

2019年中国坚果行业分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国坚果行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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://baogao.chinabaogao.com/shipin/386357386357.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: 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

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。

随着国民经济的发展与国民收入水平的提高，人们的消费模式从生存型逐渐转变为享受型，为休闲食品行业带来了更加广阔的发展空间。据数据显示，2017年我国的坚果炒货行业的年产值达到1214亿元，2008~2017年期间行业年产值的年均复合增速为16%。

2015-2017年我国坚果炒货行业产值统计

数据来源：中国食品工业协会

从数据上看，2012-2017年整个坚果行业在互联网上呈现出高速增长的趋势。以坚果起家的三只松鼠，2017年营业收入达到68.5亿元，预计2019年营收超过100亿元，侧面反映我国坚果炒货行业发展前景广阔。

2014-2019年三只松鼠营业收入统计

数据来源：公司年报

目前，坚果行业已经悄然实现快速升级，市场竞争从红海转变成泛蓝市场，千亿市场正在发生结构性变化。在消费升级和市场环境更新的前提下，坚果品类的消费趋势出现了如下变化：

一、高品质坚果满足高端化消费诉求

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。特别是中产阶级,调查中显示,中产阶级家庭在快消品类的花销增长率达到12.7%,其中,在坚果品类的花费突出,比一般家庭高出10.7%。而年轻有小孩的家庭在坚果品类上的增速也高达21.6%,是快消品消费增速的三倍。优质消费族群的加入也推动了坚果品类的产品、服务升级。在坚果品类中,高端产品增速近20%,显著高于一般消费品。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。

二、消费者愈加重视坚果品类营养价值,每日坚果受追捧

2017年,混合类坚果增速超过200%。天猫新品创新中心数据显示,“每日坚果”的搜索热度持续上升。坚果品类的食用场合已经从传统的节庆礼品,进一步延展到日常。究其原因,只因为坚果富含多种重要营养素,是零食,也是健康养生佳品,可以减少坏胆固醇堆积,预防多种疾病发生,还具有抗衰老,美容养颜的效果,已然成为了健康食品的代言词。

三、消费者健康意识增强,倾向选购新鲜坚果产品

当坚果品类的产品越来越多,消费方式呈现了多元导向。根据天猫新品创新中心给出的数据显示,坚果行业热搜词TOP100中,有9个与新鲜相关的词。百草味、洽洽等几个坚果行业品牌企业推出的生瓜子、生腰果、新鲜核桃等新鲜坚果产品受到大量消费者们的青睐。天然

新鲜是食品类的主要消费诉求之一。干果类产品中“生”、“鲜”、“湿”概念的兴起代表着消费者对天然原生态食物的诉求,是对“新鲜”概念的升级演绎。

四、群体消费差异明显,坚果品类产品出现个体性分类

消费者对坚果产品的营养价值越来越关注,对于不同坚果产品的追求向极致化趋势发展,并不断发酵扩大。例如,核桃富含维生素E和多酚,具有增强免疫力、健脑强脑的功效,因此受到孕妇及宝妈们的欢迎。而腰果、核桃仁、榛子等坚果可以促进人体分泌和代谢,补充能量、抑制食欲,达到减肥的目的,从而是健身运动爱好者们喜爱的产品。由此可见,坚果行业龙头企业们更加关注坚果的功效性开发,针对细分人群推出相关诉求的产品,从而推动了坚果品类消费方式的升级。

五、消费方式全新升级,互动体验成新风尚

和过去单纯的线下或线下消费不同,新零售时代,消费者们更加关注线上与线下相结合的多维服务体验。口味、趣味体验、高颜值的坚果产品成为了消费者们的不二选择。

可以说,在坚果行业,消费者的消费观念升级变化是坚果品类产品创新的重要指引。消费者对坚果产品的认知逐渐提升,对坚果产品的需求越来越细化,未来将有更多高品质的新产品将出现,更加完善且多元化的服务体验将应运而生,引领坚果行业的产品升级、服务升级、销售渠道升级。(XY)

观研天下发布的《2019年中国坚果行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国坚果行业发展概述

第一节 坚果行业发展情况概述

- 一、坚果行业相关定义
- 二、坚果行业基本情况介绍
- 三、坚果行业发展特点分析

第二节 中国坚果行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、坚果行业产业链条分析
- 三、中国坚果行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国坚果行业生命周期分析

- 一、坚果行业生命周期理论概述
- 二、坚果行业所属的生命周期分析

第四节 坚果行业经济指标分析

- 一、坚果行业的赢利性分析
- 二、坚果行业的经济周期分析
- 三、坚果行业附加值的提升空间分析

第五节 中国坚果行业进入壁垒分析

- 一、坚果行业资金壁垒分析
- 二、坚果行业技术壁垒分析
- 三、坚果行业人才壁垒分析
- 四、坚果行业品牌壁垒分析
- 五、坚果行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球坚果行业市场发展现状分析

第一节 全球坚果行业发展历程回顾

第二节 全球坚果行业市场区域分布情况

第三节 亚洲坚果行业地区市场分析

- 一、亚洲坚果行业市场现状分析
- 二、亚洲坚果行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲坚果行业市场前景分析

第四节 北美坚果行业地区市场分析

- 一、北美坚果行业市场现状分析
- 二、北美坚果行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美坚果行业市场前景分析
- 第五节 欧盟坚果行业地区市场分析
 - 一、欧盟坚果行业市场现状分析
 - 二、欧盟坚果行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟坚果行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界坚果行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球坚果行业市场规模预测
- 第三章 中国坚果产业发展环境分析
 - 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品坚果总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
 - 第二节 中国坚果行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国坚果产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析
- 第四章 中国坚果行业运行情况
 - 第一节 中国坚果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 中国坚果行业市场规模分析
 - 第三节 中国坚果行业供应情况分析
 - 第四节 中国坚果行业需求情况分析

第五节 中国坚果行业供需平衡分析

第六节 中国坚果行业发展趋势分析

第五章 中国坚果所属行业运行数据监测

第一节 中国坚果所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国坚果所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国坚果所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国坚果市场格局分析

第一节 中国坚果行业竞争现状分析

一、中国坚果行业竞争情况分析

二、中国坚果行业主要品牌分析

第二节 中国坚果行业集中度分析

一、中国坚果行业市场集中度分析

二、中国坚果行业企业集中度分析

第三节 中国坚果行业存在的问题

第四节 中国坚果行业解决问题的策略分析

第五节 中国坚果行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国坚果行业需求特点与动态分析

第一节 中国坚果行业消费市场动态情况

第二节 中国坚果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 坚果行业成本分析

第四节 坚果行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国坚果行业价格现状分析

第六节 中国坚果行业平均价格走势预测

一、中国坚果行业价格影响因素

二、中国坚果行业平均价格走势预测

三、中国坚果行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国坚果行业区域市场现状分析

第一节 中国坚果行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地坚果市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区坚果市场规模分析

四、华东地区坚果市场规模预测

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、华中地区坚果市场规模分析

四、华中地区坚果市场规模预测

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、华南地区坚果市场规模分析

第九章 2016-2018年中国坚果行业竞争情况

第一节 中国坚果行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国坚果行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国坚果行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 坚果行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国坚果行业发展前景分析与预测

第一节 中国坚果行业未来发展前景分析

一、坚果行业国内投资环境分析

二、中国坚果行业市场机会分析

三、中国坚果行业投资增速预测

第二节 中国坚果行业未来发展趋势预测

第三节 中国坚果行业市场发展预测

一、中国坚果行业市场规模预测

二、中国坚果行业市场规模增速预测

三、中国坚果行业产值规模预测

四、中国坚果行业产值增速预测

五、中国坚果行业供需情况预测

第四节 中国坚果行业盈利走势预测

一、中国坚果行业毛利润同比增速预测

二、中国坚果行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国坚果行业投资风险与营销分析

第一节 坚果行业投资风险分析

一、坚果行业政策风险分析

二、坚果行业技术风险分析

三、坚果行业竞争风险

四、坚果行业其他风险分析

第二节 坚果行业企业经营发展分析及建议

一、坚果行业经营模式

二、坚果行业销售模式

三、坚果行业创新方向

第三节 坚果行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国坚果行业发展策略及投资建议

第一节 中国坚果行业品牌战略分析

- 一、坚果企业品牌的重要性
- 二、坚果企业实施品牌战略的意义
- 三、坚果企业品牌的现状分析
- 四、坚果企业的品牌战略
- 五、坚果品牌战略管理的策略

第二节 中国坚果行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国坚果行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国坚果行业发展策略及投资建议

第一节 中国坚果行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国坚果行业定价策略分析

第三节 中国坚果行业营销渠道策略

- 一、坚果行业渠道选择策略
- 二、坚果行业营销策略

第四节 中国坚果行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国坚果行业重点投资区域分析

二、中国坚果行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/shipin/386357386357.html>