

A large circular graphic is centered on the page, split vertically. The left half shows a bowl of light-colored soup with a piece of fish and green garnishes. The right half shows a school of fish swimming in clear blue water. The background of the entire page features a sunset over the ocean with large, semi-transparent letters 'S', 'D', and 'G' overlaid.

# 健康生活 健康海洋

# 2020

## 零售业自有品牌与 可持续海产品发展报告

REPORT ON RETAIL PRIVATE LABEL BRAND  
DEVELOPMENT AND SUSTAINABLE SEAFOOD

# 序

自有品牌开发是零售企业寻求经营突破、创造自身价值的重要途径，被越来越多的中国零售企业所重视。以消费者需求为原点，引入和参考广受认可的国内外标准体系，能够帮助零售企业在自有品牌商品开发中少走弯路，切实提高产品和服务的价值。MSC 作为国际上重要的可持续海产品标准体系，被欧美主要零售企业在海产品采购和自有品牌海产品开发中广泛采用，一方面贡献于海产品供应链的提升和产品商品力的提高，另一方面助力实现可持续发展目标或可持续采购承诺。

可持续海产品自有品牌报告不仅为中国的零售企业汇总了国际同行的成功经验，也介绍了中国零售企业引入 MSC 标准以推进自有品牌海产品开发所取得的进展。它山之石可以攻玉。我们希望透过这些案例和经验的分享，帮助中国零售企业建立可持续海产品采购体系，倡导可持续海产品消费，号召消费者共同参与海洋生态和生物多样性保护。

中国连锁经营协会

裴亮会长

裴亮



# 前言

PREFACE

## “可持续” “标准”

自从 1992 年世界环境与发展大会正式提出后，全球各个利益相关方，包括政府、非政府组织、研究机构等积极投身到实现这一目标的工作中。而与此同时，这一目标也正在改变商业公司和私营企业原有的经营与生产模式，逐渐形成社会、经济与环境的平衡发展新型模式。各个行业的“可持续标准”也正是结合这些成功经验而产生，并成为各行业共同推动的工作之一。众多负责任的零售业者更是作为“可持续标准”的制定者与标准应用的实践者，将不同行业的可持续标准引进到零售业运营的策略中，包括原材料采购、供应商管理、内部评价以及对消费者教育等。尤其对于原料直接来源于自然的商品，零售业不仅要求商品的可持续来源，而且参与到保护原料来源的生态环保项目中，以实现从产地到货架全供应链的可持续发展。

经过 20 多年的努力，不论是为保护森林系统所开发的“可持续森林认证”、“负责任大豆”、“负责任棕榈油”，或者保护水资源的“可持续水资源管理”，还是保护农业用地及周边生态的“良好棉花”标准，保护渔业资源的 MSC 可持续渔业认证等等，都已成为零售业采购相关类别商品与市场推广的重要依据。比如

澳大利亚的“Coles”、美国的沃尔玛、英国的 Sainsbury's、德国的“Aldi”、瑞典的“IKEA”，其可持续商业模式都在这些标准的支撑下，提高了零售业的核心竞争力，并逐渐在市场中快速增长，大大提升了品牌的美誉度。

可持续发展中另一个重要的参与者是消费者。在全球化和信息飞速发展的今天，消费者在零售超市中面对琳琅满目、五花八门的产品，尤其是不同品牌的同一类商品时，往往难以选择。海产品因其种类繁多，而产品在终端市场上相似度高，消费者要选择到真正适合自己的产品，往往比其他产品种类更难。降低消费者消费海产品的决策成本，让消费者抉择变得更加高效，提高消费者对自有品牌海产品的信任度，成为当前各大零售企业都在探索的问题。

中国零售业自有品牌发展还处在摸索阶段。在 2019 年 4 月对中国 48 家零售业企业的市场调研中，多数企业都有发展海产品自有品牌的计划，并希望在自有品牌的开发中引入国际标准或成功经验。因此，国际零售业与 MSC 合作 20 多年历程中的积累，对现阶段我国零售企业开发自有品牌海产品，尤其是对主打海鲜的生鲜零售或以海鲜为主要商品的零售企业，具有十分重要的借鉴意义。

在本次报告的编写中，得到了国内外专家的支持，分别是中国连锁经营协会会长裴亮博士、中国水产与流通加工协会会长崔和博士、青岛北洋佳美水产有限公司总经理宋鹏先生、青岛渔泰进出口有限公司高林明先生、福建省北极星生物科技有限公司黄国藩先生、海鲜指南杂志编辑部同仁，感谢日本永旺总部可持续发展部，德国 REAL 质量管理部，英国 Sainsbury's 可持续发展部，以及美国全食海产采购部对本报告的支持。

特别鸣谢：CCFA 自有品牌委员会委员们以及自有品牌专家顾昊先生的支持。

# 目录

CONTENTS



01

中国自有品牌  
海产品的市场现状

05

02

国际自有品牌  
海产品可持续发展经验

11

03

国际市场  
自有品牌案例

19

04

MSC 中国市场进展  
及自有品牌开发建议

29



Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

Carrefour 家乐福  
速冻挪威北极鳕鱼腰肉  
Quick Frozen Norway Cod Loin  
净含量: 200g

# 01

## 中国自有品牌 海产品的市场现状

- 1.1 中国海产品市场综述
- 1.2 自有品牌海产品市场调研汇总
- 1.3 自有品牌海产品市场发展的挑战

## 中国海产品市场综述

中国作为全球最大的海产品生产国和消费国，根据中国水产流通与加工协会的数据统计，60%的海产品流向了批发市场，20%流向了餐饮市场，海产品零售额仅占中国海产品市场总额的15%（线下零售10%、线上销售5%）。从经济发展和消费升级趋势来看，中国海产品零售市场还有很大的上升空间。

当前，零售业销售的海产品品类发展已经逐渐形成了“国产品种为主，进口品类的比重逐年增大”的趋势。其中，国

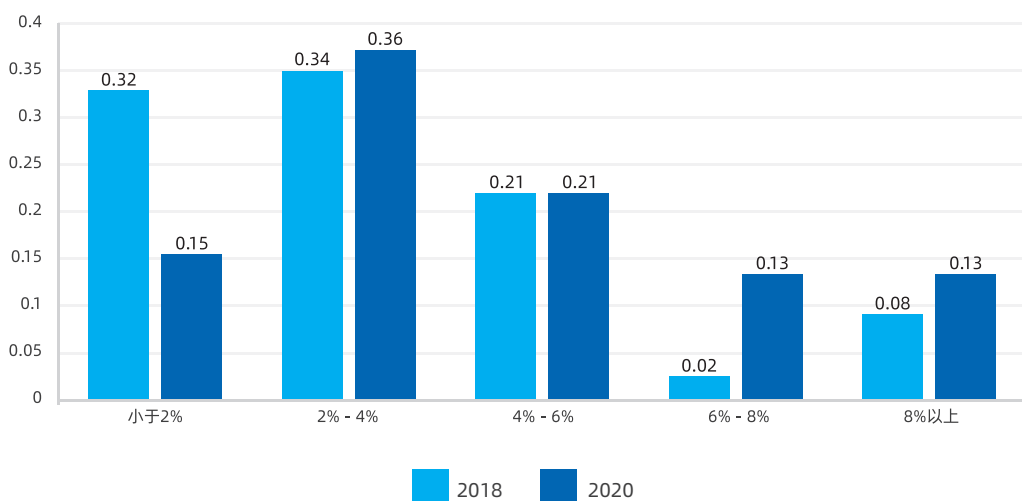
产品种主要以养殖类产品为主，包括养殖的各种鱼类、虾蟹、贝类和藻类；而国产野生类产品主要有带鱼、平鱼、黄鱼、鱿鱼、鳃鱼等品种。进口品种方面，进口养殖类产品主要集中在南美白虾、三文鱼、巴沙鱼等品种，进口野生捕捞产品在品种上则较为丰富，鱼、虾、蟹、贝都有广泛涉及，常见品种有真鳕、狭鳕、南极犬牙鱼、美洲螯龙虾（波士顿龙虾）、大西洋扇贝、格陵兰比目鱼、北极虾、雪蟹、面包蟹等。



## 自有品牌海产品市场调研汇总

中国连锁经营协会在 2019 年 4 月对中国超市企业的海产品自有品牌发展进行了调研，共有 48 家企业参与（以区域性超市为主，沿海超市企业 18 家，内陆超市企业 30 家，均为 2018 年中国快速消费品连锁百强）。调研发现，海产品将成为未来五年重点的规划品类，超过 25% 的企业计划其海产品销售占比在 2020 年达到 6% 以上，而目前仅有 11% 的调研企业在 2018 年实际销售额达 6% 以上。

图例 1：48 家调查企业的自有品牌海产品经营现状与 2020 计划



图例 2：海产品自有品牌占比

有 13 家调研企业目前正在经营其自有品牌的海产品，自有品牌海产品占整体海产品销售的比例偏低。这 13 家企业中，23.1% 的受



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_38450](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38450)

