

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

水产消费品质升级



说数

□ 本期点评 陆飞

水产品是居民摄取动物蛋白的重要来源,在食物结构中占有十分重要的地位。在大食物观下,应充分保障水产养殖空间,做好水产品稳产保供,以满足消费者的营养健康需求。

数据显示,2022年中国水产(含海产)品总产量达6868.78万吨。水产消费快速增长的同时,也呈现出新的趋势。在消费水平不断提升的情况下,消费者对营养价值高、肉质细嫩、口感好、品种多样的水产品消费不断上升,这也让更多企业看到了机会。目前,除了传统的鱼虾产品外,海参、大闸蟹、北极虾类的消费量快速增长,冻虾、虾仁、海带和淡水鱼类则保持较大的市场规模。值得注意的是,不同人群偏好呈现出不同消费趋势,口感更好、营养价值更高的水产品更受欢迎。

水产行业呈现出品质升级的趋势。从消费端看,高端市场增长迅速,低脂、高品质、高新鲜度、肉量饱满的水产品更受欢迎。从生产端看,中国水产加工技术近年来不断进步,水产品加工能力总体提升,水产行业正朝着多元化、高产出、高质化方向发展。运输方面,冷链物流等基础设施的完善,不但保障了水产品快速上市的时效性,也提升了水产品的质量和可信度。

此外,预制菜行业的兴起,也给水产品“精烹市场”带来生机活力。广受欢迎的“佛跳墙”“小龙虾”等精深加工预制菜增速显著,丰富多样的菜品和口味满足了消费者多元化、便捷化需求。

未来,中国水产行业将加快转型升级,推进智慧水产养殖,大力发展优质、生态、绿色的水产品,行业逐渐实现标准化、规模化、绿色化、智能化。

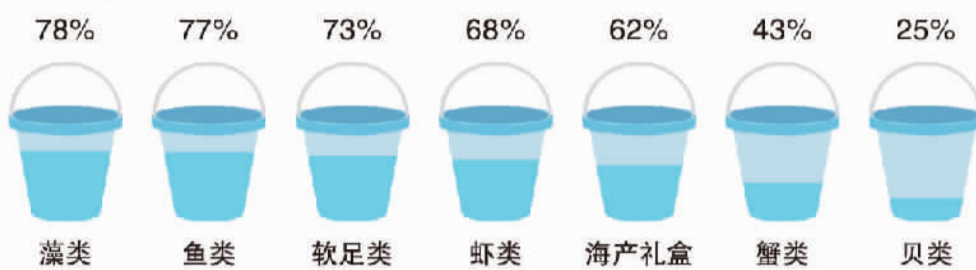
(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



从消费结构看,鱼、虾依然是国人餐桌上的主力水产品;藻类、软足类等品种不断上新,丰富了消费者的饮食结构和选择。干货制作、生鲜冷链等技术的普及,以及物流基础设施进一步下沉,使得水产品供应链成本大幅降低,内陆地区水产消费有望大幅增长。

1 整体情况

水产品商品数量比2019年同期增长31% 各类水产品商品数量比2019年同期增长

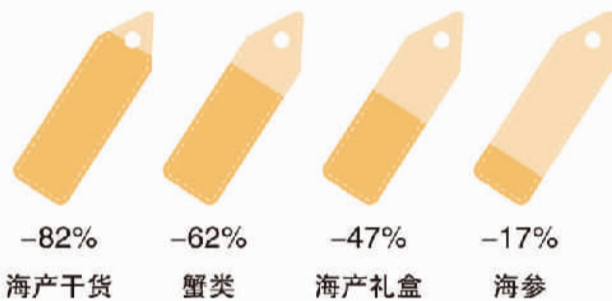


水产品品牌数量比2019年同期增长129% 各类水产品品牌数量比2019年同期增长

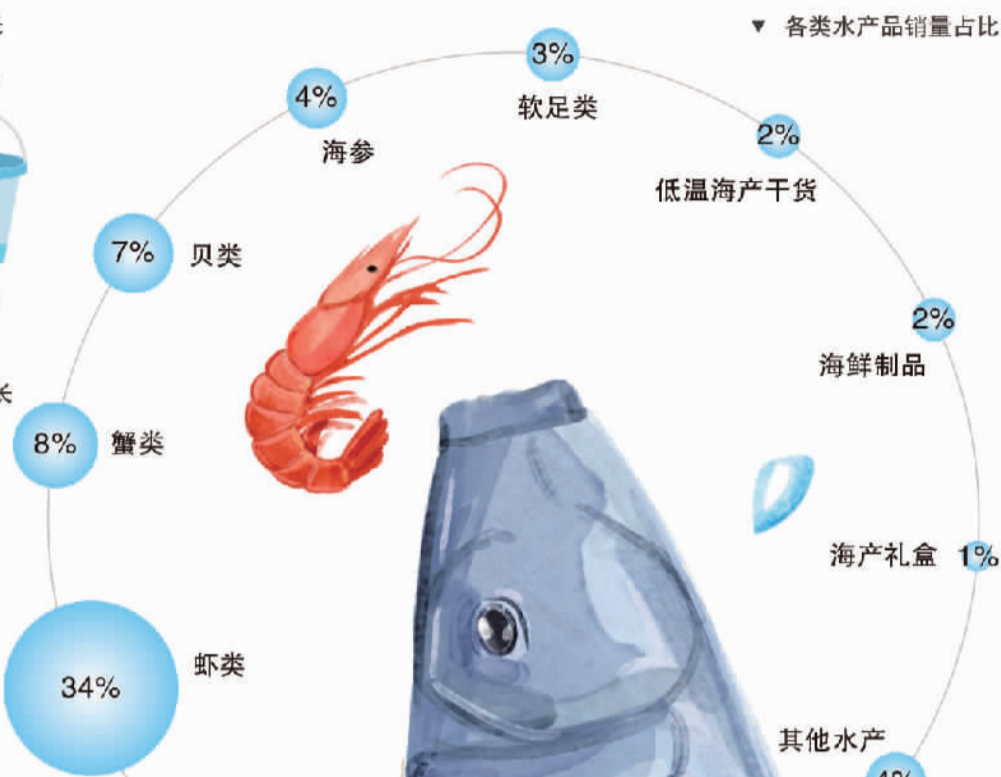
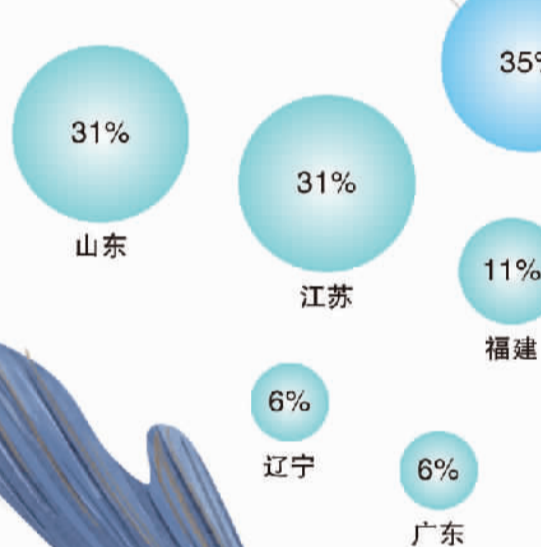


水产品平均件单价比2019年同期下降12%

平均件单价较2019年变动幅度

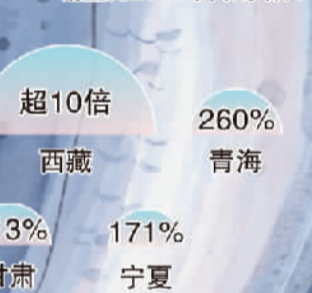


各发货地销量占比TOP5



西部地区水产消费增长快

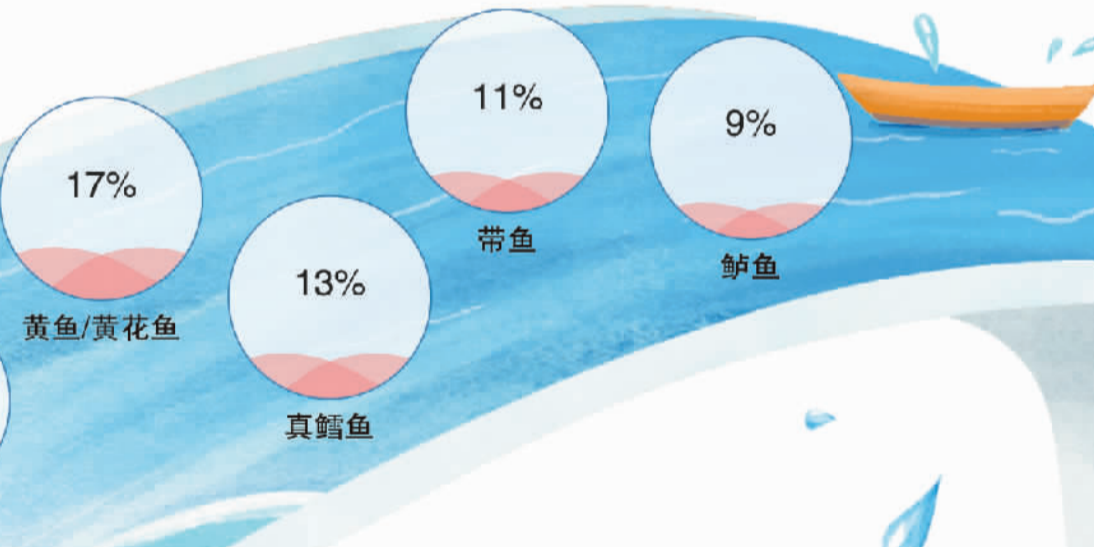
销量比2019年同期增长



2 各品类消费特点

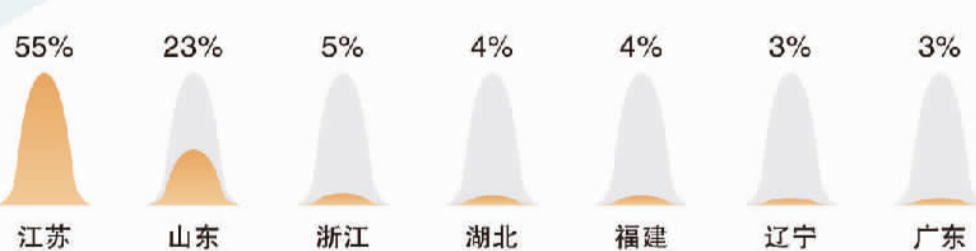
鱼类

销量占比TOP5品类



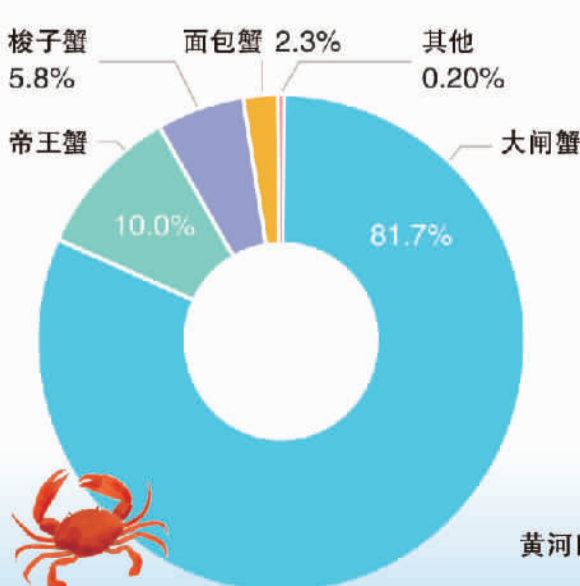
虾类

主要发货地销量占比



蟹类

销量占比TOP5品类

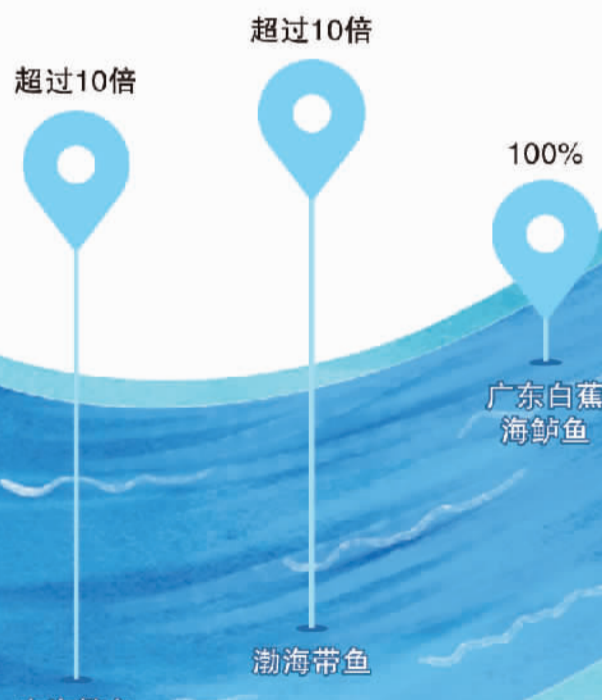


畅销地标

销量比2019年同期增长



畅销地标 销量比2019年同期增长



虾和蟹一直是价格较高、产量有限且受季节限制较大的水产品类,但随着产区扩大及供销流程缩短,许多新品种、新品牌迅速打开销售局面,如霸王蟹、大闸蟹、黄泥蟹等产品销量均增长10倍以上。此外,如带鱼、鳗鱼、海鲈鱼等逐渐开发出新渔场、新产地,满足了日益增长的消费需求。

畅销地标

销量比2019年同期增长



数据周期: 2023年1月份至8月份
对比周期: 2019年同期