

中国水果罐头行业现状深度研究与投资前景分析 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《中国水果罐头行业现状深度研究与投资前景分析报告（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/202402/694326.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

水果罐头行业进入壁垒高，行业发展逐渐走向集中

罐头是采用金属薄板、玻璃、塑料、纸板或上述某些材料的组合制成可密封的容器，内存食品，经特定处理，达到商业无菌，可在常温下保持较长时间而不致败坏，这种类型的包装食物称为罐头。

罐头产业是提升农产品附加值的典型行业和有力抓手，对于融合农村当地特色资源、有效巩固脱贫攻坚成果、促进农民共同富裕等具有重要意义。大力推广和发展罐头产业，一方面能促进农业科技推广、农产品品牌建设、农业产业链协同发展和农产品消费升级，从而推动农业现代化发展；另一方面也能切实提高农产品的生产效率和质量，提高深加工水平，增加农民收入，推动农业向现代化、高效化、可持续发展的方向迈进。

在普通消费者尤其是国内消费者的普遍观念中，认为新鲜水果更具有营养价值，水果罐头添加防腐剂才能长期储存的认知。但实际上，水果罐头不需要添加防腐剂即可实现长期储存，且能最大限度保持水果的营养成分，在食品安全和健康问题上并不明显劣于新鲜水果。根据国家工业和信息化部发布的《QB/T 5218-2018 罐藏食品工业术语》等相关国家和行业标准，罐头产品是食品原料经加工处理，装罐或灌装入包装容器，采用密封、杀菌方式或杀菌、密封方式达到商业无菌要求的产品。其保藏原理是通过良好的容器密封与合适的热力杀菌，在杀灭了产品自身带有的微生物的同时，密封包装使得外界微生物无法进入产品内部。

橘子罐头典型生产工艺

资料来源：公开资料整理

罐头行业特点：

- 1) 生产端：季产年销。罐头产品的核心原料是鲜果和水产，有自然生产周期，产季相对集中，因此罐头产品一般是季产年销。
- 2) 消费端：消费习惯的区域差异较明显。

出于水果原料的新鲜度、节约运输成本，水果罐头企业一般将生产基地设在水果产地周边地区，方便鲜果的运输和保存，销售并不受地域限制。但是从我国消费者对罐头产品的消费习惯和认可程度来看，存在明显的地域差异，比如西南地区的消费者因为黄桃稀缺、偏爱黄桃罐头，而华中地区的消费者在节假日有向亲友赠送橘子罐头的习惯。

我国水果罐头行业总体以中小企业为主，行业集中度不高。近年来，随着生产成本持续上涨、国内环保等多项政策的实施，对中小食品罐头生产企业提出了严峻的挑战，近年来中国罐头行业规模以上企业数量呈不断下降趋势，未来这种现象仍将持续，不具备竞争力的中小企业将会被逐步淘汰，行业集中度呈上升趋势。

资料来源：公开资料整理

水果蔬菜罐头行业代表性企业 公司概况 天韵国际 成立于2003年，是中国领先的品牌加工水果产品及饮料产品销售商及制造商，主要从事（1）生产及销售包装于金属罐、塑胶杯、玻璃瓶及铝箔袋的加工水果产品，（2）生产及销售饮料产品及（3）新鲜水果买卖。加工水果产品以自家品牌“缤果时代”“天同时代”和“果小懒”及原厂委制造代工销售的渠道出售。2022年，公司整体收入6.80亿元，自家品牌销售3.9亿元，OEM2.5亿元，新鲜水果销售4170万元。

真心罐头 大连真心罐头食品有限公司是能是水果集团有限公司旗下核心企业，能是水果总部位于素有“黄桃之乡”美誉的海滨城市—辽宁省大连市，是中国罐头工业协会副理事长单位，2016年被中国罐头工业协会评为“中国罐头十强企业”。集团初创于1990年，于2002年正式改组成立公司，2015年正式成立集团。集团旗下包括“真心”水果罐头、“能是”快梨两大水果罐头和饮品品牌，年产量超过6万吨

林家铺子 成立于1996年，是专业罐头制造商，中国罐头工业协会理事单位，为农业产业化国家重点龙头企业，主营水果罐头、肉罐头和鱼罐头，产品主要包括：桃罐头，梨罐头，草莓罐头、橘子罐头、什锦罐头、鱼罐头、午餐肉罐头等。2020年销售收入为6.34亿元。

欢乐家 成立于2001年，总部位于广东省深圳市，致力于水果罐头、植物蛋白饮料、果汁饮料、乳酸菌饮料等食品饮料产品的研发、生产和销售，现为中国罐头工业协会副理事长单位，中国饮料工业协会理事单位，2022年，公司整体收入15.96亿元，其中罐头收入6.48亿元。

资料来源：公开资料整理

罐头行业进入壁垒：

1、质量控制及食品安全壁垒

近年来，国家对食品安全的重视程度明显提高，先后颁布了《中华人民共和国食品安全法》（2018修正）、《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2009年发布，2019年修订）、《食品生产加工企业质量安全监督管理办法》、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》等一系列政策法规，随着消费者消费理念的不断提升，食品安全意识越来越强，食品行业准入标准在不断提高。

罐头行业的产品质量取决于原材料采购、生产工艺和仓储流通等多环节的严格控制，一般企业和行业新进入者较难在短时间内达到较高的质量标准。随着国家相关部门监管力度的加强，对食品生产企业的工作环境、加工过程、质量检测等方面提出了更高的标准，对食品添加剂、防腐剂的使用做出了更严格的限制。日趋严格的食品安全及品质管理要求，对行业新进入者提出了更高的要求，需要经过长时间的技术、经验积累，才能通过职能部门严格的验证管理程序。因此，食品安全及质量控制要求的提升为新进入者设置了更高的壁垒。

2、生产技术和产品开发壁垒

罐头口感是决定产品竞争力的根本元素，消费水平的提升则促使企业进一步开发功能型、健康营养型以及享受型等高端产品。这要求企业的生产、研发人员不但要对消费者不断变化的需求偏好有着深入准确的识别，还要对产品设计、材料配方及生产工艺进行不断的调整、改

良和测试。特别是高端产品加工涉及的营养功效成分分离、纯化、配比和添加等工艺方面，更需要先进生物技术的支撑，对行业新进入者构成了较高的壁垒。

业内的龙头企业通过多年的发展，建立起了本企业独有的生产技术，在新品研发、产品检测、生产工艺等多方面均积累了丰富的技术经验，能够保证产品的安全性和稳定性，新进入企业需要花费较长时间成本和经济成本来完成技术的积累。

3、市场和品牌壁垒

对于罐头这样的食品工业企业而言，行业的市场壁垒体现在品牌塑造和渠道建设方面。这要求企业在产品开发、生产和质量控制等各方面均具备较强的综合实力。一方面，产品的品类丰富程度需要满足市场中各类消费者的一站式采购需求，适应全国各地消费者的消费习惯及消费趋势；另一方面，企业品牌的建立依托生产企业在生产过程中的精细化管理和品质控制方面的严格要求。

罐头主要功能是在人们闲暇之余提升其对于生活的满足感和愉悦感。品牌影响力对消费者的选择具有决定性作用，消费者往往会习惯性消费自己认知和信任的品牌，消费者与品牌之间的粘性在市场中形成了一定程度的品牌壁垒。

4、营销及销售壁垒

营销网络建设是罐头行业企业抢占市场、获取竞争优势的重要方法，销售渠道的成熟度和稳定性直接影响食品企业的行业地位。我国食品加工行业的传统销售渠道以批发、零售为主，现在逐步向大型商超、电商等新兴渠道转型。无论是传统渠道还是新兴渠道，都需要营销渠道的管理体系做到覆盖范围广、物流效率高和信息化程度高，这不仅需要投入大量的管理及维护费用，还需要建设拥有高素质人才的管理团队，因此新进企业很难在短时间内获得营销及渠道优势。

5、资金壁垒

资金实力是保证规模化生产的首要资本，也是企业持续经营的关键因素。随着国家及消费者对食品行业安全要求的重视和提高，罐头生产企业需要购置高端设备对食品安全进行检测和管理。此外，产地建设、产能提升、设备改进、工艺升级、物流配套、产品推广、营销渠道构建、信息系统优化等都需要投入大量的资金，对于缺乏资金实力的新进企业而言，在罐头行业竞争存在较大的困难。

我国水果罐头生产以出口为导向，国内消费仍受到鲜果压制

我国罐头产品是最先进入国际市场的食品品类之一，产品品质较早与国际接轨，是较为典型的出口型产业。罐头食品安全、营养、便捷的特性也越来越受到消费者的青睐。中国是全球水果罐头生产大国与出口大国，由于过去中国罐头食品长期以出口为导向，果蔬罐头产品在国际市场上占据绝对优势，其中橘子罐头占世界产量的 75%，占国际贸易量的 80%以上。

资料来源：中国海关，观研天下数据中心整理

根据相关研究的数据，美国人均罐头年消费量在90 公斤左右，西欧约 50 公斤，日本为 23 公斤，而我国仅为1公斤，与发达国家相比市场有较大差距，一方面是因为我国拥有良好的农业基础和发达的销售配送网络，新鲜肉禽果蔬产品易得，另一方面是因为饮食文化和消费观念与发达国家存在差异。因此，水果罐头产品在国内进一步打开市场，还有赖于罐头行业的产品宣传和消费者教育。

资料来源：观研天下数据中心整理

国内市场上，水果罐头的发展受到新鲜水果的压制。

在市场定位上，新鲜水果在水果产品中占据绝对主导地位，水果罐头产品是新鲜水果市场的重要补充，具体体现为区域补充（如南方市场的黄桃罐头和北方市场的菠萝罐头）、季节性补充（如冬季的荔枝罐头和秋季的草莓罐头）。

销售地域覆盖和运输半径方面，新鲜水果和水果罐头类产品均基本能覆盖全国各级市场，但由于水果罐头类产品更易于贮存，在配送能力上更具有优势，运输半径更长。以黄桃鲜果为例，成熟采摘后在常温下无法长时间存放，一般 4-5天就会变软，更无法长途运输，而黄桃的主要产地在山东，因此，西南山区的消费者难以购买到新鲜的黄桃产品，黄桃罐头产品在该等区域较为畅销。

市场价格方面，鲜果和水果罐头在终端零售价格上整体较为接近，鲜果价格更易受气候、季节、需求等因素影响而波动。水果罐头的价格高于鲜果，主要是因为水果罐头中的水果不含皮、核，转化率约为正常水果的 70%，且水果罐头的生产过程中会产生人工、制造费用等多种成本。由于水果罐头生产企业主要在产季、在产地大批量采购鲜果，原材料成本较低，而鲜果的流通过程存在层层加价的情况，因此，除去加工损耗二者的价格不存在显著差异。

（水果罐头换算价格=水果罐头价格（含糖水）/固形物含量（55%）*转化率（70%））

典型水果罐头价格换算 项目（终端零售价格） 黄桃 橘子 鲜果价格 约 16-24 元/千克 约 12-16 元/千克 水果罐头价格（含糖水） 约 14-20 元/千克 约 14-16 元/千克 水果罐头换算价格 约 17.8- 25.5 元/千克 约 17.8- 20.4 元/千克

资料来源：公开资料整理（YM）

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《中国水果罐头行业现状深度研究与投资前景分析报告（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年中国水果罐头行业发展概述

第一节 水果罐头行业发展情况概述

一、水果罐头行业相关定义

二、水果罐头特点分析

三、水果罐头行业基本情况介绍

四、水果罐头行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、水果罐头行业需求主体分析

第二节 中国水果罐头行业生命周期分析

一、水果罐头行业生命周期理论概述

二、水果罐头行业所属的生命周期分析

第三节 水果罐头行业经济指标分析

一、水果罐头行业的赢利性分析

二、水果罐头行业的经济周期分析

三、水果罐头行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球水果罐头行业市场发展现状分析

第一节 全球水果罐头行业发展历程回顾

第二节 全球水果罐头行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲水果罐头行业地区市场分析

一、亚洲水果罐头行业市场现状分析

二、亚洲水果罐头行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲水果罐头行业市场前景分析

第四节北美水果罐头行业地区市场分析

- 一、北美水果罐头行业市场现状分析
- 二、北美水果罐头行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美水果罐头行业市场前景分析

第五节欧洲水果罐头行业地区市场分析

- 一、欧洲水果罐头行业市场现状分析
- 二、欧洲水果罐头行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲水果罐头行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界水果罐头行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球水果罐头行业市场规模预测

第三章 中国水果罐头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水果罐头行业的影响分析

第三节中国水果罐头行业政策环境分析

- 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

第四节政策环境对水果罐头行业的影响分析

第五节中国水果罐头行业产业社会环境分析

第四章 中国水果罐头行业运行情况

第一节中国水果罐头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

第二节中国水果罐头行业市场规模分析

- 一、影响中国水果罐头行业市场规模的因素
- 二、中国水果罐头行业市场规模
- 三、中国水果罐头行业市场规模解析

第三节中国水果罐头行业供应情况分析

- 一、中国水果罐头行业供应规模
- 二、中国水果罐头行业供应特点

第四节中国水果罐头行业需求情况分析

- 一、中国水果罐头行业需求规模

二、中国水果罐头行业需求特点

第五节中国水果罐头行业供需平衡分析

第五章 中国水果罐头行业产业链和细分市场分析

第一节中国水果罐头行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、水果罐头行业产业链图解

第二节中国水果罐头行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对水果罐头行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对水果罐头行业的影响分析

第三节我国水果罐头行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国水果罐头行业市场竞争分析

第一节中国水果罐头行业竞争现状分析

一、中国水果罐头行业竞争格局分析

二、中国水果罐头行业主要品牌分析

第二节中国水果罐头行业集中度分析

一、中国水果罐头行业市场集中度影响因素分析

二、中国水果罐头行业市场集中度分析

第三节中国水果罐头行业竞争特征分析

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年中国水果罐头行业模型分析

第一节中国水果罐头行业竞争结构分析（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

第二节中国水果罐头行业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、中国水果罐头行业SWOT分析结论

第三节中国水果罐头行业竞争环境分析（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年中国水果罐头行业需求特点与动态分析

第一节中国水果罐头行业市场动态情况

第二节中国水果罐头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

第三节水果罐头行业成本结构分析

第四节水果罐头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

第五节中国水果罐头行业价格现状分析

第六节中国水果罐头行业平均价格走势预测

一、中国水果罐头行业平均价格趋势分析

二、中国水果罐头行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国水果罐头行业所属行业运行数据监测

第一节 中国水果罐头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 中国水果罐头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 中国水果罐头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年中国水果罐头行业区域市场现状分析

第一节 中国水果罐头行业区域市场规模分析

一、影响水果罐头行业区域市场分布的因素

二、中国水果罐头行业区域市场分布

第二节 中国华东地区水果罐头行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区水果罐头行业市场分析

（1）华东地区水果罐头行业市场规模

（2）华南地区水果罐头行业市场现状

（3）华东地区水果罐头行业市场规模预测

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、华中地区水果罐头行业市场分析

（1）华中地区水果罐头行业市场规模

（2）华中地区水果罐头行业市场现状

（3）华中地区水果罐头行业市场规模预测

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、华南地区水果罐头行业市场分析

(1) 华南地区水果罐头行业市场规模

(2) 华南地区水果罐头行业市场现状

(3) 华南地区水果罐头行业市场规模预测

第五节华北地区水果罐头行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区水果罐头行业市场分析

(1) 华北地区水果罐头行业市场规模

(2) 华北地区水果罐头行业市场现状

(3) 华北地区水果罐头行业市场规模预测

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、东北地区水果罐头行业市场分析

(1) 东北地区水果罐头行业市场规模

(2) 东北地区水果罐头行业市场现状

(3) 东北地区水果罐头行业市场规模预测

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、西南地区水果罐头行业市场分析

(1) 西南地区水果罐头行业市场规模

(2) 西南地区水果罐头行业市场现状

(3) 西南地区水果罐头行业市场规模预测

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、西北地区水果罐头行业市场分析

(1) 西北地区水果罐头行业市场规模

(2) 西北地区水果罐头行业市场现状

(3) 西北地区水果罐头行业市场规模预测

第十一章 水果罐头行业企业分析（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年中国水果罐头行业发展前景分析与预测

第一节中国水果罐头行业未来发展前景分析

一、水果罐头行业国内投资环境分析

二、中国水果罐头行业市场机会分析

三、中国水果罐头行业投资增速预测

第二节中国水果罐头行业未来发展趋势预测

第三节中国水果罐头行业规模发展预测

一、中国水果罐头行业市场规模预测

二、中国水果罐头行业市场规模增速预测

三、中国水果罐头行业产值规模预测

四、中国水果罐头行业产值增速预测

五、中国水果罐头行业供需情况预测

第四节中国水果罐头行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国水果罐头行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国水果罐头行业进入壁垒分析

- 一、水果罐头行业资金壁垒分析
- 二、水果罐头行业技术壁垒分析
- 三、水果罐头行业人才壁垒分析
- 四、水果罐头行业品牌壁垒分析
- 五、水果罐头行业其他壁垒分析

第二节水果罐头行业风险分析

- 一、水果罐头行业宏观环境风险
- 二、水果罐头行业技术风险
- 三、水果罐头行业竞争风险
- 四、水果罐头行业其他风险

第三节中国水果罐头行业存在的问题

第四节中国水果罐头行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国水果罐头行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国水果罐头行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国水果罐头行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节水果罐头行业营销策略分析

- 一、水果罐头行业产品策略
- 二、水果罐头行业定价策略
- 三、水果罐头行业渠道策略
- 四、水果罐头行业促销策略

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/202402/694326.html>