

中国鲜果行业发展趋势研究与投资前景分析报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国鲜果行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202212/621261.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、我国鲜果产业五大环节及其整体功能网链结构

鲜果即为生鲜水果，是指未经烹调、制造等深加工过程的植物果实。鲜果产业作为传统产业，在我国市场已经存在多年，其产业链庞大，横跨一二三级产业，覆盖种植、采后处理、流通分销、终端零售及物流五大环节，且整个鲜果的供应链也是围绕鲜果核心企业，从种子、树苗开始，经过培育，长成幼果及成熟果实，最后由销售网络把鲜果送到消费者手中，将果苗供应商、生产商、分销商、零售商、物流直到消费者连成一个整体的功能网链结构。

资料来源：观研天下整理

2、“大健康”背景下国内鲜果零售市场规模增长

一般的鲜果通常都含丰富维生素，具有促进消化、降血压、排毒等作用。进入21世纪，在大健康背景下，国民健康意识的增强，人们更倾向于购买优质且原汁原味的鲜果，再加上近些年来国内健身减肥人群的增多，越来越多的人选择将鲜果当作自己的减脂食物之一，在此背景下，我国鲜果零售市场规模整体也得到增长。根据数据显示，2016年我国鲜果零售市场规模约为8682亿元，到2019年便增长至12645亿元，较上一年同比增长约为22.43%；2020年受到疫情影响其市场规模萎缩至11867亿元，同比增速也下滑至-6.15%；到2021年随着国内经济的复苏鲜果零售市场规模也回升至了13369亿元，较上一年同比增速约为12.66%。

资料来源：公开资料整理

3、品牌鲜果分销市场持续扩容且所占比重稳步提升

我国鲜果行业分销市场来看，近些年来其分销市场规模与零售市场规模变化情况一致。从2016年到2019年呈现稳步增长态势，到2020年受疫情影响鲜果分销市场规模下降至9493亿元，同比减少6.99%；随后2021年其又恢复至疫情前水平，增长至10717亿元，较2020年同比增长12.9%。

资料来源：公开资料整理

另外，近些年来，在国内持续的消费升级大趋势下，国民对于鲜果品质、新鲜度的需求越来越高，因此我国品牌鲜果分销市场的规模稳步增长，且其占鲜果分销市场总规模比重越来越高。据统计，按自有品牌产品的销售收入测算，从2017年到2021年我国品牌鲜果市场规模从1341亿元左右增长至3687亿元左右，复合年增长率高达28.8%，其占鲜果分销市场总规模比重也从2017年的18%增长至34.4%。

资料来源：公开资料整理

4、鲜果行业新型零售渠道日益挤压传统零售渠道

我国鲜果零售市场销售渠道方面，目前国内鲜果行业仍旧是以传统零售渠道为主，但近五年来国内鲜果新型零售渠道市场占比逐渐扩大。根据数据显示，从2017年到2021年，我国鲜果传统零售渠道占总零售市场比重的从89.89%下降至69.5%；而新型零售渠道占总零售市场比重则从10.11%增长至39.50%。

资料来源：公开资料整理

鲜果行业传统零售渠道主要由生产商、各级各类分销商、零售商及消费者组成，多层级的分销模式更是导致了信息不对称、产品损耗率高、供应缺乏标准等。近些年来随着电子商务发展兴盛，大量传统生鲜水果企业逐渐升级转型为电商企业。在电子商务环境下，鲜果行业新型零售渠道逐渐形成，新零售生鲜水果企业依托互联网等新兴技术，在传统水果零售的业务模式上进行创新升级，并通过自建物流或第三方物流为消费者提供极速送货到家服务。在新型零售模式下市场信息不对称问题明显缓解，加上自建物流或第三方物流的助力产品损耗率高问题也得到明显改善，因此近些年来国内鲜果行业新型零售渠道占比逐渐提升，传统零售渠道占比则被不断挤压。

5、新零售鲜果企业商业模式多元且仍在不断创新

对比传统生鲜水果企业与新零售鲜果企业商业模式来看，传统生鲜水果企业商业模式单一，主要是从自建水果种植基地、果农或水果批发商处采购生鲜水果，然后在自营门店销售或通过物流配送至农贸市场、超市等渠道，最终消费者需自行前往线下实体店铺购买所需生鲜水果。而新零售生鲜水果企业是即依托互联网等新兴技术，在传统水果零售的业务模式上进行创新升级的企业，其商业模式更加多元，不仅有本地O2O模式，还有电商平台模式，而且本地O2O模式里面还分为自营APP模式和第三方O2O平台，电商平台模式中也还有众筹模式和自建网店自销模式。不仅如此，随着互联网及人工智能技术不断发展，国内新零售概念迅速兴起，拥有新零售概念的无人货架陆续面市，此背景下，新零售鲜果企业不断创新，推出了智能零售模式。

我国新零售鲜果企业主要商业模式

商业模式名称

内容

本地O2O模式

自营APP模式

即生鲜水果品牌企业搭建自营APP平台，顾客可通过APP进行下单，生鲜水果品牌企业统计订单数量后统一采购商品，再配送至直营自提点或顾客指定地址。

第三方O2O平台

即生鲜水果品牌企业入驻第三方网上购物商城后，顾客可在第三方网上购物商城进行下单，生鲜水果品牌企业统计订单后整合商品，由第三方平台向品牌企业进行产品采购并提供即时

配送服务。

电商平台模式

众筹模式

即企业通过在知名众筹平台（如淘宝众筹、京东众筹等）上发布筹款项目，提前向顾客募集资金，可预先了解产品市场潜力及需求，再根据募集金额及顾客需求量批量生产产品，以减少库存压力。

自建网店自销模式

即生鲜水果企业在知名平台上自建网店，如京东、淘宝、天猫、有赞等。生鲜水果企业需自行采购产品、处理订单、发货及提供售后服务。自建网店自销模式下，运营能力为企业竞争核心要素。

智能零售模式

部分生鲜水果品牌企业相继将生鲜水果投放至无人货架进行售卖，如百果园与七只考拉、好品、领蛙等无人货架公司进行合作，将生鲜水果投放至无人货架，目标群体为办公室白领。

资料来源：观研天下整理

6、新零售企业发展潜力大且高端品牌市场将持续扩大

总的来说，当前我国鲜果市场规模逐渐扩大，且在国民消费升级大趋势下，消费者对鲜果产品价格敏感度逐渐下降，对鲜果的新鲜度、产品品质及购买便利性的关注度不断升高，这也使得行业近些年来品牌鲜果分销市场快速增长且占分销市场总规模比重持续提升。而且，在电子商务迅速发展的背景下，大量传统生鲜水果企业逐步借助互联网渠道，相继发展线上销售业务，使得行业新型零售渠道日益挤压传统零售渠道。当前国内典型新零售鲜果企业的代表企业有洪九果品、百果园等。而且值得一提的是2022年9月，洪九果品（洪九果品是中国高速增长的多品牌鲜果集团，拥有“端到端”的供应链，在新型零售渠道早早便开始布局，其且有着直采、标准化加工及数字化供应链管控模式）成功在香港联合交易所主板挂牌上市，阿里为最大外部股东。从洪九果品营业收入来看，从2018年至2021年其营业收入便从12.3亿元增长至了102.8亿元，在2020年其营业收入同比增长更是高达177.72%。

资料来源：该公司公告

传统零售渠道上的企业其商业模式存在多级批发商周转的情况，在互联网迅速发展的背景下，传统生鲜水果企业的采购成本高、盈利空间难以保证、鲜果质量可控制度低等经营弊端愈加明显。相比之下，新零售鲜果企业构建了以消费者为中心的新型经营模式，且其商业模式更加多元，通过有效结合企业内部及外部资源，营销促销方式也更加多样，企业运营效率得以提升。因此当前愈来愈多企业开始寻求商业模式的升级转型，新零售鲜果市场赛道愈发火热。总的来说，综合上述行业新型零售渠道与传统零售渠道占比变化和传统生鲜水果企业与新零售鲜果企业商业模式对比以及主营高端进口水果和高品质国产水果的全产业链运营集团

洪九果品业绩来看，未来，在我国鲜果行业新零售企业发展潜力较大，且在国民愈发注重水果品质、购买便利性、产品性价比、水果品种选择等背景下，高端品牌鲜果市场需求将持续增长，其市场规模也将继续扩大。（LQM）

观研报告网发布的《中国鲜果行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国鲜果行业发展概述

第一节 鲜果行业发展情况概述

- 一、鲜果行业相关定义
- 二、鲜果特点分析
- 三、鲜果行业基本情况介绍
- 四、鲜果行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、鲜果行业需求主体分析

第二节 中国鲜果行业生命周期分析

一、鲜果行业生命周期理论概述

二、鲜果行业所属的生命周期分析

第三节 鲜果行业经济指标分析

一、鲜果行业的赢利性分析

二、鲜果行业的经济周期分析

三、鲜果行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球鲜果行业市场发展现状分析

第一节 全球鲜果行业发展历程回顾

第二节 全球鲜果行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲鲜果行业地区市场分析

一、亚洲鲜果行业市场现状分析

二、亚洲鲜果行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲鲜果行业市场前景分析

第四节 北美鲜果行业地区市场分析

一、北美鲜果行业市场现状分析

二、北美鲜果行业市场规模与市场需求分析

三、北美鲜果行业市场前景分析

第五节 欧洲鲜果行业地区市场分析

一、欧洲鲜果行业市场现状分析

二、欧洲鲜果行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲鲜果行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界鲜果行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球鲜果行业市场规模预测

第三章 中国鲜果行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对鲜果行业的影响分析

第三节 中国鲜果行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对鲜果行业的影响分析

第五节 中国鲜果行业产业社会环境分析

第四章 中国鲜果行业运行情况

第一节 中国鲜果行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国鲜果行业市场规模分析

一、影响中国鲜果行业市场规模的因素

二、中国鲜果行业市场规模

三、中国鲜果行业市场规模解析

第三节 中国鲜果行业供应情况分析

一、中国鲜果行业供应规模

二、中国鲜果行业供应特点

第四节 中国鲜果行业需求情况分析

一、中国鲜果行业需求规模

二、中国鲜果行业需求特点

第五节 中国鲜果行业供需平衡分析

第五章 中国鲜果行业产业链和细分市场分析

第一节 中国鲜果行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、鲜果行业产业链图解

第二节 中国鲜果行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对鲜果行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对鲜果行业的影响分析

第三节 我国鲜果行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国鲜果行业市场竞争分析

第一节 中国鲜果行业竞争现状分析

- 一、中国鲜果行业竞争格局分析
- 二、中国鲜果行业主要品牌分析
- 第二节 中国鲜果行业集中度分析
 - 一、中国鲜果行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国鲜果行业市场集中度分析
- 第三节 中国鲜果行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国鲜果行业模型分析

第一节 中国鲜果行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国鲜果行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国鲜果行业SWOT分析结论

第三节 中国鲜果行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国鲜果行业需求特点与动态分析

第一节 中国鲜果行业市场动态情况

第二节 中国鲜果行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 鲜果行业成本结构分析

第四节 鲜果行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国鲜果行业价格现状分析

第六节 中国鲜果行业平均价格走势预测

- 一、中国鲜果行业平均价格趋势分析
- 二、中国鲜果行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国鲜果行业所属行业运行数据监测

第一节 中国鲜果行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国鲜果行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国鲜果行业所属行业财务指标分析

- 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

第十章 2018-2022年中国鲜果行业区域市场现状分析

第一节 中国鲜果行业区域市场规模分析

- 一、影响鲜果行业区域市场分布的因素

二、中国鲜果行业区域市场分布

第二节 中国华东地区鲜果行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区鲜果行业市场分析

(1) 华东地区鲜果行业市场规模

(2) 华东地区鲜果行业市场现状

(3) 华东地区鲜果行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区鲜果行业市场分析

(1) 华中地区鲜果行业市场规模

(2) 华中地区鲜果行业市场现状

(3) 华中地区鲜果行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区鲜果行业市场分析

(1) 华南地区鲜果行业市场规模

(2) 华南地区鲜果行业市场现状

(3) 华南地区鲜果行业市场规模预测

第五节 华北地区鲜果行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区鲜果行业市场分析

(1) 华北地区鲜果行业市场规模

(2) 华北地区鲜果行业市场现状

(3) 华北地区鲜果行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区鲜果行业市场分析

(1) 东北地区鲜果行业市场规模

(2) 东北地区鲜果行业市场现状

(3) 东北地区鲜果行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区鲜果行业市场分析

(1) 西南地区鲜果行业市场规模

(2) 西南地区鲜果行业市场现状

(3) 西南地区鲜果行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区鲜果行业市场分析

(1) 西北地区鲜果行业市场规模

(2) 西北地区鲜果行业市场现状

(3) 西北地区鲜果行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国鲜果行业市场规模区域分布预测

第十一章 鲜果行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国鲜果行业发展前景分析与预测

第一节 中国鲜果行业未来发展前景分析

一、鲜果行业国内投资环境分析

二、中国鲜果行业市场机会分析

三、中国鲜果行业投资增速预测

第二节 中国鲜果行业未来发展趋势预测

第三节 中国鲜果行业规模发展预测

一、中国鲜果行业市场规模预测

二、中国鲜果行业市场规模增速预测

三、中国鲜果行业产值规模预测

四、中国鲜果行业产值增速预测

五、中国鲜果行业供需情况预测

第四节 中国鲜果行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国鲜果行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国鲜果行业进入壁垒分析

一、鲜果行业资金壁垒分析

二、鲜果行业技术壁垒分析

三、鲜果行业人才壁垒分析

四、鲜果行业品牌壁垒分析

五、鲜果行业其他壁垒分析

第二节 鲜果行业风险分析

一、鲜果行业宏观环境风险

二、鲜果行业技术风险

三、鲜果行业竞争风险

四、鲜果行业其他风险

第三节 中国鲜果行业存在的问题

第四节 中国鲜果行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国鲜果行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国鲜果行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国鲜果行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 鲜果行业营销策略分析

一、鲜果行业产品策略

二、鲜果行业定价策略

三、鲜果行业渠道策略

四、鲜果行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202212/621261.html>