

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

2022第一期（总第九十期）

坚果瓜子常伴

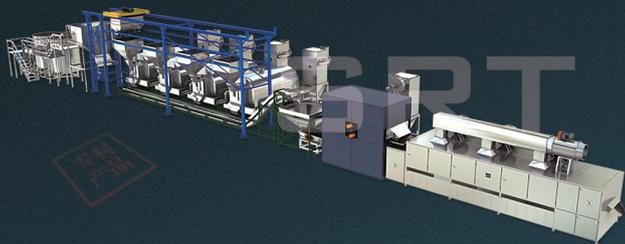
葵花籽  
西瓜子  
南瓜子  
籽  
籽  
营养

2022  
新年  
快乐

美腰果  
碧根果  
开心果  
果果健康

## 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。



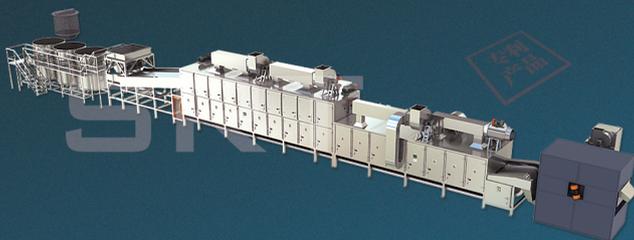
## 坚果生产线

**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。



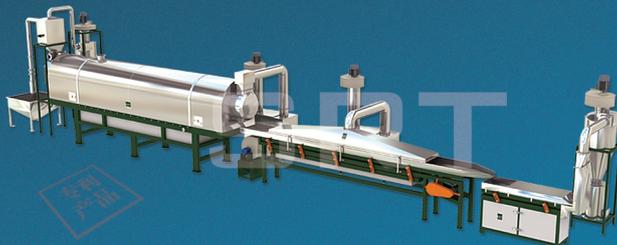
## 坚果果仁生产线

**适用范围:** 核桃仁、巴旦木仁、腰果、开心果仁、夏果仁、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

CSO  
中科光电

AMD<sup>®</sup>  
安美达

# 深度学习 开启智慧分选 中科时代



**“双引擎” 鲲鹏动力**



官网 [www.cn-amd.com](http://www.cn-amd.com)  
服务热线 400-8378-889

更多内容 敬请关注

坚果瓜子常伴

葵花籽西瓜子南瓜子碧游游营养

## 2022 新年快乐

美味坚果根果丹心果果健康

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：北京中坚果类信息技术服务有限公司  
“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：章燎源  
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	陈封奎
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	孙国良
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	丁立忠	高春
高军	葛运兵	顾千辉
郭梅	姜念波	金龙昌
李勇	李志国	梁金辉
马俊	马良平	牛超峰
乔如柏	施蕊	孙美亮
王文林	王育平	王志强
吴顺叶	向群	薛凌宇
杨陈毅	杨建华	尹世鲜
袁霞	原武	张阿妮
张经发	张丽华	张凡
赵坚	赵双革	张化银
国际：黄光伟	Kevin J.lvey	
Jolyon Burneet	EIrea 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：坚果炒货食品展 (zhongjianheguo)

声明：本刊内容仅供行业内部交流，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)





# 使命担当 砥砺前行

## 为中国坚果炒货行业高质量发展作出更新更大的贡献!

——中国食品工业协会坚果炒货专业委员会执行会长 章燎源 陈冬梅

岁月如梭、华章日新。值此新年之际，中国食品工业协会坚果炒货专业委员会，向全国坚果炒货行业同仁们、侨居世界各地坚果炒货行业的华人同仁们，致以新年最诚挚的祝福——衷心祝福全体同仁及其家人，在新的一年里，工作顺心、事业顺利、合家顺意！同时向新年坚守生产、销售第一线的同仁们致以热忱的慰问及崇高的敬意！

彩虹和风雨共生，机遇和挑战并存。2021年，中国食品工业协会坚果炒货专业委员会以微毫诠释盛大，引领中国坚果炒货行业走得更坚定。

这一年，中国坚果炒货行业协会首次倡导并主办“2021年第一届中国坚果籽类种业与加工产业创新发展大会——把控源头，保障全民大健康”会议，通过此次会议整合全国乃至全球坚果籽类全产业链贸、种、产、学、研、政多方优质资源，构建中国坚果籽类种业、加工创新发展的长效机制，为中国坚果籽类种业与加工产业创新发展提供优质、原创、安全的种子，开创了良好的创新条件与发展环境！

这一年，中国坚果炒货行业不断增强新鲜活力。协会首次举办全国坚果炒货、干果果干食品全渠道选品保供大会，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，产品无论在标签标识，还是品质和口感方面都有新的突破，得到了行业专家和线上线下各渠道商评委的一致好评。

这一年，中国坚果炒货行业进一步全面普及坚果籽类食品健康功能。9.17中国坚果健康周持续向公众传播“每天



一把坚果瓜子，有益健康”的膳食理念，并更加明确了“坚果籽类食品是每人每天应该定量食用的健康食品”这一膳食理念，该活动已成功举办六届。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。

我国政府一贯高度重视全民健康，已将坚果籽类食品列入中国居民平衡膳食宝塔中，并界定为中国居民每人每天定量食用的健康食品，由此我国坚果籽类食品消费量将大幅增长的同时，更推动我国坚果籽类产业的持续发展。坚果行业未来将具有5大发展趋势，值得全行业关注。

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。

展望新的一年，正是我国“十四五”时期开启全面建设社会主义现代化国家新征程的首个五年，也是我们坚果炒货行业立足新发展阶段、构建新发展格局的关键时期。我们要在以习近平主席为首的党中央的正确领导下，全面贯彻党的十九大及历次全会精神，担当使命，砥砺前行，站在“两个一百年”奋斗目标的历史交汇点上，牢记实干当头，以干为先，努力出实招、干实事、创实绩。

让我们以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，一步一个脚印把共筑全民大健康事业推向前进。勇于担当时代赋予我们的重任、使命，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的同时，为中国坚果炒货行业高质量发展作出更新更大贡献！



翁洋洋

传说葵花籽翠绿的叶子，第一片叶子是信仰，第二片叶子是健康，第三片叶子是希望，第四片叶子是永远向阳，永远年轻。这象征着我们坚果炒货行业有信仰，有健康，有希望，永远向阳永远年轻！

我们愿意——把我们行业的信仰、健康、希望和年轻奉献给这世上的每一个人，奉献给全人类！让每一个人都健康安好！让每个家庭岁月静好！让世界变得更加美好！

告别2021，我们迎来了2022。过去再美好，即使努力回忆，也终究回不去；眼下再艰难，勇敢微笑面对，终究会跨过去；未来再遥远，只要不止步，终将能到达。

2022，相信自己会是幸运的。努力去生活，努力去工作，当能坦然面对一切，不再斤斤计较，那么好运气会降临。懂得感恩，即使是苦难也会有好运，助我成长。

2022，希望冬奥会圆满成功，希望大家的生活不再起起伏伏，一切恢复如初。愿我们每一个人都用好的心态，塑造好的心情，好的心情塑造最出色的自己。

加油，2022！



杨倩

这一年，口罩，36.5℃，遇见，获得，失去，成长，释怀，完结。旧岁将过，我与旧事归于尽，来年依旧迎花开！诚盼来年：烟火星霜无别事，芳华岁岁，念安安。



张蕾



邱晶

世界很小，请带着坚持努力奔跑；世界很大，请带着梦想一路成长。不怕路途遥远，欣赏每一步独特的风景。我们不能样样胜利，但可以事事尽力；我们不能天天开心，但可以时时欢喜。幸福，一直在路上。

人生面对困难的三把钥匙：接受、改变、离开。生活中总有一些不顺心意的事，接受能接受的，改变不能接受的，放弃改变不了的，实在不行，那就选择离开。世间万事万物，没有什么是一成不变的，人生在世短短几十年，如果太过于执着，不仅自己痛苦，别人也会难过，所以不要跟自己较劲，也不要为难别人。这个世界不是哪一个人的世界，而是所有人的世界。所以凡事在考虑自己的同时也要想到别人，给别人留点空间，也是给自己留有余地。“腹中天地阔，常有渡人船。”多一分宽容，就会多一分理解，与人方便，自己方便，别人有路可走，你才不会陷入绝境。



张淑芳



陈鹏

天寒地冻，进入到最忙碌的季度，每天确认展位、签合同、收款沟通！忙到忘记时间，感谢办公室的各位每天准备的零食、水果，让忙碌的工作多了浓浓暖意！



金明儒

最近浏览资讯时被一部国漫电影刷屏了，决定周末带娃一起观影，海报设计的就很好看，区别于以往古代神话的ip，影片描写一个拥有舞狮梦的少年热血励志的故事。电影中光影渲染的代入感让人感到制作团队的用心。在看过电影后也感觉到我们的国漫正在崛起。这就是国漫电影《雄狮少年》！

近些年中国电影市场繁盛，能感到国漫电影在不断尝试创新，虽然不像商业片那么多，但能感到国漫电影从品质和内容上一直在提高，我看过《哪吒之魔童降世》《姜子牙》都是非常值得一看的电影，这部《雄狮少年》讲得是从少年阿娟在破庙内与佛的对话开始，“我许下无数愿望，一个也没能成真”便能感受到这个少年不得志和对未来的迷茫困惑。当少年励志不在做一直病猫了，追逐梦想的少年也就完成了她自己的蜕变。故事有欢乐也有感动，也让我孩子的关系更近了。这是一部十分值得推荐的电影。高燃的舞狮浓郁的中国风，你是不是也想去看看呢。

希望我们的国漫电影越来越好。让更多的小朋友了解和喜欢中国的漫画故事。

# 成功三大定律

## 荷花定律

## 竹子定律

## 金蝉定律

关于成功，有很多定律，比较有名的就是荷花定律、竹子定律和金蝉定律。

无论是荷花定律、竹子定律，还是金蝉定律，他们都有共同的意义：  
成功，需要厚积薄发，  
要忍受煎熬，要耐得住寂寞，  
坚持，坚持，再坚持，  
直到最后成功的那一刻。

### 荷花定律



一个池塘里的荷花，每一天都会以前一天的2倍数量在开放。

如果到第30天，荷花就开满了整个池塘。

请问：在第几天池塘中的荷花开了一半？

第15天？错！是第29天。

这就是荷花定律。

第一天开放的只是一小部分，第二天，它们会以前一天的两倍速度开放。到第29天时荷花仅仅开满了一半，直到最后一天才会开满另一半。

也就是说：最后一天的速度最快，等于前29天的总和。

这就是著名的荷花定律。

这其中藏着深刻的道理就是，成

功需要厚积薄发，需要积累沉淀。

很多人的一生就像池塘里的荷花，一开始用力地开，但渐渐的，人们开始感到枯燥甚至是厌烦，可能在第9天、第19天甚至第29天的时候放弃了坚持。

这时，这个时候的放弃，往往离成功只有一步之遥。

### 竹子定律

竹子用了4年的时间，仅仅长了3cm。

从第五年开始，以每天30cm的速度疯狂地生长，仅仅用了六周的时间，就长到了15米。

其实，在前面的四年，竹子将根在土壤里延伸了数百平米。

做人做事亦是如此。

不要担心你此时此刻的付出得不到回报，因为这些付出都是为了扎根。

人生需要储备，有多少人，没能熬过那三厘米？

什么叫价值？同是两根竹子，一支做成了笛子，一支做成了晾衣杠。

晾衣杠不服气的问笛子：“我们都是同一片山上的竹子，凭什么我天天日晒雨淋，不值一文，而你却价值



千金呢？”

笛子回答说：“因为你只挨了一刀，而我却经历了千刀万剐，精雕细做。”

晾衣杠沉默了。

人生亦是如此，经得起打磨，耐得起寂寞，扛得起责任，肩负起使命，人生才会有价值。

### 金蝉定律

蝉，要先在地下暗无天日地生活多年，忍受各种寂寞和孤独，依靠树根的汁一点点长大。

然后在夏天的一个晚上，悄悄爬到树枝上，一夜之间蜕变成知了。

然后期待太阳升起的那一刻，它就可以飞向天空，冲向自由。

这就叫金蝉定律。

很多人的一生就像池塘里的荷花，一开始用力盛开，但是总感觉自己绽放的不够，所以渐渐感到厌倦，在第10天、第20天、甚至第29天的时候，选择了放弃。

很多人的奋斗也像生长的竹子，一开始卯足了劲，但是由于前面的大部分阶段都在打基，所以成效并不那么明显，在第1年、第3年，甚至第4年的时候选择了放弃。

就更不用提蝉的淡定和坚守了。

越接近成功越困难，越需要坚持。

无论是学习还是生活，我们缺少的不是能力、技巧、模式，需要的是坚持和毅力，只有坚持量变，才能最后完成质变，才能突破成功的临界点，取得最后的成功。 ✍️

# 目录

## 新年贺词

### 03 使命担当 砥砺前行

为中国坚果炒货行业高质量发展作出更新更大的贡献!  
——中国食品工业协会坚果炒货专业委员会执行会长  
章燎源 陈冬梅

### 04 编辑部心情驿站

## 品味人生

### 05 成功三大定律荷花定律、竹子定律、金蝉定律

## 热点关注

### 12 挥别, 2021 奋斗, 2022

——坚果炒货协会会长新年寄语

## 专家视点

### 24 2020 年度坚果炒货食品质量状况

### 31 2021 年全国坚果炒货、干果果干食品 全渠道选品选评会总结

## 产业经济

### 33 坚果炒货行业未来有五大发展趋势值得关注

## 产业链

### 市场 40 从进博会看中国食品企业全球供应链布局

### 产品 41 小蜜饯 大能量 ——专访杭州梅园食品有限公司总经理王方明

### 设备 42 热载体筒外螺旋循环多段控温自动炒锅

### 辅料 44 2021 脱氧剂保鲜技术发布会

### 原料 51 国内的下一个植物基风口——巴旦木 巴旦木正在植物基市场强势崛起

### 52 松子价格创历史新高市场仍然供不应求

### 种植 53 夏威夷果茎干溃疡病防治技术

### 54 蓝莓深加工全产业链

## 行业信息

### 62 中国坚果 2021/22 季形势:

云南必须跨越“产量级”到“商业级”的鸿沟



- 62 为了让主人吃的更健康松鼠又研创了一项专利技术
- 62 洽洽三度亮相进博会彰显民族品牌在世界舞台影响力
- 63 来伊份上海松江印象城 MALL 店盛大开业
- 63 百草味芒果干双十一销售近千万携手农户走向共同富裕
- 63 中国零食新“食”代良品铺子的全球供应链升级
- 64 商洛盛大实业有限公司核桃及核桃仁出口专列成功发车
- 64 新疆巴旦木成熟上市，国内种植仍待发展
- 64 宣城宁国市推动山核桃产业链式发展

## 世界之窗

- 66 2021 年俄罗斯对中国食品出口额或同比减少 10%
- 66 2021 年法国玉米单产有望创下历史最高纪录
- 66 俄罗斯对华大豆出口量上涨 38%
- 66 法国农业部上调 2021 年小麦玉米和葵花籽产量预估
- 67 柬埔寨腰果展现经济潜力出口同比迅猛增长
- 67 美国大豆产量将丰收但低于预期
- 67 欧亚经济联盟拟大力发展果蔬产业
- 67 印度尼西亚发布两项食品技术法规
- 67 菲律宾对未加工进口果蔬免收增值税

## 协会工作

- 68 关于出席 2022<sup>1</sup> 第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会暨采供大会的通知
- 73 关于增补副会长单位、批准新会员入会的通知

## 企业管理

- 74 从日销几千到单场 656 万，良品铺子是如何在快手做直播的？
- 76 四进进博会，来伊份引领零食行业向“鲜潮”奔跑
- 78 加速全渠道布局 百草味升级产品服务满足差异化需求

## 科技标准

- 80 国家卫生健康委印发《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》

## 营养与健康

- 86 栗子好吃有讲究
- 86 润肝止咳养五脏的杏仁
- 87 碧根果的营养
- 88 小小的芝麻营养丰富 对人体有 6 大好处！



# CCONTENTS

## New Year's Message

---

- 03 Take on the mission and forge ahead  
Make newer and greater contributions to improving the development of China Nuts and Roasted Seeds industry!  
—Executive president of Specialized Committee for Nuts and Roasted Seeds of China National Food Industry Association Zhang Liaoyuan, Chen Dongmei

## 04 Soul Station of Editorial Department

### Experience the life

---

- 05 Three laws of success: Lotus's law, Bamboo's law and Golden cicada's law

### Hot Spots

---

- 12 2022 Bid farewell to 2021, Continue to struggle in 2022  
—New Year's Message from president of Specialized Committee for Nuts and Roasted Seeds of China National Food Industry Association

### Expert Perspective

---

- 24 Quality status of Nuts and Roasted Seeds in 2020  
31 Summary of the National all channel food selection and evaluation meeting for nuts and roasted seeds, dry fruit and dried fruit in 2021

### Industrial Economy

---

- 33 The five development trends of nuts and roasted seeds industry in the future deserve attention

### Industrial chain

---

- Market** 40 On the global supply chain layout of Chinese food enterprises from the perspective of entering the Expo
- Product** 41 Small preserved fruits inclusion big energy  
—Interview with Wang Fangming, general manager of Hangzhou Meiyuan Food Co., Ltd
- Equipment** 42 Automatic frying pan with Heat carrier and Multistage temperature control system
- Accessories** 44 2021 deoxidizer Food Preservation Technology Conference
- Raw** 51 Almond, the next plant-based tuyere in China  
Almond is rising strongly in the plant-based market  
52 Pine nut prices hit a record high, but the market is still in short supply
- Plant** 53 Control techniques of Macadamia stem canker  
54 Whole industry chain of blueberry deep processing

### Industry Information

---

- 62 Situation of Chinese nuts in 2021 / 22 quarter: Yunnan must cross the gap from "production level" to "commercial level"  
62 Three squirrels have developed a patented technology to make you eat healthier  
62 Qiaqia has appeared in the Expo for three times, pushing the national brand to the world stage  
63 Laiyifen Shanghai Songjiang INcity mall store has already

opened successfully

- 63 "Be&Cheery" Dried mango sales of nearly 10 million yuan by "Double eleven", and joined hands with farmers to achieve common prosperity  
63 The new era of Chinese snacks and the upgrading of the global supply chain of Bestore  
64 Shangluo Shanda Industrial Co., Ltd. successfully boarded the export train for walnut and walnut kernel  
64 Xinjiang Almonds has entered the listing season, and domestic planting is still waiting to be developed  
64 Ningguo promotes the chain development of pecan industry

### Window of the world

---

- 66 Russia's food exports to China may decrease by 10% year-on-year in 2021  
66 In 2021, the per unit yield of corn in France is expected to reach a record high  
66 Russia's soybean exports to China rose 38%  
66 The French agriculture ministry increase the forecast of wheat, corn and sunflower seed production in 2021  
67 Cambodia's cashew exports grew rapidly year-on-year, showing economic potential.  
67 The US soybean harvest is coming, but the yield is lower than expected  
67 Eurasian Economic Union plans to vigorously develop fruit and vegetable industry  
67 Indonesia issues two food technical regulations  
67 The Philippines VAT exemption covers imported fruits and vegetables

### Association work

---

- 68 Notice on Attending the 2022'Sixteenth Food Exhibition for China Nuts and Roasted Seeds, Dried Fruit & Large Fair for Purchase and Supply  
73 Notice on Supplementing Vice-President Units and Approval of New Membership

### Business management

---

- 74 BESTORE through the Kuaishou live broadcast, the sales volume from several thousand yuan a day to 6.56 million yuan a times, how does it do it?  
76 Laiyifen participated in the Expo for four times, led the snack industry to run towards the "Fresh trend"  
78 Be&Cheery accelerated the Omni channel layout, upgraded its products and services to meet different needs

### Laws and regulations

---

- 80 The National Health Commission printed and distributed the Provisions on Administration of the List of substances that are traditionally both food and traditional Chinese medicinal materials

### Nutrition and Health

---

- 86 There are some tips for you to eat delicious chestnuts  
86 Apricot kernel has the effect of moistening the liver and relieving cough  
87 Nutritional value of Pecan  
88 Small sesame is nutritious and has 6 great benefits to human body

# 《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

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

## 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

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

洽洽®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



# 挥别，2021 奋斗，2022

## ——坚果炒货协会会长新年寄语

过去的一年，全国坚果炒货行业克服各种困难，始终坚持稳扎稳打、努力进取，推动全行业健康持续发展。

2022年，中国坚果炒货行业还将继续戮力同心、赓续发力、满帆远航！全行业在新发展理念的指引，呈现着中国坚果炒货行业发展的美好愿景，也预示着中国坚果炒货行业同各国同行合作共赢的更多新机遇。

春为岁首，标志着梦想和希望的新起点。在这个美好的时刻，坚果炒货协会的会长们似乎感慨颇多。让我们一起来听听他们的心声！



## 章燎源

我协会执行会长、三只松鼠股份有限公司创始人 & CEO

“天时人事日相催，冬至阳生春又来。”站在新年的门槛上，我们向一直以来关心、支持中国食品工业协会坚果炒货专业委员会的各界朋友致以诚挚的敬意和衷心的感谢！中流击水，奋楫者进。随着中国进一步的强大以及经济的进一步向好，坚果市场的消费将会更加繁荣。坚果炒货协会以初心照亮行动，以创新引领发展，以奋斗者的姿态笃定前行，一步一个脚印把共筑全民大健康事业推向前进。最后，祝大家在在新的一年里身体健康，工作愉快，事业有成。



## 翁洋洋

协会常务副会长

## 2022 年新年贺词

### ——致中国坚果炒货行业

你好！2022年，新年新气象！我送你一对新年新春联：

上联：葵花子西瓜子南瓜子子子营养

下联：美腰果碧根果开心果果果健康

横批：坚果瓜子长伴

我们行业有了专属我们自己的新春对联！

传说葵花籽翠绿的叶子，第一片叶子是信仰，第二片叶子是健康，第三片叶子是希望，第四片叶子是永远向阳，永远年轻。这象征着我们坚果炒货行业有信仰，有健康，有希望，永远向阳永远年轻！

我们愿意——把我们行业的信仰、健康、希望和年轻奉献给这世上的每一个人，奉献给全人类！让每一个人都健康安好！让每个家庭岁月静好！让世界变得更加美好！

我们还愿意为我们的奉献，

无怨无悔勤耕耘、有情有义常相伴！

这就是我们献给2022年的心愿和祝福！

我们的心愿很淡，我们的祝福很淡，但是：

淡淡的心愿很真，淡淡的祝福很深！

恭祝全国坚果炒货行业的同仁和家人们新年快乐！



## 陈冬梅

我协会执行会长、  
合肥华泰集团董事长

2022年已悄然来临，值此新年之际，我代表洽洽食品向全国坚果炒货行业同仁们、侨居世界各地坚果炒货行业的华人同仁们，致以新年最诚挚的祝福。新的一年，洽洽立志从全球领先的瓜子企业迈向全球领先的坚果休闲食品企业的决心始终不变。我们将以更加开放的心态迎接挑战，拥抱成长。实干成就梦想，奋斗创造精彩。在新的起点上，所有洽洽人都将继续秉承“客户价值、绩效为要、奋斗卓越”的企业理念，围绕“坚果第一”的宏伟战略，以更加饱满的热情，团结协作，全力以赴，为百亿洽洽添砖加瓦，为自己和家人的幸福生活拼搏奋斗，为中国坚果炒货行业的蓬勃发展、实现健康坚果助力人们美好生活作出我们新的贡献！



## 年强

我协会常务会长、芜湖傻子瓜子  
有限总公司董事长



## 钟思圣

我协会常务副会长单位、浙江大好大  
食品有限公司副总经理

十几载栉风沐雨，春华秋实；  
十几年耕耘不辍，薪火相传；  
回顾过去，我们无比自豪  
展望未来，我们信心满满  
律回春晖渐，万象始更新

告别成绩斐然的2021，迎来了充满希望的2022，我谨代表芜湖市傻子瓜子有限总公司全体员工祝愿协会及各位同仁，在新的一年里，岁岁平安，安居乐业，业和邦兴，兴旺发达。让我们一道携手共进，再创辉煌！

伴随着即将到来的岁末钟声，新的一年踏着脚步向我们走来，给我们带来了更多的畅享和对新一年的期盼。即将过去的2021年，我们经历了很多，许多习以为常的事情，那些原本容易的事情，在这个时候变难了，但总有一些陪伴，支持着我们前行，我们面临新挑战更加明显，竞争更加激烈。2021年我们积极变革，2022年我们需要做更多，新的一年，让我们一同祈祷、一起祝福、一起携手，不负时代，共创美好未来。新一年祝坚果炒货行业的同仁们，新年快乐！万事如意！阖家幸福！



## 杨红春

我协会副会长  
良品铺子股份有限公司董事长

风光胜旧，岁序更新。2022年新年之际，良品铺子祝福大家在新的年里事业虎虎生威，家庭幸福安康！

刚刚过去的2021年，国计民生进一步繁荣向好，休闲零食行业也取得长足发展，作为行业的一员我们深感荣耀与自豪。与此同时，良品铺子针对细分人群、消费场景研发创新的多元产品，受到更多消费者认可和喜爱。越来越多消费者追求营养、健康的高品质食品，这是时代的进步。

时不我待，久久为功。良品铺子愿与各位同仁、伙伴一道，携手探索中国休闲零食行业发展的新路径、铸就新篇章。我们坚信，美味可以感动世界。



## 詹权胜

我协会副会长、安徽詹氏食品股份有限公司董事长

当前，面对百年未有之大变局，坚果食品行业已全面进入高质量发展新阶段，成为促进经济发展、生态环境和国民健康建设的重要组成部分。

作为詹氏，我们将始终坚持以用户为中心，以满足人民对美好生活的向往为导向，提供更加高品质、高体验的产品和服务。

我们要加强行业自律，勇担“民以食为天，食以安为先，安以质为本，质以诚为根”的社会责任和使命担当，进一步深度融合山核桃三维产业链，不断探求坚果食品的新品类和营销新渠道、新模式。

我们更要立足新发展阶段，担当产业转型责任，全力构建坚果产业发展新生态，成为促进乡村振兴的排头兵。

聚力汇智，携手奋斗，我们全力践行“为耕者谋利，为食者造福”的发展承诺，坚持“两山”发展理念，为实现乡村振兴和国民健体强国梦而共同努力！



## 陈居立

我协会副会长、福建百联实业有限公司副总经理

峥嵘岁月，鼓舞着我们信念的风帆；

无悔青春，激荡着我们奋力的飞桨；

多少年来，我们坚果炒货行业的舵手们，信心坚定，把握远航的方向；

多少年来，我们坚果炒货行业的水手们，精诚团结，锲而不舍地踏浪前行，向着希望的远方。

2022年，新春的讯息，已经在向我们遥遥地招手；

鹅黄嫩绿，热烈地昭示，充满勃勃生机的明天。

我们坚信，坚果炒货行业的前方，依然是一片浩瀚、辽阔的蓝海，依然孕育着喷薄而出的朝阳……

我们坚信，有我们全体同仁的奋勇拼搏，矢志不渝，长风破浪会有时，直挂云帆济沧海。



## 刘春梅

我协会副会长、安徽真心食品有限公司副总裁

2022年金牛辞旧岁，瑞虎报春时，值此新年之际，安徽真心食品有限公司携全体员工向坚果炒货协会、全国坚果炒货行业同仁们，致以新年最诚挚的祝福——衷心祝福全体同仁及其家人，在新的一年里，万事顺遂，平安喜乐！同时向新年坚守生产、销售第一线的同仁们致以热忱的慰问及崇高的敬意！

新的一年我司将继续坚持以开放创新、合作共赢为指导思想，深度分析坚果行业发展趋势，深挖消费者诉求，把握好全新品类升级方向。

让我们携手同行，为构建全民大健康作出更新更大的贡献！



## 郁瑞芬

我协会副会长、来伊份联合创始人、总裁

源于上海的来伊份，将在协会的指引下，共同推动我国坚果炒货行业发展，将中国坚果炒货行业做强、做大，引领世界坚果炒货食品发展。

新的一年，来伊份将全面提速0添加、低糖、低脂、低油、低盐的健康产品开发，同时在数字化、智能化基础上，推动新门店、新服务、新零售、新体验上的迭代升级，全方位服务消费者，引领消费新需求，推动行业新变革，为“健康中国2030”的早日实现不懈奋斗。

我们诚邀各路同仁一同努力，为消费者呈上更多的“全球好品质，健康好生活”！

祝大家新年快乐。



## 谢东奎

我协会副会长、苏州口水娃食品有限公司副总经理

生活总是山一程，水一程，一路风雨兼程，一路披荆斩棘，一路走来有欢笑有辛酸，有机遇有挑战，挥挥手告别即将逝去的2021，怀着一颗感恩的心迎接充满希望的2022，新的一年新的篇章，新的时代新的方向，开启新的征程，紧跟时代步伐。在新年来临之际，苏州口水娃食品有限公司谢东奎谨代表公司全体员工向中国坚果炒货行业的同仁们送上最诚挚的祝福，祝愿大家虎年吉祥、如虎添翼，事业大展宏图、蓬勃向上！



## 陈海生

我协会副会长、广西南亚热带农业科学研究所所长

值此新春佳节即将到来之际，广西坚果产业协会会长陈海生在此恭贺大家新春快乐、万事顺意、事业红红火火！坚果产业作为一项致富产业，经过40多年的布局与发展，取得的成效有目共睹，在全国的脱贫攻坚、乡村振兴、推动农业产业高质量发展中发挥了重要作用，为政府增税、产业增值、农民增收开辟了新渠道、创造了新贡献。未来，希望全国坚果产业继续“展翅腾飞”，再创辉煌，再立新功。广西坚果产业协会将一如既往做好行业服务，集聚一二三产业资源和优势，加快创建“广西坚果”品牌，服务打造“中国坚果”品牌，推动实现“坚果国际化”！



## 杨国庆

我协会副会长、青岛沃隆食品有限公司董事长

风华正茂，朝气蓬勃，一路走来，沃隆用品质赢得信赖，用行动书写担当，用奋斗创造幸福。憧憬未来，沃隆人秉持“日拱一卒，功不唐捐”的心态，积极投身时代潮流，逐梦坚果赛道，助力全民健康。征程万里，重任千钧，我们将坚持以成为具有持续创新力的全球性的坚果企业为目标，凝心聚力，深耕行业，用匠心创造源源不断的健康产品。新的一年，我们期盼与国内外同仁一道，携手共进，合作共赢，铸就坚果行业高质量协同发展生态圈。2022年，让我们以一往无前的勇气、不懈奋斗的朝气，蓄力远航，共创辉煌！



## 周卫良

我协会副会长单位、江苏阿里山食品有限公司副总经理

在全国人民普天同庆建党一百周年的日子里，我们即将迎来2022年春节，福虎迎新年，财气敢为先，如期而至的不仅仅是节日，还有幸福和快乐，日渐增加的不仅是年龄，还有友情和健康，我深深地祝福我们伟大的祖国繁荣昌盛，祝全国人民幸福安康，祝中国坚果炒货行业的全体同仁们，虎年大吉大利、大显身手、虎气冲天、万事如意。



## 王育平

我协会副会长单位、浙江森王西域农业科技有限公司总经理

### 《春暖花开》

凝视着  
窗外的白雪飘落  
冬的寒冷  
疫情的反复  
奔波的我们  
却热血依旧  
这是全行业的收获季

2021  
异常艰难的一年  
原辅料地涨价  
气象灾害地发生  
微利时代的我们  
承受了压力种种  
维系了全行业地发展

2022  
期待未来的我们  
传承老一辈的情怀  
用不屈不挠的意志  
携手同行  
满怀信心地走进  
又一个春暖花开的季节

## 更正声明

2021年第七期《中国坚果炒货》杂志中第24页刊登“一胖蛋（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”有误，特此更正为“三胖蛋食品市场部推广经理张毓玲作产品推介”。



## 吕金刚

我协会常务副会长、四川徽记食品股份有限公司董事长

四季轮回，虎年已至，值此新年来临之际，我谨代表徽记食品公司全体员工向2021年给予我司关爱和支持的业界领导及同仁送上最真诚的祝福。在充满挑战的2021年，中国食品工业协会坚果炒货专业委员会始终坚持收集国际国内行业动态，完善行业法律法规，提供行业市场行情动态，为企业发展决策提供一手市场变化信息。因此，再次感谢业界领导一年来对行业、会员企业的发展做出的贡献。

在新的一年里，徽记食品祝愿中国食品工业协会坚果炒货专业委员会继续引领行业蓬勃发展，新的一年再创新高！！虽道阻且长，然行则将至，行而不辍，未来可期！



## 王宝臣

我协会副会长、梅河口冠林土特产品有限公司董事长

值此2022年元旦来临之际，我代表梅河口冠林土特产品有限公司，向长期关心支持坚果行业发展的社会各界朋友致以诚挚的问候和节日的祝贺！

过去一年，我们坚果人携手同行，共同克服了许多困难。一年的付出，一年的汗水，一年的打拼！虽然路程有些辛苦疲惫，但只要我们坚定信念，我相信坚果行业的明天会更加美好！

新年新气象，2022年的航程蓄势待发。雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。让我们继续发扬大无畏的精神和创一流的勇气，团结一心，高歌猛进，一往无前，再创坚果炒货行业的新辉煌！



## 邓杨勇

我协会副会长、杭州姚生记食品有限公司副总经理

虎年新春到，祝福指尖春意闹。回顾2021年，我们坚果炒货果干产业在产品创新、营销创新、口味创新方面百花齐放，特别是在直播渠道、社团营销等新零售渠道建设方面，我们坚果产品深受各大主播和平台的喜爱和推荐，使得我们坚果在休闲食品类目中得到持续增长，在我们协会各位会长、理事、会员和工作人员的努力下，“每天一把坚果瓜子有益健康”的宣传深入消费者心智。过去的一年，我们坚果炒货果干产业牛气冲天！

2022年：祝愿我们每位会员企业能持续产品推陈出新，日进斗金！

祝愿我们坚果炒货协会团结一致，持续发展壮大！

祝愿我们中国山核桃产业能稳健生态化持续发展！

祝愿我司杭州姚生记食品有限公司新工厂顺利投产，产销两旺！

祝愿我们所有坚果炒货果干产业从业者身体健康，万事如意，虎虎生威！

祝愿我们伟大的祖国繁荣昌盛，国泰民安！



## 陈俊兴

我协会副会长、加州原野（北京）  
食品有限公司总经理

值此新春佳节来临之际，我谨代表“加州原野”衷心的祝福全球坚果炒货行业的同仁及家人们在新的年里身体健康、家庭幸福、事业顺心顺意！

过去的一年，是不平凡的一年，是努力拼搏的一年，我们全体员工，沿着公司发展的方向，兢兢业业，朝着共同的目标一同奋进，取得了巨大的成绩。

新的一年，新的起点，机遇与挑战并存，我们将不忘初心，朝着使命：成为一流的树坚果企业，继续奋进，为共筑全民健康事业做出新的贡献！

超越自我，快乐工作，精彩生活！



## 陈林芳

我协会副会长、浙江诸暨陈林食品  
有限公司董事长

过去的一年，是稳步发展的一年，是努力拼搏的一年，也是我们公司值得骄傲的一年。广大员工，沿着公司发展的方向，兢兢业业，努力拼搏，爱岗敬业，朝着共同的目标一同奋进，取得了巨大的成绩。

新年有新的祝愿：愿我们的公司像磐石般坚强稳固，愿我们的事业像巨龙般腾飞，愿我们的员工像兄弟姐妹一样紧密团结，愿我们的朋友像青松一样长青，愿我们的生活像蜂蜜般甘甜圆满，愿我们的祖国更加繁荣昌盛。让我们共同共祝：明天更加美好！

很开心新的一年我们还能继续与坚果炒货所有优秀的同行们一起前行，继续担起肩上的使命。对于即将迎来的虎年，我想我们不变的是继续为坚果炒货行业贡献力量的恒心、为广大消费者服务的诚心。我们看到在过去一年里，很多的同行们对行业、对消费者都做出了很大的贡献，在产品上都有了很大的突破和创新，这对行业和消费者来说都是一件好事，因为这恰好说明了我们的行业在不断地进步，而我们的消费者也有了更好的体验。云澳达公司作为一家专注于澳洲坚果的老牌企业，我们很荣幸能够与各位优秀的同行们并肩前行，并且期待能够长久地为广大消费者服务。在新的一年里，祝愿我们的行业越来越好！



## 陈榆秀

我协会副会长、云南云澳达  
坚果开发有限公司董事长



## 高光伟

我协会副会长、吉林梅河口市  
松籽协会秘书长

金牛辞岁送寒去，瑞虎衔春报喜来。值此2022元旦来临之际，我代表梅河口市松籽协会向你们致以新年最诚挚祝福！

2021年，坚果炒货行业经历了极不平凡的考验。我们全体同仁齐心协力，携手共进，克服疫情肆虐造成的不利影响，战胜经济低迷带来的严峻挑战，持续创造了协会和行业的新业绩。2022年是充满了希望与挑战的一年。回首过去我们心潮澎湃，展望未来我们豪情满怀。由缰纵马任驰骋，惟因沃野草芬芳。新的一年，让我们砥砺前行，再创辉煌！



## 何源

我协会副会长、浙江何字食品  
有限公司总经理

值此辞旧迎新之际，何字食品谨在此向全国坚果炒货行业同仁们，以及侨居世界各地的坚果炒货行业华人同仁们，致以新年最诚挚的祝福——衷心祝福全体同仁及其家人，在新的一年里，工作顺心、事业顺利、合家顺意！

接下来我们即将迎来崭新的一年。未来这一年，我们将面对更多机遇（致力于将坚果食品推向更广阔的市场、产品工艺多元化等）与挑战（如何更好地把控坚果品质，减少坏籽和杂质等），我们将与协会共同携手奋进，共同进步和成长。



## 何旭东

我协会副会长、武汉旭东食品  
有限公司董事长兼总经理

“昂首扬鬃腾浩气，奋蹄踏雪展春风”值此新春来临之际，我谨代表武汉旭东食品有限公司全体员工向全国坚果炒货行业的同仁们致以最诚挚的新年祝福！

生逢其时，为之奋斗，让我们携手奋进，一起做行业发展的见证者，建设的参与者，腾飞的受益者。紧扣时代脉搏，紧跟党的步伐，不断创造更好的产品，回馈消费者；不断提高产业收入，创造价值奉献社会。

最后衷心祝愿大家平安富贵、如意吉祥，祝愿行业繁荣昌盛，祝愿伟大的祖国民主富强！



## 肖霖

我协会副会长、杭州郝姆斯食品  
有限公司办公室主任

一元复始，万象更新，回首2021年，在常态化疫情防控的大环境下，整个休闲零食行业迎来了新的机遇和挑战，作为“行业模式的探索者”，百草味一直坚持用创新拥抱变化，积极与行业同仁一起为消费者提供更加多样、美味和健康的零食，共同推进休闲零食行业朝着健康、可持续发展的方向发展。新的一年，百草味将继续秉承“让更多的人吃上放心健康的食品”的使命，深耕市场、服务用户，为中国食品行业创造更大的发展空间！

## 王在良 我协会副会长、山东沙土食品 工业有限公司董事长

在虎虎生威的2022年新年到来之际，我谨代表山东沙土食品工业有限公司向一直关心支持我公司事业发展的各界朋友致以新年的祝福！祝愿各位行业伙伴新的一年事业大展宏图，吉祥好运！

33年的辛勤耕耘，我们既有艰辛更有收获！恰逢中国共产党百年华诞之年，我们力克新冠疫情等不利因素，始终如一继续深耕“沙土”品牌经营，以严抓产品质量为着力点，以精心服务为信誉力，以全面高质量发展为终极目标，葵花籽、黑瓜子、花生、坚果等系列产品的升级换代和销售业绩完美收官；生产过程控制的精细化，大大提高了产品质量，进一步满足了新时期的消费需求，向同行业高水平发展迈出了更坚实的步伐！

放眼未来，我们将继续提升“沙土”牌产品质量品质、实施品牌战略，在谨慎笃行、打造品牌、共同致富、贡献企业的企业文化氛围下不懈努力！

让我们共同祝福祖国繁荣昌盛！祝福我们的事业成功永恒！



## 周建峰 我协会副会长、常州暹美滋进出口 贸易有限公司总经理

在我们这个美好的时代，为了自己光辉的未来，敢于在变化多端的商海中摔打，养成不屈的精神，不弯的脊骨，张开双臂，拥抱磨难，用你的坚强不屈，睿智博学，谱写一个永不言败的传奇！2022，期待你大显身手，大鹏展翅，大功告成！



## 赖小军 我协会副会长、广东森和果仁 食品有限公司董事长

新年好！越过寒冬，我们共同经历了疫情带来的改变和机遇。又见春光迎来了春天。过去的一年，广东森和果仁食品有限公司本着以人为本、高质量生产、热心服务的宗旨，以质量求生存，以信誉求发展，热衷打造“老顽童”个性品牌。把优质产品不断地融入市场经济需要，造福社会。

展望2022年，挑战与机遇依然并存，我司本着以天然、绿色、健康是主旋律为契机。面对全球经济形势带来的不稳定的影响，以及日益激烈的市场竞争，我们一定要信心倍增、激情满怀，自强不息，抓住机遇，以优质产品敬业精神和精益求精的态度奉献成果，把天然、绿色、健康的坚果食品传递到每个角落。

值此新春之际，广东森和果仁食品有限公司祝大家新的一年，事业如虎添翼，大展宏图！





**徐长海** 我协会副会长、广东省坚果行业协会会长

一元复始，万象更新。至此辞旧迎新之际，我代表新疆雪白仁农业科技有限公司、新疆天仁食品有限公司全体员工向各位同仁致以最诚挚的问候和最衷心的祝福！

伫立岁首回望，我们充满自豪。2021年注定是不平凡的一年，新货上市伊始，面临西瓜子（含红瓜子）价格飞涨的严峻挑战，但雪白仁、天仁公司全体员工坚持收购最优质的原料并严格按照公司内控标准，精心分选，打造一流瓜子产品，保证了国内、国际合作伙伴的需求，这归功于各位同仁的支持和厚爱，我深表感谢！

雪白仁、天仁人，一直在路上，一直在进取，2021蜕变、积累、蓄力；2022创新、变革、跃升。新的一年，我们站在新起点上继续拼搏，一定会迎来更加辉煌灿烂的明天！

感谢西瓜子联盟的各位同仁，用你们的踏实作引，引出蒸蒸日上新气象；用你们的勤奋作曲，谱写和和美美的新篇章。我们坚信：在西瓜子联盟旭东主席带领下，我们携起手来、相互支持、精诚合作，一定能创造美好的未来！



**陈湘婷** 我协会副会长 河南三支梅进出口贸易有限公司总经理

河南三支梅进出口贸易有限公司总经理作为践行社会责任的载体，我们期待通过坚果炒货行业同仁的不断创新，开发出更美味、更优质、更安全的坚果炒货食品，培养并满足不同人群的消费新需求。

2022年，新的一年，期待在坚果炒货协会的引领与推动下，中国坚果炒货同仁凝心聚力、开拓创新，为健康坚果助力！同时也为共筑国民大健康事业，共同推进中国坚果炒货行业的高质量发展，作出我们新的贡献！



**徐建兴** 我协会副会长、三胖蛋食品有限公司董事长

新年伊始，奋发有为，我代表三胖蛋向大家致以诚挚的问候。重视时间，极致而荣，以“仁”为本，不辜负土地。新的一年，三胖蛋将继续把瓜子种好，把土地保护好，敬畏自然，和谐共生。新的一年，三胖蛋将在种子培育和种植技术方面继续发力，坚守高品质路线，精耕原味领域，把三胖蛋做好，让中国人吃上更高品质的三胖蛋瓜子。新的一年，三胖蛋将继续坚守自身使命，让种瓜子的葵农劳有所得，劳以致富；让员工以做瓜子为业，以做瓜子为荣；与股东经销商紧密团结，长享回报；用高品质的瓜子，复兴中国休闲文化。感谢大家支持、推荐三胖蛋，我们会继续种好这片土地，炒好这颗瓜子。贵“仁”多“旺”事，祝愿大家多嗑中国人自己的坚果瓜子，生活幸福，事业顺利！



## 周秉军

我协会副会长、开封朗瑞（思瑞特）  
机械有限公司 董事长

一元复始，万象更新！在这新年钟声悠悠响起之际，我们迎来了2022年，在此开封朗瑞（SRT）机械有限公司恭祝所有的新老朋友新年快乐，新年新征程！

过去的一年，是努力拼搏的一年，激情和汗水成就过去，理性和坚强铸就未来。满怀着奋进的豪情，我们信心百倍地迎接2022年的到来。新年开启新希望，新年承载新梦想，让我们迎着2022年新的曙光，一起为朗瑞（SRT）的明天加油，我们将不断完善产品与服务，提升我们企业的核心竞争力，把我们的企业建设的更加美好！



## 孙钱玮

我协会副会长、上海华宝孔雀  
香精有限公司总监

虎年将至，万象更新，给大家拜个早年。

回顾2021，休闲零食行业的竞争愈演愈烈，华宝孔雀凭借对行业的深度洞察和孜孜不倦的创新精神，不断推出迎合市场及消费喜好的坚果炒货产品，玩味爆珠、植物精粹、地域风采、跨界风尚等系列，无论从产品概念设计到风味都有进一步提升，赢得市场一致好评；

面对即将到来的2022年，我们将继续跟随协会的步伐，与各位行业同仁共同努力再创新高。新年将至，愿大家齐心筑梦，勇往直前，共创行业蓬勃未来，用不断开拓的精神来迎接新机遇、新挑战！

值此2022新年到来之际，祝坚果炒货界的同仁工作顺利，阖家幸福！转眼间，美亚光电已服务行业16年，在此我们也感谢大家的支持与信任。

一直以来，美亚光电致力于为客户创造更大价值，不断提升产品技术及工艺水平，努力将产品的性能、可靠性等关键指标做到极致，推动构建了以市场需求为导向，产学研深度融合的创新体系，不断实现产品核心技术及部件的自主化，设计源头的标准化、模块化，以及生产制造的自动化、智能化。

今后，我们会秉持初心，不断创新，与广大坚果炒货同仁一起，为行业作出更大的贡献。



## 沈海斌

我协会副会长、合肥美亚光电技术股份  
有限公司副董事长兼执行总经理



## 《食品安全抽样检验管理办法》

国家市场监督管理总局令15号

- 2019年10月1日起实施。
- 对自2015年2月1日起施行的原国家食品药品监督管理总局令第11号《食品安全抽样检验管理办法》进行了修订。
- 根据工作目的和工作方式的不同，食品安全抽检工作分为：

**监督抽检：**市场监督管理部门按照法定程序和食品安全标准等规定，以排查风险为目的，对食品组织的抽样、检验、复检、处理等活动。

**风险监测：**市场监督管理部门对没有食品安全标准的风险因素，开展监测、分析、处理的活动。

**评价性抽检：**依据法定程序和食品安全标准等规定开展抽样检验，对市场上食品总体安全状况进行评估的活动。

## 国家食品安全监督抽检实施细则（2020年版）

### 1、适用范围

### 2、产品种类

•炒货食品及坚果制品是以坚果、籽类或其籽仁为主要原料，添加或不添加辅料，经烘炒、油炸、蒸煮或其他等熟制加工工艺制成的食品，包括油炸、烘炒豆类。炒货食品及坚果制品分为“开心果、杏仁、扁桃仁、松仁、瓜子”及“其他炒货食品及坚果制品”两类。

•“开心果、杏仁、扁桃仁、松仁、瓜子”为使用开心果、杏仁、扁桃仁、松仁、瓜子作为主要原料的炒货食品及坚果制品，包括开心果、杏仁、扁桃仁（巴旦木）、松仁（含松子、松籽等）、葵花籽、其他瓜子（含西瓜子、南瓜子、瓜蒌子、吊瓜子、打瓜子、西葫芦籽等）。

•“其他炒货食品及坚果制品”是使用其他坚果和籽类作为主要原料的炒货食品及坚果制品，包括花生制品、油炸烘炒豆类、其他坚果制品（含核桃、榛子、栗、香榧、夏威夷果、腰果等）和其他籽类制品（含芝麻、莲子等）。

### 3、检验依据

### 4、抽样

### 5、检验要求

### 6、判定原则与结论



## 国家食品安全监督抽检实施细则



### 回顾：春节食品专项抽检情况（2020年第3号）

- 市场监管总局组织节日热销食品专项监督抽检。
- 在全国31个省份的销售市场，抽取肉制品，乳制品，炒货食品及坚果制品，糕点，方便食品，糖果制品和饼干等13大类1249批次样品。
- 抽检发现19批次样品不合格，涉及炒货食品及坚果制品、糕点、方便食品、肉制品、水果制品、饮料、酒类食品。
- 含3批次炒货食品及坚果制品，不合格项目黄曲霉毒素B1、大肠菌群、过氧化值（以脂肪计）。

### 回顾：2020年上半年食品安全监督抽检情况（2020年第18号）

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	不合格样品数量/批次	样品不合格率
5	炒货食品及坚果制品	17477	497	2.84%

2020年上半年，全国市场监管系统共完成食品安全监督抽检1380697批次，检出不合格样品29153批次，总体不合格率为2.11%，同比下降0.25个百分点。

### 2020年第三季度食品安全监督抽检情况 (2020年第28号)

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	不合格样品数量/批次	样品不合格率
3	炒货食品及坚果制品	21513	673	3.13%

2020年第三季度，全国市场监管系统共完成食品安全监督抽检2234829批次，依据有关食品安全国家标准检验，检出不合格样品49534批次，总体不合格率为2.22%。

### 2020年全年及第四季度食品安全监督抽检情况 (2021年第20号)

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	不合格样品数量/批次	样品不合格率	
				全年	其中：第四季度
1	餐饮食品	707939	42384	5.99%	6.16%
2	蔬菜制品	128974	4454	3.45%	2.88%
3	淀粉及淀粉制品	95327	2672	2.80%	2.98%
4	炒货食品及坚果制品	72728	1998	2.75%	2.55%
5	冷冻饮品	24411	563	2.31%	1.39%
	.....				
34	其他食品	3505	52	1.48%	5.04%
合计		6387366	147721	2.31%	2.46%

2020年，全国市场监管部门完成食品安全监督抽检6387366批次，依据有关食品安全国家标准检验，检出不合格样品147721批次，总体不合格率为**2.31%**。其中，第四季度抽检不合格率为**2.46%**。

- 2020年，全年国家、省、市、县四级市场监管部门共完成食品安全监督抽检、风险监测和评价性抽检等任务695万余批次，食品检验量达到4.97批次/千人。
- 食品安全监督抽检：市场上销售的34大类食品，覆盖生产、流通、餐饮，城市、乡村，线上、线下，国产、进口不同渠道，完成食品安全监督抽检638万余批次，总体不合格率为2.31%，与2019年基本持平。

市场监管总局2021年第二季度例行新闻发布会

## 回顾：2019年食品安全监督抽检情况（2020年第4号）

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	合格样品数量/批次	不合格样品数量/批次	样品合格率	样品不合格率
第一季度	炒货食品及坚果制品	7847	7653	194	97.53%	2.47%
第二季度		7236	7027	209	97.11%	2.89%
第三、四季度		37601	36448	1153	96.93%	3.01%
总计		52684	51128	1556	97.05%	2.95%

在全国31个省、自治区、直辖市农产品和食品交易场所依法抽取并购买食品样本，完成国家食品安全监督抽检24.4万批次，覆盖33大类食品。

检验微生物、农兽药残留、食品添加剂、生物毒素、重金属等食品安全国家标准指标558项，检出合格产品23.8万批次，不合格产品5773批次。

监督抽检的总体合格率为97.6%，与上年持平，较2014年上升2.9个百分点；监督抽检的总体不合格率为2.4%。

## 2021年第一季度食品安全监督抽检情况

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	合格样品数量/批次	不合格样品数量/批次	样品不合格率
18	炒货食品及坚果制品	10678	10489	189	1.77%
合计		420403	410711	9692	2.31%

2021年第一季度，全国市场监管部门完成食品安全监督抽检420403批次，检出不合格样品9692批次，总体不合格率为2.31%，较2020年同期上升0.34个百分点。

## 2021年上半年食品安全监督抽检情况（2021年第34号）

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	不合格样品数量/批次	样品不合格率	
				上半年	其中：第二季度
1	餐饮食品	181381	11014	6.07%	6.38%
2	蔬菜制品	42477	1621	3.82%	2.98%
3	炒货食品及坚果制品	27532	784	2.85%	3.54%
4	食用农产品	702847	18440	2.62%	2.69%
5	酒类	67490	1703	2.52%	2.26%
总计		1808640	42412	2.34%	2.36%

2021年上半年，全国市场监管部门完成食品安全监督抽检1808640批次，依据有关食品安全国家标准等检验，检出不合格样品42412批次，总体不合格率为2.34%，较2020年同期上升0.23个百分点。其中，第二季度抽检不合格率为2.36%。

### 风险监测 (2020、2021)

18	炒货食品及坚果制品	炒货食品及坚果制品 (烘炒类、油炸类、其他类)	开心果、杏仁、扁桃仁、瓜子	黄曲霉毒素 (B <sub>1</sub> 、B <sub>2</sub> 、G <sub>1</sub> 、G <sub>2</sub> ) 总量	GB 5009.22-2016《食品安全国家标准 食品中黄曲霉毒素B族和G族的测定》	原则上抽取不少于2个独立包装, 不带壳样品的量不少于1kg, 带壳样品的量不少于2kg。抽取样品量可根据检验需要适当调整。	有壳样品带壳检测
				安赛蜜	GB/T 5009.140-2003《饮料中乙酰磺胺酸钾的测定》		
				特丁基对苯二酚 (TBHQ)	GB 5009.32-2016《食品安全国家标准 食品中9种抗氧化剂的测定》		
				二氧化硫残留量	GB 5009.34-2016《食品安全国家标准 食品中二氧化硫的测定》		
				黄曲霉毒素 (B <sub>1</sub> 、B <sub>2</sub> 、G <sub>1</sub> 、G <sub>2</sub> ) 总量	GB 5009.22-2016《食品安全国家标准 食品中黄曲霉毒素B族和G族的测定》		
				特丁基对苯二酚 (TBHQ)	GB 5009.32-2016《食品安全国家标准 食品中9种抗氧化剂的测定》		
其他炒货食品及坚果制品	特丁基对苯二酚 (TBHQ)	GB 5009.32-2016《食品安全国家标准 食品中9种抗氧化剂的测定》	原则上抽取不少于2个独立包装, 不带壳样品的量不少于1kg, 带壳样品的量不少于2kg。抽取样品量可根据检验需要适当调整。	有壳样品带壳检测			
二氧化硫残留量	GB 5009.34-2016《食品安全国家标准 食品中二氧化硫的测定》						

食品安全抽检工作根据工作目的和方式的不同, 还包括风险监测——市场监督管理部门对没有食品安全标准的风险因素, 开展监测、分析、处理的活动。以发现问题、防控风险为原则, 对风险程度高、发现问题多、舆情反映集中的品种和项目开展风险监测, 防范食品安全重大风险。

### 评价性抽检

目 录	
一、粮食加工品.....	1
1 小麦粉.....	1
2 大米.....	3
二、食用油、油脂及其制品.....	6
1 食用植物油.....	6
三、肉制品.....	10
1 熟肉制品.....	10
四、乳制品.....	16
1 液体乳.....	16
五、豆制品.....	20
六、婴幼儿配方食品.....	24
七、食用农产品.....	33
1 畜禽肉及副产品.....	33
2 蔬菜.....	44
3 水产品.....	53
4 水果类.....	62
5 鲜蛋.....	67

依据法定程序和食品安全标准等规定开展抽样检验, 对市场食品总体安全状况进行评估的活动。

2020年在全国范围探索开展评价性抽检。2017年15个首批食品安全示范城市试点, 扩展到2020年全国范围试点, 评价范围覆盖全国139个大中型城市, 监督抽检所承载的评价性功能逐步剥离, 评价性抽检方法日趋成熟。国家市场监督管理总局副局长孙梅君: 截至11月底, 2020年评价性抽检合格率99.0%, 2020年市场监管系统完成食品安全抽检监测任务620万批次。其中, 监督抽检570万批次, 风险监测22万批次, 评价性抽检28万批次。

### 回顾: 欧盟对我国部分出口产品增加官方管控措施

- 2019年10月22日, 欧盟委员会发布 (EU) 2019/1793 条例, 对特定第三国的商品进入欧盟市场临时增加官方控制和紧急管理措施。
- 花生为此次新增的强化监控产品。涉及我国的产品包括: 枸杞、辣椒、茶叶和花生。
- 条例生效日期2019年12月14日。

食品	代码	项目	监控频率 (%)
枸杞 (食物 - 新鲜、冷藏或干燥)	ex 0813 40 9 5	欧盟条例 (EC) 第396/2005号第29 (2) 条监控计划中所列农药 (限于植物源性产品中监测的农药), 双甲脒、尼古丁	20
	ex 0810 90 7 5		
甜椒 (食物 - 压碎或磨碎)	ex 0904 22 0 0	沙门氏菌	20
茶, 无论是否调味	902	欧盟条例 (EC) 第396/2005号第29 (2) 条监控计划中所列农药 (限于植物源性产品中监测的农药), 唑虫酰胺	20
花生	1202 41 00	黄曲霉毒素	20

## 欧盟食品和饲料类快速预警系统（RASFF）通报

通报时间	通报国	通报产品	通报原因	通报类型
2021-6-22	意大利	花生仁	标签上没有批次，可追溯性差	拒绝入境通报
2021-6-2	荷兰	有机花生	黄曲霉毒素（B1= 4.0µg/kg; Tot.= 4.3µg/kg）	注意信息通报
2021-5-26	克罗地亚	带壳花生	黄曲霉毒素（B1= 20.9; 61.5µg/kg, Tot.= 23; 89.9µg/kg）	拒绝入境通报
2021-5-19	荷兰	花生	可见的霉菌	拒绝入境通报
2021-4-26	法国	芝麻	环氧乙烷（0.31±0.15 mg/kg）	拒绝入境通报
2021-3-8	保加利亚	花生	黄曲霉毒素（B1 = 3.2 µg/kg）	拒绝入境通报
2021-1-12	意大利	冷冻板栗仁	未经授权的新食品	拒绝入境通报
2020-10-22	意大利	花生	黄曲霉毒素（B1= 13.3µg/kg; Tot.= 15.1µg/kg）	拒绝入境通报
2020-10-27	荷兰	花生仁	黄曲霉毒素（B1 = 6.6µg/kg）	拒绝入境通报
2020-9-21	西班牙	带壳花生	黄曲霉毒素（B1= 5.6µg/kg; Tot.= 5.6µg/kg）	拒绝入境通报
2020-9-24	荷兰	花生	黄曲霉毒素（B1= 11µg/kg; Tot.= 11µg/kg）	拒绝入境通报
2020-9-4	捷克	带壳花生	黄曲霉毒素（B1= 17.3µg/kg; Tot.= 18.4µg/kg）	拒绝入境通报

## 日本追加中国产葵花籽为命令检查对象

2019年3月8日，日本厚生劳动省发布药生食输发0308第1号通知，追加中国产葵花籽作为命令检查对象。根据监控检查结果，日本政府在中国产葵花籽中检测出黄曲霉毒素。因此对中国产葵花籽及其加工品中的黄曲霉毒素由监控检查转为命令检查。

检查对象	检查项目	检查方法	实施命令检查的具体理由
葵花籽及其加工品 （仅限含30%以上葵花籽的产品。）	总黄曲霉毒素（黄曲霉毒素B1、B2、G1及G2的和）	参照2011年8月16日发布的食安发0816第2号《关于黄曲霉毒素的试验方法》。	黄曲霉毒素的含量或附着量可能超过10µg/kg。

## 日本调整中国产葵花籽为监控检查对象

2021年1月20日，日本厚生劳动省发布药生食输发0120第6号通知，取消对中国产葵花籽中黄曲霉毒素的命令检查；另外发布药生食输发0120第7号通知，基于《2020年度进口食品监视指导计划》，对中国产葵花籽中黄曲霉毒素的监控检查频率调整为30%。

强化检查日期	对象国家	检查对象	检查项目
2021年1月20日	中国	葵花籽及其加工品（仅限含30%以上葵花籽的产品。）	黄曲霉毒素



# 2021 年全国坚果炒货、干果果干食品 全渠道选品选评会总结

## 一、选品概况

### （一）选品的总数及品类

本次参选产品均为全国各地的坚果炒货加工企业自主加工的本企业产品。截止10月19日日共收到111家生产企业报送选品176个，其中：

- 1) 籽类产品60个，涵盖葵花籽、花生、西瓜子、南瓜子、瓜葵籽等产品；
- 2) 树坚果类产品110个，涵盖核桃、山核桃、碧根果、腰果、松子、开心果、巴旦木、杏核等；
- 3) 果干、干果类产品13个，葡萄干、芒果干、苹果干、猕猴桃干等。
- 4) 其他3类：果味奶茶、核桃仁糖、爆汁黄桃等

### （二）选品品质水平总体评价

本届入选的产品，均是各生产企业精选最具备本企业最高加工水平及市场优势的产品，质量高、口味佳、包装新。特别值得一提的是入选产品大多为行业占比量大的中小企业生产的产品，能充分体现当前全国坚果炒货行业产品的整体真实水平。不论是产品的外观包装设计还是内在产品色、香、味及产品均匀度都能代表市场销售产品的较高水平。

## 二、专家组组成

评审专家组共由17人组成，其中产品技术组8人，市场营销组9人；

评审监督观察员2人；

工作人员8人。

今年的专家评审队伍扩大了近一倍：不仅是人员数量的增多，市场营销专家团队也增加了线上的电商与社交电商的专家力量。

## 三、优秀产品公示

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（排名不分先后）；

7. 云南傣御农业科技有限公司 七彩野地熟花生
8. 杭州梅园食品有限公司 爆汁黄桃
9. 罗乐食品贸易（上海）有限公司 万多福经典盐焗味开心果
10. 中安众果食品有限公司 海苔腰果
11. 杭州姚生记食品有限公司 粒粒仁
12. 加州原野（霸州市）食品有限责任公司 每日坚果第二代

1. 洽洽股份有限公司 葵珍
2. 洽洽股份有限公司 洽洽小黄袋30日装每日坚果
3. 德州五谷食尚食品科技有限公司 坚果早餐谷物
4. 广东森和果仁食品有限公司 盐焗扁桃仁（去壳）
5. 潜山市满园春农业科技有限责任公司 晓飞瓜葵籽原香味
6. 三胖蛋（北京）国际贸易有限公司 原味瓜子160g罐装

13. 绵阳紫东食品有限公司 脆皮夏威夷果仁
14. 烟台欣和味达美食品有限公司 黄飞红原味花生
15. 桐乡福华食品股份有限公司 抹茶巧克力核桃仁（去衣）
16. 武汉旭东食品有限公司 藤椒味西瓜籽
17. 江苏茂兴食品有限公司 盐焗南瓜子
18. 宁波恒康食品有限公司 香酥腰果

## 四、选品总体评价

今年产品无论在外包装设计、标签标识，还是在产品内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、卤汁花生、藤椒西瓜子、抹茶味蚕豆、蔓越莓核桃、抹茶巧克力核桃仁、爆汁黄桃等均得到行业专家和线上线下各渠道商评委的一致好评。今年总体参选产品水平全面提升，90分以上占25%，80分以上占70%。

### 一) 评审中发现的亮点

- 、坚持把传统坚果炒货类的产品内在品质做精，提高消费者的消费体验；如参与选品的几个企业的手剥草本核桃，内仁的酥香，核桃本身的清香比较浓郁；
- 、整体选送产品选用的原料质量较去年提升很多，均匀度、色泽都很好，破碎粒、霉变率很少；
- 、新风味元素融入到传统坚果产品，如抹茶腰果、海苔蚕豆、肉蚕豆等产品口感风味复合的很好；
- 、更多的开始关注消费者所关注的健康点：原味的产品比例大幅增加1，树坚果的产品数量超过籽坚果产品的数量；开始有“轻盐”、“非油炸”坚果籽类产品参与选品，如轻盐松子、爆黑豆等。



### (二) 评审发现的改进项

#### 1、标签标识

- ①产品名称无真实属性名称、包装袋正面没有产品名称；
- ②配料表清单中配料不全：如五香瓜子的配料表中只标识了葵花籽，没有食盐、香辛料及可能添加的甜味剂；
- ③依然存在个别包装袋背景与印刷字颜色差异不明显，造成无法辨别标识内容；
- ④味精应标注在了食品添加剂的项目后面；
- ⑤营养成分表中的数字标识没有按照GB28050有效数字位数进行标注；
- ⑥标签上的宣传用语不规范；

#### 2、产品内在品质

- ①产品没有关注感官的消费者选择感受，如裹衣的小粒榛子产品设计为花黑、黑色；
- ②口味创新的产品气味过度或不足，香酥裹衣类的产品外壳僵硬不酥等；
- ③个别选送产品选用的原料均匀度差。



## 五、评审建议

- 1、新品开发要在继承的基础上进行研发创新，即在已经获得消费者认可的产品基础上研发延伸新的口味或新产品；
- 2、在原料的选用上要选择广泛且货源充足的原料进行新品研发，给未来的市场留足空间；
- 3、不要过度创新开发，添加多种与坚果籽类产品风味不融合的口味，应把握消费者越来越关注健康的大主题方向，因而应考虑如何在加工过程中尽量保持坚果与籽类自身原有的营养含量不流失或少流失。
- 4、对于选品会需要鼓励更多的企业将改善提升及创新的产品拿出来参与评选；
- 5、企业可以在包装设计上进行优化升级、产品内在质量上进行优化升级以提升产品的市场议价能力。

2021年全国坚果炒货干果果干全渠道选品评审已圆满完成，评选工作中存在的不足我们将在明年改进提高。真诚希望全国的生产企业、经销商朋友们给出你们的意见与建议，以促进我们把选品评选活动开展的更好。



# 坚果炒货行业未来 有五大发展趋势值得关注



2021年“9.17中国坚果健康周”开幕式上，一个关于“坚果籽类食品是每人每天应该定量食用的健康食品”的新主旨定位，将推动未来5-10年坚果产业真正大繁荣时代的到来。

在新的主旨定位和功能利益点实现科普之下，坚果炒货行业未来有5个发展趋势值得关注。

## 一、从“上行”到“下沉”

过去10年，坚果籽类产业的相对高速发展，核心是得益于消费者的驱动和基础健康知识的普及，本质是由健康农产品发展成为休闲零食，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。

## 二、从零食到食材

过去，坚果籽类的本质是健康零食的属性。这几年，根据调研，用户对于每日坚果本质上是一种食材性消费，每日坚果可以作为餐品、早餐。坚果和燕麦的组合，坚果是食材；很多散装坚果，也是食材。未来，坚果产业从零食到食材，将是很大的一个趋势。

## 三、从终端到配料

坚果化赛道即将爆发，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，这得益于坚果籽类食

材的健康属性。

## 四、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。

## 五、从前端到后端

前端的繁荣倒逼后端的进步，在坚果种植领域，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，到一个利益点，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。☞



# 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

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

# 健康好味道



# 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

# 零食大玩家!



招商热线:4000-817-517  
苏州口水娃食品有限公司

# 从进博会看中国食品企业 全球供应链布局



11月4日晚，第四届中国国际进口博览会开幕式在上海举行。

作为世界上第一个以进口为主题的展会，举办进博会，是中国着眼推进新一轮高水平对外开放作出的一项重大决策，成为紧密连接中国和世界各国的新纽带，各国共享中国大市场的新窗口。通过参加进博会，全球众多企业获得了更多市场机遇、投资机遇、增长机遇。

## 共享中国机遇 推动跨境电商业务

中国食品企业响应国家倡导的构建内外双循环发展格局，积极拥抱“走出去，引进来”的号召，布局全球供应链试点跨境电商业务。通过与海外品牌方、经销商达成战略合作，依托旗下全渠道平台，把全球好的产品引进来。

我国电子商务发展与政策创新走在了世界前列，近年来国家出台了促进跨境电商发展的政策，此次虹

桥论坛也专门设有跨境贸易的议题，探索创新解决方法，真正帮助食品企业第一时间地把握市场机会。

## 消费升级下 追求美好健康生活

中国巨大的市场需求和消费升级，催生了巨大商机，进博会迎来了中国各地政府和各国企业采购团争相抓住“中国机遇”。

健康是人类发展与经济可持续发展的基础，特殊时期的全球蔓延，让消费者更加注重对健康食品的需求与对美好生活的向往。抓住“大健康经济”机遇，持续围绕“全球好品质、健康好生活”的产品理念，做强做大健康线食品品类。

## 实现企业高质量发展 助力构建新发展格局

我国流通网络渠道与消费的供给水平还处于逐渐完善的一个过程，居民消费意愿还有很大的提升空间。跨

境电商等新业态新模式协同发展，为人们提供高效、便利、多元化的商品与服务，满足消费者对高品质美好生活追求，在体现企业价值的同时实现企业的高质量发展。

## 开放的中国 抓住机遇谋发展

推新发展格局，消费是推动我国经济增长的内生动力，而是更加开放的国内国际双循环，不仅是中国自身发展需要，而且将更好造福各国人民。

作为中国食品企业更加能深切体会到进博会平台带来的开放市场的吸引力，在开放中创造机遇，在合作中破解难题，为企业把握消费趋势，嫁接国际供应链资源搭建了平台。

正在加速布局全国市场的中国企业，要以更加开放的心态整合全球优质供应链资源，在构建新发展格局中为企业找准坐标，展现作为，体现担当。 ■



# 小蜜饯 大能量

## ——专访杭州梅园食品有限公司总经理王方明



▲ 杭州梅园食品有限公司总经理 王方明

杭州梅园食品有限公司座落在江南著名水乡古镇杭州市余杭区塘栖镇，是一家生产蜜饯系列休闲食品的专业厂家。公司经过三十多年的努力拼搏，形成年加工蜜饯 3000 余吨的现代食品加工企业，公司在浙江省蜜饯行业中处于领先地位，成为杭州市级农业龙头企业、浙江省诚信企业、浙江省农业科技企业和中华人民共和国出口企业。带着对这家企业的掌舵人的好奇，小编特地对杭州梅园食品有限公司总经理王方明进行了专访。

小编：王总，您好！近年来，蜜饯类产品消费规模持续扩大，消费增速大幅提升！那么公司现在主打产品有哪些？与同类产品比，这些产品有哪些优势和独特之处？

王总：我公司以前主要生产梅子类产品，如日式梅饼，甘梅，梅干等，主供出口日本。随着中国经济迅速发展，国内消费水平的不断提高，公司逐步把外销产品布局内销市场，然后不断研发中高端的果干果片产品，如黄桃干，蓝莓片，话梅片等等。

与同类产品比，梅园的主要优势在于新品的研发能力和产品质量的稳定性两个方面。

公司每年都会投入部分资金进行新品的研发，也引领了行业新品的开发方向，比如无核陈皮梅，话梅片，都是梅园公司首推产品。

日本对于产品质量的要求是所有国家中最高的，从 2005 年出口日本到现在，我们没有出现过一次的重大质量问题。

小编：我们注意到贵公司爆汁黄桃干和爆汁水蜜桃两样产品参加了今年的全国坚果炒货、干果果干全渠道选品大会，受到选评评委们的一致好评，那么和老产品相比，新品做了哪些方面的改进。

王总：爆汁系列产品是去年我公司投入了大量的人力物力去研发的一个系列产品，经过了整整十个月的摸索和工艺的改进，终于突破了重重壁垒，研制出了爆汁黄桃干和爆汁水蜜桃。

爆汁系列产品在口感上比原有的黄桃干更加脆爽，在质量上也大大的提升，通过高温杀菌的方式，取代了添加防腐剂的工艺，使产品更健康更安全。

小编：那么公司未来发展方向是如何规划的？未来的重点在哪？

王总：公司未来的规划已经开始布局，以杭州梅园食品有限公司做为营销中心，所有生产工厂布局到原料基地，以西湖梅园商标为主打品牌，为广大消费者带来更多更健康更安全的休闲食品！



# 热载体筒外螺旋循环 多段控温自动炒锅



热载体筒外螺旋循环多段控温自动炒锅是专为坚果与籽类产品、农产品、食品等需要与热载体混合加热的颗粒状食品的炒制烘干干燥（比如盐和坚果、瓜子、花生一起烘干）而研发的。

目前国内外现有的热载体循环滚筒式干燥机（炒锅）一般为双层结构，由外筒体和内筒体组成，待炒制物料与循环热载体（盐、沙）混合炒制区及热载体循环区分别至于内、外筒内，因为受结构影响，加热装置只能对外筒体加热，不能加热到内筒体，在整个炒制过程中由于内筒体得不到加热，要想达到炒制目的，就要将热载体的温度加热到很高，才能完成物料的炒制烘干；

受结构影响滚筒的整个加热温度不能分段分区控温，因此造成设备在运行过程中温度调控困难，造成炒制温度误差在15度以上，不

能很好的满足不同品种生产时所需要的温度区间，使产品质量不稳定，控制手段落后。例如：在炒制瓜子时，为了很好控制瓜子的黄尾率，滚筒最后温度要低于前段温度，如果只是双筒式，无法满足所需要的温度，也使能源造成很大浪费；

基于上述问题，我们公司2019研发成功进行创新研发的一款新型连续性的热载体筒外螺旋循环多段控温自动炒锅。采用螺旋回流体代替外筒，这种独特的热载体螺旋循环结构，在炒制烘干末端分离出来的热载体，经螺旋体循环结构被加热送至筒体与物料进行换热烘干，加热装置可同时加热到装载热载体的螺旋回

流体和起混合烘干作用的内筒，在换热烘干的过程中热载体又被连续的加热升温，实现了减小热载体进出料端温度差，由于有效解决

了烘干过程中的降温问题，因此，脱水速率快，产品品质明显提高；由于结构的创新升级改变，可做到多段加热和多段温度控制装置可做到炒锅分区分段控温，最大限度满足物料在炒制过程中所需要的温度区间，达到处理量大、产品质量稳定、能耗低的目的。

温度控制精准，并实现智能化远程控制及大数据收集。配备朗瑞智能制造系统；具备实现自动控温、远程操控、大数据收集、在线实现成本自动核算、无缝对接企业的 ERP 和 WMS 等系统，打通数据流实现智能制造的功能。

### 主要优点

1、采用螺旋回流体代替外筒，这种独特的热载体螺旋循环结构，加热装置可同时加热到装载热载体的螺旋回流体和起混合炒制作用的内筒，在换热炒制的过程中热载体又被连续的加热升温，实现了减小热载体进出料端温度差，有效解决了烘干过程中的降温问题；炒制脱水速率快，产量同比提高 30%，能耗降低 25%，产品品质明显提高；

2、炒筒受热更均匀；加热装置散状分布，炒筒轴向均匀受热，使炒筒内需加工物料与介质在每一个轴向点位上加热是均匀的，确保炒制的均匀度、芽黄率达到同比最高；

3、分区控温，操控更便捷；根据物料的特性，首创分区设定炒制温度，以满足物料在炒制过程中所需的不同温度的需求，温度整定迅速，适用范围更广；例如：炒制原味瓜子时，通过设定后端加热温度，将黄尾率降到最低；如果炒制花生果、腰果，可以设定好每段加热温度，使炒筒内部介质温度均衡、来确保花生果、腰果的成品色泽和口感；

4、介质循环更加高效、节能；坚果在炒制过程中吸收介质中大量的热量以达到烘干脱水的目的，在介质释放热量的过程中，由于是散状加热，因此可以在多个位置迅速给介质补给热量，从而在介质循环过程中始终保持高效运行，设备产能更大，能耗更低；

5、介质包裹度更好；改进后的炒筒内部叶片，可使介质对坚果的包裹度更好，翻转使介质内所含潮气快速挥发，再一次提高芽黄率的均匀度和产量，使酥香度也再一次得到了更大的提升；

6、配备朗瑞智能制造系统，实现分区多段

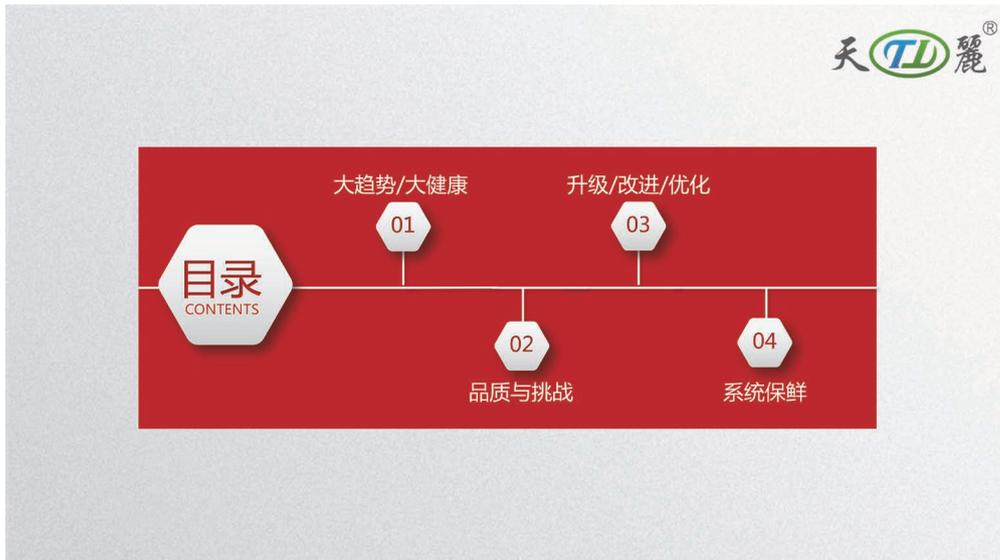


自动控温，远程操控、大数据收集；朗瑞智能制造系统，可在制造执行层面实现计划派工、领料配料、开工报工、数据在线采集、设备管理、质量管理、安灯系统、追溯管理等功能，对接企业的 ERP 和 WMS 等系统，打通数据流，形成数据驱动业务的应用模式，优化计划排产，实现产能平衡，提高生产线和设备的利用率，协助用户实现制造过程可视化、计划排产更优化、物料管控精细化、成本统计及时化、产品质量可追溯。

朗瑞坚果炒货行业智能制造解决方案由底层的全自动生产线及车间自动物流转运系统、中间执行层的设备物联网数据采集系统（MDC）和制造执行系统（MES）组成，向上集成经营计划层的 ERP 和产品研发体系的产品数据管理（PDM）系统，形成产品研发、制造资源规划、现场制造执行、制造数据反馈、制造过程追溯等全流程的数据闭环。以数据驱动业务，赋能生产精益化转型。

7、适用范围广；满足不同物料，不同炒制时间、温度的需求。不仅适用于腰果、开心果、巴旦木仁等树坚果的炒制，原味葵花籽、花生果、五香花生米、南瓜籽等籽类的炒制，效果更佳。

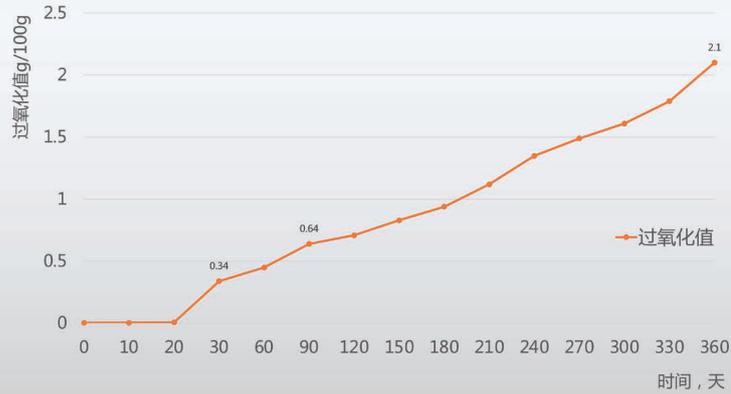
适用范围：原味葵花子、花生果、巴旦木仁、腰果、核桃、花生米、香瓜子、南瓜子及坚果果仁等需炒制提香及生产工艺相同的坚果。 



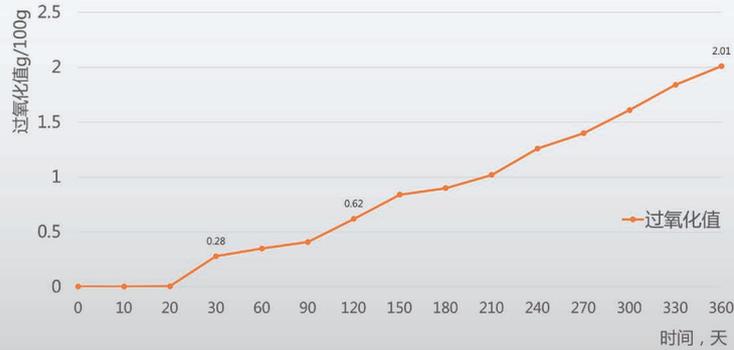
2011-2020年中国坚果炒货销售规模及增长 天麗®



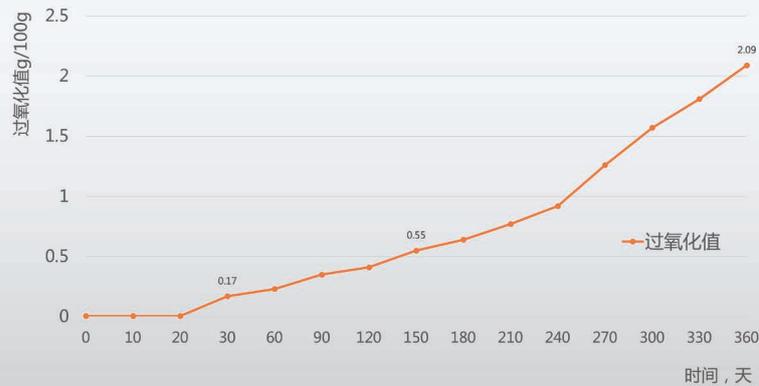
### 坚果使用干燥剂保存的过氧化值变化



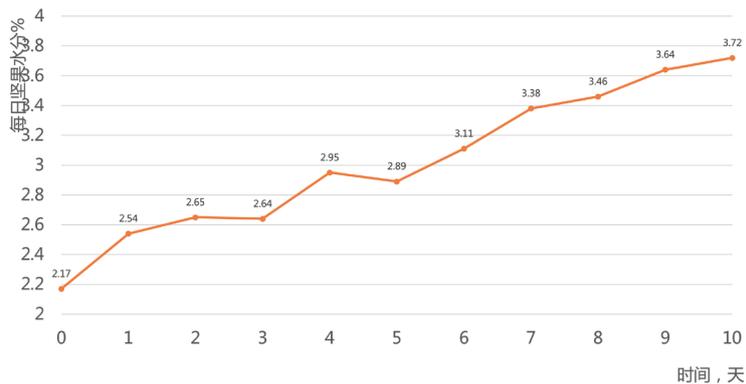
### 坚果使用充氮包装保存的过氧化值变化



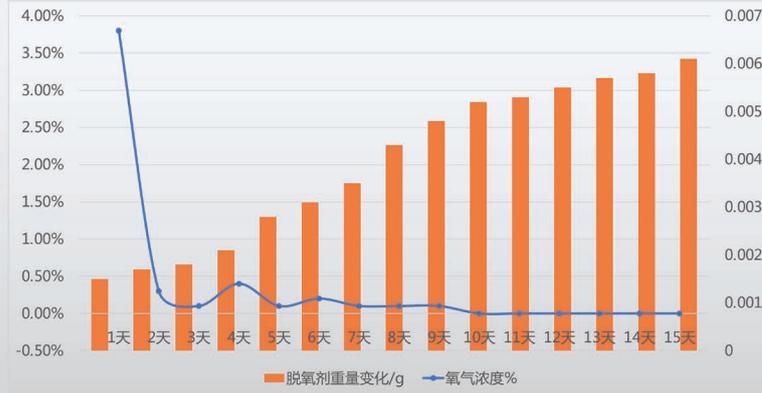
### 坚果使用真空包装保存的过氧化值变化



## 常规脱氧剂每日坚果水分转移数据



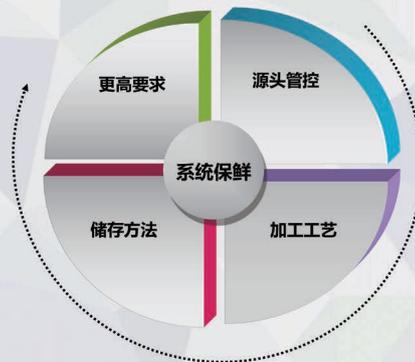
## 新型干燥型脱氧剂应用情况



坚果炒货



## 保鲜系统



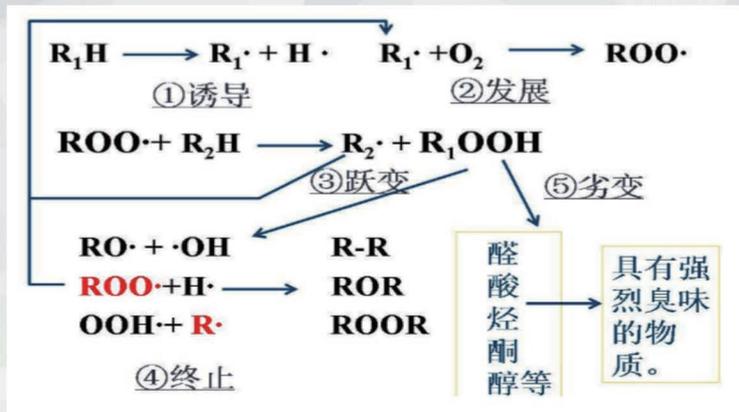


## 1-1 原料源头的控制

主要体现在：氧化变味、蛀虫、霉变等



### 氧化的不可逆



## 1-2 包装形式选择

袋装：三边封、四边封、八边封、扁长袋型等等  
罐装：玻璃罐、铁罐、PET塑料罐、纸塑复合罐等等

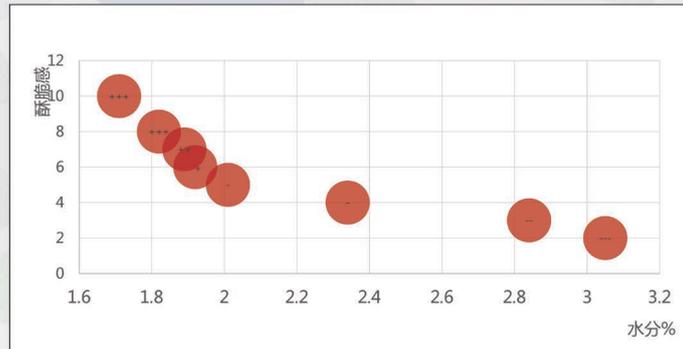


## 包装材料透过性简介



包装材质 (平整)	厚度 μm	水汽透过率 g/m <sup>2</sup> ·24h·30°C·90%RH	氧气透过率 ml/m <sup>2</sup> ·24h·25°C·0%RH
PE (HD,MD,LD)	25.4	19	500-3900
PE (HD,MD,LD)	20	19	800-5000
PVA	25.4	50	1 (与湿度呈正相关)
OPP	25.4	10	2400
BOPA	100	150	5
KOP	220	5	13
KNY	180	10	5
KPET	150	7	12
PET/AL/OP	100	0	0
PA/OP	85	3	60

## 腰果酥脆评分与水分的关系



## 02 加工工艺的多样化

不加工、炒制（高低温）、煮制、自然晾干等



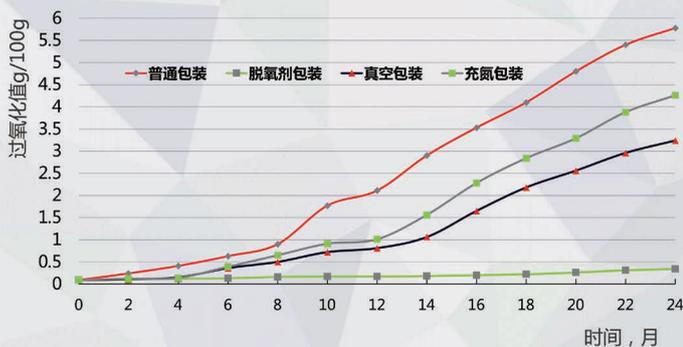


### 03 保存方案选择

辐照、抽真空、充氮、干燥（干燥剂）、无氧(脱氧剂)等



### 几种保存方案氧化快慢对比



### 各种保存方案效果对比



保鲜方式	优势	劣势
食品用脱氧剂	防霉、防虫、防氧化、延缓变色(变味)	包装材质透氧率低、封口要求高
真空包装	节约空间、便于运输	氧化变味、蛀虫、霉变风险
充氮包装	有利于分散、防止变型、压碎	增加包装、氧化变味、蛀虫、霉变风险
干燥剂	保持相对干燥	氧化变味、蛀虫、霉变风险
辐照	能杀灭绝大部分微生物	辐照残留、氧化变味

# 国内的下一个植物基风口——巴旦木

## 巴旦木正在植物基市场强势崛起



根据 Innova Market Insights 的数据，2015 年至 2019 年间，以坚果为原料的全球食品和饮料新品发布的年均增长率为 8%，其中巴旦木在 2019 年实现了两位数的增长（13%）。2020 年巴旦木则超越燕麦，成为推出新品增速最快的植物基原料，全球共推出了 12206 种巴旦木相关的新品。当年全球推出了 12,206 种巴旦木新产品。全球范围内，巴旦木在多个食品类别都实现了两位数的同比增长，如甜品和冰淇淋（+10%），乳制品（+13%），涂抹酱（+29%），运动营养（+95%）。糖果巧克力是巴旦木最受欢迎的应用类别（占 27%），其次是烘焙食品（占 17%）。

巴旦木产品通常都带有与天然和健康相关声称，“无麸质”是巴旦木产品使用最多的声称（23%），在营养棒中使用巴旦木的产品中有 36% 被标记为“无麸质”；“无添加剂

防腐剂和防腐剂”是全球巴旦木产品使用量第二高的声称，占有巴旦木产品的 17%，自 2017 年起每年都在不断增加。另外，“生酮友好”、“低 Fodmap”也是巴旦木食品中常见的声称。

### 巴旦木在植物基产品中的应用

#### 一、乳制品类别

##### 1) 巴旦木奶 / 酸奶

巴旦木奶已经是一个较为成熟的品类，美国植物基食物协会 (PBFA) 2020 年的报告显示，在美国所有的植物基饮品中，巴旦木奶的市场销售份额最大，达到 65%，包括 Silk、Almond Breeze、alpro、Califia Farms 等各大植物基乳制品品牌都推出了巴旦木奶及酸奶。

而现在这股巴旦木奶旋风也开始刮到了国内，元气森林近日推出无糖零碳水的巴旦木植物饮，一瓶相当于 32 颗巴旦木，并且零糖低卡，每

瓶热量仅 27 卡，为一个普通苹果的 1/4。据悉，该产品不含饱和脂肪酸，是一款适合乳糖不耐受、素食主义人群的产品。

##### 2) 巴旦木黄油 / 奶酪

在乳制品类别中，除巴旦木奶外，巴旦木黄油和奶酪是最耀眼的品类。根据 SPINS 数据，与传统的乳制品产品相比，植物基奶酪的增长速度是同类产品的 2 倍，巴旦木、腰果、大豆、椰子和大米是植物基奶酪的主要原料，通过不同的菌株发酵和配料的添加，已经可以模拟各类奶酪的质地和风味。与其他植物原料相比，巴旦木在风味口感上更接近真实的黄油，甚至无需加入其他成分进行调味，营养价值也更加丰富，可制作符合清洁标签的植物黄油，因此受到了追捧。

#### 二、烘焙类别

巴旦木中的碳水化合物很少，富含健康的脂肪、纤维和蛋白质，同时可提供接近小麦粉的风味和质地，因此成为用于替代小麦粉制作无麸质、生酮食品的最佳选择。

#### 三、零食类别

区别于质地较为粗糙的豌豆蛋白，巴旦木蛋白可提供更柔软耐嚼的质地和更清洁奶油的味道，因此被大量引用于零食棒和运动食品中

巴旦木作为风靡海外的替代奶 / 替代面粉原料，已广泛应用于各类植物基食品饮料中。但在中国市场，除作为坚果零食外，巴旦木的开发应用还较少，具有成为新风口的潜力。

# 松子价格创历史新高 市场仍然供不应求

来源国际果蔬报道

近期正是国内松子采收的季节，松子收购价格快速走高。9月松塔的收购价格还在5、6元/斤左右，现在基本都达到了11元/斤。按照三斤松塔出一斤松子来计算，相当于松子的收购价格超过了30元/斤，创下了历史新高。而在批发市场，松子价格已经达到了80元/斤。

吉林省梅河口市是亚洲最大的松子集散地，也是全国最大的松子加工地。当地松子年产量可达10万吨左右，占全国产量的80%。近年来，市场消费量的增长使得当地产量无法满足收购商的需求，因此收购商开始面向云南、山西等地，以及朝鲜、俄罗斯、蒙古等国进行采购。市场需求的不断提升，再加上进口原来供应趋紧和人力成本上涨共同推高了松子价格。

据国际坚果及干果协会统计，中国是第二大松子仁消费国。据了解，从2019年开始，我国松子市场就出现了较大的产需缺口。2021年我国松子产量达到7.5万吨，但市场需求量却达到11万吨，产需缺口超过30%。也有国内干果公司表示往年松子产品的毛利率在35%左右，今年降到25%左右。因为松子虽然源头涨价，但是前端销售价格却提不上来，企业只能选择薄利推出松子产品。

国外原料供应短缺也加剧了国内松子的市场缺口。据悉吉林梅河口年加工松子能力可达15万吨，原材料一半来自国内，一半来自进口。但近两年由于疫情的影响，不仅原材料国外采购受限，而且运输成本也成倍增长。在往年，当地松子加工厂每天能有5、6车进口松子进厂，大概有一百多吨。而今年海运费用增长了7倍，国外受疫情导致人力紧缺产量下降，进货量大幅减少。加工后的进口松子价格也从前几年的6万元/吨左右，涨到了15万元/吨左右。

松子采摘困难，人力成本不断上涨也推高了松子价格。松树的高度基本都在20-30米之间，松塔都长在松树的最顶端，需要专业人士徒手爬到树上之后把一个个成熟的松塔采摘下来。采摘过程十分危险，稍有不慎就会摔伤或者身亡。目前采摘松塔的人都是一些有经验的当地农民，新手一般不敢接这个活。随着这些采摘工年龄不断增加，每年采摘松塔的人手也越来越紧张。劳动力不足的情况下，承包商只能给采摘工加价。去年采摘



工一天的工资涨到了600多元，平均打一袋松塔的人工费要200元左右。

中国不仅是松子仁消费大国，还是全球最大的松子仁出口地，占全球松子仁交易量的60-70%。中国海关数据显示，2020年中国松子仁出口数量为1.17万吨，较2019年增加了0.13万吨；进口数量为0.18万吨，较2019年增加了0.13万吨。在国内市场不断走高的情况下，梅河口的松子加工企业也加大了出口转内销的力度。根据央视《第一财经》节目报道，梅河口有出口资格的企业是113户。现在由于原料价格不断攀升，纷纷转型，由出口变成国内销售。出口企业也在加大力度，开拓国内市场的销售渠道，增加国内市场的销售份额。一家企业表示，近两年内销比例已经从原来的10%左右提高到现在接近40%。📌

# 夏威夷果

## 茎干溃疡病防治技术

夏威夷果又名“夏威夷果”，果仁香酥滑嫩可口，有独特的奶油香味，深受广大消费者喜欢，素来享有“干果之王”的美誉。在世界各地均有种植，其中云南种植面积约占全世界面积的一半。但在种植过程中茎干溃疡病发生普遍，主要为害5-10龄植株；该病侵染植株的茎基部、茎干及主枝，导致树势变弱、枝干枯死，甚至整株死亡，给种植户带来严重的经济损失。

本文就茎干溃疡病的危害症状、发病规律及防治措施进行介绍，旨在能够帮助广大种植户更好的防治该病害。

感病后树皮变褐、变硬，随后凹陷，早期病健分界限明显，最后扩展成为极度皱缩的病痕，且感病区可继续扩大；发病处溃疡斑环绕树干及侧枝，树皮和外层木质部明显变色，呈褐色；受害部位渗出暗褐色粘胶状物质（伤流），导致树干和一侧的枝条形成坏死层。由于形成层死亡，树皮开裂或无光泽，受害树矮小、长势差、叶片颜色褪绿发黄，并出现部分落叶及落果的现象。严重时，整株树叶片脱落，植株死亡。

病原菌为霜霉目疫霉属的樟疫霉菌。在温度为20℃左右，空气相对湿度在90%以上利于菌丝的生长，易发病。

病原菌在潮湿的土壤中存活，通过风雨进行传播。从根部、茎基部、茎干或枝条上的伤口处侵入，引发病害；侵染部位为靠近地面或稍上的茎干皮部。土壤湿度大、地势低洼、雨季易积水、种植过密、田间通风透光性差的果园易发病；成年树较幼龄树发病重。

2、种植管理过程中应尽量避免对树干或枝条造成损伤，产生伤口，减少病菌侵入途径。

3、选择排水良好、雨季不积水、未种植过夏威夷果的地块种植；大田定植前彻底清除发病严重或已死亡的病树苗，减少田间病原基数；定植时不宜种植太深。

4、未发病的植株，可通过使用“松尔膜+杀菌剂”喷/涂抹树干进行保护，减少病原菌侵入途径；已发病的植株，先对植株进行修剪（根据发病情况，发病越重的修剪越重）减少养分的消耗，后彻底刮除溃疡斑处已坏死的树皮和木质部组织，然后使用“膜泰”涂抹伤口，防止病菌再次侵染，同时促进伤口愈合；发病已死亡的植株，应连同病根彻底清除，减少病菌的残留，然后使用石灰撒施土壤表面消毒，暴晒数周后重新补种。

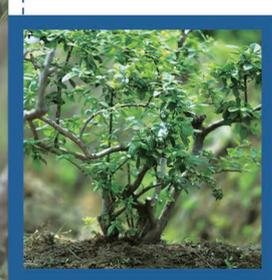





**LANMEI NO.1**  
**国家良种：蓝美1号**

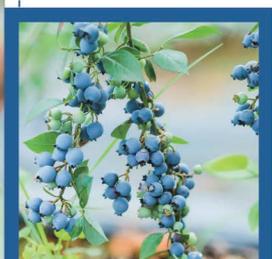
“蓝美1号”是蓝美股份历经十年，经过多次重复杂交选育出的新优品种，已获得国家良种认定。相比其他蓝莓品种，“蓝美1号”良种不仅具有早种、高产、品优、抗逆性强等优势，适宜在不同生态区域产业化栽种，抗寒气候性优良；且药用价值高，被专家誉为“中国蓝莓产业化栽培的代表性新品种”。

BLUEBERRY



**01.易种**  
EASY TO GROW

- 【抗逆性强】：耐高温高湿，抗病虫害能力强；
- 【适应性强】：根系发达，对土壤的适应性强；
- 【成本低】：适应性强，改良土壤成本较低；
- 【成活率高】：科学种植后成活率高达95%以上；
- 【长势快】：2年成林，3年进入丰产期；



**02.高产**  
HIGH YIELD

- 【生长期巧】：开花躲晚霜，挂果避梅雨；
- 【自花授粉能力强】：“蓝美1号”自花授粉能力强，自交结实性优，结实率高，不配备授粉树时也有较高产量；
- 【挂果稳定】：自交结实性优，老枝挂果能力强；
- 【产量高】：平均株产4-6kg，亩产可达1t-2.5t；



**03.品优**  
EXCELLENT QUALITY

- 【果品优质】：果肉Q弹爽脆、醇香浓郁；
- 【成熟期集中】：成熟度趋于一致，易采摘，可节省人工挑选果实的成本；
- 【高纯度花青素提取源】：果实小而重，相较于其他品种，单克果实营养价值更高。“蓝美1号”是可以与欧洲越橘相媲美的高纯度花青素提取源，含完整15种花色苷，含量达40%以上，营养保健功能卓越。



**RURAL**  
**蓝美1号·振兴乡村**

蓝美1号是一个可持续的绿色、健康、共富的高效农业。蓝莓种植不占用耕地，过程绿色生态，是资源节约型产业和环境友好型产业。蓝莓产业适区区域广，产业链条长、经济效益高、农户参与性强，可以与贫困地区共建共富生态，可以说是天然的扶贫产业。

**9** 系列  
**30** 品类

**THE WHOLE INDUSTRY CHAIN**  
**蓝莓深加工全产业链**

蓝美股份潜心于产品研发，目前已成功开发了适应市场需求的以“蓝美1号”蓝莓为原料的9大类30多个蓝莓深加工系列产品，包括蓝莓果脯、果浴、果粉、果饮、果酥、果酒、果干、果酱等品类，已形成一系列蓝莓加工解决方案，可为合作方提供多层次产品服务和高层次的技术服务。

**原料产品**  
RAW MATERIAL PRODUCTS

 名称:蓝美1号冻果 规格:10kg/箱	 名称:蓝美1号果干 规格:10kg/箱	 名称:蔓越莓果干 规格:10kg/箱	 名称:浓蓝蓝莓汁 规格:25kg/箱	 名称:浓梅蓝莓汁 规格:25kg/箱
 名称:蓝莓冻干粉 规格:5kg/包	 名称:蓝莓浓浆 规格:1.2吨/桶	 名称:蓝莓原汁 规格:20kg/包	 名称:蓝莓果酱 规格:10kg/箱	 名称:蓝莓基酒

**深加工产品**  
DEEP PROCESSING PRODUCTS

 名称:蓝莓果干 规格:6g/包	 名称:蓝莓果干 规格:6g/包	 名称:蓝莓果干 规格:36g/盒	 名称:蓝莓果干 规格:18g/罐	 名称:蓝莓果酱 规格:40g/罐	 名称:蓝莓果酱 规格:100g/罐	 名称:蓝莓果汁 规格:300ml/瓶
 名称:蓝莓酥 规格:30g/块(6块/盒)	 名称:贵妃冰蓝莓果酒 规格:375ml/罐	 名称:九九生快起花酒 规格:750ml/瓶	 名称:梅蓝蓝莓起泡酒 规格:300ml/瓶	 名称:暖蓝蓝莓果酒 规格:200ml/瓶	 名称:仙酿山蓝莓果酒 规格:500ml/瓶	 名称:青山醉(干型) 规格:750ml/瓶

**明星产品**

“蓝美1号”蓝莓果干  
——绿色健康 轻糖主义生活

“蓝美1号”蓝莓果干，颗粒饱满、果粒均匀，色泽好；自然糖酸比适中，黑莓浓郁；籽少，口感好；花青素含量高，营养价值高。不添加香精、色素、防腐剂。

**产品优势**

- ①原料优质：原料为国家良种“蓝美1号”，品质卓越；
- ②供应稳定：“蓝美1号”亩产可达2000-5000斤，产量稳定，可连续进行原料供应；
- ③先进技术：IQF单体快速冻结工艺、蓝莓冷破壁技术，100%保留花色苷成分，保证营养留存；
- ④承诺：绝不用提取花青素的蓝莓果制作果干；不添加白砂糖！

**原果鲜香**

蔓越莓果干，色泽鲜艳，热量低，保留了蔓越莓本身90%非常接近新鲜的蔓越莓果实。

**产品优势**

- ①优质原料：甄选优质加拿大进口
- ②营养丰富：采用低温干燥技术，青果，富含营养；
- ③承诺：绝不添加白砂糖！



始于1988年 专注炒货

— 始于1988 —

# 嗑沙土瓜子 品幸福滋味



山东沙土食品工业有限公司



# 香山瓜子

Xiangshan



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



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



## 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，倍受社会大众的青睞，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

【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

专注坚果炒货保鲜二十三年

# 坚果炒货食品保鲜系统方案提供者

— 除氧 · 护色 · 锁鲜 —

## 外控：

- 帽状/柱状脱氧剂：防水、防油、防穿刺、防漏粉、防误食、安全高效。
- 高效脱氧剂：吸瘪率达100%（瓜子类）。
- 恒压脱氧剂：防止包装变形、保持坚果酥脆（罐\袋装坚果类）。
- 每日坚果专用脱氧剂：防止水份迁移、返潮、保持口感。

## 内添：

- 坚果炒货专用抗氧化剂：有效防止油脂酸价及过氧化值升高。



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

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校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。



## 中国坚果 2021/22 季形势： 云南必须跨越“产量级”到“商业级”的鸿沟

日前，美国农业部发布报告，详细分析并预测了我国各坚果品类于 2021/22 季的生产 and 进出口情况。其中碧根果产量预计实现翻番，夏威夷果产量小幅增长，核桃产量与上季基本持平。核桃、夏威夷果和碧根果都是云南领先或优势产业。

### 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。具体到云南，云南是深纹核桃的起源地和分布中心，也是全球最大的核桃生产基地。

截至 2020 年底，全省核桃种植面积达 4303 万亩，年产量 148 万吨，年产值 412 亿元，种植面积、产量、产值均居全国第一。



### 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%。

云南夏威夷果面积达 353 万亩、产量 7.48 万吨、产值 38.26 亿元，均居全国第一。

### 碧根果（薄壳山核桃）

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。

普洱市宁洱县发展碧根果种植，已经在全县推广种植 57149.5 亩，以县为单位居全国第一。据报道，全部进入丰产期后，每年总产量可在 1 万吨以上，总产值超过 10 亿元。

以上数据存在反差的地方，正是云南坚果产业面临的严峻挑战，必须努力提高生产端进入商业端的总量，跨越“产量级”到“商业级”的鸿沟。

## 为了让主人吃的更健康 松鼠又研创了一项专利技术

三只松鼠正式公布了“一种用于检测坚果中霉菌的引物组合、试剂盒及坚果中产霉菌毒素真菌种类的检测方法”专利。

它是松鼠与国内知名高校江南大学共同开发的成果之一，利用 PCR 反应，简便、快速、高效的实现对于坚果中产霉菌毒素真菌的检测，并可明确区分出产霉菌毒素真菌的种类。

这项专利技术将应用于松鼠与合作伙伴的工厂，可以缩短坚果霉菌检测的时间，在坚果生产过程中在线实时检测霉菌，大大减少坚果霉菌污染的概率。未来，松鼠也将充分发挥坚果行业带头作用，推动此项技术在坚果类休闲食品行业中实现产业化应用。

## 洽洽三度亮相进博会 彰显民族品牌在世界舞台影响力

2021 年 11 月 5 日至 10 日期间，中国坚果行业领先品牌洽洽食品作为安徽省交易团优秀行业代表，携 3 款明星产品——洽洽葵珍、小黄袋每日坚果和益生菌每日坚果，在第四届中国国际进口博览会上精彩亮相，向世界传递了这个中国民族品牌汇聚全球资源，打造尖端坚果产品的决心。

洽洽三度亮相进博会，向世界表明了这个具有开放眼光的中国品牌的高端定位，同时也向来自世界各地的参展者展示了中国民族企业在全世界舞台上的影响力。今年，洽洽借助进博会这一国际化平台，聚焦坚果的原材料种植、采摘、运输等各个环节，进一步深入与全球各个国家的原料合作，挖掘更多优质坚果资源，赋能品牌近年提出的“新鲜”战略。



## 来伊份上海松江印象城 MALL 店盛大开业



2021年11月21日，上海第十家来伊份MALL店亮相松江新城核心板块重量级购物中心——松江印象城。

盛大开业的松江印象城，建筑面积15.5万平方米，位于地铁九号线松江大学城站，毗邻广富林遗址（位于上海松江的一处新石器时代遗址）等多个4A景区。一大批上海及区域品牌首店、概念店、特色店在此集中亮相，220多个品牌多档特色活动，多重购物福利在开业首日便吸引众多消费者前来“轧闹忙”。

来伊份松江印象城店，属来伊份三大门店模型中的MALL店，专为高端商业体打造，坐落于松江印象城B1层，占地超过100平米，提供来伊份新鲜零食的同时，更特别设置了“来咖啡”休息区，着力为消费者打造高品质消费休闲空间。

## 百草味芒果干双十一销售近千万 携手农户走向共同富裕

百草味发布双11品类销售数据，在2021年的双十一，百草味芒果干销售额近千万元，表现亮眼。据了解，百草味芒果干这一单品累计销量高达1.2亿袋，是百草味当之无愧的“爆款之王”，该产品同时也是百草味的重点“助农”产品。

百草味目前拥有坚果炒货、果干蜜饯、肉类卤味等五大品类产品，作为百草味五大核心品类，百草味果干蜜饯类产品包含多款亿级、千万级大单品，如百草味芒果干、缤纷果干礼盒等。据天猫生意参谋数据显示，截止2021年10月，百草味果干蜜饯类产品连续两年稳坐行业第一。

据了解，在蜜饯果干类产品上，百草味除了芒果干之外还推出了草莓干、白桃干、榴莲干、无花果干等31种产品，产地分布山东、河北、广东、广西、海南等，这些果干类产品大部分通过代工企业从农户、合作社、基地等处采购后加工的方式与百草味进行合作，提高农户的收入，对发展当地经济也起到了一定的推动作用。



## 中国零食新“食”代 良品铺子的全球供应链升级

11月6日下午，进博会—湖北馆展区内，良品铺子举办的“塔尖选好料、美味全球造”签约仪式暨美食品鉴会如约而至。

这是良品铺子第三次亮相进博会。

在此之前，良品铺子曾签下3亿元的巴基斯坦松子原料采购订单，也与法国安德鲁、美国嘉吉、新西兰恒天然等6家全球食品巨头签订战略合作协议，围绕原辅料采购、创新技术研究和创新产品应用开发、人才培养等方面展开深入合作，累计带动跨国订单价值超6亿元。

今年进博会上，良品铺子与法国乐斯福签订战略合作，将共同研发以青稞为主要原料之一的系列烘焙产品，将西部优质农产品青稞推向更大的消费市场，助力西部乡村振兴。此外，还与“老朋友”全球乳业巨头之一的纽仕兰发布联名A2牛奶。

作为休闲零食头部品牌，良品铺子围绕供应链全球化升级的战略背景，积极推动行业高质量发展。随着众多国产高品质零食的涌现，中国吃货们“高品质生活”图景正在徐徐拉开。



## 商洛盛大实业有限公司核桃及核桃仁出口专列成功发车

2021年10月26日上午10时，随着商洛市政府副市长李育江宣布发车令，在嘹亮的汽笛声，满载着商洛盛大实业有限公司700吨核桃及核桃仁首次中欧专列，从商洛陆港集团货站缓缓驶出，经“一带一路”，销往中亚和欧洲各国，此次出口专列是继本月20日，该公司477吨核桃仁从上海港搭载远洋货轮销往阿联酋的第二大单，预示着商洛盛大公司核桃外贸出口业务达到新水平。

公司总经理董兆斌介绍，随着商西欧商洛核桃专列的开通，我公司核桃产品销售路径得到进一步拓展，也迎来了我们通畅走向世界市场的新机遇，为公司发展带来了新契机。今年以来，公司累计出口商洛核桃、核桃仁1800余吨，交易额1.1亿元人民币，创汇1970万美元，产品远销阿联酋、意大利、俄罗斯等多个国家。预计到今年年底，公司将累计出口核桃产品将达到4000吨。

商洛盛大公司核桃产品出口贸易，对有效解决目前我市核桃供过于求、价格低迷、经济效益欠佳的问题具有十分重要的意义，同时对促进核桃产业的持续健康发展，助推地方经济建设和乡村振兴发挥了积极作用。

## 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。



## 宣城宁国市推动山核桃产业链式发展



围绕优势建基地。建设国内首个国家级山核桃生物产业基地，建成三个千亩以上现代山核桃科技示范基地。每年开展技术培训班20期，培训林农1000余人次，选育山核桃新品种5个。探索“公司+基地+农户”模式，17000亩山核桃成林单产平均提高产量10%，带动1000余户示范农户年增收2000余万元，全年累计帮助社员解决20万斤山核桃原料销售问题。

围绕基地兴产业。推行“公司+基地+合作社”订单发展模式，发展山核桃加工企业40余家，年加工山核桃0.8万吨。目前，山核桃一产产值约14亿元，相关从业人员超过7万名，农民人均山核桃收入3500元，约占农民人均收入的21.3%，山核桃已经成为山区经济的第一产业。

围绕产业创品牌。现有山核桃加工企业45家，获得有机食品认证企业16家，共有19家的25个产品获得绿色食品认证；詹氏、山里仁、龙香源等5家企业跻身安徽省著名商标行列。“宁国山核桃”地理标志商标获评“安徽省十佳地理标志”，品牌价值达21.8亿元。“詹氏山核桃”成为山核桃加工行业首个“中国名牌农产品”。

围绕品牌拓市场。大力发展“互联网+经济”，依托全省首家阿里巴巴“千县万村”试点，建成淘宝村81个，开设淘宝网“特色中国·宁国馆”、一号店“特产中国·宁国馆”。帮助“詹氏”等山核桃销售企业与“三只松鼠”建立长期供应关系，壳壳果电子商务公司年销售山核桃等坚果3000万元，詹氏食品与三只松鼠合作，实现产值翻倍，年产值达到3.5亿元。山里仁食品与良品铺子、家乐福、沃尔玛等大型销售平台深度合作，年产值达到1亿元。



# 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 年俄罗斯对中国食品出口额或同比减少 10%

2021 年全年俄罗斯对中国食品出口额或将同比减少 10%，降至 36 亿美元。调查显示，今年 1 至 10 月，俄罗斯向中国出口农产品 308 万吨，同比减少 16.5%；出口额 29 亿美元，同比减少 8.3%。



在此期间也有多个食品品类的对华出口额增加。其中，油料作物和油脂价格上涨令此类商品的对华出口额上涨 4.9%，至 13 亿美元。牛肉出口增加带动对华肉类出口额总体上涨 22.8%，至 3.243 亿美元。对华谷物出口额达到 1.12 亿美元，是去年同期的 4 倍。俄对华糖果糕点出口额同比增加 6%，至 9900 万美元。包括啤酒和烈酒在内，俄对华饮料出口额同比增加 30%，至 3040 万美元。

## 2021 年法国玉米单产有望创下历史最高纪录

据法国种植户团体 AGPM 周三称，2021 年法国谷物玉米（不包括种子和青贮玉米）的平均单产将达到创纪录的 11 吨/公顷，这反映出生长条件良好，夏季降雨充沛。

基于播种面积 141 万公顷，今年法国谷物玉米产量可能达到 1550 万吨。AGPM 的预测是基于农作物研究机构 Arvalis 的研究。

AGPM 的谷物玉米产量预测值要高于本周早些时候法国农业部发布的预测。法国农业部预计法国谷物玉米产量将达到 1450 万吨，同比提高 9.4%，创下七年新高。

今年法国谷物玉米产量可能进一步增加，因为价格有吸引力，可能促使农户将原作为饲料的玉米改成谷物玉米。

AGPM 预计将有 8.5 到 10 万公顷的青贮玉米改为谷物玉米。基于单产预测，这意味着谷物玉米产量可能提高到 1650 万吨左右。



## 俄罗斯对华大豆出口量上涨 38%



根据 APK-Inform 通讯社消息显示，过去一个农业年，中国占俄罗斯大豆出口的 78%。

俄罗斯共对华出口 108 万吨大豆，同比上涨 38%。

2020—2021 农业年，俄罗斯创纪录出口大豆 138 万吨，同比增长 4%。据该社分析人士表示，俄罗斯能够达到创纪录数据是因为中国方面对大豆的需求增长。

## 法国农业部上调 2021 年小麦玉米和葵花籽产量预估

法国农业部周二在官网发布月度产量报告，调高了 2021 年软小麦、玉米以及葵花籽等作物的产量预期。

2021 年软小麦产量调高到 3550 万吨，高于上月预估的 3520 万吨，比去年歉收的产量激增 630 万吨或 21.5%，比五年（2016—2020 年）均值高出 210 万吨或 6.2%。

法国谷物玉米（不包括种子和青贮玉米）产量调高到 1450 万吨，高于上月预测的 1390 万吨。包括种子在内的玉米产量将达到 1485 万吨，创下 2014 年以来的最高水平。

葵花籽产量预计达到创纪录的 200 万吨，高于上月预测的 190 万吨，比五年产量均值提高近 45%，这主要受益于天气良好，使得单产达到每公顷 2.87 吨，高于五年平均单产 2.26 吨/公顷。

报告称，大多数谷物、油籽和蛋白作物的产量都做了向上修正。玉米和葵花籽作物收成受益于夏季降雨，显著高于 2020 年产量。

不过大麦产量预测几乎未作调整，为 1140 万吨，比 2020 年提高 10.1%，但是比五年均值低了 1.0%。

油菜籽产量也维持不变，为 330 万吨，比五年均值低了 24.6%，主要因为播种面积比五年均值减少 27.6%，但是部分被单产提高 4.2% 所抵消。

## 柬埔寨腰果展现经济潜力 出口同比迅猛增长

今年以来,柬埔寨农产品出口量同比大幅增长,其中,腰果展示出经济潜力,出口表现亮眼,同比大幅增长。

根据柬埔寨农林渔业部5日发布的数据报告,2021年前10个月,柬埔寨向国际市场出口了91.47万吨腰果,同比增长343%。其中,柬埔寨向越南出口了90.66万吨腰果,占总量的99%,此外,向泰国出口4085吨,中国3896吨、印度98吨、日本44吨、韩国16吨等。

腰果种植重要省份特本克蒙省农业局局长韩必瑟表示,由于需求旺盛,今年该省腰果的产量和价格与2020年相比均略有上涨,同时腰果的种植面积增加。每年越南市场对腰果的需求量十分庞大,特本克蒙省又与越南西宁省和平福省接壤,大多数腰果都被贸易商采购再转售至越南。



## 美国大豆产量将丰收但低于预期

11月10日报道,美国农业部(USDA)11月供需报告(WASDE)预测,美国大豆产量将低于预期,但仍为有史以来第二大产量。大豆期货在芝加哥打破了连续四天的跌势,创下近三周以来的最大涨幅,至每蒲式耳12.12美元。气候问题导致今年农作物价格达到近十年来的高位,进一步加剧食品通胀。一项追踪从谷物到植物油等主食的联合国指数在10月份攀升3%,创下十年来的新高。

近期来看,大豆第一大种植国巴西的播种进度提前,可能在2022年初对美国大豆出口造成进一步压力。

## 欧亚经济联盟拟大力发展果蔬产业

欧亚经济委员会执委会主席助理马尔金娜表示,委员会正在与联合国粮农组织共同起草《关于欧亚经济联盟水果和蔬菜种植可持续发展的报告》,研究借鉴波兰和土耳其等果蔬出口国支持果蔬产业发展经验,进一步挖掘联盟统一农业市场潜力。

## 印度尼西亚发布两项食品技术法规

2021年11月2日,印度尼西亚食药局发布2021年第26号、27号公告,即《加工食品营养标签标示规定》和《密封包装的低酸加工食品技术法规》。前者主要内容包括术语和定义、加工食品营养标签通用要素和标示要求、各类营养素含量计算和表示方法、营养声称的使用条件、部分产品(如乳制品、酒精饮料、特殊食品等)的特殊标示规定和营养素(如胆固醇)含量限制要求等;后者主要内容包括产品定义(pH大于4.6且水分活度大于0.85的密封包装加工食品)、杀菌工艺要求、微生物卫生标准、生产商/进口商的卫生注册要求、官方验证和监管等。

## 菲律宾对未加工进口果蔬免收增值税

据菲律宾《商业镜报》(Business Mirror)11月22日报道,菲国税局(BIR)最新发布备忘录通知,澄清了免征12%进口增值税的易腐食品清单,扩大了免税范围,要求对所有未加工的进口水果和蔬菜免征12%的增值税。



# 中国坚果炒货食品展览会组委会

## 关于出席 2022' 第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会暨采供大会的通知

各坚果炒货、干果果干企业、有关企业和单位：

2022' 第十六届中国坚果炒货、干果果干食品展览会暨采供大会（简称第十六届坚果炒货展），定于 2022 年 4 月 13-17 日在安徽省合肥滨湖国际会展中心举办，现将有关事项通知如下，请各企业、有关单位积极参展、参观、参会。

### 一、组织机构、时间、地点

**指导单位：**中国食品工业协会

**组织单位：**中国食品工业协会坚果炒货专业委员会

**主办单位：**中国坚果炒货食品展览会组委会  
北京中坚合果信息技术服务有限公司

**承办单位：**安徽中设国际会展集团有限公司  
中国坚果炒货展会网

**协办单位：**中国坚果炒货网、中国坚果炒货杂志  
相关省、市坚果炒货协会（商会）

**举办时间：**2022 年 4 月 13 日-17 日（13-14 日布展，14 日全天各类会议及有关活动，15-17 日展会）

**举办地点：**安徽合肥滨湖国际会展中心（合肥滨湖新区庐州大道与锦绣大道交口西南角）

### 二、展会优势、亮点

本届展会共设 6 个展馆，12 大展区，展位面积扩大至 7.3 万平方米，为更多的企业提供全方位的展示空间。扩大邀请

国内外全渠道采购商莅临展会现场，精准聚焦采购，展会现场邀请知名网红现场带货直播，大力推广新品、优品、爆品，为企业产品拓展市场、提升企业在国内外的知名度和影响力。

同时线上实时直播推广，通过中国坚果炒货展会网、微信订阅号、小程序、抖音以及全国各大媒体广泛宣传，预计展会线上线下将超过百万人次参与本届展会；并且参加线下展会的企业，均可免费在中国坚果炒货展会网线上布展，进行为期一年的展示宣传交易。

### 三、展区设置及展示内容

#### （一）主展馆：坚果炒货、干果果干食品馆

1、**中国坚果炒货名特优新食品展区**：主要展示国内坚果炒货名特优新食品（包括荣获中国驰名商标、省级著名商标以及自主研发、具有一定科技含量，受消费者欢迎的产品）；

2、**国际坚果食品展区**：主要展示进口坚果原料及产品；

3、**坚果炒货、干果果干食品展区**：主要展示国内坚果炒货、干果、果干、果脯、蜜饯等原料及产品；

4、**自由品牌OEM（代加工）展区**：主要展示OEM代加工企业的产品；

5、**坚果炒货及干果果干食品体验区**：主要展示关联的熟制即食果仁烘培食品、果仁糖果、果仁冰淇淋及奶制品、各类坚果酱、咖啡、果汁饮品、婴童食品等；

6、**展厅发布区**：坚果炒货及干果果干新产品、新设备（包装）、新技术、新型添加剂、配料等新品推广发布

#### （二）5号馆：环保检测及包装设备馆

主要展示环保、除尘/除味设备、包装设备、喷码设备、智能仓储、检测设备及仪器、第三方检测服务机构、食品自动售货机等；

#### （三）6号馆：包装解决方案馆

主要展示包装设计、包装材料、包装设备及配套等；

#### （四）7号馆：色选与配套设备馆

主要展示色选设备、输送设备、空压机及配套设备等；

**(五) 8号馆：加工设备馆**

主要展示烘炒设备、清洗设备、去核设备、冻干设备、油炸设备、花生设备、爆米花设备、环保/除尘设备、食品生产加工配送及制作工艺与研发技术等；

**(六) 9号馆：植物香料及配料馆**

主要展示植物香料、食用香精香料、抗氧化剂、保鲜剂、甜味剂、天然色素、酵母提取物、原辅料、植物香料等。

**四、参展费用****(一) 主展馆**

中国坚果炒货名特优新展区收费标准（均为会员价）		
特装	100m <sup>2</sup> 及以上	空地：450元/平米，搭建费另计
	90m <sup>2</sup> （规格 10m×9m）	98000元/个（含搭建）
	70m <sup>2</sup> （规格 10m×7m）	78500元/个（含搭建）
	60m <sup>2</sup> （规格 10m×6m）	68000元/个（含搭建）
	54m <sup>2</sup> （规格 9m×6m）	59800元/个（含搭建）
	36m <sup>2</sup> （规格 9m×4m、6m×6m）	40800元/个（含搭建）
	30m <sup>2</sup> （规格 6m×5m）	34000元/个（含搭建）
	24m <sup>2</sup> （规格 6m×4m）	28200元/个（含搭建）
	18m <sup>2</sup> （规格 6m×3m）	19000元/个（含搭建）
标展	9m <sup>2</sup> （规格 3m×3m）	9500/个（含搭建）
国际坚果食品展区收费标准		
特装	42m <sup>2</sup> （规格 7m×6m）	会 员：47000元/个（含搭建） 非会员：51200元/个（含搭建）
	36m <sup>2</sup> （规格 6m×6m）	会 员：40800元/个（含搭建） 非会员：44500元/个（含搭建）
	35m <sup>2</sup> （规格 7m×5m）	会 员：39500元/个（含搭建） 非会员：43000元/个（含搭建）
	30m <sup>2</sup> （规格 6m×5m）	会 员：34000元/个（含搭建） 非会员：37000元/个（含搭建）

坚果炒货、干果果干食品展区及自有品牌OEM(代加工)展区收费标准		
特装	54m <sup>2</sup> (规格 9m×6m)	会 员: 59800 元/个(含搭建) 非会员: 65000 元/个(含搭建)
	36m <sup>2</sup> (规格 9m×4m、6m×6m)	会 员: 40800 元/个(含搭建) 非会员: 44500 元/个(含搭建)
	28m <sup>2</sup> (规格 7m×4m)	会 员: 29500 元/个(含搭建) 非会员: 32300 元/个(含搭建)
	18m <sup>2</sup> (规格 6m×3m)	会 员: 19000 元/个(含搭建) 非会员: 20800 元/个(含搭建)
标展	9m <sup>2</sup> (规格 3m×3m)	会 员: 9500 元/个(含搭建) 非会员: 10400 元/个(含搭建)
坚果炒货及干果果干食品体验区收费标准		
特装	45m <sup>2</sup> (规格 5m×9m)	会 员: 48000 元/个(含搭建) 非会员: 52000 元/个(含搭建)
	36m <sup>2</sup> (规格 6m×6m)	会 员: 39000 元/个(含搭建) 非会员: 42000 元/个(含搭建)
	18m <sup>2</sup> (规格 6m×3m)	会 员: 18000 元/个(含搭建) 非会员: 20000 元/个(含搭建)
(二) 其他展馆(5#、6#、7#、8#、9#)		
展位类别	收费标准	
特装空地	会 员: 450 元/m <sup>2</sup> (注: 36/m <sup>2</sup> 起租) 非会员: 550 元/m <sup>2</sup> (注: 36/m <sup>2</sup> 起租)	
标准展位空地(9m <sup>2</sup> )	会 员: 5000 元/个(单开)、5500 元/个(双开) 非会员: 5500 元/个(单开)、6000 元/个(双开)	
备注: 1、标准展位规格: 长 3m X 宽 3m X 高 2.5m; 咨询桌尺寸: 974mm X 474mm X 760mm; 展位配置: 一张咨询桌、两张办公椅、两只射灯、一只垃圾桶、一只 5A 插座;		
2、特装展位为光地, 不附带任何设施, 不包括展馆收取的特装管理费及水电租赁等费用。		

### 五、展位费汇款方式

- 1、由主办单位负责招展的主展馆各展区参展企业款项, 汇入

主办单位指定账户：

开户名称：北京中坚合果信息技术服务有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司北京马连道支行

开户帐号：0200216219200088972

2、由承办单位负责招展的5#、6#、7#、8#、9#展馆的参展企业款项，汇入承办单位指定账户：

开户名称：安徽中设国际会展集团有限公司

开户银行：徽商银行合肥经开区支行

开户账号：2201012080000566

### 六、其他事项

1、4月14日展会期间全天举办的各类会议及有关活动，将另行发文通知；

#### 2、组委会联系方式

电 话：010-63344031/010-63344578 邮箱：cnfiec@163.com

联系人：杨 倩 17812727504 陈 鹂 13811795004

邱 晶 13811798204

#### 3、承办单位联系方式

联系人：冯小伟 13505618989 魏 芬 13721075927

陈亚荣 18225880750 李子倩 18856027556

附件：1、参展申请表

2、展位图（主展馆、5#、6#、7#、8#、9#展馆）

中国坚果炒货食品展览会组委会

二〇二一年十月二十八日

# 中国食品工业协会坚果炒货 专业委员会文件

中食坚果炒委[2021]23号

## 关于增补副会长单位、批准新会员入会的通知

各会员企业：

根据2021年11月19日会长通讯会议审议通过，增补上海琦潘食品有限公司为我协会副会长单位。

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。

### 新增会员单位：

（排名不分先后）

杭州青睐食品有限公司

河北品冠食品有限公司

杭州天赐食品有限公司

武汉市品味堂食品有限公司

青岛宏瑞特食品有限公司

杭州临安阿康食品有限公司

青岛纳森农业科技有限公司

东兴市京巨龙贸易有限公司

信合（台山）食品有限公司

宁国惠宴食品有限公司

致德实业（上海）有限公司

零拾科技（云南）有限公司

合肥小魏食品炒货有限公司

北京创优启程国际贸易有限公司

特此通知

二〇二一年十一月二十五日



# 从日销几千到单场 656 万，良品铺子是如何在快手做直播的？



一年前，良品铺子初入快手电商，一切还未熟悉，日销只有几千块钱。

这一年时间都发生了什么？良品铺子是如何实现业绩滚雪球式增长的？关于在快手做品牌直播，良品铺子又有着怎样的思考？

## 一、单坑 GMV 超 2000 万元，达人分销如何助力品牌抢占市场？

食品，尤其是大众食品，是一个很难打出差异化的赛道，因此，占领渠道，抓住用户，成为不少食品品牌保持市场地位的重要手段。

为此，良品铺子非常重视线上渠道，去年 3 月份，成立社交电商事业部，并组建专门的直播业务板块。

谈及入局快手的原因，苏苏透露，快手渠道的新流量，尤其是活跃的三四线用户，是吸引良品铺子

的重要原因，“快手有我们缺的一部分用户”。

因此，去年 10 月，在快手决定大搞品牌之前，良品铺子就开始了在快手的直播探索。

当然，一开始并不顺利，“一天只能卖几千块钱”。对于习惯了货架电商逻辑的品牌来说，需要在快手找到新玩法。

转机源于一场直播。

去年 7 月 31 日，良品铺子联合“散打哥”打造了一场品牌专场直播，6 小时，1400 万元，位列快手直播日榜第一。

这场直播让良品铺子第一次真切感受到了快手的流量价值，也确定了快手品牌直播的第一阶段玩法：借助达人分销打开局面，抢占市场。

此后，良品铺子开始大力推进达人分销，累计合作达人超 1000 位，

且几乎合作了所有快手头部达人。

“今年 11 月 1 日，我们和辛巴本人合作了一个单坑，一个链接就卖了 2000 多万元，这是很好的数据”，苏苏透露，今年年货节会继续与辛选合作，并拓展更多的合作伙伴。

目前，借助快手达人的流量和粉丝信任，良品铺子迅速在快手打开局面，不仅销量有了很大增长，还在快手老铁的消费心智中占据了一定份额。

当然，对于有野心的品牌来说，过分依赖达人流量并不是长久之计，达人分销虽然是捷径，“毕竟利润空间有限”，也不利于品牌资产的积累。

对于良品铺子来说，品牌自播开始提上日常。

## 二、11 天累计 GMV1217 万元，如何靠自播经营品牌阵地？

“从去年 10 月到今年 4 月，经过一段时间摸索，月销做到一两百万后，我们决定正式推进品牌自播这件事”，苏苏回忆。

第一次突破源于 4 月 26 日与快手官方的一次合作，这次合作让品牌账号“良品铺子汤老板”顺利实现冷启动，10 天涨粉 59 万+，单场 GMV 突破 2300 万元。

但业务的快速增长也暴露了不少问题。

据苏苏介绍，因为主播、货品以及相关机制不到位，直播间的停留和转化曾一度很差；因为团队配合度问题，自播团队也经历了一段时间的调整。

面对问题，通过不断调整直播策略，一手抓粉丝，一手抓服务，良品铺子开始总结出一套相对成熟的方法论。

### 三、“做朋友而不是卖货”

快手联合创始人程一笑曾在《快手是什么 II》序言里提到“信任才是电商的未来”，坚信人与人之间感情的力量，认为“信任才能够重构用户决策”。

这实际上透露了快手电商的经营密码：积累粉丝信任。在淘快抖三大平台中，快手的流量分配机制的确最容易让商家与用户建立起情感交流。

苏苏也强调：“快手是信任电商，我们也会围绕着信任来做这件事。”因此，良品铺子开始从主播人设、直播间氛围、粉丝运营等方面增进与粉丝的信任。

主播人设方面，与其他品牌会提前策划主播人设不同，良品铺子不会预设主播人设，而是在经过一个月的试播后，让主播和粉丝共同打磨人设。

目前，良品铺子初步形成了“汤老板”这个主人设，同时搭配有产品经理、运营总监、采购经理三个副人设。有的主播主打极致性价比，有的主播则负责决定给粉丝送福利。

直播间氛围方面，苏苏特别强调，直播间需要营造“做朋友而不是卖货的感觉”，会要求主播认真回答粉丝的问题，跟粉丝互动。

对此，韩熙贞创始人王妮表达过类似观点，王妮认为，以前做电商运营，更多是把粉丝抽象成流量，但在快手做，一定要“把流量当成具体的人来沟通”。

粉丝运营方面，一方面，良品铺子会经常在快手小店粉丝群中做正向引导；一方面，会推出一些只有老客才能购买的9块9福利品，为了保持老客的新鲜感，福利品还会定期更换。

得益于对粉丝信任的重视，目前良品铺子每场直播60%的销售额由老客贡献，“一些老客长期待在直播间，ID主播都认识了”，苏苏补充。

### 四、“没有饭店能靠回头客活下来”

当与粉丝建立足够的情感链接后，服务就成了能否实现有效转化的



重要因素。把产品做好，把直播做好，如此才能对得起粉丝信任，才能形成源源不断的复购，让品牌实现滚雪球式增长。

产品方面，据苏苏回忆，一开始自播团队以为快手老铁更喜欢低价产品，但最后发现，老铁看重的是价值感而不是价格。

因此，良品铺子开始调整产品组合和产品包装。通过数据反馈，苏苏发现，100多元的零食礼包特别容易卖爆，同时口感和风味突出的产品也比较受粉丝欢迎。

与此同时，良品铺子每半个月会调整一次货盘，转化率差的换掉，转化率好的增加库存，以筛选出最适合直播间的产品。

据了解，为了激活老客，良品铺子会定期增加一些新品，以维持老客的新鲜感。

直播方面，目前良品铺子的快手直播团队共计50多人，其中自播团队从最初的几个人到现在的二十多人，已经逐渐搭建起相对成熟的自播团队，包括主播、运营、中控也能够有效配合。

据苏苏介绍，目前一场直播的节奏，比如怎么开场，怎么投流，节点是什么，投手和操盘手要怎么灵活调整，都会提前做好计划。如果是做大场，则会提前3-5天开始预热。

“我们会从人货场三个维度来拆分，需要什么人，货是什么样，场是什么样，时间节点是什么，我们都会列得很清楚”，苏苏介绍，为了提高效率，目前良品铺子固定合作了5个服务商。

随着不断打磨与粉丝的沟通技

巧，增进粉丝信任，优化产品和直播运营，提升消费体验，良品铺子的品牌自播业务也开始进入正向循环。

正如快手电商负责人笑古所说：“没有哪个饭店可以一直靠拉新客户而不是靠回头客活下来。”这是信任的前提，也是品牌实现滚雪球式增长的根基。

目前“良品铺子汤老板”粉丝102万，10月28日-11月7日11天累计GMV1217万元

“今年12月份，希望能做一场完全由品牌自己操盘的单场直播，除了投放服务，主播、中控、运营全部自己来”，交流过程中，苏苏给自己定下了一个短期目标。

在他看来，良品铺子在快手已经度过蓄水涨粉阶段，现在的目标就是“奔着量去”。

### 五、从官方联盟款到账号矩阵，良品铺子的直播新尝试

可以说，良品铺子在快手的品牌直播探索，玩法非常标准。

达人分销打开局面，品牌自播经营阵地，同时充分发挥主观能动性，在粉丝、产品、主播、服务商、活动等方面充分调动一切资源，推进目标实现。

而除了做好达人分销和品牌自播外，良品铺子也在做更多新尝试。

10月28日，良品铺子举办超级品牌日，单场自播支付GMV656万元，其中试水的一款快手联盟款商品，单品销售额超321万元，占据了整场直播近50%的GMV。

这是良品铺子的一个新尝试。苏苏表示，如果联盟款能跑出来，“后面可能会切出来，和快手一起做一个快品牌出来”。

同时，“良品铺子汤老板”之外，良品铺子计划在明年增开更多矩阵账号，一类是品牌形象店，售卖全品类零食为主，一类是垂类店铺，分别售卖坚果炒货、肉类零食等垂类商品。

“预计矩阵账号明年能更精准的运营”，苏苏说。

# 四进进博会，来伊份引领 零食行业向“鲜潮”奔跑



来伊份联合创始人、董事长施永雷参加第四届进博会虹桥论坛

11月10日，第四届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）收官。四进进博会的中国“零食第一股”来伊份，响应国家倡导的构建内外双循环发展格局，拥抱“走出去，引进来”的号召，布局全球供应链试点跨境电商业务。通过与海外品牌方、经销商达成战略合作，依托旗下全渠道平台，把全球好的产品引进来，充分彰显了中国企业的品牌实力。

## 共享中国机遇，加深全球供应链战略合作

来伊份联合创始人、董事长施永雷应邀出席了第四届进博会并表示，“作为企业家，我深切体会到进博会平台带来的开放市场的吸引力，借着进博会和中国深化改革开放的东风，来伊份作为进博会交易团的一员，将持续加强与‘一带一路’沿线国家供应商展开合作，同时与海内外合作伙伴战略合作，在深度融入世界的同时，也通过全球的供应链协作形成转型发展、消费升级的重要推动力。”

本届进博会，来伊份分别与韩国易买得、新加坡全新国际私人有限公司等5家企业签订近2亿元采购订单，购买品类覆盖进口巧克力、水果条、饮品等优质进口零食产品；还与全球四大巧克力制造商之一的意大利费列罗集团签订合作协议，双方将围绕原辅料采购、创新技术研究 and 创新产品应用开发等深入合作。

来伊份供应链系统总裁张丽华表示：“来伊份将继续加强与‘一带一路’沿线国家的合作与企业战略布局，开发更多更优质的产品，并逐渐向特色的大单品策略聚焦，加快深海产品和健康线系列的开发。作为进博会采购商及零售商联盟的一员，我们同交易团众多优秀的企业一起参与到进博会的采购环节，寻找新的资源，新的产品和合作伙伴。”



来伊份在第四届进博会上与5家企业签订近2亿元采购订单

## 品牌升级突出年轻属性

休闲食品市场发展进入快车道，各企业都在寻找适合自己的发展之路，以求快速占据消费者心智，打开市场。作为行业最早探索并建立起连锁经营模式的休闲零食品牌，来伊份自2020年启动了“新鲜零食”品牌战略以来，便开始了多领域、全维度的品牌年轻化转型。邀请艺人王一博担任品牌代言人，并从品牌力、产品保障、培训体系、运营支持和收益保障等方面赋能加盟商。升级从生产端到销售端全覆盖的标准系统，从“原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜、配送领鲜”五大标准入手，创新体验感。今年，来伊份更是以“鲜潮”为品牌核心，推出“鲜潮世代”的全新理念，以鲜潮口味的新鲜零食满足年轻消费者日益细分化的消费需求。

“为了更好地与‘鲜潮世代’进行深层次的沟通，我们同步升级了IP形象，推出的YIZAI系列盲盒手办便是针对年轻消费者的消费习惯做出的选择。未来，来



伊份将继续围绕‘多元’发展策略，深入挖掘多元人群及场景的消费需求，创新更加多元的产品，让每位年轻人都可以找到属于自己兴趣爱好的多元潮品。”张丽华表示。

除此之外，为了寻找抓住年轻消费群体的方向，来伊份频频在综艺节目中露脸，加大年轻消费者的黏性。其中与《这！就是街舞》的合作为品牌打开了一扇直通目标客群圈层的大门，通过线上植入和线下联名快闪店的合作，为来伊份提供了有效的“社交资本”，在品牌年轻化工程中起到持续催化作用。

施永雷表示，Z世代已经慢慢成为主力消费群体。相对于过去的消费人群，Z世代知识水平更高。当下的年轻人，他们不仅关注产品本身，还对产品的内涵有要求，所以我们特别注重产品内涵。比如今年中秋档来伊份和上海博物馆、牛会大都会艺术博物馆做了联名IP，把经典元素在产品上呈现，这样就不是简单在吃食品，还是在品文化。

## 产品加速创新与研发

经过一年的推广深化，“新鲜零食就要来伊份”已经成功占领了消费者心智。原料优鲜、技术保鲜、包装锁鲜、产销争鲜、配送领鲜五个新鲜标准，外加视觉表达潮鲜，构成了独树一帜的新鲜体系。

据了解，来伊份一直关注和重视科技创新，注重对健康零食的研究开发，为公众创造健康营养的多样化零食。事实上，来伊份历史上的明星产品数不胜数，比如入驻零食博物馆的十大单品：天天坚果、百年好核、芒太后、来吃鸭、扭伊牛、居司令等。不乏在总成本领先或差异化方面突出的“尖刀品”，如百年好核小核桃、芒太后芒果干等，诸多节气时令新鲜零食在2020年业绩

实现同比增长30%。

2021年4月，施永雷在以“引领新鲜，共创未来”为主题的第十五届来伊份合作伙伴高峰论坛上提出了千亿规模远景目标及实现目标的品类思路。他说，“今天的零售企业都在走平台化道路。在这个平台上，产品的市场规模可以归纳为亿级、十亿级和百亿级三种，形成了千亿规模的九宫格品类矩阵。来伊份将重点培育新鲜健康的6大品类，如代餐食品、胶原蛋白食品，并布局两个百亿级的超大品类，持续领跑新鲜食品赛道。”

## 打造全链路共创平台

“来伊份将市场经验、品类规划和数据分析整合为市场引领能力，将新鲜零食团体标准和研发能力整合为军备打造能力，将自身品牌力和营销资源整合为战略级打击能力，三力合一赋能上游产业链建设、原材料管控，产品升级和新品研发，营销工具利用以及产销协同，形成品效合一的共创平台。”施永雷这样描绘未来的共创形态。

据了解，来伊份在2020年末达成了3000家店的规模，截至目前，拥有超3100家直营和加盟门店，全渠道会员总人数超3600万，每月签约门店数量保持稳定增长，储备项目充足。同时，来伊份正在筹划“2110计划”和“草船借箭计划”，即上海地区2000家门店+100家社区生鲜店+10家仓储店。

为了更加高效地践行质量品控承诺，来伊份严控原料、生产、包装到流通，全链路31道品控线，保证产品合规。施永雷表示，2021年来伊份一方面推进万家灯火战略，精耕华东、布局华南、发力西南市场，重点布局北京、济南、广州、深圳、武汉、长沙、成都、重庆等城市。另一方面加大新鲜零食品类研发投入和占比，严抓产销协同及产品品质管理，修炼数字化科技运营能力。

# 加速全渠道布局

## 百草味升级产品服务

### 满足差异化需求



2020年2月23日，百事公司宣布以7.05亿美元收购杭州郝姆斯食品有限公司，即百草味品牌。“双百”融合后被市场看好，双方在制造、销售、品牌创新等维度的协同效应，能为业务创造更多的价值，更好地为消费者服务，在市场空间不断扩大的背景下，百草味也被认为有望冲击下一个“百亿品牌”。

#### 线上线下全面布局

2020年以前，线上市场是休闲食品“厮杀”的主战场。经历疫情，线下实体经济复苏，越来越多的休闲食品品牌开始重视线下市场。从一些休闲食品上市公司财报就可看出，“全渠道布局”是提及较多的关键词。

百草味真正意义上的线下布局，可以追溯到2017年。这一年，百草味通过与零售通、新通路等渠道合作入驻线下。截至2021年6月，百草味已进驻50万家小店，覆盖全国20个省份。2019年，百草味线下直营店“百草味·零食优选”在杭州湖滨银泰in77开业，随后完成商圈、写字楼、社区以及地铁等场景直营店的模式探索。

2021年，百草味持续深化全渠道布局，在线上，除天猫、京东等传统电商平台外，还入驻抖音、快手等直播电商平台和其他新兴社交电商平台。在线下，除持续扩大分销渠道外，百草味还开放了门店的加盟和联营模式，加大新零售的布局。

开放线下门店的加盟和联营，是

百草味多元化渠道布局的又一个里程碑，标志着百草味线上线下一体化发展加速。继今年6月11日首家“百草味·零食优选”加盟店开业后，目前百草味线下加盟店已开出15家，遍布杭州、温州、合肥、襄阳、武昌、永州、义乌、唐山、葫芦岛、长春等13个城市。截至年底，百草味已签约30多家客户，有40余家加盟门店正在筹备，新进入的市场有嘉兴、台州、天津、廊坊等城市。2022年，百草味计划新开200家门店，包含直营店和加盟店。

百草味布局线下门店虽然较其他同行业品牌晚，但并不急于求成。百草味线下加盟门店开放之前，进行了许多前期准备工作，包括充分的市场调研、用户需求调研、行业



痛点问题分析等，充分协调内部产品及供应链。百草味相关负责人表示，“我们希望在前期做好充足的准备，尽量减少后续门店开设环节中可能出现的问题，降低问题的解决成本，同时让加盟商有足够的利润空间。基于上述考虑，最终定在今年开放线下加盟的业务。”

### 升级产品矩阵 满足不同渠道需求

全渠道布局，对产品的要求更高，不同渠道有不同特征，门店提供一站式体验，便利店满足即时性需求，商超主要满足囤货型需求，电商则是以上兼顾。而对消费者来说，不同消费场景下，也有不一样的购物需求，如午间乏困时，需要一些坚果、饼干类小零食补充能量，夜间刷刷剧时，需要一些肉类卤味来调剂。因此，全渠道布局战略之下，需要不同的产品策略来满足差异化需求。

百草味在产品端也不断升级，以满足不同场景、不同渠道的用户需求，百草味还会根据不同渠道特征进行产品研发和升级。

百草味会通过产品品类、等级、口味、包装、规格、散称6种方式实现不同渠道的产品区分。针对直播电商平台的特征，百草味专门建立直播产品线，并将逐步上线各平台的直播专供产品。而针对线下门店，百草味会根据购买人群和地域特征，进行不同门店的SKU规划，推动与线上差异化的选品，以优化线下毛利水平。2020年，百草味还结合不同地域消费者的饮食习惯，推出九州销魂系列产品，在线下门店销售。

以坚果炒货为例，在直播渠道及天猫、京东等平台，百草味以主打“0添加，纯粹坚果，本真营养”卖点的升级版“每日坚果全坚果款”为主推产品；而在快手、社区团购等渠道，百草味开发超高性价比产品，满足下沉渠道线的需求；在新零售渠道，则



会开发专属的定制包装和规格。

### 升级会员体系服务消费者

“以用户为中心”是百草味坚持的理念和价值观，不断创新用户运营思维，力图给用户更好的服务。

2019年，百草味将会员体系升级为“星会员”，将会员星级标准化。该会员体系正陆续应用至百草味全渠道，预计未来会进行线上线下一体化。目前百草味在线下部分门店投入刷脸支付设备，支持收银系统及个人收钱码多种支付模式，做到支付零操作、零介质，提升购买效率，让顾客体验更佳。

极大提升会员的积分价值后，今年百草味更是打通了天猫、抖音、微信的会员体系。会员只需注册一个渠道，

就能在多个渠道同时享受会员权益和服务，实现了会员价值的最大化。百草味还将打通京东和抖音的会员体系，进一步实现全渠道会员体系的贯通。

近年来，百草味还通过举办线下会员见面会，以有奖征集、晒购物车、种草测评等方式，增强与消费者的互动，提升消费者黏性。

全渠道布局是百草味在市场变化之下的必然选择，也是百草味发展所必经的阶段，而产品和服务作为全渠道战略之下品牌需要面临的最重要挑战，百草味已然找到应对方法。未来，百草味在继续拓展渠道的同时，将持续进行产品的创新和服务的升级，实现“让更多的人吃上放心健康的食品”这一使命，巩固休闲零食头部品牌的地位。 

# 国家卫生健康委印发 《按照传统既是食品又是 中药材的物质目录管理规定》

国卫食品发〔2021〕36号

各省、自治区、直辖市及新疆生产建设兵团卫生健康委，中国疾病预防控制中心、国家食品安全风险评估中心：

根据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例的规定，经商市场监管总局同意，我委制定了《按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定》。现印发给你们，请遵照执行。

国家卫生健康委

按照传统既是食品又是中药材的物质目录管理规定

第一条根据《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例，为规范按照传统既是食品又是中药材的物质（以下简称食药物质）目录管理，制定本规定。

第二条以保障食品安全和维护公众健康为宗旨，遵循依法、科学、公开的原则制定食药物质目录并适时更新。

第三条食药物质是指传统作为食品，且列入《中华人民共和国药典》（以下简称《中国药典》）的物质。

第四条国家卫生健康委同市场监管总局制定、公布食药物质目录，对目录实施动态管理。

第五条纳入食药物质目录的物质应当符合下列要求：

- （一）有传统上作为食品食用的习惯；
- （二）已经列入《中国药典》；
- （三）安全性评估未发现食品安全问题；
- （四）符合中药材资源保护、野生动植物保护、生态保护等相关法律法规规定。

第六条省级卫生健康行政部门结

合本辖区情况，向国家卫生健康委提出修订或增补食药物质目录的建议，同时提供下列材料：

- （一）物质的基本信息（中文名、拉丁学名、所属科名、食用部位等）；
- （二）传统作为食品的证明材料（证明已有30年以上作为食品食用的历史）；
- （三）加工和食用方法等资料；
- （四）安全性评估资料；
- （五）执行的质量规格和食品安全指标。

第七条安全性评估资料应符合以下要求：

- （一）成分分析报告：包括主要成分和可能的有害成分监测结果及检测方法；
- （二）卫生学检验报告：3批有代表性样品的污染物和微生物的检测结果及方法；
- （三）毒理学评价报告：至少包括急性经口毒性试验、3项遗传毒性试验、90天经口毒性试验和致畸试验；其中，在古代医籍中有两部以上食疗本草记载无毒性、无服用禁忌（包括不宜久食）的品种，可以只提供本条第（一）、（二）项试验资料；
- （四）药理作用的特殊针对性指标的试验资料，包括对主要药理成分的风险评估报告。

第八条国家卫生健康委委托技术机构负责食药物质目录修订的技术审查等工作。委托的技术机构负责组织相关领域的专家，开展食药物质食品安全风险评估、社会稳定风险评估等工作，形成综合评估意见。市场监管总局根据工作需要，可指派专家参与开展食药物质食品安全风险评估、社

会稳定风险评估工作。

根据工作需要，委托的技术机构可以组织专家现场调研、核查，也可以采取招标、委托等方式选择具有技术能力的单位承担相关研究论证工作。

第九条国家卫生健康委对技术机构报送的综合评估意见进行审核，将符合本规定要求的物质纳入食药物质目录，会同市场监管总局予以公布。

公布的食药物质目录应当包括中文名、拉丁学名、所属科名、可食用部位等信息。

第十条有下列情形之一的，应当研究修订目录：

- （一）食品安全风险监测和监督管
- （二）需要对食药物质的基本信息等进行调整；
- （三）其他需要修订的情形。

委托的技术机构根据最新研究进展，可以向国家卫生健康委提出修订食药物质目录的建议和风险监测方案。

第十一条对新纳入食药物质目录的物质，提出建议的省级卫生健康行政部门应当将其列入食品安全风险监测方案。根据风险监测和风险评估结果，适时提出制定或指定适用食品安全国家标准的建议。

第十二条食品生产经营者使用食药物质应当符合国家法律、法规、食品安全标准和食药物质目录的相关规定，产品标签标识和经营中不得声称具有保健功能、不得涉及疾病预防治疗功能。

第十三条本规定自发布之日起实施。



销售热线：13176996316



双层循环风烘干机



单层循环风烘干机（坚果）



五层连续烘干机



核桃生产线



坚果生产线



坚果生产线

# 节能

无处不在, 懂工艺、更懂你

## 坚果、炒货 全品类加工装备



单/三/五层坚果杀青、预烘、烘干自动生产线。采用左右进风, 上下均风, 无死角, 温度可调范围大和远程控制的特点 适合各类瓜子以及壳坚果和树坚果的预烘与烘干。



微压煮制, 自动控制, 尾气回收, 远程控制, 数据跟踪, 节能环保适合各种瓜子、壳类坚果煮制入味

单/双层热风循环烘池烘池, 采用底部吹风, 上层吸风, 烘池上面带电动盖门, 水汽分离系统, 热能循环使用, 尾气处理, 节能环保



合肥科赛机械制造有限公司

合肥赛旺坚果机械制造有限公司

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

[www.kesaijixie.cn](http://www.kesaijixie.cn)

销售热线: 13956003685

0551-63523130

24小时售后热线: 0551-68891687

地址: 安徽省合肥市上派工业园





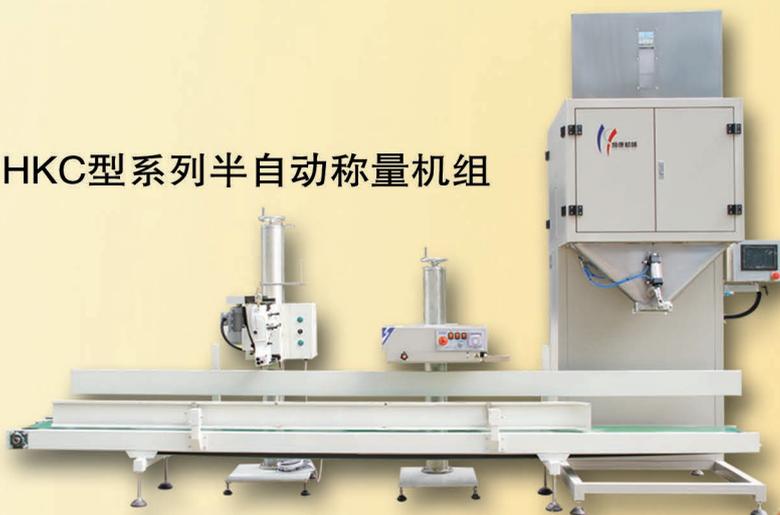
# 安徽省恒康机械制造有限公司

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



## HKC型系列半自动称量机组



## HKD-II型水平给袋式自动包装机

## 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

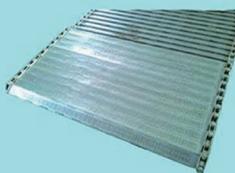


不锈钢三层链板式风干冷却线

## 配件区



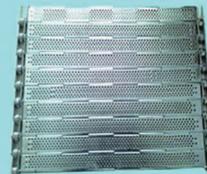
烘干机链板



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

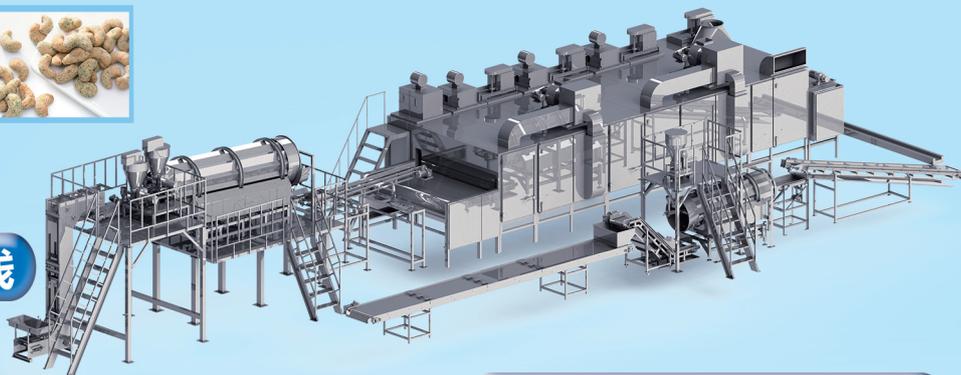
网址：www.tianhuagy.com www.tianhuajixie.com

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

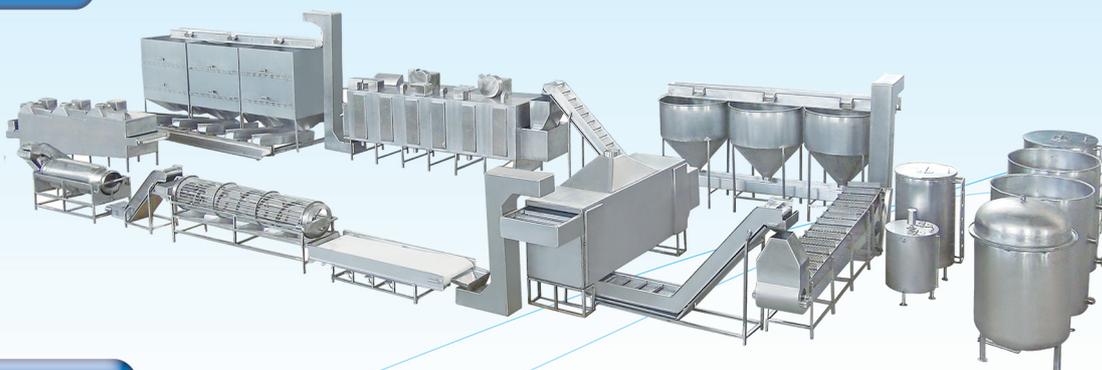


坚果仁浅裹粉烘烤生产线

全自动裹衣烘烤生产线



坚果自动烘烤生产线



全自动连续油炸生产线



烟台茂源食品机械制造有限公司

# 栗子

## 好吃有讲究

如今又到了吃栗子的季节了。

栗子的种类有很多，我们最经常吃到的是板栗。福州常见糖炒栗子的招牌是迁西板栗。这种板栗特点是糯性强、含糖量高、富有光泽，主要用于炒食。除了迁西板栗外，福州还有一种比板栗小不少、底圆顶尖的锥栗，这种锥栗算是福建本地的特产。

从营养角度出发，每100g可食部分的栗子（鲜）含有热量约189卡路里，其中蛋白质约4.2克，脂肪约0.7克，碳水化合物约42.2克，还含有一定量的钙、磷、铁、钾等矿物质及多种维生素等营养成分，营养丰富。



从中医角度出发，栗子性平，味甘、微咸，归脾、肾经，具有益气健脾，补肾强筋，活血消肿，止血的功效，可以炒熟吃，也可以煮粥、煮汤

等食用。

吃板栗也是有讲究：一、所有的事物均可能出现“过犹不及”的情况，栗子也是一样的，不宜多吃，每天5至10颗即可了，吃时要细嚼慢咽；二、建议不要太烫，但也要趁热吃，不建议空腹冷食，避免可能出现的烧心、反酸等胃部不适症状；三、不建议吃糖炒栗子，更推荐蒸煮的食用方法；四、栗子有高碳水、高淀粉的特点，因此糖尿病、肥胖的患者要慎食，或咨询过营养医师后再酌量食用；五、慢性胃炎、消化不良、食积气滞的人不宜多吃栗子。医果妙食

## 润肝止咳养五脏的

# 杏仁



随着冬季的到来，天气也是转凉，气候也十分干燥，平时总是很容易就感到嘴巴干，皮肤干，嗓子干到像是要冒烟一样。那么气候干燥适合吃点什么补一下呢？这时候药食同源的杏仁就派上用场。杏仁究竟有什么好处呢？让我们一起去了解一下吧。

天气干燥的时候，有些人就会咳嗽、嗓子痒等等，这是很正常的。而要说谁是润肺去燥的一把手，杏仁可就当仁不让了。中医认为杏仁微苦，性微温，归属于肺经及大肠经，具有止咳平喘、润肠通便的作用，常常被人们用来治疗咳嗽气喘、肠燥便秘等疾病。如果单单吃杏仁太单调，可以杏仁和松子一起食用，两者可以相辅相成，对治疗咳嗽气喘更有效，适合广泛人群。

降压降脂。杏仁还含有丰富的黄酮类和多酚类成分，这种成分不但能够降低人体内胆固醇的含量，还能降低心脏病和很多慢性病的发病危险。

最后，杏仁分为苦杏仁和甜杏仁，甜杏仁适合入膳，苦杏仁适合入药。甜杏仁可以直接服用，药效温和，而苦杏仁不可以，需要经过浸泡、漂洗，用热水煮过去去皮才可以食用，而且一次最好不要超过五到十颗。医果妙食

碧根果中含有丰富的蛋白质，氨基酸，维生素，有很高的营养价值，并有补脑强身，降低血脂之功效。神经衰弱，失眠者，每日早晚各吃长寿果数个，可收滋补治疗。由于跟山核桃属于一类，所以碧根果最适合脑力工作者，尤其是白领女性吃，平时很耗伤心血，常吃核桃能够补脑，改善脑循环，增强脑力。

### 碧根果的营养

#### 1、碧根果能健脑益智

由于跟山核桃属于一类，其中所含有的微量元素锌和锰是脑垂体的重要成分，所以碧根果也具有相当好的补脑益智效果。碧根果最适合脑力工作者，尤其是白领女性吃，因为这部分人往往用脑过度，很耗伤心血，常吃核桃能够健脑益智，改善脑循环，增强脑力。经常头晕、失眠、心悸、健忘、全身无力的人，坚持吃碧根果也有不错的防治效果。

#### 2、抗氧化抗衰老

碧根果中含有丰富的维生素E，能使细胞免受自由基的氧化损害，是医学界公认的抗衰老物质，坚持吃能有效抗衰老，治疗神经衰弱，延缓记忆力衰退，还能美白肌肤，防止白发生长。

#### 3、碧根果亦是不错的美食

碧根果仁可生食或炒食，也可制作各种美味点心。有如此优异的食疗保健营养价值，又如此方便易剥，越来越受到人们的追捧喜爱，也不是不错的送礼佳品，送美味，更送健康。不过这里提醒大家，好吃也不能过量吃，每天吃五六颗就可以了，长期坚持吃会有意想不到的效果。 医  
学  
妙  
社

# 碧根果

# 的营养



# 小小的芝麻营养丰富 对人体有6大好处!



## 1. 补充膳食纤维，维持消化系统健康

成人每天膳食纤维摄入量大约是 25–35g，而 1 汤匙 15g 的黑芝麻能够提供 2.1g 膳食纤维，满足你 6% 的膳食纤维需求量。对于经常外食无法餐餐蔬果和经常便秘、消化不良的人来说，芝麻是你纳入考量的补充方式!

## 2. 对高胆固醇、高血压，心脏病等有一定帮助

虽然芝麻 1 匙 (15g) 可提供 8g 的脂肪、约 72kcal 的热量，油脂含量超过 60%，属高油脂含量的食物，但芝麻中好的脂肪酸比例很不错：

41% 多元不饱和脂肪酸

39% 单元不饱和脂肪酸

15% 饱和脂肪

芝麻不饱和脂肪酸含量高，而饱和脂肪酸含量低，有助于调节胆固醇水平。另外芝麻还含有丰富的镁、维生素 E 和酚类抗氧化成分，能够调节血压、预防动脉硬化，有助于降低心脏病风险。

## 3. 补充钙质，促进骨骼健康、预防骨质疏松

正如上表提到的，黑芝麻钙含量具有非常丰富，比起白芝麻钙含量高出 20 倍，按同等重量来说甚至比牛奶的钙质还高，不过一般情况我们不会吃一大堆黑芝麻，反而牛奶一次可以喝 200–300 毫升，所以一次食用下的钙质牛奶会比较多。

最聪明的方式是喝黑芝麻牛奶进行补钙，效率较高，再搭配黄豆、黑豆、乳制品等高钙食物，以及摄取蔬果补充维生素 C 帮助钙质吸收。

## 4. 补充矿物质和维生素，增强免疫力

芝麻里面有丰富的矿物质和维生素 B、E，包括钾、镁、铁、锌、铜等等，除了大家常听到的钾、钙、镁、锌是维持身体必须的巨量元素，其他微量元素的作用有：

铁是造血的重要原料，也会参与肝脏解毒过程等

铜会参与体内血液制造和心血管、生殖系统的各项作用

锌与人体 DNA、蛋白质、酶合成有关，也会参与免疫调节

## 5. 可舒缓骨关节炎疼痛

芝麻中有一种化合物叫作芝麻素，它具有抗氧化作用，但在芝麻中含量非常少，单单摄取芝麻不足以达到芝麻素的保健功效。而多元不饱和脂肪酸则具有抗炎的效果，在研究中发现，当关节炎患者除了药物治疗之外，再每天吃 5 匙芝麻粉，他们的膝盖疼痛减少了 63%，黑芝麻粉功效比单纯吃药组要来得显著。(不过实际上要吃之前，还是要先和医师咨询!)

## 6. 可能有助于更年期女性症状改善

最近研究发现芝麻含有植物雌激素，当女性到更年期，雌激素开始下降的时候，适量补充植物雌激素有可能改善更年期潮热、盗汗、失眠等问题，不过女性更年期吃芝麻的效果如何、安不安全还需要更多研究才能得知。

坚果  
妙赏



# 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  
 金明儒 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，料液冷却塔在线降温，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。

