

2018-2023年中国水果批发产业市场竞争态势调查 及产业市场竞争态势调查报告

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《2018-2023年中国水果批发产业市场竞争态势调查及产业市场竞争态势调查报告》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://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/301649301649.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、国内水果市场现状

1.1国内水果整体价格呈“涨—跌—涨”趋势，同比上涨

2017年上半年，国内水果市场运行主要受季节性因素影响，呈“涨—跌—涨”趋势。根据农业部批发市场价格监测数据，1月国内大宗水果平均批发价格为5.22元/kg，2月涨至5.4元/kg，3月回落至5.12元/kg，4月又回升至5.23元/kg，5月继续攀升至5.96元/kg，6月环比持平略降。在苹果和柑橘供给偏紧及其价格上行的背景下，2017年1—6月，水果整体价格高于2016年同期，除3月同比小幅下降外，其他月份均不同幅度上涨，4月同比涨幅更接近15%。但与2014年和2015年同期相比，水果价格仍较低。

图：我国水果产量结构对比图

图：2010-2015年国内水果总产量走势图

1.2国内水果分品种价格变化

2017年上半年，环比来看，大宗水果中富士苹果、鸭梨和香蕉价格相对稳定，均呈“涨—跌—涨”趋势，除个别月份外，价格波幅在±5%之内。此外，西瓜批发价格呈先升后降趋势，高点出现在2月，6月由于各主产区迎来新一轮上市高峰，且上市时间重叠，西瓜市场供给短时间内明显增加，加上南方持续降雨，使得西瓜销售受到影响，价格迅速下跌，环比跌幅接近25%；葡萄价格总体呈上涨趋势，其中5月涨幅接近40%，主要原因是4—5月处于葡萄市场青黄不接时期，市场供应较少；柑橘由于库存不断消耗，价格持续上涨，2月和4月环比涨幅较大，分别上涨15%和13.5%。

同比来看，主要受供求关系影响，柑橘、西瓜、草莓、富士苹果价格均出现不同程度上涨。其中，柑橘价格除1月涨幅为15%外，其余月份涨幅均接近或超过30%；西瓜价格除4月低于2016年同期外，其余月份均显著上涨，1—2月涨幅大于30%；草莓价格除3月、6月低于2016年同期外，其余月份均上涨，1—2月涨幅超过10%；富士苹果价格1季度同比略降，2季度同比显著上涨。此外，梨、葡萄、香蕉等价格表现为不同程度下降。其中，2016年梨丰产增产，库存增加，2017年1—6月鸭梨价格均显著下降，除5月降幅为3.0%外，其余月份同比降幅均在10%以上；葡萄价格1—2月降幅大于30%，5月降幅收窄至3.4%，6月同比下降6.3%；香蕉由于天气条件良好，市场供给整体充足，加之部分产区出现跳把、水烂等现象，影响香蕉整体质量，1—4月价格同比均不同程度下降，3月同比降幅接近10%，5—6月出现季节性上涨。

二、水果市场发展的新趋向

2.1消费者日益注重品质和质量安全

随着生活水平提高、膳食结构改善、消费观念改变，人们对膳食营养和食品安全的重视程度不断提高。作为重要的健康食品，水果越来越受消费者重视，食用品质、质量安全状况成为水果消费的重要影响因素。绿色农产品、无公害农产品、有机农产品、中国地理标志产品（即“三品一标”农产品）等逐渐受到消费者青睐，果品不同等级的差价也逐渐拉大。

2.2新型营销方式快速介入

过去水果销售主要依赖批发市场、集贸市场和超市等传统业态，近两年随着农产品电子商务的快速发展，各种形式的线上水果交易模式不断发展，水果连锁超市、农超对接、配送中心等不同营销方式也方兴未艾。这些新型营销方式的介入，减少了流通环节，促进了边远地区水果生产和广大区域消费的对接，提高了消费者，特别是县域、小城镇和农村消费者购买水果的便利性。新型营销方式除影响了水果消费方式外，也有利于推动水果消费量的增加。

。

2.3出口持续缩减，进口扩大

金融危机之后，我国水果及其制品出口受到显著影响。2007年我国水果及其制品净出口量曾达到332.3万t的最高值，出口额在2008年曾达到30.2亿美元，而2011—2013年每年净出口量均不足150万t，2014年更是降到不足50万t。除因为世界经济不景气、水果制品市场萎靡外，我国水果生产成本持续上涨，人民币也多处于升值状态，水果出口价格优势受到削弱，出口扩大受阻。另一方面，由于水果进口需求不断扩大，水果及其制品特别是鲜果进口量逐年扩大。2015年1季度，我国水果及其制品贸易持续逆差，果品出口态势不容乐观。

三、2020年中国水果市场走势判断

1水果产量增速预计放缓

与过去10年的高速发展相比，未来5年中国水果产业将由数量扩张型向质效提升型逐渐转变，产量增速预计放缓，生产结构逐步优化。在稳定面积的同时，调整区域布局、优化品种结构、提升产品品质成为生产环节升级改造的关键。

近年来水果产业转型升级态势已逐渐显现，推动不同熟期、品种、品质结构水果的生产，部分地区如山东和陕西苹果主产区加紧进行果园升级，改善树龄老化等问题。这一过程中预计水果产量增速放缓。预计2015—2020年水果产量年均增幅1.3%，显著低于2004—2013年6.2%的年均增幅。到2020年，全国水果总产量将比2013年增加9.2%，达到2.71亿t（图2），其中，园林水果产量预计达到1.73亿t，比2013年增加9.8%；瓜果类产量达到近1亿t，比2013年增加5.4%。受需求结构变化和不同水果的比较生产效益影响，大宗品种如苹果、柑橘属水果、梨、葡萄、香蕉、西瓜、甜瓜等，其熟期结构和内部品种结构将继续改善；小宗水果品种生产多样化水平将提高，特别是在水热资源较为丰富的南方地区，热带和亚热带水果仍保持较快发展速度，在总产量中的比例预计有所提高。

受水土资源的限制，我国水果面积持续扩大的潜力很小，未来一段时期我国水果产量的提高将主要依赖于单产的提高。2003—2014年我国园林水果单产年均增长4.8%，瓜果类单产年均增长1.7%。未来5年，降低生产成本、提高生产效率、提升产品品质成为水果生产的关键，单产增速也将放缓，到2020年，园林水果单产预计比2013年提高7.1%，达到13.6t/hm²，瓜果类单产比2013年提高3.1%，达到39.1t/hm²。品种结构优化、果园升级改造、水肥高效利用的水肥一体化技术、农业机械化应用、采后商品化处理技术、标准化和集约化经营模式是未来增产提质的重要技术措施和管理措施。

2消费需求持续增长

未来5年，人口持续增长和城镇化水平提高将推动水果消费总量增加。随着城乡居民收入水平的提高和消费观念的改变，水果消费需求和消费量仍呈持续增长趋势，城乡消费水平差距预计持续缩小。2020年人均水果消费量预计将达到92kg/人，其中城镇居民为105kg/人，农村居民为72kg/人。城镇居民水果消费主要体现在结构优化和品质提高，即“质”的提高，农村居民水果消费仍较多体现为“量”的增加。

2020年全国水果直接消费量预计达到1.3亿t，年均增速1.3%。

伴随消费量的小幅增长，水果消费的产品结构和区域结构在未来5年也将持续改变。一是消费者对水果品种结构和品质结构需求的改变。除苹果、柑橘、香蕉、梨等主流大宗水果外，消费者对热带和亚热带水果及地方特色水果品种的需求将继续增长，对安全、绿色、有机和品牌果品的消费需求持续扩大，需求结构愈加呈现多元化。二是生活水平提高推动果汁、果汁饮料、果酒、果醋等产品需求的较快增长，加工专用水果品种生产规模的扩大和果品深加工技术水平的提高也有助于提高水果加工率，展望期内预计加工消费量有较快增长。2020年水果加工消费量预计将达到0.29亿t，年均增速2.6%。三是消费需求区域结构的改变。

随着欠发达地区收入水平的提高，其水果消费需求也呈扩大趋势，如香蕉的消费区域已由传统的一线、二线城市逐渐向三线城市及边远地区扩展，现代流通方式的发展提高了不同区域水果的可得性，进而促进了消费。

3价格仍呈上涨趋势

未来5年水果价格预计仍将保持上行趋势。一是成本提高推动价格上涨。水果生产面积增长的约束加大、单产提高放缓、劳动力价格、土地租金和物质投入成本的提高都支撑水果价格继续上涨。水果为劳动密集型产品，人工成本占水果生产成本的比例约为50%，水果仓储期间的劳动力成本也占10%以上。中短期内，生产成本特别是劳动力成本的提高仍将是推动水果生产成本上涨的主要因素。二是质量品质提升推动价格上涨。随着果品市场的成熟和消费结构的细分化，优质优价将更为明显，将促进果品生产的标准化和果品质量的提高。生产的无公害化和有机化、采后商品化处理和冷链储运等是提高果品质量的主要环节，也往往以投入的增加或产量的降低为代价，相应推高市场价格。

另一方面，水果价格上涨幅度受供需整体平衡的约束。由于水果消费价格弹性高于粮食等其他农产品，并且不同水果品种之间以及蔬菜对水果都具有一定的替代性，水果价格涨幅过大将抑制其消费需求，由此对价格上涨形成牵制。同时，电商、农超对接、“直销”等新型经营模式和现代物流的快速发展，减少了水果销售的中间环节，降低了流通成本，在一定程度上抑制了价格的过高上涨。随着水果储运条件的逐渐改善和果品熟期结构的调整，过去10年水果价格的季节性波动已经有所减缓，未来5年这种变化仍将持续。但局部性结构失衡仍可能导致价格在短期内大幅波动。

4进出口贸易规模有望扩大

展望期内，中国水果及其制品仍具有较强出口优势，全面提升果品质量将推动水果出口扩大，国内进口水果消费市场的持续扩大也将推动水果进口量的增加。预计未来5年，水果及其制品贸易规模会有所扩大，不排除个别年份出现贸易逆差的可能。

提高竞争优势是推动中国水果及其制品出口的关键。水果是劳动密集型产业，展望期内，中国在水果生产上仍具有很强的优势。中国水果总产量为世界之首，但2014年园林类鲜果出口量不足总产量的2%，西瓜出口量不足产量的1%，这与中国水果生产大国的地位并不相符。如中国水果生产能全面提升果品整体质量和品牌，改变目前低价行销的贸易方式，水果出口将会显著扩大。扩大中国水果及其制品出口，关键在于提高果业竞争力，依靠优势区域、优良品种、科学管理提高水果质量，强化植物保护和植物检疫意识，加强水果认证和检验检疫，保证出口果品符合国际和进口国标准，争取更大的出口市场。从市场渠道来看，目

前中国水果出口主要集中在东盟、美国、日本、俄罗斯等国家和地区，金砖国家合作、东盟自贸区升级、中韩自贸区和中国澳大利亚自贸区推进及“一带一路”战略的推进落实，预计会给中国水果出口增长带来新的动力。

中短期内，水果进口增长仍具有较大潜力。随着人们生活水平和购买力的提高，中国消费者对果品品质和质量安全的要求持续提高，进口水果普遍质量稳定、标准化程度高，符合国内部分高端消费者的需求。随着国内水果生产成本和市场价格持续上涨，部分进口水果如香蕉、西瓜的价格优势提高，有利于进口量增加。由于进口水果普遍具有较高附加值，很多电商优先选择进口水果来争取其目标客户，电商的较快发展也将促进水果进口增加。从进口产品结构看，鲜果仍将是进口果品的主体，但果汁、罐头等制品的进口需求预计也会增加。随着中国与非洲、南美洲、大洋洲国家和新兴经济体贸易关系的加强，中国水果进口来源国将趋于分散，为国内水果进口的多元化提供了条件，也将在一定程度上促进水果进口。

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

【报告目录】

第一章 2018-2023年全球水果批发市场企业发展现状及预测分析

第一节 2017年全球水果批发市场企业发展现状分析

第二节 2017年全球水果批发市场企业政策及现状分析

第三节 2017年全球水果批发市场企业竞争格局分析

第四节 2017年全球水果批发市场企业主要优势企业经营情况

第五节 2018-2023年全球水果批发市场企业发展趋势分析

第二章 中国水果批发市场企业发展情况分析

第一节 中国水果批发市场企业发展分析

- 一、 2017年水果批发市场企业运行情况及特点分析
- 二、 2015-2017年水果批发市场企业投资情况分析
- 三、 中国水果批发市场企业产品结构分析
- 四、 中国水果批发市场企业与宏观经济相关性分析
- 五、 中国水果批发市场企业生命周期分析

第二节 中国企业区域发展分析

- 一、 企业重点区域分布特点及变化
- 二、 华北地区企业分析
- 三、 华东地区企业分析
- 四、 东北地区企业分析
- 五、 中南地区企业分析
- 六、 西部地区企业分析
- 七、 华南地区企业分析

第三章2018-2023年中国水果批发市场企业PEST（环境）分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

第四节 技术环境分析

第四章2017年中国水果批发市场市场供需调查分析

第一节 2017年中国水果批发市场市场供给分析

- 一、 产品市场供给
- 二、 价格供给
- 三、 渠道供给

第二节 2017年中国水果批发市场市场需求分析

- 一、 产品市场需求
- 二、 价格需求
- 三、 渠道需求
- 四、 购买需求

第三节 2017年中国水果批发市场市场特征分析

- 一、 2017年中国水果批发市场产品特征分析
- 二、 2017年中国水果批发市场价格特征分析
- 三、 2017年中国水果批发市场渠道特征
- 四、 2017年中国水果批发市场购买特征

第五章 2017年水果批发市场企业市场竞争格局分析

第一节 2017年中国水果批发市场企业集中度分析

第二节 2017年中国水果批发市场企业规模经济情况分析

第三节 2017年中国水果批发市场企业格局以及竞争态势分析

一、企业整体竞争格局及态势分析

二、区域市场竞争格局及态势分析

第四节 中国企业进入和退出壁垒分析

第五节 2017年中国水果批发市场企业主要优势企业竞争力综合评价

第六章 2017年水果批发市场企业主要竞争对手分析

第一节 北京天天乐水果批发配送中心

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节 沈阳果品集团公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节 广州江南果菜批发市场有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第四节 昆明金马正昌商贸有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第七章 2018-2023年中国水果批发市场企业上下游产业链发展情况及对企业的影响分析

第一节 2017年中国水果批发市场企业上游企业发展及影响分析

一、2017年中国水果批发市场企业上游企业运行现状分析

二、对本企业产生的影响分析

第二节2017年中国水果批发市场企业下游企业发展及影响分析

一、2017年中国水果批发市场企业下游企业运行现状分析

二、对本企业产生的影响分析

第三节 其他相关企业发展及影响分析

第八章 2018-2023年中国水果批发市场企业发展趋势预测

第一节 2018-2023年政策变化趋势预测

第二节2018-2023年供求趋势预测

一、供给预测（包括产业投资预测）

二、需求预测

三、凡奥企业咨询对水果批发市场企业2017年发展趋势展望

第三节2018-2023年进出口趋势预测

第四节2018-2023年技术发展趋势

第五节2018-2023年竞争趋势预测

第九章 2018-2023年水果批发市场企业投资潜力与价值分析

第一节 2018-2023年水果批发市场企业投资环境分析

第二节 2018-2023年水果批发市场企业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节2018-2023年我国水果批发市场企业投资潜力分析

第四节 2018-2023年我国水果批发市场企业前景展望分析

第五节 2018-2023年我国水果批发市场企业盈利能力预测

第十章2018-2023年水果批发市场企业投资风险预警

第一节 政策和体制风险

第二节 宏观经济波动风险

第三节 市场风险

第四节 技术风险

第五节 原材料压力风险分析

第六节 市场竞争风险

第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁

第八节 营销风险

第九节 相关企业风险

第十节 区域风险

第十一节 资金短缺风险

第十二节 经营风险分析

第十三节 管理风险分析

第十一章2018-2023年水果批发市场产业投资机会及投资策略分析

第一节2018-2023年水果批发市场企业区域投资机会

第二节2018-2023年水果批发市场企业主要产品投资机会

第三节2018-2023年水果批发市场企业出口市场投资机会

第四节 2018-2023年中国水果批发市场企业投资策略分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第十二章 企业观点综述及专家建议

第一节 企业观点综述

第二节 专家投资建议

图表目录：

图表 1 我国干鲜果批发市场地区分布

图表 2 2017年8月—2017年10月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 3 2015-2017年东北地区水果批发行业盈利能力对比图

图表 4 2015-2017年中南地区水果批发行业盈利能力对比图

图表 5 2015-2017年西部地区水果批发行业盈利能力对比图

图表 6 2015-2017年华南地区水果批发行业盈利能力对比图

图表 7 2015-2017年我国三产业增加值季度增长率 单位：%

图表 8 2017年8月—2017年10月工业增加值月度同比增长率（%）

图表 9 2017年8月—2017年10月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表 10 2017年1月部分水果价格

图表 11 2015-2017年我国水果行业产量及增长情况

图表 12 2015-2017年我国水果行业产量及增长对比

图表 13 近3年北京天天乐水果批发配送中心资产负债率变化情况

图表 14 近3年北京天天乐水果批发配送中心产权比率变化情况

图表 15 近3年北京天天乐水果批发配送中心已获利息倍数变化情况

图表 16 近3年北京天天乐水果批发配送中心固定资产周转次数情况

图表 17 近3年北京天天乐水果批发配送中心流动资产周转次数变化情况

图表 18 近3年北京天天乐水果批发配送中心总资产周转次数变化情况

图表 19 近3年北京天天乐水果批发配送中心销售毛利率变化情况

图表 20 近3年沈阳果品集团公司资产负债率变化情况

图表 21 近3年沈阳果品集团公司产权比率变化情况

图表 22 近3年沈阳果品集团公司固定资产周转次数情况

图表 23 近3年沈阳果品集团公司流动资产周转次数变化情况

图表 24 近3年沈阳果品集团公司总资产周转次数变化情况

图表 25 近3年沈阳果品集团公司销售毛利率变化情况

图表 26 近3年广州江南果菜批发市场有限责任公司资产负债率变化情况

更多图表详见正文 (GYGSLJP)

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/nongyehongzi/301649301649.html>