

本節所提供有關本集團所在行業的若干資料及統計數字乃來自政府官方資料來源。董事相信，本「行業概覽」的資料來源為該等資料的適當來源，且本集團於摘錄及轉載有關資料時已合理審慎行事。董事並無理由相信該等資料存在嚴重失實或誤導成份，或當中遺漏任何事實致使該等資料存在嚴重失實或誤導成份。然而，有關資料並無經董事、售股股東、獨家保薦人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、包銷商或參與全球發售的任何其他各方獨立核實，彼等亦不就其準確性發表聲明。

若干資料及統計數字乃摘錄自歐睿報告。摘錄自歐睿報告的資料反映對來自公開次級來源就市場規模及表現作出的預測以及對行業領先企業的意見及觀點作出的商業調查分析，並主要以市場研究工具編製。摘錄自歐睿報告的資料不應被視為歐睿提供的投資基準，有關歐睿報告的提述亦不應被視為歐睿就任何證券的價值或投資於本公司是否可取而發出的意見。雖然本公司在摘錄、編撰及轉載該等資料及統計數字時已合理審慎行事，但售股股東、獨家保薦人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、包銷商、彼等各自的聯屬人士、董事或顧問或參與全球發售的任何各方（包括*Euromonitor International Limited*）並無獨立核實該等直接或間接來自政府官方刊物的資料及統計數字，且有關各方並無對其準確性發表任何聲明。該等資料及統計數字未必與其他各方編撰的其他資料及統計數字一致。

資料來源

歐睿編製的報告

歐睿為一間獨立第三方市場調查公司，為企業戰略性評估、新業務計畫、產品和品牌形象管理、競爭策略及已知供應鏈觀點提供行業和策略研究，並提供80個國家的行業資料及超過200個國家的宏觀資料及消費趨勢資料。本集團委託歐睿就自2009年至2013年期間及自2014年至2018年預測期間中國的杏鮑菇、蘑菇及蔬菜及水果罐頭範疇編製歐睿報告。為免生疑問，本節的杏鮑菇、蘑菇及蔬菜及水果罐頭範疇分別具以下涵義：

杏鮑菇

為一種食用菌，菌柄粗大，呈肉白色，菌蓋較小，呈棕褐色（較新品種）。本節的杏鮑菇包括新鮮、冷凍、乾品、鹽漬、醃製及罐頭等不同種類。



雙孢菇
(一般稱為蘑菇)

指菌柄短而粗且菌蓋呈白色或棕色的食用菌。其為最常見的菇類。本節的蘑菇包括新鮮、冷凍、乾品、鹽漬、醃製及罐頭等不同種類。



蔬菜及水果罐頭

- 本節罐頭／醬醃菜指加工蔬菜(單一類型及混合)，如豌豆、玉米、菇類、竹筍、蘆筍、荸薺、辣椒、角豆、胡蘿蔔及橄欖，其均以罐頭、玻璃罐及鋁／蒸餾包裝出售，但不包括番茄、豆類或醃菜。
- 本節水果罐頭指以鐵罐、玻璃罐、方形盒子／杯子包裝的醃製及燴水果的總稱，包括蘋果、橘子、櫻桃、桃子、鳳梨、什錦水果、梨、龍眼、荔枝、蜜餞、椰子等等。



我們已就歐睿報告支付費用約人民幣339,200元，而我們認為該費用可反映市價。董事認為，支付有關費用並不影響歐睿報告所作結論的公平性。本招股章程所披露來自歐睿的資料乃摘自歐睿報告，而該報告乃於歐睿的一般業務過程中編製並經歐睿同意後刊發。歐睿並非該等資料的官方政府資料來源，但獨家保薦人及董事已合理審慎地轉載有關資料，且並無合理理由相信本招股章程所載的任何有關資料屬失實。

研究方法

歐睿運用廣濶的視角及中國食用菌及蔬菜及水果罐頭市場範疇的獨立市場評估來編製歐睿報告。歐睿使用的各種資料來源包括但不限於政府統計數字、行業報告、行業公會刊物、業內人士的公開資料及財務以及歐睿passport資料庫的現有資料。初步研究包括審閱中國當地分析師訪問門店訪所得的資料及與行業製造商、經銷商及零售商進行行業訪談以及貿易聯合會的意見及觀點。所有原始及間接的數據及信息的來源均經整理、交叉審核及分析，確保分析所用的研究資料來源穩健及最大程度地建立對最終資料的行業共識。

歐睿報告載有中國食用菌及蔬菜及水果罐頭行業的過往及預測資料，其已於本招股章程轉載。歐睿在預測按產量衡量的市場規模時，基於市場的過往發展進行深入的分析，採納標準的定量及定性預測方法。此評估已基於可得的權威行業資料及行業訪談進行交叉核證。

於編撰及編製研究時，歐睿亦採納若干假設，並在作出有關中國食用菌及蔬菜及水果罐頭行業於2014-2018年預測期間的預測時依賴其他主要及次要資料來源，包括下列各項：

- (i) 中國及全球的整體政治環境將維持穩定；
- (ii) 中國城市人口的可支配收入及農村人口的總收入將持續穩定增加；
- (iii) 中國的經濟環境將維持穩定；
- (iv) 中國消費者的消費習慣將不會有重大改變；及
- (v) 中國的社會環境將維持穩定。

基於上文所述，董事信納及獨家保薦人同意，本節所載未來預測及行業資料的披露並無誤導。

董事在採取合理審慎態度後確認，截至最後實際可行日期，自歐睿報告日期起，市場資料概無不利變動，以致可能對本節所載資料構成限制、抵觸或影響。

除另有說明者外，本節所有資料及預測乃取自歐睿報告。

中國宏觀經濟概覽

中國經濟於過去30年經歷急速增長，而中國政府最近實施的經濟刺激政策亦持續促進經濟增長。隨著城市化不斷提高的趨勢，自2009年至2013年，城市及農村居民的收入水準逐年提高。根據中國國家統計局，城市居民人均可支配收入自2009年的人民幣17,174.7元增加至於2013年的人民幣26,955.1元，複合年增長率為約11.9%，而中國農村居民人均年純收入自2009年的人民幣5,153.2元增加至於2013年的人民幣8,895.9元，複合年增長率為14.6%。收入增加及購買力增強促進了中高端消費品行業，令中國消費者有能力購買更高價的東西，更加專注於食品攝入(包括菇類)的安全、優質、原材料以及健康及營養。

自2009年至2013年，中國消費品零售總額以複合年增長率15.7%錄得增長。中國消費物價指數於2009年處於低位，並在2011年強勢反彈，原因為中國政府的經濟刺激方案刺激國內消費。自2012年起，消費物價指數增長率維持在1%至2%左右。儘管中國的宏觀經濟增速放緩，但其仍保持著穩定的趨勢，因此，預期於往後年度消費物價指數將繼續以1%至2%左右增長率增長乃屬合理。

下表顯示於2009年1月至2014年11月的中國消費物價指數。



資料來源：中國國家統計局

中國食用菌市場規模

根據中國食用菌協會資料，中國食用菌產量由2009年的約20.2百萬噸增長至2013年的約31.3百萬噸，2009年至2013年的複合年增長率為11.5%。可食用菌的國內消耗佔總產量接近90%。該等食用菌產品主要包括新鮮食用菌產品、乾菇、鹽漬蘑菇及食用菌罐頭。食用菌罐頭主要供出口之用，佔中國食用菌出口總量約60%。中國食用菌產量預計將由2014年的34.6百萬噸增長至2018年的48.9百萬噸，複合年增長率為9.1%。

杏鮑菇供應

自2009年起，中國杏鮑菇產量以高於20%年增長率增長。根據中國食用菌協會的資料，工廠化生產的杏鮑菇佔中國杏鮑菇總產量50%以上。於2013年，福建省漳州約有75家大型工廠化杏鮑菇生產商，合共日產量約280噸或年產量100,000噸。漳州已成為中國最大的杏鮑菇生產區之一。

根據歐睿報告，於2013年，中國杏鮑菇產量超過924,000噸，自2012年起增加約26.8%。杏鮑菇產量預期將由2014年的約1.1百萬噸增加至2018年的約1.8百萬噸，複合年增長率為13.6%。

下表展示2009年至2013年中國的杏鮑菇產量及2014年至2018年的預測。



資料來源：中國食用菌協會及歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

杏鮑菇的需求

將杏鮑菇以頂級、次等以及低等三個等級歸類乃行業慣常做法。儘管中國各地的評級標準有所不同，然而，一般來說，杏鮑菇的評級在很大程度上依據杏鮑菇的大小、形狀及完整程度等因素。頂級杏鮑菇於2012年的批發價約為每公斤人民幣30元或以上，明顯高於次等及低等杏鮑菇的批發價。

根據歐睿報告，歐睿報告識別的五大主要杏鮑菇生產商(包括福建綠寶食品)所生產的約80.0%杏鮑菇屬頂級杏鮑菇。根據歐睿報告，鑑於福建綠寶食品就2013年產量而言為中國第一大杏鮑菇生產商，佔2013年市場份額的2.5%，就2013年產量及市場份額而言，福建綠寶食品亦為頂級杏鮑菇主要生產商。

杏鮑菇的本地銷售額由2009年的309,500噸增長至2013年的820,400噸，複合年增長率為27.6%，而該期間的產量每年增長約30%。由於頂級菇類供應不足而低質杏鮑菇供應過剩，故產量與銷量出現失衡。此現象在很大程度上是由於自2012年起大量小型生產商進入此行業，產品的平均質素降低。預計數年內，杏鮑菇產業的供需將漸趨平衡，且杏鮑菇的銷量將由2014年的不足1.0百萬噸增加至2018年的約1.7百萬噸，複合年增長率為14.7%。

下表列示自2009年至2013年中國的杏鮑菇銷量及2014年至2018年的預測。



資料來源：中國食用菌協會及歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

杏鮑菇及原材料的過往價格趨勢

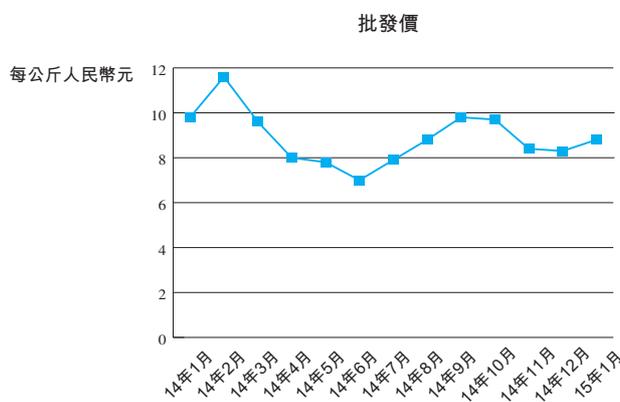
杏鮑菇的價格過往受各種因素影響，(其中包括)工廠化生產、種植的季節性及消費習慣。於7月至9月期間，杏鮑菇的價格普遍較高，而價格通常於年初最高。

根據農業部全國農產品批發市場價格信息網(pfsnew.agri.gov.cn)，杏鮑菇的全國平均批發價於2009年增長迅猛，由約每公斤人民幣9元增加至約每公斤人民幣13元。於2011年12月，杏鮑菇的批發價創新高，達至約每公斤人民幣23元。於2009年至2011年，杏鮑菇的需求強勁，且主要屬來自高檔餐廳的餐飲服務消費及一線城市的家庭消費，故此，產品質素普遍良好。消費量快速增長，然而產能有待擴充。因此，價格維持於高水平。於2012年，由於工廠化生產令總產量巨幅上升，而市場需求依舊強勁，故杏鮑菇的批發價於2012年整體穩定。於2013年，批發價於高產季約為每公斤人民幣9元，並於2014年1月及2月上漲至每公斤人民幣10元以上。杏鮑菇於2014年其後整段時間的平均批發價於每公斤約人民幣7元或以上的水平維持穩定，與2013年的趨勢相符，但波動較小。截至最後實際可行日期，並未能取得杏鮑菇的批發價。

高質量的頂級杏鮑菇的市場需求依舊較大，故高端杏鮑菇的價格於近年間基本不變。福建省古田生產的優質杏鮑菇的批發價高達每公斤人民幣20元，而頂級杏鮑菇的批發價高達每公斤人民幣50元。

種植杏鮑菇的主要原材料均為農副產品或有機廢料，包括菌種、麥麩、豆粕、玉米芯、玉米粉及木屑。該等原材料價格持續低廉且易獲取。由於農副產品的分散性質使然，農業體系內缺乏記錄或集中穩健的價格資訊，因此無法提供有關原材料價格的資料。

下表展示2014年1月至2015年1月中國的杏鮑菇月均批發價：



資料來源：農業部全國農產品批發市場價格信息網(pfsnew.agri.gov.cn)

蘑菇的供應

蘑菇的生產很大程度上取決於個體種植者，其產量佔總產量近90%。工廠化產量僅佔蘑菇總產量的10%。菇類廠房的半工業方式生產的產量佔餘下部分。為促進蘑菇市場，相關地方政府與村委會合作於主要種植區附近設立蘑菇生產基地，作為定價、交易、物流及市場資訊的平台，並使個體種植者與食用菌公司建立聯繫，前述食用菌公司向個體種植者提供菌類及技術支援並購買成品。

根據歐睿報告，中國蘑菇的總產量於2013年約為2.3百萬噸，較2012年增加約4.0%。於2009年至2013年期間，蘑菇的總產量按複合年增長率1.1%增長。預計蘑菇的總產量將由2014年的約2.4百萬噸增長至2018年的約2.7百萬噸，複合年增長率為3.2%。

下表列示2009年至2013年中國的蘑菇產量及2014年至2018年的預測。



資料來源：中國食用菌協會及歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

蘑菇的需求

整體而言，預計蘑菇於2009年至2013年期間的產銷比率高企。由生產基地、食用菌公司及個體種植者參與的共同合作模式獲廣泛採用，其確保集中存貨管理及銷售管理以維持周轉。蘑菇總銷量於2009年至2013年期間輕微增長，由約2.1百萬噸增加至約2.2百萬噸，複合年增長率為1.1%。預計蘑菇的總銷量將由2014年的約2.3百萬噸增加至2018年的約2.6百萬噸，複合年增長率為3.3%。

下表列示於2009年至2013年中國的蘑菇銷量及2014年至2018年的預測。



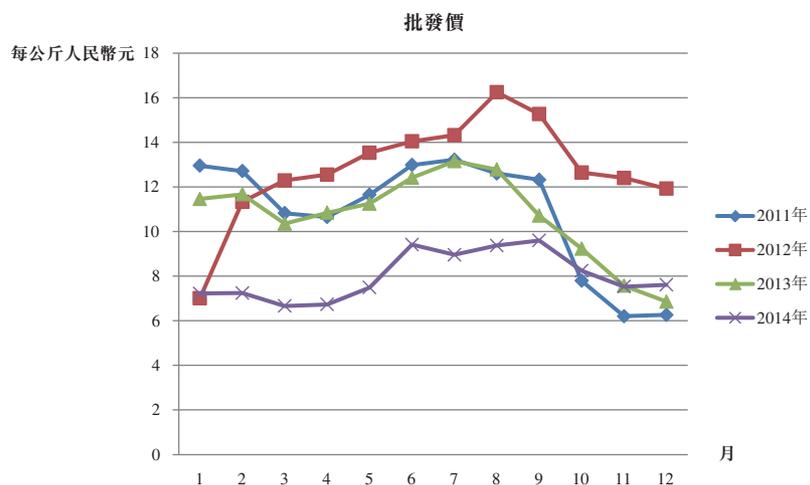
資料來源：中國食用菌協會及歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

蘑菇及原材料的過往價格趨勢

根據農業部全國農產品批發市場價格信息網(pfscnew.agri.gov.cn)，蘑菇的批發價自2009年穩步上漲，由每公斤約人民幣5元至每公斤人民幣8元增加至每公斤約人民幣10元至每公斤人民幣14元，並於2012年到達頂峰，但隨後自2013年起下跌至介乎約每公斤人民幣8元至每公斤人民幣11元。於2013年，華北市場的價格介乎每公斤人民幣5元至每公斤人民幣9元之間。然而，江蘇省及浙江省等沿海地區的產量受氣候影響，年內的價格波幅高達每公斤人民幣10元。於2013年，華南市場的價格介乎每公斤人民幣8元至每公斤人民幣18元。於2014年，蘑菇的全國平均批發價進一步拉平至每公斤人民幣6元至每公斤人民幣10元之間，但較往年更為穩定。截至最後實際可行日期，並未能取得蘑菇的批發價。

生產蘑菇的主要原材料均為農副產品或有機廢料，包括稻草及牛糞。該等原材料價格持續低廉且易獲取。整個生產工序亦為廢料回收再利用過程，可降低蘑菇的成本。由於農副產品的分散性質使然，農業體系內缺乏記錄或集中穩健的價格資訊，因此無法提供有關原材料價格的資料。

下表列示於2011年至2014年中國的蘑菇的月均批發價。



資料來源： 農業部全國產品批發市場價格信息網(pfscnew.agri.gov.cn)

推動食用菌市場的因素

根據歐睿報告，中國食用菌市場主要由以下主要因素推動：

- 消費者健康意識提高，追求飲食營養。生活水準改善、可支配收入提高及健康意識提高帶動中國消費者增加對食用菌的消費支出，而食用菌的特點是營養價值高、綠色、新鮮、生態環保且無污染。
- 食品服務及現代零售渠道中的菇類消耗擁有巨大增長潛力。於2013年，中國食品服務行業創造的銷售收益為人民幣25,392億元，較2012年增長9%。高品質食用菌(作為餐館菜肴的選料)的需求繼續增長。此外，食用菌於零售渠道(如大賣場、超市及網上零售商)的銷售已錄得大幅增長。
- 中央及當地政府鼓勵發展增值農業。中國中央政府於2014年1月19日發佈一號文件「關於全面深化農村改革加快推進農業現代化的若干意見」，強調現代農業的發展及提升。食用菌行業的發展屬提升的一部分。若干主要生產地區的當地政府(如山東省高密、黑龍江省的牡丹江及福建省古田)為當地市場的主要菇類生產公司提供獎勵，如有利的土地使用政策、資金支持及品牌認證。縣或市級農業機構推薦的領先菇類生產公司符合資格可申請省級專案資金，用於興建農業區、農產品批發市場及物流中心。政府資金亦有助形成農業產業群並提升農業機械化水準，從而亦推動農民收入增長。

未來機遇

中國食用菌市場顯示人均食用菌消耗的巨大增長潛力。由於消費者對增加營養吸收的健康意識加強，預計日後食用菌消耗將增加。擁有高度機械化、全自動化及數字化管理的工廠化生產將更廣泛地用於食用菌種植。日後，預計主要的菇類生產地區將繼續致力建立現代化的倉庫及物流設施、冷凍鏈、農產品批發市場及經銷中心。此外，大型食用菌公司將嘗試擴充菇類加工、餐飲服務及農副產品等上游及下游產業，以充分利用菇類種植的資源，提高盈利能力及擴展其經銷網絡。

食用菌市場面臨的威脅與挑戰

根據歐睿報告，中國食用菌市場的日後發展面臨以下主要挑戰：

- 勞動密集型產業，於研究及技術開發的投資相對較低。整體而言，中國食用菌行業仍處於發展階段，且目前為勞動密集型及試驗性生產。主要的工廠化生產地區處於不同的發展階段，缺乏國家層面的綜合規劃及發展策略。較低的機械化水準限制生產效益及優質品種的供應。因此，大多數品種的品質不統一，尤其是眾多中小型生產商生產的產品。
- 產能過剩妨礙若干菇類品種的盈利能力。例如，金針菇近年來因過度工廠化及產量激增而價格銳跌，導致眾多菇類生產商產生巨大虧損甚至倒閉。於2013年，過往一些專注於生產金針菇的公司將其重點轉移至杏鮑菇，因此，杏鮑菇生產商的數目於2012年至2013年期間急劇增加，然而杏鮑菇的整體品質則出現下降，導致供需短暫失衡。日後，機械化水準低及有品質問題的相關公司將很可能會被市場淘汰。
- 中國政府的反腐法規抑制在高檔餐廳內食用昂貴的菇類。中央政府抑制奢侈的嚴格規定對高檔餐廳的銷售（包括高檔菜餚及食材）造成不利影響。高端餐飲服務對生產優質新鮮菇類的需求將隨之受到影響。

競爭格局及競爭性質

杏鮑菇

根據中國食用菌協會，截至2013年底，中國有超過500家杏鮑菇工廠化生產商，當中有中小型的新入行者。進入門檻及競爭力主要在於產品品質、研發、生產設備及資金。

行業概覽

於2013年，按產量計，五大生產商合共生產約中國杏鮑菇總產量的10%。在五大杏鮑菇參與者中，福建綠寶食品及綠雅(江蘇)食用菌有限公司擁有一套完整整合種植、生產及加工、研發及經銷的供應鏈。按產量計，福建綠寶食品於2013年排名第一，年產量為約23,300噸，或佔中國杏鮑菇總產量的2.5%。截至最後實際可行日期，並未能取得按產量計的中國杏鮑菇的排名。本公司通常定位於行業水平之上。根據本公司資料，其於截至2012年、2013年及2014年12月31日止三個年度錄得杏鮑菇銷量分別為約14,489噸、23,579噸及26,628噸。於同期，本公司的杏鮑菇平均售價分別為每公斤人民幣9.4元、每公斤8.3元及每公斤人民幣7.5元。

下表載列於2013年就產量而言五大主要杏鮑菇生產商。

於2013年就產量而言中國五大主要的杏鮑菇生產商

2013年 排名	公司名稱	產量 千噸	份額%	上市公司
1	福建綠寶食品	23.3	2.5%	否
2	連雲港香如食用菌有限公司	18.5	2.0%	否
3	綠雅(江蘇)食用菌有限公司	16.5	1.8%	否
4	山東保益生物科技股份有限公司	16.5	1.8%	否
5	綠源永樂(北京)農業科技發展有限公司	15.0	1.6%	否
其他	-	834.7	90.3%	
總計	-	924.5	100.0%	

來源： 歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

附註：

(1) 上表所報之市場份額數據乃透過實地調查計劃而釐定，計劃包括案頭調查及行業訪談。雖然可從某些公司中獲取經審核數據，惟該等公司通常不會將收益數字分成本調查中涵蓋的相關類別。就此等公司以及收入市場份額但並無公開上市的公司而言，我們乃根據由不同行內資料來源所提供的估計(即不只限於該等公司本身)，並盡量於該等估計中尋求共識。

(2) 排名乃依據2013年度公司杏鮑菇的產量估計。

蘑菇

中國蘑菇市場相當分散，主要由於個體種植者的數目龐大所致。截至2013年，全國註冊的大型工廠化蘑菇生產商不足40家。於前十大生產商中，工廠化種植者合共佔中國蘑菇總產量的約9%。

按蘑菇的總產量(約14,400噸)計，福建綠寶食品於2013年在中國排名第七。截至最後實際可行日期，並未能取得按產量計的中國蘑菇的排名。根據本公司資料，其於截至2012年、2013年及2014年12月31日止三個年度錄得蘑菇及草菇的銷量分別為約9,487噸、12,964噸及22,546噸。於同期，本公司的蘑菇及草菇的平均售價分別為每公斤人民幣6.1元、每公斤人民幣7.4元及每公斤人民幣7.8元。

下表載列於2013年就產量而言十大主要的蘑菇生產商。

於2013年就產量而言中國十大主要的蘑菇生產商

2013年 排名	公司名稱	產量 千噸	份額%	上市公司
1	江蘇裕灌現代農業科技	45.0	2.0%	否
2	山西宇昊蘑菇種植有限公司	30.0	1.3%	否
3	遼寧田園實業有限公司	21.5	0.9%	否
4	山東集盛食品有限公司	20.0	0.9%	否
5	山東九發食用菌股份有限公司	18.0	0.8%	否
6	吉林蛟河市黑土白雲食用菌有限公司	15.0	0.7%	否
7	福建綠寶食品	14.4	0.6%	否
8	山東莘縣富邦菌業有限公司	14.0	0.6%	否
9	山東芳綠農業科技有限公司	12.0	0.5%	否
10	山東莘縣七盛菌業有限公司	7.8	0.3%	否
其他	-	2,078.6	91.3%	
總計	-	2,276.3	100.0%	

來源：歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

附註：

- (1) 上表所報之市場份額數據乃透過實地調查計劃而釐定，計劃包括案頭調查及行業訪談。雖然可從某些公司中獲取經審核數據，惟該等公司通常不會將收益數字分成本調查中涵蓋的相關類別。就此等公司以及收入市場份額但並無公開上市的公司而言，我們乃根據由不同行內資料來源所提供的估計(即不只限於該等公司本身)，並盡量於該等估計中尋求共識。
- (2) 排名乃依據2013年度公司蘑菇的產量估計。

蔬菜及水果罐頭市場

蔬菜及水果罐頭的產量由2009年的1.7百萬噸增加至2013年的2.1百萬噸，複合年增長率為4.6%。蔬菜及水果罐頭為典型的出口導向型行業。中國於2001年成為世界貿易組織成員後，其罐頭產品的出口數量激增。於罐頭食品生產商中，福建省、廣東省及山東省引領著上升的趨勢。預計蔬菜及水果罐頭的產量將由2014年的約2.1百萬噸增加至2018年的2.5百萬噸，複合年增長率為3.7%。

蔬菜及水果罐頭的若干類別的出口自2011年下滑，主要由於若干國家(例如歐盟成員國及加拿大)實施的貿易壁壘以及來自其他國家的競爭所致。根據comtrade.un.org的資料來源，蔬菜及水果罐頭的總出口量持續增長，自2009年約1.7百萬噸增加至2013年的約2.1百萬噸。

下表載列中國蔬菜及水果罐頭自2009年至2013年的產量及其自2014年至2018年的預測產量。



資料來源：中國海關年鑒、<http://comtrade.un.org/>、歐睿根據行業訪談及案頭研究作出的估計。

蔬菜及水果罐頭的原材料供需

福建綠寶食品所生產的蔬菜及水果罐頭的原材料涵蓋各種不同的蔬菜及水果。主要蔬菜及水果罐頭產品的原材料為菇類、麻筍及荔枝。

一般而言，菇類的市場價格於近年整體保持平穩，惟有下降趨勢。此很大程度乃由於大量菇類品種持續工廠化生產以致經濟規模生產及使平均價格下降所致。然而，不合格的生產商對若干菇類品種(如金針菇)進行大規模工廠化生產，損害產品質素及降低平均價格，甚至引致產能過剩。

麻筍的市場價格自2008年起處於整體上升的趨勢。部分主要生產區(如福建省漳州及廣西壯族自治區的英德市)於近年設立生產基地，以便將產能及產品質素管理得更好，藉此可有效提升麻筍的平均售價。過往於2008年，麻筍的平均批發價低於每公斤人民幣1元。隨後數年，價格持續上升至2012年的約每公斤人民幣1.5元。於2013年，價格持平，原因為雨天及晴天的氣候交替加快麻筍的生長而致使供應增加。然而於2014年，持續的雨天氣候抑制麻筍的生長，供應減少至為2013年的一半。因此，批發價上升30%至約每公斤人民幣2元。由於主要生產區數目有限及高度集中，麻筍的價格仍顯示存在波動跡像，亦受氣候變化所規限。

荔枝於中國福建等省份大量生產。荔枝的市場價格於近年略為不穩。一方面，國內市場對新鮮荔枝的需求以及海外市場對荔枝罐頭的需求於數年間大幅增長。另一方面，供應不穩定且受多項因素(包括氣候轉變、採收時間及種植者的意願(擴充或減少種植面積及產量))所規限，此乃在很多水果種類中常見。此等因素綜合引致價格於特定年間下降或上升。例如，於2012年，荔枝的批發價攀升30.0%至約每公斤人民幣20元或以上。於2014年，荔枝的批發價由過往的高位回落至約每公斤人民幣10元。然而，價格趨勢隨著生產地區及荔枝品種的不同而有所變化。就主要生產地區如福建省雲霄縣而言，當地的種植者一直擴闊其產品類型，以便維持穩定的價格及利潤率。

推動蔬菜及水果罐頭市場的因素

根據歐睿報告，蔬菜及水果罐頭市場主要受中國國內市場的有利環境所帶動。隨著生活水準的提升及現代社會工作節奏加快，蔬菜及水果罐頭因為方便和安全，越來越受歡迎。透過密封及殺菌科技，食品安全得到保證而營養價值得以保留。預期國內消費者將在不久的將來接受罐頭食品作為他們日常飲食的一部分。此外，主要罐頭食品生產商致力於開拓國內市場，透過開拓其他渠道，如西餐廳、甜品店及麵包店，試圖於國內市場發掘未來商機。此外，主要罐頭食品生產商致力於消費者教育，以建立消費者視罐頭食品為健康、少防腐劑及少添加劑的消費概念。蔬菜及水果罐頭市場亦受復甦的出口市場及新興的出口目的地所帶動。於2013年，蔬菜及水果罐頭出口總額較2012年輕微增長約3.3%，加強了國內生產商的信心。食用菌罐頭、竹筍及荔枝出口的穩定增長亦鼓勵生產商增加生產。此外，俄羅斯、東南亞及拉丁美洲等新興市場，預期推動蔬菜及水果罐頭的生產。

蔬菜及水果罐頭市場的未來機遇、威脅及挑戰

根據歐睿報告，新包裝物料為蔬菜及水果罐頭市場帶來更多機遇。例如，鋁膜包裝（新推出的軟包裝）的水果及蔬菜有機會於國內市場吸引大量新湧現的客源。此外，口味出眾的蔬菜及水果罐頭於市場上較具競爭力，亦可為消費者提供多種選擇。越來越多生產商於眾多產品（如食用菌罐頭及蘆筍）加入味道及調味。迎合消費者口味的罐頭大大加強了蔬菜及水果罐頭出口的競爭力。蔬菜及水果罐頭亦為菜肴提供各種各樣的原材料，有關原材料不僅便於保存和使用，且不論季節亦可取得。於2013年罐頭食品行業協會年度大會期間，蔬菜及水果罐頭生產商的建議應與眾多連鎖餐館合作。培養相互關係將促進蔬菜及水果罐頭的國內銷售。

根據歐睿報告，蔬菜及水果罐頭市場會面對品質監控的威脅及挑戰、國際貿易壁壘及激烈競爭。蔬菜及水果罐頭製作涉及以下步驟，即罐裝、密封、殺菌、檢驗及產品儲存。低酸罐頭食品及酸化罐頭食品（如食用菌罐頭、桃子罐頭）的殺菌程式極難控制。近年來，中國的蔬菜及水果罐頭中有大量未能通過美國食品藥品管理局測試及其他出口目的國家的品質標準的案例。

蔬菜及水果罐頭的海外需求亦在很大程度上受國際貿易壁壘影響，例如2008年歐盟對中國生產的橙罐頭實行反傾銷、2005年至2009年美國對中國生產的食用菌罐頭實行反傾銷。此外，隨著中國貨幣升值及勞動成本上漲，中國出口的罐頭食品亦面臨其他國家的激烈競爭。