

食品市场与洞察周报（2026年5月21日）

报告时间：2026年5月21日

数据来源：海关总署、商务部、农业农村部、联合国粮农组织、各行业公众号等

免责声明：本报告基于公开信息整理，不构成任何投资或业务建议。

第一部分：官方数据速递

1.1 进出口动态

1. 2026年1-4月全国食品贸易进出口同比增长6.5%

指标	数值
进出口总额	5948.6亿元
同比增长	6.5%
进口额	4092.2亿元
进口同比增长	8.8%
出口额	1856.4亿元
出口同比增长	1.9%
对RCEP经济体进出口	3.13万亿元
占全国食品贸易比重	31.2%

背景分析：2026年前4个月中国食品贸易呈现稳健增长态势，进出口总额达5948.6亿元，同比增长6.5%。这一增长背后有多重驱动因素：首先，全球经济温和复苏带动国际食品贸易需求回升，特别是亚太地区经济活力增强，中国对RCEP其他经济体的食品贸易额达到3.13万亿元，占全国食品贸易总额的31.2%，区域经济合作红利持续释放。其次，国内消费市场稳步恢复，消费者对进口食品特别是高品质、特色化食品的需求持续增长，推动进口额同比增长8.8%，增速明显高于出口。第三，RCEP等自贸协定的深度实施，降低了区域内贸易成本，促进了食品贸易便利化。从历史对比来看，这一增速较2025年同期的4.2%有所提升，显示出中国食品贸易正在逐步摆脱疫情后期的调整期，进入新一轮增长通道。进口增速高于出口的结构特征，反映出国内消费升级的趋势正在深化，消费者对进口肉类、乳品、酒类等产品的需求持续旺盛。RCEP食品安全合作论坛的召开，也为区域内食品贸易合作搭建了更高水平的平台，将进一步促进贸易规则对接和标准互认。

市场影响分析：这一数据对食品贸易市场产生了多维度的影响。首先，进口的快速增长（8.8%）加剧了国内食品市场的竞争，特别是在高端肉类、乳制品、酒类等领域，进口品牌与国产品牌的竞争更加激烈。对罐头食品企业而言，进口水果、肉类等原料成本的变化将直接影响生产成本，需要密切关注进口价格趋势。其次，出口增长相对温和（1.9%），反映出国际市场需求恢复仍不均衡，传统欧美市场需求疲软，而东盟、中东等新兴市场增长较快。第三，区域贸易占比提升（RCEP占31.2%）意味着区域内供应链的重要性增强，企业需要更加重视区域市场布局。第四，贸易结构的变化将推动国内食品产业升级，迫使企业提升产品质量和品牌影响力，以应对进口产品的竞争。对罐头外贸企业而言，这一趋势既是挑战也是机遇：挑战在于进口原料可能带来的成本波动，机遇在于区域贸易增长带来的出口市场拓展空间，以及进口食品增长带动的国内消费者对高品质罐头产品的认知提升。

业务建议：罐头外贸企业应采取以下策略应对市场变化：1. 优化市场布局，加大对RCEP经济体特别是东盟、澳大利亚、新西兰等市场的开拓力度，充分利用RCEP关税减免政策，降低出口成本，提升产品竞争力。2. 加强供应链风险管理，建立进口原料价格监测机制，通过长期合同、套期保值等方式锁定成本，应对国际市场价格波动。3. 提升产品品质和品牌建设，借鉴进口食品的成功经验，开发高品质、差异化的罐头产品，满足国内消费升级需求，同时增强国际市场竞争力。4. 积极参与区域食品安全合作，关注RCEP食品安全合作论坛的成果，提前适应区域内食品安全标准和监管要求，为产品进入区域市场做好准备。5. 探索跨境电商等新型贸易方式，拓展销售渠道，特别是针对东南亚等新兴市场，利用电商平台快速建立品

牌认知和销售网络。6. 加强与国内进口食品企业的合作，学习其市场运营和品牌建设经验，甚至可以探索联合开发产品或渠道的可能性，实现优势互补。

2. 2026年一季度中国桃罐头出口量增10%，均价下降3%

指标	数值
出口总量	4.05万吨
总金额	4426万美元
平均单价	1094美元/吨
数量同比增长	10%
金额同比增长	7%
均价同比下降	3%
对美国出口量	1.05万吨（占26%）
对美国出口增长	26%

背景分析：2026年一季度中国桃罐头出口呈现量增价跌的态势，出口总量达到4.05万吨，同比增长10%，但出口金额仅增长7%，导致平均单价下降3%至1094美元/吨。这一现象背后反映了全球桃罐头市场的多重变化：首先，全球番茄制品库存高企的传导效应正在影响整个水果罐头市场，采购商更加谨慎，价格敏感度提升，导致中国企业不得不以价换量。其次，美国市场需求强劲，一季度对美出口1.05万吨，同比增长26%，占出口总量的26%，这主要得益于美国经济复苏和餐饮市场恢复，以及中国产品的性价比优势。第三，日本市场出现明显下滑，对日出量同比减少18%，金额下降21%，反映出日本经济疲软和消费能力下降，以及东南亚其他国家产品的竞争加剧。第四，墨西哥、泰国等新兴市场增长迅速，对墨西哥出口增长21%，对泰国增长10%，显示出中国企业正在积极开拓新兴市场。从省份分布看，山东省仍是最大出口省份，出口量1.20万吨，占30%，安徽省增长19%，显示出产业向中西部转移的趋势。值得注意的是，均价下降3%虽然幅度不大，但反映出国际市场竞争加剧，中国桃罐头产业正面临成本上升与价格下行的双重挤压。

市场影响分析：桃罐头出口量增价跌的市场格局对行业产生了深远影响。首先，量增价跌导致行业利润空间进一步压缩，特别是中小出口企业面临更大的生存压力，可能引发行业整合和洗牌。龙头企业凭借规模效应和品牌优势有望进一步扩大市场份额。其次，美国市场的强劲增长（26%）使其战略地位更加突出，但过度依赖单一市场也带来了风险，企业需要警惕美国贸易政策变化和市场波动的影响。第三，日本市场的持续下滑警示企业不能忽视传统市场的维护，需要通过产品创新和差异化策略来稳定传统市场份额。第四，新兴市场（墨西哥、泰国等）的快速增长为企业提供了新的增长点，但也需要企业投入更多资源进行市场培育和渠道建设。第五，安徽等中西部省份出口的快速增长，反映出产业转移带来的成本优势正在显现，这可能进一步加剧行业内部的区域竞争。第六，均价下降3%虽然在可控范围内，但如果这一趋势持续，将对整个行业的盈利能力产生负面影响，迫使企业通过技术创新、产品升级来提升附加值。对罐头外贸企业而言，这一市场环境既有机遇也有挑战，关键在于如何在保持市场份额的同时，提升产品附加值和盈利能力。

业务建议：针对桃罐头出口市场的新形势，企业应采取以下策略：1. 优化市场结构，在巩固美国等传统优势市场的同时，加大对墨西哥、泰国、智利等新兴市场的开拓力度，降低对单一市场的依赖，分散市场风险。2. 实施产品差异化策略，针对不同市场开发特色产品，如针对美国市场开发有机桃罐头、低糖健康产品，针对日本市场开发小包装、高端礼品装产品，通过产品差异化提升定价能力，避免低价竞争。3. 加强成本控制，通过规模化采购、生产工艺改进、供应链优化等方式降低生产成本，消化价格下降带来的利润压力。4. 提升品牌建设，通过参加国际食品展会、建立海外营销网络、开展国际认证等方式提升品牌国际知名度和影响力，从价格竞争转向品牌竞争。5. 探索国内国际双循环，在扩大出口的同时，积极开拓国内市场，利用出口产品的品质优势满足国内消费升级需求，实现两条腿走路。6. 加强行业自律，避免恶性价格竞争，通过行业协会建立价格协调机制，共同维护市场秩序，保护行业整体利益。7. 关注产业转移趋势，对于有条件的企业，可以考虑在安徽等成本较低的地区建立生产基地，利用区域优势降低生产成本。

第二部分：公众号深度解读

2.1 核心文章解读

核心观点

- 中国番茄种植呈现“北粉南红”的区域格局，北方以粉果为主，南方以红果为主
- 产业功能划分为三大板块：山东河北河南的鲜食番茄主产区、南方的秋冬露地红果产区、西北的加工番茄产区
- 新疆加工番茄产量占全球约23%，位居世界第一，已实现99%全程机械化
- 番茄价格波动明显，2026年1月批发均价同比上涨80.9%，4月随着南方产区放量价格回落

数据与案例：2024年中国加工番茄产量达1045万吨，占全球约23%；2026年1月番茄批发均价达8.61元/公斤，同比上涨80.9%；新疆加工番茄从采收到制成果酱，24小时内就能完成；粉果早春日光温室主要分布在河北保定、河南郑州、山东等地，11月到次年1月播种。

业务启示：对于罐头外贸企业而言，番茄产业的周年供应体系意味着原料供给的稳定性显著提升，但同时也需要关注价格波动带来的成本风险。新疆作为全球最大的加工番茄产区，其机械化水平和产业集中度不断提高，企业可以考虑与新疆产区建立长期战略合作关系，锁定优质原料供应。同时，随着国内番茄制品消费潜力的释放，企业在拓展国际市场的同时，也应关注国内市场的机会，实现内外贸协同发展。

完整解读

背景分析

番茄作为全球最重要的蔬菜作物之一，在中国的种植规模和产量均位居世界前列。中国以年产约6600万吨、种植面积约1600万亩的规模稳居全球首位，相当于全球每三个番茄中就有一个产自中国。如此庞大的产业规模背后，是高度区域化、专业化的种植布局 and 精密的周年供应体系。

从种植格局来看，中国番茄产业最鲜明的特征是“北粉南红”的区域分化。这种分化源于南北消费者的口味偏好差异：北方人偏爱口感沙绵、颜色粉靓的番茄，适合生吃或炒菜；南方市场则青睐质感坚硬、颜色鲜红的红果，更耐运输和储存。这种消费偏好的差异直接决定了品种布局——北方以保护地粉果为主，春季种植面积约180万亩；南方则以露地红果居多，主要集中在秋冬茬口。

从产业功能划分来看，中国番茄种植可归为三大板块。第一大板块是山东、河北、河南三省，这是鲜食番茄的“产量冠军”，种植规模最大，以设施栽培为主，供应京津冀和长三角的核心市场。第二大板块是南方“南菜北运”产区，包括云南、广西、四川、福建等地，利用冬季温暖的气候优势，在每年11月至次年4月向北方输送鲜果，是平抑冬春菜价的关键力量。第三大板块是西北加工番茄产区，以新疆为核心，内蒙古、甘肃为补充，这里是中国番茄产业的“隐形冠军”。

第三部分：趋势研判与行动建议

本周核心结论

- 食品贸易稳中有进，RCEP红利持续释放：**2026年一季度中国食品贸易进出口同比增长6.5%，对RCEP成员国贸易额增长7.3%，区域经济合作红利成为食品贸易增长的核心引擎。
- 原料价格分化波动，成本管理成为关键：**国际食品价格温和上涨，国内玉米、调味品、食用油等原料价格呈现分化波动特征，企业成本管理和风险对冲能力重要性凸显。
- 政策环境持续优化，贸易便利化水平提升：**牛肉进口配额管理、跨境贸易便利化专项行动等政策出台，既为产业发展创造了良好环境，也要求企业提升政策研究和利用能力。
- 产业升级加速推进，健康化科技化是方向：**番茄产业价值重塑、新食品原料应用、AI驱动风味设计等趋势表明，食品产业正在向健康化、功能化、科技化方向加速升级。
- 国际化进程加快，双循环格局逐步形成：**中国食品出口保持增长，进口需求持续扩大，国内国际双循环相互促进的新发展格局正在逐步形成，为罐头企业提供了广阔的发展空间。

罐头外贸企业行动建议

一、市场拓展策略

- 深耕RCEP区域市场：**制定专门的RCEP市场开拓策略，充分利用关税减免和贸易便利化政策，重点开拓东盟、日韩、澳新等市场，针对不同市场特点开发适销对路的罐头产品。

2. **布局中亚及俄罗斯市场：**抓住吉木乃口岸等边境口岸贸易爆发式增长的机遇，在新疆设立加工基地，利用当地丰富的果蔬原料和便捷的出口通道，开拓中亚及俄罗斯市场。
3. **拓展国内消费市场：**顺应国内消费升级趋势，开发适合国内消费者需求的高品质、差异化罐头产品，加强品牌建设和市场营销，提升国内市场份额，实现内外贸协同发展。
4. **探索新型贸易方式：**积极利用跨境电商、市场采购贸易、边民互市等新型贸易方式，拓展销售渠道，降低贸易成本，提升市场响应速度。

二、供应链优化策略

1. **建立多元化原料采购体系：**实施全球原料采购战略，建立国内外结合、多渠道互补的原料采购体系，降低对单一来源和单一市场的依赖，增强供应链韧性。
2. **优化区域供应链布局：**充分利用RCEP原产地累积规则，在区域内优化供应链布局，降低整体生产成本，提升供应链效率。
3. **加强价格风险管理：**建立原料价格监测和预警机制，通过长期合同、套期保值、战略库存等方式，锁定采购成本，应对价格波动风险。
4. **推进供应链数字化转型：**利用区块链、大数据、物联网等技术，实现供应链全流程可视化和可追溯，提升供应链管理效率和透明度。