

说数

秋果上架满目新

崔浩

9月前后,水果市场迎来秋果上市高峰,一批正值最佳赏味期的鲜果触动着消费者味蕾。西瓜清甜解暑,桃子鲜嫩多汁,李子酸甜开胃……从田间枝头到城市货架,一批批水果接连登场,丰富着居民的“果盘子”。水果消费看似寻常,却最能感知季节变化和消费偏好的细微转变。近期哪些水果稳居消费“C位”,又有哪些品类正在成为消费市场的新宠?

从销量来看,西瓜、桃、李子位居前3名,销量占比分别为21.5%、16.7%和14.1%,三者合计超过一半,成为近期水果消费的“主角”。其中,西瓜表现尤为突出。水果销量前十的省份中,有7个省份销量最高的水果都是西瓜。暑期高温叠加上市旺季,清甜多汁、价格亲民,让其稳居水果消费“C位”。桃和李子紧随其后,作为时令水果的重要品类,也保持了较高的消费热度。可见,在水果供给日益丰富的今天,应季、好吃、价格适宜,依然是影

响消费选择的重要因素。

不同年龄段消费者的水果偏好呈现明显差异。25岁及以下消费者偏好水果番茄,26岁至35岁消费者偏好椰青,36岁至45岁消费者偏好杏,46岁及以上消费者则更偏爱李子。不同年龄段的消费选择各有侧重,折射出水果消费正从单一的“大众口味”向更加多元、细分的方向发展。消费者购买水果,不再只是满足基本食用需求,也更加注重口感、品类和消费体验。

从地域分布看,四线城市及县域农村地区的应季水果销量占比达到38.8%,超过一线、二线和三线城市。过去,城镇居民人均水果消费量相对较高,城市市场往往被视为水果消费的“基本盘”。如今,下沉市场正展现出较大潜力。不过,相较城市市场,县域农村地区对价格更为敏感,大宗果品仍占据较大比重,小众、高端水果的消费还有待进一步培育空间,冷链、仓储等基础设施也有待

完善。

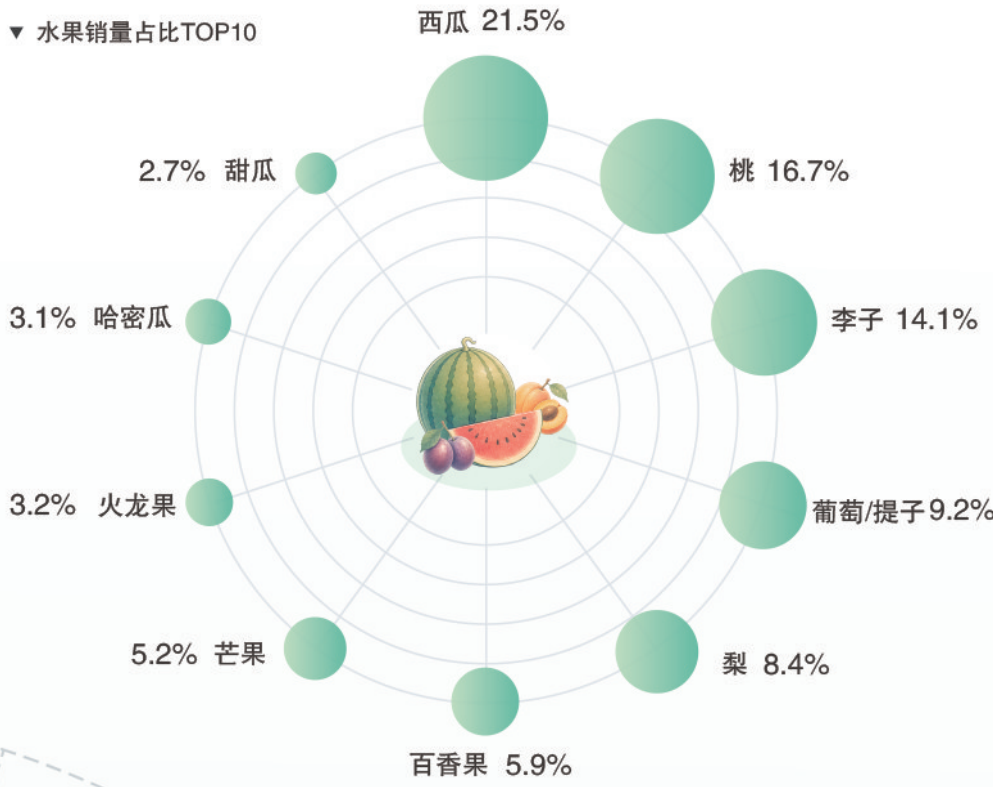
从增长情况看,柿子、石榴、柚子、桔/橘、枣的销量环比增速分别达到3.6倍、287.5%、155.7%、111.7%和87.2%。秋季水果上市时间前移,一方面得益于早熟品种的培育和推广,另一方面也离不开大棚种植、温控等技术进步,让果品成熟期更加可控。与此同时,零售渠道为抢占应季水果的销售先机,也在主动提前采购和推广早上市品种。供给端和渠道端共同作用,使水果市场的季节更替呈现出更快、更灵活的特点。

水果市场的变化看似发生在一颗果、一块瓜之间,背后折射的却是消费需求与供给能力的双向变化。消费者对水果的选择更加多元、更加细致,市场也在通过品种培育、种植技术和流通渠道不断丰富供给。读懂消费端释放出的新信号,及时调整生产、流通和销售节奏,才能让“果盘子”更加丰富,也让水果产业更好适应不断变化的消费需求。

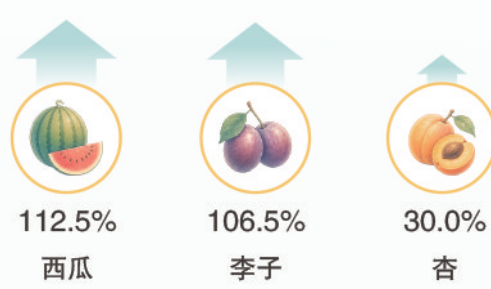
在这里读懂中国消费



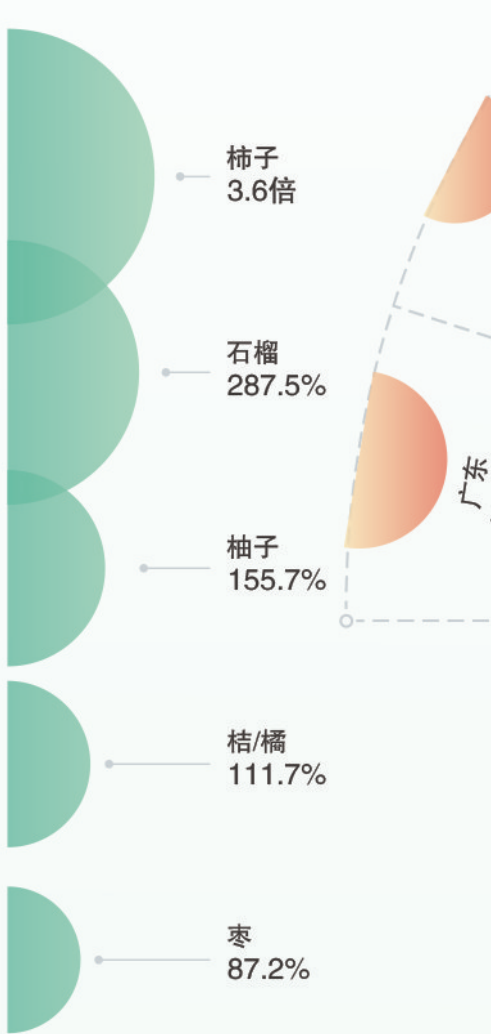
水果销量占比TOP10



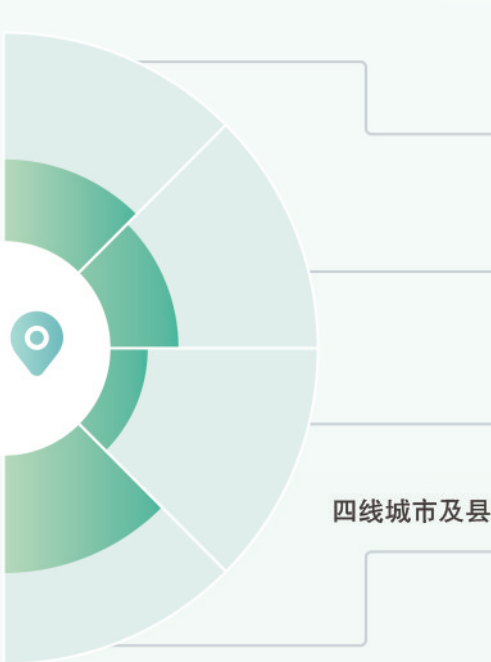
水果销量同比增速TOP3



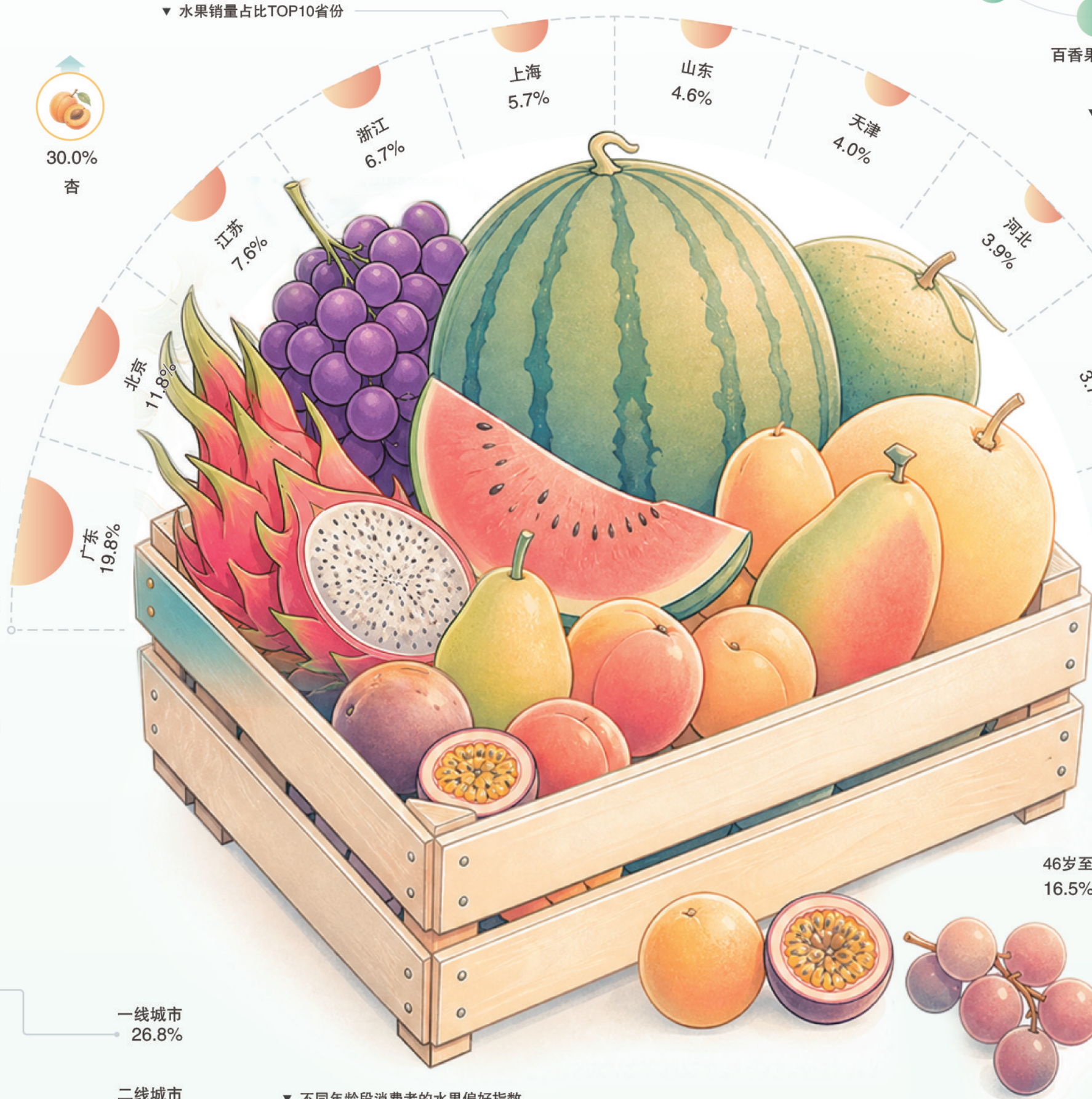
水果销量环比增速TOP5



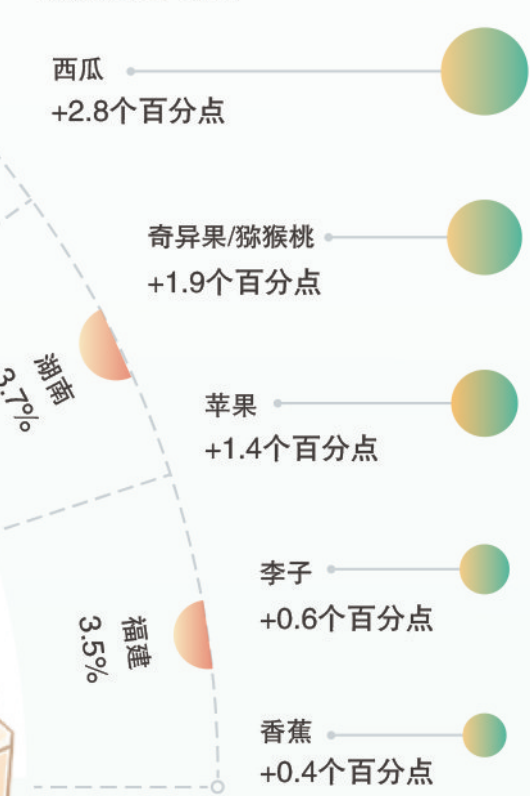
各级市场水果销量占比



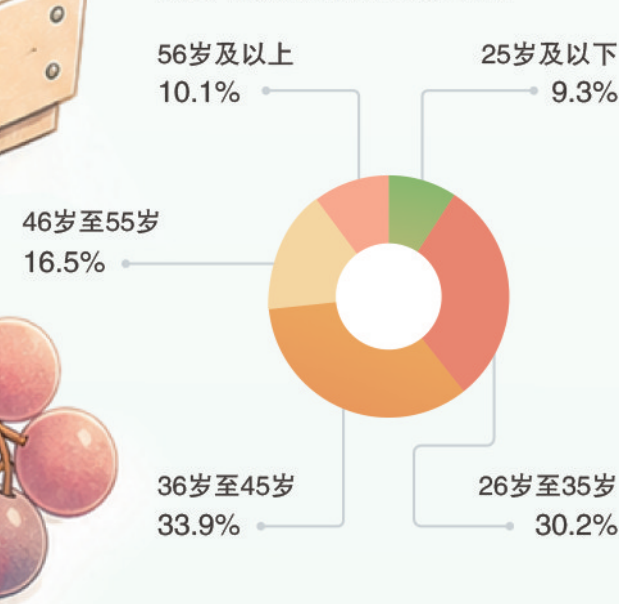
水果销量占比TOP10省份



销售额占比(占所有水果消费的比重)较去年同期提升TOP5水果



不同年龄段消费者的水果销量占比



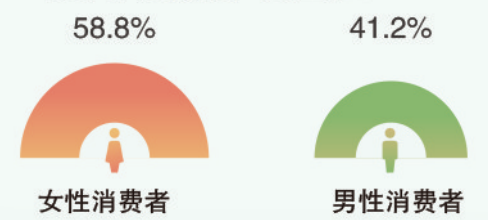
不同年龄段消费者的水果偏好指数



主要省份最受欢迎的水果(省内销量占比)



不同性别消费者的水果销量占比



不同性别消费者的水果偏好指数TOP3



数据周期: 2026年8月1日至8月31日