头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2025年中国高端果蔬汁行业概览：高端果蔬汁市场2029年有望达175亿元，健康消费升级驱动行业进入增长新周期

China Premium Fruit&Vegetable Juice Industry
中国高級果実野菜ジュース

概览标签：高端果蔬汁、健康、轻体

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

研究目的&摘要

研究目的

本报告为对中国高端果蔬汁行业进行研究。将通过探究对中国高端果蔬汁行业的市场需求以及产业链关键环节来了解中国高端果蔬汁行业的发展现状和市场规模。

研究区域范围：中国地区

研究对象：高端果蔬汁行业

本报告的关键问题：

1）中国高端果蔬汁的市场规模如何，未来发展的空间有多大？

2）中国高端果蔬汁所在的产业链构成是怎样的？

3）中国高端果蔬汁行业的核心竞争者有哪些？

摘要

- **健康消费升级、果蔬汁功能化趋势的推动下，未来高端果蔬汁市场有望迎来高速增长。**

2020年的市场总规模为61.1亿元，在健康消费升级、果蔬汁功能化趋势推动下，逐步增长到2024年的76.6亿元。进入2025年后，随着品类教育逐步完成、消费者接受度显著提升，市场体量将快速扩大，预计2029年市场规模有望达175亿元左右，五年新增市场体量接近翻倍。

- **中国高端果蔬汁的线上销售渠道结构已区域稳定，其中京东和淘宝的线下销售占比合计超八成。**

高端果蔬汁的线上销售渠道结构已趋于稳定，其中京东和淘宝占据主导地位，分别占据50%和33%的份额，合计超过八成。与此同时，抖音、小红书等内容平台在引导消费、功能认知教育及新品推广方面扮演着日益重要的引流角色，成为高端品牌吸引年轻消费者的关键。

- **功能化，纯净化、品牌化以及盈利结构持续优化是中国高端果蔬汁行业的发展趋势。**

高端果蔬汁行业呈现四大发展趋势：一是产品功能化，正从普通饮品向“功能营养补充”转变，通过“护眼”、“轻断食代餐”等具体场景吸引年轻消费者。二是成分纯净化，这已成为行业基本要求，消费者对配料透明度和营养纯度的标准不断提高，促使品牌追求“0添加”、原料可溯源及高营养密度。三是品牌价值化，重心从“高成本原料”转向打造“高信任度品牌”，通过升级产品体验和传递健康理念，吸引关注深层价值的年轻群体。四是盈利结构系统化，企业依赖品牌力、渠道协同和供应链整合，并通过多SKU组合、内容种草及优化渠道密度来提升转化效率和实现稳定盈利，而规模化和自建生产基地是控制成本、构筑竞争壁垒的关键。

©2025 LeadLeo

目录
CONTENTS

◆ 中国高端果蔬汁行业综述 ---------- 4
- 高端果蔬汁行业定义与分类 ---------- 5
- 高端果蔬汁行业发展历程 ---------- 6
- 高端果蔬汁行业市场规模 ---------- 7

◆ 中国高端果蔬汁行业产业链分析 ---------- 8
- 高端果蔬汁行业产业链图谱 ---------- 9
- 高端果蔬汁行业产业链上游：原材料 ---------- 10
- 高端果蔬汁行业产业链上游：品牌对比 ---------- 11
- 高端果蔬汁行业产业链中游：线上与线下销售情况 ---------- 12
- 高端果蔬汁行业产业链下游：消费场景和消费人群 ---------- 13

◆ 中国高端果蔬汁行业分析 ---------- 14
- 高端果蔬汁行业政策环境分析 ---------- 15
- 高端果蔬汁行业发展驱动因素和发展趋势 ---------- 16
- 高端果蔬汁行业竞争格局 ---------- 17

◆ 中国高端果蔬汁行业企业分析 ---------- 18
- 源制所 ---------- 19
- Onlytree ---------- 20

◆ 方法论 ---------- 21

◆ 法律声明 ---------- 22

©2025 LeadLeo

第一部分：行业综述

主要观点：

- 高端果蔬汁是以新鲜或冷藏的水果和蔬菜为原料，经压榨、过滤、澄清、浓缩还原或直接混合等方式加工而成；平均零售价在每100毫升人民币3.5元及以上的液态饮品。
- 高端果蔬汁在消费需求升级和冷链工艺发展的推动下，逐步从功能空白、认知模糊走向品类清晰、价值成熟，现正成为消费者追求“零添加、高营养、低负担”的品质饮用选择。
- 在健康意识持续提升与饮食结构升级的双重驱动下，高端果蔬汁市场规模呈现加速扩张趋势。预计2025年起，随着消费者对“功能型、0添加、真果蔬”认知深化，行业将进入快速增长通道。

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业概述：定义与分类

高端果蔬汁是以新鲜或冷藏的水果和蔬菜为原料，经压榨、过滤、澄清、浓缩还原或直接混合等方式加工而成；平均零售价在每100毫升人民币3.5元及以上的液态饮品

高端果蔬汁品种分类

基于加工工艺

冷压型

采用液压冷榨技术，在低温环境下压榨果蔬汁，避免传统高速刀片产生的热量破坏营养成分，确保风味的完整性，通常以NFC形式销售。

高温灭菌型

使用高压处理代替加热杀菌，延长保质期的同时保留果蔬汁风味与营养。适合冷链销售的高端零售渠道。

基于营养功能

基础营养型

强调100%原汁，无添加糖、防腐剂，保留原始果蔬的维生素、植物活性等成分，是高品质日常营养补充首选。

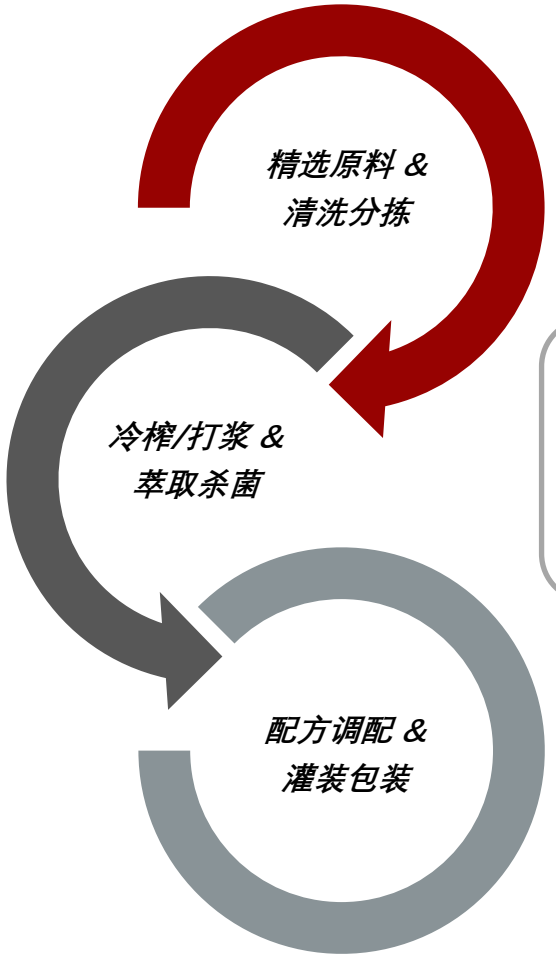
强化功能型

在果蔬基础上强化添加膳食纤维、益生菌、胶原蛋白等，具有通便、美肤、抗疲劳等功能。

代餐轻断食型

强调高饱腹感、低热量、高营养密度，适用于轻断食、营养代餐等场景。

高端果蔬汁生产流程



- 原料选择：优先选择通过有机或绿色认证的高品质果蔬，确保原料无农药残留、无污染。
- 清洗分拣：采用多重人工和机械方式去除残次品，进行低温水洗与表皮初步处理。

- 冷榨/打浆：采用冷压（Cold-Press）或慢速打浆技术，控制氧化和温升，提取原汁。
- 杀菌处理：通过高压灭菌（HPP）或瞬时巴氏杀菌方式，保留营养成分并延长保质期。

- 配方调配：依据产品定位，添加膳食纤维、益生元等功能性成分，调整口感与营养密度。
- 灌装包装：采用无菌冷灌装技术，使用环保包装材料密封入库，确保产品在流通环节中的品质。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业概述：发展历程

高端果蔬汁在消费需求升级和冷链工艺发展的推动下，逐步从功能空白、认知模糊走向品类清晰、价值成熟，现正成为消费者追求“零添加、高营养、低负担”的品质饮用选择

高端果蔬汁发展历程

功能空白期

2000-2010年

- 市场以稀释型浓缩果汁为主，果蔬原料占比低、糖添加严重，营养功能表达缺失，高端果蔬汁尚未出现。
- 市场上以水果或蔬菜为唯一原料的饮品极为稀少，主要存在于家庭自制或保健品通道，尚未形成统一品类或品牌表达。
- 消费者尚未将“果蔬汁”与“健康生活”“原生态营养”挂钩。

品类雏形期

2011-2017年

- 冷链和NFC技术的逐步引入，开始催生真正意义上以水果和蔬菜为核心原料、无其他添加的果蔬汁饮品。
- 汇源NFC产品、Onlytree等冷榨品牌陆续出现，首次将“冷榨”、“无添加”、“100%原果原蔬”作为核心标签推广。
- 市场规模仍小，但一线城市的消费群体开始关注“果蔬原汁”的品质差异，种子用户群逐步形成。

品类确立期

2018-2021年

- 消费者逐渐将“真果蔬原料”与“健康、减负、日常营养管理”关联，高端果蔬汁从功能补充转为轻功能营养饮品。
- 市场出现以蓝莓、羽衣甘蓝、甜菜根等超级果蔬为原料的混合汁组合，功能细分场景如“护眼、排毒、肠道调理”初具规模。
- 仅保留完整水果/蔬菜榨取的饮品为核心定义，大量果味水、功能饮等虽“挂果蔬名”，但并不纳入本品类。

精品跃迁期

2022年至今

- 消费核心发生转变，消费者主动规避“果汁饮料”，要求配料表极简、原料真实可见。
- 真正以水果/蔬菜榨汁、无其他成分（最多加水/膳食纤维）构成的饮品快速崛起，逐渐形成高端果蔬汁独立子类。
- 源制所等品牌作为典型代表：以冷榨、有机、成分纯净为基础，以功能搭配、年轻包装和高营养密度驱动溢价。

来源：头豹研究院

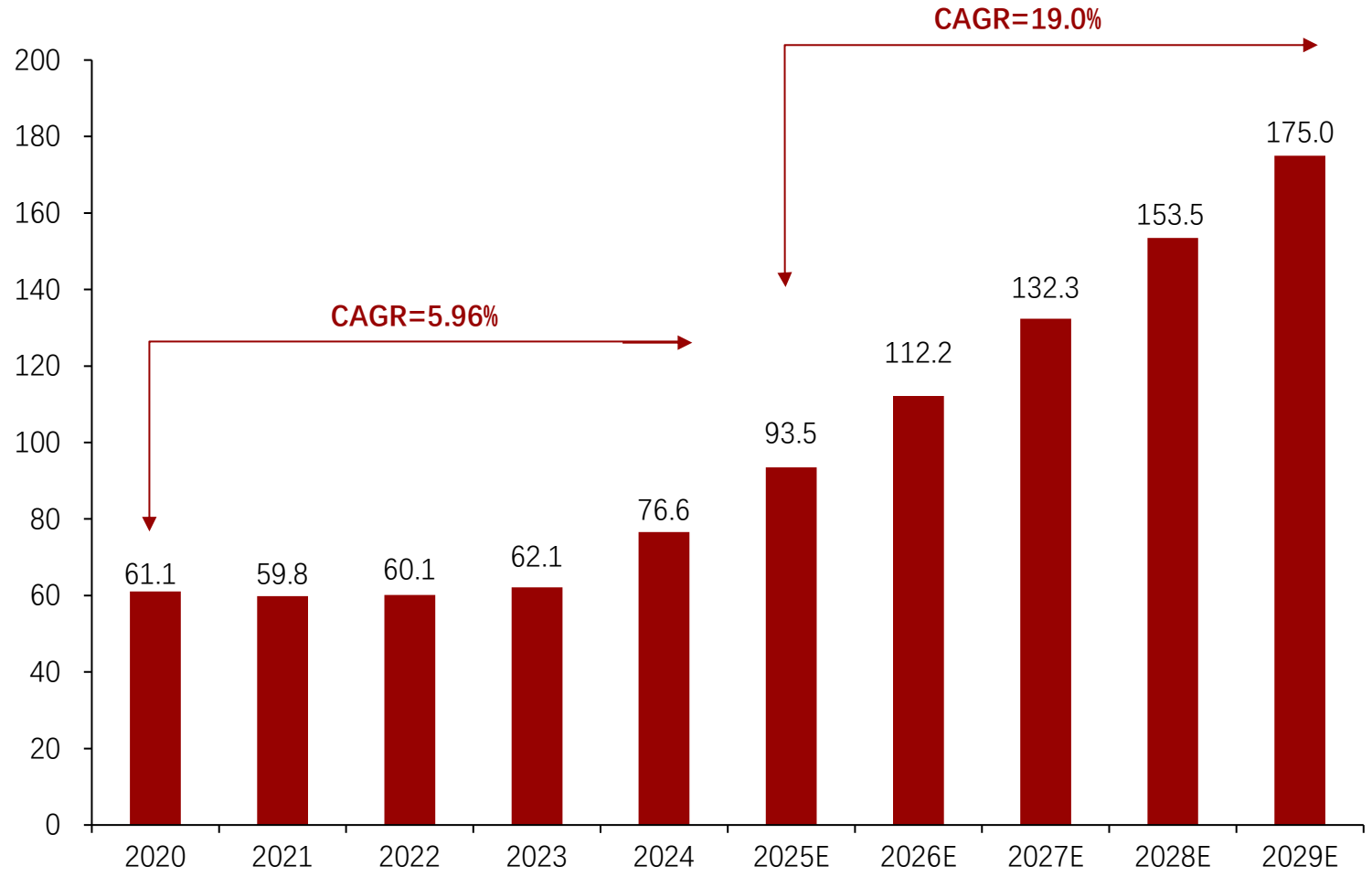
©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业概述：高端果蔬汁行业市场规模

在健康意识持续提升与饮食结构升级的双重驱动下，高端果蔬汁市场规模呈现加速扩张趋势。预计2025年起，随着消费者对“功能型、0添加、真果蔬”认知深化，行业将进入快速增长通道

中国高端果蔬汁行业市场规模，2020-2029E

单位：[亿元]



- **市场规模加速增长：**2020年的市场总规模为61.1亿元，在健康消费升级、果蔬汁功能化趋势推动下，逐步增长到2024年的76.6亿元。进入2025年后，随着品类教育逐步完成、消费者接受度显著提升，市场体量将快速扩大，预计2029年市场规模有望达175亿元左右，五年新增市场体量接近翻倍。
- **市场增速结构性跃迁：**增速在2020-2024年处于基础教育期，年均复合增长率（CAGR）为5.96%，增长稳定但相对缓慢，主要受限于消费者认知滞后、渠道结构尚未成熟等因素。但自2025年起，行业步入结构升级与功能驱动期，CAGR跃升至19.0%，呈现明显加速态势。
- **高端果蔬汁市场增长提速的原因：**随着“低糖、营养密度高、0添加”等健康饮食理念深入人心，高端果蔬汁逐步从补水饮品转变为功能型营养饮品的代表，市场需求快速增长。同时，消费者教育持续深化，饮用场景从尝鲜拓展至日常代餐、轻断食、护眼养颜等多功能使用，带动复购频率提升。新锐品牌不断推出强调真实原料与精准功能的产品，加速推动品类供给创新和价格带结构升级。与此同时，抖音、小红书等内容平台加速理念种草，电商平台提升购买转化效率，构成了“健康认知+供给创新+渠道提效”三位一体的增长合力，促使高端果蔬汁市场进入加速扩张通道。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

第二部分：产业链分析

主要观点：

- 中国高端果蔬汁行业的产业链涵盖从上游主辅料的原料供应、生产设备和包装材料生产，中游的产品研发与品牌构建，再到下游线上电商平台与线下商超等多渠道分销体系，实现协同发展的完整产业体系。
- 高端果蔬汁行业上游主要依赖水果、蔬菜等原料。近年种植面积波动明显，受季节、补贴政策与气候影响较大。对于高端果蔬汁企业，稳定上游供应、提升原料议价能力是控制成本与保障品质的关键环节。
- 根据电商平台数据，当前高端果蔬汁品类竞争激烈。坚持真实果蔬原料、配料表极简、同时具备功能营养价值的产品销量位于市场前列，具备更强的竞争优势。

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业产业链分析：产业链图谱

中国高端果蔬汁行业的产业链涵盖从上游主辅料的原料供应、生产设备和包装材料生产，中游的产品研发与品牌构建，再到下游线上电商平台与线下商超等多渠道分销体系，实现协同发展的完整产业体系

中国高端果蔬汁行业产业链图谱

上游

中国高端果蔬汁行业的上游环节主要涵盖果蔬原料供应商、有机种植合作社、天然功能性辅材厂商、榨汁设备制造商及包装材料制造商。

原材料

- 主材
  - 水果：蓝莓、…、猕猴桃、苹果
  - 蔬菜：南瓜、…、羽衣甘蓝、胡萝卜
- 辅材
  - 功能性天然食材：上海味庆 WE CHEER BIOTECHNOLOGY；东晓生物 DONGXIAO BIOTECHNOLOGY；森元生物 SCINICE BIOTECH

生产设备提供商

Chase Industrial 成淘实业；福尔喜 FLOURISH；LONG QIANG 龙强

包装材料

中游

高端果蔬汁品牌

- 中国品牌：一甸园 EDEN FARM；onlytree；ffit8；沛时 per se；Fruitbrothers 水果兄弟；东方甄选；徐姬；源制所 ORILABO；汇源；麦谷村 MAI GU CUN；VCLEANSE 维果清；英贝健 INBAYJAN；新纤E天；薄荷健康；小碗良食

当前中国高端果蔬汁市场呈现品牌多元、价格分层的竞争格局。以一甸园、麦谷村、源制所、Onlytree等为代表的新锐品牌，在营养搭配、零添加配方方面不断创新。品牌之间差异化愈发明显，市场格局呈现出“高端细分、平台裂变”的双轮驱动趋势。

下游

销售渠道

- 线上
  - 综合电商：淘；京东；拼多多 拼着买·才便宜；天猫
  - 社交电商：抖音；小红书；快手
  - 团购平台：美团；叮咚买菜；饿了么；兔子
- 线下：永辉超市；盒马 鲜·美·生活；Carrefour；大润发 RT-Mart；Walmart

直销 + 经销 + 代销

来源：头豹研究院

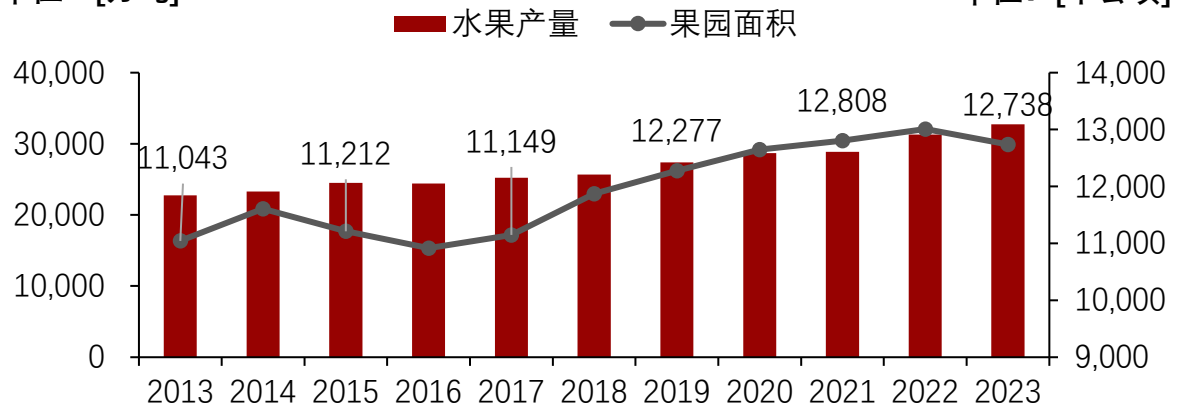
©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业产业链上游环节：原材料

高端果蔬汁行业上游主要依赖水果、蔬菜等原料。近年种植面积波动明显，受季节、补贴政策与气候影响较大。对于高端果蔬汁企业，稳定上游供应、提升原料议价能力是控制成本与保障品质的关键环节

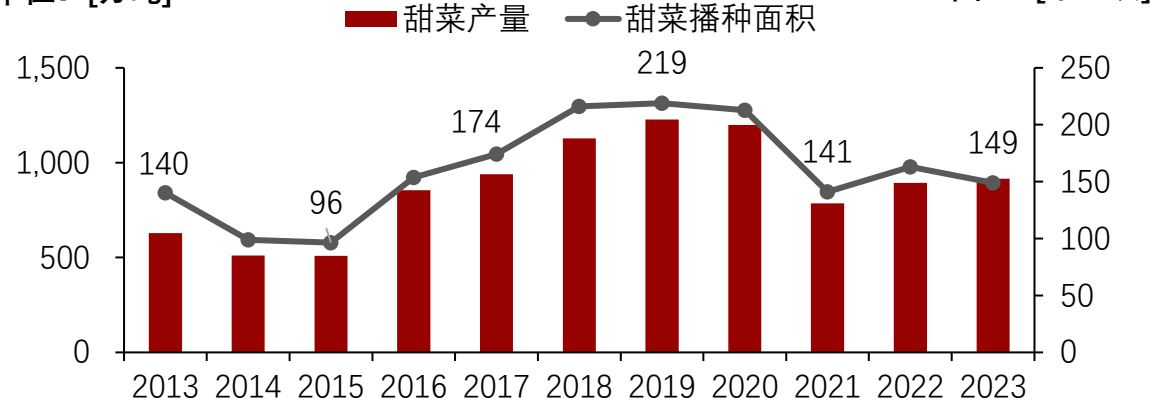
中国水果产量和果园面积，2013-2023

单位：[万吨]　　单位：[千公顷]



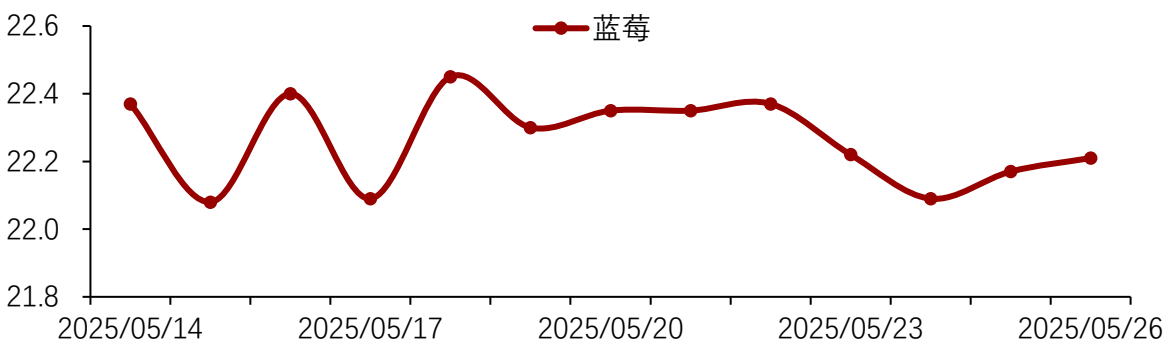
中国甜菜产量和甜菜种植面积，2013-2023

单位：[万吨]　　单位：[千公顷]



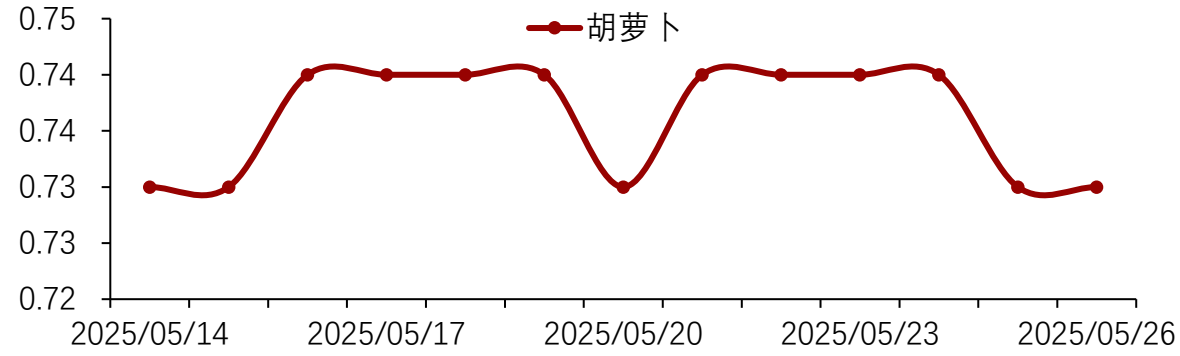
中国蓝莓平均售价情况，2025.0514-2025.0526

单位：[元/公斤]



中国胡萝卜的全国平均价格走势，2025.0514-2025.0526

单位：[元/公斤]



来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业产业链中游环节：品牌对比

根据电商平台数据，当前高端果蔬汁品类竞争激烈。坚持真实果蔬原料、配料表极简、同时具备功能营养价值的产品销量位于市场前列，具备更强的竞争优势

淘宝天猫平台高端果蔬汁热销商品，截至2025.05

品牌名称	商品名称	商品图片	商品单价（元/100ml）	销量（件）
ffit8	Ffit8液体沙拉果蔬汁沙拉轻食体重管理轻液断液态沙拉		7.000	5万+
onlytree	Onlytree16果蔬液体沙拉代餐膳食纤维NFC果汁浓缩蔬菜饮料		3.701	5万+
源制所	源制所蓝莓汁花青素0蔗糖100%复合果汁源究所NFC添加蓝莓汁		4.083	3万+
汇源	汇源100%NFC混合果蔬汁		4.241	3万+
一甸园	一甸园100%蓝莓味复合果蔬汁0添加蔬果饮料		4.945	2万+
麦谷村	麦谷村液体沙拉0脂液断果蔬汁羽衣甘蓝膳食纤维		16.625	1万+
维果清	维果清全家福系列果蔬汁		7.267	3000+

- **品质真实成为核心购买动因：**高端果蔬汁的核心吸引力是果实本身的营养密度和原始状态。配料表是否透明、是否0添加，成为消费者购买前重点关注项。
- **功能场景驱动品牌快速渗透：**热销品牌ffit8、onlytree等皆围绕“轻断食代餐”“早C晚A”等高频健康场景建立品牌心智，推动消费从口感导向转向功能导向。
- **“价格带动升级”反映品质认可：**虽然消费者价格敏感度依旧存在，但他们愿意为看得见的原料与真实功效买单。3.5元/100ml已成为高端果蔬汁入门门槛，7元以上产品主要集中于功能强化型。
- **销量领先的品牌均以高配料标准和专业化包装取胜：**onlytree 强调果蔬复合和冷榨，源制所则主打花青素原料和功能保健，获得消费者复购。

来源：头豹研究院

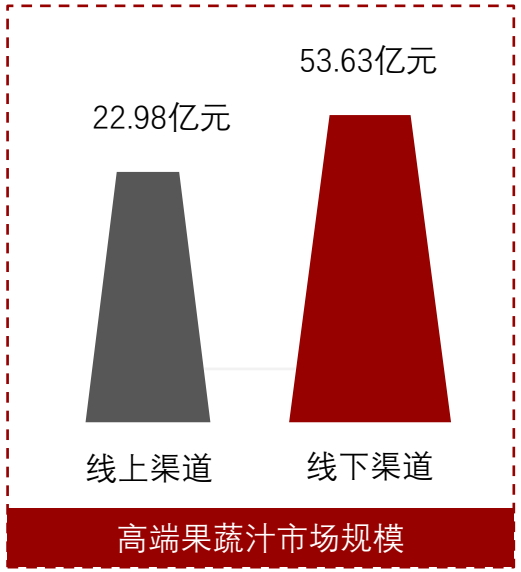
©2025 LeadLeo

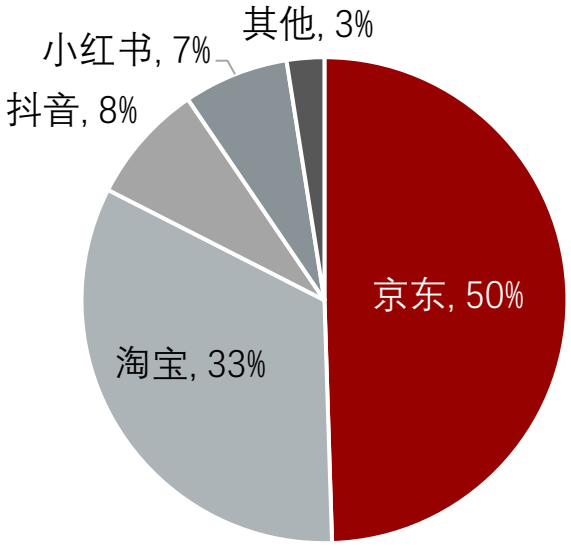
中国高端果蔬汁行业产业链中游环节：线上和线下销售情况

中国高端果蔬汁行业线上线下渠道协同发展，线下渠道仍为主力消费场景。线上平台中，京东和淘宝是主力阵地，抖音等内容平台主要起种草和引流的作用

中国高端果蔬汁行业渠道销售情况，2024年

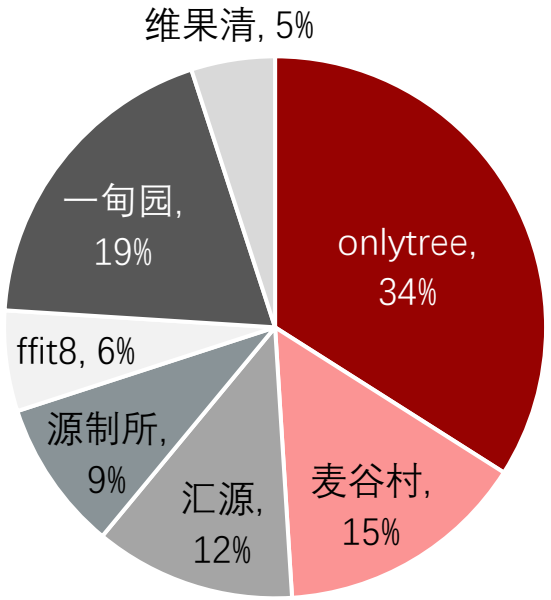
单位：[%]





中国高端果蔬汁各品牌线上渠道销售占比，2024年

单位：[%]



- 线上渠道结构逐步稳固，内容平台成重要引流口。目前高端果蔬汁线上销售结构中，京东占比达50%，淘宝次之33%，两者合计超过八成，形成稳定的电商主阵地。抖音、小红书等新兴平台在种草引流、功能认知教育和新品启动方面作用日益显著，是高端品牌争夺年轻人心智的关键阵地。
- 线下仍是主力成交场景，尤其在高频即饮消费中不可替代。线下销售规模达53.63亿元，依托便利店、大型商超和新零售终端，满足消费者对果蔬汁“即饮+试喝+可见原料”的需求，品牌曝光与复购转化率更高。
- 品牌线上占比高度集中，onlytree、一甸园、麦谷村等构建线上品牌心智从品牌结构看，onlytree以34%的份额位居线上第一，依托复合果蔬功能饮品定位与内容种草传播优势，占据抖音、小红书用户高频曝光位。一甸园与麦谷村分别以19%、15%的线上份额，表现稳定，主打“轻断食代餐”与“羽衣甘蓝”等高识别度配方。汇源、源制所、ffit8、维果清等品牌也在细分功能赛道建立线上认知，分别占比12%、9%、6%、5%，品牌矩阵逐渐成型。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业产业链下游环节：消费场景和消费人群

高端果蔬汁的消费正在向多元生活场景延展，主要集中于早餐代餐、旅游出行、用餐搭配、茶歇提神与运动补能五大核心情境。同时，消费者画像日趋清晰，已形成五类核心客群

高端果蔬汁消费场景

- 高端果蔬汁的饮用场景日益多元，已从最初果汁的单一解渴功能延伸至高端果蔬汁的早餐代餐、外出旅行、用餐搭配、茶歇补充和运动恢复等多个高频场合。产品不仅满足健康营养需求，更成为消费者日常生活方式的组成部分，强调营养、便捷与场景契合。

高端果蔬汁消费人群

膳食健康管家

代表人物：家庭主妇、注重全家饮食平衡的人
消费动因：关注孩子与家人营养摄入，倾向选择“0添加”、“真实果蔬”、“功能明确”的健康型饮品

悦已轻运动派

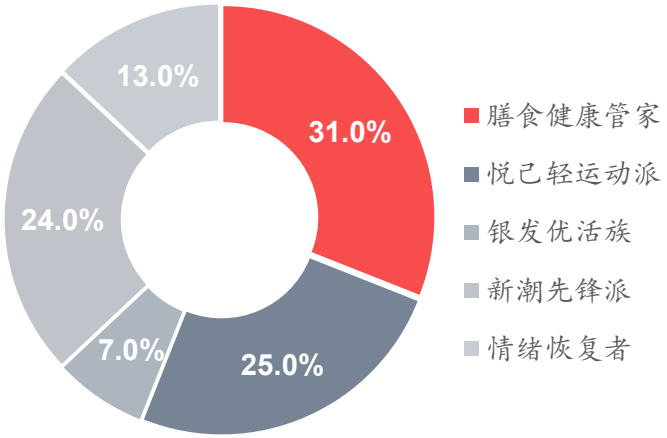
代表人物：城市轻运动女性、身材管理人群
消费动因：重视体型管理、追求“轻负担+有颜值”的产品，注重补水、排毒、饱腹等功能

银发优活族

代表人物：中老年银发人群、健康生活践行者
消费动因：注重抗氧化、肠道调理、营养吸收，偏好功能成分明确的产品，如蓝莓、胡萝卜、膳食纤维等

新潮先锋派

代表人物：Z世代年轻人、精致通勤族
消费动因：关注品牌调性与产品颜值，常来自兴趣电商平台种草



情绪恢复者

代表人物：亚健康上班族、睡眠调理者
消费动因：关注日常精力补充与舒缓需求，青睐“无咖啡因+护眼+助眠”类果蔬组合饮品

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

第三部分：行业发展分析

主要观点：

- 随着国家对健康中国战略的持续推进与消费者健康意识的提升，高端果蔬汁行业逐步受到政策鼓励与规范引导。整体政策环境呈现出鼓励功能化、规范标签化、推动高质量供给的特征。
- 中国高端果蔬汁行业的发展受到健康消费趋势、品质化和功能化需求、电商与内容平台联动、生活方式升级等多因素协同作用，向“营养补充、生活认同”的方向进化，加速品类在中高端市场的渗透与扩容。
- 当前高端果蔬汁行业竞争格局呈现“多点分散、头部初成”的特点。品牌在产品力与功能创新、渠道渗透能力、用户粘性等维度差异显著，行业正由流量驱动转向价值竞争。

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业分析：政策分析

随着国家对健康中国战略的持续推进与消费者健康意识的提升，高端果蔬汁行业逐步受到政策鼓励与规范引导。整体政策环境呈现出鼓励功能化、规范标签化、推动高质量供给的特征

中国高端果蔬汁行业相关政策分析，2022-2025年

政策名称	颁布单位	颁布时间	政策内容	政策影响
《中国食物与营养发展纲要（2025-2030年）》	农业农村部、国家卫生健康委、工业和信息化部	2025.2	《纲要》旨在推动食物消费结构向营养健康型转变，促进食物与营养摄入的均衡合理化，改善营养健康状况；促进富含膳食纤维的食物供给和消费、加快营养型食物研发和加工等。	政策通过鼓励富含膳食纤维的果蔬汁消费，提高消费者的健康意识，促进健康生活方式的形成；有助于高端果蔬汁向更高质量方向发展，提高产业竞争力；推动高端果蔬汁行业的技术创新和产品升级。
《食品安全国家标准管理办法》	国家卫生健康委	2023.11	《办法》严格规定添加剂、农药残留、微生物等果蔬汁安全影响因素的标准，明确要求果蔬汁生产企业建立严格的质量体系，加强食品安全监管，确保产品质量和营养成分符合标准。	提升行业整体产品质量，增强消费者对高端果蔬汁产品的信任和满意度；通过规范食品安全标准，促进行业内公平竞争，淘汰不符合安全标准的低端产品，为行业提供更大的市场空间。
《全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)》	商务部等13部门办公厅（室）	2023.07	《计划》提出，各地致力于将品牌连锁便利店（社区超市）引入社区，主要涵盖早餐店、小吃店，“便利店+早餐服务”以及“互联网+早餐服务”等业态，旨在建立多元化的早餐供应网络，加大服务覆盖范围。	增加高端果蔬汁产品的市场可达性和消费者的购买便利性；高端果蔬汁品牌可以利用社区超市和早餐网络提高销售额、增加品牌知名度以及覆盖更多潜在消费者。
《农业农村部关于加快推进农产品初加工机械化高质量发展的意见》	农业农村部	2023.03	《意见》提出加大特色优势农产品初加工机械化推进力度，加快主产区产地清洗分拣、烘干贮藏、分级包装、预冷保鲜等技术装备的推广应用。	提升果蔬加工的标准化和效率，降低产后损失，促进保质增值；有助于提高果蔬汁原料的加工质量，确保产品的新鲜度和营养价值；机械化加工能够降低成本，为高端果蔬汁生产企业带来更大发展空间。
《国务院办公厅关于进一步加强商品过度包装治理的通知》	国务院办公厅	2022.09	《通知》指出，鼓励商品销售者积极向供应方提出商品绿色包装和简约包装的要求，特别针对重要节日、关键行业和重要生产企业，重点关注月饼等商品过度包装的违法行为。	在《通知》的指引下，有助于规范高端果蔬汁等产品的包装设计，避免不必要的过度包装问题，确保包装合理化。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业分析：发展驱动因素和发展趋势

中国高端果蔬汁行业的发展受到健康消费趋势、品质化和功能化需求、电商与内容平台联动、生活方式升级等多因素协同作用，向“营养补充、生活认同”的方向进化，加速品类在中高端市场的渗透与扩容

中国高端果蔬汁行业发展促进因素

- 中国高端果蔬汁行业的发展受到健康消费趋势、果蔬汁高品质原料市场需求、政策支持、功能性饮品需求、电商和社交媒体的推动、生活方式的升级与营销以及产品创新等多重因素的驱动，共同促进高端果蔬汁市场的快速扩容。

中国高端果蔬汁行业发展趋势

高端果蔬汁行业有四大发展趋势：（1）产品功能化，从“果味饮品”转向“功能营养补充”，如源制所以“护眼养颜”吸引消费者；（2）成分纯净化，配料表极简、“0添加”成为高端果蔬汁的基本门槛；（3）品牌价值化，从“高成本原料”到“高信任品牌”，产品表达全面升级；（4）盈利结构系统化，依赖品牌力、渠道协同与供应链整合实现稳定盈利 。

1 产品功能化

消费者愈加重视果蔬汁的健康价值，关注成分真实、功能明确。围绕“轻断食代餐”“护眼养颜”等高频生活场景，功能复合型果蔬汁加速取代传统浓缩果汁，成为年轻人早晚餐的营养选择。

2 成分纯净化

从“是否含糖”到“是否冷榨原果”，消费者对配料透明度与营养纯度的要求持续提升。标签监管趋严，迫使品牌放弃“0糖+添加剂”的伪健康路线，全面拥抱“原料可溯源+真实营养密度”的高标准。

3 品牌价值化

高端果蔬汁的价值不再仅靠原料价格支撑，而转向“冷榨+功能成分+信任背书”的综合体系。相比单纯口感差异，年轻消费者更重视产品传达出的态度与价值。头部品牌通过内容种草、健康理念表达、功能科普等形式建立品牌心智。

4 盈利结构系统化

高端果蔬汁企业盈利模式以多SKU组合、强内容种草和铺货密度提升转化效率。在推广期，市场费用高达40%；进入成熟期后仍需维持15%以上市场投入。规模化与自有基地成为成本控制与产品壁垒的关键。

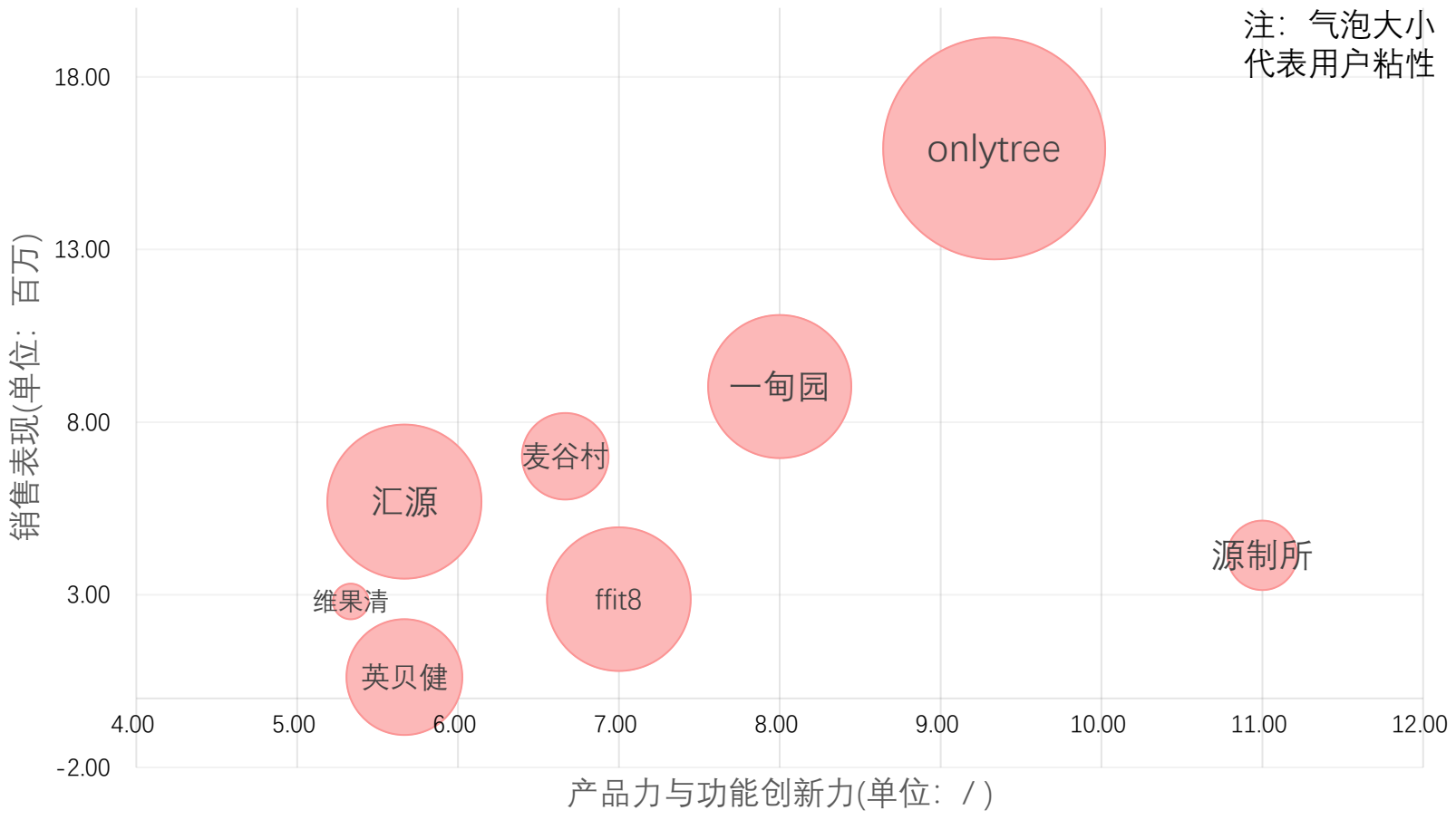
来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业分析：行业竞争格局

当前高端果蔬汁行业竞争格局呈现“多点分散、头部初成”的特点。品牌在产品力与功能创新、渠道渗透能力、用户粘性等维度差异显著，行业正由流量驱动转向价值竞争

中国高端果蔬汁行业竞争格局



- **头部格局初步形成，结构仍具调整空间：** onlytree与一甸园依托内容电商运营与多SKU布局，稳居行业第一阵营。麦谷村、汇源等传统品牌则凭借渠道与知名度维持稳定销量。但头部尚未绝对固化，新品牌具备成长窗口。
- **源制所定位精准，具备差异化突围潜力：** 尽管当前总销量尚在培育期，源制所在产品功能创新方面表现突出，主打“护眼、抗氧化、女性营养补充”等细分需求，精准匹配“悦己+健康”双重消费动因，有望通过产品力实现用户破圈与复购积累。
- **消费者需求升级，功能成为核心决策因素：** 随着“0添加”“高营养密度”“真实原料”等诉求主导消费决策，品牌间差距不再取决于单纯曝光或渠道，谁能打通功能共识+成分信任，谁就能赢得下一阶段的核心用户。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

第四部分：企业分析

主要观点：

- 果原力（北京）生物科技有限公司成立于2019年，是一家主要经营健康食品饮料的企业。旗下拥有品牌源制所，该品牌专注发掘天然果蔬的潜力，探索美味营养平衡的无限可能。
- onlytree品牌创立于2019年，自成立以来，以“超级食物果蔬饮品”为核心，精准满足当代年轻人养生与美食的双重需求。

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业企业分析：源制所

果原力（北京）生物科技有限公司成立于2019年，是一家主要经营健康食品饮料的企业。旗下拥有品牌源制所，该品牌专注发掘天然果蔬的潜力，探索美味营养平衡的无限可能

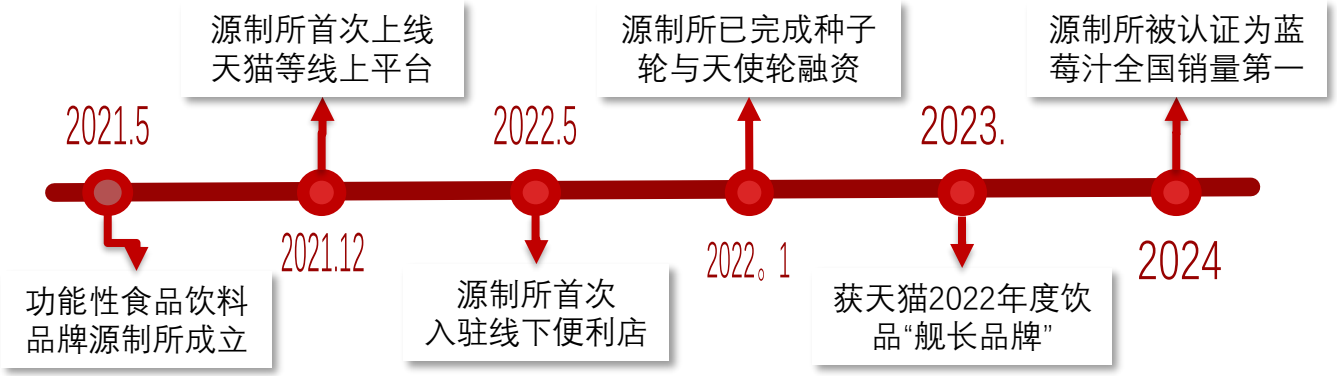
源制所基本信息

品牌简称	源制所
所属企业	果原力（北京）生物科技有限公司
企业总部	北京市
企业简介	果原力（北京）生物科技有限公司成立于2019年，是一家主要经营健康食品饮料的企业。其专注于根据各类亚健康问题，针对性研发消费者认知高、功能性成分有保障的软饮类产品。旗下拥有品牌源制所，主要产品为蓝莓花青素果汁，主打护眼功能。该品牌专注发掘天然果蔬的潜力，探索美味营养平衡的无限可能，并且希望，从这一口果蔬汁开始，为消费者开启一种健康、积极的生活方式。

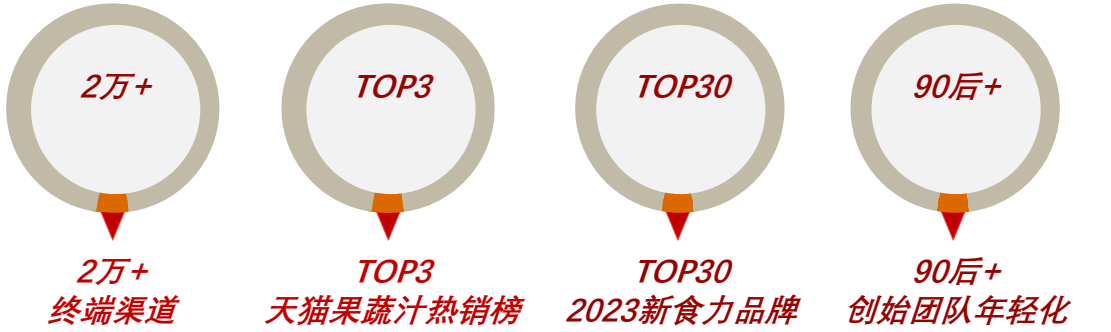
果原力（北京）生物科技有限公司合作版图

- 源制所已建立多元化渠道合作网络，覆盖盒马、天猫、罗森、山姆等线上线下平台，助力品牌触达高消费意愿人群与高频饮用场景。

果原力（北京）生物科技有限公司发展大事件，2021-2025年



源制所品牌简介



来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

中国高端果蔬汁行业企业分析：onlytree

onlytree品牌创立于2019年，自成立以来，以“超级食物果蔬饮品”为核心，精准满足当代年轻人养生与美食的双重需求

onlytree基本信息

品牌简称	onlytree
所属企业	香港超級食物集團有限公司
企业总部	中国香港
企业简介	香港超級食物集團有限公司创立于2017年。旗下品牌onlytree，自2019年创立以来，专注于超级食物营养领域，致力于为现代人提供便捷、美味且营养的超级食物产品。品牌以“超级食物果蔬饮品”为核心，精准满足当代年轻人养生与美食的双重需求。

onlytree竞争优势

- **产品矩阵丰富，覆盖多场景人群：**拥有“16果蔬”、“21果蔬”、“NFC果蔬”等系列，满足不同人群对营养密度、0添加、便携性等需求；SKU布局兼顾家庭健康、通勤代餐、运动补能等高频消费情境，打造“日常营养解决方案”形象。
- **线上运营能力强，电商销量领先：**在天猫、京东等平台销量持续靠前，并结合小红书、抖音进行内容投放；商品评分高、用户好评多，形成口碑+复购的良性闭环。
- **用户定位清晰，年轻群体粘性强：**主打20-35岁注重健康与生活方式的女性消费者；视觉设计简洁高级，配色、包装调性与“悦己+功能”心智高度契合。

Onlytree品牌简介

onlytree经营策略

产品策略	渠道策略	用户策略	品牌策略
1. 以“液体沙拉”概念切入果蔬汁赛道，区别于传统单果/混合果汁，强调“营养密度高、饱腹感 、无添加”三重优势。 2. 针对不同人群需求，开发“21果蔬”（综合营养）、“金银花柚子汁”（去火清热）等子系列，实现人群-场景-功效的精细化对应。	1. 电商端重点布局 天猫、京东，并辅以拼多多、唯品会等补充销售渠道，实现高覆盖。 2. 社交平台如小红书、抖音主打种草和转化，开展与KOL联名测评、功能型内容深度植入。	1. 在小红书等平台塑造“新锐生活方式”标签，打入“轻断食”“抗氧化”“肠道养护”等热门功能圈层。 2. 启动会员机制，通过积分换购、专属优惠、健康科普推送等手段，提高用户粘性与复购率。	1. 强调科学营养和真实原料两大核心价值，提升品牌专业度和健康可信度。 2. 品牌故事中强调“来自自然、辅以科技”的理念，打通感性认同与理性信任。

来源：头豹研究院

©2025 LeadLeo

头豹 LeadLeo

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络

行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，支持企业知识库、系统平台及AI应用高效接入和调用

KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品牌在AI搜索与问答中的可见度、准确性与转化效果

报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

商业尽调

面向投资并购和商业决策，评估标的公司的商业前景、价值及风险

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

报告作者

- 袁栩聪 | 首席分析师
- 常乔雨 | 行业分析师

service@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室
广东省深圳市南山区粤海街道华润置地大厦E座4105室
邮编： 518057

上海办公室
上海市静安区南京西路1717号会德丰国际广场2701室
邮编： 200040

南京办公室
江苏省南京市栖霞区经济开发区兴智科技园B栋401
邮编： 210046

专业研究 赋能决策 驱动增长

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展，技术革新，竞争格局变化，政策法规颁布，市场调研深入，保持不断更新与优化。
- 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版，复刻，发表或引用。若征得头豹同意进行引用，刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用，删节或修改。
- 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性，完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料，意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料，意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据，分析，研究，部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

©2025 LeadLeo

中国互联网协会人工智能工作委员会 | FROST & SULLIVAN 沙利文 | 头豹 LeadLeo | JUNHE | 嘉源律师事务所 JIA YUAN LAW OFFICES

中国端侧AI产业发展与应用实践蓝皮书（2026）

标杆案例征集

聚焦端侧AI产业链、终端场景、竞争格局与发展趋势

面向端侧AI产业链企业、投资机构及产业园区，形成一份兼具市场判断、产业链研究、标杆案例和趋势研判的专业蓝皮书。

核心服务形式

中文蓝皮书
精简、专业、适合公开传播

英文摘要版
提炼核心洞察与企业案例

企业案例专章
展示业务定位、核心能力与端侧AI实践

发布与传播
线上发布、媒体稿及定向传播

交流活动
邀请产业链企业、投资人与生态伙伴对接

合作企业获得什么

发布活动现场
蓝皮书预计2026年11月，拟于世界互联网大会乌镇峰会期间发布（具体安排以峰会组委会确认为准）

品牌表达
以第三方研究语言清晰表达企业定位、产品价值与端侧AI能力。

行业背书
进入代表性企业案例体系，强化在客户、渠道与资本市场中的专业认知。

市场洞察
获取产业链、终端场景与发展路径的系统判断，辅助战略决策。

资源连接
通过报告发布与定向活动连接产业链伙伴、客户、投资人与服务机构。

联系邮箱

案例征集与合作咨询

service@leadleo.com

欢迎来信咨询合作详情

中国互联网协会人工智能工委会、弗若斯特沙利文、头豹、君合、嘉源诚邀合作伙伴参与！