

2019年中国坚果炒货市场分析报告- 行业深度分析与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国坚果炒货市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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/427267427267.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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，是闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒或者多粒种子。如板栗，杏仁等的果实。坚果是植物的精华部分，一般都营养丰富，含蛋白质、油脂、矿物质、维生素较高，对人体生长发育、增强体质、预防疾病有极好的功效。

近年来，干果坚果食品作为我国传统的营养型休闲食品，随着我国经济的快速发展，人民生活水平的提高，营养知识的普及，以及其独特的消费方式和休闲情趣，较好地适应了当代人们的饮食休闲趋向需求，发展前景十分广阔。

2012-2020年我国干果坚果行业市场规模预测情况 数据来源：坚果炒货专业委员会

2012-2020年我国干果坚果行业总产值预测情况 数据来源：坚果炒货专业委员会

炒货是指植物果实经过晾晒，烘干，油炸等加工方法制成的供人们闲暇时食用的一类休闲食品。如瓜子、蚕豆、花生、核桃、栗子，豆类等，用干净的干果和专用颗粒“炒砂”（搜）作介质直接炒制，或者在炒制前浸泡添加各种味料炒制。炒货一般含有丰富的营养，常吃对人体有相当的好处。目前流行炒制五谷杂粮和各种干果药材混合粉碎养生膳，炒豆，糖炒板栗等。

坚果炒货市场大致可分为籽类炒货市场和树生坚果市场。经过多年的发展，传统手工作坊式的籽类炒货市场竞争力趋弱，无法满足多元化的消费需求，而在新工艺、新技术、自动化生产等行业变革的驱动下，标准化、品牌化的籽类炒货市场正在加速发展，并将逐步取代传统手工作坊式的籽类炒货市场。

坚果炒货含有丰富的脂肪、糖类、蛋白质、多种维生素和矿物质，是健康类休闲食品的典型代表。受益于健康化的消费趋势，近年来我国坚果炒货消费量高速增长，

目前坚果炒货在销售规模、工业化生产等方面处于发展初期，行业集中度不高，是国际巨头尚未形成优势地位的蓝海区域，具有巨大的发展空间。坚果炒货含有丰富的脂肪、糖类、蛋白质、多种维生素和矿物质，是健康类休闲食品的典型代表。受益于健康化的消费趋势，坚果炒货消费量高速增长。初步估算2018年全国坚果炒货行业销售规模为1570亿元，同比增长6.58%。

2012-2018年我国坚果炒货行业销售规模统计 数据来源：坚果炒货专业委员会（GYWWJP）

【报告大纲】

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分分析

第二章 2016-2019年国际坚果炒货行业发展现状分析

第一节 2016-2019年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
- 五、国际坚果炒货行业发展趋势分析

第二节 2016-2019年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 2019-2025年国际坚果炒货行业发展趋势分析

第三章 2016-2019年中国坚果炒货行业发展宏观环境分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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“十三五”规划》的通知
- 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》

第三节 2016-2019年中国坚果炒货行业消费环境分析

第四节 2016-2019年中国坚果炒货行业社会环境分析

第四章 2016-2019年中国坚果炒货行业发展现状分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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、坚果行业未来还有6到8倍的增长空间
- 四、网购年货热销榜：坚果炒货居首
- 五、从“年货”看坚果炒货产业转型
- 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 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年中国坚果炒货行业市场分析

第一节 2016-2019年中国坚果炒货市场规模分析

- 一、2016-2019年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、2019-2025年中国坚果炒货行业市场规模及增速预测

第二节 2016-2019年中国坚果炒货市场结构分析

第三节 2016-2019年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、2016-2019年中国坚果炒货差异化分析

第四节 2016-2019年中国坚果炒货市场运行分析

- 一、重庆坚果炒货创业项目乐棒棒投资创业市场宽阔
- 二、池州大渡口年产2万吨坚果炒货食品加工项目开建
- 三、坚果炒货行业2020年市场份额将达千亿元
- 四、“洽洽逐步拓展多元化向坚果炒货全品类延伸
- 五、中国坚果炒货食品城已有80家企业签约入驻
- 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、低端坚果批发市场频现关闭 炒货企业如何增长

第六章 2016-2019年中国坚果炒货地区销售分析

第一节 2016-2019年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、2016-2019年中国东北地区销售规模
- 二、东北地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2019年中国东北地区“品牌”销售规模分析

第三节 坚果炒货“华北地区”销售分析

- 一、2016-2019年中国华北地区销售规模
- 二、华北地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2019年中国华北地区“品牌”销售规模分析

第四节 坚果炒货“中南地区”销售分析

- 一、2016-2019年中国中南地区销售规模
- 二、中南地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2019年中国中南地区“品牌”销售规模分析

第五节 坚果炒货“华东地区”销售分析

- 一、2016-2019年中国华东地区销售规模
- 二、华东地区“品牌”销售分析
- 三、2016-2019年中国华东地区“品牌”销售规模分析

第六节 坚果炒货“西北地区”销售分析

- 一、2016-2019年中国西北地区销售规模
- 二、西北地区“品牌”销售分析

第七章 2016-2019年中国坚果炒货行业营销策略分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年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 2019-2025年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 2016-2019年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 2016-2019年中国坚果炒货行业进出口分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年中国坚果炒货行业生产分析

第一节 2016-2019年中国坚果炒货生产总量分析

一、2016-2019年中国坚果炒货行业生产总量及增速

二、2016-2019年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、2019-2025年中国坚果炒货行业生产总量及增速预测

第二节 2016-2019年中国坚果炒货子行业生产分析

第三节 2016-2019年中国坚果炒货细分区域生产分析

第四节 2016-2019年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 2016-2019年中国坚果炒货产业市场竞争格局分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年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 四川徽记食品股份有限公司

第五节 三只松鼠股份有限公司

第六节 上海来伊份股份有限公司

第七节 浙江大好大食品有限公司

第八节 天喔食品（集团）有限公司

第九节 芜湖市傻子瓜子有限总公司

第十节 湖北良品铺子食品有限公司

第十一节 杭州姚生记食品有限公司

第十二节 杭州郝姆斯食品有限公司

第十三节 兰州正林农垦食品有限公司

第十五节 江苏阿里山食品有限公司

第十六节 上海天喔食品（集团）有限公司

第十七节 朗源股份有限公司

第十八节 苏州口水娃食品有限公司

第十九节 宁波恒康食品有限公司

第二十节 加州原野（北京）食品有限公司

第十三章 2016-2019年中国连锁超市行业发展总体分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年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 2016-2019年中国连锁超市行业发展规模分析

一、2019年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、2019年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 2019-2025年中国坚果炒货产业发展趋势预测分析

第一节 2019-2025年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 2019-2025年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 2019-2025年中国坚果炒货市场盈利预测分析

第十五章 2019-2025年中国坚果炒货行业投资价值研究

第一节 2019-2025年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 2019-2025年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 2019-2025年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

图表 2016-2019年中国坚果炒货行业市场规模变化

图表 2016-2019年中国坚果炒货行业销售收入变化

图表 2016-2019年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 2016-2019年中国坚果炒货行业潜在需求量变化

图表 2019年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2016-2019年中国坚果炒货行业市场容量变化

图表 2016-2019年中国坚果炒货供给量变化

图表 2016-2019年中国坚果炒货供需平衡分析

图表 2016-2019年中国坚果炒货市场供需分析

图表 2016-2019年中国坚果炒货行业产销分析

图表 2016-2019年中国坚果炒货行业利润率变化

图表 2016-2019年中国坚果炒货出口量占产量的份额

图表详见报告正文..... (GY YX)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国坚果炒货市场分析报告-行业深度分析与投资商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/427267427267.html>