



# 中国水果市场展望

2015-2024

赵俊晔

中国农业科学院农业信息研究所

2015. 04. 21

2015 China Agricultural Outlook Conference



# 汇报内容 Contents

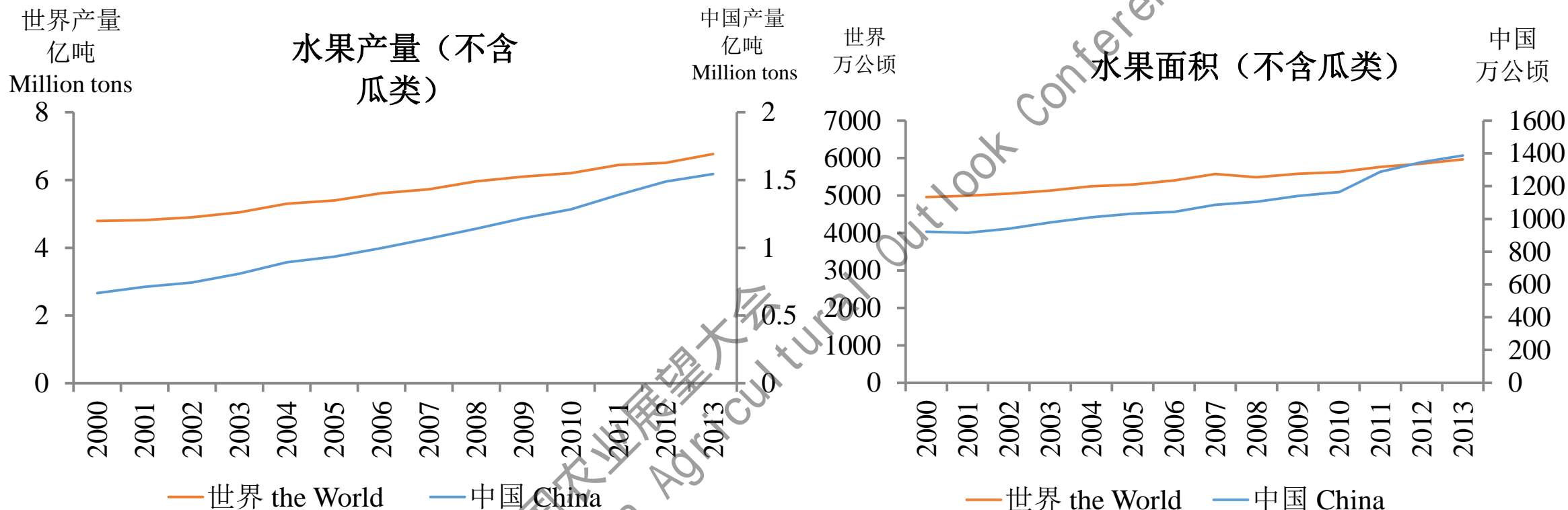


- 一 中国水果生产概况
- 二 当前水果市场形势
- 三 未来10年市场展望
- 四 水果市场不确定性

2015中国农业展览会  
2015 China Agricultural Exhibition Conference



# 中国是世界最大水果生产国

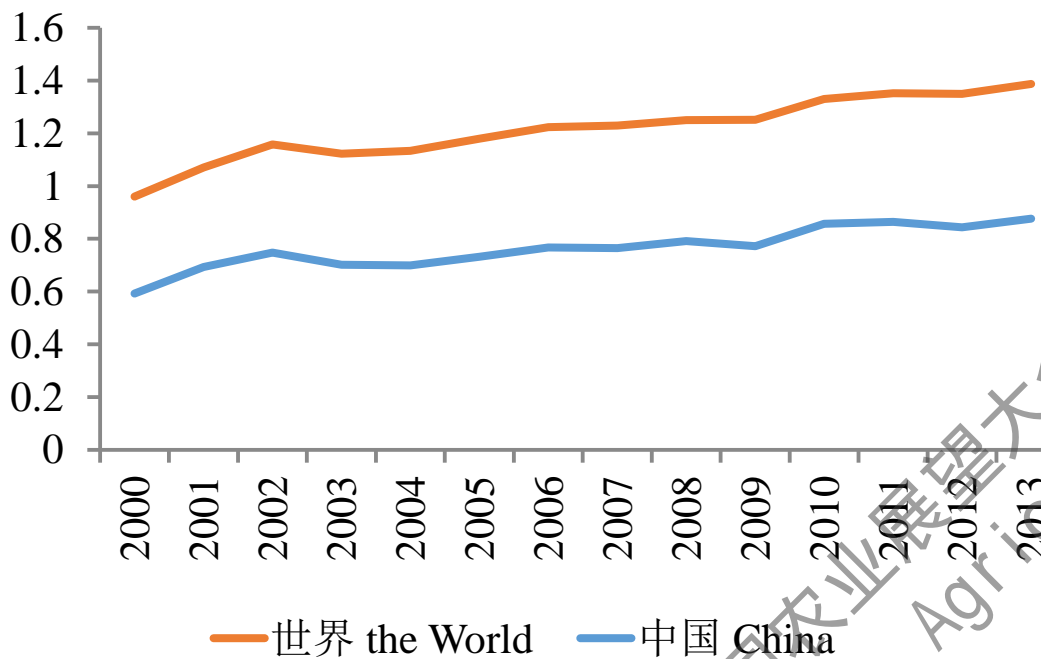


2000年至2013年中国水果产量（不含瓜类）在全球占比由13.8%提高到22.8%，面积占比由18.6%提高到23.3%。

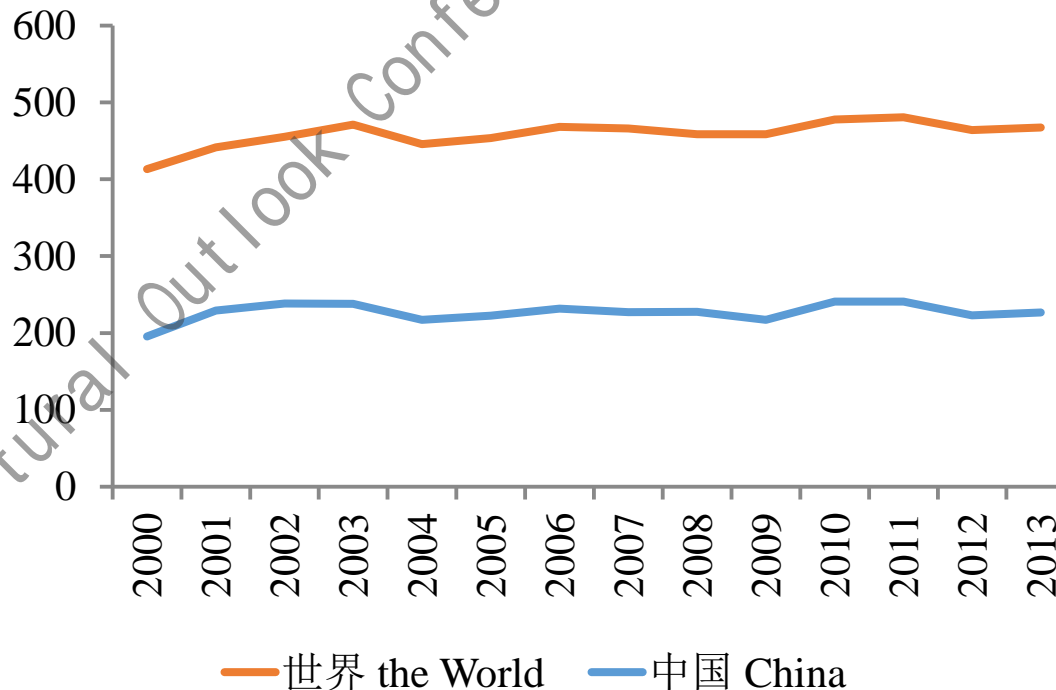
数据来源：FAO



亿吨  
Million tons  
西甜瓜产量



万公顷  
西甜瓜面积



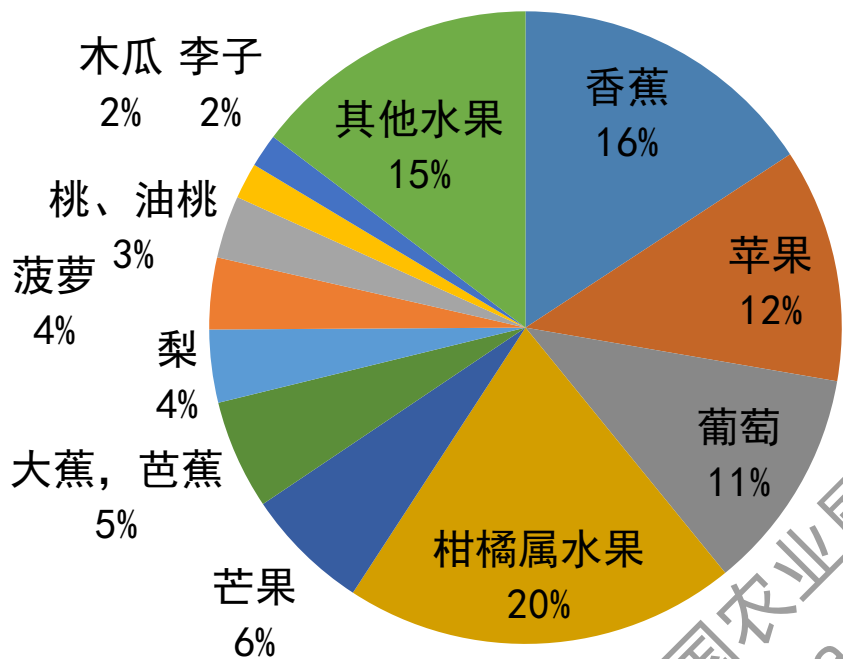
2000-2013年中国西甜瓜产量在全球占比由61.6%提高到63.1%，面积占比由47.3%提高到48.5%。

数据来源：FAO



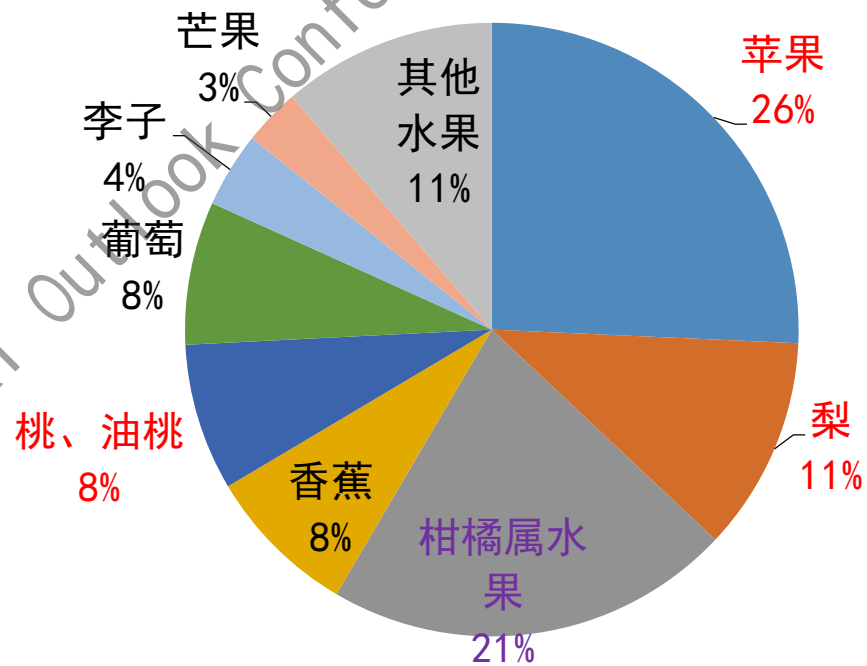
# 中国水果产量结构与世界存在差别

share of fruit production 产量比例



世界 THE WORLD

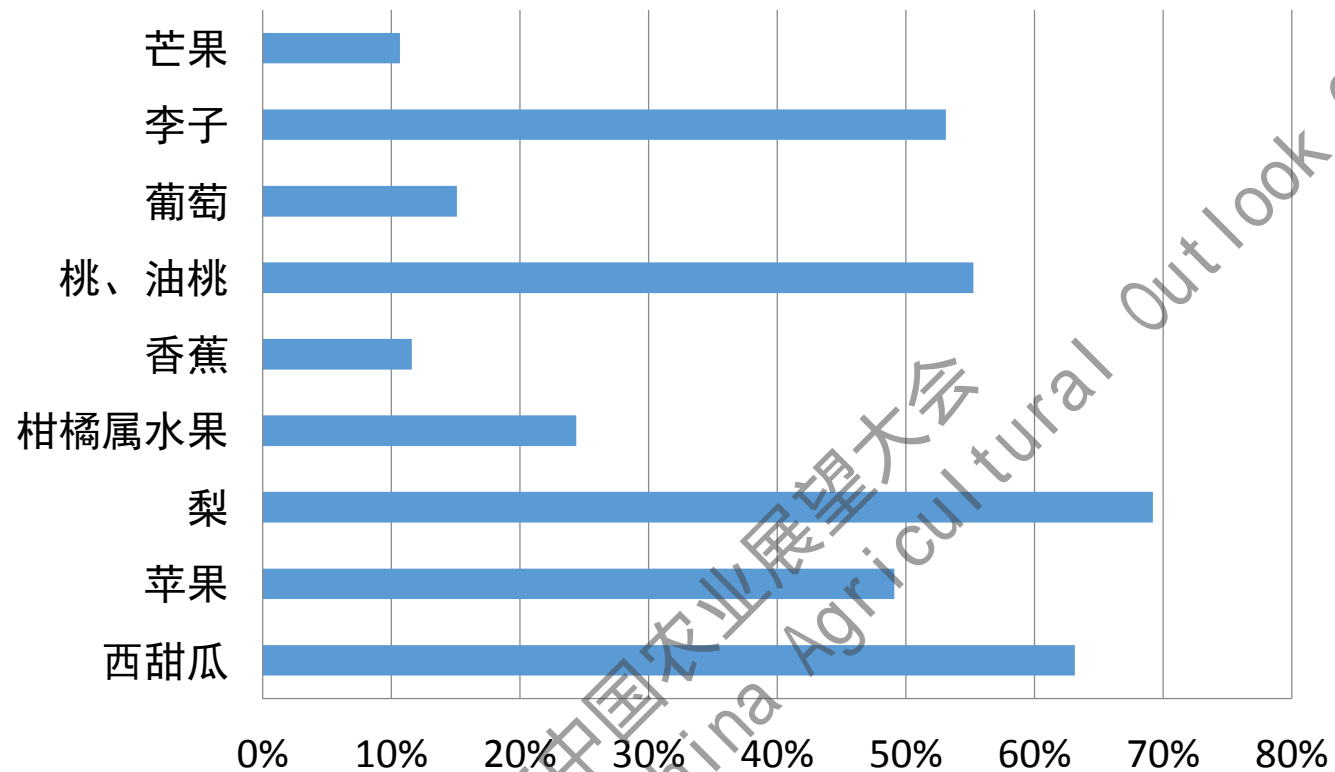
share of fruit production 产量比例



中国 CHINA



## China's share of the world

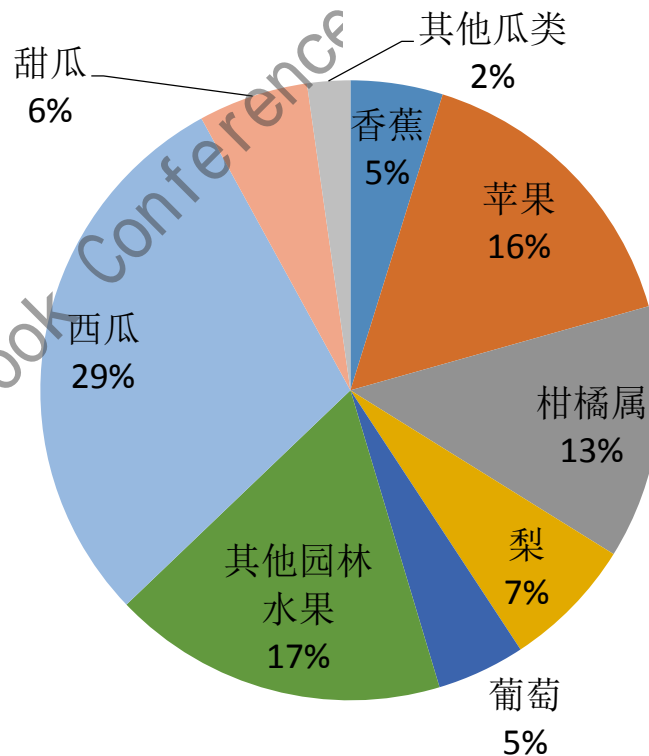
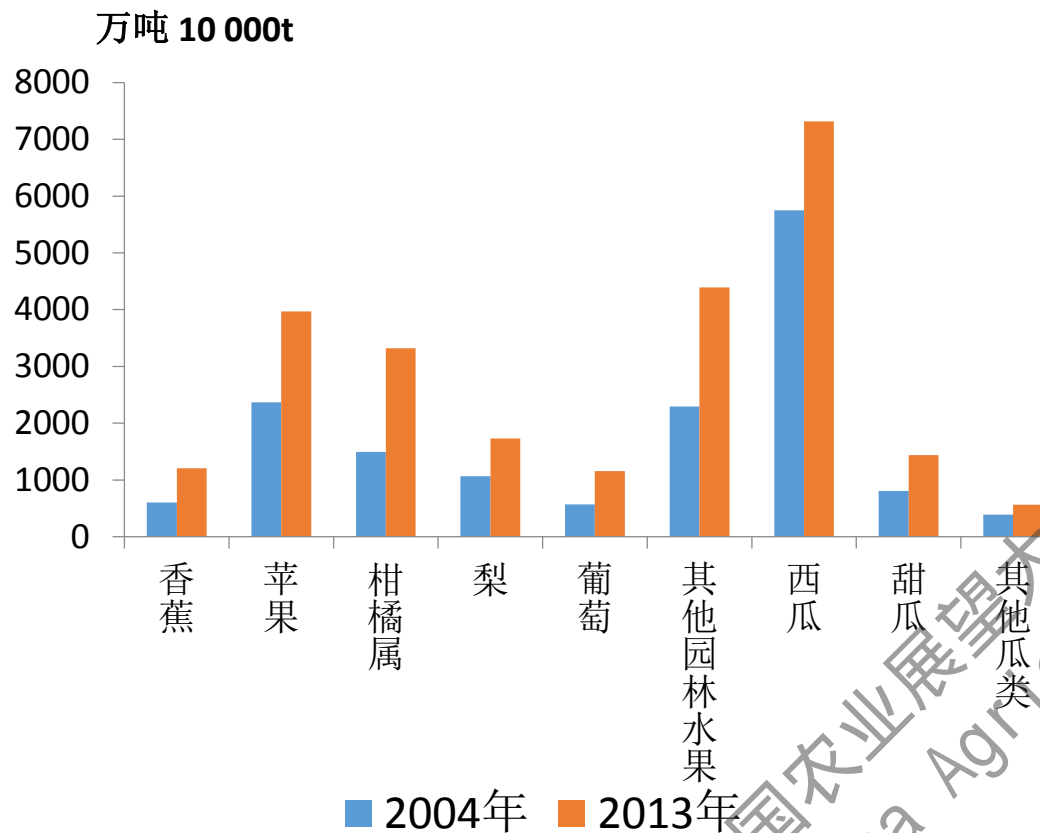


中国西甜瓜、苹果、梨、桃和油桃、李子等水果产量在世界占据较大份额。

热带和亚热带水果份额较小。



# 中国水果产量结构不断调整



中国水果产量结构

Fruit production structure in China (2013)

2004-2013年水果产量增长63.7%，其中园林水果产量增长87.9%，柑橘属水果、葡萄、香蕉等增长较快。瓜类水果产量增加34.2%，其中甜瓜产量增加78.6%。

数据来源：国家统计局



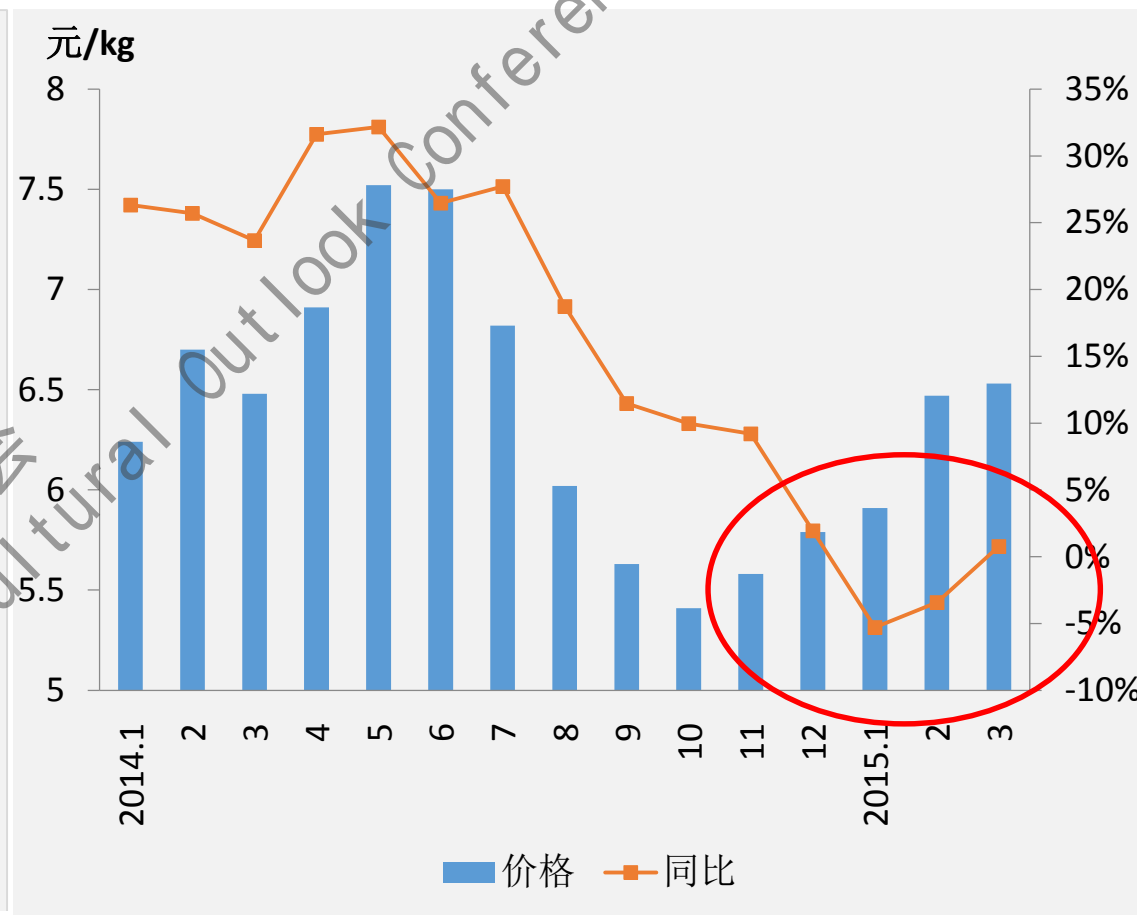
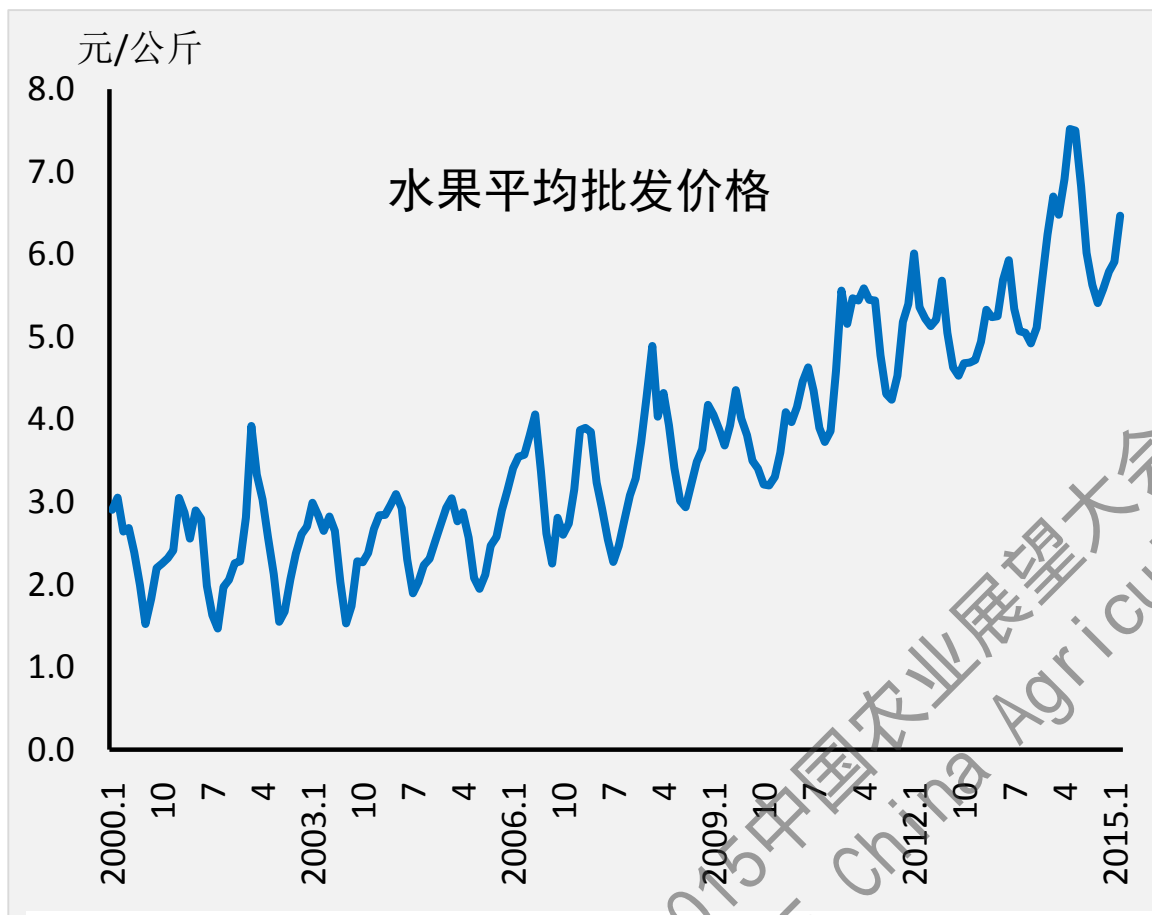
## 二 当前水果市场形势

2015中国农业展望大会  
2015 China Agricultural Outlook Conference

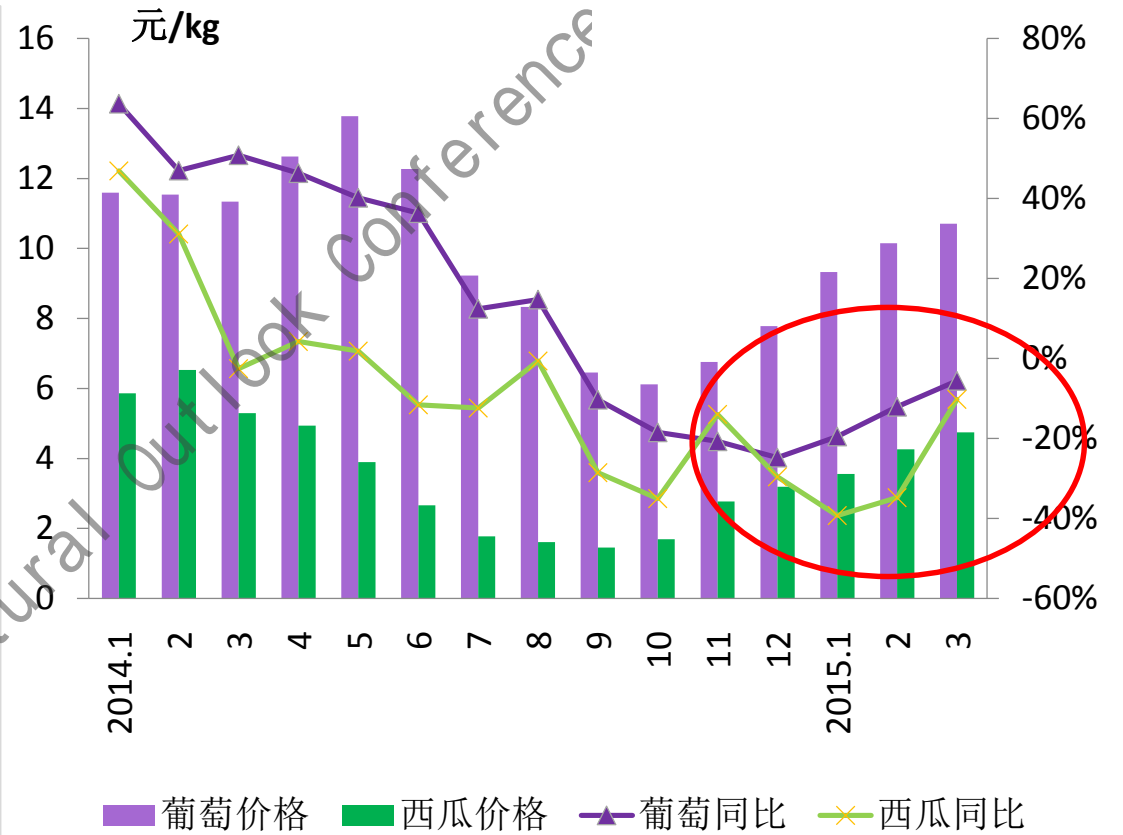
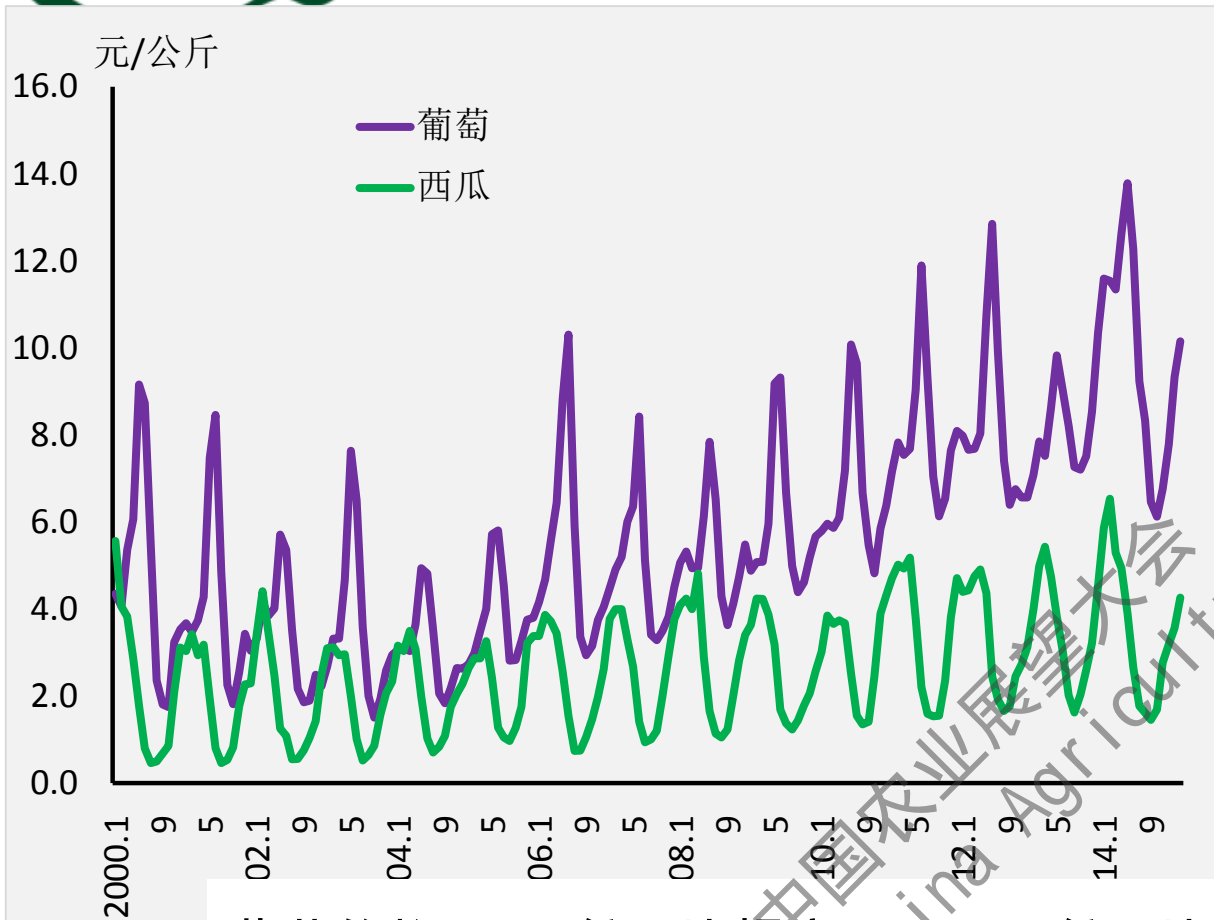




# 水果批发市场价格同比显著上涨



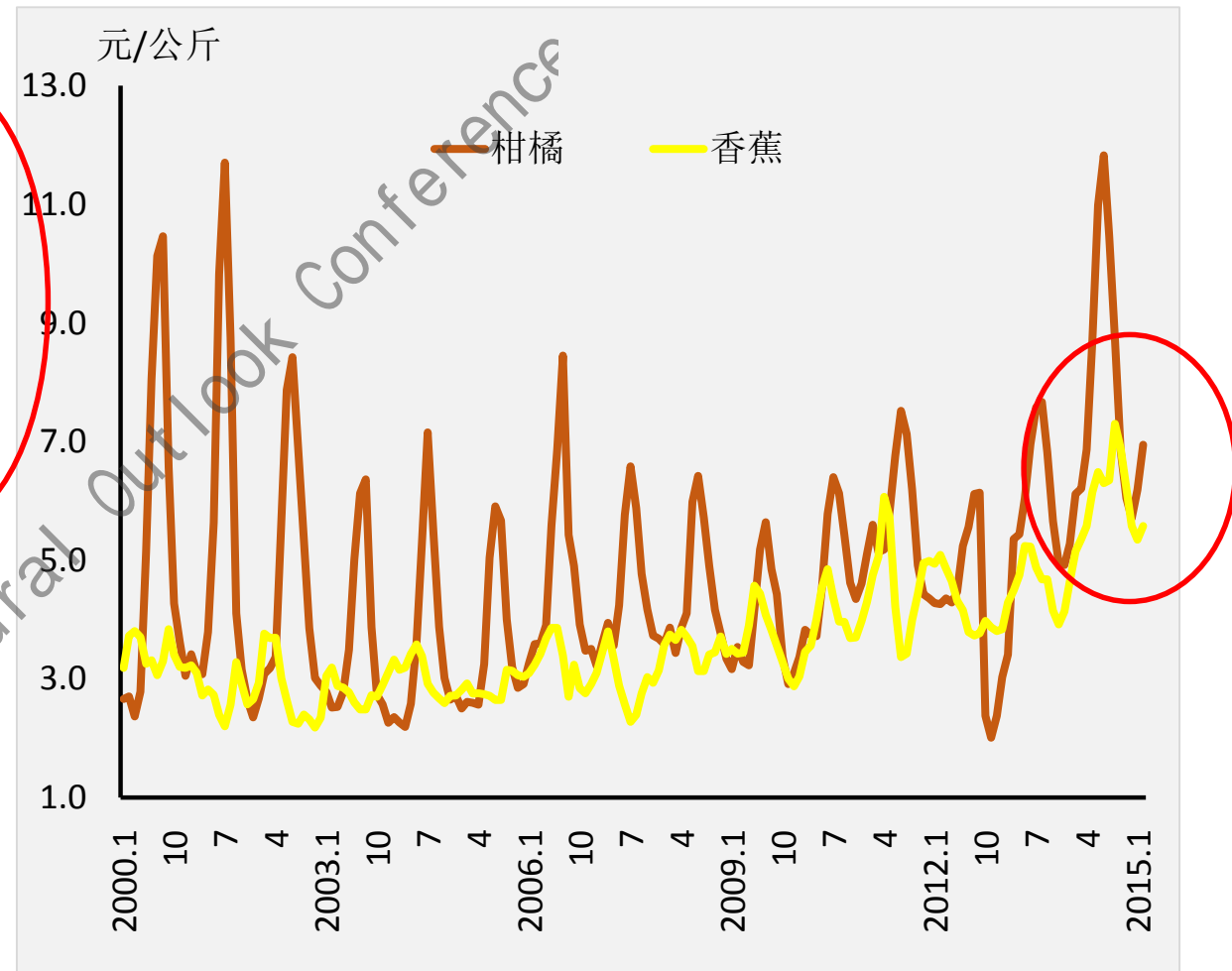
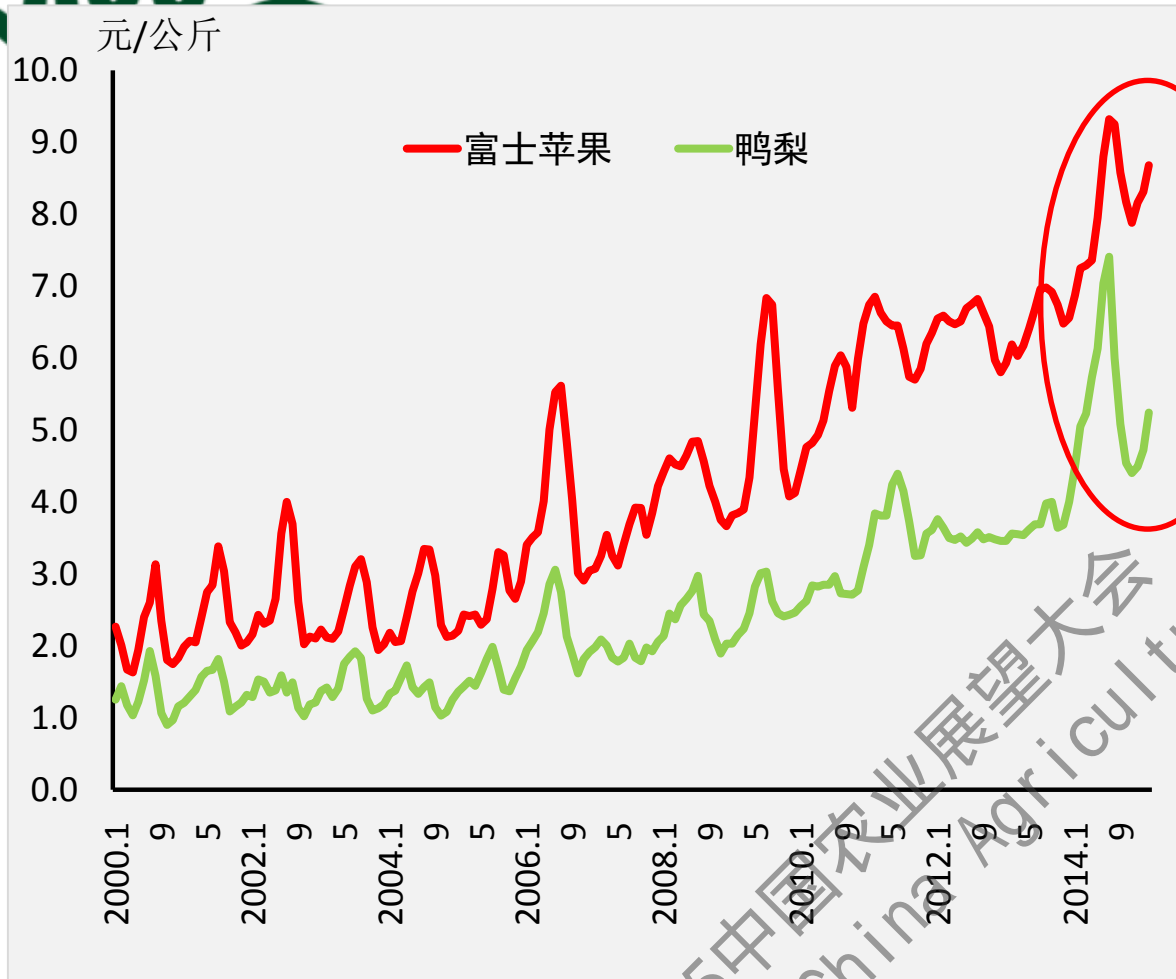
2014年水果价格整体前高后低，全年平均价格比2013年提高20.5%，仅第4季度价格涨幅低于10%。2015年第一季度价格同比持平或略降。



葡萄价格1-8月份同比提高, 9-12月份同比降低, 全年平均同比提高19.1%。

西瓜价格1-5月份同比提高, 6-12月份同比降低, 全年平均与2013年持平。

2015年第一季度价格同比降低。



2014年富士苹果、鸭梨、香蕉、柑橘价格同比分别涨24.1%、47.7%、32.7%和38.3%。

2015年第一季度，富士苹果、香蕉、柑橘价格同比显著提高，鸭梨价格持平略涨。



水果生产价格指数和消费价格指数提高，且高于其他产品。

2014年中国水果生产价格指数变化（当季值）

时期	水果	农产品
2014年第1季度	112.2	98.8
2014年第2季度	106.9	100.3
2014年第3季度	98.1	100.3
2014年第4季度	104.2	98.4

2014年中国居民消费价格指数(上年同月=100)

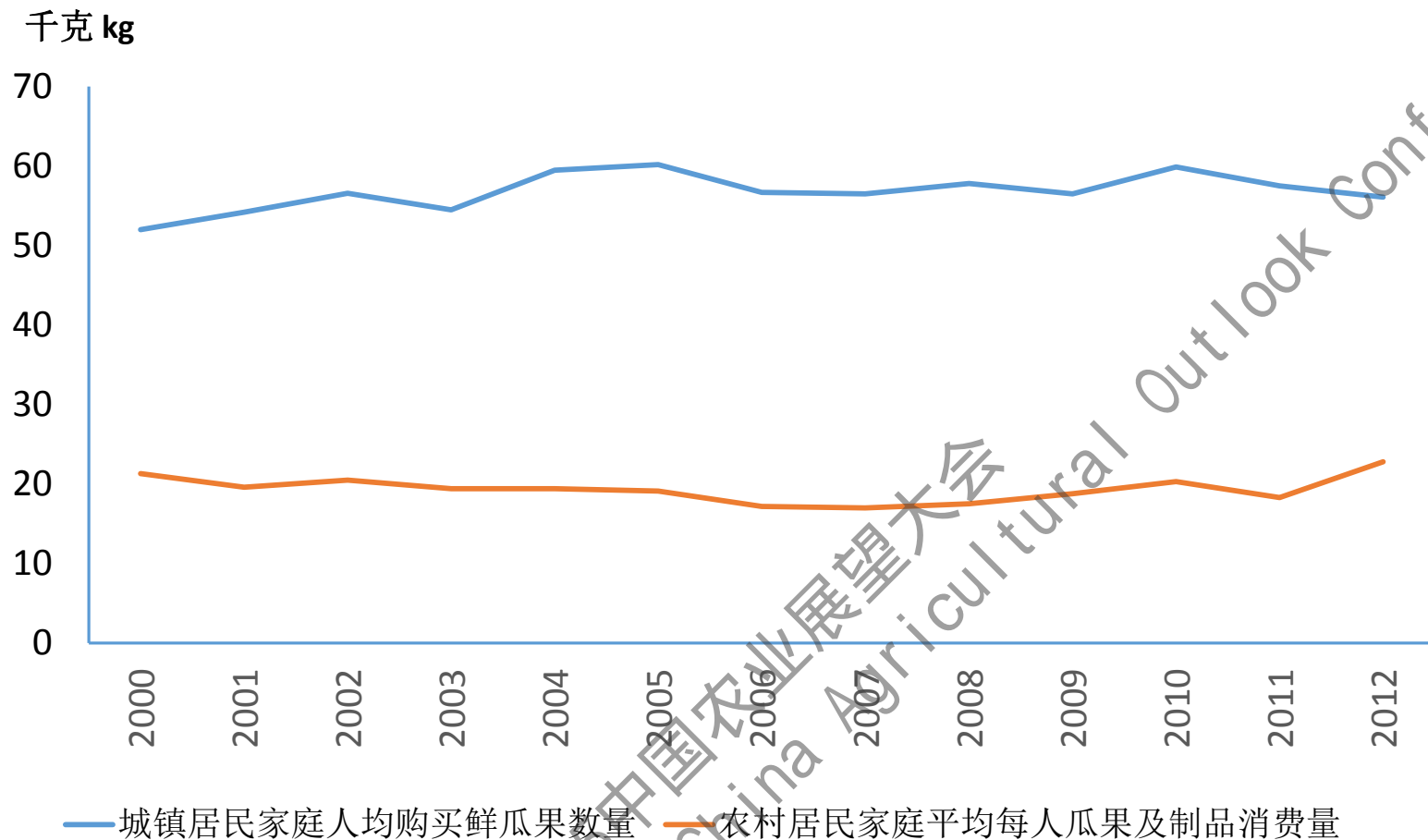
时期（月份）	食品类	鲜果类
1	103.7	123
2	102.7	119.7
3	104.1	117.3
4	102.3	118.6
5	104.1	120
6	103.7	119.8
7	103.6	120.1
8	103	121.2
9	102.3	116.7
10	102.5	115.2
11	102.3	114
12	102.9	110.4

数据来源：国家统计局

2015中国农业展望大会  
2015 China Agricultural Outlook Conference



# 居民家庭人均消费低位徘徊



56.1

《中国食物与营养发展纲要 2014-2020年》，2020年水果人均年消费量目标**60公斤**。

22.8

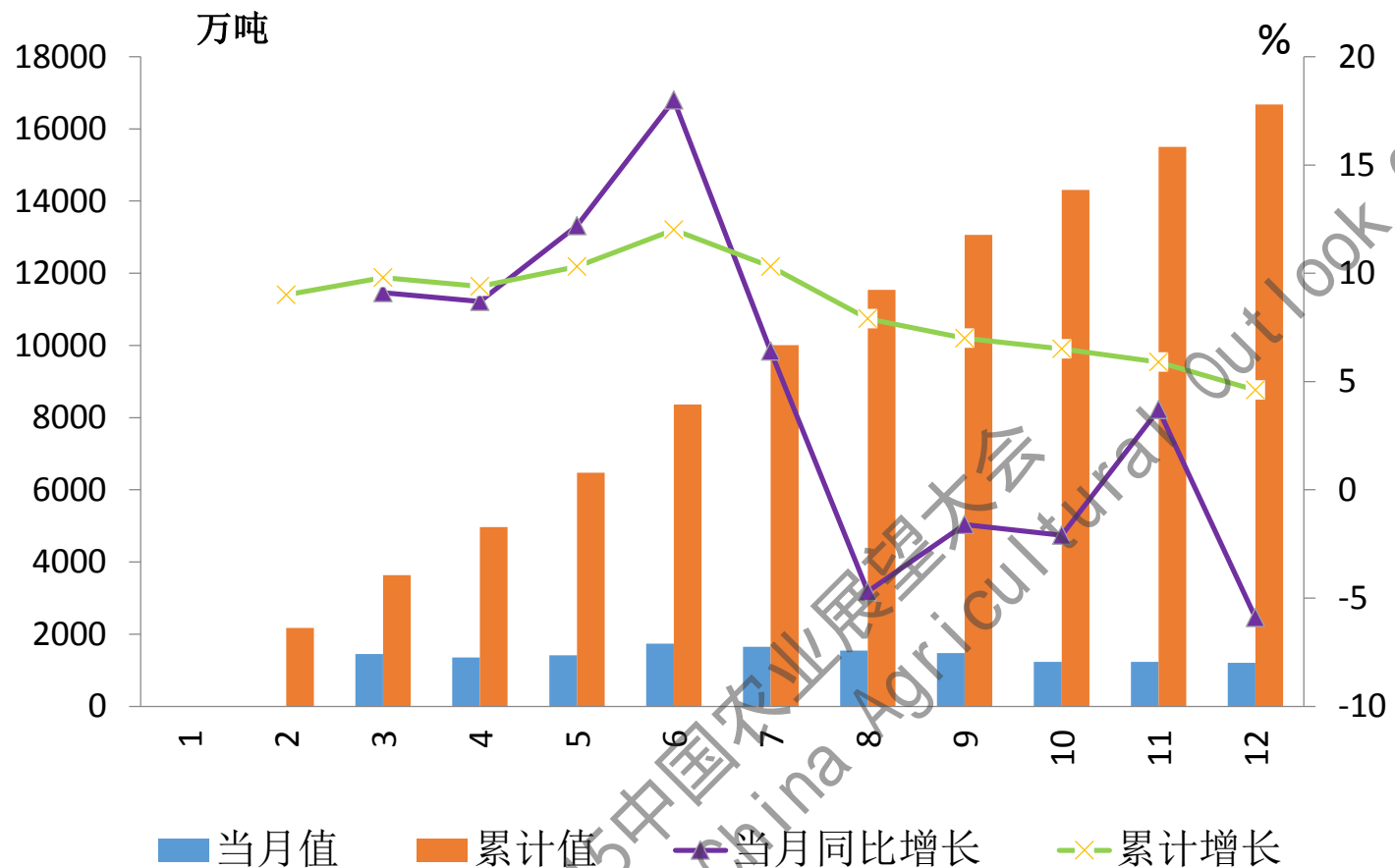
正在修订中的《中国居民膳食指南》推荐水果人均**日摄入量200-400克**（相当于年消费量**72-144公斤**）。

## 家庭人均水果消费量变化

Changes in household fruit consumption per capita



# 加工消费增速放缓



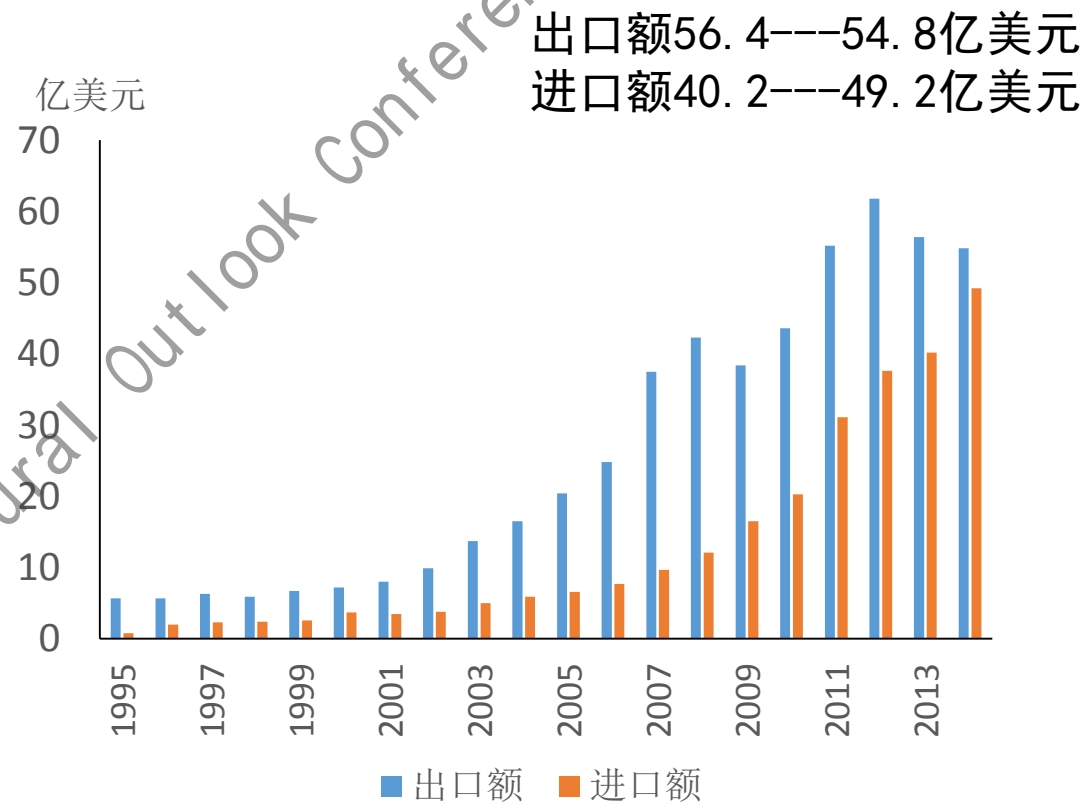
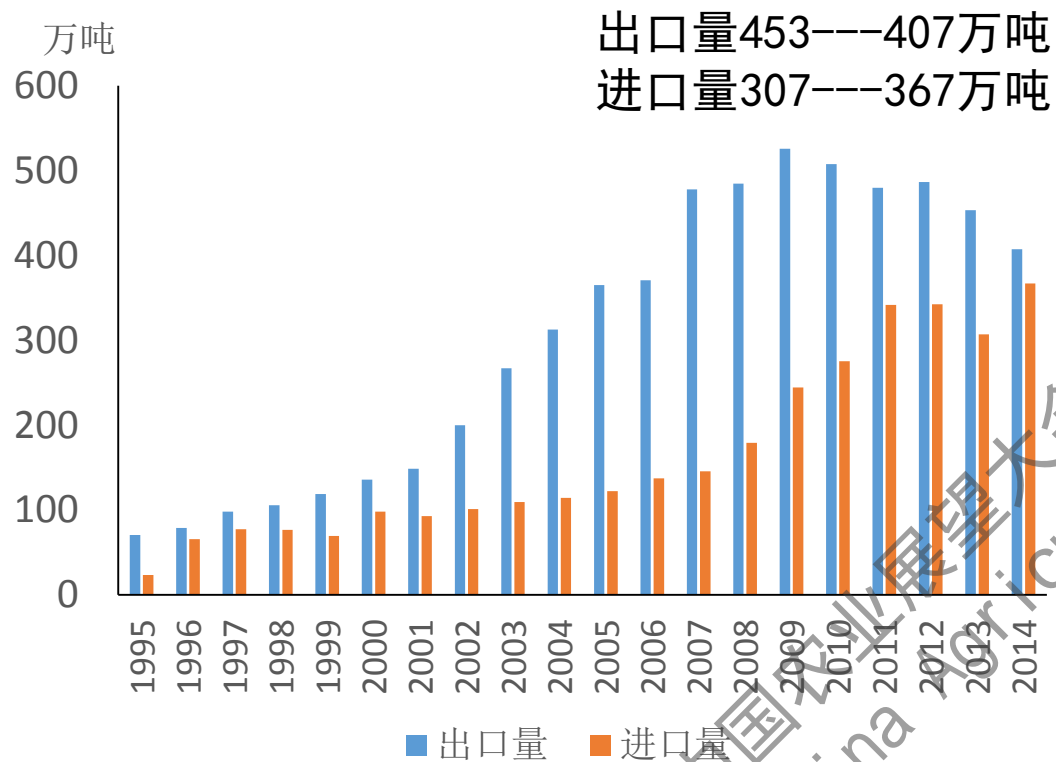
2014年全国软饮料产量1.67亿吨，同比增长11.72%，低于2013年14.6%的增幅。8-12月份产量同比减少。

全国软饮料产量2014

Soft drink production in China 2014



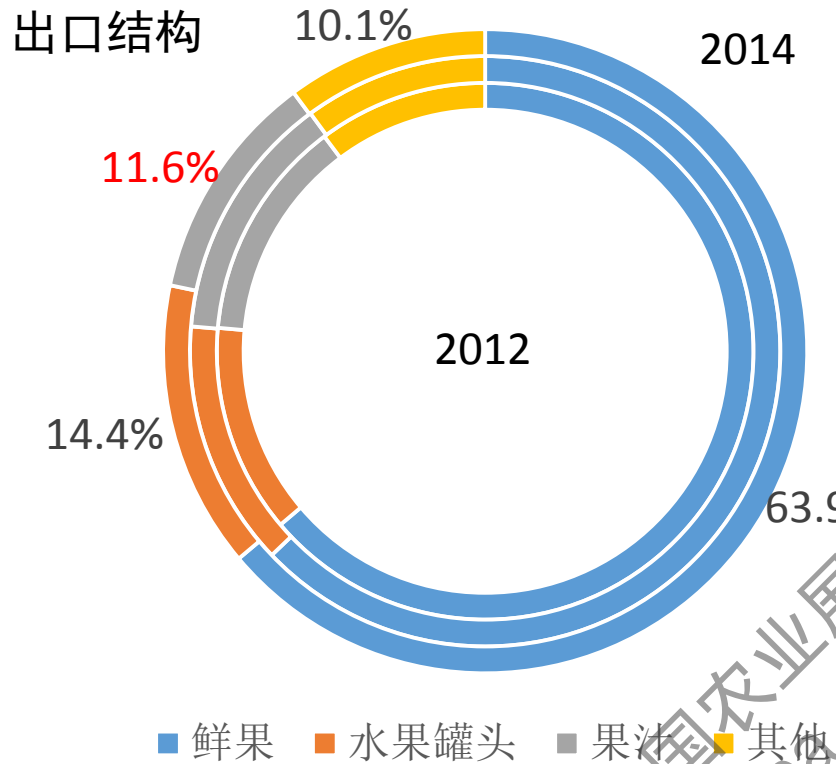
# 水果及制品出口缩减，进口增加



2014年水果及制品净出口40.32万吨（2007年为332万吨），同比减72.49%，  
净出口额5.62亿美元，同比减65.35%。



# 果汁出口量价均减



果汁出口量所占比例由2013年13.6%降至11.6%。

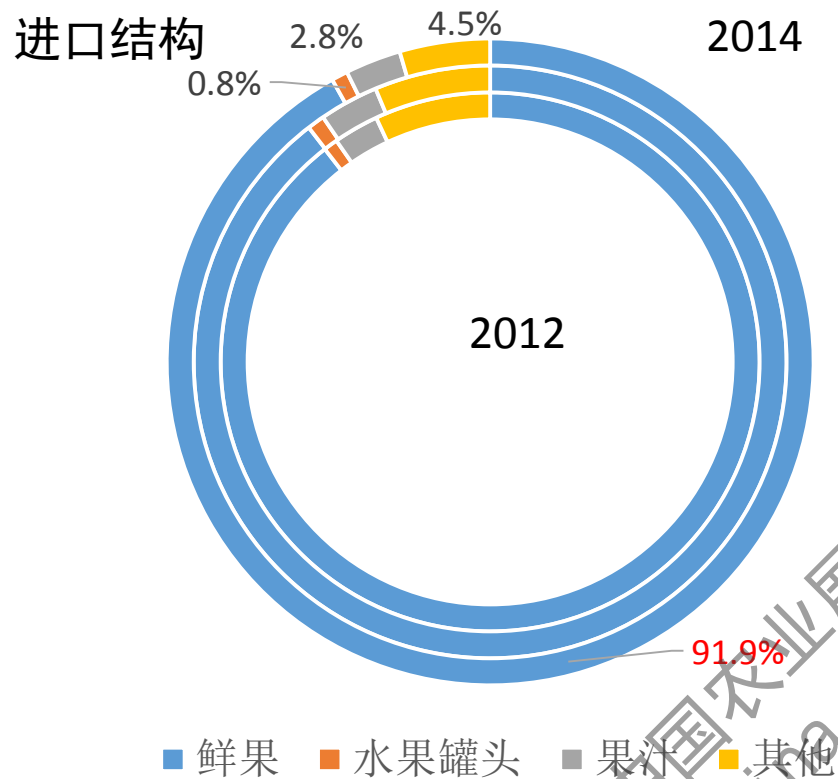
2014年中国出口白利糖浓度超过20的苹果汁（浓缩苹果汁）45.58万吨，比2013年减少14.2万吨，出口额6.33亿美元，减少2.65亿美元，价格同比降低7.5%。

2015 China Agricultural Outlook Conference





# 鲜果进口显著增长



鲜果进口量所占比例由2013年89.5%增至91.9%。

2014年中国香蕉进口112.72万吨，比2013年增加61.24万吨，进口额8.07亿美元，同比增加4.74亿美元，进口平均价格提高了10.86%。

2015 China Agricultural Outlook Conference

2015中国农业展望大会



# 对主要出口目的地的出口量不同程度缩减

2014年中国水果及制品出口主要国别和地区

	出口量			出口额		
	万吨	同比%	占比%	亿美元	同比%	占比%
总量	407.32	-10.16		54.82	-2.77	
美国	55.38	-19.27	13.60	7.36	-21.86	13.42
越南	45.32	-0.60	11.13	5.55	15.69	10.12
俄罗斯联邦	40.75	-1.62	10.00	4.41	6.11	8.05
泰国	33.65	-3.42	8.26	6.61	9.45	12.06
印度尼西亚	27.76	-7.12	6.81	3.72	15.95	6.78
日本	21.57	-10.96	5.29	3.71	-14.60	6.76
马来西亚	20.51	-30.63	5.04	3.39	-27.62	6.18
香港	20.43	-6.93	5.02	2.76	100.62	5.03
哈萨克斯坦	15.42	-9.94	3.79	1.41	-6.10	2.58
菲律宾	12.83	-33.09	3.15	1.85	-25.76	3.37

41.25%出口到东盟国家（金额计）

13.42%出口到美国

8.05%出口到俄罗斯

6.76%出口到日本

对东盟、美国、日本出口量同比分别减少了8.98%、19.27%和10.96%。

对俄罗斯出口量8月份后显著增加，但全年同比减少了1.62%，出口额增加6.11%。



# 从非洲、南美洲国家进口规模扩大

2014年中国水果及制品进口主要国别和地区

	进口量			进口额		
	万吨	同比%	占比%	亿美元	同比%	占比%
总量	367.00	19.62		49.20	22.48	
越南	101.34	10.44	27.61	6.86	24.93	13.94
菲律宾	85.22	88.70	23.22	6.25	89.11	12.69
泰国	63.69	-18.58	17.35	11.02	-15.15	22.41
厄瓜多尔	23.28	722.33	6.34	1.85	811.25	3.76
智利	18.39	-5.01	5.01	7.88	24.94	16.01
南非	11.99	66.48	3.27	1.77	73.59	3.59
美国	11.84	-17.14	3.23	3.44	4.24	7.00
秘鲁	7.21	121.43	1.96	2.06	105.92	4.18
缅甸	6.98	-53.15	1.90	0.20	-2.87	0.42
新西兰	4.52	6.97	1.23	1.56	39.66	3.16

50.38%进口自东盟（以金额计）

16.01%进口自智利

7%进口自美国

3.59%进口自南非

从东盟、智利、美国、南非进口水果及制品额同比分别增加11.51%、24.94%、4.24%、73.59%。

从厄瓜多尔、南非、秘鲁进口量显著增加。



### 三 未来10年市场展望

2015中国农业展望大会  
2015 China Agricultural Outlook Conference



# 1、生产展望

- **增速放缓**。受水土资源限制，水果面积难以持续扩大。未来降低生产成本、提高生产效率、减少肥料农药污染、提升产品品质成为水果生产的关键，单产增速预计显著放缓。过去10年园林水果和瓜类单产年均增长5.37%和1.86%，2024年预计园林水果和瓜类单产比基期分别提高11.5%和4.16%。
- **生产结构优化调整，果品质量安全状况将得到提升**。随消费需求升级调整，消费者对水果的口感、品质、质量安全等提出了更高要求。在消费需求引导下，大宗水果品种如苹果、柑橘属水果等的熟期结构和品质结构将继续优化，特定品质或小宗水果品种生产多样化水平提高，热带和亚热带水果得到较快发展。

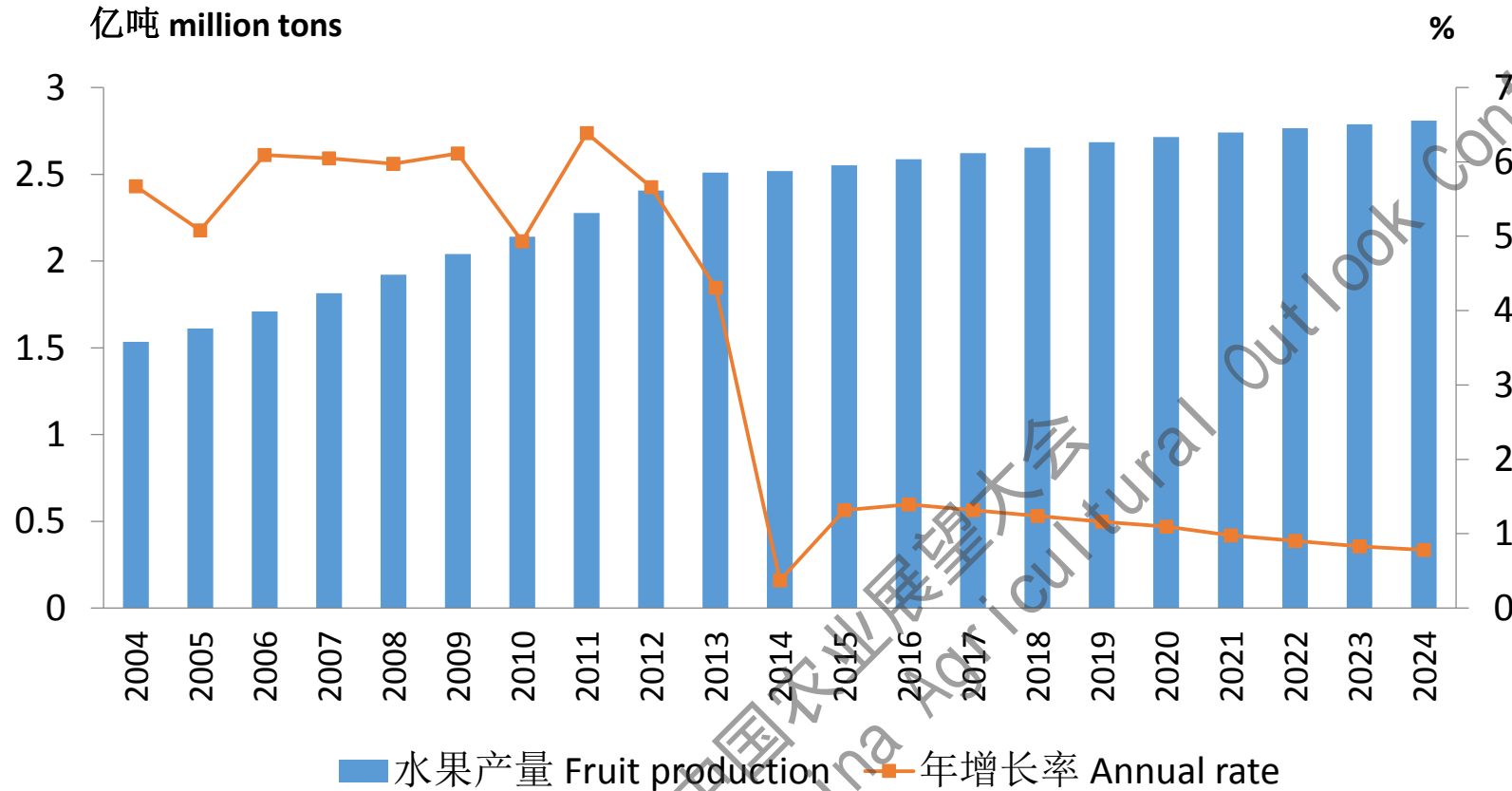


- **增长方式转变**。未来10年，中国水果生产将由数量扩展型向质量效益型转变，推动生产区域化、种植规模化、产品标准化的快速发展。
- 品种结构优化、果园升级改造、轻简化生产技术、水肥高效利用的水肥一体化技术、农业机械化应用、采后商品化处理技术、标准化和集约化经营模式是未来增产提质的重要技术措施和管理措施。

2015中国农业展望大会  
2015 China Agricultural Outlook Conference



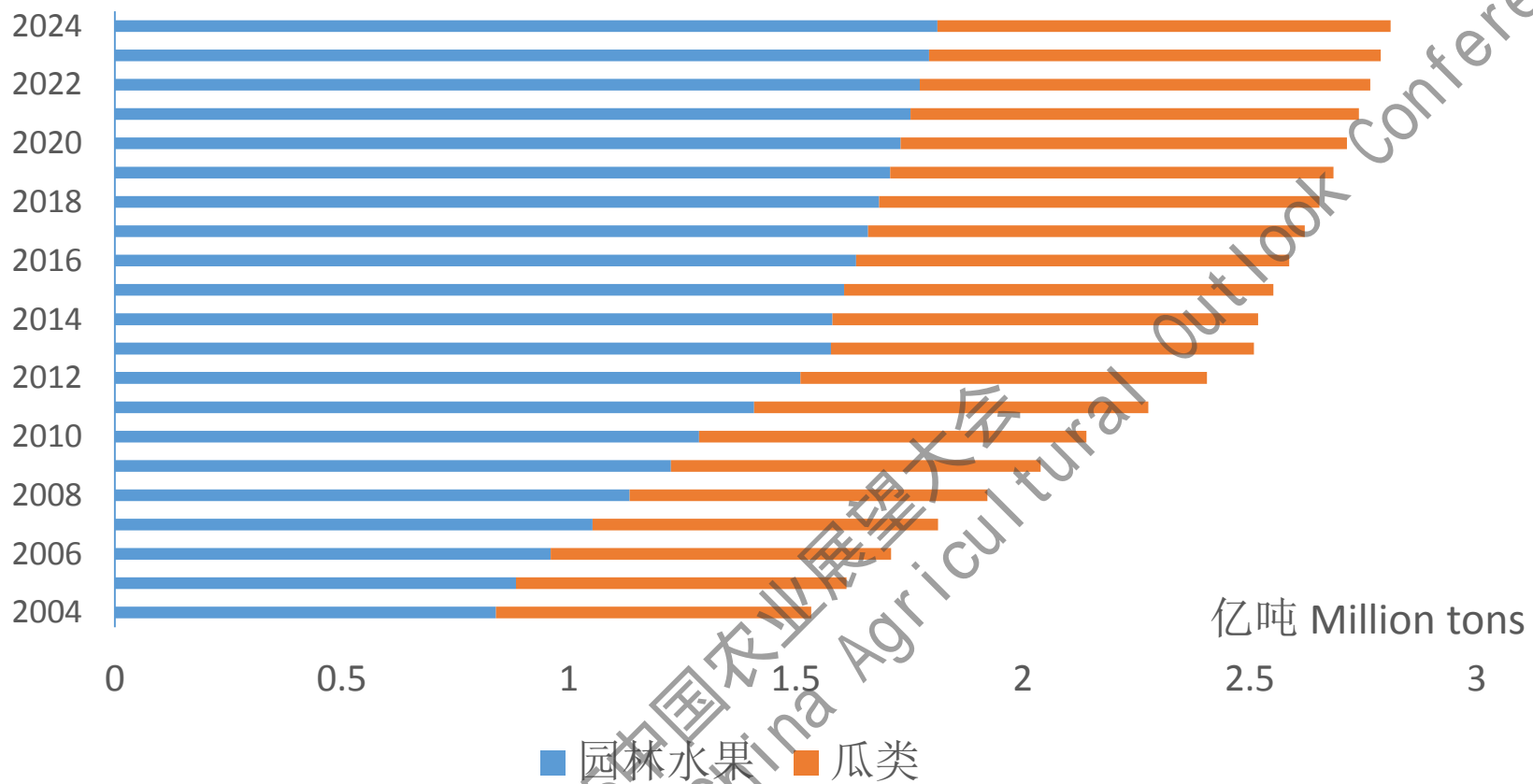
# 2024年产量预计达到2.81亿吨



2004—2024年中国水果产量

Fruit production in China 2004-2024

到2024年产量达到2.81亿吨，比基期（2012-2014）增加13.77%，年均同比增速1.1%，低于过去10年平均6.4%的年均增速。



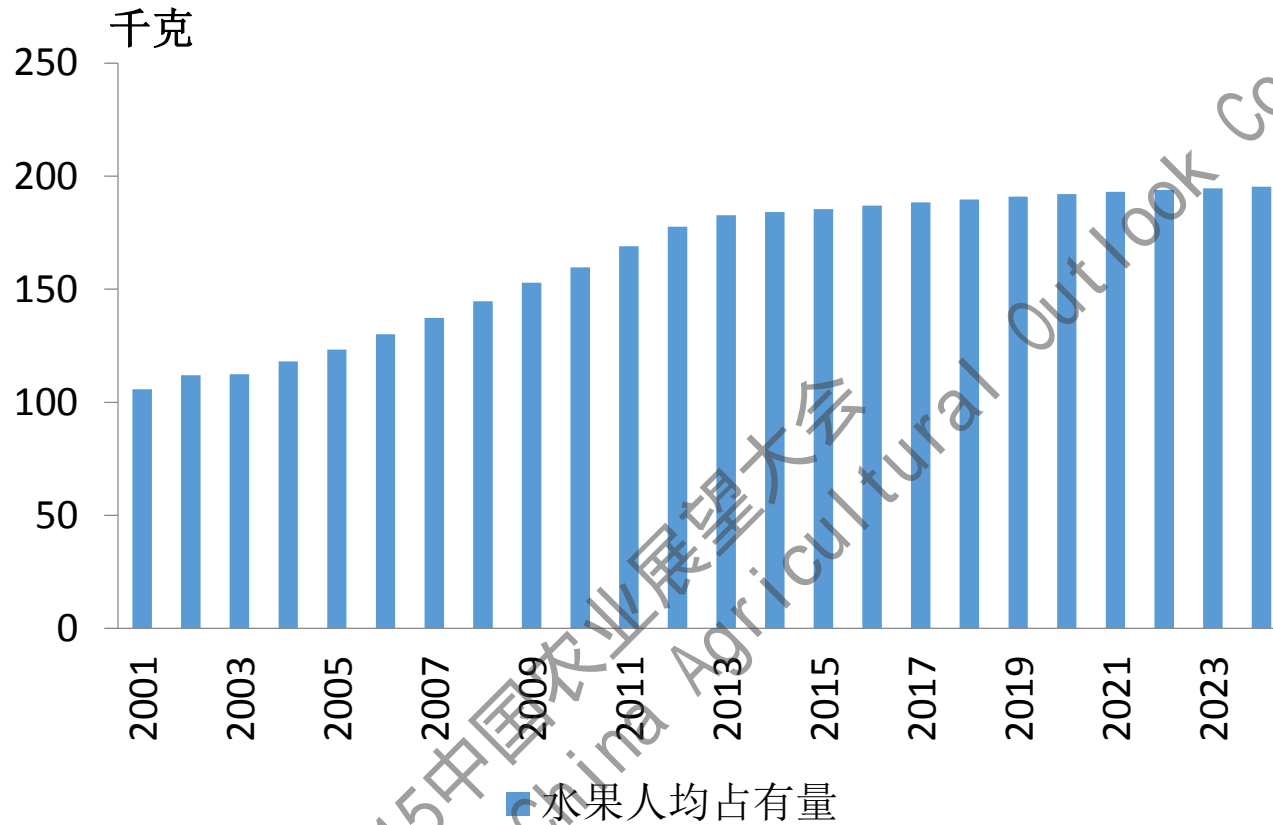
预计到2024年，  
园林水果产量增  
长16.5%，达到  
1.81亿吨；瓜类  
产量增长8.4%，  
达到1亿吨。

2004—2024年中国园林水果和瓜类水果产量





## 2、消费展望



2004年：118千克/人  
2014年：184千克/人  
2024年：195千克/人

2001-2024年水果人均占有量变化



## 水果消费需求将进一步扩大，消费结构升级加快



- **水果消费需求进一步扩大。**收入水平提高、人口持续增长和城镇化水平提高将推动水果直接消费的增长，城镇居民水果消费多体现为结构优化和品质提高，农村居民水果消费将较多体现为“量”的增加，城乡人均消费量差距预计缩小。
- **水果消费的产品结构和区域结构也将明显改变。**一是消费者对水果品种结构和品质结构的需求愈加多元化。二是果汁、果汁饮料、果酒等水果加工制品的消费需求较快增长。三是欠发达地区收入水平的提高和现代物流的发展，将缩小水果消费的区域间差距。



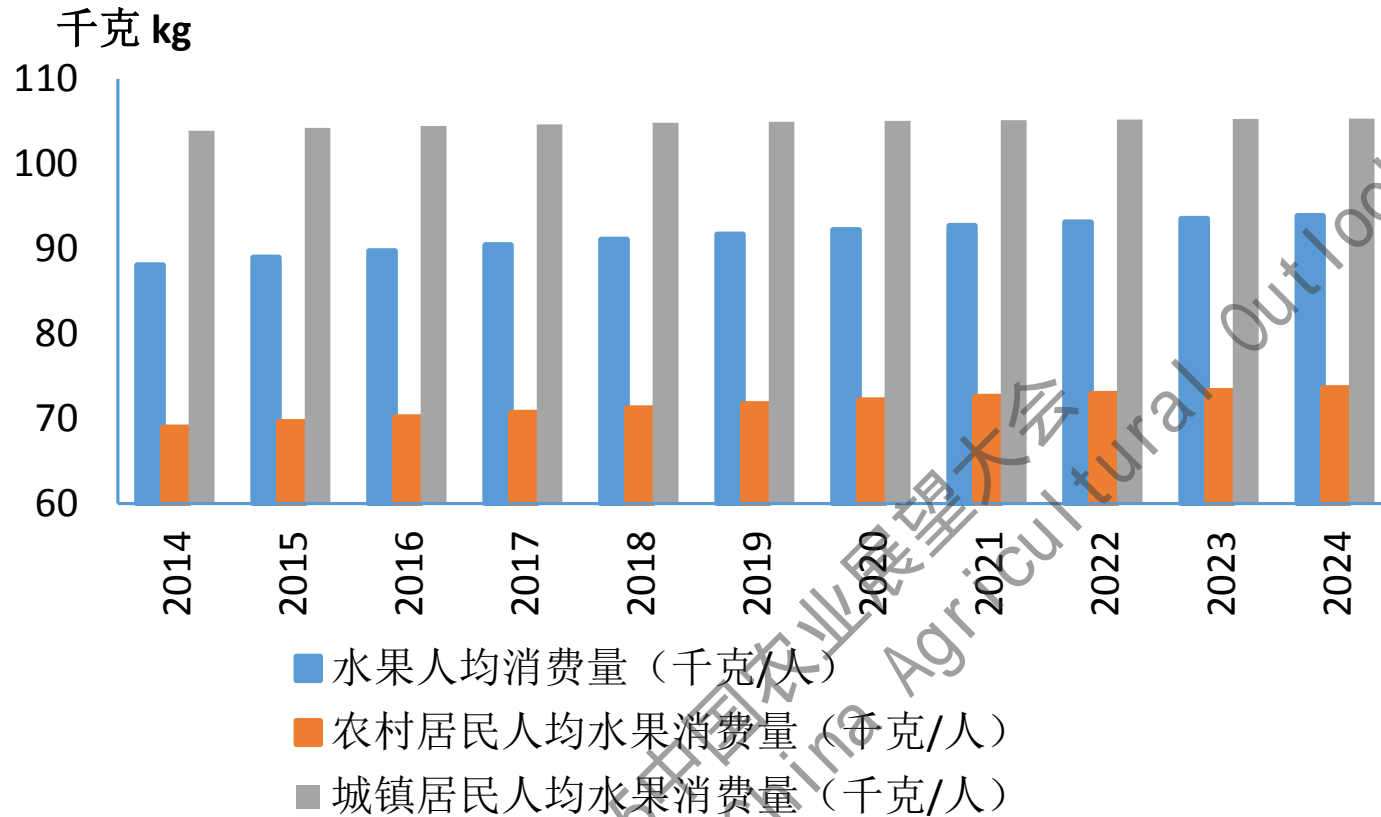
## 水果消费方式改变



- **新型营销方式和现代流通业的发展促进水果消费方式改变。**过去10年，水果销售主要依赖集贸市场、批发市场和超市等。近两年“农超对接”、电商、水果连锁超市等新兴水果流通业态方兴未艾。未来10年，电子商务平台和现代物流业的加速发展，有助于推动水果消费方式的改变，促进水果实现从果园到餐桌的无缝对接，促进边远地区果品生产和广泛市场的对接，并促进消费量的增加。
- **随着果品储运冷链系统的完善，水果损耗率有所降低。**提高规模化生产水平和采后商品化处理水平、发展现代化储存加工设施设备和冷链物流、减少流通环节是降低果品损耗率的重要途径。



## 2、消费展望

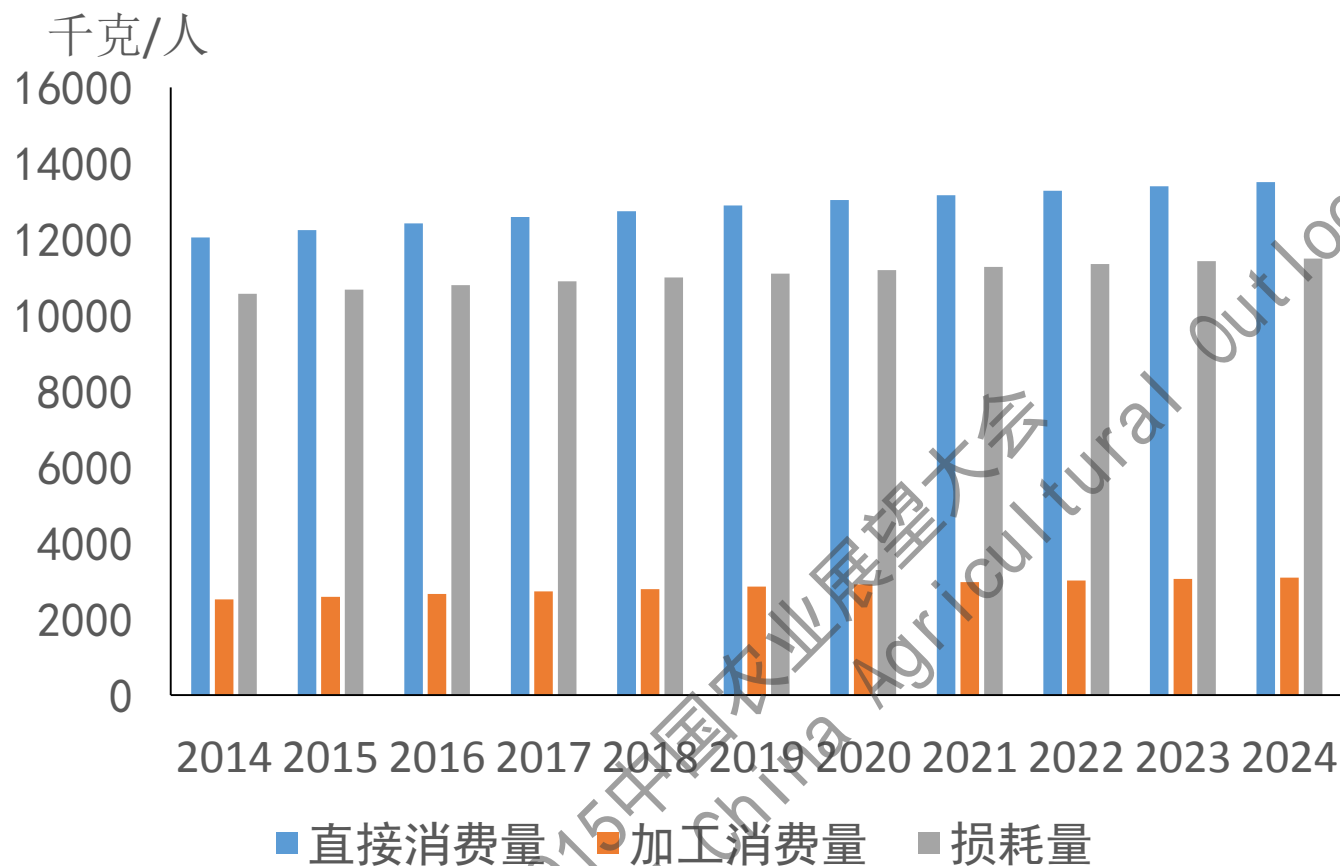


预计到2024年人均水果消费量将达到93.9公斤，其中城镇居民105.4公斤，农村居民73.6公斤，城乡差距将由基期的34.9公斤缩小为31.8公斤。

2014-2024年人均水果直接消费量



## 2、消费展望



2014-2024年水果消费量

2024年全国水果直接消费量预计达到1.35亿吨，年均增速1.15%，水果加工消费量将达到3093万吨，年均增速2.08%。



### 3、贸易展望



- **中国水果及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。**近两年来中国水果及制品出口量持续缩减，原因：一是国内成本上涨，出口比较优势降低，二是国际水果制品市场萎靡，制约了浓缩苹果汁等水果制品的出口。展望期内，随着中国水果产业转型升级，果品质量改善，果品标准化和品牌化得到提升，水果出口预计将扩大。
- 近期看，2015年1月份，中国苹果输美检疫准入问题得到解决；俄罗斯联邦与西方国家的经济关系未见缓和，水果和制品对俄出口有望继续扩大。但国际期货市场行情显示，浓缩苹果汁合约价到2015年6月份才略有回升，浓缩苹果汁出口规模较难扩大。



## 水果进口增长空间较大



- **水果进口增长仍具有空间。**国内消费者购买力提高、进口水果价格优势、电商发展均对水果进口有促进作用。进口水果普遍质量稳定、标准化程度高，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。
- 随中国与非洲、南美洲、大洋洲的国家和新兴经济体的贸易关系加强，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。



## 四 水果市场不确定性



- 生产环节的劳动力老龄化
- 气象灾害和病虫害的不确定性
- 消费需求的不确定性
- 新型产销经营方式影响的不确定性
- 资本介入对水果市场扰动的不确定性
- 对外贸易环境的不确定性

2015中国农产品市场展望会议  
2015 China Agricultural Outlook Conference





果农老龄化，水果生产的劳动密集程度和技术含量较高，许多果园地处偏僻，很多生产环节难以利用农业机械设备提高生产效率。

生产机械化和规模化是解决劳动力老龄化的重要途径，但其发展速度较难估测。





# 气象灾害和病虫害的不确定性







# 消费需求的不确定性



居民收入水平。

消费偏好。

质量安全事件的发生和影响。

2015中国农  
2015 China Ag







# 新型产销经营方式影响的不确定性



电子商务、线上采购、水果连锁超市等新型产销经营方式的发展速度、发展规模、在果品行业的渗透程度还具有一定不确定性，其对水果市场的影响程度也存在不确定性。



蓝莓（联想佳沃等众多资本的介入）

面积：2008年3.7万亩，2013年为32万亩，2014年达到45万亩。

产量：2013年3万吨，2014年8万吨。

价格：200元/斤降至最低10元/斤，供需关系急剧变化。



# 展望要点



- 生产由数量扩展向质效提升转变
- 消费需求扩大，消费结构升级
- 对外贸易规模有望扩大

2015中国农业展望大会  
2015 China Agricultural Outlook Conference





致谢!



敬请批评指正!

赵俊晔, [zhaojunye@caas.cn](mailto:zhaojunye@caas.cn)

中国农业科学院农业信息研究所