

中国果蔬汁饮料行业现状深度分析与发展前景研究报告（2024-2031年）

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《中国果蔬汁饮料行业现状深度分析与发展前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702253.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

果蔬汁饮料是指以天然水果和蔬菜提取物为主要成分，加水、糖、酸或香料调配而成的饮料，也有“液体果蔬”之称。与众多类型饮料相比，果蔬汁饮料加工过程中采取的加工工艺能保存食品的营养特性，并且能防止或尽量减少食品加工中营养物质的流失、氧化和降解，最大限度地保留食品本身的营养价值，具有其独特属性。

资料来源：观研天下整理

目前我国果蔬汁饮料行业产业链较为完整。其产业链上游为水果、蔬菜、食品添加剂及相关生产设备；中游为果蔬汁饮料的生产制造；下游为消费渠道，包括商超、餐饮店、电商平台等。

资料来源：观研天下整理

一、行业上游情况

果蔬汁饮料产业链上游为水果、蔬菜、食品添加剂及相关生产设备，其中水果和蔬菜是最主要原材料。根据相关资料显示，在我国果蔬汁企业生产成本结构中，水果和蔬菜这两者原材料成本占果蔬汁生产企业成本的57.9%，在生产成本中占比最高。但目前我国水果、蔬菜资源丰富，水果及蔬菜企业及加工企业众多，竞争激烈，因此水果及蔬菜供应商议价能力相对较弱。

数据来源：观研天下整理

1、水果

水果是指多汁且主要味觉为甜味和酸味，可食用的植物果实。水果是关系到生产和民生的重要经济作物，其商品化率远比谷物类等粮食高，在农民生产生活中发挥着重要作用。近年我国水果产业对于GDP的贡献率日益增加，已经成为了位居于粮食和蔬菜之后的第三大产业，对我国社会经济发展发挥了重要作用，且已经趋向规模化、专业化和品牌化，产业链逐渐完善。

近年来得益于我国幅员辽阔、水果品种繁多，我国果园总面积和水果总产量持续增长，且常年稳居世界首位。根据数据显示，2022年我国果园面积为13009.53千公顷，同比增长1.57%；产量为31296.24万吨,同比增长4.42%。

数据来源：观研天下整理

2、蔬菜

蔬菜是指可以做菜、烹饪成为食品的一类植物或菌类，蔬菜是人们日常饮食中必不可少的食物之一。蔬菜可提供人体所必需的多种维生素和矿物质等营养物质。

目前蔬菜生产已经成为我国种植业中仅次于粮食的第二大农作物，我国是世界蔬菜生产和消费的第一大国。近年随着人们生活水平的提高，市场对于无公害、有机蔬菜的需求日益强劲，蔬菜的种植面积和产量呈上升态势。数据显示，2023年我国蔬菜播种面积达到23029.78千公顷，产量约为81026.58万吨。

数据来源：观研天下整理

二、行业中游情况

近年来在消费者健康意识的提升以及加工技术进步下，我国果蔬汁饮料市场规模不断增长。数据显示，到2022年我国果蔬汁饮料市场规模达到了1375.6亿元，估计2023年这一规模将在1475.2亿元左右。

数据来源：观研天下整理

我国果蔬汁饮料市场集中度不断提高，2022年行业CR3达到了64%，农夫山泉占据行业龙头位置。有资料显示，2022年农夫山泉、汇源与可口可乐是我国果蔬汁饮料行业品牌的前三名。其中农夫山泉以43.4%销售额市占比占据市场地位第一；其次为汇源与可口可乐，市场占比为14.4%、6.2%。此外还有部分知名品牌，如旺旺、益力多、娃哈哈等，其市场占有率也在不断上升。

数据来源：观研天下整理

目前随着消费者对健康的重视程度不断提高，我国果蔬汁饮料行业呈现出健康化、营养化的趋势。这为相关企业提供了丰富的商机，例如研发低糖、低卡路里、高营养的果汁饮料，满足消费者对健康的需求。在竞争激烈的市场环境中，品牌化和个性化成为了吸引消费者的重要手段。相关企业可以通过打造独特的品牌形象和产品风格，满足消费者的个性化需求。

三、行业下游情况

果蔬汁饮料产业链下游主要包括零售终端、超市、便利店等。其中零售终端包括线上平台和线下实体店，如京东、天猫、盒马鲜生等；超市包括沃尔玛、家乐福等；便利店包括罗森、全家等。目前超市、便利店是消费者购买果蔬汁饮料的主要渠道。

1、超市

超市是消费者购买果蔬汁饮料的主要渠道之一。超市一般是指商品开放陈列、顾客自我选购、排队收银结算，以经营生鲜食品水果、日杂用品为主的商店。超市所销售的生鲜、食品、日用品都是民生快消品，满足了人民群众的日常生活需求。

随着我国社会生产力的提高，居民消费水平的提升，国内社会消费品零售总额持续上升。而超市、大卖场作为一个重要的商品流通渠道，近年来其市场规模也是呈现稳中有升态势，但是在电商冲击下其市场规模增速明显放缓。据中国连锁经营协会发布的数据，2022年我国超市零售额达到5.1万亿元，同比增长6.7%。

从市场整体来看，目前我国超市企业正处在内忧外患，身心俱疲的境地之中。例如我国超市企业TOP20总销售额在过去十年内仅增加了0.07万亿元，增幅达10.6%，其中有4年总销售额出现下降，整体增速缓慢。同时值得注意的是，销售规模上升的同时，二十强超市企业销售额在社会消费品零售总额中的占比却逐年缩小，由2013年的2.86%开始下滑，2021年占比降至十年最低，达1.59%，2022小幅回升至1.65%。可见，在电商和零售新业态的挤压之下，超市头部企业在市场竞争中已无法保持优势。

数据来源：观研天下整理

另外从准入门槛来看，2014年以后超市企业TOP20的准入门槛呈逐年下降趋势。根据数据显示，2014-2022年我国超市企业TOP20的准入门槛从142.25亿元下滑至80亿元，跌幅高达43.76%。

数据来源：观研天下整理

此外从门店数量来看，虽然2013-2022年我国TOP20超市企业门店总数从16228家增长到了20253家，实现了24.8%的增长。但从下图来看，2020年以后，受到疫情因素以及超市企业战略收缩因素影响，门店数量开始逐年下滑。

数据来源：观研天下整理

由此可见，由于超市整体市场的疲软，未来短期内果蔬汁饮料在这一销售渠道的占比将有所降低。

2、便利店

便利店也是果蔬汁饮料的主要销售渠道之一。便利店是位于居民区附近，指以经营即时性商品为主，以满足便利性需求为第一宗旨，采取自选式购物方式的小型零售店。

近年来随着支持城乡社区便利店建设相关政策的推行、居民可支配收入和消费能力稳步提升以及中国城镇化率提高，我国便利店行业得到了较快的发展，便利店数量及销售额处于不断增加的状态。数据显示，2015-2023年我国便利店门店数量从9.1万家上升至30万家，销售额从1181亿元上升至3834亿元。由此在便利店数量及销售额处于不断增加的状态中，也给果蔬汁饮料的销售带来巨大的增幅空间。

数据来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国果蔬汁饮料行业现状深度分析与发展前景研究报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国果蔬汁饮料行业发展概述

第一节 果蔬汁饮料行业发展情况概述

一、果蔬汁饮料行业相关定义

二、果蔬汁饮料特点分析

三、果蔬汁饮料行业基本情况介绍

四、果蔬汁饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、果蔬汁饮料行业需求主体分析

第二节 中国果蔬汁饮料行业生命周期分析

一、果蔬汁饮料行业生命周期理论概述

二、果蔬汁饮料行业所属的生命周期分析

第三节 果蔬汁饮料行业经济指标分析

一、果蔬汁饮料行业的赢利性分析

二、果蔬汁饮料行业的经济周期分析

三、果蔬汁饮料行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球果蔬汁饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球果蔬汁饮料行业发展历程回顾

第二节 全球果蔬汁饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲果蔬汁饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲果蔬汁饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲果蔬汁饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲果蔬汁饮料行业市场前景分析
- 第四节北美果蔬汁饮料行业地区市场分析
 - 一、北美果蔬汁饮料行业市场现状分析
 - 二、北美果蔬汁饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美果蔬汁饮料行业市场前景分析
- 第五节欧洲果蔬汁饮料行业地区市场分析
 - 一、欧洲果蔬汁饮料行业市场现状分析
 - 二、欧洲果蔬汁饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲果蔬汁饮料行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界果蔬汁饮料行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球果蔬汁饮料行业市场规模预测

第三章 中国果蔬汁饮料行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对果蔬汁饮料行业的影响分析
- 第三节中国果蔬汁饮料行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对果蔬汁饮料行业的影响分析
- 第五节中国果蔬汁饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国果蔬汁饮料行业运行情况

- 第一节中国果蔬汁饮料行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国果蔬汁饮料行业市场规模分析
 - 一、影响中国果蔬汁饮料行业市场规模的因素
 - 二、中国果蔬汁饮料行业市场规模
 - 三、中国果蔬汁饮料行业市场规模解析
- 第三节中国果蔬汁饮料行业供应情况分析
 - 一、中国果蔬汁饮料行业供应规模

二、中国果蔬汁饮料行业供应特点

第四节中国果蔬汁饮料行业需求情况分析

一、中国果蔬汁饮料行业需求规模

二、中国果蔬汁饮料行业需求特点

第五节中国果蔬汁饮料行业供需平衡分析

第五章 中国果蔬汁饮料行业产业链和细分市场分析

第一节中国果蔬汁饮料行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、果蔬汁饮料行业产业链图解

第二节中国果蔬汁饮料行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对果蔬汁饮料行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对果蔬汁饮料行业的影响分析

第三节我国果蔬汁饮料行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国果蔬汁饮料行业市场竞争分析

第一节中国果蔬汁饮料行业竞争现状分析

一、中国果蔬汁饮料行业竞争格局分析

二、中国果蔬汁饮料行业主要品牌分析

第二节中国果蔬汁饮料行业集中度分析

一、中国果蔬汁饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国果蔬汁饮料行业市场集中度分析

第三节中国果蔬汁饮料行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国果蔬汁饮料行业模型分析

第一节中国果蔬汁饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国果蔬汁饮料行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国果蔬汁饮料行业SWOT分析结论

第三节中国果蔬汁饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国果蔬汁饮料行业需求特点与动态分析

第一节中国果蔬汁饮料行业市场动态情况

第二节中国果蔬汁饮料行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节果蔬汁饮料行业成本结构分析

第四节果蔬汁饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国果蔬汁饮料行业价格现状分析

第六节中国果蔬汁饮料行业平均价格走势预测

- 一、中国果蔬汁饮料行业平均价格趋势分析
- 二、中国果蔬汁饮料行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国果蔬汁饮料行业所属行业运行数据监测

第一节中国果蔬汁饮料行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国果蔬汁饮料行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国果蔬汁饮料行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国果蔬汁饮料行业区域市场现状分析

第一节中国果蔬汁饮料行业区域市场规模分析

- 一、影响果蔬汁饮料行业区域市场分布的因素
- 二、中国果蔬汁饮料行业区域市场分布

第二节中国华东地区果蔬汁饮料行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区果蔬汁饮料行业市场分析
 - (1) 华东地区果蔬汁饮料行业市场规模
 - (2) 华南地区果蔬汁饮料行业市场现状
 - (3) 华东地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区果蔬汁饮料行业市场分析
 - (1) 华中地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 华中地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 华中地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区果蔬汁饮料行业市场分析

(1) 华南地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 华南地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 华南地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第五节 华北地区果蔬汁饮料行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区果蔬汁饮料行业市场分析

(1) 华北地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 华北地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 华北地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区果蔬汁饮料行业市场分析

(1) 东北地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 东北地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 东北地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区果蔬汁饮料行业市场分析

(1) 西南地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 西南地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 西南地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区果蔬汁饮料行业市场分析

(1) 西北地区果蔬汁饮料行业市场规模

(2) 西北地区果蔬汁饮料行业市场现状

(3) 西北地区果蔬汁饮料行业市场规模预测

第十一章 果蔬汁饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国果蔬汁饮料行业发展前景分析与预测

第一节中国果蔬汁饮料行业未来发展前景分析

一、果蔬汁饮料行业国内投资环境分析

二、中国果蔬汁饮料行业市场机会分析

三、中国果蔬汁饮料行业投资增速预测

第二节中国果蔬汁饮料行业未来发展趋势预测

第三节中国果蔬汁饮料行业规模发展预测

一、中国果蔬汁饮料行业市场规模预测

二、中国果蔬汁饮料行业市场规模增速预测

三、中国果蔬汁饮料行业产值规模预测

四、中国果蔬汁饮料行业产值增速预测

五、中国果蔬汁饮料行业供需情况预测

第四节中国果蔬汁饮料行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国果蔬汁饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国果蔬汁饮料行业进入壁垒分析

一、果蔬汁饮料行业资金壁垒分析

二、果蔬汁饮料行业技术壁垒分析

三、果蔬汁饮料行业人才壁垒分析

四、果蔬汁饮料行业品牌壁垒分析

五、果蔬汁饮料行业其他壁垒分析

第二节果蔬汁饮料行业风险分析

一、果蔬汁饮料行业宏观环境风险

二、果蔬汁饮料行业技术风险

三、果蔬汁饮料行业竞争风险

四、果蔬汁饮料行业其他风险

第三节中国果蔬汁饮料行业存在的问题

第四节中国果蔬汁饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国果蔬汁饮料行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国果蔬汁饮料行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国果蔬汁饮料行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节果蔬汁饮料行业营销策略分析

一、果蔬汁饮料行业产品策略

二、果蔬汁饮料行业定价策略

三、果蔬汁饮料行业渠道策略

四、果蔬汁饮料行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702253.html>