

2021-2020年中国果蔬汁饮料行业市场需求调研及 投资方法研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021-2020年中国果蔬汁饮料行业市场需求调研及投资方法研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/291471291471.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1果蔬汁的概念与分类

1.1果蔬汁的概念

果蔬汁是以新鲜或冷藏的水果和蔬菜(有时候也可以采用干果)为原料,经过清洗、挑选后,采用物理的方法(如压榨、浸提、离心等方法)得到的果蔬汁液,故果蔬汁也有“液体果蔬”之称。

果蔬汁一般以提供膳食纤维(混浊果汁和果肉饮料)、矿物质和维生素为主,其营养成分较易为人体所吸收,除供成人一般饮用外,也是较好的婴幼儿食品及保健食品。果蔬汁是一种生理碱性食品,其中含有丰富的矿物质,具有重要的生理作用。

1.2果蔬汁的分类

市场上供应的果蔬汁品种大致可以分为以下几类:浓缩果汁(浓缩橙汁、浓缩苹果汁、浓缩菠萝汁、浓缩葡萄汁、浓缩黑加仑汁等)、果肉饮料(桃汁、草莓汁、山楂汁、芒果汁、胡萝卜汁等)、果粒果汁饮料(粒粒橙等)和蔬菜汁(主要有胡萝卜汁、番茄汁、南瓜汁以及一些复合果蔬汁等)。

2果蔬汁行业的发展前景

我国是水果和蔬菜生产大国,但水果和蔬菜的加工综合利用率远远低于发达国家。由水果和蔬菜为原料开发研制的功能性饮料不仅在欧美市场热销,而且发展势头遍及全球。例如日本早在二十年前就发明了功能性饮料,不仅可以消除疲劳,缓解压力和还能消除酒精带来的副作用。如今功能性饮料的发展在全球方兴未艾,以每年15倍的速度在不断地增长。辽宁省每年水果总产量达到300万吨以上;蔬菜生产也已成为高产高效产业,每年全省蔬菜总产量达1500万吨以上。除鲜食外,仍有足够的资源可作为加工原料。丰富的水果、蔬菜资源为果蔬汁加工产业的发展提供了原料保证。

由于果蔬保鲜贮藏技术相对滞后,产品深加工比例很小(辽宁省约占20%),使部分地区出现果贱伤农、新鲜蔬菜产品过剩等严重问题。因此,研制果蔬饮料可加大农产品深加工力度,增加农产品的附加值,对促进农业增效、农民增收,具有重要的现实意义。辽宁省一年单苹果汁的消费量就在300万公斤左右,并且有逐年增长的趋势。

但目前，辽宁省没有苹果浓缩汁成规模的生产厂家。辽宁苹果浓缩汁全靠外地购进，所以，苹果浓缩汁和功能性苹果汁饮料市场有很大的发展空间。

可见，研究和开发功能性果蔬饮料，具有广阔的市场前景。果蔬汁在生产加工的过程中常常容易发生非酶褐变反应，实际生产中影响非酶褐变的因素也较多，完全抑制非酶褐变也是相当困难的。探寻饮料（特别是果蔬复合饮料）发生褐变的主要原因和应对之策，一直以来都是饮料工艺中难以破解的难点。

近年来高纯度蔬菜汁及含有多种维生素复合营养的果蔬汁饮料在经济发达国家发展相对比较快，其中销售量最大当属番茄汁、胡萝卜汁及以其二者混配为基础的多种果蔬复合汁。随着经济的高速发展和人民群众的消费水平的不断提高，在我国沿海地区人们直接摄取蔬菜和谷物的量大幅减少，并伴随各类疾病和亚健康问题上呈上升趋势。据中国营养学会的统计显示，成年人每人每天的蔬菜必需量是400~500克，而目前我国人均实际摄入量仅为该标准的50%~60%，已有专业人士指出，膳食营养不平衡症及蔬菜营养的缺乏症正在危害上班族的身体健康。这种都市人的亚健康趋势引起了大众对蔬果营养摄取问题的高度关注，由此引发的对高品质蔬果营养的消费需求也逐渐扩大。根据文献结果显示，在日本作为对日常蔬果养分摄取的重要补充，人们饮用纯正的蔬果汁的比率高达65%，且具有全天候饮用的特点。蔬果汁饮料因此被大家广泛关注，并由此形成一块快速增长的消费市场。

图：2015我国果汁饮料市场产品分类占比

资料来源：公开资料，中国报告网整理

3果蔬汁市场分析

3.1果蔬汁饮料品牌众多，品牌间竞争激烈

目前全国范围内约有果汁饮料厂商4000余家，各果蔬汁饮料厂商间市场竞争愈演愈烈。比如大品牌明星产品——统一鲜橙多的走红使得统一的老对手康师傅迅速出击，开发出康师傅每日C系列果汁饮料，并且其市场效果也是非常之好；此外，饮料业巨头娃哈哈也进军果汁饮料行业，并且经营出了娃哈哈系列果汁产品；再加上老牌果汁饮料品牌露露、农夫果园和汇源等，果汁饮料行业品牌辈出，品牌间竞争愈演愈烈。

另外，值得果汁饮料行业关注的是跨国饮料巨头也已将触角伸进了国内果汁饮料市场。可口可乐、百事可乐、施格兰旗下的“都乐”都已经在我国的饮料行业中试水。业内权威人

士曾说过：非碳酸饮料的增长速度远远超过碳酸饮料。跨国品牌的进入更是加剧了国内果汁饮料行业竞争的激烈程度。

就国际上果蔬汁饮料行业的发展情况来看，成熟的市场一般需要经历的发展时间比较长，且一般都是两三个强势品牌占据70%~80%的市场份额。而目前国内果汁市场前10位品牌所占据的市场份额累积还不到20%，多品牌的市场状况和竞争的剧烈程度也是市场不稳定的表现，各个品牌发展同质化，市场细分不足，导致品牌间的竞争日趋激烈。果蔬汁饮料市场上的战争还处于胶着状态，在果汁饮料的诸侯纷争时期，每一个品牌都有机会成为王者，但兵戎相见也会导致很多不必要的流血和牺牲。

3.2 果蔬汁饮料行业市场开拓尚未完成，上升空间较大

统计结果表明：世界人均果汁消费量已达7公升，日本和新加坡年均果汁消费量超过15公升，美国、德国人年均果汁消费量均超过45公升，而中国人年均果汁消费量还不到1公升，差距十分明显，说明市场潜力巨大。随着中国国民收入的不断增长和生活方式的改变，国民将比以往更加关注健康，由于果汁蔬饮料富含天然维生素和矿物质，故近年来广受大众的关注。在我国近几年果蔬汁市场才呈现出跳跃性发展，对现在的果蔬汁市场来说，消费力并未完全开发，虽然全国果蔬汁的产量逐年增长，但仍难满足市场的深层次需求，所以对市场的开拓还需要各果蔬汁品牌的共同努力。各品牌都要在参与竞争的同时，维护行业利益，协力把市场做大。而对于大品牌来说，在市场份额扩大的同时，还要努力寻求自身内力的修炼，在管理和产品研发上以及规模的扩大上都要有所突破。

4 对策与建议

与国外的果蔬饮料相比，我国果蔬饮料的发展还处于初级阶段。不仅产品品种少，质量不过关，口感差；而且在生产过程中，不注重其营养性和功能性。在国外发达国家，果蔬饮料更注重营养保健功能，更加突出功能因子。而目前，我国果蔬饮料最看重的依然是口感和价格。碳酸饮料和勾兑的果蔬饮料占据了较大的比重。因此，不能满足更多消费者需求，致使我国果蔬饮料出口和内销皆受到严重影响。因此，必须提高我国果蔬饮料的科技含量，全面提高果蔬饮料产品的品质。

目前，社会上因饮料含糖而引起的健康质疑声依然不绝于耳。消费者普遍认为果蔬汁中含有大量的糖，对身体健康很不利。还有人误以为所有果蔬饮料都是勾兑出来的，里面还有很多食品添加剂及香精、色素和大量防腐剂。实际上添加剂只要是食品级的，按照规定的量添加，对正常人体是基本无害的。业内权威人士和机构可对大众合理引导，正确适宜消费

，纠正过于偏激的营养观念。倡导民众养成健康、均衡的饮食习惯，加强体育锻炼才是正确的健康观念。生产企业、政府有关部门、科研单位和主流媒体应协调一致，共同努力。首先，生产企业应该本着做良心企业的理念，完善产品生产的各个环节，决不能出现任何食品安全事故。同时，可以借助中国饮料工业协会等平台制定严格的相关行业标准和企业标准，严把产品质量关。相关企业也应继续加强与政府相关部门的沟通，及时了解国家产业政策信息，把握政策走向，指导行业发展；广大科研人员也应加入进来，多研究新工艺新配方，多出新产品。积极通过传统媒体和新媒体表达行业主张，宣传饮料行业积极、负责的社会形象。

政府、企业、行业协会、科研人员和媒体合力共同推动果蔬饮料行业的健康快速发展。

中国报告网发布的《2021-2026年中国果蔬汁饮料行业市场需求调研及投资方法研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

目录

第一部分果蔬汁饮料行业发展分析

第一章中国果蔬汁饮料行业PEST模型分析

第一节果蔬汁饮料行业定义统计标准

一、果蔬汁饮料行业概念及分类

二、果蔬汁饮料行业统计部门和统计口径

三、果蔬汁饮料行业产业链结构分析

四、果蔬汁饮料行业发展周期分析

第二节中国果蔬汁饮料行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业“十三五”发展规划

第三节中国果蔬汁饮料行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对果蔬汁饮料行业影响
- 二、国内宏观经济及对果蔬汁饮料行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、果蔬汁饮料行业在食品制造行业地位分析

第四节中国果蔬汁饮料行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对果蔬汁饮料行业影响
- 二、果蔬汁饮料人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对果蔬汁饮料行业影响

第五节中国果蔬汁饮料行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

第二章全球果蔬汁饮料行业市场发展状况分析

第一节世界果蔬汁饮料行业发展状况

- 一、世界果蔬汁饮料行业生产情况
- 二、世界果蔬汁饮料消费及趋势分析
- 三、世界果蔬汁饮料行业发展趋势分析

第二节美国果蔬汁饮料行业现状分析

- 一、美国果蔬汁饮料行业的市场现状
- 二、美国果蔬汁饮料行业的市场特征

第三节日本果蔬汁饮料行业现状分析

- 一、日本果蔬汁饮料行业的市场规模
- 二、日本果蔬汁饮料行业的市场特征
- 三、日本饮料市场销售特征

第四节欧洲果蔬汁饮料行业市场状况

- 一、欧洲果蔬汁饮料行业的市场现状
- 二、欧洲果蔬汁饮料行业的市场特征

第五节主要跨国果蔬汁饮料公司在中国市场的投资布局

第二部分果蔬汁饮料行业深度分析

第三章我国果蔬汁饮料行业现状及市场发展分析

第一节我国果蔬汁饮料行业发展现状

- 一、果蔬汁饮料行业市场规模
- 二、果蔬汁饮料行业产品发展现状
- 三、果蔬汁饮料行业消费市场现状

第二节果蔬汁饮料行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节果蔬汁饮料市场结构和价格走势分析

- 一、我国果蔬汁饮料市场结构和价格走势概述
- 二、我国果蔬汁饮料市场结构分析
- 三、我国果蔬汁饮料市场价格走势分析

第四节重点城市果蔬汁饮料市场发展情况

第四章中国果蔬汁饮料行业财务指标与供需情况分析

第一节中国果蔬汁饮料行业经济运行主要特点

第二节果蔬汁饮料行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力
- 三、运营能力
- 四、偿债能力
- 五、发展能力

第三节全国果蔬汁饮料行业供给情况分析

- 一、全国果蔬汁饮料行业总产值分析
- 二、全国果蔬汁饮料行业产成品分析
- 三、各地区果蔬汁饮料行业供给情况分析

第四节全国果蔬汁饮料行业需求情况分析

- 一、全国果蔬汁饮料行业销售产值分析
- 二、全国果蔬汁饮料行业销售收入分析
- 三、各地区果蔬汁饮料行业需求情况分析
- 四、全国果蔬汁饮料行业产销率分析

第五节中国果蔬汁饮料行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、果蔬汁饮料行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、果蔬汁饮料行业进口前景及建议

第五章果蔬汁饮料区域市场情况分析

第一节全国各地果蔬汁饮料市场结构概况

第二节华北地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第三节东北地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第四节华东地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第五节华南地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第六节华中地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第七节西南地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第八节西北地区

一、市场需求情况分析

二、市场规模情况分析

第六章中国果蔬汁饮料行业消费市场分析

第一节中国果蔬汁饮料消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、消费者信心指数分析

第二节果蔬汁饮料行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节果蔬汁饮料市场消费需求分析

一、果蔬汁饮料市场的消费需求变化

二、果蔬汁饮料行业的需求情况分析

三、果蔬汁饮料品牌市场消费需求趋势

第四节果蔬汁饮料消费市场状况分析

一、果蔬汁饮料行业消费特点

二、果蔬汁饮料消费者分析

三、果蔬汁饮料消费结构分析

四、果蔬汁饮料消费的市场变化

五、果蔬汁饮料市场的消费方向

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节果蔬汁饮料行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、果蔬汁饮料行业品牌忠诚度调查

六、果蔬汁饮料行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三部分果蔬汁饮料行业竞争分析

第七章果蔬汁饮料行业竞争格局与竞争策略分析

第一节波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节果蔬汁饮料行业竞争格局分析

一、国内外果蔬汁饮料竞争分析

二、我国果蔬汁饮料市场竞争分析

三、我国果蔬汁饮料市场集中度分析

四、国内主要果蔬汁饮料企业动向

五、国内果蔬汁饮料拟在建项目分析

第四节果蔬汁饮料市场竞争策略分析

一、果蔬汁饮料市场增长潜力分析

二、果蔬汁饮料主要潜力品种分析

三、现有果蔬汁饮料产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节果蔬汁饮料企业竞争策略分析

一、果蔬汁饮料行业竞争格局的影响因素分析

二、我国果蔬汁饮料市场竞争趋势

三、果蔬汁饮料行业竞争策略分析

四、果蔬汁饮料企业竞争策略分析

第八章主要果蔬汁饮料企业竞争分析

第一节椰树集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第二节可口可乐(中国)投资有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第三节统一企业(中国)投资有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第四节汇源饮料食品集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第五节百事(中国)投资有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第六节康师傅控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第七节农夫山泉股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第八节达利集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第九节河北承德露露股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第十节上海申美饮料食品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业发展现状分析

4、企业竞争优势分析

第四部分果蔬汁饮料行业趋势分析

第九章果蔬汁饮料行业发展趋势与前景预测

第一节我国果蔬汁饮料行业前景与机遇分析

一、我国果蔬汁饮料行业发展前景

二、我国果蔬汁饮料发展机遇分析

第二节中国果蔬汁饮料市场趋势分析

一、果蔬汁饮料市场趋势总结

二、果蔬汁饮料市场发展空间

三、果蔬汁饮料产业政策趋向

四、果蔬汁饮料技术革新趋势

五、果蔬汁饮料价格走势分析

六、国际环境对行业的影响

七、果蔬汁饮料发展趋势分析

第三节未来果蔬汁饮料需求与消费预测

一、果蔬汁饮料产品消费预测

二、果蔬汁饮料市场规模预测

三、果蔬汁饮料行业总产值预测

四、果蔬汁饮料行业销售产值预测

第四节中国果蔬汁饮料行业供需预测

一、中国果蔬汁饮料供给预测

二、中国果蔬汁饮料需求预测

三、中国果蔬汁饮料供需平衡预测

四、中国果蔬汁饮料产品价格趋势

五、主要果蔬汁饮料产品进出口预测

第十章果蔬汁饮料行业投资现状与投资环境分析

第一节果蔬汁饮料行业投资情况分析

一、总体投资及结构

二、投资规模及增速

第二节经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、投资趋势及其影响预测

第三节政策法规环境分析

第四节技术发展环境分析

一、果蔬汁饮料技术发展分析

二、果蔬汁饮料技术发展趋势分析

第五节社会发展环境分析

第十一章果蔬汁饮料行业投资机会与风险分析

第一节行业投资收益率比较及分析

第二节果蔬汁饮料行业投资效益分析

一、果蔬汁饮料行业投资状况分析

二、果蔬汁饮料行业投资效益分析

三、果蔬汁饮料行业投资趋势预测

四、果蔬汁饮料行业的投资方向

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节影响果蔬汁饮料行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、影响果蔬汁饮料行业运行的有利因素分析

二、影响果蔬汁饮料行业运行的不利因素分析

三、我国果蔬汁饮料行业发展面临的挑战分析

四、我国果蔬汁饮料行业发展面临的机遇分析

第四节果蔬汁饮料行业投资风险及控制策略分析

一、果蔬汁饮料行业市场风险及控制策略

二、果蔬汁饮料行业政策风险及控制策略

三、果蔬汁饮料行业经营风险及控制策略

四、果蔬汁饮料行业技术风险及控制策略

五、果蔬汁饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、果蔬汁饮料行业其他风险及控制策略

第十二章果蔬汁饮料行业投资战略研究

第一节果蔬汁饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国果蔬汁饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、果蔬汁饮料实施品牌战略的意义

三、果蔬汁饮料企业品牌的现状分析

四、我国果蔬汁饮料企业的品牌战略

五、果蔬汁饮料品牌战略管理的策略

第三节果蔬汁饮料经营策略分析

一、果蔬汁饮料市场细分策略

二、果蔬汁饮料市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、果蔬汁饮料新产品差异化战略

第四节投资战略研究

一、果蔬汁饮料投资战略

二、果蔬汁饮料行业投资战略

三、果蔬汁饮料行业投资战略

图表详见正文（GY YX）

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/291471291471.html>