2021年中国果汁饮料行业分析报告- 行业运营态势与投资前景研究

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年中国果汁饮料行业分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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/550309550309.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

果汁饮料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，一般是指纯果汁或100%果汁。果汁按形态分为澄清果汁和混浊果汁。果汁饮料行业产业链上游为水果以及食品添加剂，中游为不同种类的果汁，下游为应用领域。

果汁饮料产业链 资料来源：观研天下整理

一、上游分析

1. 果园面积

(1) 总面积

果园是指种植果树的园地，也叫果木园。根据数据显示，2019年我国果园面积为12276.68千公顷，2020年我国果园面积为13333.33千公顷，同比增长8.61%；据推测，2021年我国果园面积可达13698.46千公顷。

2016-2021年我国果园面积、增速及预测 数据来源：观研天下整理

(2) 细分果园面积

根据数据显示，2020年我国梨园、苹果园、柑桔园面积分别为947千公顷、1974.6千公顷、2696.9千公顷；预计2021年我国梨园、苹果园、柑桔园面积分别为952.0千公顷、1983.6千公顷、2788.6千公顷。

2016-2021年我国细分果园面积及预测 数据来源：观研天下整理

2. 水果产量

(1) 总产量

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。水果不但含有丰富的维生素营养，而且能够促进消化。根据数据显示，我国水果产量由2016年24405.2万吨增长至2020年的28692.4万吨，年均复合增长率为4.1%；据推测，2021年我国水果产量可达29505.7万吨。

2016-2021年我国水果产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

(2) 细分水果产量

根据数据显示，2020年我国梨、苹果、柑桔产量分别为1781.5万吨、4406.6万吨、5121.9万吨，预计2021年我国梨、苹果、柑桔产量分别为1809.8万吨、4401.6万吨、5399.1

万吨。

2016-2021年我国细分水果产量及预测 数据来源：观研天下整理

3.食品添加剂

食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。近几年，由于国家对食品添加剂的管理力度加强，导致我国食品添加剂产量有所下滑。根据数据显示，2019年我国食品添加剂产量为838万吨，较2019年同比下降24.9%；2020年我国产量为974，同比增长16.23%；预计2021年我国食品添加剂产量将有所上升至1080万吨。

2016-2021年我国食品添加剂产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

二、中游分析

1.市场规模

根据数据显示，我国果汁行业市场规模由2016年1153.3亿元增长至2020年的1272亿元，年均复合增长率为2.5%；据推测，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、增速及预测 数据来源：观研天下整理

2.市场占比

果汁饮品可简单地按果汁含量分为低浓度果汁饮品、中浓度果汁饮品及纯果汁饮品三种。其中，低浓度果汁饮品中果汁含量低于20%，中浓度果汁饮品中果汁含量为20%-99%，纯果汁饮品果汁含量为100%。从我国果汁零售市场结构来看，2019年我国低浓度果汁为市场消费主流，零售量占果汁饮料总零售量的74.3%；其次为中浓度果饮料，零售量占果汁饮料总零售量的19.8%；纯果汁零售量占果汁饮料总零售量的5.9%。

2019年我国果汁行业细分产品销售量分布情况 数据来源：观研天下整理

3.低浓度果汁

现阶段，我国果汁市场以低浓度果汁饮品为主。根据数据显示，2020年我国低浓度果汁市场规模为785亿元，较2019年同比增长0.13%；据推测，2021年我国低浓度果汁市场规模可达761亿元。

2016-2021年我国低浓度市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

4.企业优势分析

现阶段，我国果汁行业产业链中游优秀企业主要包括可口可乐、味全食品、汇源果汁、康师傅、统一、百事可乐、农夫山泉等。

我国果汁行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

可口可乐

产业规模优势：可口可乐为中国消费者提供超过15个品牌50多种饮料选择，其系列产品在华的每天享用量达到1.5亿杯，可口可乐自1979年重返中国市场至2014年底，已累计投资超过90亿美元，截止到2020年底在华建有43家工厂，系统员工约45,000人，其中99%为本地员工。

品牌优势：可口可乐、雪碧、芬达及果粒橙等核心品牌的增长率均遥遥领先；含汽饮料的增长速度为主要竞争对手的两倍；在许多重要市场成为果汁市场领导者；销售收入的增长超过销量的增长；以可控分销为导向的市场与渠道建设卓有成效。

味全食品

技术优势：味全研发机构以企业为主体，联合国内重点院校及科研机构，主要从事谷氨酸和其它多种氨基酸的生物细胞的培养与选育、酶工程技术与开发。调味类新产品的开发是公司今后工作的重点，味全公司研发机构具有强大的研究开发能力，计划开发出一系列具有中华美食特色和适合中国人口味的新型系列调味品。并研究开发能适合世界各国口味的新型调味品。

汇源果汁

用户规模优势：2018年汇源100%果汁及中浓度果汁的市场销售量份额占比分别为43.7%、31.5%，较之2017年的增幅分别达到0.9%、6.9%，继续蝉联中高果市场销量第一。在市场占有率上，汇源已连续十余年市场份额稳居国内第一。

产品优势：汇源集团拥有200多条世界先进的水果加工、饮料灌装等生产线。原浆生产的水果冷破碎、浓缩果汁生产的超微过滤、饮料灌装的UHT超高温瞬时灭菌和无菌冷灌装等项工艺技术，均处于世界领先地位。通过了ISO9001、HACCP、ISO22000、OHSAS18000、ISO14001等质量、安全、环境管理体系认证，通过了美国FDA、GMA、英国BRC、欧盟SGF、犹太KOSHER认证。纯果汁和中浓度果汁饮料的全国市场份额多年保持市场份额领先。浓缩果汁和部分饮品出口5大洲的30多个国家和地区。

康师傅

产业规模优势：公司总投资已达到20亿美金，先后在中国四十余个城市设立了生产基地，员

工人数近四万人，总营业额24亿美元。本集团于1996年2月在香港联合交易所有限公司上市。两大控股股东为顶新（开曼岛）控股有限公司和三洋食品株式会社。于2012年12月31日，本公司之市值为155亿美元。

市场规模优势：集团的三大品项产品，皆已在中国食品市场占有显著的市场地位。据AC Nielsen 2011年12月零售市场研究报告的调查显示，在2011年1 - 12月本集团于方便面、即饮茶及包装水销售额的市场占有率分别为56.7%、50.1%和19.6%，稳居市场领导地位；稀释果汁以18.4%、夹心饼干以22.1%同居于市场第二位。“康师傅”作为中国家喻户晓的品牌，经过多年的耕耘与积累，深受中国消费者喜爱和支持。

统一

产业规模优势：资本额3200万元，为日后的食品王国奠定基础。统一企业是台湾一家大型食品公司，在东亚、东南亚均有很高的知名度，也是台湾规模最大的食品业者之一。其总部位于台南市永康区。公司产品主要有饮料类和方便面类。

产品优势：统一企业分散在海内外各地的工厂、事业单位、经销商、物流机构和零售端点，都必需同心协力，以完美的合作，就像一个交响乐团，每一个乐师在各尽其职之外，还要跟其它乐师有良好的默契，共同合作，演出完美动听的乐章，让统一成为多元化的经营企业集团，年营业额已突破新台币1千亿元。

百事可乐

人才优势：百事集团选择人才有三个标准：“最聪明，最诚实，最具有推动力的实干精神”。一个管理人员在百事集团中生存下去并非易事，公司对于管理人员的要求是“要么往上发展，要么往外走人”。非常聪明的人才，能量百分之百地释放，公司会给予提供高速发展的事业阶梯和优厚的报酬待遇，让他们很早地承担重要的责任，在各自的工作范围内有高度自由空间，以及其他优秀同事之间积极合作的工作环境。这些对于百事集团的战略发展起到了极其重要的作用。

农夫山泉

产业规模优势：农夫山泉股份有限公司成立于1996年，是农业产业化国家重点龙头企业之一。公司的核心品牌“农夫山泉”为中国驰名商标。自1997年起，农夫山泉公司相继在国家一级水资源保护区浙江省千岛湖、吉林省长白山靖宇矿泉水保护区、南水北调中线工程源头湖北丹江口、国家级森林公园广东万绿湖以及天山冰川区新疆玛纳斯建成七座国际领先的天然饮用水及果汁饮料生产基地。农夫山泉的这种优质水源的战略选择以及世界领先的生产设备，在全国饮料饮用水行业中是独一无二的。

市场规模优势：2003年公司创造性地推出农夫果园混合果汁饮料和农夫果园100%果蔬汁；又开发了尖叫系列功能饮料，均获得显著成功。农夫果园上市当年其市场综合占有率即在全国果汁饮料十大主导品牌中跨入第七位；到2006年，在果汁饮料前十个品牌中名列第五。

由此，农夫山泉公司从单一瓶装饮用水公司跨入综合性饮料生产企业强者之列。

资料来源：观研天下整理

三、下游分析

1.销售渠道

果汁饮料产品的销售途径可分为超市、便利店、电商平台、鲜榨果汁店等。根据数据显示，2019年我国果汁饮料零售销售渠道主要还是超市，占比达60.9%；其次为便利店，占比达14.9%，电商平台占比达13.1%。

2019年我国果汁零售销售渠道市场份额分布情况 数据来源：观研天下整理

2.销售量

从我国果汁饮料行业销售量来看，我国果汁饮料销售量走势平稳。2019年我国果汁销售量达118.5亿升，2020年我国果汁销售量达12.3亿升，同比增长3.8%；预计2021年我国果汁销售量可达122.2亿升。（TJL）

2016-2021年我国果汁销售量及增速 数据来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国果汁饮料行业分析报告-行业运营态势与投资前景研究》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年中国果汁饮料行业发展概述

第一节 果汁饮料行业发展情况概述

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

第二节 中国果汁饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、果汁饮料行业产业链条分析
- 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、中国果汁饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国果汁饮料行业生命周期分析

- 一、果汁饮料行业生命周期理论概述
- 二、果汁饮料行业所属的生命周期分析

第四节 果汁饮料行业经济指标分析

- 一、果汁饮料行业的赢利性分析
- 二、果汁饮料行业的经济周期分析
- 三、果汁饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国果汁饮料行业进入壁垒分析

- 一、果汁饮料行业资金壁垒分析
- 二、果汁饮料行业技术壁垒分析
- 三、果汁饮料行业人才壁垒分析
- 四、果汁饮料行业品牌壁垒分析

五、果汁饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球果汁饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球果汁饮料行业发展历程回顾

第二节 全球果汁饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲果汁饮料行业地区市场分析

一、亚洲果汁饮料行业市场现状分析

二、亚洲果汁饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲果汁饮料行业市场前景分析

第四节 北美果汁饮料行业地区市场分析

一、北美果汁饮料行业市场现状分析

二、北美果汁饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美果汁饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲果汁饮料行业地区市场分析

一、欧洲果汁饮料行业市场现状分析

二、欧洲果汁饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲果汁饮料行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界果汁饮料行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球果汁饮料行业市场规模预测

第三章 中国果汁饮料产业发展环境分析

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 中国果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

第三节 中国果汁饮料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 中国果汁饮料行业运行情况

第一节 中国果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

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 中国果汁饮料行业市场规模分析

第三节 中国果汁饮料行业供应情况分析

第四节 中国果汁饮料行业需求情况分析

第五节 我国果汁饮料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国果汁饮料行业供需平衡分析

第七节 中国果汁饮料行业发展趋势分析

第五章 中国果汁饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国果汁饮料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 中国果汁饮料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 中国果汁饮料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年中国果汁饮料市场格局分析

第一节 中国果汁饮料行业竞争现状分析

- 一、中国果汁饮料行业竞争情况分析
- 二、中国果汁饮料行业主要品牌分析
- 第二节 中国果汁饮料行业集中度分析
 - 一、中国果汁饮料行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国果汁饮料行业市场集中度分析
- 第三节 中国果汁饮料行业存在的问题
- 第四节 中国果汁饮料行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国果汁饮料行业钻石模型分析
 - 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年中国果汁饮料行业需求特点与动态分析
 - 第一节 中国果汁饮料行业消费市场动态情况
 - 第二节 中国果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 果汁饮料行业成本结构分析
 - 第四节 果汁饮料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 中国果汁饮料行业价格现状分析
 - 第六节 中国果汁饮料行业平均价格走势预测
 - 一、中国果汁饮料行业价格影响因素
 - 二、中国果汁饮料行业平均价格走势预测
 - 三、中国果汁饮料行业平均价格增速预测
- 第八章 2017-2021年中国果汁饮料行业区域市场现状分析
 - 第一节 中国果汁饮料行业区域市场规模分布
 - 第二节 中国华东地区果汁饮料市场分析
 - 一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区果汁饮料市场规模分析

四、华东地区果汁饮料市场规模预测

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、华中地区果汁饮料市场规模分析

四、华中地区果汁饮料市场规模预测

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、华南地区果汁饮料市场规模分析

四、华南地区果汁饮料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国果汁饮料行业竞争情况

第一节 中国果汁饮料行业竞争结构分析（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 中国果汁饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国果汁饮料行业竞争环境分析（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年中国果汁饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国果汁饮料行业未来发展前景分析

一、果汁饮料行业国内投资环境分析

二、中国果汁饮料行业市场机会分析

三、中国果汁饮料行业投资增速预测

第二节 中国果汁饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国果汁饮料行业市场发展预测

一、中国果汁饮料行业市场规模预测

二、中国果汁饮料行业市场规模增速预测

三、中国果汁饮料行业产值规模预测

四、中国果汁饮料行业产值增速预测

五、中国果汁饮料行业供需情况预测

第四节 中国果汁饮料行业盈利走势预测

一、中国果汁饮料行业毛利润同比增速预测

二、中国果汁饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国果汁饮料行业投资风险与营销分析

第一节 果汁饮料行业投资风险分析

一、果汁饮料行业政策风险分析

二、果汁饮料行业技术风险分析

三、果汁饮料行业竞争风险

四、果汁饮料行业其他风险分析

第二节 果汁饮料行业应对策略

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年中国果汁饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国果汁饮料行业品牌战略分析

一、果汁饮料企业品牌的重要性

二、果汁饮料企业实施品牌战略的意义

三、果汁饮料企业品牌的现状分析

四、果汁饮料企业的品牌战略

五、果汁饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国果汁饮料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 中国果汁饮料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年中国果汁饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国果汁饮料行业产品策略分析

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 中国果汁饮料行业营销渠道策略

一、果汁饮料行业渠道选择策略

二、果汁饮料行业营销策略

第三节 中国果汁饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国果汁饮料行业重点投资区域分析

二、中国果汁饮料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/550309550309.html>