



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国浓缩果汁市场 监测及市场运行态势报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国浓缩果汁市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279645.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

浓缩果汁是在水果榨成原汁后再采用低温真空浓缩的方法，蒸发掉一部分水份做成的，在配制100%果汁时须在浓缩果汁原料中还原进去果汁在浓缩过程中失去的天然水份等量的水，制成具有原水果果肉的色泽、风味和可溶性固形物含量的制品。

水果纤维素是植物细胞壁的主要构成成份，它不是一种营养素，但在人体摄入后，它即吸水膨胀，吸附食物中的有害成份，刺激肠胃蠕动，帮助消化，加快体内排泄，缩短有害物质在体内留置的时间，最终达到预防肠胃疾病的目的，对于预防消化道癌症有积极的意义。纤维素又被营养学家称为继蛋白质、碳水化合物、脂肪、无机盐、维生素和微量元素六大营养素之后的第七营养素。受金融危机影响，浓缩果汁全球市场需求锐减，导致09年下半年我国浓缩苹果汁的出口价格一直在低位彷徨，甚至一度跌到600美元/吨，2010年以来，出口价格逐渐上扬，上半年浓缩苹果汁的出口均价约为858美元/吨。2013年1-6月全国果汁和蔬菜汁饮料类累计总产量11505371.68吨。

地区	1-6月	果汁和蔬菜汁饮料类(吨)	全国
北京	331360.24	天津	1008797.77
河北	376945.47	山西	239274.26
内蒙古	164026.7	辽宁	213048.22
吉林	187641.11	黑龙江	562707.6
上海	79455.57	江苏	397987
浙江	597787.27	安徽	27493.45
福建	484920.9	江西	296841.41
山东	459931.82	河南	1155168.3
湖北	413644.53	湖南	87103.76
广东	1163427.61	广西	88740.46
海南	81243.04	重庆	699338.56
四川	883452.8	贵州	318813.2
云南	104771.68	西藏	302905.85
陕西	414615.1	甘肃	322954
青海	28630	宁夏	12344
新疆			

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。

报告目录：第一章 浓缩果汁行业发展概述

第一节 浓缩果汁的定义及分类

一、浓缩果汁的定义

二、浓缩果汁的分类

三、浓缩果汁的特性

第二节 浓缩果汁产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 浓缩果汁行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球浓缩果汁市场发展分析

第一节 2015年全球浓缩果汁市场分析

一、2015年全球浓缩果汁市场回顾

二、2015年全球浓缩果汁市场环境

三、2015年全球浓缩果汁销售分析

四、2015年全球浓缩果汁市场规模

第二节 2016年全球浓缩果汁市场分析

一、2016年全球浓缩果汁需求分析

二、2016年全球浓缩果汁市场规模

三、2016年全球浓缩果汁品牌分析

四、2016年中外浓缩果汁市场对比

第三节 主要国家地区浓缩果汁



、厂商分析 第六章 浓缩果汁行业经济运行分析第一节 2014-2016年浓缩果汁产量分析 一、2014-2015年浓缩果汁产量分析 二、2016年浓缩果汁产量分析 第二节 2014-2016年果汁饮料行业主要经济指标分析 一、销售收入前十家企业分析 二、2014-2015年果汁饮料行业主要经济指标分析 三、2016年果汁饮料行业主要经济指标分析 第三节 2014-2016年我国浓缩果汁行业绩效分析 一、2014-2016年行业产销情况 二、2014-2016年行业规模情况 三、2014-2016年行业盈利能力 四、2014-2016年行业经营发展能力 五、2014-2016年行业偿债能力分析 第七章 我国浓缩果汁行业进出口分析第一节 我国浓缩果汁进口分析 一、2015年进口总量分析 二、2015年进口结构分析 三、2015年进口区域分析 第二节 我国浓缩果汁出口分析 一、2015年出口总量分析 二、2015年出口结构分析 三、2015年出口区域分析 第三节 我国浓缩果汁进出口预测 一、2016年1季度进口分析 二、2016年1季度出口分析 三、2016-2022年浓缩果汁进口预测 四、2016-2022年浓缩果汁出口预测 第八章 浓缩果汁区域市场情况分析第一节 华北地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第二节 东北地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第三节 华东地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第四节 华南地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第五节 中南地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第六节 西南地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第七节 西北地区 一、2014-2016年行业发展现状分析 二、2014-2016年市场需求情况分析 三、2014-2016年市场规模情况分析 四、2014-2016年行业竞争格局分析 五、2014-2016年消费者的偏好分析 六、2016-2022年行业发展趋势分析 第九章 中国浓缩果汁行业消费市场分析第一节 中国浓缩果汁消费者收入分析 一、中国人口、人民生活分析 二、2014-2016年消费者收入水平 三、2016年消费者信心指数分析 第二节 浓缩果汁行业产品目标客户群体调查 一、不同收入水平消费者偏好调查 二、不同年龄的消费者偏好调查 三、不同地区的消费者偏好调查 第三节

浓缩果汁市场消费需求分析 一、浓缩果汁市场的消费需求变化 二、浓缩果汁行业的需求情况分析 三、2016年浓缩果汁品牌市场消费需求分析 第四节 浓缩果汁消费市场状况分析 一、浓缩果汁行业消费特点 二、浓缩果汁消费者分析 三、浓缩果汁消费结构分析 四、浓缩果汁消费的市场变化 五、浓缩果汁市场的消费方向 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 一、价格敏感程度 二、品牌的影响 三、购买方便的影响 四、广告的影响程度 五、包装的影响程度 第六节 浓缩果汁行业产品的品牌市场调查 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 四、消费者经常购买的品牌调查 五、浓缩果汁行业品牌忠诚度调查 六、浓缩果汁行业品牌市场占有率调查 七、消费者的消费理念调研 第十章 浓缩果汁行业竞争格局分析第一节 行业竞争结构分析 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 行业集中度分析 一、市场集中度分析 二、企业集中度分析 三、区域集中度分析 第三节 中国浓缩果汁行业竞争格局综述 一、2015年浓缩果汁行业集中度 二、2015年浓缩果汁行业竞争程度 三、2015年浓缩果汁企业与品牌数量 四、2015年浓缩果汁行业竞争格局分析 第四节 2014-2016年浓缩果汁行业竞争格局分析 一、2014-2016年国内外浓缩果汁竞争分析 二、2014-2016年我国浓缩果汁市场竞争分析 三、2014-2016年我国浓缩果汁市场集中度分析 四、2016-2022年国内主要浓缩果汁企业动向 五、2016-2022年国内浓缩果汁拟在建项目分析 第十一章 浓缩果汁企业竞争策略分析第一节 浓缩果汁市场竞争策略分析 一、2016-2022年浓缩果汁市场增长潜力分析 二、2016-2022年浓缩果汁主要潜力品种分析 三、现有浓缩果汁产品竞争策略分析 四、潜力浓缩果汁品种竞争策略选择 五、典型企业产品竞争策略分析 第二节 浓缩果汁企业竞争策略分析 一、欧债危机对浓缩果汁行业竞争格局的影响 二、欧债危机后浓缩果汁行业竞争格局的变化 三、2016-2022年我国浓缩果汁市场竞争趋势 四、2016-2022年浓缩果汁行业竞争格局展望 五、2016-2022年浓缩果汁行业竞争策略分析 六、2016-2022年浓缩果汁企业竞争策略分析 第十二章 主要浓缩果汁企业竞争分析第一节 国投中鲁 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2014-2016年经营状况 四、2016-2022年发展战略 第二节 海升果汁 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2014-2016年经营状况 四、2016-2022年发展战略 第三节 安德利果汁股份有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2014-2016年经营状况 四、2016-2022年发展战略 第四节 陕西通达果汁集团 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2014-2016年经营状况 四、2016-2022年发展战略 第五节 陕西恒兴果汁饮料有限公司 一、企业概况 二、竞争优势分析 三、2014-2016年经营状况 四、2016-2022年发展战略 第十三章 浓缩果汁行业发展趋势分析第一节 我国浓缩果汁行业前景与机遇分析 一、我国浓缩果汁行业发展前景 二、我国浓缩果汁发展机遇分析 三、2016-2022年浓缩果汁的发展机遇分析 四、欧债危机对浓缩果汁行业的影响分析 第二节 2016-2022年中国浓缩果汁

市场趋势分析 一、2014-2016年浓缩果汁市场趋势总结 二、2016-2022年浓缩果汁发展趋势分析 三、2016-2022年浓缩果汁市场发展空间 四、2016-2022年浓缩果汁产业政策趋向 五、2016-2022年浓缩果汁技术革新趋势 六、2016-2022年浓缩果汁价格走势分析 七、2016-2022年国际环境对行业的影响 第十四章 未来浓缩果汁行业发展预测第一节 未来浓缩果汁需求与消费预测 一、2016-2022年浓缩果汁产品消费预测 二、2016-2022年浓缩果汁市场规模预测 三、2016-2022年浓缩果汁行业总产值预测 四、2016-2022年浓缩果汁行业销售收入预测 五、2016-2022年浓缩果汁行业总资产预测 第二节 2016-2022年中国浓缩果汁行业供需预测 一、2016-2022年中国浓缩果汁供给预测 二、2016-2022年中国浓缩果汁产量预测 三、2016-2022年中国浓缩果汁需求预测 四、2016-2022年中国浓缩果汁供需平衡预测 五、2016-2022年中国浓缩果汁产品价格预测 六、2016-2022年主要浓缩果汁产品进出口预测 第十五章 浓缩果汁行业投资现状分析第一节 2015年浓缩果汁行业投资情况分析 一、2015年总体投资及结构 二、2015年投资规模情况 三、2015年投资增速情况 四、2015年分行业投资分析 五、2015年分地区投资分析 六、2015年外商投资情况 第二节 2016年浓缩果汁行业投资情况分析 一、2016年总体投资及结构 二、2016年投资规模情况 三、2016年投资增速情况 四、2016年分行业投资分析 五、2016年分地区投资分析 六、2016年外商投资情况 第十六章 浓缩果汁行业投资环境分析第一节 经济发展环境分析 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况 二、2016-2022年我国宏观经济形势分析 三、2016-2022年投资趋势及其影响预测 第二节 政策法规环境分析 一、2016年浓缩果汁行业政策环境分析 二、2016年国内宏观政策对其影响 三、2016年行业产业政策对其影响 第三节 技术发展环境分析 一、国内浓缩果汁技术现状 二、2016年浓缩果汁技术发展分析 三、2016-2022年浓缩果汁技术发展趋势分析 第四节 社会发展环境分析 一、国内社会环境发展现状 二、2016年社会环境发展分析 三、2016-2022年社会环境对行业的影响分析 第十七章 浓缩果汁行业投资机会与风险第一节 行业活力系数比较及分析 一、2016年相关产业活力系数比较 二、2016年行业活力系数分析 第二节 行业投资收益率比较及分析 一、2016年相关产业投资收益率比较 二、2016年行业投资收益率分析 第三节 浓缩果汁行业投资效益分析 一、2014-2016年浓缩果汁行业投资状况分析 二、2016-2022年浓缩果汁行业投资效益分析 三、2016-2022年浓缩果汁行业投资趋势预测 四、2016-2022年浓缩果汁行业的投资方向 五、2016-2022年浓缩果汁行业投资的建议 六、新进入者应注意的障碍因素分析 第四节 影响浓缩果汁行业发展的主要因素 一、2016-2022年影响浓缩果汁行业运行的有利因素分析 二、2016-2022年影响浓缩果汁行业运行的稳定因素分析 三、2016-2022年影响浓缩果汁行业运行的不利因素分析 四、2016-2022年我国浓缩果汁行业发展面临的挑战分析 五、2016-2022年我国浓缩果汁行业发展面临的机遇分析 第五节 浓缩果汁行业投资风险及控制策略分析 一、2016-2022年浓缩果汁行业市场风险及控制策略 二、2016-2022年浓缩果汁行业政策风险及控

制策略 三、2016-2022年浓缩果汁行业经营风险及控制策略 四、2016-2022年浓缩果汁行业技术风险及控制策略 五、2016-2022年浓缩果汁行业同业竞争风险及控制策略 六、2016-2022年浓缩果汁行业其他风险及控制策略 第十八章 浓缩果汁行业投资战略研究第一节 浓缩果汁行业发展战略研究 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 第二节 对我国浓缩果汁品牌的战略思考 一、企业品牌的重要性 二、浓缩果汁实施品牌战略的意义 三、浓缩果汁企业品牌的现状分析 四、我国浓缩果汁企业的品牌战略 五、浓缩果汁品牌战略管理的策略 第三节 浓缩果汁经营策略分析 一、浓缩果汁市场细分策略 二、浓缩果汁市场创新策略 三、饮料品牌定位与品类规划 四、浓缩果汁新产品差异化战略 第四节 浓缩果汁行业投资战略研究 一、2016年果汁饮料投资战略 二、2016年浓缩果汁行业投资战略 三、2016-2022年浓缩果汁行业投资战略 四、2016-2022年细分行业投资战略(AK HT) 图表目录：图表：浓缩果汁产业链分析 图表：国际浓缩果汁市场规模 图表：国际浓缩果汁生命周期 图表：2009-2016年中国浓缩果汁行业市场规模 图表：2009-2016年全球浓缩果汁产业市场规模 图表：2009-2016年浓缩果汁重要数据指标比较 图表：2009-2016年中国浓缩果汁行业销售情况分析 图表：2009-2016年中国浓缩果汁行业利润情况分析 图表：2009-2016年中国浓缩果汁行业资产情况分析 图表：2014-2016年中国浓缩果汁发展能力分析 图表：2014-2016年中国浓缩果汁竞争力分析 图表：2016-2022年中国浓缩果汁产能预测 图表：2016-2022年中国浓缩果汁消费量预测 图表：2016-2022年中国浓缩果汁市场前景预测 图表：2016-2022年中国浓缩果汁市场价格走势预测 图表：2016-2022年中国浓缩果汁发展前景预测 图表：2015年浓缩果汁产量全国合计 图表：2016年浓缩果汁产量全国合计 图表：2015年果汁饮料行业经济指标全国合计 图表：2016年果汁饮料行业经济指标全国合计 图表：2015年浓缩果汁进口数据 图表：2015年1季度浓缩果汁进口数据 图表：2015年2季度浓缩果汁进口数据 图表：2015年3季度浓缩果汁进口数据 图表：2015年4季度浓缩果汁进口数据 图表：2015年浓缩果汁出口数据 图表：2016年浓缩果汁进口数据 图表：2015年1季度浓缩果汁进口数据 图表：2015年2季度浓缩果汁进口数据 图表：2016年浓缩果汁出口数据 图表：2016年1季度浓缩果汁出口数据 图表：浓缩果汁市场调查对象情况分析 图表：浓缩果汁消费者消费习惯调查 图表：消费者对浓缩果汁产品价格认同情况调查分析 图表：消费者购买渠道情况调查分析 图表：浓缩果汁消费者品牌状况调查分析 图表：2014-2016年中国消费者浓缩果汁品牌构成 图表：浓缩果汁消费者性别比例 图表：浓缩果汁消费者年龄分布 图表：浓缩果汁消费者购买频率分析 图表：浓缩果汁消费者购买浓缩果汁的规格 图表：浓缩果汁消费者购买浓缩果汁消费金额 图表：消费者浓缩果汁关注度调查分析 图表：影响消费者购买的因素调查分析 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279645.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。