

# 2014-2020年中国水果行业 监测与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国水果行业监测与未来发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201406/108627.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着人们生活水平提高，水果在日常饮食中扮演着愈加重要的角色。近年来，水果消费在家庭总支出中所占的比例越来越高。然而，水果价格也越来越贵，让不少家庭望“果”兴叹。水果价格上涨是因为一是在农副产品涨价的前提下采摘的，受其价格居高不下的影响，产生联动效应的水涨船高；二是苹果和香蕉均为季节性很强的水果，苹果采摘上市时间为每年十月份，香蕉采摘上市时间为每年五月、十一月份左右。现在市场上销售的水果均来自冷库，冷库费用推高了成本，间接导致价格的升高；三是油价、租金、人工成本逐年上涨，也是导致价格上涨的原因之一；四是商家延后销售牟利，目前储果保鲜技术运用普遍，针对苹果市场价格一向是节前低节后高的特点，储果待售成为商家重要的牟利手段，不少果农在水果收购价较低时，采取销售一部分、储藏一部分的策略，租赁冷风库、气调库储藏保鲜，以待果价好转时销售。特别是像山东、陕西等苹果主产区建库风的兴起，抬升了苹果储藏量，导致各个群体的收购商之间相互提价抢货源。四是一些饮料厂家转向用鲜果榨汁，同销售商争夺货源，给产地果农发去商品紧俏的错误信号。

以鲜果消费为主的苹果、梨、柑橘、桃和油桃等占我国水果产量的绝大多数，不仅其他小品种产量较少，各种水果的品种结构也比较单一，适合不同需要的不同特色品种和不同上市期的品种相对较少。从整个世界市场来看，虽然新鲜水果消费量很大，且在不断增长，但加工水果消费增长速度大大快于新鲜水果消费增长速度。我国适合加工的水果品种较少，即使有一些适合加工的品种也由于加工技术落后，大批量生产的成本和质量问题严重，难以进入国际市场。因此，从品种结构上看，我国水果的国际竞争力较弱。无论国际市场还是国内市场，消费者对鲜果的质量要求越来越高，不仅要求果实内在质量好、外观好看，而且要求果实无污染，这使得优质高档水果不仅价格高、销路好、经济效益高，国际竞争力也强。目前我国优果率不到总产量的10%，达到出口标准的高档果不足总产量的5%，而其他水果主要出口国的优果率高达70%，可供出口的高档果占总产量的50%左右。

在新的形势下，调整优化水果结构布局，转变发展方式，提升水果产业素质和市场竞争力势在必行。我国农业部提出水果产业要按科学发展观的要求推进产业健康发展。全国推进水果产业发展的目标任务是：“稳面积、调结构、提质量、保增收。稳面积方面，以优势区域规划为指导，发展最适宜区和适宜区水果生产，坚决压缩非适宜区面积。到2015年，果园总面积稳定在1.5亿亩左右。其中，苹果、柑橘、梨分别为：2800万亩、2600万亩和1600万亩。调结构方面，就是优化树种结构、熟期结构和产品结构。大力发展特色水果，适当压缩大宗品种，调优早中晚熟品种比例，逐步实现果品周年均衡供应；大宗水果采后商品处理和加工能力分别达到60%和20%以上。提质量方面，就是大力推广优良品种和优质高产高效栽

培技术以及产后商品化处理技术，建立健全果品质量全程控制体系，全面提高果品质量、安全水平和商品档次，力争优质果率达60%以上，果品农残合格率稳定在97%以上。保增收方面，就是要走集约化发展方式，努力节本增效，提高单产及附加值。到2015年全国水果总产值达到2700亿元，占种植业产值10%左右。

本《2014-2020年中国水果行业监测与未来发展前景预测报告》，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国家农业部、中国果品流通协会、农业协会、中国农业信息网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍水果的定义、分类等，然后分析水果行业的发展现状，接着深度研究水果行业供需、消费、产品等各方面情况及市场发展形势。随后阐述水果行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析水果行业的发展前景与趋势，同时对水果行业进行全面的投资分析。本报告是水果行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具价值的投资决策参考报告。

## 报告目录

### 第一部分 行业发展环境

#### 第一章 水果行业相关概述 1

##### 第一节 水果行业定义 1

###### 一、水果的定义 1

###### 二、水果的食疗作用 1

###### 三、对健康有好处的水果 4

###### 四、维生素含量高的水果 5

##### 第二节 主要水果 6

###### 一、荔枝 6

###### 二、龙眼 6

###### 三、柑桔 7

###### 四、甘蔗 7

###### 五、苹果 8

###### 六、桃 10

###### 七、李子 12

###### 八、樱桃 13

###### 九、梨 13

###### 十、葡萄 14

###### 十一、菠萝 14

十二、香蕉	15
十三、青梅	15
十四、椰子	16
十五、番石榴	19
十六、沙糖桔	20
十七、季节性水果	20
第二章 中国水果行业运行环境分析	23
第一节 经济环境分析	23
一、国民经济运行情况GDP	23
二、消费价格指数CPI、PPI	26
三、全国居民收入和社会消费品零售分析	30
四、工业发展形势	33
五、固定资产投资情况	34
六、贸易分析	37
七、外汇市场分析	46
第二节 2011-2013年中国水果行业政策环境分析	48
一、行业相关政策分析	48
二、相关行业标准分析	50
第三节 2011-2013年中国水果行业社会环境分析	57
一、我国人口环境分析	57
二、教育环境分析	59
三、文化环境分析	60
四、生态环境分析	61
五、中国城镇化率	65
六、居民的各种消费观念和习惯	66
第三章 全球水果行业发展分析	68
第一节 2011-2012年全球水果市场分析	68
一、全球果树种植分析	68
二、全球果树高产措施分析	71
三、全球水果产量分析	72
四、全球水果贸易分析	72
五、全球水果业发展趋势	87

## 第二节 2011-2012年全球主要国家水果市场分析 90

### 一、美国水果市场分析 90

### 二、澳大利亚水果市场分析 97

### 三、日本水果市场分析 98

### 四、印度水果市场分析 99

## 第二部分 市场深度研究

## 第四章 中国水果市场整体研究 100

### 第一节 2012-2013年水果市场运行分析 100

#### 一、2012年水果市场运行回顾 100

#### 二、2013年水果市场运行现状 101

### 第二节 2012-2013年水果市场分析 101

#### 一、水果市场分析 101

#### 二、水果市场特点分析 101

#### 三、水果市场变化分析 102

### 第三节 2012-2013年水果市场发展综述 103

#### 一、水果行业品牌发展分析 103

#### 二、水果行业消费结构分析 107

## 第五章 中国水果市场供需研究 108

### 第一节 2012-2013年水果市场供给研究 108

#### 一、2008-2012年水果面积统计 108

#### 二、2008-2012年水果产量情况 109

### 第二节 2012-2013年水果市场需求研究 110

#### 一、2012年水果需求分析 110

#### 二、2013年水果需求分析 111

### 第三节 2011-2013年水果进出口分析 113

#### 一、2011-2012年水果进口数量 113

#### 二、2011-2013年水果进口金额 114

#### 三、2011-2012年水果进口平均单价 114

#### 四、2011-2012年水果出口数量 115

#### 五、2011-2013年水果出口金额 116

#### 六、2011-2013年水果出口平均单价 116

## 第六章 中国水果价格行情研究 118

第一节 2012年水果价格行情分析	118
第二节 2013年水果价格行情分析	118
第三节 水果价格变动原因分析	118
一、农副产品联动效应	118
二、季节性因素	120
第七章 中国水果市场消费研究	133
第一节 2011-2013年水果消费市场分析	133
一、水果消费比重增加	133
二、水果市场基本处于供求平衡阶段	133
三、价格与保鲜因素备受关注	133
第二节 2011-2013水果消费市场调查	134
一、水果消费者性别分析	134
二、水果消费者喜爱程度分析	134
三、水果消费者购买频率分析	135
四、水果消费者每次购买价钱分析	135
五、水果消费者途径分析	136
六、水果消费者观念分析	136
七、水果消费者行为分析	137
第三节 2011-2013水果消费市场策略分析	138
一、水果产品形象策略	138
二、水果销售模式分析	149
三、水果市场理念分析	152
四、水果销售措施分析	153
第八章 中国水果主要产品市场研究	155
第一节 2012-2013年苹果市场发展分析	155
一、2012-2013年苹果市场分析	155
二、2009-2013年苹果果园面积统计	157
三、2009-2013年苹果产量统计	158
四、2012-2013年苹果价格分析	158
五、2014-2020年苹果市场走势分析	160
第二节 2012-2013年柑橘市场发展分析	164
一、2012-2013年柑橘市场分析	164

二、2009-2013年柑橘果园面积统计	165
三、2009-2013年柑橘产量统计	165
四、2012-2013年柑橘价格分析	165
五、2012年柑橘市场走势分析	166
第三节 2012-2013年梨市场发展分析	167
一、2012-2013年梨市场分析	167
二、2009-2013年梨果园面积统计	169
三、2009-2013年梨产量统计	170
四、2012-2013年梨价格分析	170
五、2014-2020年梨市场走势分析	171
第四节 2012-2013年葡萄市场发展分析	180
一、2012-2013年葡萄市场分析	180
二、2009-2013年葡萄果园面积统计	181
三、2009-2013年葡萄产量统计	181
四、2012-2013年葡萄价格分析	181
五、2014-2020年葡萄市场走势分析	182
第五节 2012-2013年香蕉市场发展分析	183
一、2012-2013年香蕉市场分析	183
二、2009-2013年香蕉果园面积统计	184
三、2009-2013年香蕉产量统计	184
四、2012-2013年香蕉价格分析	184
五、2014-2020年香蕉市场走势分析	185
第三部分 行业竞争格局	
第九章 中国水果主要区域市场分析	187
第一节 东北	187
一、东北果园面积分析	187
二、东北水果产量分析	187
第二节 华北	188
一、华北果园面积分析	188
二、华北水果产量分析	189
第三节 华东	189
一、华东果园面积分析	189



二、华东水果产量分析	190
第四节 华中	190
一、华中果园面积分析	190
二、华中水果产量分析	191
第五节 华南	191
一、华南果园面积分析	191
二、华南水果产量分析	192
第六节 西南	192
一、西南果园面积分析	192
二、西南水果产量分析	193
第七节 西北	193
一、西北果园面积分析	193
二、西北水果产量分析	194
第十章 中国水果市场竞争分析	195
第一节 行业竞争结构	195
一、现有企业间竞争	195
二、潜在进入者分析	196
三、替代品威胁分析	196
四、供应商议价能力	197
五、客户议价能力	197
第二节 行业集中度分析	198
一、市场集中度	198
二、区域集中度	198
三、企业集中度	202
第三节 中国水果行业国际竞争力比较	202
一、生产要素	202
二、需求条件	203
三、支援与相关产业	204
四、行业结构与竞争状态	205
第四节 水果行业竞争格局分析	207
一、2012年国内外水果竞争分析	207
二、2012-2013年我国水果市场竞争分析	209

三、2012-2013年我国水果市场集中度分析	210
四、2012年国内主要水果企业动向	210
第十一章 水果行业重点企业分析	211
第一节 新疆三海保鲜园有限责任公司	211
一、企业简介	211
二、企业产品结构	211
三、企业竞争力分析	212
四、2012-2013年企业财务及经营分析	213
五、企业未来发展战略	213
第二节 浙江天子果业有限公司	214
一、企业简介	214
二、企业产品结构	214
三、企业竞争力分析	215
四、2012-2013年企业财务及经营分析	216
五、企业未来发展战略	216
第三节 辛集市裕隆保鲜食品有限责任公司	216
一、企业简介	216
二、企业产品结构	217
三、企业竞争力分析	217
四、2012-2013年企业财务及经营分析	217
五、企业未来发展战略	218
第四节 武汉市香侬果品有限公司	218
一、企业简介	218
二、企业产品结构	220
三、企业竞争力分析	221
四、2012-2013年企业财务及经营分析	221
五、企业未来发展战略	222
第五节 浙江杭州临安天目山绿色食品有限公司	222
一、企业简介	222
二、企业产品结构	222
三、企业竞争力分析	223
四、2012-2013年企业财务及经营分析	223

五、企业未来发展战略 223

第六节 河北绿岭果业有限公司 224

一、企业简介 224

二、企业产品结构 225

三、企业竞争力分析 225

四、2012-2013年企业财务及经营分析 225

五、企业未来发展战略 226

第七节 陕西华圣企业(集团)股份有限公司 226

一、企业简介 226

二、企业产品结构 227

三、企业竞争力分析 227

四、2012-2013年企业财务及经营分析 228

五、企业未来发展战略 229

第八节 上海市果品有限公司 229

一、企业简介 229

二、企业产品结构 229

三、企业竞争力分析 229

四、2012-2013年企业财务及经营分析 230

五、企业未来发展战略 230

第九节 亚洲果业控股有限公司 230

一、企业简介 230

二、企业产品结构 231

三、企业竞争力分析 232

四、2012-2013年企业财务及经营分析 234

五、企业未来发展战略 240

第十节 江西杨氏果业股份有限公司 240

一、企业简介 240

二、企业产品结构 241

三、企业竞争力分析 241

四、2012-2013年企业财务及经营分析 244

五、企业未来发展战略 244

第四部分 行业趋势预测

第十二章 中国水果行业发展趋势预测	245
第一节 2014-2020年水果行业发展趋势	245
一、2014-2020年水果价格预测	245
二、2014-2020年水果加工发展趋势	245
三、2014-2020年水果种植技术发展趋势	246
第二节 2014-2020年水果行业发展预测	247
一、2014-2020年水果种植面积预测	247
二、2014-2020年水果产量预测	248
第五部分 行业投资参考	
第十三章 中国水果行业投资分析	249
第一节 2014-2020年水果行业投资分析	249
一、水果市场投资现状	249
二、水果市场投资机会分析	251
三、对水果市场投资分析	255
第二节 2014-2020年水果行业投资风险分析	257
一、2014-2020年水果行业市场风险预测	257
二、2014-2020年水果行业政策风险预测	257
三、2014-2020年水果行业经营风险预测	259
四、2014-2020年水果行业其他风险预测	260
第三节 影响水果行业发展的主要因素	260
一、2014-2020年影响水果行业运行的有利因素分析	260
二、2014-2020年影响水果行业运行的稳定因素分析	261
三、2014-2020年影响水果行业运行的不利因素分析	262
四、2014-2020年我国水果行业发展面临的挑战分析	262
五、2014-2020年我国水果行业发展面临的机遇分析	263
第四节 对水果行业投资决策参考	264
一、水果市场投资分析	264
二、野生水果投资分析	266
三、水果超市投资分析	266
四、水果深加工投资分析	268
五、水果主要产品投资分析	270
第十四章 中国水果行业发展战略研究	272

第一节 市场策略分析	272
一、水果价格策略分析	272
二、水果渠道策略分析	273
第二节 销售策略分析	274
一、媒介选择策略分析	274
二、产品定位策略分析	280
三、企业宣传策略分析	281
第三节 对我国水果品牌的战略思考	296
一、企业品牌的重要性	296
二、水果实施品牌战略的意义	297
三、水果企业品牌的现状分析	298
四、我国水果企业的品牌战略	298
五、水果品牌战略管理的策略	302
第四节 水果企业经营管理策略	305
一、成本控制策略	305
二、定价策略	306
三、竞争策略	307
四、营销策略	308
五、人力资源	310

## 图表目录

图表：2008-2012年中国GDP规模及增长	23
图表：2008-2012我国第一产业增加值统计	24
图表：2008-2012年我国第二产业增加值统计	24
图表：2008-2012年我国第三产业增加值统计	24
图表：2011-2012中国GDP季度增长	25
图表：2011-2012中国规模以上工业增加值增速	25
图表：2013年一季度各省市GDP分析	25
图表：2008年-2012年CPI走势分析	26
图表：2009-2012年收入与物价扩散指数	27
图表：2011-2012年工业生产者出厂价格涨跌幅	28
图表：2011-2012年工业生产购进价格涨跌幅	29
图表：2012-2013年CPI和PPI走势分析	29

图表：2006-2012消费品零售销售和城镇居民家庭人均可支配收入对比分析 30

图表：2012年中国各省市城镇居民家庭分析 31

图表：2012年原材料进价指数分析 32

图表：2012年消费价格指数分析 33

图表：2011-2012中国固定资产投资（不含农户）增速 35

图表：2008-2012年固定投资分析 35

图表：2012年固定投资分析 36

图表：2012年国房景气指数 36

图表：2008-2012年中国贸易总额规模及增长 39

图表：2008-2012年中国贸易进出口情况对比 40

图表：2008-2012年中国进出口贸易差额规模及增长 40

图表：2008-2012年一般贸易和加工贸易变化情况分析 41

图表：2008-2012年我国一般贸易进出口的月度变化 41

图表：2012年加工贸易和外商投资企业进口设备的月度增长变化 41

图表：2012年我国实际使用外资及用于加工贸易的外资月度变化 42

图表：2012年中国出口国别结构 42

图表：2011年中国出口国别结构 43

图表：2011-2012年中国进口国别结构 43

图表：2012年中国与主要贸易伙伴的贸易差额 44

图表：1996-2012年劳动密集型产品出口 44

图表：1995-2012年不同地区的出口贸易份额的变化 45

图表：1995-2012年不同地区的进口贸易份额的变化 45

图表：2011-2012年中国服务贸易进出口情况 45

图表：2013年广义货币供应量规模及增长 47

图表：2010-2012年广义货币供应量规模及增长 47

图表：感官要求应符合规定。 52

图表：理化要求应符合规定 52

图表：卫生要求应符合规定 53

图表：中国人口分布分析 58

图表：中国人口年龄分布 59

图表：2008-2012年中国人口净增规模及增长 59

图表：2011年全球水果进出口额居前十位的国家和地区分布 77

图表：2011年全球主要国家和地区香蕉出口情况 77

图表：2011年全球主要国家和地区甜橙出口情况 78

图表：2011年全球主要国家和地区宽皮柑桔出口情况 78

图表：2011年全球主要国家和地区柚类出口情况 78

图表：2011年全球主要国家和地区柠檬类水果出口情况 79

图表：2011年全球主要国家和地区苹果出口情况 79

图表：2011年全球主要国家和地区梨出口情况 80

图表：2011年全球主要国家和地区香蕉进口情况 84

图表：2011年全球主要国家和地区甜橙进口情况 84

图表：2011年全球主要国家和地区宽皮柑桔进口情况 85

图表：2011年全球主要国家和地区柠檬类水果进口情况 85

图表：2011年全球主要国家和地区柚类水果进口情况 85

图表：2011年全球主要国家和地区苹果进口情况 86

图表：2011年全球主要国家和地区梨进口情况 86

图表：2008-2012年水果面积规模及增长 109

图表：2008-2012年水果产量规模及增长 109

图表：2011-2013年水果进口量统计分析 113

图表：2011-2013年水果进口额统计分析 114

图表：2011-2013年水果进口单价统计分析 114

图表：2011-2013年水果出口量统计分析 115

图表：2011-2013年水果出口额统计分析 116

图表：2011-2013年水果出口单价统计分析 116

图表：2011-2013年水果贸易差额统计分析 117

图表：我国水果市场价格总体变化 121

图表：我国水果市场价格长期趋势 122

图表：我国水果市场价格季节性波动 122

图表：我国水果市场价格不规则波动 122

图表：我国水果市场价格周期性波动 123

图表：富士苹果市场价格总体变化 123

图表：富士苹果市场价格长期趋势 124

图表：富士苹果市场价格季节性波动 124

图表：富士苹果市场价格不规则波动 125

图表：富士苹果市场价格周期性波动 125

图表：柑橘市场价格总体变化 126

图表：柑橘市场价格长期趋势 126

图表：柑橘市场价格季节性波动 127

图表：柑橘市场价格不规则波动 127

图表：柑橘市场价格周期性波动 128

图表：西瓜市场价格总体变化 129

图表：西瓜市场价格长期趋势 129

图表：西瓜市场价格季节性波动 130

图表：西瓜市场价格不规则波动 130

图表：西瓜市场价格周期性波动 131

图表：水果消费者性别构成 134

图表：消费者喜欢水果程度分析 134

图表：购买水果频率分析 135

图表：购买水果价钱统计分析 135

图表：购买水果途径统计分析 136

图表：水果购买影响因素分析 136

图表：水果购买选择占比分析 137

图表：中国苹果产量60年发展曲线 155

图表：2010-2013年1季度苹果园种植面积产量及增长 157

图表：2009-2013年1季度苹果产量及增长 158

图表：2012年苹果收购价格变化图 159

图表：全国苹果批发价格走势 160

图表：2010-2013年1季度柑橘园种植面积产量及增长 165

图表：2009-2013年1季度柑橘产量及增长 165

图表：2010-2013年1季度梨园种植面积产量及增长 169

图表：2009-2013年1季度梨产量及增长 170

图表：2010-2013年1季度葡萄园种植面积产量及增长 181

图表：2009-2013年1季度葡萄产量及增长 181

图表：2010-2013年1季度香蕉园种植面积产量及增长 184

图表：2009-2013年1季度香蕉产量及增长 184

图表：2011-2012年东北地区水果种植面积 187



图表：2011-2013年1季度东北地区水果产量 187

图表：2011-2012年华北地区水果种植面积 188

图表：2011-2013年1季度华北地区水果产量 189

图表：2011-2012年华东地区水果种植面积 189

图表：2011-2013年1季度华东地区水果产量 190

图表：2011-2012年华中地区水果种植面积 190

图表：2011-2013年1季度华中地区水果产量 191

图表：2011-2012年华南地区水果种植面积 191

图表：2011-2013年1季度华南地区水果产量 192

图表：2011-2012年西南地区水果种植面积 192

图表：2011-2013年1季度西南地区水果产量 193

图表：2011-2012年西北地区水果种植面积 193

图表：2011-2013年1季度西北地区水果产量 194

图表：2012年蔬菜、水果和坚果加工行业不同类型企业集中度 202

图表：新疆三海保鲜园有限责任公司的三海甜瓜产品 211

图表：新疆三海保鲜园有限责任公司的康丽果产品 212

图表：新疆三海保鲜园有限责任公司的品味系列 212

图表：新疆三海保鲜园有限责任公司的新疆真品味系列 212

图表：新疆三海保鲜园有限责任公司的战略发展图 213

图表：陕西华圣企业(集团)股份有限公司产品资源优势 227

图表：陕西华圣企业(集团)股份有限公司产品品质监控 228

图表：亚洲果业控股有限公司生产能力 232

图表：亚洲果业控股有限公司品质管制 233

图表：亚洲果业控股有限公司产品生长条件 233

图表：2012年亚洲果业控股有限公司财务摘要 236

图表：2009-2012年亚洲果业控股有限公司重要财务指标 236

图表：2008-2012年亚洲果业控股有限公司资产负债表 237

图表：2008-2012年亚洲果业控股有限公司现金流量表 238

图表：2008-2012年亚洲果业控股有限公司综合损益表 239

图表：2014-2020年水果产量预测 248

图表：水果销售营销渠道特点 273

图表：水果行业知名品牌企业 298

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/108627.html>