

2014-2019年中国果酱市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国果酱市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitashipin1404/728029A5KO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-04-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国果酱市场监测及投资前景研究报告》共十章。首先介绍了中国果酱行业市场发展环境、中国果酱整体运行态势等，接着分析了中国果酱行业市场运行的现状，然后介绍了中国果酱市场竞争格局。随后，报告对中国果酱做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果酱行业发展趋势与投资预测。您若想对果酱产业有个系统的了解或者想投资果酱行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

果酱是把水果、糖及酸度调节剂混合后，用超过100℃温度熬制而成的凝胶物质，也叫果子酱。制作果酱是长时间保存水果的一种方法。主要用来涂抹于面包或吐司上食用。不论草莓、蓝莓、葡萄、玫瑰果实等小型果实，或李、橙、苹果、桃等大型果实切小后，同样可制成果酱，唯制作时同一时间通常只使用一种果实。无糖果酱、平价果酱或特别果酱（如：榴莲、菠萝），便会使用胶体。果酱常使用的胶体包括：果胶、豆胶及三仙胶。

国家标准

标准编号：GB/T 22474-2008

标准状态：现行

根据新标准，果酱分为：水果果酱，蔬菜果酱和混合类果酱三大类。

按原料分

果酱：配方中水果、果汁或果浆用量大于或等于2500；注：水果、果汁或果浆用量按鲜果计。果味酱：配方中水果、果汁或果浆用量小于25000

按加工工艺分

果酱罐头：按罐头工艺生产的果酱产品。其他果酱：非罐头工艺生产的果酱产品。

按产品用途分

原料类果酱：供应食品生产企业，作为生产其他食品的原辅料的果酱。

酸乳类用果酱：加入酸乳并在其中能够保持稳定状态的果酱。

冷冻饮品类用果酱：加入冰淇淋及其他冷冻甜品中的果酱。

烘焙类用果酱：加入烘焙类产品的果酱。

其他果酱：除上述外，作为生产其他食品原料的果酱。

佐餐类果酱：直接向消费者提供的，佐以其他食品一同食用的果酱。

目前我国果酱企业集中分布在华北、华东及华南地区，因为这些地区水果品种丰富且水果产量较高，可以满足果酱生产所需主要原材料的需求。华北地区的主要企业有北京雁栖忆霖食品有限公司。华南地区的主要企业有东莞市鸿兴食品有限公司。华东地区的企业有济南缘

芳玫瑰生物科技开发中心、烟台恒信食品有限公司、杭州丘比食品有限公司等等。

资料来源：博思数据研究中心整理

2012年我国果酱产量为166.3万吨，同比增长6.74%，产量增幅与2011年大体相当，反映出行业稳健的发展态势。

资料来源：博思数据研究中心整理

第一章 2013年世界果酱行业市场运行形势分析 1

第一节 全球果酱行业发展历程 1

第二节 全球果酱行业市场发展情况 1

一、全球果酱行业供给 1

1、全球水果市场概况

据世界粮农组织统计，近年来，全球水果收获面积有起伏，产量呈稳步增长态势。2007-12年，全球水果（不包括瓜类）种植面积分别为5557万、5475万、5555万、5521万、5557万、5603万公顷；产量分别为5.64亿、5.86亿、6.00亿、6.03亿、6.15、6.2亿吨。年产量1000万吨以上的主要水果生产国有中国（连续多年居世界首位）、印度、巴西、美国、墨西哥、印尼、土耳其等。

资料来源：FAO

当中2012年全球苹果产量为6634.3万吨，桔子产量为5389.5万吨，梨子产量为2197.8万吨。

资料来源：Ebscohost 2009-2013年全球苹果产量统计：千吨

	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
中国	29,800	31,681	33,263	35,985	38,000				欧盟	
12,655	12,021	10,886	12,069	11,297			美国	4,327		
4,288	4,179	4,227	4,081		土耳其	2,600	2,750	2,500		
	2,700	2,900		印度	1,985	1,935	1,936	1,750		
1,750		智利	1,280	1,370	1,431	1,360	1,310			

俄罗斯	1,115	1,230	910	1,124	1,210	巴西	1,053
1,221	1,276	1,220	1,190	乌克兰	719	853	896
1,050	1,050	阿根廷	933	830	1,060	860	910
其他	3,843	3,914	3,863	3,998	3,773	合计	
60,310	62,092	62,199	66,343	67,471			

注：2013年为美国农业部6月预测数据 资料来源：USDA 2009-2013年全球葡萄产量统计：千吨

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13		
中国	4,953	5,675	6,200	6,600	7,200	土耳其	1,970
2,250	2,150	2,200	2,200	欧盟	1,988	1,985	
2,090	2,044	1,970	巴西	1,310	1,310	1,300	1,300
1,300		智利	1,205	1,105	1,215	1,175	1,175
印度	1,006	1,006	1,006	1,000	1,000	美国	894
852	901	891	908	乌克兰	310	330	320
320	320	南非	272	277	260	271	300
墨西哥	182	193	215	198	215	其他	553
536	537	563	合计	14,643	15,535	16,192	553
16,537	17,151						

注：2013年为美国农业部6月预测数据 资料来源：USDA 2009-2013年全球柚子统计：千吨

	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13		
中国	2,520	2,900	2,800	3,200	2,900	美国	1,183
1,123	1,138	1,047	1,080	南非	370	343	406
390	410	墨西哥	432	401	397	300	350
以色列	233	235	190	245	235	土耳其	168
191	213	230	200	欧盟	85	95	83
其他	237	140	160	100	80	合计	86
5,228	5,428	5,387	5,598	5,34			93

注：2013年为美国农业部6月预测数据 资料来源：USDA 2009-2013年全球桔子统计：千吨

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	
巴西	16,850	17,014	15,830	22,603	20,563	16,600	
美国	9,141	8,281	7,478	8,078	8,166	7,602	
中国	5,450	6,000	6,500	5,900	6,900	7,000	欧

盟	6,492	6,530	6,244	6,198	6,225	6,030	墨西哥			
	4,297	4,193	4,051	4,080	3,360	3,900	埃及		2,138	
	2,372	2,401	2,430	2,350	2,450	土耳其		1,427		
1,430	1,690	1,710	1,650	1,600	南非		1,526	1,445		
1,459	1,428	1,450	1,500	摩洛哥		732	790	823		
904	850	785	越南		655	679	694	729	730	
730	哥斯达黎加			269	310	370	325	370	350	
	阿根廷	940	900	770	850	565	340	澳大		
利亚	403	430	380	300	390	340	危地马拉			
132	132	132	150	150	150	以色列		125	155	
	148	100	116	130	其他		70	64	60	62
60	60	合计		50,647	50,725	49,030	55,847		53,895	
49,567										

		2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13			
中国	13,538	14,263	15,057	15,800	16,500		欧盟		
2,379	2,754	2,378	2,816	2,112		阿根廷	780	650	
830	760	780		美国	788	867	738	876	778
	土耳其	356	385	380	390	390		南非	348
	366	360	367	370		日本	362	352	352
350	350		智利	280	262	290	287	287	
俄罗斯	180	185	135	139	110		澳大利亚	125	
105	100	100	100		其他	82	101	88	93
	合计	19,218	20,290	20,708	21,978	21,870			

	2008/09		2009/10		2010/11		2011/12		2012/13	
墨西哥	1,966	1,891	2,133	2,100	2,150			欧盟	1,263	
	1,160	1,380	1,432	1,320		阿根廷	1,350	1,000		
1,550	1,300	1,300		美国	827	800	835	771	791	
	土耳其	672	783	787	750	680		南非		
214	216	257	260	260		以色列	29	48	30	
53	56	其他	51	53	60	73	62		合计	

6,372 5,951 7,032 6,739 6,619

注：2013年为美国农业部6月预测数据

资料来源：USDA

2、全球果酱市场概况

根据瑞士Reportlinker发布的统计数据：全球果酱产量从2008年的582万吨增长至2012年的652.2万吨，行业产量增速为较为温和，为2.9%。预计2013年全球果酱产量在669.2万吨左右。

资料来源：Reportlinker

二、全球果酱行业需求 7

第三节 全球果酱行业主要国家及区域发展情况分析 7

由于饮食习惯的差异，果酱主要作为调味品而集中在欧洲及美洲地区消费，占全球的消费比重超过70%。

2012年北美地区果酱消费量为177.5万吨，占全球总需求量的27.3%；欧盟市场需求为192.4万吨，消费量占全球总量的29.6%；亚洲市场则以中国和日本为主，占比分别为8.7%、2.4%。

资料来源：Reportlinker

第四节 全球果酱行业市场发展趋势预测分析 8

第二章 果酱行业发展状况综述 9

第一节 中国果酱行业简介 9

一、果酱行业的界定及分类 9

果酱是把水果、糖及酸度调节剂混合后，用超过100℃温度熬制而成的凝胶物质，也叫果子酱。制作果酱是长时间保存水果的一种方法。主要用来涂抹于面包或吐司上食用。不论草莓、蓝莓、葡萄、玫瑰果实等小型果实，或李、橙、苹果、桃等大型果实切小后，同样可制成果酱，唯制作时同一时间通常只使用一种果实。无糖果酱、平价果酱或特别果酱（如：榴莲、菠萝），便会使用胶体。果酱常使用的胶体包括：果胶、豆胶及三仙胶。

国家标准

标准编号：GB/T 22474-2008

标准状态：现行

根据新标准，果酱分为：水果果酱，蔬菜果酱和混合类果酱三大类。

按原料分

果酱：配方中水果、果汁或果浆用量大于或等于2500；注：水果、果汁或果浆用量按鲜果计。果味酱：配方中水果、果汁或果浆用量小于25000

按加工工艺分

果酱罐头：按罐头工艺生产的果酱产品。其他果酱：非罐头工艺生产的果酱产品。

按产品用途分

原料类果酱：供应食品生产企业，作为生产其他食品的原辅料的果酱。

酸乳类用果酱：加入酸乳并在其中能够保持稳定状态的果酱。

冷冻饮品类用果酱：加入冰淇淋及其他冷冻甜品中的果酱。

烘焙类用果酱：加入烘焙类产品的果酱。

其他果酱：除上述外，作为生产其他食品原料的果酱。

佐餐类果酱：直接向消费者提供的，佐以其他食品一同食用的果酱。

二、果酱行业的特征 10

三、果酱的主要用途 10

第二节 果酱行业相关政策 10

一、国家“十二五”产业政策 10

二、其他相关政策 11

三、出口关税政策 15

第三节 我国果酱产业发展的“波特五力模型”分析 16

一、“波特五力模型”介绍 16

二、果酱产业环境的“波特五力模型”分析 16

1、行业内竞争 16

2、买方侃价能力 16

3、卖方侃价能力 17

4、进入威胁 17

5、替代威胁 18

第四节 中国果酱行业发展状况 18

- 一、中国果酱行业发展历程 18
- 二、中国果酱行业发展面临的问题 19

第三章 果酱产业发展环境分析 20

第一节 国内宏观经济环境状况分析 20

- 一、国内宏观经济运行基本状况 20
- 二、我国果酱工业发展分析 34

第二节 行业社会发展环境分析 34

- 一、人口环境分析 34
 - 二、教育环境分析 36
 - 三、文化环境分析 39
 - 四、生态环境分析 41
 - 五、中国城镇化率 42
 - 六、居民的各种消费观念和习惯 43
- #### 第三节 果酱行业发展最新动态（展会、新产品等） 47

第四章 2013年中国果酱行业上下游及相关行业分析 51

第一节 果酱的产业链分析 51

- 一、产业链模型介绍 51
- 二、果酱行业产业链模型分析 53

果酱主要是以新鲜果蔬为原料，同时加入糖、酸、增稠剂等辅料，经软化、去皮、打浆、浓缩等一系列工艺加工而成的凝胶状食品。果酱行业产业链如下图所示：

数据来源：博思数据研究中心整理

第二节 上游行业发展分析 53

第三节 下游行业发展分析 58

第四节 上下游产业发展对果酱行业的影响分析 81

第五章 2013年中国果酱行业技术发展分析 83

第一节 中国果酱行业技术发展现状 83

第二节 果酱行业技术特点分析 84

第三节 果酱行业技术发展趋势分析 87

第六章 2013年中国果酱行业市场运行情况分析 89

第一节 中国果酱行业市场发展状况分析 89

我国是全球主要的果酱产区之一，我国果酱产量占全球总产量的四分之一左右。凭借丰富的水果资源优势、廉价的劳动成本，我国果酱行业已发展相对成熟，市场的竞争已经处于较高的平台之上，对资源，研发，制造，营销的要求都大大提高，而且随着市场集中度的提高，产业进入门槛也将进一步提高。国内果酱的现有加工能力已趋于饱和，为了保证该行业的长期健康发展，各生产企业在生产规模上不宜盲目扩大，而应在现有基础上进行资源整合和科技投入，坚持以质量创品牌，以品牌拓市场。

第二节 2008-2013年果酱行业市场供给总量分析 89

第三节 2008-2013年果酱行业市场需求总量分析 90

第四节 2008-2013年果酱行业发展市场规模分析 90

第七章 国内果酱竞争状况分析 92

第一节 国内果酱竞争影响因素分析 92

一、市场供需对果酱竞争力的影响分析 92

全球市场对果酱需要是行业主要推动力尤其是欧美及日本市场，我国目前国内需求不多，我国果酱虽然产能很大但主要果酱产品都是出口到国外。随着人们生活水平的提高及消费观念的改变，尤其是我国食品行业发展快速，2012年，全国规模以上食品工业企业增加值同比增长12.0%，增速回落3.0个百分点，比全国工业高2.0个百分点。其中农副食品加工业增长13.6%，食品制造业增长11.8%，酒、饮料和精制茶制造业增长12.5%。2012年，食品工业实现销售产值88022.20亿元，同比增长21.1%。其中，农副食品加工业完成51313.90亿元，食品制造业完成15650.86亿元，酒、饮料和精制茶制造业完成13202.62亿元，烟草制品业完成7854.80亿元，同比分别+22.4%、+21.1%、+19.9%、+14.8%。

食品市场供需平衡，全年产品销售率98.3%，比全国工业平均水平高0.3个百分点。分行业看，农副食品加工业产品销售率98.0%，食品制造业98.7%，酒、饮料和精制茶制造业97.5%，烟草制品业100.9%，同比分别+0.6、-2.3、-1.3、-15.5个百分点。

2012年食品工业出口交货值占销售产值的4.62%,比上年回落0.5个百分点。食品工业的主要市场还是在国内。

食品工业主要产品产量稳定增长,全年增速超过20%的产品有:精制食用植物油,大米,速冻米面食品,成品糖;增速超过10%的产品有:鲜、冷藏肉,方便面,饲料,小麦粉,冷冻水产品,软饮料,精制茶。

一季度,规模以上食品工业企业35084家;完成主营业务收入22842.7亿元,同比增长16.5%,增幅比上年-15.1个百分点,比全国工业+4.6个百分点,占规模以上工业的10.3%。

其中,农副食品加工业完成主营业务收入12643.5亿元,食品制造业完成4063.3亿元,酒、饮料和精制茶制造业完成3524.7亿元,烟草制品业完成2611.2亿元,同比分别增长17.4%、18.3%、15.2%、11.2%。

食品市场产销两旺,主要食品供需平衡。一季度食品工业产品销售率97.45%,同比增长0.24个百分点。其中,农副食品加工业产品销售率95.60%,食品制造业99.50%,酒、饮料和精制茶制造业98.80%,烟草制品业103.00%,同比分别+0.20、+0.40、-0.70、+2.2个百分点。

我国未来食品品种将日趋丰富,以果酱为主要原材料的各种乳制品、烘烤食品层出不穷,未来国内果酱需求将不断增长,改变我国果酱行业主要依赖海外市场的局面。

二、国家产业政策对果酱竞争力的影响分析 93

三、技术水平对果酱竞争力的影响分析 93

四、原材料对果酱竞争力的影响分析 94

第二节 国内果酱竞争格局分析 95

第三节 国内果酱产品竞争状况展望 96

一、果酱的发展趋势 96

三、果酱的进出口变化趋势 96

第四节 中国果酱行业集中度分析 97

一、行业市场集中度分析 97

二、行业企业集中度分析 97

目前我国果酱企业集中分布在华北、华东及华南地区,因为这些地区水果品种丰富且水果产量较高,可以满足果酱生产所需主要原材料的需求。华北地区的主要企业有北京雁栖忆霖食品有限公司。华南地区的主要企业有东莞市鸿兴食品有限公司。华东地区的企业有济南缘芳玫瑰生物科技开发中心、烟台恒信食品有限公司、杭州丘比食品有限公司等等。

资料来源：博思数据研究中心整理

第五节 行业竞争策略分析 98

第八章 2010-2013年中国果酱所属行业主要数据监测分析 100

第一节 2010-2013年中国果酱所属行业总体数据分析 100

一、2010年中国果酱所属行业全部企业数据分析 100

二、2011年中国果酱所属行业全部企业数据分析 102

三、2013年中国果酱所属行业全部企业数据分析 103

第二节 2010-2013年中国果酱所属行业不同规模企业数据分析 105

一、2010年中国果酱所属行业不同规模企业数据分析 105

二、2011年中国果酱所属行业不同规模企业数据分析 106

三、2013年中国果酱所属行业不同规模企业数据分析 106

第三节 2010-2013年中国果酱所属行业不同所有制企业数据分析 106

一、2010年中国果酱所属行业不同所有制企业数据分析 106

一、2011年中国果酱所属行业不同所有制企业数据分析 107

一、2013年中国果酱所属行业不同所有制企业数据分析 107

第九章 2013年果酱行业重点生产企业分析 109

第一节 河北今明后食品有限公司 109

一、公司概况 109

二、公司经营分析 109

三、公司发展战略 110

第二节 北京丘比食品有限公司 110

一、公司概况 110

二、公司经营分析 110

三、公司发展战略 111

第三节 保定市冰花食品有限公司 111

一、公司概况 111

二、公司经营分析 111

三、公司发展战略 112

第四节 新疆冠农果蔬食品有限责任公司 112

- 一、公司概况 112
- 二、公司经营分析 112
- 三、公司发展战略 113
- 第五节 格瑞果汁工业（天津）有限公司 113
- 一、公司概况 113
- 二、公司经营分析 113
- 三、公司发展战略 114
- 第六节 希杰（北京）饮品有限公司 114
- 一、公司概况 114
- 二、公司经营分析 114
- 三、公司发展战略 115

第十章 果酱行业产品营销分析及预测 116

- 第一节 果酱行业国内营销模式分析 116
- 第二节 果酱行业主要销售渠道分析 116
- 第三节 果酱行业价格竞争方式分析 117
- 第四节 果酱行业营销策略分析 117
- 第五节 果酱行业国际化营销模式分析 118
- 第六节 果酱行业市场营销发展趋势预测 118
- 一、展望中国果酱营销未来 118
- 二、未来果酱营销模式发展趋势分析 120

第十一章 果酱市场发展趋势与及策略建议 121

- 第一节 市场发展趋势分析 121
- 一、产品与技术 121
- 二、市场竞争格局 121
- 三、渠道与终端 122
- 四、价格走势 122
- 第二节 2014-2019年行业运行能力预测 123
- 一、行业总资产预测 123
- 二、工业总产值预测 123
- 三、产品销售收入预测 124

四、利润总额预测 124

第十二章 2014-2019年中国果酱行业投资机会与风险分析 126

第一节 中国果酱行业投资环境分析 126

第二节 中国果酱行业投资机会分析 126

第三节 中国果酱行业投资风险分析 127

一、政策风险 127

二、技术风险 127

果酱技术风险主要是指加工中造成的风险，目前传统加工果酱因经过剧烈的热加工，失去了原料的新鲜，营养成分也被破坏，产品的风味发生变化，已逐渐被消费者冷落。

一般新鲜水果水分含量较高，为90%以上，容易腐烂，储藏运输都不方便。但是将新鲜水果加工成果酱，不仅能充分地利用原料，而且产品容易储藏，大大的降低了储藏、运输、包装等方面的费用。此外，果酱加工对原料的要求不高。更为重要的是，它拓宽了果蔬原料的应用范围。这些都会使果酱的技术风险大大降低。

三、竞争风险 127

四、原材料压力风险 128

五、进入退出风险 128

第四节 2014-2019年中国果酱产品生产及销售投资运作模式探讨 129

一、国内生产企业投资运作模式 129

二、国内营销企业投资运作模式 129

三、外销与内销优势分析 129

1、产品外销优势 129

2、产品内销优势 129

第五节 博思数据投资建议 130

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1404/728029A5KO.html>