

中国水果零售行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）

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《中国水果零售行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614053.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

我国水果零售产业链由上游鲜果种植商、中游分销商和下游零售商构成。具体而言，上游种植商进行水果种植，采购代理商及/或水果产品经纪人与种植商联系并进行水果采摘以及初级加工，之后将水果出售给原产地的批发商，之后出售给位于销售地的一级批发商，再将产品卖给区域二级或三级分销商，再将新鲜水果分销给各零售渠道供消费者最终消费。

资料来源：观研天下整理

一、水果零售产业链上游

1.我国水果种植面积及产量保持增长

我国幅员辽阔，水果品种繁多，水果种植面积及产量居全球前列。2016-2021年我国果园面积由10917千公顷增长至12998千公顷，水果产量由24405.2万吨增长至29505.7万吨。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

2.水果零售上游种植端具有明显地域性和季节性特征

从产量分布看，水果种类产量前五分别为柑橘、苹果、梨、葡萄和香蕉；地域产量前五分别为山东、河南、广西、陕西和广东。从地域分布来看，广西为柑橘主产地，山东和陕西为苹果主产地，河北为梨主产地，新疆为葡萄主产地，广东为香蕉主产地。从时间分布来看，上半年主要生产热带水果（柑橘、香蕉等），下半年主要生产北方水果（葡萄、苹果等）。由此可见，我国水果零售上游种植端具有明显的地域性和季节性特征。

数据来源：观研天下数据中心整理

3.水果进口量提升为我国水果零售市场注入新动力

水果进口量持续的提升，为我国水果零售市场注入新动力。按零售额计，我国进口水果市场规模已经由2017年的727亿元增长至2021年的1640亿元，复合年增长率为22.5%。进口水果的品类多样化及能够反季节供应的特征使其近年来越来越受到中国消费者的欢迎，主要品类包括榴莲、樱桃、香蕉、山竹、龙眼、猕猴桃、葡萄、火龙果等。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、水果零售行业产业链中游

1.水果运输

随着仓储、冷链物流发展水果损耗率有望降低。由于上游种植端的时空分布不均，大部分水果分销商难以垂直打通产业链，只能参与产业链的有限环节，导致需要依赖多级产销地批发市场实现全国范围内的分销流通。其中，原产地采购商起到整合当地水果市场的作用，辐射范围相对较小；销地批发市场通常交易规模较大，能够辐射省级地理区域。各级批发市场的规模悬殊使得各环节的流通速率、储存条件大相径庭，而繁琐的分销链条限制了产品流通速度，提升了水果损耗率（水果从生产商到终端经销商的损耗率约为20%，从终端经销商到终端消费者的损耗率约为10%），同时物流人力成本层层累积也削弱了盈利能力。随着仓储、冷链物流发展，水果损耗率有望降低，同时参与者大规模集中采购、积极布局全产业链、精简分销环节，行业利润率有望提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

2.水果零售

（1）水果零售额快速增长

随着消费者对水果需求日益增加，我国水果零售额快速增长，从2016年的8273亿元增长至2021年的12290亿元，CAGR为8.2%。预计2026年将进一步增长至17752亿元，2021年至2026年的预期CAGR为7.6%。

数据来源：观研天下数据中心整理

（2）水果零售仍以传统零售渠道为主，电商、水果专营等新兴零售快速崛起

我国主要水果零售渠道包括农贸市场、现代零售（商超、生鲜超市、便利店）、电商渠道、水果专营零售（水果专营连锁零售及夫妻店）等。

按零售额计，我国水果零售渠道仍以传统零售渠道为主，但占比将持续下降。2021年传统渠道（农贸市场&现代零售）的销售额占比为62.0%，较2016年下降8.8pct，预计2026年将继续下降至50.5%。其中，现代零售逐步取代农贸市场成为核心零售渠道，主要原因在于：一方面，城市大规模改造导致农贸市场数量不断减少；另一方面，虽然传统农贸市场议价氛围浓厚、水果品类丰富，但购物环境不佳且产品规格质量缺乏标准，而以商超为代表的现代零售水果供应渠道多、价格透明、质量有保证，且有其他品类流量支持，能够充分满足顾客的即时消费需求。

疫情则使得覆盖多种消费场景的新兴零售（电商&水果专营）快速崛起，电商零售渠道渗透率从2016年的3.3%增长至2021年的12.8%，预计2026年将增长至19.5%。水果专营连锁零售渗透率从2016年的10.8%增长至2021年的13.5%，由于我国城市住宅小区人口密集，具有

社区属性的线下水果专营连锁零售能够覆盖一至三公里的社区，更能满足消费者适合每日消费的水果需求，预计水果专营连锁零售渗透率2026年将增长至20.9%。

数据来源：观研天下数据中心整理

（3）水果零售市场高度分散

水果零售的低门槛特征使得我国水果零售行业竞争不断加剧，市场高度分散。按水果零售额计，2021年前五大参与者合计仅占3.6%的市场份额，其中水果零售行业第一大公司百果园市场份额占1.0%。按门店水果零售额计，2021年前五大参与者合计仅占1.8%的市场份额，其中百果园亦为行业第一大公司，拥有5249家门店，占1.0%的市场份额。近年来随着水果消费逐渐升级，水果的品质、营养价值、口味成为消费者水果购买的重要考虑因素，高品质水果需求提高，产品趋于品牌化。龙头企业有望利用品牌优势进一步扩大直营及加盟门店网络，从而进一步扩大其市场份额。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、水果零售行业产业链下游

我国水果消费主要集中在线下，但近年来随着电商行业的蓬勃发展和地域网络消费鸿沟进一步缩小，再加上人们消费习惯的转变，我国水果线上零售市场逐渐发展起来。线上水果零售用户规模随网络购物用户规模增长而持续扩大，水果零售企业迎来良好发展机遇。目前水果零售头部企业正通过构建线上线下一体化零售网络，积极抢占水果零售市场份额，未来行业集中度有望提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

以百果园为例，目前百果园旗下主要有百果园和果多美两大渠道品牌。百果园为公司自创品牌，面向中高端市场消费者提供高品质果品；果多美则是2017年底收购所得的区域性渠道品牌。两大渠道品牌差异化定位，覆盖不同客群。通常百果园门店面积较小（约50平方米）且靠近居民区，而果多美则坐落于客流量较高的交通枢纽或商业区且门店面积相对较大（约150平方米）。

百果园两大渠道品牌发展现状（截至2022年5月）

类别

百果园

果多美

现有门店数量（个）

5222

120

覆盖省份（个）

22

2

覆盖城市（个）

120

2

门店分布

一线

26.01%

100%

新一线

35.83%

-

二线

21.43%

-

三线及以下

16.74%

-

客单价（元）

38.15

53.86

口碑评分

76.36

72.8

资料来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《中国水果零售行业发展现状调研与投资趋势预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国水果零售行业发展概述

第一节 水果零售行业发展情况概述

一、水果零售行业相关定义

二、水果零售特点分析

三、水果零售行业基本情况介绍

四、水果零售行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、水果零售行业需求主体分析

第二节 中国水果零售行业生命周期分析

一、水果零售行业生命周期理论概述

二、水果零售行业所属的生命周期分析

第三节 水果零售行业经济指标分析

一、水果零售行业的赢利性分析

二、水果零售行业的经济周期分析

三、水果零售行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球水果零售行业市场发展现状分析

第一节全球水果零售行业发展历程回顾

第二节全球水果零售行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲水果零售行业地区市场分析

一、亚洲水果零售行业市场现状分析

二、亚洲水果零售行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲水果零售行业市场前景分析

第四节北美水果零售行业地区市场分析

一、北美水果零售行业市场现状分析

二、北美水果零售行业市场规模与市场需求分析

三、北美水果零售行业市场前景分析

第五节欧洲水果零售行业地区市场分析

一、欧洲水果零售行业市场现状分析

二、欧洲水果零售行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲水果零售行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界水果零售行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球水果零售行业市场规模预测

第三章 中国水果零售行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对水果零售行业的影响分析

第三节中国水果零售行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对水果零售行业的影响分析

第五节中国水果零售行业产业社会环境分析

第四章 中国水果零售行业运行情况

第一节中国水果零售行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国水果零售行业市场规模分析

一、影响中国水果零售行业市场规模的因素

二、中国水果零售行业市场规模

三、中国水果零售行业市场规模解析

第三节中国水果零售行业供应情况分析

一、中国水果零售行业供应规模

二、中国水果零售行业供应特点

第四节中国水果零售行业需求情况分析

一、中国水果零售行业需求规模

二、中国水果零售行业需求特点

第五节中国水果零售行业供需平衡分析

第五章 中国水果零售行业产业链和细分市场分析

第一节中国水果零售行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、水果零售行业产业链图解

第二节中国水果零售行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对水果零售行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对水果零售行业的影响分析

第三节我国水果零售行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国水果零售行业市场竞争分析

第一节中国水果零售行业竞争现状分析

一、中国水果零售行业竞争格局分析

二、中国水果零售行业主要品牌分析

第二节中国水果零售行业集中度分析

一、中国水果零售行业市场集中度影响因素分析

二、中国水果零售行业市场集中度分析

第三节中国水果零售行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国水果零售行业模型分析

第一节中国水果零售行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国水果零售行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国水果零售行业SWOT分析结论

第三节中国水果零售行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国水果零售行业需求特点与动态分析

第一节中国水果零售行业市场动态情况

第二节中国水果零售行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节水果零售行业成本结构分析

第四节水果零售行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素

三、其他因素

第五节中国水果零售行业价格现状分析

第六节中国水果零售行业平均价格走势预测

一、中国水果零售行业平均价格趋势分析

二、中国水果零售行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国水果零售行业所属行业运行数据监测

第一节中国水果零售行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国水果零售行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国水果零售行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国水果零售行业区域市场现状分析

第一节中国水果零售行业区域市场规模分析

一、影响水果零售行业区域市场分布的因素

二、中国水果零售行业区域市场分布

第二节中国华东地区水果零售行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区水果零售行业市场分析

(1) 华东地区水果零售行业市场规模

(2) 华南地区水果零售行业市场现状

(3) 华东地区水果零售行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区水果零售行业市场分析

- (1) 华中地区水果零售行业市场规模
- (2) 华中地区水果零售行业市场现状
- (3) 华中地区水果零售行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区水果零售行业市场分析

- (1) 华南地区水果零售行业市场规模
- (2) 华南地区水果零售行业市场现状
- (3) 华南地区水果零售行业市场规模预测

第五节华北地区水果零售行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区水果零售行业市场分析

- (1) 华北地区水果零售行业市场规模
- (2) 华北地区水果零售行业市场现状
- (3) 华北地区水果零售行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区水果零售行业市场分析

- (1) 东北地区水果零售行业市场规模
- (2) 东北地区水果零售行业市场现状
- (3) 东北地区水果零售行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区水果零售行业市场分析

- (1) 西南地区水果零售行业市场规模
- (2) 西南地区水果零售行业市场现状
- (3) 西南地区水果零售行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区水果零售行业市场分析

(1) 西北地区水果零售行业市场规模

(2) 西北地区水果零售行业市场现状

(3) 西北地区水果零售行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国水果零售行业市场规模区域分布预测

第十一章 水果零售行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
-

第十二章 2022-2029年中国水果零售行业发展前景分析与预测

第一节中国水果零售行业未来发展前景分析

- 一、水果零售行业国内投资环境分析
- 二、中国水果零售行业市场机会分析
- 三、中国水果零售行业投资增速预测

第二节中国水果零售行业未来发展趋势预测

第三节中国水果零售行业规模发展预测

- 一、中国水果零售行业市场规模预测
- 二、中国水果零售行业市场规模增速预测
- 三、中国水果零售行业产值规模预测
- 四、中国水果零售行业产值增速预测
- 五、中国水果零售行业供需情况预测

第四节中国水果零售行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国水果零售行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国水果零售行业进入壁垒分析

- 一、水果零售行业资金壁垒分析
- 二、水果零售行业技术壁垒分析
- 三、水果零售行业人才壁垒分析
- 四、水果零售行业品牌壁垒分析
- 五、水果零售行业其他壁垒分析

第二节水果零售行业风险分析

- 一、水果零售行业宏观环境风险
- 二、水果零售行业技术风险
- 三、水果零售行业竞争风险
- 四、水果零售行业其他风险

第三节中国水果零售行业存在的问题

第四节中国水果零售行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国水果零售行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国水果零售行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国水果零售行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 水果零售行业营销策略分析

一、水果零售行业产品策略

二、水果零售行业定价策略

三、水果零售行业渠道策略

四、水果零售行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/614053.html>