



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

水果罐头：国产品牌引领产业升级，水果罐头行业发展空间有望拓宽 头豹词条报告系列



张婷锐 · 头豹分析师

2024-07-04 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/食品制造业/罐头食品制造](#) [消费品制造/食品饮料](#)

关键词：[水果罐头](#) [欢乐家](#) [林家铺子](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>水果罐头是以新鲜水果为主要原材料，经预处理、装...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>水果罐头以水果为主要原料，加入适量的糖浆或糖...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>中国水果罐头行业在新中国成立后的一段时间内得到...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>水果罐头行业目前已达到 5个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>水果罐头行业规模评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>水果罐头行业相关政策 7篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国水果罐头生产企业众多，行业集中度低，市场...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 作为中国传统的食品产业，水果罐头在出口创汇、服务三农等方面发挥着重要作用。中国水果罐头加工行业市场集中度低，行业竞争较为激烈。头部品牌经过多年的市场深耕与品牌沉淀，在产品、渠道、品牌等方面培育起竞争优势，林家铺子、欢乐家、真心罐头等品牌得到消费者的认可。密封和杀菌工艺的规模化运用使得水果罐头不需要添加防腐剂即可实现长期贮存，且能最大限度保持水果的营养成分，满足了消费者对于方便、便携食品的需求，预计水果罐头行业市场规模将平稳增长。

水果罐头行业定义^[1]

水果罐头是以新鲜水果为主要原材料，经预处理、装罐、密封、加热杀菌等工序加工而成的无菌罐装食品，其核心工艺技术为密封和杀菌。密封和杀菌工艺的规模化运用使得水果罐头可长期贮存，且能最大限度保留水果的营养成分，促进了农产品附加值的提升，亦整个食品产业链带来了多元化的增长机会。水果罐头作为一种能够显著延长水果保鲜时间的食品形态，成为新鲜水果市场的重要补充，有效解决了水果在长时间保存和远距离输送过程中的损耗问题，其较长的保质期和即食的便利性满足了消费者对于方便、快捷食品的需求。

[2]

[1] 1: 《食品安全国家标准-罐...

水果罐头行业分类^[3]

水果罐头以水果为主要原料，加入适量的糖浆或糖以及其他液体进行加工制作而成，种类繁多。根据原材料水果种类，水果罐头可分为黄桃罐头、橘子罐头、苹果罐头、菠萝罐头、什锦罐头等。根据是否含液体以及液体类型可分为糖水型水果罐头、果汁型水果罐头等、混合型水果罐头、清水型水果罐头等。^[4]

水果罐头分类（根据液体类型划分）

水果罐头分类

糖水型水果罐头

糖水型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，并加入不同浓度的糖水而制成的罐藏食品，包括糖水橘子、糖水菠萝、糖水荔枝、糖水椰果等罐头。

糖浆型水果罐头

糖浆型水果罐头又称液体蜜饯罐头，是将处理好的原料经糖浆熬煮至可溶性固形物达45%-55%后装罐，再加入高浓度糖浆等工序而制成的罐藏食品。

果汁型水果罐头

果汁型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为水和果汁的混合液而制成的罐藏食品。

混合型水果罐头

混合型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为果汁、白砂糖、果葡糖浆和甜味剂中不少于两种的水溶液制成的罐藏食品。

甜味剂型水果罐头

甜味剂型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入汤汁为甜味剂的水溶液而制成的罐藏食品。

清水型水果罐头

清水型水果罐头是将经分级去皮（或核）、修整及分选等处理好的水果原料装罐，加入清水而制成的罐藏食品。

干装型水果罐头

干装型水果罐头是水果经过预处理、切块（或去皮去核整果）、抽空、脱水或不脱水后直接装罐等工序而制成的罐藏食品。

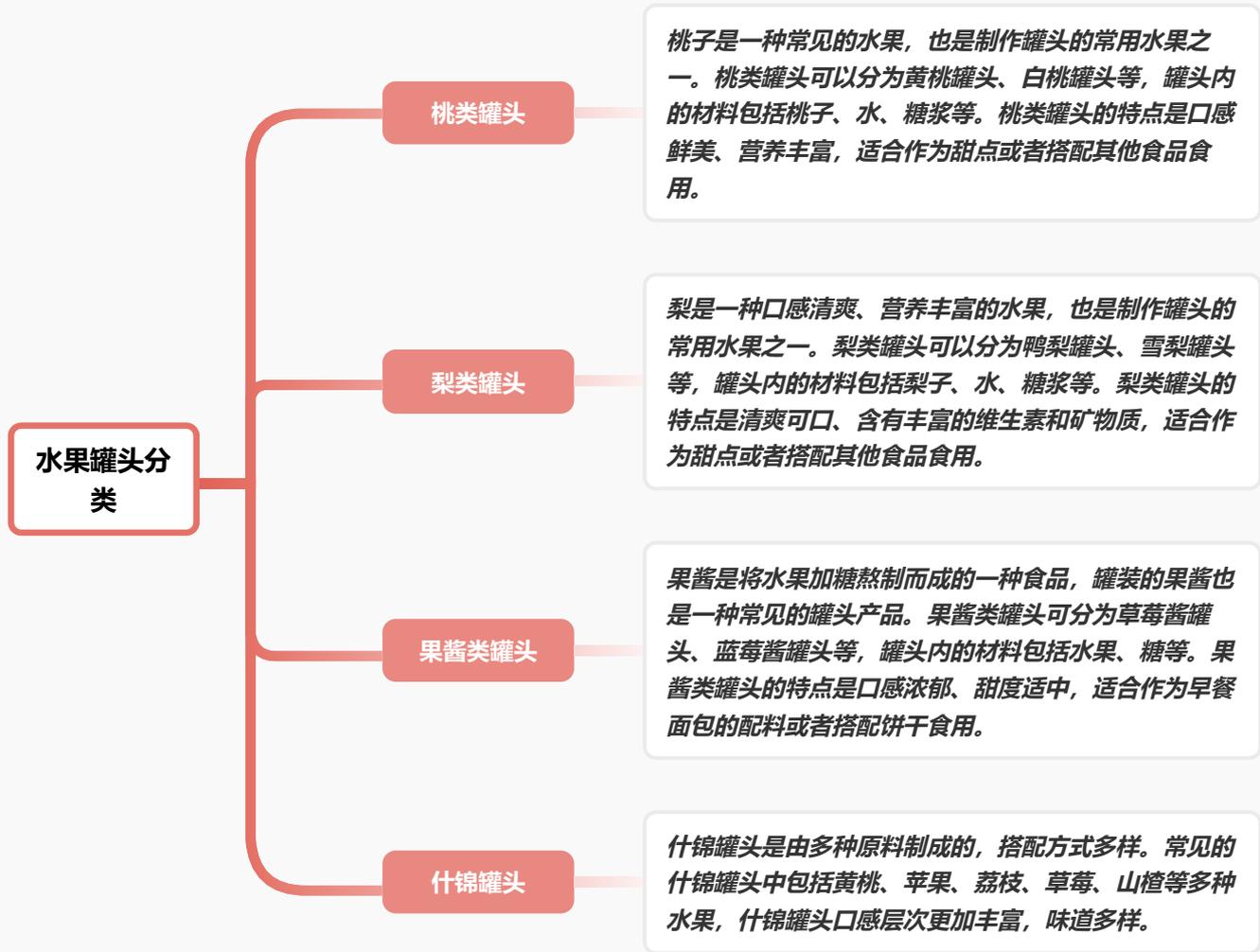
果汁类罐头

果汁类罐头是将符合要求的果实经破碎、榨汁、筛滤或浸取提汁等工序处理后制成的罐藏食品，包括浓缩果汁罐头、果汁饮料罐头等。

水果饮料罐头

水果饮料罐头以水和新鲜、冷藏、速冻或罐藏水果为主要原料，添加或不添加其他原辅料和（或）食品添加剂，通过加工处理、装罐、加汤汁、密封、杀菌、冷却等工序制成，其固形物含量小于同类型水果罐头

水果罐头分类（根据水果种类划分）



[3] 1: 《罐头食品分类》GB/T ...

[4] 1: <https://openstd.sa...> 2: 《罐头食品分类》GB/T ...

[5] 1: <https://openstd.sa...> 2: 《罐头食品分类》

[6] 1: <https://s.taobao.c...> 2: 淘宝

水果罐头行业特征^[7]

中国水果罐头行业在新中国成立后的一段时间内得到迅速发展，是中国食品工业中起步早、基础好、发展快的行业之一。中国是全球最大的水果生产国之一，水果原材料供应充足，发展至今，行业呈现出市场集中度低、以出口为导向及水果罐头生产和销售具有季节性等特征。^[8]

1 中国水果罐头市场集中度较低

据天眼查数据，截至2024年6月，中国水果罐头相关企业（即企业名称、经营范围和产品服务中均包含“水果罐头”字样，且登记状态为存续、在业、迁入、迁出的企业）数量超过3,000家，其中约37.7%的企业注册资本在100万元以内，显示出水果罐头行业的进入门槛相对较低，且行业内中小型加工企业较多，行业集中度较低，市场化程度高，水果罐头产品种类繁多但同质化较为严重。

2 中国水果罐头出口市场呈现出多元化和区域化的特点

中国是全球罐头生产及出口大国，据中国罐头工业协会，2023年中国水果罐头出口量及金额分别约为57.4万吨和7.9亿美元；2024年Q1，中国水果罐头出口量及金额分别约为14.8万吨和1.9亿美元。在出口品种方面，2023年，中国橘子罐头出口量达到23.5万吨，占据整体水果罐头出口量的41%，桃罐头和梨罐头的出口量分别为15.3万吨和4.8万吨，占整体水果罐头出口量的27%和8%。在地域分布方面，2023年，浙江省作为出口的主力军，其水果罐头出口量达18.4万吨，占中国总出口量的32%，出口金额达约2.6亿美元，出口量和金额与去年同期相比均下滑了16%。在出口目的地方面，中国水果罐头出口的141个国家及地区中，出口金额排名前3位的国家分别为美国、日本和加拿大。其中，中国水果罐头对美国市场的出口量为21.8万吨，占出口总量的38%，出口金额为3亿美元，出口量和金额均同比下降21%。

3 中国水果罐头食品的生产呈现出季节性特征

罐头食品作为日常餐饮消费品，其消费模式展现出较高的稳定性，受经济周期波动的影响相对较小，行业周期性特征并不显著。水果罐头的生产受到鲜果原材料自然生长周期的显著影响。鲜果的产季相对集中，这导致水果罐头食品的生产呈现出明显的季节性特征，如7月至8月通常为黄桃罐头的生产季节，10月至次年1月通常为桔子罐头的生产季节。

[7] 1: <https://www.tiany...> 2: 欢乐家招股说明书，天...

[8] 1: 欢乐家招股说明书

[9] 1: 中国罐头工业协会，企... 2: <http://www.topcanchi...>

水果罐头发展历程^[10]

19世纪末期至20世纪初，中国各地开始陆续建立罐头厂，罐头行业成为中国食品工业中起步早、基础好、发展快的行业之一。随着消费者健康意识增强，水果罐头制造企业在产品开发、工艺改进、新包装应用、食品安

全和品牌培养等方面不断创新，适应市场多样化的需求，行业发展空间有望拓宽。^[11]

萌芽期 · 1893~1949

罐头起源于战争中食品保藏的需要，率先在欧洲流行，于19世纪末传入中国。1893年，中国第一家罐头厂——广州广茂香罐头厂成立，首创豆豉鲑鱼罐头。1905年，美香罐头有限公司于汕头成立；1906年，中国第一家现代化大型罐头食品生产企业——上海泰丰罐头食品公司购地建厂，从南洋引进罐头制作技术，生产包括红烧牛肉、咖喱鸡肉、冬笋鸭肉、蜜饯糖果等罐头食品。此后，罐头食品公司陆续成立，但直到新中国成立，中国的罐头食品罐头企业数量较少，主要分布在沿海少数几个城市。此阶段中国罐头加工技术尚不成熟，生产成本高。

罐头从欧洲传入中国，中国罐头行业起步；中国罐头食品企业数量少、规模小、产量不高、基础薄弱、品种有限；在国外廉价质优产品的冲击下，国产罐头发展初期较为艰难，发展缓慢；罐头产品尚未走入百姓日常生活。

启动期 · 1950~2004

20世纪50年代，中国罐头产品首次向外国出口，从少量的水果罐头开始，品种和数量逐年增加；政府扶持发展罐藏原料基地，根据资源状况在全国各地建立国营罐头企业，支持企业进行技术改造，罐头食品工业呈现了日益繁荣的景象。桃罐头产业发展迅猛，1981年中国黄桃罐头的年产量达8,000吨。林家铺子、欢乐家等民营企业相继涌现，林家铺子于1996年在大连成立，并于2000年顺利通过欧盟BRC和IFS质量认证，成为东北地区首家通过该国际认证的企业。欢乐家于2001年成立，成立之初，依靠地区资源优势，生产经营水果罐头、海产品罐头等产品。

政府部门对发展罐头食品工业给予高度重视，采取了一系列措施来恢复和发展罐头工业；水果罐头加工技术日益成熟，主要罐头生产企业在工艺和设备方面有了较大改进，配套行业发展迅速；民营企业抓住机遇，逐渐发展壮大。

高速发展期 · 2005~2016

中国出台了扶持农副产品加工业发展的政策，使罐头行业逐步向好的方向转化，罐头产量和出口量快速增长。依托中国的农产品原料资源优势 and 劳动力优势，质优价廉的中国罐头产品在国际市场上具有明显竞争优势。为应对国外的贸易壁垒和技术壁垒，罐头加工企业在基地建设及全产业链经营模式上不断探索，生产线自动化水平逐步提升，同时为了获取优质原料资源，罐头加工企业加速布局优质产区。

水果罐头企业积极扩大生产规模，质优价廉的中国罐头产品在国际市场上具有明显的竞争优势；民营企业快速扩张，产品同质化现象日趋严重，产业无序竞争进一步加剧；水果罐头企业开始通过品牌竞争来争夺市场空间。

震荡期 · 2017~2022

随着健康意识的提高，生鲜食物供给链的不断完善，民众对于水果罐头的日常需求减少。由于产品同质化严重，缺乏技术创新，中国罐头产品在国际市场上竞争力不足。伴随着消费者健康意识增强，水果罐头制造企业推出减糖和高端系列产品，如林家铺子推出主打减糖控糖“吃糖自由”系列罐头，真心推出高端水果罐头“顶桃”系列产品。居家囤货需求下罐头产品销量增长，超长保质期使得罐头成为家庭必备储存物资，海外需求激增，水果罐头重新受到消费者关注，2022年1-10月，中国水果罐头出口总量达到44.8万吨，总金额约为6亿美元。

冷链物流促进生鲜消费，水果罐头市场需求疲软；罐头企业通过开发新产品线、扩充品类或积极转型，寻求第二增长曲线；在居家囤货下，罐头食品迎来转型契机，消费者对水果罐头的的需求增加，水果罐头行业有所回暖。

成熟期 · 2023~2024

在竞争激烈的市场环境中，企业通过布局多元化的产品体系、营销方式和销售渠道来提升自身竞争力。欢乐家坚持以水果罐头和椰子汁为双驱动的发展战略，在水果罐头产品研发上，侧重于便携、年轻化和休闲化的小包装罐头产品，旨在增加罐头产品的应用场景，并将针对年轻消费群体研发休闲化的产品。林家铺子在销售渠道建设上亦有着清晰的规划，计划在2024年继续深化渠道布局，并在全局化战略上迈出更加坚实的步伐，将用3年时间进行重点布局华北市场，随后逐步向华东、华中和西南市场渗透。

中国水果罐头行业目前已步入成熟阶段，各大企业通过采取针对性的市场布局和逐步扩张的策略，同时推出新产品、优化营销手段、拓宽销售渠道等多元化措施，确保产品精准触达目标消费者群体，并在竞争激烈的市场中保持领先地位。

[10] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://stock.10jqk...> 3: 罐头工业协会，期刊《...

[11] 1: 罐头工业协会，《发明与...》 2: <http://www.topcanchi...>

[12] 1: <https://k.sina.com...> 2: <http://www.cnfoo...> 3: <http://journal.crne...> 4: 中国罐头产业发展简史
5: <http://www.tanco.com...>

水果罐头行业产业链上游环节包括水果、玻璃瓶等包装物供应、生产设备供应以及糖、添加剂等配料供应，中游为水果罐头的制造加工，代表企业有欢乐家食品集团股份有限公司、山东玉泉食品有限公司、能是水果集团有限公司等，下游为流通渠道，包括经销商、零售终端和电商渠道。关于水果罐头产业链主要有以下三个研究观点：

1.水果罐头制造企业对原材料依赖程度很高，企业经营利润率受上游原材料价格波动的影响明显。水果、白糖等农副产品对市场的供需变化较为敏感，市场价格波动幅度较大，对罐头生产制造企业经营利润有较大的影响。头部水果罐头制造企业多通过自建水果生产基地保障水果原材料供应稳定。**为保持水果原料的新鲜度、节约运输成本，水果罐头生产企业通常将生产基地设在水果产地周边地区，形成了规模化的产业集群。****2.在竞争格局方面，中国水果罐头加工企业以中小企业为主，行业集中度较低。****3.中国居民缺乏食用罐头食品的消费习惯以及对罐头食品存在认知偏差，使得中国水果罐头产品出口占比较高。**2023年，中国罐头食品累计出口额达到44.4亿美元，同比增长4.35%；出口总量为249.4万吨，同比增长8.84%，其中水果罐头出口量约占整体出口量的23%。^[14]

上 产业链上游

生产制造端

原材料及包装材料供应

上游厂商

[河东区晨阳果蔬种植专业合作社 >](#)

[临沂市河东区越泽果蔬种植专业合作社 >](#)

[山东华达进出口有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

水果罐头产品的直接材料包括桔子、黄桃等水果原材料，白糖、维生素C等辅材以及马口铁、塑料杯、纸箱等包装材料。

1.水果罐头直接材料的成本占比较大，其中水果原材料（主材）成本在营业成本中的占比约为30-35%，糖等原材料（辅材）在营业成本中占比5%-10%，包装材料成本约占营业成本的30%。2021-2022年，丰岛食品直接材料占主营业务成本的比例分别为57.6%、61.6%；2022-2023年，欢乐家水果罐头的直接材料成本占比分别为77.1%、78.6%。

2.水果原材料上涨对公司经营利润有明显影响。由于水果对供需变化较为敏感，市场价格波动幅度较大，近年来水果罐头加工企业的生产成本有所上涨。2022年中国6种水果平均批发价格均价6.1元/千克，较上年上涨8.2%。生产过程中的物化投入和人工成本、流通成本上涨是推高水果价格的主要原因。2022年，丰岛食品桔子的平均采购价格为2,631.8元/吨，黄桃的平均采购价格为2,867.6元/吨；桔子罐头单位成本达到8,082.7元/吨，黄桃罐头单位成本达到8,848.5元/吨，分别同比上涨16.9%、3.4%。受原材料、包材、辅材及能源等成本的上涨，罐头加工企业对产品销售价格进行上调以缓解成本压力，如欢乐家在2022年先后对黄桃和橘子水果

罐头系列产品上调出厂价格，产品价格上调幅度为8%-12%。2023年12月，农业农村部监测的6种重点水果批发均价为7.1元/公斤，同比上升2.8%；2024年5月，农业农村部监测的6种重点水果批发均价达到7.3元/公斤。水果原材料价格的不断攀升将对罐头加工企业的经营利润构成显著压力。

3.中国水果罐头原材料来源以农村合作社为主。水果消费市场呈现出供给宽松的态势，水果罐头上游水果原材料供应充足。据国家统计局，2023年，中国水果产量达32,744.3万吨，同比2022年增长4.6%。在产地方面，中国水果种植业已形成优势产业带，如温带水果苹果、梨、杏、樱桃主要集中在安徽、江苏、山东、陕西、辽宁、河北、浙江等省市；亚热带水果如菠萝、荔枝、龙眼主要分布两广、福建、海南等省市。山东省平邑县有“中国水果罐头之都”之称，其水果种植基地达12万余亩，每年加工生产的水果罐头总量占全国总量的30%。罐头生产企业为保证水果原料的新鲜度、节约运输成本，通常将生产基地设在水果产地周边地区，以方便鲜果的运输与储存。

4.针对水果罐头的包装，行业内主要存在三种形式：软包装、马口铁罐以及玻璃罐容器。玻璃罐在中国水果罐头市场中占据主导地位，其市场份额超过50%。高阻隔软包装水果罐头采用充氮保鲜，而马口铁罐则采用真空包装技术；传统玻璃瓶罐头具有优良的密封性能，瓶体厚，耐高温，其广泛的接受度亦得益于良好的透明性和可回收重复使用性。在议价能力方面，由于包装制造的技术壁垒较低，中国从事包装材料生产的企业众多，以中小企业为主。包装供应市场产品同质化程度高，企业以价格为主要竞争手段，供应商对于罐头制造企业议价能力弱。

中 产业链中游

品牌端

水果罐头的生产与制造

中游厂商

[大连真心罐头食品有限公司 >](#)

[大连林家铺子食品股份有限公司 >](#)

[欢乐家食品集团股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

1.水果罐头食品的生产模式包括自主生产、委外生产、代工生产以及自主和委外相结合的生产模式。欢乐家以自主生产为主，委外生产为辅，2023年其罐头产品的实际产能为7.51万吨，2022-2023年其水果罐头产品的生产量分别约为5.9万吨、6.6万吨。丰岛食品的外销产品采用OEM业务模式与Walmart、Liberty Foods等国际品牌商进行合作。

2.各企业在水果罐头食品领域的盈利能力和市场表现存在显著差异。由于受OEM和直销为主模式的影响，丰岛食品的毛利率显著低于行业平均水平，欢乐家和林家铺子在水果罐头领域的成本控制和盈利能力方面具有明显优势。2022年，丰岛食品桔子罐头、黄桃罐头和什锦罐头的毛利率分别为16.9%、11.1%

和15.9%，桔子罐头和黄桃罐头的单价分别为9,723元/吨、9,955元/吨。2023年，丰岛食品果蔬罐头的毛利率为14.6%；欢乐家水果罐头食品的毛利率为30.5%；林家铺子水果类罐头的毛利率达到32.4%。

3.在生产工艺方面，随着生产技术的显著进步，水果罐头加工业经历着由机械化、自动化向智能化演进的深刻变革。技术革新优化了加工机械、包装和储存等关键生产环节，更为中国罐头产业的高质量发展注入了强劲动力。以欢乐家为例，2023年其直接人工成本在水果罐头主营业务成本中的占比为13.6%，较2022年下降1个百分点，其对橘子罐头自动剥皮技术、黄桃罐头自动劈桃挖核技术、黄桃果肉抽空技术等核心技术的成功应用与深化，提升了生产效率，显著降低了对人力资源的依赖，进一步增强了公司的成本竞争力。丰岛食品在水果罐头生产加工工艺上亦展现出了技术优势，其核心技术包括桔子自动分瓣技术、罐头封口机自动定量加汤技术等。2022年丰岛食品核心技术对应产品的销售收入为7.4亿元，占营业收入的比例达到99%，充分证明了其技术创新的市场价值。

产业链下游

渠道端及终端客户

消费渠道与消费者

渠道端

沃尔玛（中国）投资有限公司 >

永辉超市股份有限公司 >

北京家乐福商业有限公司 >

查看全部 >

产业链下游说明

1.水果罐头作为一种具有礼品属性的消费品，其终端消费场景多样化，包括礼品赠送、日常消费以及家庭消费等。水果罐头行业呈现出节前市场需求逐渐升温、节后迅速回落的节日效应。从消费者特征来看，水果罐头的消费群体没有明显的性别倾向。据巨量算数，2023年观看过“水果罐头”相关视频的人群集中在24-40岁的年龄段。其中，24-30岁的消费者占比达到24%，而31-40岁的消费者占比达到39.1%。

2.水果罐头的传统销售渠道由批发和零售构成，企业普遍采用经销模式进行销售。经销商通过其广泛的分销商网络和零售终端将产品传递给最终消费者。经销模式使得水果罐头企业能够借助经销商丰富的网点资源，建立起覆盖广泛的销售网络，进而提升产品的市场渗透率。以欢乐家为例，其经销模式在销售中的贡献显著，2023年经销模式销售收入占主营业务收入的比例达到95.6%；截至2023年12月，其有效终端网点数量已达到约70万个，并计划在2024年底前实现100万家网点的目标，以进一步提升销售网络的覆盖范围和效率。此外，丰岛食品的水果罐头产品主要面向境外市场。2021年-2022年，公司境外销售收入占比分别达到73.3%和68%。

- [13] 1: <https://trendinsigh...> | 2: <https://www.cccfn...> | 3: 欢乐家, 丰岛食品, 林...
- [14] 1: <http://health.peop...> | 2: <https://m.thepape...> | 3: 欢乐家招股说明书
- [15] 1: <http://nyncw.cq.go...> | 2: <http://journal.crne...> | 3: <http://paper.peopl...> | 4: <http://sl.china.com...> | 5: <https://new.qq.co...> | 6: 中国农业网, 人民网, ...

水果罐头行业规模^[16]

近年来, 中国水果罐头行业市场规模呈现波动态势。冷链物流的发展使得中国居民倾向于选择新鲜水果, 自2018年起水果罐头产量呈下滑态势, 水果罐头市场规模从2017年的100.8亿元下降至2021年的91.8亿元; 受益于居家囤货需求, 2022年中国和海外市场对水果罐头的需求上涨, 水果罐头市场规模逆势增长。

中国水果罐头行业在2017年后市场规模有所下降, 其背后的原因包括以下两方面: **1. 冷链物流的发展使得中国居民倾向于选择新鲜水果, 减少了对罐藏食品的食用。**冷链物流使得水果在贮藏、运输、销售等各个环节中始终处于规定的低温环境下, 有效保障了水果新鲜度, 减少了水果在流通中的损耗, 鲜果供应充足, 居民对于新鲜水果的消费量增加。据国家统计局数据, 中国鲜果人均消费量从2017年的45.6kg增长至2022年的55.5kg, GAGR为5%; 而罐头食品消费量较为平稳, 中国人均年消费罐头约为5.5kg, 水果罐头作为罐藏食品的细分品类, 人均水果罐头消费量较低, 仅为0.7kg。 **2. 水果罐头行业整体创新能力不强, 对消费群体缺乏吸引力。**水果罐头行业以中小企业为主, 多数企业生产规模小、技术装备落后, 产品同质化现象明显。 **然而, 受益于居家囤货需求, 水果罐头市场规模在2022年有所回升。**在商家和媒体的宣传下, 消费者逐渐消除对罐头食品含防腐剂的偏见, 保质期长、营养健康的罐头成为家庭必备储存物资。据巨量算数, 2022年“黄桃罐头”关键词搜索指数同比增长1,023.4%。2022年双十二期间, 黄桃罐头登上天猫全网趋势热点榜单第1位, 热度搜索值达到了738.5万, 水果罐头重回大众视野。

中国水果罐头行业将加快创新发展, 其驱动因素有以下几点: **1. 随着生活水平的提高, 居民对健康和营养食品的需求将增加。**水果罐头作为补充矿物质和维生素的来源, 具有便携性, 广泛适用于出行、露营、休闲零食等消费场景, 随着居民对水果罐头的认知度提升, 中国人均水果罐头消费量有望提升。 **2. 水果罐头厂商在产品开发、工艺改进、新包装应用、食品安全和品牌建设等方面不断创新, 适应市场多样化的需求, 行业发展空间有望拓宽。**欢乐家已推出便携的休闲型小包装罐头产品 (如200g/罐); 2023年3月, 林家铺子亦推出了添加刺梨原型的新型维C黄桃罐头产品, 200g的罐头中含有80mg维生素C。 **3. 中国是全球水果罐头生产大国与出口大国, 海外市场对中国水果罐头的需求提升为行业发展注入动力。**欧美国家有食用罐头食品的习惯, 对罐头食品的需求量较大。瑞典人均年消费罐头量为33.4kg, 英国、葡萄牙、法国、比利时和美国的人均年消费罐头量在21-24kg之间。据中国海关数据, 2023年美国、日本和加拿大是中国水果罐头出口量排名前三的国家, 出口量分别为21.8/9.8/2.4万吨。2019-2023年中国水果罐头出口金额分别为5.5/5.8/5.6/7.2/7.9亿美元, 出口金额整体呈增长态势, 海外市场的需求将驱动中国水果罐头出口稳步发展。^[17]

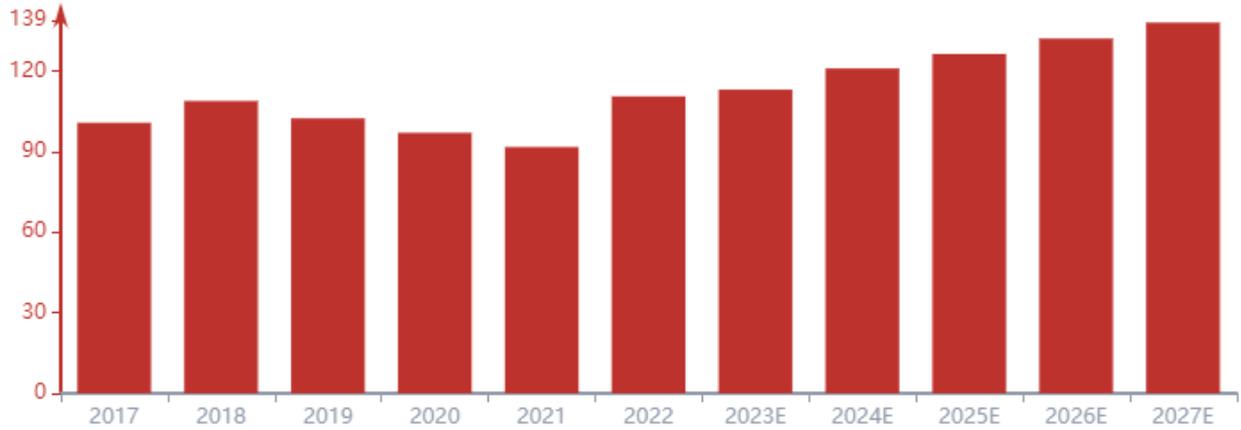
中国水果罐头市场规模

★★★★★ 4星评级

水果罐头行业规模

中国水果罐头市场规模

亿/人民币元



数据来源：海关总署，专家访谈

[16] 1: 巨量算数

[17] 1: <https://epaper.sou...> 2: <https://finance.sin...> 3: 中国罐头工业协会, 天...

水果罐头政策梳理^[18]

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国食品安全法》	全国人民代表大会常务委员会	2021-04	9
政策内容	《食品安全法》明确提出食品生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，保证食品安全，诚信自律，对社会和公众负责，接受社会监督，承担社会责任。			
政策解读	《食品安全法》详细说明了食品安全工作的标准、检测、评估及管理。食品生产经营者对其生产经营食品的安全负责，应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动。			
政策性质	规范类政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响

	《中国罐头行业品牌打造三年专项行动计划（2021—2023年）》	中国罐头工业协会	2021-09	6
政策内容	该《行动计划》提出要开展罐头行业科普教育工程，树立罐头行业品牌影响力；健全罐头行业专家资源库，成立中国罐头行业研究机构，提升罐头行业品牌影响力。			
政策解读	该《行动计划》以科普罐头知识，消除国内市场对罐头食品的偏见为工作主线，以市场化宣传为手段，致力于加强行业品牌建设，有助于增强罐头行业品牌的传播力，提升中国水果罐头消费量。			
政策性质	指导性政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《绿色食品产业“十四五”发展规划纲要》	中国绿色食品发展中心	2021-11	8
政策内容	该《纲要》从4个方面部署了绿色食品产业发展的主要任务，分别为提高绿色食品产业发展水平、确保绿色食品质量稳定可靠、提升绿色食品品牌价值、夯实绿色食品产业发展基础。			
政策解读	该《纲要》指出要立足各地资源禀赋、主导产业，建设一批高质量、高水平的标准化生产基地，不断满足消费者对绿色优质农产品的消费需求，原材料品质提升为水果罐头高质量发展奠定了基础。			
政策性质	鼓励性政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国种植业发展规划》	农业农村部	2021-12	7
政策内容	该《规划》提出要坚持“适地适栽”，调整品种结构和熟期结构，推广轻简化、机械化、智能化栽培技术和生产模式，发展水肥一体化、测土配方施肥、有机肥施用等绿色低碳技术，加快产地冷藏保鲜设施建设。到2025年水果种植面积稳定在1.5亿亩以上、产量2亿吨以上。			
政策解读	该《规划》引导优化水果品种比例，提高水果安全均衡供应水平，有利于促进水果罐头行业原材料的稳定供应，提升原材料品质，推动水果罐头加工业的稳定发展。			
政策性质	指导性政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
------	-----------	-------------	-------------	-----------

	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	卫健委	2022-08	6
政策内容	该《规划》明确表示要跟踪种植养殖、生产加工、储运、餐饮各环节食品安全标准需要，加快制修订食品中污染物限量、致病菌限量、食品添加剂使用、标签标识等通用标准，补充完善食品生产经营规范标准，更新增补理化、微生物和毒理检验方法标准，完善食品添加剂和食品相关产品等标准。			
政策解读	该《规划》强调要以人民健康为中心，以推动高质量发展为主题，强化底线思维，聚焦安全导向，突出重点，提升风险防范意识和能力，提升食品安全风险监测识别水平。对于水果罐头生产企业而言，需高度重视食品安全。			
政策性质	指导性政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国农产品质量安全法》	国务院	2023-01	4
政策内容	该《安全法》强调了农产品生产经营者应当对其生产经营的农产品质量安全负责。销售的农产品应当符合农产品质量安全标准。农产品质量安全检测应当充分利用现有的符合条件的检测机构。			
政策解读	该《安全法》通过提升农产品（水果罐头主要原材料）的质量安全标准，间接增强了水果罐头行业的原材料质量。这有助于减少因原材料问题导致的生产中断和成本增加。水果罐头行业将受到更加严格的监督，包括生产过程中的质量控制和成品检验。这将促使企业投入更多资源用于提升生产效率和产品质量，从而满足更严格的市场准入要求。			
政策性质	规范类政策			

[19]	政策	颁布主体	生效日期	影响
	《食品经营许可和备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2023-12	6
政策内容	该《办法》明确提出食品经营许可和备案应当遵循依法、公开、公平、公正、便民、高效的原则。县级以上地方市场监督管理部门应当对申请人提交的许可申请材料进行审查。备案人应当取得营业执照等合法主体资格，并具备与销售的食品品种、数量等相适应的经营条件。			
政策解读	该《办法》对水果罐头行业的影响主要体现在加强了对产品质量安全和食品经营的监管和管理，促进了行业的整体质量标准提升。《办法》对食品生产加工环境、设备、原料、工艺流程等方面提出了具体要求，			

	要求食品生产企业必须符合相关的生产加工标准。对于水果罐头生产企业而言，需要严格按照相关要求进行生产加工，确保产品符合卫生安全标准。
政策性质	规范类政策

- [18] 1: <http://www.moa.gov.cn> | 2: <https://www.gov.cn> | 3: <https://www.gov.cn> | 4: <https://www.gov.cn>
- 5: 全国人大, 中国罐头工...
- [19] 1: 全国人大、中国罐头工... 2: <http://www.gov.cn/zhe...> 3: <http://www.topcanchi...>

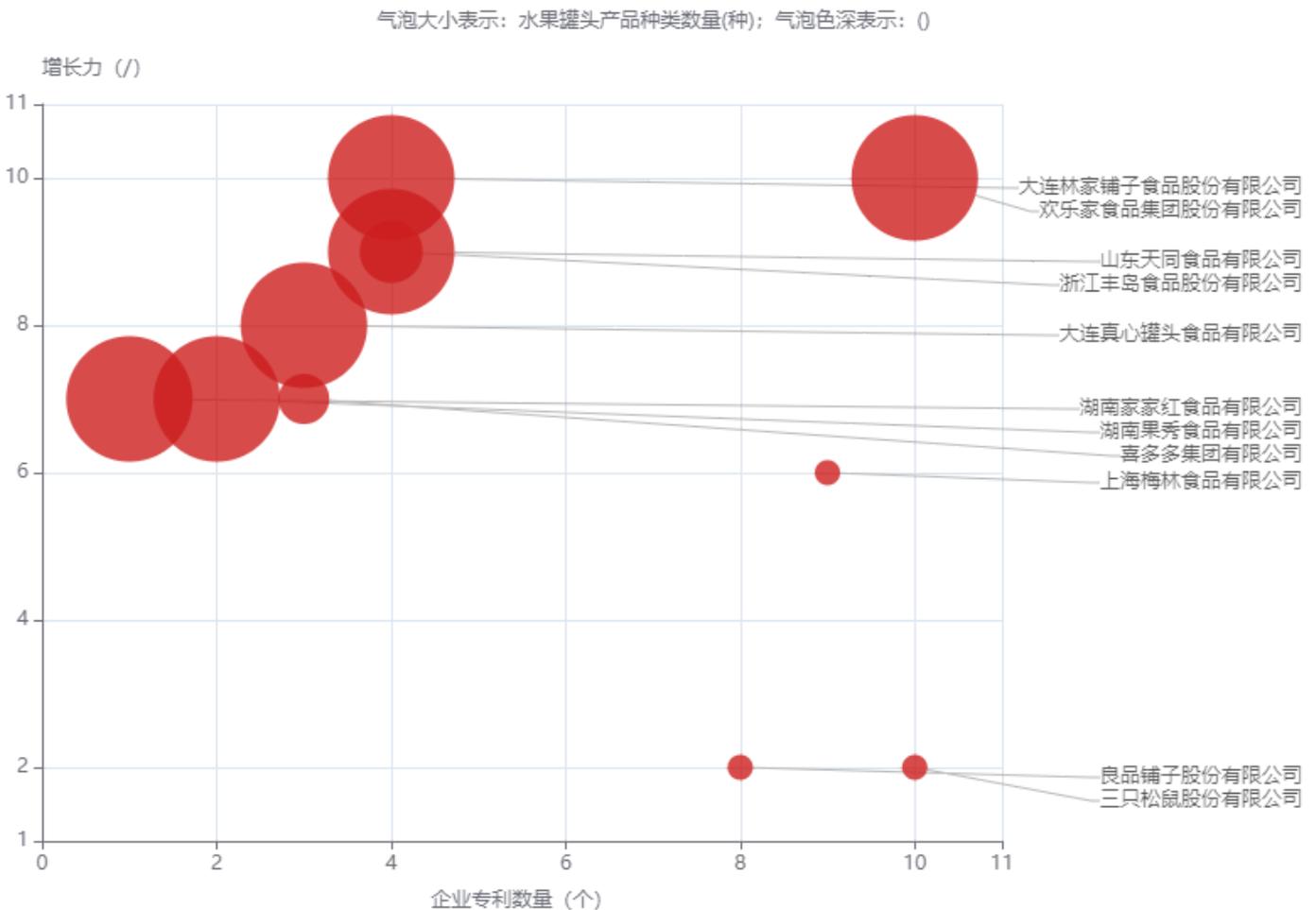
水果罐头竞争格局^[20]

中国水果罐头生产企业众多，行业集中度低，市场竞争较为激烈。现阶段水果罐头行业玩家包括两类，一是传统食品生产企业，以上海梅林、林家铺子等为代表，此类企业成立时间较早，专业从事罐头食品的生产 and 加工，旗下罐头产品品种丰富，经历多年的品牌积淀，产品知名度高；二是新兴休闲食品品牌，以百草味、良品铺子等为代表，此类品牌主营产品种类多样，覆盖、坚果炒货、果干果脯、饼干糕点等多个品类，水果罐头产品相对较少。欢乐家、林家铺子、真心等头部品牌通过多年的市场深耕，在产品、渠道、品牌等方面培育起竞争优势。

中国水果罐头行业竞争格局形成的原因包括：1.头部企业掌握了先进工艺，采用标准化、规模化的生产经营模式，引入大型自动化设备，规模生产优势明显。水果罐头制造业属于劳动密集型行业，自动化技术的引入可提升生产效率，有效应对劳动力成本上涨的冲击，降低企业生产成本。头部企业拥有一流的食物加工设备和领先的制造生产线，产能优势明显。林家铺子、欢乐家等水果罐头产能达到万吨级别。林家铺子拥有11条全自动称量、罐装生产线，其两大型全资自有工厂分别位于辽宁大连和江苏徐州，总占地面积达143,000平方米，共有研发、生产、质检及供应链相关人员2,000名。欢乐家掌握了橘子罐头自动剥皮技术、黄桃罐头自动劈桃挖核技术、黄桃果肉抽空技术等核心技术，2023年罐头产品设计产能达到16.8万吨，2023年水果罐头产量为66,402吨，销售量为67,519吨，产销规模行业领先。**2.经过长期的战略布局和精细管理，知名品牌已搭建起覆盖面广、渗透力强的销售网络，积累渠道和客户资源优势。**欢乐家、林家铺子和丰岛食品等头部罐头食品企业与沃尔玛、家乐福、大润发等大型商超建立了良好合作关系。2023年，欢乐家全国经销商数量净增加255家，总数达到2,157家。林家铺子线下入驻商超数量已超过5万家，2023年其在中国南部区域的经销商数量达到294家，在东北地区的经销商数量为251家。此外，林家铺子水果罐头在线上渠道的销售额占比超过50%。线上直播电商和线下社区零食店已成为食品企业布局的新通路，以及提升品牌曝光度和用户粘性的新路径。头部水果罐头企业依托资金优势布局线上渠道，为公司营收增长提供了有力的支撑。

中国水果罐头行业竞争格局的变化的原因包括：1.水果罐头行业目前主要由中小企业构成，这些企业在资金实力、生产技术成熟度、品牌市场认知度等方面普遍存在短板，其生产设备和加工工艺相对滞后，对于产品创新研发的投入不足，导致产品竞争力相对较弱。**而龙头食品工业企业凭借其在品牌价值方面的积累与持续投入，已建立起相对较高的品牌壁垒，并持续增强品牌影响力。随着劳动力成本上升，生产技术落后、机械化程度低的中小企业将加速出清，预计头部品牌市场份额将进一步提升。**2.水果罐头行业的竞争格局分布受到产品同质化程度较高的影响，品牌将通过差异化市场定位来扩大竞争优势。**味型创新、包装设计、净含量、营销策略及销售渠道拓展等方面的差异化趋势将愈加明显。**随着国民健康意识的提升，愈多消费者开始关注自身身体状况和饮食结构，倾向于选择低糖低GI、无糖无添加的食品。据巨量算数，2024年1月至5月，抖音平台低GI关键词搜索指数同比增长了76.3%，低糖关键词的搜索指数实现了196.72%的同比增长。浙江台州一罐食品有限公司亦已推出以纯果汁和代糖替代蔗糖的低糖、无糖水果罐头产品，其非蔗糖水果罐头占比已达到40%。此外，在2023年货节期间，通过与知名艺人宝石老舅签约，林家铺子打造了1场以“舅要罐着你”为主题的年货节营销活动；据林家铺子品牌官方数据显示，年货节期间该品牌曝光量达到6.1亿，全网品牌提及量提升了197%。2024年3月，林家铺子与大连英博足球俱乐部建立了官方合作伙伴关系。**面对竞争日益激烈的市场环境，以及平台流量红利逐渐缩减的挑战，这些外部因素增加了水果罐头品牌对未来增长的不确定性。但跨界联名利用有限成本打破了固有的圈层界限，进一步推动了品牌在不同消费群体中的深度渗透。**

[21]



[26]

上市公司速览

欢乐家食品集团股份有限公司 (300997)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.5亿元	6.61	38.70

天韵国际控股有限公司 (06836)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
12.8亿	3.6亿	8.1600	-

上海梅林正广和股份有限公司 (600073)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	56.7亿元	-1.24	10.04

大连林家铺子食品股份有限公司 (871930)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

浙江丰岛食品股份有限公司 (873707)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

山东凯欣绿色食品股份有限公司 (835850)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

[20] 1: <https://finance.sin...> | 2: <https://www.sohu...> | 3: <https://mp.weixin...> | 4: 新浪财经, 巨量算数, F...

[21] 1: 欢乐家招股说明书, 各...

[22] 1: 各公司官网, 淘宝店铺

[23] 1: <https://www.qcc.c...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://www.qcc.c...> | 4: <https://www.qcc.c...> | 5: <https://www.qcc.c...> | 6: <https://www.qcc.c...> | 7: <https://www.qcc.c...> | 8: <https://www.qcc.c...> | 9: <https://www.qcc.c...> | 10: <https://www.qcc...> | 11: 企查查

[24] 1: <https://www.sohu...> | 2: <http://www.zcfia.o...> | 3: <http://www.tianto...> | 4: <https://www.foodt...> | 5: <https://www.scjrb...> | 6: <http://stock.10jqk...> | 7: 各公司官网

[25] 1: 天猫

[26] 1: 天猫

水果罐头代表企业分析

1 浙江丰岛食品股份有限公司【873707】 [27]

• 公司信息

企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	股票类型	新三板
品牌名称	浙江丰岛食品股份有限公司		
经营范围	许可项目：食品添加剂生产；食品生产；食品销售(依法须经批准的项目，经相关部门批准... 查看更多		
公司简介	丰岛食品是一家以生产水果与蔬菜罐头为主，融种植、加工、科研、出口、电子商务于一体的大型食品企业，旗下设有丰岛鲜果捞、丰岛物语等多个品牌。		

· 竞争优势

渠道优势：丰岛食品已全面进入北京、上海、广州、杭州等一线城市，并与沃尔玛、物美、华润万家、大润发、家乐福、盒马生鲜、欧尚、世纪联华等品牌超市及全家、711、罗森、老婆大人、新丰小吃等国内连锁店达成合作；并在天猫、京东、有赞和抖音等销售平台开设了企业旗舰店，通过电商平台进行品牌宣传及扩展网络销售。

· 竞争优势2

产品品类丰富，产量高：丰岛食品不断开发新产品，已开发了桔子、黄桃、洋梨、混合水果等水果罐头，产品出口美国、日本、欧洲等二十多个国家和地区。公司拥有一流的罐头食品加工设备和空罐制造设备，年产罐头80,000吨以上。

2 大连林家铺子食品股份有限公司【871930】 [28]



· 公司信息

企业总部	大连市	企业类型	股份有限公司(中外合资、未上市)
成立时间	1996-09-03	股票类型	新三板
品牌名称	大连林家铺子食品股份有限公司		
经营范围	许可项目：食品生产，食品经营，食品互联网销售，食品进出口，货物进出口（依法须经批... 查看更多		
公司简介	林家铺子品牌创始于1996年，拥有水果罐头、鱼肉罐头等多种品类，其中最为出色的糖水黄桃罐头。年产量近20000吨，营收上亿。2006年，林家铺子被国家质量监督检验检疫总局授予“中国名牌”，后又被中国罐协评定为“中国罐头十强企业”		

· 财务数据分析

[28]

财务指标	2015	2016	2017	2018	2019
销售现金流/营业收入	1.38	1.13	1.18	1.18	0.95
资产负债率(%)	84.2421	80.4889	81.9675	80.6845	76.2152
营业总收入同比增长(%)	-	23.7975	5.6634	27.1006	83.0881

应收账款周转天数(天)	2.1586	8.0383	14.3609	-	56.444
摊薄总资产收益率(%)	1.7766	2.5537	0.6888	1.7934	9.4745
加权净资产收益率(%)	11.95	14.53	3.68	9.6	43.44
基本每股收益(元)	0.11	0.15	0.04	0.12	0.71
净利率(%)	2.736	3.0723	0.804	1.7662	5.8448
总资产周转率(次)	0.6493	0.8312	0.8567	1.0154	1.621
存货周转天数(天)	352.3539	259.4969	261.2861	229.4748	123.7283
营业总收入(元)	1.49亿	1.84亿	1.94亿	2.47亿	4.53亿
归属净利润(元)	406.73万	565.41万	156.34万	436.53万	2644.89万
经营现金流/营业收入	0.74	0.62	-0.043	0.6881	0.3345

竞争优势

产品品质优势: 林家铺子通过自建种植基地及生产工厂、引进现代化先进生产设备、优选原材料等措施提升产品品质,建立起产品优势。林家铺子自建种植基地及生产工厂,从水果基地到工厂车程不到一小时,保障了罐头原料的高品质及高新鲜度;其自动化灌装水平在国内外罐头行业居于领先地位,全自动灌装不但节省了人工成本,还保证了产品的质量和生产效率;此外,其具有较强的研发能力,拥有166项知识产权,其中有37项与罐头相关的国家专利,可实现罐头产品的0防腐剂真空封罐、6小时极速保鲜。

竞争优势2

渠道优势: 在水果罐头加工领域,产品具有较强的快消品属性,营销渠道建设至关重要。林家铺子利用强大的市场资源和品牌影响力,产品覆盖辽宁、吉林、黑龙江、河北、山东、上海、北京等国内二十几个省、市。公司与大型商超、便利店等建立有长期稳定的合作关系。此外,林家铺子于2017年开启对电商经济的探索并成功实现了企业的互联网转型,于2021年全线销售额突破十亿。

3 欢乐家食品集团股份有限公司【300997】 [29]



公司信息

企业状态	开业	注册资本	44750万人民币
------	----	------	-----------

企业总部	湛江市	行业	食品制造业
法人	李兴	统一社会信用代码	9144080073412036XR
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2001-12-12
品牌名称	欢乐家食品集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：食品生产【分支机构经营】；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准... 查看更多		

财务数据分析

[29]

财务指标	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024(Q1)
销售现金流/营业收入	0.97	1.14	1.06	-	1.1	1.18	1.12	-
资产负债率(%)	73.447	66.4497	56.144	44.3961	35.1286	32.7019	33.3829	-
营业总收入同比增长(%)	-	13.3949	5.1187	-12.444	18.0968	8.3793	20.4674	-
归属净利润同比增长(%)	-	93.0334	28.4572	-13.5944	2.8855	10.6455	36.8511	-
应收账款周转天数(天)	49.3637	37.2823	24.9896	-	38.1991	33.2836	23.2323	-
流动比率	0.6121	0.6307	0.7153	-	1.5721	1.7962	1.774	-
每股经营现金流(元)	-0.17	1.45	0.65	0.7031	0.4302	0.7632	0.7844	-
毛利率(%)	31.9748	32.0467	36.8206	-	36.05	33.58	38.7491	-
流动负债/总负债(%)	93.0013	93.4518	96.9849	-	96.3075	96.7701	97.6375	-
速动比率	0.3014	0.3148	0.3951	-	1.2808	1.444	1.4328	-
摊薄总资产收益率(%)	6.3683	11.9385	14.7812	12.9525	11.3485	10.4787	13.2018	-
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	34.8016	52.2725	-	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	84.8181	152.965	-	-	-	-
加权净资产收益率(%)	53.33	37.59	36.14	-	17.83	15.82	20.04	-
基本每股收益(元)	-	-	0.57	0.5	0.4456	0.452	0.6244	0.1857
净利率(%)	6.9799	11.8819	14.5199	14.3292	12.4836	12.7446	14.48	-

总资产周转率 (次)	-	1.0048	1.018	0.9039	0.9091	0.8222	0.9117	-
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	66.2254	154.3801	-	-	-	-
每股公积金(元)	0.262	0.271	-	-	0.7594	0.7594	0.6987	-
存货周转天数 (天)	123.0908	107.5375	98.8875	-	56.7358	69.3334	71.7832	-
营业总收入(元)	11.95亿	13.55亿	14.24亿	12.47亿	14.73亿	15.96亿	19.23亿	5.51亿
每股未分配利润 (元)	0.5403	1.0384	-	-	0.9344	1.163	1.5332	-
稀释每股收益 (元)	-	-	0.57	0.5	0.4456	0.452	0.6244	0.1857
归属净利润(元)	8339.18万	1.61亿	2.07亿	1.79亿	1.84亿	2.03亿	2.78亿	8208.63万
扣非每股收益 (元)	-	-	0.5602	-	-	-	-	-
经营现金流/营 业收入	-0.17	1.45	0.65	0.7031	0.4302	0.7632	0.7844	-

[27] 1: <https://www.gdhlj.com/> 2: 欢乐家招股说明书 欢乐...

[28] 1: <http://www.cnfood.net...> 2: 中国食品行业网

[29] 1: <http://www.fomdas.co...> 2: 公司官网

法律声明

权利归属: 头豹上关于页面内容的补充说明、描述, 以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等, 相关知识产权归头豹所有, 均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创: 头豹上发布的内容(包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等), 著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核, 有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证, 并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益, 可依法向头豹(联系邮箱: support@leadleo.com)发出书面说明, 并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后, 有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容, 并依法保留相关数据。

内容使用: 未经发布方及头豹事先书面许可, 任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容, 或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容(包

括但不限于数据、文字、图表、图像等)，可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

