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

2023第一期（总第九十六期）

SRT 思瑞特®
LANGRUI 朗瑞

朗瑞绿色智能 打造智慧工厂

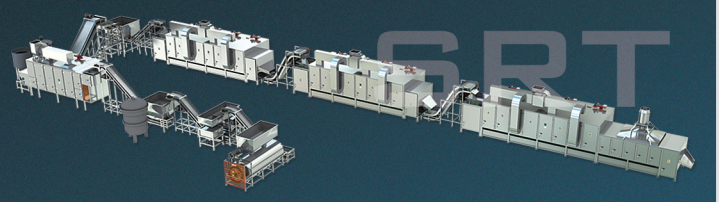
开封朗瑞机械有限公司（开封市思瑞特机械厂）是专业生产食品干燥设备和坚果炒货机械的高新技术企业。中国坚果炒货协会副会长单位,执笔编写中国轻工业部坚果食品干燥设备及坚果食品炒制设备的行业标准。2万平方的现代化生产车间和3000平方的食品加工自动化研发中心，为国内外不同地区的食品生产商提供创新技术和生产解决方案。

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。

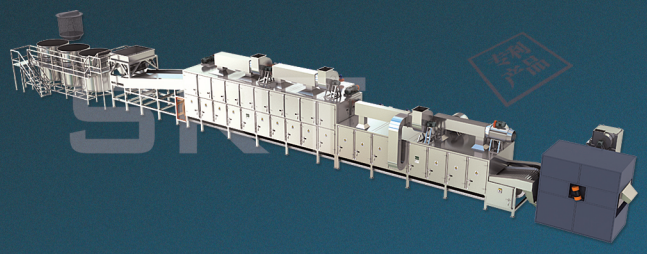
坚果生产线

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。



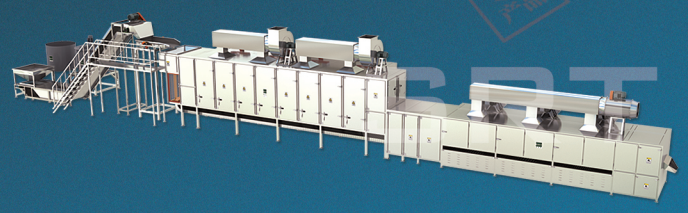
香瓜子生产线

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。



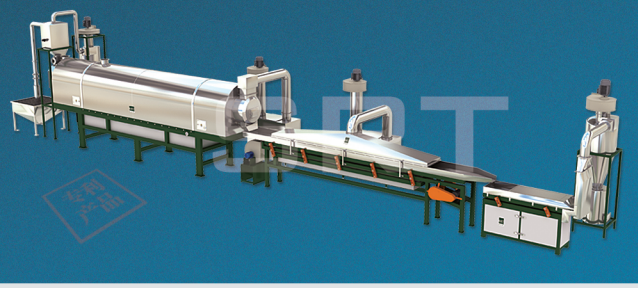
坚果果仁生产线

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

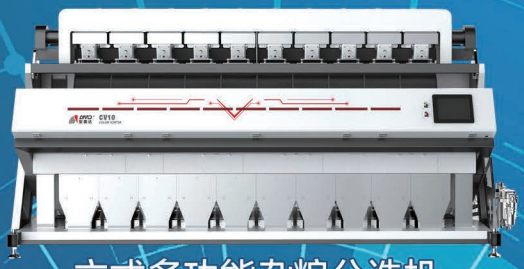
适用范围：葵花籽、花生、南瓜子、核桃、巴旦木仁、开心果、碧根果、榛子、夏威夷果等不同物料的干燥。

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

中科光电 | AMD® 安美达



立式多功能杂粮分选机

红外仁壳分离分选机

深度学习履带分选机

智能X射线异物检测机

安美达
坚果炒货分选全系解决方案

AMD NUT FRY SORTING SYSTEM SOLUTION

坚果类精选

核桃、山核桃、巴旦木、杏仁、桃仁、腰果、开心果、夏威夷果、松子等

选壳、选仁、虫眼、色斑、干瘪、渗油、虫蛀、霉烂、恶杂等

炒货类精选

花生米：芽粒、霉粒、冻粒、泛油粒、锈粒、恶杂等
烤花生：乳白花生、磨酱、油炸、恶杂等
花生果：罗汉、白沙、破口、伏果、异品种、恶杂等

葵花籽、瓜子仁、西瓜子、南瓜子、瓜蒌子等
选破口、虫眼、霉变、破皮、异色、瓣粒、恶杂等

香辛料精选

板椒、二荆条、线椒、鲜椒、泡椒、花椒、胡椒、八角、孜然等

选半截、色斑、霉变、虫蛀、花皮、异色、带杆、叶片、选刺、恶杂等

敬请关注 更多内容

官网 www.cn-amd.com 服务热线 400-8378-889

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
2023第一期（总第九十六期）

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：北京中坚合果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　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　杨国庆　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
高军龙　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　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.Ivey
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@csnc.cn
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）

洽洽 掌握关键保鲜技术
三只松鼠 Three Squirrels
大好大 DHD
来伊份 LYFEN
良品铺子 BESTORE
百草味
真心食品 TRUELOVE FOODS
姚生记 一品江南味 百年姚生记
陈林食品 Chen Lin Shi Pin
百联
三胖蛋 原味瓜子
傻子
森王恬杏 SEN WANG TIAN XING
云澳达 YUNNAN MACADAMIA
詹氏 ZHAN
徽记
恒康食品 HENGKANG
沙土 SHATU
加州原野 JIAZHOU YUANYE
厚生记 HOSENJI 原生·原味
浙疆果 ZHEJIANGGUO
阿里山 ALISHAN
三枝梅 NUT & DRIED FRUIT SANZHIMEI
樂方 LeFang
注册商标
香山
何字
华扬香精 HUAYANG FLAVORS
華寶孔雀 H&K FLAVOR
SRT 思瑞特
茂源 MAOYUAN
THJX 天华机械
NANKO 南科
恒康机械 HINCO
科赛
TOMRA

新年贺词

以党的二十大精神为指引 开创中国坚果炒货行业新征程

——中国食品工业协会坚果炒货专业委员会执行会长 三只松鼠股份有限公司董事长 章燎源

岁月不居，时节如流。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、合家顺意，幸福美满！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！

今年是抗击疫情的第三年，日前国家发布了意义重大的“新十条”，预示防疫工作进入新的阶段，这三年大家走的都不容易。9 月上旬协会召开的会长工作会，大家一致表示，今年上半年坚果炒货行业受多重因素影响，整体表现有所下降。首先原料端产量下降：受相关政策和自然灾害等影响，今年全国籽类的种植面积、产量都有所下降；国外的巴旦木、开心果、夏威夷果产量有所减少。其次销售端销量下降：线上销量下降明显，线下渠道商受直播带货等多种新营销方式的冲击，销量也呈下滑态势；线下门店、大卖场商超等同样消费低迷。

但与此同时，今年又是极不平凡的一年，是波澜壮阔的一年。举世瞩目的党的二十大胜利召开，为我们描绘了新的宏伟蓝图，赋予了新的伟大使命。坚果行业党代表、三只松鼠党委书记潘道伟作为二十大安徽省代表团中最年轻的党代表之一，参加了中国共产党全国代表大会。在协会 11 月份召开的“2022 年全国坚果炒货行业青年企业家代表线上大会”上，潘道伟代表以报告的形式向全行业传达了二十大的会议精神。党的二十大报告中强调‘加快构建新发展格局，着力推动高质量发展’，为企业转型道路提供了更加清晰、明确的前进方向。当前居民饮食结构从“吃得饱”向“吃得好”“吃得健康”转变。资料显示，目前我国坚果炒货行业规模以上企业，销售收入已超 1800 亿，随着国民消费力的提升和对品质生活的追求，以坚果籽类为代表的健康食品已经成为国民喜欢的食品。

当然我们应该感到自豪，坚果籽类产业这十年的发展是中国新时代伟大十年变革的生动缩影，感谢我们的党和这个创业的好时代。随着改革开放的深入和市场经济的发展，坚果籽类消费已从零食转为每人每天应该定量食用的健康食品，那将是我们行业的重大发展机遇。

将企业个体的命运和整个行业乃至国家发展大势相结合，路才会越走越宽广。我们坚信，在高质量发展趋势的指引下，在全行业同仁的携手努力下，坚果炒货行业一定能够破解短期难题，迎来长期稳健发展，为满足人民美好生活需要和乡村振兴、共同富裕等国家战略作出新的更大贡献。

九层之台，起于累土，要把这个蓝图变为现实，必须不驰于空想、不骛于虚声，一步一个脚印，踏踏实实干好工作。我们要以二十大为新的起点，突出行业职能，发挥企业优势，谋定新的思路，增添新的举措，拓展新的空间。

艰难方显勇毅，磨砺始得玉成。虽然疫情影响还在持续，消费仍然疲软，虽然我们还承担着前所未有的压力，面临不少的困难和挑战。但是广大消费者追求健康食品的消费趋势是不变的；坚果行业同仁百折不挠、踔厉奋发、笃行不怠的优良品质是不变的；坚果行业仍然是一个符合国家发展需求的朝阳行业，仍然有着巨大的发展潜力。我们要坚持自信自立，科学统筹防疫期间的安全生产、物流运输、稳链保供等各项工作，最大限度减少疫情对生产经营的不利影响。中国食品工业协会坚果炒货专业委员会愿同各位同仁一道，共克时艰，共同开辟坚果炒货行业更加繁荣、更加美好的未来。

目前我们行业发展呈现两种趋势：其一、我们行业正在由最初的快速发展阶段逐渐转入良性发展阶段，未来行业的发展需要我们构建优质高效的服务体系，推动现代服务业同先进制造业、现代农业深度融合。其二、虽然目前行业的整体销售有所停滞，但供给端在往好的方向发展。整个产业链如何由过去的碎片化集聚成整体的效益，实现总成本的领先及产业的多赢，是全行业未来突破升级的关键。

历史长河奔腾不息，有风平浪静，也有波涛汹涌。我们不惧风雨，也不畏险阻。未来，我们要坚持守正创新，凝心聚力、卓越奋发，发扬我们行业敢于挑战的大无畏精神，敢于干前人没干过的事，以新的理论指导新的实践，发挥我们的智慧与能力，踏实做好产品的创新研发，着力推动全行业高质量发展，推动构建新发展格局，在危机中育先机，于变局中开新局，实现全行业健康持续发展。总之，在全行业同仁的共同努力下，让坚果与籽类食品真正服务于每一位中国人的健康生活，更好地为振兴乡村与共同富裕服务，从而让我们坚果炒货行业更加繁荣！人民生活更加美好！

最后，祝大家年快乐！愿山河锦绣，国泰民安！

《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，北京中坚合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/

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

证书号:2017-J-211-2-01-D03

荣获国家科学技术进步奖

大好大®
DHD
DAHAODA FOOD CO.,LTD

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

翁洋洋

新年之际我最大的愿望就是与全行业的同仁们，一起共同期盼今年的春天早来到，今年的春天更美丽！

让我们在2023年繁花似锦的春四月里，我们在合肥中国坚果炒货干果果干展会上，相见相聚相拥，倾诉欢歌畅想——我们行业美好的今天，辉煌的明天！

新年之际衷心祝愿全国坚果炒货干果果干行业的同仁及家人们：

身体安好！

生活静好！

事业美好！

看了一本书，“断离舍”，光看书名就知道扔掉一切没用的和那些你觉得有用其实很鸡肋的东西。书看完了，确一直没有付出行动，拿着这个觉得可有可无，转头一想这是花了银子的东西，悄悄的又塞入箱底。最近大家不是入羊群就是在家等着入群，没想到就是在这种情况下完成了人生的第一次断离舍。专家说冰箱是最藏污纳垢的地方，一定要全面消毒。好吧，整整花了两个小时，从上到下，从里到外清理了一番，闭着眼睛扔了一堆又一堆，虽然扔了不少银子，但是看着空空如也的冰箱，心情瞬间舒畅，原来断离舍的真谛就在于此，让人愉悦！

杨 倩

我们这代人精神趋向总是：换个新的！重新买一个，重新找一个，重新谈一个！我们一直觉得，大大方方，一别两宽才是勇气，直到我们蹉跎了好多年以后才复现，我们父母一辈人坚持把那件事情做下去，他们把原本会轻易放弃的东西修好了再用，他们把原本会扔到一旁的衣服补好了再穿，他们也把原本会一拍两散的感情又一次重归于好；他们把原本可能看到乏味无趣的生活过得悠长而浪漫，这个才叫勇敢！我们总以为的勇敢是不行就分，一拍两散，人间阔别，更好的在前面。后来我们才理解了，可能真正的勇敢是：不计前嫌，宽容大度，发现爱人身上的缺点后，仍然愿意去欣赏和尊重他（她）身上的优点，把细碎的东西找出伟大感，把平淡的东西找出浪漫感。对于他们来说什么是好？习惯的就是好！适合的就是好！

张 蕾

邱 晶

旧的一年已经过去，新的一年已经到来，2023新的开始，美好的生活正等着我们去奋斗，愿在新的一年里，我们能够继续经受住考验，克服困难，打造一份不一样的天空！同时，在此，衷心祝福大家：新年大吉！身体健康！万事如意！

每个人的生活都不尽相同，每个人对生活的态度也不尽相同，生活中的酸甜苦辣都是我们面临不同生活境界时产生的不同感觉。我们的心一直向外求，求不到便产生了痛苦。心随着不同境界而转，心定了，无论遇到什么样的生活境界，都不会为之所动。心如果不往外求，不去苛求别人应该对自己如何好，不去强求在某件事上别人应该怎么做，不去与周围的人、事物产生对立的情绪，那么，我们的灵魂就是安然的！天晴了，可以外出晒太阳，下雨了，可以安然地在家休息。生活就像是灵魂修炼的场所，人生的修炼就是要让自己能够适应不同的环境、不同的条件，无论处在何种忧劣环境下，都能够坦然面对，不会因为环境与状态的改变而影响自己的心境。

张淑芳

陈 鹏

三毛说：“如果有来生，要做一棵树，站成永恒，没有悲欢的姿势，一半在土里安详，一半在风里飞扬，一半沐浴阳光，一半洒落阴凉，非常沉默，非常骄傲，从不依靠，从不寻找！”我觉得女人就应该是这种姿态，向下持续地扎根，向上持续地生长，你的世界一定舞台极度的宽广，你活得无比自在！

金明儒

12月北京大街上没什么人，这个冬天注定不平凡。很多人都居家办公了，估计很大一部分在家里被家人照顾，要么就是照顾家人，我身边很多亲戚朋友先后都感冒了，每个人的症状都不太一样，但可以感觉到身体在康复。康复后要注意的事情有很多，每天开窗通风，家里消毒，冰箱断电消毒，用84消毒液与水按比例稀释后擦地。用过的衣物、被单、被褥等进行消毒后清晰晾晒。毛巾、牙刷换掉。康复后身体免疫系统产生抗体来抵抗病毒的袭扰，但我们自己也要不能放松警惕，时刻带好口罩，保护自己保护家人。祝愿大家健康安宁！

幸福的人
都拥有这5种好心态

01
平心静气，清风自来

生活有起有落，日子有酸有甜。遇到问题时，如果脾气暴躁、着急上火，不仅不能从根本上解决问题，还可能火上浇油。

心态好的人遇事时，能透彻地看到问题根源，想明白合适的处理方式，不慌不忙，逐步化解。

他们不会因为小事斤斤计较，不会因为小错耿耿于怀，而是会乐观积极地面对挑战，平心静气地解决问题。

02
不骄不躁，从容淡然

事情繁杂，我们一件件做，总会做完；问题琐碎，我们耐心处理，总能收尾。

着急容易心乱，慌张容易犯错。踏踏实实一步一步走，哪怕速度再慢，也是一直在前进。

成功别自傲，失败别萎靡。养成不骄不躁的习惯，才能活得自在、从容淡然。

03
坚持不懈，方得始终

走在人生路上，难免会遇到荆棘和坎坷，但只要我们坚持向前走，风雨过后，一定会有美丽的彩虹。

若是一时看不到曙光，别浮躁，再坚持一会儿，也许你离成功只有一步之遥。

能获得幸福的人，从不与他人攀比，他们一旦认准了目标，就会坚持不懈、奋斗不息。

04
心不计较，何来烦恼

心小了，所有的小事就大了；心大了，所有的大事都小了。心若不计较，又何来烦恼？

小肚鸡肠的人，锱铢必较，却失去朋友；舍本逐末的人，计较小事，却丢失大局。

对小事不要过分计较，才能洋溢幸福的微笑，才能感悟生命的美好。放下负累即可一身轻松，看淡得失方能快乐人生。

05
心存感恩，知足惜福

有人提问：什么人最容易感知到幸福？高赞回答是：心存感恩、知足惜福的人。

感恩父母，给予我们生命；感恩生活，教会我们成长；感恩朋友，与我们在风雨中同行……人生的幸福感，常常就来自于内心的感恩和知足。

感恩生活中的点点滴滴，努力发现生活馈赠给你的礼物，当你用感恩之心对待眼前的每一个人，幸福和快乐就会不请自来。

目 录

新年贺词

03 以党的二十大精神为指引 开创中国坚果炒货行业新征程
——中国食品工业协会坚果炒货专业委员会执行会长
三只松鼠股份有限公司董事长 章燎源

08 编辑部心情驿站

品味人生

09 幸福的人都拥有这 5 种好心态

热点关注

14 青山一道同风雨 团结一心迎春来
——坚果炒货协会会长新年寄语

产业经济

23 线下实体门店未来的两大方向

专家视点

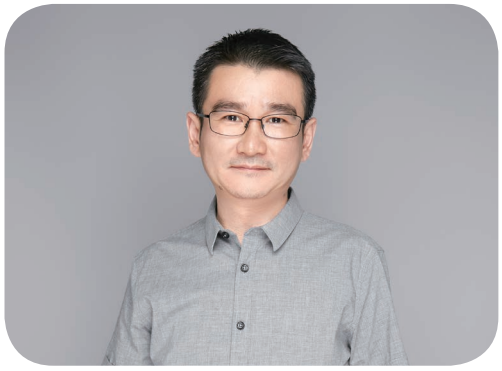
24 2021 年度坚果炒货食品质量状况

产业链

市场 34 2021–2022 年全国坚果炒货市场浅析
39 市场供求信息
产品 40 第七届 (2020–2021 年度) 全国坚果炒货行业科学技术进步奖获奖项目
坚果燕麦能量包
——中粮山萃花生制品（威海）有限公司
设备 41 坚果精细化分选方案
辅料 50 复合辛香料
提取物香精在炒货中的应用
原料 51 榛子的品种与选择
种植 52 澳洲坚果新品种选育及产业链关键技术集成研究与示范

行业信息

56 “智”造舌尖好味道 詹氏核桃重新定义健康农品
56 第四届“三只松鼠杯”休闲食品创新大赛获奖名单揭晓



56 聚焦“坚果＋ X”战略，沃隆坚果：多款新品上线
57 聚焦年轻消费人群 百草味入围
最受“Z 世代”喜爱品牌 TOP10
57 世界杯带动休闲零食外卖热销洽洽瓜子外卖销量大涨 91%
58 双十一三胖蛋销量稳居同品类前列
58 新疆 12 个林果主栽树种有了绿色生产标准
58 甄选原料助力三产融合，良品铺子从源头诠释高品质

世界之窗

60 10 月份巴西大豆出口量价齐增
60 11 月份俄罗斯葵花籽油的出口关税将为零
60 澳洲培育出新品种夏威夷果，超矮植株，结果更早
60 菲律宾降低关税以刺激玉米进口
60 法国研究所估计 2022 年法国葵花籽产量降至约 170 万吨
61 截至 11 月 16 日，阿根廷葵花籽种植进度为 86.6%
61 今年阿富汗松子减产，但对中国等出口将增加
61 缅甸花生上市了价格却因种种原因持续下跌
61 越南得乐省首批坚果通过正贸渠道出口到日本

协会工作

62 2022 助力中小企业发展线上选品新品推介会成功举办
64 以党的二十大精神为指引 担当中国坚果炒货行业
立于世界之林的发展重任
2022 年全国坚果炒货行业
青年企业家代表线上大会取得圆满成功
65 关于出席 2023' 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
71 关于批准新会员入会、增补理事、常务理事单位的通知

企业管理

72 坚果炒货企业如何将货品生意转变为品牌生意
73 如何把你的导购员都变成“主播”
75 传统仓库管理需要升级迭代

科技标准

78 坚果与籽类食品质量通则

CONTENTS

New Year's Message

03 Guided by the spirit of the The 20th National Congress of the Communist Party of China, create a new journey for the China Nuts and Roasted Seeds industry
——Zhang Liaoyuan,Executive president of The Specialized Committee for Nuts and Roasted Seeds of China National Food Industry Association,Chairman of Three Squirrels Co., Ltd

08 Soul Station of Editorial Department

Experience the life

09 A happy person has these five good attitudes

Hot Spots

14 Like the mountain range that stretches before you and me, let's share the same trials and hardships together to embrace a better future.
——New Year's Message from president of The Specialized Committee for Nuts and Roasted Seeds of China National Food Industry Association

Industrial Economy

23 Two directions of offline physical stores in the future

Expert Perspective

24 Quality status of Nuts and Roasted Seeds in 2021

Industrial chain

Market
34 Analysis of the National Nuts and Roasted Seeds Market from 2021-2022
39 Market supply and demand information

Product
40 The 7th (2020-2021)National Nuts and Roasted Seeds Industry Science and Technology Progreess Award winners list Nuts and Oats Energy Packs ——COFCO Shancui Peanut Products (Weihai) Co., Ltd

Equipment Accessories
41 Fine separation scheme of Nuts
50 Application of compound spice extract essence in roasted seeds

Raw Plant
51 Varieties and Selection of Hazelnut
52 Research and demonstration on breeding of new macadamia varieties and integration of key technologies in the industry chain

Industry Information

56 “Intelligent Manufacturing” achieve good taste,Zhanshi Walnut redefines healthy agricultural products
56 Winners of the 4th "Three Squirrels Cup" Leisure Food Innovation Competition were announced
56 Focusing on the "Nuts+X" strategy,Wolong Nuts: several new products are launched
57 TOP10 Focusing on young consumers,Be&Cheery is among the top 10 favorite brands of "Generation Z"
57 The World Cup has driven the hot sales of leisure snack takeout, and the sales of Qiaqia melon seed takeout have soared by 91%
58 The sales volume of "Sanpandan" during the "Double 11" period has been among the top of the same category
58 Xinjiang's 12 main tree species of forestry and fruit have green food production standards
58 Select raw materials to facilitate the integration of three industries, and BESTORE interpret high quality from the source

Window of the world

60 Brazil's soybean export volume and price rose in October
60 Russia :The export tariff of sunflower seed oil continued to be zero in November
60 Australia has developed a new variety of macadamia, which is super short plant and early fruiting
60 Philippines slashes tariff to stimulate corn imports
60 French Institute estimates that the French 2022 sunseed crop fell to about 1.7 million tonnes
61 As of November 16, the progress of sunflower seed planting in Argentina was 86.6%
61 Afghan pine nut production will decrease this year, but exports to China will increas
61 Myanmar peanuts are on the market, but the price continues to fall for various reasons
61 Dak Lak in Vietnam officially exports the first batch of nuts to Japan

Association work

62 2022 Online New Product Promotion Conference for SME Development Successfully Held
64 Guided by the spirit of the The 20th National Congress of the Communist Party of China, will take on the important task of establishing the nuts and roasted seeds industry of China in the world.
The 2022 Online Conference of Young Entrepreneurs in the Nuts and Roasted Seeds industry was a complete success
65 Notice on Attending the 2023 The 16th Food Exhibition for China Nuts and Roasted Seeds, Dried Fruit &Fair for Purchase and Supply
71 Notice on Approval of New Members to Join the Association,Adding Directors and Standing Director Units

Business management

72 How to transform commodity business into brand business
73 How to turn the shopping guides into "Anchors of Goods"
75 Traditional warehouse management needs upgrading and iteration

Laws and regulations

78 General Quality of Nuts and Seeds Food

中国坚果炒货网

www.csnc.cn

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

青山一道同风雨
团结一心迎春来

——坚果炒货协会会长新年寄语

过去的一年，全国坚果炒货行业在困难中探索，在困难中前行，始终坚持稳扎稳打、努力进取，推动全行业健康持续发展。

2023年，中国坚果炒货行业还将以“黄沙百战穿金甲”的勇气、“不破楼兰终不还”的毅力，为实现中国坚果炒货屹立于世界之林的伟大目标继续踔厉奋发、团结一致、勇毅前行！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。以开放纾发展之困，以开放汇合作之力，以开放聚创新之势，以开放谋共享之福！

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

2023 年新年寄语

昨夜斗回北，今朝岁起东。在此万象更新之际，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级领导、各会员企业、社会各界朋友们致以诚挚的问候和新年的祝福！

岁月不居，时节如流。回首过去一年，有困难、有挑战、有压力，但惟其艰难，才更显勇毅；惟其笃行，才弥足珍贵。新的一年新的开端，刚刚闭幕的党的二十大为我们描绘了新的蓝图。站在新的历史节点上，我们将坚定信心勇毅前行，走高质量发展之路，深刻领会中共二十大报告蕴含的新思路、新战略，以使命在肩、奋斗有我的担当，以时不我待、舍我其谁的气概，以只争朝夕、不负韶华的豪情，努力用今天的奋斗成就明天的辉煌，书写坚果行业更加美好的篇章。最后，代表三只松鼠全体员工，衷心祝愿大家岁岁长欢愉，万事皆胜意！

翁洋洋
协会常务副会长

团结奋斗谋发展

党的二十大为我们指明了“团结奋斗”是中国人民在党的领导下创造历史伟业的必由之路，在当下我国发展进入一个战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期，尤其需要把团结奋斗作为我们攻坚克难的力量来源。

我们全行业贯彻落实二十大精神，就必须要从战略高度认识全行业团结奋斗的重要性。

只有全行业的团结奋斗，我们才能同舟共济，互相成全谋发展。

只有全行业的团结奋斗，我们才能占领种业芯片自主权，占领健康功能的主导权，占领市场话语权以及产品的掌控权。

只有全行业的团结奋斗，我们才能真正担当起中国坚果炒货行业从大国向强国的迈进，担负起立于世界之林的重任！

陈 奇
我协会执行会长
洽洽食品股份有限公司副董事长

岁序更迭，华章日新，值此新年之际，特向一直关心和支持中国坚果炒货行业的各界人士，向奉献和服务中国坚果炒货发展的广大同仁，致以节日最诚挚的问候：在新的一年里，工作顺心、事业顺利、合家顺意！

2022 年是充满危机与挑战的一年，严峻的宏观经济形势影响着各行各业，但中国坚果炒货行业总体规模上稳中有进，质量持续保持较高水平，技术能力和创新能力也逐步增强，这得益于中国坚果炒货协会的科学引领，以及各位同仁们齐心协力，守望相助，共同营造的良好的坚果炒货市场环境。面对困境，协会统筹兼顾，全体“坚果炒货人”携手并进，在危机中育先机，于变局中开新局，为坚果炒货行业的蓬勃发展输入源源不断的动力，在此向协会和所有伙伴们表达由衷的感谢！

转眼 2023 年即将到来，新的考验和机遇也随之而来。纵观大环境，在习总书记“加快构建新发展格局，着力推动高质量发展”的精神指导下，坚果炒货行业向精细化、高质量发展方向转型已然是大势所趋。现阶段中国坚果炒货行业也正朝着夯实品质建设的方向迈进。相信在不久的将来，在协会的支持和引领下，行业内的大小中企业齐头并进，建立健全全产业链模式，并加强延链、补链、强链建设，用产业和技术为坚果行业发展积势赋能，持续为消费者带来更加安全、健康、美味的坚果产品。

目前，我国的坚果人均消费指数逐年上升，但与发达国家相比仍存在较大差距，这意味着坚果行业还蕴藏着巨大的上升空间。二十大报告中强调“树立大食物观”和“构建多元化食物供给体系”，营养健康已被国家放在了优先战略的位置上。而坚果炒货作为优质的日常营养食品，符合消费者日益多元、全面、均衡的饮食需求。为了乘上这股东风，增强全民“每天一把坚果瓜子有益健康”的膳食理念迫在眉睫。洽洽作为会长单位企业，下一步将携手协会同仁们共同乘好这股东风，一方面，以消费者需求为导向，着手构建坚果安全、营养、多元的差异化产品结构。另一方面，着力打造品类教育宣传主阵地，对标其他行业，加大宣传，将坚果是日常营养必需品的理念抵达每一位消费者，助力中国坚果炒货行业更上一层楼，为健康中国贡献力量。

广大同仁们，机遇与挑战并存。实现中国坚果炒货行业的振兴任重而道远，让我们凝心聚力，借助协会平台，积极沟通交流，加强团队合作，不断以新知识丰富自己，以新科技武装自己，坚定地走出中国坚果炒货行业的高质量发展之路！

新春岁首，又是一个美好的开始！让我们齐心协力，砥砺前行，共同迎接坚果炒货行业繁花似锦的春天！最后，再次衷心祝愿大家新春快乐，身体健康，家庭幸福！

年 强

我协会常务会长、芜湖傻子瓜子有限总公司董事长

日迈月征，朝暮轮转。在辞旧迎新的美好时刻，我代表芜湖市傻子瓜子有限总公司全体员工向所有关心和支持我们的社会各界同仁、合作伙伴们送上衷心的感谢和诚挚的祝福！

回顾 2022，有狂风骤雨，有急流险滩，但我们埋头苦干，克服种种困难，战胜无数挑战，扎扎实实地交出了一份大胆探索、稳中求进的成绩单。

前行的道路，不怕砒砺。展望 2023 ，祝愿协会和各位同仁，坚守初心，以勤补拙，心存敬畏，以奋斗者为本，全方位发力，开启新征程！

祝大家在新的一年里，前“兔”似锦，再创辉煌！

詹权胜

我协会副会长、安徽詹氏食品股份有限公司董事长

谋划长远 干在当下

随着新时代快速发展，市场竞争环境瞬息万变，用户需求多元化升级，坚果行业发展也迎来新的挑战和机遇，我们既要保持传统核心制造能力的优势，更要具备不断开创更新的意识，以只争朝夕的紧迫感，紧紧围绕坚果产业向数字化、智能化转型，打造持续竞争力，为客户创造超越期待的价值体验，为构建和谐共生的坚果产业生态圈而踔厉奋发！

日月开新元，天地又一春，值此新年将至之际，惟愿山河锦绣、国泰民安！惟愿坚果行业欣欣向荣，詹满福气！

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

大家新年好、感恩过去一年经历的许许多多，有机会有挑战、大家都在不容易中度过，看到行业许多优秀的企业都取得了显著成效、在此也祝愿大家在新的一年能够取得更好的业绩、祝大家身体健康、合家幸福！

陈居立

我协会副会长、福建百联实业有限公司副总经理

百年未有之大变局，既是机遇也是挑战，百联公司祝愿行业同行能劈波斩浪、蒸蒸日上，在合作共赢中发展壮大！

陈海生

我协会副会长、广西南亚热带农业科学研究所 所长

值此兔年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！在此恭祝广西和全国坚果产业大展宏“兔”、前“兔”似锦！刚刚过去的 2022 年如此闪光、如此难忘。回望一年奋斗路，广西坚果产业协会在推动农业产业发展、服务乡村振兴等重大任务中勇挑重担，在广西坚果产业遭遇疫情影响产量出现下滑的关键时刻冲锋在前，在党的二十大召开之年努力彰显新担当，在国家“十四五”规划实施第二年积极展现新作为，广西坚果产业发展一路向好，在大战大考中交出了一份优异答卷，截止 2022 年广西坚果种植面积 65 万亩，已位居全国第二，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。接踵而至的 2023 年值得期待，充满希望。党的二十大提出了“加快建设农业强国，扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴”等重大部署，为我们服务和发展广西坚果产业提供了根本遵循，指明了新的奋斗方向。在新的赶考路上，广西坚果产业协会将时刻牢记行业服务使命，昂首阔步，集聚资源，再立新功，再创佳绩，助力“广西坚果”造梦，服务“广西坚果人”圆梦，推动实现“广西坚果国际化”！

王在良

我协会副会长、山东沙土食品工业有限公司董事长

沙土食品祝：坚果炒货协会及坚果炒货企业的家人们，新的一年，开启新的篇章，好事连连！财源滚滚！身体健康！兔年大吉！

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

2023 年春节即将来临，党的二十大已为我们指明了方向，高举中国特色社会主义伟大旗帜，全面贯彻新时代中国特色社会主义思想，我们坚果炒货行业更要自信自强，守正创新，踔厉风发，勇毅前行，为全面建设社会主义现代化国家向第二个百年奋斗目标进军的新征程上，作出应有的贡献，祝福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兔年吉祥！

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

律回春晖渐，万象始更新。转眼癸卯年新春之际来到，中国食品工业协会坚果炒货专业委员会的事业开启了崭新篇章！未来的一年，我们将继续在协会的引领下，主动承担推动世界坚果炒货食品发展的重任，背负起通过健康食品造福人民的使命，严格遵守维护行业利益和企业利益的职责，通过平台的聚合，各自在不同的岗位上发光发热，为我国坚果炒货行业的发展推波助澜。在此我将带着热切的期盼和真诚的祝福，让我们一起踔厉奋发、笃行不怠，团结协力共铸坚果梦，齐头并进展望宏伟蓝图！

孙钱玮

我协会副会长、上海华宝孔雀香精有限公司总监

新年将始，万象更新，值此 2023 年来临之际，请允许我代表华宝孔雀，向所有关心、支持、参与坚果炒货行业建设的各位协会领导、各位业内同仁致以诚挚的问候和衷心的祝福，祝大家新年快乐，事业顺心，身体健康，合家幸福！受益于健康化的消费趋势和新消费群体的崛起，坚果炒货行业正在拥抱更加广阔的发展空间，新的一年，让我们通过新口味、新品类、新场景的打造，向着新的目标，满怀信心，同心协力，相互支持！我相信，在协会和各会员单位的共同努力之下，坚果炒货行业一定会继续稳步、持续、健康地发展！

陈俊兴

我协会副会长、加州原野（北京）食品有限公司总经理

当岁月勾勒出新的年轮，2023 如期而至。我们洗掉过去一年的征尘，开启新一年的奋斗！在此，我谨代表“加州原野”向全国坚果炒货行业的同仁及家人们致以新年的问候和诚挚的祝福！

风雨兼程，刚刚走过的 2022 年是极不平凡的，过去的时间里，面对国际局势的突变和疫情的反反复复，大家斗志昂扬、共克时艰，实现了稳中有进、稳中向好的目标。

踏梦前行，即将到来的 2023 年是充满希望的。我们将继续携手踏实做好产品的创新研发，为中国坚果炒货行业高质量发展做出更大的贡献！

最后，祝愿我们的行业越来越好！祝愿大家在充满希望的 2023 年梦想成真，万事如意！

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

“岁月不居，时光如流”，值此新春之际，我谨代表河南省坚果炒货商会，向全国坚果炒货行业的同仁们，致以最诚挚的祝福！！

回首 2022 年，河南省坚果炒货商会在中国坚果炒货协会的精心指导和大力支持下，稳中求进，继续秉持以服务为基础、以自律为核心、以发展为目的的理念，为行业的创新、规范、健康发展尽职尽责。并于 7 月在郑州成功举办了“河南省坚果炒货商会第三届二次大会暨中原坚果行业高峰论坛”，为中国坚果炒货行业的高质量发展贡献河南力量。

“百舸争流，不进则退”，新的一年，机遇与挑战并存。使命光荣，责任重大，更需要我们全行业上下一心，精诚团结，共同奋斗，协力奔赴新起点、新标准、新征程！“新”意味着新起点上的新期待，需要我们牢牢洞察、把握、引领行业的方向，坚定奋斗目标，结合实际，统一思想，凝心聚力，迎难而上。更需要充分发挥行业龙头企业和产业集聚的带动作用，坚守品质，持续创新，引领推动行业健康持续发展！

“海阔心无界，山高人为峰”新的一年，让我们认真学习贯彻党的二十大精神，大力弘扬企业家精神，坚持自信自强，守正创新，踔厉奋发，勇毅前行，为推动中国坚果炒货行业的高质量发展做出卓越贡献！

徐建兴

我协会副会长、三胖蛋食品有限公司董事长

各位行业伙伴：

大家好，我是三胖蛋徐建兴。

新的一年，祝愿行业蓬勃发展，吸引更多人才加入，带领中国高端农副产品走向世界。新的一年，三胖蛋也将继续坚守高品质路线，为国人提供更高品质的三胖蛋瓜子，为行业树立标杆，推动产业健康发展。

三胖蛋将持续打造高品质瓜子全产业链发展规划，努力成为助推产业变革的核心力量，感谢时代、行业以及社会赋予三胖蛋的力量。感谢时代赋予我们的机遇，感谢社会各界和消费者给予我们的支持，感谢行业发展带给我们的资源。

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

即将过去的 2022 年是一个大灾大难之年，天灾人祸并行，给国家，企业，全国的广大人民造成了巨大的伤害，但再大的阴霾也挡不住太阳的光芒，日出东方，带来希望，祝 2023 年大家顺顺利利，平平安安，都有一个沉甸甸的好收获！即将过去的 2022 年是一个大灾大难之年，天灾人祸并行，给国家，企业，全国的广大人民造成了巨大的伤害，但再大的阴霾也挡不住太阳的光芒，日出东方，带来希望，祝 2023 年大家顺顺利利，平平安安，都有一个沉甸甸的好收获！

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

女士们！先生们！行业协会的全体家人们！大家好！

值此新春佳节来临之际！旭东代表公司全体成员，向社会各届关心支持爱护我们的朋友们表示衷心感谢！向全行业的同仁们表示热烈的祝贺！向伟大的祖国表达敬意！

一年之季在于春，一日之时在于晨，一生之间在于勤！

朋友们！行业好！大家好！才是真的好！只要我们坚定信心，勇于打拚！一起努力向前奔跑！一切都会更加美好！

借此机会！衷心祝愿伟大的祖国繁荣富强！祝愿全行业生意兴旺！祝愿同仁们幸福安康！新春愉快！如意吉祥！谢谢您！

王 琦

我协会副会长、上海琦潘食品有限公司总经理

告别艰难的2022，憧憬着美好的2023，我代表琦王花生的所有员工，祝全国坚果炒货行业的同仁们兔年运势顺遂，企业蒸蒸日上，家人健健康康！

徐长海

我协会副会长、广东省坚果行业协会会长

万象更新春意暖，瑞兔迎春喜气浓。2022年我们风雨兼程、勇敢前行，尽管遭遇挫折，却收获满满。值此辞旧迎新之际，我谨代表新疆雪白仁农业科技有限公司向坚果炒货行业全体同仁致以美好的祝愿！向前行道路上关心和支持我们的各级领导、同行、朋友们表示衷心的感谢！

不惧风雨，砥砺前行，阳光总在风雨后

2022年，是我们集团发展的第36个年头，也是具有重要意义的一年，走过了新冠疫情的第三个年头，我们面临着疫情、中美贸易摩擦以及全球经济环境加速变化等带来的多重考验，工厂因疫情反复阶段性封控，各类成本叠加上涨，企业正常运营受到了极大的影响，但是从新疆到广东，我们的工厂、公司和员工都经受住了考验，交上了一份满意的答卷。

不惧挑战，思变求新，在困境中求突破。

疫情3年，我们一直在思考和变通，从内部着手，找答案，找方法；把红瓜子、西瓜子、南瓜子、葵瓜子根据当年的产出和质量，制定当年收购质量、价格标准；让供应链延伸得更长，让信息流通更快，把基础铸的更结实、更牢固。

新年将至，万象更新，我们在此告别辛勤耕耘、挑战与收获并存的2022年，满怀感恩与期待的心迎接新的一年，雪白仁集团祝福全体行业同仁，新年新气象、披荆斩棘，勇攀高峰，再创佳绩！

线下实体门店
未来的两大方向

很多传统行业的门店开了一二十年，但现在最主要的问题是受到电商的冲击，网上的价格普遍比门店低，有时候比门店的拿货价还低，客户一来就会问商家你做不做的到电商的价格。那么实体门店在这种情况下应该怎么办？

首先为什么电商出来后，对传统商业是秒杀？因为这三点它都做到了。第一是多选，一件商品可以做到货比三百家；其二是价格还便宜，比如拼多多，下沉市场巨大；第三是便利，比如京东，早上下单下午就送达，所以京东不像个电商公司，它更像个物流公司。所以传统电商几乎都满足了消费者这些诉求。那么下一轮的价值在哪儿呢？当多选无感的时候，当用户搜索“一双小白鞋”，淘宝跳出200页的时候，他不会觉得是幸福，而是痛苦，因为用户不知道该怎么选。当用户不知道怎么选的时候，“多选”的下一个价值就是“优选”“精选”和“我帮你选”！

比如你想请你的家人一起吃顿牛排，哪家牛排店最好呢？你会上“大众点评”，它会帮你选，它有一套算法——用户的评分；又比如今天女孩子要买口红，她会进李佳琦的直播间，李佳琦推给她什么口红她就会买什么口红。所以从卖场变成了买场！所以小红书上，抖音上直播间里那些博主，他们是用他们的专业、审美和选品推荐给广大用户“安利”和“种草”。所以内容电商、兴趣电商、KOL的种草和推荐是基于用户相信他们的专业选品和审美。

其次是今天互联网的渗透率越来越高。线上可以信息搜索、购物娱乐、社交、学习，那么人们到线下的目的是为了什么？因此实体门店未来需要注意两个有价值的方向。

第一个叫极致效率，就是方便便捷。比如蜜雪冰城，资本市场对它的看好超过了喜茶和奈雪的茶，一、二、三线城市有上千家门店，开店门槛低，选址要求低，客单价低。

第二个叫做极致体验。因为线上解决不了社交场景，线下是社交场所和有温度的体验。成都有一帮90后开了一个酒吧，他们把一座山搬到了房子里，以满足城市人喜欢露营，想露营却苦于露营的地方太远，没有时间去郊外露营的需求。在城市的中心建一座山，搭一个帐篷，让客户感觉在山上露营。这样的酒吧天天爆满，约都约不上。

时代的生意就是这么做的，很多时候你花同样的时间、同样的经历，如果没有时代的模型和算法，只能从“亏本”变为“少亏”，从“赚钱”变成“多赚一点点”，但是几乎看不到希望和未来。现在的实体门店，不能排斥和对抗，只能思考应该怎么拥抱互联网。

《食品安全抽样检验管理办法》

国家市场监督管理总局令第15号

- 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。
- **2019年10月1日起实施。**
- **国家市场监督管理总局**负责组织开展全国性食品安全抽样检验工作，监督指导地方市场监督管理部门组织实施食品安全抽样检验工作。
- **县级以上地方市场监督管理部门**负责组织开展本级食品安全抽样检验工作，并按照规定实施上级市场监督管理部门组织的食品安全抽样检验工作。
- 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（2022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。 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（如松子、 松籽等）、葵花籽、其他瓜子（如西瓜子、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”为使用除开心果、杏仁、扁桃仁、松仁、瓜子之外的其他坚 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（如核桃、榛子、栗、香榧、夏威夷果、腰果等）和其他籽类制品（如熟制芝麻、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：2020年全年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
1	餐饮食品	707939	42384	5.99%
2	蔬菜制品	128974	4454	3.45%
3	淀粉及淀粉制品	95327	2672	2.80%
4	**炒货食品及坚果制品**	72728	1998	**2.75%**
5	冷冻饮品	24411	563	2.31%
	……			
34	**其他食品**	3505	52	1.48%
	合计	6387366	147721	**2.31%**

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%。

“市场监管总局2021年第二季度例行新闻发布会”：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。

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（2021年第24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年第二季度及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%**。

2021年第三季度食品安全监督抽检情况（2021年第43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	样品不合格率
2	**炒货食品及坚果制品**	29099	28039	1060	**3.64%**
……					
合计		2459894	2396283	63611	**2.59%**

2021年第三季度，全国市场监管部门完成食品安全监督抽检2459894批次，检出不合格样品63611批次，总体不合格率为**2.59%**，较2020年同期上升0.37个百分点。

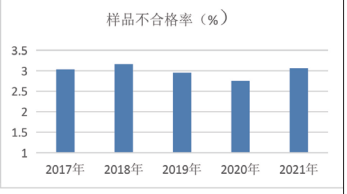
2021年第四季度及全年食品安全监督抽检情况（2022年第15号）

2022年5月6日，市场监管总局网站发布关于2021年市场监管部门食品安全监督抽检情况的通告。

2021年，全国市场监管部门坚持以问题为导向，完成食品安全监督抽检6954438批次，依据有关食品安全国家标准等进行检验，发现不合格样品187368批次，监督抽检不合格率为**2.69%**，较2020年上升0.38个百分点。其中，第四季度监督抽检不合格率为**2.85%**。

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	814457	54332	6.67%	6.84%
	其中：餐饮具	348693	45961	13.18%	12.65%
2	食用农产品	2762146	87119	3.15%	3.55%
3	蔬菜制品	155288	4867	3.13%	2.72%
4	**炒货食品及坚果制品**	91344	2794	**3.06%**	**2.56%**
	……				
合计		6954438	187368	**2.69%**	**2.85%**

	不合格率	合格率
2017年	3.03%	96.97%
2018年	3.16%	96.84%
2019年	2.95%	97.05%
2020年	2.75%	97.25%
2021年	3.06%	96.94%



2021年度国家市场监管总局本级食品监督抽检情况

2021年度市场监管总局本级食品安全监督抽检，共通报35次，31大类食品18651批次样品，其中不合格产品涉及27大类**394**批次，不合格率为2.11%。

序号	食品种类	细类	不合格样品数量/批次	不合格项目	总计不合格样品数量/批次	占不合格样品比
5	炒货食品及坚果制品	开心果、杏仁、扁桃仁松仁、瓜子	10	大肠菌群、霉菌、过氧化值、酸价、甜蜜素、黄曲霉毒素B1	19	4.82%
		其他炒货食品及坚果制品	9			

2022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
5	**炒货食品及坚果制品**	2167	2099	68	**3.14%**
……					
合计		77335	75907	1428	1.85%

2022年第一季度，全国市场监管部门抽检29类食品77335批次，检出不合格样品1428批次，总体不合格率为**1.85%**。（http://zhihu.com/tardis/sogou ）

2022年北京市市场监督管理局关于食品安全监督抽检信息的公告情况

序号	食品种类	样品抽检数量/批次	不合格样品数量/批次
抽检信息公告（2022年第8期）	**炒货食品及坚果制品**	18	0
抽检信息公告（2022年第14期）		35	0
抽检信息公告（2022年第20期）		37	2（大肠菌群）
……			
抽检信息公告（2022年第38期）		75	0
抽检信息公告（2022年第39期）		80	0

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
2022-7-6	匈牙利	花生	黄曲霉毒素（B1=81.67 (±16.33)μg/kg；Tot.=108.67 (±21.73)μg/kg）	拒绝入境通报
2022-4-6	荷兰	南瓜籽	检出沙门氏菌	警告通报
2022-3-7	德国	瓜子	黄曲霉毒素总量（42.8 μg/kg）	警告通报
2022-3-3	芬兰	南瓜子仁	异丙威（0.049 mg/kg）	拒绝入境通报
2022-2-4	法国	混合玉米饼干和涂层花生	含未经授权的转基因	后续信息通报
2022-1-18	荷兰	南瓜籽	沙门氏菌	警告通报
2022-1-5	意大利	带壳花生	黄曲霉毒素（8.9 μg/kg）	拒绝入境通报
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；89.9 μg/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	未经授权的新颖食品	拒绝入境通报

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

日本对中国产葵花籽实施命令检查

2021年4月30日，日本厚生劳动省发布药生食输发**0430第1号**通知，对中国产葵花籽实施命令检查。在对进口食品实施监控检查时，由于中国产葵花籽加工品中黄曲霉毒素超标，因此，对中国产葵花籽加工品实施命令检查。

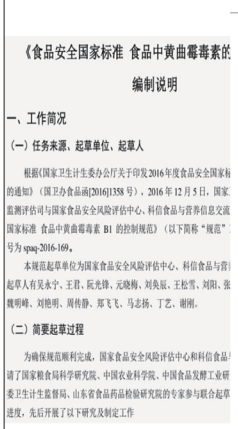
2021年 4月30日，日本厚生劳动省发布药生食输发**0430第2号**通知，由于日本对中国产葵花籽实施命令检查，因此取消对中国产葵花籽的监控检查。

检查对象	检查项目	检查方法	实施命令检查的具体理由理由
葵花籽及其简易加工品（仅限葵花籽含量在30%以上的简单加工）	总黄曲霉（黄曲霉毒素B1、B2、G1、G2的和）	根据2011年8月16日发布的食安发0816第2号《关于总黄曲霉的试验法》	可能含有或附着的总黄曲霉毒素超过10μg/kg。

日本对中国产含杏仁等食品中的总黄曲霉毒素实施命令检查

2021年9月24日，日本厚生劳动省发布药生食输发0924第1号公告，在实施进口命令检查时，MARS FOODS（JIAXING） CO.,LTD.制造的含有产杏仁、奇亚籽、花生的食品中检测出总黄曲霉毒素超标。

制品检查的对象食品等	检查项目	试验法	接受检查的具体理由
含杏仁、奇亚籽、花生的食品	总黄曲霉毒素（B1、B2、G1、G2的总和）	平成23年8月16日食安发0816第2号《关于总黄曲霉毒素的试验法》	总黄曲霉毒素有可能超过10μg/kg


《食品安全国家标准 食品中黄曲霉毒素的

编制说明

一、工作简况

（一）任务来源、起草单位、起草人

根据《国家卫生计生委办公厅关于印发2016年度食品安全国家标的通知》（国卫办食品函[2016]1358号），2016年12月5日，国家监测评估司与国家食品安全风险评估中心、科信食品与营养信息交流国家标准 食品中黄曲霉毒素 B1 的控制规范》（以下简称“规范”号为 spaq-2016-169。

本规范起草单位为国家食品安全风险评估中心、科信食品与营起草人有吴永宁、王君、阮光锋、元晓梅、刘奂辰、王松雪、刘阳、张魏明峰、刘艳明、周传静、郑飞飞、马志扬、丁艺、谢刚。

（二）简要起草过程

为确保规范顺利完成，国家食品安全风险评估中心和科信食品请了国家粮食局科学研究院、中国农业科学院、中国食品发酵工业研委卫生计生监督局、山东省食品药品检验研究院的专家参与联合起草进度，先后开展了以下研究及制定工作

GB

中华人民共和国国家标准

GB 31653—2021

食品安全国家标准

食品中黄曲霉毒素污染控制规范

2021-02-22 发布　　2022-02-22 实施

中华人民共和国国家卫生健康委员会
国家市场监督管理总局　发布

- DB13/T 5492-2022 高油酸花生黄曲霉毒素防控技术规程
- ISO 14501:2021 牛奶和奶粉 - 黄曲霉毒素M1含量的测定 - 通过免疫亲和层析法和高效液相色谱法测定
- NF V04-175-2021 牛奶和奶粉. 黄曲霉毒素M1含量的测定. 用免疫亲合性色谱法提纯和用高效液相色谱法测定（法国标准化协会）
- DIN EN 17424-2021 食品. 通过IAC净化和柱后衍生化HPLC-FLD测定除辣椒粉以外的香料中的黄曲霉毒素（德国标准化学会）
- DB65/T 4333-2020 羊黄曲霉毒素中毒防治技术规程（新疆维吾尔自治区市场监督管理局）
- DB62/T 4206-2020 羊黄曲霉毒素中毒防治技术规范（甘肃省市场监督管理局）
- T/CAQI 272-2022茶叶及茶制品中黄曲霉毒素B1的测定（中国质量检验协会）
- T/CAQI 239-2021粮油中黄曲霉毒素B1的快速测定测定 便携式液相色谱法（中国质量检验协会）
- T/CIRA 1-2021花生及饲料用花生粕中黄曲霉毒素B1辐照消解规范（中国同位素用辐射行业协会）

何字®

绍興老字号

Hezi
何字

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

香山 XIANGSHAN ®

Xiangshan

香山®瓜子

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

恒康食品
HENGKANG

专注高端坚果炒货
25年

健康好味道

臻 25年品牌 专业保障

正 产区直选 品质稳定

味 津津有味 唇齿留香

美 大小匀称 圆润貌美

宁波恒康食品有限公司
地址：浙江省慈溪市周巷镇环城北路888号

电话：（0574）63305688
传真：（0574）63320877
邮编：315324

Http: //www.china-hengkang.com
E-mail: admin@china-hengkang.com

陈林®
Chen Lin
诸暨市著名商标·诸暨市名牌产品

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

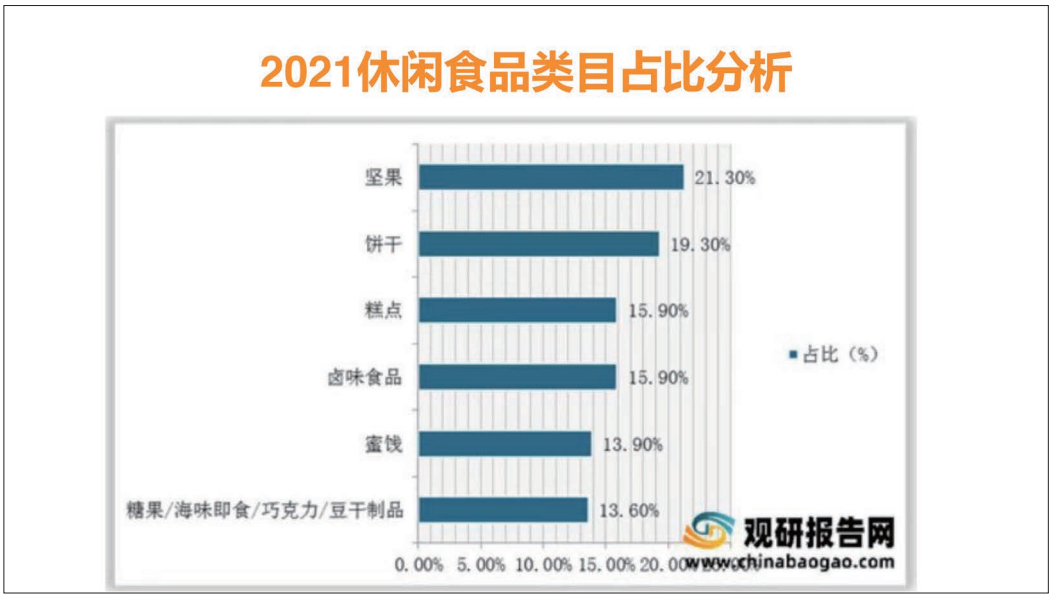
网址：http://www.chenlinfood.com

编者按语：

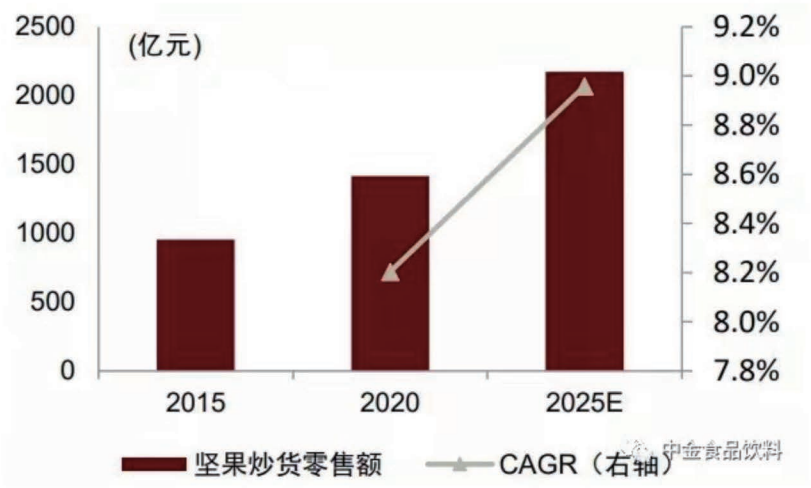
2022年尽管全行业都受到了疫情的重创，但全行业仍对未来充满信心，在逆移动浪潮下的每个场景都会带来新的机遇，而产品的韧性也将加速这一趋势的演变和相应商业模式的进化。

2021-2022 年 全国坚果炒货市场浅析

浙江臻品道商贸有限公司 吴燕

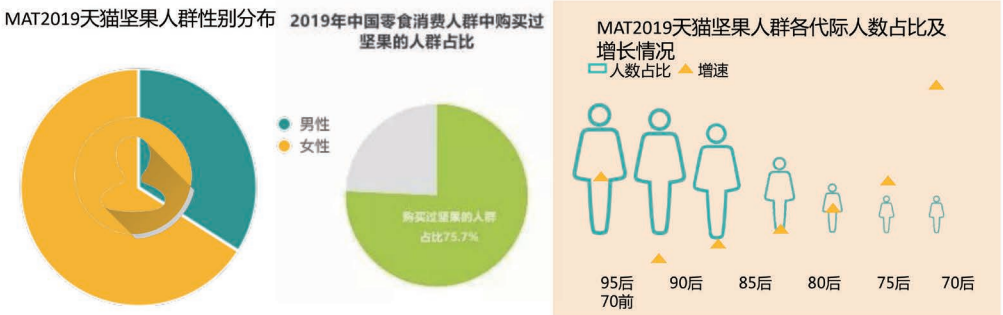


坚果炒货销售数据分析



消费人群画像分析

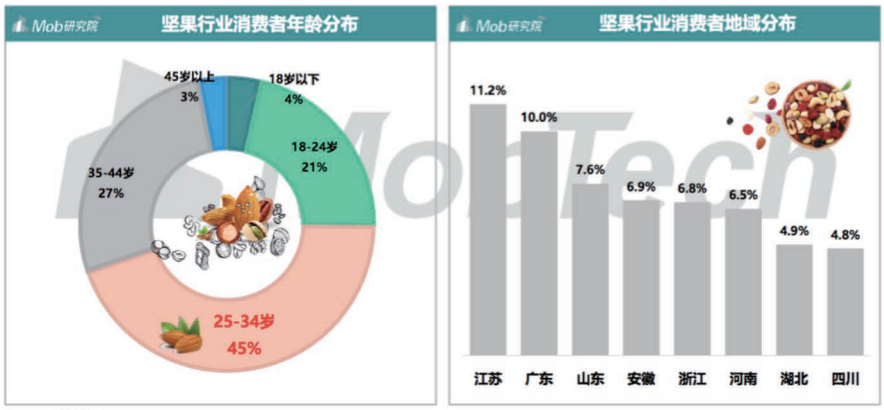
- 女性群体更具消费力,近七成，但男性消费者也是未来坚果行业不可小觑的消费潜力群；
- 85年后的出生人群是市场主体，70年代及之后出生人群占比呈现上升趋势。



Source：CBNDATA，艾瑞咨询 / 淘宝网数据

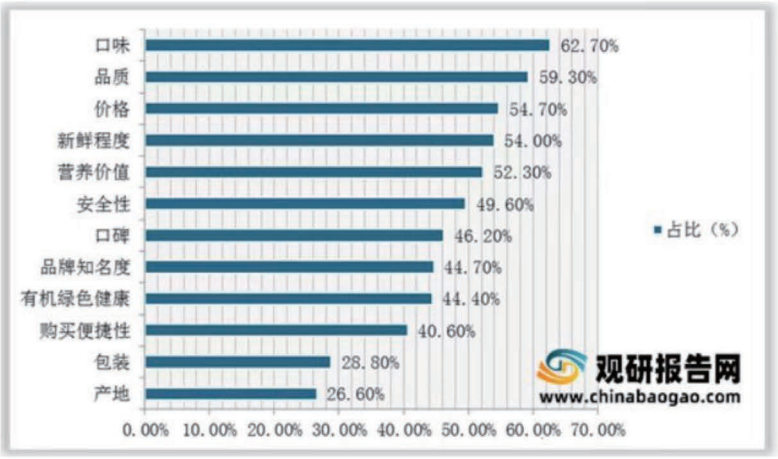
消费人群年轻化

消费坚果主要来自25-34岁年轻族群，地域分布主要来自江苏、广东、山东

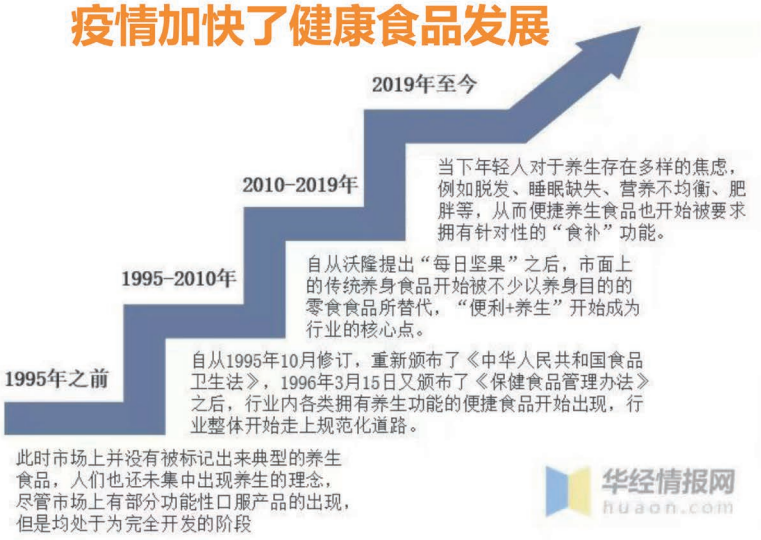


Source：MobTech

消费者购买因素分析



疫情加快了健康食品发展



疫情加快了健康食品发展

养生零食的分类及举例

分类	细分	举例
传统零食类	中式干果零食、低卡代餐零食、冲泡类零食	中式干果类零食包括芝麻丸、阿胶核桃红枣糕、七白糕；低卡代餐类中有谷物能量棒、谷物煎饼等；冲泡类的有姜母茶、益母茶、谷物糊等
即食补品类	即食中药补品、即食海产品	即食中药补品包括即食燕窝、西洋参含片、人参果冻、枸杞原浆等；即食海产品包括即食海参、即食花胶等
化学功能类	功能性糖果、功能性饮品、功能性果冻	功能性糖果有益生菌软糖、护发维生素、抗糖阻脂软糖、褪黑素软糖等；功能性饮品比如引用累的美容产品等；功能性果冻有酵素果冻等

坚果炒货市场上升空间持续

当前我国坚果行业仍处于发展初期阶段，人均消费量与美国、日本等国外发达经济体相比仍有较大差距。

据东北证券研究数据，美国对非瓜子类包装坚果的人均消费金额为130.1元，是中国16.3元的近8倍。预计我国包装坚果未来市场空间将超千亿，较目前仍有3-6倍提升空间。

加速线上布局，线上线下联动增强体验

因为疫情全民“闲宅”，虽然大家都不能出门，但**休闲零食因其刚需属性增速亮眼，线上布局在这次疫情中发挥较大作用。**

全国各地零食集合店遍地开花
大型连锁面临挑战

疫情之下我们看到线上销售的勃勃生机，但线上线下联动是更有利于休闲零食行业发展的商业模式，此次疫情的爆发或让这种模式被加快推进。

3.0时代“强体验”

专业人士分析，从1980年以来，坚果炒货类以15年为一个周期，已经入3.0时代。其1.0时代“无品牌无体验”，主力军是炒货夫妻店；

2.0时代“有品牌缺体验”，炒货有了品牌化意识，粒上皇、琦王花生、欧多味、薛记炒货等品牌诞生；

3.0时代“强体验”，品牌升级向着万店规模进发

坚果炒货连锁经营代表品牌

品牌名称	品牌创立时间	开店方式	在营门店数量
粒上皇	1999	直营、加盟	660+
薛记炒货	2014	直营、代理	600+
欧味多	2000	直营、加盟	500+
琦王花生	1995	直营	260+
举个栗子	2013	直营、加盟	200+
欢喜花生	/	直营、加盟	160+
栗妃	2009	直营、加盟	100+
梁人记	2021	直营	50+
好栗嗨	2008	直营	40+
栗中仓	2021	直营、加盟	20+
麦栗工坊	2003	直营、加盟	20+
百品好	2021	直营	20+
金粒门（金栗门）	2020	直营	1900/1/14
敲个栗子	2019	直营	10+

全渠道营销时代

从研究产品到研究消费者，线上+线下的消费场景化将成为未来重点

人—消费者	货—产品	场—场景	渠道	营销
走心俘获消费者	**质量是王道**	**注重消费体验**	**全渠道**	**营销顾客非营销商品**
□ 与消费者建立强链接，建立在多元化满足其需求的基础上 □ 通过大数据解读，全方位了解用户画像，做到精准营销	□ 通过技术与数据手段，做好产品品牌质控，保障产品质量 □ 研发与创新，不断推出新产品与爆款，提高产品生命周期	□ 真正实现线上+线下的消费场景化 □ 创新与品牌相关的各种购买和消费场景，提高品牌形象和加大宣传	□ 线上各类平台打通，线上与线下打通，与各类合作伙伴渠道打通 □ 实现各类渠道的数据融合与共享，建立完整的消费数据平台与体系	□ 改变营销手段，非强推销产品，而是推销“好的产品”教会顾客挑选好东西 □ 打造IP形象，赋予其更多的故事与情感表达，与消费者建立情感共鸣

Source：Mob研究院

数字化营销策略

人群洞察 种子画像 * KOL 粉丝画像　社群问卷 / 试吃 * 口味 / 品类偏好　易流转消费者模型 * 品牌新客

内容渠道偏好
KOL人设偏好
内容类型偏好

精准再触达培养
营销类型偏好
RTB 序列化投放

优选渠道　　优选KOL，矩阵投放

A 内容种草

B 社群营销

品牌共创期	产品上线期	发展期	产品优化期
口味包装调研	试吃	裂变	消费者调研
“兴趣引导”	“积攒声量”	“扩充人群”	“优化方向”

C 销售渠道

品效合一的营销

抖音 / 视频 / 快手店铺的基础销量、评分提高

达人直播带货、分销

小红书内容种草（适合高客单价的单品）

市场供求信息 Market supply & demand information

寻找三养火鸡面的供应商，欢迎来电咨询

需求信息：寻找三养火鸡面的供应商，欢迎来电。
公司名称：未来已来科技发展有限公司
联系人：邵武君
联系电话：18511357511

寻求代装果蔬脆供应商

需求信息：寻求代装果蔬脆供应商，合作共赢！
公司名称：宁乡县鹏发酒类贸易有限公司
联系人：王华
联系电话：13319590898

锅巴、红薯片欢迎来电采购咨询

供应介绍：销售锅巴 红薯片，欢迎来电采购。
公司名称：襄阳好媳妇食品有限公司
联系人：吴经理
联系电话：15871973271

酥脆香甜琥珀核桃仁

供应介绍：山东恒善利丰食品有限公司一直致力于特色农产品的研发、传统食品工艺的传承及发扬，建立了合作社独有的研发体系，主要产品有核桃油、琥珀核桃等。
公司名称：山东恒善利丰食品有限公司
联系人：姜相臣
联系电话：0531-82795123

古法瓜子

供应介绍：芜湖市大徐瓜子食品有限责任公司已经完成了传统的炒货生产到定制化服务的产品升级。做好每一颗瓜子是大徐人的准则，相伴每一嗑是大徐人的期许。
公司名称：芜湖市大徐瓜子食品有限公司
联系人：徐国庆
联系电话：0553-3916100

蟹黄味腰果

供应介绍：公司在玉米类休闲食品特色深加工领域独树一帜，自主研发的黄金玉米花、豆等系列产品多年来深受业界和消费者的好评。
公司名称：绵阳紫东食品有限公司
联系人：童涛
联系电话：0816-2791888

熊猫版醇香原味 18 克

供应介绍：四川省百世兴食品产业有限公司成立于 2002 年，是一家集研发、生产、销售为一体的休闲食品企业。经过近 20 年的艰苦创业和不懈努力，已成长为中国花生食品行业的优秀品牌。 为消费者带来更多味道好、品质高的产品。
公司名称：四川省百世兴食品产业有限公司
联系人：销售部
联系电话：400-028-8719

开口栗

供应介绍：公司产品主要为软包装板栗罐头以及水果罐头。其中软包装板栗罐头，引进日本自动化生产线，采用新含气调理工艺，实现全自动杀菌、灭菌，确保产品质量。所产栗仁味道甘美、香甜，软糯，畅销于日本、韩国、美国、以色列、南非、沙特、香港等 20 个国家和地区。
公司名称：唐山市美客多食品股份有限公司
联系人：王东
联系电话：13676921939

销售海盐味南瓜子

供应介绍：公司成立于 1995 年，为台商独资，专业生产加工南瓜子、花生和蚕豆类的企业，国内外都有销售。
公司名称：苏州台山食品工业有限公司
联系人：谢色章
联系电话：0512-65403455

Market supply & demand information

第七届（2020-2021 年度）全国坚果炒货行业科学技术进步奖获奖项目

坚果燕麦能量包

——中粮山萃花生制品（威海）有限公司

中粮山萃花生制品（威海）有限公司作为中国农粮行业领军者中粮集团的下属全资公司，秉承中粮集团“全球布局、全产业链的国际化大粮商”的发展理念，始终以开发“安全、营养、健康、美味”的休闲食品为目标，以新技术、新工艺、新概念推动产品升级换代，开发出多款燕麦、坚果为主料的休闲类食品。中粮山萃公司成立于 2010 年 7 月，注册资本 1.83 亿元，总投资 4 亿元，仓储能力约 2.5 万吨，主营花生及花生制品、坚果类、燕麦类、菌菇类、食糖、杂粮以及其他休闲产品，拥有花生原料加工、油炸花生、花生酱、坚果制品、麦片制品、切碎产品、籽仁酱、茶制品、果干菌菇类等生产线 14 条，总加工能力 8 万余吨。

公司开发的“坚果燕麦能量包”产品荣获了第七届（2020–2021 年度）全国坚果炒货行业科学技术产品、工艺进步奖二等奖。该产品是以低温烘焙燕麦片为主要原料，添加大颗粒烘烤坚果仁、南瓜籽仁、蔓越莓果干等多种辅料，经过独特配方结合含有多种微量元素的红糖调味，轻烤慢烘制作而成的，集营养与美味于一体，承载健康和便捷理念。

坚果烘烤加工工艺一般多采用热风烘烤工艺进行烤制，加热效率高，升温较快，烘焙时间短，容易造成加热不均匀、香味不足的现象。而坚果燕麦能量包中的烘烤坚果仁是采用燃气式直火加热烘烤，实现精准温控，烘烤温度低，烘焙时间长，风味物质反应比较充分，使坚果香味浓郁、口感丰富满盈。

燕麦片多采用高温原味烘焙，口味普遍，加入红糖调味赋予燕麦片独特风味，并采用蒸汽烤炉低温烘烤，保留红糖原有风味，避免烘烤过程中的营养流失，提升产品营养价值。

烘烤坚果仁与红糖燕麦片的科学配比，实现多口味有机搭配，既有燕麦的醇香又具备坚果酥脆，加上红糖的香甜，使口味和香气达到一个全新的高度。同时，多纬度的原料搭配，可以满足上班族、学生族和中老年等多人群对健康的需求，既可以即食补充能量，亦可作为酸奶、牛奶以及咖啡和茶饮伴侣，作为早餐辅食也很美味，完全契合了消费者对营养健康美味的诉求。

技术进步永无止境。随着产业发展，科技进步，中粮山萃会与广大休闲零食行业同仁一道，为坚果炒货行业发展，继续贡献一份微薄之力。

MEYER
美亚光电
坚果精细化
分选方案

品质坚果有哪些特点？
MEYER
美亚光电
做消费者可感知的品质坚果
优质产地
品质新鲜
颗粒大，
外形完整、好看
干净无异物

坚果加工企业利润空间来源于：提升品质 控制成本
MEYER
美亚光电
提升品质
终端消费升级，消费者对品质坚果的需求越来越多，对杂质和缺陷的容忍度不断降低，稍有不慎就会引起投诉，对品牌有极大负面影响。
控制成本
坚果加工企业之间的竞争日趋加剧，在提升品质的同时，如何控制成本成为摆在企业面前的一道难题。随着人力成本的不断提升，用设备替代人工成为企业的不二之选。

品质坚果需要精细化分选

MEYER 美亚光电

为什么要精细化分选 ？

- 随着终端消费升级，广大加工客户越来越注重标准化、精细化、多元化生产。品质升级，就要精选！
- 坚果种类繁多，受种植时间、环境等复杂因素影响，坚果原料中常会产生颜色、形状特征极为复杂的缺陷，给品质管控带来挑战

传统色选机很难保证

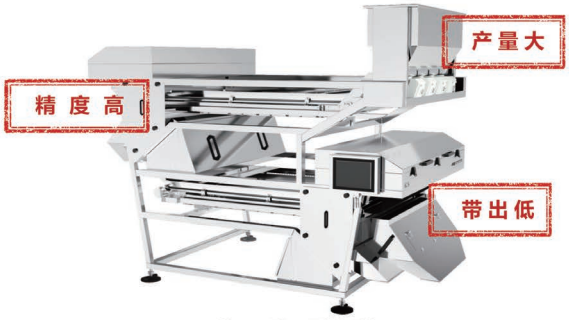
- 物料尺寸不规则、形状太大，无法分选
- 杂质及缺陷选不净，精加工需求难满足，还需配备人工再挑拣
- 物料易破碎，加工收益难保障
- 结构不稳定，难以满足长久运行
- 设备易积料，不易清理

……

美亚工程化AI履带色选机，开启精细化分选新时代

MEYER 美亚光电

- **基于工程化设计，整机结构高度标准化、模块化，运行稳定可靠，满足农产品加工企业长时间连续生产需求**
- **搭载深度学习技术，实现复杂场景下异物及缺陷的精细化分选，避免传统色选后人工再度挑拣**



美亚工程化AI履带色选机

常见品质坚果的精细化分选

籽坚果分选解决方案

葵花籽分选解决方案

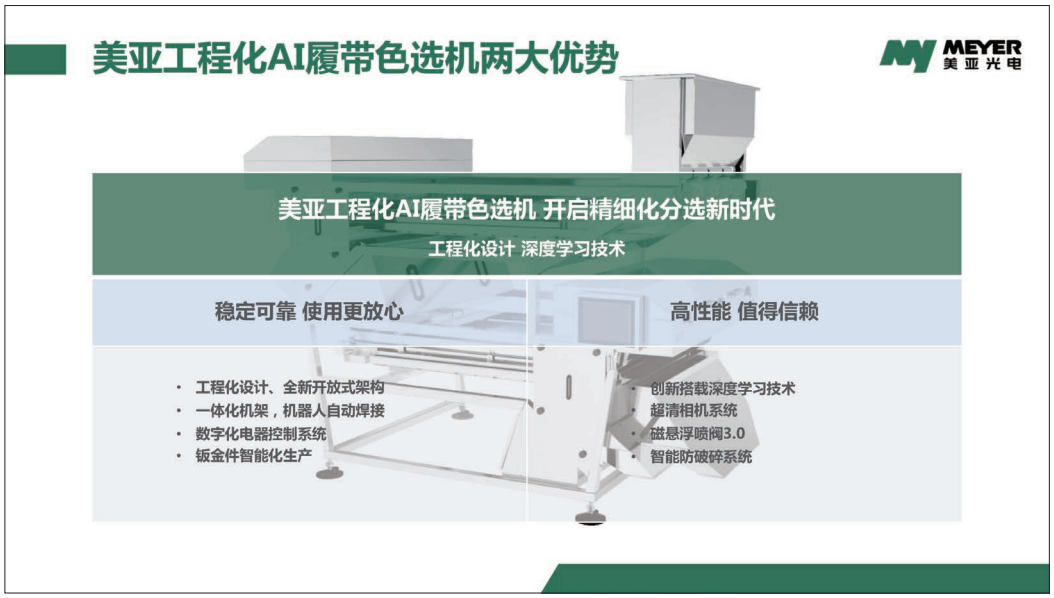
常见品质坚果的精细化分选
籽坚果分选解决方案
籽坚果分选解决方案
南瓜子仁
双A
单A
瓜瓤
黄仁、油仁、红仁
未脱壳粒
瓜壳
无壳南瓜子
成品
脏板
猫眼
菌核
苍耳
虫尸
葫芦籽
成品
脏板
西瓜子
成品
二轻板
红粒
麻粒
葵仁
成品
油粒
带皮粒
恶杂
玻璃
金属
石子
土块
捆扎带
烟蒂

常见品质坚果的精细化分选
MEYER 美亚光电
花生分选解决方案
花生米分选解决方案
生料花生
成品
霉变
病斑
芽粒
黄锈米
灰锈米
冻粒
未成熟米
破皮破瓣
裂纹粒
全脱皮
紫米
未成熟果
杆
花生果
长圆分选(圆粒)
长圆分选(长粒)
动物粪便
金属
石子
塑料
炭渣
烟蒂
杂粮异种
熟料花生
成品
霉变
未脱尽粒
小粘皮
花生果
石子

常见品质坚果的精细化分选
MEYER 美亚光电
花生分选解决方案
花生果分选解决方案
成品(罗汉)
成品(白沙)
霉变果
破口断茬果
裂缝果
病斑果
未成熟果
腐果
花生仁
异种杂粮
花生壳
智能形选(多粒)
智能形选(独果)
秸秆
塑料
金属
土块
石子
烟蒂
炭渣

常见品质坚果的精细化分选
MEYER 美亚光电
树坚果分选解决方案
树坚果分选解决方案
核桃分选
核桃壳
核桃仁
异色
杏仁分选
杏仁壳
杏仁
异色
山核桃分选
山核桃壳
山核桃仁
异色
开心果分选
黑籽
黄褐斑
空壳
巴旦木分选
青皮
白毛
黑仁
脱皮
虫蛀
大小分选
碧根果分选
碧根果壳
碧根果仁
异色
黑籽
芽粒
松子分选
黑籽
白籽
油籽
榛子分选
脱皮不净
大小分选
杂杂分选
金属
石子
玻璃
陶瓷
塑料

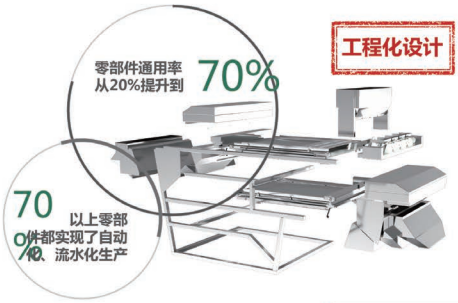
常见品质坚果的精细化分选
MEYER 美亚光电
各类坚果精细化分级（以核桃为例）
头路核桃仁
“我颜值高、个头大，身价高，人工剥壳出身，大家都爱我！”
二路核桃仁
“我除了个头比大哥小一半，其他优点我都有！”
三路核桃仁
“我小是小了点，营养价值一点也不差，食品加工厂的最爱！”
四路核桃仁
“我个头虽小用途广！烘焙食品、核桃饮料、核桃油、核桃粉都离不开我！”


美亚工程化AI履带色选机两大优势
MEYER 美亚光电
美亚工程化AI履带色选机 开启精细化分选新时代
工程化设计 深度学习技术
稳定可靠 使用更放心
高性能 值得信赖
工程化设计、全新开放式架构
一体化机架，机器人自动焊接
数字化电器控制系统
钣金件智能化生产
创新搭载深度学习技术
超清相机系统
磁悬浮喷阀3.0
智能防破碎系统

美亚工程化AI履带色选机，稳定可靠使用更放心

MEYER 美亚光电

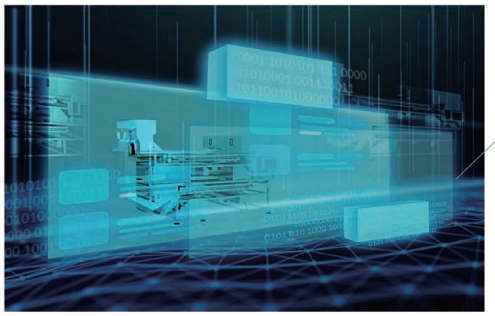
- 工程化设计、全新开放式架构，整机结构高度模块化、标准化，零部件通用率从20%提升到70%，改变了传统制造模式，从源头保障了产品一致性及可靠性
- 一体化机架，可实现机器人自动焊接，刚性强度好，载体可靠性高



美亚工程化AI履带色选机，稳定可靠使用更放心

MEYER 美亚光电

- 数字化电气控制系统，采用拓扑式结构，减少了45%冗余控制模块，并实现隐藏式布线设计，从源头控制了核心部件的突发性故障，保障运行过程稳定可靠



减少传统色选机 45% 的冗余控制模块

美亚工程化AI履带色选机，稳定可靠使用更放心

MEYER 美亚光电

- 钣金件智能化生产，通过弯板中心成型及自动化焊接，确保分选箱、料斗等部件高度稳定可靠，且密封防水性高

美亚智能工厂（部品及总装生产基地）

美亚智能工厂（涂装及钣金生产基地）

智能弯板中心

机器人组焊生产线

钣金自动化柔性加工生产线

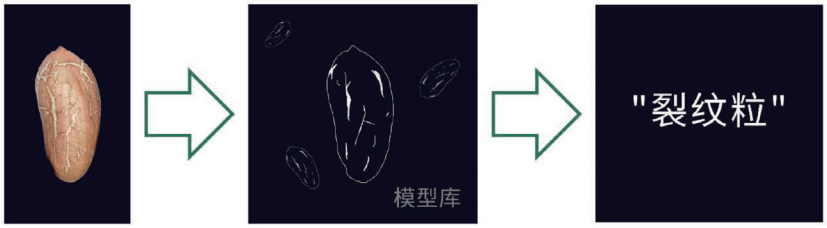
无人化磁悬浮喷阀生产线

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 创新搭载深度学习技术

—— 基于海量样本数据库，可快速构建并迭代深度学习分选模型，能够挑战传统算法难以应对的复杂异物及缺陷，满足客户变化性、精细化分选需求



相机拍摄一张花生裂纹的图片　　与模型库比对分析　　得出结论：这是一粒裂纹花生

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 创新搭载深度学习技术

—— 基于海量样本数据库，可快速构建并迭代深度学习分选模型，能够挑战传统算法难以应对的复杂异物及缺陷，满足客户变化性、精细化分选需求

美亚深度学习技术五大优势

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚农产品异物特征精细化分析系统

—— 基于多年数据积淀建成的大样本库、大模型库，以及充分的用户需求研究，形成了覆盖多种农产品的杂质及缺陷特征精细化分析系统。针对坚果，不再笼统地定义分选范围，而是细分到葵花籽、瓜蒌籽、西瓜籽、葫芦籽等每一个品种，将异物细分为一类杂质、二类杂质及其它缺陷

一类杂质	二类杂质	其它缺陷
金属、塑料、昆虫、木屑、石子、玻璃等恶性杂质	霉变粒、异色粒等不完善粒	破损、异形等缺陷

坚决不允许存在　　严格控制在标准范围内　　根据实时需求灵活控制

* 当外部环境再次造成杂质及缺陷特征改变时，美亚AI履带色选机还能及时更新大样本库、大模型库，满足变化性、精细化分选需求。

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚农产品异物特征精细化分析系统

常见坚果物料杂质及缺陷精细化分选矩阵

序号	物料	一类杂质	二类杂质	其它缺陷
1	葵花籽	玻璃、金属、塑料、烟头、羊粪球、昆虫、石子	葵花盘、葵花杆、苍耳、菌核、霉变粒、锈斑粒	虫洞粒、破损粒、双胞胎、三棱籽
2	葫芦籽	玻璃、金属、塑料、烟头、昆虫	瓜瓤、果皮、脏板、籽仁	破损粒
3	西瓜籽	玻璃、金属、烟头、昆虫、动物粪便	发白粒、红粒、麻粒、翘板	粘连粒、虫洞粒、破损粒
4	瓜蒌籽	玻璃、金属、烟头、羊粪球、昆虫	磨砂粒	破损粒、粘连粒
5	花生米	炭渣、金属、烟头、土块、砖块、陶瓷	花生果、黑斑粒、黄锈粒、霉变粒、发芽粒、紫米、长粒、黑线条	瓣粒、脱皮粒
6	花生果	金属、烟头、土块、砖块、陶瓷	杆、霉变果、裂缝果、花生米	破损果、灰瘪果、腐果、
7	山核桃	金属、石子、土块	壳、黑斑、霉变粒	干瘪粒
8	桃仁	金属、石子、土块	褐色粒、焦糖粒、霉变粒	干瘪粒、瓣粒、双仁、破损粒
……				

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚农产品异物特征精细化分析系统

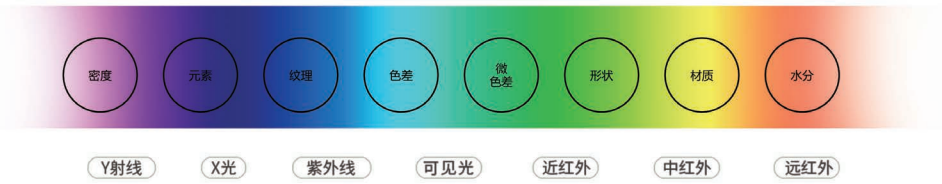
精细化分选案例（葵花籽）

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚多光谱识别技术

—— 可提供颜色、形状、纹理、材质等多维度分选检测解决方案，满足用户差异化加工需求



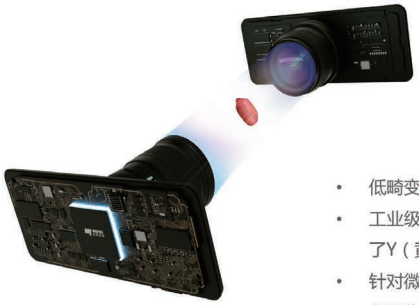
- 可见光主要根据物料颜色、形状差异分选
- 红外光主要根据物料水分、材质差异分选
- X光主要根据物料密度差异进行分选或检测
- 紫外光主要根据其诱导出的荧光差异分选

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚超清相机系统

—— 搭载低畸变相机镜头，最小识别区域可达0.0025mm²，物料识别更清晰



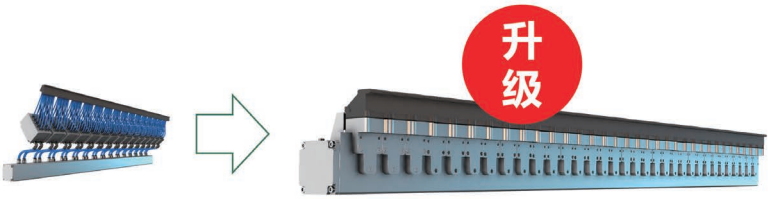
- 低畸变相机镜头，拥有超高清分辨率，成像不失真
- 工业级四色CCD传感器，可在R、G、B三原色的技术上加入了Y（黄色）像素，大大增加图像色彩表现能力
- 针对微色差物料，美亚光电还增加了图像色彩还原算法，采集图像更逼真

美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 美亚磁悬浮喷阀3.0

—— 一体化结构、无人化生产，可实现每秒1200次的精准剔除，使用寿命长、维护更便捷



磁悬浮喷阀"黑灯工厂"

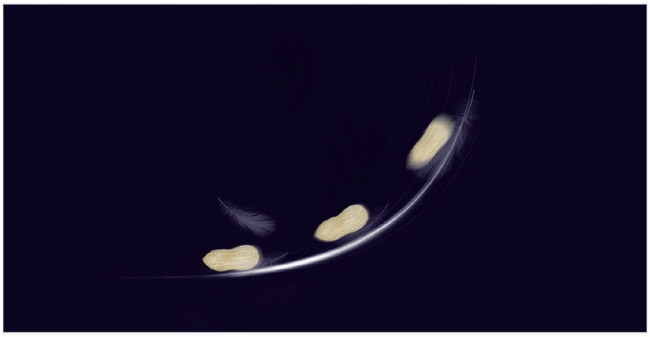
- 超高速响应，喷阀启动所需的反应时间更短，剔除更精准；
- 毫秒级启停，充分避免气源泄露，让产量更大、损耗更低；
- 模块化设计，让维护更便捷；
- "黑灯工厂"无人化生产、标准化出品，部件可靠性大幅提升，进一步延长了使用寿命。

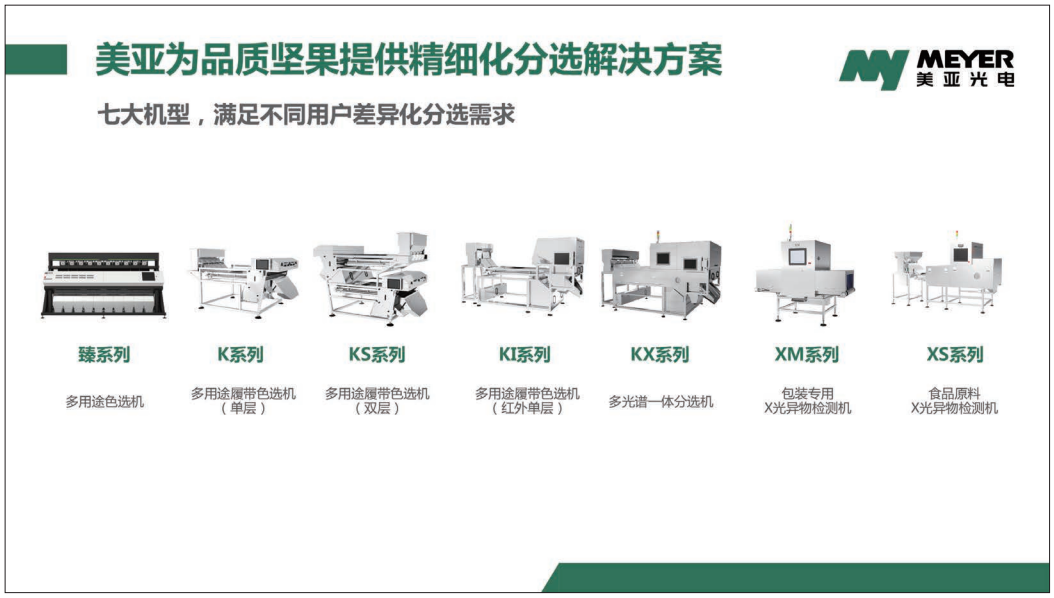
美亚工程化AI履带色选机，高性能，值得信赖

MEYER 美亚光电

- 智能防破碎系统

—— 提供软件支持及硬件防护，保证物料下落"软着陆"，最大限度减少物料受力程度，有效控制破碎




美亚为品质坚果提供精细化分选解决方案
MEYER
美亚光电
七大机型，满足不同用户差异化分选需求
臻系列
多用途色选机
K系列
多用途履带色选机（单层）
KS系列
多用途履带色选机（双层）
KI系列
多用途履带色选机（红外单层）
KX系列
多光谱一体分选机
XM系列
包装专用X光异物检测机
XS系列
食品原料X光异物检测机

美亚光电 安心之选

复合辛香料
提取物香精在炒货中的应用

项目简介：

此项目通过对十几种常用香辛料，从品种、产地、价格、气味特征等多方面进行对比，并采用不同的前处理工艺和提取方法，通过搭配和调香，配制出具有独特风味的香辛料提取物香精。

立项背景：

通过对香辛料的前处理和提取工艺获得用于炒货加香的香辛料提取物香精。

创新点：

利用前处理和提取技术得到天然感更好的炒货用香辛料提取物香精以替代目前炒货煮制过程中香辛料包的使用，后续对原材料的选择保存上需进一步完善，使产品质量更加稳定。目前是唯一用于替代炒货煮制过程中香辛料包的水溶性复合香辛料提取香精。

应用情况：

此款香精天然感极好、回味悠长，不仅改变了以往炒货用香辛料香精化学味重、口感发腻的缺点，还通过替代炒货煮制过程中大量添加的香辛料，节约了客户的经济成本、人工成本和时间成本。

榛子的品种与选择

榛子的品系很多，不过目前我国最主要而且种植最广的要属平欧杂交大果榛子。

何谓平欧杂交大果榛子呢？首先我们得从野生榛子讲起。我国野生榛子的主要品种有平榛和毛榛。这两种榛子野生于我国黄河、秦岭以北的地区。它抗寒、适应性较强，在有冬雪覆盖，温度最低将至 −48℃的低温地方的都能存活。而我国开始人工栽培最早引进的是一种在国际上栽培较普遍的 —— 欧洲榛。

经过不断的试验研究，我们将欧洲榛与平榛进行交配，也就形成了适合我国栽培的平欧杂交大果榛子。平欧杂交大果榛子是我国最常见最主要的品系，它还有好多不同的品种，各地要根据各个品种的主要特征而选种栽培。

1 平顶黄

平顶黄是由于它的果实底部为黄褐色而得名。它坚果为扁圆形，个大，平均单果重 2.4 克，出仁率为 41%，果仁饱满，较光洁，风味佳，品质上等。平顶黄在各地都可栽种，最适宜东北地区。

2 达维

达维是杂交大果榛子中栽培面积较大的一个品种，它坚果大，呈长圆形，为红褐色。平均单果重 2.5 克，通常都果仁饱满，光洁，风味独特，品质上等。达维品种适合全国各地栽种。

3 薄壳红

薄壳红果实呈圆锥形，红褐色，单个果实较大，美观，果壳薄。出仁率高，为 45.9%。

4 金铃

果实像个铃铛呀，它就是金铃，看一个个呈金黄色，长圆形，别说还真是有点相似。

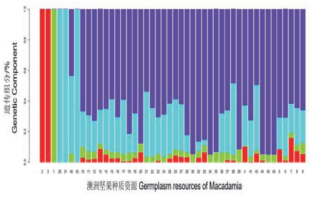
5 玉坠

它坚果为圆形，暗红色，平均单果重 2.04 克，果仁光洁，饱满。

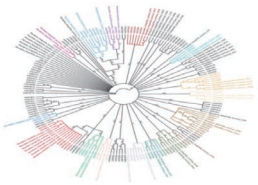
澳洲坚果新品种选育
及产业链关键技术集成研究与示范

集高效育种技术 选育出优势品种

项目团队通过对国内外澳洲坚果种质资源收集引进，保存种质资源 315 份，利用杂交育种、辐射诱变等手段创制新种质 132 份。首次应用简化重测序 SNP 标记技术对 45 份澳洲坚果种质资源进行遗传多样性分析，从选育品种中鉴定 100 万个 SNP，新基因 24515 个，克隆 8 个转录因子 MiMYB1、MiMYB2、MiMYB3、MiMYB4、MADS-box、MiMYC2、MibHLH48 和 MibHLH71。首次鉴定与成花、抗旱性相关的转录因子基因，阐明其在转录水平调控成花和抗旱的功能。再针对澳洲坚果地域限制，定向选育四个优势品种，解决了品种适应性和品种布局问题，选育品种植后第 3 年挂果，比原主栽品种提早 2 年，丰产期亩产可达 560-748kg，比原主栽品种增产 41.41-88.89%，新品种推广种植面积占全国总面积的 55.18%，广西占比 95%。在澳洲坚果新品种选育和推动产业发展方面居国际领先地位。



澳洲坚果种质 SNP 分析群体结构 (K=4)



澳洲坚果 MiMYBs 系统进化分析

创新配套高效栽培技术 助推产业高质量发展

（1）研发高接换冠方法：研发的高接换冠方法成活率可达到 95%，较传统的方法提升了 45%，高接后管护 2 年便可投产，同时矮化树形，有利于节省人工、减少农资的成本投入。

▪ 王文林研究员带团队进行澳洲坚果病虫害调查

（2）创新“立体修剪 +V 型整形”方法：研发的技术，可通过落头“开天窗”的方式形成 V 型树形，增加内膛光照，简化了修剪方法，节约修剪成本，丰产期平均株产青皮果产量可达 32.25kg，较传统修剪方法平均株产量提高了 37.29%。

（3）集成病虫害防治措施：项目经过反复验证最终明确了直接影响坏果率的 4 类主要害虫，编著《澳洲坚果病虫原色图谱》，提供了澳洲坚果主要病虫害综合防治方法，使全区坏果率降低至 4.14%，降低了 27.25%，达到行业收购标准，有力地保障了原料安全。

（4）研创果园生草方法：研发的果园生草技术通过定向选留良性草和播种藿香蓟相结合，树盘覆盖等方式，有效恢复果园微生态。技术应用于澳洲坚果生产园，使果园土壤有机质恢复至 1.38%，提升了肥料的利用率，每年减少除草 2 ~ 3 次，减少农药使用，生产总成本降低 15.46%。

项目团队还根据澳洲坚果浅根系特点，简化上述栽培管理，制定《喀斯特地区澳洲坚果栽培技术规程》，为滇、黔、桂喀斯特地区发展澳洲坚果产业提供了技术

▪ 成果单位的各种澳洲坚果口味产品

保障，支撑了滇、黔、桂石漠化地区推广种植 56.42 万亩，取得了良好经济效益、生态效益。

研发加工关键技术与装备 助力知名坚果品牌提升

（1）团队研发的澳洲坚果破壳清洗装置，破壳后直接清洗，破壳完整、效率高，发明的烘干箱采用低温分段控温干燥，显著提升果仁品质，延长货架期 6 个月以上；加工设备的研发使初加工生产成本降低 70% 以上。

（2）项目综合前期研发的开口工艺、干燥工艺、设备等，研发了奶油味、盐味等“开口笑”产品及蜂蜜、芥末、咖啡、黑巧克力味、蔓越莓裹衣等 12 款调味澳洲坚果仁产品，在三只松鼠食品有限公司、洽洽食品有限公司等 19 家企业建立加工示范生产线 101 条，形成“三只松鼠”、“洽洽”、“金怡”等 23 个知名坚果品牌。

▪ 成果应用单位上思县怡诚农业有限公司约万亩澳洲坚果标准化示范基地

创新坚果推广模式 引领产业乡村振兴

项目团队探索出“科研单位 + 种植企业 + 加工企业 + 销售企业 + 示范生产”模式进行产业化推广应用，解决了澳洲坚果品种选育、栽培和加工设备及产品研发等产业关键共性技术难题。通过在我国澳洲坚果主产区建立 36 个标准化高效试验示范基地，全国推广面积达到 222.36 万亩。近三年，开展 158 期培训，累计 10410 人次，带动 1823 户脱贫，累计新增生产经济效益 92.52 亿元，新增利润 54.52 亿元，节约成本 6.61 亿元，取得了显著经济、社会及生态效益。

▪ 王文林研究员进行澳洲坚果产业发展技术培训

▪ 贫困村科技特派员坚果产业科技服务团技术培训

NANKO 南科 | 迈 犇

草本应用引领者

草本调味料

坚果高端品质保证

草本调味料系列含有多种类型、多种功效的植物芳香物质提取物，科学组合，协同作用，具有提高坚果口感柔滑、香脆美味，突出坚果香味与风味并有生津的功能，破译草本密码，开启坚果美味。

草本味、草本奶味、草本椒盐味
草本蜂蜜味、草本陈皮味、草本咖啡味
草本榴莲味、草本藤椒味

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

华扬香精
HUAYANG FLAVORS

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月公司成立安徽鼐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。鼐犇公司以“鼐犇”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。

华扬香精公司和鼐犇食品科技秉承“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。

“智”造舌尖好味道 詹氏核桃重新定义健康农品

从吃货们争相推荐的“良心好物”，到线上线下卖场的“人气明星”，詹氏山核桃一步步稳扎稳打，获得了市场的肯定。

在双十一食品销售板块中，詹氏山核桃异军突起。其中，袋装山核桃仁、250g 装山核桃仁、红罐山核桃仁三款产品以遥遥领先的销量，荣登销售榜前三名，成为本次双十一“明星产品”。总结詹氏山核桃销量爆棚的秘诀，“心意”渗透在每个细节。

为了从源头上打造出最好的产品，詹氏山核桃创新“企业＋产业协会＋农户＋基地”产业模式，锻造了一条集源头种植、生产加工、仓储、物流、销售为一体的山核桃全产业链，为每一颗核桃都注入了绿色匠心。

品质制造，是詹氏山核桃一贯的坚守。而为了让产品进一步获得市场的认可，詹氏山核桃步履不停，向着匠心智造不断突破。2014 年，詹氏山核桃率先成立省内山核桃功能技术研发中心，并与江南大学、合肥工业大学、南昌大学等高校合作，相继研发多形态、多口味的山核桃产品，公司依托坚果智造生产线，逐步构建以特色山核桃、优质核桃、品质坚果、混合果仁等七大类 200 余种健康产品矩阵。

用心、精心、恒心，才能真正想顾客之所想，开发出真正生态健康的农特产品。未来，也期待着食品消费市场能涌现出更多“詹氏山核桃”，用品质和健康为美好生活加码。

第四届“三只松鼠杯”休闲食品创新大赛获奖名单揭晓

今年 3 月，由中国食品科学技术学会和三只松鼠共同主办的 CIFST– 第四届“三只松鼠杯”休闲食品创新大赛启动，在江南大学、中国农业大学、南昌大学、合肥工业大学、大连工业大学等 10 所定向高校和安徽师范大学、澳门科技大学、仲恺农业工程学院、渤海大学、江苏科技大学等 20 所非定向高校中开展。

大赛组委会组织来自食品科技、产业界和媒体的专家代表组成专家评审委员会，根据关键性指标内容完成程度、作品创新性、作品商业价值、作品技术可行性等评分指标，对 20 份决赛入围作品进行现场评分。最终于 11 月中旬评选出前三名共 6 项产品、单项奖产品 6 项、优胜作品 8 项、优秀组织高校 4 校，最佳指导教师 2 名。

公开资料显示，第四届“三只松鼠杯”休闲食品创新大赛以“创美味、享健康、赢未来”为主题，鼓励参赛团队以开放类和命题类其中一类为主创新一款休闲零食。其中，开放类作品需围绕“欢乐童年”主题创作一款营养健康、具有趣味性的零食产品；命题类作品则分为坚果类、肉类和烘焙类三大类，每个品类都要求根据相对应的关键性指标进行创新。

聚焦“坚果＋ X”战略，沃隆坚果：多款新品上线

坚果市场规模不断扩大，叠加消费者多样化的口味需求，丰富多彩的新口味坚果应运而生。顺应消费者的“尝鲜”需求，青岛沃隆食品股份有限公司等坚果企业，开启产品多元化之路。

聚焦坚果赛道，几年前，沃隆在全国范围内率先推出“每日坚果”系列产品，扩展了坚果的食用场景，也凭借这一个大单品实现了快速扩张，在混合坚果品类的市场份额中保持前列。

精准洞察消费者需求，如今，在产品多元化发展过程中，沃隆的多款风味坚果同样受到消费者好评。黑胡椒腰果、青花椒腰果、蜂蜜黄油扁桃仁、霸气榴莲腰果、樱花荔枝味气泡扁桃仁……风味层出不穷，既拉近了与消费者之间的距离，也为行业带来新的活力。

新推出的黑胡椒腰果，则用椒香酥脆的口感，为消费者解锁腰果新口味。腰果的香甜与黑胡椒的辛辣相融合，口感鲜香甜辣，刺激味蕾，让人越吃越上瘾。

结合此前首创“每日坚果”的经验，沃隆的风味坚果系列仍采取定量小包装，方便消费者随吃随取，成为更多人的日常小零食、追剧好伴侣。

围绕内核坚果，新风味和新质感的创新蔚然成风。关注消费者食用需求与口味选择，沃隆在聚焦“坚果 +X”战略之上，正持续创新产品与风味。

聚焦年轻消费人群 百草味入围最受“Z 世代”喜爱品牌 TOP10

由每日经济新闻与欧睿国际联合发布的 2022 第二届中国食品饮料行业创新力榜单揭晓，作为休闲零食行业头部品牌，百草味入围了最受“Z 世代”喜爱品牌 TOP10 榜单。

百草味入围最受“Z 世代”喜爱品牌 TOP10

据悉，此次评选涵盖了休闲食品、乳制品、调味料、新式茶饮等细分领域，从产品、品牌、创新力等多个维度进行评选，助力发现中国食品饮料的新价值。榜单设置了 2022 中国食品饮料行业“创新案例”、“最受“Z 世代”喜爱品牌 TOP10”等六大奖项，而最受“Z 世代”喜爱品牌榜单则是对品牌在“Z 世代”消费人群中的影响力的肯定和认可。

以“Z 世代”为代表的年轻人，他们往往注重个性化，个体之间、群体之间差异化明显，但对于休闲零食，健康化和品质化正成为年轻人的共同追求。为此，百草味在产品的研发上，不断围绕健康化和消费需求的多样化进行创新，以满足消费者差异化的需求。以百草味每日坚果为例，为了满足年轻人对于健康化和品质化的需求，百草味寻遍全球优质产地，甄选优质大果，于今年 8 月份推出了“本味甄果”系列新品，为消费者提供更高品质的坚果选择。在此之前，百草味还推出了每日坚果奇亚籽款，引入奇亚籽等超级食材，助力营养升级。同时，百草味还根据不同人群进行营养功能的细分，推出了益生菌每日坚果，通过添加益生菌粉提升肠道活力，适合学生、白领、妈妈人群。

百草味“本味甄果”系列每日坚果

从走进年轻人到共情年轻人，百草味不是一味“迎合”，而是在不断“创造”，通过对年轻消费群体的洞察，不断融入其中，与消费者共同成长，持续强化品牌的年轻化形象。

世界杯带动休闲零食外卖热销 洽洽瓜子外卖销量大涨 91%

2022 卡塔尔世界杯火热开赛，宅家看球，少不了瓜子零食。即买即吃，即时满足，成为年轻人的看球新姿势。

零售平台美团数据显示，世界杯开赛以来，零食、饮料等外卖订单增幅显著，其中，瓜子外卖在世界杯开幕当日环比增长达 69%，洽洽、老街口、金鸽等品牌瓜子热销。

随着“线上下单、线下 30 分钟送达”的即时零售业态迅速发展，“外卖点一切”成为越来越多消费者，尤其是年轻一代消费者的购物习惯。即时零售等新业态，也让休闲零食品牌在业务模式上实现更多组合，带来更高的增量。

瓜子外卖热销，洽洽、老街口、金鸽等品牌受欢迎

“看剧必备”“宅家看球，嗑嗑瓜子，太美好了”……瓜子是消费者喜爱的休闲零食，也是国内外不少球迷的看球“最佳伴侣”。其中以西班牙球迷最为著名，曾有一项统计表明，一个赛季中，西班牙甲级和乙级两个级别联赛的球场，共消耗了 2950 吨瓜子，其中皇马中场伯纳乌就占了 273 吨。

零售平台美团的数据显示，世界杯开赛以来，零食、饮料等外卖订单增幅显著，其中，瓜子外卖在世界杯开幕当日环比增长 69%，安徽品牌洽洽、浙江品牌老街口以及陕西品牌金鸽等品牌瓜子，屡登美团买菜坚果炒货榜前三名。

双十一三胖蛋销量稳居同品类前列

刚刚过去的 2022 年 11 · 11 购物狂欢节活动中，三胖蛋新媒体业务超同期 10 倍增长，抖音、天猫、小红书、京东等多平台布局内容种草、达人带货多平台同步爆单，瓜子销量遥遥领先。三胖蛋瓜子来自内蒙古葵花之乡，从种植做起，关注每一株向日葵生长，颗颗人工手选，力求瓜子颗颗饱满高品质，219 道工序层层严选，十斤瓜子选二两，瓜子更大更好吃。

依托多年好口碑，三胖蛋 2022 年上半年进行了品牌升级——升级款 8 大系列产品款款经典

高端系列十斤瓜子选二两，每一颗都是高品质的大好“仁”；经典系列中国红罐，双层密封，醇香酥脆；你的“蓝朋友”系列，随身随食交个朋友；此外还有国潮系列、超五香系列、南瓜子系列、尚宴组合系列、礼盒系列等多款选择。

新疆 12 个林果主栽树种有了绿色生产标准

新疆维吾尔自治区林业和草原局近日发布库尔勒香梨等 8 项特色林果绿色生产技术标准。至此，新疆特色林果 12 个主栽树种绿色生产技术标准全部发布。

新发布绿色生产技术标准的 8 个特色林果是枸杞、巴旦木、桃、鲜食葡萄、库尔勒香梨、石榴、杏和苹果。此前，自治区林草局已发布核桃、红枣、新梅、沙棘 4 项特色林果绿色生产技术标准。

目前，新疆林果产业地方标准已达 317 项，涵盖了林果育种、育苗繁育、栽培管理、质量分级、加工、储运和质量安全追溯等各个环节。

甄选原料助力三产融合，良品铺子从源头诠释高品质

一袋袋美味零食背后，都有着围绕产地直供好原料引发的“三产融合”新故事。作为总部位于湖北的企业，良品铺子把“鱼米之乡”湖北的优质农产品作为原料，打造出多款畅销的风味零食。

300 多年种植历史的恩施富硒小土豆、拥有国家地理标志产品认证的孝感朱湖糯米、荆州的九孔藕、鲜美武昌鱼……这些优势物产被良品铺子开发成美味便捷的零食，让一道道兼具特色与品质的“荆楚风味”走出湖北。

探寻原产地至臻风物，良品铺子还努力向全球展示和推荐中国风物。从落地生根的云南“洋坚果”、阿尔金山天然雪水浇灌的新疆若羌灰枣、阿勒泰巨无霸葵花籽，到长白山原始森林孕育的东北红松子、滇西横断山脉海拔 2000 多米的高山核桃……

良品铺子打通产地直供的短链模式，带动产业链融合升级，保持原料最佳风味，将更新鲜、地道的美味零食提供给消费者。

《2021 食品行业消费趋势洞察》报告显示，消费者对产品地域性日趋关注，核心产区、产地直供备受青睐。

高端零食也是如此，金字塔尖选好料，就是地道吃货的美味守则。对于“三产融合”的休闲零食业，最上游的原料是 1，其它都是后面的 0，“产地直供”好原料是关键。

从重品质的消费端需求反向整合，一步步深入产业链上游，发挥企业平台价值，良品铺子带动整个零食供应链“三产融合”。在盘活更多品类产业链的长期努力中，良品铺子让多方参与者从中获得发展的力量。

福建百联实业有限公司

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。

欢乐时光 百联相伴

【地址】福州市台江区鳌峰街道曙光支路2号百联大厦25层02办公【电话】0591-83315111 83315198
客服热线 4008898903 Http://bailian.com.cn E-mail:office@bailian.com.cn

10 月份巴西大豆出口量价齐增

巴西经济部数据显示，10 月份，巴大豆出口量价齐增，巴西出口总量为 406.3 万吨，同比增长 23.4%；出口总额为 24.9 亿美元，同比增长 44.9%；均价为 610 美元／吨，同比增长 17.4%。中国仍为巴大豆最大出口目的地，对华出口量和出口额分别为 323.6 万吨和 19.8 亿美元，同比分别增长 22.8% 和 44.8%，占大豆出口总额的 79.5%。

11 月份俄罗斯葵花籽油的出口关税将为零

俄农业部发布消息称，11 月份俄罗斯葵花籽油的出口关税将与 10 月份一样为零。葵花籽粕的出口关税将从 10 月份的零增加到 1100 卢布／吨。9 月份，葵花籽油的出口关税为 8600 卢布／吨，葵花籽粕的出口关税为 1500 卢布／吨。根据指示性价格可以计算得出葵花籽油和葵花籽粕的出口关税。葵花籽油的指示性价格为 1300 美元／吨（一个月前为 1200 美元／吨），葵花籽粕的指示性价格为 252 美元／吨（一个月前为 177 美元／吨）。

澳洲培育出新品种夏威夷果，超矮植株，结果更早

据澳大利亚媒体报道，由昆士兰农业和食品创新联盟（QAAFI）主导的澳大利亚国家夏威夷果育种计划发现了两种夏威夷果树新特性，在未来可大幅降低劳动力成本。

QAAFI 是昆士兰大学的一个研究所，是世界领先的热带和亚热带农业与食品生产研究机构之一。参与研究的 Mobashwer Alam 博士称，他们研究的夏威夷果树砧木育种遗传特性备受业界期待。“第一种特性是将成年树的高度从平均 15 米降至 5 米左右，从而降低修剪枝干的劳动强度和成本，采收也更容易。第二种特性是将新种植果树结果前的时间从五年缩短到三年，这样种植者在投入大量资金建好果园后可以更快获得收入。”

具备以上特性的树正在进行试种，且相关特性已有显著提升。Alam 表示，到目前为止仅试种四年的新树产果量就达到了每棵树 7 公斤，相当于每公顷产出带壳夏威夷果 2.1 吨。

班达伯格（Bundaberg）附近 Alloway Macadamia 农场的经理 Johan Oosthuizen 与研究小组进行了紧密合作，他表示新树种已展现出积极的变化。“播种后第三年我们就开始看到新树种结出优质的果核，而在过去，必须再等两年。新品种中的一些果树树型也更小，因此树的维护工作总体上减少了，维护排期也可以向后推，这会对投资回报产生积极影响。”

这些特性让人们未来可以发展产果更早的高密度果园，也让澳大利亚种植者能尽早实现潜在投资回报。

菲律宾降低关税以刺激玉米进口

据菲律宾《商业镜报》（Business Mirror）10 月 6 日报道，美国农业部外国农业服务局（USDA–FAS）马尼拉办公室表示，在全球大宗商品价格波动背景下，为确保粮食供应稳定和缓解价格压力，菲政府下调了玉米进口关税，因此，2022–2023 销售年度的玉米进口量可能增加近两倍，达到 170 万吨。同时，由于单产下降和收获面积较小，预计本地玉米产量将同比下降 44 万吨。

法国研究所估计 2022 年法国葵花籽产量降至约 170 万吨

法国油籽技术研究所 Terres Inovia 称，2022 年法国葵花籽产量预计降至 170 万吨左右，低于上月法国农业部预测的 183 万吨。

尽管今年播种面积提高，但是夏季天气干燥，导致单产降至每公顷 2.05 吨，低于上月法国农业部预测的 2.13 吨／公顷。葵花籽播种面积估计超过 84 万公顷。

研究所强调说，尽管产量低于去年，但是仍高于五年均值 150 万吨。

该研究所预计法国农户将增加 2023 年收获的葵花籽面积，预计达到 90 万公顷。

截至 11 月 16 日，阿根廷葵花籽种植进度为 86.6%

布宜诺斯艾利斯谷物交易所（BAGE）发布的周度报告称，过去一周的降雨有助于阿根廷南部种植带的葵花籽播种加快。

截至 2022 年 11 月 16 日的一周，阿根廷 2022/23 年度葵花籽种植进度为 86.6%，比一周前的 75.6% 推进 11 个百分点，比去年同期落后 2.5%。

该交易所估计 2022/2023 年阿根廷葵花籽种植面积为 200 万公顷，比上年的 170 万公顷提高 17.6%。2022/23 年度葵花籽产量预计为 390 万吨，比 2021/22 年度的 340 万吨提高 14.7%。

美国农业部在 11 月供需报告里预测 2022/23 年度阿根廷葵花籽产量达到 420 万吨，高于上年的 405 万吨。如果预测成为现实，这将是 2007/08 年度以来的最高产量。

今年阿富汗松子减产，但对中国等出口将增加

阿富汗松子生产者联盟负责人称，今年阿松子产量下降约 60%，但今年政府禁止松子走私，所有当地产松子都将以阿富汗原产国名义对外出口，所以出口统计数据将增加。据阿商投会统计，今年以来阿向中国出口松子 5500 吨，价值约 5700 万美元。

阿商工部代理部长阿齐齐表示，阿将通过促进空中走廊和陆路运输出口松子，今年对向其他国家特别是对中国出口松子将增加。阿商投会首席执行官阿塔耶表示，今年新产季阿对外出口松子已超过千吨，其中 600 吨松子通过陆路出口，400 吨通过空中走廊出口。目前正尝试打开通过陆路至塔什干，再通过空中走廊转运到中国的物流路线，如果可行，今后松子也可以通过这条路线出口至中国。

缅甸花生上市了 价格却因种种原因持续下跌

缅甸豆类与芝麻商传出消息，缅甸国内豆类与芝麻市场，花生的价格因种种原因持续下跌。

曼德勒豆类与芝麻商们表示，近期花生已经开始采收，进入上市季。但是使用外币核算的花生价格，因汇率趋稳而交易冷淡。由此，花生价格持续下跌。

今年 11 月初的花生价格较 10 月底，1 拽下跌了 300 缅币左右。S1 花生的价格为 1 拽 5000–5400 缅币，红皮花生为 1 拽 5600–5700 缅币，M 花生 1 拽为 5200–5400 缅币 ,S1 榨油花生 1 拽为 4700–5000 缅币，红皮榨油花生 1 拽为 4500–4700 缅币。

花生中的 S1 类型的价格，较 10 月底时 1 拽下跌了 300–400 缅币，红皮花生 1 拽下跌了 100–200 缅币，M 花生 1 拽下跌了 400 缅币左右。

10 月底，各种花生 1 拽的平均价格在近 7000 缅币，因邻国商人和国内榨油厂收购而价格上涨。

近期，花生已经开始上市，明年 2 月份将迎来大量上市。届时如果购买力仍然不足，花生的价格将会比现在下跌的更加严重。如出现这种情况，农户们就将会亏损。农户亏损后，必将影响新一轮花生种植。

越南得乐省首批坚果通过正贸渠道出口到日本

越南得乐省克容囊县人民委员会 11 月 9 日下午在克容囊市镇同企业举行仪式，将首个坚果集装箱通过正贸渠道出口到日本。

这是克容囊坚果乃至越南坚果逐步征服地区及世界市场的良机。

克容囊县人民委员主席武文美在仪式上表示，克容囊澳洲坚果集装箱出口仪式的目的是推广、介绍该县坚果潜力、优势；有助于实现当地投资商、企业家与国内外大型企业对接，以便销售产品，为成功有效发展清洁、高科技、可持续农业生产。

仪式上，DAMACA 元芳股份公司同日本 OLTY 公司共同签署了对 DAMACA 元芳公司的干坚果产品的日本市场独家经销合同。

获悉，此次通过正贸渠道出口到日本的坚果重量超过 6 吨，是在克容囊县种植的。该产品已通过两国专门机构对害虫防治、食品安全卫生、包装规范和可追溯性等多个阶段的检验。

2022 助力中小企业发展 线上选品新品推介会成功举办

为提振受疫情重创影响下全行业的信心，助力坚果炒货行业持续健康发展，为企业搭建旺季之前全国坚果炒货、干果果干产品的采供平台，为市场推荐产品，为产品寻找客户。原定于 2022 年“9.17 中国坚果健康周”期间，在成都市举办多方共赢具有实际成效的全国坚果炒货、干果果干食品全渠道采供交易选品大会由于疫情的原因未能如期举办。经过多方努力，由中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导，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主办的“2022 助力中小企业发展线上选品新品推介会”于 2022 年 11 月 30 日通过视频号直播形式完美呈现，成功举办。

推介会由杭州姚生记食品有限公司品牌总监杨晓涛主持，首先邀请浙江臻品道商贸有限公司营销总监吴燕作《2021–2022 全国坚果炒货市场分析报告》，吴燕从整个休闲食品产业规模、销售数据、消费人群以及全渠

杭州姚生记推介

常务副会长翁洋洋作主题报告

道营销模式等方面作了详尽的分析和讲解，尤其在全渠道营销方面讲解了抖音带货的整个流程供企业参考。

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会常务副会长翁洋洋则作了《产品为王该怎么做》的主题报告，深入浅出地剖析产品三大形态属性和产品的物质与文化价值，并最终得出“以产品为王为轴心、为出发点、归宿点，学习接受融会贯通古今中外一切文化形态为产品为王所思，所需，需用而学。”

随后主持人分别与河北省武强县天天食品有限公司、杭州姚生记食品有限公司、三胖蛋（北京）国际贸易有限公司、四川徽记食品股份有限公司、杭州梅园食品有限公司、天津市岳城食品公司、诸暨市陈林食品有限公司、苏州市苏太太食品有限公司、浙江骏辉食品科技有限公司、山东沙土食品工业有限公司、青岛小阿紫食品有限公司等十余家企业代表连麦，各家企业代表现场推介新品、优品、热销产品近三十余种。不仅如此青岛小阿紫还为直播间观众带来了精彩的新疆舞，引得观众纷纷积极互动，场面一时热闹非凡。

此次选品推介会是协会首次采用行业平台，以视频直播形式为企业热销品进行推介，得到行业与社会的高度关注，直播浏览人次高达1.2万人，在线人数超千人，点赞和评论人数3.1万人次，良好的直播效益在业内引起极大轰动，参加选品企业纷纷表示：这样的活动有助企业品牌宣传和开拓市场，纷纷要求协会要多举办这样的活动，为企业提供更多宣传和开拓市场的机会！直播精彩回放我们会剪辑成短视频在自媒体平台播放，请大家持续关注。

参加直播的企业依次进行现场推介

以党的二十大精神为指引 担当中国坚果炒货行业

立于世界之林的发展重任

2022 年全国坚果炒货行业青年企业家代表线上大会取得圆满成功

2022 年 11 月 19 日下午，2022 年全国坚果炒货行业青年企业家代表线上大会成功举办。本次大会由中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导，坚果炒货专业委员会青年工作部主办，以“学习二十大精神，担当中国坚果炒货行业立于世界之林的发展重任”为主题，来自全行业的青年企业家近 300 人齐聚线上会议室，由于腾迅会议室参会人数有限制，还有许多青年企业家没能进入会场，在各自单位参会，共同学习、交流、沟通，共促行业高质量发展。

会议由青年工作部主任岳友超主持，我协会执行会长、会议三只松鼠股份有限公司 CEO 章燎原、常务副会长翁洋洋以及我协会副会长、杭州姚生记食品有限公司总经理王长青出席了会议并在会议上作了重要发言。

章燎原会长致词时说：“正如习近平总书记对青年的寄语：青春孕育无限希望，青年创造美好明天。一个民族只有寄望青春、永葆青春，才能兴旺发达。所以未来坚果炒货行业的发展依靠的是年轻人！”同时章会长还指出：本次会议对行业年末旺季业绩冲刺，以及明年企业的发展做好准备，具有积极重要的指导作用。

会上，全行业二十大代表、三只松鼠股份有限公司党委书记潘道伟作了题为“年轻的心迎着风，创业的路跟着党——二十大报告凝心聚力”宣讲报告。报告详细介绍了党的二十大会议盛况，并对民营企业如何理解和落实二十大会议精神，在会议中找到发展的信心，实现全行业高质量发展等方面进行了深入的讲解。青年企业家代表们纷纷表示潘书记的报告振奋人心，大家都受到莫大的鼓舞，并就企业如何在党建引领的作用下长足发展的问题与潘书记进行了交流和讨论，潘书记总结了十字方针：融合实际悟，立足岗位干。

我协会常务副会长翁洋洋在会上作了全国坚果炒货行业经济运行报告，并提出当下全球面临的三大危机：一是地缘政治的动荡引发全球经济衰退；二是新冠疫情对人们生活和经济的伤害；三是自然灾害不断，人们赖以生存的物质将极度匮乏。因此翁会长提出以下五点：

1. 全行业一定要团结，同舟共济渡难关，互相成全谋发展，以此抵御外来风险；

2. 占领种业“芯片”的自主权，扩大农产品的延伸加工；

3. 占领坚果炒货市场的话语权，无论是本土市场还是国外市场，因为中国是全球最大的坚果炒货市场，也是全球最大的坚果炒货加工集聚地，应掌控生产高质量产品的话语权；

4. 牢牢掌握坚果籽类健康功能主导权，健康功能是全行业的根基，同时呼吁全行业全体从业者都成为坚果籽类健康功能的实践者、总结者、传播者。让坚果籽类这一健康食品真正造福于民的同时，推动全行业持续健康发展。年轻的企业家们更要在这方面站在前沿，有所担当。

5. 注重培养对青年企业家品德、品质，以及实践技能的培养和培育。

青年企业家是全行业推动创新的重要力量。希望全行业的广大青年才俊、青年企业家有持续学习的能力，向工作学习，向他人学习，向生活学习，向社会学习，担当中国坚果炒货行业立于世界之林的重任。

杭州姚生记食品有限公司总经理王长青为大家带来了《品牌如何走出内卷》导师辅导报告，指出企业以客户为中心，利用原料、工艺、口味、品牌文化等优势跳出价格竞争，作好产品价值竞争。

随后岳友超主任作了 2021–2022 年度青年工作部工作总结和 2023 年度工作打算，将加强壮大行业青年企业家队伍和为行业服务作为头等大事来抓。青年工作部政委姜念波宣读了“优秀青年企业家”名单，激励更多的青年企业家抓住机遇，乘势而上，努力把自己锻炼成行业的中流砥柱。

最后大家就“坚果炒货行业如何更好的适应当前特殊的经济形势”为主题进行了互动讨论，大家积极主动发言，讨论气氛十分热烈。会议在大家热烈讨论中落下帷幕。

本次会议的精彩视频内容，将会在协会全部自媒体平台向全行业发布，供全行业共同学习交流分享，敬请持续关注！

中国坚果炒货食品展览会组委会

关于出席2023’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：

2023’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2023年4月20-22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
坚果炒货展会网

协办单位：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：2023年4月18日-22日（18-19日布展，19日全天各类会议及有关活动，20-22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

（一）规模更大超历届：作为目前全球坚果炒货行业规模最大的专业性展会，本届展会展示面积再超历届，近7万平方米，共设6个展馆，12大展区；

（二）展品更多更丰富：汇集全产业链近万款产品，包括

坚果炒货、干果果干食品，新增节令食品、植物香辛料调味品展区，以及关联的加工设备、添加剂、配料、包装包材等。新品、优品、热销品竞相登场，门类品种更多更齐全；

（三）国际化程度更高：本届展会扩大邀请了全球坚果主产国，以及国外有关协会、机构和企业驻中国代表处参展参会，目前已有美国、越南、澳大利亚、巴基斯坦等十多个国家和地区参展参会，为国内外坚果企业交流、贸易架起了桥梁；

（四）交易业绩更高效：本届展会扩大邀请国内外全渠道采购商，预计将有国内 21 个省市以及国外的采购商，约 5-6 万人次莅临现场，精准聚焦采购，还邀请知名网红现场带货直播，同时在坚果炒货展会网、微信订阅号、小程序、抖音等自媒体现场直播，全球线上交易，大力助推本届展会交易业绩创新高；

（五）信息发布更权威：展会同期将举办 40 多场次线下线上同步的各类行业会议活动，其中中外坚果籽类原料分析预测报告会、全国坚果炒货行业经济运行发布会、中外坚果炒货干果果干市场分析预测报告暨全渠道营商大会、全国坚果炒货干果果干新设备、新工艺、新技术推广发布会等，信息发布权威、精准、及时、宽泛，预计线下线上将有超过百万人次参与本届展会。

三、展区设置及展示内容

（一）主展馆（5、6 号馆）：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、节令食品展区：展示我国二十四节气的特色食品；

6、坚果炒货食品植物调味品展区：植物香辛料、植物加工调味品等；

7、1 十 N 采供洽谈区、新品品鉴区。

（二）3 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；

（三）4 号馆：配料及包装设备馆

主要展示食用添加剂：含香精香料、抗氧化剂、保鲜剂、甜味剂、天然色素、酵母提取物、原辅料等；包装设备：含食品包装机械、计量设备、喷码设备、智能仓储及配套零部件等；

（四）7 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。

（五）8 号馆：色选与配套设备馆

主要展示色选设备、筛选设备、输送设备、空压机及配套设备等。

四、参展费用

（一）主展馆（5#、6#）

中国坚果炒货名特优新食品展区收费标准（均为会员价）		
特装	100m²及以上	空地：450 元/平米，搭建费另计
	90m²(规格 10mx9m)	98000 元/个(含精装搭建)
	70m²(规格 10mx7m)	78500 元/个(含精装搭建)
	60m²(规格 10mx6m)	68000 元/个(含精装搭建)
	54m²(规格 9mx6m)	59800 元/个(含精装搭建)
	36m²(规格 9mx4m、6mx6m)	40800 元/个(含精装搭建)
	30m²(规格 6mx5m)	34000 元/个(含精装搭建)
	27m²(规格 9mx3m)	31000 元/个(含精装搭建)
	24m²(规格 6mx4m)	28200 元/个(含精装搭建)
	18m²(规格 6mx3m)	22000 元/个(含精装搭建)
标展	18m²(规格 6mx3m)	19000 元/个(含精装搭建)
	9m²(规格 3mx3m)	9500 元/个(含精装搭建)

国际坚果食品展区收费标准		
特装	42m²(规格 7mx6m)	会　员：47000 元/个(含精装搭建) 非会员：51200 元/个(含精装搭建)
	36m²(规格 6mx6m)	会　员：40800 元/个(含精装搭建) 非会员：44500 元/个(含精装搭建)
	35m²(规格 7mx5m)	会　员：39500 元/个(含精装搭建) 非会员：43000 元/个(含精装搭建)
	30m²(规格 6mx5m)	会　员：34000 元/个(含精装搭建) 非会员：37000 元/个(含精装搭建)
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	54m²(规格 9mx6m)	会　员：59800 元/个(含精装搭建) 非会员：65000 元/个(含精装搭建)
	36m²(规格 9mx4m、6mx6m)	会　员：40800 元/个(含精装搭建) 非会员：44500 元/个(含精装搭建)
	28m²(规格 7mx4m)	会　员：32000 元/个(含精装搭建) 非会员：34500 元/个(含精装搭建)
标展	18m²(规格 6mx3m)	会　员：19000 元/个(含精装搭建) 非会员：20800 元/个(含精装搭建)
	9m²(规格 3mx3m)	会　员：9500 元/个(含精装搭建) 非会员：10400 元/个(含精装搭建)
坚果炒货食品植物调味品展区收费标准		
特装	54m²(规格 9mx6m)	会　员：59800 元/个(含精装搭建) 非会员：65000 元/个(含精装搭建)
	45m²(规格 5mx9m)	会　员：51000 元/个(含精装搭建) 非会员：54800 元/个(含精装搭建)
	36m²(规格 6mx6m)	会　员：40800 元/个(含精装搭建) 非会员：44500 元/个(含精装搭建)
标展	18m²(规格 6mx3m)	会　员：19000 元/个(含精装搭建) 非会员：20800 元/个(含精装搭建)
	9m²(规格 3mx3m)	会　员：9500 元/个(含精装搭建) 非会员：10400 元/个(含精装搭建)

特装空地	会　员：450 元/m²（36/m²起租） 非会员：550 元/m²（36/m²起租）
标展空地(9m²)	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、特装空地不附带任何设施,不包括展馆收取的特装管理费及水电租赁等费用; 2、标展空地规格:长 3m X 宽 3m X 高 2.5m; 咨询桌尺寸:974 mm X474 mmX760mm;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、地毯。	

（二）其他展馆(3#、4#、7#、8#)

展位类别	收费标准
特装空地	会　员：450 元/m²（36/m²起租） 非会员：550 元/m²（36/m²起租）
标展空地(9m²)	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、特装空地不附带任何设施,不包括展馆收取的特装管理费及水电租赁等费用; 2、标展空地规格:长 3m X 宽 3m X 高 2.5m; 咨询桌尺寸:974 mm X474 mmX760mm;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、地毯。	

五、展位费汇款方式

（一）由主办单位负责招展的主展馆（5#、6#）食品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

（二）由承办单位负责招展的3#、4#、7#、8#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

（一）4月19-22日展会期间举办的各类会议及有关活动，将另行发文通知；

（二）组委会联系方式

电 话：010-63344031/010-63344578　邮箱：cnfiec@csnc.cn

联系人：杨　倩 17812727504　　陈　鹂 13811795004

明　工 13811794055　　邱　晶 13811798204

（三）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、整体平面图及各展馆展位图

中国坚果炒货食品展览会组委会

二〇二二年十二月十二日

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会文件

中食坚炒委[2022]19号

关于批准新会员入会、增补理事、常务理事单位的通知

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，并同时批准增补下列单位为我会理事、常务理事单位。

特此通知

（以下名不分先后）

新增会员单位：

味之缘（烟台）食品有限责任公司

梅河口市满融食品有限公司

青岛绿洲园花生食品有限公司

河北省武强县天天食品有限公司

北京嘉铭桐辰科技股份有限公司

增补理事单位：

青岛小阿紫食品有限公司

山东匠心食品有限公司

增补常务理事单位：

天津市岳城食品有限公司

汾阳市晋杰食品有限公司

（以下为空白）

二〇二二年十一月十八日

坚果炒货企业如何将货品生意转变为品牌生意

品牌力建设不是空谈，对于坚果炒货企业来说，如何将货品生意转变为品牌生意？

因为只关心品类和流量，不关心品牌建设。可能也没有品牌溢价，只能通过产品促销、降价的方式，提高流量效果。没有品牌力壁垒，今天消费者愿意消费你的商品，明天就会迅速转移到别的品牌。所有的流量，就像竹篮打水，无法沉淀，辛辛苦苦，最后一场空。

而从品类到品牌的关键点，就是用户是否“主动”来找你，还是“被动”在品类中看到你。什么是主动，什么是被动？

比如“营销”。销售的核心，是我足够主动。到处找你，找到你之后，追求你。而营销的核心，是让对方主动。我不断展示我的好，直到你主动给我打电话。一旦你主动了，你跋山涉水都会来买我的产品。这就是：**高级的猎手，总是以猎物的形式出现。**

菲利普·科特勒把这个营销的从猎手到猎物的过程，分成了5个步骤：Aware（感知），Appeal（吸引），Ask（询问），Act（行动），Advocate（拥护）。首先，让消费者知道你。你在直播间撞见一种洗发水。哦，原来还有这种洗发水啊。涨见识了。这就是Aware。然后，让消费者喜欢你。这个东西看上去不错啊，吸引到我了，这就是Appeal。然后，有一天我想买洗发水了，想起来，对了，我上次看过的那个牌子，去找一下。这就是Ask。之后，下单，购买。这就是Act。没想到用了之后效果真不错，就从用户，变成了粉丝。这就是Advocate。**发现了没有？Ask，是整个链条的关键。**在科特勒的5A理论基础之上，巨量引擎推出O-5A模型，用A3来定义这批关键的消费者（也就是Ask）。

只要用户不主动，你就要主动。把A3做好，是从品类到品牌的关键。那么，怎么做呢？又怎么衡量做的好不好呢？

品牌，才是真正的护城河。

那什么是白牌，就是心中只有销量，没有品牌的坚果炒货企业，都是在为品类打工。白牌的利润空间一定会越来越小。因为品类利润会被蚕食。怎么办？

在品类红利期，白牌一定要成为品牌。基于用户积累和复购，逐步沉淀品牌资产。

这里有一条脉络清晰的系统性方法论：

1. 精准匹配：通过短视频做素材和人群的精准匹配，快速起量；

2. 常态化直播：通过常态化直播，提升转化效率，扩大生意规模；

3. 深入互动：通过达人合作与消费者深入互动，实现人群破圈和产品种草；

4. 内容加热：通过达人内容和广告组合投放，提升“种草”效率；

5. 巩固心智：通过品牌广告巩固用户心智，助推由白牌到品牌的跃迁。

坚果炒货企业初期通过IP营销、明星背书、品牌广告等蓄水方式建立“我是大品牌”的认知。中期，通过达人评测等种草手段建立“我有好产品”的认知。后期，通过电商广告的转化手段提出“今天有折扣”直接把消费者带进直播间进行购买。通过种草手段构建消费者对于品牌的认知，提升品牌力获得消费者的信任和口碑，推动品牌长期发展。回到最开始的问题，我说，你要好好看看你的产品。**你手上拿的是产品，但心里一定要装的是品牌。**

过去品牌所认知的以流量驱动的短期增长模式，已经不能满足复杂市场竞争下的长效增长要求。品牌需要转向围绕品牌资产，兼顾规模、质量和效率的平衡发展新思路。**流量，并不是品牌增长的核心。只关心流量“效果”，不关心“品牌力”的长期耕耘经营，商家难以长期发展。**品牌方需要重新思考增长模式，兼顾短期GMV收益和长期品牌建设的平衡，以应对未来不确定的挑战。**过去只做品效的，未来一定要学会做品牌。**让品牌种收平衡，从追逐流量转向品牌化的精细运营，深刻理解消费者需求变迁，打造品牌力。做确定性的“种”和高效的“收”，做到品牌营销和效果的一体化。只有这样，坚果炒货企业才能培育长期、坚韧的消费者关系，赢得更美好的未来。

如何把你的导购员都变成“主播”

对坚果炒货企业来讲，要想做好抖音营销，应该更多从品牌传播、品牌营销的角度去做出更好、更全面的规划。以更好的品牌传播、品牌营销去实现更理想的品牌带货。

目前观察，越来越多的品牌商都在开设自己的抖音账号，建立自己的直播间。但是，大多品牌商的抖音玩法、直播间的玩法是跟随了所谓“头部”主播的玩法，也就是把直播带货成为目前玩抖音的主要诉求。

目前看，大多品牌商现在的抖音玩法效果并不理想。譬如，由于太过注重带货的目的性，太过忽略如何借助抖音的社交传播效应去更有效的制造品牌的更好传播，如何借助视频化的传播效果去更好的与目标顾客实现更有效的品牌交互，只是想通过直播带货、带货、带货。结果并没有达到想要的带货效果。很多品牌的直播间参与顾客少的可怜，有的品牌直播间甚至持续几个月也没有人的参与，即便是好一点的，大多也就十几个、几十个参与的顾客。

品牌商的抖音玩法、直播模式切不可盲目照搬所谓“头部主播”的模式。品牌商的视频化营销玩法，与目前的头部主播带货、明星带货的玩法还是有很大差异的。

抖音本质是一个社交平台。带货是其社交功能十分强大后所延伸出来的新商业价值。遵循其社交本质，是玩好抖音的基本规则。

作为“头部”主播、带货明星，他本身就是一个社交媒介。消费者对他在抖音上的定义，可以就是一个带

货卖家。

但是，对一个坚果炒货企业来讲，需要与目标顾客交互的内容远不止卖货这一单一范畴。如何借助抖音这样的视频化传播平台，与目标顾客实现更好的品牌传播交互，远比单纯带货更重要、更有价值。并且，要想实现更好的带货，需要首先搭建起更广泛的品牌信任，只有更好的品牌传播、品牌信任才能实现更好的带货。

所以，对品牌商来讲，要想做好抖音营销，应该更多从品牌传播、品牌营销的角度去做出更好、更全面的规划。以更好的品牌传播、品牌营销去实现更理想的品牌带货。

其实，目前对坚果炒货企业来讲，还有一支更重要的力量，要赶快用好抖音直播方式。这支力量用好抖音直播方式，比目前的抖音带货更紧迫、更有现实价值，可能会产生更好地营销效果。这就是导购员这支重要力量。

导购员是大多品牌商非常重要的销售力量。特别是大多品牌现今还是以线下门店为主要销售渠道的情况下，如何借助新的工具手段提升导购员的销售能力，如何提升线下门店的销售产出非常重要。

导购员目前面临的问题：

一是“无人可导”。由于很多坚果炒货企业线下门店客流的持续减少，导致入店顾客的品牌“光临”概率也在同步减少。见不到顾客，就无法发挥导购员的导购价值。导购员目前的迫切需求是需要把更多的目标顾客拉到店里来。

如何发挥导购员的新作用，正可以借助抖音这样的平台，在一定程度上实现“引客入店”的目的。

抖音平台相较于其他社交平台一个很重要的传播特征就是“同城推荐”。通过同城推荐的价值，可以在一定程度上能够发挥引客入店的效果。

二是如何更好的增强入店顾客的品牌认知。手机化的传播时代，很多消费者获取资讯的主要途径已经转移到手机一端，转移到抖音这样的社交平台。

能够在抖音这样的移动社交平台，大量的增加品牌的露出，提升品牌的曝光率，对增强品牌的顾客认知越来越重要。

所以，发挥导购员“大军”的移动新传播价值，以此提升品牌的社交平台传播，对增强品牌的传播会带来非常重要的效果。

要把导购员的“直播作业”日常化：

当前，坚果炒货企业要针对环境的新变化，适时调整导购员的工作模式，把“直播作业”作为导购员的日常重要工作内容之一，固定化、标准化。

在现在的手机化传播环境下，传播应该成为导购员日常非常主要的工作内容之一。特别对于像抖音等具备“同城推荐”功能的传播平台，必须要建立起适应这样的同城传播模式。

直播要成为导购员每日工作的重要部分

通过抖音的直播，能够实现一定的同城推荐，实现引客入店的目的；能够借助每日直播，成为导购员与目标顾客沟通的重要渠道；能够借助直播间，成为品牌营销推广的重要新管道；通过直播间模式，能够创新出一些更好地营销方法。譬如，手机下单、手机预订，门店自提等模式。

导购员的直播模式：

可以就是记录式的直播模式，也就是直白式的传播方式。重点是借助同城推荐的价值，以实现传播为主要目的。

鉴于抖音的创作规则，可以鼓励导购员更多的创新抖音直播的新玩法。

新环境下，导购员也需要与时俱进，需要具备新的能力。不仅具有传统的到店卖货能力，当前需要尽快具备直播卖货、直播交互等新的移动卖货能力。

传统仓库管理需要升级迭代

仓库最初的功能就是为货物临时存储提供一个场所。随着物流在流通业中的作用越来越重要，仓库也不再是提供简易的功能，而是扮演着关键的作用。

仓库是供需链条上下游企业之间的一个节点，也是一个缓冲点，它平衡着客户满意度和企业的成本。

传统的观点是把仓库看成一个独立的运作单元，而没有把上下游之间的关联打通。现代物流管理中，仓库是整体智慧物流战略的一部分。

仓库的设计和运营需要为企业考虑节省成本。传统的理念是喜欢把仓库设计得很大，仓库空间的利用率不是管理者关注的重点。

随着土地和劳动力成本的上涨，仓库经营者也逐渐意识到较大的仓库空间，可能会给仓库运营带来二个问题。

第一，增加了仓库的租金、水电等成本，第二，增加了货物的移动路径。因此，仓库的使用空间需要根据货物仓储需求量进行缜密计算，充分利用空间，减少资源浪费。

目前国内很多制造业工厂的仓库管理还停留在原始阶段，依靠着传统的“账、卡、物”的方式进行管理。

纸质的账本基本都已升级到了Excel 表格或是仓库管理软件了，登记卡还在大量使用，简单的“入库——出库——结存”信息，很难有效地进行先进先出管理。

实物数量的变化，没有办法与账和卡自动同步，还是需要靠人在系统中操作。仓库管理效率的问题也逐渐浮出水面。

低效率已经开始影响工厂的运营绩效，比如在订单履行方面，客户订单不能按照约定的时间和数量交付，其中一个可能的原因是仓库成品数量差异造成的。

库存数据的不准确、较低的空间利用率、低效的发货管理和手工记账错误等等都是传统型仓库常见的现象，这些情况在不经意之间，阻碍了企业向前发展的步伐。

传统的仓库都要升级转型，来应对不断上涨的成本，和更快满足客户订单交付的要求。

很多的企业管理者感到迷茫，仓库转型具体应该如何操作？怎样可以用最经济的方式来实现企业经营目标，把钱都花在刀刃上。这里有一条升级之路供您参考。

步骤 1
建立项目团队

理想的项目团队是由内部人员和外部顾问共同组成。除非企业内部有经验非常丰富的人才，一般情况下是需要借助于外力来完成此类的项目。

顾问的优势在于两点，见多识广和外力推动。顾问做过很多的相关项目，有着大量的成功或是不成功的实施经验，而且对于行业内最佳实践案例非常熟悉，有顾问的参与，可以帮助企业少走很多弯路。

一些企业经营时间长了，就会产生管理的惰性，针对很多工作上出现的问题，不能及时有效地解决，跨部门流程执行边界模糊。

如果是由内部人员推动变革，经常会遇到各种阻力难以顺利进行，而由一股外力来主导，往往更容易被全体利益相关方接受，当然前提是有公司管理层的全力支持。

步骤 2
了解现有流程

通过了解现行状态，更好地理解仓库运行的各种情况，为下阶段的行动做好准备。

收集和分析仓库运营的各项指标，这就像是健康体检中收集血液进行化学分析，通过量化的方法来判断绩效指标，包括库存准确率、来料收

货准确性和效率、入库上架准确率、拣货准确率、及时出货率、客户投诉等等。

通过对于这些指标数据与行业标杆企业的比较，可以看出两者之间的差距，避免有井底之蛙的心态。

除此之外，还需要绘制出现有的仓库管理流程图，其中应该包含所有涉及到的业务，比如入库、拣货、出库和退货管理等等。

绘制流程图是一种最好的方式，可以深入了解每一个具体的操作步骤。外部的顾问带着全新的视角，来审视这些已运行已久的流程，自然是能够发现一些不太合理的环节，而终日沉浸在各种繁杂工作中人们，可能早就对这些习以为常，不想或是无力改变现状。

步骤 3
识别管理缺陷

经过上一个步骤，我们基本上可以识别出一些缺陷，比如根据绩效指标了解到库存周转率、数据准确率、发货及时率、仓库空间利用率和仓库工人加班情况等等关键数据。

再结合现场参观绘制出的流程图，基本上对于需要改善的环节有了全面的记录。通过消除浪费和冗余的流程，提升仓库管理的效率，降低运营的成本，同时还为下一步的转型进行可行性分析。一些常见的缺陷可能包含如下情况：

1. 库存保管员使用纸质单记录货物信息，然后在手工输入到 Excel 表格里，非常容易导致数据输入错误。

2. 库存查询系统效率低，导致拣货员需要花费更多的时间在仓库里寻找货物，影响了及时交货。

3. 同一型号货物存储在多个库位里，在整理仓库的时候依靠手工记录，然后再输入表格或系统，容易引起数据错误。

4. 货位安排不合理，周转率高的货物没有放在通道入口处，影响了工作效率。

5. 陈旧落后的仓库管理系统，库存相关信息无法与其他系统对接，效率低下且出错率高。

步骤 4
设计未来流程

在专家顾问的带领下，项目团队共同设计未来的流程。有缺陷的现有流程都是可以改善的地方，包括来料收货、物料搬运存储、拣货和发货等等。

行业内的最佳实践是非常好的参照对象，虽然每家企业情况不同，是否可以照抄全盘存在着疑问，但是 Best Practice 足以在 80% 的环境下应用。

比如仓库收货应该是先入系统还是先进行质量检验，在大多数的情况下应该是先收入系统，不能因为可能存在的质量问题而影响收货工作的效率，毕竟有质量缺陷的产品是少数现象。

如果所有供应商原料都需要经过检验合格后入库，一方面会增加来料检验人工成本，另一方面也说明原材料的质量还不能达到客户要求，生产过程控制仍需加强。

步骤 5
评估解决方案

为了满足多品种、小批量的客户订单需求，仓库需要对现有的系统进行升级。

考虑到先进的管理系统或是自动化设备需要大笔的资金投入，在投资之前就要谨慎地评估新系统是否可以有效地提高现有的运营效率，针对性地解决运营上的短板。

比如使用条码管理系统和 RF 手持终端提高库存的准确性，及时更新库存信息，提高数据输入的质量和准确率。升级 WMS 仓库管理系统，打通与 ERP 软件之间的数据传输，实现自动同步，从而达到提高工作效率的目标。

步骤 6
进行项目实施

项目实施是在经过了前面 5 个步骤之后，最后阶段由配置、测试和实践组成，最终实现预期中的 TO BE 状态目标。

仓库管理流程的升级首先需要进行战略规划，其中包括选择正确的技术，并评估与业务和仓库流程的匹配度。成功完成这些步骤的关键是识别当前流程和系统中的缺陷、浪费和低效率环节。接下来的工作是设计未来的系统和流程，通过改造升级，最终完成传统仓库的升级迭代。

沙土®
SHATU

沙土™
— 始于1988 —

始于1988年 专注炒货

嗑沙土瓜子
品幸福滋味

山东沙土食品工业有限公司

编者按语：

由国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会2022年7月11日发布的GB/T 22165—2022《坚果与籽类食品质量通则》，将于2023年8月1日实施。本文件代替GB/T 22165—2008《坚果炒货食品通则》，界定了坚果与籽类食品(以下简称为产品)的术语和定义，规定了分类、技术要求、试验方法、检验规则、标签、标志、包装、运输及贮存要求。请全行业关注。

ICS 67.080.10
CCS X 24

中华人民共和国国家标准

GB/T 22165—2022
代替 GB/T 22165—2008

坚果与籽类食品质量通则

General quality standard for nut and seed food

2022-07-11 发布　　2023-08-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会　发布

前　　言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则　第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本文件代替 GB/T 22165—2008《坚果炒货食品通则》，与 GB/T 22165—2008 相比，除结构调整和编辑性改动外，主要技术变化如下：

a) 标准名称修改为“坚果与籽类食品质量通则”；

b) 更改了坚果与籽类食品的术语和定义（见 3.4，2008 年版的 3.1）；

c) 增加了坚果类、籽类、果仁、坏仁粒、虫蚀粒、空瘪粒的术语和定义（见 3.1、3.2、3.3、3.5、3.6、3.7）；

d) 更改了分类（见第 4 章，2008 年版的第 4 章）；

e) 更改了感官要求（见 5.2，2008 年版的 5.2）；

f) 更改了理化要求（见 5.3，2008 年版的 5.3）；

g) 删除了卫生指标、食品添加剂、生产加工过程的卫生要求（见 2008 年版的 5.4、5.5、5.7）；

h) 更改了试验方法（见 6.1、6.2，2008 年版的 6.1、6.2）；

i) 删除了卫生指标的试验方法（见 2008 年版的 6.3）；

j) 更改了检验规则（见 7.1、7.2、7.3、7.4，2008 年版的 7.1、7.2、7.3、7.4）；

k) 更改了标签、标志、包装、运输、贮存要求（见 8.1.1、8.1.3、8.2、8.3、8.4，2008 年版的 8.1.1、8.2、8.3、8.4）。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国轻工业联合会提出并归口。

本文件起草单位：中国食品工业协会、洽洽食品股份有限公司、浙江大好大食品有限公司、三只松鼠股份有限公司、福建百联实业有限公司、宁波恒康食品有限公司、咸阳市彩虹商贸食品有限公司、杭州姚生记食品有限公司、四川徽记食品股份有限公司、加州原野（霸州市）食品有限责任公司、良品铺子股份有限公司、上海来伊份股份有限公司、青岛沃隆食品有限公司。

本文件主要起草人：翁洋洋、马良平、孙美、吴顺叶、魏本强、陈居立、陈银权、张阿妮、邓杨勇、吕金刚、陈俊兴、杨银芬、张丽华、杨国庆。

本文件及其所代替文件的历次版本发布情况为：

——2008 年首次发布为 GB/T 22165—2008；

——本次为第一次修订。

坚果与籽类食品质量通则

1 范围

本文件界定了坚果与籽类食品(以下简称为产品)的术语和定义,规定了分类、技术要求、试验方法、检验规则、标签、标志、包装、运输及贮存要求。

本文件适用于坚果与籽类食品的生产、销售和检验。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 191 包装储运图示标志

GB 5009.3 食品安全国家标准 食品中水分的测定

JJF 1070 定量包装商品净含量计量检验规则

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1

坚果类 nuts

具有坚硬外壳的木本类植物种子的可食用部分。

注 1:包括核桃、板栗、杏核、扁桃核(巴旦木)、山核桃(含碧根果)、开心果、香榧、夏威夷果、松籽、榛子、椰子干等。

注 2:椰子干一般指椰子果肉经切割成片状、条状、块状、丁状等形状后干燥的制成品。

3.2

籽类 seeds

瓜、果、蔬菜、油料等植物种子的可食用部分。

注:包括葵花籽、西瓜籽、南瓜籽、花生、蚕豆、豌豆、大豆、玉米、芝麻、奇亚籽、亚麻籽等。

3.3

果仁 kernel

坚果、籽类去除外壳后的部分。

3.4

坚果与籽类食品 nut and seed food

以坚果、籽类或其果仁等为主要原料,经加工制成的食品。

3.5

坏仁粒 spoiled kernel

出现霉变、虫蚀、腐烂、断面出油并产生哈喇味等影响食用价值的果仁。

3.6

虫蚀粒 injured kernel

表面有虫眼且伤及果仁的坚果、籽粒。

3.7

空瘪粒　empty withered seed

无果仁的空外壳(包括碎壳)或果仁过瘪的坚果、籽粒。

注：其中扁桃核、核桃、碧根果过瘪颗粒指果仁皱缩且占整粒果的质量比小于30%；其他品种过瘪颗粒指果仁皱缩且仁长度小于整粒三分之一。

4　分类

4.1　根据不同的加工方式分为：烘炒坚果与籽类食品(烘炒类)、油炸坚果与籽类食品(油炸类)、其他坚果与籽类食品(其他类)。

a)　烘炒类：以坚果、籽类或其果仁为主要原料，添加或不添加辅料，经炒制或烘烤(包括蒸煮后烘炒)熟制而成的食品。

b)　油炸类：以坚果、籽类或其果仁为主要原料，添加或不添加辅料，经油炸熟制而成的食品。

c)　其他类：以坚果、籽类或其果仁为主要原料，添加或不添加辅料，经水煮或其他加工工艺制成的食品，如即食生干坚果与籽类食品(即食生干类)、混合坚果与籽类食品(混合类)等。

注1：即食生干坚果与籽类食品是指以坚果、籽类或其果仁为主要原料，经过清洗、筛选、或去壳、或干燥、杀菌等处理，未进行熟制工艺加工，可直接食用的坚果与籽类食品；不包括不适宜加工成即食生干坚果与籽类食品的品类，如白果、杏仁、亚麻籽等。

注2：混合坚果与籽类食品是指以两种或两种以上坚果与籽类食品为主要原料，添加或不添加非坚果与籽类食品，经定量、物理混合而制成的产品，其中去壳混合坚果与籽类食品也称为什锦果仁。

注3：凡是采用两种或两种以上加工工艺的产品，以最后一道熟制加工工序为准对其进行定性分类。

4.2　根据是否带壳分为：带壳类坚果与籽类食品(带壳类)、去壳类坚果与籽类食品(去壳类)。

5　技术要求

5.1　原辅料要求

应符合相应国家标准和行业标准的规定。

5.2　感官要求

感官要求应符合表1的规定。

表1　感官要求

项目	要求	
	带壳类	去壳类
色泽	具有该品种应有的色泽	
颗粒形态	具有该品种应有的颗粒形态	
滋味与气味	滋味与气味纯正，不应有酸败等异味	
杂质	无正常视力可见外来异物	
坏仁粒/%		
巴基斯坦乔松松籽	≤ 7.5	≤ 2.0
核桃、山核桃、夏威夷果、东北红松松籽、扁桃核、杏核	≤ 5.0	
其他	≤ 3.0	

表 1　感官要求（续）

项目	要求	
	带壳类	去壳类
虫蚀粒/%		
扁桃核、豆类	≤ 3.0	≤ 2.0
其他	≤ 2.0	≤ 1.0
空瘪粒[a]/%		
碧根果、核桃、扁桃核、杏核、香榧	≤ 3.0	—
葵花籽、夏威夷果、西瓜籽	≤ 2.0	
其他	≤ 1.0	
[a] 手剥类山核桃产品不设置空瘪粒指标要求。		

5.3　理化指标

理化指标应符合表 2 的规定。

表 2　理化指标

项 目	指标				
	烘炒类	油炸类	其他类		
			混合类	即食生干类	其他
水分/(g/100 g)	≤13.5(西瓜籽) ≤ 5(其他)	≤ 5	≤ 15	≤ 16(松籽) ≤ 6(其他坚果) ≤ 14(豆类) ≤ 12(其他籽类)	—
坚果与籽类果仁含量/(g/100 g)	—	—	≥ 40	—	—

5.4　净含量要求

预先定量包装食品净含量要求见《定量包装商品计量监督管理办法》。

6　试验方法

6.1　感官要求

6.1.1　色泽、颗粒形态、滋味与气味、杂质

取适量样品，将样品置于清洁、干燥的白瓷盘中，在自然光下观察色泽、颗粒形态和杂质，嗅其气味，品尝滋味，作出评价。

6.1.2　虫蚀粒、坏仁粒

虫蚀粒指标检验：取 200 粒～300 粒完整颗粒的样品并计颗粒数，带壳产品剥壳检验，挑出虫蚀粒计其颗粒数，与样品总颗粒数比值，按颗粒数百分比计算。

坏仁粒指标检验：取虫蚀粒检验的样品，将符合坏仁粒的颗粒挑出，其中渗油果要切开断面进行检

查确认，数其总坏仁粒并计数，与样品总颗粒数比值，按颗粒数百分比计算。

注：涂布的产品检测时宜去除涂层物后检测。

6.1.3 空瘪粒

取 500 g 以上带壳样品，挑出其中空瘪颗粒并称其质量，将空瘪颗粒质量与总样品质量比值，按质量百分比计算。

6.2 理化指标

6.2.1 水分

按 GB 5009.3 中规定的方法测定。

6.2.2 坚果与籽类果仁含量

取 500 g 以上混合坚果与籽类食品并称其质量，计为总样品质量，挑出其中的坚果与籽类果仁并称其质量，将坚果与籽类果仁质量与总样品质量比值，按质量百分比计算。

6.3 净含量测定

按 JJF 1070 中有关规定执行。

7 检验规则

7.1 出厂检验

出厂检验项目为感官要求、净含量指标。

7.2 型式检验

型式检验项目为 5.2～5.4 中的所有项目指标，正常情况下每年检验 2 次，有下列情况之一者，应进行型式检验：

a） 工艺或原材料发生重大改变时；

b） 产品投产鉴定前；

c） 产品停产 6 个月以上再生产时；

d） 国家监管部门提出要求时。

7.3 检验组批和抽样

同一班次或同批原料生产的同一品种，为一个检验批，从每批产品不同部位随机抽不少于 500 g 且不少于 200 粒。

同一品种不同包装的产品，不受包装规格和包装形式影响的检验项目可以一并检验。

7.4 判定规则

7.4.1 出厂检验判定规则：出厂检验项目全部符合本文件，判定该批符合本文件。出厂检验如有不合格项目，可以再次抽样复检，复检后仍不合格的，判定该批不符合本文件。

7.4.2 型式检验判定规则：型式检验项目全部符合本文件，判定型式检验符合本文件。型式检验如有不合格项目，可以再次抽样复检，复检后仍不合格的，判定型式检验不符合本文件。

8 标签、标志、包装、运输、贮存

8.1 标签、标志

8.1.1 称量销售的产品的标签可不标识净含量。
8.1.2 储运图示的标志应符合 GB/T 191 的规定。
8.1.3 标签中宜按 4.1 的规定标识分类名称。

8.2 包装

8.2.1 包装材料应清洁、无毒、无异味，符合相应的标准和有关规定的要求。
8.2.2 各种包装应完整、无破损。
8.2.3 包装可采用定量包装和散装称量销售包装两种形式，销售采用称量或其他方式不限。

8.3 运输

8.3.1 运输工具应清洁、干燥、无异味、无污染。
8.3.2 运输过程中应注意防潮、防晒、防雨，不应与有毒、有害、有异味或影响产品质量的物品混运。
8.3.3 装卸时应小心轻放，不应有抛、摔、踢等不良行为。

8.4 贮存

8.4.1 产品应贮存于清洁、通风、干燥、阴凉、防蝇、防鼠、无异味的仓库内，不应与有毒、有害、有异味、有腐蚀性、潮湿的物品混贮。
8.4.2 产品应堆放在垫板上，且离地 10 cm 以上、离墙 20 cm 以上，中间留有通道，堆放高度以不倒塌、不压坏外包装及产品为限。
8.4.3 即食生干坚果与籽类食品宜冷藏。

参 考 文 献

[1] 定量包装商品计量监督管理办法(国家质量监督检验检疫总局〔2005〕第 75 号令)

科赛®

节能无处不在，懂工艺、更懂你

坚果、炒货设备一站式五星服务

花生果智能化自动生产线

坚果智能烘干机

数字化微压煮锅

液压式智能循环烘池

外循环自动炒锅

CNSA

会员证书

MEMBERSHIP CERTIFICATE

合肥科赛机械制造有限公司：

根据《中国食品工业协会坚果炒货委员会章程》规定，批准你单位成为中国食品工业协会坚果炒货专业委员会团体会员。

特发此证。

证书编号：ZGJG-2022076　有效期限：壹年

协会任职：常务理事　发证日期：2022 年 月 日

发证单位：中国食品工业协会坚果炒货专业委员会

高新技术企业证书

企业名称：合肥科赛机械制造有限公司　证书编号：GR201934001043

发证时间：2019年9月9日　有 效 期：三年

批准机关：

证书号第5618265号

发明专利证书

发 明 名 称：一种全自动坚果加工包装系统

发 明 人：孙建河；林赤

专 利 号：ZL 2022 1 1109088.1

专利申请日：2022 年 09 月 13 日

专 利 权 人：合肥赛旺坚果机械制造有限公司

地　　址：231200 安徽省合肥市肥西县上派镇工业聚集区南方路合肥赛旺坚果机械制造有限公司

授权公告日：2022 年 12 月 02 日　授权公告号：CN 115172910 B

局长 申长雨

瓜子智能化自动生产线

科赛机械专注坚果、炒货食品机械数字化、智能化生产线研发20年！

全球数百家企业选择和信任、买“创新”就“放心”，20年时光雕琢、品质淬炼…

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　www.kesaijixie.cn

销售热线：13956003685　0551-63523130

地　　址：安徽省合肥市肥西上派工业园南方路

宁津县天華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

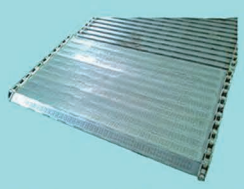
松子冷却流水线

Z 型不锈钢无破碎提升机

不锈钢三层链板式风干冷却线

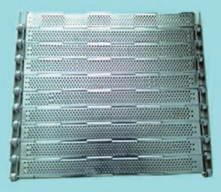
配件区

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

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

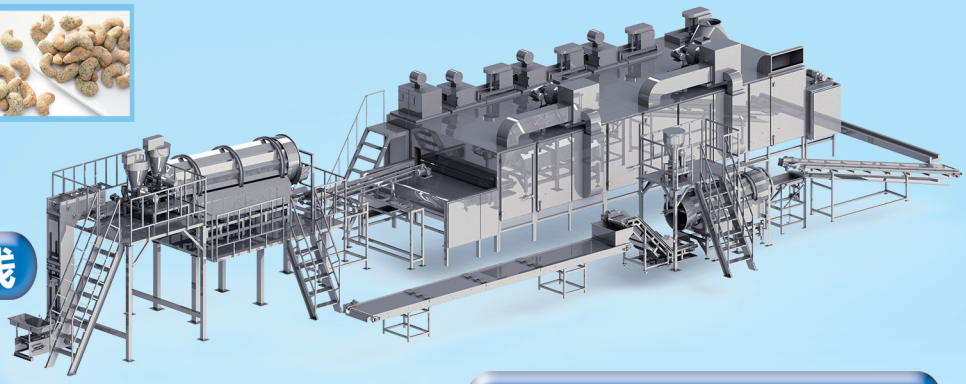
朋友遍天下

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

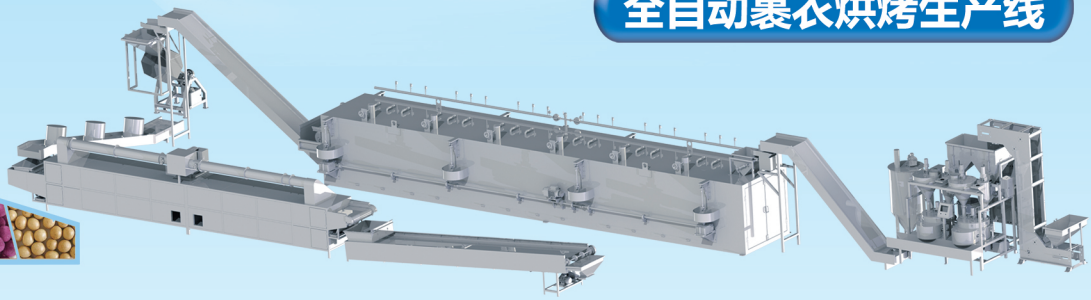
烟台茂源®食品机械制造有限公司

YANTAI MAOYUAN FOOD MACHINERY MANUFACTURING CO.,LTD

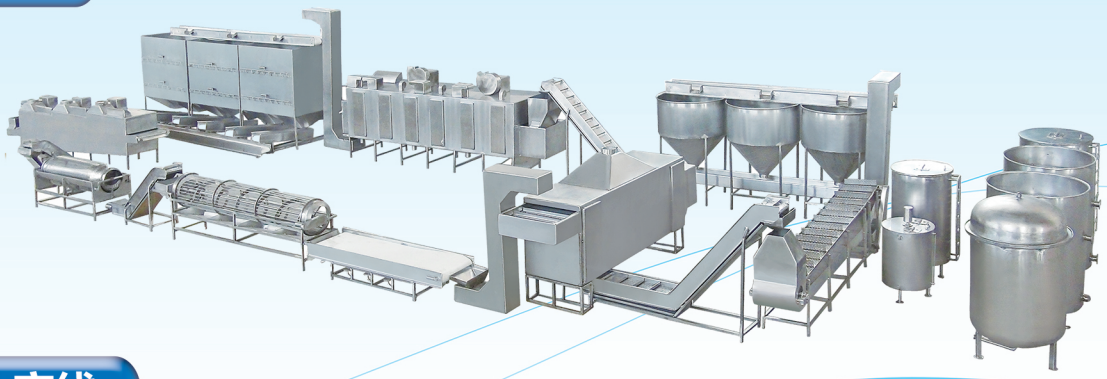


坚果仁浅裹粉烘烤生产线

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

联系方式：0535-5216326 0535-5200909 官方网址：www.m-y.cn 邮箱：myspjx@163.com

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

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小時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小時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

洽洽 掌握关键保鲜技术 · 三只松鼠 Three Squirrels · 大好大 DHD · 来伊份 LYFEN · 良品铺子 BESTORE · 百草味 · 冰娃 · 加州原野 JIAZHOU YUANYE · 杭派 HANGPAI · 姚生记

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

中国坚果炒货展会网　中坚合果订阅号

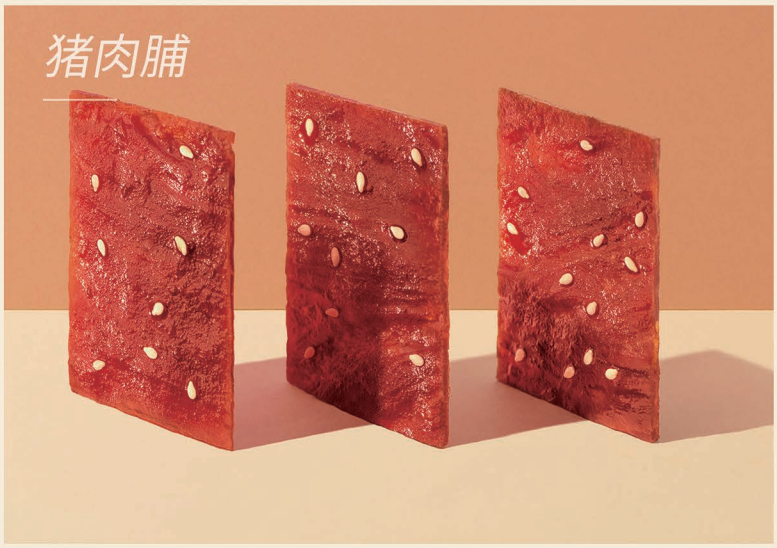
三只松鼠
Three Squirrels

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！



选材全球

大数据“保鲜”(DMP)

每月上新

*来源：中国媒体报道和三只松鼠大数据