



中国水果市场展望

2016-2025

赵俊晔

中国农业科学院农业信息研究所

2016. 04. 23



汇报内容 Contents



- 一 “十二五” 市场回顾
- 二 未来10年市场展望
- 三 不确定性分析



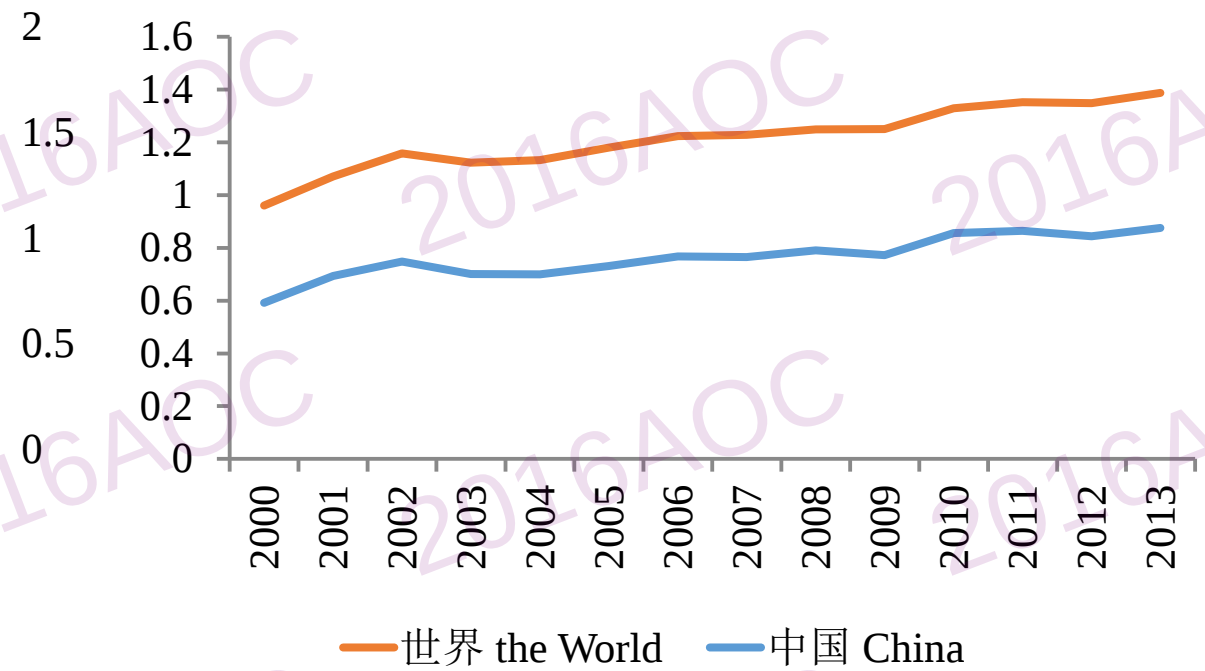
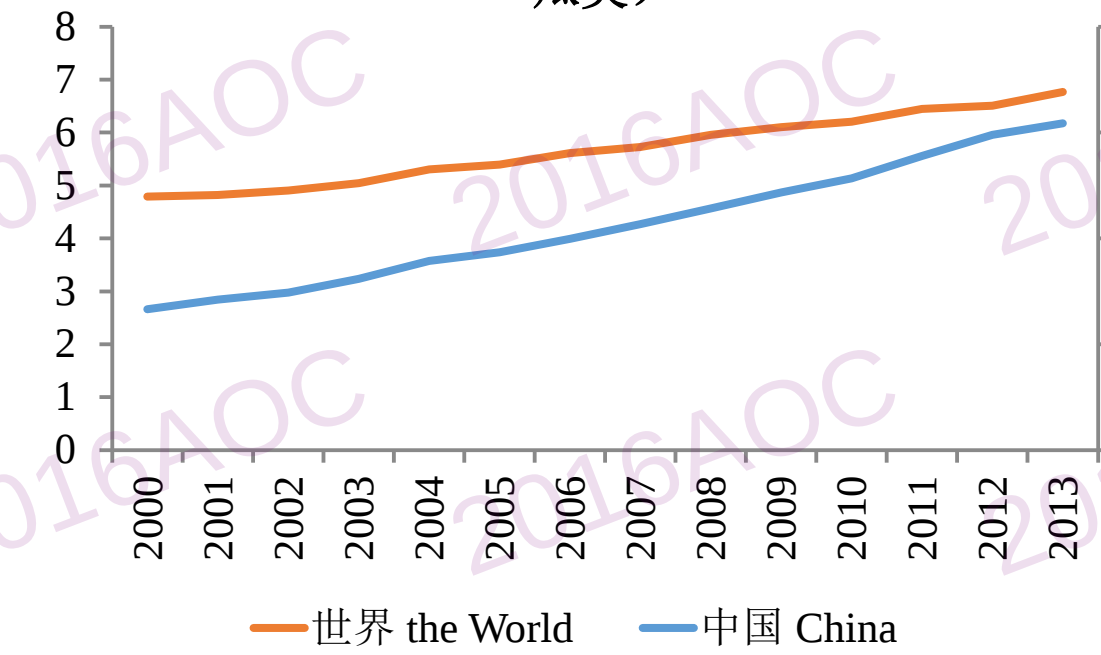
中国水果生产在世界的地位

世界产量
亿吨
Million tons

水果产量（不含
瓜类）

中国产量
亿吨
Million tons

西甜瓜产量
亿吨
Million tons



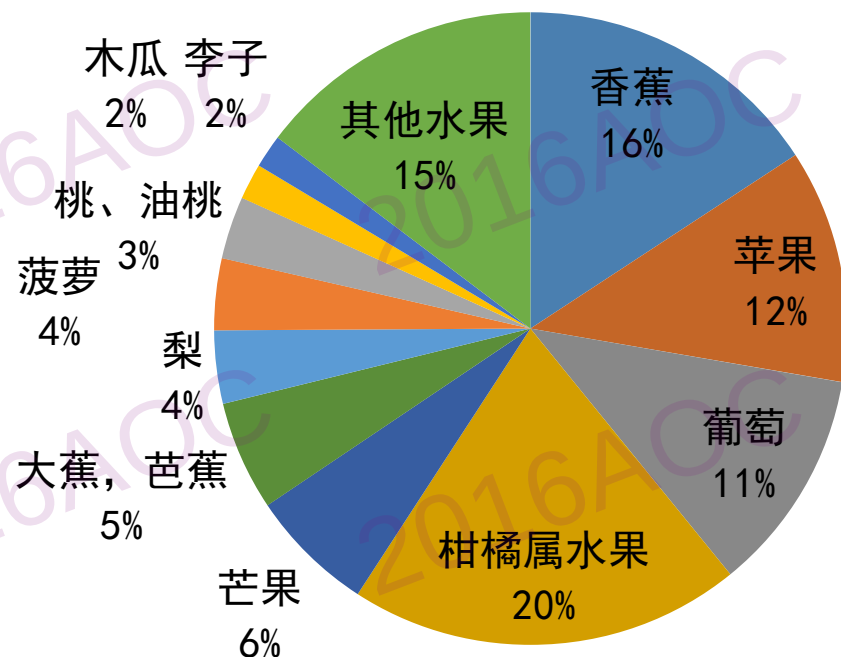
中国水果产量（不含瓜类）占世界产量的23%，西甜瓜产量占世界产量的63%。

数据来源：FAO



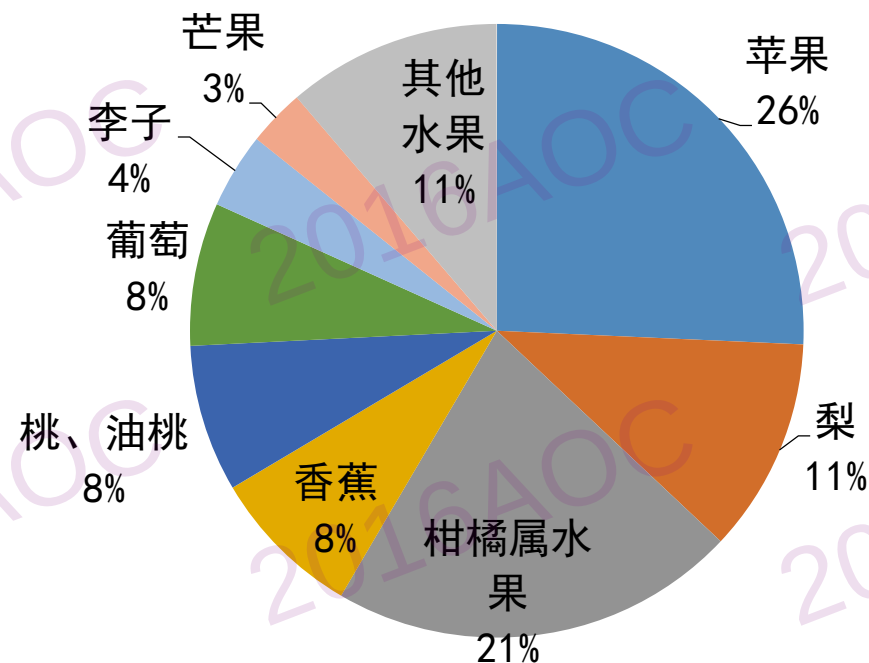
与世界水果品种结构存在差别

share of fruit production 产量比例



世界 THE WORLD

share of fruit production 产量比例

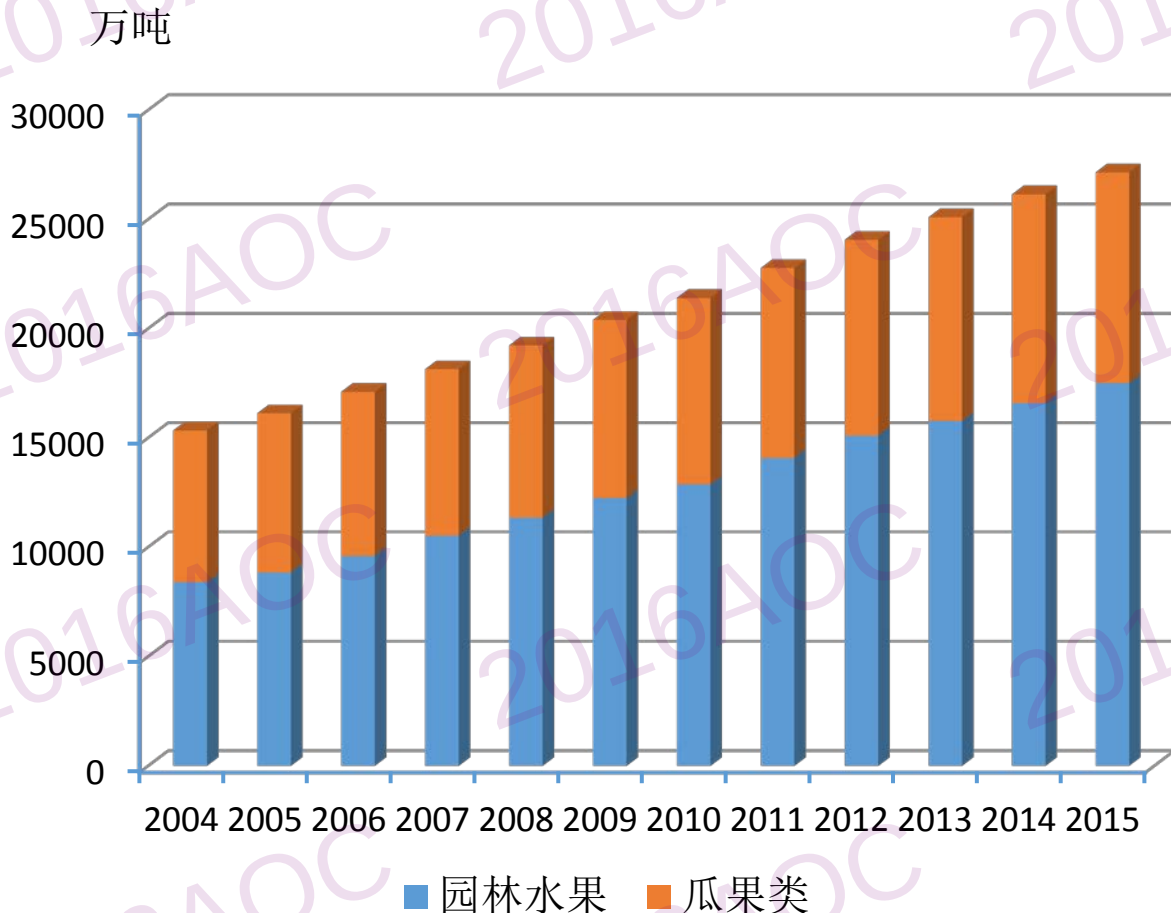


中国 CHINA

中国西瓜、苹果、柑橘属水果、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。



产量持续较快增长

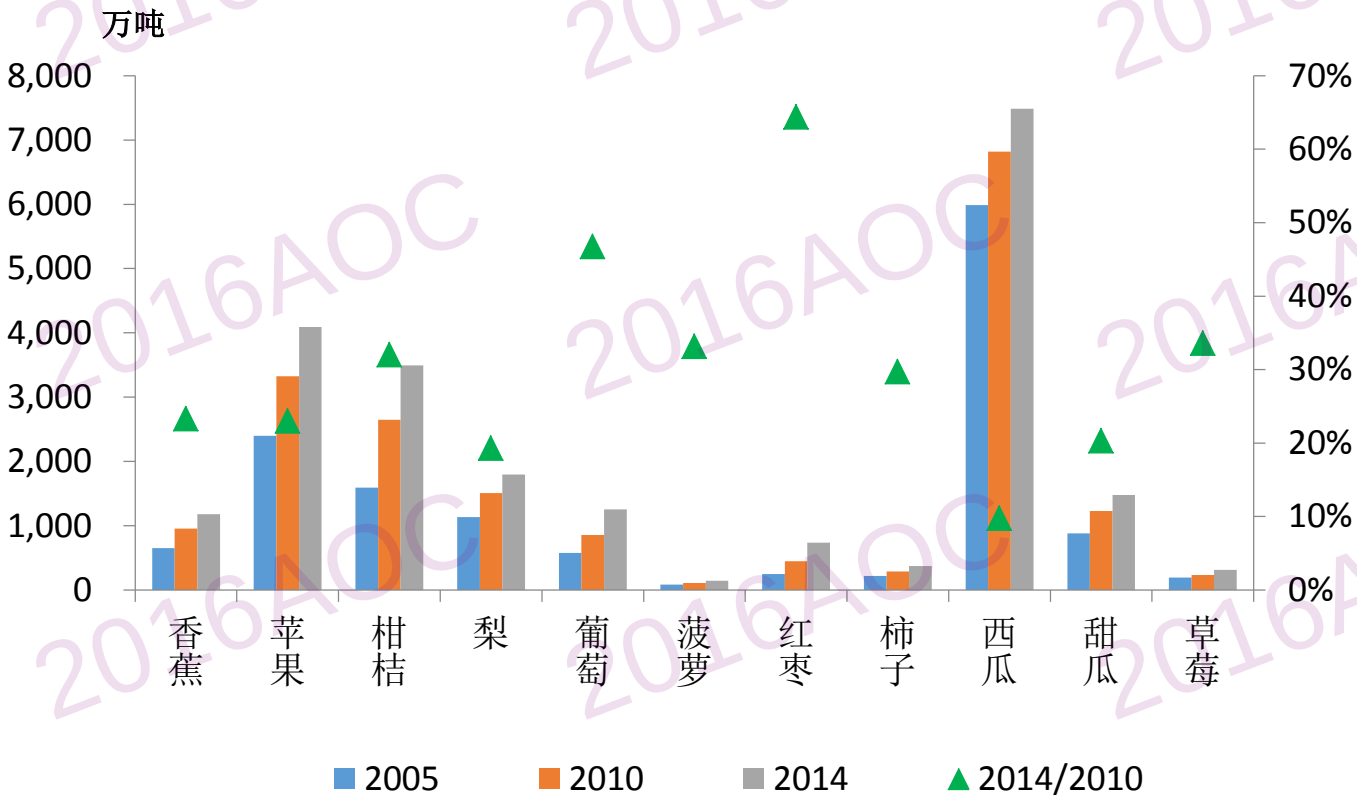


- “十二五”期间，我国水果产量以年均5.4%的速度增长，其中园林水果年均增长7.2%，瓜果类年均增长2.6%，低于“十一五”6.6%、9.2%和3.4%的增速。
- 产量增长源于面积与单产的同步增长，面积年均增长2%，单产年均增长3.1%。
- 2015年产量约2.71亿吨，同比增4.2%。

数据来源：国家统计局，2015年为估计值



产量结构小幅调整

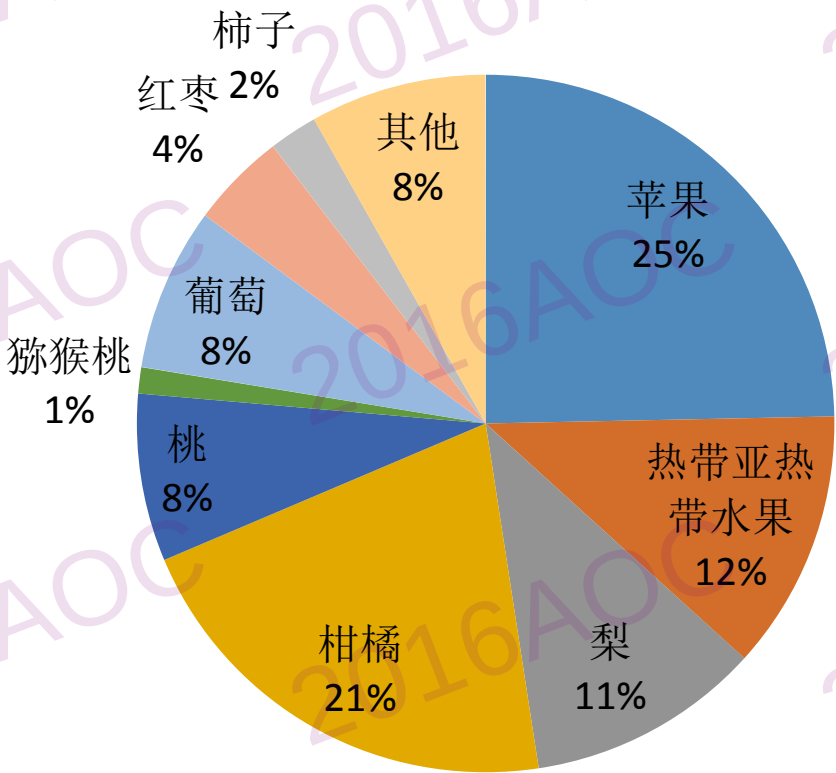


2010-2014年，红枣增产64%，葡萄增产47%，草莓、柑桔、柿子增产均在30%以上。

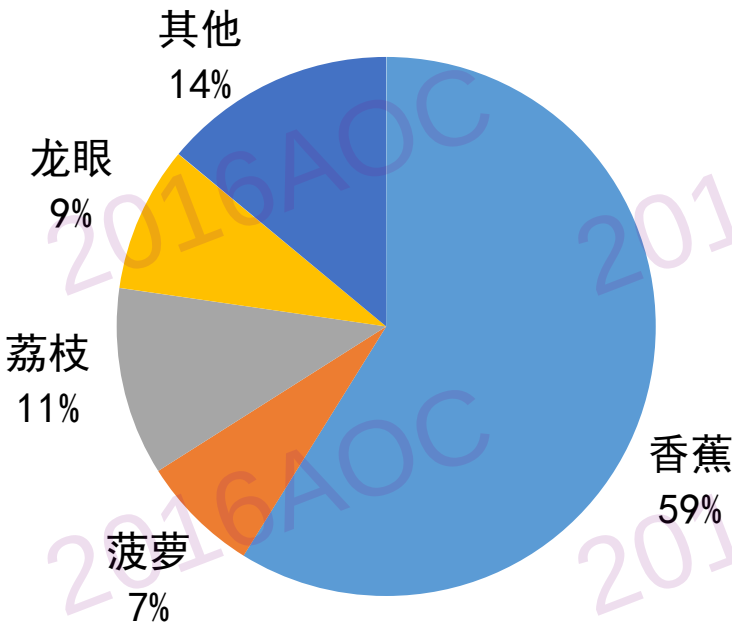
数据来源：国家统计局



水果产量结构（2014年）



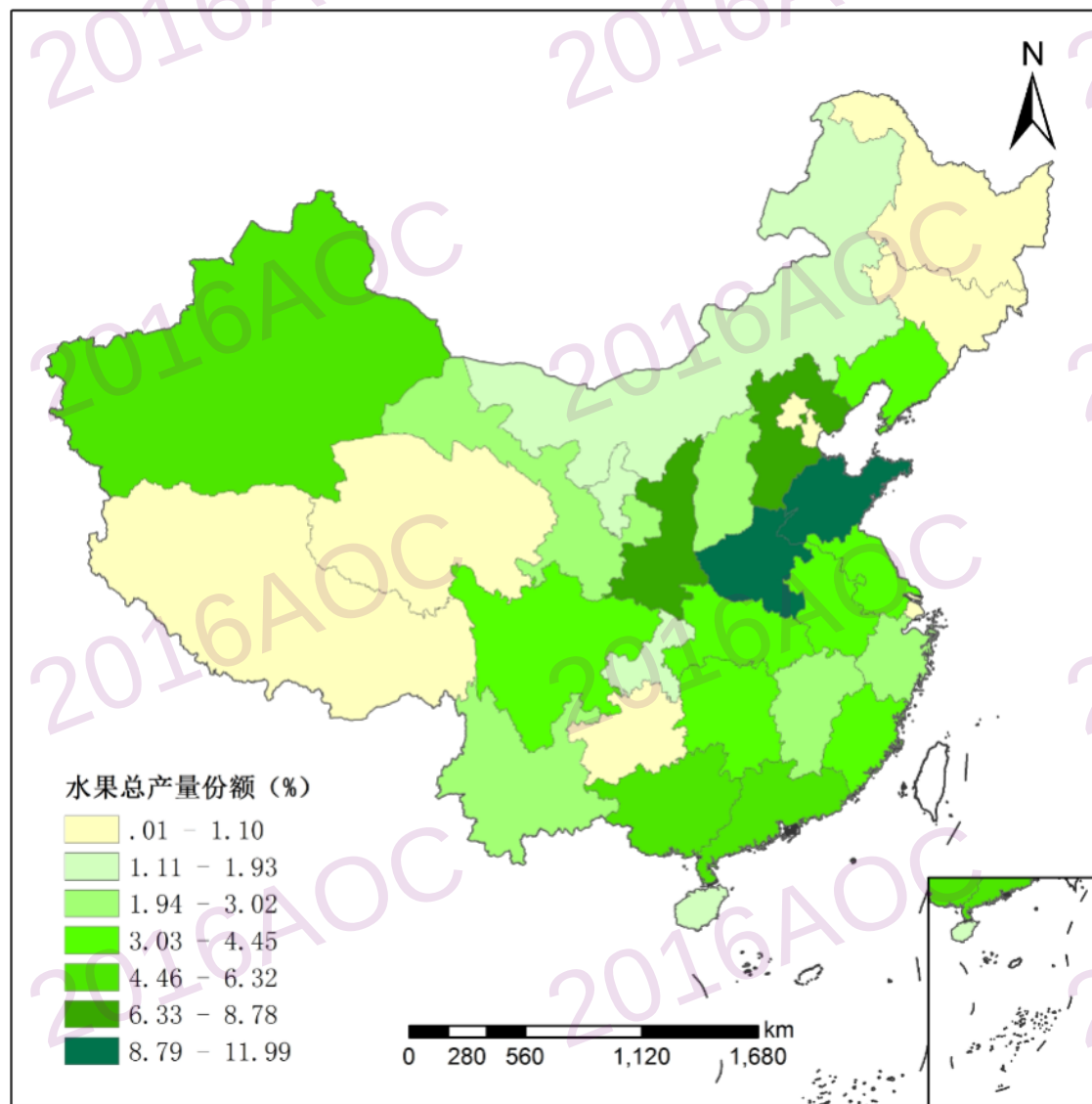
水果品种结构



热带水果品种结构



水果区域分布特点明显



山东、河南、河北、
陕西前4个省份产量
份额占全国的36.6%。

数据来源：国家统计局



消费持续增长

直接消费。人口增加、收入水平提高、城镇化水平提高；电商和水果连锁超市等的快速发展提高了水果购买的便利性和可选性，有利于促进消费；2015年价格显著降低有利于消费量增长。

加工消费。水果制品种类更加多样化。果酒加工和蜜饯加工的主营业务收入增长较快；非浓缩还原果汁的消费需求异军突起。

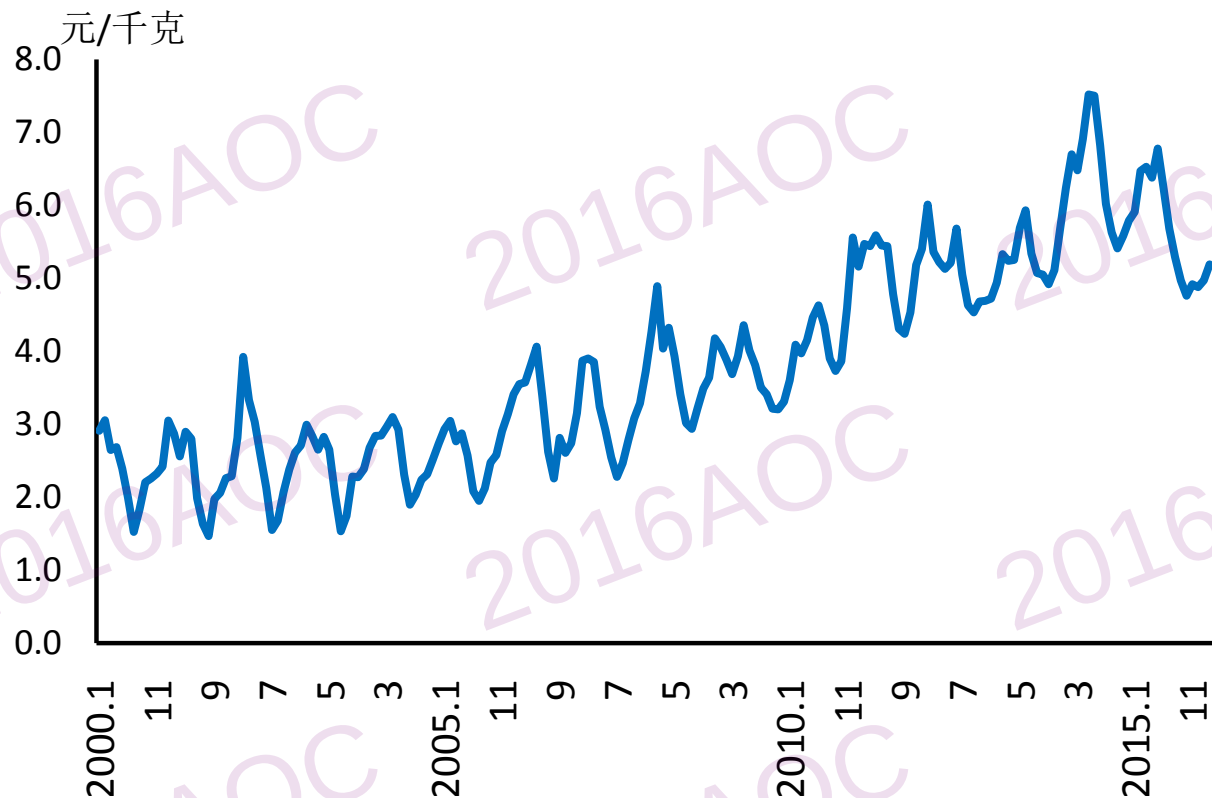
消费需求升级。消费者对质量安全、风味口感、种类多样性、购买和消费的便利性等提出了更高的要求，水果质量安全事件和疑似事件显著影响消费需求。

不利因素。经济增长放缓、单位团体消费和集体在外消费减少；国际市场需求不振、竞争加剧，果汁和水果罐头出口徘徊不前，影响了加工消费增长。

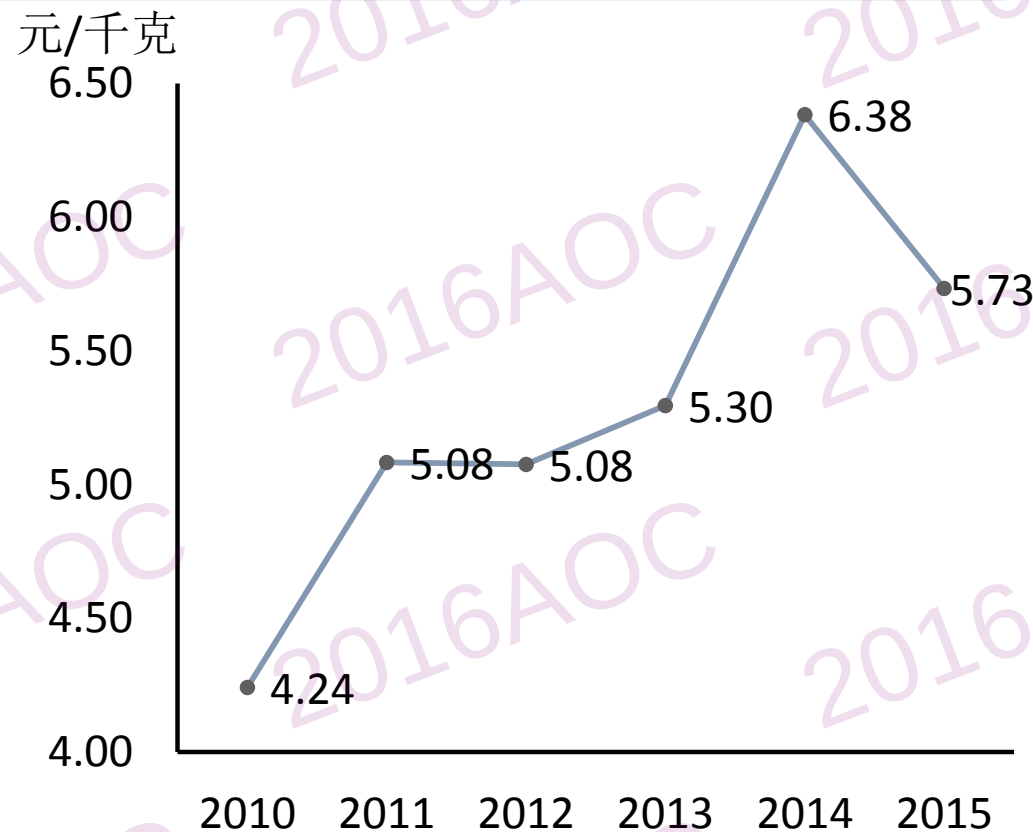
根据课题组测算结果，2015年水果直接消费量1.25亿吨，加工消费量2690万吨。



价格高涨后小幅下调



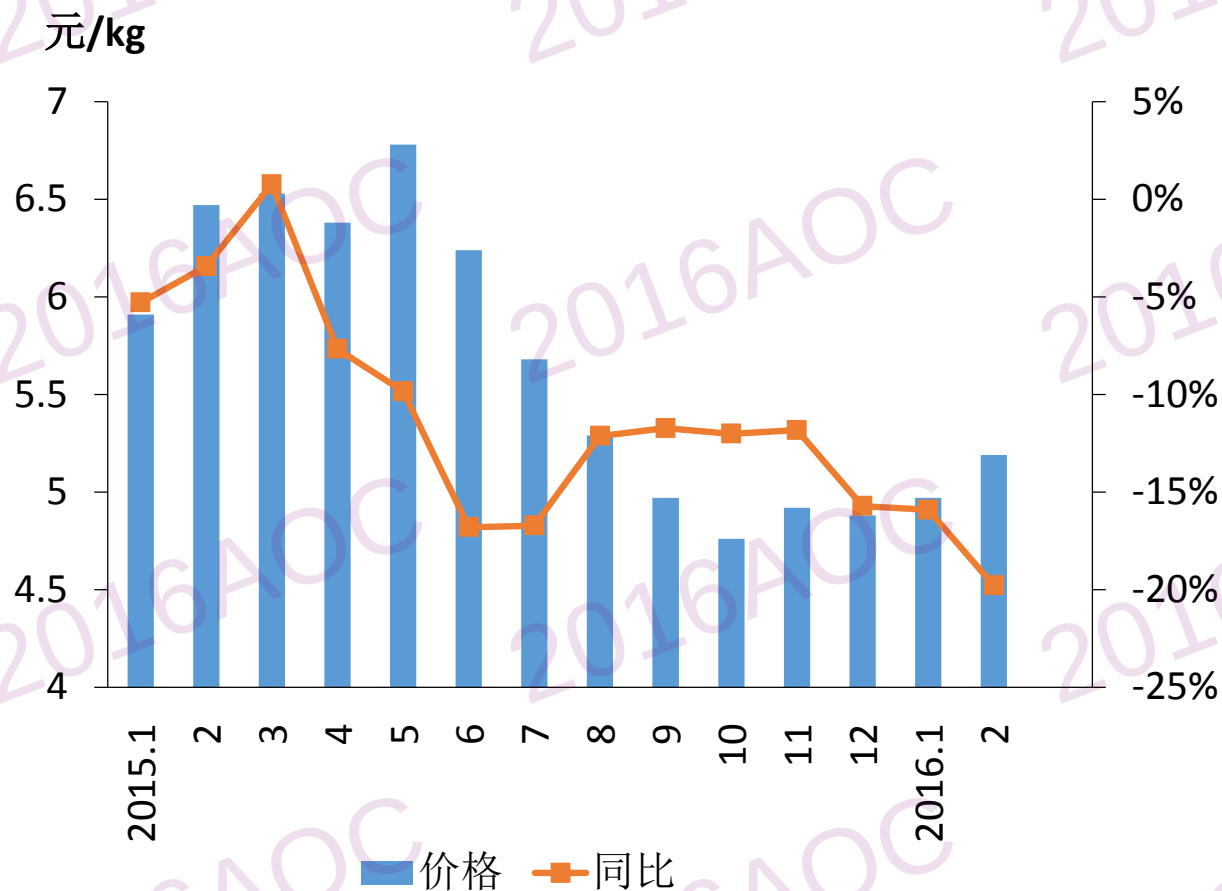
2000-2015年水果平均批发价格（月度）



2010-2015年水果平均批发价格（年度）

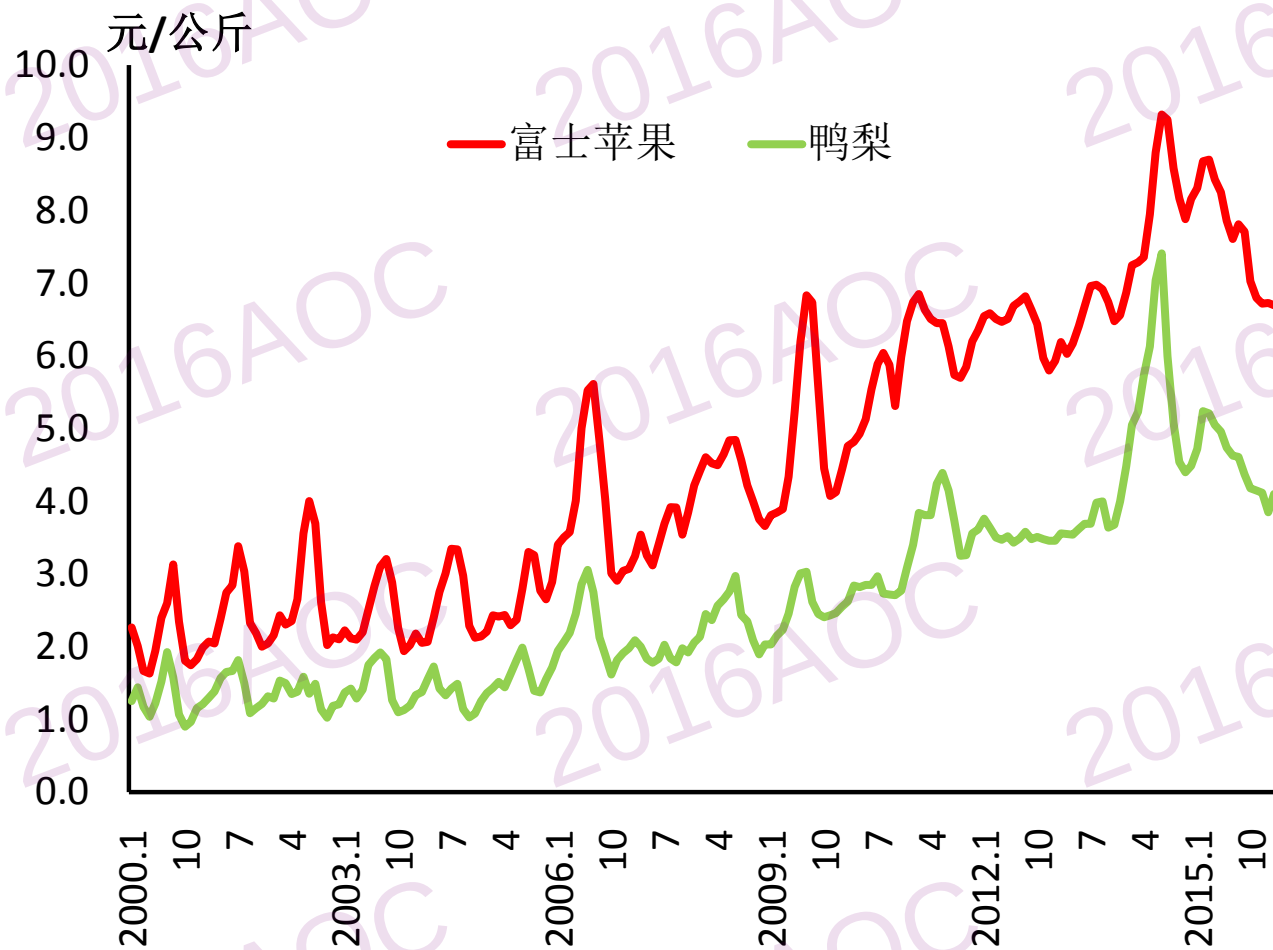


价格高涨后小幅下调

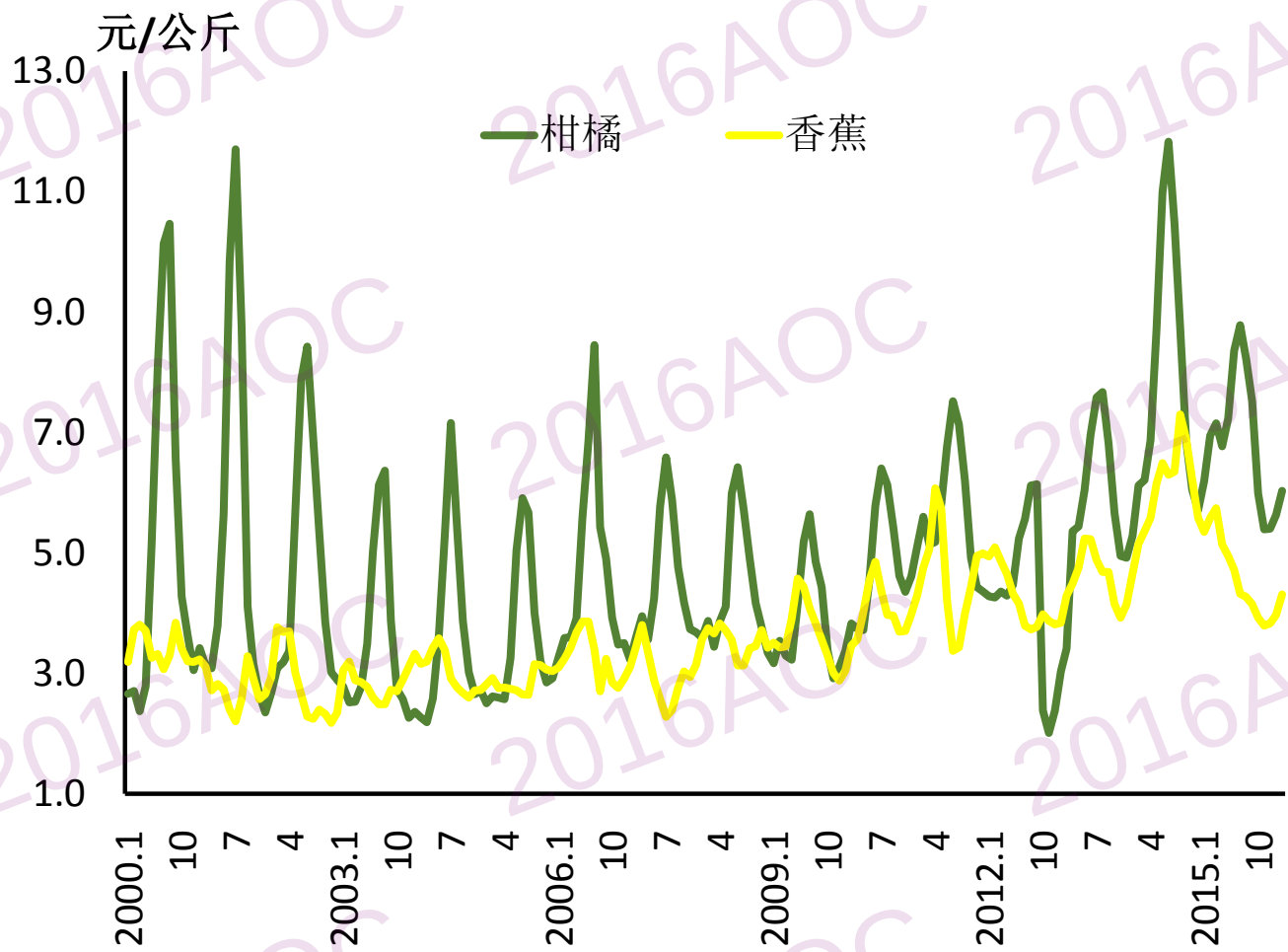


2015年农业部重点监测的7大类大宗水果全年平均批发价格为5.73元/公斤，同比下降10.17%。

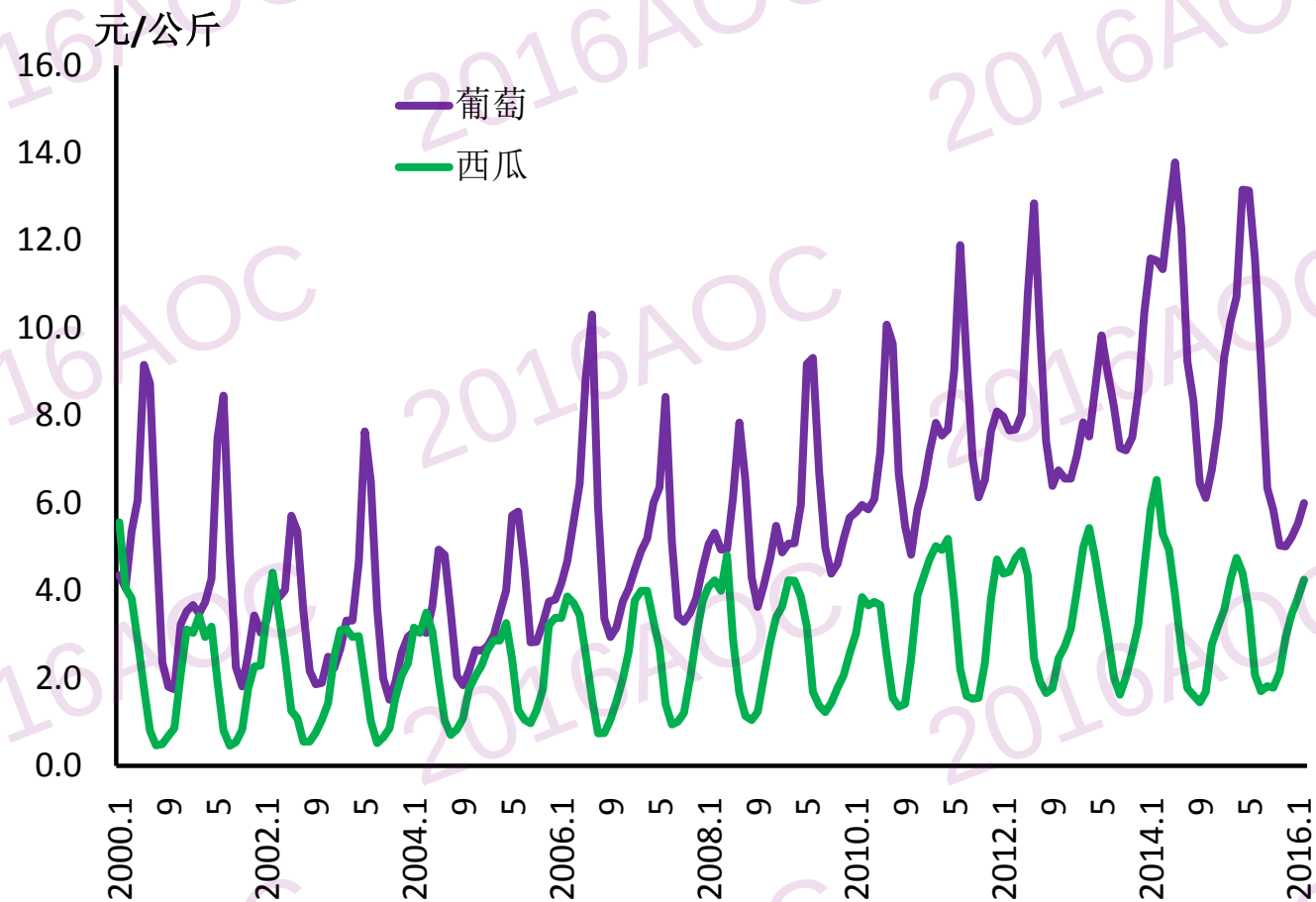
价格下跌的主要原因是产量增加，供给略有盈余，也是市场对2014年过高价格的回调。



富士苹果和鸭梨全年平均批发价格同比分别下降3.07%和14.64%。



柑橘和香蕉全年平均批发价格同比分别下降10.54%和22.58%。



葡萄和西瓜2015年平均批发价格同比分别下降11.11%和12.58%。



对外贸易规模显著扩大

“十二五”期间我国水果及制品进出口

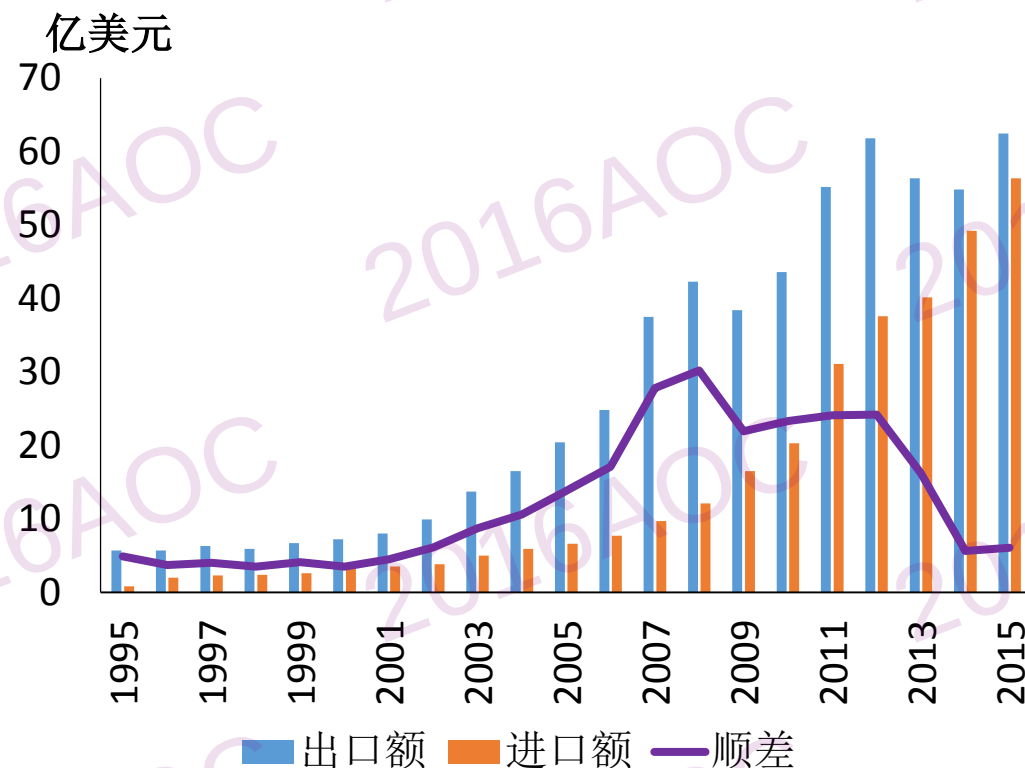
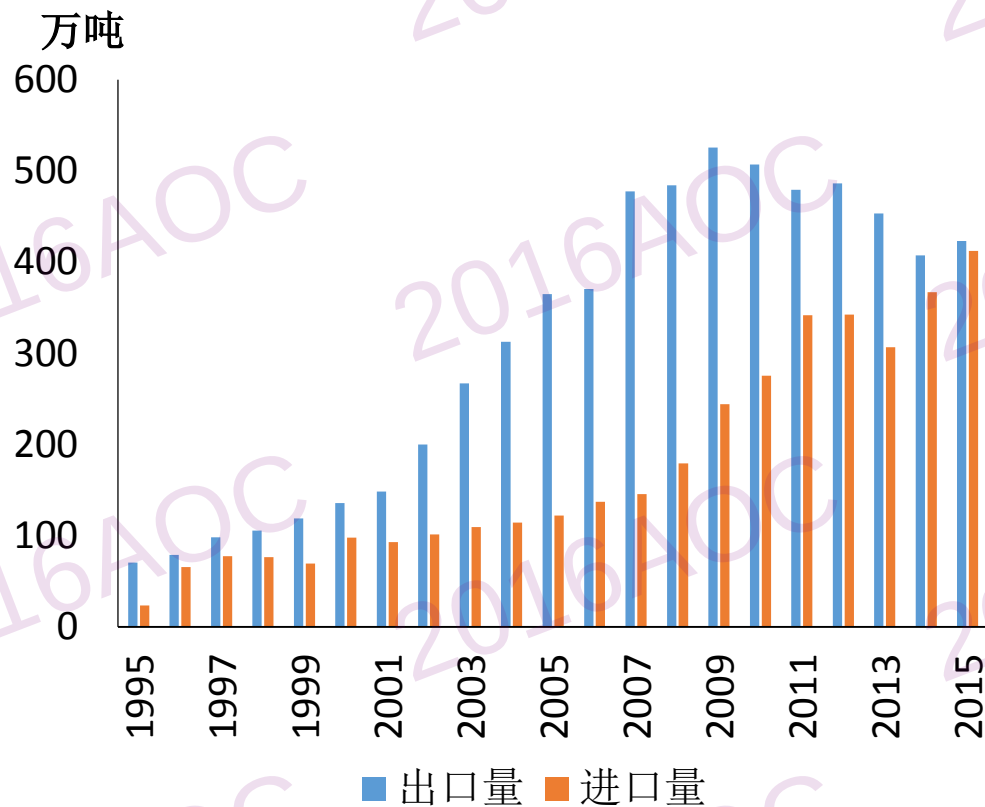
		出口		进口	
		万吨	亿美元	万吨	亿美元
果汁	2011	69.9	12.0	10.7	2.3
	2012	61.0	11.8	8.7	2.0
	2013	61.6	9.4	9.9	2.1
	2014	47.1	6.6	10.2	2.3
	2015	49.2	5.9	9.9	1.9
	“十二五”	288.7	45.7	49.4	10.6
水果罐头	2011	61.0	7.0	2.3	0.2
	2012	57.4	7.3	2.7	0.3
	2013	61.1	6.8	2.9	0.3
	2014	58.7	6.6	3.0	0.4
	2015	58.0	6.3	3.2	0.5
	“十二五”	296.3	33.9	14.1	1.7
鲜果	2011	274.5	23.2	279.7	23.5
	2012	291.1	28.5	287.7	30.2
	2013	285.0	32.2	274.7	34.2
	2014	260.1	34.0	337.2	43.2
	2015	277.5	43.2	380.0	50.1
	“十二五”	1388.2	161.1	1559.3	181.2

“十二五”期间我国水果及其制品出口量累计2249.8万吨，比“十一五”低4.9%；进口量累计1770.2万吨，比“十一五”增80.3%。

从变化趋势看，鲜果、水果罐头出口量徘徊不前，果汁出口减少；鲜果进口显著增加，水果罐头进口也呈增势，果汁进口在低量震荡。



对外贸易顺差缩小



2015年水果及制品净出口11.03万吨（2007年为332万吨），同比减72.6%，净出口额6.07亿美元（2008年为30.2亿美元），同比回升8.2%。



传统出口市场趋于萎缩

2015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	423.23	3.91		62.44	13.91	
美国	59.07	6.66	13.96	7.17	-2.58	11.48
越南	54.78	20.87	12.94	8.72	57.12	13.97
泰国	44.23	31.44	10.45	11.33	72.41	18.15
俄罗斯联邦	38.98	-4.34	9.21	4.04	-8.39	6.47
印度尼西亚	21.98	-20.82	5.19	3	-19.35	4.8
马来西亚	21.14	3.07	4.99	3.83	12.98	6.13
香港	21.11	3.33	4.99	3.91	41.67	6.26
日本	21.01	-2.6	4.96	3.41	-8.09	5.46
菲律宾	13.68	6.63	3.23	2.07	11.89	3.32
哈萨克斯坦	12.2	-20.88	2.88	1.36	-3.55	2.18

对俄罗斯、日本的出口均缩减。



从南美、北美、澳洲的进口扩大

2015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	412.1	12.29		56.37	14.56	
越南	127.61	25.92	30.97	8.65	26.09	15.35
菲律宾	76.48	-10.26	18.55	5.82	-6.88	10.32
泰国	61.53	-3.39	14.93	11.4	3.45	20.22
厄瓜多尔	28.35	21.78	6.87	2.21	19.46	3.92
智利	24.19	31.54	5.87	9.89	25.51	17.54
美国	17.38	46.79	4.22	4.02	127.12	7.13
南非	12.91	7.67	3.13	1.66	-51.74	2.94
秘鲁	7.69	6.66	2.02	2.15	4.37	4.18
缅甸	7.24	3.72	1.76	0.2	0	0.35
新西兰	9.13	101.99	2.22	2.71	73.72	48.08

从美国、新西兰、智利、厄瓜多尔的进口显著增加。



二 未来10年市场展望



基本判断



产量增长方式转变
加工消费较快增长
对外贸易规模扩大
价格两极分化加剧



2015-2025年中国水果供需平衡表（万吨）

类别	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
生产量	27146	27501	27937	28355	28762	29157	29517	29844	30107	30418	30705
进口量	412	450	480	510	540	570	586	602	618	634	650
消费量	26585	27090	27624	28133	28604	29061	29458	29808	30142	30465	30766
直接食用	12548	12808	13062	13301	13508	13705	13857	13976	14109	14213	14308
加工消费	2690	2810	2929	3047	3163	3278	3393	3505	3611	3715	3815
损耗	11347	11473	11632	11785	11934	12078	12209	12328	12422	12536	12643
出口量	423	440	473	505	538	570	586	602	618	634	650
结余变化	550	421	321	228	160	96	58	35	-36	-47	-62

预测方法：CAMES模型



生产展望

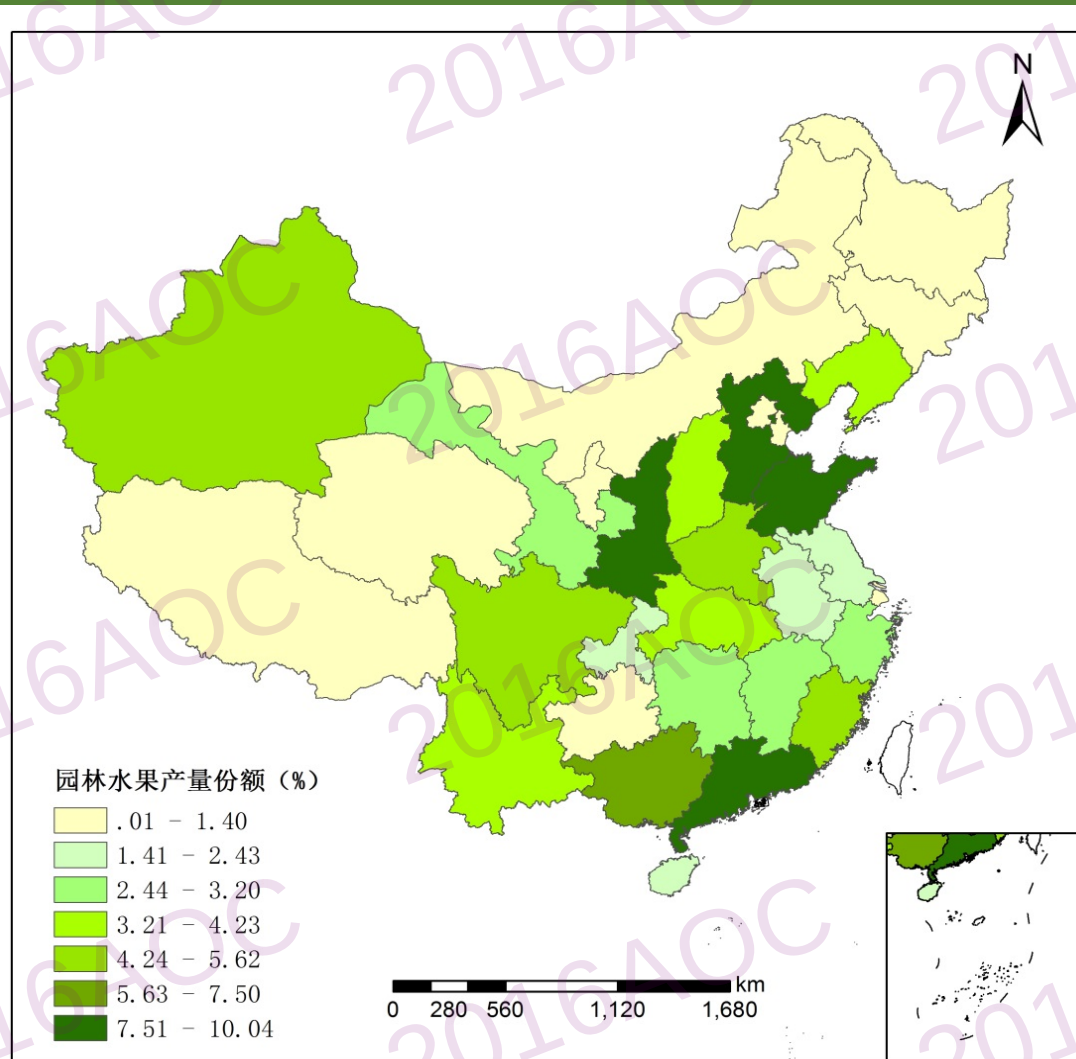
未来10年中国水果产量将持续增长，但增速放缓。产量增加仍将依赖于面积的扩大和单产水平的提高。

产量小幅增长的同时，在农业供给侧改革和消费需求拉动下，水果生产的标准化、规模化水平得到提高，质量更有保证，品质将进一步改善，供给结构调整优化。



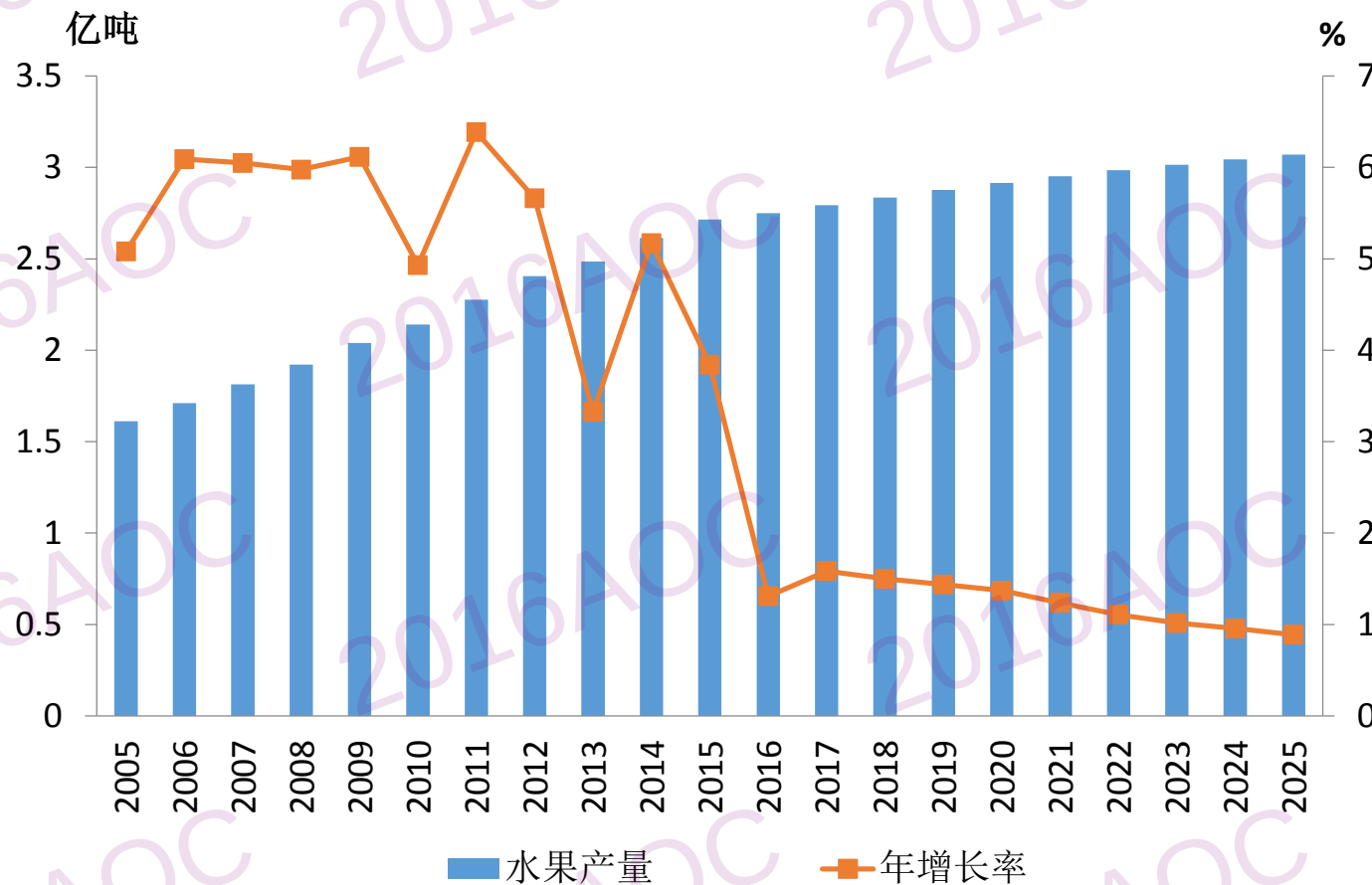
生产展望

- 水果面积仍有增长空间
- ◆ 较高的比较效益
- ◆ 精准扶贫的重要的产业选择
- ◆ 镰刀弯地区玉米面积调减
- ◆ 对其他作物的替代（如广西甘蔗）
- ◆ 新一轮退耕还林还草
- ◆ 休闲农业和乡村旅游的发展
- ◆ 工商资本对农业投入的增长
- 单产增速放缓——提质增效、量质并重





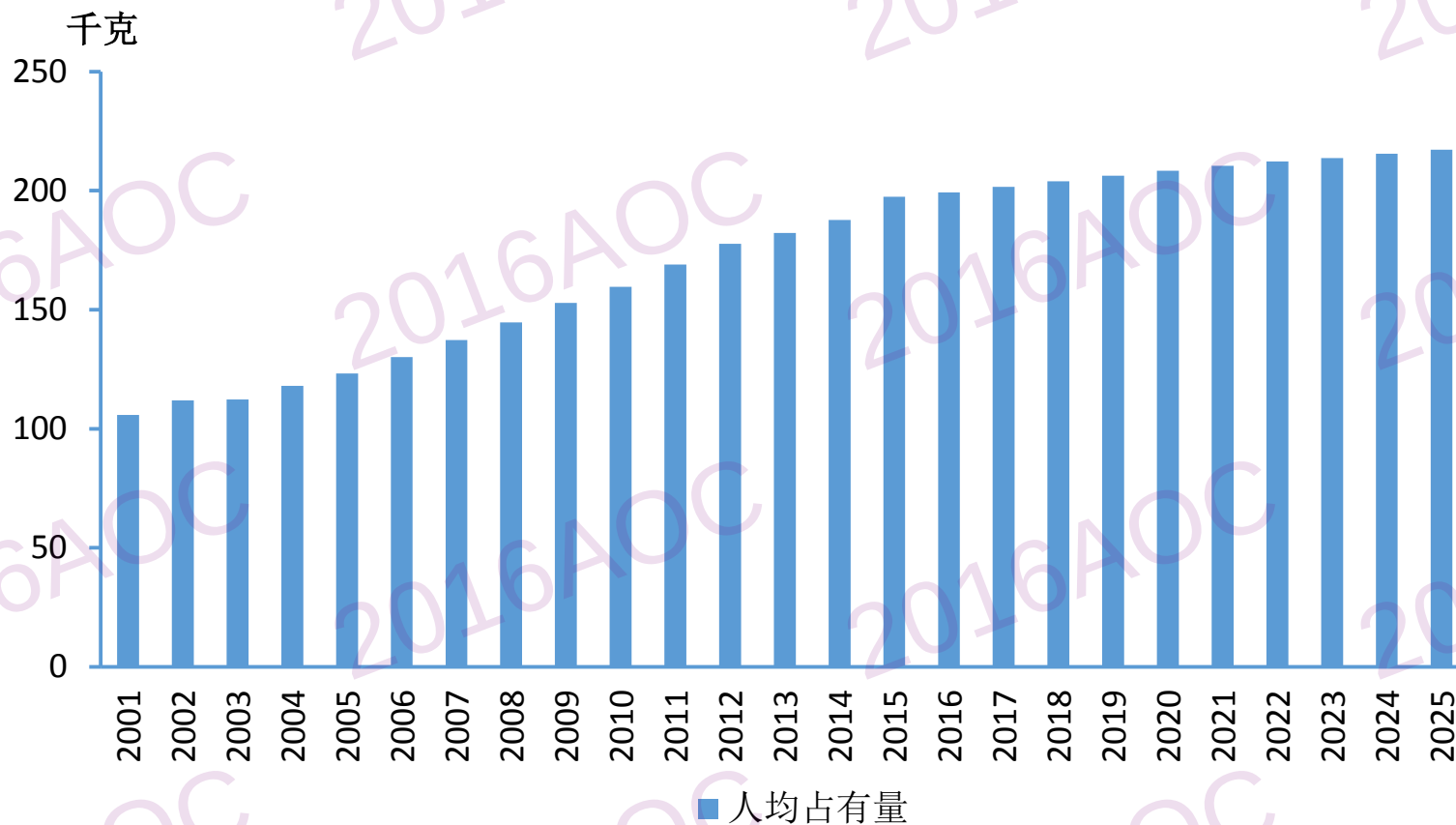
生产展望



预计“十三五”期间水果产量年均增长1.48%，展望后期年均增长1.06%。到2025年水果产量达到3.07亿吨，包括2.06亿吨园林水果和1.01亿吨瓜果类。



消费展望



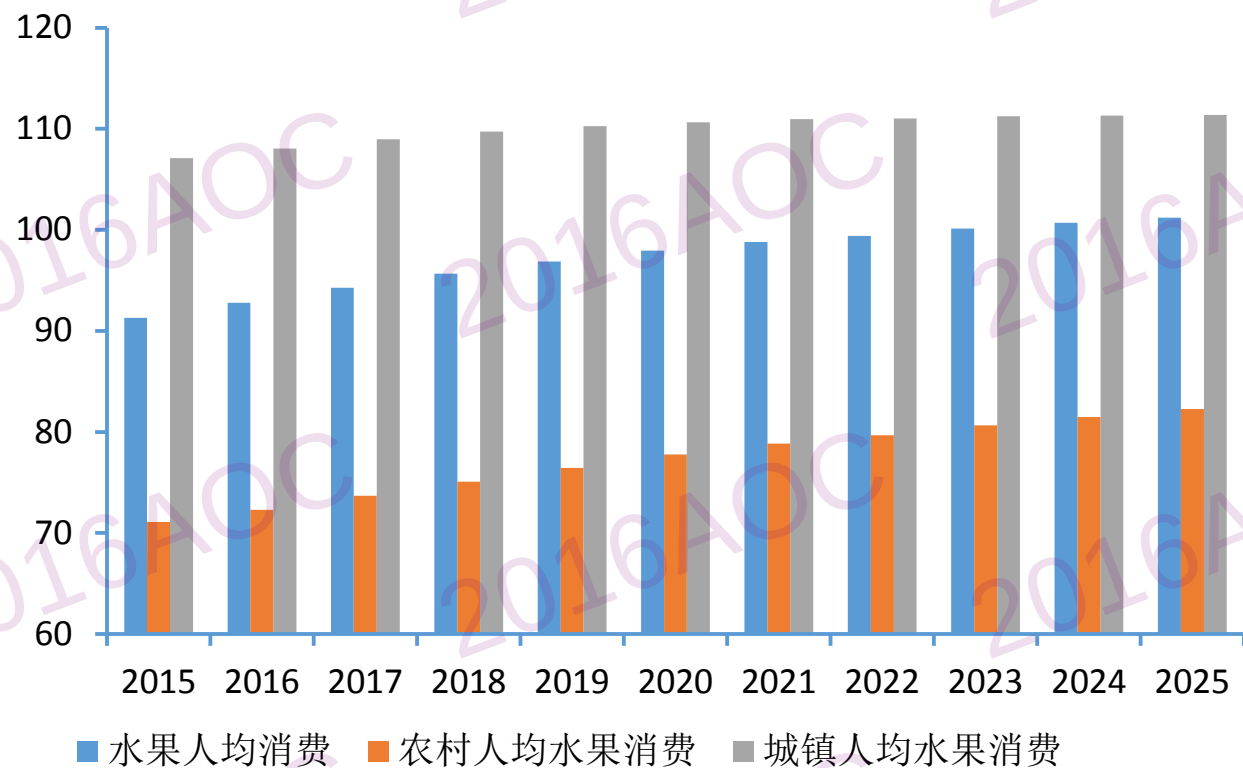
2015年：197千克/人
2020年：208千克/人
2025年：217千克/人

2001-2025年水果人均占有量变化



消费展望

千克/年



2014-2024年人均水果直接消费量

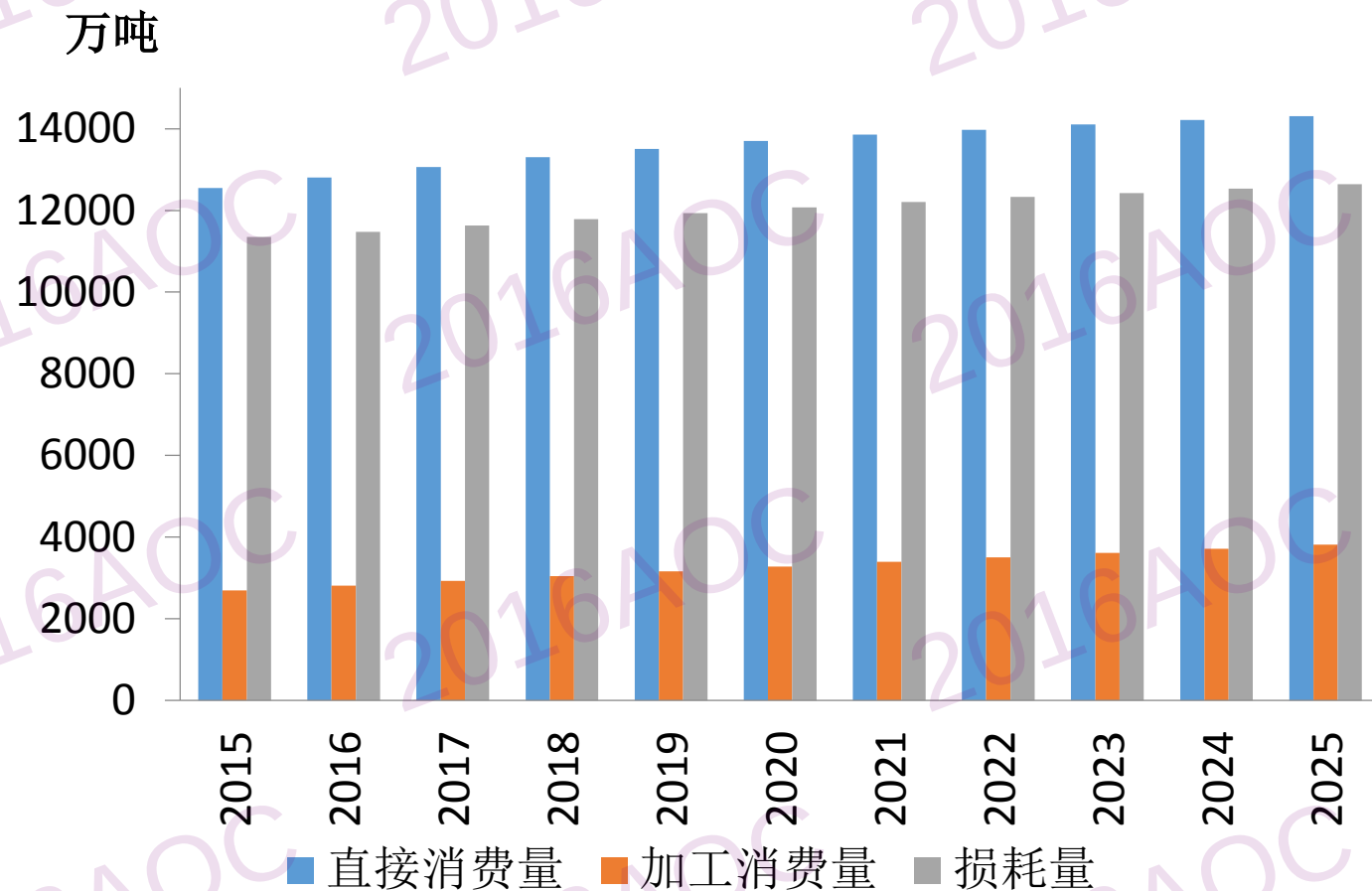
消费需求、购买能力：收入水平提高、消费观念改变、对水果在合理膳食结构中的重视程度提高。

《中国居民膳食指南（2007）》：水果摄入量应达到200~400克/（人·天）（73~146公斤/（人·年）。2015？

《2015-2020年美国居民膳食指南》：建议多吃水果，特别是整个水果（不是果汁）
预计2020年人均水果消费量达到97.9公斤，2025年101.2公斤。消费结构明显改变。



消费展望



2015-2025年中国水果消费量

未来10年，直接消费年均增长1.4%，加工消费年均增长4.18%。加工消费是水果消费的重要增长点。

2025年直接消费量为1.43亿吨，加工消费量为3815万吨。展望期末水果加工率达到12%以上。



贸易展望



- 2015年底中韩自贸协定、中澳自贸协定启动，中国-东盟自贸区升级谈判完成并签署议定书，水果进出口带来新的动力。
- 当前中国加快构筑面向全球的自由贸易区网络，“一带一路”也加快发展。中国一系列对外贸易协定的签署、实施或商讨结果，有利于增强对外贸易伙伴关系，使水果进出口合作伙伴更加多元化，有利于贸易总量的持续扩大。
- 展望期内，中国水果出口市场的增长主要在东盟、美国、俄罗斯等国家或地区，进口增长主要来自东盟、美国、新西兰、澳大利亚、智利、秘鲁等国家和地区。



贸易展望



- 出口方面，中国水果及其制品仍具有一定出口优势，全面提升果品标准化水平、加强品牌化建设将推动水果出口扩大，出口量预计在波动中增长。
- 进口方面，国内收入水平的提高、进口水果需求的增长将推动水果进口持续增长，鲜果仍将是中国进口果品的主体。
- “十三五”期间水果进出口规模预计持续扩大，进口增速略大于出口增速；展望后期（2021—2025年），进出口增速持平。



价格展望



- **仍将保持较高价位**。劳动力价格、土地租金和物质成本提高、消费需求增大、质量品质提升等对水果价格形成支撑。
- **长期大幅上涨的动力不足**。产需基本平衡，农产品电子商务和现代物流业的加速发展也有利于减少中间环节、降低流通成本，抑制价格过高上涨。
- **大宗品种季节性波幅趋于收窄**。储运条件改善、果品熟期结构调整、进口水果补充。
- **价格分化趋于加剧**。水果消费的价格弹性较高，消费者对水果的偏好与需求并不稳定；消费需求和生产供给在空间和时间上都存在不对称，在产业升级过程中，不同区域、不同果品、不同规模生产者的调整转变步伐存在差异，高端和低端、大宗和稀缺产品将长期并存，细分市场的供需差异导致果品价格两极分化加剧。



价格上涨受到生产成本上涨的持续推动

元/亩

10000

9000

8000

7000

6000

5000

4000

3000

2000

1000

0

2004

2005

2006

2007

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

— 产值

— 生产成本

— 人工成本

— 土地成本

— 净利润

以苹果为例，2010-2014年苹果产值徘徊在8000-9000元/亩，但是总成本增加1582元/亩，其中人工成本增加1480元/亩，土地成本增加99元/亩；净利润减少1551元/亩，成本利润率降低67%。

市场价格大幅上涨的同时，果农净收益下降。



三 不确定性分析



- 气象和病虫害发生的不确定性
- 市场波动的不确定性加大
- 对外贸易环境的不确定性



气象灾害和病虫害发生的不确定性





市场波动的不确定性加大





市场波动的不确定性加大



- 水果是我国市场化程度最高的农产品之一，与其他作物相比，水果生长周期长，生产调整缓慢，消费价格弹性大，不同品种间替代性强，价格波动频繁且幅度较大，这都决定了水果生产经营在具有较高收益的同时风险也较大。
- 展望期内，水果生产规模持续扩大，一方面地方政府为了增加农民收入，鼓励和支持水果扩种，另一方面民间资本和工商资本的进入不断升温，生产环节的竞争加剧。
- 除传统的批发市场、集贸市场、超市经营水果外，实体水果店、水果微商、传统水果电商、新型水果电商巨头等加速发展，营销环节竞争不断加剧。
- 受经济增速可能放缓及部分出口市场可能萎缩的影响，水果消费增速具有较大不确定性。
- 可以利用的市场风险管理工具相对缺乏，如何抵御市场风险可能的剧烈冲击是政府部门、相关经营主体都需要密切关注的问题。



敬请批评指正！

赵俊晔, zhaojunye@caas.cn

中国农业科学院农业信息研究所