

2014-2019年中国观赏鱼市 场监测与未来发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国观赏鱼市场监测与未来发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201405/105745.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

观赏鱼是指具有观赏价值的有鲜艳色彩或奇特形状鱼类。它们分布在世界各地，品种不下数千种。有的生活在淡水中，有的生活在海水中，有的来自温带地区，有的来自热带地区。有的以色彩绚丽而著称，有的以形状怪异而称奇，有的以稀少名贵而闻名。在世界观赏鱼市场中，通常由三大品系组成：即温带淡水观赏鱼、热带淡水观赏鱼和热带海水观赏鱼。

目前，我国淡水养殖产量占水产养殖产量的3/4。作为全球第二大经济体和世界最大的消费市场，我国未来经济增长和城市化水平提高对于全球经济有着重要影响，客观上要求我国农业生产方式和组织方式变革以适应经济社会变迁的需要，这种外部需求和变化对我国淡水渔业发展也会带来深刻影响。

随着我国人民生活日益提高，观赏鱼的养殖也进入寻常百姓家庭。但一般的老百姓目前还只是饲养一些比较容易饲养且价格便宜的品种，像一些热带观赏鱼类，他们仍然持观望态度，不敢贸然尝试。行业协会应该向消费者普及观赏鱼养殖的基本知识，让他们感到养殖观赏鱼不再神秘，引发他们养殖观赏鱼的兴趣。

观赏鱼产业要发展必须以市场需求为导向组织和指导生产，不能沿袭以产定销的传统。要转变经营理念，引入现代市场营销的观念，选择合适的营销模式，建立营销网络和广泛的销售渠道。观赏鱼消费特点决定了营销模式的选择。销售渠道不能太长，产品品种多样化，需提供必要的技术指导和服务。企业经过市场细分，明确目标消费群体，选择合适的营销模式和促销手段。企业除了自己拥有养殖基地以外还可以联系一批相对稳定的养殖户，提出产品品种、规格要求，逐步形成自己的品牌，企业应注重产品质量的提高和国际信息的获得。全球观赏鱼年贸易批发值已超过10亿美元；零售交易量每年约15亿尾，价值60亿美元；整体产业年产值超过140亿美元。全球观赏鱼市场约有1600种观赏鱼，淡水鱼超过750种。观赏鱼市场可分为4种，最大的为热带淡水鱼种，占市场的80%~90%，其余部分为热带海水及半咸水鱼种、冷水性(淡水)鱼种、寒带海水及半咸水鱼种。在淡水观赏鱼中，90%系养殖，10%系野外采捕。在海水观赏鱼中，95%是野外采捕，5%是人工繁殖。随着新品种海水鱼繁殖技术增进，海水鱼养殖将持续增长。

亚洲是全球观赏鱼最大的出口地区，占全球出口量的59.1%。按该地区观赏鱼出口国所占的份额，排列为新加坡、马来西亚、印尼、中国、日本、菲律宾、斯里兰卡、泰国、印度。其他重要的出口地区占全球出口量欧洲约为20%、南美10%、北美4%。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国水产协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、中国水产学会单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访谈所获得的大量第一手数据，对我国观赏鱼市场的发

展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了观赏鱼的发展历史、战略、经营状况、预测等。报告还对观赏鱼市场风险进行了预测，为我国观赏鱼经营企业、流通企业以及潜在投资者提供了新的投资机会和借鉴的操作模式，对欲在全球市场从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国观赏鱼行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 观赏鱼产业环境透视

第一章 观赏鱼行业基本概述 1

第一节 定义、地位及作用 1

一、观赏鱼定义和种类 1

二、我国淡水渔业发展趋势分析 20

第二节 行业发展历史和生命周期 23

一、行业发展历史 23

二、几大观赏鱼 25

第三节 观赏鱼产业的深层思考 27

一、以科技为先,加强新品种的开发 27

二、增强大众意识 27

三、加速市场的整顿 27

四、改进市场营销模式 28

五、培育健康的生态养殖模式 28

六、拓展市场,开发新领域 28

第二章 2012-2013年世界观赏鱼行业发展分析 30

第一节 世界观赏鱼行业发展概述 30

第二节 世界观赏鱼技术发展趋势 32

一、日光温室金鱼早繁技术 32

二、观赏鱼合理放养技术 33

三、反季节金鱼养殖技术 34

四、高密度压养小规格金鱼技术 34

五、金鱼网箱养殖技术 34

六、锦鲤养殖技术 35

七、龙睛金鱼的高密度养殖技术 36

第三节 全球观赏鱼行业市场概述 39

一、全球观赏鱼行业供需现状	39
二、全球观赏鱼行业贸易现状	40
三、全球观赏鱼行业市场格局	40
第四节 世界部分国家地区观赏鱼行业发展状况	40
一、新加坡发展观赏鱼国际贸易的有利条件	40
1、优越的地理位置	40
2、政府支持	41
3、领先世界的观赏鱼发展模式	42
二、我国观赏鱼养殖情况	43
1、发展概况	43
2、存在问题	44
3、提升我国观赏鱼贸易地位的有效途径	45
第三章 中国观赏鱼行业宏观环境	47
第一节 国际宏观经济形势分析	47
一、世界经济增长有望改善和加快	47
二、主要国家及地区经济展望	52
第二节 国内宏观经济形势分析	57
一、国民经济运行情况	57
二、工业发展形势	58
三、固定资产投资情况	59
四、社会消费品零售总额	59
五、对外贸易&进出口	60
第三节 中国观赏鱼行业政策环境	60
第四章 2012-2013年中国观赏鱼行业发展现状	62
第一节 中国观赏鱼行业发展概述	62
一、中国观赏鱼行业发展面临的问题	62
二、中国观赏鱼行业发展对应的策略	64
三、中国观赏鱼行业技术发展现状	65
第二节 中国观赏鱼产业五大独特优点	67
一、产业链延伸较广	67
二、产品附加值较高	68
三、生产要素集约性较强	68

四、单位面积产出较高	68
五、产业运营模式较多	68
第三节 世界观赏鱼贸易最新动态	68
一、供应形势	68
二、需求形势	70
三、兴趣的转变	71
第二部分 观赏鱼行业市场分析	
第五章 中国观赏鱼行业产销贸易分析及预测	72
第一节 观赏鱼行业产量分析	72
一、2012-2013年中国观赏鱼行业产量分析	72
二、中国观赏鱼产品结构分析	72
三、中国观赏鱼行业产量预测	73
第二节 观赏鱼行业销售分析	74
一、2012-2013年中国观赏鱼行业销量分析	74
二、中国观赏鱼行业销量预测	74
第三节 观赏鱼行业进出口贸易分析	75
一、2012-2013年观赏鱼行业进口量	75
二、2012-2013年观赏鱼行业出口量	75
第六章 2012-2013年中国观赏鱼行业重点区域分析及前景	76
第一节 华北地区	76
一、华北地区观赏鱼产销情况	76
二、华北地区观赏鱼行业发展动态	76
三、华北地区观赏鱼行业发展前景	77
第二节 华东地区	77
一、华东地区观赏鱼产销情况	77
二、华东地区观赏鱼行业发展动态	78
三、华东地区观赏鱼行业发展前景	79
第三节 东北地区	79
一、东北地区观赏鱼产销情况	79
二、东北地区观赏鱼行业发展动态	79
三、东北地区观赏鱼行业发展前景	80
第四节 华中地区	81

一、华中地区观赏鱼产销情况	81
二、华中地区观赏鱼行业发展动态	81
三、华中地区观赏鱼行业发展前景	82
第五节 华南地区	82
一、华南地区观赏鱼产销情况	82
二、华南地区观赏鱼行业发展动态	83
三、华南地区观赏鱼行业发展前景	85
第七章 2013年中国观赏鱼行业经济运行情况分析	86
第一节 企业数量和分布	86
一、各地区观赏总摊位情况	86
二、分布情况	86
第二节 各类企业费用分析	87
一、财务费用	87
二、管理费用	87
三、销售费用	88
第三节 行业销售收入及利润分析	88
第四节 行业税金情况	90
第五节 行业资产及负债分析	90
第三部分 观赏鱼行业竞争格局分析	
第八章 中国观赏鱼行业市场竞争分析	91
第一节 观赏鱼饲料业竞争	91
一、观赏鱼饲料业二十年回眸	91
二、国外观赏鱼饲料优势比较	92
三、未来观赏鱼饲料业竞争焦点	93
第二节 市场竞争策略分析	95
一、产品策略	95
二、价格策略	99
三、渠道策略	112
四、推广策略	116
第三节 观赏鱼行业市场竞争趋势分析	122
一、观赏鱼典型企业竞争策略分析	122
二、观赏鱼行业竞争趋势分析	134

第九章 中国观赏鱼行业重点企业发展情况分析 142

第一节 中水渔业 142

一、企业概况 142

二、经营状况分析 146

1、经营状况概述 146

2、财务状况分析 147

三、主导产品分析 150

四、企业经营策略和发展战略分析 150

第二节 通威股份 151

一、企业概况 151

二、经营状况分析 154

1、经营状况概述 154

2、财务状况分析 155

三、主导产品分析 158

四、企业经营策略和发展战略分析 159

第三节 大连獐子岛渔业集团股份有限公司 160

一、企业概况 160

二、经营状况分析 163

1、经营状况概述 163

2、财务状况分析 164

三、主导产品分析 166

四、企业经营策略和发展战略分析 167

第四节 大湖股份 168

一、企业概况 168

二、经营状况分析 170

1、经营状况概述 170

2、财务状况分析 170

三、主导产品分析 173

四、企业经营策略和发展战略分析 173

第五节 好当家集团有限公司 175

一、企业概况 175

二、经营状况分析 176

1、经营状况概述	176
2、财务状况分析	177
三、主导产品分析	179
四、企业经营策略和发展战略分析	180
第六节 海大集团	182
一、企业概况	182
二、经营状况分析	184
1、经营状况概述	184
2、财务状况分析	184
三、主导产品分析	187
四、企业经营策略和发展	187
第七节 国联水产	188
一、企业概况	188
二、经营状况分析	194
1、经营状况概述	194
2、财务状况分析	195
三、主导产品分析	197
四、企业经营策略和发展	197
第十章 中国观赏鱼产业国际竞争力分析	200
第一节 中国观赏鱼产业上下游环境分析	200
第二节 中国观赏渔业产业升级策略	203
一、加大科研投入，增强技术创新能力	203
二、规范市场交易秩序，加强信息链管理	204
三、产业链整合，创立龙头企业	204
四、产业链延伸，服务一条龙	205
第三节 中国观赏鱼企业竞争策略研究	206
一、供应链一体化战略	206
二、业务延伸及扩张策略	213
三、品牌管理策略	217
四、多元化经营策略	222
第四节 海南省观赏水族行业的发展前景及对策	231
一、海南省观赏水族业的发展现状及前景	231

1、观赏生物养殖规模小	231
2、技术含量低，科研起步晚	231
3、政府支持力度不够	232
4、管理机制不健全，专业化人才少	232
二、海南观赏水族的前景和发展优势	232
1、可供开发的资源丰富	232
2、自然气候条件适宜	233
3、水族行业产业链延伸广	233
4、海洋科研院校具有一定科研实力，农业服务体系健全	233
5、人力资源丰富，观赏水族市场潜力大	233
三、发展海南观赏水族行业的建议	234
1、引进高科技含量的行业技术，提高观赏生物养殖技术含量	234
2、政府应统筹规划加强管理带动产业发展	234
3、建立观赏生物养殖基地，培养龙头企业	234
4、开设观赏水族行业相关专业，培养行业人才	235
5、注重科研与水族业的深度结合	235
6、拓宽销售渠道手段多样化	235
第四部分 观赏鱼行业投资分析	
第十一章 2013-2018年中国观赏鱼行业投资风险分析及建议	236
第一节 中国观赏鱼行业投资风险分析	236
一、宏观风险	236
二、微观风险	240
第二节 中国观赏鱼行业投资风险的防范和对策	243
一、风险规避	243
二、风险控制	243
三、风险转移	246
第三节 2013-2018年中国观赏鱼行业投资策略分析	248
一、投资方式选择策略	248
二、兼并及收购策略	253
第十二章 国内外观赏鱼的常见种类与影响探析	265
第一节 我国常见的外来观赏鱼物种	265
一、我国常见外来观赏鱼种类的构成与来源地	265

二、我国外来观赏鱼物种的引入路径与影响	266
1、外来观赏鱼物种的传入路径	266
2、引进观赏鱼物种所带来的影响	268
3、加强我国观赏鱼外来物种管理的措施与建议	268
第二节 台湾观赏鱼产业概况	270
一、台湾观赏鱼产业优势	270
二、台湾观赏鱼养殖发展概况	271
三、台湾观赏渔业生产结构	271
四、台湾官方对观赏鱼的管理	272
1、台湾观赏鱼的生产管理	272
2、台湾观赏鱼的防疫检疫机构	272
3、台湾观赏鱼的疫病监视系统	272
五、台湾养殖观赏鱼种类	272
六、台湾观赏鱼对外贸易	273
七、台湾观赏鱼养殖的创新和发展	274
第三节 广州观赏鱼市场	274
一、广东水族业发展现状	274
二、广州市场常见淡水观赏鱼种类	275
1、各科淡水观赏鱼所占市场种类组成	275
2、淡水观赏生物的来源地分布	276
3、广州水族店观赏鱼货源	276
三、国外品种的引入及潜在危害	277
四、广州水族市场的特色	277
1、专业的行业协会	277
2、成型的水族文化	278
第四节 武汉市观赏鱼市场调查	279
一、市场调查方法	279
二、市场调查结果与分析	280
1、武汉市的市场规模	280
2、武汉市观赏鱼的消费特点	282
三、对水族专卖店和观赏鱼消费者的建议	286
1、对武汉市观赏鱼专卖店的建议	286

2、对消费者的建议 287

四、武汉市观赏鱼结论 287

1、武汉市观赏鱼发展现状讨论 287

2、武汉市观赏鱼发展的对策 288

第五节 天津市观赏鱼市场 289

一、天津市观赏鱼发展现状 289

二、存在的问题 290

三、建议和对策 292

图表目录

图表：2009-2014年世界经济增长趋势 48

图表：2009-2014年世界商品贸易增长趋势 51

图表：1990-2012年全球直接投资主要指标 52

图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度 57

图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比） 58

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度 59

图表：2014-2019年我国观赏鱼年产量走势 73

图表：2010-2013年我国观赏鱼年销售额 74

图表：2014-2019年我国观赏鱼年销售额走势 74

图表：2011-2013年我国观赏鱼进口量走势 75

图表：2011-2013年我国观赏鱼出口量走势 75

图表：2013我国各地区观赏鱼总摊位数 86

图表：2013年我国观赏鱼行业财务费用 87

图表：2013年我国观赏鱼行业管理费用 87

图表：2013年我国观赏鱼行业销售费用 88

图表：2013年我国观赏鱼行业营业收入 88

图表：2013年我国观赏鱼行业销售额 89

图表：2013年我国观赏鱼行业利润率 89

图表：2013年我国观赏鱼行业所得税分析 90

图表：2013年我国观赏鱼行业资产负债率 90

图表：2011-2013中水渔业归属净利润 147

图表：中水渔业每股指标分析 147

图表：中水渔业成长能力指标分析 148

图表：中水渔业盈利能力指标分析	148
图表：中水渔业盈利质量指标	149
图表：中水渔业运营能力指标	149
图表：财务风险指标	149
图表：中水渔业主导产品分析	150
图表：2011-2013通威股份归属净利润	155
图表：通威股份每股指标分析	155
图表：通威股份成长能力指标	156
图表：通威股份盈利能力指标分析	156
图表：通威股份盈利质量指标分析	157
图表：通威股份运营能力指标分析	157
图表：通威股份财务风险指标分析	157
图表：通威股份主导产品分析	158
图表：2011-2013獐子岛归属净利润	164
图表：獐子岛每股指标分析	164
图表：獐子岛成长能力分析	165
图表：獐子岛盈利能力指标分析	165
图表：獐子岛盈利质量指标分析	165
图表：獐子岛运营能力指标分析	166
图表：獐子岛财务风险指标分析	166
图表：獐子岛主导产品分析	166
图表：2011-2013年大湖股份归属净利润	170
图表：大湖股份每股指标分析	171
图表：大湖股份成长能力指标分析	171
图表：大湖股份盈利能力指标	172
图表：大湖股份盈利质量指标	172
图表：大湖股份运营能力指标	172
图表：大湖股份财务风险指标分析	172
图表：主导产品分析	173
图表：2011-2013年好当家归属净利润	177
图表：好当家每股指标分析	177
图表：好当家成长能力分析	177

图表：好当家盈利能力指标分析	178
图表：好当家盈利质量指标分析	178
图表：好当家运营能力指标分析	179
图表：好当家财务风险指标分析	179
图表：好当家主导产品分析	179
图表：2011-2013年海大集团归属净利润	184
图表：海大集团每股指标分析	185
图表：海大集团成长能力指标	185
图表：海大集团盈利能力指标分析	186
图表：海大集团盈利质量指标分析	186
图表：海大集团运营能力指标分析	186
图表：海大集团财务风险指标分析	186
图表：海大集团主导产品分析	187
图表：国联水产每股指标分析	195
图表：国联水产成长能力指标分析	195
图表：国联水产盈利能力指标	196
图表：国联水产盈利质量指标分析	196
图表：国联水产运营能力指标分析	196
图表：国联水产财务风险指标	196
图表：国联水产主导产品分析	197
图表：微笑曲线示意图	201
图表：微笑曲线视角下的观赏渔业产业构成	203
图表：中国常见外来观赏鱼种类组成	266
图表：观赏鱼外来物种环境风险评价程序框图	270
图表：广州各科观赏鱼所占市场比例	276
图表：观赏鱼在不同科目中的分布情况。	277
图表：武汉市各大花鸟市场专卖店及观赏鱼品种统计	281
图表：武汉市各大花鸟市场专卖店年销售额	281
图表：不同年龄段消费人群购买观赏鱼的品种比例	282
图表：不同性别的人对观赏鱼品种的选择	283
图表：不同收入人群的单次消费价格	283
图表：购买观赏鱼时间的选择	284

图表：不同人群的消费目的 284

图表：不同人群消费方式 285

图表：附加消费的认可度 286

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/105745.html>