

果汁和果汁饮料 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 果汁市场的市场概述与未来5年的发展预测
- 最新的新品发布趋势与品牌营销活动
- 消费者的消费兴趣与对果汁的期待
- 突破购买节点的阻碍因素
- 值得关注的关键饮用场合

63%的受访者选择果蔬浓度/含量作为最重要的购买因素，55%的受访者认为果蔬种类最重要。与英敏特趋势《审慎消费》(Intentional Spending) 相一致，成分升级对于吸引消费者的注意力是必要的。

在后疫情时期，消费者的财务状况和消费信心自2023年2月起开始恢复。然而，消费者倾向于购买更多新鲜水果，而果汁消费则由于对添加剂等方面的顾虑而增长见顶，说明了品牌突出产品天然性的重要性。

非酒精饮料品类内部的竞争愈演愈烈，气泡水等多种饮料在近些年来愈发受到欢迎，这促使果汁品牌明确其市场定位来保证留存目标消费者。

积极的方面是，果汁在非酒精饮料中仍坐拥庞大的消费者基础，并拥有广阔的饮用场合。通过成分、形态和功能性进行吸睛的创新，是果汁市场吸引消费者兴趣并促进消费的方向。



“在果汁市场势不可挡的高端化趋势之下，能够证明其价值并与消费愈发审慎的消费者产生共鸣的品牌将得到认可。由于消费者营养缺乏和对健康饮食的重视，为果蔬汁赋予有助于实现全面营养的定位能够提升饮用频率；同时，品牌也可以重点突出与当今社会人们担忧的方面相关的功能性益处，如心理健康表现。”

——张辰钰，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义
- 不包括

综述

- 议题与洞察
- 果汁助力提升专注力与效率
数据1: 具有脑和神经系统健康以及能量宣称的果汁饮料产品示例，全球，2021-2023年
- 果蔬汁助力实现全面营养
数据2: 具有补充营养或全面营养宣称的果汁产品示例，日本，2022年
- 通过调制果汁浓缩液自成“调酒师”
数据3: 为调饮而设计的果汁浓缩液新品示例，全球，2021-2022年
- 市场综述
- 纯果汁高端化趋势促进零售额增长
- 果汁产品面对愈发激烈的市场竞争
- 我们的观点

市场规模与预测

- 中浓度果汁和纯果汁细分的增长推动整体零售额增加
数据4: 果汁市场零售额与预测，中国，2017-2027年
- 疫情和品类内竞争均使得销量增长产生波动
数据5: 果汁市场的总销量与预测，中国，2017-2027年

市场细分

- 果汁饮料受高端化趋势的制约
数据6: 果汁市场细分（按销售额份额区分），中国，2020-2022年
- 中浓度果汁和纯果汁实现积极增长

市场因素

- 冷链物流发展助推果汁市场高端化
- 来自非酒精饮料品类内部的激烈竞争
数据7: 非酒精饮料饮用频率，中国，2023年
- 果汁产品面临是否被认为是营养饮料的困境
数据8: 食品饮料购买计划，中国，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场份额

- 纯果汁细分市场的重点企业拥有积极的增长前景
数据9: 果汁市场领先企业（按销售额份额区分），中国，2021-2022年（预估）
- 初创企业以吸睛的果汁产品为市场注入新鲜血液

营销活动

- 拓展果汁饮用场合
数据10: 好望水的营销活动，中国，2022-2023年
数据11: 果汁品牌开展的快闪活动，中国，2023年
- 本地化的触角延伸至采用本地原料
数据12: 宣称选用本地原料的新品示例，中国，2021-2023年
- 包装沟通与如今的消费者产生共鸣
数据13: 具有创新包装的新品示例，中国，2022-2023年

新产品趋势

- 日益提升的健康意识使减少和天然宣称得以普及
数据14: 果汁和果汁饮料新品*（按子品类区分），中国，2018-2023年
数据15: 果汁和果汁饮料新品*（按增长最快的减少和天然类宣称区分），中国，2018-2023年
数据16: 具有减少和天然类宣称的果汁和果汁和果汁饮料新品示例，中国，2022-2023年
- 利用新颖的产品形态拓宽感官体验
数据17: 具有新颖形态的新品示例，中国，2022-2023年
数据18: 具有跨界饮料形态的新品示例，中国，2021-2022年
- 风味创新——进一步加码单种水果
数据19: 果汁和果汁饮料新品*（按前十大风味成分区分），中国，2018-2023年
数据20: 选用单种水果为原料的新品示例，中国，2022-2023年
- 风味创新——突出蔬菜含量
数据21: 果蔬汁新品示例，中国，2022-2023年
数据22: 选用新颖原料的新品示例，中国，2022-2023年

消费趋势

- 消费者青睐纯度和新鲜度
数据23: 消费趋势，中国，2023年
- 所有年龄段的女性都是活跃的纯水果汁消费者
数据24: 消费趋势——喝得更多（按性别区分），中国，2023年
数据25: 消费趋势——喝得更多（按性别和年龄区分），中国，2023年
- 推出适合学龄儿童之家的包装果汁产品

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据26: 消费趋势——喝得更多（按家庭中孩子的年龄区分），中国，2023年

购买因素

- 成分升级有机会吸引果汁消费者
数据27: 购买因素，中国，2023年
- 各类果汁爱好者在选择产品时的关注点不同
数据28: 购买因素（按消费趋势区分）——喝得更多，中国，2023年
- 果汁品牌可以利用有机宣称增值
数据29: TURF分析——购买因素，中国，2023年
数据30: 购买因素——有机的（按个人月收入和教育程度区分），中国，2023年
数据31: 在果汁和果汁和果汁饮料新品*中的占比（按有机宣称的占比区分），中国，2018-2023年
- 人群分布宣称仍属小众，但有增长空间
数据32: 购买因素——适合特定人群（按个人月收入 and 居住成员区分），中国，2023年
数据33: 在果汁和果汁和果汁饮料新品*中的占比（按人群分布宣称的占比区分），中国，2018-2023年
数据34: 购买因素（按性别区分），中国，2023年

购买阻碍因素

- 帮助消费者缓解对添加剂和含糖量的顾虑
数据35: 购买阻碍因素，中国，2023年
数据36: “0添加”宣称——饮料（α），中国，2023年
- 年轻消费者追求果汁口味更好
数据37: 购买阻碍因素——部分因素（按年龄区分），中国，2023年
- 利用营养价值吸引三世同堂之家
数据38: 购买阻碍因素——部分因素（按居住成员区分），中国，2023年

饮用场合

- 居家与外出都是饮用果汁的重要场合
数据39: 饮用场合，中国，2023年
- 在常温果汁产品推广中沟通提升专注力和放松身心的益处
数据40: 饮用场合——部分场合，中国，2023年
数据41: 常温果汁产品的饮用场合——特定场合（按个人月收入区分），中国，2023年
数据42: 有助于放松和提升专注力的果汁新品示例，全球，2023年
- 冷藏果汁品牌可以瞄准补水场合

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据43: 饮用场合排名，中国，2023年

数据44: 冷藏果汁产品的饮用场合——在运动健身时/后，中国，2023年

对成分的兴趣

- 益生菌是消费者心中的冠军成分

数据45: 对成分的兴趣，中国，2023年

数据46: 在果汁和果汁饮料新品*中的占比（按部分宣称区分），中国，2018-2023年

- 膳食纤维和胶原蛋白能够吸引更多的女性消费者

数据47: 对成分的兴趣——部分选项（按性别和年龄区分），中国，2023年

数据48: 添加胶原蛋白的果汁和果汁饮料新品示例，全球，2022年

- 为产品高端化进行成分升级

数据49: 对特定成分的兴趣（按个人月收入区分），中国，2023年

数据50: 对特定成分的兴趣（按购买因素区分），中国，2023年

果汁及果汁饮料的偏好

- 常温果汁产品更适合配餐饮用

数据51: 果汁及果汁饮料的偏好——产品温度，中国，2023年

数据52: 常温果汁产品的特定饮用场合（按果汁及果汁饮料的偏好区分），中国，2023年

数据53: 冷藏果汁产品的特定饮用场合（按果汁及果汁饮料的偏好区分），中国，2023年

- 便利的果汁分享装受到三世同堂家庭的青睐

数据54: 果汁及果汁饮料的偏好——包装偏好，中国，2023年

- 新手妈妈为自己和孩子严格把关果汁产品

数据55: 果汁及果汁饮料的偏好——产品口感和含糖量，中国，2023年

美食达人

- 他们是谁？

数据56: 美食达人，中国，2023年

数据57: 美食达人（按居住成员区分），中国，2023年

数据58: 美食达人（按个人月收入区分），中国，2023年

- 挑剔消费者更关注加工方式和成分宣称

数据59: 购买因素（按美食达人区分），中国，2023年

- 中式食疗成分有助于吸引新趋势探索者

数据60: 对成分的兴趣（按美食达人类型区分），中国，2023年

附录——市场规模与预测

数据61: 果汁市场总销售量，中国，2017-2027年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据62: 果汁市场零售额，中国，2017-2027年

附录——研究方法 与 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。