说数

秋冬果盘亦缤纷

辛自强

在这里读懂中国消费



说起秋冬季吃什么水果，恐怕不少北方消费者率先想到的还是“老三样”——苹果、橘子、梨。但从近期消费数据看，市场格局已经变化：水果消费的品种结构日趋多元，代际偏好显著分化，地域高度集中但地区偏好各异。

从成交额环比增速看，桔/橘、番荔枝/释迦、柿子、橙子等水果迎来季节性放量。从成交额同比增速看，毛丹/毛荔枝、枇杷、莲雾、番荔枝/释迦、芭乐等小众热带及亚热带水果消费逐步升温，成交额增长快于多数传统品类，秋冬水果消费品类扩展明显。

热带水果从地方特色走向全国市场，背后的驱动力在于消费观念的改变。随着生活水平提升，越来越多消费者愿意为“尝鲜”买单。此外，近年来我国农产品市场准入不断扩大，供应链效率持续提升，不少海外佳果随着进口政策的放宽进入国内消费者视野，再借由冷链与电商的高效通路销往全国各地，最终与日益成熟的国产种植形成互补，共同做大了小众水果的消费基本盘。

从消费者特征看，26岁至45岁人群秋冬水果成交额占比超六成，女性消费者略多于男性。从不同年龄段消费者的偏好看，25岁及以下人群偏好芭乐、毛丹/毛荔枝、莲雾、番荔枝/释迦等热带水果，56岁及以上人群青睐苹果、柿子、枇杷、枣、梨等传统秋冬果品，两代人的“果盘”选择几乎不重叠。

代际偏好的分化，本质上是消费需求的差异：年长群体的选择受长期形成的口味习惯和耐储性需求约束，年轻群体的选择则更倾向于体验不同口味。中年群体居于二者之间，其品类选择兼顾传统与尝鲜，构成了小众水果与经典果品之间的“过渡带”。

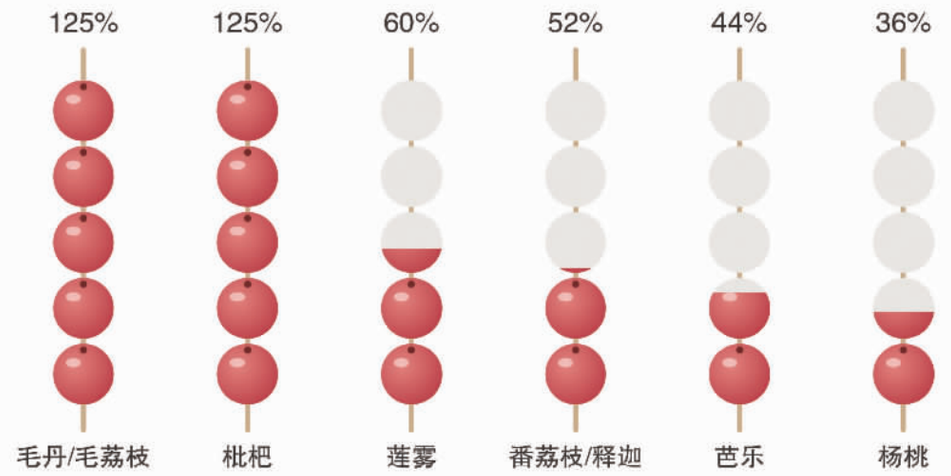
从地域特征看，水果消费高度集中于广东、北京、江苏、上海、浙江等人口集聚、经济发展水平高的地区。广东的水果消费细分品类中，苹果占27%、梨占12%，南方水果消费大省同样大量消费温带传统水果；北京的枇杷、桔/橘、橙子成交额环比增速居前，北方市场对南方及应季水果的吸纳能力较强。

这种产地与消费地的分离，并非完全是消费偏好所致，更与物流发展带来的运输成本下降、运输效率提升直接相关。现代物流的便利化使热带水果在北方随处可见，温带水果在南方也很容易买到。与此同时，冷链物流和电商“产地直发”模式向县域以下延伸，客观上加速了各类水果从产区向全国市场的渗透，打通了水果销售的“最后一公里”。

消费观念向品质化、尝鲜化迭代，代际之间的需求差异塑造了分化的品类偏好，物流基础设施的完善降低了地域壁垒。秋冬水果市场正在经历的不是简单的“小众替代经典”，而是一场由需求侧观念升级与供给侧物流效率提升共同驱动的“果盘”重组。对于供给侧而言，把握这一变化的方向与节奏，比争论某一品类的凉热更有意义。

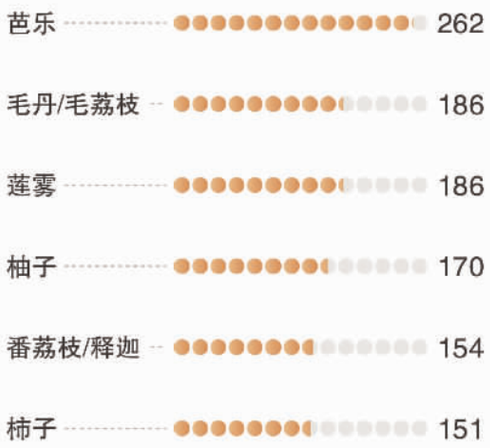
01 总体消费情况

▼水果细分品类成交额同比增速

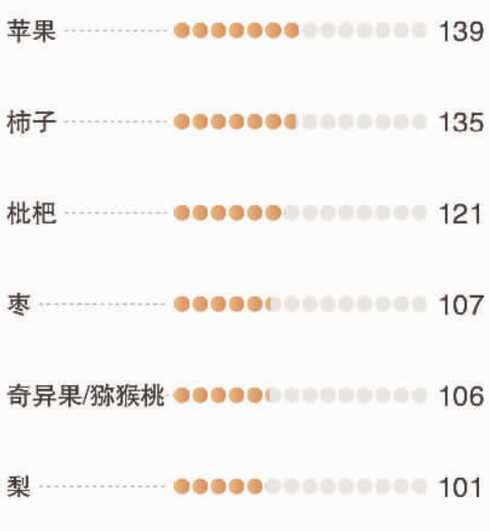


02 消费者画像

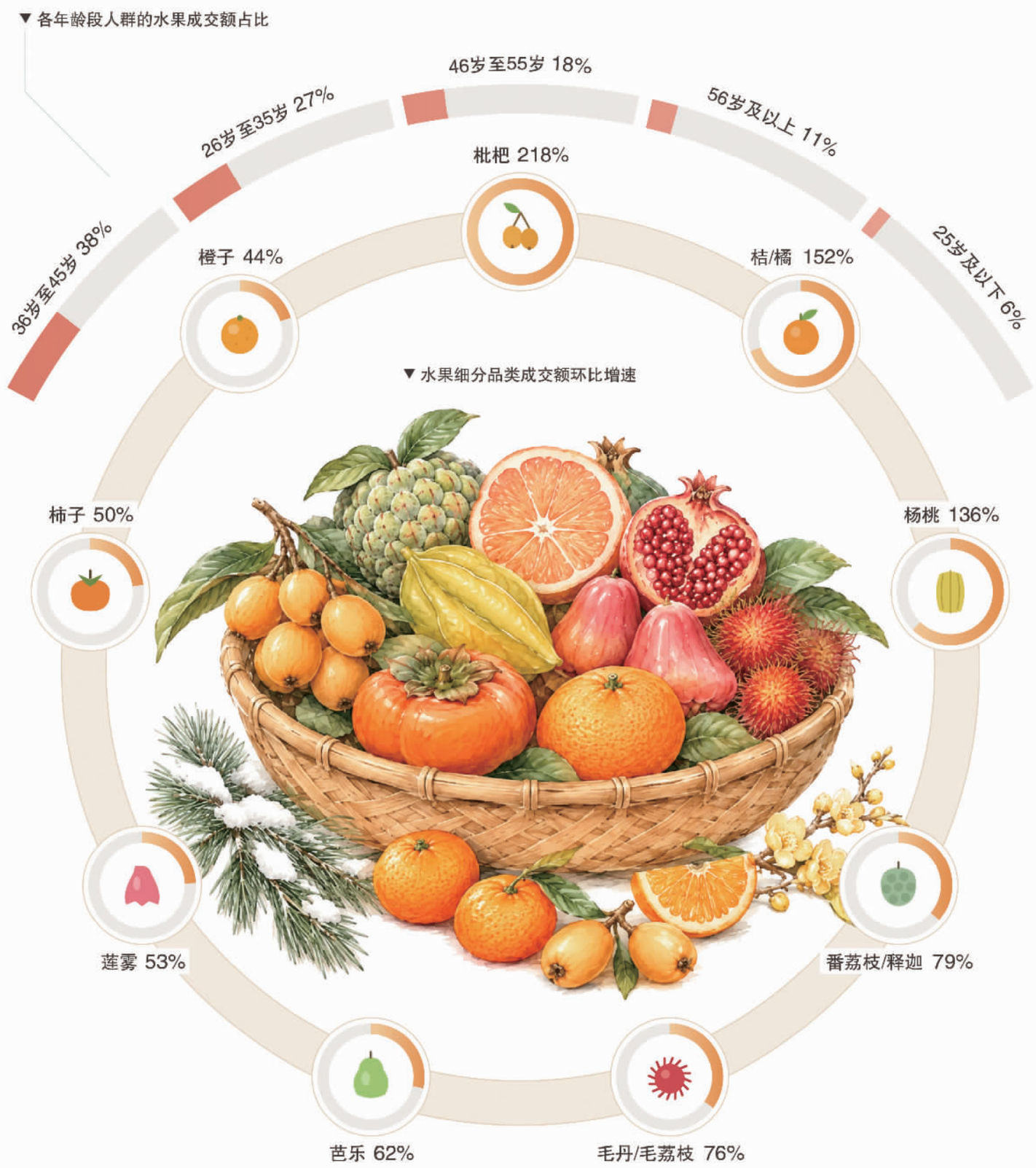
▼25岁及以下人群偏好购买的水果品类（偏好指数）



▼56岁及以上人群偏好购买的水果品类（偏好指数）

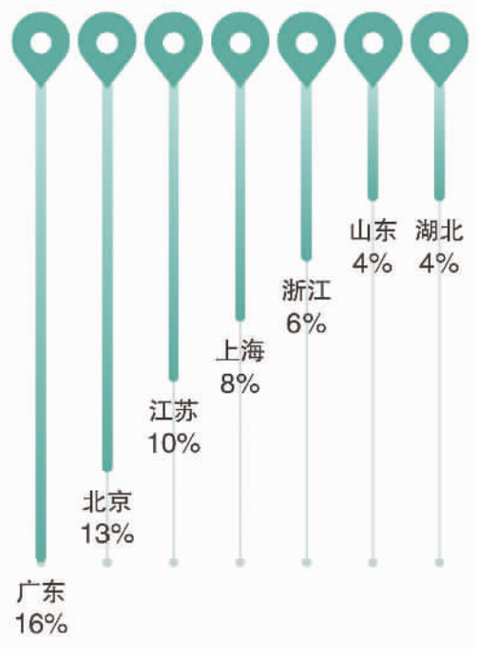


▼各年龄段人群的水果成交额占比

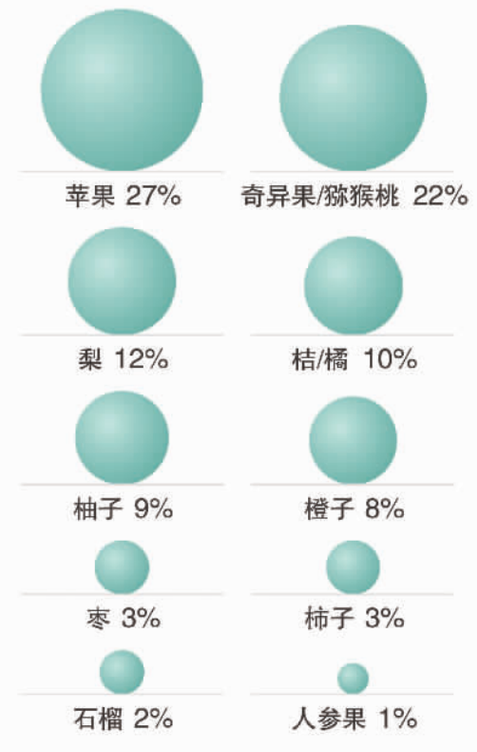


03 地域特征

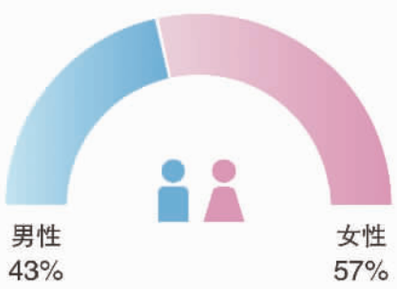
▼主要省份的水果成交额占比



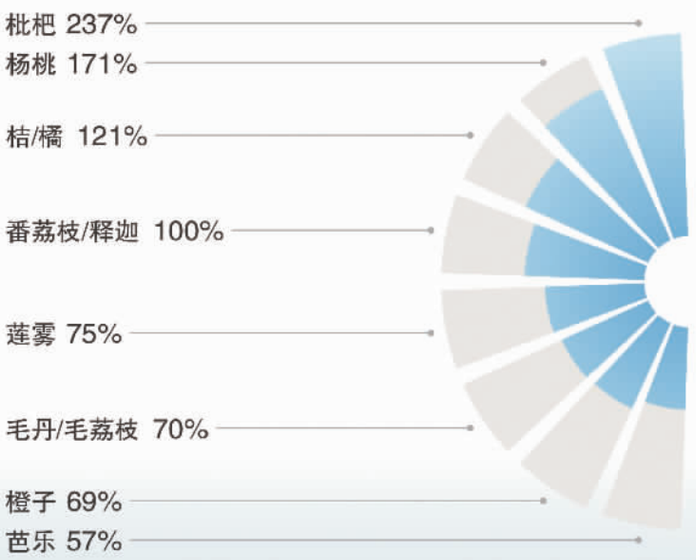
▼广东水果细分品类成交额占比



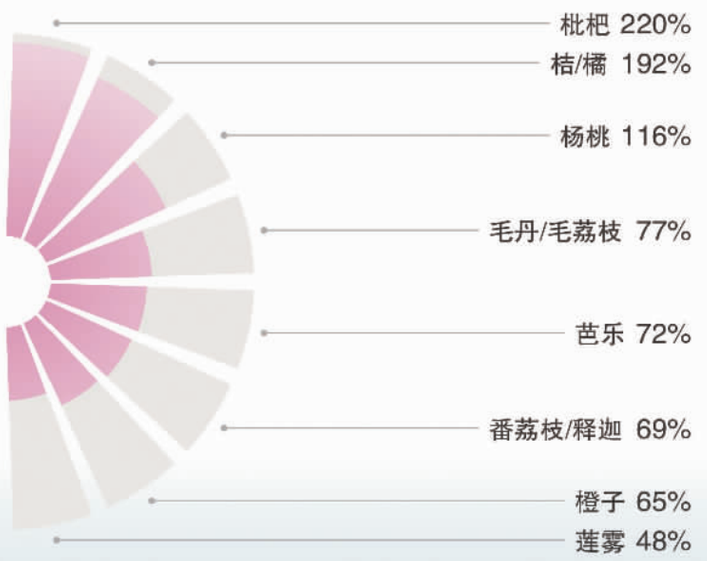
▼不同性别人群的水果成交额占比



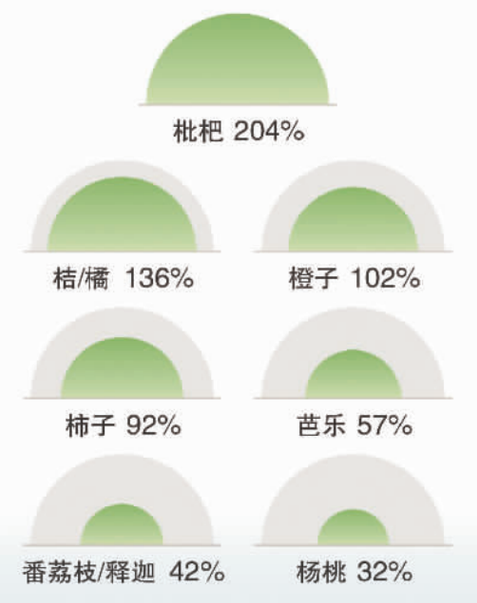
▼男性消费者的水果细分品类成交额环比增速



▼女性消费者的水果细分品类成交额环比增速



▼北京水果细分品类成交额环比增速



更多内容 扫码观看

数据周期：2026年10月

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚