

坚果炒货行业权威指导性杂志

# 中国坚果炒货

China Nuts and Roasted Seeds Industry

www.csnc.cn

2021第七期（总第八十九期）



**全社会关注全行业聚焦  
“健康坚果助力美好生活”**

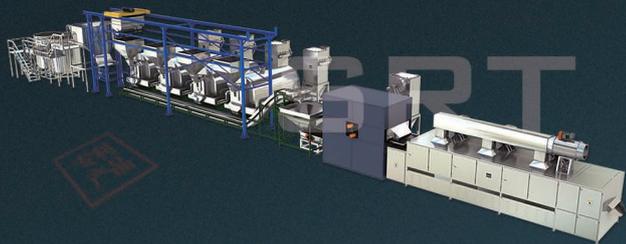
**——2021年9.17中国坚果健康周  
活动取得圆满成功**

9.17专刊

指导单位：中国食品工业协会坚果炒货专业委员会  
2021.11  
主办单位：北京中坚果信息技术服务有限公司

## 脱皮瓜子（西瓜子）生产线

**适用范围：**脱皮瓜子、纸皮南瓜子、煮制西瓜子、杏核、花生、小麦、大米等需长时间炒制的坚果与籽类。



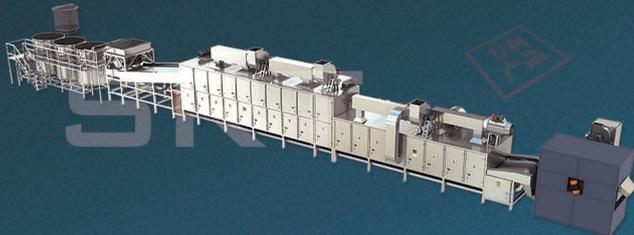
## 坚果生产线

**适用范围：**核桃、巴旦木、夏威夷果、碧根果、开心果、榛子、核桃仁、巴旦木仁、腰果仁、开心果仁、葵花籽、西瓜子、花生、南瓜子等坚果、食品、粮食、油料、薯片等不同物料的干燥。



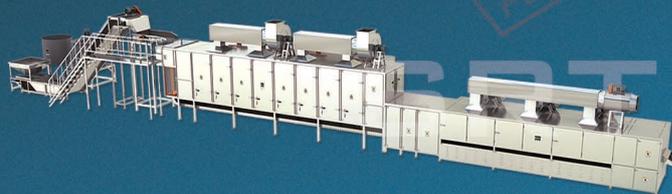
## 香瓜子生产线

**适用范围：**葵花籽、西瓜子、花生、南瓜子、山核桃、巴旦木、碧根果、核桃仁、巴旦木仁、腰果仁、开心果仁等坚果、食品、粮食、油料、薯片等不同物料的干燥。



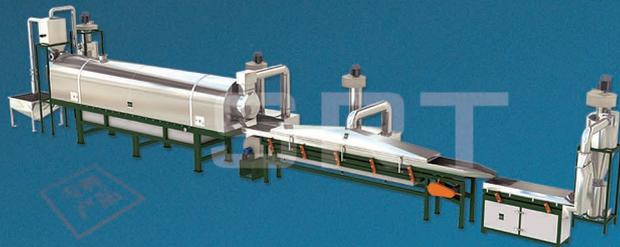
## 坚果果仁生产线

**适用范围：**核桃仁、巴旦木仁、腰果、开心果仁、夏威夷果、榛子仁、花生米、南瓜子仁等。



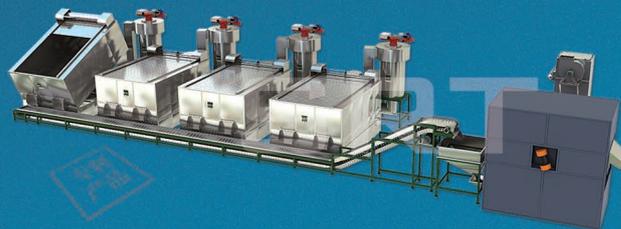
## 原味炒制生产线

**适用范围：**西瓜子、原味葵花籽、腰果、巴旦木（仁）、开心果（仁）、核桃、花生果（米）、瓜蒌子、南瓜子、吊瓜子、黄豆、绿豆等坚果籽类的炒制。



## 瓜子、花生、坚果等生产线

**适用范围：**葵花籽、花生、南瓜子、核桃、巴旦木仁、开心果、碧根果、榛子、夏威夷果等不同物料的干燥。



中国坚果炒货协会副会长单位



开封市思瑞特机械厂 开封朗瑞机械有限公司

地址：河南开封市汴东产业集聚区中兴路

电话：（0371）26668019 26665819

传真：（0371）26665839 邮箱：kfsrtjx@163.com

网址：www.kfsrt.com



扫一扫了解更多

「打芽除杂一遍清  
无创高产云质选」



**TK系列耀世而生  
每一次都为改变世界**

# 中国坚果炒货

China Nuts and Roasted Seeds Industry  
www.csnc.cn

2021第七期(总第八十九期)



指导单位: 中国食品工业协会坚果炒货专业委员会  
主办单位: 北京中坚果合果信息技术有限公司  
“中国坚果炒货”杂志 “中国坚果炒货网”  
“中国坚果炒货展会网”

### 编辑委员会

名誉主任: 陈先保  
主任: 章燎原  
副主任: 陈冬梅 翁洋洋

### 委员: (以姓氏拼音为序)

陈海生	陈居立	陈俊兴	陈林芳
陈榆秀	邓杨勇	方思汉	封斌奎
高光伟	何姣英	何旭东	何源
赖小军	梁小鹏	刘金发	林德明
林垦	吕金刚	年强	阮世忠
沈海斌	宋佰春	宋全厚	孙国升
孙钱玮	王宝臣	王汉玉	王在良
魏玮	肖霖	谢东奎	徐长海
徐建兴	严斌生	谢国庆	杨红春
余瑞芳	郁瑞芬	詹权胜	张永平
张志刚	赵文革	周秉军	周建峰
朱永涛			

### 行业专家: (以姓氏拼音为序)

国内:	毕守英	曹勇	陈银权
陈渊	刁文英	丁立忠	高春
高军	葛运兵	龚明	顾千辉
郭梅	姜念波	金龙	李金昌
李勇	李志国	梁金辉	陆斌
马俊	马良平	牛超峰	潘明亮
乔如柏	施蕊	孙美蕊	王丽
王文林	王育平	王志强	魏本强
吴顺叶	向群	薛凌宇	严明
杨陈毅	杨建华	尹世鲜	余雄伟
袁霞	原武	张阿妮	张凡
张经发	张丽华	张显秋	赵化银
赵坚	赵双革		
国际:	黄光伟	Kevin J.lvey	
Jolyon Burneet	Elrea Strydom		
HUYNH NGOC HUY			
Randy Hudson	Artun Bekar		
Lalit Mohan Singh Bisht			

特聘  
农林经济与科学类资深专家: (以姓氏拼音为序)  
傅松龄 黄坚钦 刘广勤 彭方仁 习学良  
营养与科技类资深专家: (以姓氏拼音为序)  
杜松明 王君 杨晓明 元晓梅 翟凤英 张俭波

主编: 翁洋洋  
编辑: 杨倩 责任编辑: 张蕾  
美术编辑: 路飞 助编: 邱晶  
地址: 北京市西城区马连道南街12号  
气象宾馆3330B  
邮政编码: 100055  
电话: 010-63344578  
邮箱: cnfiec@163.com  
微博: http://weibo.com/u/3215965745  
网址: www.csnc.cn  
微信公众号: 中坚果订阅号 (zhongjianheguo)

声明: 本刊内容仅供行业内交流, 任何形式的转载、  
转发需经本刊书面许可。

## 感谢以下协办单位 (排名不分先后)



# 全社会关注全行业聚焦 “健康坚果助力美好生活”

## ——2021年9.17中国坚果健康周活动取得圆满成功



由中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导、9.17中国坚果健康周组委会组织、北京中坚果信息技术服务有限公司主办、三只松鼠股份有限公司承办的2021年9.17中国坚果健康周活动，于10月24-25日在安徽芜湖隆重举办，来自全国坚果炒货行业种植、原料、加工、设备、添加剂等企业，全渠道采购商、行业协会、政府代表，以及9.17坚果消费体验官代表、百家媒体代表等，千余人出席了本次线下活动，而线上线下一共超两千万人次参与了本届9.17中国坚果健康周活动。活动取得圆满成功，收获满满！感谢全行业的同仁们辛勤付出，感谢社会各界人士的大力支持、积极参与！

9.17活动旨在传播“每天一把坚

果瓜子，有益健康”以及“坚果籽类食品是每人每天应该定量食用的健康食品”的膳食理念，该活动已成功举办六届，六年来已有3亿多人接受了“每天一把坚果瓜子，有益健康”膳食理念的传播，产生了巨大的社会影响力，为助力美好生活，建设健康中国做出了重大贡献。今年的9.17活动呈现出以下几大亮点：

### 一、权威发布我国坚果炒货食品消费市场未来3-5年，将发生五大变化

1、从“上行”到“下沉”。随着中国进一步的强大，以及经济的进一步向好，消费将会进一步向下沉市场渗透，

最终将会推动基于健康休闲食品的消费繁荣。

2、从零食到食材。过去坚果是健康零食的属性。这几年根据调研，用户普遍对每日坚果是一种食材性消费十分认同，将是很大的一个趋势。

3、从终端到配料。坚果配料化赛道即将爆发，未来整个食品产业当中，万物皆可坚果化。坚果和饮料、坚果和咖啡、坚果和一切都会产生关联，这得益于坚果食材的健康属性。

4、从年节礼到日常餐桌。这一趋势不是即将爆发，而是已经爆发。在坚果瓜子的礼品市场进一步坚挺的同时，由于坚果瓜子配料化的爆发，使坚果从年节礼到日常餐桌将成为常态，这基于坚果籽类食品健康功能的普及。

5、从前端到后端。前端的繁荣倒逼后端的进步，在种植领域，种子的培育将会进一步加强，二层加工也会大力增值。从一个新主旨的提出，到我们可能感受到的各种变化，都会极大促进整个坚果籽类产业的大繁荣。

### 二、社会各界、全行业关注度高，参与活动人数超3亿人次，信息量宽泛持久，传播宣传力度、广度、深度大幅提升

9.17活动开幕式当天，来自全国百家媒体用各种形式呈现开幕盛况，先后发出9.17活动稿件近百余篇；天猫、聚划算等电商平台媒体、行业官方网站、微信、知名品牌微博微信转发，成为全社会关注9.17活动的一大热点与亮点。

值得一提的是，9.17中国坚果健康周期间新造热词#吃点新的坚果#，微博阅读量6700万，抖音播放量2823万，小红书实际流量18万。这些都让9.17活动成为了全社会关注的一大热点。为了扩大宣传力度，中国坚果炒货展会网进行了9.17开幕式活动的全程视频和图片直播，当日浏览量超10万人次。线上线下超两千万人次参与了本届9.17中国坚果健康周活动。网易、搜狐、新浪、新华网等全国百余家网络、平面主流媒体进行了多形式、多层面、多角度的宣传；中国坚果炒货网、中国坚果炒货展会网、中国坚果炒货微信公众号以及天猫自媒体、行业企业自媒体都进行了相关报道。

线下通过大中小型商超、卖场、批发市场以及企业自营店悬挂张贴9.17海报和logo来宣传9.17活动。安徽芜湖松鼠小镇的地标建筑摩天轮上做9.17中国坚果健康周的公益宣传。一批坚果炒货批发市场，如南京、上海、合肥、天津、西安、郑州、无锡、临沂等地都在市场的显著位置悬挂了“每天一把坚果瓜子，有益健康”的大型公益宣传牌。

由于传播宣传力度、广度、深度大幅提升，今年的9.17中国坚果健康周活动受众人群众超过3亿人次。再次在引导全民建立科学膳食结构提高体质的同时，有力地推动中国坚果炒货行业持续健康发展。

### 三、跨界合作举办向全社会聘请100名9.17坚果消费体验官活动

今年首次与百事可乐开展跨界合作。主办方联合百事可乐以及近40家坚果炒货企业共同举办第三届“9.17坚果消费体验官”推选活动。主办方通过抖音、微博、微信公众号吸引近2千万人次参与，共收到创新吃坚果和坚果工艺制作的图片、视频近300件，从中推选出100名2021年“9.17坚果消费体验官”，旨在通过这百名9.17坚果消费体验官，更亲民、更深入、更广泛地向民众积极主动传播“每天一把坚果瓜子有益健康”以及“坚果籽类食品



是每人每天应该定量食用的健康食品”的科学膳食理念，及时收集消费者对坚果炒货籽类品质和口味等方面的意见反馈给企业，有利于企业更精准地了解市场、了解消费者，更精准地开发适销对口的新产品，增进企业与消费者之间的互动体验。同时，开幕式还为10名坚果消费体验官代表，以及提供9.17消费体验官专供产品的企业颁发证书。

### 四、首次举办全国坚果炒货、干果果干食品全渠道选品采供大会，涌现出众多新口味、新包装的产品，受到采购商的广泛好评

本届9.17活动首次举办全国坚果炒货、干果果干食品全渠道选品采供大会，经组委会全力、专注整合全社会优质营销资源，精心组织，共有130家企业的近500种坚果炒货、干果果干产品参加了展示，今年产品无论在标签标识，还是在品质和口感方面都比去年的产品有很大的提升，特别在口味创新上有新突破，如：海苔榛子、乳汁花生、藤椒西瓜子、抹茶味蚕豆、蔓越莓核桃、抹茶巧克力核桃仁、爆汁黄桃、免洗红枣等均得到行业专家和线上线下各渠道商评委的一致好评。

### 五、全民消费体验周期间（9月17-9月25日），线上线下丰富多彩的消费体验活动，掀起全民消费体验热潮，坚果瓜子类食品销售稳中有升

1、线上消费体验：本次9.17中国坚果健康周线上活动围绕着口味坚果、功能添加、品质升级、餐佐创新4个新趋势展开，并结合天猫美食品类日、聚划算吾折天等IP进行站内外传播透出，

整体传播量超9000万，取得不错成效，为消费者提供全方位的坚果籽类食品健康消费体验。其中如玛氏beKind坚果棒棒糖环比+80%，觅紫皮腰果同比+32%，餐佐线3天单量破千等。企业增幅稳中有升：三只松鼠纯坚果每日坚果新品首发，累计售出4.7万盒；洽洽混合坚果品类同比增长45%，姚生记全渠道销售业绩增长61.5%；百草味坚果品类整体均有不同程度的增长，其中紫皮腰果和开心果增幅较大，紫皮腰果成长约20%，开心果成长约15%；安徽真心食品销售额增长了24.4%，社团电商增加200万元，主要单品为每日坚果和瓜子。

2、线下消费体验：在线下，消费者能够直接参与和体验的活动则更是层出不穷。部分参与活动的企业和销售商在城市核心商圈设置快闪店、移动健康能量站，开展互动活动。如进行嗑瓜子、吃坚果比赛，举办坚果与籽类食品知识问答竞猜，派发健康坚果能量包等活动；部分企业还组织消费者体验溯源之旅，如参观原料基地，走进工厂了解加工过程；在“9.17中国坚果健康周”期间，部分企业还自行开展以捐赠坚果瓜子食品为主的“献爱心，送健康”公益活动等。

之前的爆款产品每日坚果、天天坚果仍受欢迎，同时今年的新口味产品热销。据不完全统计，今年9.17中国坚果健康周期间线上线下销售收入增幅均稳中有升。

9.17中国坚果健康周活动已深入人心，必将成为全社会和全行业每年最受关注关爱和欢迎的盛会，更是全民的健康盛宴，我们不仅要坚持宣传倡导“每天一把坚果瓜子，有益健康”的科学膳食理念、更要倡导“坚果炒货食品不仅是健康的休闲食品，更是每人每天必须食用的健康食品”。为此，我们一定要办好每年的9.17中国坚果健康周活动，让健康坚果助力美好生活！让坚果籽类这一健康食品真正造福于民！

主编： 

每日坚果



# 国民 零食第一股

股票代码:300783

## 三只松鼠

拥有超过1亿主人的国民零食品牌

成立8年间，三只松鼠上架7000余款零食，获得167个国家和地区、超过1.3亿主人的选择，成为受国人喜爱、畅销全球的超级国民品牌！

猪肉脯



碧根果



选材全球  
大数据“保鲜”(DMP)  
每月上新

老爹鱼豆腐



夏威夷果



\*来源:中国媒体报道和三只松鼠大数据



翁洋洋

忆秦娥  
《读雨》  
今夜里，  
暮秋中雨又淋泥  
又淋泥  
山林暗曳  
雾烟起！  
人道此时金桂香  
我言应是红黄季

红黄季  
银杏冠枝  
赤枫傲倚！  
2021年10月5日晚，京  
郊静之湖畔！

卜算子  
《中秋帖》  
一别夏雨潮  
一盼秋月俏  
何缘春风会摘桃  
此奈冬雪扰  
扰兮责已过  
敢为江山娇  
一草一木皆有情  
揽风景独好

注：一草一木指坚果籽类食品皆为木本，草本有情之物！  
恭祝全国坚果炒货行业同行及家人中秋快乐！  
二〇二一年九月二十一日，辛丑年中秋

最近被一个抖音所触动，“四句已过，半生薄凉。也曾克己奋发，胸怀激荡。幻想红衣白马，气吐眉扬。终是柴米挫了锐气，染了风霜。江湖故人，十年奔波游子倦。午夜知音，书生一梦笑黄粱。举杯畅饮不敢醉，终怕他乡牵挂，卧榻之地无人归。”

看看自己，离家20年，曾经年少，怀揣梦想，希望有所作为，虽然没有扬眉吐气，但拥有一份奋斗了二十年的事业，一份健康的事业，也引以为傲。人们常说四十不惑，一旦越过四十岁的门槛，承担的责任越来越多，而我也早已过了不惑的年纪，上有老下有小，也让我明白自己肩上的担子不那么轻松，但更多的是满足。

生活是公平的，不论生于何地，居于何职，心于何求，都要真诚感恩生活的赐予与拥有，云淡风轻，宠辱不惊，这是会发现，生命中平淡如水的日子，因为感动而温馨，因为给予而厚重，因为努力而充盈。所以，虽然前半生已过，但后半生仍旧精彩！



杨倩

十一期间我去看了《长津湖》这个电影，震撼于发生在70年前的那场热血寒战，战况如此的惨烈，我军牺牲在抗美援朝战役中的烈士一共197693名，他们有的出师未捷身先死，有的坚守阵地成冰雕，有的英勇无畏扎敌寇，有的血洒战场魂未归。他们每一个人都是英雄，都是值得敬重。正是他们的视死如归，同仇敌忾，取得了战役的胜利，赢得了军人的尊严，更为我们创造了和平的年代。所以我们要缅怀英雄，不忘历史。现在虽然没有硝烟，没有战场，但是在我们的人生长河当中，在我们的工作、生活、学习当中，依然会遇到这样那样的艰难和险阻，所以我们要用英雄的话来激励我们：不相信有完不成的任务，不相信有克服不了的困难，不相信有战胜不了的敌人，只有百折不挠，英勇无畏，才能取得一个又一个的胜利！



张蕾



邱晶

最无情的不是人，是时间；最珍贵的不是钱，是情感；最舒适的不是豪华酒店，是家里。人和人有缘分才能共事；人与事有缘分才能成功；男人女人有缘分才能组建家庭；生活处处都将就缘分。所以，我们应该珍惜时间，珍惜彼此的情谊。

什么是有福？耳朵里听不见是非，眼睛里看不到争斗，嘴里说不出伤人的话。什么是快乐？经历过许多坎坷，却没被困难打倒。有福又快乐的人，一定感受过悲苦，却没沉浸其中，在每一次困难过后，越来越坚强，在每一次痛苦过后，越来越明白爱的含义。心灵越来越柔软，胸怀越来越宽广。



张淑芳



陈鹂

来到协会的第一个集体大活动就是今年的“9.17中国坚果健康周”活动，连带随领导去天津糖酒会，调研安徽省无为市绿色食品产业园，这一趟出差出差半月余，且忙碌且收获！活动中大家协作分工，有条不紊，最后一起圆满完成工作！这一趟收获不小，不仅认识企业，认识行业，还学习了很多知识，获益匪浅！

# 《立冬》

文 / 香袭书卷

那么轻，冬来了。在一个落叶成堆的清晨，在一个寻常不过的日子。冬天的第一个清晨六点，弯月挂在天际，散落的星辰，亮闪闪。“是冬天了吗？”“是冬天了。”

冬天该是什么样子的呢？这样的问题出现在脑海，答案跟着就出来了。是白雪覆盖，是肃穆，是孕育着新生，是围炉夜话。

不，冬天不止这些我们熟悉的事物。从立冬这一天开始，最后一个季节冬天就拉开了盛大的序幕。我们在冬天，寻找着温暖之处。

立冬的风从旷野吹来，有了劲道。是那种入骨的轻凉，却又有让人头痛的寒意。戴着帽子出门的人多了起来，脖子上的围巾更是少不了。空旷的田野中，枯荷满塘，麦苗正在生长。

一枯一荣，尽在天地之间。有老去的，有新生的。立冬，今年的最后一个季节，冬季就正式上台，与观众见面。它将把自己最优秀的或不堪的一面，淋漓尽致地呈现出来。

“北风潜入悄无声，未品浓愁已立冬。”浓郁的秋色还在延续，彩叶，果实，还挂在入冬的门口，推开冬天的大门，真正天寒地冻的时节就来了。

北方，有初雪飘落。南方，虽有艳阳，却少了冬天的景致。中原地区，是四季分明。襄阳古城的立冬，人们已经开始期待第一场雪落。

冬天，最常做的事情，算是白居易口中的“能饮一杯无”。煮茶，热酒，一切都向着温暖的事物靠近。雪夜访友，话一地桑麻。围炉夜话，谈不尽天地之事。



季节的书本，翻到了“立冬”，余下的已经很薄。冬藏，季节走向深处，懂得了内敛与收藏。人生之冬，生活愈加简单，缓缓地开始后退，退向心灵的深处。

如此宁静，雪花敲门的声音，清晰可闻。想起那个行走在大雪纷飞的人，孤独亦是一种幸福所在。能够享受孤独，生命便不会枯竭。

冬，是一个老去的人。历经尘世万种，留下的岁月，靠着回忆就能够丰盈。看过百花争艳，听过风声雨声，读过诗书茶礼，多情与薄情都能承受，风烟俱净。

在冬天的一场雪中，做一次心灵的修行。该放下的放下，该清空的就一键删除。留下能够温暖与打动自己内心的人与事物。过往种种，全都深藏。把精力放在孕育新希望上，不久就会又有新的春暖花开。

回忆很暖。立冬的阳光从窗外跑了进来，牛排，煎蛋，青蔬，还有小米粥，百搭的早餐，日子里满满都是爱。冬天不再是寒冷的，我们与温暖

的事物相处。永远不要沮丧，一定会有人为你而来，温暖这个季节。

中国人的冬天，是离不开吃的。牛腩煲，羊肉汤，火锅，烤红薯，炒栗子，冻柿子，鱼头炖豆腐，冬天的暖，大多是食物给予的。立冬，喝一碗地道的黄酒，酒老板会说：“这是窖藏十五年的地道黄酒。”入口，寒风已去。

有雅有俗。就着一口“女儿红”，念几句朗朗上口的诗句，去看看古人的“立冬”在做些什么。最喜欢明朝诗人王稚登的那首《立冬》：“秋风吹尽旧庭柯，寒叶丹枫客里过。一点禅灯半轮月，今宵寒较昨宵多。”

意境尽在其中。有些话不用说透，有些好事不用占全。一生也就是半轮明月，一半欢喜，一半忧愁。人生得意时，权且高歌。不如意时，权且高歌。

情志宜平和。万物收藏，归避寒冷。一个明白了归与避的人，就明白了世事。生命无常，我们定当安好。心灵的归宿，应该是带着暖意的。一个内心有温度的人，少有动气，更多的是爱意流淌。

孟子说：“故天将降大任于斯人也，必先苦其心志，劳其筋骨，饿其体肤，空乏其身，行拂乱其所为，所以动心忍性，曾益其所不能。”

冬天的重任是孕育万物迎春，一季终一季始。循环往复的四季，每个季节都做好自己。而我们，能够真正做好自己，做自己的，能有几多。

动心忍性，人生走到了立冬，也该是情志平和。不争外在，而是注重内在的修炼。在内心“寒炉美酒时温”，这就足够抵御寒冷。❄️

# 目录

## 编者之声

03 全社会关注全行业聚焦“健康坚果助力美好生活”  
——2021年9.17中国坚果健康周活动取得圆满成功

## 06 编辑部心情驿站

### 品味人生

07 《立冬》

## 9.17 中国坚果健康周专题报道

14 2021年全国坚果炒货、干果果干产品全渠道选品选评会  
在松鼠小镇举行  
16 2021年9.17中国坚果健康周开幕式在安徽芜湖隆重举行  
20 2021年全国坚果炒货干果果干食品全渠道选品采供洽谈会

## 产业经济

26 消费市场品质竞争 新国货产品破局

## 专家视点

28 2021 天猫坚果消费趋势报告

## 产业链

**市场** 42 专访三只松鼠章燎源：一条线、一个圈和一场梦  
**产品** 44 百草味推出“阳光果派”系列  
健康化、定制化引领休闲零食新时代  
**设备** 45 循环风系统  
**辅料** 46 寻找更完美的代糖 这五种代糖将大有可为！  
49 天然咸蛋黄香精的开发制备  
**原料** 50 中国坚果报告：2021/22 季产量及进出口预测  
**种植** 51 澳洲坚果炭疽病防治技术  
52 种植芝麻怎么管理能获得高产

## 行业信息

58 丰收节来了！三瑞食葵荣获“葵王”称号  
58 广西崇左市把澳洲坚果产业打造为  
全市第二大富农产业



- 58 来伊份上半年净利增逾七倍  
社团业务或将打开新成长空间
- 59 三只松鼠：打造世界坚果智造中心
- 59 铁岭县榛子预计实现产值 3.5 亿
- 59 蔚县是全国杏扁的传统产区 and 主产区之一
- 59 新疆巴旦木成熟上市，国内种植仍待发展
- 60 央视直播力挺洽洽“透明工厂”  
这才是新国货崛起的密码
- 60 中国需求：巴松成坚果中的“奢侈品”

## 世界之窗

- 62 2021/22 年度阿根廷大豆产量将同比提高 2.2%
- 62 加州 8 月巴旦木发货报告公布
- 62 今年缅甸芝麻种植户面临亏损
- 62 瑞士自越南进口腰果数量 5 年来大幅增长
- 63 伊朗预估今年开心果产量下降 7 万吨
- 63 坦桑尼亚亟需提升腰果本地加工能力
- 63 意大利榛子产量下降
- 63 越南腰果贸易逆差 10 亿美元

## 协会工作

- 64 我协会赴天津市静海区王口镇考察调研坚果炒货行业
- 65 我协会领导赴安徽无为市走访调研绿色食品产业园
- 66 关于批准新会员入会的通知

## 企业管理

- 68 关于坚果炒货中小企业仓储物流的管理
- 70 坚果炒货企业聚集包装、营销的“加与减”
- 71 管理过头、流程复杂 中小企业容易犯的四大毛病

## 科技标准

- 74 食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量

## 营养与健康

- 86 巴旦木的营养
- 87 核桃的营养
- 88 莲子的营养



# CNTENTS

## Voice of Editor

---

- 03 Whole Society Concern: Whole Industry Focuses on "Healthy Nuts Boost Wonderful Life"  
—— "2021 Sept.17 China Nuts Health Week" Succeeded

## 06 Soul Station of Editorial Department

### Experience the life

---

- 07 Start of Winter, (Chinese: 立冬)

### Special report on 2021 Sept. 17 China Nuts Health Week

---

- 14 2021 China Nuts, Roasted Seeds and Dried Fruits Full Channel Selection Conference was held in squirrel town  
16 The opening ceremony of 6th Sept. 17 China Nuts Health Week was carried out in Wuhu, Anhui Province.  
20 2021 China Nuts, Roasted Seeds and Dried Fruits Full Channel Selection, Procurement & Supply Fair

### Industrial Economy

---

- 26 Quality competition in the consumer market and the rise of new domestic products

### Expert Perspective

---

- 28 Small nut consumption trend report in 2021

### Industrial chain

---

- Market** 42 Zhang Liaoyuan, CEO of three squirrels: a line, a circle and a dream  
**Product** 44 Be & Cherry launched "Sunshine Dried fruits" series: healthy and customized, leading the new era of leisure snacks  
**Equipment** 45 Circulating air system  
**Accessories** 46 These five "Sugar substitute" will be perfect substitutes  
49 Development and preparation of natural salted egg yolk flavour  
**Raw** 50 China nut report: output, import and export forecast in 2021 / 22  
**Plant** 51 Control techniques of Macadamia anthracnose  
52 What planting management methods are needed for sesame high yield

### Industry Information

---

- 58 SanRui brand edible sunflower seeds won the appellation of "King of sunflower" at the harvest festival  
58 Chongzuo City, Guangxi has built Macadamia industry into the second largest rich peasant industry in the city  
58 Laiyifen's first half of the net profit increased more than seven times, and the community group purchase business may become a new growth space

- 59 Three squirrels: building a World Nut Intelligent Manufacturing Center  
59 The output value of hazelnut in Tieling area is expected to reach 350 million  
59 Yuxian County is one of the traditional and main producing areas of apricot kernel in China  
59 Xinjiang Almonds has entered the listing season, and domestic planting is still waiting to be developed  
60 CCTV broadcast live in Qiaqia "Transparent Factory", which is the password for the rise of new domestic products  
60 Pakistani pine nuts become a "luxury" in China's nut Market

### Window of the world

---

- 62 Argentine soybean production in 2021/22 will increase by 2.2% year-on-year  
62 Almonds shipment report in California in August  
62 Sesame growers in Myanmar will face losses this year  
62 Vietnam Cashew Nuts Exported to Switzerland Grown Strongly in the past five years  
63 Predicted Pistachio Yield in Iran Drops 70,000t  
63 Tanzania urgently needs to improve local cashew nut processing capacity  
63 Italian hazelnut production declines  
63 Vietnam's cashew nut trade deficit is US\$1 billion

### Association work

---

- 64 CNSA Surveyed Nuts and Roasted Seeds Industry in Wangkou Town, Tianjin  
65 CNSA Leaders Surveyed Green Food Park in Wuwei, Anhui  
66 Notice on approving new members to join the Association

### Business management

---

- 68 Management of warehousing logistics in small and medium-sized enterprises in roasted seeds and nuts Enterprises  
70 " Adding and subtracting" of packaging and marketing in roasted seeds and nuts Enterprises  
71 Excessive management and complicated process: Small and medium-sized enterprises are most likely to make these four mistakes

### Laws and regulations

---

- 74 National food safety standard: Pathogenic bacteria limit in prepackaged foods

### Nutrition and Health

---

- 86 Nutrition of Almond  
87 Efficacy of walnut  
88 Nutrition of Lotus seed

# 《中国坚果炒货》杂志新增英文电子版的征稿函

《中国坚果炒货》杂志是中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导，北京中坚果信息咨询服务有限公司、中国坚果炒货网、中国坚果炒货展会网主办的，为目前国内唯一一份全国坚果炒货行业的指导性期刊。为了让全世界的坚果行业更了解中国坚果炒货行业，让中国坚果行业融入全球坚果经贸一体化，与全球同行携手合作共赢。为适应这一发展新趋势，自2020年4月起《中国坚果炒货》杂志新增英文电子版，面向全球坚果企业、行业、协会，作为信息互传交流。现诚挚地向国内会员企业，以及国内外广大读者、专业学者、坚果炒货从业人员征稿，征稿内容及范围如下：

一、宣传本企业及领导（董事长、总经理）业绩、经验（请同时配企业及领导人工作照片）；

二、工作心得及经验介绍：车间管理、技术、工艺、质量、品管、产品开发、检验等工作心得及经验；

三、宣传本企业最新科研成果（原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等）及新产品的推介（中英文）；

四、营销心得及经验介绍：营销中仓储、运输、批发、产品出样、直销及终端市场，以及洽谈生意、签署合同等方面的心得及经验；

五、征集企业所需信息，如：原料采购、设备选购、人才招聘等信息咨询；

六、对本杂志提出建议及意见；

七、本杂志专家组成员每年需提供2-3篇专业文稿，可自己撰写，也可荐稿。

八、稿件中、英文均可，欢迎大家踊跃投稿与荐稿！

征稿要求：稿件为电子文档形式请发至：[cnfiec@163.com](mailto:cnfiec@163.com)

本刊地址：北京市丰台区太平桥东里5号

邮编：100073 电话：010-63344578 63344031

传真：010-63344578

来稿请标出作者姓名、工作单位、职务职称、邮编、电子邮箱，其他个人资料也可附上，供本刊发表和联系使用。

中国坚果炒货编辑部

# 《中国坚果炒货》杂志中英文版信息咨询服务表

《中国坚果炒货》杂志中、英文版同时接受国内外有关企业和协会的信息咨询服务，具体内容如下：

## 一、中文版杂志信息咨询服务费

### 1、咨询服务价格

A类：单页18000元/年（6期杂志内页+1期会刊）

连页35000元/年（6期杂志内页+1期会刊）

B类：企业专题服务：根据企业的具体需求，进行专题宣传（含图片、专访、宣传报道等），具体详情咨询协会工作人员。

C类：四封服务（双月刊，一年6期）

封面：45000元/年（不做单期）封底：38000元/年（8000元/期）

封二：28000元/年（5000元/期）封三：28000元/年（5000元/期）

英文目录对页位置：25000元/年（4500元/期）

版权页对页位置：25000元/年（4500元/期）

### 2、咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务：1、免费获赠全年杂志每期3本；2、全年每期刊登一页（A4）企业或产品宣传彩页，或宣传本企业最新科研成果（原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等）及新产品的软文推介；3、提供行业标准、政策法规等其他咨询服务。

### 3、制作要求

封面尺寸：210\*206mm（要留出导读位置），封二、封三、封底、内页尺寸：210\*285mm，四封和内页的精度要求：300DPI，格式要求：JPG、PSD、TIF、EPS、AI；四周各留3mm出血。

## 二、英文电子版杂志信息咨询服务

### 1、咨询服务价格

A类：单页10000元/年（6期杂志内页+1期会刊）（2000元/期）

连页15000元/年（6期杂志内页+1期会刊）（3000元/期）

B类：企业专题服务：根据企业的具体需求，进行专题宣传（含图片、专访、宣传报道等），具体详情咨询协会工作人员。

C类：四封服务（双月刊，一年6期）

封面：20000元/年（不做单期）封底：15000元/年（3000元/期）

封二：10000元/年（2000元/期）封三：10000元/年（2000元/期）

英文目录对页位置：12000元/年（2500元/期）

版权页对页位置：12000元/年（2500元/期）

### 2、咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务：1、免费获赠全年杂志每期3本；2、全年每期刊登一页（A4）企业或产品宣传彩页，或宣传本企业最新科研成果（原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等）及新产品的软文推介；3、定期向全球坚果企业、行业、协会定向发送。

### 3、制作要求

（提供英文版）封面尺寸：210\*206mm（要留出导读位置），封二、封三、封底、内页尺寸：210\*285mm，四封和内页的精度要求：300DPI，格式要求：JPG、PSD、TIF、EPS、AI；四周各留3mm出血。

所有文字稿件和彩页均可发至E-mail：[jianguozhan@163.com](mailto:jianguozhan@163.com)

## 联系方式

联系人：张蕾 电话：010-63344578、63344031

中国坚果炒货展会网：[www.chinanutexpo.com](http://www.chinanutexpo.com)

中国坚果炒货网：<http://www.csnc.cn/>



www.csnc.cn

# 中国坚果炒货网

主办单位：中国食品工业协会坚果炒货专业委员会

每天一把坚果瓜子，有益健康

www.csnc.cn 中国坚果炒货网 · 中国



## 本网站为中英文双语版

中国坚果炒货网，网罗坚果炒货天下事

是全国坚果炒货行业的权威性专业网站，致力于为企业提供服务，是行业、企业的信息展示、交流平台。

联系人：张蕾

联系方式：电话/传真 010-63344578 63344031

## 中国坚果炒货杂志



双月刊

中英文双语出版

指导单位：中国食品工业协会  
坚果炒货专业委员会

贴近企业，具有较强可读性、实用性和行业指导性的权威杂志

电话/传真：010-63344578  
63344031

联系人：张蕾



中国坚果炒货杂志，承载信息的桥梁，企业的参谋，行业的纽带，送递您的手中



# 来自阳光的味道

香脆可口  
开心畅享



浙江大好大食品有限公司  
地址：浙江省温州市梅屿工业区

电话：0577-88418888 88419999

<http://www.dahaoda.com>

# 2021 年全国坚果炒货、干果果干产品全渠道选品选评会在松鼠小镇举行

10月18-20日，2021年全国坚果炒货、干果果干产品全渠道选品选评会在安徽芜湖松鼠小镇林间酒店举行。来自全国各地的经销商、电商、商超、社区拼团评委以及行业内技术专家组成的专家选评委员会进行了选评。

18日下午，评委们对参选的超百家企业的近200个产品的标准标签、包装设计等方面进行选评，评委们热烈讨论，仔细观察，严谨打分，评审现场都是评委们忙碌的身影。

19日上午，专家评委分为技术组和流通组对所有参选产品进行盲评！对产品的口味，气味，色泽等感官评价进行

打分，选评现场气氛热烈，专家们热烈讨论！

19日下午经过专家评委们认真且严谨的选评后，选评结果火热出炉。我协会常务副会长翁洋洋主持了选评总结会。会上各组评委进行了认真的总结。纷纷表示今年产品无论在标签标识，还是在品质和口感方面都比去年的产品有很大的提升，特别在口味创新上有新突破，如：海苔榛子、乳汁花生、藤椒西瓜子、抹茶味蚕豆、蔓越莓核桃、抹茶巧克力核桃仁、爆汁黄桃、免洗红枣等均得到行业专家和线上线下载各渠道商评委的一致好评。





▲ 标识包装打分



▲ 分组



▲ 盲评



▲ 总结会

# 2021年9.17中国坚果健康周 开幕式在安徽芜湖隆重举行

由中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导，9.17中国坚果健康周组委会组织，北京中坚果信息技术服务有限公司主办、三只松鼠股份有限公司承办，10月25日在安徽芜湖隆重举行。来自全国坚果炒货行业种植、原料、加工、设备、添加剂等企业，全渠道采购商、行业协会、政府代表，以及9.17坚果消费体验官代表、百家媒体代表等，千余人出席了本次活动。





▲ 执行会长、9.17 中国坚果健康周组委会主任章燎源做大会主旨报告



▲ 线上特别合作方，天猫坚果蜜饯行业运营高级专家浩鲲致辞



▲ 常务副会长翁洋洋做 2020 年全国坚果炒货行业经济运行报告；



▲ 中国食品工业发酵研究院教授级高工元晓梅做 2020 年度坚果炒货食品质量状况分析报告



▲ 天猫坚果行业运营专家少啸做 2021 坚果籽类食品消费人群分析报告



▲ 信息部主任张蕾介绍今年 9.17 坚果消费体验官活动开展情况





▲ 三位会长为 9.17 坚果消费体验官代表提供专供产品企业颁发证书



▲ 我协会秘书长杨倩接受浙江省诸暨市店口镇人民政府赠牌



每天一把坚果瓜子有益健康



▲ 2022年9.17坚果健康周活动承办单位四川徽记食品有限公司接旗仪式



▲ 2021年“9.17中国坚果健康周”启动仪式

# 2021 年全国坚果炒货 干果果干食品全渠道 选品采供洽谈会



10月24-25日举办全国坚果炒货、干果果干食品全渠道选品采供洽谈会，经组委会全力、专注整合全社会优质营销资源，精心组织，共有130家企业的近500种坚果炒货、干果果干产品参加了展示。25日下午还举办了全国坚果炒货、干果果干食品全渠道选品大会优秀产品推介。



▲ 全国工商联焙烤协会常务副会长、原北京稻香村食品有限责任公司常务副总池向东做《产品为王》报告



▲ 周建峰副会长做 2021 年全渠道选品质量评价分析报告



▲ 美国加州巴旦木协会做《植物基趋势》的报告



▲ 洽洽食品股份有限公司洽洽高端品牌葵珍产品经理刘杨作产品推介



▲ 杭州姚生记食品有限公司总经理王长青作产品推介





▲ 加州原野(霸州)食品有限责任公司总经理陈俊兴主持会议



▲ 广东森和果仁食品有限公司业务经理区志彪作产品推介



▲ 云南傣御农业科技有限公司销售经理曾亚芬作产品推介



▲ 杭州梅园食品有限公司副总经理俞根荣作产品推介



▲ 三胖蛋(北京)国际贸易有限公司市场部推广经理张毓玲作产品推介



▲ 罗乐食品贸易(上海)有限公司全国销售经理陈贇作产品推介



▲ 潜山市满园香农业科技有限责任公司市场部经理石松作产品推介



▲ 德州九谷食尚食品科技有限公司销售负责人周浩作产品推介



▲ 中安众果食品有限公司总经理慕辉作产品推介



▲ 执行会长、9.17中国坚果健康周组委会主任章燎源接受采访



▲ 我协会秘书长杨倩接受采访



▲ 广东南兴天虹果仁营销总监蔡莉接受采访



▲ 蔚县小小小干果有限公司总经理范俊峰接受采访

# 9.17 中国坚果 健康周花絮



▲ 三只松鼠线上直播



▲ 会场精美的门楼



▲ “每天一把坚果瓜子 有益健康”的口号格外醒目



▲ 可爱的“三只松鼠”



▲ 参会人员用手机记录影像

洽洽<sup>®</sup>小黄袋

每日坚果

掌握关键保鲜技术

坚果刚剥壳般的美味



荣获国家科学技术进步奖

证书号:2017-J-211-2-01-D03



# 消费市场品质竞争 新国货产品破局



这是一场新消费市场的“抢滩战”，也是围绕“人、货、场”的认知与技术变革。在“双循环”新发展格局及消费需求倒逼供给的背景下，传统的消费市场中的新消费趋势正在孕育与成长。

7月15日，国家统计局公布的经济数据显示，今年上半年社会消费品零售总额211904亿元，同比增长23%，两年平均增长4.4%，比一季度加快0.2个百分点；其中二季度同比增长13.9%，两年平均增长4.6%。

## 新消费格局初步形成

消费是最终需求，也是经济增长的持久动力。有专家对人民网记者表示，在这一轮促进消费扩容提质的过程中，大力优化国内市场供给，全面提升国产商品和服务竞争力，加强自主品牌建设，是消费变革的重要特征。新人群、新品类、新渠道，构建起了新消费的格局。

“我们正处于新周期的起点。”日前，华兴资本发布的《中国创新经济报告2021》显示，现在的消费者更加注重“个性、国货、颜值、兴趣、

健康”等元素，对国货的接受程度较前一代人更强了。

对产业风向的变化，市场主体是最敏感的。“与早些年的消费环境相比，消费者变了、产品需求变了、配套设施强了、产业发展思路迭代了。”新消费品牌钟薛高创始人林盛表示，现在90后、00后的消费群体迅速崛起，成为新消费的主力，他们受教育程度高，接触信息速度快，对生活品质比前一代消费者要求更高；以往人们在购物时优先注重“价廉”，然后再选择“物美”，现在则更关注“物



美”，先喜欢再消费，并且注重产品口碑；如今，电子商务、物流快递等基础设施服务能力更强了，为消费场景和商业模式拓展带来更多机遇。

聚焦快消品领域的新变化，科信食品与健康信息交流中心科学技术部主任阮光锋对人民网记者表示，疫情以来消费者对于健康的认知更强了，相关产业也加大了对质量、营养、健康的研发和投入。产品从早前的压缩成本、比拼价格、渠道为王，更多转向了目前的以产品为王、重视消费者体验、提升产品价值感。

### 新国产品牌的崛起

面对国内大消费市场的机遇，如何将消费者需求变为产业发展的新动力，蕴藏着巨大的消费潜力。那些积极拥抱变革，勇于尝试探索的产业及企业，将在这一轮新消费转型提质中，应对挑战带来的焦虑，对经济社会发展发挥更大作用。

“一些国产新消费品牌也有望脱

颖而出，成为国外消费品牌的有力竞争者。”阮光锋认为，比如元气森林、花西子已在国外销售，钟薛高打破了外资品牌对国内中高端雪糕品类的垄断，从品质上改变了国内雪糕低端的标签。

围绕消费变革，前些年业界也有关于“新零售”的讨论，新消费品牌在提升产品品质的同时，也在积极探索渠道的发展模式。

零售没有新旧，未来不会有纯线上或纯线下的消费模式，而是看产业及企业所处的发展阶段，哪种模式更适合自己。

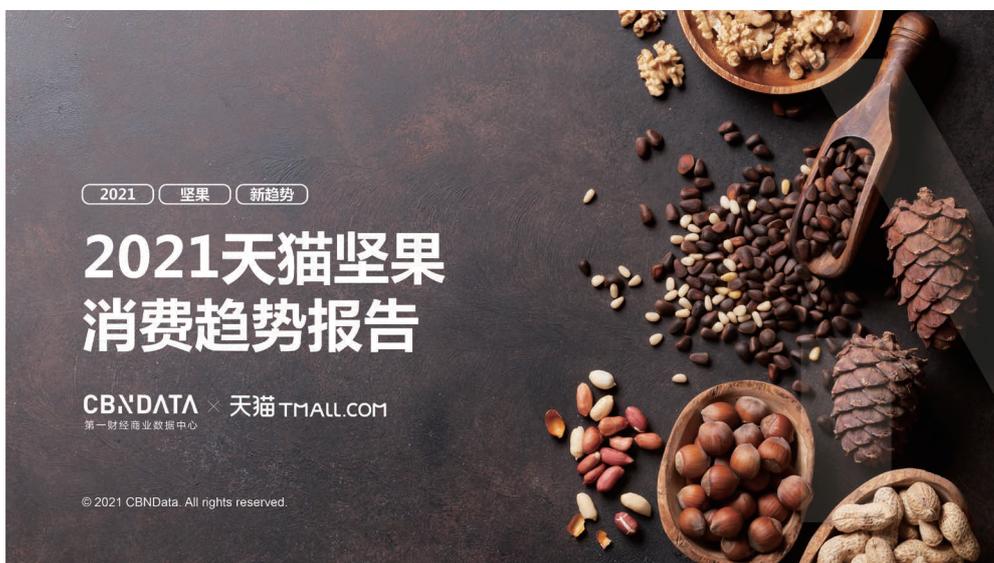
### 消费市场的“质”变

专家介绍，今年以来，我国在消费品领域积极推行高端品质认证，倡导优质优价，促进品牌消费、品质消费，实施了增品种、提品质、创品牌的“三品”战略。不再是围绕存量市场“分抢蛋糕”，而是挖掘增量市场“做大蛋糕”。

消费市场的品质提升，不是价格的提高，而是产品和服务要进一步解决市场的痛点，满足不同消费需求和产品功能的细分，更加注重和优化消费场景。每一代新消费人群的崛起，都面临着新消费习惯、新消费理念、新商业模式的再造，伴随着“中国制造”到“中国质造”大趋势，需要品牌方优化产品品质，与消费者加强交流互动。

上述专家表示，新消费品牌的高品质产品打造，需要从多方面努力，它们在研发理念、原料选择、生产工艺、质量检测等品质打造方面，下了一番功夫。但是，新消费品牌要在品质上得到国内、国外认可，还有很长一段路要走。

有业界人士表示，新消费加速了一些品牌的出现和消亡更替，商业模式创新和技术应用需要时间去沉淀，再过一到两年时间，新消费的发展会更加清晰，对经济社会发展的效能将更加高效。 



2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA x 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

# 目录

CONTENTS

**第一部分**

坚果品类市场总览

3

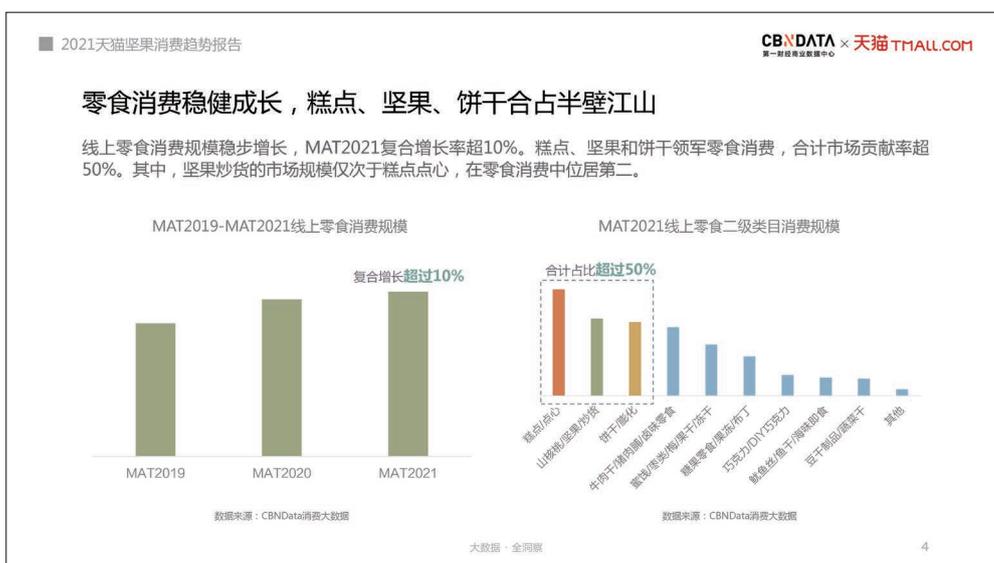
**第二部分**

坚果品类新趋势

- ◆ 餐佐创新
- ◆ 品质升级
- ◆ 功能添加
- ◆ 多元口味

7

大数据 · 金洞聚



2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 坚果细分品类多元，多品类稳健成长

核桃仁、花生、腰果、松子稳步发展，消费占比和复合增速均保持在较高水平。每日坚果和坚果礼盒占据坚果消费的头两把交椅，消费占比合计约四成。

MAT2021天猫细分坚果品类消费占比及消费复合增速



5

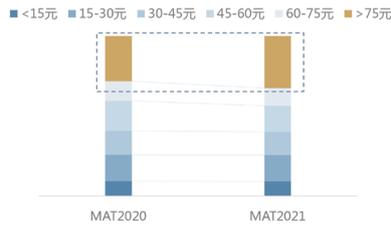
2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

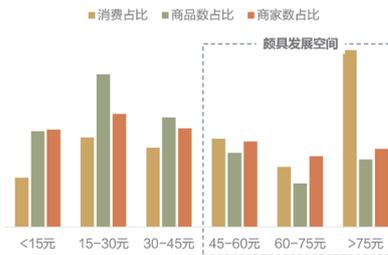
### 坚果消费价格升级，中高端价位段颇具发展空间

坚果价格呈现高端化趋势，件单价高于75元的贵价坚果消费占比最大，且占比上升。从供给侧来看，坚果商家的布局集中于件单价45元以下的低端市场，45元及以上的中高端市场发展潜力大。

MAT2020-MAT2021天猫坚果各价格段消费占比



MAT2021天猫坚果品类各价格段供需情况



6

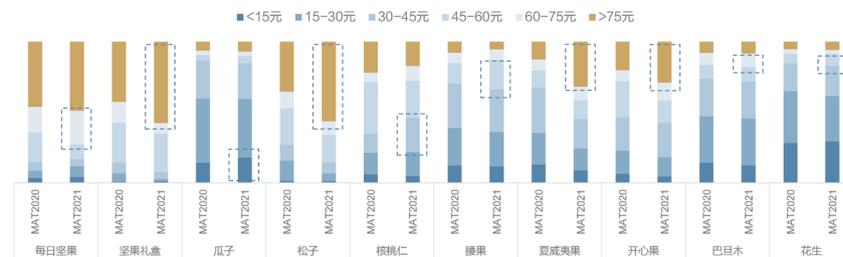
2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

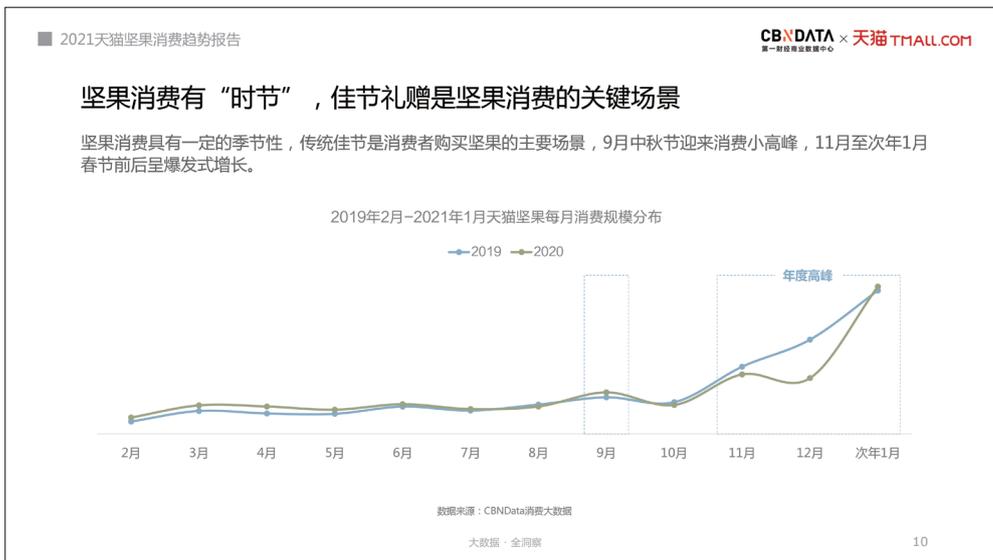
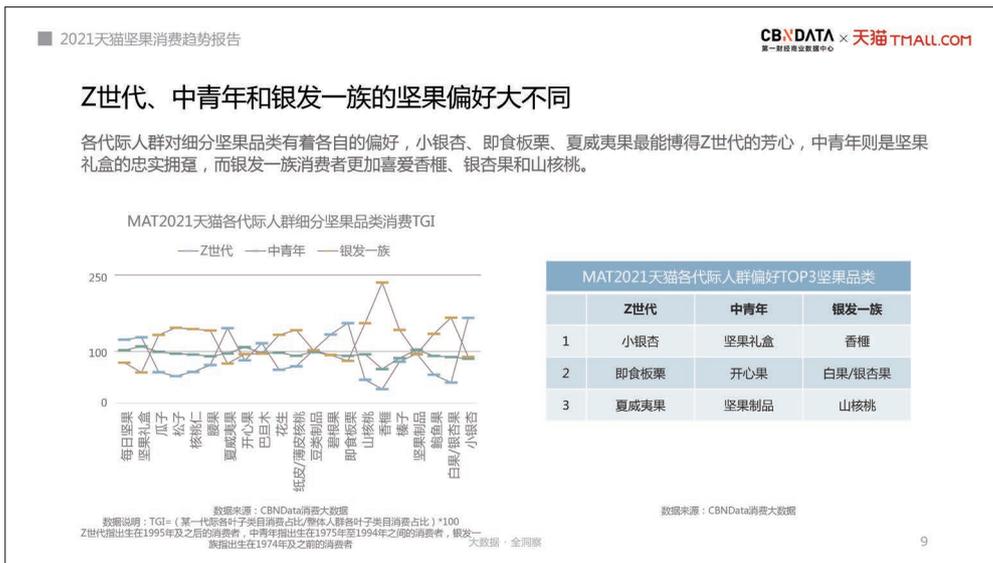
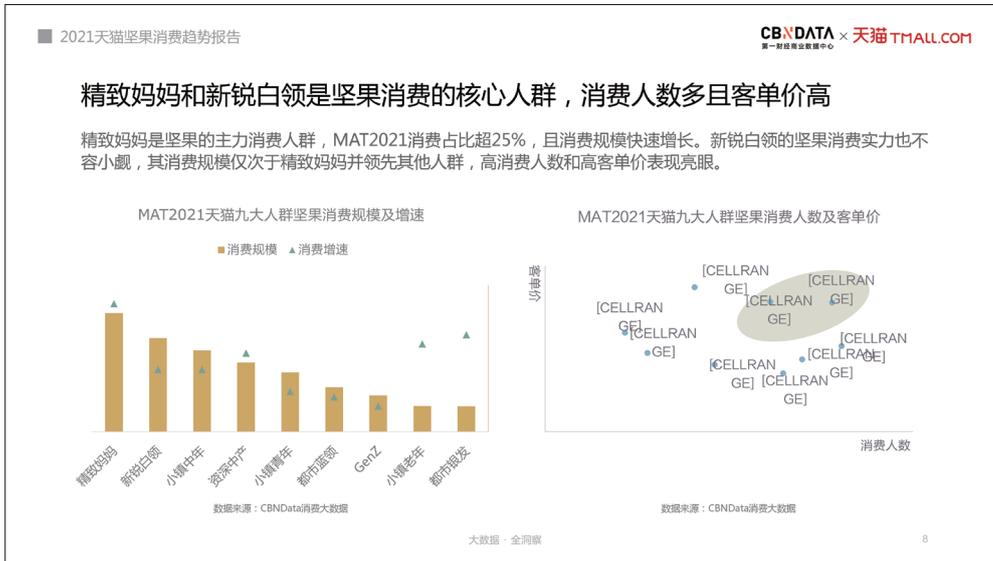
### 不同品类潜力价格段各异，礼盒、松子、开心果、腰果、巴旦木和花生中高端需求增加显著

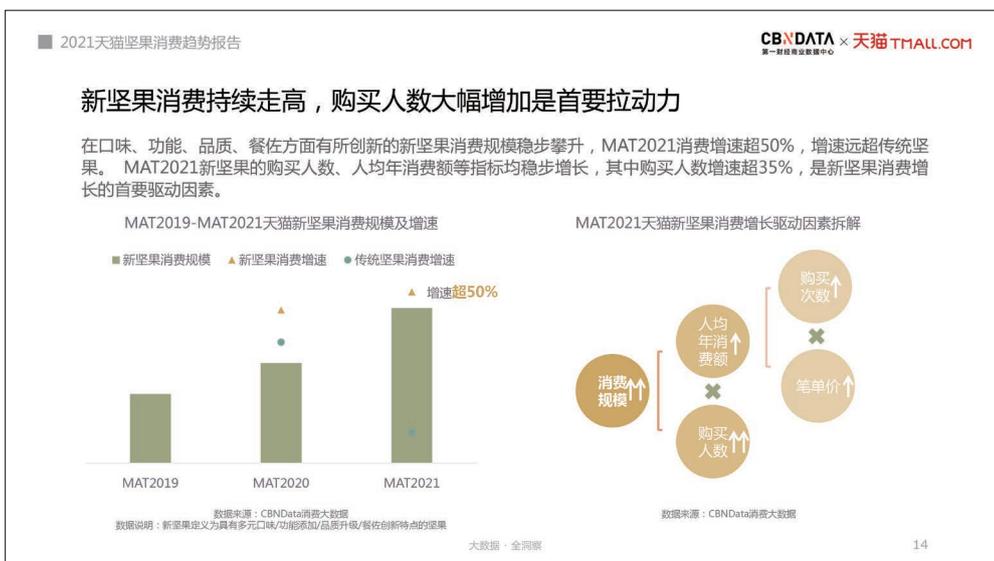
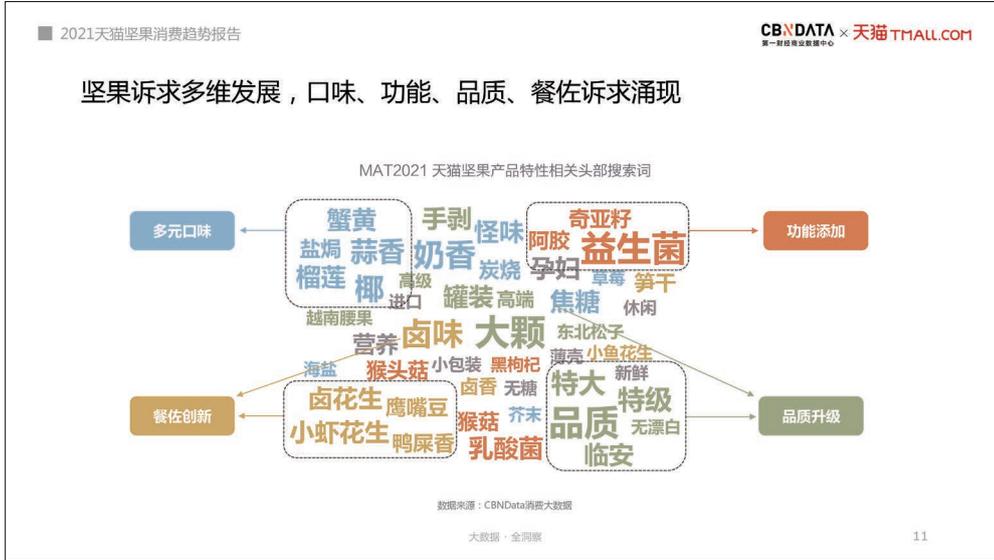
在75元以上的高端市场上，坚果礼盒、松子、夏威夷果和开心果的消费需求提升较快。在45-75元的中高价位段，每日坚果、腰果、巴旦木和花生的消费占比提升亮眼。

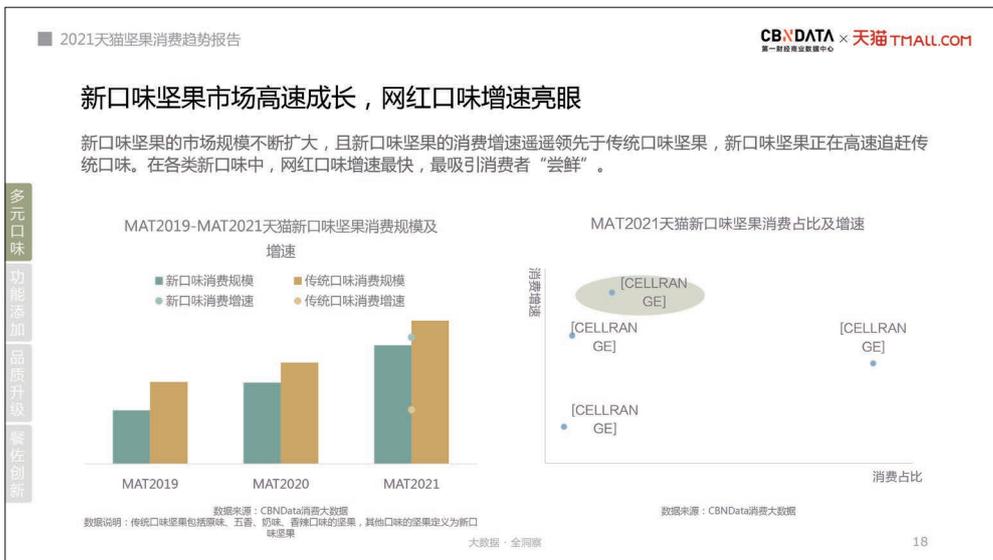
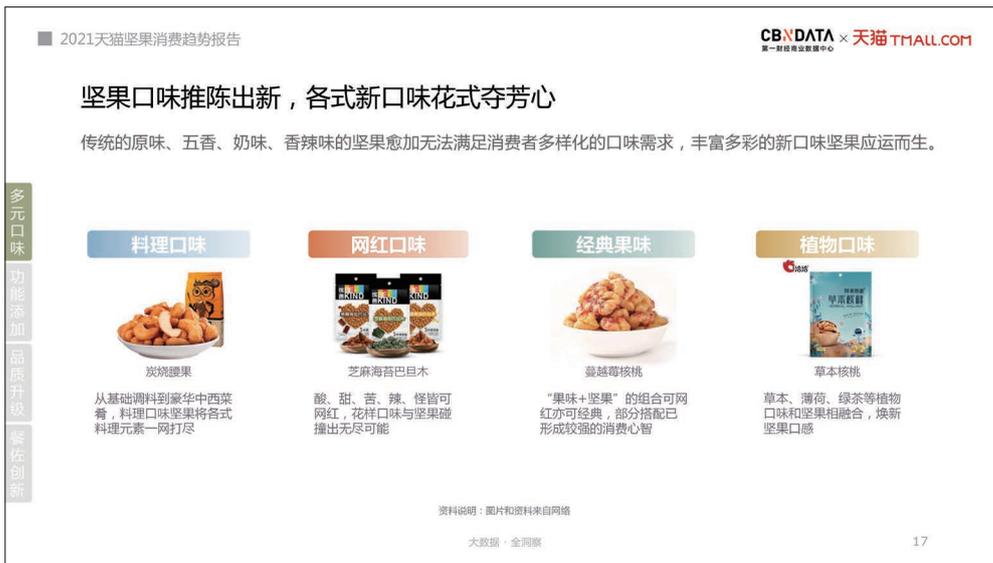
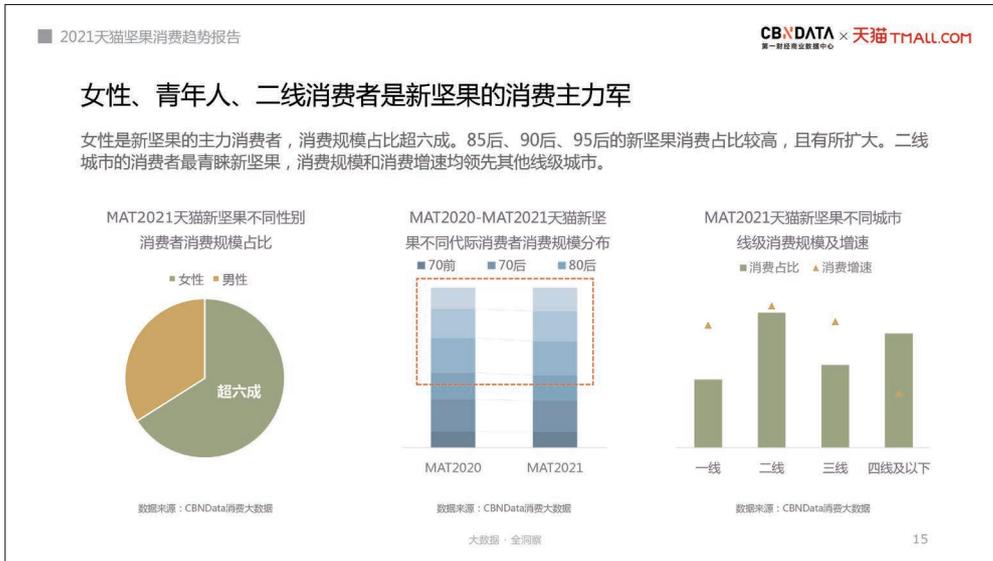
MAT2020-MAT2021天猫坚果头部类目各价格段消费占比



7







2021天猫坚果消费趋势报告

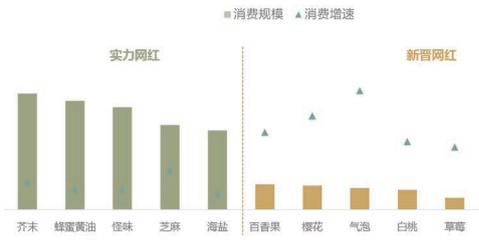
CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 网红口味百花齐放，“清新”口味成新晋网红

酸、甜、苦、辣、怪各类网红口味皆有人爱，芥末、蜂蜜黄油、怪味等口味凭借高消费规模成为实力网红口味。而清新的百香果、气泡、草莓等口味凭借着高增速成为新晋网红口味的代表。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

MAT2021天猫网红口味坚果主要细分口味消费规模及增速



品牌案例



数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：百香果、樱花、气泡消费增速较原来变为原来的五分之一，白桃消费增速较原来变为原来的三分之一，草莓消费增速较原来变为原来的三分之一  
大数据·金洞察

资料来源：品牌

19

2021天猫坚果消费趋势报告

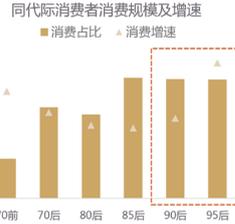
CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 年轻人是网红口味坚果的消费主力军，中高端网红口味巴旦木受偏爱

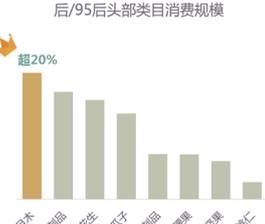
网红口味坚果中90后、95后的年轻人消费占比高且增速快，是网红口味坚果的消费主力军，网红口味的巴旦木最受他们喜爱。超半数的消费者偏好单价50元及以上的中高端网红口味巴旦木。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

MAT2021天猫网红口味坚果不同代际消费者消费规模及增速



MAT2021天猫网红口味坚果90后/95后头部品类目消费规模



MAT2021天猫巴旦木和网红口味巴旦木各价格段消费者人数分布



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：仅展示了消费规模TOP8类目，合计消费占比约98%  
大数据·金洞察

数据来源：CBNDATA消费大数据

20

2021天猫坚果消费趋势报告

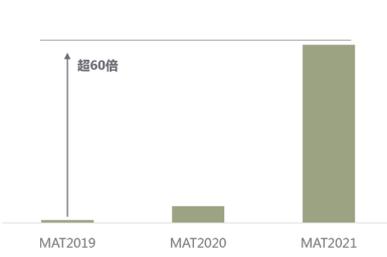
CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 功能添加坚果市场飞速发展，肠胃管理意识最深入人心

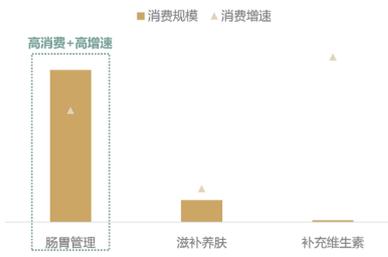
随着消费者健康意识的觉醒，健康管理观念已渗入消费者生活的方方面面。添加健康管理功能的坚果应运而生，且市场规模快速扩大，三年间增长超60倍。其中，呵护肠胃健康的坚果最受消费者欢迎，并维持高速增长。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

MAT2019-MAT2021天猫功能添加坚果消费规模



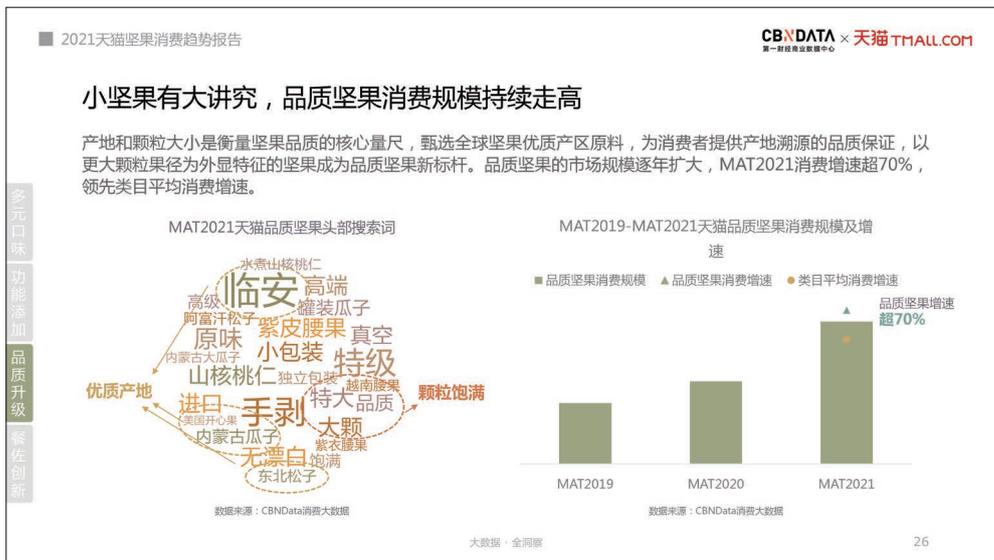
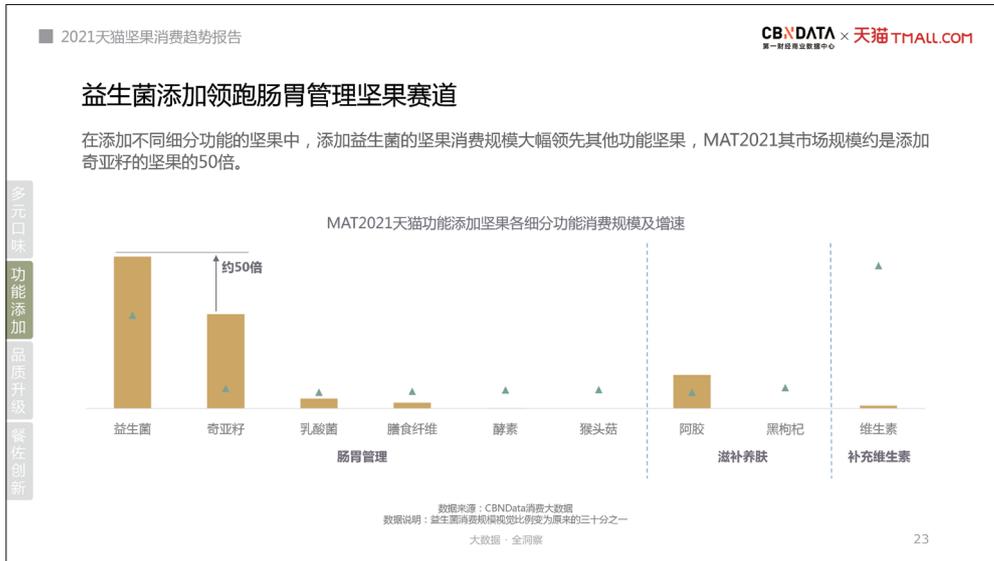
MAT2019-MAT2021天猫新坚果消费规模及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：功能添加坚果增加了益生菌、奇亚籽、阿胶等具有健康管理功能元素的坚果

数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：为方便展示，肠胃管理的消费规模较原来比例缩小到原来的二十分之一，补充维生素的消费增速较原来比例缩小到原来的二分之一  
大数据·金洞察

22



2021天猫坚果消费趋势报告

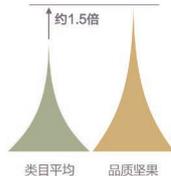
CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 高品质坚果享有高溢价，同时可获得更高频的消费

消费者愿意为高品质坚果支付更高的价格，MAT2021高品质坚果的平均成交价格约是类目平均水平的1.5倍。高品质也带来更高的消费频次，品质坚果的消费频次高于类目平均，且逐年稳步上升。

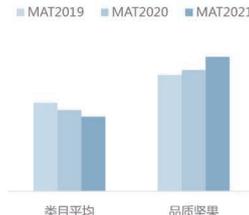
多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

MAT2021天猫高品质坚果和类目平均成交价格



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019-MAT2021天猫高品质坚果和类目平均消费频次



数据来源：CBNDATA消费大数据

品质坚果案例

挑选全球黄金产地，CMA权威认证0添加剂，根据不同孕期定制配方，科学补充孕期营养，150万+孕妈味的品质选择



孕味食足孕妇产定制每日坚果

资料来源：品牌

大数据·金洞察

27

2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 高品质松子发展前景明朗，开心果、腰果溢价空间大

在高品质坚果的不同细分类目中，高品质松子的消费人数增速和消费规模增速均领先于其他高品质坚果，且已形成一定的消费规模，发展潜力较大。而高品质的开心果和腰果溢价超100%，溢价空间较大。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

MAT2021天猫品质坚果各细分类目消费概览 (气泡大小表示消费规模)



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021天猫品质坚果各细分类目及类目平均成交价格



数据来源：CBNDATA消费大数据

大数据·金洞察

28

2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 TMALL.COM  
第一财经商业数据中心

### 坚果“渗入”餐佐场景，餐佐坚果消费规模加速扩大

坚果的食用场景从零食延伸至佐餐，各样佐餐场景均有坚果“陪伴”。由餐佐花生和鹰嘴豆组成的餐佐坚果消费规模快速扩大，消费增速近100%，且增速高于各自所属品类。

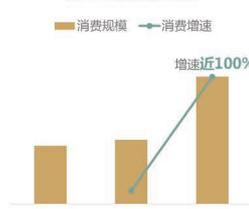
多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新

坚果餐佐场景举例

- 早餐**：坚果营养价值高且全面，富含蛋白质和多种微量元素，适合在早餐食用提升早餐质量。
- 下午茶**：鹰嘴豆等坚果热量较低且饱腹感强，适合在下午茶时间“轻负担”地补充能量。
- 夜宵**：卤汁花生、小虾花生等餐佐花生或鲜有味，适在深夜两时作为佐酒伴侣。

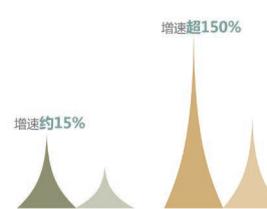
资料来源：公开资料整理

MAT2019-MAT2021天猫餐佐坚果消费规模及增速



数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：餐佐坚果指鹰嘴豆和卤花生、小虾花生、鸭屎香花生等餐佐花生  
大数据·金洞察

MAT2021餐佐坚果及所属类目消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：为方便展示，餐佐花生的消费增速按比例缩小到原来的五分之一

30

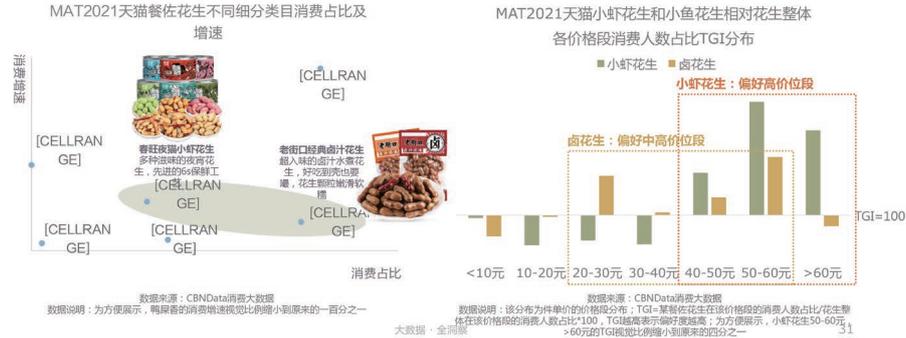
2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 Tmall.com  
第一财经商业数据中心

### 小虾花生和卤花生发展潜力大，消费者支付意愿高

各类餐佐花生中，鸭屎香花生借力直播获得亮眼的消费表现。除此之外，小虾花生和卤花生的消费占比和增速均处在较高水平，发展空间较大。对比花生整体价格段分布来看，消费者更加偏好高价段的小虾花生和中高价段的卤花生，件单价50-60元是两类花生最受欢迎的价格区间。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新



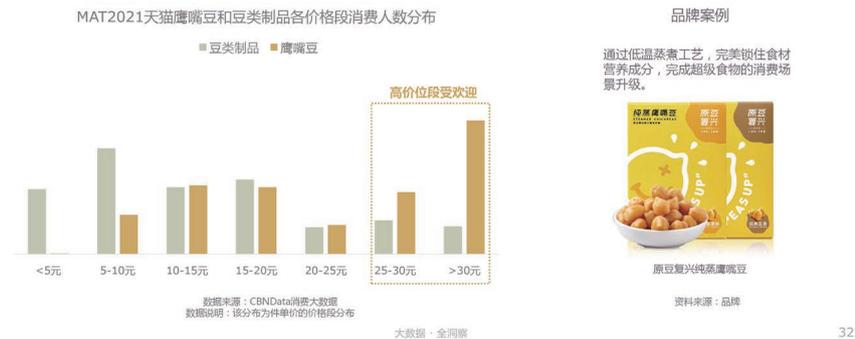
2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 Tmall.com  
第一财经商业数据中心

### 鹰嘴豆消费呈高端化趋势，高价位段的鹰嘴豆受青睐

相较于豆类制品整体，消费者更加偏爱高价位段的鹰嘴豆，25元-30元和高于30元的价格区间颇受欢迎。

多元口味  
功能添加  
品质升级  
餐佐创新



2021天猫坚果消费趋势报告

CBNDATA × 天猫 Tmall.com  
第一财经商业数据中心

### 新坚果品类趋势总结

**多元口味**

- ▶ 新口味坚果市场增速加速赶超传统口味坚果
- ▶ 新口味中，网红口味最具机会点，主要由年轻人拉动消费增长
- ▶ 聚焦至品类层面，网红口味的巴旦木受到年轻消费者偏爱，件单价50元及以上的商品更受欢迎

**功能添加**

- ▶ 消费者通过功能添加坚果来呵护肠胃健康的意识最为成熟，添加益生菌的坚果领跑功能添加坚果赛道
- ▶ 益生菌+混合坚果的组合最“吸睛”，件单价75-100元的区间消费人数最多

**品质升级**

- ▶ 可溯产地和加大颗粒粒径是衡量品质坚果的标杆
- ▶ 消费者愿意为品质升级支付更高的价格，优秀的坚果品质也吸引消费者进行多次回购
- ▶ 在各细分品质坚果中，品质松子消费增速最快，品质开心果和品质腰果溢价空间更大

**餐佐创新**

- ▶ 坚果走入佐餐场景，餐佐坚果消费增速亮眼，餐佐花生和鹰嘴豆增速均高于所属品类增速
- ▶ 餐佐坚果消费集中于高价位段，件单价50-60元的小虾花生和卤花生、件单价高于30元的鹰嘴豆倍受青睐

大数据·金洞聚

# 姚生记®

一品江南味 百年姚生记



粒粒仁®山核桃仁礼盒

## 桶蒸入味 粒粒醇香



### 【原正产地】

选自临安天目山脉山核桃主产地，这里海拔700多米，石灰岩上覆盖着薄薄的黑土，山石嶙峋，裂隙纵横，充分汲取大自然雨露精华。果实颗粒饱满，粒粒醇香。

### 【传统工艺】

采用具有百年历史的传统桶蒸山核桃工艺，去蒲为籽，水浮手选，选用姚氏精心研制的调味配方，木桶蒸煮，再经敲打烘培，精心调制，香醇可口。

### 【尊享臻品】

精挑饱满山核桃，选取2.0cm以上大籽，仅选用其中四分之一完整核桃仁，严格把控，精工细琢，包装精美，方便食用。



姚生记官方微信

杭州姚生记食品有限公司

地址：杭州滨江区滨安路1190号

网址：<http://www.yaoshengji.cn>

客服热线：4006-133-177





# 紹興老字號



## Pine Nuts

### 手剥松子



追求品质·创造未来!

浙江何字食品有限公司  
ZHEJIANG HEZI FOOD CO.,LTD.

地址：浙江省诸暨市枫桥镇宜桥头

电话：86-575-87046355

传真：86-575-87435178

网址：www.hezifood.cn

# 陈林食品 专注炒货二十年



山核桃味瓜子 (5公斤)



焦糖味瓜子 (5公斤)



多味香瓜子 (5公斤)



新疆薄皮核桃 (2.5公斤)



水煮瓜子 (5公斤)



香草味瓜子 (5公斤)



新疆薄皮核桃 (2.5公斤散装称重)



南瓜子 (5公斤)



优一小白杏 (5公斤)

**专业供应：批发商、电子商务、分包装厂商  
期待您的加盟！**

招商热线：0575-87691788 18358557636 18072291175 13905858276

网址：<http://www.chenlinfood.com>





打开淘宝  
扫一扫进店



# 零食大王来了!



招商热线:  
4000-817-517  
苏州口水娃食品有限公司

# 专访三只松鼠章燎源： 一条线、一个圈和一场梦

来源于：食业头条 本刊改编



用章燎源的话来说，所有的进化和改变，都源于“相信相信的力量。”

三只松鼠，已经不是从前那个只依赖线上流量的“电商玩家”了。

## 01

### 一条线：渠道探索的层层深入

成立9年来，三只松鼠在汹涌奔腾的时代变迁中经历了四次渠道“进化”：

2012年—2016年，三只松鼠是纯粹的线上品牌，天猫渠道几乎一家独大；

2016年—2018年，三只松鼠把目光投到线下，开设主打消费体验的自营投食店；

2018年—2021年，三只松鼠通过阿里零售通、京东新通路等快消B2B平台以及KA、CVS等通路进入终端渠道，开始启动轻度分销模式。

在这期间，虽然只用了很少的人力物力，但三只松鼠逐渐感知到线下渠道蕴藏的巨大能量：2020年38个人的团队“坐在家里”完成了13亿业绩，接近总营收的15%。如果用心投入去开发经营，效果会否像“开闸泄洪”般成为线下新的现象级爆款？

章燎源相信了。一旦相信，就要全力以赴。所以三只松鼠迎来了第四次渠道进化：中度分销。

2021年7月1日，三只松鼠分销

事业部组织架构全新升级，在原有 2B 平台分销、新渠道批发直供业务存量的基础上，增设销管部、企划部本部职能，启动全国五大销售战区、21 个省区销售团队的快速搭建，并同步海外分销及小鹿蓝蓝线下分销业务的发展布局；重新确立了以品牌授权经销模式为核心+2B 平台分销、新兴渠道分销模式相补充的中度分销体系。

这一套组合拳打完，标志着三只松鼠分销业务正式进入“中度分销”时代。据章燎源介绍，中度分销模式运转两个月以来，虽然职能人员尚未全部到岗，但是经销商的热情已经“一浪高过一浪”，仅 8 月份达成合作的就有 180 家左右，意向订单近千万元，预计到年底优质经销商将超过 300 家。

“我们选择合作的经销商都是年营业额超过 6000 万的休食大商，有成熟的终端服务体系和能力。”章燎源踌躇满志，“中国大概有 4 万个 500 平方以上的优质零售终端，三只松鼠的分销业务要拿下至少 80%！”谈及未来展望，章燎源表示分销业务今年预期在 18 亿左右，到 2023 年力争实现 50 亿年销售目标。

## 02

### 一个圈：回归聚焦坚果，强化消费心智

50 亿目标靠什么产品完成？三只松鼠的答案是：坚果。

“聚焦”是三只松鼠当下要打造的品牌标签。从坚果到全品类零食再回到聚焦坚果，兜兜转转发现“扬长避短”才是现阶段良性增长的奥义。

从 2012 年创立开始，三只松鼠几乎成为坚果的代名词，到 2017 年 9 月累计卖出 6 亿包、100 亿元的坚果产品，天猫后台显示三只松鼠搜索量一度超过坚果。截至目前，三只松鼠已经打造出 10 亿级大单品每日坚果，以及碧根果、夏威夷果、纸皮核桃等多款亿级大单品。“以前三只松

鼠太贪心，什么生意都想做，反倒忽视了这么好的基本盘。”章燎源直言。过年几年，三只松鼠想在全品类零食中复制坚果的“品牌效应”，但结果不甚如意，甚至拖累了公司的经营利润。于是，2020 年章燎源挥刀砍掉了 300 款约 50% 的低效 SKU，2021 年成立 9 周年时正式宣布了“聚焦坚果，将三只松鼠主品牌打造成为全球卓越的坚果品牌”的愿景。“根据我们的调研，到 2030 年，中国的坚果市场大概有将近 2000 亿，全球有 8000 亿规模。”过去三只松鼠低估了坚果的消费张力，现在重新聚焦也为时不晚。

聚焦坚果的第一步，就是聚焦分销，聚焦线下。

“现在坚果线下大约有 500 亿的市场规模，预包装和散货各占一半，我们要做的是先占到预包装里边的 20%。”章燎源称，“线下市场坚果太好卖了，只要三只松鼠去了，就是遍地黄金的机会。”章燎源提供了一组数据：根据他们的调研结果，在消费者心智中，60% 认可三只松鼠是购买坚果的第一选择，未来将提升至 90% 以上。尤其三只松鼠有“坚果大礼包”这个杀手锏，每年都是年节期间的爆款产品，一旦投入线下馈赠市场，应是蛟龙入海，兴风起浪。

曾经业内对三只松鼠的代工模式颇有微词，章燎源认为“有问题的不是代工，而是代工太多了无法全盘把控。”所以聚焦坚果后，三只松鼠更有精力在全链条消除质量隐患。“从原料、研发、营销到销售都是我们主导，生产环节也会轻介入，三只松鼠在无为已经合资创立了联盟工厂，对于重点产品也会投产示范生产线，然后把技术和模式输出给供应商伙伴。”此外，为了匹配线下消费场景，同时解决可能出现的线上线下比价问题，



三只松鼠将研发分销专供系列坚果产品，保证经销商的运作空间。

凡此种种，从定位的角度来说，都是为了打造三只松鼠在渠道和消费端的“信任状”，巩固坚果 TOP 品牌的心智地位。

“退一步海阔天空，这比多往前跑几步更有意义，我们看清了未来要走的路。”章燎源称，三只松鼠今年将继续缩减 SKU 到 70 个左右，每个都是千万级别的爆品，届时“增收不增利，增利不增收”的种种质疑都会烟消云散。

## 03

### 一场梦：1000 亿的双引擎

章燎源有一个梦：把三只松鼠做成 1000 亿规模的全球品牌。

梦圆还是梦碎，现在都不是下论断的时候，但章燎源这个不再年轻却依旧桀骜的企业家，依然保持着创业者的“兴奋状态”——在和笔者交流的两个小时内，章燎源的表情和眼神都仿佛脑子里随时在闪过千千万万个灵感。对他来说，所有能驱动三只松鼠向千亿目标进发的新模式、新渠道、新营销、新产品都愿意“全盘接受”。在三只松鼠的第 9 个年头，聚焦坚果和“双引擎”将成为他手里的新王牌。

三只松鼠，还是从前那个志存高远，怀抱着“国货品牌之光”梦想的意气少年。 

# 百草味推出“阳光果派”系列

## 健康化、定制化引领休闲零食新时代



最近，休闲点心品牌百草味推出了水果蜜饯新产品“阳光派”系列，以原来的干货为基础进行了全面升级。

据悉，“阳光水果派”系列包括真香派芒果晒干、真香派草莓晒干等7种商品，选择模拟水果包装通过直播这个新的流量端口和崭新的包装视觉抓住消费者的心。

坚果系列的健康化升级了。

近几年，随着收入水平的上升，居民的消费心理持续变化，健康化、品质化、手机化等新消费倾向越来越明显，特别是在饮食领域，中国人对健康的期待越来越高，根据尼尔森的《2018中国消费市场十大特征》，82个中国消费者希望在健康饮食产品上花费更多的费用，这个数据远远超过了世界68的平均水平。

众所周知，水果含有人体必需的各种营养成分，但在快节奏的生活环境下，“不方便”的饮食场景会让很多人减少水果的摄取，果干类产品的出现解决了这个难题，无洗、无剥及

长期储藏期间，这些便捷性使果品干燥产品深受消费者的喜爱，随着健康消费理念的提高，消费者逐渐对果干“幸福”有所照顾：糖分过高吗？添加剂的色素太多了吗？

面对这一疼痛，百草味进入今年，重新升级旗下水果干燥产品，推出了“阳光水果派”系列水果干燥产品，100g含量中脂肪含量小于2g，在产品原料选择上更要求不断改进。

据百草味产品经理介绍，花了两年时间埋头研究，在干菜的味道和健康化的提高上，“阳光果派”系列达到了新的水平，以真香派芒果晒干为例，严选热带玉娇芒，果肉纤细的纤维很少，同样大小的芒果原材料，通常的芒果干片5片左右，“阳光派”系列芒果干片3片以内，干果比较厚，口感柔软滋润。

大单品每日坚果，从全世界精选八大食材，到加工技术的精细化处理，再到摇滚新鲜包装的创新开发，强调均衡的营养和健康理念。

接下来发售的“今天的能量”系列，通过高蛋白、高纤维、低脂肪、低糖的健康食品，为一般的健身消费者提供每日的能量补充，为消除休闲食欲带来需求。

前几天发售的“人造肉”系列，使用植物性蛋白质的原料，满足消费者的肉类产品“0胆固醇”、“0反式脂肪酸”等健康消费需求。

在休闲的零食饮食化、代食化倾向下，百草的味道非常重视营养平衡，通过对上游食材的精选、工艺和包装

等方面的革新，将健康化的产品理念扩展到坚果、肉类、干果等领域不断构建多元化健康零食产品队伍。

从至今为止的直播经验来看，高颜、新颖的包装、商品可以直接刺激消费者的感觉，激发消费者购物的冲动，阳光派系列在包装方面同时进行了革新，设计的水果模拟包装满足了年轻人追求新鲜感的特点，配合播音员的语言交互，形成了声色所具有的立体感冲击力，更容易被消费者的新鲜心理感动，另外，这种新包装也根据不同的干物有着鲜明的产品特征，形成了独特的社交符号。

百草味“阳光水果派”系列的产品登场了。

各大品牌推出直播订购产品并不是偶然发生的事件，而是在现场直播的过程中发展到了一定程度的必然趋势，在薇娅、李佳琦等首播期间，固定化产品静静增加，价值链更为深远，例如，以薇娅与梦洁家纺的合作为例，薇娅不仅帮助梦洁家纺织品，而且对粉丝的需求和疼痛，

从某种程度上来说，通过头轮主播的影响力，商品开发和生产的链接朝着“相反的方向”移动，消费者将自己的提案反馈给主播，并将定制诉求传达给品牌方和制造商，实现与C2M相似的新制造逻辑。

未来，在对健康营养热的理解的基础上，百草味通过消费者直播之间的对话和交流，可以清楚地了解不同消费者的购物习惯和个性化需求，同时，以现场直播的固定化等各种各样的形式，实现了更多类型的突破。

# 循环风系统

临沂市兰山区飞龙食品机械有限公司

在核桃等坚果的生产工艺中，烘干成品这一环节起着重要的意义，但是在烘干过程中设备的使用和设备的功能性，方便性，节能性也起到了重要的意思，根据我们客户给我们提出一些问题，我们针对各问题进行逐一处理，分析来对我们的设备进行设计升级，生产出符合客户的全新的设备。

## 功能特点及科学技术内容

新推出老烘干机加装 2020 款循环风设备，该设备由烘干机上盖（含自动或手动推拉门）、自动控温直燃热风炉、工业燃烧机、自动控湿排潮风机、智能控制系统、链接风道几部分组成的

1. 可降低 25—30% 的燃气成本。
2. 可根据你原有的烘干机进行定制，单层，双层均可使用。
3. 该设备可集中进行排潮，并增加香精处理设备，改善车间内环境和香精味道。
4. 该设备配置的新型热风炉采用了微正压燃烧室，空燃比不受引风机影响。采用更大的换热风道，最大允许通过风量为 10000m<sup>3</sup>/h。
5. 该设备采用了热风供热循环回路与排潮回路分离的供热方式，有独立的排潮口。
6. 排潮风量根据箱体内湿度自动控制，物料湿度越低，排潮量越低，燃气能耗越低。
7. 实时热风循环回路配合新型布风结构能保证箱体内所有物料温度、湿度均匀一致。

## 有待改进的方面

该烘干机增加了一部分循环设备，使得设备增加宽度和高度，使得客户部分生产空间不够，所以我们争取针对于客户的要求进行修改或者专门定制。

以花生、核桃烘烤为例，我们提供一下数据：

	花生烘烤平均耗能	核桃烘烤平均耗能	控温方式
传统烘干机	平均 9--11m <sup>3</sup>	平均 9--11m <sup>3</sup>	手动
增加循环风系统	平均 6--8m <sup>3</sup>	平均 6--8m <sup>3</sup>	自动



# 寻找更完美的代糖

## 这五种代糖将大有可为!

本文转自 [ 食品商务网 ]



糖能带来甜蜜也会带来疾病。食品饮料行业正在掀起前所未有的减糖风暴，如何科学合理来减糖也成为产品研发的核心。目前常见的代糖里，人工合成甜味剂因为涉及安全问题一直争议不断，根据以色列内盖夫本古里安大学 (BGU) 的一项新研究，在经 FDA 批准的六种人工甜味剂中，至少有三种——阿斯巴甜、三氯蔗糖和糖精可能会破坏肠道微生物平衡。而目前被追捧的几种天然甜味剂里，赤藓糖醇存在供应量不足以及耐受量的

问题，甜菊糖苷一直被诟病口感和后苦味，罗汉果甜苷也因为供应链问题价格昂贵难以大规模应用。寻找一种完美的代糖，仍然任重道远。

自 2019 年 FDA 率先将阿洛酮糖排除在“添加糖”、“总糖”标签外，学者们便将目光投向了稀少糖。稀少糖天然存在于自然界的植物中，和自然界大量存在的葡萄糖和果糖相比，非常稀少，约有 50 个种类。尽管也属于糖具有和糖及其类似的性能，但稀少糖具有更慢的肠道吸收率、更低的

热量、不会引起升糖和蛀牙、具有益生元功能。近日，多伦多大学开展了一项研究，对稀少糖的健康益处进行了大型试验，精选出了五种稀少糖——阿洛酮糖、异麦芽酮糖、L-阿拉伯糖、塔格糖、海藻糖。

### 阿洛酮糖

阿洛酮糖是果糖的一种差向异构体，存在于小麦、葡萄干、无花果干和红糖中。主要有以下特点：

- 1、有助于降低血糖和减肥

阿洛酮糖的甜度大约是蔗糖的70%，但热量仅为蔗糖的十分之一。阿洛酮糖是 $\alpha$  葡糖苷酶、 $\alpha$  淀粉酶、麦芽糖酶和蔗糖酶等的弱抑制剂，可以抑制淀粉和二糖在胃肠道中代谢。同时阿洛酮糖通过释放GLP-1（胰高血糖素样肽-1），GLP-1通过血流到达大脑，它作用于这些大脑区域的受体，可以导致食欲下降，饱腹感增强，具有减肥作用。动物研究也发现，阿洛酮糖可以通过保护胰腺 $\beta$  细胞来抑制血糖升高、增加胰岛素敏感性并降低患2型糖尿病的风险。

## 2、口感好

在口感上，阿洛酮糖甜味柔和细致，与高纯度蔗糖极为相似的纯甜味，对味蕾的最初刺激速度比蔗糖略快，食用期间与之后都没有不良口感。其甜度也不会随温度变化而变化，在各种温度下，均可表现出纯正的甜味。

## 3、安全性高

阿洛酮糖被欧美学者视为赤藓糖醇的最佳替代品，二者甜度接近，但它比糖醇更加安全，耐受量更大。另外，阿洛酮糖不使用化学合成，一般的制备方法是由玉米或甜菜中提取的果糖通过酶促差向异构化方法制成，属于天然甜味剂。

## 4、有助于提升产品品质

阿洛酮糖和鸡蛋清蛋白通过美拉德反应不但能形成较好的交联结构，改善食品质地，而且还能生成具有较高抗氧化作用的物质，可在食品加工和贮藏中减少氧化损失。用阿洛酮糖在蛋糕中部分替代蔗糖，可通过美拉德反应产生大量的抗氧化成分，从而改善蛋糕品质，因此使它成为在烘焙应用中替代蔗糖的绝佳选择。阿洛酮糖的结构及特性也极为稳定，有较强的化学惰性，在酸性或碱性条件下也能保持原本的状态，稳定性比蔗糖更高，方便应用于对于各种营养成分丰富、原料来源复杂的食品中。

2019年上半年美国仅有20种新产品含有阿洛酮糖，但2019年下半年有54种新产品含有甜味剂，并在2020年上半年增加到86种，下



半年增加到107种。使用阿洛酮糖主要类别是桌面甜味剂、冷冻甜点（乳制品和非乳制品）、膳食补充剂、糖果和零食棒。阿洛酮糖与可溶性玉米纤维和甜菊糖结合使用，尤其适合烘焙食品和甜食，不但可以减少糖和卡路里，还可以满足消费者对口感和质地的期望。

Gatsby近日推出的巧克力，由阿洛酮糖和酯化丙氧基化甘油配制而成，这是一种改良的植物油，味道和功能类似于脂肪，热量更少，其他成分包括MCT、牛奶、糖和可可。一份Gatsby牛奶巧克力含有60卡路里和4克糖，其热量和糖仅有一份普通牛奶巧克力的四分之一，但是尝起来并没有太大区别，口感浓郁、放纵、入口即化。

## 异麦芽酮糖

异麦芽酮糖是甘蔗、蜂蜜等产品中发现的一种天然稀少糖，甜度约为蔗糖的42%，甜味纯正，与蔗糖基本相同，无不良后味。异麦芽酮糖作为一种新型代糖，可以在提供稳定持续的能量的同时，氧化更多的脂肪，因此非常适合用于运动营养产品中。主要有以下特点：

### 1、缓慢地释放能量、低升糖

大部分运动食品中常见的碳水化合物主要为麦芽糊精、葡萄糖和果糖

的混合物，它们能非常迅速地将葡萄糖释放到血液中，虽然能立即补充能量，但高升糖的碳水化合物对于追求耐力训练、进行日常运动锻炼或希望全天能量水平保持稳定的消费者而言，并非理想的选择。

异麦芽酮糖可完全而缓慢地释放能量，持续为身体提供葡萄糖，从而保持血糖水平稳定，有助于提高脂肪燃烧率。同时，它的卡路里含量只有糖的一半，在人体内不易被分解吸收，也不为绝大多数微生物分解利用，却可以被人体肠道中的双歧杆菌所分解利用，促进双歧杆菌的生长繁殖，维持肠道的微生态平衡，有利于人体的健康，是一种理想的体重管理成分。

异麦芽酮糖对血糖水平及其胰岛素反应的有益作用已在各种人体临床研究 and 所有人群中得到证实，包括健康人群、糖尿病人、怀孕期间和超重人士都可以食用它来控制糖。

### 2、高耐受性

目前运动营养产品中添加的很多代糖，如山梨醇、木糖醇、麦芽糖醇及很多低聚糖，如食用过多会造成腹胀、肠鸣、腹泻等不适现象，但人体对异麦芽酮糖的耐受量很大，每日摄入50g不会造成肠胃不适，因此经FAO/WHO联合食品添加剂专家委员会审查通过，对异麦芽酮糖的每日摄入量可不作规定。



### 3、有助于提高注意力

近年来一些研究发现，食用异麦芽酮糖后，大脑的注意力集中时间要大大长于食用蔗糖，对精神紧张的舒缓效果也要大大强于食用蔗糖，这使得它非常适合需要高度集中注意力的竞技体育。

### 4、高稳定性

异麦芽酮糖具有极低的吸湿性，其低结块风险可以很容易地制成饮料或其他类型的产品。并且异麦芽酮糖为多元糖，没有还原性，非常稳定，在较强的酸、碱条件下也不水解，在很高温度下也不产生色素，也不会和食品中其他成份发生化学反应，不能被绝大多数微生物利用，拥有比其他同类产品更长的货架期，即使在炎热潮湿的环境中销售，产品也能保持高稳定。

乐纯推出的零蔗糖酸奶“纯净精选”，使用甜菊糖苷与伊代欣糖（异麦芽酮糖）替代白砂糖发酵，具有非致龋齿性，不会引起蛀牙，每杯热量不超过 86 卡。

## L-阿拉伯糖

L-阿拉伯糖是植物细胞壁的常见成分，也是谷类中半纤维素的主要成分。2008 年被批准为新食品原料（2008 年第 12 号），没有食用限量，不能用在婴幼儿食品中。L-阿拉伯糖在人体内不能被代谢，能抑制蔗糖酶的水解，也被称作“蔗糖阻断剂”。

### 1、抑制蔗糖的吸收

L-阿拉伯糖能够抑制小肠蔗糖酶的活性，对蔗糖的代谢转化具有阻

断抑制作用，餐前按照一定比例添加阿拉伯糖，能使人体抑制 70% 蔗糖的吸收，还可以改善糖耐量，因此阿拉伯糖可以抑制因摄取蔗糖而造成的血糖和胰岛素浓度的升高。

### 2、调节肠道菌群

L-阿拉伯糖在肠道内不被人体吸收，也不为有害菌所利用，它仅仅为双歧杆菌利用，能够使肠道内的益生菌增殖，具有促进人体肠道健康的作用。而且蔗糖在肠道内，由于受到阿拉伯糖的抑制，没有被分解成葡萄糖和果糖的这一部分蔗糖不能被小肠吸收，到达大肠以后会与阿拉伯糖协同，起到促进乳酸杆菌生长的作用，可被大肠中的微生物分解成大量的短链有机酸，这些有机酸对肝脏合成脂肪有抑制作用，从而达到减脂的效果。

良品铺子推出的良品飞扬蛋白代餐奶昔系列产品，主打控糖和营养补充。在配方上，产品不添加蔗糖，改用 L-阿拉伯糖，同时添加白芸豆提取物控糖。

## 塔格糖

塔格糖与阿洛酮糖结构相似，也是果糖的一种“差向异构体”，少量存在于水果、可可和奶制品中。作为一种功能性单糖，塔格糖在能量代谢、降血糖、改善肠道菌群、抗龋齿等方面具有诸多优势。2014 年，国家卫计委批准塔格糖为新食品原料，可以用在除婴幼儿食品外的食品中。

### 1、低热量

动物实验显示，塔格糖在代谢过程中所消耗的能量比他释放的可用能量还要多，不会引起脂肪沉淀，所提供的能量远低于蔗糖，升糖指数仅为 3。

### 2、降血糖

塔格糖通过促进葡萄糖酶活性，促进葡萄糖向糖原转移，降低肝脏中的血糖水平。它还可以抑制小肠中碳水化合物消化酶的消化，从而抑制体内碳水化合物的吸收。临床研究表明，塔格糖可以显著降低健康人群、糖尿病前期、禁食葡萄糖受损者的血糖水平，具有降血糖的功能。

### 3、改善肠道菌群

机体所摄入的塔格糖有 80% 不能被小肠吸收，这部分不被吸收的塔格糖在结肠中被一些微生物菌群发酵利用，促进有益菌增值，抑制有害菌生长，能够显著改善肠道菌群。

### 4、抗龋齿

研究发现塔格糖不能被口腔中的微生物所利用，不会降低牙斑的 pH 值，因而不会引起龋齿。塔格糖在抑制齿蚀斑、消除口臭方面有良好功效，可以应用于各类口腔健康产品中，如牙膏、口香糖等。

## 海藻糖

海藻糖是一种双糖，由 2 个葡萄糖键结而成，海藻糖的甜度是蔗糖的 45%，甜度适中。海藻糖广泛存在于自然界中，在远古的动植物如蓝绿藻、昆虫等，都可以发现海藻糖的存在，它能帮助生物度过严峻无水的环境。由于海藻糖具有稳定性、耐酸性以及较佳的吸湿性非常适合用于烘焙食品，具有以下特点：

### 1、不会变色

海藻糖具有非还原性，在与氨基酸、蛋白质共存时，即使加热也不会发生褐变反应（美拉德反应），适用于高温烘焙后仍需要保持纯色的食品。

### 2、保水性

海藻糖有很强的持水性，能牢牢锁住食品中的水分，防止水分流失，有减缓细菌生长的效果。因此，海藻糖非常适合制作既富含水分又能延长保质期的食品。

### 3、防止淀粉老化

由于海藻糖具有防止淀粉老化的作用，用于烘焙食品特别是需要冷藏的食品效果显著。

### 4、防止蛋白质变性

海藻糖防止高温或干燥时蛋白质变性的效果良好。在含高蛋白质的烘焙食品中，可有效地防止营养的劣化。

### 5、抑制脂质酸败

油脂在高温焙烤中受氧化分解作用，会产生过氧化物和挥发性醛等不良风味物质。海藻糖通过与不饱和脂肪酸的相互作用来保护脂肪不被氧化分解，抑制油脂酸化所导致的质变。

# 天然咸蛋黄香精的开发制备

上海华宝孔雀香精有限公司

本项目采用新鲜蛋黄液为原料，通过风味蛋白酶水解，再添加新鲜咸蛋黄和葡萄糖，以色拉油为溶剂进行热反应，然后通过高速剪切和高压均质，得到风味浓郁、口感细腻的天然咸蛋黄香精产品。

本项目属生物技术领域，得到的是纯天然的产品，该产品达到国内领先水平。该项目通过选用优质天然原料，优化酶解和热反应工艺，结合后处理工艺，充分发挥了原材料的优势，确保了工艺的可控性，大大提升了产品的品质和档次。

本方法制备得到的天然咸蛋黄香精，其特征在于所述咸蛋黄香味纯正自然、饱满浓郁，同时可耐高温。将得到的产品进行烘焙、炒货应用试验，步骤大致包括配料、搅拌、烘烤等步骤。将试验所得产品进行感官评定，其评定项目为咸蛋黄香气强度、留香情况和口感。由感官评定结果可知，根据本方法制备得到的天然咸蛋黄香精香味纯正、留香持久，口感真实等特点。该产品检验各项指标均达到标准，目前已进入工业化放大试验阶段。

鉴于市面上的咸蛋黄类香精有不少缺陷，单纯采用合成原料调配的留香好但欠缺口感，添加了咸蛋黄的水溶性香精增加了口感，但是耐温性欠佳。针对现有技术的不足，本研究选用新鲜的巴氏杀菌蛋黄液，采用特定的酶解工艺释放呈味物质，再添加新鲜咸蛋黄和还原糖，与天然植物油一起进行热反应，制备出天然纯正、香气浓郁，同时又耐高温的咸蛋黄香精。因此，本研究具有较好的市场潜力，且能创造更多的实用价值。

该技术选材新鲜纯正，综合酶解



技术与热反应技术的优点，在酶法水解得到呈味物质的基础上，利用热反应原理制备出逼真的风味组分，使得咸蛋黄风味更加柔和细腻，饱满浓郁。

## 有待改进的方面：

该研究对原料的要求较高，如巴氏杀菌蛋黄液，需要冷藏运输和保存，高温下会凝固变质。因此，需要确保生产设备的清洁度和保存条件。

## 详细科学技术内容：

### 1、蛋黄液酶解工艺的确定

选择风味蛋白酶为水解酶，以蛋白质的水解度为指标，进行单因素实验，酶解温度（30℃、35℃、40℃、45℃、50℃），酶解时间（1h、2h、3h、4h、5h），酶添加量（0.2%、0.4%、0.6%、0.8%、1.0%），确定各条件下的最佳值，然后进行三因素三水平的正交实验，确定最终的酶解反应参数。

### 2、咸蛋黄热反应工艺的确定

利用所得蛋黄酶解物，添加适量咸蛋黄，并与葡萄糖进行热反应，采用色拉油作为反应溶剂，单因素实验的条件为：蛋黄酶解物和咸蛋黄的质量比（5:1、4:1、3:1、2:1、1:1），蛋黄总量和葡萄糖的质量比（15:1、12:1、9:1、6:1、3:1），反应时间（1h、2h、3h、4h、5h），反应温度（70℃、80℃、90℃、100℃、110℃），确定各条件下的最佳值，然后进行四因素三水平的正交实验，确定最终的热反应参数。

### 3、后处理工艺的确定

因蛋黄是热敏性物质，高温凝固且含水，为了确保油质香精的稳定性，进行高速剪切和高压均质，使产品稳定均一。

该产品直接应用到坚果、炒货中能使产品香气更加浓郁饱满、回味悠长。该产品应用广泛，还可以直接应用于烘焙、糕点等食品中，市场前景十分广阔。

# 中国坚果报告： 2021/22 季产量及进出口预测

## 核桃

我国是全球最大的核桃生产国，产量约占全球近一半。2021/22 季（2021 年 09 月—2022 年 08 月），中国品质能够达到商业级的核桃产量（带壳）预计将达到 110 万吨，与上季基本持平，而我国实际的核桃生产量要远远大于每年流入商业端的总量。随着新种植的苗木不断投产，中国核桃的总产量预计在未来几年中还将继续保持增长。

中国的核桃品种多达 50 多种，多数为本土品种。其中不乏纸皮核桃等个头大，出肉率较高的品种，但整体上缺乏能与 Chandler、Hartley 等优秀进口品种相竞争的品种。

由于自身产量的增加，中国对核桃的进口量将持续回落。出口方面，中国带壳和去壳核桃的出口量在 2021/22 季预计都将出现小幅增长，主要出口方向为中亚及西亚地区。

## 巴旦木

2021/22 季（2021 年 08 月—2022 年 07 月），中国巴旦木（去壳）的产量预计约为 4.2 万吨，同比上季下降约 7%。栽种面积预计在 94.5 万亩左右，与上季基本持平。我国 95% 的巴旦木产自于新疆的莎车县。不过由于农业投入不足、管理手段落后等原因，巴旦木的生产效率较低。

事实上，莎车县的巴旦木几乎全部由当地市场所消化，甚至未能走出新疆。中国其余地区的巴旦木消费仍高度依赖进口。2021/22 季，中国的巴旦木进口量预计将有所增长，美国为该产品最大的对华供应国，澳大利



亚紧随其后。

## 开心果

中国国内的开心果产量几乎可以忽略不计。之前新疆曾进行过小规模试种，但是由于气候原因和种植技术上的短板，试种结果并不理想。

据估计，全球每年约 20% 的开心果产量会流入中国市场。2020/21 季中，伊朗是中国最大的开心果供应国，65% 的进口量来自于伊朗。2021/22 季（2021 年 09 月—2022 年 08 月），由于伊朗产量下降，中国对开心果的进口将有所减少。

## 夏威夷果

2021/22 季（2021 年 09 月—2022 年 08 月），中国带壳夏威夷果产量预计将达到 3.2 万吨，去壳夏威夷果产量则将达到 9600 吨，分别同比增长 5% 和 9%。

作为中国发展最快的坚果品类，夏威夷果目前在全国范围内的种植面积已经达到了 46.5 万亩，主要集中在云南省的丘陵地带和广西省的平原地区。依照目前的发展趋势，在不久的

将来中国或就将在该坚果品类上实现自给自足，甚至有进行产品出口。

品种方面，中国所种植的夏威夷果品种也存在产量低、质量不稳定等短板。

## 榛子

最近几年，榛子的商业化种植在国内发展迅猛。2021/22 季（2021 年 09 月—2022 年 08 月），该品类商业化种植面积预计将达到 168 万亩，主要集中在辽宁、吉林、黑龙江、山东、内蒙古、河北等省份，总产量预计为 3.5 万吨（带壳）。同时，中国野生榛子的产量同样不可小觑，2021/22 季的产量预计将达到 3.3 万吨，整体规模达 132 万亩，主要集中在辽宁省。

美国榛子因为个头比较大一直深受中国消费者欢迎，其对华出口（带壳）也长期保持稳定。去壳榛子则主要进口自土耳其，用于食品加工。

## 碧根果

2021/22 季（2021 年 09 月—2022 年 08 月），我国碧根果的产量预计将达到 4000 吨，同比上季实现翻番。随着更多的苗木在未来投产，产量还将继续保持增长。

目前，全国范围内的种植面积预计约为 120 万亩，主要集中在安徽、云南和江苏省。国务院在 2020 年 11 月出台政策，严禁将耕地用于非粮食作物的种植，这或将意味着碧根果的种植将不会再有大幅度的扩张。

由于对华最大供应国美国在碧根果产量上的回升，2021/22 季中国的进口量预计将出现上涨。

# 澳洲坚果

## 炭疽病防治技术

炭疽病是澳洲坚果生长发育过程中的主要病害之一，其整个生育期均可发生。其主要为害叶片、嫩梢、果实，严重时会造成果实提前脱落，降低果实质量，增加选果难度和费用，严重影响种植户收益。本文就澳洲坚果炭疽病危害症状、发病规律、防治措施等进行简单介绍。

### 1、危害症状

澳洲坚果炭疽病主要为害叶片、嫩梢、果实，也可为害花序。

**叶片发病：**发病初期在叶片上产生暗褐色水渍状不规则形病斑，病斑扩展产生近圆形或不规则形的灰褐色或黑色病斑，病斑上产生黑色小点。在潮湿的环境条件下，病部产生粉红色黏液状的孢子堆，受害叶片枯黄，严重时整片叶枯死。

**花序、嫩梢发病：**主要表现为花序枯萎、嫩梢枯死。

**果实发病：**发病后果皮上呈现直径4—19毫米的褐色圆形病斑，病斑可扩展至全果，严重时果皮变黑腐烂，潮湿环境下病果上会产生白色霉状物。

病果种壳及种仁不变黑，变黑的幼果易脱落，个别不脱落的果实挂在树上成为僵果。后期病部长出黑色呈轮纹状排列的小黑点（病菌的分生孢子盘）。

病原为黑盘孢目炭疽菌属的胶孢炭疽菌，病原菌菌落为灰绿色，气生菌丝绒毛状，分生孢子长椭圆形，无色，单胞，两端钝圆。

病原菌以菌丝体在病叶或未落的僵果上越冬，在潮湿的环境条件下，产生大量的分生孢子，借助风、雨水传播到叶片或果实上，通过叶片、果实上的气孔或伤口侵入，引起发病。在温度20℃，空气相对湿度在90%以上利于菌丝的生长，易发病。在阴雨潮湿的季节、种植密度大、通风透光性差的果园发病较重。

2、加强栽培管理，做好田间排灌工作，减少田间湿度；及时疏除下垂枝，保持果园通风透光。

3、药剂防治。发病前或发病初期可使用国光松尔（甲基硫菌灵）、标健、健领、腈菌唑等药剂进行防治。



# 种植芝麻 怎么管理能获得高产

芝麻是常用的油料作物，炒菜的提香、芝麻酱、小磨香油等的主要作物都是芝麻。虽然芝麻会有黑白芝麻之分，在生长的过程中所需要的用水量、需肥量和较常发生的病虫害等都是相似的，本文就芝麻种植的增产管理与你一起探讨。

种植芝麻怎么管理能获得高产

1、合适的时间种植，春播芝麻的合适时间在五月份，秋播芝麻的合适时间在七月份。芝麻喜温，合适时间种植对提高出苗率和苗齐率有较好的帮助。

2、做好田垄和“地基”。芝麻喜欢疏松肥沃、排水保肥能力较好的土壤环境。撒播前需要撒施农家肥并做好田垄，方便生长中后期的管理。芝麻施基肥，有腐熟透的农家肥为好，其次为有机肥或尿素、氯化钾等复混肥。

3、及时间苗和打顶。过密会导致旺长影响之后的开花结果，对芝麻进行间苗，一般在2片真叶和5-6片真叶的时候，以去除弱苗和合理修整芝麻的种植密度为主。消除芝麻植株顶端优势的打顶一般在初花后的三周或盛花后的一周进行，在长势比较弱的植株打顶的时间可适当提前。

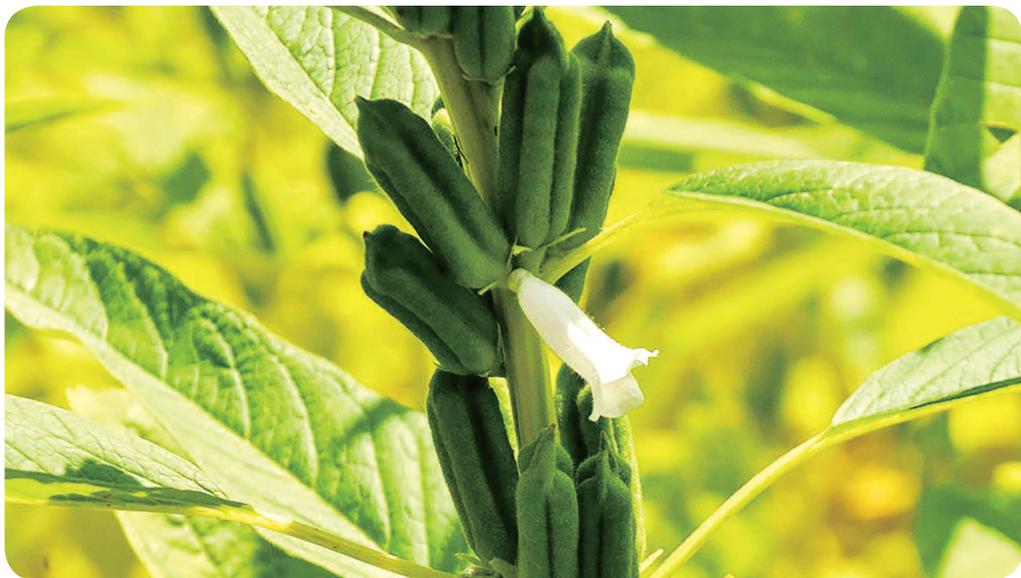
4、芝麻较常发生的病害以细菌和真菌感染为主，包括常见的角枯病、叶枯病、炭疽病等，在生长过程中可间隔10天左右喷施2-3遍唑类抗真菌病增产叶面肥，于抗病和营养增产有较好的作用。

5、芝麻需水量中等，在种植的过程中以保持土壤相对湿度在60%左右为宜，过低不利于生长，过高或积水会增加病害的发生率和根部呼吸减弱的情况。

6、芝麻在苗期或或长势过于旺盛的阶段可以叶面喷施2遍矮壮素进行控旺处理，配合打顶使用效果较为明显。

7、芝麻与同科作物轮作，常会增加常见病虫害的发生率，因此选地种植芝麻，应避免同类作物轮作或同科作物的邻作，合理轮播与大豆、红薯、小麦、棉花等轮作效果较好，同块田地建议间隔两年再行种植芝麻，对芝麻的产量和其他种植作物的产量和品质都有帮助。

8、芝麻成熟果实的颗粒相对较小，过分成熟会直接掉落土壤影响整体的产量，合适的芝麻收获时节，以蒴果呈黄褐色，下部有少量开裂，上部蒴果微黄色，用手摇晃植株下部，蒴果里有响声，籽粒呈现固有光泽时为佳。[医果妙语]





## 欢乐时光 百联相伴

福建百联实业有限公司成立于八十年代，崛起于九十年代，秉承“优质、诚信、高效、稳健”的经营理念，从单一贸易发展成为集食品开发、生产、销售、房地产开发投资及高端物管为一体的实业型工贸企业。

在食品方面，公司专业生产坚果炒货、蜜饯、肉制品等休闲食品，其品种多样、口味独特、品质优良，倍受社会大众的青睐，主导产品“百联瓜子”更是盛誉八闽、畅销省内外。

近年来，公司对北方种植基地的拓展将百联实业由单一的原料加工企业转变为原料生产企业。同时，公司遵循“做强主业，适度多元拓展”的战略，向地产、物业、金融等领域拓展。百联集团化的产业布局逐步显现。

百联公司将一如既往地坚持“以人为本、精益求精”的经营宗旨，与各界增进交流，真诚合作，共同发展。



**福建百联实业有限公司**

**客服热线 4008898903**

<http://bailian.com.cn> Email: [office@bailian.com.cn](mailto:office@bailian.com.cn)

【地址】福州市台江区鳌峰街道曙光支路2号百联大厦26层 【电话】0591-83315111 83315198



NANKO  
南科

迈 犇

草本应用引领者

# 草本甜味剂

坚果高端品质保证

草本提取物是植物浓缩精华，与多种甜味剂科学组合，协同作用，拥有独特的香甜，坚果营养丰富，天然的保健品，三者巧妙融合，无法抗拒。源于自然，精于功夫，“养”取天然之坚果，“津”取天地之草本，南科草本系列产品，坚果高端品质的保证。

草本甜味剂系列  
草本调味料系列  
抗氧化固香系列



技术支持

中国农大功能食品与果蔬加工新技术研究室  
南昌大学食品学院

荣膺2020年度为全国坚果炒货企业  
提供优质服务会员企业



中国驰名商标

# 沙土瓜子

坚果炒货 专注炒货三十年

人实诚 仁实成



电话:0530-5771168

地址:中国·山东菏泽沙土镇



专|注|坚|果|炒|货|保|鲜|二|十|二|年|

高新科技企业 / 坚果炒货食品保鲜系统方案提供者

# ◆ 脱氧剂 Oxygen absorber

# ◆ 干燥剂 Desiccant

- 与食品直接接触.
- 解决定量小食袋的新鲜口感.
- 解决1~25KG 装食品安全货架期问题.
- 系统解决每日坚果吸氧吸湿，保持食品新鲜.
- 解决塑料罐装食品塑料罐变形影响产品销售问题.



## 东莞市欣荣天丽科技实业有限公司

DONGGUAN XINRONG TIANLI TECHNICAL INDUSTRY CO.,LTD

地址：东莞市虎门镇怀德社区怀丰路2-3号厂房

电话：0769-85129777 85502898 85522165

网址：WWW.tianli168.com



扫一扫关注了解更多



# COMPANY PROFILE

## 公司简介

南京华扬香精香料实业有限公司成立于1994年，以“三叶”品牌生产经营食品香精、调味料等产品。经过20余载的发展，产品开发涉及食品香精、食品调味料、天然香精、微胶囊技术香精等，品种多达2000多种，服务行业涉及坚果炒货、烘焙、糖果、饮料、冷饮、休闲食品、调味料等，已成为国内专业从事食品香精研发、生产、销售一体的规模型厂家之一。

华扬香精公司自成立初始，就高度重视产品质量和食品安全，陆续通过“ISO-9001国际质量体系认证”和“HACCP:ISO-22000食品安全管理体系认证”，拥有现代化的香精、调味料工业生产系统，实现了对原料采购、生产、品控、包装及运输全过程的科学控制，确保生产的产品既符合稳定可靠的高品质要求，又全面符合食品安全规范的要求，以优质稳定的产品立足于国内外市场。

公司十分重视香精产品的研发和应用，拥有自己的研发中心。研发中心配备十多名各类型专业技术人才和国际先进的分析、检测仪器设备，并建立完整的原料分析数据库，为新产品研发、产品质量稳定及满足客户需求提供了足够的资源保障，立足香精香料行业的科技前沿。公司积极与国内科研院所合作建立配置齐全的应用实验室，使产品开发更具创新性、前瞻性和实效性，锐意进取、开拓创新，不断引进国际流行配方和新原料应用于产品中，技术研发能力居国内同行业领先水平。

公司拥有一支市场开拓经验丰富的销售团队，创新的营销、技术服务体系为客户提供贴心的服务。公司依托分布在全国31个省、市近六十个办事处，通过强大的销售服务网络，为全国的

直销客户提供优质的产品、优良的服务。目前已成为中国食品工业、日化工业全方位的事业伙伴。同时公司拥有自主进出口权，每年向亚洲、南美洲、欧洲、非洲等地出口各类香精产品。公司通过了“HALAL清真认证”，为国内外清真食品企业提供服务。

2013年6月公司成立安徽翥犇食品科技有限公司，投入5000多万元在滁州南谯经济开发区建设新的生产基地。新工厂位于滁州市风景美丽的琅琊山风景区旁，厂区环境优美。新工厂占地20000平方，建筑面积30000平方，其中3000平米办公大楼，3000平方的研发中心和近20000平方的生产车间。翥犇公司以“翥犇”品牌生产经营食品调味料类产品，为休闲食品、肉制品、调味料产品等行业客户服务。

华扬香精公司和翥犇食品科技秉承“质量第一、用户至上”的宗旨，坚持“不断为客户创造价值”的理念以及“不断追求、不断超越”的企业精神，将努力打造中国民族香精香料品牌为己任，致力成为国内一流的香精香料品牌企业，走向世界、为国扬名。



## 丰收节来了！三瑞食葵荣获“葵王”称号



五原县第四届农民丰收节在塔尔湖镇联丰村盛大开幕。活动现场，农民朋友齐聚一堂，喜笑颜开，共享丰收喜悦。在众多异彩纷呈的庆丰收活动中，全县“葵王”的评选活动分外引人注目、扣人心弦，经过激烈的现场评审，最终来自五原县复兴镇的佟福生、魏锁种植的SH361、三瑞9号夺魁，荣获五原县第四届农民丰收节“葵王”称号。

让农民深以信赖的三瑞农科，深耕食葵产业20余年，始终以科技创新为第一发展战略，自主研发的向日葵食葵杂交种SH363、SH361、三瑞9号、三瑞11号等优质品种，打破了国外向日葵种子垄断中国的被动局面，有力的保障了食葵种业安全、产业安全，打赢了食葵种业的翻身仗；目前，三瑞农科在科技研发、制种规模和育种技术等方面居国内外领先水平，拥有专利成果17项，22个新品种取得农业农村部品种登记证书，其中20个获得向日葵植物新品种授权，SH363、SH361荣获自治区科技进步奖殊荣，自主研发的食葵杂交种在国内市场占有率达31%以上。

## 广西崇左市把澳洲坚果产业打造为全市第二大富农产业

9月13日—15日，崇左召开发展澳洲坚果产业动员会。会议以现场考察和召开会议形式召开，总结全市“十三五”时期澳洲坚果产业发展取得的成绩，研究部署“十四五”澳洲坚果产业发展工作，全面加快澳洲坚果产业发展步伐。市委书记何良军出席会议并讲话。他强调，要统一思想、明确任务、坚定信心，大力发展澳洲坚果产业，把澳洲坚果产业打造成为全市第二大富农产业，为改革优化“两大环境”、加快推进“五个振兴”、全面建设面向东盟开放合作的现代化南疆国门城市作出新的更大贡献。全市各级各部门要提高政治站位，切实把思想和行动统一到市委、市政府的决策部署上来，坚定信心，按照“一户四亩百株”要求大力发展澳洲坚果产业，力争到“十四五”期末种植面积达100万亩以上、年产值达100亿元以上，使之成为全市第二大富农产业。

## 来伊份上半年净利增逾七倍 社区业务或将打开新成长空间

来伊份公布上半年成绩。公司实现营业收入近21亿元，归母净利润1.08亿元，同比大增777.59%。得益于销售毛利增长，公司扣非净利润同比增长523.84%，经营质量有了大幅提升。

值得一提的是，上半年来伊份社区团业务收入超1.6亿，同比增长80%；加盟渠道业务持续发力，上半年收入1.88亿，同比增长105.75%，已经接近去年全年的水平。

2021年，来伊份稳步推进万家灯火计划，优化业务布局，调整门店结构，加大全渠道业务的开展，重点推进加盟业务及社区团业务发展。

仅上半年，来伊份就召开了22场加盟招商会，签约加盟店数552家。2021年上半年，来伊份全网总曝光30亿+，全渠道会员总人数超过3,591万，会员业绩同比增长78%，黑金会员达成率113%，业绩拉升过亿元。天猫旗舰店粉丝总量达到810万，同比增长69%，会员复购在618期间基于天猫官方数据排名零食行业第一名。京东超市渠道，上半年GMV增长超过80%。

2021年公司持续建设“社区拼团到店自提”及“外卖及时送货到家”业务。在原有自有移动APP基础上，探索通过企业微信社群与顾客进行互动的模式。从2021年4月开始，规模化推动企业微信社群建设，现公司拥有企业微信社群超过12,000个，社群粉丝数超过120万人，社群人数高峰期超过5万人/天快速增长。



## 三只松鼠：打造世界坚果智造中心



9月24日，安徽省芜湖市第十一次党代会开幕，市委书记单向前代表中共芜湖市第十届委员会向大会作报告，报告中“金句”频出，直抵人心。三只松鼠党委书记潘道伟现场听取报告，称芜湖是一座对年轻人“很友好”的城市，这样的城市，往往“有所图”和“有所谋”。

今年以来，芜湖推出了“紫云英人才计划”，奋力打造“创业芜优”之城，在“十四五”期间启动实施“3113”人才工程，即计划招引高层次科技人才团队300个、领军人才1000名、高端人才10000名，累计引进30万名大学生，为城市新一轮垂直崛起夯实人才根基。

潘道伟透露，目前三只松鼠正在纵向产业链和横向消费链上积极探索。在产业链的纵向延伸上，把上游优质的坚果生产制造企业通过“双招双引”聚集来芜湖，打造无为联盟工厂，并有望在未来打造世界坚果的智造中心；在消费链的横向延伸上，公司目前和芜湖高新区正在共同谋划一个创业孵化平台，在“食品相关的新消费”板块里，依托松鼠的中后台运营资源和高新区为产业“量身定做”的支持政策，辅助资本的连接，把创业者聚到芜湖高新区来。

## 蔚县是全国杏扁的传统产区 and 主产区之一

蔚县是全国最大的优质杏扁苗木生产基地、华北最大的杏扁生产基地。目前，全县已拥有杏扁基地50万亩，开发出了国内首条杏扁脱衣生产线，先后开发出了开口杏核、巧克力杏仁、香酥杏仁等12个系列高档休闲食品。建成了常宁、北水泉、桃花、吉家庄、宋家庄、白乐、南杨庄、柏树等面积超过万亩的杏扁重点栽培区。

## 铁岭县榛子预计实现产值3.5亿

近年来，铁岭县立足资源优势，将榛子产业开发确定为全县农业三大主导产业之一，通过政府引导、资金扶持、典型带动、品牌打造等一系列措施，全县榛子种植面积不断提高，目前已达到35万亩。铁岭县制定了铁岭榛子产业发展规划、生产技术规程和地方标准，实施高标准示范园建设、科技兴榛、完善市场服务体系、名牌、产业集群等战略，组织科研力量对榛子园艺化管理和高产栽培等生产技术进行推广，引导榛农采取疏株、除杂、施肥、病虫害防治等措施，提高榛林生产经营管理水平，达到增量、提质、创优、增收的目的。每年省、市都对榛果进行食品安全检测，并及时将结果向社会发布，目前铁岭榛子已经连续10多年进行检测各项指标均符合绿色食品标准。

目前，全县各乡镇3万多名从事榛子生产的农民已经基本采收完毕，正在进行晾晒、脱粒，大部分榛子已经被经销商预订，每斤收购价能达到10元左右。据初步统计，今年铁岭县榛子产量预计达到3000万斤，预计实现产值3.5亿元。

## 新疆巴旦木成熟上市，国内种植仍待发展

9月新疆莎车县巴旦木进入采摘高峰，当地每天的采摘量在3100吨左右。目前，莎车县种植巴旦木树93万亩，挂果面积85万亩，占全国种植面积的95%以上，成为我国最大的巴旦木生产基地。2020年，莎车县巴旦木产量增长到了8.6万吨。



对中国市场而言，巴旦木产业是极其稀缺的朝阳产业。同时，由于国内产量过低，巴旦木种植产业仍然处于起步阶段。据了解，目前河南省已经开始种植巴旦木，打破了巴旦木内地不适合种植的历史。河南省三门峡“富岗扁桃种植基地”700亩成品林抽样调查显示，一亩可种植巴旦木50株。100棵4-5年巴旦木果树实际挂果中：20棵单株巴旦木产量80斤鲜果，折合干果16斤；70棵单株巴旦木鲜果产量100斤，折合干果20斤；10棵单株巴旦木鲜果产量120-140斤，折合干果24-28斤。4-5年巴旦木果树平均亩产900斤干果，到10年丰产期可实现亩产1700斤干果。

## 央视直播力挺洽洽“透明工厂” 这才是新国货崛起的密码

9月27日，央视主持人常婷带领北京大学、中国科学技术大学这两所知名学府的6位学霸走进洽洽工厂，正式开启央视网对洽洽透明工厂的直播。在2小时的直播中，“学霸团”以研学游的方式，在央视网全方位、无死角的直播镜头下，与广大网友共同了解新华社民族品牌洽洽在种植、工厂、研发、生产、包装等全产业链各环节的技术实力，见证“洽洽二十年，只为一把好坚果”的品质。

洽洽关注年轻人的所思所想，此次透明工厂直播创新性地在线招募高校学霸来见证小小坚果背后的大大智慧和关键保鲜技术，旨在通过体验式的研学方式拉近与年轻消费者的距离，展现中国质造的魅力，增强莘莘学子的民族自豪感。

这一创新举措也使得透明工厂直播IP的互动性和吸引力更强，直播在央视网以及微博、抖音、快手、B站等9大媒体平台上同步开启后，仅5分钟，央视网全平台观看人次即突破56万，当日累计观看人次更是突破3100万，反响极为热烈。

CCTV.com × 洽洽

# 洽洽透明工厂

## 学霸研学之旅

直播时间: 9月27日 14:00开播

常婷  
央视网主持人

播出平台:  
央视网、央视影音客户端、手机电视、中国互联网电视  
央视网微博、抖音、快手、B站、视频号

洽洽二十年 只为一把好坚果

## 中国需求：巴松成坚果中的“奢侈品”

据国际坚果及干果协会统计，中国是第二大松子仁消费国，2018年消费量达到3474吨，约是巴近5年平均年产量的1.2倍。

作为中国市场三大松子品种之一，巴基斯坦松子享有很高的溢价，被列为高端零食，一袋250g的巴松售价约80元（约合2033卢比），是中国其他品种松子的近2倍。

中国消费者对巴松的青睐带动了巨大的进口需求，中国成为巴基斯坦松子的主要出口目的地。巴基斯坦农业市场信息服务局数据显示，2018—2019财年（2018年7月—2019年6月，巴松丰年）、2019—2020财年（巴松小年）巴基斯坦分别向中国出口松子692吨、73.9吨，价值8.2亿卢比、1.9亿卢比，占巴松子出口总量的45.86%、14%。



# 陕西咸阳市彩虹商贸食品有限公司



公司创建于1989年3月，是一家集产品开发、生产、销售及售后服务为一体的现代化民营企业。通过ISO9001质量管理体系和QS市场准入认证。注册资金5000万元，占地面积170余亩。

“金鸽”商标被授予“陕西省著名商标”，“金鸽”牌炒货被陕西省人民政府评为“陕西省名牌产品”，被中国坚果炒货专业委员会评为“全国著名品牌”和“坚果炒货优秀企业”。

“金鸽”牌瓜子、花生配方独特，口味香醇，深受广大消费者的喜爱和信赖，远销河南、河北、山西、山东、辽宁、吉林、甘肃、陕西、新疆、青海、西藏等10多个省、200多个地市，年产值数亿元。

公司曾被评为“省消费者信得过企业”、“省乡镇先进企业”；多次被陕西省财政厅、国家税务局、地方税务局评为“诚信纳税先进企业”和“A级纳税人”；多次被咸阳市国家税务局、地方税务局分别授予“诚信纳税先进企业”；多次被咸阳市政府评为“质量信得过单位”、“先进私营企业”、“守合同重信用企业”、“安全生产先进企业”。总经理梁祖一被授予“咸阳市劳动模范”和“咸阳市首届十大民营企业”称号。

公司自创建以来，坚持“以质量求生存，以质量求发展，以质量求效益”为经营理念，以顾客信赖、顾客满意、顾客放心为关注焦点，注重质量、注重信誉、注重售后服务，赢得了广大消费者的称赞，收到了良好的社会效益和经济效益。

公司热忱欢迎广大新、老客户垂询、经销我公司的产品，也热情欢迎广大消费者享用我公司的产品。总经理梁祖一携全体员工向各位新、老客户及广大消费者致以深深的谢意！



地址：咸阳市渭城区朝阳路5号 电话：029—33716638 33715755 (传真) 邮编：712000 联系人：梁先生

## 2021/22 年度阿根廷大豆产量将同比提高 2.2%

阿根廷布宜诺斯艾利斯谷物交易所 (BAGE) 首席分析师埃斯特班·科巴迪在一次网络研讨会上表示,今年阿根廷大豆产量将会提高,因为天气条件改善,但是播种面积将会连续第六年降低,因为农户轮作玉米。

今年底可能出现的拉尼娜天气将会限制降雨,但是预计今年是强度较弱的拉尼娜。

2021/22 年度阿根廷大豆播种面积预计为 1650 万公顷 (4080 万英亩), 同比降低 2.4%, 创下 15 年来的最低面积。阿根廷是从 10 月底播种大豆, 3 月份开始收获。

科巴迪表示,今年农户在转向晚播玉米,以便对冲干旱天气。玉米播种面积将达到创纪录的 710 万公顷,比上年提高 7.6%,这也是连续第八年增长。其中 52% 为晚播品种。

2021/22 年度阿根廷玉米产量将达到创纪录的 5500 万吨,同比提高 8.9%。

这也将是 20 年来首次在播种季节开始之前预计玉米产量超过大豆。

科巴迪还预计小麦产量达到创纪录的 1920 万吨,同比提高 13%。



## 今年缅甸芝麻种植户面临亏损

马圭省消息,因今年雨季期间降雨不正常,因此,马圭省内大部分芝麻种植户种植的芝麻产量降低,部分芝麻损毁。因此,芝麻种植户被迫改种花生,大部分芝麻种植户面临亏损。

据悉,今年雨季期间,马圭省只有崩漂镇地区降水充沛,且农户使用的灌溉用水主要是水坝蓄水、降水,因此芝麻早产且丰收。除此之外,其他大部分地区降雨不正常,农田缺水,因此,芝麻产量比较低。

马圭市马季甘村一名芝麻种植户表示,今年,大部分芝麻种植户都面临亏损。因为降雨不正常,芝麻地都损毁了,因此改种花生补救。没有损毁的芝麻地,产量也降低了很多。

目前,马圭地区出现的芝麻,白芝麻价格为 1 箩 (15 拽) 43000 缅币,黑芝麻 1 箩 (15 拽) 55000 缅币。



## 加州 8 月巴旦木发货报告公布



8 月是 2021 产季的第一个月,发货量再破历史纪录:为 2.07 亿磅,比去年同期提高 7.4%。

大部分 8 月发货仍是去年旧货 + 部分新产 NP (基本到印度),留下 2020 产季旧货转入量共 6.08 亿磅 (其中 3.44 亿磅为已售出未发货)

发货量依然收到排船和港口拥堵的限制,有部分 8 月船无法正常装出,但也导致部分 7 月船 (甚至原计划 6 月) 涌入 8 月

截至 8 月,已售出未发货量为 7.15 亿磅 (去年同期 10.55 亿磅),大幅减少。这其中 8 月销量为 1.38 亿磅 (去年 2.88 亿,同样降低)

目前已售出未发货量占 2021 预计产量 33.7% 和总供应量的 27.6%,历史同比属合理区间。

2021 年 8 月发货量

本月发货到中国:去壳 78 柜 (去年 57 柜),带壳 113 柜 (去年 63 柜),增长 56%

本月发货到印度:去壳 85 柜 (去年 3.5 柜),带壳 1042 柜 (去年 1282 柜),减少 10% (带壳减少 23%)

## 瑞士自越南进口腰果数量 5 年来大幅增长

国际贸易中心 (ITC) 表示,在 2016-2020 年阶段瑞士腰果进口量及价值分别年均增长 13.6% 和 12.9%,从 2016 年的 1900 吨及价值 1898 万美元上升至 2020 年的 3120 吨及价值 2824 万美元。

其中,瑞士从越南进口腰果数量及价值分别年均增长 20.4% 和 19.8%,从 2016 年的 742 吨及价值 700 万美元上升至 2020 年的约 1500 吨及价值 1233 万美元。

据统计数据显示,2021 年前 6 个月,瑞士从越南进口腰果数量达 777 吨,价值 652 万美元,进口量及价值分别同比增长 40.4% 和 35.6%。

越南腰果在瑞士进口总量中的市场份额从 2020 年前 6 个月的 38.58% 上升至 2021 年前 6 个月的 53.16%。因此,越南腰果在瑞士市场中具有很大的竞争优势。

## 伊朗预估今年开心果产量下降 7 万吨

9月24日报道，由于气候变化以及新型冠状病毒疫情影响，伊朗开心果协会秘书长认为，今年伊朗开心果的产量预计将下降7万吨。伊朗近20%的开心果供应国内市场，其余用于出口，中国和印度是主要的出口目的地，另外10%的产品出口到德国。



## 坦桑尼亚亟需提升腰果本地加工能力

坦主流媒体《公民报》9月27日报道，随着腰果出口季节到来，坦腰果加工能力欠缺问题格外突出。目前，坦桑每年约3万吨腰果在本地加工，占其腰果年产量的比例不足10%。坦腰果委员会（CBT）表示，该委员会致力于提升腰果本地加工能力，计划在2025/2026年将腰果本地加工比例提升至60%以上。为实现这一目标，CBT已出台政策，确保本地加工企业直接从腰果种植户手中采购原材料，避免其与生腰果出口商在二级市场上竞争，并加强本地加工企业间的协同合作，鼓励外国投资者投资腰果加工行业，丰富腰果加工最终产品种类，争取充分发挥坦在腰果生产方面的优势。



## 意大利榛子产量下降

意大利农产品合作联盟 Agrinsieme 表示，2018年至今，榛子种植面积增加约5000公顷，但受天气和虫害影响，预计2021-2022年意全国榛子产量将急剧下降。带壳榛子产量预测约为4.5万至4.8万吨（去年为13.6万吨），其中皮埃蒙特大区产量下降55%，拉齐奥和坎帕尼亚大区下降70%，西西里岛预计下降80%。



## 越南腰果贸易逆差 10 亿美元

9月22日报道，据越南海关总局统计，年初至9月15日，腰果仁出口量达39.81万吨，出口额近25亿美元，同比分别增长18%和15%。最大的出口市场是美国，出口量达11.7505万吨，出口额达6.7627亿美元（数据更新至8月底）。

其他主要市场如：对中国出口5.173万吨，出口额3.845亿美元；荷兰4.7161万吨，出口额2.5486亿美元；加拿大1.1056万吨，出口额7300万美元。

进口方面，9月上半月越南全国进口腰果原料10.776万吨，进口额1.398亿美元。

年初至9月15日累计，越南全国进口236.8514万吨，进口额近35亿美元，同比分别增长127%和171.5%。

值得一提的是，短短8个多月，腰果进口却远超2020年全年。

# 我协会赴天津市静海区王口镇 考察调研坚果炒货行业

热烈欢迎中国食品工业协会坚果炒货专业委员会翁洋洋会长莅临指导  
热烈欢迎中国坚果炒货协会优秀青年企业家参观交流



2021年10月17日，我协会常务副会长翁洋洋及协会部分青年工作部优秀企业家一行来到天津市静海区王口镇，就借着王口坚果炒货的产业优势，探索推进特色产业发展战略进行座谈并对天津岳城食品有限公司等王口镇知名坚果炒货企业进行参观调研。

10月17日上午，静海区委领导与协会翁洋洋一行于静海区政府会议室开展座谈。静海区王口镇党委副书记，镇长王斌首先介绍了王口镇的发展历史与王口坚果炒货目前的现状与问题，翁洋洋提出王口坚果炒货，天津坚果炒货的发展要充分发挥集聚产业和行业龙头的

两大带动作用，同时，要鼓励一批有理想有情怀的年轻人参与到行业发展中。会议期间，青年企业家们也从产品升级，工艺提升，信息互动交流等方面提出了建议。

10月17日下午，翁洋洋一行在天津岳城食品有限公司总经理岳成的带领下先后参观了天津全坤坚果食品有限公司，天津市宏发晟食品有限公司，天津市岳成食品有限公司。翁洋洋对王口镇近十年的发展给与了肯定并表示期待王口坚果炒货集聚力量的发挥，为全行业的发展做出更大的贡献。



10月21日，我协会常务副会长翁洋洋赴安徽省无为市安徽省绿色食品产业园走访调研。在安徽无为经济开发区党委书记、管委会主任冯加荣的陪同下，翁洋洋常务副会长走访了在开发区落户的坚果、果干食品加工企业。

在随后举行的座谈会上，相关企业汇报了公司情况和目前存在的一些困难。翁洋洋常务副会长以一厂一议、一厂一答的形式，进行交流，给予指导和建议。对他们高起点建厂、规范管厂的理念给予充分肯定。希望企业家们不忘初心，大力倡导“坚果果干是每人每天定量食用的健康食品”的健康膳食理念，为民众提供更多健康美味的坚果果干食品。

无为市委常委、常务副市长雍成武会见了翁洋洋常务副会长一行。雍市长代表市委市政府欢迎翁洋洋常务副会长到无为市调研考察，同时要求无为经济开发区在健康食品园区的建设工作中，努力争取全国行业协会更多的指导和支持。

最后，雍市长和翁洋洋常务副会长共同表示，要加强合作，共同努力将安徽省绿色食品产业园打造成为全国坚果炒货、干果果干高质量发展的示范基地。📍

## 我协会领导赴安徽无为市 走访调研绿色食品产业园

# 中国食品工业协会坚果炒货 专业委员会文件

中食坚炒委[2021]19号

## 关于批准新会员入会的通知

各会员企业：

根据我协会章程，经会员推荐，企业自愿要求入会，并提交入会申请表，现经我协会审核批准，以下单位为我协会团体会员单位。

特此通知

### 新增会员单位：

（排名不分先后）

全椒县薄壳山核桃产业协会  
昌宁笑果果食品有限公司  
天津蓝钻食品有限公司  
广东果缘农业科技有限公司  
江苏心上仁食品有限公司  
平顶山市秦新民原色食品有限公司  
商洛盛大实业股份有限公司  
杭州松渤食品有限公司  
天津市华府园食品有限公司  
诸城市浩天药业有限公司  
武汉柯宝龙包装机械有限公司  
（以下为空白）

二〇二一年十月十一日





# 香山瓜子

始于1983



## 香山瓜子香 你我共分享!



山东香山食品有限公司  
SHANDONG XIANGSHAN FOOD CO., LTD.

服务热线  
0531-

76212973/75601552

# 关于坚果炒货中小企业

## 仓储物流的管理



### (一) 仓库管理注意事项

1、各仓库必须根据实际情况和各类原材料的性质、用途、类型分类摆放并建立相应的台账、物料卡；半成品、产成品应按照类型及规格型号分类摆放并建立相应的台账、物料卡。所有物料必须摆放有序、标识清晰、货位明确。

2、账务员必须严格按仓库管理规程进行日常操作，对当日发生的业务必须及时登帐，做到日清日结，确保物料进出及结存数据的正确无误。确保帐、卡、物的一致性。

3、做好各类物料的日常核查工作，仓库保管员必须对各类库存物料定期进行检查盘点，并做到账、卡、

物一致。

4、各领料部门必须根据生产计划及仓库库存情况合理确定采购数量，并严格控制各类物料的库存量；仓库保管员必须每月编制仓库月报表上交财务和总经理；

5、储存和发放物料一般要遵守以下三原则：仓库“十二防”（防火、防水、防压、防腐、防锈、防爆、防晒、防倒塌、防潮、防盗、防蛀、防电）、定点定位定量、先进先出三原则。对于物料的储放要遵守“五离四严禁”原则：远离火源、远离水源、远离电源、离墙、离地、严禁超高、严禁混合堆放、严禁堵塞通道、严禁堵塞灭火器。做好卫生工作，定期打扫库内卫生，

每天整理各种物品摆放整齐。

6、公司必须指定各部门领料审批人，如审批人请假或外出，请指定职务代理人，或审批人书面形式通知，打电话不行，要短信或微信发文字，回来第一时间补手续，领料没有审批人批准，货物严禁出库；

7、各部门必须授权指定领料人到仓库领料，如有领料人请假，请指定职务代理人；

8、所有的单据与记帐不得涂改，一旦有涂改必须重新填写；

9、严禁非仓库工作人员未经允许私自进入存货区；严禁没有仓库人员陪同，领料人自己进入存货区取货；严禁两批及以上人员在同一仓库同时领料，必须排队等候。

10、仓库内严禁吸烟，严禁带火种，严禁将食品带入仓库。

### (二) 入库管理

1、物料进仓时，仓储管理员必须凭送货单、检验合格单（查货报告）等办理入库手续；拒绝不合格或手续不齐全的物料入库，严禁只见单据不见实物办理入库。

2、入库时，仓储管理员必须根据采购申请单和送货清单清点物料的数量、规格型号、质量等项目，如发现物料数量、质量、单据等不齐全时，不得办理入库手续。未办理入库手续的物料一律作待检物料处理放在待检区域内，经检验不合格的物料一律退回，放在暂放区域，同时必须在短期内通知经办人员负责处理。

3、仓储管理员确认物料无误后，将送货单交仓储账务员办理入库

手续，入库单必须填写准确完整，如物料编码、名称、规格、数量、供应单位名称应填写全称并与发票单位一致，入库单上必须有仓库管理员、送货人、帐务员签字，并且字迹清楚。每批材料入库合计金额必须与发票上的不含税金额一致。仓储管理员根据入库单上的信息将物资摆放到准确的货位，并填写物料卡。

4、退货出库处理：对不合格，不能入库的产品在送货单上注明，“不合格退回”，并签字；对已入库后要退回的产品，须填写入库单红字或负数回冲，凭红字入库单退货；所有退回货物，必须由指定管理人员签字确认；

### （三）出库管理

1、各类材料的发出，原则上采用先进先出法。

2、物料出库时必须办理出库手续，领料时必须凭有效的领料单，各部门领用的物料必须由指定的审批人批准，由各部门指定的领料人凭审批过的领料单到仓库领料；本厂与外发的领料要分开；

3、仓库账务员根据领料单登记台帐，仓储管理员发完料后，填写物料卡；仓库管理员、领料人签字确认后发料；

4、退货入库管理，各部门使用后多余的物料必须退回仓库，领料部门根据原领料记录，填写领料单红字或负数回冲，仓库根据红字回冲单确定退回数量，并检查退回物料是否可以使用，确定是否入库，仓库账务员根据领料单登记台帐；

5、仓库借用货物、工具等必须写借条，并注明归还时间，同时也要有相关部门领导审批；仓库做好借用记录，到时间没有退回，要催借货经手人；

6、机物料、劳保用品、办公用品等要以旧换新；新增的领料须审批人写明原因；

7、边角料每日按面料的性质分



类（真丝与非真丝）打包送仓库按公斤数入库；

8、所有废旧物品（废纸、废零件等）、边角料等，定期销售，由总经理确定价格，财务与仓库共同确定数量；

### （四）盘点管理

1、每月月底开始仓储部内部对本月有收发记录的货物进行分段、分批盘点，库存物料清查盘点中发现问题和差错，应及时查明原因，并进行相应处理；

2、每季度或半年公司对所有仓库进行一次全盘，由财务提出，仓库组织，严格按照盘点计划制作盘点表。并及时准确的将盘点数据传递到财务，财务根据盘盈、盘亏情况对存在问题的存货进行复盘，最后做出盘盈、盘亏分析，账务员根据最后盘点结果进行盘盈、盘亏账务处理，并制作出盘盈、盘亏报告；

### （五）货位管理

1、货位指的是为了便于取货，节省寻找货物的时间，为货物设定的存放位置；

2、每一种货物必须有一个独立的货位，且货位要标示清晰，并写在物料卡上，货位与实际货物必须一一

对应；

3、严禁将货物胡乱摆放，未检验好的放在待检区域，检验好的及时放到相应的货位；

4、货物办完入库手续后，必须立即放到相应的货位，如果是新产品，必须设置一个新货位；

5、取货时，如果移动了货物，取完货，必须把剩余的货物放回原位；

6、退货手续办理完之后，必须及时将货物摆到相应的货位；

7、严禁有货物，没有对应的货位  
总之，通过坚持使用，坚守仓库管理制度，按照仓库管理制度的要求来操作，控制操作流程和相关的对接流程，中小民营企业的仓储物流管理将逐步进入正轨。

同时随着行业的发展，企业的进步，我们也要与时俱进，改进和升级仓储物流的管理方法，比如增加仓储人才，增添存储设备，使用更先进的仓库管理软件，从而来更好的配合企业线上、线下以及各大平台的发货需求，对接电子商务销售体系；

仓储物流管理不是一成不变的，未来的仓储物流会更加的区别于智能化的操作，所以需要大家共同努力，提高仓储物流管理发货的准确度和发货的效率，数据的准确度和数据分析的可参考意义。■

# 坚果炒货企业聚焦包装、营销的“加与减”

来源：食品商务网

## 一、坚果炒货产品包装的加与减

包装同样是决定消费者购买产品的重要因素。调查中，58%的消费者十分关注食品饮料的包装设计，62%的消费者表示包装设计上的创新能让他们更愿意购买这一产品。

### 1) 加：产品可溯源

后疫情时代，消费者对食品安全问题的关注更为细致，78%消费者表示他们非常重视成分列表，其中，34%是80后有孩父母，相较于其他消费者类型占比最高。80后有孩家庭尤其关心食品饮料原料可溯源性，高达93%的80后有孩父母认为产品可溯源性可以提高他们的购买意向。为了使消费者买得更放心，在包装上出示产品溯源二维码，供应链全透明，可大幅提高消费者购买意向。

### 2) 减：材料浪费

当前消费者在日常生活中的可持续消费行为的践行度较高，消费者在日常生活中也会践行可持续消费理念，尤其是一线城市的90/00后年轻人。根据调查，85%的消费者认为食品饮料宣传中“包装可回收利用，兑换小礼品”这一卖点非常符合他们的需求。从包装入手注重可持续发展，使用可回收利用的包装正在成为流行。不仅解决了品牌的“环保问题”，更成为品牌与消费者在线下互动的良好形式。另外，87%的消费者表示食品饮料宣传中“包装使用再生/环保/易降解材料”这一卖点非常符合他们的需求。

### 3) 减：场景限制

疫情限制了消费者的外出，从而使宅家经济兴起，懒人产品成为消费新赛道，方便速食和半成品菜/快手菜在疫情后的购买频率增高。75%的消费者认为自发热包装、无需烹煮可以满足他们的需求，80%的消费者认为包装可微波加热、即热即食可以满足他们的需求。

后疫情时代，消费者对于食品安全问题持续关注，产品可溯源性成为品牌塑造安心形象一大切入点。同时，方便速食品类的消费有所上升，懒人经济开启2.0时代；另一方面，消费者不再追求华丽特别的外在，如何化繁为简、绿色环保成为品牌在包装设计上的新课题。企业通过包装设计打造环保可持续和安心可溯源的溢价感，



以创新的产品形式突破坚果炒货食品消费的场景限制，可大大帮助品牌扩大影响力。

## 二、坚果炒货产品营销的加与减

一款产品的热卖离不开营销推广，有50%的消费者认为食品饮料进行营销推广是非常有必要的，50%的消费者认为营销推广活动可以帮助食品饮料提升新颖独特感。

### 1) 加：国潮概念

国潮是由新一代中国设计师设计出来的带有中国特定元素的潮品，国潮既有中国当下时尚潮流特色，又带有中国传统文化的符号，符合当下绝大多数受众的潮流审美，深受很多年轻人的喜爱。调查中，93%的消费者对使用国潮设计包装的产品购买意向上升，87%的90后/00后认为国潮设计风格符合他们的需求，70后/80后消费者也认为国内知名品牌、支持国货是最符合他们需求的推广营销手段。

### 2) 加：公益慈善

公益营销也是提升坚果炒货品牌形象的一大利器，90后认为公益慈善活动是更能符合他们需求的推广营销手段。94%的消费者对推出公益慈善活动，消费同时献爱心的产品购买意向上升。

传统营销手段已不再能吸引消费者；后疫情时代，国潮概念不断崛起，互助团结、共创美好的精神愈发赢得年轻人的共鸣。坚果炒货品牌可借鉴传统文化元素，打造品牌文化自信和富有社会责任感的形象，更好地提升品牌关注度，与目标受众建立共鸣。

# 管理过头 流程复杂

## 中小企业容易犯的四大毛病

小公司需要的是适合自己现阶段发展所需的管理模式，而不是千篇一律照搬大企业的管理模式。

小公司虽小，但是“麻雀虽小，五脏俱全”，各种组织架构全有。而且，小公司很容易就犯大企业的毛病，这是一个非常普遍的现象！

### 典型毛病之一： 不赚钱的员工太多！

公司经营的最核心目的就是为获取利益，保障公司的正常经营和长远发展；如果一个公司始终是亏损，或者不赚钱，那就与公司成立的初衷偏离了。

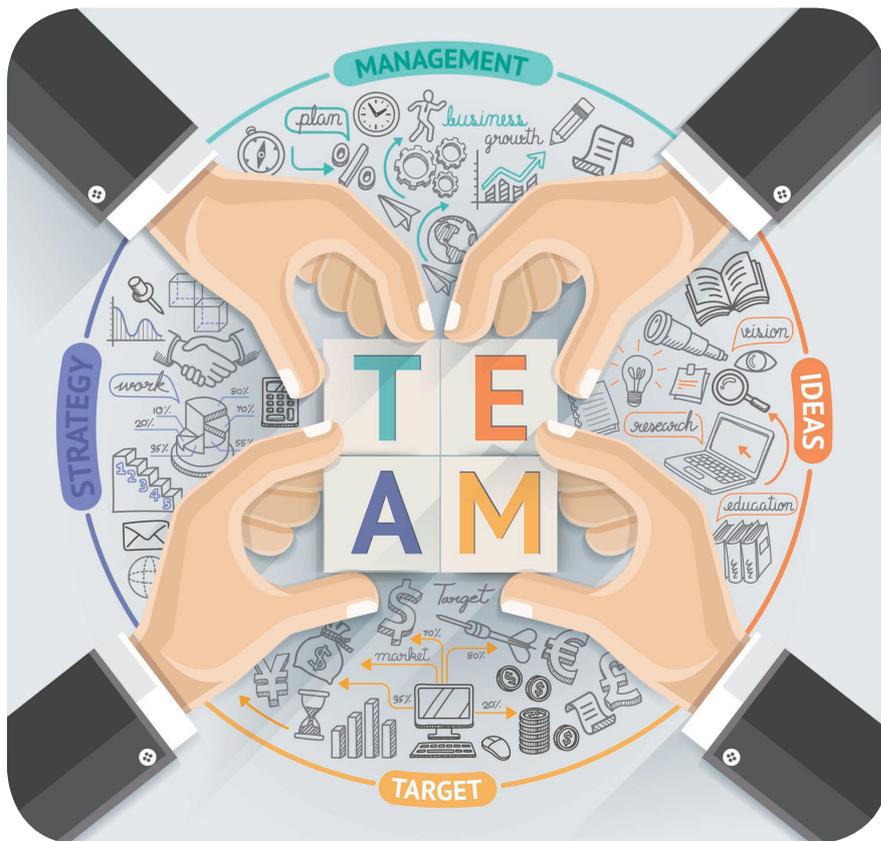
公司员工分成两大类：赚钱的员工和不赚钱的员工。

赚钱的员工主要是指我们的营销人员和研发人员，他们属于具体职能部门，为公司创造直接的效益（尤其是营销人员）。

不赚钱的员工主要是指我们的平台人员，包括行政、人事、财务、后勤等，他们为“前线士兵”保驾护航，提供后勤保障支持，他们属于成本开支的部分。

每个公司都需要有这两种类型的员工，但是这两种类型的员工必须保持在一个比较合理的比例水平上。尤其是：公司必须保证赚钱的员工比例高于不赚钱的员工，否则公司就是亏损的，就是不赚钱的！

我们的很多公司往往在不经意间，就发现自己公司里面，不赚钱的员工越来越多，而赚钱的员工比例越来越低，直至某天发现公司经营入不



敷出了！

而且，在那种时候，我们的公司老总还会发现两个奇怪的现象：

每个平台人员（不赚钱的员工）的作用都很大，都不可获缺，感觉少了任何一个平台人员，公司都运转不下去；反倒是赚钱的员工（营销人员和研发人员）随时可以替代。

乍一看，公司员工很多，人才到处都是；真正到了赚钱的时候，需要的时候，结果一个顶上来的员工都没有！

这个时候，其实就是我们的小公司，已经陷入到“大企业病”里面去了！

### 典型毛病之二： 管理过头

中小企业，生存第一，发展第二；首先要保证自己能够生存下来，有生存下来的资本，而不是如同大企业一样，一天到晚谈论加强内部管理、强化组织架构等。

大企业信奉“管理出效益”，我们的很多中小型公司老总 and 领导层，

要么是从大企业出来的，要么是盲目崇拜“大企业的管理模式”，所以在日常经营过程中，也是照搬大企业的“管理运作模式”，强化内部管理。

比如让营销人员每天都在填写各种报表，参加各种培训考试，使得营销人员根本没有任何时间、精力、心情去从事真正的营销工作，最后到了月底，业绩惨淡得要命，回头追究原因，肯定是营销人员素质太差，培训不到位，管理还需大力加强。最后，公司进入死循环！

再比如：让研发人员天天早晚开例会，随时参加各种探讨会或者交流会，沟通学习心得体会或者管理经验，最后将我们的研发人员变成“办公室主任”，天天在办公室看报纸，学习最新管理经验。

诸如此类，皆是小公司“管理过头”的表现。表面上是看，这是小公司在虚心学习大企业的“成熟管理模式”，实质上是自己害了自己。

小公司需要的是适合自己现阶段发展所需的管理模式，而不是千篇一律照搬大企业的管理模式。管理过头，比没有管理更可怕！

### 典型毛病之三： 流程繁琐复杂

小公司最大的缺陷是“小”，没有足够大的实力和资本；小公司最大的优势也是“小”，“船小好调头”，反映快捷、响应及时，这是大企业难以做到的。

然而，在现实社会中，我们很多小公司违背、抛弃了自己“小”的优势，而是“以己之短，攻人之长”，以自己最不擅长、最不应该做的繁琐复杂的流程来应对市场，经营自己的公司。这是最可惜又可悲的事情，然而却在我们的很多小公司身上演绎得淋漓尽致。

曾接触过一中小型公司，该公司在流程拟制和下发方面，做出了让人哭笑不得的事情：公司基本上每天都在下发最新的流程、制度、文件，而



且要求员工学习、考核；公司半年下来，累计的流程类文件达到 200 多个，厚达 500 页 A4 纸。

最后，员工也不知道该如何“遵守”公司制度了，因为实在是太多了，而且没有任何重点突出！

小公司非常害怕这一点。一旦小公司流程繁琐复杂起来，就代表着小公司丧失了竞争市场的最大依仗，公司员工的大部分时间都将消耗在这些“内部流程”中，而不是赢得市场，赢得回报！

小公司的流程繁琐复杂，还隐含另外一层意义：那就是公司平台人员太多，不赚钱的员工太多，“人浮于事”；这些不赚钱的员工太多了，他们也必须想法设法体现自己的价值，那么就必然要拟制这样那样的规章制度，从而彰显自己的价值，至于这些规章制度是否有利于营销、有利于公司发展，则不在他们考虑之中了。

### 典型毛病之四： 多元化的诱惑

曾接触过一些软件公司，公司规模都很小。但是，这些小公司的“志向”都不小，软件研发人员一共才 3、5 个，就敢做所有类型的管理软件，

不管是财务管理软件，还是人事管理软件，或者是商场超市管理软件，还是酒店管理软件……只要是客户提出来的“需求”，他们都能“完成”！

这种情况在各个行业都很普及。小公司，“大能量”，什么都敢做，什么都去做。事实上，这些公司由于没有聚焦资源，没有自己的核心价值，所以在市场竞争中很容易破产、倒闭。俗话说“前车之鉴、后世之师”，但是在现实中，还是有太多的中小型企业，承受不起这种多元化的诱惑，深深的陷入进去。

小公司就是小公司，小公司应该有“大志向”，但是绝对不能完全照搬大企业的管理模式，这样很可能会因吃不消而影响公司的发展！

所以，对于初创的小公司而言，即便没有一套成熟的管理模式，但也不可依葫芦画瓢，生搬硬套。

其实，大公司的管理模式也并不是完全不能借鉴，要如何巧妙的从大公司里那些繁杂的管理模式中截取适用于自己企业发展的管理片段就显得十分重要了。

管理没有捷径可走，每一个企业都要在企业成长过程中摸索出一套适应自己企业发展的管理法则。❧

# 健康好味道





# 中华人民共和国国家标准

GB 29921—2021

---

## 食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量

2021-09-07 发布

2021-11-22 实施

中华人民共和国国家卫生健康委员会 发布  
国家市场监督管理总局

## 前 言

本标准代替 GB 29921—2013《食品安全国家标准 食品中致病菌限量》。

本标准与 GB 29921—2013 相比,主要变化如下:

- 修改了标准名称;
- 修改了“范围”的描述;
- 修改了“应用原则”的描述;
- 增加了乳制品和特殊膳食用食品的致病菌限量要求;
- 修改了“表 1 预包装食品中致病菌限量标准”中的部分内容;
- 增加了“附录 A 食品类别(名称)说明”。

# 食品安全国家标准 预包装食品中致病菌限量

## 1 范围

本标准规定了预包装食品中致病菌指标及其限量要求和检验方法。

本标准适用于表 1 类别中的预包装食品,不适用于执行商业无菌要求的食品、包装饮用水、饮用天然矿泉水。

## 2 应用原则

2.1 无论是否规定致病菌限量,食品生产、加工、经营者均应采取控制措施,尽可能降低食品中的致病菌含量水平及导致风险的可能性。

2.2 样品的采集和处理按 GB 4789.1 执行。

2.3 采样方案和检验方法按表 1 规定执行。 $n$  为同一批次产品应采集的样品件数, $c$  为最大可允许超出  $m$  值的样品数, $m$  为致病菌指标可接受水平限量值(三级采样方案)或最高安全限量值(二级采样方案), $M$  为致病菌指标的最高安全限量值。

2.4 附录 A 用于界定致病菌限量适用的食品类别。

## 3 指标要求

预包装食品中致病菌限量见表 1。

表 1 预包装食品中致病菌限量标准

食品类别	致病菌指标	采样方案及限量(若非指定,均以/25 g 或/25 mL 表示)				检验方法	备注
		n	c	m	M		
乳制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	金黄色葡萄球菌	5	0	0	—	GB 4789.10	仅适用于巴氏杀菌乳、调制乳、发酵乳、加糖炼乳(甜炼乳)、调制加糖炼乳
		5	2	100 CFU/g	1 000 CFU/g		仅适用于干酪、再制干酪和干酪制品
		5	2	10 CFU/g	100 CFU/g		仅适用于乳粉和调制乳粉
单核细胞增生李斯特氏菌	5	0	0	—	GB 4789.30	仅适用于干酪、再制干酪和干酪制品	
肉制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	单核细胞增生李斯特氏菌	5	0	0	—	GB 4789.30	—
	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1 000 CFU/g	GB 4789.10	—
	致泻大肠埃希氏菌	5	0	0	—	GB 4789.6	仅适用于牛肉制品、即食生肉制品、发酵肉制品类
水产制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	副溶血性弧菌	5	1	100 MPN/g	1 000 MPN/g	GB 4789.7	仅适用即食生制动物性水产制品
	单核细胞增生李斯特氏菌	5	0	100 CFU/g	—	GB 4789.30	—
即食蛋制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
粮食制品	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1 000 CFU/g	GB 4789.10	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
即食豆制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g	1 000 CFU/g	GB 4789.10	—

表 1 (续)

食品类别	致病菌指标	采样方案及限量(若非指定,均以/25 g 或/25 mL 表示)				检验方法	备注
		n	c	m	M		
巧克力类及可可制品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
即食果蔬制品	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g(mL)	1 000 CFU/g(mL)	GB 4789.10	—
	单核细胞增生李斯特氏菌	5	0	0	—	GB 4789.30	仅适用于去皮或预切的水果、去皮或预切的蔬菜及上述类别混合食品
饮料	致泻大肠埃希氏菌	5	0	0	—	GB 4789.6	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
冷冻饮品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g(mL)	1 000 CFU/g(mL)	GB 4789.10	—
即食调味品	单核细胞增生李斯特氏菌	5	0	0	—	GB 4789.30	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
坚果与籽类食品	金黄色葡萄球菌	5	1	100 CFU/g(mL)	1 000 CFU/g(mL)	GB 4789.10	—
	副溶血性弧菌	5	1	100 MPN/g(mL)	1 000 MPN/g(mL)	GB 4789.7	仅适用于水产调味品
特殊膳食食品	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
	沙门氏菌	5	0	0	—	GB 4789.4	—
特殊膳食食品	金黄色葡萄球菌	5	2	10 CFU/g(mL)	100 CFU/g(mL)	GB 4789.10	—
	克罗诺杆菌属(阪崎肠杆菌)	3	0	0/100 g	—	GB 4789.40	仅适用于婴儿(0~6 月龄)配方食品、特殊医学用途婴儿配方食品

注:表中“m=0/25 g 或 25 mL 或 100 g”代表“不得检出每 25 g 或每 25 mL 或每 100 g”。

附 录 A  
食品类别(名称)说明

食品类别(名称)说明见表 A.1。

表 A.1 食品类别(名称)说明

乳制品	巴氏杀菌乳
	调制乳
	发酵乳
	浓缩乳制品
	乳粉和调制乳粉
	乳清粉和乳清蛋白粉
	稀奶油、奶油和无水奶油
	干酪、再制干酪和干酪制品
	酪蛋白
	其他乳制品(加工中不进行热处理的食物工业用浓缩乳除外)
肉制品	熟肉制品 酱卤肉制品 熏、烧、烤肉类 油炸(煎)肉类 蒸煮火腿类 肉灌肠类 发酵肉制品类 熟肉干制品 其他熟肉制品
	即食生肉制品
水产制品	熟制动物性水产制品 熟干水产制品 经烹调的水产制品 发酵水产制品 其他熟制水产制品
	即食生制动物性水产制品
	即食藻类制品
	其他即食水产制品
即食蛋制品	再制蛋
	其他蛋制品

表 A.1 (续)

粮食制品	焙烤食品
	冲调谷物制品
	熟制淀粉制品
	熟制面筋制品
	熟制面米制品 带馅(料)面米制品 不带馅(料)面米制品
	膨化粮食制品
	其他熟制粮食制品
即食豆制品	非发酵豆制品
	发酵豆制品
	大豆蛋白类制品
巧克力类及可可制品	巧克力及巧克力制品
	代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品
	可可制品(可可脂除外)
即食果蔬制品	水果制品 去皮或预切的水果 水果干类 醋、油或盐渍水果 果酱(泥) 蜜饯凉果 发酵水果制品 煮熟的或油炸的水果 水果甜品 其他即食加工水果
	蔬菜制品 去皮或预切的蔬菜 腌渍蔬菜 蔬菜泥(酱) 经水煮或油炸的蔬菜 其他即食加工蔬菜
	食用菌及其制品
饮料	果蔬汁类及其饮料
	蛋白饮料类
	茶饮料类
	咖啡饮料类
	植物饮料类
	风味饮料类
	固体饮料类
	其他饮料类(碳酸饮料除外)

表 A.1 (续)

冷冻饮品	冰淇淋类
	雪糕类
	雪泥类
	冰棍类
	风味冰
	食用冰
	其他冷冻饮品
即食调味品	酱油
	酱及酱制品
	香辛料类
	水产调味品
	复合调味料
	其他即食调味品(食醋除外)
坚果与籽类食品	坚果与籽类的泥(酱)
	其他即食坚果与籽类食品(烘炒类、油炸类、膨化类熟制坚果与籽类食品除外)
特殊膳食用食品	婴儿配方食品
	较大婴儿和幼儿配方食品
	婴幼儿辅助食品
	特殊医学用途婴儿配方食品
	特殊医学用途配方食品
	其他特殊膳食用食品



采自西域好味道



6 種組合 每天飽  
巧搭配 更营养



“森王恬杏”牌新疆小白杏核是选用中国小白杏之乡—新疆轮台县原生态小白杏基地的甜杏核为原料，采用传统生产工艺加工制成的产品。杏仁含有丰富的维生素C、E、多酚类成分及微量元素和矿物质，每天摄入该产品，降低人体内胆固醇，预防心脑血管疾病。还可以养颜美容、止咳润肺、降气清火、健脑益智、排毒防癌，有益于人体健康。

公司将推出巴旦木、碧根果、榛子等进口坚果以及系列调味果仁产品，欢迎新老顾客朋友联系采购。



浙江森王西域农业科技有限公司

浙江恬杏食品有限公司

电话：0579-85891588 4009920066

网址：www.senwangxiyu.com





专注炒货、坚果设备制造 22 年  
专业从事煮、烘、炒、冷却等智能设备研发制造

传承中国徽派炒货之渊源，千古留香，横香四溢  
演绎全球高档坚果之灵魂，一烘一炒，点赞新时代



燃气煮锅



微压煮锅



坚果自动炒锅



瓜子单层直燃烘干机



坚果单层烘干机



坚果三层烘干机



坚果单层烘池



液压缸顶式的单层烘池



坚果无风复烤机

公司网址：[www.hfkesai.com](http://www.hfkesai.com)

联系电话：13956003685 电话及传真：0551-63523130/68891687

公司：合肥赛旺坚果机械制造有限公司 合肥科赛机械制造有限公司

地址：安徽省合肥市肥西经开区上派片区南方路



# 安徽省恒康机械制造有限公司

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会常务理事单位

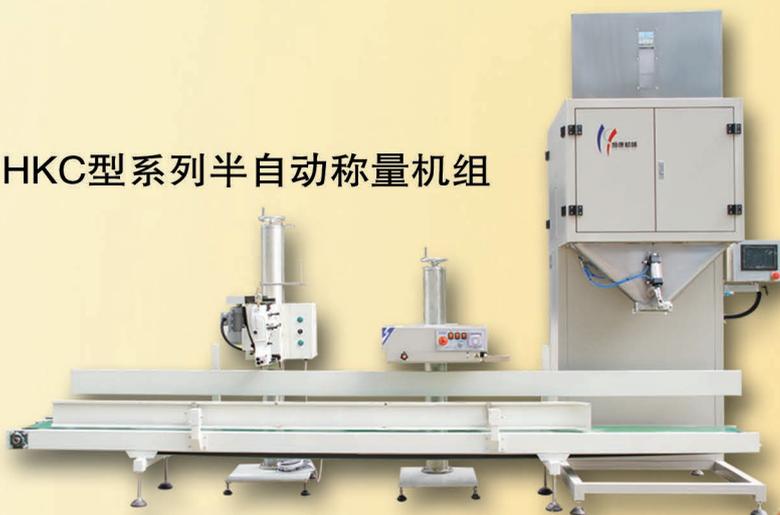
## DXDM型系列折边袋制袋包装机



HKD-II型水平给袋式自动包装机



## HKC型系列半自动称量机组



## 朋友遍天下

洽洽食品股份有限公司及其全国各地分公司  
 浙江大好大食品有限公司  
 好想你枣业有限公司  
 安徽燕之坊食品有限公司  
 山东沙土食品工业有限公司  
 江苏阿里山食品有限公司  
 苏州口水娃食品有限公司  
 山东泰山旭日食品有限公司  
 山东莱芜香山食品有限公司  
 ... ..

地址：合肥国家高新技术产业开发区柏堰科技园铭传路698号  
 邮箱：koyo@koyopack.com  
 网址：www.koyopack.com  
 电话：0551-65329999 65325555 65321111  
 传真：0551-65329999





# 宁津县天华网带机械设备有限公司

NINGJINXIAN TIANHUA MESH BELT MACHINERY CO.,LTD



自然风多层风干流水线



链板式多层烘干机



不锈钢裙边链板提升机



不锈钢冷却输送带



不锈钢裙边皮带提升机



入味机



松子冷却流水线



Z型不锈钢无破碎提升机

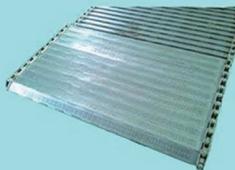


不锈钢三层链板式风干冷却线

## 配件区



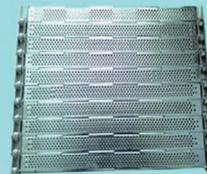
烘干机链板



链板 (孔 0.9×20)



链轮



链板 (孔 3mm)



链板 (孔 8mm)



链条

地址：山东省宁津县大祁工业区长江路西段

电话：0534-5533388

传真：0534-5533777

全国免费销售服务热线：400-6703677

销售热线：曹经理 13465188444 时经理 18853431444

网址：www.tianhuagy.com www.tianhuajixie.com

邮箱：thgy@tianhuagy.com



### 做百年企业 树国际品牌

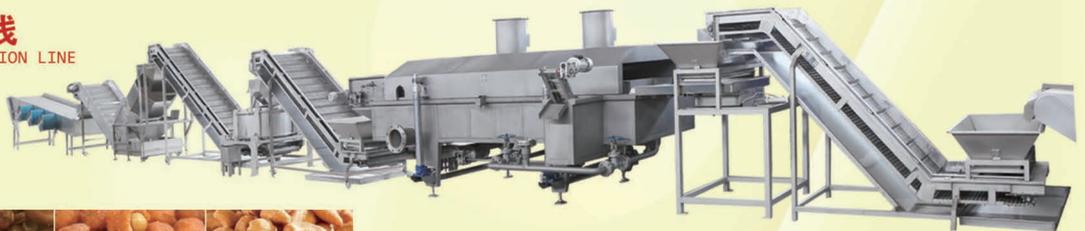
山东省消费者满意单位  
德州市个体私营企业协会常务理事单位



**坚果仁裹衣裹粉生产线**  
COATED NUT PROCESSING LINE



**全自动连续油炸生产线**  
AUTOMATIC CONTINUOUS FRYING PRODUCTION LINE



**坚果深加工生产线**  
NUT PRODUCTION LINE



**烟台茂源食品机械制造有限公司**

公司电话: 0535-5216326 0535-5200909 公司网址: [www.m-y.cn](http://www.m-y.cn) 邮箱: [myspjx@163.com](mailto:myspjx@163.com)

# 巴旦木的营养



巴旦木其果实为巴旦杏，学名为扁桃，营养价值极高，为不可多得的滋补佳品，有圣果之称，可药用，也可用于加工多种食品，药食两用。它是一种营养密集型健康零食，含有蛋白质、膳食纤维、维生素E、胡萝卜素，且不含胆固醇，在中国被广大消费者接受和喜爱。具体预防便秘、保护肌肤、补脑健脑的功效。下面就随小编一起来看看巴旦木的功效与作用，巴旦木每天吃几颗合适！

## 1、保护肌肤

科学研究表明，巴旦木是含维生素E最多的全营养食物之一，是一种富含维生素E和类黄酮抗氧化剂的健康食品。一把巴旦木(28克或者23颗)可以提供维生素E相当于人体每日所

需的一半，而维生素E可以有效对抗自由基，起到保湿护肤和减缓衰老的作用。

## 2、有益心脏健康

巴旦木中有很高含量的不饱和脂肪酸有帮助降低“坏”胆固醇水平，食用巴旦木，可以有效降低人体胆固醇及甘油三酸酯含量，减少心脏病发作的潜在威胁。

## 3、帮助肠道健康

相关研究结果显示，巴旦木具有益生元特性，可以通过增加肠道内的有益菌，改善肠道健康，促进排便。

## 4、控制体重

首先，食用巴旦木会让人产生明显的饱腹感，从而帮助控制对于其它

高热食品的摄入；其次，巴旦木所含的膳食纤维让脂肪吸收率降低，从而有效控制体重。

## 5、补脑健脑

巴旦木是含有有益于大脑健康和生长发育的营养素，儿童食用是能帮助促进大脑和智力发育的，而中老年人吃也可以起到健脑安神的作用。

## 6、保持血糖水平

研究发现，对比于早饭中不用扁桃仁而言，早饭中服用扁桃仁的大家在早饭及午饭后会出现更强的饱腹感，而且合理控制血糖浓度。此项科学研究结果显示可以协助糖尿病早期患者改正暴食暴饮和饮食搭配个人行为不善的习惯性，减少病况加重的风险性。📖



# 的营养

## 1. 改善血管功能

核桃中富含多不饱和脂肪酸，能让血管细胞更加柔软，对保护血管有益。研究显示，每天吃15克生核桃仁、生松子和烤花生就有助降低血脂，每周吃112克（平均每天16克，相当于3个核桃）以上的坚果就能降低死亡率、心脑血管疾病和冠心病风险。

## 2. 显效降血压

近年来已被研究证实核桃有助降压，研究人员发现，吃核桃和核桃油一周后，人们的平均舒张压明显下降。

## 3. 降低糖尿病风险

有研究显示，吃核桃有利于降低糖尿病的发病风险。特别是女性，每周吃核桃仁超过56克，可以把糖尿病风险降低33%。

## 4. 长寿、抗衰老

核桃的抗氧化作用得益于其所含的维生素E。自由基会伤害我们体内健康的细胞，使人体的免疫力、细胞活性下降，皱纹、色斑也会随之出现。而维生素E是自由基清除剂，能保护细胞免受自由基的氧化伤害，延长细胞寿命，减缓衰老。

## 5. 润肠通便

核桃富含油脂、膳食纤维、多酚类物质和植物固醇，可以促进肠道运动，调整肠道菌群，缓解便秘，有益肠道健康。

## 6. 有助睡眠

核桃能使人体分泌的褪黑素增加3倍，有助于改善睡眠。

## 7. 健脑补脑

核桃中的亚油酸、亚麻酸是大脑组织细胞的主要结构脂肪，充足的亚油酸和亚麻酸摄入能帮助提高大脑工作效率。而磷脂对脑神经有很好的保健作用，多种微量元素也同样有益大脑健康。

## 8. 补肾固本

肾是健康之本，本固则体健，核桃就是一种非常好的固本之物。晚9点至12点是肾脏器官最为虚弱的阶段，所以这段时间是进行肾脏调养的关键时期。而通过睡前吃核桃便能很好的起到温肾纳气的效果。医界妙传





## 的营养



莲子营养丰富，含有钙、镁、铁等多种矿物质和维生素，并且所含的磷是细胞核蛋白的组成部分，能促进和维持机体酸碱平衡，对男性精子的形成起着重要的作用。莲子所含的氧化黄芩碱对鼻癌、咽癌有抑制的作用。还能起到抗癌防癌的作用。不仅如此莲子还能补脑安神，促进睡眠，清热降火，有降血压等功效。

中老年人常吃一些莲子可以增强免疫功能，维持心脏功能，降低中风危险，扩张血管，起到降低血压的作用。莲子能调节人的心情，缓解不良情绪，促进睡眠，提高睡眠质量。并且能提高人体中酶的活力，具有抗衰老的效果。

莲子中还含有丰富的维生素 B1, B2 和胡萝卜素。还含有较高的膳食纤维和水分，对于女性来说也能起到滋阴养颜，美容抗衰老的效果。除了这些莲子还能清肺热，润肺化痰止咳。对于肥胖的人来说，还能有效地减脂减肥。所以莲子无论对男性还是女性。还是中老年人都是非常健康有益的食品。

莲子是可以生吃的，特别是新鲜的莲子有一股淡淡的清香。但是在吃生莲子时应该去掉莲子芯，因为莲子芯味苦，且性凉，不宜吃得太多。而干莲子则可以煮粥、煲汤等。夏季莲子能起到清热解毒，预防炎热中暑的效果。



# 展世界坚果 享合作共赢

SHOW WORLD NUTS GET WIN-WIN COOPERATION

## 中国坚果炒货展会网

CHINA NUTS AND ROASTED SEEDS INDUSTRY EXHIBITION

[www.chinanutexpo.com](http://www.chinanutexpo.com)



### 本网站为中英文双语版

您将  
有机会

1. 数千家展商同台参展，24小时全天候采供洽谈业务；
2. 同步参与线下展会活动、会议直播；
3. 与头部电商平台、知名网红举办现场带货直播；
4. 及时了解全球坚果炒货行业信息、市场行情、消费者需求。
5. 展会网24小时全天候为采供双方提供精准采供信息，为业务成交，拓展市场铺路搭桥。

### 新版功能

1. 多种展位样式，满足不同展示需要；
2. 自主线上布展，您可以“为所欲为”；
3. 在线观看直播，并可实时提问参与线下活动；
4. 支持视频播放，多媒体手段展示企业；
5. 可以在线沟通，更高效便捷的建立业务联系。

### 主要展商



每天一把坚果瓜子  
有益健康

### 联系方式

电话：010-6345 7516  
 张云涛 138 1179 4043 朱小龙 138 5517 8545  
 邮箱：jianguozhan@163.com  
 地址：北京市西城区马连道南街12号气象宾馆3336B室  
 邮编：100055  
[www.chinanutexpo.com](http://www.chinanutexpo.com)



中国坚果炒货展会网



中坚果果订阅号

★ 新型花生生产线



**产品特点/Product Features**  
天元星研发的新型花生生产线，分自动和间歇两种操作模式，创新方面主要体现在：增白清洗一体化、节能型连续蒸煮锅、下潜式连续入味、料水在线冷却设计等多项技术升级，形成高效的自动生产线。

★ 天元星实用型核桃生产线



大型核桃清洗机



震动沥水机



**产品特点**  
Product Features

创新主要体现在，降低破碎率、质量稳定、自动化程度高等方面，清洗增白采用喷淋式连续模式，高效双侧开口机，多级链板杀青，下潜式入味，料水冷却塔在线降温，以上工艺全自动一键启动。

★ 桁架式脱皮瓜子生产线



- 产品特点**
- 1、内外加热，不粘锅，预防了壳上的糊点。
  - 2、平面燃烧技术，尾气回收工艺，有效降低了生产成本。
  - 3、负压炒制环境，确保瓜子表皮光亮，籽仁酥脆。
  - 4、脉冲沉降综合除尘技术，确保了环境卫生。
  - 5、桁架蒸煮解决了车间蒸汽问题。

