



进口水果终端消费情况

——北京市场分析



内容

1

我国水果进口情况分析

2

北京市场消费情况介绍

3

北京新发地优势介绍



一、我国水果进出口情况分析

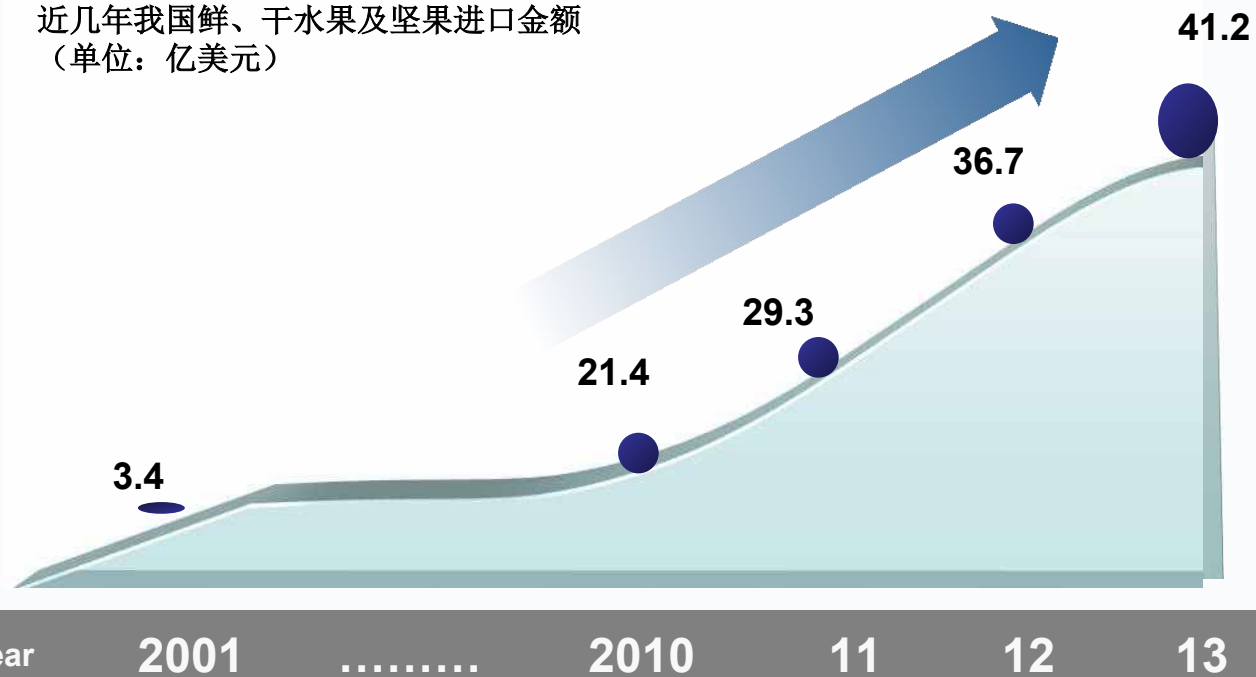
1.1 我国水果进口概要

随着我国人民生活水平的不断提高和生活方式的变化，水果消费总量不断增长。对水果的品种、品质都提出了更高的要求，尤其是名优特新、高质量的进口水果受到消费者青睐。从品种来看不断增多，目前我国主要进口的水果（1万吨以上）有香蕉、榴莲、西瓜、葡萄、椰子、甜橙、猕猴桃、菠萝、苹果、樱桃、梅与李、甜瓜、葡萄干、葡萄柚、核桃、开心果、宽皮柑桔和栗子等**18种**；其中**10万吨以上**的有香蕉、榴莲、西瓜、葡萄和椰子合计进口量占中国干鲜水果进口总量的**46.13%**。从地区来看大都比较集中，主要来自亚洲和美洲，其中，从亚洲进口水果的金额约占中国水果进口总额的**60%**，从美洲进口占**1/3**左右；从区域来看，从东南亚地区进口占进口总额的**50%**以上，从南美地区进口占近**20%**，从北美进口占**10%**以上；从单个国家和地区来看，泰国、智利、越南、美国和菲律宾进口的金额位居中国水果进口的前**6位**。（数据来源：联合国商品贸易数据库）

一、我国水果进口情况分析

1.2 进口水果贸易额增长趋势

近几年我国鲜、干水果及坚果进口金额
(单位: 亿美元)



UNIT: CONTAINER



一、我国水果进口情况分析

1.3 我国进口水果市场分析

进口水果在中国有四大主市场，即广州江南果菜市场、上海辉展果蔬市场、北京新发地市场、沈阳地利农副产品贸易中心。其中，广州是全国性流转市场，而北京、沈阳、上海作为终端消费市场，分别辐射京津冀地区、东北地区及长江三角洲地区。



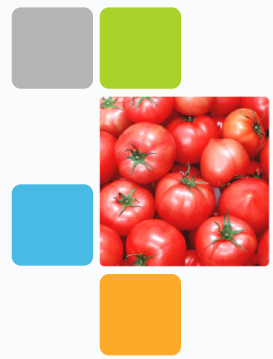
一、我国水果进口情况分析

1.4 进口水果市场仍然还有潜力

随着城乡居民生活水平的提高和健康、安全意识的进一步增强，人们对优质水果、无公害水果、绿色水果和果汁的消费需求日益高涨。

随着冷藏物流水平的提高，现在新鲜的进口水果已经不仅仅只在大型城市受到欢迎，而广大的在**2-3**级城市也越来越受到欢迎。

进口水果已经不仅仅局限为礼品，买来自己吃的比例越来越高。尤其是现在**70-80**后新生代作为消费的主力军，已经成为进口水果的主要消费群体。



北京 市场介绍





二、北京市场消费情况介绍

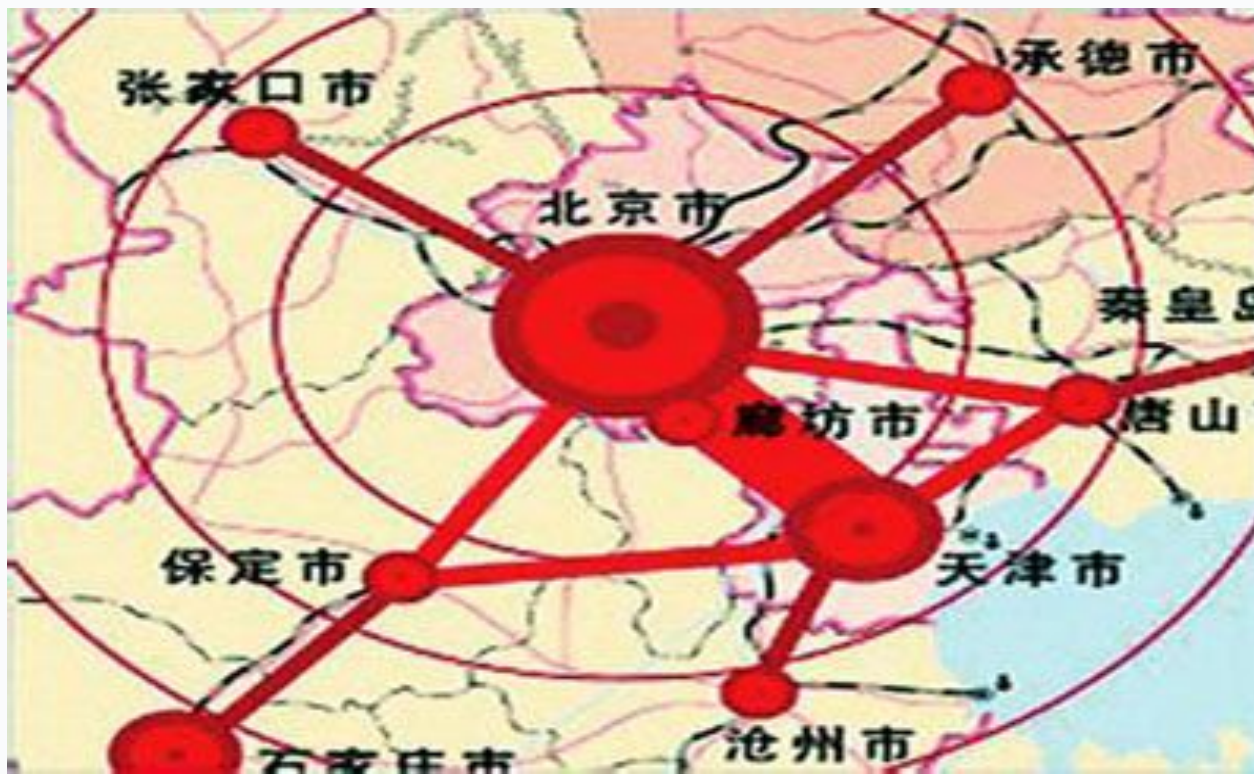
2.1 北京市场具有较强的消费能力

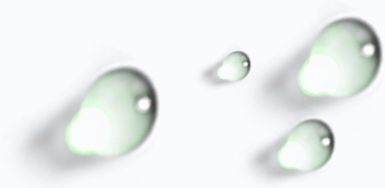
随着我国人民生活水平的不断提高和生活方式的变化，水果消费总量不断增长。对水果的品种、品质都提出了更高的要求，尤其是名优特新、高质量的进口水果受到消费者青睐。

北京果品协会的专家介绍，北京每年要消费**10**多亿公斤果品，人均年消费果品**100**多公斤。北京果品市场大、消费水平高，特别是品种新、质量好的进口水果更受市民的喜爱，一些进口的高端果品已成为专供、特供的热销品种。

二、北京市场消费情况介绍

2.2京津冀为北京市场再扩容







三、北京新发地优势介绍

3.1 北京新发地批发市场介绍

北京新发地为全国最大的单体农副产品交易平台，成立于1988年，是国有村办全民所有制企业，在同类企业中规模最大、产值最高，素有北京“菜篮子”“果盘子”美誉。该企业占地3000多亩，2013年的成交量突破960亿元。近年以来，该公司已经实现多元集团化经营。主要经营蔬菜、果品、肉类、粮油、水产、副食、调料、禽蛋、菌类、茶叶、种子等农副产品，是一处以蔬菜、果品、肉类批发为龙头的国家级农产品中心批发市场。现有固定摊位5558个、定点客户8000多家，日均车流量3万多辆（次）、客流量6万多人（次）。日吞吐蔬菜1300多万公斤、果品1500多万公斤、生猪2500多头、羊2500多只、牛150多头、水产1500多吨。产品来自全国32个省、市、自治区和全球46个国家和地区。



三、北京新发地优势介绍

3.2北京新发地批发市场优势

北京新发地国际贸易有限公司与首都机场合作建立“首都机场新发地即时通”，即一小时通关，8小时到站。



进口水果贸易企业的建议



人民生活水平的不断提高，对水果的品种、品质都提出了更高的要求，企业应确保果品质量关。

尽量直接发货到消费地，以减少中间环节，加快物流速度。

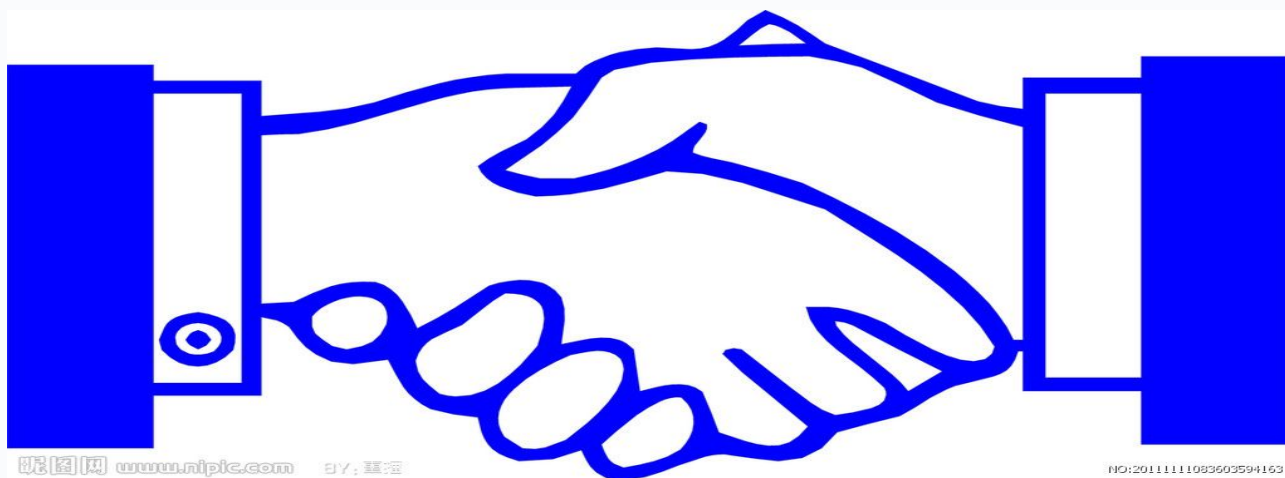


结语

中国拥有世界上最多的人口。这些年来经济已经得到了很大的发展并且进口水果销售已大幅增加。

随着中国水果经济的发展，中国将成为世界上最大的水果消费市场，进口水果也越来越受到我们中国人的喜爱。

我们愿意与我们的各国朋友一起向中国的消费者介绍价廉质优的水果！





THANK YOU!