

技 术 简 报

第 2 期

国家苹果产业技术体系

2017 年 2 月 17 日

2016-2017 年季我国苹果生产销售调研报告

——以 24 个苹果综合试验站为例

韩明玉 任小林 霍学喜 张东 淮建军

(国家苹果产业技术体系办公室)

近两年来，我国苹果销售遇到了一定困难，对苹果产业持续健康发展造成了影响。为了全面了解苹果产业 2016-2017 年季的生产、贮藏、加工和销售情况，破解当前苹果销售难、经营效益下滑等问题，国家苹果产业技术体系办公室组织体系 24 个综合试验站，以及贮藏加工研究室和产业经济研究室，开展了我国苹果产业运行基本情况调研活动。同时，采用典型抽样调查地方法，深入陕西白水、洛川、旬邑和乾县等苹果产区，通过与省、县果业局、苹果生产和销售企业、农业合作社、果农深入交流，对我国苹果产销形势进行了分析研判，现报告如下。

一、全国苹果产销形势和运行情况

1、种植面积与产量稳定增加，生产布局向优势区集中趋势明显

根据农业部数据，2015年我国苹果种植面积3492万亩，产量4261万吨。据估计，2016年我国苹果面积为3615万亩，增长3.52%，产量4380万吨，增产5.85%。

2017年1月通过对国家苹果产业技术体系24个苹果试验站的调查，24个试验站覆盖面积3141.67万亩，产量3465.76万吨。近2年，苹果面积和产量均增加的依次为平凉、天水、延安、烟台、东北寒地、川西高原、熊岳、葫芦岛、昭通，面积或产量减少的有宝鸡、运城、商丘、三门峡、青岛、泰安、石家庄等试验站。苹果生产布局向优势区或特色区集中，“西移北扩”趋势更加明显。

2、苹果鲜果价格持续下降，产地区域间价格分化严重

2014以来，苹果鲜果价格呈下降趋势。据调查，2016年苹果鲜果价格持续走低，一级果平均收购价（果农出园价）为4.70元/公斤，同比下降18%；全国苹果平均批发价为4.22元/公斤，同比下降20%，其中，富士苹果平均批发价格为6.30元/公斤，同比下降20.55%；全国苹果平均零售价格为6.35元/公斤，同比下降17.67%。

各主产区域间苹果鲜果价格分化严重。表现出优生区和特色产区鲜果价格较高，而次优生区、适生区价格普遍较低。果农果园出售一级果价格在6.0元/公斤以上的地区有：山东的烟台、青岛，陕西的延安、渭南、咸阳，甘肃的平凉、天水，北京等优势产区，而云南昭通、川西、宁夏、牡丹江等特色产区售价也较好；而山西、河南、河北、新疆等地，价格普遍较低，一级果在4.0元/公斤以下，70以下果在1.5元/公斤以内。

苹果质量对价格和销售影响很大，两极分化趋势明显。特级和一级果销售形势较好，中低档苹果过剩，价格低还难销售。

3、苹果贮藏销售更趋理性，果农、贮藏商、销售商三者利益共同体正在形成

2016年24个试验站产区苹果采收后直接销售占总产量的53%，贮藏量占37.7%，加工果占9.3%；在贮藏中，气调贮藏占14.7%，机械冷藏占55.2%，简易贮藏占30.1%。在库体贮藏经营过程中，为果农代存占45.9%，为果商代存占22.7%，库主自存占31.4%。截止2016年12月25日，库存量占贮藏量的55.5%，销售量占总产量的64.7%，说明2016年度销售总的形势较好，库存量仅有753万吨。

河南、山西、河北、辽宁及甘肃的天水苹果采后直接销售比例超过50%，而云南昭通、川西、牡丹江等特色产区采后直销比例超过80%。山东烟台，陕西延安，甘肃平凉等苹果优生区采后苹果贮藏量超过50%，且贮藏条件较好，山东烟台、青岛气调库占35%以上。

果农、贮藏商和客商彼此合理分担风险与利润稳定的销售渠道与机制，在优势产区正在逐渐形成。果农将苹果贮藏在果库中，不用支付或者仅支付小部分贮藏管理费，贮藏商负责果库管理和市场销售，二者根据实际售价进行利润合理分配；贮藏商负责苹果的收购和贮藏，客商负责销售，但可以通过把货物抵押借贷贮藏商的资金，从而缓解收购资金周转困难的问题，同时也降低了经营风险，彼此形成了共同分摊市场风险和利润的合理机制。目前，山东烟台、青岛贮藏商为果农代贮的比例超过60%，而陕西、甘肃以果库库主自己贮藏或代外地客商贮藏为主。

4、浓缩苹果汁进出口量均增长，苹果进出口逆向波动

浓缩苹果汁进出口量均增长。2016/2017榨季浓缩苹果汁产量预计为66万吨，同比增长约28.65%，浓缩果汁实现恢复性增长。预计全年浓缩苹果汁出口量达到61万吨，较去年增加28.69%，出口单价1090.28美元/吨，出口量及出口额均呈恢复性增长。浓缩苹果汁进口量约为5800吨，较2015年增加21.59%。

苹果进出口逆向波动。2016年，鲜苹果出口量扭转下滑趋势，

有望达到 150 万吨，出口平均单价为 1125.39 美元/吨，同比下降 10.80%，出口目的地主要为亚洲国家和地区，占到 85.27%。2016 年鲜苹果进口量大幅回落，约为 6.40 万吨，较去年下降 26.95%。

5、生产成本持续上升，与其他作物和果树相比，苹果果农仍有较高比较效益

2016 年苹果生产成本约为 4653 元/亩(6.98 万元/公顷)，较 2015 年上涨 4.21%，其中黄土高原和环渤海湾优势区平均总成本分别为 4740 元/亩（7.11 万元/公顷）、5627 元/亩（8.44 万元/公顷），人工成本和物质成本分别为 2173 元/亩（3.26 万元/公顷）、2100 元/亩（3.15 万元/公顷），较 2015 年分别上升 5.81%、2.71%。总体而言，化肥、农药等农资价格相对平稳，部分地区小幅下降，但化肥、农药投入量加大导致物质成本增加。

对洛川县 7 镇 1 乡 1 街道办的 88 户果农、796.5 亩果园调查，总产量 145.2 万公斤，总收入 589.2614 万元，总投资 344.2245 万元，亩均产量 1823.04 公斤，亩均收入 7398.13 元，亩均投入 4321.71 元，亩均纯收入 3076.42 元，投入产出比为 1:1.7119。具体到生产 1 斤苹果需投入 1.19 元，销售收入 2.03 元，纯收入 0.84 元。

全县 12 个乡镇 41249 户果农调查，收入 3 万元以下的 8087 户，占调查总户数的 19.6%；收入 3-5 万元的 14619 户，占 35.4%；收入 5-10 万元的 13279 户，占 32.2%；收入 10-15 万元的 3865 户，占 9.4%；收入 15-20 万元的 1137 户，占 2.8%，收入 15-20 万元以上的 262 户，占 0.6%。菩堤、土基两个乡镇果农收入相对较高，收入 10 万元以上的户分别占到本乡镇调查总户数的 61%和 33%，其中菩堤有 24.6%的户收入在 15-20 万元，有 9%的户收入超过 20 万元。

总体而言，中国苹果面积产量连年增长，果品价格理性回归，苹果生产贮藏销售总体较好。表现出优生区、优质果价格依然较高，

果农效益较好；而次优生区、适宜区以及中低档果，价格下滑，销售困难。同时，由于劳动力、生产资料成本上升，苹果生产效率仍然不高，国际市场竞争力弱，苹果销售依然依靠国内市场。在其他水果供给增加情况下，苹果产业目前正面临转型升级和提质增效。

二、苹果生产销售的主要问题

1、结构性问题突出。近几年，在技术进步及政府强力推动共同作用下，苹果栽培面积与产量增长明显，但苹果区域布局、品种结构等不协调、不均衡问题更加突出。越区盲目种植现象普遍，老龄果园更新较慢，果品质量参差不齐，晚熟富士仍是主角。在供给侧改革背景下，如何以大产业发展视角，引导区域布局向优势区集中，优化苹果品种结构，实现“节本、提质、增效”产业发展目标，是苹果产业发展面临的重大难题。

2、市场风险加大。2016年，尽管国内苹果总产量增加，但整体质量下滑，价格分化趋势进一步增强，“优质优价、质次卖难”趋势更加明显。受经济下行的大环境导致消费低迷影响，加之其他水果产量增加造成的消费替代冲击，苹果价格近两年下降明显，苹果总产量与市场有饱和或过剩的风险。收购商为减少市场波动带来的风险，收贮数量比同期减少，苹果价格波动风险增加。

3、产销衔接矛盾加剧。抽样调查表明，全国苹果种植户的平均规模为7.98亩。分散小农户生产模式，造成产业组织化程度低，市场发育滞后，产销衔接不够紧密，苹果生产的比较优势逐渐弱化。农业重生产轻流通现象，造成苹果种植户与市场在空间和时间上隔离，出现信息不对称问题，市场需求与供给能力矛盾性错位，小规模种植户参与市场竞争中处于劣势地位，果农、贮藏商和销售商利益共同体尚未形成。另外，果品精深加工、附加值开发利用方面较弱等，阻碍了产业链条的延长和拓宽。前几年国内市场苹果价格较

高，国际市场开拓不够。

4、销售企业资金周转困难，现代营销管理人才短缺

苹果属于大宗鲜活农产品，苹果的收购、贮藏和销售需要大量的资金周转，但是由于苹果集中上市但销售周期较长，因此经销商面临资金困难。首先，在苹果收购季节，经销商需要大量的资金用于收购果农生产的苹果，资金不足直接影响经销商对苹果的收购量，许多经营者常年困于资金短缺问题，在解决资金问题上花费精力过大，减弱了市场开发与营销工作。其次，电商销售存在网络推广宣传费用高、资金在第三方交易平台沉淀时间长和回款速度慢，每笔交易平均需要 30-45 天才能够收到回款，严重影响企业资金的流动。第三、由于多种原因金融系统收紧银根，苹果企业和农户等个人和机构获得银行贷款难，资金总量不足和周转缓慢影响企业的运营和生产规模的扩大。第四、出口东南亚的企业反映，由于环节较多，出口退税速度慢也在一定程度上影响了企业资金的流动性，从而影响了苹果贸易。

苹果产业的发展面临着人才短缺的难题。主要表现在：随着电商和出口业务的增加，企业需要计算机、网络、英语、企业管理等专业人才，但是现有员工知识结构老化，引进人才缺乏实力，相应的新兴人才不足。比如，为了开发市场，建立新营销队伍和销售渠道，企业需要大量优秀的销售人才，但是由于地处农村和涉及农业，企业存在着“找不来，用不好，养不大，留不住”人才的问题。随着贮藏加工业的发展，苹果贮藏加工企业主要分布在产区，留不住技术人才，人才队伍不稳定，对企业经营造成巨大影响。

三、促进苹果生产销售的政策建议

1、稳定产业规模，优化生产布局，调整品种结构

经过几十年的发展，苹果产业已跨过产业恢复与快速发展时期，

进入结构调整的新时期；产业发展由追求面积扩张、产量增加逐步向保障果品质量、提高单位效益转变。要稳定产业规模，控制次优生区种植面积，逐步压缩非优生区（黄河古道、陕西关中、山西运城、河南三门峡、河北石家庄、山东部分低海拔苹果生产效益低的地区）的种植面积，做好优生区新建果园和老果园更新改造；同时，调整品种结构，改变富士比例过大局面。

2、探索果农与贮藏、销售企业合作方式，建立利益共同体

苹果从田地到餐桌，面临许多不确定的风险。果农、贮藏商与客商之间合作共赢能够有效的促进苹果销售，抵御市场风险，同时解决流通过程资金短缺等问题。因此，应该借鉴国外果农合作组织承担果农与市场桥梁与纽带的经验，在果品营销贮藏过程中，探索果农及其合作组织与贮藏、销售企业有效合作方式，形成共同分摊市场风险和利润的合理机制；搭建利益共同体，彼此合理分担风险与利润。引导有条件的苹果经销商、贮藏商、加工商与果农开展异地合作，实现种植、仓贮、收购、销售一条龙，解决苹果异地销售贮藏难和物流成本高的问题；探索果农提供苹果，苹果贮藏销售企业提供冷库和日常管理，客商提供资金和负责销售的合作机制，实现苹果销售风险共担利益共享的新合作方式。

同时，政府应该出台有效土地流转政策，促进适度规模经营，培育家庭农场；以企业或合作社牵头，使小农户组织起来；鼓励企业，特别是大中型企业进入果业生产环节。

3、出台信贷扶持政策，解决贮藏加工企业流动资金困难

苹果是季产年销的果品，贮藏流通占用大量资金，融资难是目前苹果营销商普遍存在问题。因此，大力发展果业金融，增强企业资本运作能力是促进苹果营销的关键。引导金融部门在果区构建主体多元、布局合理、结构优化、服务优良的金融服务体系；争取金

融部门扩大对果业的授信额度，引导各地积极发展果区村镇银行、小贷公司、担保机构。加强沟通，帮助企业在资金注入、贷款贴息、税收、补贴等方面得到优惠，加快出口退税的进程。同时，加大对政府对网络支付中资金周转的监管，充分利用网络营销发展苹果电商。

4、加强果品采后处理与加工，大力开拓国内外市场

加强果品采后全面精细化、商品化处理，包括：果品采收标准体系建设，果品精细化分级体系建设，果品功能化包装技术集成，果品质量可追溯体系建设，果品现代营销渠道建设，果品物流体系建设——全冷链运输，果品贮藏与多元化产品加工能力建设。在目前果品卖方市场饱和的情况下，更应增加和重视采后各环节增值能力。

坚持“走出去”战略，总结市场开发经验，投入人力物力重点开发新的市场。研究东南亚、西亚和前苏联等国主要出口市场消费者对苹果品质的需求特点，有针对性的生产适宜销售市场的苹果品种和大小质量规格。在国内逐步加大对县级市场的细分和影响，逐步开拓“北上广”以外的中低端国内苹果市场。

大力扶持网上直销、品牌专卖、超市及商场专柜等新型分销渠道；加强对苹果品牌使用的监管力度，打击“以次充好”的营销行为，保护苹果的品牌形象和品牌价值；企业、政府和果农要加大媒体营销，主动与媒体沟通，定期发布苹果销售信息及苹果的主要营养素对人体健康的功效，促进苹果健康稳定消费。

报送：农业部科技教育司、农业部种植业管理司

发送：各苹果主产省农业厅、各功能研究岗位专家、综合试验站站长

首席科学家办公室成员

国家苹果产业技术体系首席科学家办公室

2017年2月19日印发
