

## 红枣产业研究

# CONTENTS 目录

- 01 红枣的定义及分类
- 02 红枣行业政策
- 03 红枣行业模式
- 04 红枣行业规律与特性
- 05 红枣行业相关企业

1

红枣的定义及分类



我国部分常见红枣品种基本情况

## 一、红枣的定义及分类

作为一种传统的本土水果，红枣在国内具有极大的市场潜力，现阶段国内红枣的主要用途包括制干、鲜食以及食品加工，而在市场上大多数为制干品种，鲜食品种和兼用品种的种类很少，冬枣是最常见的鲜食品种，也是产量最大的鲜食枣品种。目前国内是全球最大的红枣生产国和消费国。细分品种来看，目前市场常见的品种主要来自我国新疆、陕西、山东、山西和河北五大产区。

品种	特点
新疆和田枣	果形大、颗粒饱满、果肉厚实、皮薄核小、营养丰富，口味更甜醇，和田玉枣的营养和保健价值极高
河北沧州金丝小枣	又名“西河红枣”。果实长圆形，果皮棕红色，果肉青黄，掰开能拉出缕缕晶莹的糖丝，由此得名“金丝小枣”。小枣皮薄、肉厚、核小、质细、味甜，是河北省沧州市的著名特产。
山西骏枣	源自全国红枣之乡山西临县，临县位于晋西黄土高原，这里充足的阳光和温暖的气候使所产红枣营养异常丰富，骏枣较其他红枣比，果实大，呈圆柱形或倒卵形。
陕西黄河滩枣	学名“木枣”。其特点颗粒硕大，呈圆柱形，果肉甜软润香，素称“人参果”。而由于滩枣果大核小，皮薄肉厚，质脆丝长，汁多味甜，甘美醇香，含糖量高，色泽鲜红，水分较少，贮藏期长，品质优良。
新疆若羌红枣	又称为楼兰红枣，个大，核小，皮薄、肉厚。晒干为深红色，才下果时肉脆枣甜，晒干后肉软甜润，吃后余香满口
河北阜平大枣	具有个大、皮薄、肉厚、核小、可食率高、干枣含糖量高等特点。其最突出的特点是脆熟期VC含量高达600mg/100g，有“天然维生素丸”之称。
山西稷山板枣	色红艳而有光，肉厚核小，味道甜香，更为独特的是其久贮不凋、不变形、不生虫，晾干后依然是圆鼓鼓，皮柔韧而富有弹性。生食甜脆，干制品尤甜香。以“枣大核小，枣小无核”而著称，口感细腻无渣，含糖量、维生素和矿物质枣类最高
河南新郑大枣	又名鸡心大枣、鸡心枣，深红色，有光泽，果肉中厚，其核小质密，有很高的药用价值，因皮薄、肉厚、味甜倍受人们青睐
山西太谷壶瓶枣	果形上小下大，中间稍细，形状像壶亦像瓶，故称之为壶瓶枣果实个大、皮薄、肉厚，味甜美，在国内外享有盛誉



## 2

## 红枣行业政策



## 二、红枣行业政策

我国枣行业政策背景呈现出多元化和精准化的趋势。近年来，各级政府及部门针对枣产业发展出台了一系列政策措施，旨在促进枣产业的高质量发展和提升市场竞争力。

近年来我国枣行业相关政策			
时间	部门	相关文件	内容
2023.2	陕西省政府	《关于印发延安市无锡市对口合作实施方案(2022-2026年)的通知》	鼓励无锡电商平台、网络直播平台等针对协作地区特色农畜产品，组织开展直播带货、网络促销等活动，助力打响“延安苹果”“延川红枣”品牌。
2023.3	工业和信息化部	《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》	又名“西河红枣”。果实长圆形，果皮棕红色，果肉青黄，掰开能拉出缕缕晶莹的糖丝，由此得名“金丝小枣”。小枣皮薄、肉厚、核小、质细、味甜，是河北省沧州市的著名特产。
2023.12	山西省政府	《山西省乡村振兴责任制实施细则》	源自全国红枣之乡山西临县，临县位于晋西黄土高原，这里充足的阳光和温暖的气候使所产红枣营养异常丰富，骏枣较其他红枣比，果实大，呈圆柱形或倒卵形，
2024.1	自治区科学技术厅	《关于推动宁夏盐碱地综合利用的科技支撑方案》	学名“木枣”。其特点颗粒硕大，呈圆柱形，果肉甜软润香，素称“人参果”。而由于滩枣果大核小，皮薄肉厚，质脆丝长，汁多味甜，甘美醇香，含糖量高，色泽鲜红，水分较少，贮藏期长，品质优良。
2024.4	新疆维吾尔自治区政府	《中国(新疆)自由贸易试验区建设实施方案》	又称为楼兰红枣，个大，核小，皮薄、肉厚。晒干为深红色，才下果时肉脆枣甜，晒干后肉软甜润，吃后余香满口

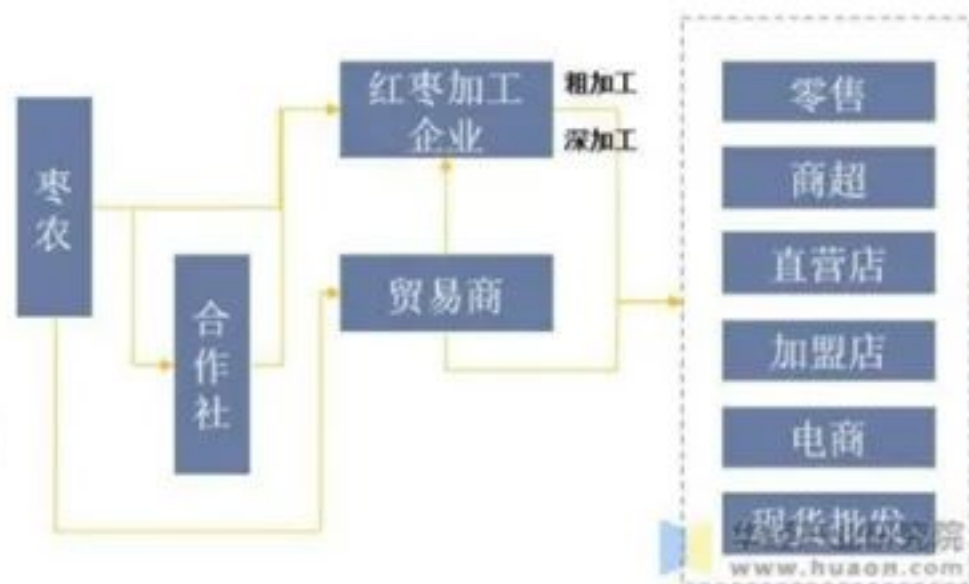
3

红枣行业模式

### 三、红枣行业模式

#### 1、产业链

红枣产业链分为四个环节分别是红枣种植、红枣收购、加工生产、终端消费。红枣种植以基地形式存在居多，散户人均种植在5亩左右，机械化程度不高，以人工采摘居多。我国红枣种植呈现三个显著特点：一是种植区域集中度较高；二是种植面积及产量呈快速上升趋势；三是灰枣品种优势明显。下游行业一般为红枣加工企业，包括初级工和深加工企业。经过多年发展，红枣干果等初级产品行业集中度开始变高。我国枣树种植主要集中在北方地区，并以新疆、河北、山东、陕西、山西等省为主，新疆已成为我国最重要的红枣产区。



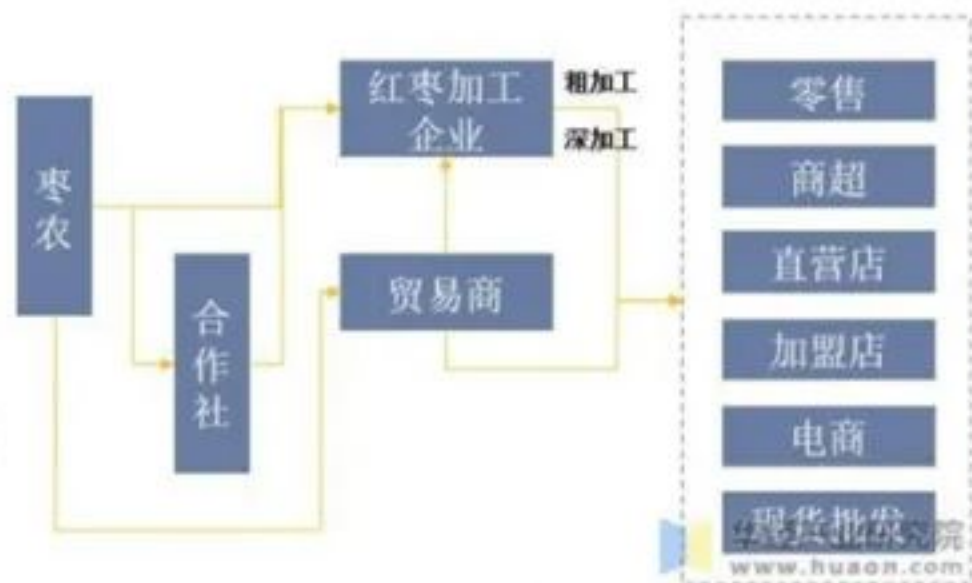


### 三、红枣行业模式

#### 2、加工流通

以初加工为主，深加工产品比例较低。干制是红枣最主要的初级加工方式，大多以原枣的形式销售；红枣加工产品主要有枣片、蜜枣、枣泥等。深加工产品主要有枣醋、枣饮料、口服液等。据调查，红枣通过初加工利润可达20%左右，深加工利润可达到30%以上。

流通呈现“沧州集散、南北分销”的格局。我国红枣集散加工地主要分布在河北沧州崔尔庄和河南新郑孟庄镇，经过集散之后的红枣分别进入华北、东北等北方市场和广州、武汉等南方市



4

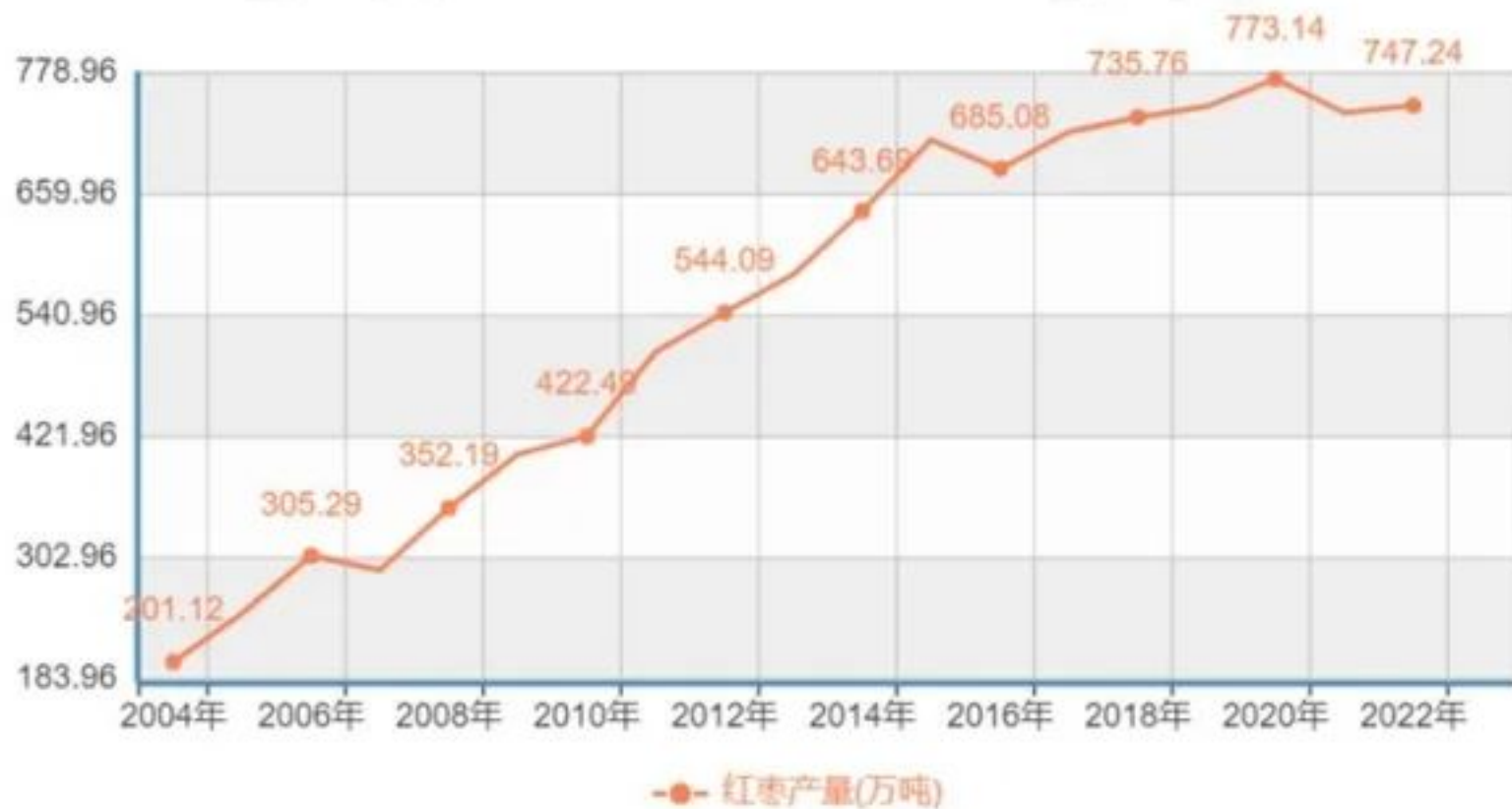
红枣行业规律与特性



## 四、红枣行业规律与特性

### 1、近年产量变化趋势

2004年至2022年，我国红枣产量稳步增长，从2004年的201.12万吨，增长至2022年的747.24万吨，增量达546.12万吨，增幅271.5%，年均复合增长率约为15.08%。从年间同比增长率来看，近十年间，由于2015年红枣产新后出现了近几年第一次价格下滑，2016年产量出现同比下滑。整体而言，我国红枣产量增长趋势稳定，但随着需求市场的逐渐饱和，库存压力推动红枣价格持续下行，产区农户不在盲目扩大枣树种植面积，红枣产量增速逐渐放缓。由此可见，我国的红枣产业规模扩张已经逐渐放缓，单纯通过扩大种植面积，提高生产效率，增加产量以获取高效益、高回报的时代已经过去。





## 四、红枣行业规律与特性

### 2、产区分布

从产区分布来看，近年来，新疆大力发展特色林果产业，红枣产业已经成为当地第一大林果产业，连续多年蝉联我国红枣产量排名第一，在全国产区的优势地位不容动摇。新疆、陕西、河北、山西、山东5个省域的红枣产量一直在我国排名前五，其中，除新疆维吾尔自治区外，其它4个省区都属于历史悠久的传统红枣产区。从各主产区产量变化看，山东、河北、山西产区的优势地位正在逐渐下降，而新疆和陕西产区的优势地位在逐步提升。

地区	2022年	2021年	2020年	2019年	2018年
新疆维吾尔自治区	337.93	345.41	381.25	372.76	361.19
陕西省	127.05	119.03	109.91	99.93	88.03
山西省	79.3	77.24	72.1	65.71	66.22
河北省	78.16	72.86	81.48	78.05	77.12
山东省	61.3	60.8	59.3	63.1	66.2
河南省	11.99	14.89	16.28	18.3	25.23
辽宁省	11.31	11.04	12.29	11.43	10.52
宁夏回族自治区	9.67	7.7	8.2	7.1	5.74
甘肃省	8.7	8.99	9.38	9.1	9.07
其他	21.83	22.2	22.88	20.9	26.44





## 四、红枣行业规律与特性

### 2、产区分布

从各产区具体产量来看，2022年，新疆产区的红枣产量占我国的比重达45.22%，坐拥我国红枣产业的半壁，独占我国红枣生产的第一梯队；紧随其后的陕西、河北、山西、山东四个传统优势主产区产量维持在50~100万吨，排列在第二梯队；而河南、辽宁、甘肃、宁夏组成了5~20万吨产量的第三梯队；其余省份产量均低于5万吨，在全国比重不足0.5%，列为第四梯队。



## 四、红枣行业规律与特性

### 3、市场集中度

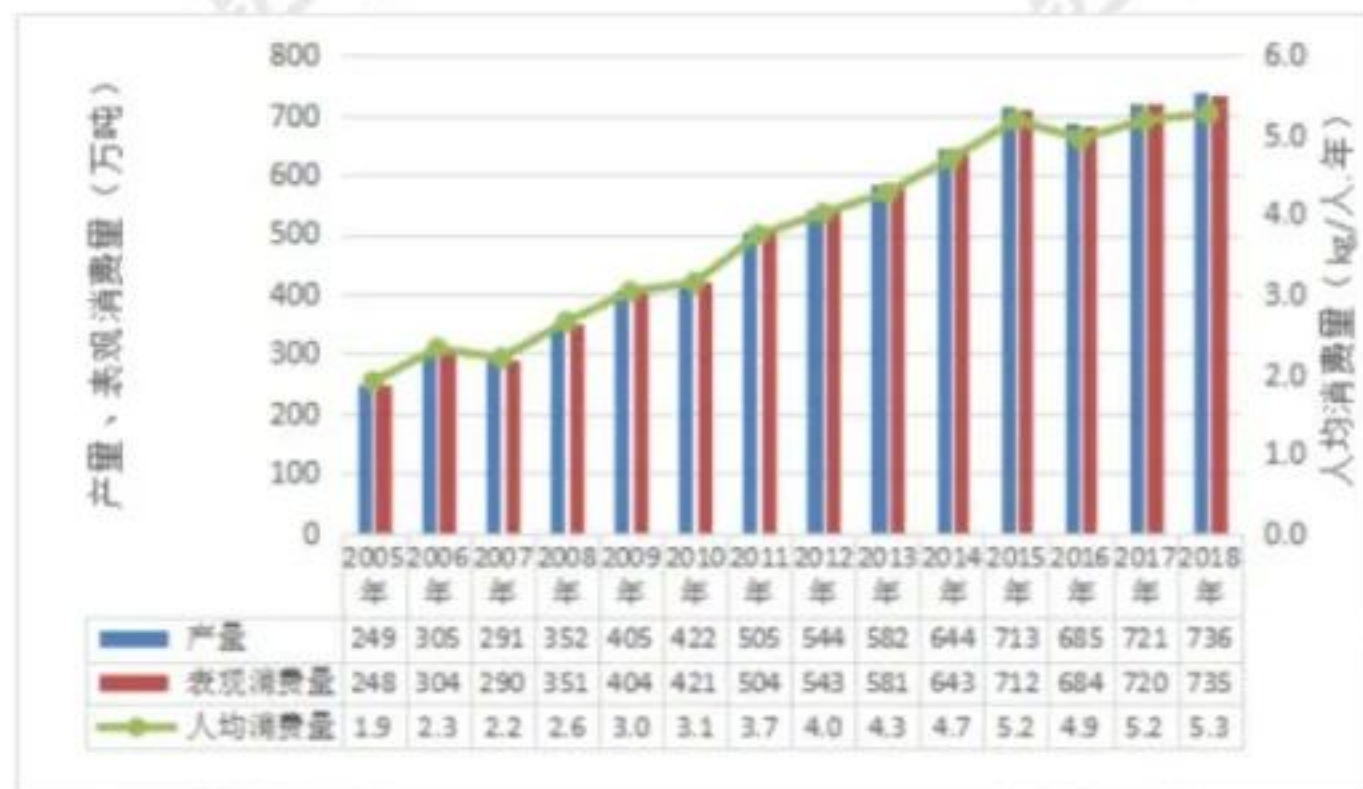
从市场集中程度来看，我国的红枣产业呈现高度集中，且近年来，市场集中率（CRn，前n名产量省域合计占比）逐年升高，产业集中趋势更加明显。截止2019年，全国产量排名前5名的省份合计已经占我国红枣产量的90%以上。



## 四、红枣行业规律与特性

### 4、红枣消费趋势

近年来，我国红枣消费量快速提升。据《中国统计年鉴》数据估计，2005年我国红枣表观消费总量为248万吨，人均消费量为1.9公斤；2018年表观消费总量达735万吨，人均消费量5.3公斤





## 四、红枣行业规律与特性

### 4、红枣消费趋势

全国农产品商务信息公共服务平台数据显示，全国5个主要红枣批发市场中，2021年红枣价格红枣批发价格，最高价同比上涨的市场有3个，其余两个市场最高价同比下跌；2个市场最低价同比上涨，1个持平，2个下跌；从变化幅度来看，最高价及最低价的下跌幅度均超过上涨幅度。由此可见，红枣食品消费增长乏力，红枣产业面临严峻的压力。

批发市场	最高价			最低价		
	2020年	2021年	涨/跌幅	2020年	2021年	涨/跌幅
河北沧州市红枣批发市场	3.9	4.54	16.41%	1.46	1.58	8.22%
山西长治市金鑫瓜果批发市场	9.82	7	-28.72%	6.03	5.27	-12.60%
江苏凌家塘农副产品批发市场	21	21.71	3.38%	4	4	0.00%
湖北浠水城北农产品批发大市场	15.11	16.39	8.47%	14	15.5	10.71%
新疆焉耆县光明农副产品综合批发市场	40	35	-12.50%	40	35	-12.50%



## 四、红枣行业规律与特性

### 4、红枣消费趋势

在整体市场饱和、客单价持续走低的环境下，零食化、品质化为行业增长提供了新的动力，电商平台上销售的红枣产品，经过口味、包装以及健康化升级以后实现销售额的持续稳定增长。根据天猫在第二届中国红枣药食同源峰会现场发布的《2021天猫枣蜜饯果干冻干消费趋势报告》显示，近三年，天猫平台枣蜜饯销售额同比增长7%，消费人数增加3.5%，客单价提升3.0%。随着生活品质的提升，枣蜜饯食品消费持续稳步增长，消费群体日益扩张，消费升级趋势明显。

批发市场	最高价			最低价		
	2020年	2021年	涨/跌幅	2020年	2021年	涨/跌幅
河北沧州市红枣批发市场	3.9	4.54	16.41%	1.46	1.58	8.22%
山西长治市鑫鑫瓜果批发市场	9.82	7	-28.72%	6.03	5.27	-12.60%
江苏凌家塘农副产品批发市场	21	21.71	3.38%	4	4	0.00%
湖北浠水城北农产品批发大市场	15.11	16.39	8.47%	14	15.5	10.71%
新疆焉耆县光明农副产品综合批发市场	40	35	-12.50%	40	35	-12.50%

## 四、红枣行业规律与特性

### 4、红枣消费趋势

红枣消费群体中，新客持续涌入，老客复购率提升，人们对中高端产品的接受度上升；从消费人数渗透率来看，女性比男性渗透率高，85、90、95后人群，二线城市人群，中低购买力人群，都市蓝领、Z世代、小镇中年是红枣消费的主力军；从人数增速来看，男性比女性增速更快，00后人群，二线城市，Z世代、小镇青年、都市银发人群的增速更快；从消费规模增速来看，70后、00后人群，一线城市，高购买力人群，精致妈妈、Z世代、新锐白领、资深中产人群增速更快。

此外，红枣作为药食同源食品，引领新的食补养生潮流。冻干技术的突破带动行业升级，也反向创造了消费需求。冻干技术锁住了食物的新鲜和营养，解决了零食营养搭配不均衡的痛点，让零食兼具好吃与健康。让消费场景更加多元，除了办公、休闲等生活场景，送礼也成为越来越多消费者购买红枣产品的理由。不论从红枣药食同源的营养价值，亦或者是作为我国传统喜果，含有“枣生贵子”、“五子登科”等的喜庆寓意，再加上冻干技术为红枣添加的“0油”、“0蔗糖”的概念，都使红枣成为越来越多消费者送礼的第一选择。

枣类产品的创新化、健康化转型，以及消费场景的多元化，为红枣消费的转型升级，红枣产业的健康发展增添了新的活力。

查一查消费男女比例

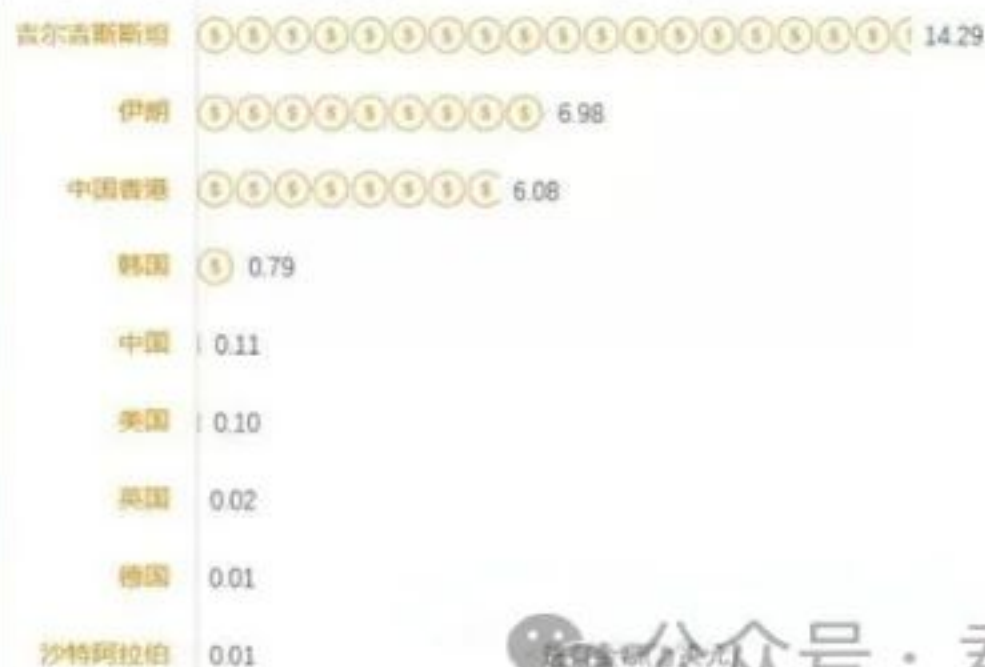


## 四、红枣行业规律与特性

### 5、红枣进出口趋势

根据《全国农产品跨境电子商务发展报告（2020-2021）》数据显示，2020年，我国农产品跨境电商贸易规模持续扩大，同比增幅达19.8%。随着全球一体化进程的发展，我国红枣国际贸易也在快速发展，2020年，我国红枣进出口贸易总量达1.72万吨，进出口贸易总额4769.58万美元。

2020年，我国红枣进口量为516.8吨，进口金额为28.38万美元。主要进口来源国为吉尔吉斯斯坦（进口量达407.51吨，比重约78.86%）和伊朗（进口量达104.93吨，比重约20.30%），两国进口量合计达512.44吨、占我国进口总量的99.16%。从进口贸易单价来看，进口自美国的红枣贸易单价最高，达2.23万美元/吨。



## 四、红枣行业规律与特性

### 5、红枣进出口趋势

从进口量来看，我国主要进口需求省份为江苏省（34.25%）、广东省（32.66%）、浙江省（17.03%）、新疆维吾尔自治区（16.05%），四省域进口量合计占比达99.99%。

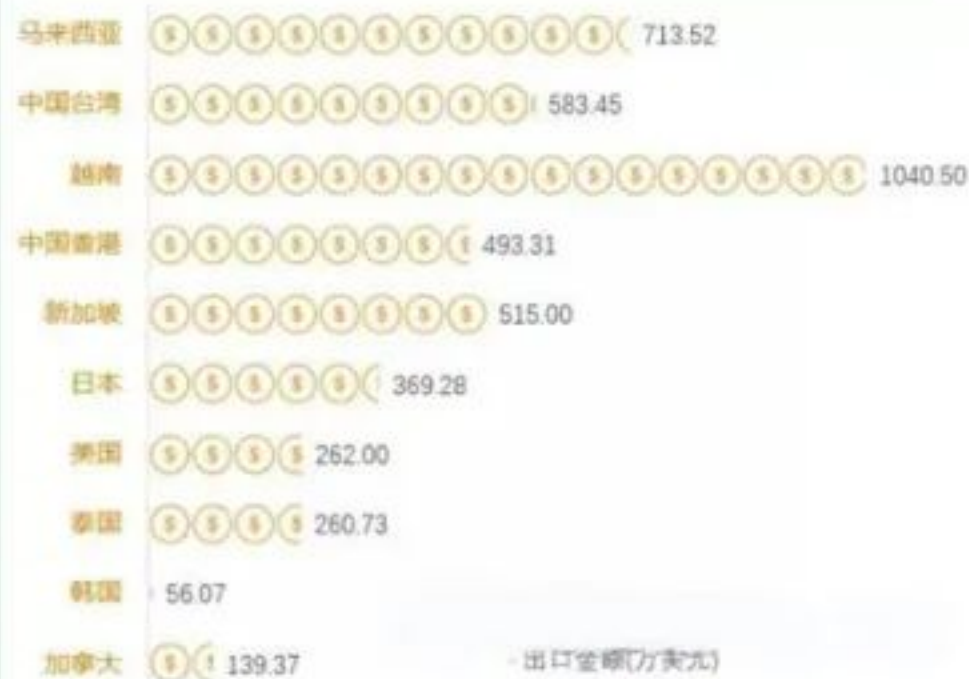




## 四、红枣行业规律与特性

### 5、红枣进出口趋势

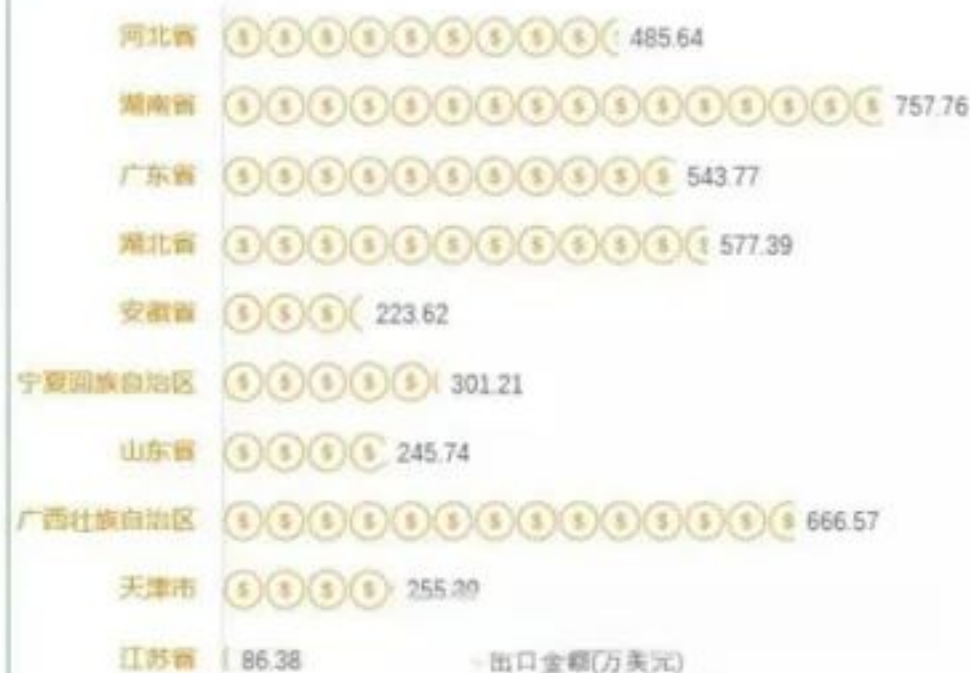
从出口贸易来看，2020年，我国红枣出口量达1.67万吨，出口贸易总额为4741.19万美元。我国红枣出口量排名前三的出口销往地依次是马来西亚、中国台湾和越南，占我国出口量的比重分别为17.44%、15.16%和14.18%。其中，我国销往越南的出口贸易单价较高，而在我国重点的红枣贸易伙伴中，我国销往巴基斯坦的红枣出口交易单价最高。



## 四、红枣行业规律与特性

### 5、红枣进出口趋势

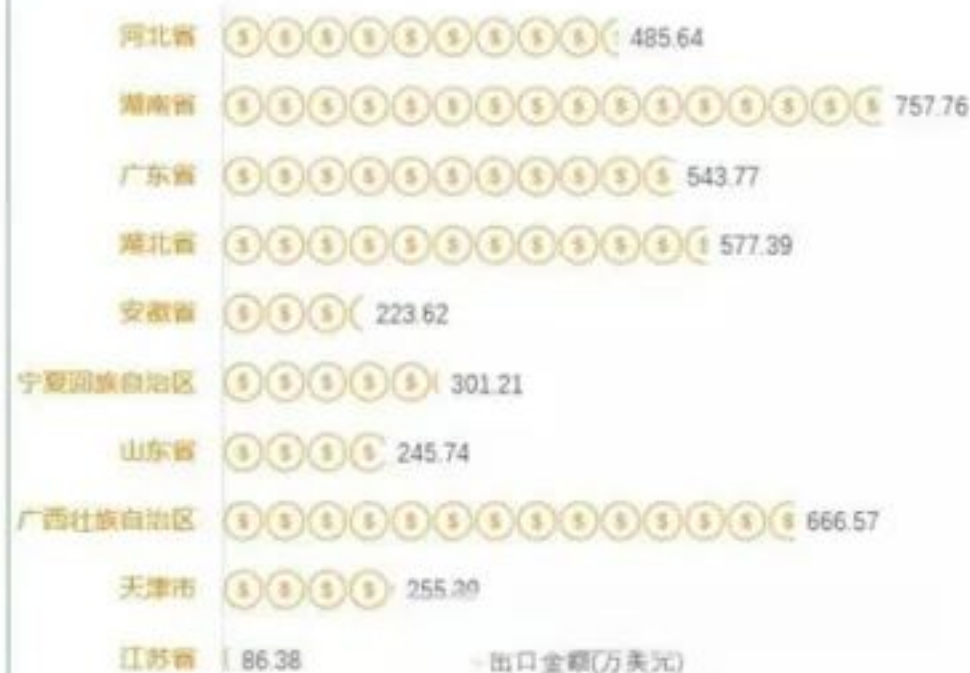
2020年，我国红枣出口量排名前三的省域为河北省、湖南省和广东省，三省出口量在我国红枣总出口量的比重分别为15.83%、15.74%、11.20%，三省中，广东省的出口交易单价较高。而在我国所有省（自治区、直辖市）中，吉林省的红枣出口交易单价最高。



## 四、红枣行业规律与特性

### 5、红枣进出口趋势

整体而言，我国红枣国际贸易以出口为主，进口较少。但与产量相比，我国红枣国际贸易水平严重偏低。





## 四、红枣行业规律与特性

### 6、价格与收益

价格暴涨暴跌后趋于稳定。以新疆为例，2000-2006年我国红枣价格由每公斤18元上涨到30.67元，再跌到21.05元；2006-2011年从每公斤21.05元上涨至41.02元；之后快速下跌至2015年的5.69元，累计跌幅超过85%，近年来稳定在较低水平。





## 四、红枣行业规律与特性

### 6、价格与收益

生产成本持续增长，人工成本增幅较大。以新疆为例，2000年以来红枣生产成本逐年上涨，总成本由526.4元/亩上涨到3297.5元/亩，年均增长率11.3%；其中人工成本由263.2元/亩上涨到2744.8元/亩，年均增长率14.9%

表1 2005—2018年新疆红枣与主要竞争作物成本收益

单位：元/亩

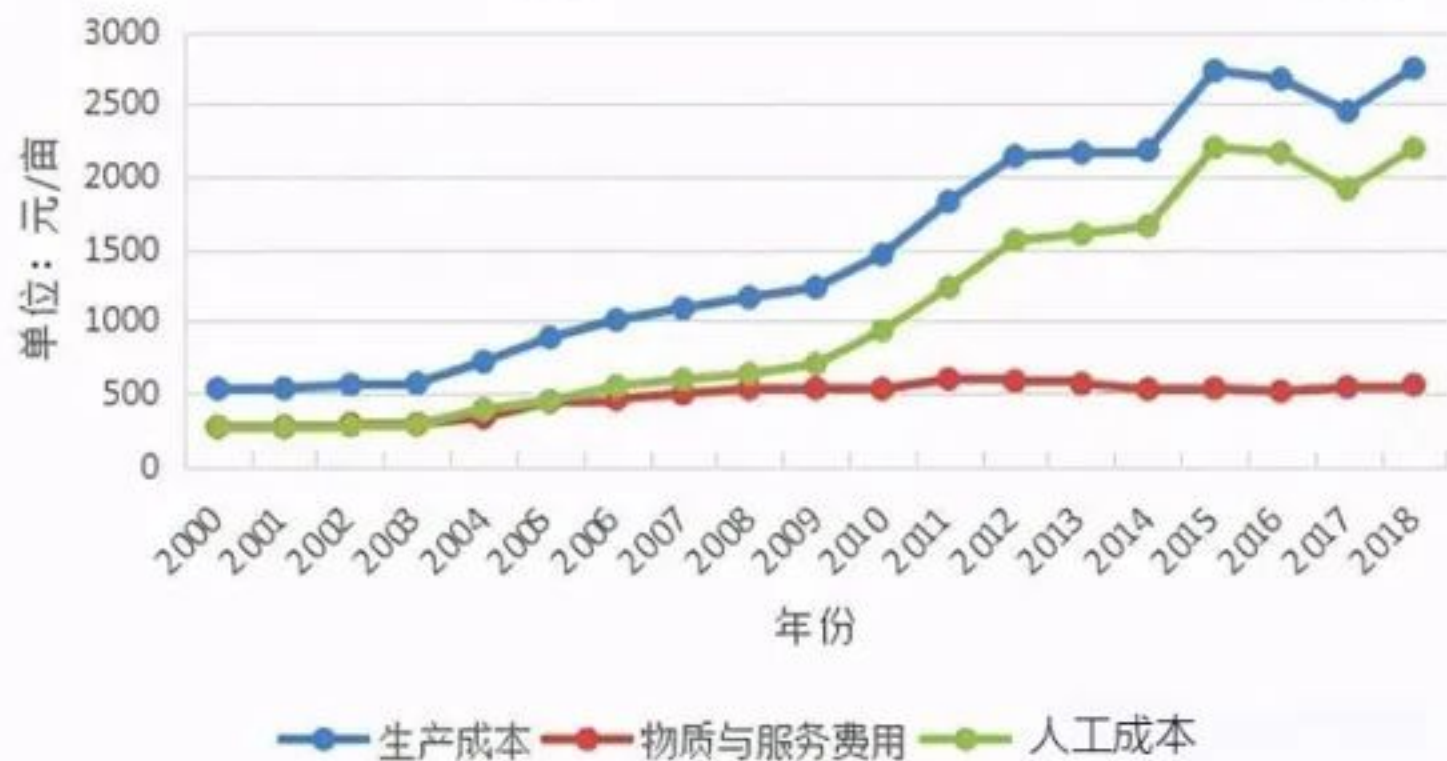
年份	红枣		棉花		葡萄	
	总成本	收益	总成本	收益	总成本	收益
2005	1236.97	1504.73	1051.03	434.87	1929.37	2032.3
2010	1861.55	1516.45	1486.59	1060.8	1602.48	1502.76
2011	2720.39	1930.55	1721.88	491.05	1488.97	-13.58
2012	2833.81	1106.15	1903.17	539.22	1211.38	146.4
2013	3233.33	514.03	2108.93	365.4	1238.72	485.06
2014	3173.62	-387.91	2254.65	37.76	1651.54	731.4
2015	3699.21	-2676.19	2185.52	-199.21	1916.02	978.31
2016	3846.91	-2750.5	2187.23	471.34	1378.33	376.38
2017	3519.57	-2563.36	2205.83	107.34	1258.49	-63.49
2018	3747.48	-2931.48	2191.66	-123.52	1643.87	628.69

数据来源：新疆农牧产品成本收益资料汇编

## 四、红枣行业规律与特性

### 6、价格与收益

生产成本持续增长，人工成本增幅较大。以新疆为例，2000年以来红枣生产成本逐年上涨，总成本由526.4元/亩上涨到3297.5元/亩，年均增长率11.3%；其中人工成本由263.2元/亩上涨到2744.8元/亩，年均增长率14.9%

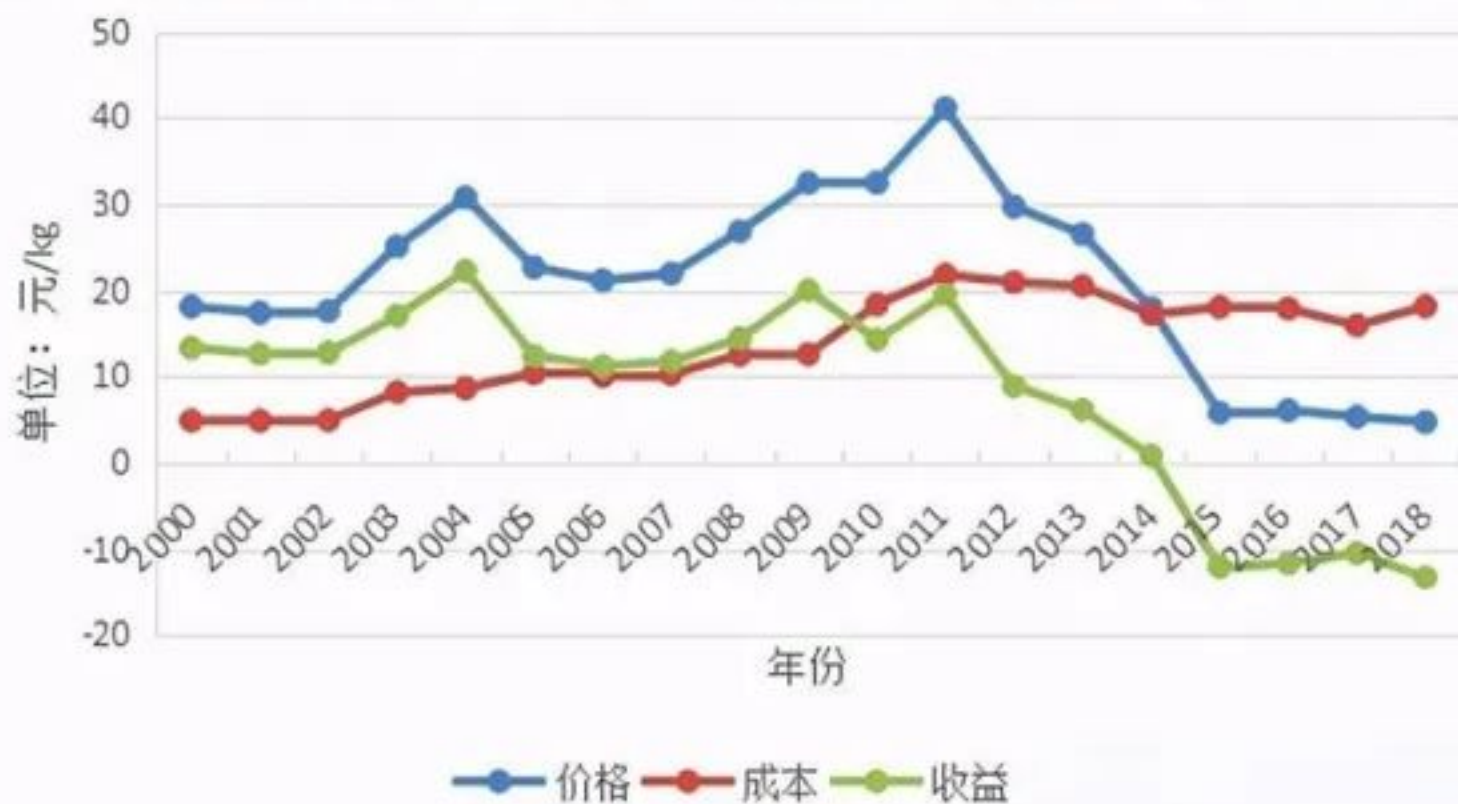


## 四、红枣行业规律与特性

### 6、价格与收益

收益整体呈持续降低走势，近年来收益持续为负。以新疆为例，2012年以前红枣收益保持在每公斤15元左右；2012年后红枣价格大幅下跌，但生产成本仍保持高位，导致收益大幅降低。2015—2018年每公斤亏损10元左右

新疆红枣种植已不具备竞争优势。2005—2018年，新疆红枣、棉花的生产成本分别上涨了202.9%、108.5%，而葡萄则降低了14.8%。2018年红枣、棉花、葡萄成本收益率分别为-78.2%、-5.6%和38.2%，比2005年分别降低了281.1%、47.0%和67.1%，新疆红枣种植已不再具备竞争优势。





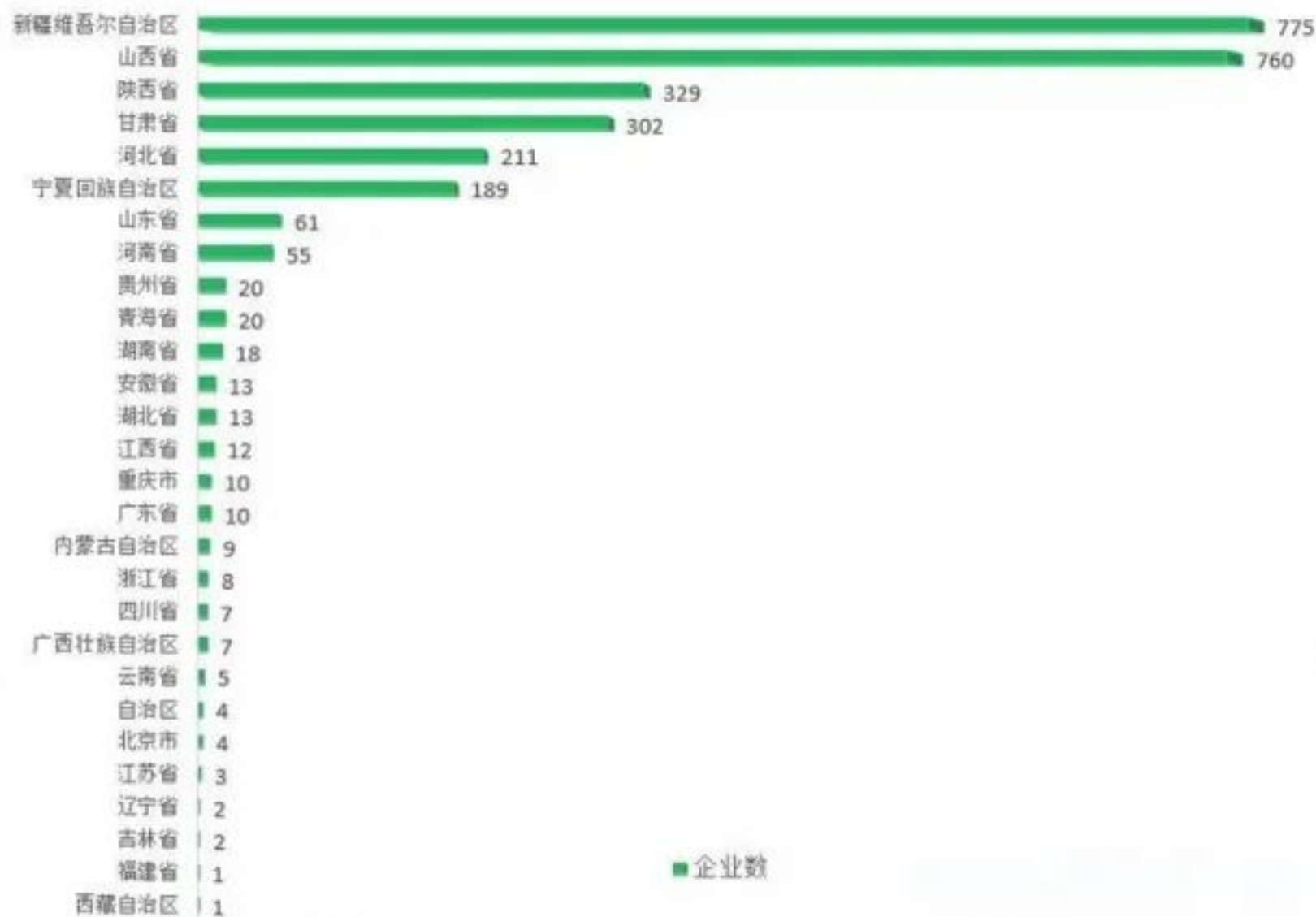
5

红枣行业相关企业



## 五、红枣行业相关企业

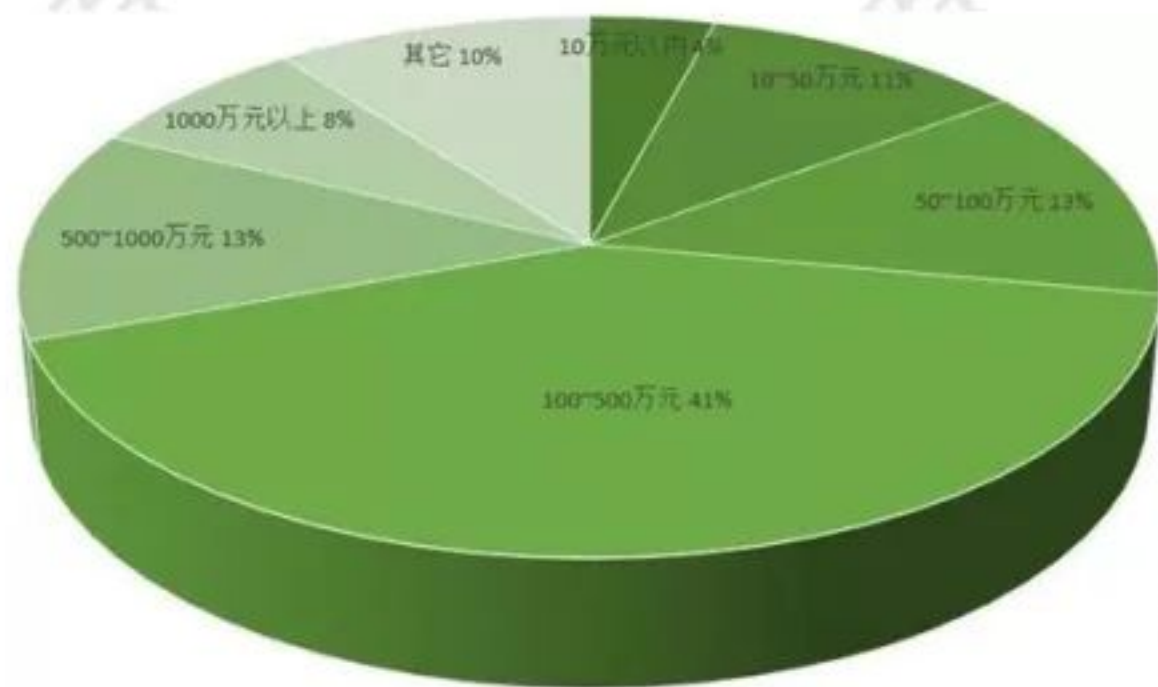
根据爱企查数据显示，与“红枣”相关的3968家企业中，保持开业状态的企业有2853家。从区域分布来看，这些企业主要集中在我国新疆、山西、陕西、甘肃、河北、宁夏、山东、河南等省域。



## 五、红枣行业相关企业

从注册资本来看，大部分企业注册资本集中在100~500万之间。其中，好想你健康食品股份有限公司（后简称好想你）、山西天之润枣业有限公司（后简称天之润）均以红枣为企业主营业务。

中国红枣相关企业注册资本分布



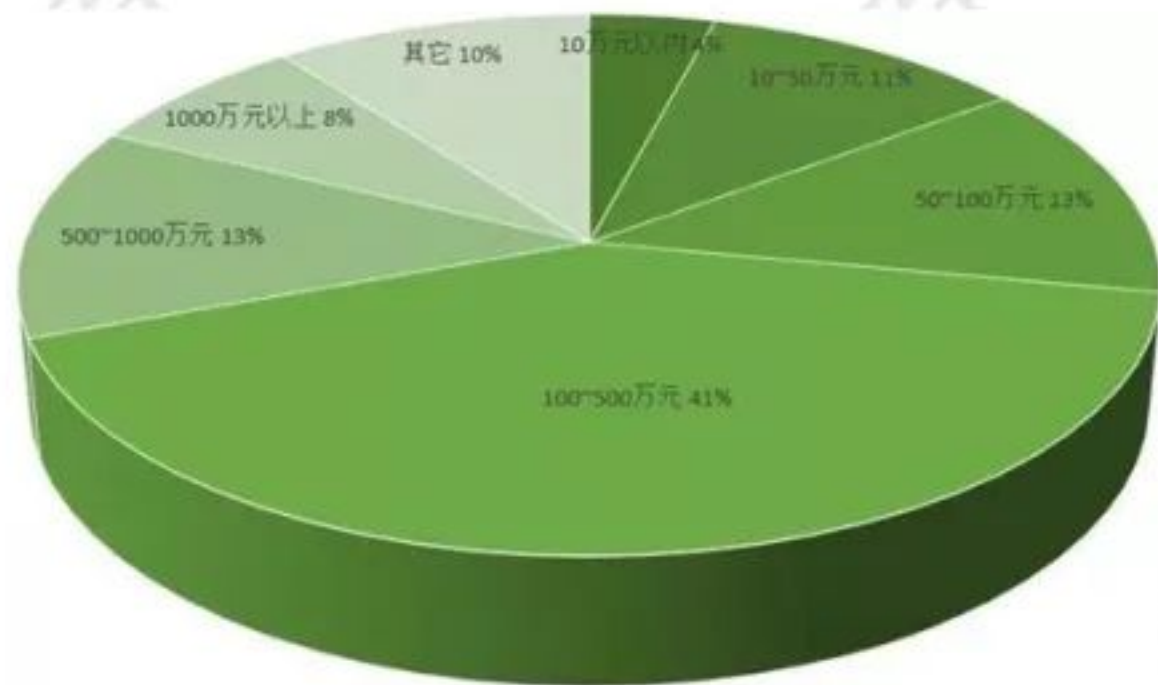


## 五、红枣行业相关企业

好想你健康食品股份有限公司创始于1992年，主要从事红枣、冻干产品、坚果、果干等健康食品的研发、采购、生产和销售。并于2011年在深交所中小板上市，成为红枣行业的上市公司，其年度报告显示，2020年，好想你红枣及其相关类营收达6.66亿元，毛利率为29.34%，建立了全国红枣行业首个院士工作站——好想你“陈坚院士工作站”。

山西天之润枣业有限公司成立于2010年1月，是一家集红枣种植、产品研发、功能食品开发、深加工、营销为一体的农业产业化国家重点龙头企业、林业国家龙头重点企业。公司位于芮城县阳城镇南街，注册资本1.1亿元，总资产4亿元，占地面积210余亩，拥有国家级红枣种植标准化示范区，自有种植基地3万亩，已获得屯屯枣国家地理标志认证。

中国红枣相关企业注册资本分布



## 五、红枣行业相关企业

针对消费人群年轻化、产品需求健康化、消费场景多元化的市场趋势，好想你与天之润就如何把握行业升级的机会给出自己的答案。

在产品创新方面，好想你通过攻破红枣锁鲜技术壁垒，并利用专利套管去核技术，推出全产业链锁鲜枣、专利去核枣等高品质产品，如“小鲜肉”锁鲜去核枣、轻颜脆红枣、脆枣、奶枣、枣夹核桃等。在健康化方面，好想你以冻干技术打造主打“0油”概念的“小鲜脆”，推出的“0蔗糖”升级版“低GI（血糖生成指数）”清菲菲。

在消费场景扩展方面，通过植入热门剧集触达都市白领、资深中产等消费人群，挖掘产品文化内涵，将产品与办公、休闲、送礼等多元场景相关联，针对当下流行趋势，推出契合需求的产品。

在产品生产方面，天之润采取“公司+基地+农户+合作社+标准化”的农业产业化联合体模式，与枣农签订了长期购销合作协议，调动枣农的种植积极性，从源头保障产品的质量与安全。在产品创新方面，天之润枣业先后与山西中医药大学中药与食品工程学院、澳大利亚南澳州食品安全与创新中心等机构建立了紧密的产学研合作关系。利用国内国际产学研合作平台，瞄准人们健康养生的需求，确立了脾胃养生、脑和情志养生、生殖养生、胚胎发育养生等4个新产品研发方向，研发了固态、液态、膏滋和微囊四大形态系列7种新型红枣功能食品。

在产品销售方面，天之润努力开拓国际市场，其多个产品已成功出口澳大利亚、加拿大以及东南亚部分国家和地区。



## 总结



## 红枣行业问题

低效密植枣园大面积存在，标准化程度低，投入下降。当前，我国红枣种植模式杂乱，标准化程度低，导致品质下降严重，部分枣园逐渐陷入投入不足与效益低下的恶性循环。据调研，红枣售价高时投入可达2000元/亩，价格低时投入不足600元/亩，导致品质下降。新增枣园以直播为主，密度大，增加了管理难度，生产成本节节攀升。

深加工产品少，加工转化率低，行业缺乏品牌引领。我国红枣产品以初加工为主，附加值低，深加工产品较少，加工转化率低；行业领军龙头企业较为缺乏，加工企业小而散，如新疆现有红枣类企业品牌达2824个，1600多家农产品销售企业中有89%属于微、小企业；品牌定位模糊，规模小、市场占有率低，企业总体呈现多、乱、杂现象。此外，交通运输成本高，致使产品竞争优势整体不强。

价格波动频繁，监测预警体系尚未建立。2000-2018年我国红枣价格大起大落，种植户亏损严重，部分枣园出现撂荒现象。目前主产区尚未建立起红枣监测预警体系，无法对红枣市场行情进行及时全面了解，生产、销售存在一定的盲目性。



## 红枣行业现状

我国是红枣的原产国。近年来，随着栽培模式的升级，栽培品种的更新换代，我国的红枣产量稳步增长，2022年，我国红枣产量达747.24万吨，但随着国内市场需求逐渐饱和，产量增速逐年放缓。目前，我国红枣产量高度集中在新疆，以及陕、晋、冀、鲁、豫等传统主产区，近年来，新疆作为新兴红枣产区产量迅速增长，连续多年蝉联我国红枣产量排名第一，2022年，新疆红枣产量占我国的比重达45%。

从市场消费趋势来看，我国的红枣消费市场逐渐饱和，红枣价格下行压力较大，传统的低价营销策略已经不再能吸引用户。市场消费需求呈现人群年轻化、产品需求健康化、消费场景多元化的趋势。从国际贸易来看，我国农产品跨境电商贸易规模持续扩张，但就红枣行业来看，我国红枣单向贸易趋势明显，2020年，我国红枣进口量仅为516.8吨，而出口量达1.67万吨。与产量相比，我国红枣国际贸易水平严重偏低。

产品创新化、健康化、消费场景多元化发展为红枣行业的健康发展注入了新的活力。对产品的品质、口味和包装进行升级，充分挖掘红枣药食同源的属性和传统文化内涵，适应市场需求，积极扩展与主力消费人群的沟通渠道，开拓新的产品需求场景将有效推动红枣产业的进一步发展。

