

中国 蓝莓汁 行业发展趋势研究与未来前景预测报告 (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 蓝莓汁 行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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/202409/726961.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

蓝莓果汁一般指蓝莓果汁，是以蓝莓果为主要原料制作的饮品，具有防止脑神经老化，强心，抗癌软化血管，增强人体免疫力，调节血糖的功效。蓝莓汁可分为100%纯蓝莓汁、蓝莓汁加水及其它香精香料、蓝莓为主的混合果汁三种类型。

资料来源：观研天下整理

一、行业发展现状：健康浪潮下迎蓝海新机遇，蓝莓汁市场快速增长

蓝莓汁属于果蔬汁饮料产业，因其独特营养价值受到广泛认可。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。

资料来源：公开资料整理，观研天下整理

得益于低温榨汁、超滤技术等先进工艺的应用，蓝莓汁不仅保留了蓝莓中的大部分营养成分，还大幅提升了产品的口感与品质。以及新一代消费观念对于健康饮品的关注，使得对于蓝莓汁、胡萝卜汁、复合蔬菜果汁等补充日常膳食纤维的饮品需求量大幅上涨，从而导致蓝莓汁品类从极小众产品快速上升为大众消费品，市场得到较快增长。数据显示，2023年中国蓝莓汁市场规模已突破3.6亿元大关，同比增长率远超行业平均水平，展现出强劲的增长动力。

同时，随着Z世代消费者和办公人群对健康饮品需求的不断增加，以及对高单价饮品的接受度提升，蓝莓汁市场未来将继续快速增长。预计到2028年，我国蓝莓汁的市场规模将超过10亿元，年均增长率将高达24.8%。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

目前在我国蓝莓汁市场中，蓝莓复合果汁因其保质期较长，口味丰富多样，且营养价值高，成为消费者首选采购产品，占据着72%的市场份额。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

二、供给端：蓝莓供给较为充足，栽培面积与产量日趋提高

蓝莓汁的生产成本主要由设备成本、场地成本、原材料成本和人工成本四部分组成。其中原材料成本占比为63.2%，同样也是价格波动最大的部分。为了降低水果成本，大型蓝莓汁生产企业通过自建果园来降低采购成本。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

蓝莓汁的原材料主要是蓝莓。蓝莓原产于加拿大东部和美国东部及南部，在日本、中国、新

西兰及欧洲等地都有引种。蓝莓喜温暖气候，较耐高温，喜半日照环境、喜湿润环境、耐旱及耐涝性均一般，宜用肥沃疏松、富含有机质的酸性土壤种植，一般生长于海拔900~2300m的地区。蓝莓的繁殖方式主要以插条或扦插。

我国栽培蓝莓起步较晚，开始于20世纪80年代，且初期发展非常缓慢，产量主要以野生资源为主。直到2000年以来，随着辽宁、山东、黑龙江、北京、江苏、浙江、四川等地区相继对蓝莓进行了引种试栽，我国蓝莓产业进入规模化栽培试验示范阶段。进入2001年，在南京植物研究所的技术支持下，贵州省麻江县建立了120亩兔眼蓝莓基地，才有力推进了中国蓝莓产业的发展。到2006年以后，国内外公司对蓝莓栽培和生产进行大量投资，我国蓝莓产业快速发展，2007年我国蓝莓栽培面积近2万亩（19845亩）。

截止到2023年我国蓝莓种植的省份已经扩展到了27个，蓝莓种植面积达到了115.5万亩左右，（7.36万公顷）。目前我国蓝莓产地可分为胶东半岛蓝莓产区，长白山、大小兴安岭蓝莓产区，云贵高原蓝莓产区，长江中下游流域和南方地区五大产区。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

近年来随着产业快速发展，相关品种持续培育发展，我国蓝莓单位面积产量持续增长。数据显示，2018-2021年我国蓝莓单位面积产量从3.01吨/公顷从增长至6.87吨/公顷，增长超一倍。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

得益于栽培面积的快速增长以及单产水平的快速提升，近年来我国蓝莓产量高速增长。数据显示，2023年我国蓝莓产量达52.5万吨。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

整体来看，目前我国蓝莓供给较为充足，能够满足国内基本需求。蓝莓汁生产线按产能可分为微型、小型、中型和大型果汁生产线。其中超过80%的大型果汁生产线需要依赖进口。而中型、小型及微型的蓝莓汁生产线由于技术水平较低，国内的制造厂较多生产集中度低，能满足95%以上的中国果汁企业生产需求且在质量、价格上均较国外的制造商有优势。这些中型以下的果汁生产线制造商主要集中在河北、江苏、辽宁、广东等地。

三、需求端：销售以线下渠道为主，消费场景以朋友聚会和家庭聚会为主

蓝莓汁的应用领域广泛，无论是家用、餐饮还是礼品市场，都能看到它的身影。特别是在健康养生、儿童成长、老年人保健等细分市场，蓝莓汁凭借其独特的健康功效，赢得了消费者的广泛好评。此外，预计随着线上渠道的拓展和跨境电商的兴起，蓝莓汁的国际市场也愈发广阔。

目前我国蓝莓汁销量以线下为核心销售渠道，销售占比达77.8%。而在线下市场，又以商超和便利店为主，分别占比31%、28%，两者合计占比达到59%。这是因为由于白领人群、女

性以及年轻人更倾向于在这些场景中购买蓝莓汁产品，未来这些渠道将继续作为蓝莓汁销售的主要发力点。其次为餐饮场所，占比为18%，这主要消费场景以大桶宴会装销售为主。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

从线上渠道来看，虽然当前线上销售占比为23.2%，占比不高，但相较于2021年的5.3%，已有大幅的提升。未来预计线上销售将继续快速增长。具体渠道来看，2023年京东淘宝、拼多多、抖音以及小红书是我国蓝莓汁主要销售渠道。其中京东、淘宝以及拼多多三者合计占比达到68%，是蓝莓汁主要的线上销售渠道。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

目前朋友聚会和家庭聚会是蓝莓汁主要的消费场景。根据相关调研数据显示，朋友聚会占比最大，达到69%；其次为家庭聚会，占比64%。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

四、市场竞争情况：市场格局尚未定型，源究所等头部企业占据领先地位

当前我国蓝莓汁市场竞争激烈，但市场格局尚未定型，仍有大量新兴企业蓄势待发。目前源究所、汇源果汁、沃田等头部企业凭借品牌优势、渠道资源和研发实力，占据了市场的领先地位。其中源究所、汇源果汁线上线下的市场份额均占据这前两位。但估计预计随着消费者需求的不断变化和新兴技术的不断涌现，市场格局随时可能发生变化。

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

数据来源：公开资料整理，观研天下整理

虽然当前蓝莓果汁行业市场竞争激烈，但仍然存在一些机会可供利用。比如，开发新款蓝莓果汁产品，满足不同消费者的需求;开拓新的销售渠道，如合作推广、酒店和餐厅供应等;通过精准的市场定位和有效的市场营销策略来吸引更多消费者。

目前市场下蓝莓汁营销概念有诸多亮点。比如，“一口喝掉9颗蓝莓”、

“一瓶包含26颗蓝莓”等具体数字的描述，容易使人产生视觉和味觉的

联想，比模糊的概念更有冲击力，能让消费者快速理解产品的价值，增加心理满足感。此外，NFC果蔬汁注重健康导向，如宣传花青素护眼、补充每日所需膳食纤维、缓解办公疲劳等，充分迎合了年轻白领消费者的需求，使产品在竞争激烈的市场中脱颖而出。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国 蓝莓汁 行业发展趋势研究与未来前景预测报告（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 蓝莓汁 行业发展概述

第一节 蓝莓汁 行业发展情况概述

- 一、 蓝莓汁 行业相关定义
- 二、 蓝莓汁 特点分析
- 三、 蓝莓汁 行业基本情况介绍
- 四、 蓝莓汁 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 蓝莓汁 行业需求主体分析

第二节 中国 蓝莓汁 行业生命周期分析

- 一、 蓝莓汁 行业生命周期理论概述
- 二、 蓝莓汁 行业所属的生命周期分析

第三节 蓝莓汁 行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球 蓝莓汁 行业市场发展现状分析

第一节 全球 蓝莓汁 行业发展历程回顾

第二节 全球 蓝莓汁 行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲 蓝莓汁 行业地区市场分析

- 一、亚洲 蓝莓汁 行业市场现状分析
- 二、亚洲 蓝莓汁 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲 蓝莓汁 行业市场前景分析
- 第四节 北美 蓝莓汁 行业地区市场分析
 - 一、北美 蓝莓汁 行业市场现状分析
 - 二、北美 蓝莓汁 行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美 蓝莓汁 行业市场前景分析
- 第五节 欧洲 蓝莓汁 行业地区市场分析
 - 一、欧洲 蓝莓汁 行业市场现状分析
 - 二、欧洲 蓝莓汁 行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲 蓝莓汁 行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界 蓝莓汁 行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球 蓝莓汁 行业市场规模预测
- 第三章 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业的影响分析
 - 第三节 中国 蓝莓汁 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
 - 三、主要行业标准
 - 第四节 政策环境对 蓝莓汁 行业的影响分析
 - 第五节 中国 蓝莓汁 行业产业社会环境分析
- 第四章 中国 蓝莓汁 行业运行情况
 - 第一节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场规模分析
 - 一、影响中国 蓝莓汁 行业市场规模的因素
 - 二、中国 蓝莓汁 行业市场规模
 - 三、中国 蓝莓汁 行业市场规模解析
 - 第三节 中国 蓝莓汁 行业供应情况分析
 - 一、中国 蓝莓汁 行业供应规模
 - 二、中国 蓝莓汁 行业供应特点
 - 第四节 中国 蓝莓汁 行业需求情况分析

- 一、中国 蓝莓汁 行业需求规模
- 二、中国 蓝莓汁 行业需求特点
- 第五节 中国 蓝莓汁 行业供需平衡分析
- 第五章 中国 蓝莓汁 行业产业链和细分市场分析
- 第一节 中国 蓝莓汁 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、 蓝莓汁 行业产业链图解
- 第二节 中国 蓝莓汁 行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对 蓝莓汁 行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对 蓝莓汁 行业的影响分析
- 第三节 我国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场竞争分析
- 第一节 中国 蓝莓汁 行业竞争现状分析
 - 一、中国 蓝莓汁 行业竞争格局分析
 - 二、中国 蓝莓汁 行业主要品牌分析
- 第二节 中国 蓝莓汁 行业集中度分析
 - 一、中国 蓝莓汁 行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国 蓝莓汁 行业市场集中度分析
- 第三节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业模型分析
- 第一节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业SWOT分析结论

第三节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业需求特点与动态分析

第一节 中国 蓝莓汁 行业市场动态情况

第二节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业成本结构分析

第四节 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业价格现状分析

第六节 中国 蓝莓汁 行业平均价格走势预测

一、中国 蓝莓汁 行业平均价格趋势分析

二、中国 蓝莓汁 行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国 蓝莓汁 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 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 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业区域市场现状分析

第一节 中国 蓝莓汁 行业区域市场规模分析

- 一、影响 蓝莓汁 行业区域市场分布的因素
- 二、中国 蓝莓汁 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析
 - (1) 华东地区 蓝莓汁 行业市场规模
 - (2) 华东地区 蓝莓汁 行业市场现状
 - (3) 华东地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析
 - (1) 华中地区 蓝莓汁 行业市场规模
 - (2) 华中地区 蓝莓汁 行业市场现状
 - (3) 华中地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析
 - (1) 华南地区 蓝莓汁 行业市场规模
 - (2) 华南地区 蓝莓汁 行业市场现状

(3) 华南地区 蓝莓汁 行业市场规模预测

第五节 华北地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析

(1) 华北地区 蓝莓汁 行业市场规模

(2) 华北地区 蓝莓汁 行业市场现状

(3) 华北地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析

(1) 东北地区 蓝莓汁 行业市场规模

(2) 东北地区 蓝莓汁 行业市场现状

(3) 东北地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析

(1) 西南地区 蓝莓汁 行业市场规模

(2) 西南地区 蓝莓汁 行业市场现状

(3) 西南地区 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业市场分析

(1) 西北地区 蓝莓汁 行业市场规模

(2) 西北地区 蓝莓汁 行业市场现状

(3) 西北地区 蓝莓汁 行业市场规模预测

第十一章 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 蓝莓汁 行业未来发展前景分析

- 一、 蓝莓汁 行业国内投资环境分析
- 二、中国 蓝莓汁 行业市场机会分析
- 三、中国 蓝莓汁 行业投资增速预测

第二节 中国 蓝莓汁 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 蓝莓汁 行业规模发展预测

- 一、中国 蓝莓汁 行业市场规模预测
- 二、中国 蓝莓汁 行业市场规模增速预测
- 三、中国 蓝莓汁 行业产值规模预测
- 四、中国 蓝莓汁 行业产值增速预测
- 五、中国 蓝莓汁 行业供需情况预测

第四节 中国 蓝莓汁 行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国 蓝莓汁 行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国 蓝莓汁 行业进入壁垒分析

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

第二节 蓝莓汁 行业风险分析

- 一、 蓝莓汁 行业宏观环境风险
- 二、 蓝莓汁 行业技术风险
- 三、 蓝莓汁 行业竞争风险
- 四、 蓝莓汁 行业其他风险

第三节 中国 蓝莓汁 行业存在的问题

第四节 中国 蓝莓汁 行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国 蓝莓汁 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 蓝莓汁 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 蓝莓汁 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 蓝莓汁 行业营销策略分析

- 一、 蓝莓汁 行业产品策略
- 二、 蓝莓汁 行业定价策略
- 三、 蓝莓汁 行业渠道策略
- 四、 蓝莓汁 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/202409/726961.html>