

说数

小众水果走向大众

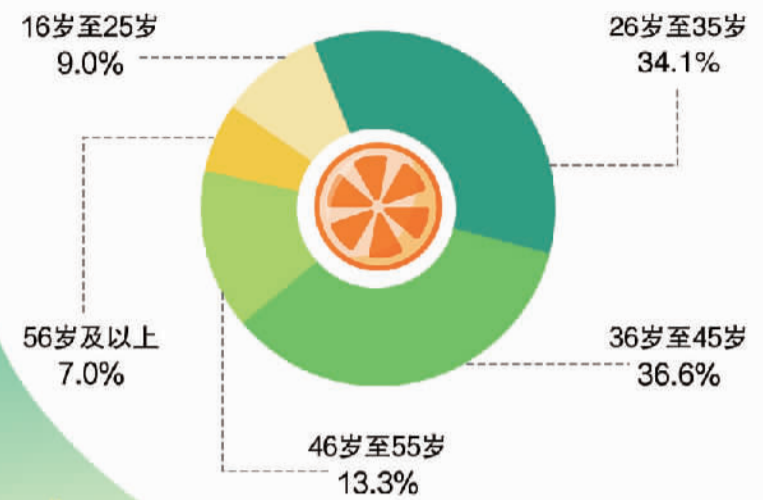
臧蒲

在这里读懂中国消费



消费者特征

各年龄段消费者成交额占比



春暖大地,鲜果上新。与气温一同攀升的,还有时令水果的消费热度。数据显示,当下水果市场呈现“经典稳增、新品走俏、差异凸显”的消费特点,共同绘就了一幅缤纷香甜的消费画卷。

春日果市中,蓝莓凭借营养与口感,稳居“C位”。从消费数据来看,蓝莓在所有水果成交额中占比22.3%,且受全年龄段消费者喜爱。其中,25岁以下年轻群体中,蓝莓的消费占比高达31.9%。橘子、苹果等传统水果消费紧随其后,冷冻榴莲、草莓、橙子等风味鲜果销售也各有所长,让百姓的“果篮子”既有营养,又有滋味。从成交额同比增速来看,西瓜以103%的增速一马当先,提前唤醒春夏味蕾。小众水果从地方风味走向全国餐桌,新鲜榴莲、蓝莓增速均

超60%,莲雾、雪莲果、释迦、芭乐等特色水果增速均在40%以上。

春季时令水果消费热度攀升,反映出大众对“应时而食”的认同,也展现出消费观念的迭代:越来越多消费者愿意为高品质、新鲜感付费,水果消费也愈加精细、多元。水果已成为提升生活品质、丰富饮食体验的重要角色。

从时令鲜果的地域消费特点看,北京、广东、江苏、上海稳居消费主力,消费者对车厘子/樱桃、芒果偏好指数较高;青海、新疆、辽宁等地消费增速领跑全国,区域消费差异持续缩小。与此同时,各地偏好也各具特色:北方偏爱西瓜、香蕉等经典果品,南方钟情释迦、毛丹等热带鲜果,上海、浙江等地更青睐车厘子/樱桃、芒果等水果。

从消费者年龄层看,26岁至45岁群体是水果消费的主力,且选择偏好蓝莓、橘子、冷冻榴莲、苹果,兼顾营养与品质;中老年群体更倾向于选择苹果、橘子等经典果品;与其他年龄段不同,25岁以下年轻人除了钟爱特色果品外,对果切这类便捷食用形式接受度较高。

小众果品快速“破圈”,经典果品稳定供给,得益于我国成熟的水果消费链条。“精细化、差异化”的消费格局持续形成,不断倒逼品种培育、物流升级、品牌建设,带动整个鲜果行业提质增效,持续释放下沉市场潜力,让消费者选择更多、吃得更好。

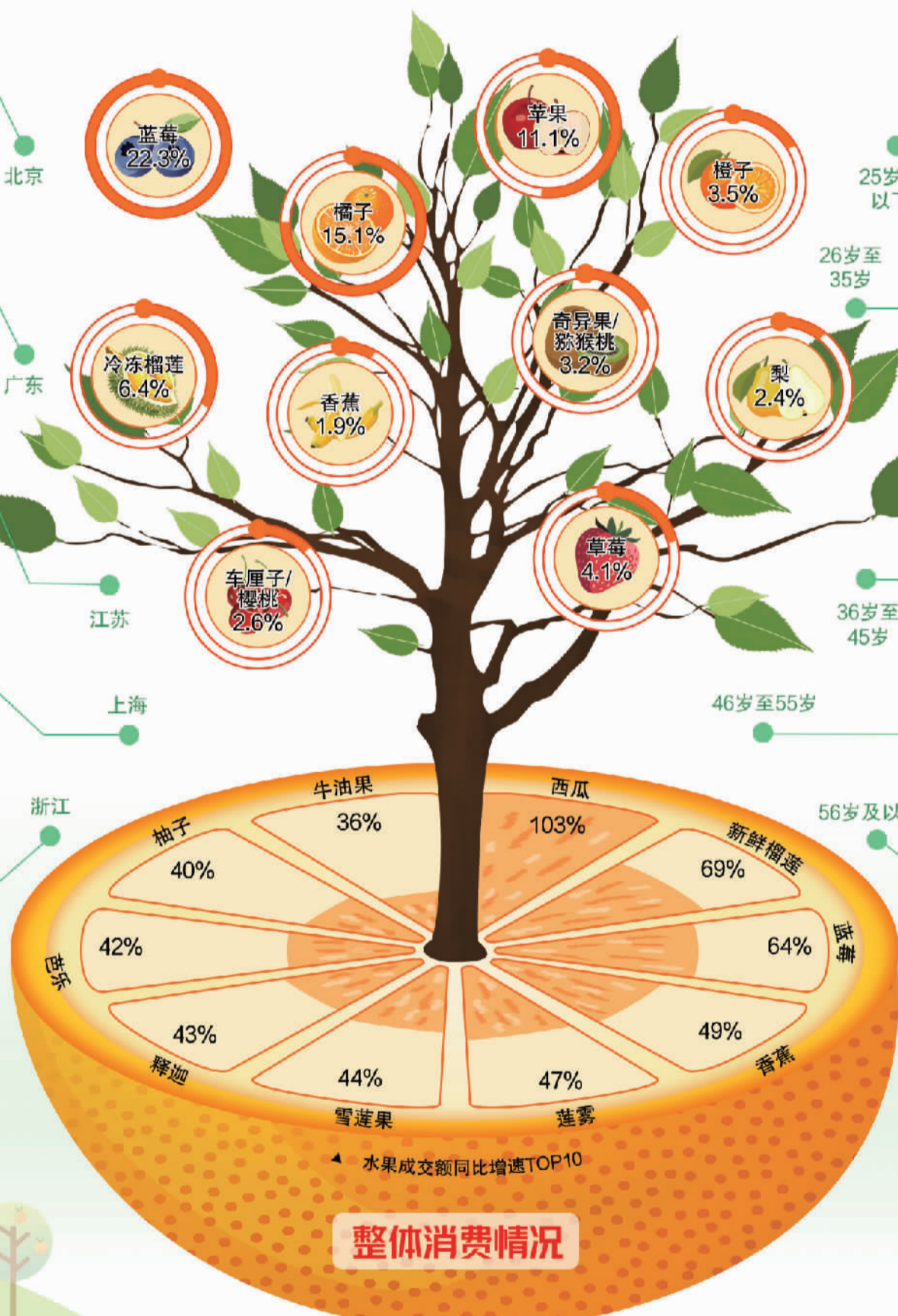
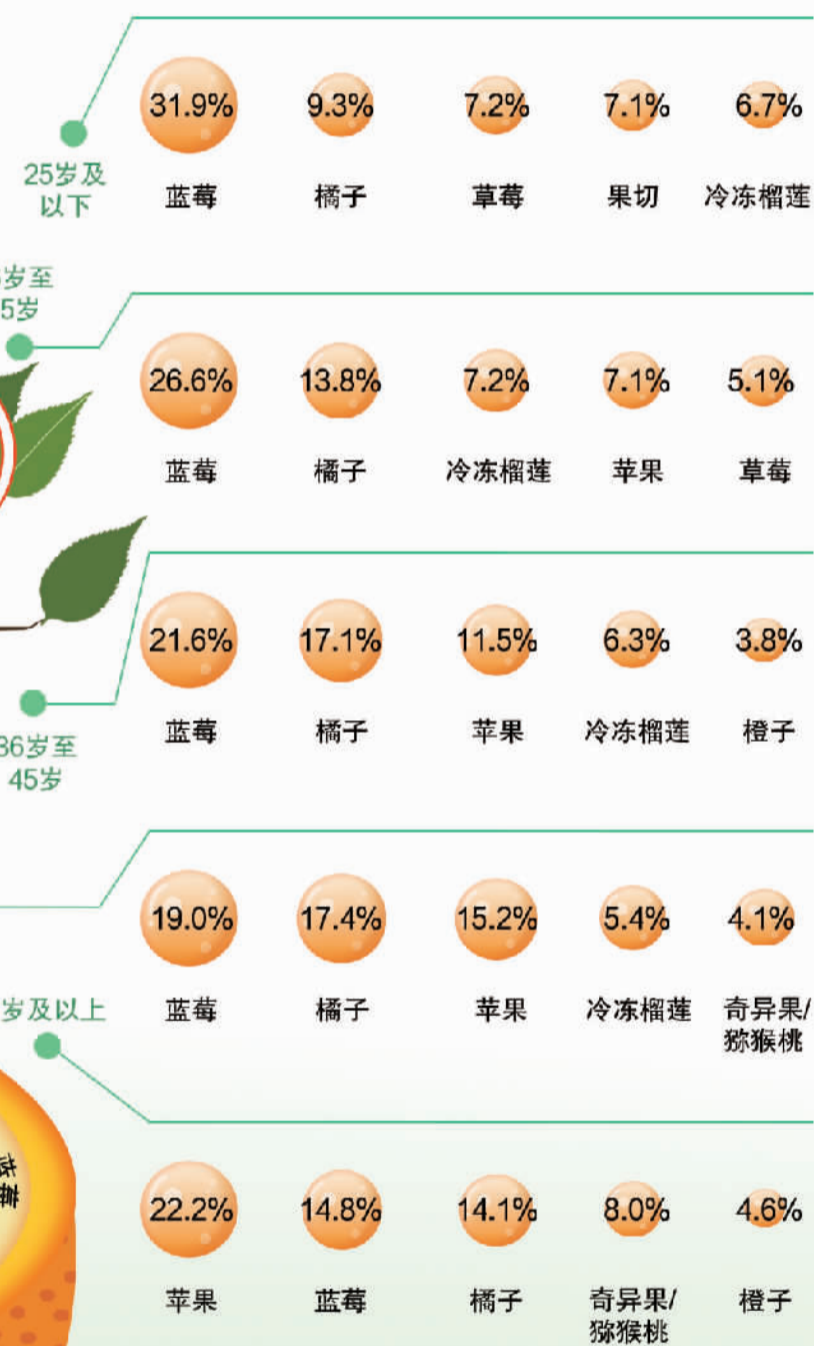
更重要的是,水果消费正在成为营造仪式感、社交分享的重要载体,这不仅为生鲜零售拓展了销售空间,也带动果切、水果礼盒、深加工产品等新业态发展,促使水果消费市场向更健康、更精致、更细分的方向持续升级。

一口鲜甜,尽藏生活万象。从经典果品到小众滋味,从一线城市到小城街巷,水果正以多元姿态走进日常,既满足人们的舌尖期盼,也映照出品质生活的美好图景。未来,水果行业仍需聚焦细分领域,稳定产品供应,优化品种与品牌,进一步推动标准化、精细化运营,助力水果市场持续升级。

各省份水果偏好指数TOP5



各年龄段消费者水果成交额占比TOP5



水果成交额同比增速TOP10



数据周期: 2026年2月23日至4月22日