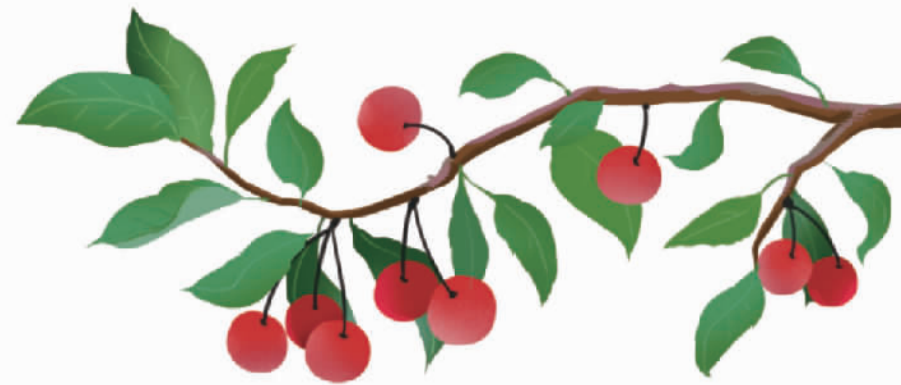


经济日报携手京东发布数据——

时令水果更吃香



新鲜到家

随着人均消费支出的增加和饮食消费升级，消费者对高品质水果的需求持续增加。同时，水果消费场景趋于多样化，消费者有了更多选择空间，水果消费市场正变得更加广阔。但无论市场怎样变化，新鲜仍是大商机。

从销售趋势来看，原产地水果不断实现区域的纵向拓展与种类的横向创新。初夏时节，枇杷、蓝莓、樱桃、荔枝等水果纷至沓来，应季、新鲜成为最重要的标签。以樱桃为例，大连美早、烟台大樱桃、山东大樱桃等热销，广东、北京等地产樱桃消费占比持续提升。在种类上，除了妃子笑荔枝外，白糖罽、糯米糍等荔枝品种也获得消费者高度关注。

从渠道发展来看，水果的线上线下销售正不断相互融合。消费者可以选择线下商超购买，也可以选择线上下单购买，还可以通过即时消费平台更快收到商品，联动线上线下，打通全渠道的模式不断丰富购物场景。总体来看，即时消费在水果消费市场的规模平稳增长，已经成为中国消费者果盘子升级的重要驱动力。

值得注意的是，线上水果的主要消费群体以年轻人为主，他们更关注身体健康和营养搭配，以樱桃、榴莲、荔枝等为代表的高品质水果更容易得到这一消费群体的青睐。

从品质保障来看，水果产业供应链的不断延伸拓展和聚焦深化至关重要。当下，消费者对水果品质的要求越来越高，在购买水果时首要关注的因素就是水果是否新鲜，其次是水果的甜度和熟度、水分是否充足等。企业要尽可能地让优质新鲜的水果以更快的速度、更低的价格进入消费市场。因此，从原产地直采的品质把控，到专业冷链物流配送，再到全渠道销售模式，企业在产业供应链的各个环节都需要不断完善，力求让每一个水果都能“新鲜到家”。

说数

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

是大商机

枇杷消费情况

5月份以来，枇杷成交额同比增长53%

▼受欢迎型号

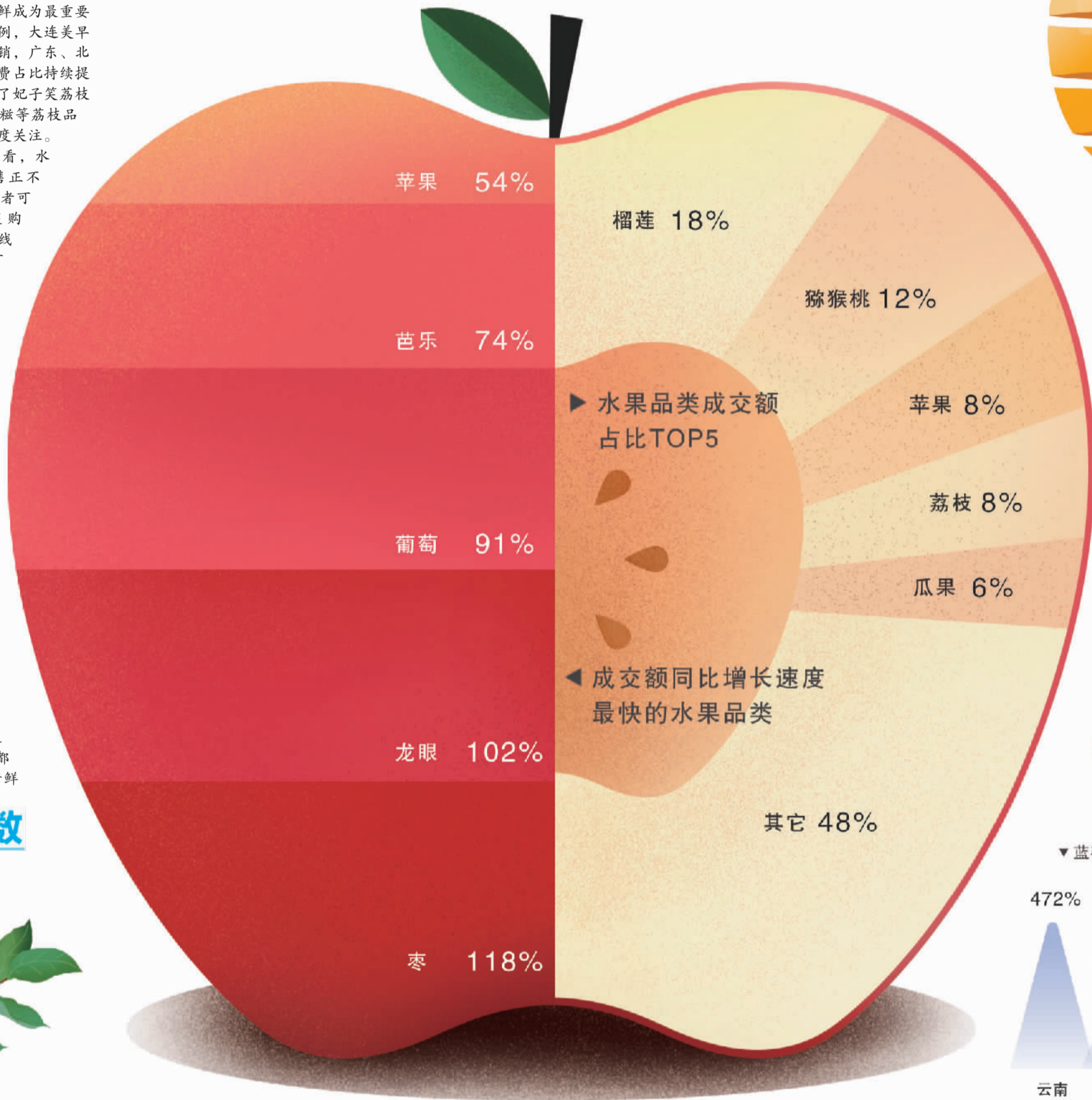


▼从搜索热度看

“福建莆田枇杷”的搜索量同比增长超10倍



▼枇杷成交额同比增幅TOP5省份



蓝莓消费情况

5月份以来，蓝莓成交额同比增长近50%

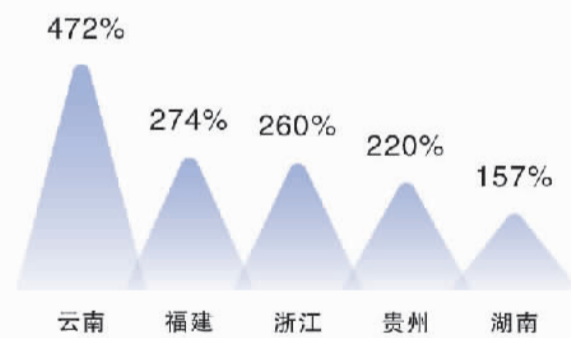
▼受欢迎型号



▼各品类蓝莓搜索量同比增长



▼蓝莓成交额同比增幅TOP5省份



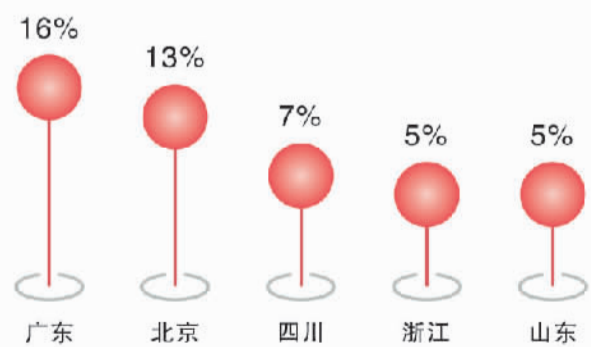
樱桃消费情况

5月以来，大连樱桃、四川樱桃的成交额同比增长均超5倍

“国产樱桃”的搜索量是

“进口车厘子”的2.6倍

▼2022年大连樱桃成交额占比TOP5省份



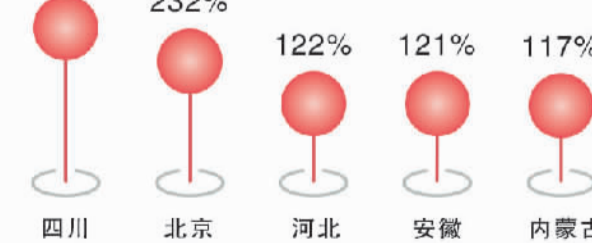
▼受欢迎型号



荔枝消费情况

5月以来，妃子笑荔枝的成交额同比增长超140%

▼各品类荔枝搜索量同比增长



▼受欢迎型号



人们在购买水果时首先关注的是新鲜与否，其次是水果的甜度和熟度、水分是否充足等。所以应季水果能否被消费者认可，先决条件是保证新鲜。这就要求企业不断完善供应链中的每一个环节，特别是加快完善物流环节，保证水果又好又快地从种植地到达消费者的餐桌。



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年5月1日至5月18日