Потребители становятся все более разборчивыми в том, что они едят и пьют, учитывая простоту доступа к обилию информации о том, как хорошо выглядеть и оставаться здоровыми. Свежевыжатые соки ранее позиционировались на рынке как диетические средства и способ поддерживать свое здоровье. Благодаря этому многие люди начали изготавливать и употреблять свежевыжатые соки у себя дома. Параллельно с этим в сегменте бытовой техники вырос спрос на соковыжималки. Теперь их покупают даже чаще чем блендеры.

Путь к стройности
Опросы, проведенные в центрах здоровья, тренажерных залах и центрах СПА показывают, что многие мужчины и женщины (более 50%) считают фрукты и овощи наиболее важным компонентом диеты для сохранения здоровья. Существует распространенное мнение, что потребление фруктов и овощей в виде сока является эффективным методом защиты здоровья, так как организм поглощает и переваривает питательные вещества более эффективно.
Исследования экономических показателей дали интересные факты. Рост продаж свежих соков вырос в сравнении с упакованными соками на 30% за полгода. Однако многие из опрошенных считают более выгодным вложением покупку соковыжималки, чем траты денег на свежевыжатые соки в магазинах. Покупка 500 мл сока стоит около 5 долларов, в то время как средняя цена за соковыжималку в США 85 долларов.
США и Китай - два крупнейших рынка свежевыжатых соков в 2013 году. В США, уровень ожирения у детей стал таким массовым социальным вопросом, который необходимо решать в кротчайшие сроки и принимать срочные решения на уровне государства. Для китайцев, приготовление и потребление фруктовых соков популярно в городских районах, где потребители едят здоровую пищу. среди людей в такой среде очень модным является соблюдение диет и поддержание отличной формы тела. Свежие соки стали хорошим дополнением к жирной пище, которую традиционно употребляют в Китае.

Перспективы будущего
Рынок свежевыжатых сроков еще далек от насыщения, так как популярность этого сегмента началась буквально недавно. В 2013 году США и Китай вместе составили 40% от общего объема продаж. Вьетнам, Россия, Индонезия и Турция имеют большой потенциал в развитии данного сегмента в 2013-2018 годах. Эти страны похожи в том смысле, что осведомленность населения о здоровом образе жизни растет. Население старается избегать таких заболеваний как ожирение и сахарный диабет.