



中国水果市场展望

2018-2027

赵俊晔

中国农业科学院农业信息研究所

2018. 04. 21 北京



汇报内容 Contents

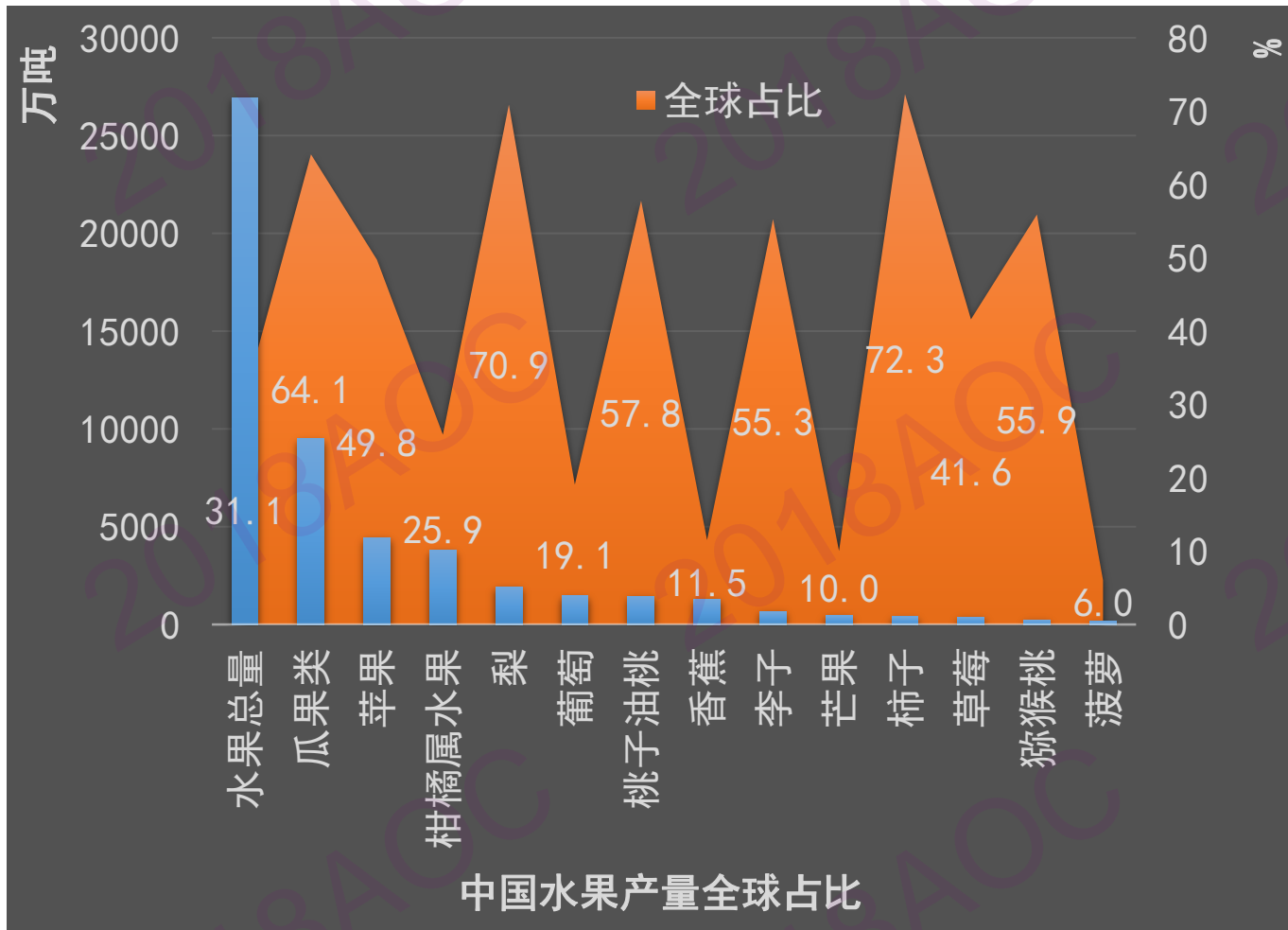
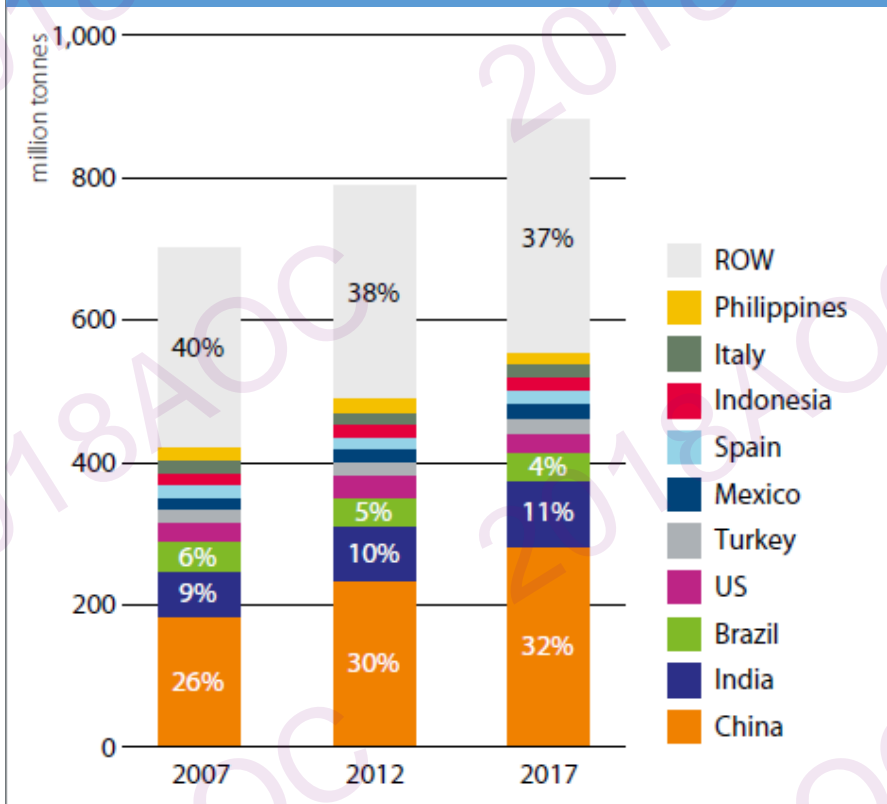


- 一 中国水果概况
- 二 2017年市场形势回顾
- 三 未来10年市场走势判断
- 四 不确定性分析



中国水果生产在全球的地位

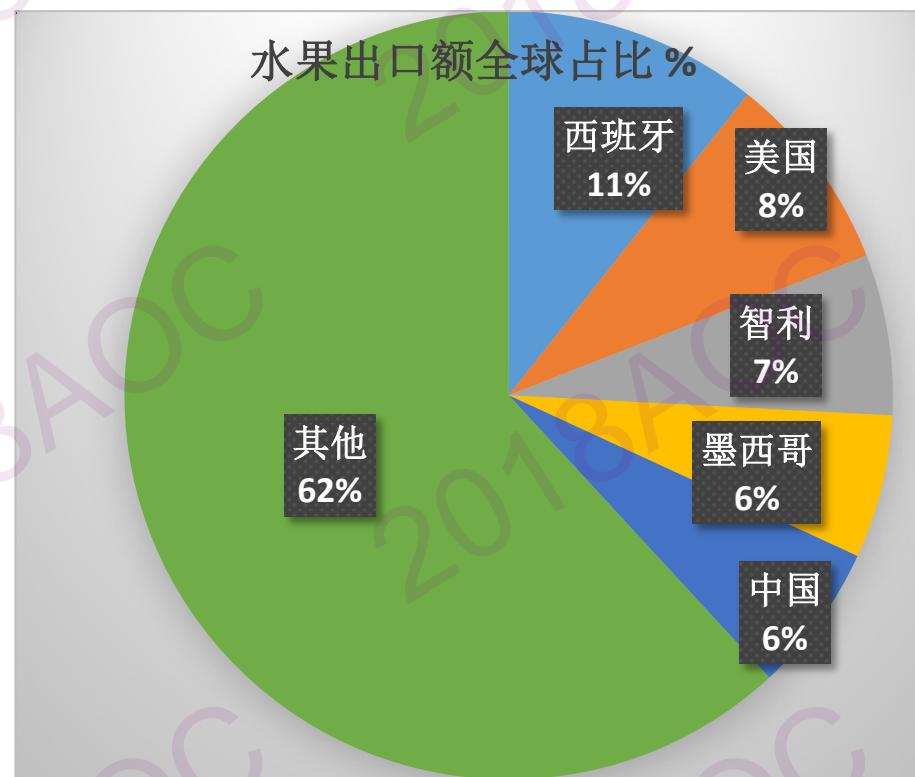
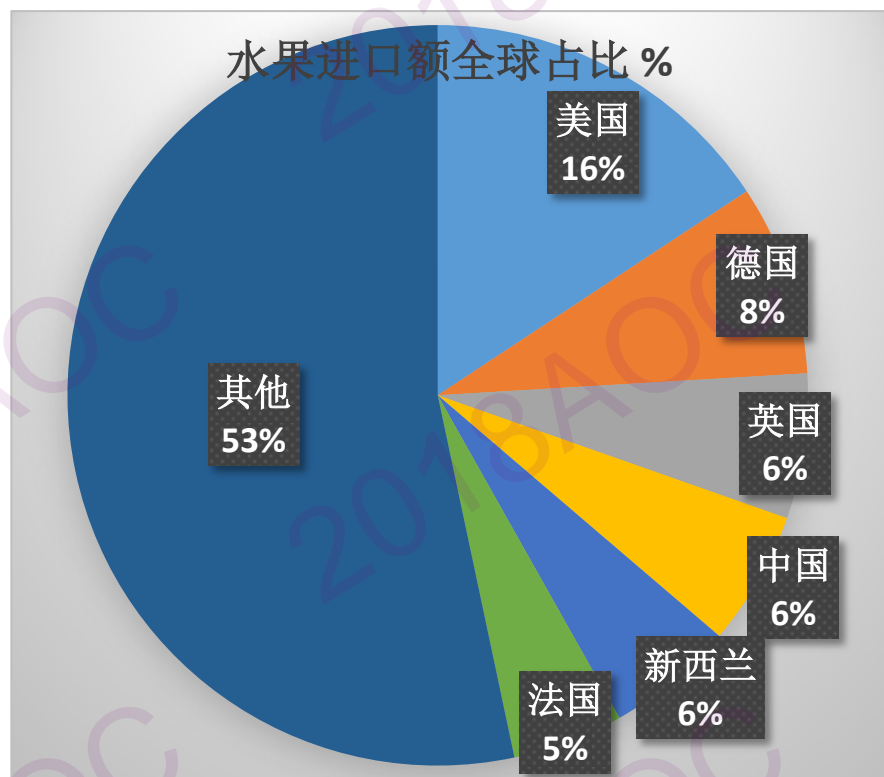
前10位水果生产国 2007-2017



数据来源: ROBOBANK 2017, FAO 2016



中国水果贸易在全球的地位



数据来源: UNCOMTRADE 2016



汇报内容 Contents



二、2017年水果市场形势回顾



区域园林水果分布





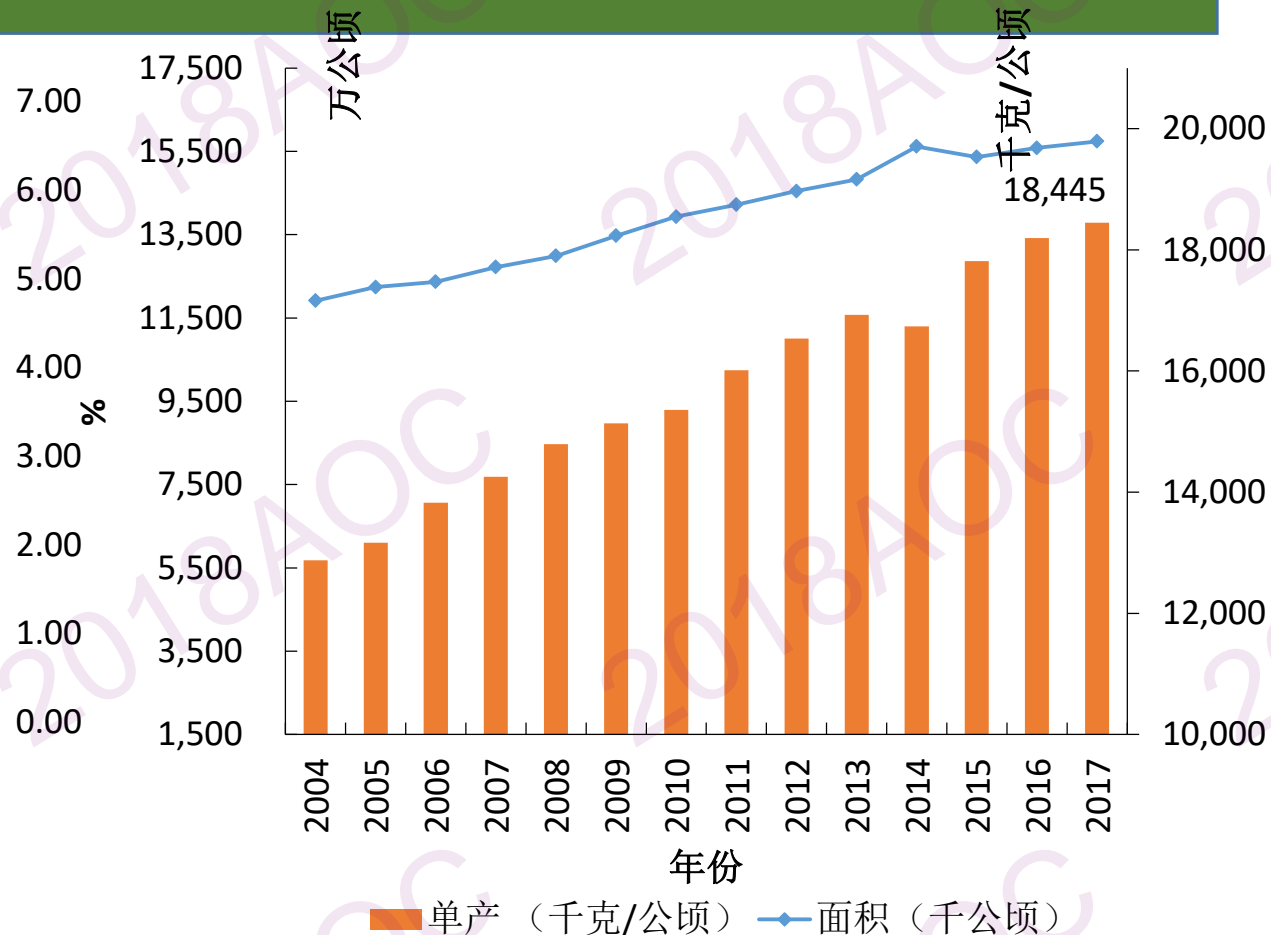
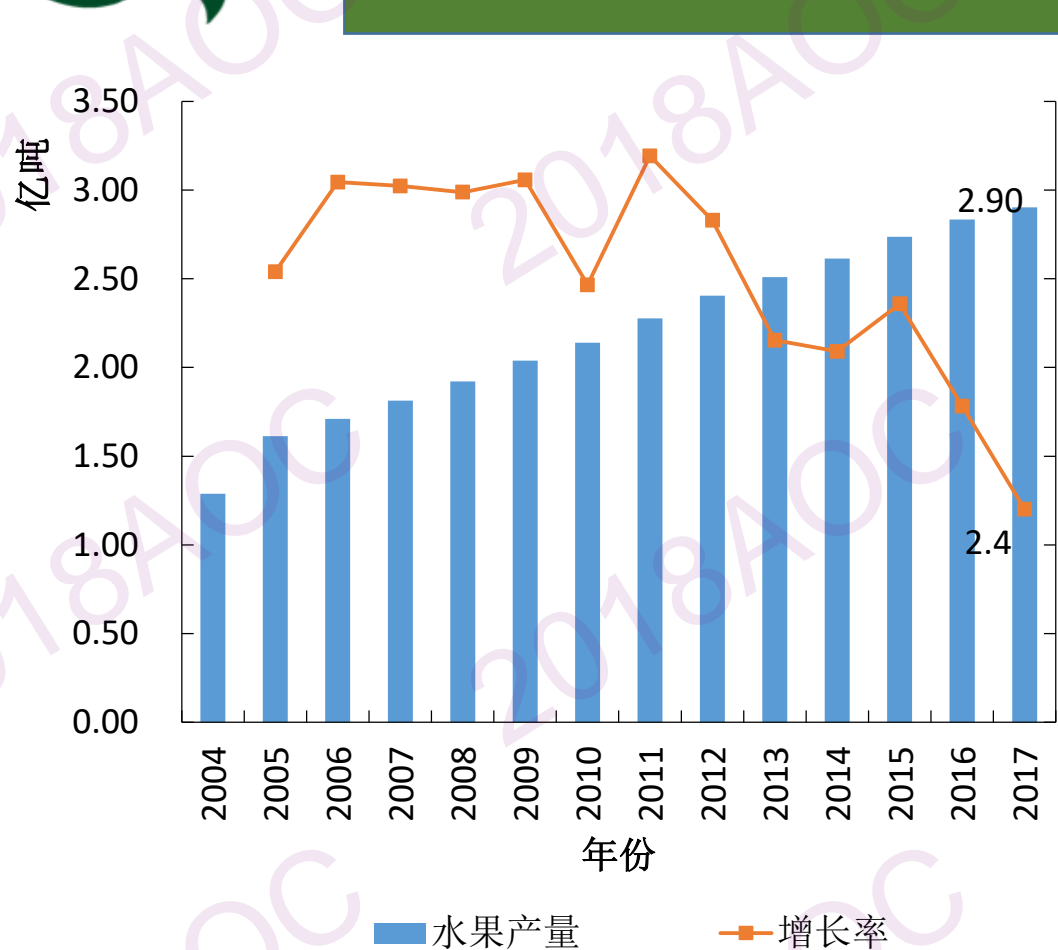
区域园林水果面积变化



数据来源：国家统计局 2016



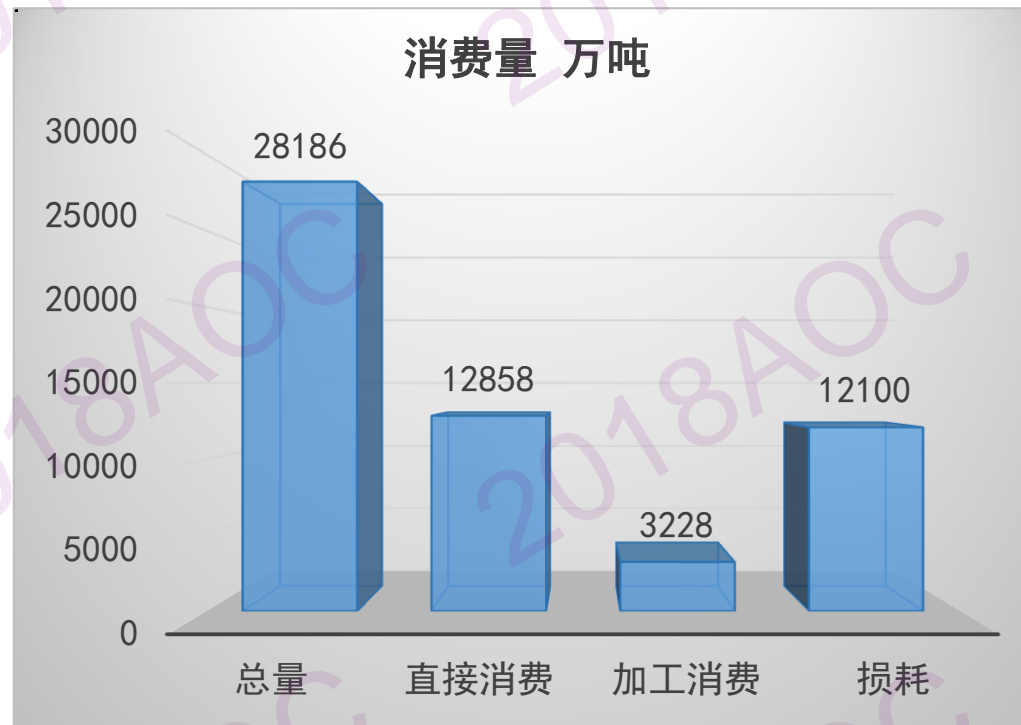
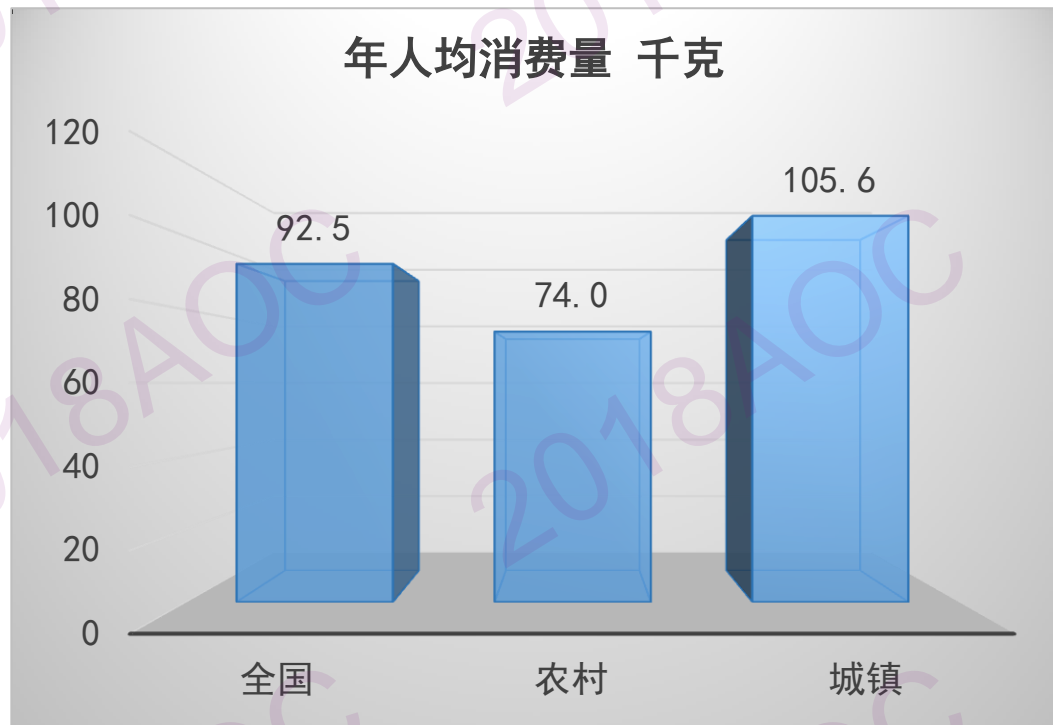
产量总体增加



数据来源：国家统计局，2017年为估计值



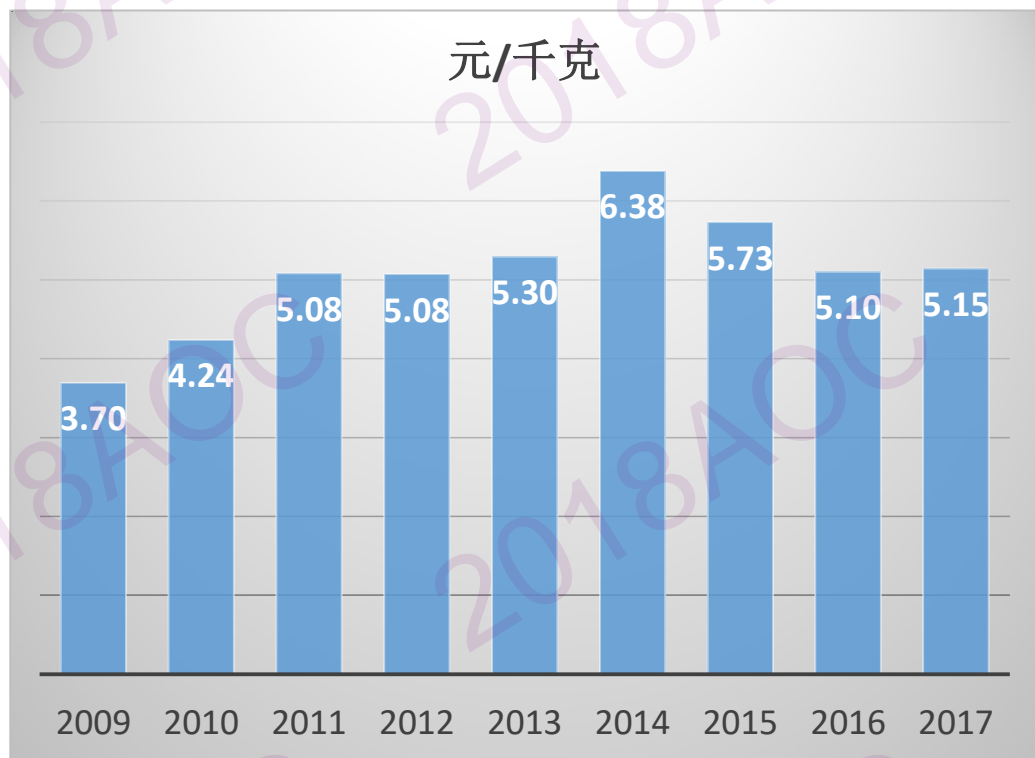
消费稳步增长



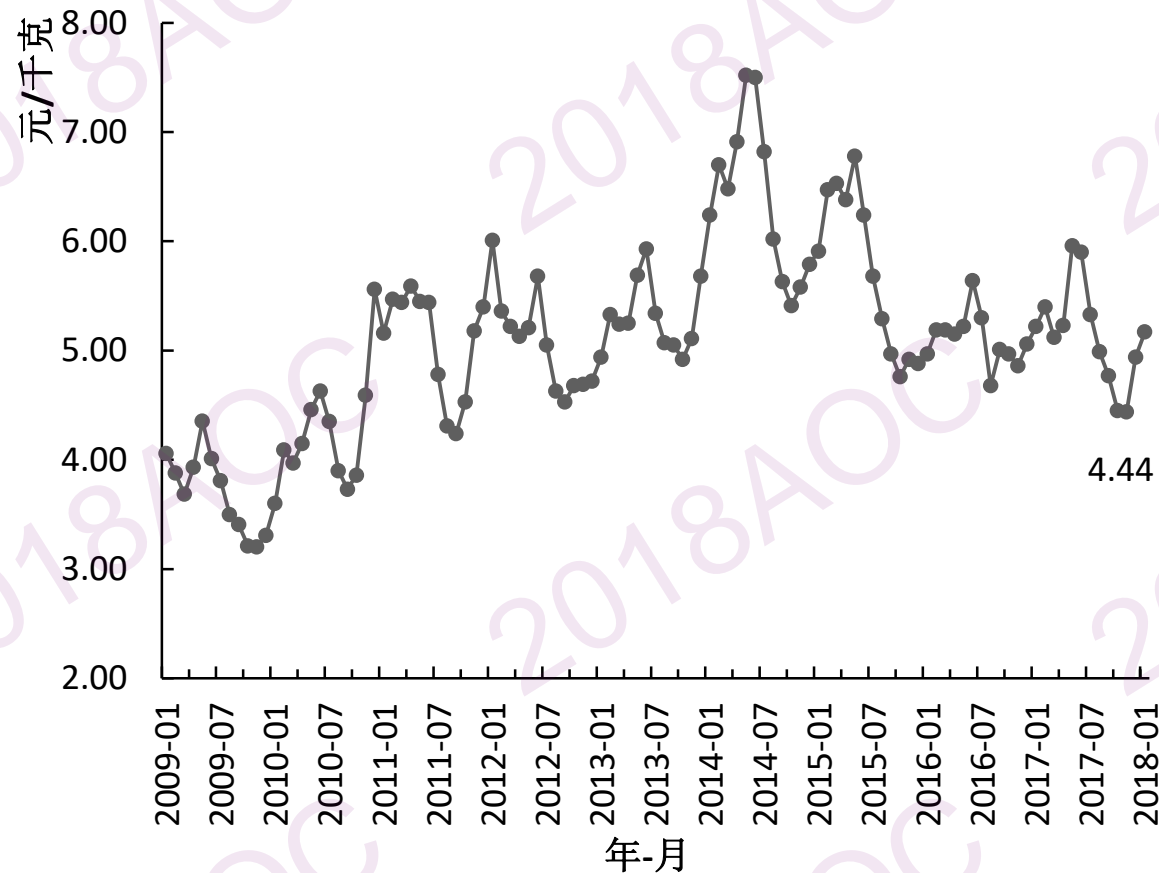
数据来源：课题组估计值



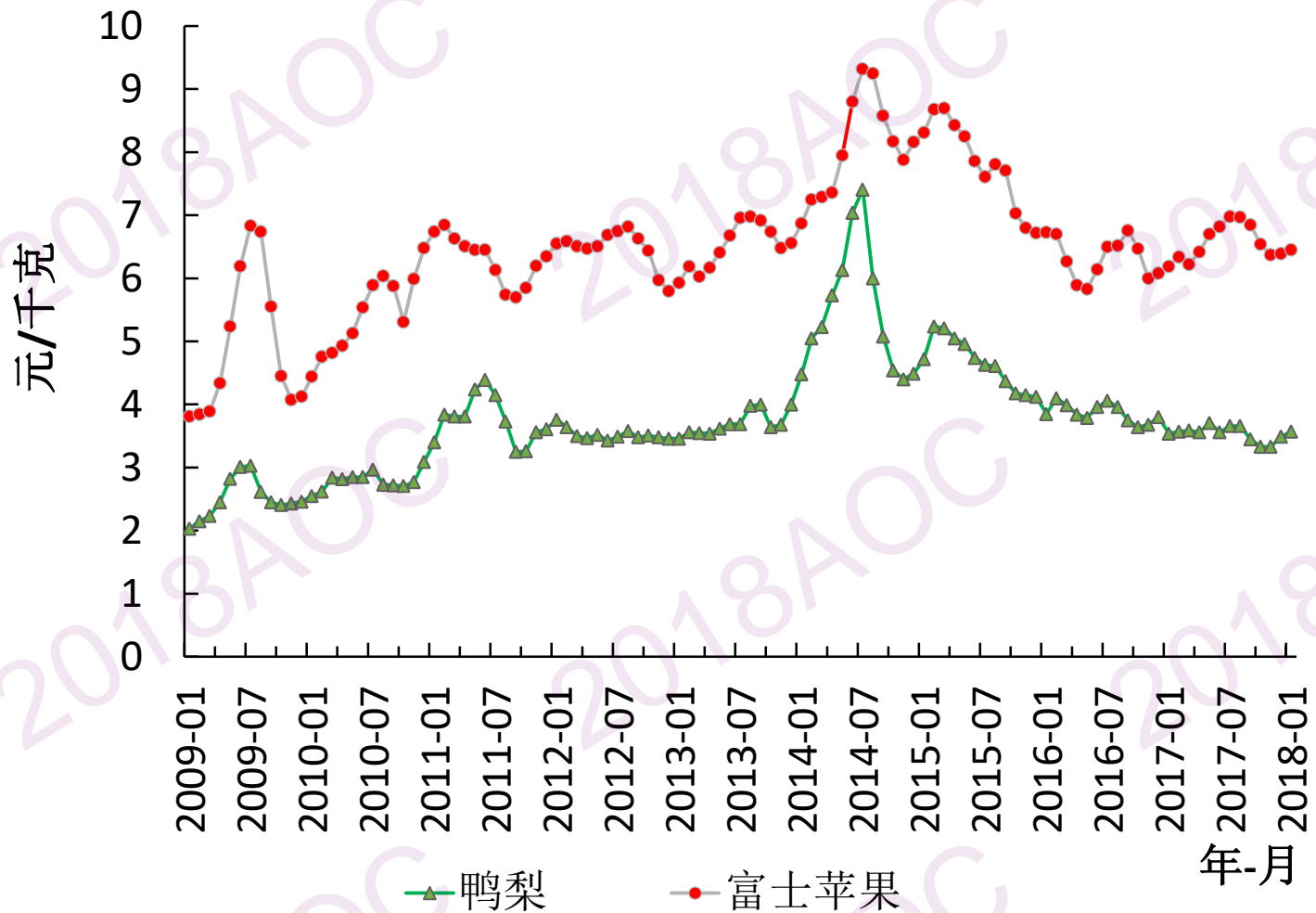
价格持平略涨，波动幅度加大



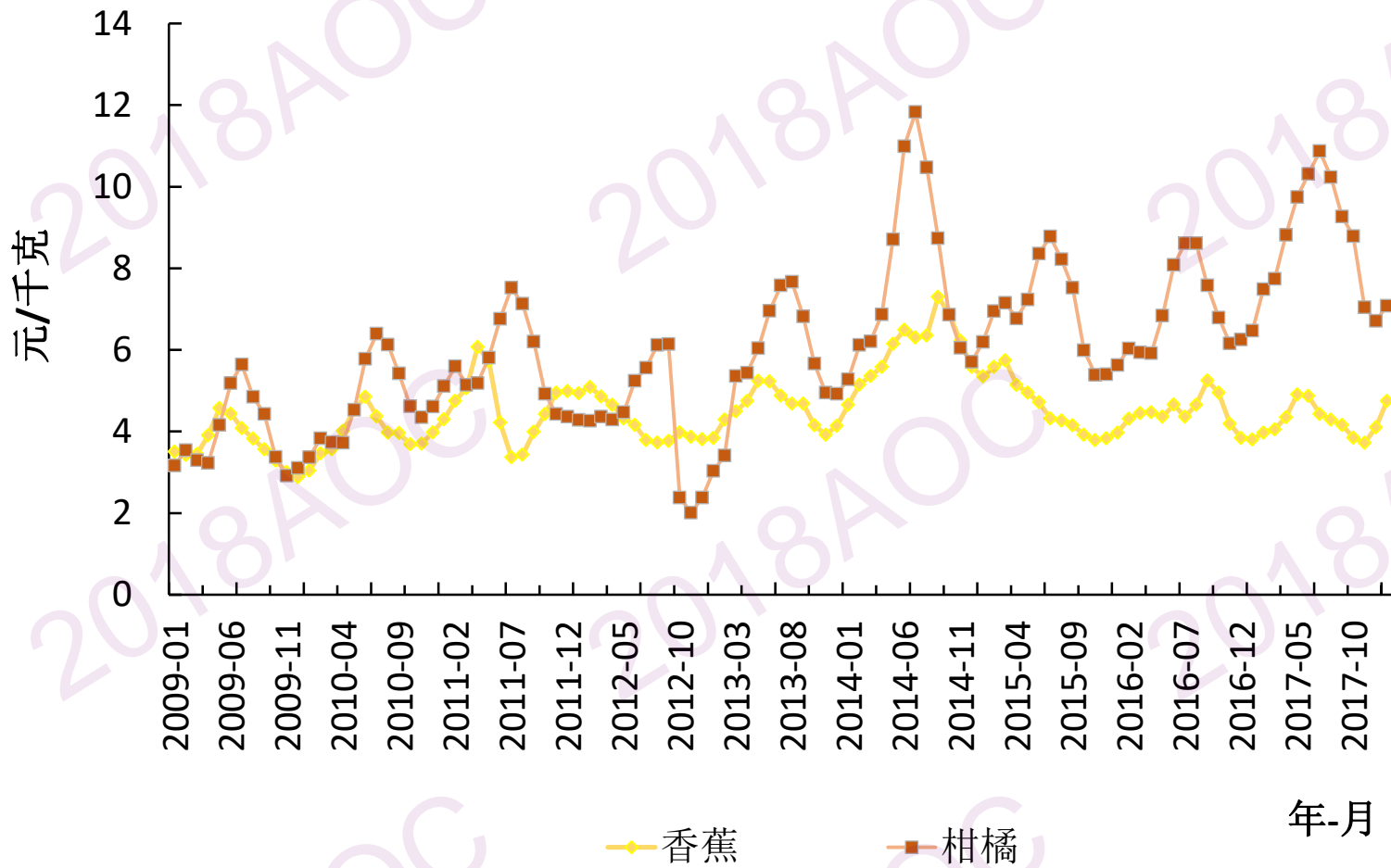
2009-2017年水果平均批发价格（年度）



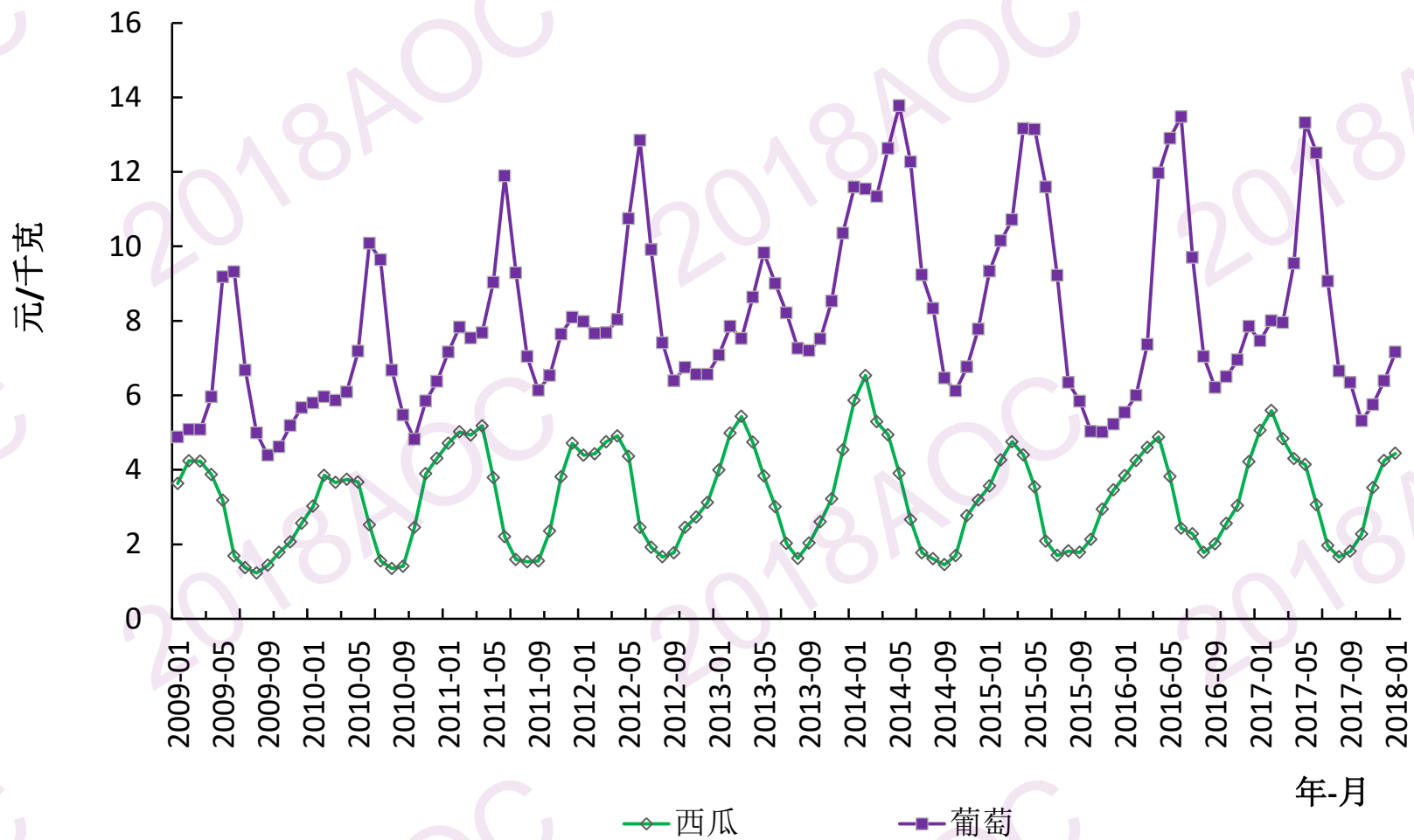
2009-2017年水果平均批发价格（月度）



数据来源：农业农村部



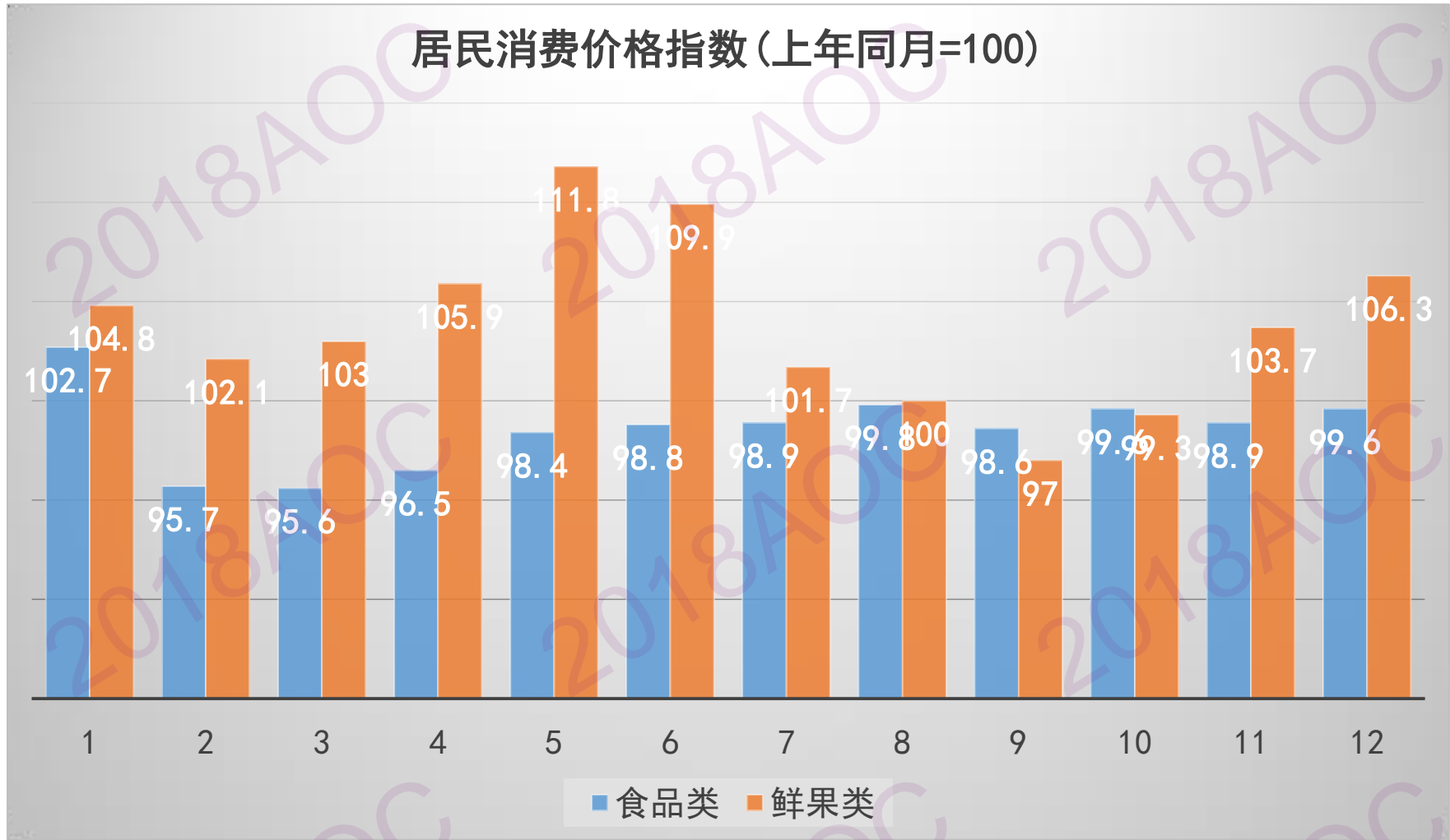
数据来源：农业农村部



数据来源：农业农村部



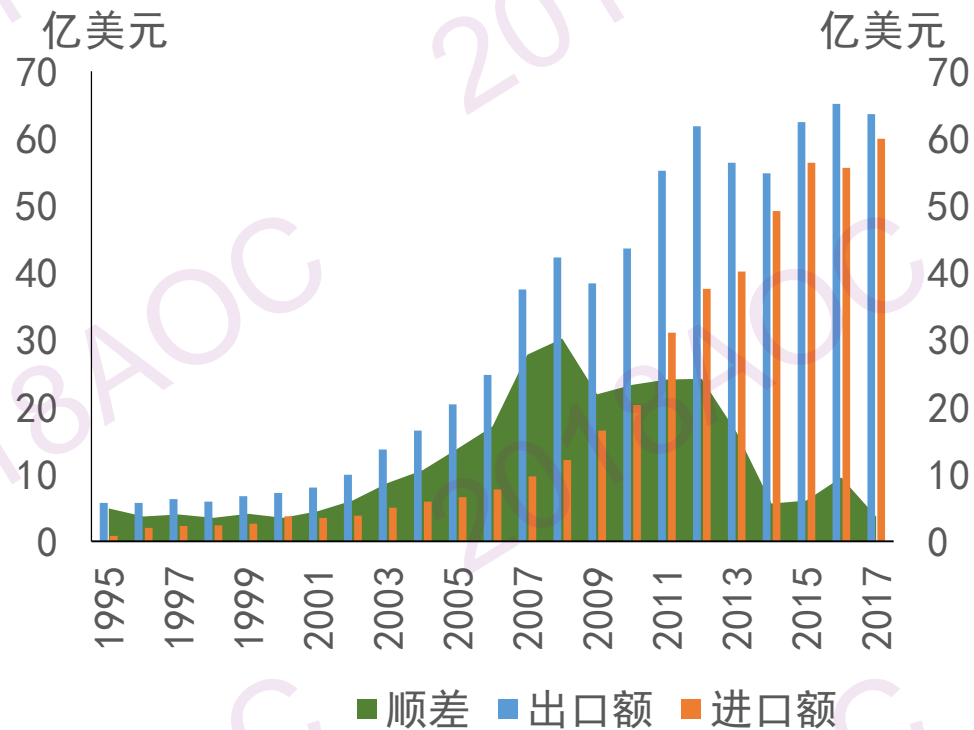
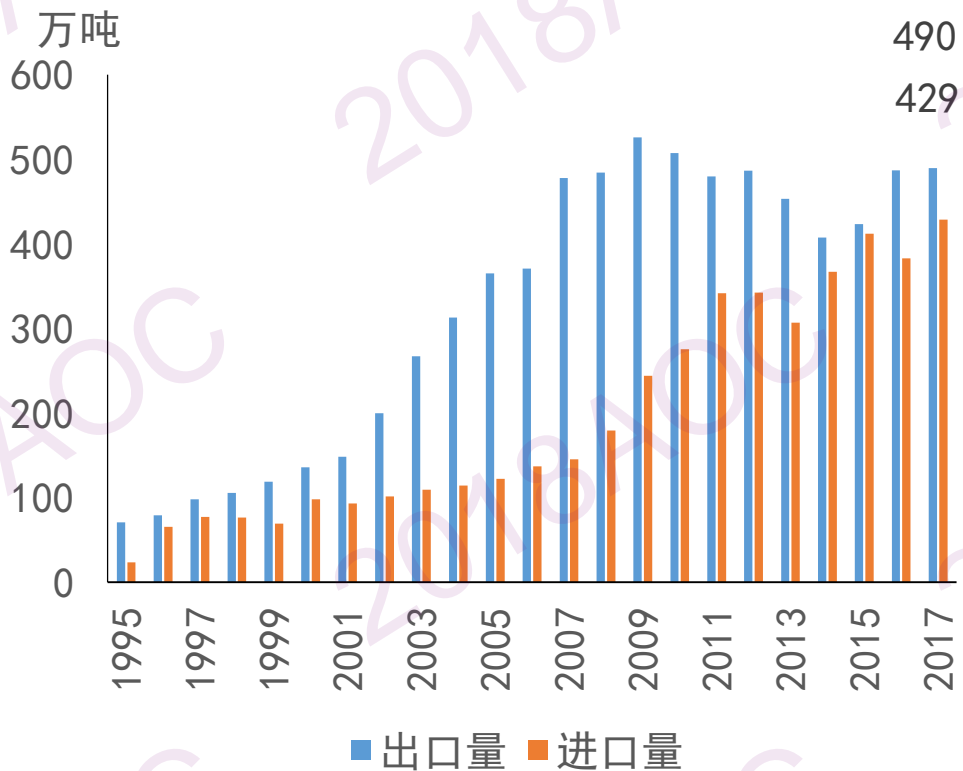
居民消费价格指数(上年同月=100)



数据来源：国家统计局



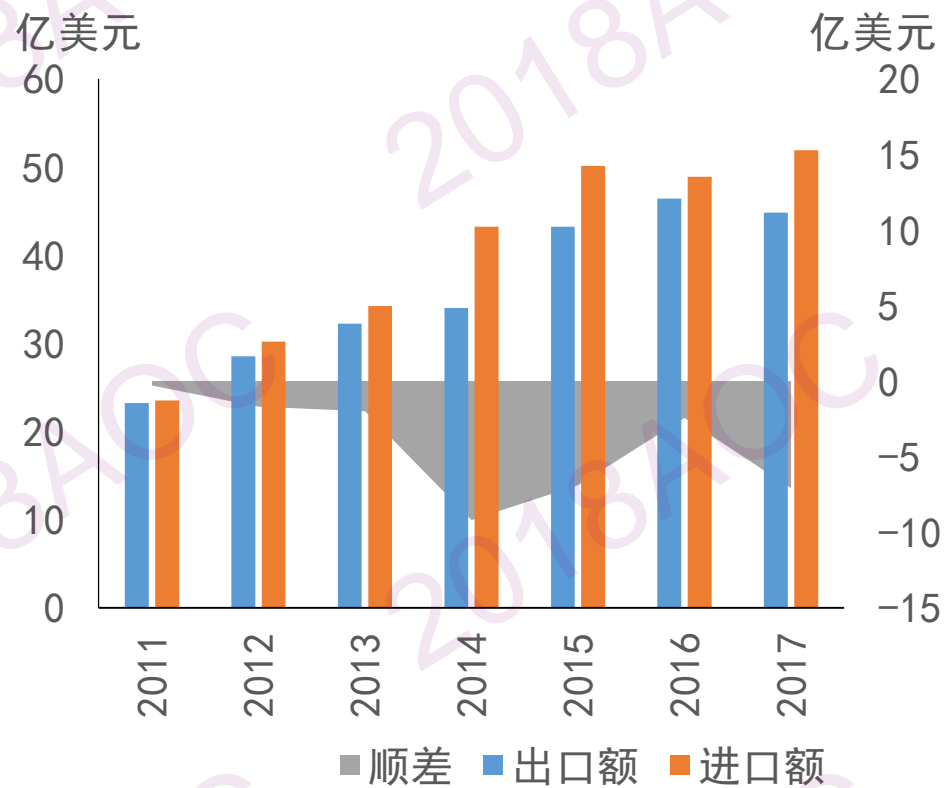
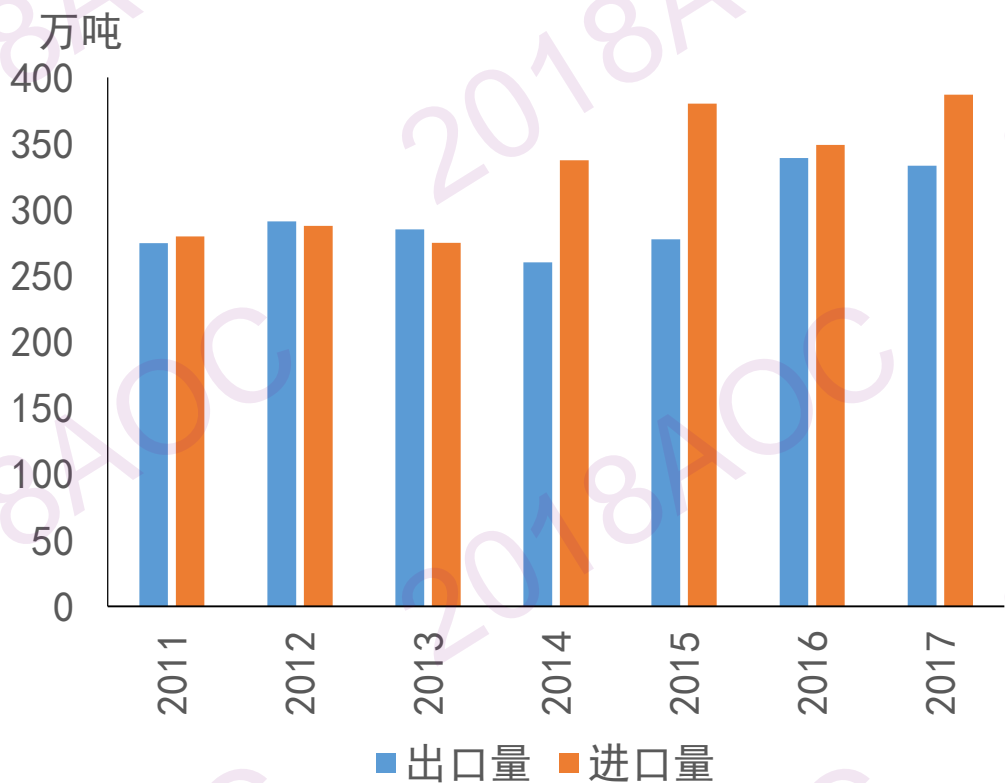
对外贸易顺差缩小



数据来源：根据中国海关数据整理



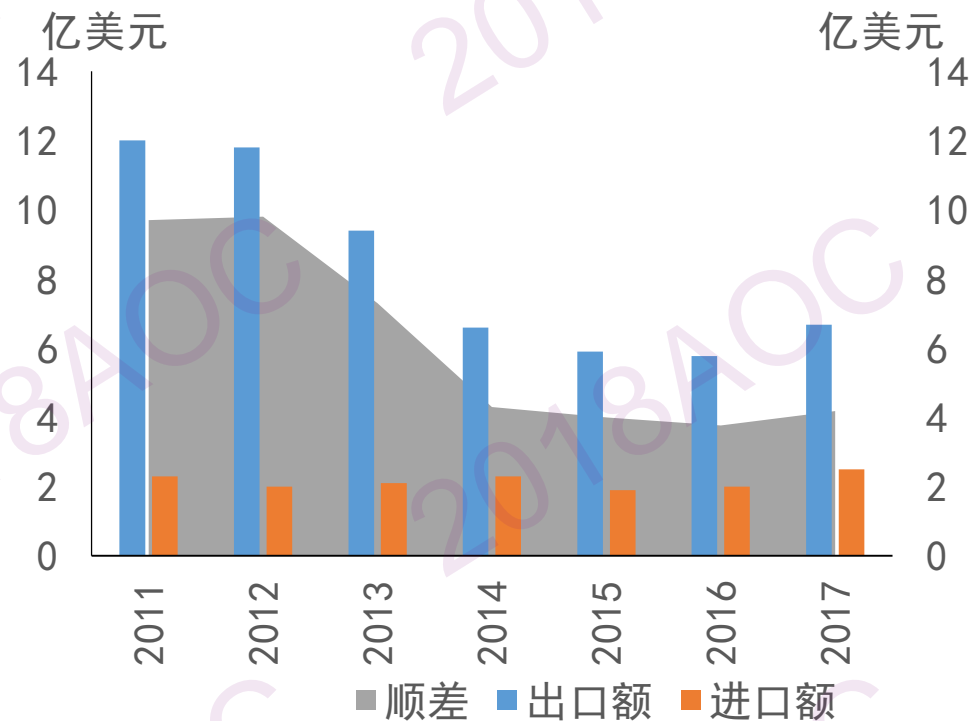
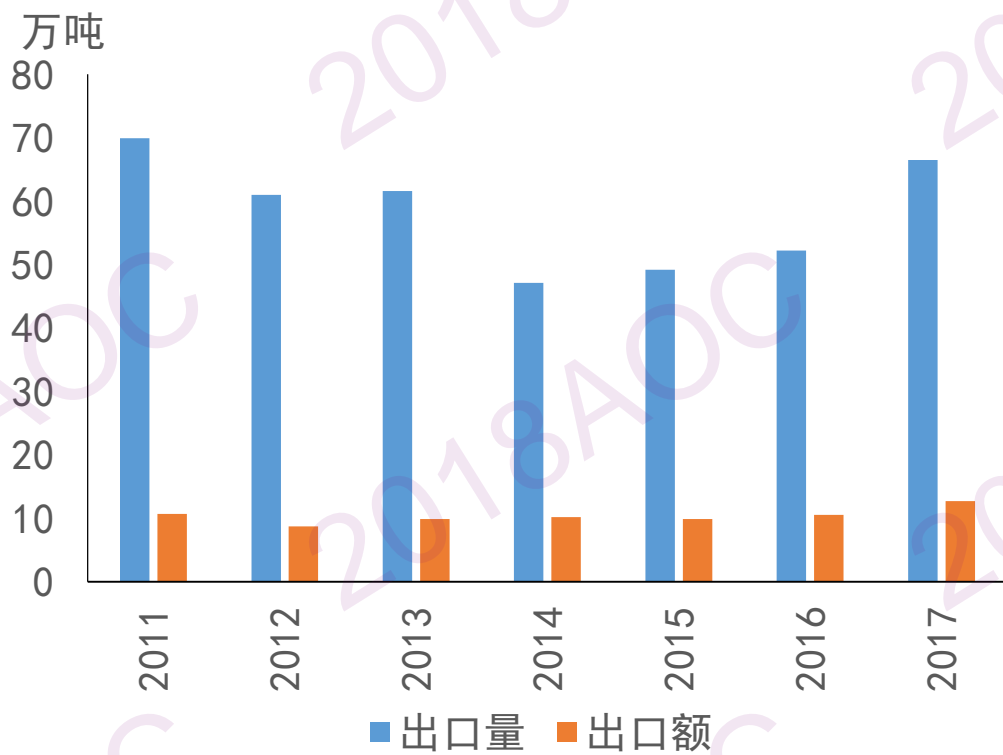
鲜果进口规模显著扩大



数据来源：根据中国海关数据整理



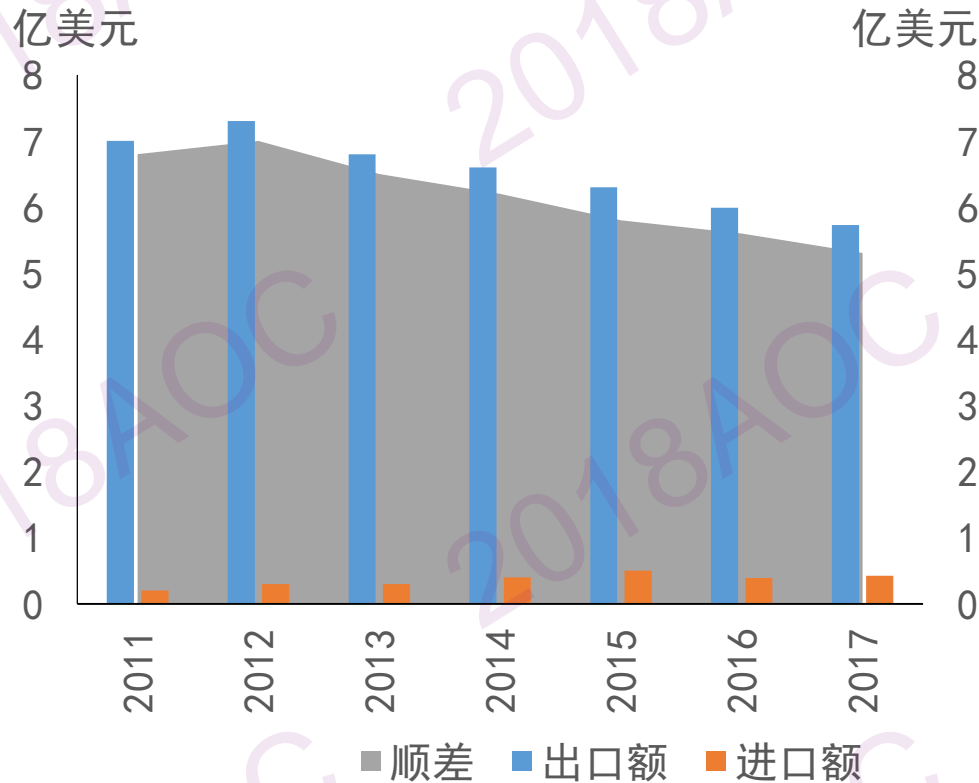
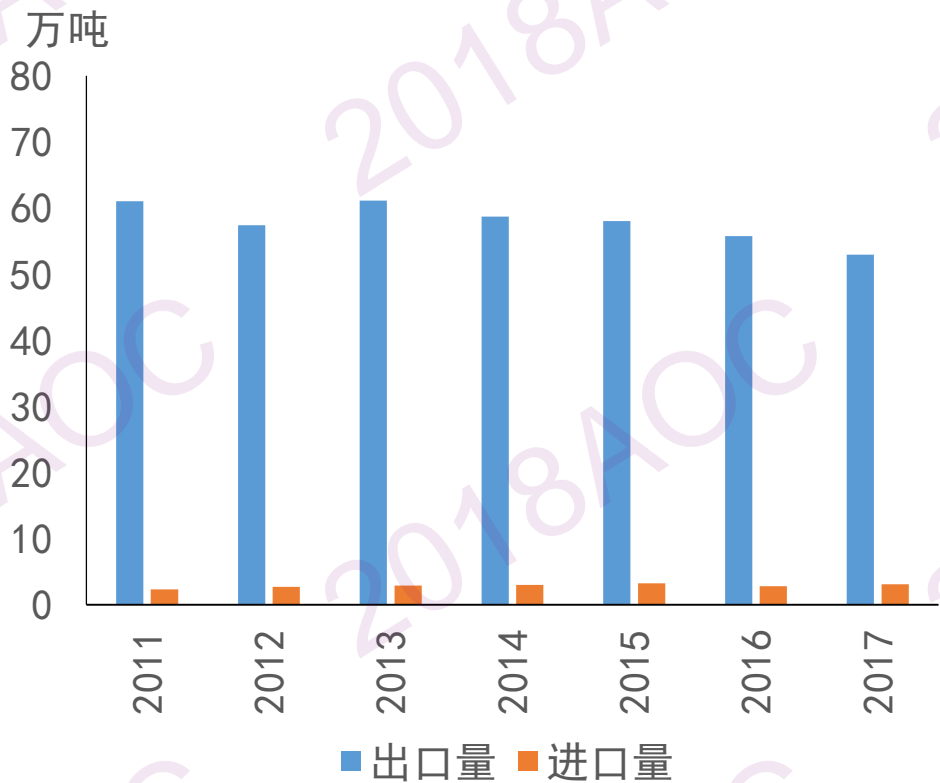
果汁进出口均增加



数据来源：根据中国海关数据整理



水果罐头出口缩减

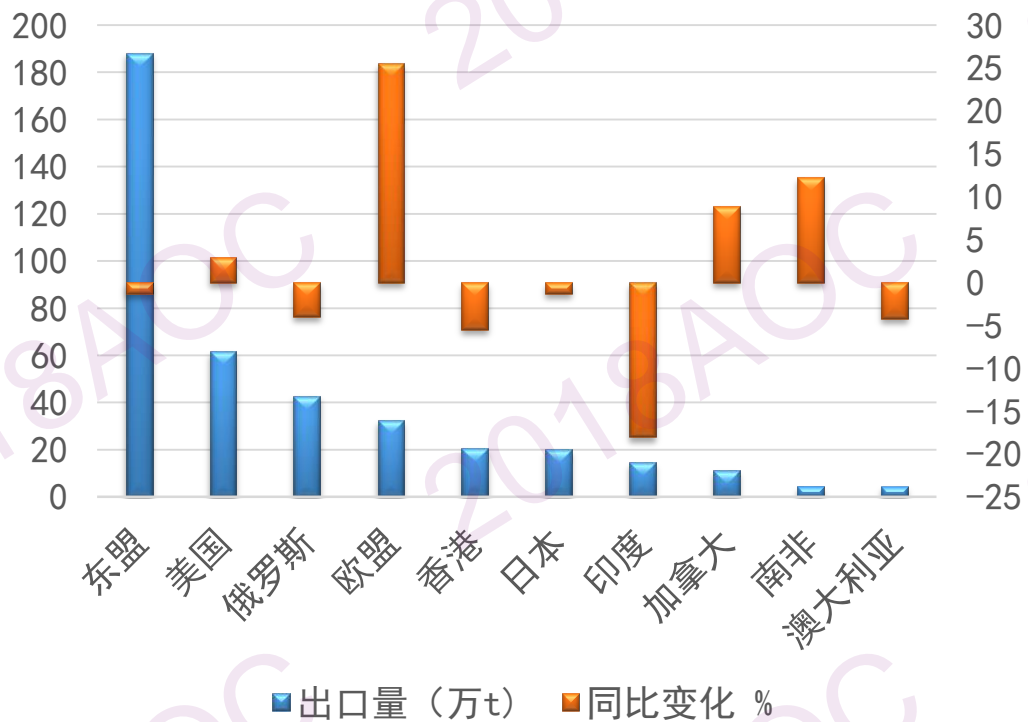


数据来源：根据中国海关数据整理

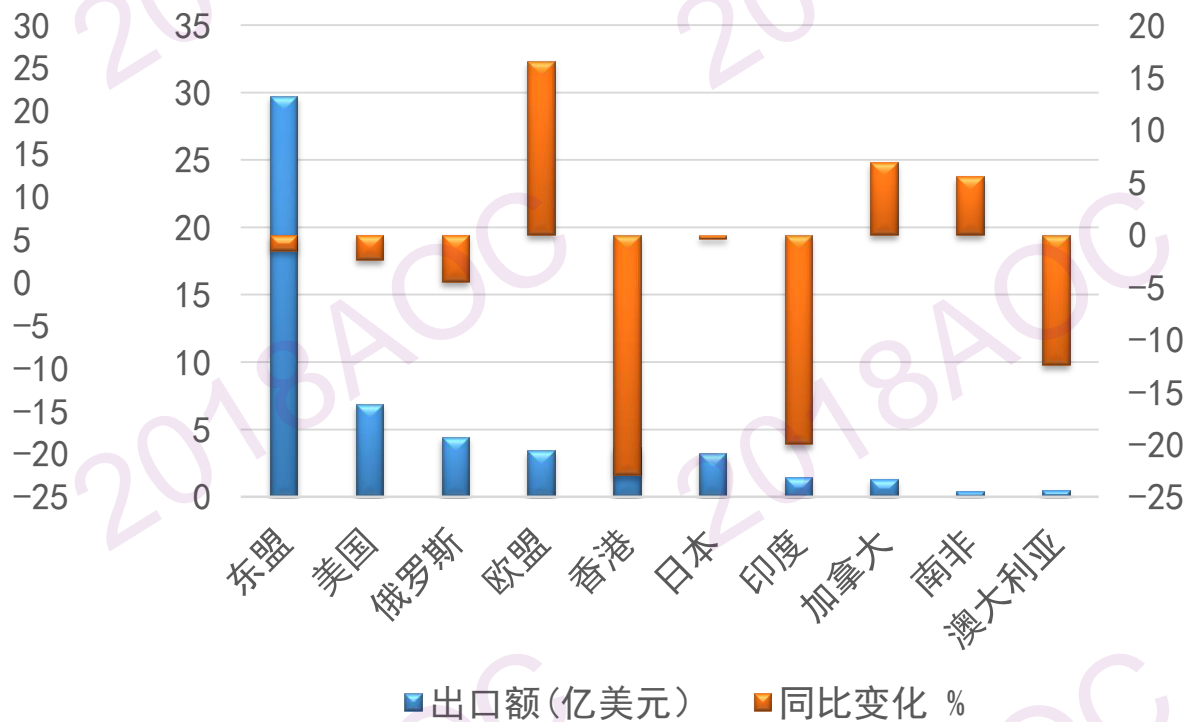


出口市场情况

出口市场（以量计）



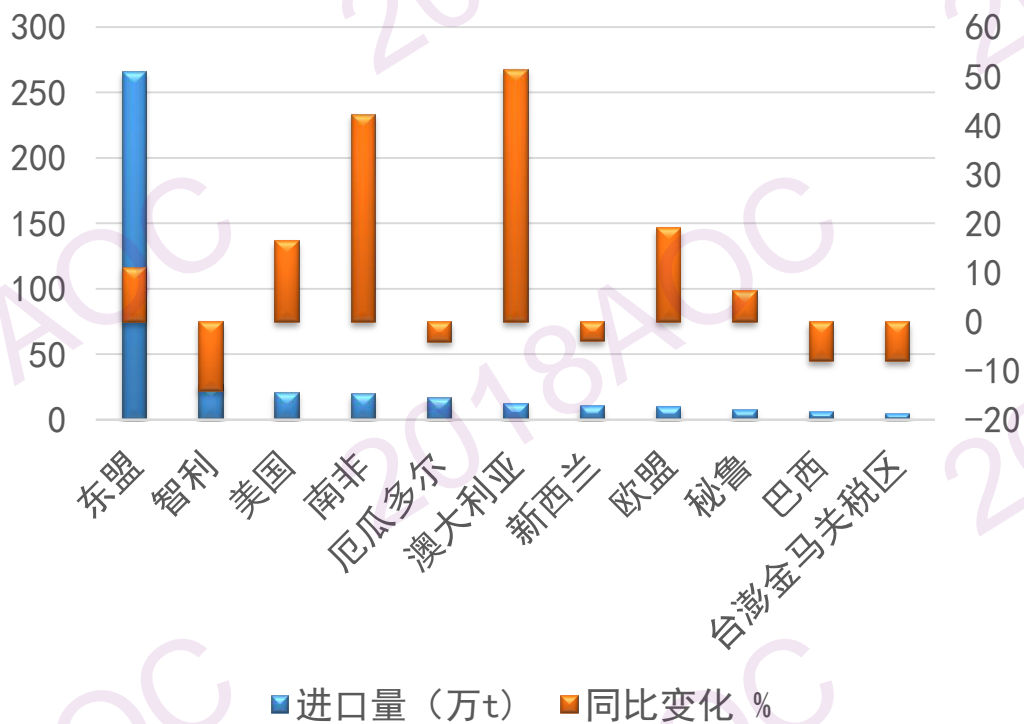
出口市场（以量计）



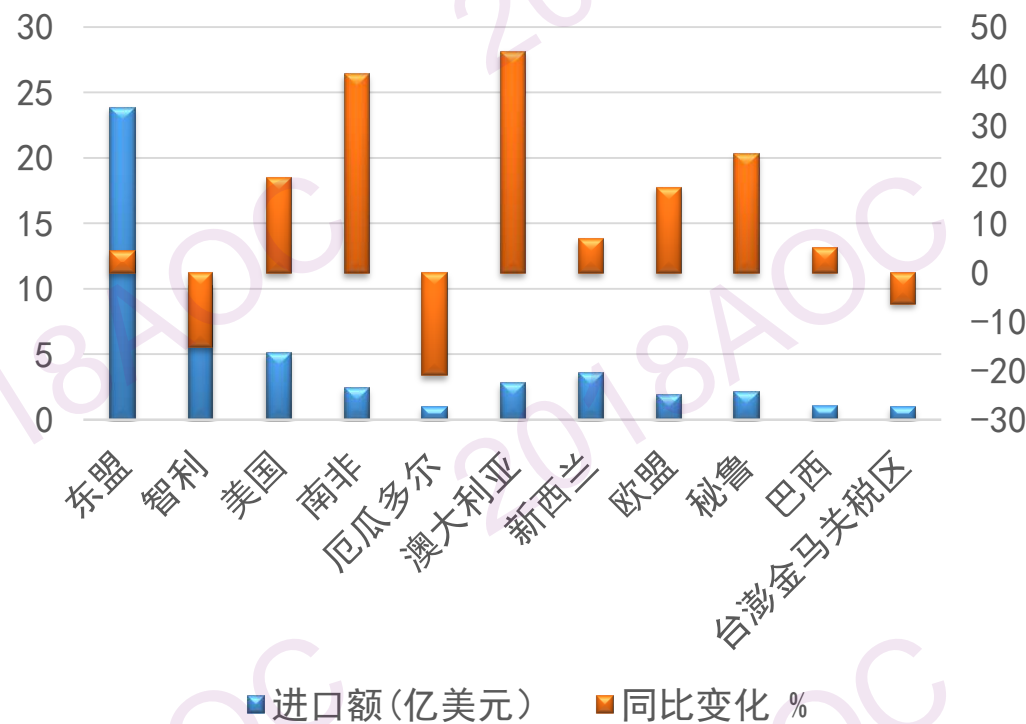


进口来源地情况

进口来源地（以量计）



进口来源地（以额计）



数据来源：根据中国海关数据整理



三 未来10年市场走势判断



重点考虑的几个问题



- 1、中国水果是否已经供大于求？
- 2、水果消费结构升级的方向？
- 3、水果产业供给侧结构性改革的方向？
- 4、国内外市场环境的重要变化？



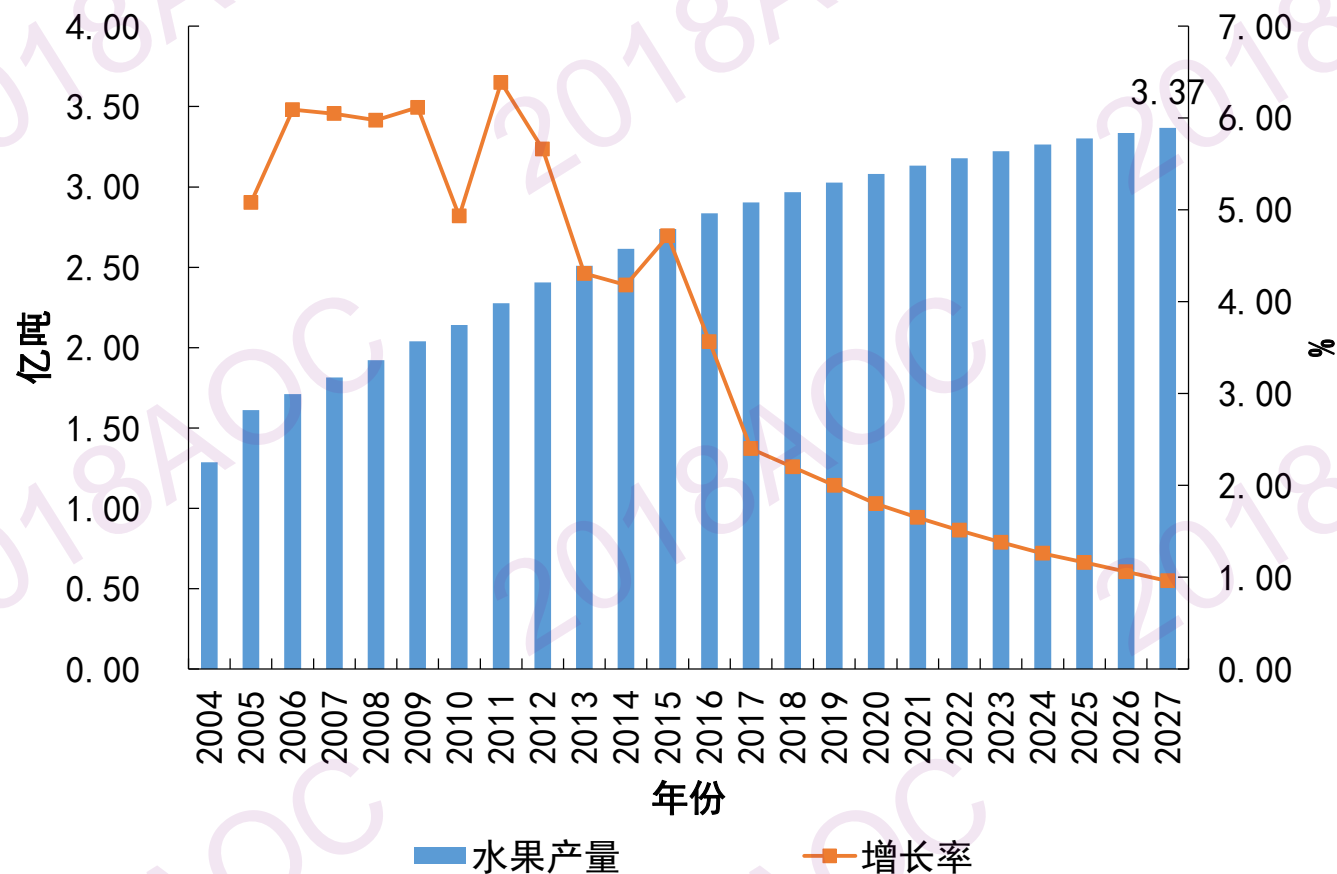
基本判断



产量增速趋缓， 质量提升加速
消费持续增长， 消费升级加快
价格波动上涨， 品质成主导因素
进出口贸易总量扩大



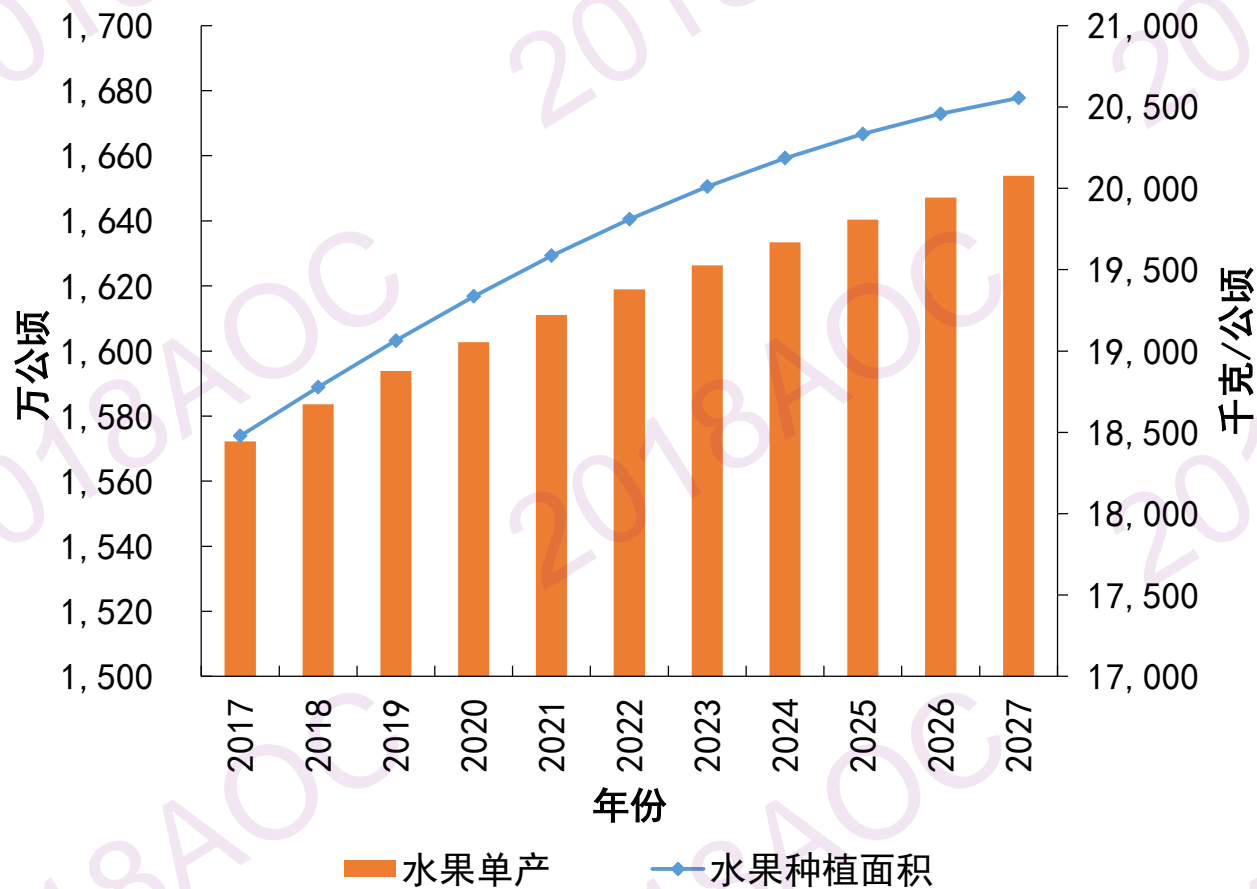
生产展望



基于面积和单产的小幅增长，展望期间水果产量预计以1.5%的年均增速小幅增长。2018年水果产量2.97亿吨、2020年3.08亿吨，2027年3.37亿吨。



产量增速趋缓、质量提升加速





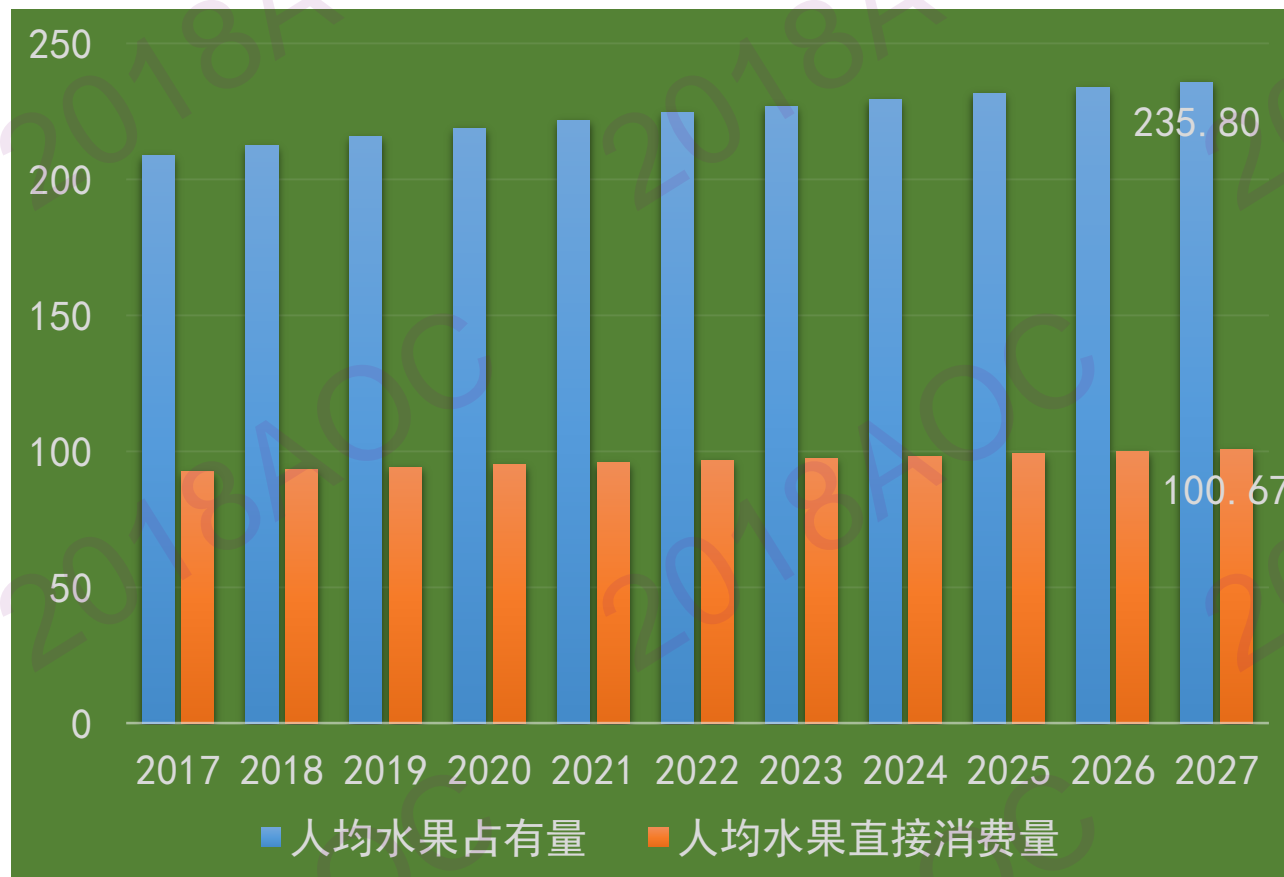
产量增速趋缓、质量提升加速

单产增加仍是水果总产量增加的主要原因，单产增幅预计略有降低。

水果产业加快向提质增效、量质并重转变。水果生产的区域布局、果品结构、质量品质、节本增效、抗逆减灾等有望得到较为全面的提升，生产方式加快由分散种植向适度规模化种植过度，集约化、标准化程度提高，品牌建设得到显著提升，更加满足消费者需求的多样化、高品质果品的单产和总产量显著提高。



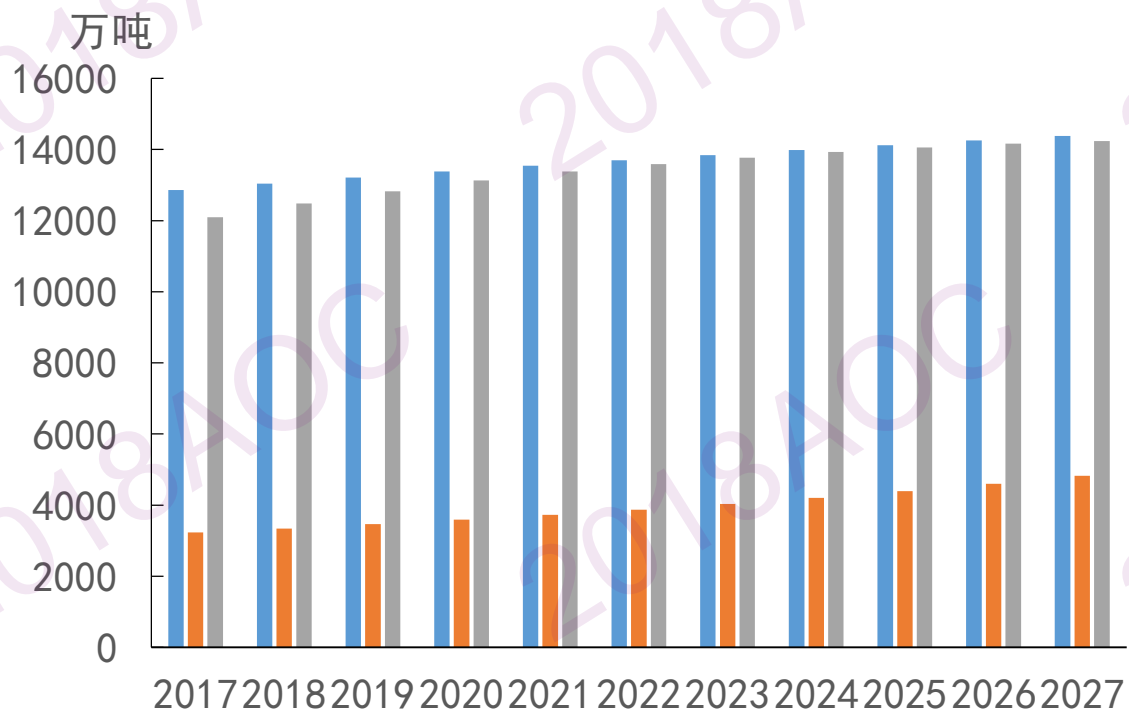
消费展望



2018-2027年水果人均占有量和人均消费量展望



消费展望



■ 直接消费量 ■ 加工消费量

2017-2027年水果消费结构展望



价格展望



- **供需宽松，价格上涨动力偏弱。** 生产成本上涨，支撑未来10年水果平均价格在波动中上涨。
- **品质和稀缺性对价格的影响愈加强化，价格分化加剧。** 随着水果消费需求升级，以及水果供给在品类、品种、品质上存在不平衡性，符合消费者升级需求、但相对短缺的优质、特色、品牌果品的价格将持续走高，而相对过剩、同质化的普通果品价格缺乏上涨支撑，滞销风险较大。
- **流通效率提高，优质产品更易实现溢价销售。** 生鲜农产品电子商务和现代物流业的加速发展，线上线下融合等新型水果营销模式的创新与应用，有助于优质、品牌果品的产销对接和更高附加值的实现，有助于提高优质果品的比例和果品总体质量水平，对水果整体价格形成间接支撑。



贸易展望



- 国内收入水平的提高、进口水果需求的增长、跨境电商发展带来的便利性将持续推动水果进口量增长，鲜果仍将是中国进口果品的主体，但果汁、水果罐头等制品的进口预计有较快的涨幅。
- 中国水果及其制品仍具有较强出口优势，农业供给侧结构性改革的深化将有助于全面提升果品规模化和标准化水平，壮大优质果品品牌和出口企业，推动出口增加。
- 中国一系列对外贸易协定的签署、实施，“一带一路”沿线自由贸易区的推进成果等，全球冷链物流的快速发展，将给中国水果及制品的对外贸易扩大创造新的条件，特别是东盟、南美、澳洲以及“一带一路”沿线国家和地区。
- 未来10年水果进出口规模预计持续扩大，并保持顺差。



四 不确定性分析



➤ 气候条件变化因素

导致水果产量、品质、消费、价格和贸易不确定性的的重要因素。

➤ 电子商务和期货的发展与影响

水果生鲜电商还没形成相对稳定和成熟的盈利模式，其发展速度、规模、成效很难准确预测，其对水果生产、消费、市场的影响存在很大的不确定性。

➤ 进口冲击影响

进口水果对国内水果市场的冲击，对中国水果产业加快转型升级既是机遇也是挑战，但具体影响到的水果品类、影响程度难以准确预测。



