

2021-2026年中国带鱼行业发展监测及投资战略规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国带鱼行业发展监测及投资战略规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/aquatic/713177.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

带鱼是中国海洋捕捞鱼类中产量最高的品种，每年都有超过100万吨的产量，带鱼也是中国老百姓最喜欢的海水鱼之一，和大黄鱼、小黄鱼、乌贼并称为我国的四大海产品。特别是的舟山带鱼，肉质细嫩，营养丰富，被称为“世界上最好吃的带鱼”。但是随着近海渔业资源的减少，我国带鱼捕捞量持续下降，到2019年中国带鱼捕捞量下降至91.7万吨，同比下降2.3%。

2013-2019年中国带鱼海洋捕捞量变化情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 带鱼行业概述

第一节 带鱼行业定义

第二节 带鱼行业发展历程

第三节 带鱼分类状况分析

第四节 带鱼产业链分析

第二章 2016-2020年中国带鱼行业发展环境分析

第一节 2016-2020年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2016-2020年中国带鱼行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2016-2020年中国带鱼行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 2016-2020年中国带鱼所属行业总体发展情况分析

第一节 中国带鱼所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国带鱼所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国带鱼所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第二部分 带鱼行业运行现状调研

第四章 中国带鱼市场供需分析

第一节 带鱼市场现状分析及预测

一、2016-2020年我国带鱼所属行业总产值分析

二、2021-2026年我国带鱼行业总产值预测分析

第二节 带鱼产品产量分析及预测

一、2016-2020年我国带鱼产量分析

2016-2020年中国带鱼捕捞量状况分析

二、2021-2026年我国带鱼产量预测分析

第三节 带鱼市场需求分析及预测

一、2016-2020年我国带鱼市场需求分析

二、2021-2026年我国带鱼行业现状分析

第四节 带鱼所属行业进出口数据分析

一、我国带鱼出口数据分析

1、出口总量分析

中国鲜或冷的带鱼出口量较少，根据中国海关数据显示，2020年中国鲜或冷的带鱼出口量为123663千克，2021年1-2月中国鲜或冷的带鱼出口量为13836千克。

2015-2021年2月中国鲜或冷的带鱼出口量统计

2、出口金额分析

3、出口市场调研

4、出口价格分析

二、我国带鱼进口数据分析

1、进口总量分析

相较于冻带鱼，我国鲜或冷的带鱼出口量较少。根据中国海关数据显示，2020年中国鲜或

冷的带鱼出口量为1176吨，2021年1-2月中国鲜或冷的带鱼出口量为278吨。

2015-2021年2月中国鲜或冷的带鱼出口量统计

2、进口金额分析

3、进口市场调研

4、进口价格分析

三、我国带鱼进出口数据预测分析

第五章 带鱼行业发展现状分析

第一节 中国带鱼行业发展分析

一、2016-2020年中国带鱼市场发展现状分析

二、2016-2020年中国带鱼行业发展特点分析

三、2016-2020年中国带鱼行业市场供需分析

第二节 中国带鱼产业特征与行业重要性

第三节 带鱼行业特性分析

第六章 中国带鱼市场规模分析

第一节 2016-2020年中国带鱼市场规模分析

第二节 2016-2020年中国带鱼区域市场规模分析

一、2016-2020年东北地区市场规模分析

二、2016-2020年华北地区市场规模分析

三、2016-2020年华东地区市场规模分析

四、2016-2020年华中地区市场规模分析

五、2016-2020年华南地区市场规模分析

六、2016-2020年西部地区市场规模分析

第三节 2021-2026年中国带鱼市场规模预测分析

第七章 带鱼国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 2016-2020年国内产品价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2021-2026年国内产品未来价格走势预测分析

第八章 带鱼及其主要上下游产品

第一节 带鱼上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 带鱼行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第九章 带鱼产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第三部分 带鱼行业竞争格局

第十章 带鱼行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 带鱼企业竞争策略分析

一、提高带鱼企业核心竞争力的对策

二、影响带鱼企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高带鱼企业竞争力的策略

第十一章 带鱼行业重点企业竞争分析

第一节 中水集团远洋股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景与规划

第二节 山东好当家海洋发展股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景与规划

第三节 上海开创国际海洋资源股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第四节 湛江国联水产开发股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第五节 辽渔集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第六节 山东省中鲁远洋渔业股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第七节 宏东渔业股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第八节 百洋产业投资集团股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景与规划

第十二章 带鱼行业投资与趋势预测分析

第一节 带鱼行业投资机会分析

- 一、带鱼投资项目分析
- 二、2021-2026年带鱼投资机会

第二节 2021-2026年中国带鱼行业发展预测分析

一、未来带鱼发展分析

二、未来带鱼行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测分析

第三节 未来市场发展趋势预测分析

一、产业集中度趋势预测

二、“十四五”行业发展趋势预测分析

第四部分 带鱼行业趋势预测分析

第十三章 带鱼产业用户度分析

第一节 带鱼产业用户认知程度

第二节 带鱼产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第十四章 2021-2026年带鱼行业发展趋势及投资前景预测

第一节 当前带鱼行业存在的问题

第二节 带鱼未来发展预测分析

一、中国带鱼发展方向分析

二、2021-2026年中国带鱼行业发展规模预测分析

三、2021-2026年中国带鱼行业发展趋势预测分析

第三节 2021-2026年中国带鱼行业投资前景预测

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、产品投资前景

第十五章 观点与结论

第一节 带鱼行业营销策略分析及建议

一、带鱼行业营销模式（AK LZH）

二、带鱼行业营销策略

第二节 带鱼行业企业经营发展分析及建议

一、带鱼行业经营模式

二、带鱼行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/aquatic/713177.html>