

2016-2022年中国坚果行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国坚果行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/282278.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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，闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒或者多粒种子。如板栗，花生，核桃等的果实。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。

根据权威机构研究得出：每周食用两次以上坚果能够降低人们患致命心脏病的风险，这是美国医生健康研究项目的两万多名男性医生消费坚果的特点进行调查后的准确结果。专家还指出：每周至少吃两次，每次一盎司坚果的人死于突发性心脏病的几率要比根本不吃坚果的人低47%。因为坚果中富含蛋白质，又叫长生果，又叫植物肉，它是大自然给予人类最美好的礼物，它的营养价值被社会所公认，它含有的锌、锰、磷等人类所必须的微量元素对人类来说都是非常宝贵的！还能够调节人体内分泌、对于我们的大脑神经也有很好的调节功能，还能够防癌、抗癌。对人类的帮助真的是非常大，而且经济又实惠，是人类的良药！专家还发现，吃坚果的人患冠状动脉心脏病的几率要低。坚果有益于我们身体的健康，特别是对于我们的心脏，坚果能够有效的减低心脏病的得病几率和发病风险。

坚果中分别含有蛋白质36.0%、脂肪58.8%、碳水化合物72.6%，还含有维生素（维生素B、E等）、微量元素（磷、钙、锌、铁）、膳食纤维等。另外，其中还含有单、多不饱和脂肪酸，包括亚麻酸、亚油酸等人体的必需脂肪酸。坚果对人体健康的好处主要表现在以下几个方面：

1、降低妇女发生2型糖尿病的危险。美国哈佛大学公共卫生学院营养系的研究人员曾对11个国家的8.4万名34~59岁的妇女进行了16年的跟踪调查，结果显示，多食坚果将能显著降低2型糖尿病的发生危险。他们认为，坚果中富含不饱和脂肪及其他营养物，这些营养物质均有助于改善血糖和胰岛素的平衡。

2、降低心脏性猝死率。由于坚果中的某些成分具有抗心率失常的作用，因而，在控制了已知的心脏危险因素并做到合理饮食后，吃坚果与降低心源性猝死明显相关。与很少或从不吃坚果的人相比，每周吃2次或2次以上坚果者，发生心源性猝死和因冠心病死亡的危险性均较低。2002年以85名高脂血症患者为受试者，每天予其服用75克美国大杏仁，连续服用4周，对其血脂进行观察。结果表明，受试者在服用大杏仁后血清总胆固醇和载脂蛋白B明显下降，载脂蛋白A1明显升高。说明富含单不饱和脂肪酸的美国大杏仁对高脂血症患者的血脂和载脂蛋白水平有良好的调节作用。

3、清除自由基。自由基非常活泼，会与人体内的细胞组织以及DNA发生反应，从而产生毒性和损坏作用。研究表明，一些坚果类食物如葵花子具有较强的清除自由基的能力，其作用可与草莓、菠菜清除自由基的能力相比。

4、补脑益智。脑细胞由60%的不饱和脂肪酸和35%的蛋白质构成。因此，对于大脑的发育来说，需要的第一营养成分是不饱和脂肪酸。坚果类食物中含有大量的不饱和脂肪酸，还含有15%~20%的优质蛋白质和十几种重要的氨基酸，这些氨基酸都是构成脑神经细胞的主

要成分。坚果中对大脑神经细胞有益的维生素B1、B2、B6，维生素E及钙、磷、铁、锌等的含量也较高。因此，吃坚果对改善脑部营养很有益处，特别适合孕妇和儿童食用。

5、提高视力。研究发现，咀嚼强度对提高视力起着一定的作用，多吃坚果可以提高视力。眼睛的睫状肌对眼球晶状体具有调节作用，而睫状肌的调节功能有赖于面部的肌力，面部肌力的增强则得益于咀嚼强度。现代人的食物日趋软化，进食时咀嚼很少或根本不需要咀嚼，致使面部肌肉力量变弱，睫状肌对眼球晶状体调节功能降低，视力也就容易随之下降。所以，要提高视力，就要多吃较硬的食物，并长期坚持对食物进行充分咀嚼。

2014 年国内休闲食品市场规模达到3875亿元，同比增长23.66%。而2004-14十年间休闲食品行业规模平均复合增长率高达 21.78%，国内休闲食品行业持续保持高景气度，果脯蜜饯、坚果炒货和休闲素食蔬果为休闲食品规模最大的三个品类。2004-2014年休闲食品CAGR高达 21.78%

坚果炒货占国内休闲食品行业规模的 23%

数据显示，全球零食行业的市场规模为3740亿美元，虽然仅同比增长 2%，但是健康零食细分品类的消费需求快速成长，欧美市场的健康零食的增长速度是传统零食的4倍，而健康休闲食品在欧美资本市场的火爆也彰显出行业巨大的市场空间。

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。

报告目录：

第一章 中国坚果行业PEST模型分析

第一节 坚果行业定义统计标准

一、坚果行业概念及分类

二、坚果行业统计部门和统计口径

三、坚果行业产业链结构分析

四、坚果行业发展周期分析

第二节 中国坚果行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十二五”发展规划

第三节 中国坚果行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对坚果行业影响
- 二、国内宏观经济及对坚果行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、坚果行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国坚果行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对坚果行业影响
- 二、坚果人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对坚果行业影响

第五节 中国坚果行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

第二章 2013-2015年全球坚果行业市场发展状况分析

第一节 2013-2015年世界坚果行业发展状况

- 一、世界坚果行业生产情况
- 二、世界坚果消费及趋势分析
- 三、世界坚果行业发展趋势分析

第二节 美国坚果行业现状分析

- 一、美国坚果行业的市场现状
- 二、美国坚果行业的市场特征

美国经验显示，人均

GDP

与健康休闲食品的代表坚果的消费成正比。而根据尼尔森的预测，2014-2019

年美国传统休闲食品的年均复合增速约为 3%-4%，而健康休闲食品（Better-For-You Snacks，简称BYFSnacks）的年均复合增速在10%以上，为传统食品的至少三倍。我们认为，伴随着人口消费潜力（15-35岁是坚果消费主要群体）以及健康消费趋势，高端坚果的新品类碧根果、夏威夷果等仍处于消费培育阶段，未来销量增速较快且空间较大，国内坚果的消费仍能保持20%左右的增速。

美国树坚果产品消费量持续增长

美国人均 GDP与坚果消费量成正比

美国健康休闲食品增速是传统食品的三倍

第三节 日本坚果行业现状分析

一、日本坚果行业的市场规模

二、日本坚果行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲坚果行业市场状况

一、欧洲坚果行业的市场现状

二、欧洲坚果行业的市场特征

第五节 主要跨国坚果公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2015年我国坚果行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2015年我国坚果行业发展现状

一、坚果行业市场规模

二、坚果行业产品发展现状

2009-2016 年我国的电子商务交易规模从 3.60 万亿增长到 19.90 万亿，年均复合增长率高达28%，远高于国内消费品零售总额 10%左右的增速。而 2009-2015年间，中国食品电商交易额均保持略高于整体电子商务的增速，市场规模从43亿提高到425亿元，但是占电商交易总额的比重仍很小，发展空间较大。

2009-2016年国内电子商务 CAGR 达 28%

2010-2014年国内食品电商 CAGR 达 35%

以 2015 年双十一购物节的数据为例，坚果电商市场规模排名前三的三只松鼠、百草味和良品铺子分别实现2.5亿、1.23 亿和1.2 亿的销售规模，均同比增长 2-3 倍。

坚果电商百草味收入规模持续高增长

2015年双十一坚果销售持续火爆

三、坚果行业消费市场现状

第二节 2013-2015年坚果行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2013-2015年坚果市场结构和价格走势分析

一、2013-2015年我国坚果市场结构和价格走势概述

二、2013-2015年我国坚果市场结构分析

三、2013-2015年我国坚果市场价格走势分析

第四节 2013-2015年重点城市坚果市场发展情况

第四章 2013-2015年中国坚果行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2015年中国坚果行业经济运行主要特点

第二节 2013-2015年坚果行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2015年全国坚果行业供给情况分析

一、全国坚果行业总产值分析

二、全国坚果行业产成品分析

三、各地区坚果行业供给情况分析

第四节 2013-2015年全国坚果行业需求情况分析

一、全国坚果行业销售产值分析

二、全国坚果行业销售收入分析

三、各地区坚果行业需求情况分析

四、全国坚果行业产销率分析

第五节 2013-2015年中国坚果行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、坚果行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、坚果行业进口前景及建议

第五章 坚果区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2015年行业发展现状分析

二、2013-2015年市场需求情况分析

三、2013-2015年市场规模情况分析

四、2013-2015年行业竞争格局分析

五、2013-2015年消费者的偏好分析

六、2016-2022年行业发展趋势分析

第六章 2013-2015年中国坚果行业主要细分产品市场分析

第一节 坚果行业产品结构分析

第二节 榛子行业发展分析

一、榛子行业发展状况分析

二、榛子行业品牌格局分析

三、榛子行业发展趋势与前景预测

第三节 核桃行业发展分析

一、核桃行业发展状况分析

二、核桃行业消费特征分析

三、核桃行业品牌格局分析

四、核桃行业发展趋势及前景预测

第四节 杏仁行业发展分析

一、杏仁行业发展总体概况

二、杏仁行业消费特征分析

三、杏仁行业品牌竞争格局分析

四、杏仁行业发展趋势及前景预测

第五节 腰果行业发展分析

一、腰果行业发展状况

二、腰果产品结构分析

三、腰果消费特征分析

四、腰果行业品牌竞争格局分析

五、腰果行业发展趋势及前景预测

第六节 其他坚果行业发展分析

一、其他坚果行业发展状况

- 二、其他坚果产品结构分析
- 三、其他坚果行业消费特征分析
- 四、其他坚果行业品牌竞争格局分析
- 五、其他坚果行业发展趋势及前景预测

第七章 中国坚果行业消费市场分析

第一节 中国坚果消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2013-2015年消费者收入水平
- 三、2015年消费者信心指数分析

第二节 坚果行业产品目标客户群体调查

- 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

第三节 坚果市场消费需求分析

- 一、坚果市场的消费需求变化
- 二、坚果行业的需求情况分析
- 三、2015年坚果品牌市场消费需求趋势

第四节 坚果消费市场状况分析

- 一、坚果行业消费特点
- 二、坚果消费者分析
- 三、坚果消费结构分析
- 四、坚果消费的市场变化
- 五、坚果市场的消费方向

第五节 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

第六节 坚果行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查

五、坚果行业品牌忠诚度调查

六、坚果行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第八章 坚果行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2013-2015年坚果行业竞争格局分析

一、2013-2015年国内外坚果竞争分析

二、2013-2015年我国坚果市场竞争分析

三、2013-2015年我国坚果市场集中度分析

四、2016-2022年国内主要坚果企业动向

五、2015年国内坚果拟在建项目分析

第四节 坚果市场竞争策略分析

一、2015年坚果市场增长潜力分析

二、2015年坚果主要潜力品种分析

三、现有坚果产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 坚果企业竞争策略分析

一、坚果行业竞争格局的影响因素分析

二、2016-2022年我国坚果市场竞争趋势

三、2016-2022年坚果行业竞争策略分析

四、2016-2022年坚果企业竞争策略分析

第九章 主要坚果企业竞争分析

第一节 宁波恒康食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第二节 杭州姚生记食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第三节 洽洽食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第四节 兰州正林农垦食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第五节 金果园老农(北京)食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第六节 天喔食品(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第七节 安徽詹氏食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第八节 上海来伊份股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第九节 江苏阿里山食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十节 杭州姚太太食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2015年经营状况

四、2016-2022年发展战略

第十章 坚果行业发展趋势与前景预测

第一节 我国坚果行业前景与机遇分析

一、我国坚果行业发展前景

二、我国坚果发展机遇分析

第二节 2016-2022年中国坚果市场趋势分析

一、2013-2015年坚果市场趋势总结

二、2016-2022年坚果市场发展空间

三、2016-2022年坚果产业政策趋向

四、2016-2022年坚果技术革新趋势

五、2016-2022年坚果价格走势分析

六、2016-2022年国际环境对行业的影响

七、2016-2022年坚果发展趋势分析

第三节 未来坚果需求与消费预测

一、2016-2022年坚果产品消费预测

二、2016-2022年坚果市场规模预测

三、2016-2022年坚果行业总产值预测

四、2016-2022年坚果行业销售收入预测

第四节 2016-2022年中国坚果行业供需预测

一、2016-2022年中国坚果供给预测

二、2016-2022年中国坚果需求预测

三、2016-2022年中国坚果供需平衡预测

四、2016-2022年中国坚果产品价格趋势

五、2016-2022年主要坚果产品进出口预测

第十一章 坚果行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2015年坚果行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模及增速

三、2015年分行业投资分析

四、2015年分地区投资分析

五、2015年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2016-2022年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2015年坚果技术发展分析

二、2016-2022年坚果技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十二章 坚果行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2015年相关产业活力系数比较

二、2013-2015年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2015年相关产业投资收益率比较

二、2013-2015年行业投资收益率分析

第三节 坚果行业投资效益分析

一、2013-2015年坚果行业投资状况分析

二、2016-2022年坚果行业投资效益分析

三、2016-2022年坚果行业投资趋势预测

四、2016-2022年坚果行业的投资方向

五、2016-2022年坚果行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响坚果行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2016-2022年影响坚果行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响坚果行业运行的不利因素分析

三、2016-2022年我国坚果行业发展面临的挑战分析

四、2016-2022年我国坚果行业发展面临的机遇分析

第五节 坚果行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年坚果行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年坚果行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年坚果行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年坚果行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年坚果行业同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年坚果行业其他风险及控制策略

第十三章 坚果行业投资战略研究

第一节 坚果行业发展战略研究

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

第二节 对我国坚果品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、坚果实施品牌战略的意义

三、坚果企业品牌的现状分析

四、我国坚果企业的品牌战略

五、坚果品牌战略管理的策略

第三节 坚果经营策略分析

一、坚果市场细分策略

二、坚果市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、坚果新产品差异化战略

第四节 中研信息咨询投资战略研究

一、2015年坚果行业投资战略

二、2016-2022年坚果行业投资战略

图表目录：

图表：坚果产业链分析

图表：全球坚果市场规模

图表：全球坚果生命周期

图表：2015年我国坚果行业主要经济指标

图表：2015年我国坚果出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2015年坚果销售收入

图表：2015年坚果销售收入增长趋势图

图表：2015年坚果不同规模企业销售额

图表：2015年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2015年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2015年1-12月坚果不同所有制企业销售额

图表：2015年坚果不同所有制企业销售额

图表：2015年坚果不同所有制企业销售额对比图

图表：2015年坚果利润总额

图表：2015年坚果利润总额增长趋势图

图表：2015年坚果不同规模企业利润总额

图表：2015年坚果不同规模企业利润总额对比图

图表：2015年坚果不同所有制企业利润总额

图表：2015年坚果不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2015年坚果资产总额

图表：2011-2015年坚果总资产增长趋势图

图表：2013-2015年坚果不同规模企业总资产

图表：2013-2015年坚果不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2015年坚果不同所有制企业总资产

图表：2013-2015年坚果不同所有制企业总资产对比图

图表：2015年坚果亏损面

图表：2015年坚果亏损企业亏损总额

图表：2015年坚果销售毛利率趋势图

图表：2015年坚果成本费用率

图表：2015年坚果成本费用利润率趋势图

图表：2015年坚果销售利润率趋势图

图表：2015年坚果应收账款周转率对比图

图表：2015年坚果流动资产周转率对比图

图表：2015年坚果总资产周转率对比图

图表：2015年坚果资产负债率对比图

图表：2015年坚果利息保障倍数对比图

图表：2013-2015年中国坚果发展能力分析

图表：2013-2015年中国坚果竞争力分析

图表：坚果市场调查对象情况分析

图表：坚果消费者消费习惯调查

图表：消费者对坚果产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：坚果消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2015年中国消费者坚果品牌构成

图表：坚果消费者性别比例

图表：坚果消费者年龄分布

图表：坚果消费者购买频率分析

图表：坚果消费者购买坚果的规格

图表：坚果消费者购买坚果消费金额

图表：消费者坚果关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2016-2022年中国坚果产能预测

图表：2016-2022年中国坚果消费量预测

图表：2016-2022年中国坚果市场前景预测

图表：2016-2022年中国坚果市场价格走势预测

图表：2016-2022年中国坚果发展前景预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282278.html>