中国坚果电商行业发展深度调研与未来前景预测报告（2023-2030年）

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《中国坚果电商行业发展深度调研与未来前景预测报告（2023-2030年）》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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202301/623088.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义
坚果（英文名：Nut），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。坚果炒货主要有两类，一是树坚果，包括杏仁、腰果、榛子、核桃和板栗等；二是种子类，包括花生、葵花子和南瓜子等。

坚果电商行业是指坚果企业通过电子商务平台或者公司官网对坚果进行销售的产业。

二、市场规模现状
随着坚果线上零售渗透率的不断提高，日益完善的信息技术能对原本通过线下渠道难以收集的大量有价值的消费行为数据进行高效的整合和分析，帮助坚果电商企业更加深刻地洞察消费者需求，实现更具针对性的产品研发、定价和营销推广，同时改变传统线下渠道单向的信息流动，更高效地与消费者进行双向互动。全国物流配送体系的日益完善及物流配送成本的大幅降低，为坚果电商企业的规模化发展提供了保障。此外，在线支付尤其是移动支付技术的不断成熟也为电商行业的发展创造了良好条件。

2020 年新冠肺炎疫情对坚果行业短期内有所冲击，但也促进了坚果行业在直播电商、社区团购等新兴渠道的发展，2020年以来，我国坚果电商行业规模保持长期稳定增长的趋势。截止2022年我国坚果电商行业市场规模已达到248.18亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

三、行业供需规模分析
1、供应规模
随着人们生活水平的提高，人均可支配收入的增长，消费者们愿意为更好的服务和体验买单。优质消费族群的加入也推动了坚果品类的产品、服务升级。随着消费者对生活品质的追求逐步提高，健康养生理念的越来越深入人心，消费者的消费结构更加趋于理性，在坚果品类将更愿意花钱，追求更好品质的产品。巨大的市场需求将拉动国内坚果行业供给与需求的双增长。

在市场需求不断多元化的大背景下，为满足快速变化的消费者偏好，巩固竞争优势，企业通

常会投入大量精力和资金专注于新产品种类的开发和完善。产品创新一方面有助于企业自身建立更高的品牌知名度，从激烈的市场竞争中脱颖而出，另一方面也为行业发展注入新的活力，为行业长期可持续发展提供源源不断的增长动力。

作为全球人口第一大国，中国成为全球最大的坚果市场之一。坚果电商上游主要是各类坚果农产品原料供给。近年来我国坚果收获面积、产量逐年增加，2022年我国坚果炒货产量为176.56万吨，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、需求规模

线上消费由于突破了产品品类及地域的限制、便捷高效的配送体验，以及扁平化渠道结构带来的更具竞争力的价格优势，迎合了新一代消费人群的诉求。此外，线上线下相融合等创新销售模式也在满足便捷购买需求的同时，进一步优化了消费体验，成为消费升级时代坚果食品零售创新的典型之一。

以80后、90后为代表的年轻一代互联网用户是线上购物的主力群体，该等消费者对坚果电商优质的服务体验有较强的诉求。在线上零售渠道方面，良莠不齐的产品及服务质量让消费者在享受网络购物便捷性的同时需要花费较多的时间对商家进行鉴别和筛选，因此，在同等情况下，消费者一般会选择具有较好品牌口碑的商品。此外，坚果电商受众主要为年轻的白领阶层，该部分人群的品牌认可度和忠诚度较高。稳定的客户群体和较强的客户粘性将会成为坚果电商的核心竞争力之一。

目前坚果作为休闲食品中的新兴品类，符合健康化的长期趋势，仍处于蓬勃发展中，休闲食品行业的销售渠道中，电商和新兴渠道增速快，坚果线上销售规模占比不断提升。2022年中国线上坚果炒货销量为17.63万吨，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

四、行业细分市场分析

1、树坚果

树坚果一般是指有着坚硬外壳的木本植物的籽粒，包括核桃、巴旦木、腰果仁、榛子、山核桃、松子、板栗等。

中国树坚果需求旺盛，大部分依赖进口。树坚果作为舶来品，客单价高、营养价值好，同时国内厂商持续推出各种礼盒装的树坚果，使得国内树坚果消费中送礼场景占比较高。2022年我国树坚果电商市场规模为48.45亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、籽坚果

籽坚果是指瓜、果、蔬菜、油料等植物的籽粒，包括葵花籽、花生、莲子等。我国籽坚果尤其是瓜子品类发展较为成熟,目前我国市场上仍有大量坚果炒货散称作坊,瓜子的包装化率不到50%,竞争格局分散。我国种子坚果市场发展成熟、自给率高，2022年我国籽坚果电商行市场规模为199.74亿元，具体如下图。

资料来源：观研天下数据中心整理

五、行业竞争格局分析

在电商行业蓬勃发展的大趋势下，随着政策和资本的支持力度不断增强、信息技术及物流基础设施的不断发展，坚果产业与电商模式的融合不断深入。

近几年，主流电商平台流量边际增量放缓，呈现去中心化，疫情加速直播电商发展，头部直播带货达人开始涌现。伴随着三只松鼠等食品电商的崛起及快速发展，坚果电商获得新的增长机会，大量资本流入，线上零售平台也开始大力发展坚果电商板块。

目前坚果电商代表企业主要有中粮我买网、百草味、三只松鼠等。其中三只松鼠是行业领先的以休闲食品为核心的品牌电商，凭借深入人心的品牌形象和品牌文化、快捷高效的线上销售模式、精准的消费者群体定位、细致贴心的服务体验以及贯穿产业链各环节的信息系统，企业已经发展成为休闲食品电商领域内最具竞争力和影响力的企业之一。

中国坚果电商行业主要品牌

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅作参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国坚果电商行业发展深度调研与未来前景预测报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国坚果电商行业发展概述
第一节坚果电商行业发展情况概述
一、坚果电商行业相关定义
二、坚果电商特点分析
三、坚果电商行业基本情况介绍
四、坚果电商行业经营模式
1、生产模式

2、采购模式
3、销售/服务模式
五、坚果电商行业需求主体分析
第二节中国坚果电商行业生命周期分析
一、坚果电商行业生命周期理论概述
二、坚果电商行业所属的生命周期分析
第三节坚果电商行业经济指标分析
一、坚果电商行业的赢利性分析
二、坚果电商行业的经济周期分析
三、坚果电商行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球坚果电商行业市场发展现状分析
第一节全球坚果电商行业发展历程回顾
第二节全球坚果电商行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲坚果电商行业地区市场分析
一、亚洲坚果电商行业市场现状分析
二、亚洲坚果电商行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲坚果电商行业市场前景分析
第四节北美坚果电商行业地区市场分析
一、北美坚果电商行业市场现状分析
二、北美坚果电商行业市场规模与市场需求分析
三、北美坚果电商行业市场前景分析
第五节欧洲坚果电商行业地区市场分析
一、欧洲坚果电商行业市场现状分析
二、欧洲坚果电商行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲坚果电商行业市场前景分析
第六节 2023-2030年世界坚果电商行业分布走势预测
第七节 2023-2030年全球坚果电商行业市场规模预测

第三章 中国坚果电商行业产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
第二节我国宏观经济环境对坚果电商行业的影响分析
第三节中国坚果电商行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规

三、主要行业标准
第四节政策环境对坚果电商行业的影响分析
第五节中国坚果电商行业产业社会环境分析

第四章 中国坚果电商行业运行情况
第一节中国坚果电商行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节中国坚果电商行业市场规模分析
一、影响中国坚果电商行业市场规模的因素
二、中国坚果电商行业市场规模
三、中国坚果电商行业市场规模解析
第三节中国坚果电商行业供应情况分析
一、中国坚果电商行业供应规模
二、中国坚果电商行业供应特点
第四节中国坚果电商行业需求情况分析
一、中国坚果电商行业需求规模
二、中国坚果电商行业需求特点
第五节中国坚果电商行业供需平衡分析

第五章 中国坚果电商行业产业链和细分市场分析
第一节中国坚果电商行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、坚果电商行业产业链图解
第二节中国坚果电商行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对坚果电商行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对坚果电商行业的影响分析
第三节我国坚果电商行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国坚果电商行业市场竞争分析
第一节中国坚果电商行业竞争现状分析
一、中国坚果电商行业竞争格局分析
二、中国坚果电商行业主要品牌分析
第二节中国坚果电商行业集中度分析
一、中国坚果电商行业市场集中度影响因素分析
二、中国坚果电商行业市场集中度分析
第三节中国坚果电商行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征
三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国坚果电商行业模型分析
第一节中国坚果电商行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国坚果电商行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁
六、中国坚果电商行业SWOT分析结论
第三节中国坚果电商行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国坚果电商行业需求特点与动态分析
第一节中国坚果电商行业市场动态情况
第二节中国坚果电商行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节坚果电商行业成本结构分析
第四节坚果电商行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、其他因素
第五节中国坚果电商行业价格现状分析
第六节中国坚果电商行业平均价格走势预测
一、中国坚果电商行业平均价格趋势分析
二、中国坚果电商行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国坚果电商行业所属行业运行数据监测
第一节 中国坚果电商行业所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业从业人数分析
第二节 中国坚果电商行业所属行业产销与费用分析
一、商品购进额
二、进口额分析
三、商品销售额分析
四、出口额分析
五、商品库存额分析

第十章 2019-2023年中国坚果电商行业区域市场现状分析
第一节中国坚果电商行业区域市场规模分析
一、影响坚果电商行业区域市场分布的因素
二、中国坚果电商行业区域市场分布
第二节中国华东地区坚果电商行业市场分析

一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区坚果电商行业市场分析
（1）华东地区坚果电商行业市场规模
（2）华南地区坚果电商行业市场现状
（3）华东地区坚果电商行业市场规模预测
第三节华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区坚果电商行业市场分析
（1）华中地区坚果电商行业市场规模
（2）华中地区坚果电商行业市场现状
（3）华中地区坚果电商行业市场规模预测
第四节华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区坚果电商行业市场分析
（1）华南地区坚果电商行业市场规模
（2）华南地区坚果电商行业市场现状
（3）华南地区坚果电商行业市场规模预测
第五节华北地区坚果电商行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区坚果电商行业市场分析
（1）华北地区坚果电商行业市场规模
（2）华北地区坚果电商行业市场现状
（3）华北地区坚果电商行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区坚果电商行业市场分析
（1）东北地区坚果电商行业市场规模
（2）东北地区坚果电商行业市场现状
（3）东北地区坚果电商行业市场规模预测
第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区坚果电商行业市场分析
（1）西南地区坚果电商行业市场规模
（2）西南地区坚果电商行业市场现状
（3）西南地区坚果电商行业市场规模预测
第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区坚果电商行业市场分析
（1）西北地区坚果电商行业市场规模
（2）西北地区坚果电商行业市场现状
（3）西北地区坚果电商行业市场规模预测

第十一章 坚果电商行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优势分析
第二节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第六节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第七节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第八节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第九节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第十节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国坚果电商行业发展前景分析与预测
第一节中国坚果电商行业未来发展前景分析
一、坚果电商行业国内投资环境分析
二、中国坚果电商行业市场机会分析
三、中国坚果电商行业投资增速预测
第二节中国坚果电商行业未来发展趋势预测
第三节中国坚果电商行业规模发展预测
一、中国坚果电商行业市场规模预测
二、中国坚果电商行业市场规模增速预测
三、中国坚果电商行业产值规模预测
四、中国坚果电商行业产值增速预测
五、中国坚果电商行业供需情况预测
第四节中国坚果电商行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国坚果电商行业进入壁垒与投资风险分析
第一节中国坚果电商行业进入壁垒分析
一、坚果电商行业资金壁垒分析
二、坚果电商行业技术壁垒分析
三、坚果电商行业人才壁垒分析
四、坚果电商行业品牌壁垒分析
五、坚果电商行业其他壁垒分析
第二节坚果电商行业风险分析
一、坚果电商行业宏观环境风险
二、坚果电商行业技术风险
三、坚果电商行业竞争风险
四、坚果电商行业其他风险
第三节中国坚果电商行业存在的问题
第四节中国坚果电商行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国坚果电商行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国坚果电商行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国坚果电商行业进入策略分析

一、行业目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 坚果电商行业营销策略分析
一、坚果电商行业产品策略
二、坚果电商行业定价策略
三、坚果电商行业渠道策略
四、坚果电商行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202301/623088.html