

# 2017-2022年中国坚果炒货市场运营态势及投资方向研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国坚果炒货市场运营态势及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/291817291817.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

坚果炒货食品的主要品种有：瓜子类、坚果类、花生类、豆类等及其果仁。瓜子类产品占据了相当的比例，其原料主要集中在内蒙古、甘肃、黑龙江和新疆等地，其加工厂主要集中在安徽、上海、江苏、山东和浙江等地；坚果类产品的原料主要集中在浙江、黑龙江、陕西和河南等地，其加工厂主要集中在上海、广东、浙江、江苏和河南等地；花生类产品的原料主要集中在安徽、山东、浙江和四川等地，其加工厂主要集中在上海、安徽、浙江、四川和山东等地；豆类原料主要集中在青海、江苏等地，其加工厂主要集中在上海、江苏、安徽等地。对于一些从国外进口的原料，如原产于美国、墨西哥的碧根果、开心果等，也已在浙江临安、河南和云南等地引种种植。

在当前实施的生产许可证实施细则中将坚果炒货食品定义为：以果蔬籽、果仁、坚果等为主要原料，添加或不添加辅料，经炒制、烘烤（包括蒸煮后烘烤）、油炸、水煮、蒸煮、高温灭菌或其他加工工艺制成的包装食品。包括：烘炒类，如炒瓜子、炒花生等；油炸类，如油炸青豆、油炸琥珀桃仁等；其他类，如水煮花生、果仁或坚果类糖炒制品（如糖炒花生、糖炒瓜子仁）、核桃粉、芝麻粉（糊）和杏仁粉等。

### 一、坚果炒货行业现状

由于我国经济的快速发展、人民生活水平的提高和营养知识的普及，坚果炒货行业得到了迅速发展，特别是2005～2014年，这段时期是国内坚果炒货的黄金十年。这期间，国内坚果炒货市场一直保持两位数的增长率。截至2013年，规模以上企业销售收入近1000亿元，全行业约为2500亿元，每年持续以20%左右的幅度快速增长。

2013年全国坚果炒货食品在全国休闲食品社会零售总额中约占35%，在我国休闲食品中位列首位。

2014年国内坚果炒货行业仍然保持了10%的增长，销售额达1117亿元，约占整个休闲食品行业的32%。

坚果炒货行业在持续快速发展的同时，形成了一批以特色产品为特征的产业群：如安徽葵花子、兰州西瓜子、浙江山核桃、山东花生制品、云南和山西核桃、东北白瓜子和松子、新疆扁桃仁、河北杏仁等。在产业群形成的基础上，还形成了一大批广受消费者喜爱和欢迎的著名品牌。

## 二、我国坚果炒货产品主要标准

### 1.产品相关标准

GB/T22165-2008《坚果炒货食品通则》、SB/T10553-2009《熟制葵花籽和仁》、SB/T10554-2009《熟制南瓜籽和仁》、SB/T10614-2011《熟制花生(仁)》、SB/T10615-2011《熟制腰果(仁)》等。

### 2.安全标准

GB19300-2014《食品安全国家标准坚果与籽类食品》、GB2760-2014《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》、GB2761-2011《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》、GB2762-2012《食品安全国家标准食品中污染物限量》、GB2763-2014《食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》和GB29921-2013《食品安全国家标准食品中致病菌限量》等。

### 3.食品添加剂使用要求

食品添加剂的品种和使用量，应符合GB2760-2014的规定。

表：GB2760-2014中坚果炒货部分食品添加剂使用列表

资料来源：公开资料，中国报告网整理

## 三、解决质量安全问题的措施和建议

### 1.严把原料关，实行原料溯源制度

由于炒货的原料为季节性收购，储藏后常年加工，受气候环境影响因素大，若贮存仓库和加工车间温度控制不严，或使用储存时间过长的原料，容易导致产品氧化变质。监管部门要督促企业严守主体责任，要建立原料索证和进货检验制度，严把原料关，同时对产品实行原料溯源制度，一旦发现质量问题，能进行溯源。

### 2.严格食品添加剂管理

监管部门要继续加强对炒货加工企业食品添加剂使用情况的监督。督促企业加强食品

添加剂的使用管理，严格执行食品添加剂的使用备案制度；根据不同产品要求加入配料；根据不同产品特性对原料进行清洗；制定不同的浸泡时间、清洗次数的规定；有些产品在清洗过程中使用的食品助剂，必须是食品级，并有相关证明。针对行业内少数企业使用非食品原料的现象，要加强行业内的监管力度，同时及时研究相应的检测方法。

### 3.加强生产过程安全卫生控制，严格出厂检验

监管部门要督促生产加工企业严格按国家标准、行业标准和《炒货食品及坚果制品生产许可证审查细则》的要求组织生产，各生产场所要布局合理，选料与生产区应分别设置，原料与成品贮存、加工过程中半成品应无交叉污染，满足工艺卫生要求。包装环境、人员、设施应严格消毒，以保证产品不受到交叉污染，并要求做到每批产品均进行出厂检验。

### 4.积极引导小作坊“变身”正规企业

生产坚果炒货食品的小作坊非常多，其质量和卫生状况堪忧。针对这些小企业小作坊的特点，可采取以下措施：一抓宣传教育，增强经营者守法经营自觉性；二抓主体登记，严把市场准入关；三抓日常监管，规范经营者的经营行为；四抓信用管理，提高经营户诚实守信意识。通过监管，使之从食品生产加工的“黑窝点”逐步转变成为“正规军”。

### 5.发挥行业协会和研究机构作用

食品行业协会应定期组织会员学习，组织会员互相检查、参观、评议，相互监督；应加强对行业成员的食品安全教育、树立行业荣誉感；应在发生行业内食品安全突发事件时，加强与政府的沟通，消除不良影响，妥善处理善后工作；应与其他组织进行有关食品安全的经验交流与合作。同时，应建立健全研究机构，发挥其在食品安全方面的专业研究特长，推动食品安全工作的不断深入和完善。

中国报告网发布的《2017-2022年中国坚果炒货市场运营态势及投资方向研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

目录：

## 第一章中国坚果炒货的概况

### 第一节坚果炒货的概况

#### 一、坚果炒货的定义

#### 二、坚果炒货产品主要品种

#### 三、坚果炒货的特点

#### 四、坚果炒货发展历程

### 第二节坚果炒货食品加工技术

### 第三节目前坚果炒货食品质量状况

### 第四节坚果炒货食品营养成份分析

## 第二章国际坚果炒货行业发展现状分析

### 第一节国际坚果炒货行业发展分析

#### 一、国际坚果炒货车行业发展分析

#### 二、国际坚果炒货行业供需分析

#### 三、国际坚果炒货行业技术进展分析

#### 四、国际坚果炒货应用情况分析分析

#### 五、国际坚果炒货行业发展趋势分析

### 第二节国际部分国家坚果炒货行业发展分析

#### 一、美国

#### 二、日本

#### 三、德国

### 第三节国际坚果炒货行业发展趋势分析

## 第三章2017中国坚果炒货行业发展宏观环境分析

### 第一节中国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、消费价格指数分析

#### 三、城乡居民收入分析

#### 四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节中国坚果炒货行业政策法规环境分析

一、《中华人民共和国食品安全法》

二、《全国现代农业发展规划》

三、《食品添加剂新品种管理办法》

四、《坚果炒货行业标准》

五、《食品中农药最大残留限量》

六、《食品安全国家标准“十二五”规划》

七、《烘炒食品卫生标准》

八、《坚果食品卫生标准》。

九、《坚果食品卫生标准》

十、坚果炒货科技工作部计划

第三节中国坚果炒货行业消费环境分析

第四节中国坚果炒货行业社会环境分析

第四章中国坚果炒货行业发展现状分析

第一节中国坚果炒货发展现状分析

一、中国坚果炒货发展现状分析

二、坚果炒货行业规模越来越大

三、坚果炒货行业的基本格局

四、坚果炒货行业格局已具雏形但群效应没有出现

五、坚果炒货未来发展的趋势分析

第二节中国坚果炒货运行现状分析

一、国标允许坚果炒货使用食用香精香料

二、首府散装炒货质量难判断

三、坚果炒货食品新国标公布散装摊位执行难度大

四、网购年货热销榜：坚果炒货居首

五、未至今坚果炒货身价大涨市民直呼吃不起

六、今年食品零售额稳中趋增未来网上销售将快速发展

第三节金融危机对坚果炒货行业的影响

一、金融危机对行业的影响

二、国家积极性财政政策的出台对行业的影响

三、食品安全对坚果炒货行业的影响

四、未来行业监管势必会加强

#### 第四节中国坚果炒货行业面临的营销难点

- 一、同质化竞争造成营销举措的失灵
- 二、营销费用升高而销量没有同比增长
- 三、区域市场管理粗放，导致营销举措针对性差
- 四、市场转型与营销组织管理转型脱节
- 五、现代化营销人员短缺，制约企业发展
- 六、坚果炒货行业集中度低
- 七、品牌溢价能力差

#### 第五节中国五金锁具行业发展机遇

#### 第五节中国坚果炒货行业突破的方法

- 一、冲破同质化竞争的困局，提高品牌的溢价能力
- 二、区域市场精耕细作在费用增高的同时提高区域市场销量
- 三、发育有机性营销组织提高企业的运营效率
- 四、培养现代营销人才为企业做大做强奠定基础

### 第五章中国坚果炒货行业市场分析

#### 第一节中国坚果炒货市场规模分析

- 一、中国坚果炒货行业市场规模及增速
- 二、中国坚果炒货行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对坚果炒货行业市场规模的影响
- 四、中国坚果炒货行业市场规模及增速预测

#### 第二节中国坚果炒货市场结构分析

#### 第三节中国坚果炒货市场特点分析

- 一、中国坚果炒货行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对坚果炒货行业的影响
- 三、中国坚果炒货差异化分析

#### 第四节中国坚果炒货市场运行分析

- 一、鹿鸣乡建成美国山核桃科技示范
- 二、徽县泥阳农民开展核桃标准化育苗
- 三、普洱市景东县泡核桃育苗产业产值过亿元
- 四、百余家坚果炒货商青山湖畔谋发展
- 五、坚果炒货市场近300亿洽洽食品海外获突破
- 六、炒货、坚果类率先促销最高折扣达30%
- 七、干果炒货提前进入销售旺季松子今年涨幅最大
- 八、安徽工商抽查：炒货及坚果食品合格率100%



## 第六章中国坚果炒货地区销售分析

### 第一节中国坚果炒货区域销售市场分析

#### 第二节坚果炒货“东北地区”销售分析

##### 一、中国东北地区销售规模

##### 二、东北地区“品牌”销售分析

##### 三、中国东北地区“品牌”销售规模分析

#### 第三节坚果炒货“华北地区”销售分析

##### 一、中国华北地区销售规模

##### 二、华北地区“品牌”销售分析

##### 三、中国华北地区“品牌”销售规模分析

#### 第四节坚果炒货“中南地区”销售分析

##### 一、中国中南地区销售规模

##### 二、中南地区“品牌”销售分析

##### 三、中国中南地区“品牌”销售规模分析

#### 第五节坚果炒货“华东地区”销售分析

##### 一、中国华东地区销售规模

##### 二、华东地区“品牌”销售分析

##### 三、中国华东地区“品牌”销售规模分析

#### 第六节坚果炒货“西北地区”销售分析

##### 一、中国西北地区销售规模

##### 二、西北地区“品牌”销售分析

## 第七章中国坚果炒货行业营销策略分析

### 第一节中国坚果炒货营销分析

#### 一、产品开发是第一要素

#### 二、价格和价值的审视

#### 三、营销渠道是一大关键点

#### 四、促销手段扩大知名度

#### 五、“需求”才是营销的中心

#### 六、坚果炒货新营销组合因素产生和发展

### 第二节中国坚果炒货行业营销策略分析

#### 一、中国坚果炒货行业的主要营销策略

#### 二、我国坚果炒货企业营销的关键点分析

#### 三、中国坚果炒货行业网络营销战略分析

#### 四、坚果炒货企业的淡旺季营销思路探索

### 第三节中国坚果炒货营销模式分析

- 一、坚果炒货互联网销售模式
- 二、坚果炒货企业代理的销售模式
- 三、加快海外坚果炒货品牌战略营销
- 四、坚果炒货行业急需更新品牌创新模式
- 五、坚果炒货企业需走“个性路线”营销

### 第四节中国坚果炒货品牌营销思路分析

- 一、中国坚果炒货品牌快速成长的策略探讨
- 二、坚果炒货品牌有效营销需建立创新营销模式
- 三、坚果炒货品牌有效营销要注重产品的性能
- 四、坚果炒货新品牌的市场培育路径分析

### 第五节中国坚果炒货市场营销策略专家测评

- 一、品牌制胜
- 二、重点上市，整合营销
- 三、地面推广，引爆话题
- 四、渠道跟进，培养消费

## 第八章中国坚果炒货品牌需求与消费者偏好调查

### 第一节中国坚果炒货目标客户群体调查

- 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

### 第二节坚果炒货品牌市场调查

- 一、消费者对坚果炒货品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对坚果炒货产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对坚果炒货品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、坚果炒货品牌忠诚度调查
- 六、坚果炒货品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

### 第三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

### 第九章中国坚果炒货行业进出口分析

#### 第一节中国坚果炒货出口分析

- 一、我国坚果炒货行业出口总量及增长情况
- 二、坚果炒货海外市场分布情况
- 三、坚果炒货行业经营海外市场的主要品牌
- 四、坚果炒货行业出口态势展望

#### 第二节中国坚果炒货进口分析

- 一、我国坚果炒货行业进口总量及增长情况
- 二、我国坚果炒货进口主要国家及地区
- 三、进口品牌对坚果炒货行业的促进与影响
- 四、坚果炒货行业进口态势展望

### 第十章中国坚果炒货行业生产分析

#### 第一节中国坚果炒货生产总量分析

- 一、中国坚果炒货行业生产总量及增速
- 二、中国坚果炒货行业产能及增速
- 三、国内外经济形势对坚果炒货行业生产的影响
- 四、中国坚果炒货行业生产总量及增速预测

#### 第二节中国坚果炒货子行业生产分析

#### 第三节中国坚果炒货细分区域生产分析

#### 第四节中国坚果炒货行业供需平衡分析

- 一、坚果炒货行业供需平衡现状
- 二、国内外经济形势对坚果炒货行业供需平衡的影响
- 三、坚果炒货行业供需平衡趋势预测

### 第十一章中国坚果炒货产业市场竞争格局分析

#### 第一节中国坚果炒货产业竞争现状分析

- 一、中外坚果炒货竞争分析
- 二、国产坚果炒货缘何缺乏竞争力
- 三、坚果炒货品牌竞争分析

#### 第二节中国坚果炒货产业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

### 第三节中国坚果炒货企业提升竞争力策略分析

## 第十二章中国坚果炒货行业部分企业发展现状分析

### 第一节洽洽食品股份有限公司

### 第二节安徽真心食品有限公司

### 第三节安徽小刘食品股份有限公司

### 第四节四川徽记食品产业有限公司

### 第五节金果园老农(北京)食品股份有限公司

### 第六节上海三明食品有限公司

### 第七节浙江大好大食品有限公司

### 第八节广东农夫山庄食品工业有限公司

### 第九节杭州姚太太食品有限公司

### 第十节福建新味食品有限公司

### 第十一节杭州华味亨食品有限公司

### 第十二节内蒙古润林农业股份有限公司

### 第十三节兰州正林农垦食品有限公司

### 第十五节山东沙土食品工业有限公司

### 第十六节上海天喔食品(集团)有限公司

### 第十七节芜湖市傻子瓜子有限总公司

### 第十八节略-----

## 第十三章中国连锁超市行业发展总体分析

### 第一节中国连锁超市行业发展综述

#### 一、中国连锁超市行业发展历程

#### 二、中国连锁超市行业发展特点

#### 三、中国连锁超市企业的经营模式

#### 四、中国连锁超市经营中存在的问题

#### 五、制约中国连锁超市产业发展的因素

### 第二节中国连锁超市行业发展现状分析

#### 一、中国连锁超市行业处于快速成长期

#### 二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析

#### 三、中国连锁超市供应链管理现状分析

#### 四、中国连锁超市行业市场区隔分析

#### 五、中国连锁超市行业渠道渗透分析

#### 六、中国连锁超市企业扩张模式分析

## 七、中国连锁超市行业盈利情况分析

### 第三节外资超市在中国发展状况分析

- 一、外资超市在我国的发展历程
- 二、外资超市的扩张特点分析
- 三、外资超市业态多元化趋势
- 四、外资超市进入中国的必然性分析
- 五、外资超市扩张障碍分析

### 第四节中国连锁超市行业发展规模分析

- 一、中国连锁零售业经营规模分析
- 二、中国连锁超市规模化发展
- 三、中国超市行业发展规模分析
- 四、中国连锁超市行业并购频繁

## 第十四章中国坚果炒货产业发展趋势预测分析

### 第一节中国坚果炒货食品消费的发展趋势。

- 一、坚果炒货食品消费市场将持续大幅增长。
- 二、仍居各休闲食品消费之首位。
- 三、坚果炒货食品消费向品牌化高度集中。
- 四、坚果炒货食品市场消费结构发展趋势。

### 第二节中国坚果炒货市场预测分析

- 一、坚果炒货品产量预测分析
- 二、坚果炒货市场需求预测分析
- 三、坚果炒货市场竞争格局预测分析

### 第三节中国坚果炒货市场盈利预测分析

## 第十五章中国坚果炒货行业投资价值研究

### 第一节中国坚果炒货行业投资环境分析

- 一、宏观经济预测分析
- 二、金融危机影响分析

### 第二节中国坚果炒货行业投资机会分析

- 一、区域投资潜力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

### 第三节中国坚果炒货行业投资风险分析

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险

三、食品安全风险

四、市场运营机制风险

第四节专家投资建议

图表目录(部分)

图表：中国坚果炒货行业市场规模变化

图表：中国坚果炒货行业销售收入变化

图表：中国坚果炒货行业销售投资收益率变化

图表：中国主要营销模式结构图

图表：中国坚果炒货行业潜在需求量变化

图表：中国各种经销模式市场份额对比图

图表：中国坚果炒货行业市场容量变化

图表：中国坚果炒货供给量变化

图表：中国坚果炒货供需平衡分析

图表：中国坚果炒货市场供需分析

图表：中国坚果炒货行业产销分析

图表：中国坚果炒货行业利润率变化

图表：中国坚果炒货出口量占产量的份额

图表：中国坚果炒货进口量占需求量的份额

图表：中国坚果炒货进口量变化

( GYZJY )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/291817291817.html>