

# 2025年西北苹果产业花期调研报告

2025/04/13

边舒扬（投资咨询证号：Z0012647）  
投资咨询业务资格：证监许可【2011】1290号

调研时间：2025年4月7日-4月12日

调研路线：西安-乾县-泾川-宁县-富县-延长-洛川-白水-西安



**调研摘要：**本次调研前往陕西、甘肃等西北苹果产区实地调研，涵盖种植端、仓储端、销售端、交割端的关键动态。调研发现：2025年春季库存压力显著低于往年同期，西部产区清库速度加快；劳动力短缺与种植成本攀升倒逼产业模式变革（如光果化、矮化密植、种植新品种等）；电商与智能分选技术重塑销售格局，头部企业单日销量突破30万斤；天气炒作和交割博弈仍是期货市场核心扰动因素。

**调研背景：**4月份是衔接清明节与五一节重要的时间节点，当前的库存水平将会决定AP2505合约价格走势以及24/25果季收尾的决定因素，对五一节、端午节等起到重要作用。4月份也是25/26果季新苹果开花的关键时间，当前的天气变化对于新产量的产量起到至关重要得到作用。

## 一、调研成果及思考

### 1、旧果季低库存库存去化快：供需紧平衡支撑价格高位

1) 西部产区清库加速：部分副产区冷库年后一两周已经清库。陕西乾县、甘肃泾川等副产区冷库库存不足2成，往年在3-4成，在乾县70-75#果出库价能够达到3.5-3.8元/斤，而去年同期为2元/斤。

2) 销售情况良好：去年整体大果多小果少，小果销售价格高且销售快，大果销售相对慢。

3) 西部果子质量好：由于甘肃陕西去年质量好，而山东苹果质量下降，东西部苹果质量差异显著，西部苹果更被消费者青睐。

4) 西部入库量低的原因：其一是果农低价提前销售，由于去年全国增产预期高，尤其是甘肃恢复性增产，而收购价预期低，导致大量果农不入冷库而选择提前销售苹果。其二是电商订单提前销售，头部电商提前锁定部分苹果订单，并大量补充苹果库存，部分苹果被流入到电商平台。其三是冷库收货谨慎，去年亏损的经历令部分冷库收购苹果变得更为谨慎，很多冷库老板没有在前期大量采购。

## 2、新果季花期天气炒作热：大风影响需要评估

1) 4月中上旬是西部苹果开花的重要时间：根据纬度和海拔的不同，不同地区的苹果开花时间存在一定差异。最早开花的是咸阳平原、宝鸡等地，其次是渭南、咸阳北五县、铜川等地，随后是延安地区、甘肃静宁、秦安、庄浪等地区。

我国主产区富士苹果生长期情况											
地区	陕西					甘肃		山西		山东	
时期	咸阳平原	宝鸡	渭南	咸阳北五县	铜川	延安	庆阳	静宁秦安庄浪	运城	临汾	烟台
萌芽期	3/30-4/5	3/30-4/5	4/5-4/10	4/5-4/10	4/5-4/10	4/5-4/10	4/5-4/10	4/10-4/13	3/30-4/5	4/5-4/10	4/10-4/15
开花期	4/7以后	4/7以后	4/10以后	4/10以后	4/10以后	4/10-4/15以后	4/10以后	4/13-4/15以后	4/5以后	4/10以后	4/15-4/20以后
坐果期	4/22以后	4/22以后	4/25以后	4/25以后	4/25以后	4/25-4/30以后	4/25以后	4/28-4/30以后	4/20以后	4/25以后	4/30-5/5以后
套袋期	5/17以后	5/17以后	5/20以后	5/20以后	5/20以后	5/20-5/25以后	5/20以后	5/22-5/25以后	5/15以后	5/20以后	5/25-5/30以后
膨大期	6/1-6/6以后	6/1-6/6以后	6/4-6/9以后	6/4-6/9以后	6/4-6/9以后	6/4-6/14以后	6/4-6/9以后	6/7-6/14以后	5/30-6/4以后	6/4-6/9以后	6/5-6/15以后
摘袋上色期	9月下旬-10月初										
采摘期	摘袋后10-20天										

2) 调研区域和具体的开花情况：受近期降温天气影响，预计西北整体开花时间可能因此推迟1-3天。

4.7 乾县（海拔650米）：苹果花已经盛开

4.8 泾川、宁县（海拔1200米）：部分苹果花露红

4.8 富县（海拔1100米）：部分苹果花露红

4.9 延长（海拔1200米）：向阳处苹果有开花

4.10 洛川（海拔1200米）：大部分苹果花露红

4.11 黄陵（海拔900米）：大部分苹果花露红，少量开花

4.11 白水（海拔800米）：南部大面积开花，北部大量露红，少量开花

宁县某果园（海拔1200米）

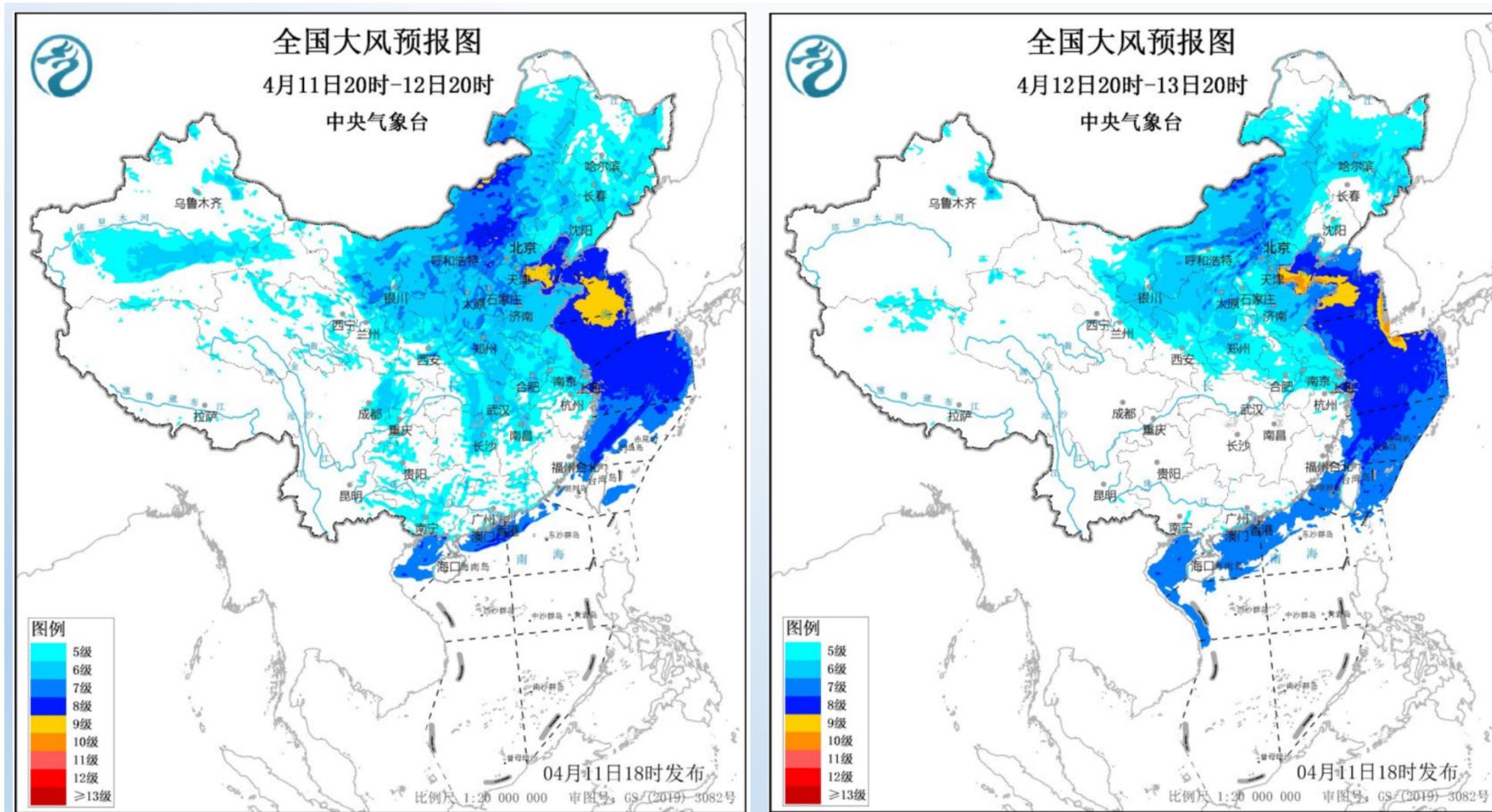
延长某果园（海拔1200米）

白水某

果园（海拔800米）



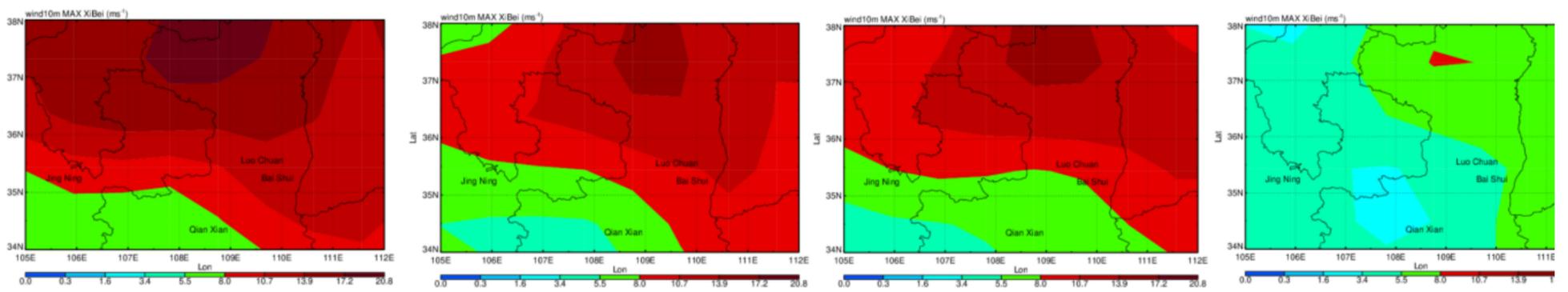
### 3) 4.11-4.14全国大风降温天气情况：山东风力大于西部



**陕西省：**影响区域榆林、延安、铜川、宝鸡、咸阳北部。11日西北风5-6级，阵风7级，12日风力增强至6-7级，阵风8级（关中平原局地达9级），13-14日逐渐减弱至4-5级，阵风6级。延安主产区阵风导致部分花期落花，但未超防灾阈值。

**甘肃省：**影响区域兰州、白银、庆阳、平凉、天水。11日西北风5-6级，阵风7级，12日持续6-7级，庆阳环县阵风8级，13日风力降至4-5级，河东地区仍有短时7级阵风，14日全境减弱至3-4级。由于甘肃地区尚未开花，未发生结构性损坏。

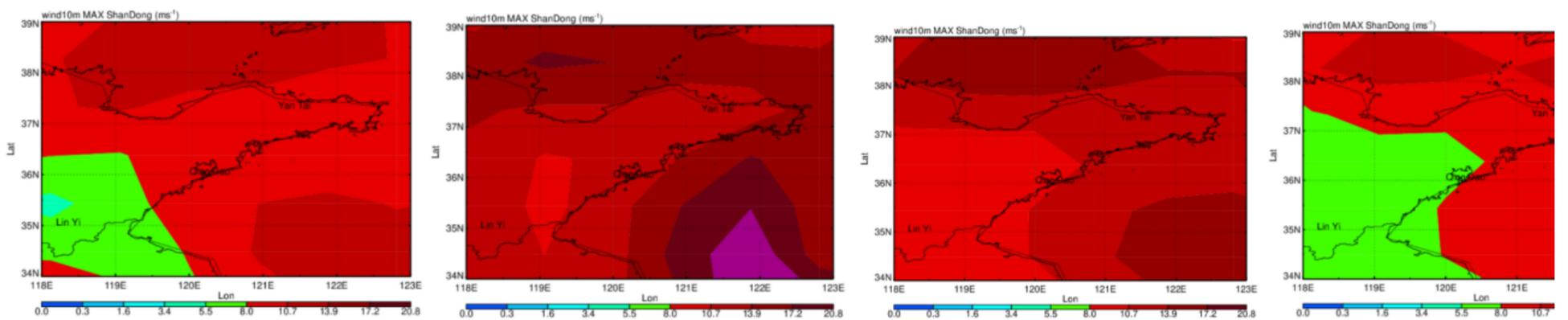
西北产区4月11日-14日最大风力



**山东省：影响区域烟台、威海、青岛、潍坊、济南。11日半岛东北风7-8级，阵风9级，12日内陆风力6-7级，阵风8级，13日转为南风4-5级，半岛阵风7级，14日全境降至3-4级。山东大部分地区尚未开花，影响待评估。**

**备注：风力在5级以下有利于花期授粉，但是风力大于5级可能造成落花情况，但如果已经完成坐果，落花影响不大，尚未开花的地区也影响不大。**

山东产区4月11日-14日最大风力



### 3、新品种溢价与种植替代

**1) 新品种高收益驱动更替：部分副产区，对于新品种瑞雪、瑞香红、瑞阳、维纳斯黄金、秦脆、红斯尼克等进行了替代种植。乾县、礼泉等平原产区富士的砍伐率较高，转向华硕、秦脆等抗病性强、市场需求高的品种。而如瑞雪、维纳斯黄金等品种收购价就能够达到8-10元/斤，而当地的富士只有3元/斤左右，尽管种植成本更高，但是收益也更好，以白水某生产基地为例，该地区瑞雪、维纳斯等品种的亩产收益可达到3.5万元，而传统富士的收益仅为1.5万元。**

**2) 大面积的推广矮化密植是未来趋势：传统乔化苹果树人工投入大，修剪、套袋、采摘需攀爬高树（5-6米），需要6-8年才能进入盛果期，而矮化密植仅需要3-4年。传统的乔化园栽种40-60株，且随着果树的生长，还需要进行砍树以提高光合作用，而矮化密植可达到150-200株，如泾川某矮化密植园单产提升40%。传统乔化园树冠层遮光导致下层果实着色差、糖度低，商品率仅60%-70%，矮化园可以达到85%以上。**

### 4、消费结构的变化

**1) 电商势力不容忽视：2024年全国本地产水果网络零售前区域中，陕西、山东、广西位居前列，网络零售额分别为230.98亿元、219.98亿元、213.8亿元。截至2024年底，陕西水果企业自主品牌992个，较上年增加28个，全年累计实现网络零售额177.01亿元，同比增长9.53%。从陕西水果线上线下消费渠道占比分布看，全国消费陕西水果仍以线下销售渠道为主，但线上消费持续发力，渠道占比已经达到19.64%，分别较2022年、2023年提升1.9、0.81个百分点。**

2) 寡头效益凸显：本次调研我们前往了几家企业中有专门做电商的企业，也有兼顾电商的企业。某头部电商企业2024年通过线上直播销售苹果300万单，苹果销售额突破6000万元，日均出货30万斤（线上平台15万斤+线下商超15万斤），占据陕西高端苹果电商份额35%。

3) 机选设备提升品牌影响力：绿萌的机选设备在陕西洛川多家企业中有所运用，作为国产品牌其更适用于中国水果分选效果，而设备价格更是低于海外品牌。为保证苹果品质，企业引进了绿萌苹果智能分选设备，该设备采用先进的AI视觉分选和图像处理算法，能像做“CT”一样对苹果全方位拍照，快速准确地检测苹果的大小、颜色、瑕疵、糖度、霉心病等多个指标，并根据设定标准将苹果分为不同等级，实现精细化分级销售，助力品牌升级。陕西有近千家电商，但是仅有20%配备智能分选设备，这导致售后率高达15%，而头部企业仅为3%。

## 5、交割博弈未来仍将存在

1) 升水交割有可能变成贴水交割：自苹果上市以来，由于苹果其特殊的鲜果特征背景下，交割始终成为市场的焦点。24/25果季采取了新的交割规则，其中升贴水背景下，存在原来拿来准备糖度升水交割的苹果最后可能由于质量容许度的问题变成贴水交割。尝试升水交割的苹果基本上都会被提复检，而在检测中取样的不同可能会导致结果的差异。

2) 检测方法需要细化固定和落实：现在采取手提袋装框的方式，一筐装25袋，刚好500斤，40筐就是一个仓单。这样简单又便捷，一个塑料袋就相当于一个周转筐的量。这样去装货可以防止磕碰导致苹果的二次损伤，公平公正。

3) 需要有严格的处罚力度和措施：对于违反交割基本规则的企业和个人，需要设置市场禁入门槛以及严厉处罚，维护期货交割大环境，以避免恶性事件的再次发生。

## 二、行情判断与策略推荐

### 1、10合约上涨情绪大于实际。

4月10日开始，盘面价格受全国性降温大风天气影响大幅上涨。由于目前正处于花期，市场做多情绪高亢。但根据我们的调研情况看，很多地方在该时间段并未开花，可能会导致花期延迟，但影响有限。开花地区已经基本完成坐果，落花影响不大。因此10合约的大幅上涨更多源于情绪亢奋的资金行为，需要注意大幅上涨后存在回落风险。

### 2、05合约强势难改。

相比10合约天气炒作的影响，05合约的上涨更切实际。由于今年入库量低，销售速度快，全国苹果库存剩余量偏少，对价格形成较强支撑。且由于齐鲁源泉交割库的暂停，空头交货意愿减弱，05合约走势可能会继续保持强势运行直至进入交割月。

### 3、策略分享

05合约多单持有，回调接多为主。10合约多单谨慎，考虑拉高离场为主，套保者可考虑逢高卖出或卖出看涨期权进行操作。

## 免责声明

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告并非意图发送、发布给在当地法律或监管规则下不允许向其发送、发布的机构或人员，也并非意图发送、发布给因可得到、使用本报告的行为而使本公司违反或受制于当地法律或监管规则的机构或人员。本报告中的信息均来源于已公开的资料，本公司对这些信息的准确性及完整性不作任何保证，本报告所载资料、意见及推测仅反映在本报告载明的日期的判断，期货市场存在潜在市场变化及交易风险，本报告观点可能随时根据该等变化及风险产生变化。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本报告中的信息和所表达的意见和建议以及所载的数据、工具及材料均不应作为您进行相关交易的依据。本公司不承担因根据本报告所进行期货买卖操作而导致的任何形式的损失。本公司的销售人员或其他专业人士可能会依据不同假设和标准、采用不同的分析方法而口头或书面发表与本报告意见及建议不一致的市场评论和/或交易观点。本公司没有将此意见及建议向报告所有接收者进行更新的义务。本公司的资产管理部门、涉及相应业务内容的子公司可能独立做出与本报告中的意见或建议不一致的投资决策。投资者应当考虑到本公司可能存在影响本报告观点客观性的潜在利益冲突。未经本公司允许，不得以任何方式传送、复印或派发此报告的材料、内容或复印本予以任何其他人，或投入商业使用。经过本公司同意的转发应遵循原文本意并注明出处“南华期货股份有限公司”。未经授权的转载本公司不承担任何责任。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

公司总部地址：浙江省杭州市上城区富春路136号横店大厦  
邮编：310008  
全国统一客服热线：400 8888 910  
网址：[www.nanhua.net](http://www.nanhua.net)  
股票简称：南华期货  
股票代码：603093

南华期货APP



南华期货公众号



南华点金公众号



Bigger mind, Bigger fortune  
智慧创造财富