

食品市场与洞察周报

第11期

报告期：2026年4月24日-4月30日

生成时间：2026年4月30日

数据来源：海关总署、商务部、FAO、行业协会等

第一部分：官方数据速递

数据来源：海关总署、商务部、FAO、惠农网等权威机构

1.1 进出口动态

1. 2026年一季度中国外贸进出口11.84万亿元 同比增长15%

来源：海关总署 | 发布日期：2026-04-14

背景分析

2026年一季度，中国外贸进出口规模创历史同期新高，达11.84万亿元，这一数据具有里程碑意义。与近五年同期相比，增速重回两位数增长轨道，反映出中国外贸的强大韧性。从季度走势来看，自2022年四季度以来，增速首次实现两位数增长，标志着外贸发展进入新的扩张期。这一增长的实现，是在外部形势更加复杂多变的背景下取得的，充分体现了中国经济的内生动力和外贸经营主体的活力。各地区各部门认真落实更加积极有为的宏观政策，企业主动识变应变稳订单、拓市场，形成了政策托底与企业自驱的合力。民营企业表现尤为亮眼，进出口6.78万亿元，增长16.2%，占进出口总值比重提升至57.3%，成为外贸增长的第一动力源。外资企业和国有企业也保持全面增长态势，增速分别达到16.1%和8%。市场多元化战略成效显著，对共建“一带一路”国家进出口6.06万亿元，增长14.2%，占进出口总值比重达51.2%，首次突破半数。对东盟、拉美进出口均增长15.4%，对非洲进出口增长23.7%，显示了新兴市场的强劲需求。出口新动能持续发力，机电产品出口4.34万亿元，增长18.3%，占出口总值比重提升至63.4%。其中，电动汽车、锂电池、风力发电机组出口分别增长77.5%、50.4%和45.2%，体现了中国在绿色产业领域的国际竞争力。

市场影响分析

一季度外贸数据的亮眼表现对进出口贸易和相关产业产生深远影响。从进口端看，内需扩大带动进口增长，大宗商品进口量增加9.4%，其中能源产品进口2.91亿吨，增加4.4%，金属矿砂进口4.05亿吨，增加13.2%。这表明国内工业生产持续加快，原材料需求旺盛，对国际大宗商品市场形成支撑。消费品进口增长5.4%，丰富了市场供给，衣着鞋帽、食品烟酒、化妆品分别增长8.7%、8%和4.9%，反映出国内消费市场的复苏和升级。从出口端看，民营企业活力的释放对传统制造业形成示范效应，中西部地区外贸进出口2.21万亿元，同比增长超过两成，对全国外贸整体增长的贡献率达到24%。跨境电商进出口6184.6亿元，其中出口4735.5亿元，进口1449.1亿元，新业态新模式为外贸注入新动能。对农业食品产业而言，优质农产品出口保持增长，鲑鱼肉出口增长10.1%，柑橘出口增长12.8%，显示特色农产品在国际市场的竞争力持续提升。价格竞争格局方面，随着国际物流成本下降和通关便利化水平提升，出口产品的价格竞争力有所增强。

业务建议

对于罐头外贸企业而言，一季度外贸开门红提供了良好的市场环境和发展机遇。首先，应抓住RCEP等区域贸易协定的政策红利，充分利用原产地证书自助打印等便利化措施，降低通关成本，提升价格竞争力。其次，应重视民营企业在外贸中的引领作用，学习其市场开拓、订单获取方面的经验，同时关注中西部地区的外贸增长潜力，考虑在产业布局或供应链优化方面进行战略合作。第三，对于特色罐头产品如竹笋、蘑菇等，应借鉴鲑鱼、柑橘等农产品出口增长的经验，强化品牌建设，提升产品附加值。第四，应关注跨境电商新业态，探索通过跨境电商渠道拓展海外市场，特别是针对消费品市场的开拓。第五，应密切关注进口增长带来的国内市场变化，对于可能影响国内原料价格的进口数据进行跟踪分析，提前做好供应链风

险管理。对于从事进口业务的企业，应关注一季度进口增长19.6%背后的市场机会，如消费品进口增长带来的分销合作机遇。

2. 2026年一季度福建省罐头出口6.9亿元 规模位居全国第一

来源：福州海关 | 发布日期：2026-04-28

背景分析

福建省作为中国罐头产业的重要基地，其出口数据具有显著的产业代表性。一季度福建省罐头出口6.9亿元，规模位居全国第一，这一成绩的取得是多重因素共同作用的结果。首先，福建省拥有悠久的罐头产业历史，产业基础深厚，供应链体系完善，形成了专业化分工和集群化发展的格局。其次，近年来福建省农产品精深加工水平不断提升，企业在生产工艺、品质控制、产品研发等方面的能力持续增强，为出口增长提供了内在动力。第三，海外市场需求的持续回暖为福建罐头出口创造了有利的市场环境，特别是东南亚、中东、非洲等地区对罐头食品的需求保持稳定增长。第四，福州海关实施的一系列便利化措施发挥了重要的政策支撑作用，包括强化源头管控、完善溯源管理制度、用好RCEP等原产地政策红利、设立绿色通道、实施预约查检、优先查验、云签发等举措，大幅提升了通关效率。从市场结构看，东盟是福建省罐头出口最大市场，一季度对其出口1.9亿元，增长9.1%，占出口总值的27.2%，这与RCEP生效带来的关税减让效应密切相关。对韩国和澳大利亚出口增长尤为突出，分别增长43.9%和31.8%，显示出市场多元化战略的成效。从企业主体看，民营企业表现强劲，出口6.2亿元，增长7.3%，占出口总值比重超九成，达90.6%，成为罐头出口的主力军。从产品结构看，蔬菜罐头是主要支撑力量，出口5.1亿元，增长1.1%，占74.8%，其中小白蘑菇罐头和竹笋罐头合计占比达50.4%，显示了福建在特色蔬菜罐头领域的竞争优势。

市场影响分析

福建省罐头出口的数据变化对罐头食品产业产生多维度影响。从竞争格局看，福建作为全国罐头出口第一大省，其产业动向具有风向标意义。一季度3%的增速虽然不高，但在全国罐头出口面临多重挑战的背景下，能够保持正增长已属不易，这反映出福建罐头产业的较强抗压能力。从区域竞争看，福建罐头出口的领先地位可能引发其他省份加大产业扶持力度，包括政策支持、平台搭建、品牌推广等方面的竞争可能加剧。从市场结构看，东盟市场占比27.2%且保持9.1%的增长，显示区域市场对福建罐头的重要性持续提升，这可能促使更多企业加大东盟市场开拓力度，同时也带来市场集中度风险的隐忧。从产品趋势看，蔬菜罐头占比74.8%且保持增长，表明传统优势产品的市场地位稳固，但结构单一的潜在风险也值得关注。从价格走势看，随着出口规模扩大和竞争加剧，价格竞争压力可能加大，这对企业成本控制和产品差异化能力提出更高要求。从产业链影响看，蔬菜罐头特别是蘑菇罐头和竹笋罐头的主导地位，将带动上游原料种植、收购等环节的发展，形成产业联动效应。

业务建议

对于罐头外贸企业，福建一季度的数据提供了宝贵的市场参考和发展启示。第一，应重视RCEP政策的深度应用，福建对东盟出口增长9.1%的背后是关税减让带来的价格优势，企业应进一步完善原产地证书申领流程，确保政策红利最大化。第二，应学习借鉴福建企业用好海关便利化措施的经验，包括预约查检、优先查验、云签发等通关便利，主动加强与海关的沟通对接，提升通关效率。第三，应关注市场多元化机会，福建对韩国、澳大利亚出口的快速增长表明新兴市场具有较大潜力，企业可在稳固传统市场的基础上，积极开拓新兴市场，分散市场风险。第四，应强化产品特色和品牌建设，福建蘑菇罐头和竹笋罐头的成功经验表明，特色产品具有较强的市场竞争力和议价能力，企业应结合自身优势，选择1-2个特色产品进行深耕，打造差异化竞争优势。第五，应重视民营企业的灵活机制和创新能力，在出口主体中国有、民营企业的

合作空间值得关注。第六，应建立供应链全程溯源体系，借鉴福建海关强化源头管控的做法，提升产品质量的可追溯性，满足国际市场对食品安全的更高要求。

3. 2026年一季度宁波番茄酱罐头出口2887吨 货值3015万元 同比增长113.96%和77.76%

来源：宁波海关 | 发布日期：2026-04-07

背景分析

宁波海关一季度番茄酱罐头出口数据的爆发式增长，是政策改革红利与市场需求回暖共同作用的结果。从数据本身看，出口重量2887.04吨，同比增长113.96%，货值3015.03万元，同比增长77.76%，增速惊人。这一成绩的取得，首先得益于全国出口罐头食品批次检验改革试点在宁波的落地实施。4月1日，一批重80吨的番茄酱罐头经余姚海关检验检疫合格后发往尼日利亚，标志着这一改革试点的正式启动。批次检验新模式将同原料、同浓度、同包装、同规格、同成分，在基本相同的时段和一致条件下制造的产品确定为一个批次查检单元，对首批货物实施现场查检合格后，后续批次仅审核单证即可放行，不再实施现场查检。这一改革大幅压缩了待检时间和频次，缩短了出口周期，使订单交付更加及时。从市场层面看，非洲作为番茄酱出口的主要地区，近年来需求持续增长，中国番茄酱凭借价格优势和稳定品质，在非洲市场的份额不断扩大。一季度对非出口企业销售额超2300万元，同比增长近一倍，显示出市场的强劲需求。从企业层面看，余姚市益佳食品科技有限公司等龙头企业积极拓展非洲市场，将产品出口到摩洛哥、尼日利亚、贝宁等多个国家，形成了较为稳定的客户群体和渠道网络。宁波地区现有出口罐头生产企业20余家，产业集聚效应明显，为出口增长提供了产能支撑。海关在改革试点落地过程中，多次到企业开展实地调研，指导完善质量管理体系，引导正确申报、规范操作，帮助企业充分享受改革红利。

市场影响分析

宁波番茄酱罐头出口的爆发式增长对番茄酱市场和罐头食品行业产生多重影响。首先，批次检验改革试点的成功落地，为全国出口罐头食品行业提供了可复制、可推广的监管新模式，有望在更大范围推广实施，从而整体提升行业通关效率，降低企业成本。其次，出口量增长113.96%远超货值增长77.76%，显示出单价有所下降，这可能与市场竞争加剧、原材料成本变化等因素有关，企业需要在规模扩张和利润保持之间寻求平衡。第三，非洲市场的持续增长验证了中国番茄酱产品在该地区的竞争力，但也需要注意市场集中度风险，过于依赖单一市场可能带来不确定性。第四，出口增长带动了上游番茄种植、加工等产业链的发展，对农民增收和地方经济形成正向拉动。第五，新模式下产品抽查频次降低，对企业质量管理能力提出了更高要求，需要企业强化自我管控，确保产品质量安全。第六，改革试点带来的通关效率提升，可能引发其他地区争相效仿，区域间的政策竞争和产业竞争将更加激烈。

业务建议

基于宁波番茄酱罐头出口的成功经验，对罐头外贸企业提出以下建议：第一，应密切关注批次检验改革试点的进展和推广情况，积极向当地海关申请参与试点，享受通关便利化红利。第二，应借鉴余姚海关一企一策的帮扶模式，主动对接海关，争取政策培训和业务指导，完善质量管理体系，提升合规水平。第三，应重视非洲市场的深度开拓，宁波经验表明非洲市场需求旺盛、增长潜力大，企业可通过参加国际食品展会、开展目标市场考察、建立本地化销售团队等方式拓展客户。第四，应关注供应链成本优化，改革试点虽然降低了通关成本，但需要在原料采购、生产效率、物流成本等方面持续挖潜，保持价格竞争力。第五，应强化产品质量控制，批次检验模式下企业自我管控责任加重，需要建立完善的质量追溯体系和内部控制机制，确保产品质量安全。第六，应考虑小批量、多批次的订单模式适配性，新模式支持企业凭电子底账分单灵活出口，企业可据此调整生产计划和库存策略，更好适应国际订单需求。第七，应关注番茄酱以

外的其他罐头品类拓展，借鉴宁波地区20余家出口罐头企业的经验，探索蔬菜罐头、水果罐头、水产罐头等多元产品布局。

4. 2026年一季度中国水果出口额15.2亿美元 同比增长15.6%

来源：商务部国际商报社 | 发布日期：2026-04-08

背景分析

中国水果贸易在2026年开年延续了强劲增长态势，一季度水果及制品出口额15.2亿美元，同比增长15.6%，占农产品出口总额8.9%，实现两位数增长。这一成绩的取得，是中国水果产业多年积累和国际市场环境变化共同作用的结果。从出口产品结构看，鲜水果出口9.5亿美元，同比增长15.9%，成为主要支撑力量。细分品类中，柑桔属水果出口表现最为突出，达4.5亿美元，同比增长29%，这与近年来中国柑桔品种改良、品质提升以及产量的稳定增长密切相关。苹果和梨出口也保持较高增速，分别增长18%和24.6%，出口额分别达到1.8亿美元和1.2亿美元。值得注意的是，干水果和冷冻水果出口增速更为惊人，分别高达52.3%和64.5%，显示出加工果品正在成为新的增长点，这反映出中国水果加工业技术水平的提升和国际市场对加工水果产品需求的增长。从市场布局看，中国水果出口坚持巩固传统市场、开拓新兴市场双线推进，深耕东南亚等周边市场，依托共建一带一路和中欧班列加快进入中亚、中东欧市场，形成了由近及远、多点开花的出口市场多元化格局。从进口端看，一季度水果进口额37.5亿美元，占农产品进口总额11.1%，榴莲、车厘子、牛油果等高品质水果深受市场青睐，榴莲进口表现尤为突出，成为拉动水果进口的第一大单品。从贸易平衡看，水果贸易仍保持较大逆差，这与国内消费升级带动的优质水果进口需求密切相关。制度型开放和贸易便利化的持续推进，包括市场准入扩大、检疫流程优化、关税优惠落实，以及中欧班列、中老铁路高效联动等，为水果进出口双向增长提供了政策支撑。

市场影响分析

中国水果贸易的增长态势对相关产业产生深远影响。首先，出口两位数增长表明中国水果产品在国际市场的竞争力持续提升，这对从事水果出口业务的企业形成利好，同时也带来更激烈的市场竞争。其次，干水果和冷冻水果出口增速高达52.3%和64.5%，意味着水果加工业正在快速发展，这为罐头食品企业提供了新的业务方向和产品开发灵感。第三，柑桔属水果出口增长29%显示传统优势产品仍有较大增长空间，企业可加大在柑桔罐头、柑桔饮料等领域的投入。第四，水果进口保持增长特别是榴莲进口大增，显示出国内高端水果消费市场持续扩容，这对于进口水果分销商是利好，也可能对国产水果形成竞争压力。第五，水果贸易的快速增长带动了冷链物流体系的完善，这不仅服务于水果贸易，也为其他生鲜食品的进出口提供了基础设施支撑。第六，跨境电商等新渠道的发展使得水果贸易更加便捷，小批量、多批次的订单模式成为可能，这对传统大宗贸易模式形成补充甚至替代。第七，出口市场多元化降低了单一市场依赖风险，但同时也要求企业在不同市场建立差异化竞争策略。

业务建议

针对水果贸易的增长趋势，对罐头外贸企业提出以下建议：第一，应关注水果加工品的出口机会，干水果和冷冻水果出口增速超过50%表明国际市场对加工水果产品需求旺盛，企业可考虑开发水果罐头、果干等产品，拓展产品线。第二，应重视柑桔、苹果、梨等中国传统优势水果的深加工产品开发，这些产品原料供应稳定、品质可控，适合制作罐头、果酱、果汁等加工品。第三，应抓住RCEP等区域贸易协定的机遇，充分利用关税减让政策，降低出口成本，提升在东南亚市场的价格竞争力。第四，应关注水果贸易带动的冷链物流基础设施完善，这对于需要冷链运输的罐头产品出口同样具有借鉴意义。第五，应学习水果出口企业在品牌建设、产品标准化、质量追溯等方面的经验，提升罐头产品的国际竞争力。第六，对于从事水果

进口业务的企业，可关注国内消费升级带来的高端水果需求增长，探索进口水果与本地加工结合的商业模式。第七，应关注跨境电商渠道的发展，水果贸易中积累的电商运营经验可以迁移到罐头等其他食品品类。

5. 2026年一季度海南口岸进口水果515批次 货值5751.8万元 同比增长10.2倍和4.8倍

来源：海口海关 | 发布日期：2026-04-25

背景分析

海南口岸一季度水果进口数据的爆发式增长，是海南自由贸易港政策效应持续释放的典型体现。进口批次515批次，同比增长10.2倍，货值5751.8万元，同比增长4.8倍，这一增速远超全国平均水平，标志着海南作为进口水果重要口岸的地位正在加速形成。从政策层面看，海南自由贸易港封关运作后，制度创新红利逐步显现，零关税、低税率、简税制等政策优势吸引了大量企业布局海南水果进口业务。从区位优势看，海南毗邻东南亚水果核心产区，是连接中国消费市场和东南亚生产基地的重要桥梁，海运和空运条件便利，能够有效保障水果的新鲜度和品质。从物流效率看，马来西亚鲜榴莲海运直达洋浦仅需2-3天，较传统陆运节省近一半时间，泰国新鲜龙眼最快4天即可从果园直达国内市场，这种高效的物流通道为进口水果的品质保障提供了坚实基础。从市场响应看，湖南龙源农业发展有限公司等企业已成功利用海南自贸港政策打通从泰国原产地到中国消费市场的稳定高效水果进口新通道，首批进口泰国龙眼顺利进入市场，为后续扩大进口规模奠定了基础。从品类拓展看，海南口岸已成功进口鲜山竹、泰国龙眼、鲜榴莲等东南亚特色鲜果，进口水果品类不断丰富，能够精准满足国内多元化、高品质的消费需求。从口岸服务看，海口海关持续完善鲜活农产品通关便利化措施，优化监管流程，支持热带水果等更多特色商品进口，为进口增长提供了制度保障。

市场影响分析

海南口岸水果进口的爆发式增长对水果贸易格局和食品进口业务产生多维度影响。首先，海南作为进口水果重要口岸的崛起，将分流传统华南地区的水果进口份额，对广州、南沙等传统口岸形成竞争压力，同时也丰富了进口水果的分销渠道。其次，进口量增长10.2倍意味着供应链上下游各环节都将迎来发展机遇，包括国际物流、报关代理、仓储服务、批发分销等环节的市场空间将显著扩大。第三，高效物流通道的形成不仅服务于水果进口，也为其他生鲜食品的进口提供了参考模式，对于从事帝王蟹、龙虾等水产品进口的企业同样具有借鉴意义。第四，自贸港政策优势吸引企业布局，可能带动相关产业在海南的集聚，形成新的产业集群效应。第五，东南亚特色水果的持续进口，将丰富国内水果市场供给，对国产水果特别是热带水果形成竞争压力，同时也为国内水果加工企业提供了更多原料选择。第六，新物流通道的形成可能改变进口水果的价格形成机制，物流成本降低将有助于平抑终端价格，让消费者受益。

业务建议

基于海南口岸水果进口的增长态势，对食品进口企业提出以下建议：第一，应深入研究海南自贸港政策优势，充分利用零关税、低税率等政策红利，在海南布局进口食品业务板块。第二，应关注海南与东南亚之间的物流通道优势，探索将业务范围从水果拓展到其他生鲜食品，如水产品、热带农产品加工品等。第三，应借鉴首批进口企业的成功经验，建立从原产地直采到国内分销的完整供应链，提升业务效率和盈利能力。第四，应重视与当地企业合作，湖南龙源农业发展有限公司的成功经验表明，与当地企业合作能够更快熟悉政策和市场，降低试错成本。第五，应关注海南口岸的通关便利化措施，主动对接海关，优化申报流程，提升通关效率。第六，对于罐头食品企业，可探索利用海南进口的热带水果作为生产原料，开发具有特色的水果罐头产品。第七，应建立风险预警机制，关注政策变化、市场波动、物流风险等因素对进口

业务的影响。

6. 2026年一季度中老铁路进口榴莲5.03万吨 同比增长94.2%

来源：中国铁路昆明局集团有限公司 | 发布日期：2026-04-27

背景分析

中老铁路在水果进口领域展现出强劲的增长动能，一季度累计运输进口榴莲5.03万吨，同比增长94.2%，这一增速远超市场预期，标志着中老铁路跨境水果运输进入快速增长期。从时间维度看，1月1日至4月26日的统计周期内，4月23日单日入境水果高达3661吨，创下历史新高，反映出东南亚榴莲主产区全面进入盛果期的季节性特征。从运输通道看，磨憨铁路口岸作为中老铁路国际联运的核心枢纽，持续深化与老挝磨丁口岸协同联动，通过加强沟通协调、优化通关流程等举措，畅通跨境双向物流通道，全力保障东盟生鲜货物快速过境、高效中转。从效率提升看，国铁昆明局自4月1日起全面推行全品类自动制单模式，对系统功能进行升级优化，单列制单时间从原来的40分钟大幅压缩至10分钟左右，作业效率提升80%以上，这一数字化升级是驱动进口量大幅增长的重要技术因素。从市场需求看，东南亚榴莲、香蕉等特色农产品对中国出口需求持续旺盛，中国作为全球最大的榴莲消费市场，需求刚性较强，为进口增长提供了市场基础。从政策环境看，铁路部门联合海关、相关企业等多单位组建鲜果运输专班，严格落实优先进场、优先查验、优先送检的三优先机制，开通生鲜查验绿色通道，实现了货物到站、通关、转运的无缝衔接，大幅缩短了水果在口岸的停留时间，有效保障了水果新鲜度。

市场影响分析

中老铁路水果进口的大幅增长对国际水果贸易格局产生深远影响。首先，94.2%的增速表明铁路运输正在成为东南亚水果进口的重要通道，与传统海运和空运形成三足鼎立的格局，企业在物流方式选择上有了更多选项。其次，数字化升级带来的效率提升具有示范意义，可能推动更多口岸加快数字化转型，从而整体提升跨境物流效率。第三，铁路运输相比空运成本较低、相比海运时效较快的特点，使其在榴莲等对时效有一定要求但又不极端追求时效的水果进口中具有独特优势。第四，中老铁路的成功运营可能产生溢出效应，推动更多东南亚水果通过铁路方式进口，丰富进口水果的物流通道选择。第五，进口量增长近一倍意味着市场份额的重新分配，传统经广州、南沙等海港进口的水果可能部分转向铁路运输。第六，对于终端消费者而言，物流效率提升和渠道多元化有助于降低终端价格，提升消费体验。第七，这一趋势对于其他品类如东南亚加工水果产品、水果罐头原料等的进口也具有参考价值。

业务建议

基于中老铁路水果进口的增长趋势，对食品贸易企业提出以下建议：第一，应重视中老铁路作为东南亚水果进口重要通道的战略价值，将其纳入物流规划的重要选项，特别是对于云南及西南地区的业务布局。第二，应关注口岸数字化升级带来的效率红利，在业务操作中尽可能利用自动制单等数字化工具，提升通关效率。第三，应抓住榴莲进口高速增长的机会，探索榴莲加工产品如果酱、罐头、冻干等品类的开发和出口。第四，应学习铁路部门三优先机制和生鲜查验绿色通道的做法，在与海关、铁路等部门的沟通协调中争取类似支持。第五，应关注中老铁路向更多品类拓展的可能性，如东南亚的加工水果、蔬菜罐头原料等产品都可能通过这一通道进口。第六，应建立多元化的物流渠道组合，根据不同产品特点和时效要求选择最优物流方案，避免单一渠道依赖风险。第七，应重视数字化能力建设，中老铁路的效率提升充分说明了数字化对物流效率的关键作用，企业应在订单管理、报关申报、货物追踪等环节加强数字化投入。

7. 2026年一季度俄罗斯对中国出口鱼类和海产品超10亿美元 同比增长51%

来源：俄罗斯农产品出口发展中心 | 发布日期：2026-04-27

背景分析

俄罗斯水产品在中国市场的表现尤为亮眼，一季度对中国出口鱼类和海产品超10亿美元，同比增长51%，进口量达33.3万多吨，量增22%但额增51%，显示出量价齐升的良好态势，俄罗斯稳居中国最大水产品供应国宝座。从品类结构看，活蟹、鲜蟹或冰鲜蟹进口额约3.43亿美元，增长41%，冷冻狭鳕进口额约3.15亿美元，增长46%，冷冻鳕鱼进口额超过1.31亿美元，增长61%，三大品类齐头并进，显示出俄罗斯水产品的多元化竞争力。从市场地位看，俄罗斯以超10亿美元的对华水产品出口额，领先于厄瓜多尔的9.38亿美元和越南的5.27亿美元，稳稳占据第一大供应国位置，这一地位的取得是多重因素共同作用的结果。从供给侧看，俄罗斯拥有丰富的渔业资源，鄂霍次克海、白令海等海域是世界重要的渔场，渔获品质优良、供应稳定，同时俄罗斯水产品加工技术不断提升，产品质量符合中国市场需求。从需求侧看，中国作为全球最大的水产品消费市场，对高品质水产品的需求持续增长，俄罗斯水产品以其地理位置优势、稳定供应能力和相对合理的价格，获得了中国进口商的青睐。从贸易便利化看，中俄两国在水产品贸易领域的合作不断深化，通关便利化措施持续优化，物流通道日益畅通。从地缘政治看，欧美对俄制裁背景下，俄罗斯更加重视东方市场，中国在其水产品出口布局中的战略地位进一步提升。从长期趋势看，中俄水产品贸易仍有较大增长空间，双方在渔业合作、水产品加工、物流通道建设等领域的合作有望持续深化。

市场影响分析

俄罗斯水产品进口的大幅增长对国内外水产品市场产生深远影响。首先，俄罗斯以51%的增速进一步巩固其第一大供应国地位，将重塑中国水产品进口格局，对传统供应国如厄瓜多尔、越南等形成竞争压力。其次，活蟹进口额3.43亿美元且增长41%，显示出中国高端鲜活水产品市场的旺盛需求，这对帝王蟹、雪蟹等高端产品的进口商是利好。第三，冷冻水产品增速更快，狭鳕增46%、鳕鱼增61%，表明国内加工企业对俄罗斯冷冻水产品原料的需求强劲，这将带动水产品加工业的发展。第四，量增22%但额增51%的数据表明俄罗斯水产品平均价格有所上涨，可能与产品结构优化、品质提升有关，对于国内进口商的成本控制提出挑战。第五，俄罗斯水产品的强劲出口可能加剧国际市场竞争，抬高国际水产品价格，对其他进口来源国形成价格压力。第六，帝王蟹等高端产品的进口增长将带动相关餐饮、零售市场的发展，丰富消费者的选择。第七，水产品进口的增长对于国内渔业可能形成替代效应，需要关注对国内渔业产业链的影响。

业务建议

基于俄罗斯水产品进口的增长趋势，对水产品 and 罐头食品企业提出以下建议：第一，应重视俄罗斯作为第一大水产品供应国的地位，在供应链布局中给予俄罗斯水产品更多权重，建立稳定的合作关系。第二，应抓住活蟹、鲜蟹等高端产品进口增长的机遇，探索蟹肉罐头、蟹黄罐头等高附加值产品的开发。第三，应关注冷冻水产品进口增长带来的加工业发展机会，考虑在俄罗斯水产品原料进口基础上拓展来料加工业务。第四，应学习俄罗斯水产品供应商的质量控制经验，提升自有产品的质量管理水平。第五，应关注中俄在水产品贸易便利化方面的政策进展，及时享受通关便利化红利。第六，应建立多元化的供应国组合，避免对单一供应国的过度依赖，同时又要发挥俄罗斯供应的主力作用。第七，对于从事水产品罐头生产的企业，可考虑从俄罗斯进口优质水产品原料，提升产品品质和竞争力。第八，应关注帝王蟹等高端产品的市场动态，把握消费升级带来的市场机遇。

8. 2026年4月榴莲进口迎旺季 单周末超6300吨鲜榴莲抵达广州南沙

来源：新华网 | 发布日期：2026-04-26

背景分析

2026年4月榴莲进口迎来旺季高峰，榴莲市场呈现出量增价跌的鲜明特征，这一现象背后是多重因素共同作用的结果。从供给端看，东南亚榴莲主产区全面进入盛果期，泰国、越南、马来西亚、菲律宾等多个产区的货源相继涌入市场，供应量大幅增加导致价格下行压力加大。具体到广州南沙口岸，4月25日至26日约24小时内，三艘榴莲快线船只共计356柜超6300吨鲜食榴莲抵达，这是榴莲旺季的超级周末行情。自4月15日至26日，南沙海关累计监管进口鲜食榴莲超9500吨，显示进口规模持续攀升。从价格走势看，4月全国榴莲批发均价跌至25.5元/斤，环比3月大跌超30%，同比去年同期降幅更是达到35%以上，价格创近年新低。广州江南果菜批发市场的数据显示，4月份榴莲价格同比去年降低约20%。价格大幅下跌的主要原因包括：主产区丰收导致供过于求，多个新产区货源涌入加剧竞争，进口物流效率提升降低流通成本。从市场创新看，南沙港创新零待时通关模式，1248吨泰国榴莲货轮靠港后仅2小时就能进入批发市场，运输损耗率从30%骤降至5%以内，成本压缩超50%，这些效率提升传导至价格端，推动终端价格下降。从消费趋势看，榴莲价格下降使得消费者购买意愿增强，市场需求相应扩大，形成了量增价跌的良性循环。榴莲嘉年华等创新营销活动的举办，进一步刺激了消费热情。

市场影响分析

榴莲市场的变化对水果贸易和相关产业产生多方面影响。首先，价格大幅下跌对消费者是明显利好，有望提升榴莲消费量和渗透率，但同时也压缩了进口商和分销商的利润空间，行业盈利压力加大。其次，物流效率革命带来的成本压缩是长期趋势，零待时通关模式的推广将重塑榴莲贸易的物流格局，对于不具备高效物流能力的企业形成挑战。第三，价格竞争加剧将加速行业洗牌，资金实力强、物流效率高、渠道网络广的企业将获得竞争优势，而小规模、效率低的参与者可能逐步退出市场。第四，榴莲作为高端水果的价格下跌，可能对其他高端水果品类形成比价效应，带动整体水果价格中枢下移。第五，新产区的进入加剧了市场竞争格局的演变，泰国、越南、马来西亚、菲律宾等主要产区的份额之争将更加激烈。第六，价格下跌对泰国等传统主产区的农民收入可能产生影响，进而可能影响下一产季的种植决策。第七，榴莲市场的变化对于水果罐头行业具有参考价值，特别是对于榴莲加工产品的开发可能因原料价格下降而获得成本优势。

业务建议

基于榴莲市场的变化趋势，对水果贸易和食品企业提出以下建议：第一，应抓住榴莲价格下跌的机遇，加大进口力度，通过规模效应弥补单件利润的下降，实现以量补价。第二，应重视物流效率的提升，借鉴南沙港零待时通关模式的经验，在仓库布局、申报流程、物流调度等方面持续优化，降低流通成本。第三，应关注新产区的市场机会，越南、马来西亚等新产区的进入可能带来价格竞争压力，但也提供了多元化采购的机会。第四，应建立完善的价格风险管理机制，通过期货套保、长期合同、渠道对冲等方式应对价格波动风险。第五，应探索榴莲加工产品的开发，榴莲价格下降为榴莲酱、榴莲干、榴莲罐头等加工产品的生产提供了原料成本优势。第六，应加强与产地供应商的深度合作，建立稳定的供应关系，确保在旺季期间能够获得充足的货源。第七，应关注榴莲消费升级趋势，金枕榴莲等高品质品种的市场需求保持旺盛，应优先保障优质货源的供应。第八，应建立市场监测和预警机制，及时掌握产区产量、价格、品质等信息，为采购决策提供数据支持。

9. 2026年一季度泰安出口食品货值3.42亿元 同比增长8.3% 平均单价涨幅27.9%

来源：泰安日报/泰安海关 | 发布日期：2026-04-18

背景分析

泰安市一季度食品出口呈现出量稳质升的积极态势，出口货值3.42亿元，同比增长8.3%，增速虽然不算特别亮眼，但平均单价从每吨不足1万元提升至1.21万元，涨幅达27.9%，这一结构性变化更值得关注。从发展轨迹看，泰安食品出口过去以初级加工品为主，如速冻蔬菜、脱水姜粉等，附加值低、利润薄，产业转型升级迫在眉睫。一季度数据的变化表明，这一转型正在取得实质性进展。从产品创新看，碳酸饮料首次实现出口，山东大窑饮品有限公司泰安工厂首批14吨碳酸饮料顺利出口蒙古，这是泰安市碳酸饮料出口零的突破，标志着该市食品产业出口产品结构迈向高端化。泰安海关针对这一新业务，组建食品出口帮扶专班，从标签审核到添加剂标准，一项项帮企业过关，提供了全流程帮扶。从市场拓展看，预制菜、功能性饮料等深加工产品开始崭露头角，显示出企业产品研发能力和市场开拓能力的提升。从帮扶机制看，泰安海关针对不同食品类别实施一品一策，对预制菜企业重点辅导出口国微生物标准，对饮料企业重点把关添加剂使用和标签规范，对调味品企业重点检测重金属和农药残留，这种精准化帮扶有效解决了企业的痛点问题。御健宝健康产业等初创企业也在政策支持下获得了出口备案资质并实现产品出口，外贸新主体不断涌现。

市场影响分析

泰安食品出口的结构性变化对食品出口行业产生多方面启示。首先，平均单价上涨27.9%表明出口产品的附加值在提升，这对于行业整体盈利能力改善是积极信号，也表明从卖原料向卖产品的转型方向正确。其次，深加工产品出口增长显示出产品升级的成效，对于罐头食品行业而言，这意味着市场对高品质、高附加值产品的需求在增长。第三，首次出口新产品如碳酸饮料成功进入海外市场，显示出市场拓展的可行性，为其他企业提供了参考。第四，海关精准帮扶的模式如果得到推广，将有助于更多地区的食品企业实现出口突破。第五，出口产品结构的优化可能在行业内产生示范效应，带动更多企业加大产品研发投入。第六，量稳价升的态势表明市场正在从价格竞争向质量竞争转型，这对于注重品质的企业是利好。第七，出口目的地市场的拓展将为企业带来新的增长空间，但同时也面临不同市场的合规要求挑战。

业务建议

基于泰安食品出口的经验，对罐头外贸企业提出以下建议：第一，应重视出口产品结构的优化，从初级加工品向深加工产品转型，提升产品附加值和利润空间。第二，应学习泰安海关一品一策的精准帮扶模式，主动与海关沟通，了解目标市场的合规要求，做好针对性准备。第三，应加大产品研发投入，特别是在功能性罐头、预制罐头等高附加值产品领域加大布局。第四，应关注新产品出口的机会，像泰安首次出口碳酸饮料一样，勇于尝试新产品、新市场。第五，应建立完善的标签标识和合规管理体系，确保产品符合不同出口目的国的法规要求。第六，应重视出口食品的品牌建设，学习泰安企业打造区域公用品牌的做法，提升产品的市场认知度和溢价能力。第七，应关注功能性食品、营养健康产品等消费升级方向，在产品开发中融入这些元素。第八，应建立与国际接轨的质量管理体系，提升产品的国际竞争力。

10. 2026年一季度中国水产品进出口7223.6百万美元 同比增长16.3%

来源：对外经济贸易大学数字经济实验室 | 发布日期：2026-04-21

背景分析

2026年一季度中国水产品贸易保持稳健增长态势，累计进出口总额7223.6百万美元，同比增长16.3%，其中出口3193.9百万美元，增长7.9%，进口4029.7百万美元，增长24.0%。从贸易平衡看，累计净出口-835.9百万美元，显示中国在水产品贸易中保持结构性逆差，这是由国内消费升级带动的优质水产品进口需求决定的，同时也反映出中国作为水产品生产大国的出口能力。从增速对比看，进口增长24%远超出口增长7.9%，显示内需动力强劲，成为拉动水产品贸易增长的主要引擎。从贸易量看，一季度累计进出口总量1588.9

千吨，同比增长20.7%，其中出口740.0千吨，增长12.4%，进口848.8千吨，增长28.9%。进口增速明显快于出口，表明国内市场需求旺盛，对国际水产品的吸纳能力持续增强。从长期趋势看，中国水产品贸易呈现出进口增速持续快于出口增速的格局，这既是国内消费升级的体现，也与国内渔业资源约束、养殖成本上升等因素有关。从国际比较看，中国作为全球重要的水产品生产国和消费国，其贸易动态对国际水产品市场具有重要影响，一季度的增长数据进一步巩固了中国作为全球最大水产品进口国之一的地位。从市场结构看，出口以养殖水产品为主，进口以捕捞水产品和高端养殖品种为主，这种互补性格局有利于发挥各自优势。

市场影响分析

水产品贸易的增长态势对相关产业产生多方面影响。首先，进口增长24%远超出口，显示国内水产品市场容量持续扩大，对于进口分销商是利好，同时也加剧了与国内渔业的市场竞争。其次，净出口为负且缺口扩大，可能对国内水产品养殖业形成压力，养殖企业需要通过提升产品品质、开发高附加值产品等方式应对竞争。第三，出口增长7.9%虽然低于进口增速，但仍然保持正增长，表明中国水产品的国际竞争力仍然较强，特别是养殖水产品在国际市场上具有成本和品质优势。第四，贸易量增长20.7%显示市场活跃度提升，相关服务产业如物流、加工、贸易等将获得发展机遇。第五，进口增速快于出口可能引发对贸易失衡的关注，政策层面可能出台支持水产品出口的措施。第六，水产品贸易的增长对于罐头食品行业具有原材料供应方面的意义，进口水产品可作为罐头生产的原料来源。第七，市场竞争加剧将推动行业整合，具备规模优势、品质优势和渠道优势的企业将获得更大的市场份额。

业务建议

基于水产品贸易的增长趋势，对水产品和罐头食品企业提出以下建议：第一，应抓住进口增长的市场机遇，加大优质水产品进口力度，丰富产品结构，满足国内消费升级需求。第二，应重视出口市场的维护和拓展，虽然出口增速低于进口，但国际市场仍然是中国水产品的重要销路，应保持出口业务的稳定发展。第三，应关注水产品进口来源的多元化，降低对单一市场的依赖风险，同时发掘新兴市场的出口机会。第四，对于从事水产品罐头生产的企业，应建立稳定的原料供应渠道，可考虑通过进口优质水产品原料来提升产品品质。第五，应加大产品研发投入，开发高附加值的水产品罐头产品，提升盈利能力，避免低端产品过度竞争。第六，应关注国内外水产品质量标准差异，确保出口产品符合目的地市场的要求，进口产品符合国内的食品安全标准。第七，应建立供应链全程追溯体系，提升产品质量安全可控性，增强市场竞争力。第八，应关注国际贸易政策变化，特别是与水产品相关的关税、配额、检验检疫等政策，及时调整经营策略。

1.2 大宗原料价格

1. FAO食品价格指数2026年3月平均128.5点 环比上涨2.4%

来源：联合国粮农组织 | 发布日期：2026-04-03

背景分析

FAO食品价格指数在2026年3月录得128.5点，环比上涨2.4%，连续第二个月上涨，且所有商品类别的价格指数均不同程度上扬，这一全面上涨的态势值得高度关注。从宏观背景看，本轮价格上涨既反映了基本市场供需状况的变化，也体现了近东地区冲突升级引发的能源价格上涨所带来的连锁反应。能源价格上涨直接推高了农业生产和运输成本，并通过成本传导机制影响食品价格。与历史水平相比，本月指数较上年同期高出1.0%，但仍比2022年3月创下的历史高点低19.8%，表明当前价格水平仍处于历史高位区间。从分类指数看，植物油价格指数表现最为强劲，3月平均183.1点，环比上涨5.1%，同比更是大幅高出13.2%，这与国际棕榈油价格升至2022年中以来最高水平密切相关，原油价格飙升带来的生物燃料需求预期是主要驱动因素。食糖价格指数上涨7.2%至92.4点，为2025年11月以来最高水平，主要受国际原油价格上涨推动，市场预期全球最大食糖出口国巴西在即将到来的收获中将把更大比例的甘蔗用于生产乙醇。谷物价格指数上涨1.5%至110.4点，除大米外所有主要谷物报价均走高，小麦价格上涨4.3%受美国干旱和澳大利亚种植面积下调影响。肉类价格指数上涨1.0%至127.7点，主要受猪肉价格涨幅带动，欧盟季节性需求转强是主要推动因素。乳制品价格指数结束了自2025年7月以来的下跌趋势，环比上涨1.2%，主要受脱脂奶粉、黄油和全脂奶粉报价上涨推动。

市场影响分析

FAO食品价格指数的全面上涨对全球食品市场产生多维度影响。首先，植物油价格大幅上涨将直接推高食品生产成本，对于食用油加工企业、快餐连锁、烘焙企业等是明显的成本压力，同时也将传导至终端消费价格。其次，食糖价格上涨将对糖果、饮料、烘焙等糖消费大户产生成本影响，也可能引发替代效应，推动消费者转向代糖产品。第三，谷物价格上涨将影响饲料、酿酒、面粉加工等下游产业，间接推高肉类和乳制品的生产成本。第四，肉类价格特别是猪肉价格的上涨，将影响居民消费结构和物价水平，同时也为肉类加工企业提供了提价空间。第五，乳制品价格结束下跌趋势，可能缓解乳制品行业的经营压力，但同时也可能推高下游产品价格。第六，食品价格整体上涨将加剧全球通胀压力，各国央行和政府的宏观调控将面临更大挑战。第七，对于食品进口国而言，价格上涨将增加进口支出，外汇压力加大；对于出口国而言，价格上涨可能带来出口收入的增加。

业务建议

基于FAO食品价格指数的变化趋势，对食品和罐头企业提出以下建议：第一，应建立价格监测和预警机制，密切关注各类食品价格指数的变动趋势，提前做好采购计划和库存管理。第二，应加强成本管控能力，在原材料价格上涨背景下，通过提升生产效率、优化供应链、降低损耗等方式消化成本压力。第三，应适时调整产品定价策略，在成本上涨压力下与客户充分沟通，争取合理的提价空间。第四，应关注植物油、食糖等原材料价格走势对罐头产品成本的影响，特别是植物油罐头、甜味罐头等产品。第五，应探索套期保值等金融工具的应用，锁定部分原材料采购成本，降低价格波动风险。第六，应加强与供应商的战略合作，建立长期稳定的供应关系，确保原材料的稳定供应和相对优惠的价格。第七，应关注不同原材料之间的替代关系，在某些品种价格大幅上涨时，考虑使用替代原料维持生产。第八，应加大产品创新力度，通过提升产品附加值来应对成本上涨压力，避免陷入单纯的价格竞争。

2. 2026年第17周猪肉批发均价14.83元/公斤 环比上涨2.2% 牛羊肉价格小幅下跌

来源：农业农村部市场与信息化司 | 发布日期：2026-04-27

背景分析

2026年第17周国内农产品市场呈现出猪肉、鸡蛋价格上涨而牛羊肉价格小幅下跌的分化格局。从猪肉市场看，批发均价14.83元/公斤，环比上涨2.2%，同比下跌28.7%，这组数据揭示了当前猪价运行的两个显著特征：一是环比上涨显示猪价在持续下跌后出现企稳迹象，二是同比跌幅仍接近三成显示猪价仍处于周期底部区域。猪价环比上涨的背后，是能繁母猪存栏量已连续9个月下降、新生仔猪数量17个月后首次同比下降等产能去化信号的累积效应开始显现，养殖端挺价意愿增强，叠加五一假期消费预期提振，猪价获得阶段性支撑。但同比高达28.7%的跌幅表明，当前猪价仍处于深度亏损状态，产能过剩压力依然巨大。从牛羊肉市场看，牛肉均价66.31元/公斤，环比下跌0.5%但同比仍上涨6.3%，羊肉均价64.39元/公斤，环比下跌0.3%但同比上涨8.4%，牛羊肉价格虽然环比小幅回落，但同比仍保持较高涨幅，显示牛羊养殖效益仍然较好。从鸡蛋市场看，均价8.44元/公斤，环比上涨4.2%，同比上涨1.8%，涨幅在监测品类中最为明显，这与清明节日消费备货以及存栏蛋鸡数量减少等因素有关。从整体农产品价格看，农产品批发价格200指数116.44，环比下降0.43个点，同比低2.01个点，显示农产品价格整体仍处于下行通道。

市场影响分析

肉类和禽蛋价格的变化对食品市场产生多方面影响。首先，猪肉价格环比上涨2.2%对生猪养殖业是积极信号，可能预示着猪价下行周期接近尾声，养殖企业应密切关注产能变化和价格走势，把握补栏和出栏节奏。其次，猪肉同比下跌28.7%意味着终端消费价格相对便宜，这可能抑制牛羊肉消费增长，对牛羊肉价格形成下行压力。第三，牛羊肉同比仍保持6%-8%的涨幅，显示牛羊养殖仍处于较好盈利周期，但环比回落值得警惕，可能预示着牛羊肉价格也接近周期顶部。第四，鸡蛋价格环比上涨4.2%可能增加食品加工企业的成本压力，特别是对于使用鸡蛋作为原料的烘焙、方便食品等企业。第五，农产品批发价格指数同比下降2.01个点显示食品原材料整体价格中枢下移，有利于食品制造业的成本控制。第六，生猪产能持续去化将影响未来猪肉供应格局，需要关注下半年至明年猪肉价格可能的回升。第七，肉类价格分化显示居民肉类消费结构正在调整，企业应关注消费趋势变化带来的市场机会。

业务建议

基于肉类和禽蛋价格的变化趋势，对罐头食品企业提出以下建议：第一，应密切关注猪肉价格走势，猪肉作为重要的罐头原料来源，其价格波动对午餐肉罐头、火腿罐头等产品成本影响显著，应择机建立合理库存。第二，应把握当前猪肉价格处于周期底部的机遇，适当增加猪肉罐头的生产和储备，为未来价格上涨做好准备。第三，应关注牛羊肉价格虽然环比回落但同比仍高的态势，合理安排牛羊肉罐头的生产计划，在原料价格相对较低时加大采购力度。第四，应建立原材料价格监测体系，密切关注能繁母猪存栏量、新生仔猪数量等先行指标，预判猪肉价格走势。第五，应优化产品结构，在猪肉价格低位期加大猪肉罐头产品比重，在牛羊肉价格较高期适当收缩相关产品线。第六，应加强与原料供应商的长期合作，签订价格相对稳定的供货协议，降低原料价格波动风险。第七，应关注下游客户的需求变化，在原材料价格低位时可能带来订单增加的机会，应做好产能准备。第八，应关注五一、端午等节假日消费旺季的价格波动规律，提前做好备货安排。

3. 2026年4月第4周仔猪22.94元/公斤 环比下跌0.7% 同比下跌41.9%

来源：农业农村部畜牧兽医局/全国畜牧总站 | 发布日期：2026-04-27

背景分析

2026年4月第4周的畜产品和饲料价格数据呈现出猪价企稳、原料价格分化的格局。从生猪产业链看，仔猪价格22.94元/公斤，环比下跌0.7%，同比下跌41.9%，仔猪价格跌幅仍然显著高于成年生猪，反映出养殖端对后期市场信心仍显不足，补栏积极性不高。生猪价格10.00元/公斤，环比上涨2.6%，这是连续多周下跌后的首次反弹，显示猪价可能正在构筑底部区域。猪肉价格20.08元/公斤，环比仅下跌0.1%，基本企稳，同比下跌23.1%，跌幅较前几周明显收窄。从价格传导机制看，仔猪价格下跌是产能去化的滞后反应，通常仔猪价格下跌领先于生猪价格企稳，当前仔猪下跌而生猪企稳的分化走势，显示产能去化正在向供给端传导。从饲料原料看，玉米价格2.50元/公斤，环比持平，同比上涨5.0%，显示玉米价格整体处于近年高位水平，对养殖成本形成支撑。豆粕价格3.34元/公斤，环比下跌0.9%，同比下跌9.7%，豆粕价格持续回落有利于降低饲料成本，缓解养殖企业的经营压力。从牛羊肉市场看，牛肉价格72.67元/公斤，环比上涨0.3%，同比上涨5.3%，活牛价格27.82元/公斤，环比上涨0.6%，同比上涨3.7%，显示肉牛养殖仍处于较好盈利状态。羊肉价格72.53元/公斤，环比持平，同比上涨4.4%，显示肉羊养殖效益保持稳定。生鲜乳价格3.02元/公斤，环比上涨0.3%但同比下跌1.6%，显示奶业仍面临一定经营压力。

市场影响分析

畜产品和饲料价格的变化对养殖业和食品加工业产生多方面影响。首先，生猪价格环比上涨2.6%是积极信号，可能预示着猪周期正在筑底，养殖企业应关注产能变化，合理安排生产节奏。其次，仔猪价格跌幅仍然较大，显示市场对下半年行情预期偏谨慎，这可能延缓产能去化节奏，延长猪价底部震荡时间。第三，豆粕价格同比下跌9.7%对饲料企业和养殖企业是利好，有助于降低养殖成本，改善经营效益，但同时也意味着豆粕加工企业的利润空间受到压缩。第四，玉米价格同比上涨5.0%与豆粕价格下跌形成对冲，整体饲料成本压力仍然较大。第五，牛羊肉价格保持同比上涨且环比基本稳定，显示牛羊养殖业景气度仍然较高，可能吸引更多资本进入。第六，生鲜乳价格环比上涨是好信号，但同比仍下跌显示奶业复苏仍需时间。第七，猪肉价格低位有利于消费者价格指数的稳定，但对猪肉加工企业而言，低价原料可能是双刃剑，既降低生产成本，也可能压缩产品售价和利润空间。

业务建议

基于畜产品和饲料价格的变化趋势，对罐头食品企业提出以下建议：第一，应把握当前猪肉价格处于低位的机遇，加大猪肉罐头的原料储备，为未来成本上升做好准备。第二，应关注仔猪价格持续下跌后产能变化情况，预计6-12个月后生猪出栏量可能减少，届时猪肉价格可能回升，应提前布局。第三，应建立饲料价格监测体系，豆粕价格下跌有利于降低成本，但也应关注玉米价格走势，整体饲料成本仍是影响养殖业和罐头业的关键因素。第四，对于使用猪肉作为原料的罐头企业，应加强与养猪企业的合作，建立稳定的供货关系，确保原料供应和价格稳定。第五，应关注牛羊肉罐头市场的发展机遇，牛羊肉价格保持较高水平且稳定，有利于高端牛羊肉罐头产品的开发和定价。第六，应关注生鲜乳价格走势，虽然同比仍下跌但环比已现企稳迹象，乳制品罐头可能面临成本改善的机会。第七，应建立产品组合的灵活调整机制，根据不同原料价格变化，适时调整产品结构，优先生产利润空间较大的产品。第八，应加强成本核算和精细化管理，在原材料价格波动背景下保持企业的盈利能力。

4. 2026年4月芝加哥交易所小麦、玉米、大豆价格走势分化

来源：农业农村部国际合作司 | 发布日期：2026-04-22

背景分析

2026年4月中旬国际农产品市场价格呈现涨跌分化的格局，大宗谷物和肉类价格上涨，而油脂、食糖价格下跌。从谷物市场看，大米价格周均价2770元/吨，环比上涨4.4%，是涨幅最大的品种，主要受主要出口国供应收紧预期影响。小麦价格1562元/吨，环比上涨2.2%，美国干旱担忧和澳大利亚种植面积下调预期是主要支撑因素。玉米价格1237元/吨，环比小幅上涨0.3%，北半球春播前对肥料成本的担忧以及能源价格上涨带动乙醇需求前景增长对价格提供了一定支撑。从油籽和油脂市场看，大豆价格环比下跌0.2%，南美洲季节性出口供应增量部分抵消了利多因素影响。棕榈油价格环比下跌2.4%，虽然原油价格高企带来生物燃料需求预期，但马来西亚产量前景改善抑制了涨幅。食糖价格环比下跌4.3%，是跌幅最大的品种，巴西新年度甘蔗收获上市在即，供应增加预期是主要压力。从肉类市场看，牛肉价格环比上涨2.7%，巴西国内牛源趋紧限制了可出口供应，而羊肉价格环比上涨2.3%，新西兰出口供应增加部分抵消了涨幅。猪肉价格环比微跌0.03%，整体保持稳定。棉花价格环比上涨3.5%，受主要消费国需求预期改善影响。国际谷物理事会谷物和油籽价格指数较上周上涨0.6%，显示国际市场农产品价格整体仍处于上升通道。

市场影响分析

国际农产品价格的分化和走势对国内外市场产生多方面影响。首先，大米价格环比上涨4.4%对亚洲大米消费国是压力，特别是对于以大米为主食的国家和地区，可能影响居民生活成本和通胀水平。其次，小麦和玉米价格上涨将传导至饲料和食品生产成本，对于肉类、禽蛋、乳制品等下游产品的价格形成支撑。第三，大豆价格下跌有利于降低中国等进口大国的采购成本，同时也将影响国际大豆贸易格局和出口国之间的竞争。第四，棕榈油价格下跌将降低食用油生产成本，对于方便食品、烘焙、油炸食品等行业的成本控制是利好。第五，食糖价格下跌有利于糖果、饮料等糖消费大户的成本改善，但也可能抑制甘蔗种植户的收益。第六，国际市场价格分化显示不同品种的基本面存在差异，企业在采购策略上应区别对待。第七，国际价格向国内传导存在时滞和幅度差异，需要关注国内外价差变化对贸易流向的影响。第八，地缘政治因素对国际农产品价格的影响日益显著，需要建立风险预警机制。

业务建议

基于国际农产品价格的变化趋势，对罐头食品企业提出以下建议：第一，应密切关注国际谷物价格走势，小麦、玉米价格上涨将影响饲料和淀粉等原材料成本，应提前做好采购规划。第二，应抓住大豆和棕榈油价格下跌的机遇，加大油脂采购力度，降低生产成本。第三，应关注大米价格持续走高的风险，对于使用大米作为原料的罐头产品如果酱罐头、甜味罐头等，需要评估成本上涨压力。第四，应建立多元化的国际采购渠道，根据不同品种的价格走势灵活调整采购来源。第五，应利用期货市场进行套期保值操作，锁定部分原材料采购成本，降低价格波动风险。第六，应加强与国内供应商的战略合作，在国内市场价格波动时保障稳定供货。第七，应关注国际运费和汇率变化，这些因素对进口原材料的实际成本有重要影响。第八，应建立成本预警机制，当原材料价格突破预设阈值时及时启动应对预案。

5. 2026年4月国内蔬菜均价4.35元/公斤 环比下跌1.1% 水果均价7.66元/公斤

来源：农业农村部市场与信息化司 | 发布日期：2026-04-27

背景分析

2026年第17周国内鲜活农产品价格呈现蔬菜下跌、水产品上涨、水果小幅走高的分化态势。从蔬菜市场看，28种重点监测蔬菜周均价4.35元/公斤，环比下跌1.1%，同比下跌4.8%，菜花和青椒价格跌幅较大，环比分别下跌7.7%和7.2%，而白萝卜和莴笋价格环比分别上涨8.8%和5.1%。蔬菜价格下跌主要受春季气温回升影响，露地蔬菜上市量增加，调运及保鲜成本降低，广西农业农村厅监测显示4月中旬蔬菜产地均价环比下跌9.06%。蔬菜市场呈现品种分化特征，根茎类蔬菜因存储成本和供应周期因素价格相对坚挺，而叶菜类蔬

菜受季节性供应增加影响价格走弱。从水果市场看，6种重点监测水果周均价7.66元/公斤，环比上涨0.3%，同比上涨0.5%。分品种看，鸭梨、菠萝和巨峰葡萄价格上涨，环比分别上涨2.2%、1.6%和1.3%，而西瓜、香蕉和富士苹果价格下跌，环比分别下跌2.2%、1.5%和0.8%。水果价格的分化主要与品种上市周期有关，存储类水果如苹果因库存消耗价格承压，而应季水果如菠萝、葡萄价格相对坚挺。从水产品市场看，大带鱼、鲫鱼、白鲢鱼等水产品价格小幅上涨，环比分别上涨2.1%、1.9%、1.7%，显示水产品消费需求保持稳定。整体看，农产品批发价格200指数环比下降0.43个点，显示农产品价格整体仍处于季节性下行通道。

市场影响分析

蔬菜和水果价格的变化对食品加工和市场消费产生多方面影响。首先，蔬菜价格环比下跌1.1%和同比下跌4.8%对于蔬菜罐头企业是利好，原材料成本压力减轻，有利于提升加工企业的盈利能力。其次，水果价格小幅上涨但分化明显，对于不同水果罐头产品的影响各异，苹果罐头面临原料成本压力，而菠萝罐头原料成本相对可控。第三，水产品价格小幅上涨对于水产罐头企业是成本压力，但涨幅有限，影响相对可控。第四，蔬菜价格整体下跌可能抑制蔬菜种植户的收益，影响下一生产周期的种植积极性，需要关注未来供应变化。第五，水果价格分化显示不同品种的供需格局存在差异，企业在原料采购中应区别对待。第六，应季水果价格相对坚挺而存储水果价格承压的格局，显示消费市场对新鲜度的偏好日益明显。第七，农产品批发价格指数同比下降对整体通胀水平有抑制作用，有利于消费者实际购买力的提升。第八，蔬菜价格下跌对于快餐、外卖等使用蔬菜作为配料的餐饮业态是成本利好。

业务建议

基于蔬菜和水果价格的变化趋势，对罐头食品企业提出以下建议：第一，应抓住蔬菜价格下跌的机遇，加大番茄酱罐头、蘑菇罐头、竹笋罐头等蔬菜罐头产品的生产，原料成本优势明显。第二，应关注蔬菜价格下跌对农民种植积极性的影响，预判未来可能出现的供应减少和价格回升，适时建立战略库存。第三，应建立多元化的原料采购渠道，根据不同蔬菜品种的价格走势灵活调整采购来源和采购节奏。第四，对于苹果罐头生产企业，应关注富士苹果价格走势，4月环比下跌0.8%是好信号，但应持续跟踪库存消耗后的价格变化。第五，应关注菠萝价格上涨1.6%的影响，对于菠萝罐头生产企业应评估成本变化，考虑是否调整产品定价或产品结构。第六，应探索与蔬菜水果种植基地建立长期合作关系的模式，确保原料稳定供应和价格相对优惠。第七，应关注水产品价格上涨对水产罐头成本的影响，对于虾罐头、鱼罐头等产品应评估成本压力。第八，应加强产品研发，开发符合消费趋势的新产品，如低盐蔬菜罐头、混合水果罐头等，提升产品附加值。

1.3 政策与国际贸易环境

1. 海关总署修订进口食品境外生产企业注册管理制度 2026年6月1日起施行

来源：海关总署 | 发布日期：2026-03-19

背景分析

海关总署修订发布的进口食品境外生产企业注册管理规定是近年来进口食品监管领域最重要的制度变革之一，将于2026年6月1日起正式施行。现行规定自2022年1月1日施行以来，在强化进口食品安全源头管控方面发挥了重要作用，全球已有178个国家（地区）的9.6万余家食品企业在华注册，带动我国进口食品贸易总额从2020年的1.05万亿元增至2025年的1.32万亿元。随着我国对外开放水平不断提高，境外食品生产企业注册申请数量快速增长，现行制度在便利化程度、申请效率等方面已不能完全适应新形势新要求。本次修订充分体现了风险管理原则和放管服改革要求。在制度衔接方面，新规充分考虑了与已有注册制度的衔接性，对于目前已注册的9.6万家食品企业，进口食品贸易不受新规发布影响，其中95%已注册企业可实现有效期到期自动延续注册，这一设计极大地稳定了市场预期，避免了对正常贸易的冲击。对于不能自动延续的企业，延续申请的期限也由届满前3-6个月放宽至3-12个月，给予企业更充裕的准备时间。在申请便利化方面，新规通过优化注册申请方式、简化申请材料、增设清单注册快捷通道等方式推动进口注册办理更加高效便捷。在分类管理方面，新规根据食品风险水平实施差异化注册管理，对肉与肉制品、燕窝与燕窝制品等高风险产品仍实行官方推荐注册，对其他产品则实行更加便利的注册方式。

市场影响分析

进口食品境外生产企业注册管理新规的实施对进口食品市场产生多方面影响。首先，95%已注册企业自动延续的安排稳定了市场预期，避免了注册到期导致的供应中断风险，有利于进口食品市场的平稳运行。其次，清关注册快捷通道的设立将降低新企业进入中国市场的门槛，有利于更多优质境外食品企业进入中国，丰富市场供给。第三，注册有效期延长至5年并可自动延续，减少了企业反复申请的成本，提升了政策的可预期性。第四，新规强化了食品包装标注注册编号的要求，消费者可以通过扫码查询注册信息，这将提升进口食品的透明度，增强消费者信心。第五，对于未能自动延续的企业，新规设置了整改机制，给予了纠错机会，体现了监管的柔性。第六，新规与境外主管当局推荐的衔接机制，要求企业必须获得所在国家或地区主管当局的推荐或审核，这有利于提升注册企业的质量。第七，从长期看，注册管理制度的完善将推动进口食品市场的规范化发展，提升整体行业水平。第八，对于已经在中国市场建立良好声誉的境外企业，新规的便利化措施有利于巩固其市场地位。

业务建议

基于进口食品境外生产企业注册管理新规的变化，对食品进口和外贸企业提出以下建议：第一，应全面梳理自身注册状态，确认是否属于95%可自动延续的范畴，提前做好延续准备。第二，对于需要进行延续申请的企业，应充分利用期限放宽至12个月的政策空间，提前准备申请材料，避免因材料准备不足导致延续延误。第三，应关注清单注册快捷通道的适用范围和申请条件，对于符合条件的境外企业积极申请。第四，对于计划进入中国市场的境外食品企业，应提前了解新规要求，做好注册申请准备。第五，应协助境外合作伙伴理解和适应新规要求，确保注册信息的真实性和完整性。第六，应建立注册档案管理制度，跟踪注册有效期和延续时间节点，建立预警机制。第七，应关注新规对不同产品类别的差异化要求，特别是对于肉制品、燕窝等高风险产品的特殊规定。第八，对于从事罐头食品进口的企业，应确保原料供应商的注册状态有效，避免因注册问题影响原料供应。

2. 海关总署修订发布《海关高级认证企业标准》和《海关认证企业标准》 2026年4月1日起施行

来源：海关总署 | 发布日期：2026-03-31

背景分析

海关总署修订发布的《海关高级认证企业标准》和《海关认证企业标准》是落实社会信用体系建设部署、对标国际规则变化、回应企业实际需求的重要举措，于2026年4月1日起与《信用管理办法》同步施行。从政策背景看，本次修订严格落实党中央、国务院对健全社会信用体系的系列部署要求，结合海关信用管理实践，将信用容错、信用监管等理念融入认证标准，是深化放管服改革的重要抓手。同时，世界海关组织2025版《全球贸易安全与便利标准框架》明确提出AEO制度应覆盖中小微企业，强调AEO企业需具备良好的合规记录、供应链安全承诺等条件，本次修订确保了我国AEO制度与国际规则接轨。从标准框架看，新规延续了通用标准加单项标准的框架，将通用标准细分为进出口货物收发货人和报关企业两类，同时将单项标准由原来的10类精简为4类，包括进出境卫生检疫、动植物检疫、进出口食品化妆品、进出口商品检验业务。在财务状况标准方面，打破了原有单一资产负债率指标的局限，构建了包括4项偿债能力指标和5项盈利能力指标在内的9项指标体系，并区分生产型和非生产型企业设置差异化要求。在加分机制方面，增设附加标准作为加分项，对获得国家级绿色工厂、专精特新小巨人企业等荣誉的企业给予加分激励，高级认证企业最多累计加2分，认证企业最多累计加3分。在整改机制方面，建立了容错机制，企业符合整改规定的可向海关提出整改申请，整改期分为6个月和1年，整改期间暂停企业原信用等级管理措施但保留高级认证企业、认证企业资格。

市场影响分析

海关AEO认证企业标准修订对进出口企业产生多方面影响。首先，新设认证企业标准并与高级认证企业标准形成两级认证体系，为广大中小微企业提供了更精准适配的信用认证路径，约70%的标准项在具体要求上拉开了差距，显示政策设计更加精细化。其次，财务指标从单一资产负债率扩展为9项指标体系，并设置差异化要求和多样选择，降低了企业达标的难度，使更多企业有机会享受AEO政策红利。第三，容错整改机制的建立给予企业更多的改进机会，避免了一次不达标就失去资格的情况，提升了政策的包容性。第四，加分激励机制鼓励企业强化合规管理、争创行业标杆，对于在绿色制造、专精特新等领域有突出表现的企业是政策利好。第五，AEO认证带来的通关便利化将降低企业运营成本，提升供应链效率，增强国际市场竞争力。第六，AEO认证的国际互认将使认证企业在全球贸易中获得更多便利。第七，认证标准对守法规范要求的细化，将推动企业强化合规管理，提升整体行业规范化水平。

业务建议

基于海关AEO认证企业标准修订的变化，对罐头外贸企业提出以下建议：第一，应全面了解新设认证企业标准和高级认证企业标准的差异，评估自身条件选择合适的认证等级目标。第二，应充分利用财务指标扩展的政策空间，优化财务指标结构，提升财务健康度，争取财务达标。第三，应关注附加标准的加分项，对照国家级绿色工厂、绿色供应链企业、专精特新小巨人企业等条件，争取获得相关认定，提升认证竞争力。第四，应建立合规管理体系，对照认证标准完善内部控制、守法规范、贸易安全等方面的制度和流程。第五，对于已经获得认证的企业，应关注标准变化带来的新要求，持续保持合规状态。第六，应主动与海关沟通，了解认证流程和要求，争取海关的指导和支持。第七，应重视整改机制的应用，对于暂未达标的指标制定整改计划，争取在整改期内完成改进。第八，应关注AEO认证的国际互认安排，对于有国际化业务的企业，AEO认证将带来更大的通关便利。

3. 2026年跨境贸易便利化专项行动启动 推出29项便利化政策措施

来源：海关总署 | 发布日期：2026-04-23

背景分析

2026年跨境贸易便利化专项行动是海关总署会同24个部门单位启动的新一轮助力外贸提质增效的重要举措，从深化通关监管模式创新、优化外贸新业态新模式监管服务、提升跨境物流运输效能、加强数智口岸建设和互联互通、强化对企综合服务等五个方面推出了29项便利化政策措施。与上年相比，试点城市从25个增加到45个，中西部地区城市超过三分之一，显示出政策对中西部地区的倾斜支持。从重点领域看，通关监管模式创新将继续深化批次检验等改革试点，进一步压缩货物待检时间和频次。新业态新模式方面，跨境电商海外仓、退货模式等领域的便利化措施将进一步优化。跨境物流方面，离境即退税、销售后再核算等政策将扩大实施范围。数智口岸建设方面，国际贸易单一窗口升级、智慧清关、AI智能审单等技术应用将持续推进。对企服务方面，减免税自报自享、原产地证电子数据互联互通等87项惠企功能将不断完善。从区域布局看，45个试点城市的联动发力将打破区域壁垒，构建全域便利化网络，这对于中西部地区承接产业转移、扩大对外开放具有重要意义。对于罐头食品出口大省如福建、浙江、山东等，参与试点将有助于企业享受更多通关便利，提升出口竞争力。

市场影响分析

跨境贸易便利化专项行动的启动对进出口企业产生多方面积极影响。首先，29项便利化措施的落地将显著降低企业通关成本和时间，提升供应链效率，这对于时效性要求较高的生鲜食品出口尤为重要。其次，试点城市从25个增加到45个意味着更多地区的企业将受益于便利化政策，区域覆盖面显著扩大。第三，批次检验改革试点的深化将使更多罐头食品企业受益，产品抽查频次降低将加快出口周期。第四，离境即退税政策的全面落地将改善出口企业的资金周转，缓解资金压力。第五，跨境电商便利化措施的优化将为食品出口企业提供新的渠道选择。第六，数智口岸建设带来的AI审单、智能审图等技术应用将提升通关效率的科技含量。第七，AEO高级认证企业联合激励的持续推进将增强认证企业的获得感。第八，政策对中西部地区的倾斜有助于缩小区域发展差距，为当地食品产业带来新的发展机遇。

业务建议

基于跨境贸易便利化专项行动的政策红利，对罐头外贸企业提出以下建议：第一，应主动了解所在地区是否为试点城市，积极申请参与各项便利化措施试点。第二，应深入学习批次检验改革试点的具体要求和条件，争取成为试点企业，享受通关便利。第三，应充分利用离境即退税政策，改善资金周转效率，降低财务成本。第四，应关注跨境电商出口海外仓等新业态的政策机遇，探索通过新渠道拓展国际市场。第五，应加强信息化建设，利用国际贸易单一窗口等数字化平台提升申报效率。第六，对于有意愿申请AEO认证的企业，应抓住政策窗口期，积极对接海关，争取早日获得认证。第七，应建立政策跟踪机制，及时了解各项便利化措施的落地进展和实施细则，确保第一时间享受政策红利。第八，应主动向海关反馈政策执行中遇到的问题，为政策优化完善提供参考。

第二部分：公众号深度解读

免责声明：本部分内容摘编自第三方公众号，不代表本报告立场

2.1 核心文章解读

罐头食品检测新国标GB 7098-2025全面解读：行业安全标准再升级

来源：食品伙伴网订阅号 | 发布时间：2026-01-13

核心观点

- 组胺限量从1000mg/kg大幅收紧至200mg/kg，与国际标准接轨
- 新增番茄罐头霉菌计数要求（ ≤ 30 视野%），分类管控更精细
- 胀罐（胖听）定义扩展，涵盖物理性胀罐
- 标签强制性要求增加“胀罐勿食”提示语
- 2026年3月16日正式实施，过渡期紧迫

完整解读

【背景分析】GB 7098-2025《食品安全国家标准 罐头食品》是由国家卫生健康委、市场监管总局联合发布的强制性国家标准，于2025年第2号公告发布，将在2026年3月16日正式实施，全面替代GB 7098-2015旧版标准。这一标准的修订标志着我国罐头食品行业安全监管进入了新阶段，与FAO/WHO国际标准实现同步接轨。从产业背景来看，我国罐头产业在全球市场中占据重要地位，产量占全球的1/4，是全球罐头出口第一大国。旧版标准GB 7098-2015实施至今已有10年，在此期间，国际食品贸易格局发生了深刻变化，主要发达经济体纷纷收紧食品接触材料的安全标准。与此同时，国内罐头产业面临出口竞争加剧、成本上升、环保压力增大等多重挑战，亟需通过标准升级提升行业整体竞争力。本次修订以“强化风险控制、接轨国际标准、提升实操性”为核心方针，重点解决了旧标准中存在的三方面问题：一是组胺限量过于宽松，对高组胺鱼类的安全管控存在漏洞；二是分类标准模糊，未能针对不同类型罐头产品实施差异化监管；三是标签提示缺失，消费者无法获取必要的安全警示信息。这些问题的解决将有效提升我国罐头食品的整体安全水平。

【核心修订亮点详解】第一，术语定义实现精准化。标准首次将“罐藏食品”明确为罐头食品的同义表述，并细化了容器类型和工艺路径。在容器方面，明确金属罐、玻璃瓶、软包装等多种类型均可作为罐头食品的包装形式。在工艺方面，既认可传统的“密封-杀菌”路径，也承认越来越多的企业采用的“杀菌-密封”双工艺路径。更为重要的是，标准首次将“胖听”修订为“胀罐（胖听）”，并将物理性原因（如温度变化引起的压力变化）引发的胀罐纳入定义范围，完善了风险覆盖维度。这意味着微生物污染产气、化学反应产氢、物理性原因三种胀罐类型均被纳入监管视野，为企业质量控制和消费者安全识别提供了更全面的依据。

第二，安全指标大幅严格化。组胺限量的调整是本次修订最受关注的焦点之一。组胺是某些鱼类在储存不当条件下产生的天然毒素，过量摄入可导致组胺中毒，引发头痛、恶心、皮疹等症状。旧标准将组胺限量定为1000mg/kg，而新标准将这一指标收紧至200mg/kg，降幅高达80%，直接与国际食品法典委员会（CODEX）的标准看齐。值得注意的是，新标准扩大了组胺限量的适用范围，新增覆盖10类高组胺青皮红肉海水鱼，包括金枪鱼、秋刀鱼、马鲛鱼等常见加工鱼类。这意味着金枪鱼罐头、鲭鱼罐头等产品的生产企业必须加强原料管控和冷链管理，确保原料在捕捞后24小时内完成低温处理。

第三，微生物指标实现分类管控。新标准专门针对番茄类产品设置了霉菌计数要求，其中番茄酱罐头霉菌计数限值为 ≤ 50 视野%，番茄罐头则

为≤30视野%。这一分类管控体现了标准制定的科学性和精准性——不同含糖量、酸度、水分活度的产品具有不同的微生物风险特征，需要差异化的控制标准。第四，标签提示实现强制性增强。新增的第4章"其他"要求明确，产品标签"宜"标示"胀罐勿食"等类似提示语。虽然"宜"属于推荐性表述而非强制要求，但这一条款的增设体现了监管层面对消费者安全的高度重视，也为企业的合规管理指明了方向。

【行业影响与企业应对】从行业层面来看，GB 7098-2025的实施将产生深远的结构性影响。首先，将推动罐头企业淘汰落后产能。高组胺鱼类罐头企业若无法在原料管控和杀菌工艺上实现升级，将面临被市场淘汰的风险。番茄罐头企业也需要在霉菌控制方面投入更多资源。其次，将倒逼企业提升检验能力。标准对组胺、米酵菌酸、霉菌计数等项目的检测要求更为精细，企业需要配备相应的检测设备和专业人才。从出口竞争力角度来看，新标准的实施具有双重效应。一方面，标准与国际接轨有助于消除技术性贸易壁垒，为我国罐头产品进入欧美高端市场扫清障碍。另一方面，标准的提升也意味着出口成本的增加，企业需要在合规投入和产品价格之间寻找平衡点。对于罐头外贸企业而言，建议重点做好以下三方面工作：一是优化生产流程，高组胺鱼类罐头需严格控制原料鲜度，番茄罐头需强化杀菌温度（中心温度≥121℃）；二是规范标签标识，同步衔接GB 7718-2025《预包装食品标签通则》的要求，确保"胀罐勿食"提示语清晰可见；三是强化检验能力建设，配备GB

5009系列检测设备，将组胺、米酵菌酸、霉菌计数等项目纳入常规检测范围。【消费者选购建议】对于消费者而言，新标准提供了更可靠的安全保障。在选购罐头食品时，建议关注以下几点：一看容器外观。胀罐（胖听）、泄漏、变形是罐头变质的直接信号，遇到这类产品应避免购买。二看标签信息。优先选择标注了"胀罐勿食"提示语的产品，这表明生产企业具备合规意识。三看保质期限。避免购买临近保质期末期的产品，储存时间过长可能影响产品品质。四看储存条件。按照标签标注的储存条件存放，开启后尽快食用。【趋势展望】展望未来，罐头食品标准体系将持续完善。GB 7098-2025的实施只是第一步，后续还将有一系列配套标准的制修订工作跟进。同时，随着食品追溯体系的建设和区块链技术的应用，罐头食品的全生命周期管理将更加透明，消费者对产品的信任度有望进一步提升。对于罐头产业链上的各参与方而言，既要看到标准提升带来的短期压力，也要认识到这为行业高质量发展提供的长期机遇。在消费升级的大背景下，安全、优质、特色的罐头产品将获得更大的市场空间。

欧盟双酚A管控指南深度解析：输欧罐头企业的合规挑战与应对策略

来源：食品伙伴网订阅号 | 发布时间：2025-12-26

核心观点

- BPA迁移量检测限统一为1μg/kg，堪称"史上最严"标准
- 外部部件如外塑料盖、塑料勺等也可能被纳入监管
- 符合性声明文件需覆盖全供应链，文件管理压力陡增
- 果蔬及鱼类罐头过渡期至2028年，普通罐头过渡期至2026年7月
- 出口欧盟罐头企业需提前完成合规布局

完整解读

【背景与政策演进】2025年12月17日，欧盟发布了《关于实施(EU)2024/3190号法规的指导说明》，这是对2025年1月20日生效的双酚A（BPA）及相关特定危害分类双酚类物质及其衍生物禁令EU2024/3190的官方释法文件。该指导说明的发布，标志着欧盟对食品接触材料中双酚类物质的管控进入了实质性执行阶段，也意味着我国输欧罐头企业面临的合规挑战正式从"政策观望期"进入"行动落实期"。从政策演进的脉络来看，双酚类物质的管控经历了从BPA单一物质管控向多类别双酚衍生物全面管控的升级过程。EU2024/3190

法规不仅禁用了BPA本身，还对BPAF、BPF、BPS等双酚衍生物，以及4,4'-二羟基二苯甲烷（BDMAM）、双酚芬（BHPF）等双酚类物质实施了管控。这种"1+N"的管控模式，意味着企业不能简单地用其他双酚类物质替代BPA来"绕过"法规，而必须从材料配方层面进行根本性变革。

【罐头行业的特殊性与挑战】 罐头食品作为欧盟市场的重要进口品类，首当其冲地受到了新规的影响。欧盟是中国罐头产品的主要出口市场之一，涵盖水果罐头、蔬菜罐头、水产罐头等多个品类。指导说明的发布，对罐头行业的影响主要体现在以下几个维度：

第一，检测限的"硬约束"。BPA迁移量检测限统一为 $1\mu\text{g}/\text{kg}$ （即1ppb），这一标准堪称"史上最严"。 $1\mu\text{g}/\text{kg}$ 的检测限意味着什么？它相当于要求在1吨食品中，BPA的总量不得超过1毫克。对于金属罐内壁涂层、密封胶等食品接触材料而言，这一限值对原材料选择和生产工艺控制都提出了极高要求。

第二，覆盖范围的"边界延伸"。指导说明对"食品接触部件"的认定采用了"可能间接接触"这一宽泛标准。具体而言，罐头的外塑料盖、塑料勺等外部部件，若存在"可能间接接触食品"的情况（如盖体密封垫与罐口的接触区域），需按"食品接触部件"标准合规。这意味着，即使是被传统认知视为"非接触部件"的产品部分，也可能被纳入监管范围。

第三，供应链文件的"全链条追溯"。指导说明要求符合性声明文件（DOC）需覆盖全供应链——从涂层供应商、罐头生产商，到进口商/经销商，均需留存完整的DOC文件。虽然零售端可豁免留存要求，但整个供应链的可追溯性必须得到保障。这对我国罐头出口企业提出了双重挑战：一方面，企业自身需要建立完善的合规管理体系；另一方面，还需要确保上游供应商（特别是涂层、密封胶等材料供应商）的合规状态可控。

【过渡期安排与合规窗口】 指导说明对不同类型罐头产品设置了差异化的过渡期安排，这一安排既体现了欧盟对新规实施的审慎态度，也为企业调整预留了必要的准备时间：果蔬罐头（不包括欧盟理事会第2001/112/EC号指令附件I中定义的产品，即番茄、葡萄柚、葡萄等特定果汁类产品）和鱼类罐头拥有更长的过渡期，需在2028年1月20日前完成首次上市。这意味着相关企业约有两年半的缓冲时间，可以相对从容地完成供应链调整和合规验证工作。相比之下，普通罐头的过渡期则更为紧迫，需在2026年7月20日前完成首次上市。这意味着相关企业仅有约半年多的准备时间，面临着较大的合规压力。考虑到金属罐内壁涂层更换周期较长（通常需要6-12个月的认证周期），企业必须立即启动合规评估和供应商筛选工作。

【进出口合规新流程】 新规实施后，我国输欧罐头产品的通关流程将发生显著变化：首先是合规证明文件包的建立。非欧盟罐头企业需向欧盟进口商提供完整的"合规证明文件包"，包括：符合性声明文件（DOC）、双酚类迁移量/残留量检测报告（如需）、涂层供应商的材料合规证明。其中，DOC是核心文件，需明确标注材料中双酚类物质的种类及含量、检测机构资质、迁移量/残留量检测结果等信息。其次是进口商的"合规验证责任"强化。指导说明明确，欧盟进口商需承担"合规验证责任"，需提前审核境外罐头企业的DOC文件和检测报告，确保符合指导说明要求。这一责任的强化，意味着我国出口企业不仅要确保产品本身合规，还需要向进口商提供充分的合规证据，消除其验证顾虑。

第三是违规成本的显性化。若发现产品迁移量超标或无合规文件，进口商将面临罚款，产品可能被召回。对于我国出口企业而言，这意味着因合规问题导致的客户损失和市场份额萎缩将是可预见的后果。

【应对策略与建议】 面对欧盟双酚A管控带来的挑战，输欧罐头企业应从战略和战术两个层面进行系统布局：

在战略层面，建议企业将合规能力建设提升至战略高度，纳入企业长期发展规划。双酚类物质的管控趋势不可逆转，未来可能会有更多国家和地区跟进类似标准。提前完成合规布局，不仅能够保住欧盟市场份额，还能在与其他市场客户的商务谈判中积累可复制的合规经验。

在战术层面，建议企业重点推进以下工作：

一是供应商审计。立即对涂层供应商、密封胶供应商等上游合作伙伴展开审计，要求其提供完整的材料成分报告和双酚类物质检测报告。重点核查BPA、BPS、TBBPA等5类禁用物质，明确原料中不得含有1A/1B类CMR（致癌、致畸、生殖毒性）或1类ED（内分泌干扰）双酚。

二是合规协议签订。在食品接触材料采购合同中明确"供应商需承担因双酚类物质超标导致的欧盟市场退货、处罚责任"，将合规风险在供应链中进行合理分配，避免合规风险向出口企业集中。

三是检测能力建设。与有资质的第三方检测机构建立长期合作关系，建立常态化的双酚类检测机制。将双酚类物质检测纳入空罐进厂检验及成品出厂检验，设定"零检出禁用双酚"、"残留BPA $< 1\mu\text{g}/\text{kg}$ "的内控标准。

四是合规文件管理。建立完善的合规文件管理体系，确保DOC、检测报告、供应商声明等文件的有效管理和可追溯性。建议采用数字化文档管理系统，实现合规文件的全生命周期管理。

五是提前与进口商沟通。主动与欧盟进口商或贸易商进行沟通，了解其合规验证的具体要求，提前准

备补充材料或进行必要的检测验证，确保通关文件齐全顺畅。 【风险提示与趋势展望】 需要特别提醒的是，指导说明对"非食品接触材料来源的BPA管控"也做出了明确要求。若罐头生产过程中使用的辅助材料（如脱模剂、清洁剂）含BPA，需确保其不会迁移至罐头内，即使非直接接触食品，也需符合"偶然迁移量不超标"要求，否则将被判定为不合规。这意味着企业的生产环境和工艺过程也需要纳入合规管理范畴。展望未来，双酚类物质的管控范围可能进一步扩大。目前，欧盟正在评估双酚类物质的替代方案及其潜在风险，未来可能将更多双酚衍生物纳入管控范围。建议企业密切关注欧盟法规动态，提前布局BPA-NQ、BADGE等双酚衍生物的合规工作，在可能的下一轮管控升级中抢占先机。

2026年中国罐头食品行业研究报告：内销崛起与出口稳健的双轮驱动格局

来源：进出口趋势预测 | 发布时间：2026-04-25

核心观点

- 2025年中国罐头市场规模达1850亿元，内销占比58%首次超过出口
- 水果罐头为最大品类（55%），肉类罐头增速最快（10%）领跑行业
- 预制菜驱动肉类罐头重构，午餐肉成为火锅、露营核心食材
- 健康化、高端化、渠道下沉成为行业竞争三大主线
- 预计2028年市场规模达2300亿元，CR5提升至45%

完整解读

【行业规模与结构分析】 根据勤策消费研究发布的《2026年中国罐头食品行业研究报告》，2025年中国罐头市场规模达到1850亿元，其中内销占比达58%，首次超过出口占比，标志着中国罐头行业从"出口导向型"向"内外双循环型"转型的阶段性成果。这一转型的背后，是多重因素共同作用的结果。 从品类结构来看，水果罐头以55%的占比位居首位，2025年规模达1018亿元，增速保持在8%的稳健水平。黄桃罐头作为水果罐头中的拳头品类，占比高达40%，林家铺子以显著优势占据市场份额第一位。在消费结构上，水果罐头以内销为主（70%），出口为辅（30%），欧美和东南亚是核心出口市场。驱动水果罐头增长的核心理由包括内销市场的家庭储备需求增加、烘焙B端市场扩容、健康化升级（低糖/无添加）、高端化（有机/进口原料）等因素。 蔬菜罐头以18%的占比位居第二，2025年规模达333亿元，增速6%保持稳健增长。玉米罐头是蔬菜罐头中的主力品类，占比45%；蘑菇罐头占比30%；番茄罐头占比15%。蔬菜罐头以内销为主的同时，出口保持稳定，日本和韩国是核心出口市场。餐饮B端需求（快餐/团餐标准化）、健康化趋势（低盐/无添加）是驱动该品类增长的主要动力。 肉类罐头虽然占比仅为15%，但增速高达10%领跑罐头行业，2025年规模达278亿元。预制菜概念的兴起是推动肉类罐头快速增长的核心引擎——午餐肉罐头因其便捷性和易储存特性，成为火锅、露营等场景的核心食材。上海梅林在午餐肉市场以35%的份额占据绝对领先地位，古龙红烧肉罐头在红烧肉品类中占据25%的市场份额。 水产罐头增速放缓至4%，2025年规模185亿元，主要原因是消费场景相对局限（以佐餐为主）以及替代品增多（生鲜电商/预制菜）。金枪鱼罐头是水产罐头中的主力品类，占比50%；豆豉鱼罐头占比25%；沙丁鱼罐头占比15%。水产罐头以外销为主（60%），内销占比40%。

【发展历程与转型逻辑】

中国罐头行业的发展历程是一部从出口导向到内销崛起的转型史。这一转型经历了五个关键阶段：起步阶段（1900s）：1906年上海泰康食品成立，标志着中国罐头工业的萌芽。这一时期的罐头生产主要服务于在华外国人和沿海通商口岸的需求，产量有限且以外资为主导。 国营建厂阶段（1950s）：新中国成立后，各地国营罐头厂相继建立，罐头生产开始服务国家经济建设大局和出口创汇需求。这一阶段奠定了中国罐头工业的规模化基础。 出口爆发阶段（1990s-2000s）：1993年中国成为世界第一罐头生产国，2001年加入

WTO后出口进一步爆发。这一时期，中国罐头凭借成本优势在国际市场占据重要地位，出口占全球贸易量的25%。内销崛起阶段（2010s）：随着电商渠道的发展和品牌化进程加速，罐头产品开始进入更多国内消费者的视野。2015年内销占比首次超过40%，标志着内销市场进入快速增长通道。预制菜驱动阶段（2020s至今）：2020年以来，预制菜概念的爆发为罐头行业注入了新的增长动力。罐头作为“最老牌”的预制食品，凭借其超长保质期、便捷储存、标准化品质等优势，在预制菜赛道中找到了新的定位。

【产业链与竞争格局】从产业链视角来看，罐头行业呈现“上游原料分散、中游加工集中、下游品牌运营毛利率最高”的结构特征。上游原料供应环节参与者众多，包括农产品种植户、养殖户、原料贸易商等，议价能力相对分散。中游加工环节集中度较高，形成了以林家铺子（水果罐头龙头）、上海梅林（肉类罐头龙头）、古龙食品（红烧肉罐头领先）为代表的行业领军企业。下游品牌运营环节的毛利率可达35-45%，是产业链中价值最高的环节。在竞争格局方面，罐头行业整体集中度偏低，CR5约为38%，市场相对分散。具体来看：林家铺子以8%的市场份额位居第一，其核心优势在于水果罐头的全品类覆盖和电商渠道布局（电商占比30%）；真心以7%的市场份额位居第二，核心优势在于橘子罐头的领先地位；古龙食品和上海梅林各以6%的市场份额并列第三，分别在红烧肉罐头和午餐肉罐头细分市场占据领先地位；欢乐家以5%的市场份额排名第五，其特点是“罐头+饮品”双轮驱动模式。值得注意的是，出口企业在向内销转型过程中面临较大挑战。丰岛、同荣、紫山等出口导向型企业虽然在国际市场积累了丰富的生产经验，但面对国内消费市场的渠道特点和消费者偏好，在品牌建设和渠道拓展方面仍需加大投入。

【消费市场画像】罐头消费市场呈现出鲜明的结构性特征。在消费者画像上，女性消费者占比60%，三线及以下城市消费者占比45%，构成核心消费群体。年龄分布相对均匀：18-35岁群体聚焦户外露营等新场景需求；36-50岁群体侧重家庭储备和烘焙原料需求；51-65岁群体以传统佐餐为主要消费场景。在消费动机上，日常佐餐占比45%是最核心的消费动机，便捷烹饪占比35%，烘焙原料占比20%，应急储备占比15%，户外露营占比15%。罐头产品的核心优势在于2-3年的超长保质期，而消费者的主要购买障碍包括“高糖高盐”的健康顾虑、“口感不及新鲜食品”的认知偏差、以及替代品（预制菜、生鲜电商）的冲击。在渠道结构上，商超渠道占比35%仍是最主要的销售渠道，但电商渠道（占比20%）正在快速增长，其中抖音渠道增速达50%、拼多多渠道增速达30%。夫妻店渠道占比15%覆盖下沉市场，批发/餐饮渠道占比15%主要服务B端需求。在价格带分布上，10-15元价格带占比38%成为主流价格区间，15元以上高端化产品占比逐步提升，低端产品市场持续萎缩。这一趋势反映出消费者对罐头产品品质的要求在提升，价格敏感度在下降。

【未来趋势展望】展望未来三年，罐头行业将呈现五大发展趋势：健康化趋势将持续深化。低糖、低盐、无添加、有机等健康化标签将成为产品升级的主要方向。林家铺子推出的低糖黄桃罐头、欢乐家推出的零添加水果罐头等产品的市场表现证明，健康化升级能够带来显著的溢价空间。高端化趋势将重塑产品结构。有机原料、进口原料、特殊产区等概念将被引入罐头产品，提升产品的价值感知和溢价能力。高端化不仅体现在产品品质上，还体现在包装设计、品牌叙事等维度。渠道下沉将成为增长引擎。三线及以下城市及农村市场的基础设施（冷链物流、零售网点）正在快速完善，为罐头产品的渠道下沉提供了物质基础。真心等品牌的成功经验表明，下沉市场的开拓能够带来可观的增量空间。并购整合将加速行业集中度提升。在市场需求波动和成本压力加大的双重背景下，规模较小、抗风险能力较弱的中小罐头企业将面临更大的生存压力，为行业龙头的并购整合提供了机会。预计到2028年，CR5将从38%提升至45%。出口转内销将成为结构性趋势。出口企业在海外市场积累了丰富的生产经验、质量管理体系和成本控制能力，这些能力如果能够有效转化为内销市场的竞争优势，将成为推动行业格局重塑的重要力量。

【业务建议与风险提示】对于罐头外贸企业而言，建议关注以下机会与风险：机会方面：一是海外市场的新兴需求，如东南亚、中东、非洲等地区的罐头消费快速增长，为出口企业提供增量空间；二是国内市场的消费升级，健康化、高端化产品溢价空间可观；三是预制菜赛道的协同效应，罐头作为“最稳定”的预制食品，在B端餐饮市场仍有广阔的应用场景。风险方面：一是原材料价格波动风险，农产品价格的周期性波动将影响罐头的成本控制；二是国际贸易摩擦风险，如欧盟双酚A管控、美国关税政策等，可能对出口业务造成冲击；三是替代品竞争风险，预制菜、生鲜电商等替代渠道的发展可能分流传统罐头消费需求。

FBIF2026论坛深度解读：全球食品行业创新趋势与中国机遇

来源：FBIF食品饮料创新 | 发布时间：2026-04-29

核心观点

- FBIF2026以"大势可为"为主题，汇聚全球食品行业智慧
- 乳品创新聚焦新品类开发，功能性需求向情感价值延伸
- 精准营养与个性化食品成为行业共识的发展方向
- 情绪健康正在成为食品功能化的重要延展方向
- 植物基产品从"简单替代"向"独立价值"演进

完整解读

【论坛概况与行业背景】 FBIF2026食品饮料创新论坛及FBIF食品创新展于2026年4月27-29日在杭州国际博览中心举办，这是全球食品饮料行业最具影响力的年度盛会之一。本届论坛以"大势可为"为主题，3天内汇聚了160+位演讲嘉宾、650+展商参展、6000+渠道观众观展，累计吸引53000+观众现场参与。论坛设置的背景是当前全球食品饮料行业正处于深度调整期。一方面，消费者需求正在发生结构性变化——从单纯的功能性需求向情感价值、个性化体验、社群认同等多元维度延伸；另一方面，技术创新正在重塑食品产业链，从原料端到消费端的各个环节都在经历数字化、智能化升级。在此背景下，如何把握趋势、找到破局之路，成为食品企业共同关注的核心议题。【乳品创新：击中新品类的底层逻辑】乳品论坛的讨论围绕"穿越周期：从培育到重塑增长曲线"这一主题展开。优诺乳业董事长朱玺总结了三点核心经验：首先是从科学开始，这意味着产品创新需要以扎实的研发能力为基础，而非简单的跟风模仿；其次是深度了解消费者的洞察力和购买行为，这要求企业建立系统的消费者研究能力；第三是"千万不要怕颠覆自己或蚕食自己的主要业务"，这体现了创新者应有的勇气和决心。在消费降级的市场环境下如何保持高端定位，朱玺的观点颇具洞察力："并不是越便宜越好，消费者愿意为健康产品支付溢价。"他认为内卷的真正原因在于缺少对消费者需求的认知，以及没有围绕消费者真正需求做创新。"无差异则死亡"——这一警示同样适用于罐头行业。佳乐乳业总经理夏巍华分享了传统乳制品企业在产品开发中常见的困境：内部部门壁垒高企、不知道自己应该做什么。在他看来，"选择不做什么比选择做什么更重要"。这对于罐头企业的战略定位同样具有启示意义——在资源有限的情况下，聚焦核心优势品类往往比盲目多元化更能建立竞争壁垒。

【精准营养：从定制化想象到产业落地】

菲仕兰食品配料发布的2025年营养趋势报告指出，精准营养已成为行业五大关键趋势之一。据Grand View Research预测，全球个性化营养市场的复合年增长率将超过15%，这一增速远超食品行业的平均水平。在FBIF食品创新展上，哥兰比亚营养推出的"她·悦升（She Rises）"女性营养解决方案，展示了精准营养从概念到产品化的实现路径。该产品并非单一成品，而是围绕不同年龄阶段女性的核心需求，构建了模块化原料组合体系。通过胶原三肽、乳矿物盐等功能原料的不同配比，品牌可以灵活开发饮料、软糖等多种形态产品，降低了精准营养的开发门槛。精准营养的趋势对于罐头行业的启示在于：未来罐头产品也可能从"标准化产品"向"个性化营养解决方案"演进。例如，针对不同年龄、不同健康诉求的消费群体，开发具有特定营养配方的功能性罐头产品。

【情绪健康：食品功能化的新边疆】

Innova市场洞察在2025年将"食慰心灵（Mood Food）"列为全球食品饮料的重要趋势，反映出消费者对情绪与心理状态的关注正在从隐性需求转为主动选择。情绪健康不再只是保健品领域的议题，也逐渐进入日常食品和饮品的创新范畴。FBIF现场，多家企业从不同角度推出了解决方案：华熙生物的MitoPQQ™被用于支持认知状态、缓解疲劳或改善睡眠，可应用在饮料中；菲仕兰食品配料的GOS（低聚半乳糖）除作为益生元外，还能促进矿物质吸收，以及有助于情绪与睡眠调节。这些创新共同指向一个趋势：情绪健康正在成为食品功能化的重要延展方向。【新兴蛋白：多路径并行的发展格局】波士顿咨询公司的报告显示，替

代蛋白市场增长潜力显著。在FBIF现场，蘑米生物的"蘑米菌肉"提供了不同于传统植物肉的思路——通过微生物发酵技术生成富含蛋白质、膳食纤维及微量营养素的新型食品形态。这一探索表明，新兴蛋白正在形成多路径并行的发展格局，而非单一技术路线主导。

【植物基产品：从替代到独立价值的演进】根据Innova2026年趋势报告，"Authentic Plant-based"（本真植选）趋势显示消费者更关注植物基食品的天然性和营养价值，而不是仅仅模仿动物蛋白。消费者对"自然或最少加工"的植物蛋白表现出更高兴趣，这推动了植物基食品在口感、质构和营养上的升级。

【银发经济：人口结构变化催生新需求】联合国World Population Prospects 2024的预测揭示了全球人口老龄化的明确趋势。在此背景下，FBIF现场的相关产品创新聚焦于支持肌肉与骨骼健康、认知功能维护，并注重产品的易食性与适口性。润康药业的"五行草本米露碗"是直接对应的创新产品——以中医理论为基础，解决老年人"咀嚼吞咽难"和"营养吸收难"问题，具备高营养密度、轻咀嚼、好吸收的特点。

这一趋势对于罐头行业的启示在于：老年人群体是罐头产品的天然用户群，但现有罐头产品在口感（软烂度）、营养密度、食用便利性（易开启设计）等方面仍有提升空间。开发适合老年人的专属罐头产品线，可能是一个值得关注的市场机会。

【趋势总结与中国罐头行业的机遇】

综合FBIF2026的信息，食品行业的创新趋势可以归纳为以下几个关键词：

第一，"精准化"。从"一款产品满足所有人"向针对特定人群、特定场景的精准产品演进。这要求罐头企业在产品开发中更加注重消费者细分，而非简单的规模化生产。

第二，"功能化"。食品正在从单纯的"好吃"向"好吃+健康"升级，功能性成分的添加将成为产品差异化的重要手段。罐头作为保质期长、便于储存的食品形态，在功能性成分的稳定性保持方面可能具有独特优势。

第三，"情绪化"。食品正在成为情绪出口和社交媒介，消费者愿意为"能让自己开心"的产品支付溢价。罐头产品的包装设计、品牌叙事、社交媒体传播等维度都值得深入探索。

第四，"便捷化"。消费者对"方便但不将就"的追求正在推动产品形态和食用场景的创新。罐头产品的"即开即食"特性是便捷化的天然优势，未来可以在食用场景的拓展上做更多文章。

对于中国罐头行业而言，FBIF论坛的启示在于：跳出"罐头=传统食品"的思维定式，将罐头视为"食品保存技术"和"消费场景解决方案"，才能在创新浪潮中找到属于自己的增长路径。

中国农业展望报告(2026-2035)：未来十年农产品贸易格局深度分析

来源：记录中国农产品贸易 | 发布时间：2026-04-20

核心观点

- 未来10年粮食单产水平将提高6.3%，成为粮食增产的关键驱动力
- 大豆进口预计2035年减至8255万吨，比基期下降21.5%
- 畜产品进口预计延续下降态势，国内产能释放将持续替代进口需求
- 蔬菜、水果、水产品等优势农产品出口有望持续增长
- 农产品优质优价特征将更加明显

完整解读

【报告背景与核心结论】 2026年4月20日，农业农村部市场分析预警团队撰写的《中国农业展望报告（2026—2035）》在北京正式发布。这是我国连续第12年发布的农业展望报告，通过对粮棉油糖等20种（类）主要农产品的生产、消费、贸易、价格走势进行系统分析和预测，为政府决策、企业经营和农民生产提供信息指引。

报告的核心结论是：未来10年，粮食和重要农产品综合生产能力将显著增强，多元化食物供给体系将更加完善，农产品供需将迈向高水平动态平衡新阶段。这一判断建立在单产提升、消费升级、贸易格局重构等多重因素的综合分析之上。

【单产提升：粮食增产的核心驱动力】 报告预测，2026年粮食产量将

达到7.16亿吨，比上年增长0.2%；到2030年增至7.33亿吨，2035年进一步增至7.53亿吨，比基期年均增长0.7%。值得注意的是，单产提升将成为粮食增产的关键驱动力，预计未来10年粮食单产水平将提高6.3%。这一趋势背后的支撑因素包括：高标准农田建设的持续推进、种业振兴行动的深入实施、以及智能农机、物联网、大数据等现代技术在农业领域的深度渗透。具体到玉米和大豆两种主要作物，预计2030年单产将分别提高至485千克/亩和174千克/亩。对于罐头行业而言，这一趋势的影响是多方面的。一方面，粮食增产有助于稳定原材料供应价格，降低罐头企业的原料成本波动风险；另一方面，单产提升带来的农产品商品化率提高，将为罐头加工提供更加充足的原料来源。

【贸易格局重构：进口下降与出口增长并行】 展望未来10年，农产品贸易格局将呈现显著的“再平衡”特征。报告预测，粮食进口呈下降趋势，预计2035年减至1.15亿吨，比基期下降25.5%。其中，大豆进口将减至8255万吨，比基期下降21.5%；棉花、食用植物油、食糖进口量分别比基期下降28.2%、28.2%和8.7%。进口下降的主要原因是国内农业生产效率提高带来的供给能力增强。随着粮食单产水平的提升和种植结构的优化，大宗农产品的自给率将逐步提高，对国际市场的依赖度将相应下降。这对于罐头行业的原料采购策略具有重要启示：未来国产原料的可获得性将逐步提升，罐头企业可以更多地考虑使用国产原料替代进口原料，以降低供应链风险。与此同时，优势农产品的出口有望持续增长。报告预测，蔬菜、水果、水产品出口将分别比上年增长6.4%、5.0%、3.9%。这一趋势对于出口导向型罐头企业而言是利好信号，表明中国农产品在国际市场的竞争力仍在增强。

【消费结构升级：量稳质增的新格局】 报告对未来10年的消费趋势进行了系统分析。在肉类消费方面，猪肉消费将比基期年均减少0.7%，而禽肉消费将比基期年均增长1.9%，牛肉、羊肉消费呈先降后增趋势。这一消费结构的变化将对罐头行业的产品结构产生直接影响——禽肉罐头可能迎来增长机遇，而传统猪肉罐头的市场增速可能放缓。在奶类消费方面，低温奶消费旺盛，奶酪、黄油等干乳制品在茶饮、烘焙等渠道广泛应用，优质生鲜乳消费空间持续拓展。预计2035年奶类消费量将达6764万吨，比基期年均增长1.6%。奶类消费的升级将为乳制品罐头（如炼乳罐头、奶粉罐头等）带来新的市场机会。在蔬果消费方面，品质需求提升明显，加工消费成为增长引擎。预计2035年水果加工消费量将比基期年均增长1.2%。这一趋势对于水果罐头行业而言是明确的利好，表明下游加工需求将持续扩容。

【价格走势：优质优价特征将更加明显】

报告预测，未来10年农产品价格总体趋涨，优质优价现象将更加明显。这一判断基于以下分析：首先，生产成本持续上涨。生产资料、劳动力及土地租金等成本的刚性上涨，将推动粮食价格呈波动上涨趋势。其次，供需关系改善。随着国内供给能力的增强和国际市场对国内价格影响力的趋弱，部分品种的价格波动幅度有望收窄。第三，消费升级驱动。消费者对高品质、安全健康农产品的支付意愿增强，将推动优质农产品获得更高的价格溢价。对于罐头企业而言，价格走势的影响需要辩证看待。一方面，原材料价格上涨将压缩产品利润空间，增加成本控制压力；另一方面，优质优价趋势为产品升级提供了定价空间，企业可以通过提升产品品质来获取溢价，而非单纯的价格竞争。

【长期影响与战略启示】 从更长期的视角来看，《中国农业展望报告》描绘了一幅中国农业高质量发展的蓝图。这一蓝图的实现，将对罐头行业产生深远影响：第一，原料供应的“确定性”增强。随着国内农业产能的提升和供应链的完善，罐头企业获取稳定原料供应的确定性将增强，有助于降低供应链断裂风险和价格波动风险。第二，产品升级的“天花板”抬升。随着消费升级和优质优价趋势的深化，罐头企业进行产品高端化升级的市场空间将扩大，有助于提升行业整体盈利水平。第三，国际竞争力的“根基”稳固。随着国内农业效率的提升和农产品品质的改善，中国罐头产品在国际市场的竞争力有望进一步增强。建议罐头企业从以下维度进行战略布局：一是加强与国内原料供应商的战略合作，建立长期稳定的供货关系；二是加大产品研发投入，在健康化、高端化、功能化方向进行差异化竞争；三是关注消费趋势变化，及时调整产品结构以适应市场需求的结构性变化；四是提升质量管理水平，以优质优价的市场逻辑取代低价竞争的传统模式。

核心观点

- 2026年3月美国鲜番茄价格创8年新高，同比上涨23%
- 墨西哥番茄关税是价格上涨的首要因素，税率约17%
- 伊朗战争导致能源价格飙升，推高番茄运输成本
- 极端天气影响全球番茄主产区供应
- 美国对加工番茄相对绝缘，但对金属包装征收关税影响罐头成本

完整解读

【价格飙升的现状与背景】 2026年3月，美国鲜番茄价格飙升至每磅约2.26美元，创下8年来的价格新高。根据美国劳工统计局的数据，3月份番茄价格单月上涨15%，此前2月份已上涨6%。这是自2025年4月以来美国番茄价格23%的年度涨幅中的最新一轮上涨。 值得关注的是，这一涨幅是在所有消费品和服务中最高的（能源商品如汽油和燃料油除外）。番茄作为美国消费者餐桌上最常见的蔬菜之一（仅次于土豆），其价格的剧烈波动对居民消费支出和通胀水平都产生了显著影响。 从全球视角来看，番茄价格的上涨并非美国市场的孤立现象。联合国粮农组织（FAO）的数据显示，植物油价格指数在2026年3月同比大幅上涨13.2%，这与番茄种植所需的投入品成本上升密切相关。全球番茄市场正在经历关税、气候与地缘政治因素的三重冲击。 【关税政策：墨西哥番茄成为焦点】 美国对进口墨西哥鲜番茄征收约17%的关税，是推动价格上涨的首要因素。根据美国商务部长霍华德·卢特尼克（Howard Lutnick）的声明，征收进口税的必要性在于保护美国农民免受“不公平贸易行为对番茄等产品价格的损害”。 这一关税政策的背景是美国番茄市场的贸易结构高度依赖墨西哥进口。数据显示，美国约70%的番茄供应依赖进口，其中墨西哥约占美国进口新鲜番茄的90%。这种高度集中的供应结构，使得美国市场对墨西哥番茄的任何供应变化都高度敏感。 然而，问题的复杂性在于，美国无法轻易地从其他国家或其他国内供应来源来替代墨西哥番茄。一方面，美国本土番茄生产高度依赖特定产区（佛罗里达州和加利福尼亚州是最大的国内供应商），这些产区在冬季和春季的供应能力有限；另一方面，番茄作为高度易腐的农产品，对供应链的响应速度要求很高，难以在短期内大幅调整供应来源。 值得注意的是，白宫虽然对许多农产品实施了关税豁免，但墨西哥进口的新鲜番茄是少数未获得豁免的主要特种作物之一。这种“选择性豁免”政策使得番茄行业承受了更大的关税压力。

【气候因素：极端天气冲击全球供应】

气候因素是推动番茄价格上涨的另一重要因素，且呈现出全球性影响特征。 在美国国内市场，佛罗里达州的番茄作物在2025年12月至2026年1月期间遭受了多次冬季冻害和风暴袭击，导致“关键的春季过渡窗口期”的供应显著减少。这一时段正是美国本土番茄供应的淡季，墨西哥番茄是主要补充来源，但墨西哥作物同样受到天气和病害问题影响，番茄产量低于正常水平。 在全球范围内，极端天气正在影响主要番茄产区的生产。西班牙早些时候因不利条件和病害压力导致的短缺，展示了局部失衡如何迅速转化为区域性价格飙升。意大利、法国等传统番茄产区的温室生产正在恢复，但能源成本高企仍是制约因素。 对于罐头行业而言，气候因素的影响需要从两个维度来理解：一是新鲜番茄供应的波动将影响番茄原料的价格；二是气候变化正在成为番茄产业的长期性风险因素，需要在供应链管理中進行系统性应对。

【地缘政治：伊朗战争推高能源成本】 伊朗战争导致的能源价格飙升，正在通过多种途径传导至番茄价格。布伦特原油作为全球油价基准，已从冲突前的约70美元/桶上涨至约95美元/桶，涨幅超过35%。 能源价格对番茄价格的影响是多维度的：首先，柴油价格是番茄运输的核心成本，物流成本的上升直接推高了终端销售价格；其次，温室种植所需的加热能源成本大幅上升，影响了欧洲等地区温室番茄的产量和成本；第三，农业投入品（如化肥、农药）的生产和运输成本与能源价格高度相关。 据专家分析，能源价格向消费者价格的传导通常需要1-2个月的滞后期。这意味着，未来几个月番茄及其他生鲜农产品价格仍可能继续上涨。对于罐头企业而言，这一趋势的影响体现在两个方面：一是番茄原料的采购成本可能继续上升；二

是下游客户可能面临消费抑制，进而影响罐头产品的需求。【加工番茄 vs. 新鲜番茄：差异化的市场表现】与新鲜番茄市场形成对比的是，美国在加工番茄（如番茄酱、番茄酱罐头所用原料）方面实际上是贸易顺差。加利福尼亚州是美国加工番茄的主要产区，其产量足以满足国内需求并有出口能力。然而，加工番茄市场并非完全“免疫”于当前的价格冲击。钢铁和铝等包装材料的关税正在影响罐头产品的生产成本。数据显示，3月份罐装水果和蔬菜的价格同比上涨约6%，虽然涨幅低于新鲜番茄，但成本压力正在向消费端传导。这一分化趋势对中国番茄罐头出口企业而言既是机遇也是挑战。一方面，新鲜番茄价格的上涨可能促使部分消费者转向加工番茄产品（如番茄罐头），增加对加工番茄制品的需求；另一方面，包装材料成本的上升和物流成本的上涨，正在压缩出口企业的利润空间。【市场展望与应对建议】

展望未来，番茄价格的走势将取决于多重因素的演化：关税政策的走向是关键变量之一。如果美墨之间的贸易谈判取得进展，关税取消或降低，墨西哥番茄供应可能恢复，价格压力将有所缓解。但如果关税政策持续，供应紧张格局可能延续。气候因素方面，季节性规律显示鲜番茄价格可能在夏季有所回落，因为此时美国本土和墨西哥的供应都会增加。但气候变化导致的极端天气事件频率上升，意味着季节性规律的有效性正在下降。能源价格的走势取决于地缘政治形势的发展。如果中东局势持续紧张，能源价格可能维持高位，继续对番茄供应链形成成本压力。对于番茄罐头企业，建议关注以下应对策略：一是优化原料采购策略。分散采购来源，避免对单一产区或供应商的过度依赖；在价格低位时适当建立原料库存，增强成本的可预见性。二是加强成本传导能力。在原料成本和包装成本上涨的背景下，适时调整产品定价策略，避免过度牺牲利润；同时通过产品差异化来获取溢价空间。三是强化供应链风险管理。建立完善的气候风险、政策风险识别和应对机制，提高供应链的韧性和抗冲击能力。四是关注市场结构变化。番茄价格上涨可能导致消费者购买行为的结构性变化（如减少购买频次、转向替代品等），需要密切监测市场动态，及时调整市场策略。

新疆番茄产业深度解析：从资源优势到全球竞争力的跃迁之路

来源：新疆番茄公众号 | 发布时间：2026-04-15

核心观点

- 新疆占全国番茄酱产量90%以上，出口量占全国70%以上
- 2024年全球番茄制品出口中，中国占比31.2%位居首位
- 2025年新疆加工番茄种植面积骤降37.5%至不足100万亩
- 大桶番茄酱出口均价从2024年的1000美元/吨跌至675美元/吨
- 新兴市场（阿联酋、巴西、智利）成为出口增长新支撑点

完整解读

【产业地位与全球格局】新疆作为中国加工番茄的核心产区，在中国乃至全球番茄制品市场中占据举足轻重的地位。根据行业数据，新疆加工番茄产量占全国总产量的80%以上，番茄酱出口量占全国总出口量的70%以上。更重要的是，新疆番茄酱年出口量约占全球贸易总量的25%，这意味着世界每消耗4瓶番茄酱，就有1瓶的原料来自新疆。从全球视角来看，中国是最大的番茄酱出口国。根据2024年数据，中国番茄制品出口量占全球的31.2%，稳居全球首位。新疆作为中国番茄酱出口的核心产区，其产业动态直接影响全球番茄酱市场的供需平衡和价格走势。【自然禀赋：不可复制的产业优势】新疆番茄产业的优势，首先建立在其得天独厚的自然禀赋之上。新疆拥有发展番茄产业无可比拟的自然条件：日照资源丰富：新疆全年日照时数可达2550-3300小时，在全国各省区中位居第一。充足的日照为番茄的光合作用提供了良好条件，促进其快速生长，并使番茄色泽更加鲜亮，营养价值更高。研究显示，新疆番茄的番茄红素含量明显高于其他

地区，红色素含量可达62毫克/100克，远超希腊、意大利等国的平均水平。气候条件独特：夏季气温高、昼夜温差大，番茄生长期可达七个月以上。较大的昼夜温差有利于番茄积累糖分和营养物质，使得新疆番茄“汁多、肉厚、味浓”。每100克新疆番茄果肉含有5.5克谷维素，也远超中国沿海地区的平均水平。灌溉水源优质：源自冰川融水的灌溉体系，富含钙、镁、钾等矿物元素，不仅提升了番茄的口感风味，还使微量元素含量显著增加。生态条件优越：新疆年均降水量不足200毫米的干燥气候条件，有效抑制了真菌病害的传播，减少了农药使用，进一步保障了番茄的品质安全。

这些自然条件的组合，形成了新疆番茄难以复制的品质优势，是新疆番茄产业长期竞争力的根本来源。

【产业规模与技术进步】经过40多年的发展，新疆番茄产业已形成完整的全产业链体系。目前，新疆拥有200多家番茄加工企业，占全国番茄加工企业数量的80%以上，构建了从育种、种植、加工到销售的完整产业链。在种植环节，机械化水平显著提升。根据新疆农业部门的数据，2024年加工番茄耕种收综合机械化水平达到98.5%，其中机播、机收率均达到97.5%以上。这一机械化水平在全国农作物中处于领先水平，大幅降低了人工成本对产业竞争力的影响。在加工环节，企业不断加大科技研发投入。中粮屯河旗下种业公司研发出具有自主知识产权的番茄品种32个，市场占有率达28%。通过中粮番茄信息化管理平台，企业可以根据消费者对不同产品的需求，在最佳成熟期选择最合适的品种安排采收，整个去皮番茄罐头生产已经可以做到6小时锁鲜。在物流环节，创新模式正在打通出口通道。2024年，一列载有82个集装箱番茄酱的专列从乌鲁木齐出发，途经里海巴库，仅需30天即可抵达意大利那不勒斯。这得益于中远海运创新的“以箱代库”模式，有效解决了新疆农产品出口的物流瓶颈。

【2025年产业调整：困境与转型】2025年，新疆番茄产业经历了剧烈的调整。根据《2025年中国加工番茄产业发展白皮书》及世界番茄加工委员会（WPTC）数据显示，中国加工番茄种植面积实际不足100万亩，较2024年的160万亩骤降37.5%；产量骤降53%至490万吨，减产幅度位居全球各主产区首位。这一调整背后是多重因素共同作用的结果：首先是前期产能过剩的滞后影响。2022-2024年，由于全球番茄产量高位运行，行业库存高企，价格持续低迷，企业普遍亏损。以中粮屯河为例，其番茄业务2025年上半年亏损达1.47亿元。其次是国际竞争加剧。阿根廷、土耳其等新兴产区凭借更低的生产成本逐步扩大全球市场份额，对中国形成竞争挤压。同时，国内行业内部同质化竞争突出，进一步压缩出口盈利空间。第三是成本上升压力。受地缘政治冲突、全球贸易格局重构影响，2025年国际航运费用整体处于高位运行，大幅增加了出口物流成本。第四是产品结构失衡。80%以上的中国番茄制品为中低端大包装原料酱，附加值偏低，对价格波动更为敏感。同时，现有加工番茄品种多适配出口需求，难以满足中式烹饪的口感、风味需求，存在供需错配问题。

【价格走势与市场展望】

2025年中国大桶番茄酱价格呈现“上半年低位运行、下半年企稳回升”的走势特征：上半年，受2024年产季全球番茄供应过剩、库存压力居高不下的影响，价格持续低迷，大桶番茄酱出口均价从2024年的1000美元/吨跌至675美元/吨，降幅达32.5%。出口额同比下滑32.22%，其中大桶番茄酱出口量减少33%。下半年，随着全球番茄主产区减产预期逐步兑现，叠加国内餐饮市场温和复苏、预制菜行业持续发力，需求端支撑力度增强，大桶番茄酱价格逐步企稳并出现小幅上涨势头。银河证券预测，2025年底价格有望突破850美元/吨，较当时的价位涨幅超过10%。展望未来，新疆番茄产业既面临挑战，也迎来机遇：挑战方面：一是国际竞争压力持续存在，阿根廷、土耳其等新兴产区的成本优势短期难以改变；二是全球贸易格局重构带来的不确定性；三是气候变化的长期影响；四是内需市场培育需要时间。机遇方面：一是全球番茄产业减产带来的供需再平衡机遇；二是“一带一路”及新兴市场的增长动能（非洲、中亚、中东部分国家的份额与增长动能显著增强）；三是国内预制菜市场的持续扩容（火锅底料中番茄口味占比超60%）；四是产业升级带来的附加值提升空间。

【产业升级路径与建议】

基于以上分析，新疆番茄产业的转型升级应重点关注以下方向：第一，产品结构优化。降低中低端大包装原料酱的占比，提升小包装番茄酱、番茄丁、番茄沙司等终端产品的比重，增强产品差异化和溢价能力。第二，内需市场开拓。加大在国内市场的品牌建设和渠道拓展力度，抓住预制菜市场扩容的机遇，开发适合中式餐饮的番茄制品。第三，品种创新。研发更加适配国内消费者口味的番茄品种，解决供需错配问题，提升国内市场的产品竞争力。

第四，供应链效率提升。继续推进机械化、信息化建设，降低生产成本，提升供应链响应速度。第五，新

兴市场深耕。巩固"一带一路"沿线国家市场，拓展非洲、中东等新兴市场，分散市场风险，寻找新的增长点。对于从事番茄罐头进出口业务的企业而言，建议密切关注新疆番茄产业动态，把握价格周期波动带来的贸易机会，同时加强供应链管理，降低单一来源依赖风险，提升应对市场变化的能力。

2.2 跨账号观点碰撞

观点一：标准升级的危与机

食品伙伴网订阅号发布的GB 7098-2025新国标解读，与欧盟双酚A管控指南的发布形成呼应。两大标准同时收紧，对罐头出口企业提出了更高的合规要求。

观点二：内销崛起的市场机遇

进出口趋势预测发布的罐头行业报告指出，2025年中国罐头市场规模达1850亿元，内销占比58%首次超过出口。与之呼应的是FBIF论坛嘉宾观点：国内消费升级为罐头行业提供了新的增长空间。

观点三：番茄市场的全球联动

全球番茄价格飙涨是多因素共振的结果。关税政策、地缘政治、气候因素共同推动价格上涨。中国作为全球最大的番茄酱出口国，既面临成本压力，也拥有结构性优势。

观点四：长期趋势的研判差异

记录中国农产品贸易发布的农业展望报告预测，未来10年中国优势农产品出口将持续增长。而FoodTalks的分析则更关注消费端的变革力量。

2.3 金梅有礼1975专栏

品牌故事：老字号的国潮转型

金梅有礼1975公众号深度剖析了老字号品牌在新时代的转型路径。以苏州老字号金梅品牌为例，其在坚守传统工艺的同时，积极拥抱数字化营销和国潮文化，实现了品牌年轻化和市场扩容的双重突破。

案例分析：金梅香醋的国际化探索

通过对金梅香醋被新加坡召回事件的分析，我们发现出口食品面临的技术性贸易壁垒远比想象中复杂。二氧化硫超标等看似微小的指标差异，可能导致整批次产品被拒。

对罐头外贸企业的启示

对于罐头外贸企业而言，老字号的转型经验具有重要的借鉴意义。在保持产品品质的同时，如何讲好品牌故事、如何适应不同市场的合规要求，是所有出口企业都需要思考的问题。

第三部分：趋势研判与行动建议

本周核心结论

- 外贸开门红延续：一季度外贸进出口11.84万亿元，同比增长15%，外贸发展保持强劲韧性
- 罐头出口稳健增长：福建省罐头出口规模位居全国第一，宁波番茄酱罐头出口增长超100%
- 价格指数回升：FAO食品价格指数3月环比上涨2.4%，植物油和食糖涨幅居前
- 标准升级加速：GB 7098-2025新国标实施，欧盟双酚A管控趋严，出口合规压力加大
- 内销市场崛起：罐头行业内销占比首超出口，预制菜等新场景带来新机遇

罐头外贸企业行动建议

第一，把握政策红利窗口期

- 充分利用RCEP等区域贸易协定的关税减让政策
- 积极申请出口罐头批次检验改革试点
- 关注海关便利化措施，提升通关效率

第二，强化合规能力建设

- 尽快完成GB 7098-2025新国标的合规对接
- 建立欧盟双酚类物质的供应链管控体系
- 完善质量追溯体系，提升产品可追溯性

第三，优化市场与产品结构

- 加大新兴市场开拓力度（非洲、中东、东南亚）
- 推进产品结构升级，提升深加工产品比重
- 关注预制菜市场机会，开发适合新场景的产品

第四，加强供应链风险管理

- 建立原材料价格监测和预警机制
- 分散采购来源，降低单一供应商依赖
- 适时开展套期保值业务，锁定成本

第五，抓住内销市场机遇

- 关注国内消费升级带来的高端罐头需求
- 探索电商、直播等新渠道的合作机会

- 加强品牌建设，提升产品溢价能力