

# 2021年中国水果行业分析报告- 产业竞争环境与发展规划研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国水果行业分析报告-产业竞争环境与发展规划研究》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/552491552491.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

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。从营养价值来看：水果不但含有丰富的维生素营养，而且能够促进消化，可以起到降血压、减缓衰老、减肥瘦身、皮肤保养、明目、抗癌、降低胆固醇、补充维生素等保健作用。

我国是全球水果第一生产与消费大国。相关统计表示，我国每年会消耗掉全球大约73%的柿子、68%的梨、67%的西瓜、58%的桃和李、50%的猕猴桃、49%的苹果、27%的柑橘、17%的葡萄和10%的芒果香蕉。据国家统计局数据，2014-2020年我国水果需求量不断增长，我国2020年水果需求量为28956万吨，同比增长了4.7%。

2014-2020年中国水果需求量 数据来源：国际统计局

随着人们的生活水平、生活质量逐步提高，居民可支配收入呈现持续增长趋势，我国居民人均水果消费量不断上升。统计数据显示，2019年我国人均水果消费量为56.4千克，相比2018年增长了4.3千克。

2013-2019年我国居民人均水果消费量 数据来源：观研天下整理

我国水果消费主要以鲜果消费和水果深加工行业消费为主。我国以水果为原材料的水果深加工市场不断发展，到目前，我国已形成了水果干、果酱、果汁等多种果味副食零食行业。预计随着下游水果深加工市场的不断发展，未来我国水果需求量将保持快速增长状态。

果干已成为我国居民熟知的休闲零食，各种种类的水果都可制成果干零食。近年来，随着果干种类不断增加，人们对果干的喜爱度不断加深，2013-2019年，我国人均果干消费量逐年增长，2019年我国人均果干消费量已达5千克。

2013-2019年我国居民人均果干消费量 数据来源：观研天下整理

果酱作为水果加工产品，贮藏时间更长，运输更为便捷，同时富含维生素与膳食纤维，符合消费者健康饮食理念的需求。果酱行业规模稳步提升，增长空间广阔。2020年中国果酱市场规模为40亿元，同比增长18.8%，2014-2020年市场规模增速为14.6%。

2014-2020我国果酱市场规模及增长率 数据来源：观研天下整理

果汁是以水果为原料经过物理方法如压榨、离心、萃取等得到的汁液产品，经加工制成的饮品，果汁中保留了水果中大部分营养成分。2016-2020年我国果汁行业市场规模总体增长稳定。统计数据显示，由2016年1153.3亿元增至2020年1272亿元；根据预测，2021年我国果汁行业市场规模可达1287.1亿元。

2016-2021年我国果汁行业市场规模及预测 数据来源：观研天下整理（LM）

观研报告网发布的《2021年中国水果行业分析报告-产业竞争环境与发展规划研究》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。

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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国水果行业发展概述

#### 第一节 水果行业发展情况概述

- 一、水果行业相关定义
- 二、水果行业基本情况介绍
- 三、水果行业发展特点分析
- 四、水果行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、水果行业需求主体分析

#### 第二节 中国水果行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、水果行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国水果行业产业链环节分析

## 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国水果行业生命周期分析

#### 一、水果行业生命周期理论概述

#### 二、水果行业所属的生命周期分析

### 第四节 水果行业经济指标分析

#### 一、水果行业的赢利性分析

#### 二、水果行业的经济周期分析

#### 三、水果行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国水果行业进入壁垒分析

#### 一、水果行业资金壁垒分析

#### 二、水果行业技术壁垒分析

#### 三、水果行业人才壁垒分析

#### 四、水果行业品牌壁垒分析

#### 五、水果行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球水果行业市场发展现状分析

### 第一节 全球水果行业发展历程回顾

### 第二节 全球水果行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲水果行业地区市场分析

#### 一、亚洲水果行业市场现状分析

#### 二、亚洲水果行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲水果行业市场前景分析

### 第四节 北美水果行业地区市场分析

#### 一、北美水果行业市场现状分析

#### 二、北美水果行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美水果行业市场前景分析

### 第五节 欧洲水果行业地区市场分析

#### 一、欧洲水果行业市场现状分析

#### 二、欧洲水果行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲水果行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界水果行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球水果行业市场规模预测

## 第三章 中国水果产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国水果行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国水果产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国水果行业运行情况

第一节 中国水果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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国水果行业市场规模分析

第三节 中国水果行业供应情况分析

第四节 中国水果行业需求情况分析

第五节 我国水果行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国水果行业供需平衡分析

第七节 中国水果行业发展趋势分析

第五章 中国水果所属行业运行数据监测

第一节 中国水果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 中国水果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 中国水果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

## 第六章 2017-2021年中国水果市场格局分析

### 第一节 中国水果行业竞争现状分析

#### 一、中国水果行业竞争情况分析

#### 二、中国水果行业主要品牌分析

### 第二节 中国水果行业集中度分析

#### 一、中国水果行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国水果行业市场集中度分析

### 第三节 中国水果行业存在的问题

### 第四节 中国水果行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国水果行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国水果行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国水果行业消费市场动态情况

### 第二节 中国水果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 水果行业成本结构分析

#### 第四节 水果行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

#### 第五节 中国水果行业价格现状分析

#### 第六节 中国水果行业平均价格走势预测

- 一、中国水果行业价格影响因素
- 二、中国水果行业平均价格走势预测
- 三、中国水果行业平均价格增速预测

#### 第八章 2017-2021年中国水果行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国水果行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地区水果市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区水果市场规模分析
- 四、华东地区水果市场规模预测

##### 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、华中地区水果市场规模分析
- 四、华中地区水果市场规模预测

##### 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、华南地区水果市场规模分析
- 四、华南地区水果市场规模预测

#### 第九章 2017-2021年中国水果行业竞争情况

##### 第一节 中国水果行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国水果行业SCP分析



一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国水果行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 水果行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国水果行业发展前景分析与预测

第一节 中国水果行业未来发展前景分析

一、水果行业国内投资环境分析

二、中国水果行业市场机会分析

三、中国水果行业投资增速预测

第二节 中国水果行业未来发展趋势预测

第三节 中国水果行业市场发展预测

一、中国水果行业市场规模预测

二、中国水果行业市场规模增速预测

三、中国水果行业产值规模预测

四、中国水果行业产值增速预测

五、中国水果行业供需情况预测

第四节 中国水果行业盈利走势预测

一、中国水果行业毛利润同比增速预测

二、中国水果行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国水果行业投资风险与营销分析

第一节 水果行业投资风险分析

一、水果行业政策风险分析

二、水果行业技术风险分析

三、水果行业竞争风险分析

四、水果行业其他风险分析

第二节 水果行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国水果行业发展战略及规划建议

第一节 中国水果行业品牌战略分析

一、水果企业品牌的重要性

二、水果企业实施品牌战略的意义

三、水果企业品牌的现状分析

四、水果企业的品牌战略

## 五、水果品牌战略管理的策略

### 第二节 中国水果行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国水果行业战略综合规划分析

- 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

## 第十四章 2021-2026年中国水果行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国水果行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国水果行业营销渠道策略

- 一、水果行业渠道选择策略
- 二、水果行业营销策略

### 第三节 中国水果行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国水果行业重点投资区域分析
- 二、中国水果行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

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/552491552491.html>