



中国果汁饮料行业市场前景研究报告

2018年5月



我国果汁及果汁饮料的生产，在七十年代尚处于起步阶段，八十年代处于缓慢发展期，进入九十年代有了较快的发展。随着人们生活水平的逐步提高，果汁及果汁饮料已开始进入某些生活比较富裕的家庭，成为这些家庭必备饮品。在一些宴会上或在饭店就餐时，饮用果汁及果汁饮料已成为一种时尚。

前言

Content

目录

1

果汁饮料
行业相关
概述

2

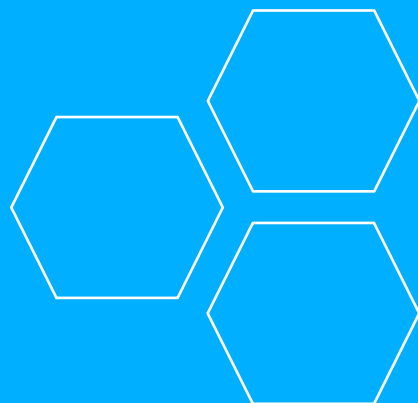
果汁饮料
行业市场
现状

3

果汁饮料
行业主要
品牌分析

4

果汁饮料
行业发展
趋势分析



PART 1 行业相关概述

1.定义

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，一般是指纯果汁或100%果汁。

狭义上的果汁与果汁饮料和水果饮料是有区别的。果汁饮料和水果饮料都是在果汁中加入水、糖、酸味剂等调制而成的混汁制品，只是两者的果汁含量不同，果汁饮料含10%，水果饮料含5%。

从狭义定义上看，果汁与果汁饮料和水果饮料是浓度上的差别，但从广义上来说，果汁既包括了狭义的果汁饮料，同时也包括了水果饮料。这也是本报告研究的一个基础。



行业相关概述

2.分类

在我国，果汁及果汁饮料市场产品一般可分为三类。

（1）第一类是果汁含量为**5%至10%**的低浓度果汁饮料，市场主导品牌以统一鲜橙多、康师傅每日C、可口可乐的酷儿和美汁源果粒橙为代表；

（2）第二类是几种水果和蔬菜制成的复合果汁，浓度在**30%左右**，屈臣氏的果汁先生和养生堂农夫果园是这类果汁的典型；

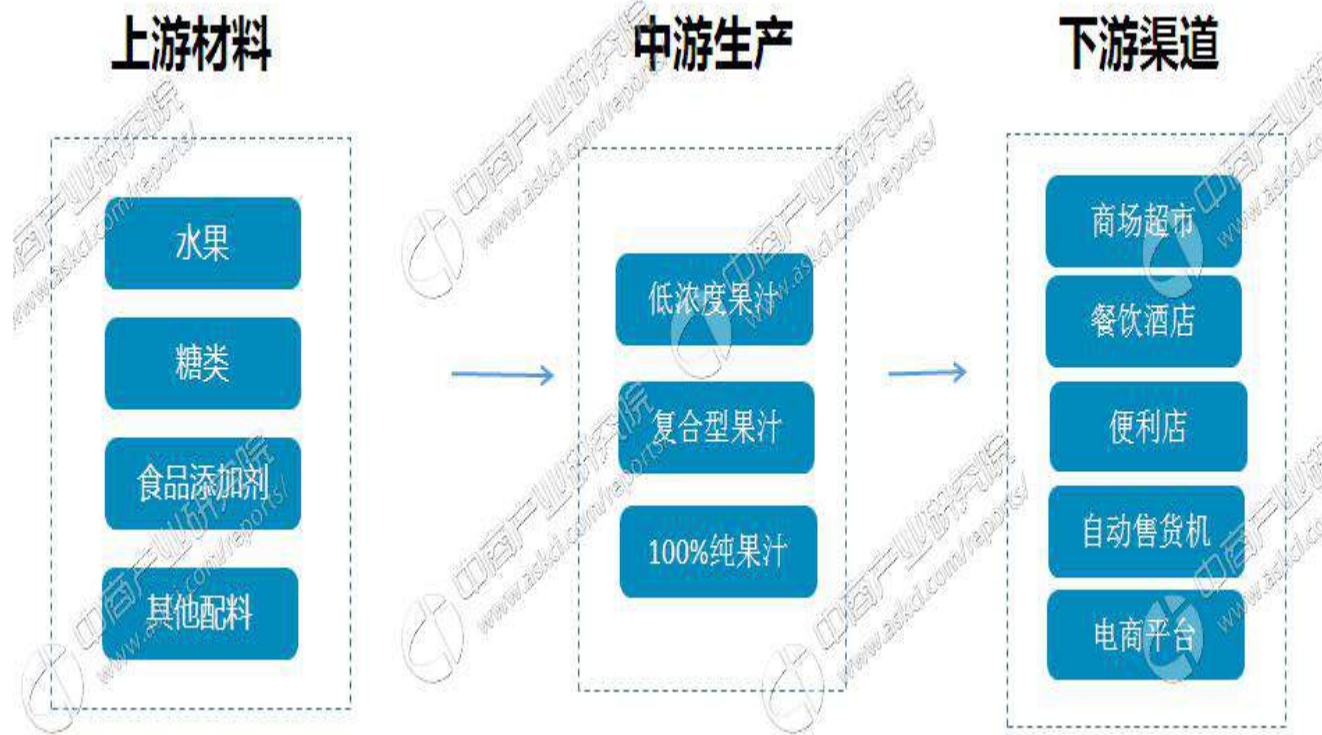
（3）第三类是以汇源为代表的**100%果汁**。

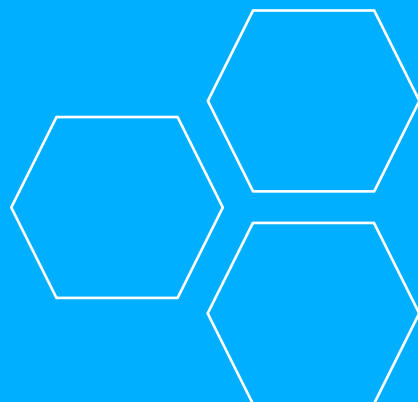
分类	果汁浓度	代表果汁
低浓度果汁	果汁含量为5%至10%的低浓度果汁饮料	统一鲜橙多、康师傅每日C、可口可乐酷儿、美汁源果粒橙等
复合果汁	浓度在30%左右	屈臣氏的果汁先生、养生堂农夫果园等
100%果汁	浓度为100%	汇源果汁等

行业相关概述

3.产业链

果汁饮料行业的产业链可以分为上游、中游和下游。上游是指生产各种果汁饮料所需的原材料。其中，主要原材料包括各种水果、糖类、食品添加剂等。中游制造环节包括低浓度果汁、复合型果汁以及100%纯果汁。果汁饮料行业的下游则主要是通过商超、餐饮店、便利店、自动售货机以及电商平台等渠道到达最终消费者。





PART 2 行业发展现状

我国果汁及果汁饮料的生产，在七十年代尚处于起步阶段，八十年代处于缓慢发展期，进入九十年代有了较快的发展。随着人们生活水平的逐步提高，果汁及果汁饮料已开始进入某些生活比较富裕的家庭，成为这些家庭必备饮品。在一些宴会上或在饭店就餐时，饮用果汁及果汁饮料已成为一种时尚。

近几年来复合型果汁饮料及果蔬汁饮料发展较快，市场上常见的有菠萝汁或橙汁等热带果汁与不同蔬菜汁的复合果汁饮料。同时功能型果汁饮料如花卉饮料、富碘果汁饮料、高纤维饮料、其他保健新材料饮料作为新的营养概念发展较好，将果蔬汁与牛奶有机结合的果汁奶，已经在我国乳品饮料及果蔬汁饮料市场上显示了巨大的消费需求。

行业发展现状

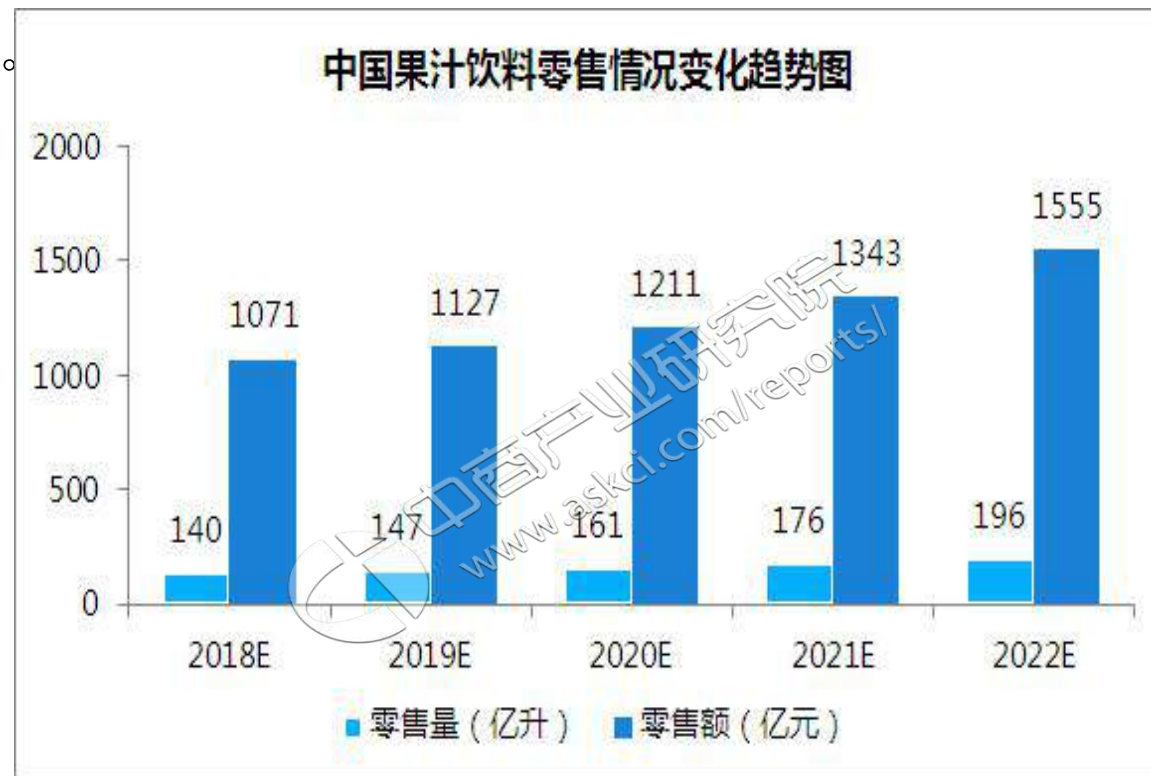
1.产量

据数据统计，2013-2017年我国果汁饮料行业年均复合增长率为2.2%。据预测，2018年我国果汁饮料产量将突破2600万千升。



2.零售情况

从果汁整体人均消费能力来看，我国的人均果汁饮料消费额尚处在初级阶段。随着消费者健康消费观念的日益提升，未来中高果市场占比将会持续提高，尤其是100%果汁行业。近几年，我国果汁饮料行业零售额稳步增长，2016年，我国果汁饮料零售量为134.47亿升；零售额达到1009.14亿元，同比增长了1.88%。据预测，未来五年我国果汁饮料行业零售量年均复合增长率约为7%。

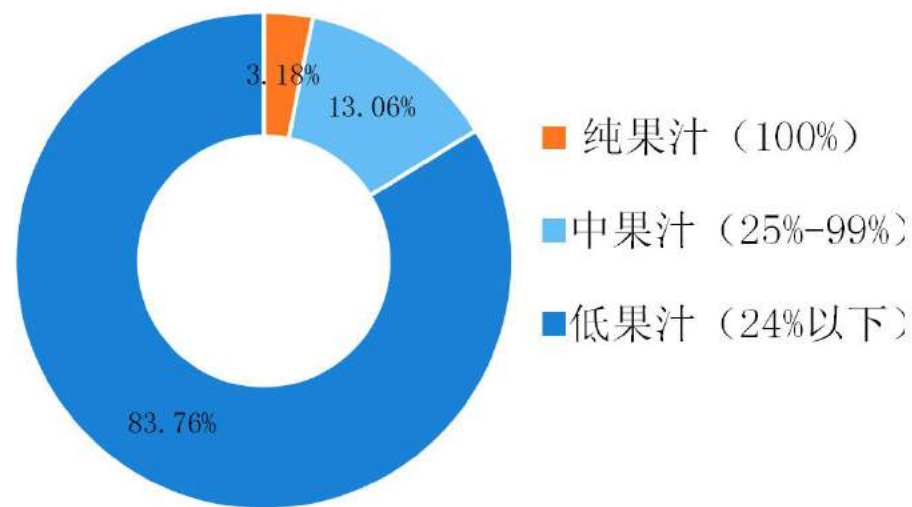


3.市场结构情况

从零售市场结构来看，低浓度果汁为市场消费主流，2016年，低果饮料零售量占果汁及果汁饮料总零售量的83.76%，中果饮料零售量占果汁及果汁饮料总零售量的13.06%，纯果汁零售量占果汁及果汁饮料总零售量的3.18%。

随着消费者的健康意识增强，中果饮料和纯果汁里富含身体必需的维生素和微量元素，将会成为吸引消费者的主因。预计今后几年中果饮料和纯果汁会成为市场消费的主要增长点，低浓度果汁的消费比例会有所下降。

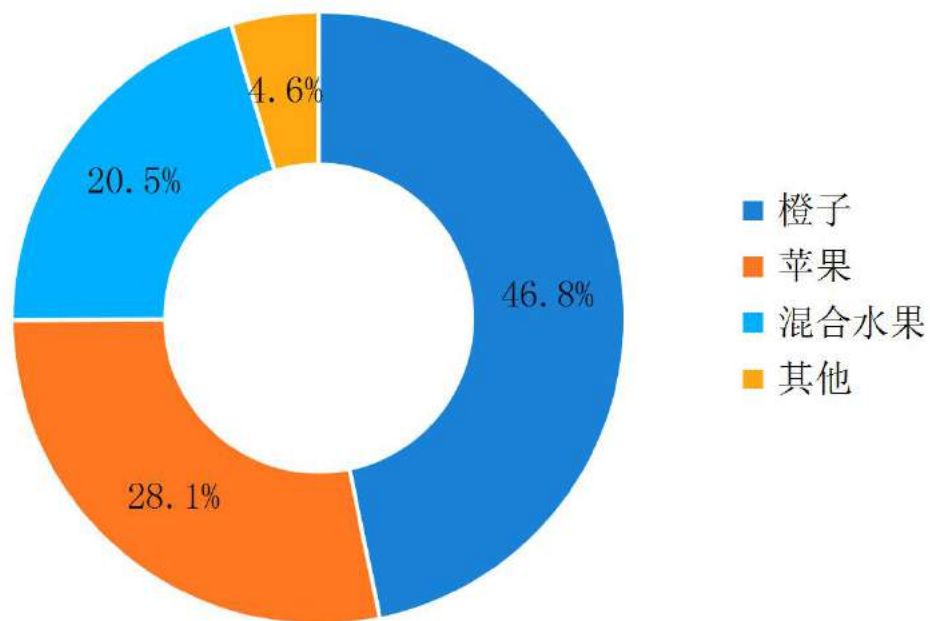
2016年中国果汁饮料零售量结构图



3.市场结构情况

在口味的选择上，我国消费者在果汁及果汁饮料消费上更倾向于橙子、苹果和混合水果这三种口味，三者的市场占有率也较为稳定。2016年，市场销量最大的纯果汁饮料和中浓度果汁饮料中，橙子口味的市场占有率分别为46.8%和48.5%。

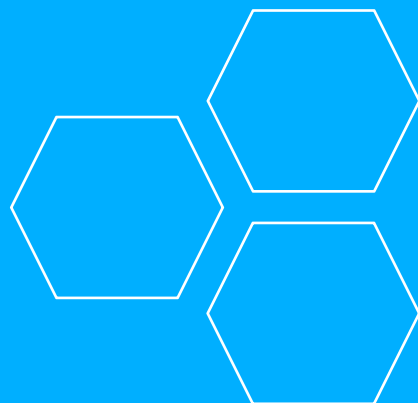
2016年纯果汁饮料各种口味市场占有率情况



4.市场竞争情况

中国果汁饮料竞争日趋激烈，市场上存在三股竞争力量：一支是台湾背景的企业统一和康师傅，以包装的创新和口味取胜；由于大品牌的激烈竞争，使得外来品牌很难进入果汁饮料市场，同时果汁饮料的价格日益透明化，厂家和经销商的利润在不断变薄。寻找新的利润增长点，成为企业的当务之急。而要想在竞争激烈的果汁市场取得领先地位，适合市场需要的差异化经营则是关键。



PART 3 行业主要品牌

1.统一

统一企业于1967年在台湾台南成立，1992年，统一企业集团开始在大陆投资设厂。1998年，统一企业（中国）投资有限公司在上海成立。历经多年，统一在大陆成长为以方便面、饮料、乳品、糕饼、酱油等产品为主的综合民生产业集团。果汁饮料获得“中国名牌”称号，统一品牌被认定为“中国驰名商标”。统一企业拥有：冰红茶、统一绿茶、鲜橙多、阿萨姆奶茶、雅哈咖啡、巴马矿泉水等品牌与产品。



2.康师傅

康师傅控股有限公司总部设于天津经济技术开发区“康师傅”品牌已成为消费者心目中方便美食的代名词。康师傅主要从事方便面、饮品、糕饼以及相关配套产业的生产 and 经营。康师傅茶饮料也已成为国内茶饮料第一品牌，销售额市场占有率达到**54.2%**，果汁饮料的市场占有率也达到了**21.1%**，是市场前三大品牌，包装水事业凭借**24.6%**的市占率，跃居全国第一品牌，长白山天然优质矿泉水也已面向市场。



3.农夫山泉

农夫山泉即农夫山泉股份有限公司，其公司总部位于浙江杭州，成立于1996年9月26日。农夫山泉在中国的饮用水行业市场占比达到25%的份额，在世界饮用水市场中位居前三名，从市场份额来看，农夫山泉位居国内饮用水行业的老大是毫无疑问的。如今，在高端水市场风云变幻的当下，农夫山泉介入高端水市场必将掀起一场新的波澜。



4. 汇源果汁

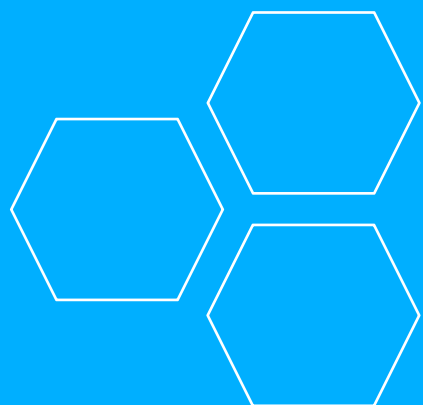
汇源果汁是汇源集团的产品之一。汇源集团成立于1992年。目前已在全国建立了140多个经营实体，链接了1000多万亩优质果蔬茶粮等种植基地。汇源集团以果汁产业为主体，形成了汇源果汁、汇源果业、汇源农业互相促进、共同发展的新格局。汇源果汁品牌旗下产品品类丰富，拥有100%果汁系列、果肉饮品系列、果汁饮料系列、儿童果汁系列、植物蛋白系列等多个系列产品。其中100%果汁系列及2013年新品冰糖葫芦汁是其两大明星产品。



5.美汁源

美汁源为可口可乐旗下第一家进入浓缩果汁市场的公司，为世界最大的果汁饮料销售商。2005年，美汁源在中国市场推出“果粒橙”，目前已成为中国即饮果汁类饮料排名第一的品牌，也推动中国成为“美汁源”全球最大市场。这是可口可乐“美汁源”品牌在中国推出的第一个产品。该产品是可口可乐公司旗下的系列品牌之一，也是全球销量最大的果汁品牌之一。该产品已分销100多个国家。





PART 4 行业发展趋势



1.天然、健康、功能性是消费趋势

消费者对于饮料的要求越来越高，果汁饮料的健康、天然、功能性为消费所趋。随着消费者理性消费的不断提高，企业只有生产出品质优、符合行业趋势，且性价比高的产品才能获得消费者的认可。

此外，大健康饮料行业需要进一步培育，目前处在快速成长期前期，有望进入高速发展期。绿色、原生态的食材越来越受到推崇，市场潜力巨大。

与此同时，随着功能饮料产品数量的增加，功能性将从乳品概念注入到果汁领域中来，果汁及果汁饮料中将添加一种或几种维生素和矿物质。果汁饮料和乳品饮料、果汁饮料和能量饮料的界限将更为模糊。



2.互联网+大潮迫使行业洗牌

随着互联网时代的来临，传统营销模式将被彻底颠覆。企业纷纷希望借助互联网，通过视频、图片、社交、新闻等途径加强品牌与消费者在不同时刻的沟通，知晓品牌在消费者心目中的口碑形象。

企业通过全面深化“互联网+”战略布局，深度融合互联网思维，贴合消费群体需求。针对不同消费者互联网思维消费习惯，组建了“数字化营销中心，将互联网和移动互联网营销提升到战略级渠道，实现线上线下O2O的营销模式，为消费群体提供不同消费需求。

中国最具影响力的产业咨询机构

- 中商产业研究院
- 中商情报网
- 中商排行榜
- 中商数据库



中商产业研究院



中商情报网

网站网址: www.askci.com

客服热线: 400-666-1917

微博: 中商产业研究院