

2026

中国加工番茄产业 白皮书

联合推出

中国食品土畜进出口商会、中国饭店协会、中国烹饪协会、中国民族贸易促进会、
世界中餐业联合会、新疆番茄制品行业协会、中粮营养健康研究院、
高岩信息科技有限公司、淘天集团研究中心

百品味源生物科技有限公司、鹿邑澄明食品有限公司、
中粮屯河番茄有限公司、新疆笑厨食品有限公司

中国加工番茄产业 白皮书

从规模扩张到价值重塑

2026

CATALOGUE

目录

01/ 引言

03/ 序言

1

Chapter 1

全球加工番茄产业格局：从供给寡头到规则重塑

07/ 全球供需已经告别单纯扩张，进入“高波动、强约束、重规则”的新阶段

10/ 加州、地中海与中国的差异，不只是成本差异，更是产业逻辑差异

12/ 新兴产区崛起、贸易流向转移，使中国必须重新理解自己的位置

2

Chapter 2

中国加工番茄供应链全景：真正的竞争力发生在田间与工厂之间

17/ 中国供应链的强项，在于体系完整，但产业链条协同仍有升级空间

19/ 种业、田管与采收，决定了中国供应链的上限

22/ 工厂与仓储不是终点，供应链竞争最终回到客户价值

3

Chapter 3

中国需求端与消费场景：从“番茄酱”走向“中国番茄味”

25/ 需求价值重估，加工番茄进入中国高频餐饮与家庭烹饪体系

27/ 餐饮是最重要的需求放大器，家庭与食品工业则构成中长期放量的两条主线

30/ 需求的反向牵引，正在迫使上游重新理解什么是“好番茄”

4

Chapter 4

技术路径与创新趋势：从单点提效走向系统升级

- 33/ 技术竞争的重点，已经从单一设备更新转向“良种—良田—良机—良法—良制”的全链路能力整合
- 35/ 品种创新的方向，正在从工业属性延伸到消费属性与功能属性
- 36/ 数字农业、机械化与节水工艺，正在共同重塑成本结构
- 38/ 从技术趋势看，行业正在从“工厂思维”走向“系统思维”

5

Chapter 5

区域特色发展与典型产区：从产区比较走向产区协同

- 41/ 区域视角的意义，不在于简单分高下，而在于在政策重构期重新组织全国供给能力
- 43/ 新疆仍是压舱石，但仍需回答“高质量底座”怎么建
- 45/ 甘肃与内蒙古的意义，在于把全国供给做得更厚、更有层次

6

Chapter 6

国际贸易与合规挑战：出口逻辑正在被重新定义

- 49/ 中国出口市场仍然重要，但出口的决定因素已经发生变化
- 51/ 从价格竞争到合规竞争，本质是从“卖货”到“证明自己值得被买”
- 53/ 真正可持续的应对，不是回避规则，而是把合规能力做成新壁垒

7

Chapter 7

未来展望与战略建议：2026—2030 的产业重估

- 57/ 未来五年，中国加工番茄产业更可能呈现“理性恢复、结构分化、价值上移”
- 59/ 企业战略升级的关键，不在于选一个口号，而在于做出结构性取舍
- 60/ 政策与行业协作的重点，应围绕“稳定、升级、信任”三件事展开

61/ 产业专家观点

72/ 参考资料与数据说明

74/ 法律免责声明



A background image of a tomato plant with green leaves and yellowish-green tomatoes, partially obscured by a green curved overlay.

INTRODUCTION

引言

站在 2026 年回看，中国加工番茄产业已经不再是一个只靠面积、产量和出口吨位来定义自身位置的行业。过去二十余年，中国依托新疆等西北主产区的资源禀赋、规模化基地建设与低成本加工能力，完成了从全球重要参与者到核心供应国的跃升；但同样也是在这一阶段，产业逐步形成了对外部市场、对单一产品形态、对规模扩张逻辑的路径依赖。2024 年创纪录的加工量与 2025 年迅速回落的产量，像一次剧烈的压力测试，让行业集中暴露出库存高企、价格承压、市场结构单一、标准体系与品牌能力偏弱等问题。规模曾经是中国加工番茄最强的壁垒，如今却不能再自动转化为价值。

白皮书聚焦对于中国加工番茄产业上下游链接的探讨，试图回答的核心问题在于：在全球供应链重组、贸易合规门槛抬升、国内餐饮与食品工业需求重构的大背景下，中国加工番茄产业下一阶段的增长究竟来自哪里？我们认为，答案不



在于简单恢复 2024 年的高产量，也不在于延续低价出口的旧逻辑，而在于围绕“价值重塑”展开系统性升级。这种升级至少体现在三个层面：

第一，产业定位从“原料制造”转向“应用解决方案”，即企业不只卖酱，而要围绕餐饮、食品工业、家庭厨房和健康消费提供更适配的番茄产品；

第二，竞争逻辑从“成本和规模”转向“质量一致性、交付稳定性与合规可信度”的综合竞争；

第三，市场认知从“西式调味原料”走向“中式烹饪基底”，让番茄真正进入中国消费者熟悉的味型体系与日常饮食结构。

因此，白皮书并不简单沿着产量、区域、产品逐项罗列信息，而是旨在通过全球格局、供应链结构、需求场景、技术路径、区域协同、国际贸易和未来战略七个层面，重构中国加工番茄产业的分析框架。

PREFACE

序言

从 2000 年到 2025 年，中国加工番茄产业经历了由引进起步、区域集聚、出口扩张到体系成型的完整发展过程。新疆、甘肃、内蒙古等产区逐步建立起从种业、基地种植到浓缩加工、仓储物流和国际贸易的链条型产业结构，使中国成为全球最重要的番茄制品生产与出口国之一。番茄也因此从单纯的农产品，演变为连接种业、农机、食品工业、餐饮连锁、国际贸易和品牌消费的复合型产业载体。正因如此，中国加工番茄产业的下一步走向，既关乎一类特色农产品的竞争力，也关系到西北产区现代农业与农产品加工业的升级路径。

但进入 2024—2025 年，产业运行逻辑开始明显变化。全球方面，2024 年加工番茄总量创下历史高位，随后在 2025 年进入明显调整；中国方面，上一轮高景气带来的扩种扩产，在价格下行、库存挤压和外贸风险叠加之下迅速转化为压力。WPTC 在 2025 年 10 月的更新中显示，全球 2025 年加工量约为 4029 万吨，中国加工量约 490 万吨，较 2024 年出现大幅下滑；同时，WPTC 也预计中国 2026 年的合理加工水平将回到 600 万至 700 万吨区间，显示产业正在从极端波动走向理性修复。美国加州 2025 年加工番茄合同产量则由 USDA 预估为 1100 万美制吨（约 998 万吨），整体保持高位稳定说明全球主产区的竞争已经不只体现在量的扩张，而更多表现为结构、效率与规则的比拼。

从国内政策环境看，2026 年是“十五五”开局之年，国家层面对农产品加工业、冷链物流、农业科技和消费扩容的部署，为加工番茄产业提供了新的宏观坐标。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》提出推进农产品加工业转型升级、健全仓储保鲜和冷链物流体系；农业农村部等十部门在《促进农产品消费实施方案》中则明确强调，优化供给端、创新流通端、激活市场端，开发新型加工产品，推进营养健康和便捷化食品供给。这意味着，加工番茄产业不再只是出口导向型加工部门，而有机会借助品质分级、场景创新、流通升级和消费教育，向更广阔的国内需求空间延展。



在这样的背景下，重新讨论中国加工番茄产业，最重要的不是判断一个产季究竟高了还是低了，而是判断产业是否具备穿越周期的能力。所谓穿越周期，并不是简单“熬过去”，而是要在波动中建立新的确定性：在供给端建立更稳的原料组织和更高的生产效率，在需求端建立更清晰的产品定义和更广的场景连接，在国际市场建立更可信的合规与追溯体系，在区域发展上建立更合理的协同分工。本白皮书的价值，也正是在于试图把这些新的确定性梳理出来。

表 1 中国加工番茄产业阶段演变（2022—2026E）

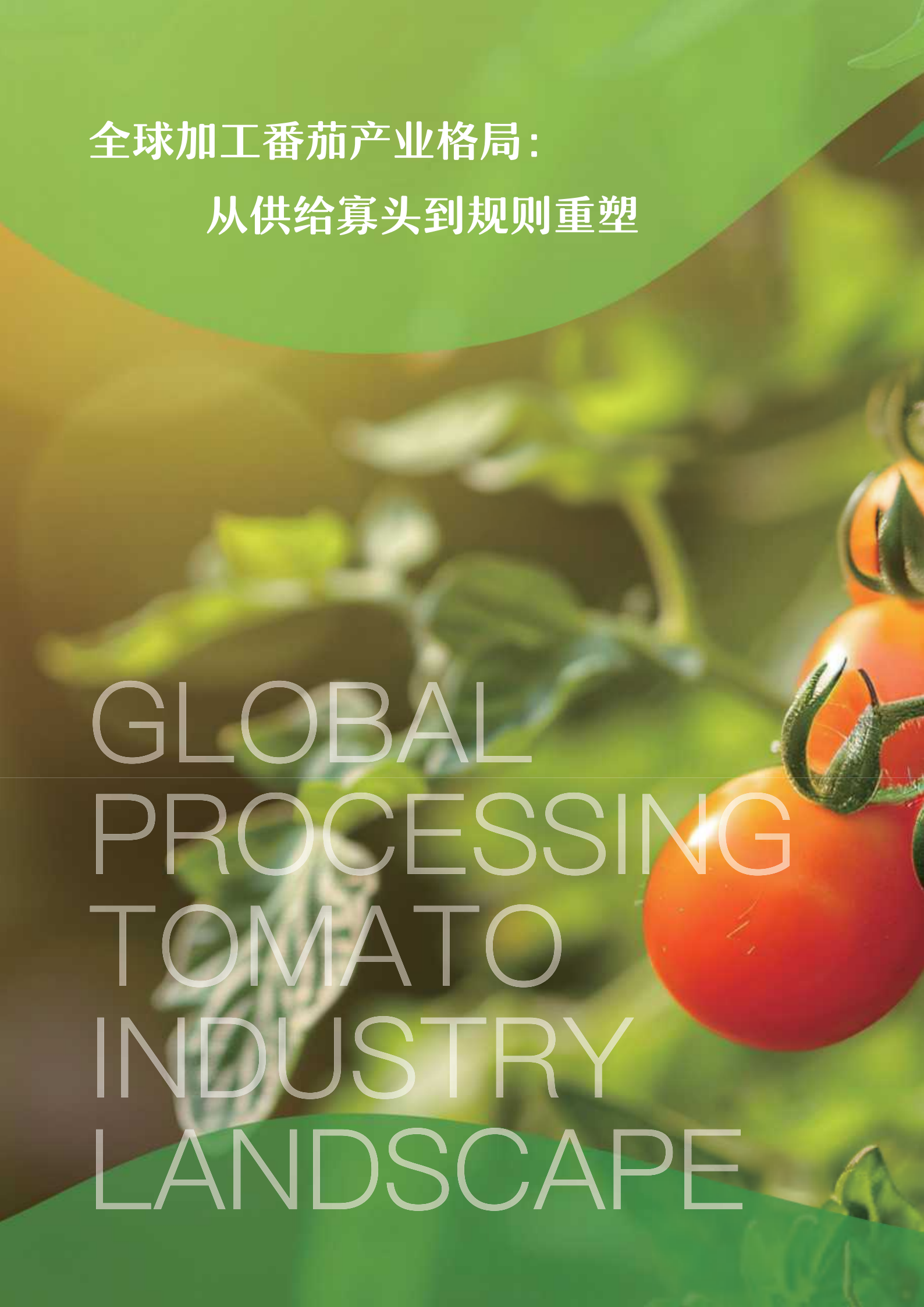
年度	加工量（万吨）	种植面积（万亩）	阶段特征
2022	约 620	—	疫情后修复，价格回升，行业情绪改善
2023	约 800	—	扩种扩产加快，乐观预期推动产能继续外溢
2024	约 1045~1100	约 160	创纪录高产，库存上升，供给过剩问题集中暴露
2025	约 500	约 65	深度调整期，主动去库存与被动收缩并存
2026E	约 600~700	约 70~90	理性恢复期，更强调结构优化与订单匹配

注：2025 年加工量在不同公开资料中存在 510—600 万吨与约 490 万吨两类口径。本文综合 WPTC 不同阶段更新信息，采用“约 500 万吨级”的判断，以反映其深度调整期特征。

全球加工番茄产业格局：

从供给寡头到规则重塑

GLOBAL
PROCESSING
TOMATO
INDUSTRY
LANDSCAPE





- 全球供需已经告别单纯扩张，进入“高波动、强约束、重规则”的新阶段
- 加州、地中海与中国的差异，不只是成本差异，更是产业逻辑差异
- 新兴产区崛起、贸易流向转移，使中国必须重新理解自己的位置

1

全球供需已经告别单纯扩张， 进入“高波动、强约束、重规则” 的新阶段

全球视角 GLOBAL PERSPECTIVE

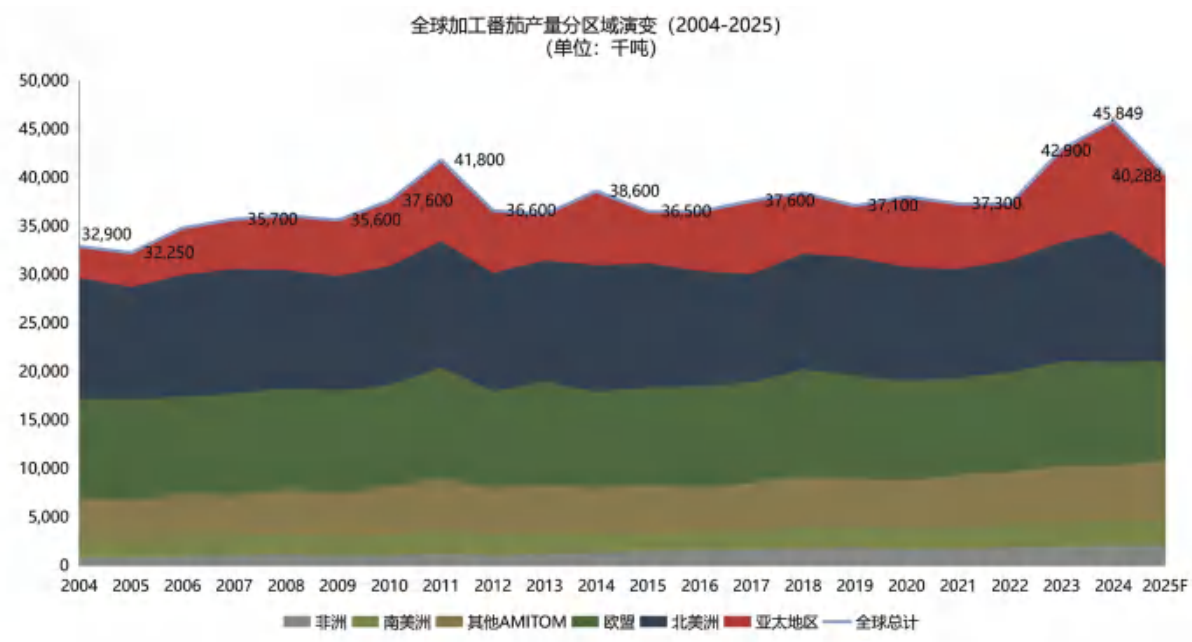
从全球视角看，加工番茄并不是一个可以在任意地区大规模复制的普通蔬菜产业，而是一条高度依赖气候带、水资源、灌溉体系与工业配套能力的特殊产业带。真正具备持续竞争力的产区，大多分布在地中海气候区、北美西岸内陆灌溉区以及中国西北内陆灌溉农业区。也正因如此，全球加工番茄产业天然具有高集中度与强周期性：一旦少数主产区同时出现天气异常、库存偏高、能源价格波动或需求转弱，全球供需就会在极短时间内被重新定价。2025 年，WPTC 将全球加工量初步估计为略低于 4030 万吨，较 2024 年的 4580 万吨明显回落，说明这个行业已经不再沿着线性扩张轨迹运行，而是进入“供给集中、价格敏感、预期驱动”的新阶段。

WPTC 将全球加工量初步估计为略低于

4030

万吨





PATTERN 格局

这种格局之所以值得中国特别重视，不只因为全球总量在波动，更因为波动背后的驱动机制正在改变。过去行业普遍把增减产理解为天气或种植意愿的结果，但 2024—2025 年的变化更像是“库存—合同—价格—种植决策”连锁反应的集中释放：上一轮高产带来的库存压力，使主要产区在 2025 年普遍转向谨慎；意大利 2025 年加工量回升至 580 万吨，但生产成本和极端天气压力并未缓解；美国加州 2025 年预测加工量约 1100 万短吨（约 998 万吨），随后 2026 年合同量又降至 980 万短吨（约 889 万吨），连续第三年下修；中国则回落到约 490 万吨。换句话说，全球番茄产业比拼的不再只是某一年能多增加多少产量，而是谁更能高库存、高成本与不确定需求中维持有效供给。

意大利 2025 年
加工量回升至

580 万吨

美国加州 2025
年预测加工量约

998 万吨

2026 年 合
同 量 又 降 至

889 万吨

连续第三年下修
中国则回落到约

490 万吨

TRADE 贸易

从贸易侧看，加工番茄产业的集中度同样没有下降。Tomato News 最新更新显示，在截至 2025 年 11 月的完整营销年度内，全球番茄酱出口总量维持在约 387 万吨，其中前十位出口国合计约 356 万吨，仍然占据绝对主导地位。也就是说，全球加工番茄并没有进入一个更加分散、更加安全的市场结构，而是进入了一个“少数供给中心相互牵动、少数出口大国共同重塑价格带”的阶段。对于中国而言，真正需要警惕的不是单一产季的高低，而是当全球头部产区同时主动收缩或主动去库存时，中国能否避免被动卷入下一轮价格战。

全球番茄酱出口
总量维持在约

387 万吨

前十位出口
国合计约

356 万吨

GLOBAL COMPETITION

也正是在这样的波动中，全球竞争规则开始发生深层变化。此前各大产区主要围绕吨位、单产和 FOB 价格展开竞争，而现在国际客户越来越把采购决策建立在多维约束之上：一是能否持续稳定供货，二是能否满足颜色、Brix、粘度、残留、微生物和应用适配的综合要求，三是能否证明产品来源、劳动条件、环境记录与物流链条的可追溯性。价格仍然重要，但价格已经从“唯一变量”变成“进入门槛之后的变量”。这意味着，全球加工番茄的竞争正在从成本竞争转向体系竞争，从制造竞争转向规则适应能力竞争。

表 2 全球三大核心产区竞争特征对比（2025 口径）

维度	美国加州	地中海（以意大利为代表）	中国（以新疆为代表）
产量特征	2025 约 998 万吨， 2026 合同量降至约 889 万吨	意大利 2025 约 580 万吨， 葡西保持核心供给	2025 约 490 万吨， 调整期特征明显
核心优势	合同农业、机采体系、 供给纪律	区域品牌、零售体系、 品质分层	规模组织、成本效率、 主产区集聚
主要约束	水资源与综合成本持续抬升	极端天气、能源价格、 规则约束	库存周期、内需转化与合规短板
市场定位	北美本土与工业客户市场	欧洲及高附加值零售市场	亚非拉市场与国内增量场景

2

加州、地中海与中国的差异， 不只是成本差异， 更是产业逻辑差异

California representative 加州代表

加州代表的是高度工业化、金融化和契约化的农业体系。其核心竞争力不只是高单产，更在于合同农业、灌溉体系、机采体系、加工产能与客户订单之间的强计划性衔接。加州加工番茄的面积与合同量通常在产季前就已基本锁定，农场、加工商和行业组织能够基于库存与市场预期提前调节种植规模，因此即便面临水价、人工、环保和保险等多重成本压力，体系仍能维持较高的可预测性。2026 年合同量继续下降，本身就说明加州的优势不只是“能扩”，更在于“能收”，即能够通过制度化安排将产能波动控制在可管理范围内。



地中海板块则更像“品质—品牌—零售文化”三位一体的产业体系。意大利、西班牙、葡萄牙未必在原料成本上占优，但它们在高附加值零售产品、原产地叙事、区域品牌和餐饮文化上的积累，使加工番茄从工业原料延伸为可讲述、可溢价、可细分的消费品。近两年意大利行业围绕气候韧性、合同机制与产业政策工具的讨论也明显增多，说明欧洲主产区正在把应对极端天气、能源成本和环保压力的能力制度化、行业化，而不是把问题留给单个农场或单个工厂自行消化。对中国来说，这一经验最值得借鉴的地方，不是照搬其品牌表达，而是学习其如何把行业规则、标准分级和区域协作沉淀成长期价值。



Mediterranean
Sea
地中海



2025 年中国加工量约为



中国则是在较短时间内完成产能崛起的典型代表。新疆、甘肃和内蒙古依托灌溉农业、规模化基地、集中采收和大包装番茄酱加工体系，在全球大宗供给市场建立了重要位置。WPTC 数据显示，2025 年中国加工量约为 490 万吨，其中北疆 302 万吨、南疆 107 万吨、内蒙古 76 万吨、甘肃宁夏约 6 万吨；全国运行工厂 82 家，较 2024 年减少 24 家，日加工能力约 21.4 万吨。这个数据本身就揭示出中国的双重特征：一方面，中国仍然具备全球少有的组织动员与快速生产能力；另一方面，行业也开始出现“产能在、开工不足、库存约束变强”的新矛盾。中国未来若仍把竞争力仅仅理解为规模和低价，就很容易在全球新一轮重构中失去主动。

3

新兴产区崛起、贸易流向转移， 使中国必须重新理解自己的位置

EMERGING REGIONS

新兴产区

除传统三大板块外，南美、中东和非洲等新兴产区也在加快布局，在未来这些地区也会对全球加工番茄的竞争格局产生较大的影响。2026 年塞内加尔工业番茄产量预期超过 8 万吨，西非市场正在寻求更高自给率；GB Foods 在加纳获得约 6000 英亩土地推进“从种子到货架”的一体化布局，目标是以本地种植替代部分进口；埃及等国也在借助大型水利和农业开发项目提升加工番茄的区域供给能力。

对于中国而言，这些新兴产区的意义不在于它们已经成为与中国并列的超级对手，而在于它们正在主攻中国过去相对稳固的中低端市场与区域性增量市场。





8 万吨

塞内加尔工业番茄
产量预期超过

6000 英亩

GB Foods
在加纳获得约

77 万吨

大包装与小包装番茄
制品合计出口约

与此同时，全球贸易流向也在发生结构性调整。欧洲更加聚焦区域内流通与高端零售，加州更多服务北美市场，而中国出口的重心则继续向俄罗斯、中亚、中东、非洲等区域延展。WPTC 披露，2025 年前 8 个月中国 HS200290 项下大包装与小包装番茄制品合计出口约 77 万吨，同比增长 3%，其中大包装约 46 万吨，同比增长 10%。这说明中国并非失去出口能力，而是在更大程度上转向价格敏感、增长更快但波动也更大的市场。市场重心东移南移，能够缓解部分传统市场收紧带来的压力，但同时也意味着中国必须提升对汇率、地缘、支付安全、客户信用与区域替代产能的系统判断能力。



因此，站在十五五起点看，全球格局给中国的启示并不是一句“谨慎扩产”就能概括的。更关键的命题是：中国是否能够从“企业各自找订单、各自产销平衡”的分散响应，升级为“产区之间有分工、链条之间有标准、行业层面有预警、出口体系有协同”的整体响应。未来全球竞争的胜负，不会只取决于某一家工厂的成本曲线，而会取决于一个国家能否把种业、基地、加工、物流、贸易、标准和客户服务组织成协同系统。中国加工番茄产业真正要建立的，是这种国家级、行业级的协同能力。

从这个意义上说，全球格局对中国最大的启示，是必须从以产量为中心的产业逻辑，转向以体系能力为中心。未来十年，谁能在气候适应、品质一致性、合规管理、产品创新、区域布局与市场组合之间建立闭环，谁就更可能在全球加工番茄产业中保持主导地位。对中国而言，这种闭环不能只由单一龙头企业承担，而应当通过主产区分工、行业组织协调、公共服务平台建设和上下游共同研发来完成。只有当中国把“番茄产业链”而不是“番茄工厂”作为竞争单元来重新设计，全球格局变化才会真正转化为中国的战略机会。



中国加工番茄供应链全景：真正的
竞争力发生在田间与工厂之间

PANORAMA
OF CHINA'S
PROCESSED
TOMATO
SUPPLY CHAIN



- 中国供应链的强项，在于体系完整，但产业链条协同仍有升级空间
- 种业、田管与采收，决定了中国供应链的上限
- 工厂与仓储不是终点，供应链竞争最终回到客户价值

1

中国供应链的强项， 在于体系完整， 但产业链条协同仍有升级空间

从中国国内看，加工番茄供应链已经形成从种业、育苗、基地种植、机采运输到浓缩加工、仓储物流、外贸交付和下游应用的完整链条，这正是中国在全球范围内最重要的比较优势之一。但十五五起点上，供应链的竞争逻辑正在发生变化：过去只要基地够大、工厂够多、出口够快，产业就能增长；现在则要求链条各环节能够更高质量地协同运行。



SUPPLY CHAIN 供应链



2026 年发布的《十五五规划纲要》明确提出，要高质量推进高标准农田建设和管护、完善农田灌排体系、实施农机装备高质量发展行动、发展现代设施农业、推进农产品加工业转型升级并健全仓储保鲜和冷链物流体系。

这实际上为加工番茄产业给出了非常清晰的政策坐标：下一阶段的核心，不是单个环节做大，而是把生产能力、加工能力、流通能力和市场能力真正打通。

然而，但供应链能力并不等同于加工能力。

过去很多时候，行业容易把竞争力简化成“谁的工厂更大、谁的蒸发器更多、谁的产量更高”，而今天越来越清楚地看到，决定企业乃至决定整个产业能否穿越周期的，并不是最后一道浓缩工序，而是前端原料组织是否稳定、采收与运输调度是否顺畅、订单结构是否健康、库存是否可控，以及下游客户需求能否及时反向传导到品种选择与加工方案。

农产品加工
转化率为

65 %

农户分享产
业增值收益

200 万以上

新疆官方在 2025 年出台的农产品加工业政策中就明确指出，当地仍存在“生产强加工弱、产品强产业弱、品质强品牌弱、点上强链条弱”等问题；2024 年新疆农产品加工业产值与农业总产值比为 2.32:1，主要农产品加工转化率为 65%，到 2027 年的目标是提升到 2.6:1，并带动 200 万以上农户分享产业增值收益。对于加工番茄而言，这一判断非常有代表性：真正的短板已经不是有没有加工，而是

有没有形成高质量、可分享、可延展的全产业链协同。

因此，站在中国产业的视角重新看供应链，最重要的任务是把“田间到工厂”的直线关系，升级成“品种—种植—采收—加工—仓储—客户—市场信息反馈”的闭环关系。只有当订单结构、区域布局、品种结构和加工结构能够相互对表，行业才可能减少扩种冲动、降低库存风险，并把更多资源投向真正有价值的产品方向。

表 3 中国加工番茄供应链关键环节与价值点

环节	核心任务	当前优势	升级重点
种子与育苗	品种选育、统一供苗、工厂化育苗	基地化程度提升，育苗体系相对完善	强化育繁推一体化与场景化专用品种
基地种植	水肥管理、农技服务、订单组织	膜下滴灌与规模化基地基础较好	叠加高标农田、节水灌溉和数字农服
采收运输	机收、转运、田头质检与入厂衔接	机收率持续提升，主产区经验成熟	建立机手、车队、工厂排产协同机制
工业加工	浓缩、杀菌、灌装、质量控制	产能大、成本优势明显	发展柔性产线、节能制造和专用产品
仓储与客户交付	库存管理、订单履约、追溯与出口	大包装储运体系成熟	打通订单、单证、批次与追溯系统

2

种业、田管与采收， 决定了中国供应链的上限

PROCESSED TOMATOES

加工番茄

对于加工番茄而言，种子是产业链的起点，也是决定未来产品结构的第一道关口。长期以来，国内加工番茄育种主要围绕高产、抗病、耐运输、适机收和高 Brix 等工业化指标展开，这一方向帮助中国建立了规模优势，但当行业开始从单一出口原料走向多元化内需和专用产品时，育种目标就必须同步调整。



2025 年中央一号文件和十五五纲要都把“种业振兴”“商业化育种体系”“育种联合攻关”放在更突出的位置，意味着对加工番茄这类特色作物而言，未来竞争将不再只是比谁有现成品种，而是比谁能把风味、色泽、粘度、耐煮性、加工出酱率以及场景适配性嵌入育种目标。番茄火锅底料、番茄汤底、番茄丁、番茄粉和高值化配料所需要的番茄，并不是完全相同的番茄。

农作物耕种收综
合机械化率已达

75.64 %

2030 年累计建
成高标准农田

13.5 亿亩

主产区在田间环节已经积累了较成熟的经验，但经验正在加速向标准和政策要求转化。农业农村部 2026 年落实意见明确提出，2026 年是十五五开局之年，要促进良田良种良机良法集成增效；2024 年全国农作物耕种收综合机械化率已达 75.64%，提前一年完成十四五目标；而《逐步把永久基本农田建成高标准农田实施方案》则提出到 2030 年累计建成 13.5 亿亩高标准农田、改造提升 2.8 亿亩，并新

增高效节水灌溉面积 8000 万亩。对于高度依赖滴灌、机采和集中加工的番茄产业而言，这些政策不是外部背景，而是直接决定成本曲线和稳产能力的底层变量。新疆、甘肃和内蒙古如果能把高标准农田、节水灌溉、机采协同、水肥一体化、病虫害监测真正与加工番茄基地建设结合起来，其竞争力提升将不仅体现在亩产，更体现在成熟度一致性、采收窗口稳定性和原料质量的可复制性。



这也是为什么中国加工番茄产业的下一阶段升级，不能只强调“基地建设”，而要强调“基地运营能力”。田管标准、社会化农服、机手组织、田头质检、运输调度和收购定价机制如果不能协同，前端哪怕提高一两个百分点的单产，也可能在末端被损耗、堵点和质量波动抵消掉。站在产业层面，真正应该建设的是一套跨企业、跨区域可复制的原料组织体系。



采收与运输

HARVESTING AND
TRANSPORTATION

采收与运输则是供应链最容易被忽视、但最考验组织能力的环节。加工番茄不是耐储农产品，采收窗口短、运输时效强、品质衰减快，田间到车间的每一次延误都会以色泽下降、原料损耗增加、出酱率波动和客户投诉的形式被放大。近年来主产区机收率持续提高，表面看是设备升级，实质上则是供应链协同要求在提高：只有采收节奏、地块成熟度、车队组织、工厂排产、卸料节拍和质量抽检真正衔接，机械化优势才能转化为产业效率。否则，机采带来的并不是低成本，而是更大规模的集中拥堵和质量波动。

表 4 中国主产区典型种植与加工组织特征

维度	新疆	甘肃 / 内蒙古	中东部补充产区
资源基础	光照足、昼夜温差大，灌溉条件好	绿洲 / 黄河灌溉，规模适中	设施农业、鲜食兼加工、近市场响应
组织模式	大基地 + 龙头企业 + 农机农服协同	区域集聚 + 差异化布局 + 高值化尝试	本地市场导向 + 灵活补充 + 应用试验
供应链优势	规模、成本、出口与底盘能力	品质、多元化与创新转化空间	鲜食协同、短链交付与消费响应
主要挑战	水资源、合规和库存波动压力	规模偏小、标准外溢能力不足	加工配套弱、成本高、稳定性不足



3

工厂与仓储不是终点， 供应链竞争最终回到客户价值

在加工端，我国番茄工厂已经具备较强的连续化与自动化能力，大包装番茄酱生产尤其成熟，但下一步的竞争焦点正在从“能不能加工”转向“能不能柔性加工、稳定加工和专用加工”。十五五纲要提出推进农产品加工业转型升级、健全仓储保鲜和冷链物流体系，这对加工番茄的现实含义是：工厂不能再只是单纯把鲜番茄做成 36/38° Brix 大包装酱，而要更低能耗、更高一致性地生产适用于火锅底料、复合调味料、番茄丁、番茄粉、零售烹饪酱等多种客户场景的专用产品。中国若要把供应链能力真正转换成价值能力，就必须把产线、配方、质量控制和客户应用研发更紧地绑定在一起。

仓储和物流同样正在从“成本项”变成“竞争项”。在出口主导阶段，大包装无菌桶的储运体系已经较为成熟；但随着客户结构分化与市场重心变化，行业越来越需要更高效的库存周转、更透明的批次追溯、更灵活的包装组合，以及面向不同区域市场的物流适配能力。下一个阶段的产业发展，需要把仓储保鲜和冷链物流放到县域富民产业与农产品加工业升级框架下统筹推进，本质上就是要把流通能力前移为产业能力的一部分。对加工番茄来说，未来谁能把仓储管理、质量记录、订单系统、出口单证和客户投诉处理打通，谁就更可能从单纯“卖原料”转型为“提供稳定交付”的结果导向型链条。

因此，加工番茄行业供应链的下一阶段升级，不应被理解为单个企业的工厂扩建计划，而应被理解为产业协同能力的重构工程。上游要围绕种业、农服、基地标准和高标准农田建设夯实原料基础；中游要围绕采收、运输、排产、能耗控制和质量分级提升制造效率；下游要围绕客户共创、应用研发、交付系统和市场预警，把供应链能力真正转换为产品能力与利润能力。更重要的是，行业层面还需要建立更高质量的种植面积监测、产销预警、库存信息发布和标准协同机制。只有当中国把主要产区、龙头企业、地方政府、科研机构、农机服务组织和下游客户连接成一个协同系统，供应链这件事才真正会从企业能力升维为产业能力。

中国需求端与消费场景：
从“番茄酱”走向“中国番茄味”

CHINESE
DEMAND
SIDE AND
CONSUMPTION
SCENARIOS



- 需求价值重估，加工番茄进入中国高频餐饮与家庭烹饪体系
- 餐饮是最重要的需求放大器，家庭与食品工业则构成中长期放量的两条主线
- 需求的反向牵引，正在迫使上游重新理解什么是“好番茄”

1

需求价值重估， 加工番茄进入中国高频餐饮与 家庭烹饪体系

餐饮与家庭烹饪 CATERING AND HOME COOKING

过去讨论我国加工番茄内需时，行业容易得出一个过于简单的判断：国内消费者不如海外市场依赖番茄制品，因此需求天花板有限。但如果回到消费事实，会发现真正的问题并不是“没有消费”，而是“消费尚未被有效组织”。国家统计局数据显示，2025 年全国餐饮收入达到 57982 亿元，同比增长 3.2%；进入 2026 年，1—2 月餐饮收入已达 10264 亿元，同比增长 4.8%。与此同时，2025 年限额以上粮油食品类商品零售额达到 23991 亿元，同比增长 9.3%，网上零售额达到 159722 亿元，其中实物商品网上零售额 130923 亿元，吃类商品增长 14.5%。这些数据说明，围绕厨房、餐桌和即时餐饮的总需求底盘仍在扩张，而加工番茄并非缺少进入机会，缺的是更适合中国场景的产品定义、渠道组织和消费教育。

2025 年 全 国
餐 饮 收 入 达 到

57982 亿元

2025 年限额以
上粮油食品类商
品零售额达到

23991 亿元

2026 年，1—2
月餐饮收入已达

10264 亿元

网上零售额达到

159722 亿元



因此，我国加工番茄产业向内需延展，不能把自己局限在传统西式番茄沙司的单一认知里。中国消费者真正熟悉并愿意复购的，是“番茄入菜”“番茄入汤”“番茄平衡辛辣与油脂”的使用逻辑，而不是简单的蘸酱逻辑。番茄牛腩、番茄鸡蛋面、番茄火锅、番茄汤底、红酸汤、黄柿子火锅底料等一系列品类，本质上都在证明一个事实：番茄在中国并不是陌生风味，而是一种已经被广泛接受、但尚未被工业化充分表达的基础味型。也就是说，中国市场的突破口不是照搬欧美番茄酱消费结构，而是把鲜香、酸甜、汤感、挂壁感和颜色稳定性，转化成适合中式连锁餐饮、家庭半成品和复合调味体系的产品语言。

表 5 全中国加工番茄需求场景与需求侧数据支撑

场景	代表产品 / 应用	需求侧数据 / 案例	对上游的能力要求
餐饮连锁	番茄锅底、番茄汤底、红酸汤、粉面底汤	2025 年全国餐饮收入 57982 亿元；火锅市场约 6500 亿元，小火锅约 400 亿元，说明番茄味型已进入高频标准化出品场景	酸甜比稳定、色泽亮、耐煮不分层、规格标准化
家庭零售	番茄丁、番茄块、烹饪酱、意面酱、浓汤底	2025 年吃类实物商品网上零售增长 14.5%；2026 年 1—2 月便利店 / 超市零售额分别增长 6.4% 和 4.9%，利好小规格即烹产品	口感自然、配料简洁、规格友好、常温 / 冷藏双适配
食品工业	预制菜、复合调味料、中央厨房酱体、速冻米饭料理包	复合调味料 2019—2024 年由 857 亿元增至 1265 亿元；预制菜 2025 年预计突破 8300 亿元，B 端占 70%—80%	批次稳定、热稳定性强、Brix 可定制、微生物控制更稳
创新消费	番茄粉、功能配料、饮品 / 零食跨界、特色火锅底料	需求从“原料番茄酱”转向“场景化番茄解决方案”，区域特色产品和高值化产品开始放量	高红素、高风味、可提取、可品牌化、副产物高值化



2

餐饮是最重要的需求放大器， 家庭与食品工业则构成中长期 放量的两条主线

DEMAND STRUCTURE

需求结构

从需求结构看，餐饮端仍是加工番茄最容易放大的入口。新华网援引红餐大数据披露，2025 年中国火锅市场规模预计达到 6500 亿元，其中小火锅细分市场达到 400 亿元，同比增速 14%，截至 2025 年 11 月全国小火锅门店数约 4.8 万家。火锅并不只是一个消费场景数据，它意味着番茄味型已经在高频聚餐、标准化出品、儿童友好、女性友好和轻刺激锅底需求中建立了明确位置。类似逻辑也出现在粉面汤底、连锁简餐和地方风味调味底料中：对餐饮客户而言，番茄不是点缀，而是能稳定塑造底味、颜色与口感层次的“基础模块”。谁能把番茄做成更稳定的风味底盘，谁就更容易进入连锁餐饮的长期采购体系。

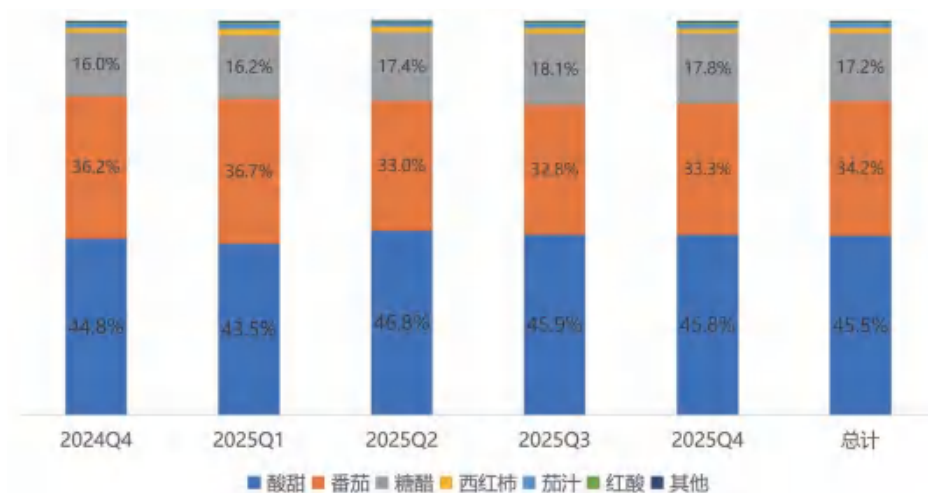
中国火锅市场
规模预计达到

6500 亿元

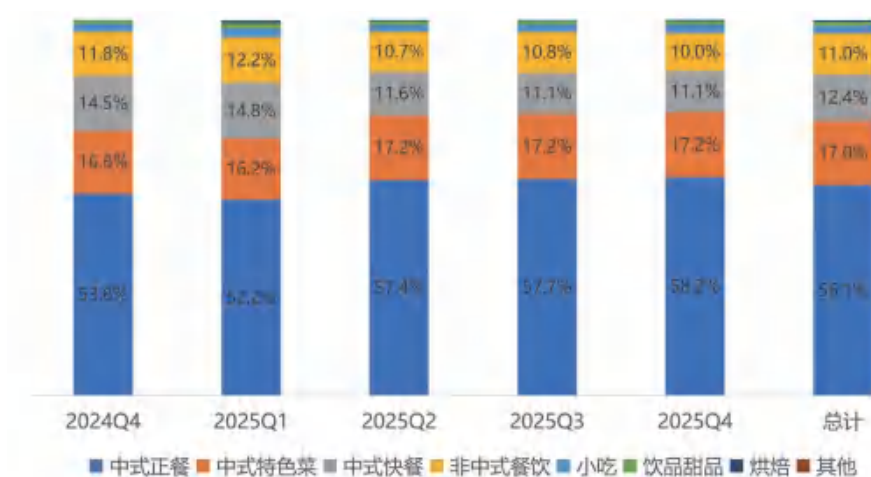
全国小火锅
门店数约

4.8 万家

口味趋势——菜品推荐数



渠道趋势——分渠道菜品推荐数



各口味热门菜品（2024Q4-2025Q4 总计）



数据来源：高岩餐观大数据

家庭零售

HOUSEHOLD RETAIL

家庭零售的意义，则在于它让加工番茄从“门店后厨原料”走向“消费者厨房解决方案”。2025 年全国网上零售额继续保持增长，吃类实物商品网上零售增长 14.5%；2026 年 1—2 月，限额以上零售业单位中便利店和超市零售额分别增长 6.4% 和 4.9%。这些数据背后对应的是小规格、即烹化、易储存、低失败率产品的持续走强。

14.5%

6.4%

4.9%

对于番茄产业来说，这意味着番茄丁、番茄块、烹饪酱、意面酱、番茄浓汤底、儿童友好型番茄调味酱等品类，已经不仅是补充型商品，而是有机会切入“省时做饭”“轻加工家庭厨房”“一人食和两人食”的主流消费逻辑。未来真正的竞争，不是简单把工业大包装缩小，而是围绕菜谱成功率、配料简洁度、规格友好度和冷藏 / 常温适配能力做再设计。



2025 年中国预制菜规模

8300 亿元

食品工业和预制菜则提供了更具确定性的 B 端底盘。公开报道显示，多家机构预计 2025 年国内预制菜市场规模将突破 8300 亿元，其中 B 端仍占 70%—80%；与此同时，复合调味料市场从 2019 年的 857 亿元增长到 2024 年的 1265 亿元，年复合增量率达到 10.2%。这意味着番茄在复合调味、预制菜、速冻意面、料理包、中央厨房酱体和标准化汤底中的角色正在明显强化。其价值不只在于“提供番茄味”，更在于兼具天然增色、增稠、平衡酸度和清洁配料表叙事的多重属性。对工业客户而言，番茄制品的采购标准会越来越像功能配料采购：要求 Brix 可定制、热稳定性更强、批次波动更小、微生物控制更稳，并且能够支持共同开发。

FOOD
INDUSTRY
食品工业

3

需求的反向牵引， 正在迫使上游重新理解什么是 “好番茄”

REVERSE TRACTION OF DEMAND

需求的反向牵引

一旦需求重心从出口型大包装原料，部分转向内需型专用产品，行业就会发现过去的原料标准并不完全够用。中式汤底和火锅底料更看重柔和酸甜、明亮红色和不易分层的挂壁感；家庭烹饪更看重自然番茄香、短配料表和开袋即用；复合调味和预制菜更在意热加工后的稳定性、一致性和工艺适配性。也正因此，消费端增长并不会自动转化为加工企业利润，而是会倒逼育种端更加关注颜色、风味和质构，工艺端更加重视柔性制造和稳定交付，销售端更加理解场景化定义而非简单卖原料。需求侧对产业的最大意义，不是“多卖几万吨酱”，而是推动产品结构从单一出口规格，走向多场景、多级别、多形态的立体组合。

加工番茄 产业

从更长周期看，我国加工番茄产业的内需机会，本质上是一次价值重估。

它要求行业从“我有什么产能”转向“市场真正需要什么番茄解决方案”。

未来最有潜力的企业，未必只是能够做出更多 28/30° Brix 大桶酱的企业，而是能够同时服务连锁餐饮、复合调味、家庭零售和功能配料客户的企业。

谁能先把“中国番茄味”从抽象概念做成标准化产品矩阵，谁就更有可能在十五五周期里，从出口逻辑的跟随者，转变为内外需双轮驱动的价值创造者。

技术路径与创新趋势：

从单点提效走向系统升级

TECHNOLO-
GICAL
PATH AND
INNOVATION
TREND



- 技术竞争的重点，已经从单一设备更新转向“良种—良田—良机—良法—良制”的全链路能力整合
- 品种创新的方向，正在从工业属性延伸到消费属性与功能属性
- 数字农业、机械化与节水工艺，正在共同重塑成本结构
- 从技术趋势看，行业正在从“工厂思维”走向“系统思维”

1

技术竞争的重点，已经从单一设备更新转向“良种—良田—良机—良法—良制”的全链路能力整合

过去行业谈技术，常常等同于蒸发器、灌装线和锅炉系统的升级，但站在当下的时点，加工番茄的技术竞争已经不再是工厂内部竞争，而是从田间到工厂再到客户应用的系统竞争。《国民经济和社会发展规划第十五个五年规划纲要》明确提出，要高质量推进高标准农田建设和管护，实施种业振兴行动，促进良田良种良机良法集成增效，并将农作物耕种收综合机械化率提高到 80% 以上。这意味着未来加工番茄技术路线的评价标准，不只是单点效率，而是能否在稳产、节水、提质、降本、合规和绿色转型之间形成新的整体最优。

从产业结构上看，这套技术体系至少包含四层内容。

第一层

是种质与育种，决定了原料的品质边界；

第二层

是种植与田间管理，决定了成本、单产与稳定性；

第三层

是工厂制造与品控，决定了产品能否被稳定复制；

第四层

则是数字化、低碳化与追溯体系，它们不直接产生番茄酱，却在越来越大程度上决定企业能不能进入高门槛客户和高标准市场。

技术的本质，正在从“提高一台设备效率”转向“重塑整条价值链的确定性”。

表 6 加工番茄产业技术体系框架

技术层级	核心任务	当前趋势	对产业价值
源头技术	种质评价、专用品种选育、功能性状挖掘	从高产导向转向高产 + 品质 + 功能 + 场景适配	决定原料能力上限与产品分层基础
田间技术	节水灌溉、水肥一体化、机采协同、成熟度预测	从经验管理转向数字化、精准化管理	决定单产稳定性、用水效率与成本曲线
工厂技术	柔性浓缩、在线品控、能耗优化、副产物利用	从单纯提产转向稳定交付、降碳和高值化	决定产品一致性、利润空间和客户黏性
支撑技术	追溯系统、碳足迹管理、供应链协同	从局部应用走向全链路嵌入	决定合规能力、品牌可信度与长期规则适应

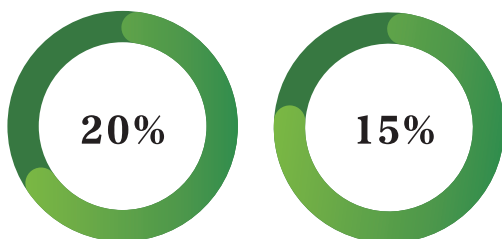


2

品种创新的方向， 正在从工业属性延伸到消费属 性与功能属性

ADVANCED AI APPLICATIONS

AI 很先进



长期以来，国内加工番茄育种更强调高产、高 Brix、抗病和适机收，这一方向对于建立原料规模优势至关重要，但在下一阶段已不够。随着中式汤料、番茄丁、番茄块、功能配料和品牌零售的发展，育种目标必须进一步向颜色、风味、质构、耐煮性和功能成分延伸。十五五纲要提出“培育高产优质、抗逆广适新品种”，其对加工番茄的现实含义是：未来的竞争不是单纯追求产量极值，而是围绕不同下游需求建立分层品种体系。适用于中式汤底的品种，需要更好的酸甜平衡和汤感表现；适用于番茄丁和番茄块的品种，需要更强的果形保持性；适用于红素提取和高值化利用的品种，则应强化番茄红素、多酚等功能指标。

海外企业已经在这条路线上提供了较强参考。日本 Kagome 与 NEC 在葡萄牙成立 DXAS，围绕加工番茄部署 AI 种植建议和脉冲滴灌自动控制系统。NEC 披露，在葡萄牙示范中，该系统实现了约 20% 的增产，同时灌溉用水减少约 15%；2023 年又进一步在意大利北部和葡萄牙商业化试验中实现“增产 + 节水”的双重结果。这个案例对中国的启示并不只是“AI 很先进”，而是加工番茄品种与栽培模型、灌溉决策和合同农业体系必须联动，才能把田间波动真正压缩到客户可接受范围内。

3

数字农业、 机械化与节水工艺， 正在共同重塑成本结构

全国农作物耕种收
综合机械化率达到

75.64 %

植保无人机
保有量达到

20.1 万架

同比增长

20.51 %

农业农村部发布的《2024 年全国农业机械化发展统计公报》显示，全国农作物耕种收综合机械化率达到 75.64%，提前一年完成“十四五”目标任务，工业番茄收获机已实现小批量生产，植保无人机保有量达到 20.1 万架，同比增长 20.51%。这些变化对加工番茄的意义非常直接：行业过去依赖低成本劳动力和规模扩张形成优势，未来则更依赖精准灌溉、水肥一体化、成熟度预测、植保无人机、机采协同和地块数字化管理，去对冲水资源约束、人工成本上升和极端天气风险。对于新疆、甘肃、内蒙古等典型产区而言，谁先把节水能力、机械适配能力和标准化种植能力做成体系，谁就会在下一轮原料竞争中拥有更高议价权。



工厂端的技术升级也在发生方向性变化。

意大利 Mutti 的公开资料显示，其与 WWF 合作推进番茄供应链水足迹与碳足迹改进，在四年内累计节水超过 10 亿升、减少二氧化碳排放 31530 吨；其工厂约 80% 的用水实现不同形式回用，并通过光伏与能效改造降低资源消耗。同时，美国加州 Ingomar 与 Botanical Water Technologies 在 2025 年推进番茄加工冷凝水回收，一台水回收装置单日可回收超过 15 万加仑水，在洛斯巴诺斯试点中已形成约 12 万加仑 / 日的“新水”供应能力，并服务地下水补给。对中国企业而言，这些案例说明工厂技术升级不能只盯着蒸汽单耗和人工替代，还要把副产水、副产皮渣、副产籽渣、碳足迹和循环利用一起纳入经营模型，技术才能真正转化为新利润池和新合规资产。



表 7 海外企业技术参考案例与高值化利用方向

海外案例	关键技术 / 做法	公开成效	对中国的启示
Kagome + NEC / DXAS (葡萄牙、意大利)	AI 种植建议 + 脉冲滴灌自动控制 + 数字田间管理	葡萄牙示范约增产 20%，灌溉用水减少约 15%；后续在意大利和葡萄牙实现商业化试验	把品种、灌溉、合同农业和数字模型联动，先压缩田间波动再谈深加工升级
Mutti (意大利)	供应链水足迹 / 碳足迹管理、工厂节水回用、光伏和能效改造、质量溢价收购	四年累计节水超 10 亿升、减排 31530 吨 CO2；工厂约 80% 用水实现不同形式回用	技术升级要与品牌溢价、农户激励和绿色供应链一起设计，而不是只算设备账
Ingomar + Botanical Water Technologies (美国加州)	加工冷凝水回收与净化、地下水补给与社区供水	单台设备日回收能力超 15 万加仑；2025 年试点形成约 12 万加仑 / 日“新水”供应	把副产水、副产渣和碳减排作为新的经营资产，打开资源循环利用的新利润池
通用方向	在线监测、柔性制造、低碳工艺与副产物高值化协同	技术不再服务单一产能，而是服务稳定交付、合规和高值化	从“工厂效率”升级为“全链价值效率”

4

从技术趋势看， 行业正在从“工厂思维” 走向“系统思维”

如果说上一轮产业升级的关键词是“建工厂、扩产能”，那么下一轮更可能是“通全链、提系统、做低碳”。十五五时期，中国加工番茄企业不仅要面对成本竞争，还要面对合规竞争、客户协同竞争和绿色供应链竞争。技术价值因此越来越体现在三件事上：

- 01 能不能把田间与工厂波动压缩到更小区间；
- 02 能不能把原料做成更细分、更高附加值的产品；
- 03 能不能让企业在国际规则和国内高标准客户体系中保持可信度。

没有这三件事，技术只是设备投资；具备这三件事，技术才会成为产业位势提升的基础设施。

这也是中国加工番茄技术升级最重要的方向：

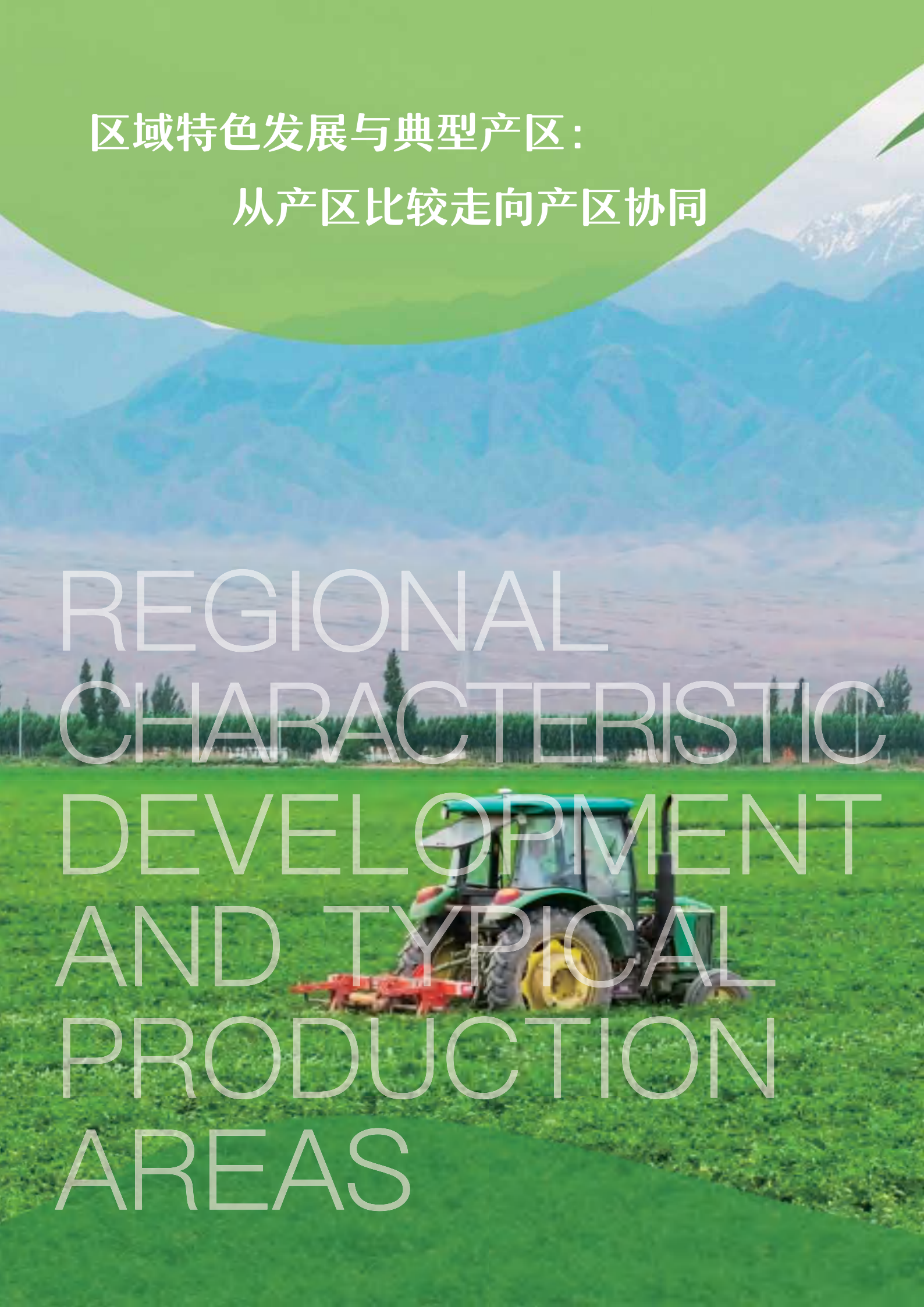
不把技术理解为若干孤立项目，而把它理解为支撑产业结构重构的底层能力。从种业、种植、采收、加工到追溯、降碳和客户共创，谁能把这些能力整合成系统，谁就最有可能在十五五阶段同时抓住内需创新、出口升级和区域协同三条主线。



区域特色发展与典型产区：

从产区比较走向产区协同

REGIONAL
CHARACTERISTIC
DEVELOPMENT
AND TYPICAL
PRODUCTION
AREAS

A green tractor with yellow wheels is shown from a rear-three-quarter view, working in a lush green field. The tractor is pulling a red implement. In the background, there is a line of trees and a range of mountains under a clear sky. The image is overlaid with a large green semi-circle in the top left corner and a green semi-circle in the bottom right corner.



- 区域视角的意义，不在于简单分高下，而在于在政策重构期重新组织全国供给能力
- 新疆仍是压舱石，但仍需回答“高质量底座”怎么建
- 内蒙古的意义，在于把全国供给做得更厚、更有层次

1

区域视角的意义， 不在于简单分高下， 而在于在政策重构期重新组织 全国供给能力

区域视角的意义

THE SIGNIFICANCE OF A REGIONAL PERSPECTIVE

从全国范围看，中国加工番茄产业最容易被概括为“新疆一家独大”，但站在十五五开局时点，这一判断已经不足以指导下一步发展。新一轮政策环境并不只强调总量扩张，而是更强调高标准农田、节水灌溉、现代设施农业、县域富民产业、农产品加工业转型升级和绿色供应链能力。《十五五规划纲要》提出，到 2030 年高标准农田力争累计建成 13.5 亿亩、改造提升 2.8 亿亩，并新增高效节水灌溉面积 8000 万亩；同时强调发展现代设施农业、推进农产品加工业转型升级、健全仓储保鲜和冷链物流体系。换句话说，区域竞争的核心正在从“谁种得更多”转向“谁更符合未来政策和市场共同要求”。



也因此，区域研究的重点不应只是比较亩产、糖度和加工量，而应明确不同产区在国家产业版图中的功能分工：谁承担国际市场的大宗供应底盘，谁承担高值化和深加工试验，谁承担近市场加工和品牌化探索，谁承担设施农业与鲜食协同的柔性补充。只有把区域角色、资源禀赋和政策抓手统一起来，中国加工番茄产业才可能从单核心格局，走向更稳健、更抗风险的多支点格局。



表 8 中国加工番茄区域分工、政策抓手与十五五启示

产区	建议定位	核心优势	政策抓手与十五五启示
新疆	全国核心基地与国际供应底座	规模大、日照足、灌溉农业成熟、龙头集聚、深加工延伸空间大	围绕高标农田、节水灌溉、机采升级、保险与追溯，建设高质量底座
内蒙古河套 / 甘肃河西走廊	北方近场供应与品牌化精深加工新支点	区位好、品牌价值高、服务华北东北半径短、精深加工推进快	依托“天赋河套”和重点产业链建设，发展番茄粉、火锅底料等近市场高附加值产品
中东部补充产区	鲜食协同与柔性加工补充	设施农业、靠近消费市场、即时响应快、终端创新能力强	顺应设施农业与县域加工升级，发展短链供应和终端创新产品

2

新疆仍是压舱石， 但仍需回答“高质量底座”怎么建

新疆

新疆之所以成为中国加工番茄的战略核心，靠的是自然禀赋、灌溉农业、规模组织和龙头企业集聚的长期叠加。但十五五时期，新疆的领先优势需要从规模优势转向系统优势。以巴州为例，当地财政公开信息显示，2024 年全州番茄种植 24 余万亩、总产量约 190 万吨，工业番茄向精深加工延伸，番茄红素生产已形成较大规模。这说明新疆的价值早已不仅是“大桶酱原料仓”，而是具备向功能提取、专用酱体和精深加工延伸的现实基础。下一步新疆更需要围绕高标准农田、节水灌溉、机采适配、品种升级、全过程追溯和出口合规，把“大基地”升级为“高质量产业底座”。

24 余万亩

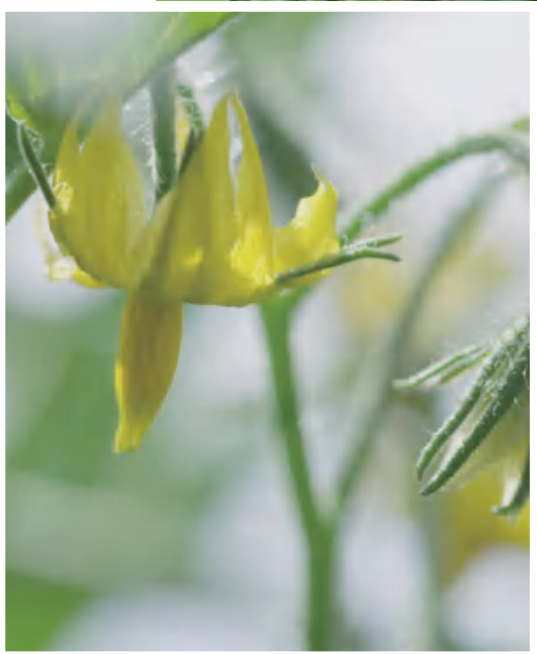
2024 年全州番茄种植

190 万吨

总产量约

8000 万亩

2030 年新增高效节水
灌溉面积



从政策逻辑看，这一升级方向与中央政策高度一致。十五五纲要提出强化农业科技和装备支撑、实施农机装备高质量发展行动，并支持发展特色农产品保险；高标准农田实施方案则强调到2030年新增高效节水灌溉面积8000万亩。对新疆加工番茄来说，这意味着未来竞争力将越来越取决于用水效率、灾害韧性、订单农业稳定性和保险覆盖程度，而不只是简单比较加工量。谁能率先把节水、良种、保险、机采和深加工联动起来，谁就能在新疆内部率先完成从资源型领先向制度型领先的跨越。

3

内蒙古的意义， 在于把全国供给做得更厚、 更有层次



内蒙古河套则代表着近场市场、区域品牌和精深加工的新支点。围绕“天赋河套”品牌，巴彦淖尔公开信息显示，目前授权 20 家企业 126 款产品，品牌价值突破 309.67 亿元，授权产品销售额突破 10 亿元，整体可实现 30% 以上溢价。进入 2026 年，当地政府进一步提出推动 11 条农牧业重点产业链向纵深延伸，其中加工型蔬菜产业链重点打造番茄粉和脱水青红椒产品，2025 年 11 条产业链完成投资 9.69 亿元、全产业链产值突破 940 亿元。这些信号说明，内蒙古的价值并不只是补充原料，而是依托区位、品牌和加工项目建设，在华北与东北市场形成更高响应效率，并在番茄粉、火锅底料、特色调味制品上形成新的比较优势。



品牌价值突破

309.67 亿元

全产业链产值突破

940 亿元

授权产品销售额突破

10 亿元



我国中东部补充产区和设施农业带来的则是另一条路径。虽然这些地区在加工番茄总量上难以与新疆匹敌，但它们在鲜食基础、物流半径、即时消费响应和设施栽培方面具有天然优势，未来更适合发展短链供应、鲜食加工协同、番茄块、番茄丁、短保产品以及区域特色终端产品。这类产区的存在，不是为了复制新疆，而是为了增强整个产业的柔性和近市场能力。

因此，从全国布局看，更合理的方向不是复制更多“新疆”，而是构建“新疆底座—甘肃创新带—内蒙古近场支点—中东部柔性补充”的多层区域体系。在下一个阶段的发

展中，我国加工番茄产业最需要的不是单个产区各自扩张，而是围绕品种、产品、市场、时序和政策资源形成协同：新疆做强底盘和合规，甘肃做深高值化和出口特色，内蒙古做近场品牌和精深加工，中东部做设施农业和终端创新。只有这样，全国供给能力才会从“规模领先”真正走向“结构领先”和“韧性领先”。

内蒙古

国际贸易与合规挑战：

出口逻辑正在被重新定义



INTERNATIONAL
TRADE AND
COMPLIANCE
CHALLENGES



- 中国出口市场仍然重要，但出口的决定因素已经发生变化
- 从价格竞争到合规竞争，本质是从“卖货”到“证明自己值得被买”
- 真正可持续的应对，不是回避规则，而是把合规能力做成新壁垒

1

中国出口市场仍然重要， 但出口的决定因素已经发生变化

全球番茄酱
出口总量约

387 万吨

前十位出口
国合计约

356 万吨

中国仍是全球番茄酱出口的重要力量，但出口逻辑已经不再等同于“有价格就有市场”。从全球贸易结构看，Tomato News 最新数据表明，截至2025年11月的完整营销年度，全球番茄酱出口总量约387万吨，前十位出口国合计约356万吨，贸易仍高度集中。中国并没有退出这场竞争，WPTC数据显示，2025年前8个月中国HS200290项下番茄制品出口约77万吨，同比增长3%，其中大包装约46万吨，同比增长10%。这说明中国的出口基本盘仍在，但出口的决定因素正在从单一价格转向“价格+稳定交付+合规可信度+区域渠道能力”的组合竞争。

中国 HS200290 项
下番茄制品出口约

77 万吨



这种变化并不是抽象趋势，而是已经通过制度变成现实。美国海关与边境保护局自 2021 年 1 月起对涉新疆棉花和番茄产品实施区域性暂扣令；欧盟《禁止强迫劳动产品进入联盟市场条例》已于 2024 年生效，并将自 2027 年 12 月 14 日起正式适用。与过去依赖企业自我解释不同，新的国际规则正在把“证明无风险”变成出口活动的一部分。也就是说，未来出口不只是把货做出来、把单签下来，更要把地块来源、用工记录、收购批次、加工流转、仓储运输和第三方审核证据完整留痕。

这一变化对中国加工番茄产业的影响，首先是出口竞争门槛被系统性抬高。过去很多企业只要产品指标合格、价格合适，就有机会通过贸易商进入海外市场；未来则需要在内部控制、原料追溯、供应链审计、文件管理、客户问卷、现场验厂和突发合规事件应对上形成持续能力。对单个企业来说，这当然意味着成本；但从行业层面看，它更意味着谁先把合规做成公共能力、谁就更可能在新秩序中掌握话语权。

表 9 美国 WRO 与欧盟《强迫劳动条例》对比

维度	美国 WRO	欧盟《强迫劳动条例》
规则状态	已实施	已生效，将于 2027 年 12 月 14 日适用
覆盖范围	针对特定地区 / 产品链条	覆盖所有产品与所有来源地
核心机制	进口端扣留、举证与排除	调查、尽职审查、禁入与处置
对企业影响	对特定地区 / 链条形成实质限制	系统性抬升全部对欧业务合规成本

2

从价格竞争到合规竞争， 本质是从“卖货”到“证明自己 值得被买”

在旧逻辑下，企业只要控制成本、把握价格节奏，就有机会获得出口订单；在新逻辑下，企业还必须证明自己的产品来源、劳动条件、种植记录、加工批次和物流链条是清晰、可追溯且经得起第三方审核的。尤其是当国际客户越来越习惯把 ESG、强迫劳动风险、农残控制、碳排与水管理一起纳入采购问卷时，番茄酱已经不再是一个只靠化验单和价格单成交的大宗商品。对中国企业而言，这意味着竞争单位从“单批货”升级成“整条链”：链条越长、主体越多、信息越分散，就越需要制度化管理。

FROM PRICE COMPETITION TO
COMPLIANCE COMPETITION
从价格竞争到合规竞争



对中国企业来说，这种竞争方式变化会带来明显分化。

大型龙头企业更有能力投入数字追溯、第三方认证、供应链审计和内部控制系统，因此更有机会在高价值市场中保留席位；

而单纯依赖贸易商、产品高度同质化且内部管理薄弱的企业，将越来越难以进入要求严格的客户体系。

但如果只把这个问题理解为“龙头企业的机会”，判断仍然是不完整的。

因为出口信誉并不仅仅由一家企业决定，它同样受制于产区形象、地方监管效率、口岸通关能力、行业标准一致性和公共服务能力。

换句话说，国际市场最终识别的往往不是某一家工厂，而是“中国番茄产业是否值得信任”。



3

真正可持续的应对，
不是回避规则，
而是把合规能力做成新壁垒

COMPLIANCE CHALLENGES 合规挑战

面对合规挑战，企业当然可以通过市场多元化降低对欧美的依赖，但这只能缓解短期压力，并不能替代能力建设。长期看，更有效的路径仍然是把合规体系与日常经营体系结合起来：以地块和农户为起点，建立基础数据记录；以采收、入厂、批次和客户订单为主线，建立证据链条；以仓储、物流、报关、原产地管理和客户投诉为接口，形成闭环管理。这种能力一旦建成，不仅能应对欧美市场，也能反向提升对俄罗斯、中亚、中东和非洲等新兴市场客户的交付可信度。





更重要的是，中国出口体系需要从“企业单兵作战”升级为“产业协同应对”。行业协会、主产区政府、海关、第三方机构和龙头企业完全可以共同建设几类公共能力：一是统一而可审计的追溯模板和基础数据库；二是围绕强迫劳动、质量安全、农残和环境指标的培训与预警机制；三是对重点市场法规变化的持续跟踪和案例复盘；四是面向中小企业的合规服务平台、检测服务和证据管理支持。只有把这些能力公共化、平台化，中国产业才不会在国际规则升级中出现“头部能做、中腰部掉队”的断层。

因此，国际贸易挑战对中国加工番茄产业的真正意义，在于它把“低价大宗原料出口”的旧模式推向终点，同时也倒逼中国把出口能力重新建立在产业协同之上。未来真正可持续的优势，不会来自某一家企业短期压价抢单，而会来自中国能否形成产区分工更清晰、标准口径更一致、贸易预警更及时、合规证明更完整、市场布局更多元的整体出口体系。站在中国番茄产业的立场上看，出口问题从来不是一个外贸部门的问题，而是一个贯穿种植、加工、监管、港口、金融与客户服务的系统工程。谁能把这套系统组织好，谁就更有可能把国际规则变化转化为中国的新壁垒。

未来展望与战略建议：

2026—2030 的产业重估

FUTURE
OUTLOOK AND
STRATEGIC
SUGGESTIONS



- 未来五年，中国加工番茄产业更可能呈现“理性恢复、结构分化、价值上移”
- 企业战略升级的关键，不在于选一个口号，而在于做出结构性取舍
- 政策与行业协作的重点，应围绕‘稳定、升级、信任’三件事展开

1

未来五年，中国加工番茄产业 更可能呈现“理性恢复、结构 分化、价值上移”

2026
2027
2028
2029
2030

展望 2026—2030 年，中国加工番茄产业大概率将告别 2024 年前后的剧烈波动，逐步回到更为理性的运行区间。供给侧不会再无限扩张，而会更多围绕订单、库存与价格信号进行调整；需求侧则会在国内餐饮、食品工业、家庭零售和健康消费带动下稳步增长；贸易侧将持续面临欧美高门槛与新兴市场不稳定并存的局面。换言之，未来五年的关键词不是“恢复到过去”，而是“形成新的均衡”。



这一新的均衡并不意味着行业会自动变好，而是意味着分化会越来越明显。能够把原料组织、产品创新、客户服务和合规建设整合起来的企业，将逐步获得更稳定的利润和更强的议价能力；仍然停留在单一大宗原料、单一出口市场和单一价格竞争路径上的企业，则更容易在下一轮波动中承压。对整个行业而言，2026—2030 年不是简单的扩容期，而是一个决定谁能真正升级、谁会被边缘化的再排序阶段。



表 10 2026—2030 年中国加工番茄产业趋势判断

维度	趋势判断	背后逻辑	企业应对方向
供给	回归 600 万—700 万吨级更合理区间，波动仍在但趋于收敛	高库存教训、订单农业增强、扩种更谨慎	提高产销匹配能力，控制无效扩张
需求	内需占比提升，餐饮与食品工业成为主增量	“中国番茄味”场景持续扩展，预制菜和复调放大需求	开发专用产品，增强应用研发能力
技术	数字化、节能和高值化利用成为主线	成本、合规和绿色化共同驱动	建设智慧农场、柔性产线和副产物利用体系
贸易	多元化深化，合规门槛持续抬升	欧美规则趋严，新兴市场重要但波动大	建设产业级追溯、预警与合规协同体系

2

企业战略升级的关键， 不在于选一个口号， 而在于做出结构性取舍

对于**中型企业**而言，
差异化比盲目跟进更重要。

它们未必需要追求全国最大，
但完全有机会在高浓度酱、番茄粉、餐饮专用酱、
国内区域市场或特定出口市场上做深，
成为细分领域的稳定供应商。相比全面铺开，
这类企业更适合围绕自身区域优势、
客户关系或某一类产品技术持续深耕。

对于**规模较小或灵活型企业**而言，
生存与发展之道往往在于灵活经营与
区域协同。一方面可以依托代工、
联合采购和供应链合作降低独立经营成本，
另一方面也可以结合地方市场开发特色番茄制品，
避免直接卷入全国化低价竞争。
未来行业的生态不会只有少数巨头，
但会越来越依赖明确定位。

对于**龙头企业**而言，
最有价值的方向是从加工制造商进一步走向
产业链组织者与应用解决方案提供者。

这意味着企业不仅要继续稳固基地、
种业和工厂优势，更要加大在应用研发、客户共创、
追溯合规、终端品牌和副产物高值化上的投入。

龙头企业若只继续做大包装酱，
最终很容易被规模逻辑反噬；
而当它能够以更丰富的产品结构和更可信
的交付体系链接客户时，规模才能真正
转化为价值。

3

政策与行业协作的重点， 应围绕‘稳定、升级、信任’ 三件事展开

从政策层面看，建议把加工番茄放在现代农产品加工业、特色优势产业集群和区域协同发展框架下统筹推进，重点支持种业攻关、节水与数字农业、节能型工艺改造、仓储冷链与产地加工，以及出口合规公共服务平台建设。对于一个既连接农

业生产、地方工业，又连接国际贸易和食品消费的产业而言，政策的着力点不应只是扶持若干龙头企业，而应着力建设公共能力：包括主产区种植面积与库存监测、行业数据发布、质量分级标准、追溯体系、检验检测、国际规则应对和产区协同机制。

从行业层面看，更迫切的任务是建立更高质量的信息共享和协同机制。包括对种植面积、产量、库存和价格的预警，对重要国际贸易规则的跟踪，对标准和质量分级的持续更新，以及围绕追溯、认证和国际应对的联合行动。中国加工番茄产业进入下一阶段后，真正需要形成的不是更多“各做各的龙头”，而是一个能够在种业、种植、加工、物流、出口和客户开发之间形成联动的产业共同体。行业越能形成共识，企业就越有可能摆脱无序竞争和周期性内耗。

综合来看，中国加工番茄产业已经完成了“做大”的历史任务，站在2026年的十五五新阶段，下一阶段必须回答“如何做强、如何做稳、如何做出协同价值”。规模仍然重要，但规模本身不再足够；出口仍然重要，但出口逻辑已经重写；国内市场仍在成长，但需求不会自动转化为利润。未来真正决定中国产业位置的，不是哪一家企业先跑得更快，而是中国能否把主产区、龙头企业、科研机构、行业组织、地方政府和下游客户组织成一个更稳定、更透明、更有分工也更有协同的产业体系。只有当中国番茄产业以“整体能力”而不是“单点优势”参与竞争，十五五阶段的高质量发展才真正有可能落地。

产业专家观点

INDUSTRY
EXPERTS'
VIEWPOINTS





从现实运行情况来看，当前产业面临的核心矛盾并不在于产量不足，而在于结构失衡与无序竞争。一方面，

产能持续扩张叠加出口导向，使部分企业在市场竞争中依赖低价策略，压缩了行业整体利润空间，并加大了贸易摩擦风险；另一方面，产品结构仍以大包装原料为主，附加值偏低，难以支撑长期发展。同时，国际贸易环境的不确定性不断增强，反倾销以及合规要求等因素，均对产业稳定性提出更高要求。在此背景下，单纯依靠规模扩张已难以形成持续竞争力。

在供给与秩序之间： 中国加工番茄产业的 价值重塑路径

中国食品土畜进出口商会副会长 于露

在当前全球农产品贸易格局持续调整的背景下，加工番茄产业的角色正在发生深刻变化。作为典型的农产品加工出口品类，其意义已不再局限于规模化出口，而是逐步转向体现中国农产品供应链稳定性与韧性的代表性产业。在全球供需波动加剧的环境下，国际市场对中国加工番茄的期待，并非单纯的价格优势，而是能够在关键时期弥补供给缺口、提供稳定输出。这一定位决定了中国加工番茄产业的发展逻辑，应从“参与竞争”转向“优化供给结构”，在全球体系中承担更加理性的角色。

面向未来，中国加工番茄产业亟需从“规模导向”转向“价值导向”，推动发展逻辑的系统性重构。一方面，应围绕品种与种源能力强化基础支撑，通过持续的品种创新与引进，提升原料端的竞争优势；另一方面，应围绕终端应用场景，推动产品由原料供给向解决方案输出转型，通过配方开发、应用适配与产品组合设计，提升整体附加值。同时，标准体系建设与行业协同亦是关键，通过统一质量标准与规范市场秩序，引导行业由无序竞争走向理性发展。在多重因素驱动下，中国加工番茄产业有望逐步从“规模优势”迈向“综合能力优势”，在全球产业体系中形成更加稳健、可持续的发展格局。

从调味品到烹饪基底： 番茄制品的角色跃迁

亨氏（中国）投资有限公司 CEO 肖高求



番茄制品在中国市场的角色正在经历质的飞跃——从可选的调味点缀，逐步升级为中国食品产业与家庭厨房的高价值基底。这一转变不仅体现着大众对番茄制品的消费认知的升级，更预示着加工番茄产业在中国市场的发展潜力。

从“风味点缀”到“功能基底”

过去，人们对番茄制品的理解停留在“增添酸甜味”。如今，无论是B端餐饮还是家庭烹饪，番茄制品已演变为一种“标准化的品质底色”，支撑起了一个庞大的中式应用场景。在番茄肉酱、火锅底料等中式应用中，番茄制品不仅平衡口感、提升色泽，更成为确保出品稳定的核心支撑。

从“舶来品”到“东方味”

这种认知变化，得益于中式餐饮场景的蓬勃创新。以往番茄酱被视为“薯条搭档”；而今，在番茄炒蛋、番茄牛腩等本土化菜式中，中国消费者找到了属于东方味蕾的认同。中国市场已跳脱西式餐饮应用的局限，将番茄制品内化为东方复合风味的重要组成部分。本土化的深度融合，为品类开辟了广阔天地。

从“普通调味”到“健康补充”

越来越多消费者认识到优质番茄制品是“浓缩的蔬菜精华”。大众开始关注番茄红素的营养价值，家长群体还将其视为儿童膳食中高效、便捷的营养补充。番茄制品被许多消费者视作更高效、更健康的营养来源。这一健康价值的重新发现，正为行业打开全新增长空间。



从“原料供给”到“价值共创”： 加工番茄在餐饮体系中的角色重塑

中国饭店协会副会长 张景富

在“提振消费、扩大内需”的宏观背景下，餐饮业正逐步从传统的消费终端，转变为牵引农业与食品工业升级的重要力量。消费结构的升级，使得餐饮不再只是对农产品进行简单消化，而是通过对品质、安全与特色的更高要求，反向塑造上游生产与加工体系。由此，农产品加工正在告别粗放式发展路径，转而向标准化、科技化与品牌化演进，餐饮业也随之成为推动产业价值链提升的重要驱动因素。这一变化，本质上体现为消费需求对供给体系的重构，使农业与食品工业在更高质量发展轨道上实现协同升级。

在这一过程中，加工番茄的角色亦发生深刻转变。其在餐饮供应链中的定位，已由单一原料跃升为支撑餐饮标准化与工业化的重要基础要素。一方面，加工番茄以稳定的风味和高度标准化特性，成为中央厨房体系与复合调味体系中的关键支点；另一方面，其在产业链中的连接属性不断强化，上游联动种植端的规模化与品质控制，下游赋能餐饮企业的产品稳定与创新输出。

更为关键的是，加工番茄正逐渐从“风味配角”走向“菜品定义核心”，在火锅锅底、复合调味与预制体系中承担起塑造产品风味与品质认知的核心功能，由此成为餐饮工业化进程中的重要基础设施。

面向未来，在国家推动传统产业优化升级的政策导向下，加工番茄产业的发展逻辑亦在发生转向。单纯依赖规模扩张的路径已难以支撑产业持续增长，取而代之的是以标准体系建设为基础、以品牌塑造为抓手、以应用创新与场景细分为突破口的多维升级路径。这一转型不仅是对国际市场波动与国内同质化竞争的回应，更是产业从“原料供给”走向“解决方案输出”的必然选择。通过标准化夯实品质根基，通过品牌化提升价值溢价，通过应用与场景拓展释放消费潜力，加工番茄产业正逐步构建起以价值创造为核心的新型发展模式，并在更广阔的餐饮与消费场景中释放增长空间。

从单一产品到味型体系： 加工番茄的升级方向

——百品日光番茄联合创始人 李科



在当前中式餐饮结构持续演进的背景下，番茄正由“西式风味载体”向“中国味型要素”转变。尽管番茄在中国具备广泛的消费基础与较低的认知门槛，但其价值尚未被充分释放，市场对番茄的理解仍主要停留在沙司等西式应用形态。未来的发展关键，在于推动番茄从单一产品形态向复合味型体系升级，使其成为能够嵌入中式菜品结构的底味要素，从而实现更深层次的应用拓展。

从应用路径来看，餐饮端仍是番茄味型渗透的核心驱动力。随着外食消费持续增长，餐厅已成为味型创新的重要载体，番茄火锅底料等产品在非麻辣体系中的应用，正在为行业提供可复制的实践路径。但与此同时，下游应用创新已逐步接近原料能力边界，现有加工番茄在风味、质构与形态上的同质化，正在制约其应用空间的进一步拓展。因此，番茄在餐饮端的持续深化，有赖于上游原料体系的结构性升级与差异化供给。

在供给端，当前行业仍面临明显瓶颈。一方面，加工番茄产品形态相对单一，难以支撑多元化应用场景；另一方面，传统高温浓缩工艺在强化风味浓度的同时削弱了天然鲜感，使产品长期处于“浓度与鲜度难以兼顾”的状态。未来的关键突破方向，在于通过品种选育与加工工艺创新，实现风味浓度与番茄鲜感的协同平衡，推动加工番茄由标准化工业原料向具备风味表达能力的基础食材转型，从而为番茄火锅底料及更多中式餐饮应用提供更具支撑力的原料基础。

价格承压下的突围： 中国加工番茄产业的下一步在哪里

新疆番茄制品行业协会秘书长 李健

整体来看，中国加工番茄产业正由以规模扩张为导向的发展阶段，逐步迈入以结构优化与能力提升为核心的新阶段。在价格约束与库存常态化的背景下，围绕产品体系、市场机制与产区价值的系统性重塑，将成为决定产业未来竞争力的关键路径。

在全球供需波动与库存高位运行的背景下，加工番茄产业正处于阶段性调整周期。当前全球番茄制品库存折合鲜番茄规模仍处于高位，叠加主要产区增产，使整体供给未出现实质性收缩。在此基础上，中国市场同样面临供给压力，一方面国内消费规模增长有限，另一方面加工量仍在提升，供需矛盾阶段性加剧。在这一结构下，市场运行的核心特征表现为库存主导与供给释放并行，短期内行业仍将延续调整态势。

价格层面，受库存压力与出口节奏波动影响，加工番茄价格已由高位明显回落，并呈现低位震荡特征。当前中国市场以现货交易为主，企业间缺乏协同机制，价格竞争持续强化，行业利润空间受到压缩。相较之下，海外部分产区通过长期合同机制稳定价格波动，并依托更长的保质期实现库存的平滑消化。这一差异在一定程度上反映出国内产业在市场机制与组织方式上的提升空间。

从更长周期来看，中国加工番茄产业的关键不在于继续扩大规模，而在于推动结构性重构。当前竞争优势仍主要体现在成本与价格层面，但单一价格导向难以支撑长期发展。未来需要围绕产品结构与应用场景进行拓展，例如由单一番茄酱向番茄丁、去皮整番茄等多元产品延伸，同时结合餐饮与家庭消费场景提升产品适配性与附加值。在此过程中，新疆作为核心产区具备统一对外表达与品牌化发展的基础，有望在产业升级中承担更重要的支点作用。

多元场景驱动下的番茄应用升级与产业重构

澄明食品 CEO 张冰

在餐饮与食品消费结构不断演进的背景下，番茄这一传统基础原料正加速从单一应用向多元场景延展。相较于过去主要集中在牛腩、火锅等经典菜品中的应用，番茄正逐步渗透至快餐、粉面及便捷速食等新兴场景，形成更加丰富的产品形态与消费触点。尤其是在粉面类及即食冲调类产品中的快速发展，使番茄不再仅作为底味原料存在，而是转向具备独立风味表达能力的核心要素，推动其在高频消费场景中的使用占比持续提升。

与此同时，下游需求的升级正在重塑番茄产业的供给逻辑。随着消费者对自然风味与产品品质认知的提升，单一标准化番茄原料已难以满足多样化应用需求。市场更加关注番茄在甜度、酸度、鲜度及浓度等维度的层次表达，以及不同品种在风味与质构上的差异化价值。这一趋势推动上游供应链从“单一供给”向“多品种、多梯度风味矩阵”转型，通过丰富原料体系来支撑下游产品的持续创新。同时，原料稳定性成为影响终端产品品质一致性的关键基础，对规模化生产与品牌化运营提出更高要求。

在应用拓展与供给升级的双重驱动下，番茄正逐步从传统食材演变为具备系统化开发潜力的功能型品类，其未来发展将更多依赖场景创新与原料能力的协同提升。





中式餐饮创新中的隐性支点： 加工番茄的场景价值

中国烹饪协会

在中国餐饮业迈向高质量发展的进程中，加工番茄的产业定位正在发生深刻转变。餐饮业不再只是消费终端，而是联通农业、食品工业与消费场景的关键枢纽，对上游原料结构与加工方式形成持续牵引。在这一体系中，加工番茄逐步摆脱传统“大宗原料”的单一属性，转而成为支撑多场景应用的基础性食材。从火锅锅底到粉面汤底，从团餐体系到中央厨房，其稳定性与适配性使其能够嵌入不同餐饮业态，既提升出品效率，也强化产品标准化能力。这一变化意味着，加工番茄的价值正在从“供给端”延伸至“应用端”，成为餐饮供应链现代化的重要组成部分。

与此同时，从中式烹饪与消费结构变化的角度来看，番茄的功能也在不断升级。其不再局限于配菜或单一风味点缀，而是逐步演变为承载风味结构的“底座型食材”。在健康消费与口味多元化趋势推动下，番茄所具备的酸、

甜、鲜复合属性，使其能够在不改变中式菜肴核心风味逻辑的前提下，增强整体层次与适口性，并在复合汤底、酱体及融合菜中发挥基础支撑作用。这种从“局部参与”到“底层构建”的转变，标志着番茄正进入中式餐饮风味体系的核心环节。

在这一背景下，加工番茄的未来竞争，已不再仅取决于规模与成本，而更取决于对餐饮场景的理解深度与风味表达能力。围绕不同业态构建稳定、可复制的产品与解决方案，将成为产业升级的关键路径。

奋斗的番茄 更甜蜜



以客户为中心，番茄的中国味一定来自于浓度吗？

中粮屯河番茄有限公司党委书记、董事长，兼任中国食品土畜进出口商会番茄及番茄制品分会理事长、中国罐头工业协会副理事长、新疆番茄制品行业协会会长 禹刚

番茄酱在中国卖了 20 多年，一直就只有以不同浓度（Brix）划分的 5 个产品规格。

是的，20 年来，全中国销售的番茄酱就只有 5 个 SKU。

于是，2024 年我们开始思考，在中国市场，番茄酱能不能不再简单按照浓度去提供给客户？2025 年屯河花了一年多的时间，重构产品体系，跳出“供给端”思维：不再是卖原料的，我有的不一定是客户真正需要的。而从“需求端”去洞察市场和客户，去挖掘真正的“需求痛点”是什么？潜在的应用场景在哪里？

屯河在行业内率先提出来的不再“卖浓度”，而是要“卖应用场景、卖解决方案、卖客户价值”。希望先行一步，推动产业由规模领先迈向价值领先，希望中国加工番茄产业的增长更多依赖产品结构升级与场景拓展。

为此，这两年来我们做了大量的组织变革和内部价值链重构：

——为了洞察客户需求和“揣摩”客户内心痛点，设立“厨务工程师”团队，他们不是“厨师”，是食品专业硕士或者工艺工程师，是“技术营销”赋能客户的终端产品研发。

——为了及时响应客户和市场需求，内部打通，建立“产销研用”一体的研发创新机制，把客户和用户拉入到整体的研发体系，共创共研，集中攻关。

——为了中国番茄能有更多中国味，再往前走一步，设立了行业内首个“数智育种实验室”，潜心基础研究，研发更多满足中国消费者对独特风味、口感、烹饪特性偏好的品种，自主研发行业首个 1.5K 液相育种芯片，将选育周期缩短 2-3 年、育种效率提升约 30%，引领行业从 2.0 版的经验育种向 4.0 版的数字精准育种推进。



从原料到风味基底： 加工番茄的消费化转型路径

新疆笑厨食品有限公司总经理 俞春山

在消费提振与产业升级的背景下，加工番茄正由传统原料属性加速向消费型产品转型。需求端最为显著的变化体现在结构升级上：消费者对番茄制品的关注重点，从“基础调味”转向“健康食材”，对天然无添加、低糖低盐及原汁原味的需求持续提升。同时，番茄的应用边界不断拓展，由西式佐餐逐步渗透至中式家庭烹饪、火锅及预制菜等多元场景，消费频次与渗透率同步提升，推动番茄由单一品类向基础风味载体转变。

从应用结构看，未来增长重心将进一步向中式场景集中。家庭烹饪与复合调味构成最具规模基础的核心场景，火锅底料与预制菜成为餐饮端的重要放量入口，而轻食与健康饮品则代表潜在的结构性增量空间。加工番茄通过标

准化与稳定性优势，在降低餐饮端成本、提升出品一致性方面具备明显价值，逐步从原料供应角色转向“解决方案提供者”，成为连接上游种植与下游消费的重要中间环节。

与此同时，产业发展仍面临结构性约束。一方面，产品同质化问题突出，多场景泛化使用导致卖点分散，缺乏针对中式细分场景的专用化产品体系；另一方面，原料分级与品质标准尚未完全统一，不同批次在风味与稳定性上的波动，制约了下游规模化应用与品牌建设。未来加工番茄产业的关键，在于以原料品质为基础，通过标准体系完善与场景化产品创新，将“优质番茄”转化为稳定可控的产品能力，推动产业由规模竞争迈向价值竞争。

参考资料与数据说明

LEGAL DISCLAIMER

1. 中国食品土畜进出口商会、新疆番茄协会、内蒙古巴彦淖尔番茄协会《2025 中国加工番茄产业白皮书》

2. WPTC / Tomato News: 2025 年 10 月加工量更新与 ANUGA 会议资料，用于校正全球及中国 2025 年度加工量、2026 初步展望。

3. USDA National Agricultural Statistics Service: 《2025 California Processing Tomato Report》（2025 年 8 月），用于加州产区口径更新。

4. European Commission: Forced Labour Regulation 专题页面，用于欧盟《强迫劳动条例》生效与适用时间口径。

5. U.S. Customs and Border Protection: 关于新疆棉花与番茄产品 WRO 的官方信息，用于美国贸易限制背景说明。

6. 农业农村部等十部门《促进农产品消费实施方案》（2025 年 7 月），用于国内消费扩容与

新型加工产品政策背景。

7.《中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》公开信息，用于“十五五”时期农产品加工业升级与冷链流通相关表述。

8. 中粮糖业、冠农股份等上市公司公开年报及公开信息，用于国内企业与产区案例补充。

9. 本稿中的 2025 与 2026 预测值均为截至 2026 年 3 月可获得的公开口径综合判断；由于不同机构发布时间与统计口径不同，个别数值存在区间差异，文中以“趋势判断”优先于“单点口径”。

10. Tomato News: 《Global Exports of Tomato Paste, Updated March 12, 2026》等，用于补充全球贸易与加州 2026 动向判断。

11. 农业农村部关于落实《中共中央国务院关于锚定农业农村现代化扎实推进乡村全面振兴的意见》的实施意见（2026 年 1 月 19 日）、2025 年

中央一号文件，用于补充十五五开局阶段的农业科技、机械化与区域布局政策。

12. 《逐步把永久基本农田建成高标准农田实施方案》及答记者问，用于补充节水灌溉、高标准农田和基地建设政策口径。

13. 新疆维吾尔自治区《支持农产品加工业高质量发展若干政策措施》及《自治区促进农产品加工业高质量发展三年行动方案（2025—2027年）》解读，用于补充新疆产业链协同与加工升级政策背景。

14. 国家统计局：《中华人民共和国 2025 年国民经济和社会发展统计公报》；《2025 年 12 月份社会消费品零售总额增长 0.9%》；《2026 年 1—2 月份社会消费品零售总额增长 2.8%》，用于餐饮收入、网上零售及便利店 / 超市零售数据。

15. 新京报：《火锅产业发展报告 2025：预计市场规模将达 6500 亿元》；

新华网：《小火锅告别野蛮生长转向品质化升级》，用于火锅与小火锅市场规模、门店数口径。

16. 第一财经：《争议之下的预制菜，或许迎来风口 | 2025 消费趋势跟踪》；

勤策消费研究：《2025 中国调味品行业研究报告——海天味业渠道渗透，多品类市占升级》，用于预制菜与复合调味料市场规模口径。

17. NEC：新闻稿《Kagome and NEC J.V.enables AI farming advice and irrigation to increase processing tomato yield while reducing water use》及技术期刊《Achieving Low Environmental Impact Farming through the “CropScope” Farming Support Service》，用于 Kagome/NEC 案例。

18. Mutti 官网 “Our values” 与《Sustainability

Report 2024》，用于节水、减排和用水回用案例；SJV Water 与 Tomato News 关于 Ingomar/BWT 合作项目的报道，用于番茄加工冷凝水回收案例。

19. 新疆维吾尔自治区人民政府新闻发布稿《新疆举行〈支持农产品加工业高质量发展若干政策措施〉新闻发布会》、新疆财政厅《打造优质农牧产品供给基地助力乡村振兴高质量发展》，用于新疆农产品加工业与巴州案例。

20. 甘肃省农业农村厅：《张掖：农产品“出海”拓展产业新蓝海》，用于张掖出口与区域通道案例。

21. 新华网内蒙古频道：《深入实施品牌战略 巴彦淖尔优质农畜产品畅销海内外》；

人民网内蒙古频道：《谋产业优产品强品牌 巴彦淖尔锻造区域发展新引擎》；

巴彦淖尔融媒体中心：《巴彦淖尔市在建设国家重要农畜产品生产基地上挺膺担当》，用于“天赋河套”与产业链数据。

22. U.S. Customs and Border Protection：《CBP Issues Region-Wide Withhold Release Order on Products Made by Slave Labor in Xinjiang》；

European Commission：Forced Labour Regulation 专题页；

EUR-Lex：《Regulation (EU) 2024/3015》，用于国际贸易合规章节。

法律免责声明

LEGAL DISCLAIMER

本白皮书由中粮营养健康研究院有限公司（以下简称“本公司”）编写，其版权归相关方所有。本白皮书所发布的所有内容（包括但不限于数据、文字、图片、图表等）仅供参考，相关内容不构成任何投资、法律、食品行业等专业建议或意见。

●【版权声明】●

白皮书中的所有内容，包括但不限于数据、文字、图表等，以及白皮书项下全部内容在现在以及未来可能享有的全部知识产权，包括但不限于商标、商业标记、著作权、专利权等，均受我国著作权法保护。

本白皮书仅限于分享对于加工番茄产业洞察的研究成果，用于行业交流和市场研究的目的进行使用，未经相关方事先书面同意，任何主体不得擅自复制、转载、传播或以任何形式使用本白皮书。即便经相关方事先书面同意，任何主体对本白皮书的引用必须准确、完整，并且不得以任何方式误导公众，或者以任何方式损害本公司、案例企业及相关参与方的声誉。

注：白皮书部分内容来源于互联网，版权归原作者所有。如有任何侵犯第三方合法权益问题，请及时联系相关方进行处理。

●【内容真实性与信息准确性】●

本公司已采取合理措施确保白皮书内容的准确性、可靠性和及时性，但不保证白皮书中信息绝对的准确性、完整性和时效性，用户应自行核实白皮书中的信息。

●【观点立场】●

本白皮书中引用的相关观点仅代表相关作者或机构的观点，不代表本公司的立场 / 观点，本公司对此不负任何法律责任。任何涉及产品及应用的介绍和评论，均为一般性信息，用户需自行评估其适用性和准确性。

●【法律责任】●

在法律允许的范围内，本公司对任何非本公司原因导致的任何损失或损害不承担责任。若白皮书内容与现行法律法规相抵触，请以法律法规为准。白皮书所介绍的任何技术、产品及应用都存在一定风险，本公司不对任何用户因阅读白皮书任何内容所产生的任何直接、间接、附带或特殊损害承担责任。

●【法律适用】●

本免责声明的解释与相关争议均适用中华人民共和国大陆地区法律。如本免责声明中的任何条款被视为无效或不可执行，其余条款仍应具有完全的效力和作用。本免责声明的最终解释权归本公司所有，本公司保留随时修改或更新本声明的权利。



合作交流联系人：曲经理
010-56989919
qukairui@cofco.com



扫码关注
消费者之声公众号
获取更多白皮书信息