

中国坚果炒货行业发展深度研究与投资前景分析 报告（2026-2033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《中国坚果炒货行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033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/202602/778974.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、坚果炒货具备日常休闲食用与节日礼品馈赠的双重核心属性

坚果炒货是以果蔬籽、果仁、坚果等为核心原料，添加或不添加辅料，经炒制、烘烤、油炸等工艺制成的食品品类。该品类以热加工为主要工艺，成品多保留带壳或半脱壳形态，兼顾食用口感与剥食便捷性，同时具备日常休闲食用与节日礼品馈赠的双重属性。

从消费特征来看，品类日常化、高频化趋势显著：超 80% 的消费者购买坚果炒货的月均花费集中在 20-100 元区间，月购一次及以上的消费者占比居首。同时礼品属性依旧突出，消费动因中“礼品馈赠”占比达 39.58%，为节日消费奠定坚实市场基础。目前，我国是全球坚果炒货核心消费市场。据国际坚果及干果协会数据，中国年坚果果仁消费量达800万吨，占全球总产量的15%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、坚果礼盒成年货核心，双节驱动季节性热销

随着2026年春节的临近，坚果礼盒作为年货必备品类，消费热度持续攀升，成为年货市场的核心亮点之一。数据显示，自2025年12月29日年货节启动以来，盒马旗下坚果礼盒销量同比增长168%。《抖音电商2026年货礼盒消费报告》显示，抖音电商年货节期间，品牌年货礼盒销量较日常提升3倍，其中坚果、乳制品、肉干肉脯、糕点和饮料等传统年货品类，稳居热销品牌礼盒前五名。

事实上，坚果炒货的消费具有鲜明的季节性特征，从2023年至2025年的行业规律来看，每年12月至次年1月，受元旦、春节双节效应带动，坚果及各类炒货产品都会进入全年消费热销期。另有调研数据佐证，2024年我国新春礼盒消费市场中，坚果礼盒的购买占比稳居首位，成功超越茶叶、白酒等传统热门礼盒品类，成为节庆送礼的首选之一，进一步巩固了其在年货市场中的核心地位。

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、终端售价水涨船高，多款中高端坚果炒货单品单价突破百元

伴随品类市场热度持续攀升，坚果炒货终端售价水涨船高，多款中高端单品单价突破百元，部分稀缺品类更是站上两百元价位。截至 2026年1月28日，薛记炒货线下门店中，瓜子、花生等基础款现制炒货售价为23.8元/斤；开心果、现烤腰果、开口松子等中高端现制坚果单价均逼近100元 /斤，其中手剥松子售价高达218元/斤，成为高端日常消费与品质礼赠的热门选择。无独有偶，主打商场中岛布局的琦王花生，其坚果产品定价同样居高不下，单价基本维持在100元 / 斤以上。

坚果炒货价格大幅走高，核心源于三大驱动因素：一是消费升级下的渠道成本攀升，高端炒

货品牌纷纷进驻商场渠道，高额的租金、精细化的装修等运营成本最终转嫁至产品售价。二是原料与工艺的双重升级，以薛记炒货为例，其对瓜子品控提出精细化要求，宣称每斤瓜子严格控制在2000粒，原料甄选与工艺打磨推高产品成本；三是春节节点的供需失衡，瓜子等炒货作为年货刚需品类，节前市场需求短期暴增，进一步助推价格上行。

资料来源：公开资料，观研天下整理

四、坚果炒货消费人群趋于年轻化，口味成为购买坚果炒货主要决策因素

坚果炒货消费人群趋于年轻化，口味成为购买坚果炒货主要决策因素。调研数据显示，在坚果炒货网购消费者中28-38岁占比最大，达到46.9%，其次为18-28岁，占比28.2%，38岁以下占75%以上，消费人群结构偏年轻化。在消费决策维度，消费者购买零食的首要考虑因素为“口味”，其次为食品安全、健康、价格等，口味体验成为品牌吸引消费者的核心抓手。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

五、目前我国坚果炒货整体呈“增速放缓、规模扩张”成熟化轨迹，下阶段竞争焦点主要集中在产品创新、渠道布局、差异化竞争三个核心维度

从整体市场来看，目前我国坚果炒货行业已步入成熟发展阶段，整体呈现“规模扩张、增速放缓”的清晰轨迹。从规模来看，2023-2029年我国坚果炒货市场规模将由2755亿元稳步提升至4283亿元，其中2024年市场规模已成功突破3000亿元，未来五年有望形成超千亿的市场增量空间，行业增长潜力仍在释放。从增速来看，我国坚果炒货行业增长率将由2023年的9.0%逐步回落至2029年的6.1%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

另外从头部企业开店速度也可看出，当前坚果炒货行业发展正在逐步放缓。据窄门餐眼数据，薛记炒货2022年开店400余家，2023—2025年开店削减至200家左右；琦王花生2022年开店300余家，但2024、2025年开店数不足100家，扩张步伐显著放缓。这背后反映了当前休闲零食行业内卷加剧，随着高端零食的普及，其“社交面子”属性逐渐弱化，消费者对高端炒货的追捧度有所降温，这也导致薛记、琦王等品牌难以维持此前的高速扩张节奏。与此同时，行业同质化问题凸显，薛记、琦王花生等头部品牌主打品类高度雷同，口味差异不足10%，进一步稀释了产品竞争力，也制约了品牌扩张速度。

在行业成熟化转型的大趋势下，坚果炒货行业下一阶段的竞争焦点将更加清晰，主要集中在产品创新、渠道布局、差异化竞争三个核心维度：

其一，产品创新需坚持“上新但不乱新”的原则。既要持续迭代产品口味与形态，贴合健康消费趋势推出低糖、低盐、非油炸等创新品类，也要强化营养、配方与品质的稳定性，并让消

费者清晰感知到品质价值，否则当产品“稀缺感”被同类品牌持续稀释后，消费者对高端溢价的容忍度将进一步下降。

其二，渠道布局需从“商场中岛高曝光”向“全场景深度覆盖”转型。当前坚果炒货消费已趋于日常化，超80%的消费者月均花费集中在20—100元，且月购一次及以上的消费者占比最高，品牌需聚焦这一特征，深耕社区、办公、出行等高频消费场景，同时发力线上即时零售等新兴渠道，真正做厚日常化消费市场，摆脱对单一高端场景的依赖，实现渠道多元化布局。

其三，行业需警惕同质化竞争陷阱。当前行业已出现“越卷越像、越像越难卖贵”的苗头，品牌在装修风格、产品包装、口味创新上高度趋同，不仅压缩了自身盈利空间，也降低了行业整体竞争力。未来品牌需打造差异化优势，无论是原料甄选、工艺创新，还是品牌定位、营销模式，都应突出自身特色，避免陷入同质化竞争的恶性循环，同时可借鉴裸散货等特色模式，通过烟火气与高性价比打造差异化竞争力。（WW）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国坚果炒货行业发展深度研究与投资前景分析报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，帮助业内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。

报告主要图表介绍

图（部分）

表（部分）

2021-2025年行业市场规模

行业相关政策

2021-2025年行业产量

行业相关标准

2021-2025年行业销量

PEST模型分析结论

2025年行业成本结构情况

行业所属行业企业数量分析

2021-2025年行业平均价格走势

行业所属行业资产规模分析

2021-2025年行业毛利率走势

行业所属行业流动资产分析

2021-2025年行业细分市场1市场规模
行业所属行业销售规模分析
2026-2033年行业细分市场1市场规模及增速预测
行业所属行业负债规模分析
2021-2025年行业细分市场2市场规模
行业所属行业利润规模分析
2026-2033年行业细分市场2市场规模及增速预测
所属行业产值分析
2021-2025年全球行业市场规模
所属行业盈利能力分析
2025年全球行业区域市场规模分布
所属行业偿债能力分析
2021-2025年亚洲行业市场规模
所属行业营运能力分析
2026-2033年亚洲行业市场规模预测
所属行业发展能力分析
2021-2025年北美行业市场规模
企业1营业收入构成情况
2026-2033年北美行业市场规模预测
企业1主要经济指标分析
2021-2025年欧洲行业市场规模
企业1盈利能力分析
2026-2033年欧洲行业市场规模预测
企业1偿债能力分析
2026-2033年全球行业市场规模分布预测
企业1运营能力分析
2026-2033年全球行业市场规模预测
企业1成长能力分析
2025年行业区域市场规模占比
企业2营业收入构成情况
2021-2025年华东地区行业市场规模
企业2主要经济指标分析
2026-2033年华东地区行业市场规模预测
企业2盈利能力分析
2021-2025年华中地区行业市场规模

企业2偿债能力分析

2026-2033年华中地区行业市场规模预测

企业2运营能力分析

2021-2025年华南地区行业市场规模

企业2成长能力分析

2026-2033年华南地区行业市场规模预测

企业3营业收入构成情况

2021-2025年华北地区行业市场规模

企业3主要经济指标分析

2026-2033年华北地区行业市场规模预测

企业3盈利能力分析

2021-2025年东北地区行业市场规模

企业3偿债能力分析

2026-2033年东北地区行业市场规模预测

企业3运营能力分析

2021-2025年西南地区行业市场规模

企业3成长能力分析

2026-2033年西南地区行业市场规模预测

企业4营业收入构成情况

2021-2025年西北地区行业市场规模

企业4主要经济指标分析

2026-2033年西北地区行业市场规模预测

企业4盈利能力分析

2026-2033年行业市场分布预测

企业4偿债能力分析

2026-2033年行业投资增速预测

企业4运营能力分析

2026-2033年行业市场规模及增速预测

企业4成长能力分析

2026-2033年行业产值规模及增速预测

企业5营业收入构成情况

2026-2033年行业成本走势预测

企业5主要经济指标分析

2026-2033年行业平均价格走势预测

企业5盈利能力分析

2026-2033年行业毛利率走势

企业5偿债能力分析

行业所属生命周期

企业5运营能力分析

行业SWOT分析

企业5成长能力分析

行业产业链图

企业6营业收入构成情况

.....

.....

图表数量合计

130+

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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 坚果炒货 行业基本情况介绍

第一节 坚果炒货 行业发展情况概述

一、坚果炒货 行业相关定义

二、坚果炒货 特点分析

三、坚果炒货 行业供需主体介绍

四、坚果炒货 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国坚果炒货 行业发展历程

第三节 中国坚果炒货行业经济地位分析

第二章 中国坚果炒货 行业监管分析

第一节 中国坚果炒货 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国坚果炒货 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对坚果炒货 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 中国坚果炒货 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国坚果炒货 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、 经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国坚果炒货 行业环境分析结论

第四章 全球坚果炒货 行业发展现状分析

第一节 全球坚果炒货 行业发展历程回顾

第二节 全球坚果炒货 行业规模分布

一、2021-2025年全球坚果炒货 行业规模

二、全球坚果炒货 行业市场区域分布

第三节 亚洲坚果炒货 行业地区市场分析

一、亚洲坚果炒货 行业市场现状分析

二、2021-2025年亚洲坚果炒货 行业市场规模与需求分析

三、亚洲坚果炒货 行业市场前景分析

第四节 北美坚果炒货 行业地区市场分析

一、北美坚果炒货 行业市场现状分析

二、2021-2025年北美坚果炒货 行业市场规模与需求分析

三、北美坚果炒货 行业市场前景分析

第五节 欧洲坚果炒货 行业地区市场分析

一、欧洲坚果炒货 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲坚果炒货 行业市场规模与需求分析

三、欧洲坚果炒货 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球坚果炒货 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球坚果炒货 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国坚果炒货 行业运行情况

第一节 中国坚果炒货 行业发展介绍

一、坚果炒货行业发展特点分析

二、坚果炒货行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国坚果炒货 行业市场规模分析

一、影响中国坚果炒货 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国坚果炒货 行业市场规模

三、中国坚果炒货行业市场规模数据解读

第三节 中国坚果炒货 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国坚果炒货 行业供应规模

二、中国坚果炒货 行业供应特点

第四节 中国坚果炒货 行业需求情况分析

一、2021-2025年中国坚果炒货 行业需求规模

二、中国坚果炒货 行业需求特点

第五节 中国坚果炒货 行业供需平衡分析

第六章 中国坚果炒货 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国坚果炒货 行业市场动态情况

第二节 坚果炒货 行业成本与价格分析

一、坚果炒货行业价格影响因素分析

二、坚果炒货行业成本结构分析

三、2021-2025年中国坚果炒货 行业价格现状分析

第三节 坚果炒货 行业盈利能力分析

一、坚果炒货 行业的盈利性分析

二、坚果炒货 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国坚果炒货 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

第五节 中国坚果炒货 行业的经济周期分析

第七章 中国坚果炒货 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国坚果炒货 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、坚果炒货 行业产业链图解

第二节 中国坚果炒货 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对坚果炒货 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对坚果炒货 行业的影响分析

第三节 中国坚果炒货 行业细分市场分析

一、中国坚果炒货 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

(细分市场划分详情请咨询观研天下客服)

第八章 中国坚果炒货 行业市场竞争分析

第一节 中国坚果炒货 行业竞争现状分析

一、中国坚果炒货 行业竞争格局分析

二、中国坚果炒货 行业主要品牌分析

第二节 中国坚果炒货 行业集中度分析

一、中国坚果炒货 行业市场集中度影响因素分析

二、中国坚果炒货 行业市场集中度分析

第三节 中国坚果炒货 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

第四节 中国坚果炒货 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

第九章 中国坚果炒货 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国坚果炒货 行业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 中国坚果炒货 行业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 中国坚果炒货 行业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

第十章 中国坚果炒货 行业区域市场现状分析

第一节 中国坚果炒货 行业区域市场规模分析

一、影响坚果炒货 行业区域市场分布的因素

二、中国坚果炒货 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区坚果炒货 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、华东地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区坚果炒货 行业市场规模

2、华东地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区坚果炒货 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、华中地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区坚果炒货 行业市场规模

2、华中地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区坚果炒货 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、华南地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区坚果炒货 行业市场规模

2、华南地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区坚果炒货 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区坚果炒货 行业市场规模

2、华北地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区坚果炒货 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、东北地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区坚果炒货 行业市场规模

2、东北地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区坚果炒货 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、西南地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区坚果炒货 行业市场规模

2、西南地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区坚果炒货 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、西北地区坚果炒货 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区坚果炒货 行业市场规模

2、西北地区坚果炒货 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区坚果炒货 行业市场规模预测

第九节 2026-2033年中国坚果炒货 行业市场规模区域分布预测

第十一章 坚果炒货 行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）

第一节 企业1

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2

第三节 企业3

第四节 企业4

第五节 企业5

第六节 企业6

第七节 企业7

第八节 企业8

第九节 企业9

第十节 企业10

【第四部分 行业趋势、总结与策略】

第十二章 中国坚果炒货 行业发展前景分析与预测

第一节 中国坚果炒货 行业未来发展趋势预测

第二节 2026-2033年中国坚果炒货 行业投资增速预测

第三节 2026-2033年中国坚果炒货 行业规模与供需预测

一、2026-2033年中国坚果炒货 行业市场规模与增速预测

二、2026-2033年中国坚果炒货 行业产值规模与增速预测

三、2026-2033年中国坚果炒货 行业供需情况预测

第四节 2026-2033年中国坚果炒货 行业成本与价格预测

一、2026-2033年中国坚果炒货 行业成本走势预测

二、2026-2033年中国坚果炒货 行业价格走势预测

第五节 2026-2033年中国坚果炒货 行业盈利走势预测

第六节 2026-2033年中国坚果炒货 行业需求偏好预测

第十三章 中国坚果炒货 行业研究总结

第一节 观研天下中国坚果炒货 行业投资机会分析

一、未来坚果炒货 行业国内市场机会

二、未来坚果炒货行业海外市场机会

第二节 中国坚果炒货 行业生命周期分析

第三节 中国坚果炒货 行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国坚果炒货 行业SWOT分析结论

第四节 中国坚果炒货 行业进入壁垒与应对策略

第五节 中国坚果炒货 行业存在的问题与解决策略

第六节 观研天下中国坚果炒货 行业投资价值结论

第十四章 中国坚果炒货 行业风险及投资策略建议

第一节 中国坚果炒货 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第二节 中国坚果炒货 行业风险分析

一、坚果炒货 行业宏观环境风险

二、坚果炒货 行业技术风险

三、坚果炒货 行业竞争风险

四、坚果炒货 行业其他风险

五、坚果炒货 行业风险应对策略

第三节 坚果炒货 行业品牌营销策略分析

一、坚果炒货 行业产品策略

二、坚果炒货 行业定价策略

三、坚果炒货 行业渠道策略

四、坚果炒货 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202602/778974.html>