

## 行業概覽

除另有指明外，本節所呈列資料乃來自各類官方政府刊物、其他被普遍認為屬可靠的刊物以及我們委託灼識諮詢編製的市場研究報告。然而，我們或參與[編纂]的任何其他各方均未獨立核實來自官方政府渠道的資料及數據，亦未對其準確性發表任何聲明。

### 全球精緻食品行業概覽

#### 市場概覽

精緻食品指的是以高品質、獨特風味和卓越營養價值或文化價值為核心特徵的精緻食品產品，典型的品類包括魚子醬、黑松露、鵝肝、藍鰭金槍魚、燕窩、鮑魚及松茸等。該等食品通常產自特定地域，相對稀缺，擁有嚴格的選材、生產與加工標準，確保品質與安全，因此價格較為昂貴。它們強調天然、健康與可溯源，往往承載著鮮明的文化或地域特色。根據Fondazione Altagamma及灼識諮詢，2020年全球精緻食品市場規模為約人民幣3,544億元，於2025年增至人民幣5,882億元，期間複合年增長率達10.7%。隨著收入水平持續增長，健康意識不斷增強，消費者對於精緻食品的消費需求不再局限於品味和身份的象徵，而是對健康、天然、高品質食品的追求，預計到2030年全球精緻食品市場規模將達到約人民幣7,847億元，2025至2030年間的複合年增長率為5.9%。

#### 市場驅動因素

現代信息技術、智能裝備及生物育種正不斷促進精緻食品的標準化、規模化與產業化。此外，冷鏈物流與食品保鮮的技術進步，全面提升了食物的新鮮度與安全性，支持跨區域、長距離運輸。同時，精緻食品的產品研發日益呈現多元化及創新驅動的趨勢，其跨類別整合與創意的呈現形式有效激發消費者的興趣與購買欲。

隨著新中產群體的擴大，消費態度不斷升級，消費者對精緻食品的認知與接受度顯著提高。同時，追求多元、均衡及注重營養的飲食模式正推動具有高營養價值的精緻食品的需求增長。此外，Z世代作為新興主力消費群體，以多元文化背景為基礎，融合全球視野、對本地文化認同的信心、自我表達、悅己消費、情緒消費的理念，推動食物消費向個性化、日常化、精緻化、體驗導向方向演進，成為引領未來消費趨勢的重要力量。

## 行業概覽

### 全球及中國魚子醬行業概覽

#### 定義及分類

在精緻食品中，魚子醬有著獨特風味、口感細膩和精緻感官體驗。根據國際食品法典委員會，魚子醬專指從成熟雌性鱈魚獲取的魚卵，經加工及少量食鹽醃製後保存。國際上僅有鱈魚卵經加工製作的產品方可確認為真魚子醬，而由其他魚類魚卵製成的產品則被視為「魚子醬替代品」，其在口感、風味、品質以及營養成分等方面與魚子醬存在顯著差異。魚子醬通常呈黑、灰、棕或黃色，極少部分呈金色，顆粒質感稠厚，擁有獨特的香氣。按照鱈魚品種劃分，常見的魚子醬類型主要包括：

- **歐洲鱈魚子醬**：由成熟的歐洲鱈魚卵製成，顏色為珍珠灰或金屬灰色，顆粒飽滿，卵徑標準為3.2mm或以上，卵膜有彈性，黃油香味濃烈。
- **達氏鱈魚子醬**：由成熟的達氏鱈魚卵製成，顏色多為棕黃色或棕灰色，顆粒大而勻稱，卵徑可達3.2mm或以上，風味濃鬱醇厚，奶香鮮明，回味悠長。
- **俄羅斯鱈魚子醬**：由成熟的俄羅斯鱈魚卵製成，顏色多為棕黃色或灰黃色，顆粒圓潤，卵徑標準為3.0mm或以上，卵膜富有彈性，風味表現層次分明，散發淡淡堅果香。
- **雜交鱈魚子醬**：由成熟的雜交鱈魚卵製成，顏色為琥珀色或棕黃色，顆粒較大，卵徑標準為3.0mm以上，卵膜富有韌性，口感飽滿濃鬱，奶油香氣持久。
- **施氏鱈魚子醬**：由成熟的施氏鱈魚卵製成，顏色為深沉的棕灰色、灰黑色或棕色，卵徑達2.9mm以上，具有柔滑的口感及淡淡的水果清香。
- **西伯利亞鱈魚子醬**：由成熟的西伯利亞鱈魚卵製成，色澤介於灰褐之間，晶瑩剔透，卵徑標準為2.8mm以上，口感綿軟，入口即化，風味清新。

#### 營養價值

魚子醬富含蛋白質、不飽和脂肪酸、礦物質和微量元素、維生素等營養成分，兼具營養和功能價值。

根據USDA數據，每百克約魚子醬含24.6克蛋白質，其蛋白類型主要包括可溶性卵黃蛋白、高磷蛋白以及不溶性膠原蛋白，其中必需氨基酸含量約佔總量20%，半必需與非必需氨基酸比例協調。

根據USDA數據，魚子醬富含大量優質的不飽和脂肪酸，主要包括油酸、DHA（二十二碳六烯酸，每百克約含3.8克），以及EPA（二十碳五烯酸，每百克約含2.7克）。DHA和EPA是現代人群極需補充的重要營養成分，有助促進大腦發育、保護視力、調節脂質代謝並維持心血管系統的健康功能。

---

## 行業概覽

---

魚子醬含有豐富的礦物質和微量元素，主要包括鈣、鐵、銅、鎂、鋅、鉀、硒等，有助維持骨骼健康、增強造血功能、調節神經系統，並增強抗氧化防禦機制。

魚子醬富含維生素A(促進視力與免疫功能)、維生素D(有助鈣吸收、調節鈣磷代謝)，以及維生素B(有助能量轉化與神經修復)。

### 發展歷史

魚子醬從野生到人工養殖的發展歷史，也標誌著魚子醬產業鏈從海外到中國的轉移史。

21世紀以前，全球魚子醬產業主要依賴於野生鱘魚資源。裡海沿岸的俄羅斯與伊朗是魚子醬的傳統核心產區。

21世紀初野生鱘魚資源迅速衰減引起各國重視。至2010年，CITES在全球範圍內全面禁止了野生鱘魚製品的國際貿易，其後歐盟和美國相繼立法禁止野生魚子醬進入本地區銷售。最終野生魚子醬退出全球合法市場供應。

在供需失衡的局面下，CITES允許對列入CITES附錄二的鱘魚進行受規管的商業開發利用，鼓勵通過人工養殖滿足市場需求。全球人工鱘魚養殖產業迎來快速發展。特別是中國已成為全球領先者，在品種培育、規模化養殖及精加工方面取得顯著成果。目前，人工養殖產品全面取代野生資源，成為市場供應的絕對主力。

### 產業鏈

魚子醬產業鏈包括以下核心環節及關鍵角色：

- **原料供應商**：主要負責提供原料魚及餌料。其中，原料魚除了自外部採購鱘魚以外，部分頭部企業自建養殖基地，提供穩定且可追溯的優質原料保障。
- **鱘魚養殖及生產加工商**：主要包括養殖基地和加工企業，負責鱘魚的苗種繁育、成魚養殖、疾病防控、生產加工等。全球高端魚子醬市場主要採用傳統屠宰取卵方式，佔全球逾90%，而非致死採收方法的滲透率則低於10%。傳統方式每個處理週期約需10至15分鐘，適合連續大規模生產，且獲成熟技術及相對較低的短期綜合成本支持。非致死採收方法每條魚約需一小時，並需要麻醉、激素誘導及術後護理。其短期綜合成本較傳統方式高出約40%至50%，且其可重複採收的優勢被額外的營運及維護成本部分抵銷。就成效而言，傳統方式更能保持魚卵的完整度、穩定風味及高品質，符合高端市場的要求。相比之下，非致死採收方法更可能導致魚卵破損及汁液流失，因此其風味及品質遜於使用傳統方式採收的魚子醬，使其更難獲得主流高端客戶的認可，且僅被小部分中低端市場所接受。此行業

## 行業概覽

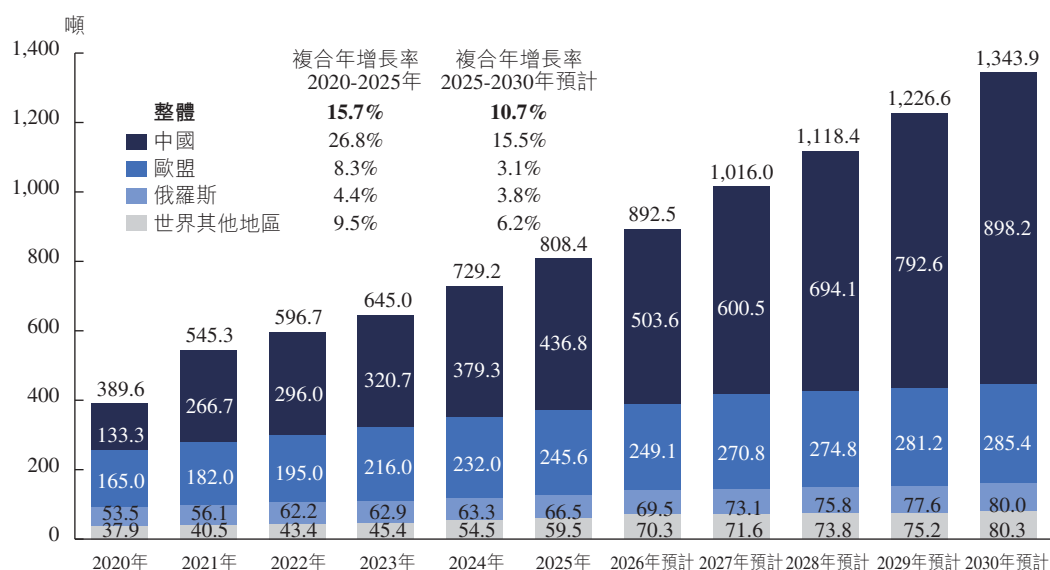
的特點是技術門檻高及生產週期長。龍頭企業掌握水面資源、漁業資產、飼料配方和養殖運營與管理技術，因此形成明顯的集聚效應及高市場集中度。

- **銷售渠道：**產品經加工後，或是直銷賣給客戶，或是經由品牌商或貿易商銷售。主要銷售渠道包括零售、餐飲、電商、航司及豪華遊輪等；消費群體逐漸拓展至追求精緻生活、品質生活的新中產家庭，並拓展至Z世代年輕消費者，消費需求呈現多樣化趨勢。

### 市場規模

根據FAO，全球鱈魚捕撈量在1977年達到歷史峰值，當年全球魚子醬銷量約為1,988噸，惟由於資源枯竭及保育工作，故於1997年已急劇下降至280噸。21世紀以來，人工養殖魚子醬的供應逐步增加，但由於人工養殖鱈魚的投資週期長、資本密集等進入門檻高，全球魚子醬供應量依然遠低於歷史高點，市場中長期處於供不應求的狀態。2025年全球魚子醬銷量808.4噸，預計到2030年將達到1,343.9噸，複合年增長率為10.7%，仍然遠低於1977年水平，呈現巨大的供需缺口。中國目前是全球最大的魚子醬生產國，2025年魚子醬銷量達到436.8噸，佔全球54.0%。全球魚子醬產量增長的主要來源為中國，預計2030年中國魚子醬產量達898.2噸，複合年增長率為15.5%，佔全球供應量66.8%。中國魚子醬出口價格由2020年每千克人民幣1,613元升至2025年每千克人民幣2,185元，預計到2030年將達到每千克人民幣2,736元。

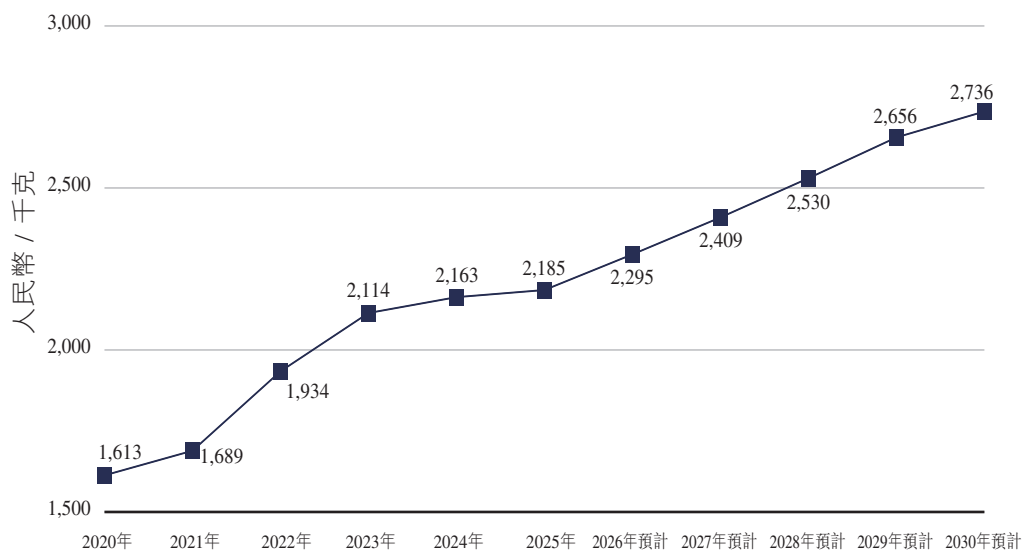
全球魚子醬市場規模，按生產地區劃分，以銷量計，2020–2030年預計



資料來源：聯合國糧食及農業組織，歐洲漁業和水產養殖市場觀察站，歐洲水產養殖生產者聯合會，瀕危野生動植物種國際貿易公約，中國海關總署，灼識諮詢報告

## 行業概覽

中國魚子醬出口價格，2020–2030年預計

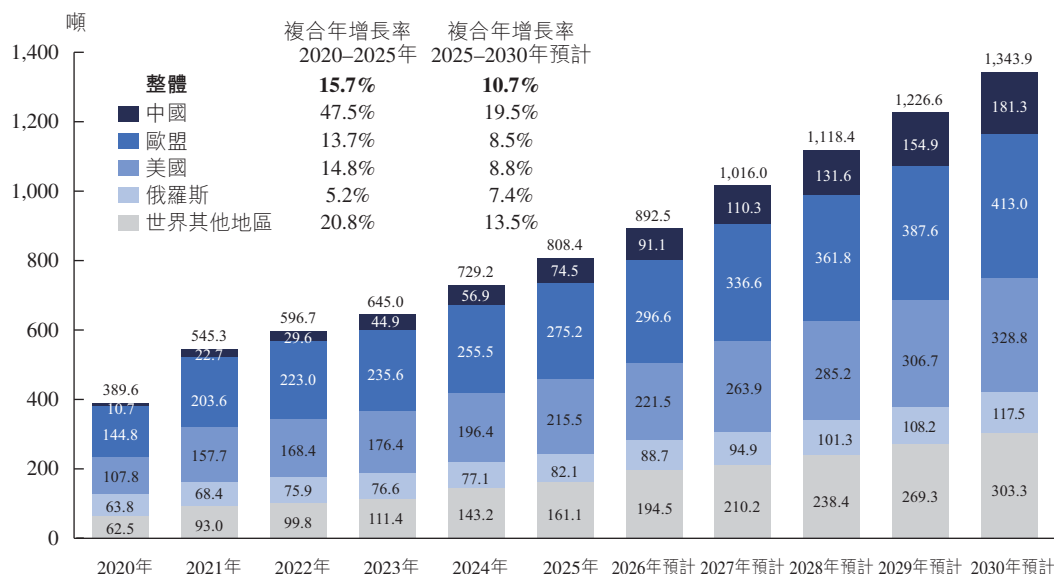


資料來源：中國海關、灼識諮詢報告

按照魚子醬消費市場劃分，歐盟、美國和俄羅斯是魚子醬傳統消費市場，魚子醬需求持續穩定增長。中國魚子醬市場銷量從2020年10.7噸迅速增長至2025年74.5噸，複合年增長率為47.5%，預計將以19.5%的複合年增長率持續增長，2030年銷量預計達181.3噸。以中東、日本、東南亞、南美為代表的新興魚子醬消費市場，隨著經濟的增長和魚子醬消費文化普及，魚子醬消費迅速擴大規模。就中東而言，衝突及不確定性或會暫時削弱魚子醬需求及清關效率，但由於目前該地區的魚子醬總收益相對較低，整體風險仍然可控。至於日本，儘管日本與中國之間仍存在地緣政治緊張局勢，但對魚子醬需求的影響非常有限。世界其他地區的魚子醬銷量預計2025至2030年複合年增長率為13.5%，高於全球平均增長率，2030年銷量預計達約303.3噸。在世界其他地區，日本、新加坡和中東的魚子醬消費量分別從2020年的18.1噸、1.6噸及6.7噸增長至2025年的42.0噸、3.5噸及25.2噸，複合年增長率分別達18.3%、17.0%及30.4%。預測數據顯示，2030年這三個地區的消費量將分別達到76.8噸、5.9噸及52.5噸，即2025年至2030年的複合年增長率分別為12.8%、11.1%及15.8%。

## 行業概覽

全球魚子醬市場規模，按消費地區劃分，以銷量計，2020–2030年預計



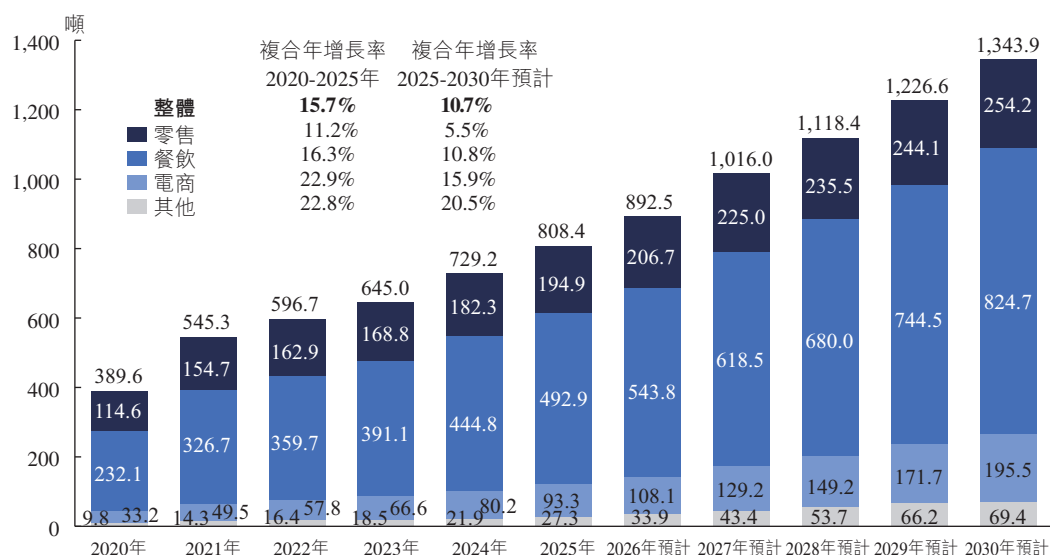
資料來源：聯合國糧食及農業組織，歐洲漁業和水產養殖市場觀察站，歐洲水產養殖生產者聯合會，瀕危野生動植物種國際貿易公約，中國海關總署，灼識諮詢報告

我國魚子醬的消費目前處於快速發展期，魚子醬文化尚在培育中。中國的人均魚子醬消費量與傳統魚子醬消費市場仍存在一定差距，2024年中國人均魚子醬消費量僅為0.04克，而歐盟、美國和俄羅斯的人均魚子醬消費量分別為0.57克、0.58克及0.54克，有巨大的上升空間；隨著中國居民消費能力提高，中國精緻食品消費品市場迅速增長。消費者對珍稀、創新類飲食接受程度不斷提高，帶動了魚子醬認知提升，消費場景也從高端餐飲逐漸延伸到精品超市、電商平台等，中國魚子醬消費市場將從「小眾高端」走向「日常化精緻體驗」，滲透率正在不斷提高。

魚子醬的消費渠道主要可分為零售、餐飲、電商以及其他（如航司、遊輪），餐飲是魚子醬消費的主要渠道，2025年餐飲渠道佔比61.0%，全球通過餐飲渠道銷售的魚子醬約為492.9噸。此外，零售渠道也在穩步增長，從2020年的114.6噸增長至2025年的194.9噸，2020至2025年複合年增長率為11.2%。在C端消費的驅動下，電商渠道持續快速增長，從2020年的33.2噸增長至2025年93.3噸，複合年增長率為22.9%，隨著電商的進一步普及以及個人用戶的消費增長，魚子醬電商渠道銷量預計在2030年達到195.5噸，複合年增長率為15.9%。其他渠道例如航司及豪華遊輪，隨著魚子醬供應量提高以及將魚子醬作為品牌宣傳亮點和提高顧客的消費體驗，越來越多的航司及豪華遊輪正將魚子醬納入服務，預計2030年其他渠道的銷量達到69.4噸，2025至2030年複合年增長率為20.5%。

## 行業概覽

全球魚子醬市場規模，按消費渠道劃分，以銷量計，2020–2030年預計

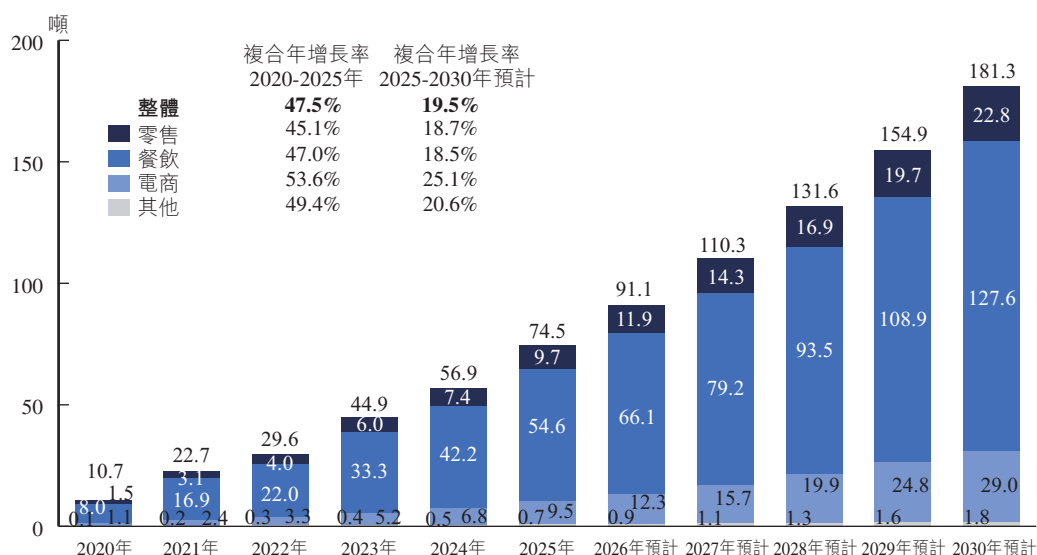


資料來源：聯合國糧食及農業組織，歐洲漁業和水產養殖市場觀察站，歐洲水產養殖生產者聯合會，瀕危野生動植物種國際貿易公約，中國海關總署，灼識諮詢報告

2025年中國魚子醬市場餐飲渠道佔比約73.3%，總銷量為54.6噸，預計在2030年達到127.6噸，複合年增長率為18.5%。隨著消費者對於魚子醬的認知和接受程度逐漸提升，魚子醬的消費將進一步普及到個人客戶，針對C端中國魚子醬的零售和電商渠道預計將快速發展，2025年中國魚子醬電商渠道銷量為9.5噸，預計在2030年可達29.0噸，複合年增長率為25.1%。2025年中國魚子醬零售渠道銷量為9.7噸，預計將在2030年達到22.8噸，同期複合年增長率為18.7%。

## 行業概覽

中國魚子醬行業消費量，按銷售渠道劃分，2020–2030年預計



資料來源：聯合國糧食及農業組織，歐洲漁業和水產養殖市場觀察站，歐洲水產養殖生產者聯合會，瀕危野生動植物種國際貿易公約，中國海關總署，灼識諮詢報告

### 市場驅動因素

整體而言，行業發展受到供給提升、需求釋放、渠道多元化、產品創新與政策助推等多重因素驅動。

- **鱈魚人工養殖體系日趨成熟**：隨著養殖技術與遺傳育種不斷進步，魚子醬原料供應已完全擺脫對野生資源的依賴。中國、意大利等國已構建起較為完善的規模化養殖體系，完備的供應不僅提高了生產效率，也顯著提升了卵粒品質與供貨穩定性。例如，中國的魚子醬產量已從2020年的133噸增加至2025年的約437噸，到2030年有望增至約898噸。先進的供應體系為行業可持續擴張奠定堅實基礎。
- **需求釋放推動增長**：(i)從地域而言，在成熟市場，魚子醬消費文化穩固；在中國、日本等新興魚子醬消費市場，魚子醬文化仍在快速發展；(ii)在B端，隨著價格逐漸合理化，魚子醬消費通過餐飲、宴會等高端用餐場景持續擴容。中國餐飲領域的魚子醬消費於過去五年增長了近六倍。在C端，魚子醬需求隨著新中產群體對精緻生活品質的追求不斷提高的同時，頭部企業通過推廣創意魚子醬餐飲，將目標消費者逐步拓展至以Z世代為代表的「體驗型」消費群體，從而推動魚子醬消費的強勁增長。以中國的中產階級為例，人口規模從2020年的144.6百萬人增至2025年的329.4百萬人，其魚子醬消費量則從2020年的人均0.07克增至2025年的人均0.23克，預計到2030年有望達到人均0.37克。

## 行業概覽

- **產品創新激發購買意願：**為滿足不同人群、口味與消費場景需求，魚子醬產品呈現出周邊化、融合化發展趨勢。例如魚子醬護膚品、魚子醬冰淇淋、魚子醬月餅、魚子醬巧克力等創新產品層出不窮，拉近魚子醬和大眾消費的距離，有效激發購買意願，拓展更多消費空間，培養魚子醬消費文化。以零售銷售額計，全球及中國的其他魚子醬相關產品市場規模分別由2020年的人民幣26億元及人民幣7億元增長至2025年的人民幣147億元及人民幣45億元，複合年增長率分別為41.6%及46.8%。預計2030年的市場規模將分別攀升至人民幣261億元及人民幣91億元，即2025年至2030年的複合年增長率分別為12.2%及15.0%。
- **政策扶持強化產業發展：**近年來，國家層面陸續出台支持鄉村振興、現代漁業、冷鏈物流與農產品精加工的相關政策，為魚子醬行業在養殖產地建設、加工能力提升、品牌出海等方面提供政策利好。中國《鄉村全面振興規劃(2024—2027年)》強調加快發展現代農業、加強農業基礎設施建設、強化農業科技。農業農村部於2025年提出加快推進設施化水產養殖發展，並於2026年提出推動漁業高質量發展，包括透過運用相關技術與裝備，提升養殖水產品的供給能力與質量。

### 未來趨勢

未來發展將聚焦於消費群體拓寬及消費場景升級、科技賦能、可持續治理與全球市場重塑等方向。

- **中國品牌加速走向全球高端市場：**中國正逐步完成從「代工出口」向「自主品牌出海」的結構性轉型。中國魚子醬企業正通過技術升級和品牌建設與國際渠道整合，積極開拓歐美、日本、中東等高端市場。
- **創新魚子醬消費體驗拓展消費群體、重構消費場景：**該理念打破魚子醬與大眾消費者的壁壘，拓寬消費人群，由傳統的高淨值人群延伸至新中產、年輕消費者及體驗消費用戶。尤其是Z世代，消費意願強烈且具備相應的消費實力。此外，魚子醬的不斷創新，也重構了消費場景。例如以魚子醬壽司、魚子醬烤鴨拓展了日料、中餐創意菜的使用場景。在持續創新和世代更迭的驅動下，未來魚子醬消費將在多群體多消費場景的趨勢下持續增長。
- **人工智能與數字化重塑產業鏈效率：**以智能養殖為代表的新技术，正在加速滲透魚子醬全產業鏈。從鱈魚種質選育、水質環境監控、自動投餵、自動增氧、自動排水、取卵成熟預測、卵粒自動分級、冷鏈追溯等關鍵環節，數智技術將提升鱈魚養殖效率與養殖質量穩定性。AI數字化供應鏈將驅動行業降本增效、提質升級。

## 行業概覽

- 可持續發展成為品牌競爭力：魚子醬行業日益重視生態養殖、水資源節約與動物福利。CITES、水產養殖管理委員會(ASC)等國際認證，以及ESG信息披露機制，正在成為進入高端市場的「准入門檻」。具備綠色標籤、可追溯體系以及能夠傳遞可持續發展價值觀的品牌，將在不斷變化的全球格局中持續提升消費者信任度和市場競爭力。

### 競爭格局

全球魚子醬行業前五企業的銷量市佔約57.7%。以2025年銷量計，本公司是全球最大的魚子醬企業，2025年魚子醬銷量佔全球份額36.1%，且2021–2025年連續五年魚子醬銷量佔全球份額30%以上，並於2015–2025年連續11年銷量全球排名第一。

### 排名

全球魚子醬行業前五企業，按2025年銷量計

排名	公司	2025年魚子醬銷量(噸)	佔全球魚子醬銷量市場份額，2025年(%)	總部
1	本公司 . . . . .	292	36.1%	中國
2	公司A . . . . .	~65	~8.0%	中國
3	公司B . . . . .	~50	~6.2%	波蘭
4	公司C . . . . .	~35	~4.3%	意大利
5	公司D . . . . .	~25	~3.1%	法國
	前五企業 . . . . .	~467	~57.7%	
	總計 . . . . .	<b>808</b>	<b>100%</b>	

資料來源：灼識諮詢報告

附註：公司A是一間於2006年在中國四川省成立的非上市公司，其魚子醬產品主要涵蓋達氏鯉魚子醬、俄羅斯鱒魚子醬、雜交鱒魚子醬、施氏鱒魚子醬和西伯利亞鱒魚子醬。

公司B是一間於2014年在波蘭成立的非上市公司，其魚子醬產品主要涵蓋西伯利亞鱒魚子醬和俄羅斯鱒魚子醬。

公司C是一間位於意大利的非上市公司，於1992年首次生產魚子醬，其產品主要涵蓋白鱒魚子醬和歐洲鯉魚子醬。

公司D是一間位於法國的非上市公司，於20世紀90年代建立了自有的鱒魚養殖基地，其魚子醬產品主要涵蓋西伯利亞鱒魚子醬和俄羅斯鱒魚子醬。

### 關鍵成功因素及進入壁壘

鱒魚及魚子醬產業典型特點為長週期、高壁壘及重技術，企業需同時打破技術、環境、資本密度、產品品質、法規遵守及全價值鏈整合等多重壁壘。

## 行業概覽

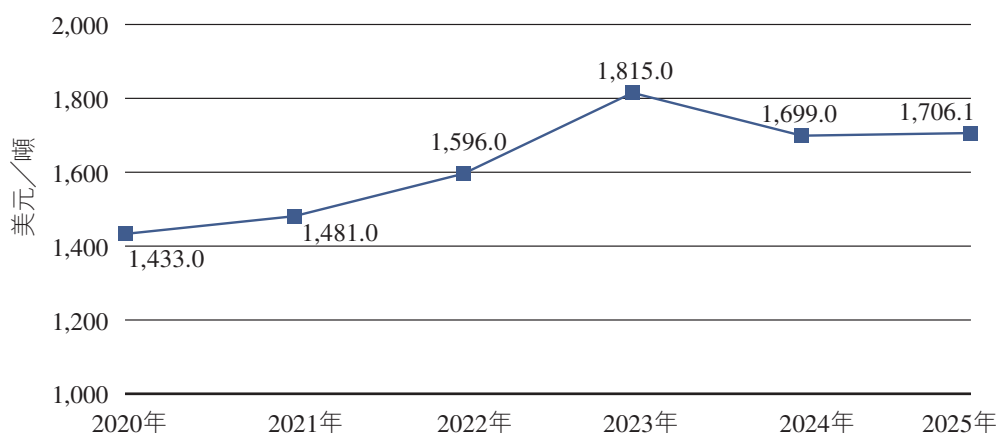
- **技術壁壘：**鱘魚育種選育、生態健康養殖和魚子醬加工等環節都有極高的技術要求和長期研發投入。鱘魚為多倍體物種，種質改良難度極大，需結合傳統家系選育與現代分子標記輔助育種技術，週期長、投入大。目前國內僅少數科研機構與龍頭企業掌握穩定的遺傳育種體系。此外，低齡鱘魚性別鑒定及分群不僅可減少餌料浪費及養殖空間佔用，還能提前優化生產及現金流。
- **養殖環境壁壘：**鱘魚養殖存在明顯的地域依賴性，對水域、氣候等生態環境的要求十分嚴格，養殖環境的水溫、水質、水量和氣溫等直接影響鱘魚的成活率以及生長速度。鱘魚屬於冷水性魚類，鱘魚的最適生長水溫為18°C至25°C。此外，鱘魚對水質要求極高，水體質量會影響到魚子醬的口感、粒徑以及品質。因此，企業必須嚴格測試水溫、溶氧、流速、水體交換量等指標，以嚴選出最符合鱘魚生長條件的優質養殖環境資源。
- **養殖週期長及資金門檻高的壁壘：**鱘魚為典型「長週期」水產物種，從苗種至可用於魚子醬加工的成熟雌魚，通常需7-15年不等。這意味著企業必須提前多年完成原料梯隊佈局，持續投入資金、餌料、管理資源，承擔極高的時間成本與資金壓力。
- **產品質量壁壘：**作為價格昂貴的消費品，產品質量是消費者關注的核心要點。若缺乏持續提供高品質產品的能力，品牌將難以在市場立足。同時，作為出口導向型產品，魚子醬亦必須遵守嚴格的進出口規定，並取得BRC、IFS、HACCP等國際認證，同時符合歐美市場所要求的完整溯源體系。
- **政策合規與經營資質壁壘：**鱘魚被列入《瀕危野生動植物種國際貿易公約》(CITES)附錄二，其商業化開發和出口貿易受到嚴格配額與審批監管。另外，在中國從事鱘魚製品出口，還要符合《野生動物保護法》等本國法律規定，企業在出口前，還需通過國家瀕危物種科學委員會論證審批，並在CITES秘書處完成註冊備案。只有在具備合法種源、優質養殖環境、穩定技術體系與合規經營資質的前提下，才可獲批從事國際貿易。這一系列制度門檻，使得具備出口資質的企業數量極為有限。
- **全產業鏈能力壁壘：**全面掌握各環節需要大量時間與資金投入，以及跨領域專業知識，包括水產養殖專業技術與運營管理能力。實現全價值鏈垂直整合的企業，將更具備維持長期競爭力的優勢地位。

## 成本分析

餌料是鱘魚養殖的主要成本，魚粉為餌料的主要原材料。2020年價格為1,433.0美元／噸，2025年價格為1,706.1美元／噸，預計在可見的未來保持相對穩定。

## 行業概覽

全球魚粉價格，2020–2025年



資料來源：世界銀行

### 行業資料的來源

我們聘請獨立市場研究顧問灼識諮詢對全球魚子醬市場進行分析並編製報告，以用於本文件，該報告乃受我們委託，費用為人民幣700,000元。灼識諮詢根據政府機構及非政府組織發佈的數據以及其一手及二手研究編製報告。灼識諮詢使用不同資源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及具領先地位的行業參與者進行訪談。二手研究涉及對多個可公開查閱的數據來源（如中國海關和世界銀行）的數據進行分析。

灼識諮詢報告所載的預測及假設在本質上存在不確定性，因為無法合理預見的事件或事件組合，包括（但不限於）政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行動。可能導致實際結果出現重大差異的具體因素包括（其中包括）全球魚子醬市場市場固有的風險、社會及經濟因素、供應風險、監管風險及環境問題、勞動風險、融資風險、不可抗力或不可預見的事件。除另有說明外，本節所載所有數據及預測均源自灼識諮詢報告。董事於作出合理審慎的考慮後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無出現可對該等資料構成重大限制、相抵觸或影響的重大不利變動。