

2021年中国果汁市场调研报告- 市场运营现状与发展动向预测

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年中国果汁市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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/yinliao/533026533026.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

果汁是以水果为原料的汁液产品。按照形态和果汁含量分类，果汁可分为纯果汁和低浓度果汁、中浓度果汁。

果汁分类

分类标准

类型

定义

标准

纯果汁

果汁（浆）

采用物理方法，将水果加工制成可发酵但未发酵的汁(浆)液;或在浓缩果汁(浆)或中加入果汁（浆）浓缩时失去的等量的水,复原而成的制品

具有原水果果汁(浆)的色泽、风味和可溶性固形物含量(为调整风味添加的糖不包括在内)

≥ 2

浓缩果汁（浆）

采用物理方法从果汁〔浆〕中除去一定比例的水分，加水复原后具有果汁(浆)应有特征的制品
可溶性固形物的含量和原汁(浆)的可溶性固形物含量之比

≥ 10

低浓度果汁、中浓度果汁

果汁饮料

在果汁(浆)或浓缩果汁〔浆〕中加入水、食糖和(或)甜味剂、酸味剂等调制而成的饮料，可加入柑桔类的囊胞等果粒

果汁(浆)含量（质量分数，%）

≥ 10

果汁饮料浓浆

在果汁(浆)或浓缩果汁〔浆〕中加入水、食糖和(或)甜味剂、酸味剂等调制而成，稀释后方可饮用的饮料

按标签标示的稀释倍数稀释后，其果汁(浆)含量

≥ 10

复合果汁饮料

含有两种或两种以上的果汁(浆)或果汁(浆)的制品为复合果汁(浆);含有两种或两种以上果汁(浆)或其混合物并加入水、食糖和(或)厂甜味剂、酸味剂等调制而成的饮料为复合果汁饮料
应符合调兑时使用的单果汁(浆)的指标要求

≥ 10

果肉饮料

在果浆或浓缩果浆中加入水、食糖和(或)甜味剂、酸味剂等调制而成的饮料。含有两种或两种以上果浆的果肉饮料称为复合果肉饮料

果浆含量〔质量分数，%〕

≥20

发酵型果蔬汁饮料

水果或果汁(浆)经发酵后制成的汁液中加入水、食糖和〔或〕甜味剂、食盐等调制而成的饮料
待定

水果饮料

在果汁(浆)或浓缩果汁(浆)中加入水、食糖和(或)甜味剂、酸味剂等调制而成,但果汁含量较低的饮料

果汁含量(质量分数，%)

5-10数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国果汁零售量为117.5亿升，较上年同比增长0.4%；2019年，我国果汁零售量为118.5亿升，较上年同比增长0.9%。

2015-2019年我国果汁零售量及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）随着人们对生活质量的追求越来越高和对健康的需求日益增强，天然食品、绿色食品消费成为时尚，而营养丰富的果汁正顺应了这一潮流，果汁消费开始加快进入平常百姓家庭。

果汁饮品及其他饮品营养物质含量对比

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国天然健康食品行业市场规模为1165亿元，较上年同比增长13%；2019年，我国天然健康食品行业市场规模为1317亿元，较上年同比增长13%。

2015-2019年我国天然健康食品行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

（2）我国水果资源丰富，品种繁多，客观上也有力地推动了果汁业的发展。根据数据显示，2018年，我国柑橘类、苹果、梨、葡萄、西瓜等水果的产量分别达到4138.1万吨、3923.3万吨、1607.8万吨、1366.7万吨、6153.7万吨。

（3）随着果汁行业竞争加剧，果汁生产企业把产品差异化作为竞争的重要手段，不断推出新产品以满足消费者多样化、差异化的消费需求，带动了原料果汁行业产品结构的调整和市场进一步扩大。

根据数据显示，2018年，我国果汁行业市场规模为1164亿元，较上年同比增长4.1%；2019年，我国果汁行业市场规模为1219.7亿元，较上年同比增长4.8%。

2015-2019年我国果汁行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 虽然我国水果产量较高，但是水果产区集中在华东、华中及西北，不合理的种植结构导致部分果汁原材料需要依赖进口，此类果汁饮品的价格较易受国际水果价格的影响。

(2) 果汁生产设备一般为完整的生产线，非浓缩还原果汁的生产线技术含量高，我国果汁行业大型生产线需依赖进口，中型以下生产线多为国内制造。

果汁生产线分类及其价格

类型

主要供应商

产能（升/小时）

价格（万元）

微形果汁生产线

山东安丘轻工机械厂、黄岩飞云机械、中国山东、浙江等地区的中小企业

800-1500

10-15

小形果汁生产线

合肥轻工机械厂、广东轻工机械厂、中国浙江、广东、安徽等地区的中小企业

2000-5000

20-30

中形果汁生产线

南京轻工机械厂、廊坊包装设备制造公司、中国河北、广东、江苏等地区的中小企业

7000-10000

35-50

大形果汁生产线

瑞典利乐；德国BOSCH、H&K、PLK；日本东洋、三菱重工；中国合肥通用机械所

15000-20000

100-220数据来源：公开资料整理

(3) 现阶段我国果汁市场以低浓度果汁饮品为主，纯果汁饮品份额较发达国家市场有明显差距。根据数据显示，2019年，法国、英国、德国、日本等国家纯果汁饮品市场份额均达到50%以上，而我国仅为5.9%。

2019年部分国家纯果汁饮品市场份额 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 冷链物流快速发展以及第三方冷链物流服务商数量不断增加，满足了果汁行业向高端化转型升级所需冷链服务需求。根据数据显示，2018年，我国冷库容量为5238万立方米，较上年同比增长10.3%；2019年，我国冷库容量为5725.1万立方米，较上年同比增长9.3%。

2015-2019年我国冷库容量及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国冷藏车保有量为14.8万辆，较上年同比增长13.8%；2019年，我国冷藏车保有量为16.5万辆，较上年同比增长11.5%。

2015-2019年我国冷藏车保有量及增速 数据来源：公开资料整理

（2）近年来，国家食药总局等部门多次颁布果汁行业利好政策，设定行业食品安全标准，建立食品追溯体系，促进行业良性发展。

如2017年12月，国家食药总局制定《饮料生产许可审查细则(2017版)》，规定了饮料生产的许可范围、生产场所核查、设备设施核查、设备布局和工艺流程、人员核查、管理制度审查和试制产品检验等标准。

2018年6月，国家市场监督管理总局在《关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知》中提出禁止使用腐败变质的水果、蔬菜以及超过保质期的果酱、糖浆等原辅料加工制作饮品。奶茶、果蔬汁等饮品的公示信息和广告宣传内容应当真实合法，不得存在虚假内容。产品宣传中使用“无糖”“低脂”“鲜奶”“现切水果”等内容的，要与实际相符；对现场检查、产品抽检和投诉举报中发现的违法违规行为，要责令经营者立即整改，要及时将违法违规经营者名单及其违法违规经营行为记入食品安全信用档案。

我国果汁行业相关政策

时间

政策名称

制定部门

主要内容

2018.06

《关于加强现制现售奶茶果蔬汁监督管理的通知》

国家市场监督管理总局

禁止使用腐败变质的水果、蔬菜以及超过保质期的果酱、糖浆等原辅料加工制作饮品。奶茶、果蔬汁等饮品的公示信息和广告宣传内容应当真实合法，不得存在虚假内容。产品宣传中使用“无糖”“低脂”“鲜奶”“现切水果”等内容的，要与实际相符；对现场检查、产品抽检和投诉举报中发现的违法违规行为，要责令经营者立即整改，要及时将违法违规经营者名单及其违法违规行为记入食品安全信用档案

2017.12

《饮料生产许可审查细则(2017版)》

国家食药总局

规定饮料生产的许可范围、生产场所核查、设备设施核查、设备布局和工艺流程、人员核查、管理制度审查和试制产品检验等标准

2017.04

《国务院办公厅关于印发2017年食品安全重点工作安排的通知》

国务院

要求相关部门加强食品安全法治建设、完善食品安全标准、加强食品安全基础和能力建设、推动食品安全社会共治、落实食品安全责任制等12项任务

2017.03

《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》

国家食药总局

要求食品生产经营企业通过建立食品安全追溯体系，发生质量安全问题时产品可召回.原因可查清、责任可追究，切实落实质量安全主体责任

2016.09

《总局关于推动食品药品生产经营者完善追溯体系的意见》

国家食药总局

鼓励生产经营者运用信息技术建立食品药品追溯体系。鼓励信息技术企业作为第三方，为生产经营者提供产品追溯专业服务。各级食品药品监管部门不得强制要求食品药品生产经营者接受指定的专业信息技术企业的追溯服务

2015.12

《国务院办公厅关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》

国务院

围绕婴幼儿配方食品、水果制品、肉制品、乳制品等食品，督促和指导生产企业依法建立质量安全追溯体系，切实落实质量安全主体责任数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

（1）我国软饮料市场相对饱和，各种类饮品竞争激烈成为制约果汁行业发展的主要因素之一。我国果汁市场份额低于饮用水、碳酸饮料、茶饮料，且呈逐年下降态势。根据数据显示，我国果汁市场份额由2015年的18.3%下降至2019年的15.3%。

2015-2019年我国果汁饮品市场份额 数据来源：公开资料整理

（2）纯果汁产品是果汁行业发展的主要方向。在纯果汁产品中，营养成分的保留程度由低到高依次为浓缩还原果汁(FC)、非浓缩还原果汁(NFC)和超高压冷杀菌果汁(HPP)。其中NFC和HPP果汁对于生产线的要求高，冷压果汁机的价格较普通榨汁机器的价格高出7-10倍。此外，NFC和HPP果汁对冷链物流的要求高，运输成本高，这些因素导致高端果汁产品单价较高，难以进入市场。

根据数据显示，超高压冷杀菌果汁(HPP)、非浓缩还原果汁(NFC)、浓缩还原果汁(FC)、中浓度果汁饮品、低浓度果汁饮品单价分别为68.3元/升、45.2元/升、15元/升、12.2元/升、8.9元/升。

我国果汁饮品单价对比 数据来源：公开资料整理

（3）受消费习惯影响，与其他国家和地区相比，我国消费者果汁消费意愿较弱，不利于行业发展。根据数据显示，2019年，日本、欧盟、美国、中国台湾、中国人均果汁消费额为696元、615元、576元、260.1元、112.5元。

2019年部分国家果汁消费额对比 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国果汁市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国果汁行业发展概述

第一节 果汁行业发展情况概述

- 一、果汁行业相关定义
- 二、果汁行业基本情况介绍
- 三、果汁行业发展特点分析
- 四、果汁行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式

五、果汁行业需求主体分析

第二节 中国果汁行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、果汁行业产业链条分析

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、中国果汁行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国果汁行业生命周期分析

一、果汁行业生命周期理论概述

二、果汁行业所属的生命周期分析

第四节 果汁行业经济指标分析

一、果汁行业的赢利性分析

二、果汁行业的经济周期分析

三、果汁行业附加值的提升空间分析

第五节 中国果汁行业进入壁垒分析

一、果汁行业资金壁垒分析

二、果汁行业技术壁垒分析

三、果汁行业人才壁垒分析

四、果汁行业品牌壁垒分析

五、果汁行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球果汁行业市场发展现状分析

第一节 全球果汁行业发展历程回顾

第二节 全球果汁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲果汁行业地区市场分析

一、亚洲果汁行业市场现状分析

二、亚洲果汁行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲果汁行业市场前景分析

第四节 北美果汁行业地区市场分析

一、北美果汁行业市场现状分析

二、北美果汁行业市场规模与市场需求分析

三、北美果汁行业市场前景分析

第五节 欧洲果汁行业地区市场分析

一、欧洲果汁行业市场现状分析

二、欧洲果汁行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲果汁行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界果汁行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球果汁行业市场规模预测

第三章 中国果汁产业发展环境分析

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、全社会消费品果汁总额

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 中国果汁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国果汁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 中国果汁行业运行情况

第一节 中国果汁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 中国果汁行业市场规模分析

第三节 中国果汁行业供应情况分析

第四节 中国果汁行业需求情况分析

第五节 我国果汁行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国果汁行业供需平衡分析

第七节 中国果汁行业发展趋势分析

第五章 中国果汁所属行业运行数据监测

第一节 中国果汁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 中国果汁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 中国果汁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 2017-2020年中国果汁市场格局分析

第一节 中国果汁行业竞争现状分析

一、中国果汁行业竞争情况分析

二、中国果汁行业主要品牌分析

第二节 中国果汁行业集中度分析

一、中国果汁行业市场集中度影响因素分析

二、中国果汁行业市场集中度分析

第三节 中国果汁行业存在的问题

第四节 中国果汁行业解决问题的策略分析

第五节 中国果汁行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国果汁行业需求特点与动态分析

第一节 中国果汁行业消费市场动态情况

第二节 中国果汁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 果汁行业成本结构分析

第四节 果汁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 中国果汁行业价格现状分析

第六节 中国果汁行业平均价格走势预测

一、中国果汁行业价格影响因素

二、中国果汁行业平均价格走势预测

三、中国果汁行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国果汁行业区域市场现状分析

第一节 中国果汁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区果汁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区果汁市场规模分析

四、华东地区果汁市场规模预测

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、华中地区果汁市场规模分析

四、华中地区果汁市场规模预测

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、华南地区果汁市场规模分析
- 四、华南地区果汁市场规模预测

第九章 2017-2020年中国果汁行业竞争情况

第一节 中国果汁行业竞争结构分析（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 中国果汁行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国果汁行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 果汁行业企业分析（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年中国果汁行业发展前景分析与预测

第一节 中国果汁行业未来发展前景分析

一、果汁行业国内投资环境分析

二、中国果汁行业市场机会分析

三、中国果汁行业投资增速预测

第二节 中国果汁行业未来发展趋势预测

第三节 中国果汁行业市场发展预测

一、中国果汁行业市场规模预测

二、中国果汁行业市场规模增速预测

三、中国果汁行业产值规模预测

四、中国果汁行业产值增速预测

五、中国果汁行业供需情况预测

第四节 中国果汁行业盈利走势预测

一、中国果汁行业毛利润同比增速预测

二、中国果汁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国果汁行业投资风险与营销分析

第一节 果汁行业投资风险分析

- 一、果汁行业政策风险分析
- 二、果汁行业技术风险分析
- 三、果汁行业竞争风险分析
- 四、果汁行业其他风险分析

第二节 果汁行业应对策略

- 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年中国果汁行业发展战略及规划建议

第一节 中国果汁行业品牌战略分析

- 一、果汁企业品牌的重要性
- 二、果汁企业实施品牌战略的意义
- 三、果汁企业品牌的现状分析
- 四、果汁企业的品牌战略
- 五、果汁品牌战略管理的策略

第二节 中国果汁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 中国果汁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

第四节 果汁行业竞争力提升策略

- 一、果汁行业产品差异性策略

- 二、果汁行业个性化服务策略
- 三、果汁行业的促销宣传策略
- 四、果汁行业信息智能化策略
- 五、果汁行业品牌化建设策略
- 六、果汁行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国果汁行业发展策略及投资建议

第一节 中国果汁行业产品策略分析

- 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 中国果汁行业营销渠道策略

- 一、果汁行业渠道选择策略
- 二、果汁行业营销策略

第三节 中国果汁行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国果汁行业重点投资区域分析
- 二、中国果汁行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/533026533026.html>