

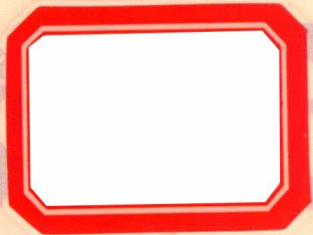


中国杨梅  
产业发展报告  
2017

上官王强 喻华峰 主编

 中国农业出版社

上官王强 喻华峰 主编



# 中国杨梅

## 产业发展报告

### 2017

中国农业出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

中国杨梅产业发展报告. 2017 / 上官王强, 喻华峰  
主编. —北京: 中国农业出版社, 2017.6  
ISBN 978-7-109-23068-2

I. ①中… II. ①上… ②喻… III. ①杨梅—作物经济—经济发展—研究报告—中国—2017 IV. ①F326.11

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第117749号

中国农业出版社出版  
(北京市朝阳区农展馆北路2号)  
(邮政编码 100125)  
责任编辑 张丽四

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行  
2017年6月第1版 2017年6月北京第1次印刷

开本: 787mm×1092mm 1/16 印张: 3.25

字数: 100千字

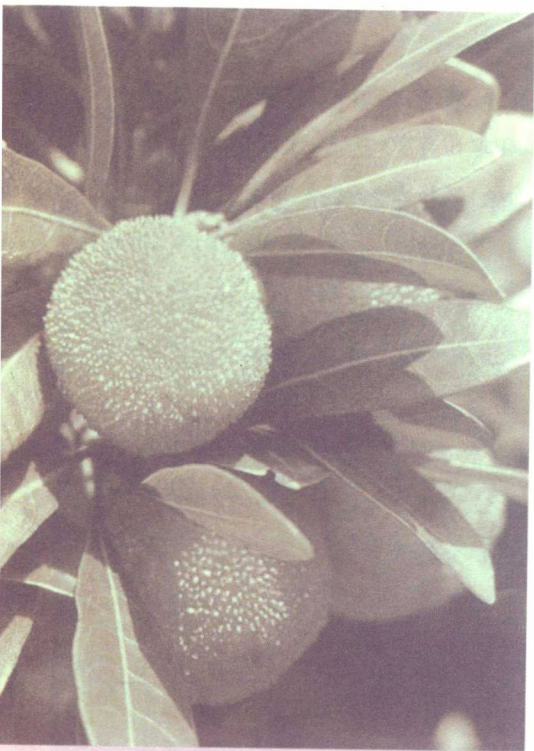
定价: 30.00元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)



## 内容简介

报告共分七个部分，对中国水果与杨梅产销情况、杨梅产业发展情况、产业政策支持、产业未来发展趋势进行了研究分析，同时进一步探析生鲜电商发展情况以及杨梅线上消费者的消费习惯、消费偏好等问题，明确了生鲜电商对接消费者需求升级，促进冷链物流、包装、仓储、加工产业发展，倒逼上游杨梅种植端规模化发展、产业模式升级、产品标准化，助力杨梅种植户销售产品、塑造品牌的价值。



## 委 员 会

主 任 赵泽琨

副主任 傅雪柳

编 委 宋锦峰 杨亚菲 李 滢

杜 研 李 洁 石爽爽

主 编 上官王强 喻华峰



## 1. CCTV-7 农业节目

CCTV-7 农业节目由农业部与中央电视台合办，中国农业电影电视中心（以下简称农影中心）负责制作播出。农影中心创建于1949年6月29日，1995年底开始负责制作中央电视台第七套农业节目。现已发展到拥有12个在播的农业电视栏目，每天播出8小时，涌现了一批品牌栏目、优秀节目和知名主持人。有近百部影视作品获国内外大奖。

截至2016年年底，CCTV-7农业节目观众覆盖率达97.7%，观众规模12.84亿人，全国排名第一，深受关注三农问题的城乡观众的喜爱。

农影中心自成立以来，始终坚持“为农业、农村、农民服务”的宗旨，大力普及农业科学知识，推广农业先进技术，传递经济和科技信息，为农业现代化建设及农村两个文明建设做出了显著的成绩。农影中心现已发展成为集农业电影、电视、音像出版、新媒体于一体的国家级新闻媒体平台。

## 2. 本来生活网

本来生活网，中国家庭的优质食品购买平台，2012年于北京起航，致力于与社会各界共同行动，改善中国食品安全现状，成为中国优质食品提供者，建筑优质食品生态链，让生活原汁原味。本来生活网买手从全国各地上百个优质基地中优选时令水果、水产海鲜、新鲜蔬菜、进口牛奶、粮油副食等上万种优质食材，真正实现基地直送，全程冷链配送，新鲜直达。

本来生活网如今已经在北上广三地建仓，生鲜配送城市82个，常温配送城市达300多个，拥有生鲜电商5年运营经验和褚橙、长秋山不知火柑、俞三男大闸蟹、浙江杨梅等一系列优质农产品打造的优秀案例；拥有2500万优质会员用户和消费大数据。在用互联网思维塑造农产品品牌的同时，更新了中国人的生活方式，让食材原汁原味，让生活回归本来。让安心和安全成为人人可享有的基本权利，让家人和朋友，能够像吃饭一样地吃饭。

## 杨梅蓝皮书（序）



随着农业供给侧结构性改革深入推进，我国农产品供给能力和水平不断提升，粮食、油料、蔬菜、水果、肉类等重要农产品产量连续多年稳居世界第一，品种日益丰富，质量稳步提高。这不仅使城乡居民的“米袋子”“菜篮子”更加精彩纷呈，而且为促进产业转型升级、带动农民增收致富发挥了重要作用。

杨梅是原产于我国的亚热带水果，也是我国最具特色的水果之一。杨梅生长在长江流域以南，因为肉厚多汁、酸甜可口备受喜爱，但由于受不耐贮运、销售半径小的影响，一直以来主要是江南食客的福利。而今，随着物流和生鲜电商的飞速发展，杨梅畅销全国成为了可能。中国农业电影电视中心（CCTV-7农业节目），联合优质生鲜电商平台本来生活网出版的这本《中国杨梅产业发展报告2017》，把目光投向了我国杨梅产业的发展，具有很强的现实意义。

作为杨梅原产国，我国杨梅产业的主要优势是什么？互联网时代将给杨梅产业带来怎样的前景？如何把杨梅这种小水果的产业盘子做大？这本《中国杨梅产业发展报告2017》，从一定程度上为我们勾勒出了杨梅产业的发展之路。

全书着眼全国的杨梅产业全局，深度探究当今杨梅产业的现状、

问题和举措。从杨梅的产地、产量、进出口、销量价格、品牌打造等方面分析了当今杨梅产业的发展现状；从市场区域变化、消费结构变化、消费场景变化等方面描摹中国杨梅市场的消费升级曲线；从种植模式、经营模式、销售模式等方面考量中国杨梅的供给现状；从产品标准化、物流运输、食品安全方面解析行业发展关键点。

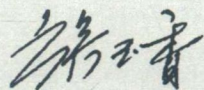
关注流通环节，是本书的可贵之处。本书把杨梅鲜果的流通、消费渠道作为重点进行了较大篇幅的分析，分别阐述了传统渠道和创新渠道的特点，并从市场消费占比、品牌效应、产地消费者互动等维度分析了二者的关系和区别。这些分析，对延长产业链、提升价值链具有较强的指导作用。

如今，在各行各业都倡导“互联网+”的时代，杨梅产业也没有落后，搭上了互联网的快车，值得许多生鲜产品销售者借鉴。全书在数据引用方面，以官方数据为基础，同时适量引用了来自电商后台的一手数据资料，力求客观详实。本书把近年来异军突起的生鲜电商，作为整个产业展望中重要的一环进行阐述，分析了生鲜电商对产业上游种植模式升级、产品标准化和中游冷链物流的促进作用，对下游消费者及品牌塑造方面的价值影响。这些重要分析，可以为整个产业升级提供一些参考。

希望本书对我国杨梅产业的梳理和分析，能给相关从业者、管理者带来有价值的参考，能为促进杨梅产业持续健康发展提供借鉴。

谨以此作序。

国务院参事室特约研究员  
中国农产品市场协会会长



# 目 录



## 杨梅蓝皮书（序）

一、行业全貌——中国水果与杨梅产销情况概览 .....	1
中国水果产量稳步增长，消费结构逐步优化 .....	2
杨梅栽培面积迅速增长，为未来产量增长助力 .....	4
产后保鲜技术及冷链能力制约杨梅产业发展， 中国杨梅流通损耗高 .....	5
二、中国杨梅产地发展情况——小小杨梅蓄势待发 .....	7
千年杨梅产中国，四大品种今更俏 .....	8
“项里杨梅敌荔枝”，小果实迸发大能量 .....	9
世界杨梅出中国，中国杨梅产浙江 .....	10
“闽广荔枝、西凉葡萄，未若吴越杨梅”， 浙江霸占杨梅主产榜 .....	11
电商渠道杨梅溢价高，仙居拔得电商强县头筹 .....	12
杨梅品牌企业一览，浙江走在前列 .....	13
杨梅加工水平依旧低，深加工市场待开拓 .....	14
三、杨梅产业政策——兰溪“杨梅节”支持种植户增产增收 .....	15
多策并举，主产省农林部门为杨梅产业发展保驾护航 .....	16

浙江兰溪杨梅产业带动果农增产增收 .....	17
兰溪政府支持杨梅产业化、规模化发展 .....	18
电商联合现代物流让兰溪品牌杨梅走向全国、走向世界 .....	19
兰溪杨梅节辐射产业广、带动效应强 .....	20

#### 四、杨梅产业发展趋势——消费流通升级倒逼杨梅产业技术革新与经营模式调整 .....

21

城市化水平增加、居民收入提高，水果消费升级 .....	22
消费升级、农化零增长、土地流转加速等促进杨梅 产业技术提升、经营高效、管理规范 .....	23
消费升级提高冷链技术管理水平，杨梅流通更鲜、 更快、更安全，生鲜电商、新零售发展势头强劲 .....	24

#### 五、线上水果消费研究——生鲜电商锐利亮剑 .....

25

水果电商风生水起，线上销量逐年提升 .....	26
仁果、柑橘仍居要位，核果、浆果、 热带水果渐入佳境 .....	27
安全、新鲜、便捷，生鲜电商值得信赖 .....	28
“生鲜电商，最爱你的人是我！”——By1980s .....	29
苹果、安卓，小伙伴下单更爱移动端 .....	30
线上水果钟爱粉儿还看京广沪江浙 .....	32

#### 六、杨梅线上消费者分析——厉害了我的杨梅 .....

33

线上杨梅才是真“贵族”，消费者执着“去零取整” .....	34
浙江杨梅俏遍半个中国，京沪人民抢下单 .....	35
杨梅时节近，吾欲理行滕——六月杨梅不再“寂寞” .....	36
玉盘杨梅为君设，“望梅止渴”还须争分夺秒 .....	37

#### 七、生鲜电商重塑杨梅产业链——品牌塑造让杨梅返本归真 .....

39

杨梅产业链全貌 .....	40
生鲜电商整合上下资源，重塑杨梅产业链 .....	41
生鲜电商各显神通，杨梅借势鲜销全国 .....	42
流程优化、品控把关，电商成就杨梅品牌 .....	43

CHAPTER 1

# 一、行业全貌

——中国水果与杨梅产销情况概览



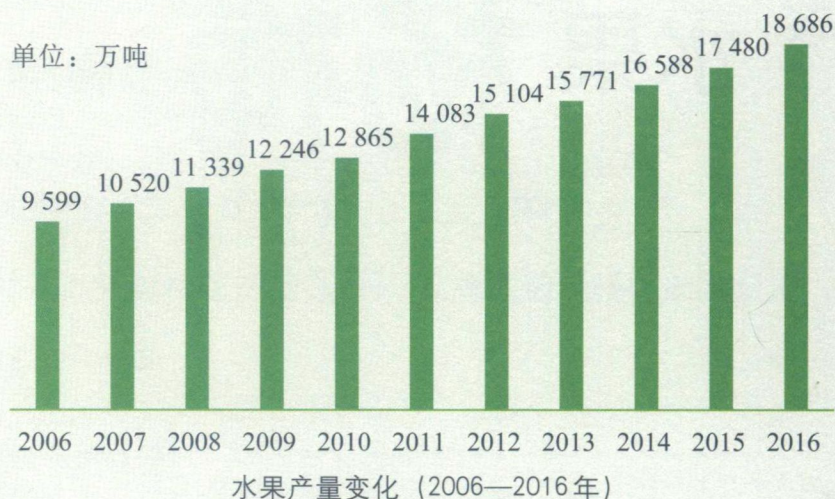
潜力大  
种植面积  
销量  
消费结构 生产  
水果 杨梅  
稳步  
概览 行业  
罐木

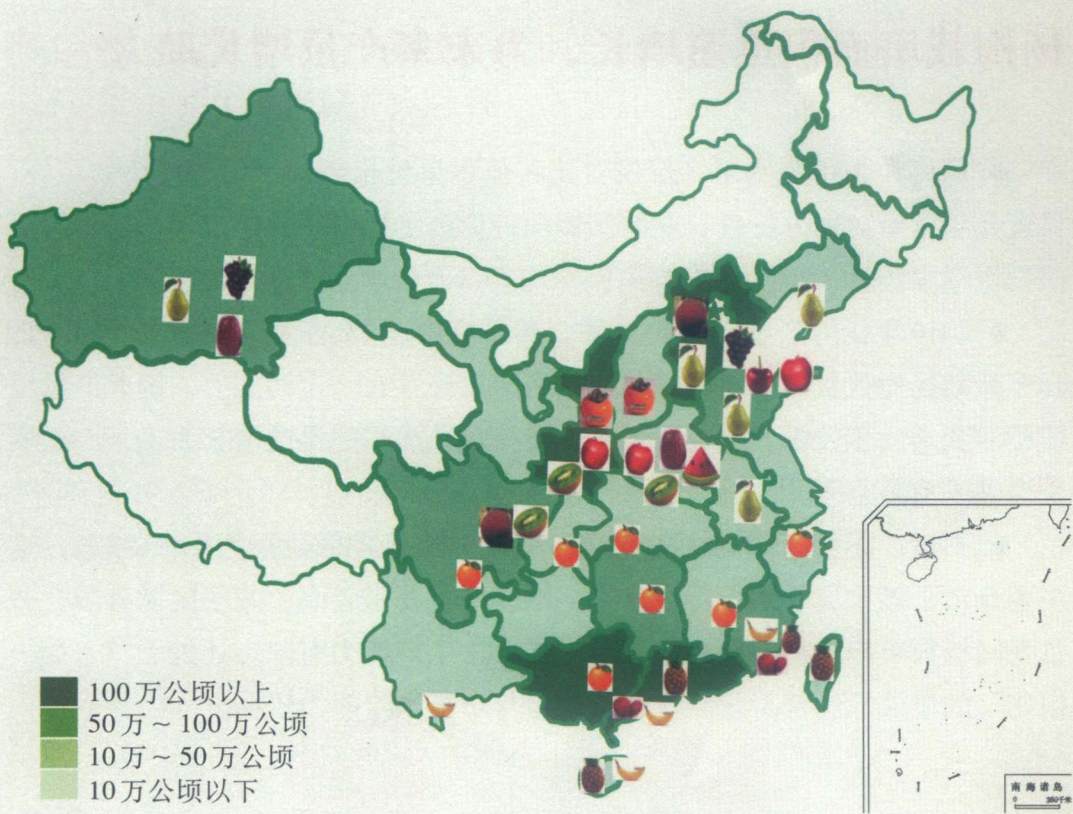
## 中国水果产量稳步增长，消费结构逐步优化

◆ 2016年水果产量约为1.87亿吨，产量居世界第一。得益于居民消费升级及水果种植技术提升，中国水果产量仍以近7%年均速度增长。

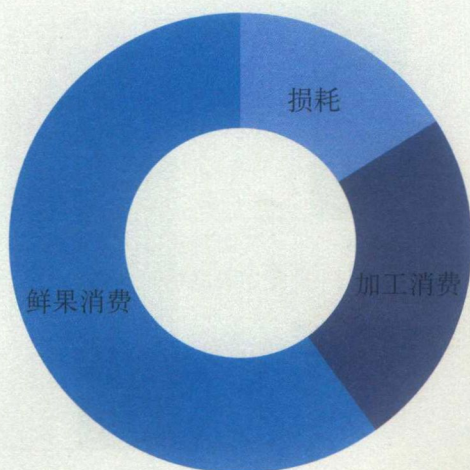
◆ 目前，中国水果种植主要集中在两广以及河北、陕西、山东等地的山地、丘陵地区，品种以苹果、柑橘、梨等大宗水果为主。不过随着消费需求增加、技术与管理水平的提高，香蕉、葡萄、草莓、猕猴桃以及部分亚热带、热带水果等的种植面积增长速度加快，中国水果种植品种结构不断得到调整和改进。

◆ 我国水果消费结构以鲜食为主，饮品、果干、蜜饯等加工消费为辅，整体流通损耗规模超过15%。不过随着电商、新零售、休闲农业等新兴流通模式的兴起，水果保鲜仓储加工技术的提高以及冷链物流体系的建设，消费结构正在逐步优化。





中国水果种植分布



中国水果消费结构

数据来源：国家统计局，农业部种植司，本来生活网调研



## 杨梅栽培面积迅速增长，为未来产量增长助力

◆ 杨梅作为特色水果，价格对比其他水果价格较高、种植经济效益好，且近几年政府对地方特色农业的发展扶持促进了杨梅产业的发展，杨梅种植面积快速增长。2016年杨梅种植面积达23.7万公顷，年平均增速7%。

◆ 2016年杨梅产量83万吨左右，年平均增速2%左右。这主要是由于近几年新栽杨梅数量多，而杨梅从栽培到结果还存在一定时间差，因此产量增速相对栽培面积较慢。但可以预见，杨梅栽培面积的迅速增长为未来产量增长提供了更多空间。

◆ 不过，杨梅产量在水果产量中的比例仍然较低，仅为0.5%左右，这主要是由于杨梅属于地方特色水果，地理环境要求较高、栽培区域有限，并且我国杨梅单户种植规模小，技术水平低、生产能力有限，还处于“采摘—销售”的粗放式经营阶段，抗自然风险与市场风险能力较弱。



数据来源：林业信息网，本来生活网调研

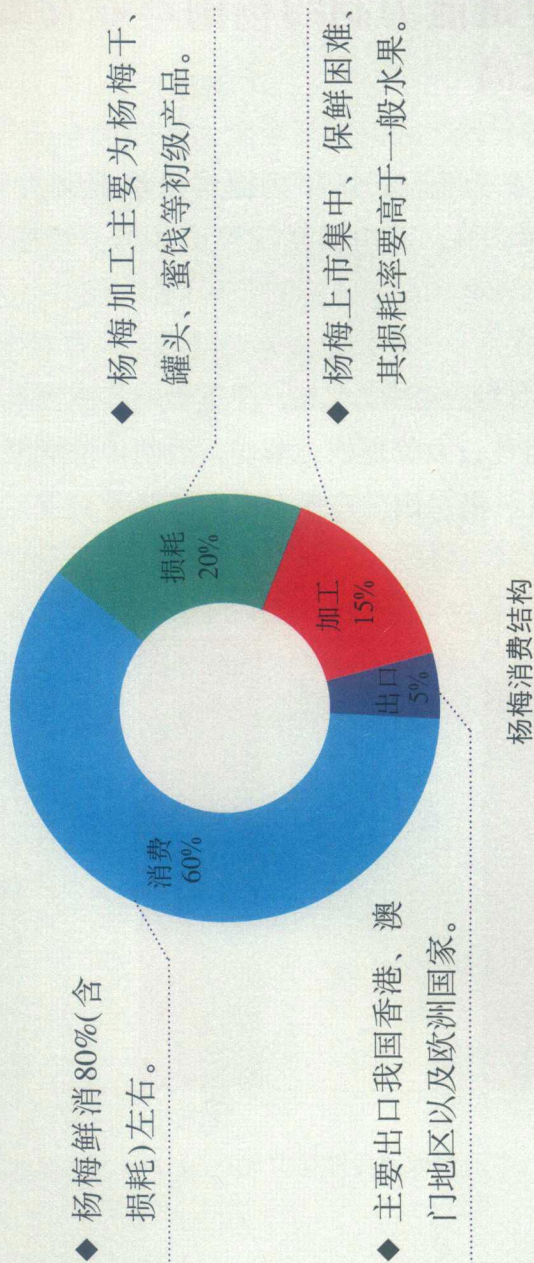


## 产后保鲜技术及冷链能力制约杨梅产业发展， 中国杨梅流通损耗高

◆ 中国杨梅消费以鲜食为主，2016年杨梅鲜果消费66万吨左右（含损耗），约占产量的比例为80%，其中损耗规模达20%。杨梅加工占比约15%，出口比例不到5%。

◆ 杨梅成熟期集中，对储运保鲜要求高，严重影响其销售半径，而产地产后保鲜技术水平低、冷链建设及管理能力薄弱，因此传统鲜果消费主要集中于具有杨梅消费偏好的江、浙、闽、广等东南沿海地区。





数据来源：本来生活网调研估算

CHAPTER 2

## 二、中国杨梅产地发展情况

——小小杨梅蓄势待发

营养全面  
老少皆宜  
栽培品种 批发价格 规模化  
产地分布  
主产区 云南石屏 品质第一 电商强县