



坚果果干行业权威指导性杂志

中国坚果果干

China Nuts and Dried Fruits Industry

www.csnc.cn

2024第五期（总第一百零七期）

全球首款 多分多选 三层履带



中科光电Multi系列

更多咨询
敬请关注



层层 精选



成品精度无限接近100%

多分 多选



一机四选价值多元

七一党建专栏 融合“两心” 汇聚“五力” 铸就“五化五有” 特色文化——记洽洽食品股份有限公司党总支

一家企业如何坦然进入低谷

——章燎原在三只松鼠2024全域生态大会上的分享

零食品牌下一阶段的增长又从哪来

2024年全国向日葵产业分析报告

坚果，不止为零食——坚果对于平衡膳食的意义

指导单位：中国食品工业协会坚果果干专业委员会
2024.07
主办单位：北京中坚果信息技术有限公司

坚果、果仁、花生智能生产线

NUTS, KERNELS & PEANUTS INTELLIGENT PRODUCTION LINE



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。

原味炒制智能生产线

ORIGINAL ROASTING INTELLIGENT PRODUCTION LINE



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。

多功能果仁裹粉裹衣生产线

MULTIFUNCTIONAL POWDER COATED KERNEL INTELLIGENT PRODUCTION LINE



热风双循环带式干燥机 HOT AIR DOUBLE CYCLE BELT DRYER

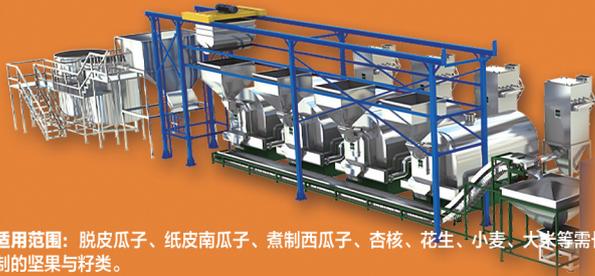


果仁自动裹粉机
AUTOMATIC KERNEL POWDER COATING MACHINE

适用范围：腰果仁、夏威夷果仁、巴旦木仁、碧根果仁、核桃仁、花生仁等果仁。

脱皮瓜子(西瓜子)智能生产线

MULTI-FUNCTIONAL ROASTING INTELLIGENT PRODUCTION LINE



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、瓜子、花生智能生产线

NUTS, SEEDS & PEANUTS INTELLIGENT PRODUCTION LINE



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。



开封朗瑞机械有限公司 开封市思瑞特机械厂

地址：河南省开封市汴东先进制造业开发区中兴路

电话：(0371)26668019 26665839

传真：(0371)26665839 邮箱：KFSRTJX@163.COM

网址：WWW.KFLRJX.COM WWW.KFSRT.COM



三只松鼠

Three Squirrels

山河挚献 此礼无双



超 8 亿 人 次 选 择 的 品 牌*

*数据来源于三只松鼠销售记录

坚果果干行业权威指导性杂志

中国坚果果干

China Nuts and Dried Fruits Industry
www.csn.cn
2024第五期 (总第一一零七期)

全球首款 多分多选 三层履带

中科光电Multi系列

层层精选 多分多选

成品精度无限接近100% 一机两选价值多倍

七一党建专栏 融合“两心”汇聚“五力”铸就“五化五有”
特色文化——记洽洽食品股份有限公司党总支
一家企业如何坦然进入低谷
章燎原在三只松鼠2024全城生态大会上的分享
零食品牌下一阶段的增长又从哪来
2024年全国向日葵产业分析报告
坚果，不止为零食——坚果对于平衡膳食的意义

指导单位：中国食品工业协会坚果果干专业委员会
主办单位：北京中坚果果信息技术服务有限公司
“中国坚果果干”杂志 “中国坚果果干网”
“中国坚果果干展会网”

编辑委员会

名誉主任：陈先保
主任：章燎原
副主任：陈奇 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	高光伟
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	王建坤
刘宝莹			

行业专家：(以姓氏拼音为序)

国内：毕守英	陈银权	陈渊
刁文英	高军龙	葛运兵
姜念波	金龙	李志国
梁金辉	马俊	潘明亮
乔如柏	孙美	王文林
王育平	王志强	魏本强
薛凌宇	严明	杨攀飞
原武	张阿妮	张凡
张丽华	张显秋	赵化银

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.csn.cn

微信公众号：坚果果干食品展 (zhongjianheguo)

感谢以下协办单位 (排名不分先后)



融合“两心” 汇聚“五力” 铸就“五化五有”特色文化

——记洽洽食品股份有限公司党总支



洽洽食品成立于2001年，2011年上市，20多年来，坚持以“品质和品牌”为核心，是中国坚果果干行业领军企业。洽洽党总支自2003成立以来，坚持以企业发展为核心，以打造党建品牌、服务群众为重心，党组织建设和企业发展相辅相成，同频共振。近年来洽洽食品遵循“党建+”的工作思路，着力打造“五化五有”工作格局，推动党总支与支部工作“规范化、一体化、系统化、常态化、多元化”，努力打造一支“有引领作用、有高度站位、有创新精神、有服务意识、有发展理念”的党员队伍，不断凝聚创新发展的强大动力，为持续创新发展提供了坚强的政治保证和有力支撑。

1 党建融入队伍建设 不断增强战斗力

党建有引领作用，党组织建设规范化。一是把加强党的领导与公司管理

统一起来，把党建写入公司章程，同时推进党建工作要求制度化，印发《洽洽食品党员管理办法》、《党员活动积分办法》、《党员活动日制度》，使党员教育和管理在制度化、规范化上有新的突破。二是针对总支、支部制定工作清单，努力做到任务项目化、项目清单化、清单责任化，明确工作内容并优化流程，使党务工作精细化。三是对支部工作提出了活动共建、积分管理和督察评议三个工作机制，努力调动广大党员的积极性，推动书记第一责任人职责落地。四是有效开展党风廉政建设，坚持行之有效的内部审计工作，注重党员干部的廉政教育工作。

2 党建融入经营管理 着力提高发展力

党建有高度站位，思想建设一体化。一是探索多种形式党课，以集中

党课和业务骨干轮流上党课相结合，多层次实现政治理论水平提升，特别是书记上党课已成为一项必修课，是所有党务工作者拓宽工作思路、提高思想觉悟的有效途径。同时面对党员分布点多面广、工学矛盾突出的问题，洽洽将“三会一课”和“40+2”学习模式相结合，即每周坚持40小时工作，每周三下午坚持集中2小时理论和专业知识学习，把“40+2”模式作为党内组织生活的重要载体，切实提高党员理论学习水平，保证思想工作与业务学习深度融合。二是业务培训，进一步提高工作水平，通过经营管理、人力资源管理和财务管理课程的学习，使得党员夯实了个人工作和思想基础。三是书记谈话，由书记开展谈心谈话，发掘党建工作人才，同时增强支部凝聚力，每个季度各支部安排一天开展“支部书记开放日”，支部书记迎接党员及群众，充当企业“政委”，了解党员和群众的工作困扰和生活困难，帮助解决党员和群众反映的问题。四是实践学习。每年七一前后，组织开展红色之旅，探寻革命足迹，组织优秀党员到江西井冈山、渡江战役纪念馆、金寨红军革命根据地参观学习，激发党员的学习热情。

3 党建融入企业文化 全面提升创新力

党建有创新精神，党员活动系统化。一是打造“十个一”文化体系，即每月开展一次集体学习、每月开展一次支部党员活动日、每季度开展一次领导干部上党课、每季度开展一次有意义的文化活动、每年开展一次调研走访工作、每年开展一次慰问关怀工作、每年开展一次重温入党誓词



洽洽致力于第一时间为灾区同胞送去温暖。2020年新冠肺炎疫情爆发，第一时间捐款并利用海外渠道购买口罩等防疫物资驰援，先后捐款、捐物近千万元，同时组织党员捐款共计约16万元。2021年河南水灾，第一时间向郑州慈善总会捐款300万元，并捐赠200万元应急食品驰援灾区。2023年洽洽调动西部、北部等中转仓食品物资，第一时间向甘肃、青海地震灾区捐赠658万元的物资，同甘抗震，共暖寒冬。洽洽用实际行动践行企业担当，相继获得“万企帮万村”精准扶贫行动先进民营企业称号、“中国民营企业社会责任优秀案例”。



未来，以党建工作为引领，依托于以“质造”为核心的新鲜战略，洽洽将以更高品质的产品、更严格科学的工艺，更标准化的产业链，更专业的生产研发优势专注坚果质造，持续助力中国坚果果干行业健康发展，与国内外同行和合作伙伴共同驱动坚果果干行业的高质量发展！坚果

词、每年开展一次党史影片集体观影、每年开展一次红色基地集体学习、每年开展一次表彰总结。多层次、多形式活动紧密结合，不断锤炼党员党性修养，使党员队伍真正成为推动公司发展的中坚力量。二是结合“十个一”文化活动和业务实际，开展特色党员活动，支部轮流主办，党总支提供支持，各支部党员共同参与，资源共享。

和老人开展慰问，加强企业间学习互动，增进沟通交流，携手共同发展。

5 党建融入社会责任 牢固树立影响力

党建有发展理念，社会责任多元化。洽洽一直秉承“利益来源于社会回报社会”的理念，近年来已累计向社会各界捐款捐物近1亿元。一是乡村振兴方面。按照“党建引领、产业支撑、精准帮扶”的思路，洽洽以农副产品为主业，结合自身产业优势，在合肥、池州、广西百色等地建设坚果基地，同时，每年在新疆、内蒙、甘肃、东北等地订单葵花推广种植面积60万亩左右，带动20000余户农民致富。二是扶智方面。相继在合肥五中、六安一中、合肥三十八中、安徽财经大学、安徽大学等多所学校设立“洽洽快乐奖学金”。三是救灾捐赠方面。天灾无情，洽洽有爱，在灾难面前，

4 党建融入员工关怀 持续凝聚向心力

党建有服务意识，团结职工常态化。一是坚持以人为本，走群众路线。工会与公司签订集体合同，保证员工权益，与此同时，建立完善劳动争议调解机制，倾听群众呼声。二是党群共建，充分发挥好工会、妇联、共青团组织职工、服务职工、维护职工的重要作用。开展员工运动健康行、夏季送清凉、困难帮扶、爱心捐赠等活动，不断增强企业凝聚力。成立“坚果生产突击队”，在冬季洽洽生产旺季时积极支援一线生产，是党员一项每年例行的工作，用实际行动助力企业发展；成立“坚果手拉手”活动小队，党员参与，每年春节前走进困难职工家庭，解决困难家庭日常生活的后顾之忧。三是加强政企联动，与上级党委及社区其他企业、高校等联合组织开展活动，对所在社区内的困难家庭



主编：



《中国坚果果干》杂志新增英文电子版的征稿函

《中国坚果果干》杂志是中国食品工业协会坚果果干专业委员会指导，北京中坚坚果信息咨询服务网、中国坚果果干网、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果干行业的指导性期刊。为了让全世界的坚果行业更了解中国坚果果干行业，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《中国坚果果干》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。

中国坚果果干编辑部

《中国坚果果干》杂志中英文版信息咨询服务表

《中国坚果果干》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

中国坚果果干展会网：www.chinanutexpo.com

中国坚果果干网：<http://www.csnc.cn/>



翁洋洋

2024年5月28—29日三只松鼠在上海举办了全行业千人出席的全产业链盛大生态大会！大会取得的全社会，全行业较高的认知度，可信度以及空前的影响力，而震惊国内外同行们的高度关注！大会彰显了松鼠不屈不挠的倔强进取精神，为松鼠，为全行业在当下迷茫且内卷的行业生态注入新生的活力！大会为松鼠，为行业杀出一条生路，活路与新路！大会为中国坚果果干行业向更新更高出发，作出的卓越贡献！感谢松鼠！为行业有你而庆幸！

端午节刚刚过去，空气中还仿佛弥漫着淡淡的艾草香和糯米的味道。在这个快节奏的时代里，端午似乎也逐渐被淡忘，人们忙于工作、学习，很少有时间去亲自包粽子、挂艾草。
往年的端午，仅仅吃个粽子了事。今年的端午，院子里的小朋友邀约一起来到近郊的酒店共度。在酒店里包粽子、游泳、池塘边喂鱼、萌宠乐园给小马兔子喂胡萝卜，淘气堡里疯狂放电、晚上华灯初上坐在大草坪烧烤看电影……，孩子们很开心，但同时也令人担忧。现在的小孩对于端午，仅限于知道屈原和粽子，而端午这个承载着深厚文化底蕴和民族精神的节日确没有了解。所以作为家长的我们，有责任去告诉他们中国的传统节日的由来和意义，传承和弘扬传统文化。无论我们身在何处，身处何种境遇，都应该时刻牢记我们的文化根源和民族精神。
让我们不忘初心，铭记传统！



杨倩



邱晶

没有所谓的感同身受，只有经历了才知道。以前，我看过很多父母辅导孩子学习时的状态，他们面对挑战时的血压飙升，他们失去耐心时的情绪失控，都让我深深感到教育孩子的艰难。我曾告诫自己，等到那个时期来临时，我一定要控制住自己的情绪，用理性和耐心去引导孩子。

然而，当自己真正身处其中，我才深刻体会到现实的挑战远比我想象的难。孩子的每一次困惑，每一次挫折，每一次的不理解，都像是一面镜子，反射出我内心的焦急和不安。我努力保持冷静，却发现情绪的波动如同潮水，时而平静，时而汹涌。

我开始明白，教育孩子不仅仅是教会他们知识，更是教会他们如何面对困难，如何处理情绪，如何成长为独立而有担当的人。我也开始学习，如何在压力和挑战面前保持冷静，如何在孩子的成长道路上成为一个支持者和引导者，而不是一个指挥者。

作为父母，我们需要不断地学习和成长，才能更好地陪伴孩子走过每一段旅程。我们需要更多的耐心，更多的理解，以及更多的智慧，去应对教育过程中的每一个挑战。



张蕾

祝你做自己的群山巍巍
于惊涛骇浪处峰回路转
于广阔天地里坚不可摧

祝你做自己的花树葳蕤
在千沟万壑间长青不悔
在悬崖峭壁处自有明媚

祝你无所谓，不回头

夏季烈日炎炎，现代人为了防晒，常常将身体从上到下裹得严严实实。这种做法在中医看来，可能过度阻断了人体与太阳阳气的接触，导致体内阳气不足，影响身体的健康状态。太阳是天地间最精华的阳气来源，人体的各种生命活动都需要阳气的推动和温煦。而夏季是阳气最旺盛的季节，通过晒太阳，可以充分吸收太阳的阳气，达到补充体内阳气、促进健康的目的，适量的阳光照射还可以刺激人体产生多巴胺等神经递质，改善心情，缓解压力。《黄帝内经》里说“无厌于日”，该晒太阳就不要躲着，该出汗就不要怕热。夏天，请不要拒绝阳光。



张淑芳



王欣

《肖申克的救赎》里有这样一句话：总有一天，你会笑着说曾经令你痛苦的事情。再糟的经历终会过去，再大的烦恼也会消散。只有放平心态，拥有一个好心情，才能抵御生活的风雨，面对岁月的无常。世界如一面镜子，皱眉视之，它也皱眉看你；笑着对它，它也笑着看你。凡事想开一点，不困于心，不乱于情，经营好自己的心情，才能向阳而生。

有人因一时困难就闷闷不乐，裹足不前；有人即使深陷泥潭，也能改变心态，调节心情。常言道：“烦恼天天有，不捡自然无”。生活本就充满了压力和挑战，又何必再自寻烦恼。如果我们总是为了无关紧要的人生气，为了无足轻重的事烦心，心情只会越来越糟。不纠缠于过去，不忧虑于将来，照顾好好自己的内心，经营好自己的日子。只有把心情照顾好，才能把生活过成诗，从容面对世间纷扰。余生很贵愿我们都不输给心情，保持快乐，有所热爱，有所期待。

炎热的夏天已经悄然而至，炽热的阳光洒满大地，万物都在其热烈的照耀下焕发出勃勃生机。在这个季节里，每个人都仿佛被夏日的热情所点燃，就像大家对待工作的态度一般，如火如荼，充满了活力和激情。
在这即将到来的下半年展会，不仅仅是一个展示产品、交流思想的平台，更是一次热情与智慧的碰撞，一次汗水与梦想交织的盛会。让我们一起迎接这个充满激情和挑战的季节吧！



刘建屏



赵斌

端午节期间，带着儿子挑战了一下八达岭长城。这条古老的巨龙见证了中华民族数千年的历史变迁。我们踏着古人的足迹，仿佛穿越了时空的隧道，感受到了古人的那份坚韧与力量。尽管孩子走得有些累，但他从未放弃。每当我们登上一个烽火台，他都会兴奋地跑上前去，眺望着远方的风景，眼神中充满了对未来的憧憬。看着孩子稚嫩的脸庞上洋溢的兴奋与好奇，我的心中也为我们伟大的祖国充满了温暖与自豪。

这次的长城之行，不仅让我和孩子收获了满满的快乐与回忆，更让我深刻体会到了陪伴与引导的重要性。我也深深地体会到，成长就是需要不断地挑战自我，超越自我。也期望孩子能够勇敢地面对对未来的每一次挑战，成为一个有担当、有毅力的人。

一个人，情绪价值越高 幸福感就越高



1. 什么是情绪价值呢？

从心理学角度来看，情绪价值指的是一个人影响他人情绪的能力。一个人越能给他人带来舒服、愉悦和稳定的情绪，他的情绪价值就越高；一个人总让他人产生别扭、生气和难堪的情绪，他的情绪价值就越低。

不管是生活还是事业，无论是亲情还是爱情情绪价值越高的人，越能收获意想不到的幸福感。情绪价值，是亲密关系的保鲜剂。在亲密关系中，一个人能否为伴侣提供情绪价值，很大程度上决定着一段感情的成败。处在亲密关系中的两个人，或多或少都会影响彼此的情绪。情绪价值高的人，懂得为自己的情绪负责，还能给身边的人提供积极的情绪。而情绪价值低的人，则总是想着让别人来承担和排解自己的坏情绪。所有舒服长久的婚姻，双方一定都提供了足够的情绪价值。

2. 情绪价值，是亲子关系的粘合剂

有人说，情绪价值高的父母，更容易养出乐观自信的孩子。因为父母的情绪价值，是一种在耳濡目染下对孩子的人生产生长远影响的能力。但是，情绪价值是一种稀缺的能力，很多父母都不具备。

不善于夸赞和表扬孩子，一张口总是否定，总是抓住孩子做的不好的地方，而不是好的一面；习惯站在大人的角度看问题，对孩子的情绪没有



共情力；经常把自己的负面情绪迁移到孩子身上……于是很多孩子选择对父母关闭自己的内心世界。很多时候孩子的第一个榜样就是自己的父母，包括处理情绪、人际关系的方法，其实都是从父母那儿学来的，在某种程度上，大多数父母所看到的孩子的不良行为，其实都是自己不良行为的反射。因此，要想让孩子的情绪力提高，父母得先管好自己的情绪。有人说：“孩子就是父母情绪的接收器，当父母不安时，孩子就会立即警觉，当父母放松时，孩子就会立即感到愉悦。”高情绪价值的父母，不仅能够控制自己的情绪，还能疏导孩子的情绪。

3. 情绪价值，决定一个人的人际关系

用情绪价值支撑他人，学会先提供情绪价值比一味讲道理更能解决问题。生活中，很多人不知道如何有效且合理地为人提供情绪价值。我们要允许对方有情绪。允许外界的人事、物没有按照自己的预期发展，

要给予对方认同感。我们可以根据自己对内容的理解和双方的关系亲疏，给予正面反馈关注积极正面内容的反馈方式，能够引导别人把注意力转移到积极的事物上，再提供建设性意见而非消极意见，来解决问题。

情绪价值高对一个人来说固然有很大的正向作用，但同时也要学会避免被人过度地索取情绪价值。不然很容易被别人当成情绪垃圾桶不断消耗自己的心理能量。真正的高情绪价值，是自己情绪稳定，也不会被他人的情绪影响。

情绪价值越高的人，幸福感越高。坚果

目录

七一特刊—编者之声

03 融合“两心” 汇聚“五力” 铸就“五化五有” 特色文化
——记洽洽食品股份有限公司党总支

06 编辑部心情驿站

品位人生

07 一个人，情绪价值越高幸福感就越高

七一特刊—热点关注

12 不忘初心，以党建引领企业发展

13 本色传承，砥砺前行

——记我协会青年工作部共产党员、诸暨市陈林食品有限公司总经理 陈金鑫

14 起步深山里 扬帆向商海

——记我协会青年工作部共产党员、铁岭市扬帆食品有限公司创始人 杨富安

15 延续传承不忘初心，用坚守奉献诠释共产党员价值

——记我协会青年工作部共产党员、衡水市东方食品有限公司总经理 周琦

产业经济

18 零食品牌下一阶段的增长又从哪来？

专家视点

20 攻心为上 价值创新 零食折扣品类杀手风靡下的对策

产业链

- | | |
|-----------|-----------------------|
| 市场 | 30 零售行业不能一味追求低价 |
| 产品 | 32 众创味来·发芽坚果新品推介 |
| 设备 | 36 2024 开封朗瑞机械新品发布 |
| 辅料 | 42 2024 坚果果干专用脱氧剂专题分享 |
| 原料 | 49 美国加州巴旦木协会做专题分享 |
| 种植 | 53 2024 年全国南瓜籽产业报告 |

行业信息

- 58 高端性价比“卷”出优势，三只松鼠深化全渠道改革
- 58 小坚果走向大世界，洽洽入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”
- 58 良品铺子自然健康新零售 IP 主题店 落户武汉顶流商圈 武昌万象城



- 59 百草味以创新赋能传统粽子 为行业带来新增长点
- 59 上海施行食品经营办法释放混合业态创新活力
- 59 山西一果发挥龙头企业作用做强做优核桃产业
- 60 潜山：“小瓜蒌”长成“大产业”
- 60 三羊榛缘五年研发，填补国内空白！

世界之窗

- 62 2023 年全球各产区碧根果产量回顾，价格稳定但也面临挑战
- 62 澳洲巴旦木产量大跌 3 成，库存清空，对华出口大幅下滑
- 62 柬埔寨腰果减产，价格涨至 15 年来最高
- 63 中国需求旺盛清空南非库存，夏威夷果或将涨价 1-3 成！
- 63 全球核桃产量坚挺，中国保持领先地位
- 63 菲律宾简化农产品进口流程

协会工作

- 64 2024' 全国坚果果干新品、热销品全渠道采供交易选品大会通知
- 67 关于申报第八届(2022-2023 年度)全国坚果果干食品行业科学技术进步奖的通知
- 70 关于批准新会员入会、增补常务理事、理事的通知
- 72 追求卓越 勇攀高峰
——记我协会青年工作部五四青年节活动

企业管理

- 74 一家企业如何坦然进入低谷
——章燎原在三只松鼠 2024 全域生态大会上的分享
- 75 为什么合理的 SKU 设置对食品企业有效库存管理与销售至关重要？如何设置？
- 77 如何确保坚果果干企业采购订单及时准确到货？
使用三道防线，抵御供应缺料风险

科技标准

- 79 海关总署公告 2024 年第 42 号
(关于智利扁桃仁产品输华检验检疫要求的公告)

营养与健康

- 80 坚果，不止为零食——坚果对于平衡膳食的意义
- 82 上了年纪要“养骨”别只会喝牛奶



CCONTENTS

Special Edition for July 1st—Voice of Editor

- 03 Integrating "Two Cores", Gathering "Five Forces", and Forging a Unique Culture of "Five Aspects and Five Essentials"
— A Record of the Party General Branch of Qiaqia Food Co., Ltd.

06 Soul Station of Editorial Department

Experience the life

- 07 The higher a person's emotional value is, the higher their sense of happiness will be.

Special Edition for July 1st—Hot Spots

- 12 Don't forget your original intention, and lead the development of the enterprise through party building
- 13 Inheriting the True Colors, Advancing with Perseverance
— Chen Jinxin, General Manager of Zhuji City Chenlin Food Co., Ltd. and a Member of Our Association's Youth Working Department
- 14 Starting from the Deep Mountains, Sailing towards the Business World — Yang Fuan, a Communist Party Member from Our Association's Youth Working Department and the Tieling City Founder of Yangfan Food Co., Ltd.
- 15 Upholding the Legacy and Staying True to Our Roots, Dedicating Ourselves to the Cause of Communism
— Zhou Qi, a CPC Member from Our Youth Work Department & the GM of Dongfang Foods in Hengshui

Industrial Economy

- 18 Where will the growth of snack brands come from in the next stage?

Expert Perspective

- 20 Winning Consumers Through Dedication: Creating New Value Heights - Countermeasures in the Prevailing Trend of Discount Snack Category Disruptors.

Industrial Chain

Market	30	The retail industry should not pursue low prices blindly
Product	32	Zhongchuangweilai · Faya New Product Promotion of Nuts
Equipment	36	2024 Kaifeng Langrui Machinery New Product Launch
Accessories	42	2024 Special Sharing on Deoxidizer for Nuts and Dried Fruits
Raw Plant	49	Special Sharing by California Almond Association
	53	2024 National Pumpkin Seed Industry Report

Industry Information

- 58 Premium cost-effectiveness creates a competitive edge, Three Squirrels deepens its omnichannel reform
- 58 Small nuts enter the big world, Chateaus selected as a Chinese Brand Favored by Foreigners in 2024
- 58 Bestore opens a new IP-themed store for natural and healthy snacks in Wuchang MixC, a top shopping district in Wuhan
- 59 Baicaowei empowers traditional Zongzi with innovation, bringing new growth points to the industry

- 59 Shanghai implements food business measures to unleash the innovative vitality of mixed formats
- 59 Shanxi Yiguo leverages its leading enterprise role to strengthen and optimize the walnut industry
- 60 Qianshan: 'Small melons' grow into a 'big industry'
- 60 Sanyang Zhenyuan's five-year research and development fills a domestic gap

Window of the World

- 62 Review of Pecan Production in Various Producing Regions Around the World in 2023: Prices Remain Stable but Also Face Challenges
- 62 Australia's almond production decreased by 30%, inventories were cleared, and exports to China experienced a significant decline.
- 62 Cashew nut production in Cambodia has decreased, leading to prices rising to the highest level in 15 years.
- 63 Strong demand in China has cleared South African inventories, and the price of macadamia nuts may increase by 10% to 30%!
- 63 Global walnut production remains stable, and China maintains its leading position.
- 63 The Philippines simplifies the import process for agricultural products.

Association work

- 64 National New Product and Hot-selling Product Selection Conference for Nuts and Dried Fruits across All Channels
- 67 Notification Regarding the Application for the 8th (2022-2023) National Award for Scientific and Technological Progress in the Nuts and Dried Fruit Food Industry
- 70 Notification of Approval for New Members, Additional Standing Directors, and Directors
- 72 Pursuing Excellence and Scaling New Heights — Recording the Activities of the Youth Working Department of Our Association on Youth Day, May 4th

Business management

- 74 How a Business Can Gracefully Navigate Through a Downturn — Insights Shared by Zhang Liaoyuan at the 2024 Three Squirrels Omnichannel Ecological Conference
- 75 Why is a well-thought-out SKU setup crucial for efficient inventory management and sales in food businesses? How can it be established?
- 77 How can a dried fruit and nut company ensure timely and accurate delivery of purchase orders? Utilize three lines of defense to mitigate the risk of supply shortages.

Laws and regulations

- 79 Announcement No. 42 of 2024 by the General Administration of Customs of China on the Inspection and Quarantine Requirements for Chilean Almond Kernel Products Exported to China

Nutrition and Health

- 80 Nuts: Not Just for Snacking - The Significance of Nuts in a Balanced Diet
- 82 As we age, it's important to "nourish our bones" and not just rely on drinking milk.



WWW.CSNC.CN

坚果果干网

主办：北京中坚合果信息技术服务有限公司

每天一把坚果瓜子，有益健康

www.csnc.cn

坚果果干网



本网站为中英文双语版

坚果果干网，网罗坚果果干天下事

是全国坚果果干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

中国坚果果干杂志



双月刊

中英文双语出版

指导单位：中国食品工业协会
坚果果干专业委员会

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



中国坚果果干杂志，承载信息的桥梁，企业的参谋，行业的纽带，送递您的手中

【向党的生日献礼专栏】

不忘初心，以党建 引领企业发展

本色传承，砥砺前行

——记我协会工作部共产党员、诸暨市陈林食品有限公司总经理 陈金鑫



我们应该如何增强红色基因的传承能力，锤炼新党员的优良品质、永葆共产党人的政治本色？方法、路径固然有很多，但我想坚守、奋斗、担当的品质一定是不可或缺的，尤其是从身边作为老党员的我的爷爷和父亲的事迹中耳濡目染，我也渐渐地有所领悟……

我的爷爷陈仁洪，出生于1934年，1959年入党后一直从事檀溪村村干部相应工作，那时的国家正值解放前后，老百姓面对的困难和挫折都是我们现在不能比的，爷爷带领村民们用劳动踏平坎坷，用艰苦奋斗、自强不息、坚韧不拔的精神度过了一个又一个的难关，走向勤劳致富的大道，面对现在来之不易的幸福生活，我们没有理由不感恩，没有理由不奋进。

学史明志，当今之时我们更要坚定马克思主义信仰，继续发扬革命先辈村老党员的优良传统，做好企业产品质量发展的推动者、实践者，履职尽责，践行好党赋予企

业领导者的使命。

我的父亲陈林芳，1963年出生，2004年入党，1998年至今连续25年担任店口镇檀溪村书记，被评为绍兴市人民监督员、连任多届诸暨市人大代表，诸暨市优秀共产党员，并于1990年成立诸暨市陈林食品有限公司，凭着敏锐的市场洞察力和艰苦奋斗创业精神，公司自创办以来获得了大大小小很多的奖项，成为诸暨市炒货食品农业龙头企业，2006年企业通过食品行业QS认证、浙江农业博览会优质奖、并在2007年度列为诸暨市工商诚信企业、诸暨市名牌产品、诸暨市著名商标、国家合格评定质量达标放心食品、荣获2009年全国坚果炒货行业优秀企业、2012年度全国坚果炒货行业最具发展潜力10强企业、2023年被评为浙江省科技型中小企业证书等荣誉。在企业不断发展的前提下，父亲作为一名村支部书记，始终不忘回报社会，解决了当地老百姓无资金来源的问题，每年贡献村劳务费达100多万元。多年来一直对学校文化教育事业、老龄扶贫和其他公益事业，给予很大的支持，选为中国食品工业协会坚果专业委员会副会长。

心怀大者，胸怀全局，作为企业和党员的接班人，我首应增强担当意识，当今企业面临更严峻的社会竞争，这就需要锤炼“专”的特质，对企业发展工作更加专心，多方考察市场的需要，积极开创新品的同时做大、做专老产品的市场号召力，二要锤炼“实”的作风，实打实做好产品的质量把关工作，时刻保持干事创业、担当作为的热情和活力。三是提升担当能力。要做到对企业真正负责，我还需要不断深入学习历史上和身边的先进典型，努力提升自身综合素质，不断琢磨和改进。将爱党爱国、爱岗敬业体现到一言一行中，让盛世传承如先辈所愿！陈林芳

起步深山里 扬帆向商海

——记我协会青年工作部共产党员、
铁岭市扬帆食品有限公司创始人杨富安



杨富安，1981年1月生，中共党员，“中国榛子产业联盟”主席，于2020年被国务院授予全国优秀农民工称号；2021年7月应邀进京参加“中共中央纪念中国共产党成立100周年”庆祝活动；2021年获得农业农村部授予的“全国农村创新创业带头人”称号；2022年获得“辽宁省劳动模范”称号；铁岭市人大代表，铁岭市榛子协会执行会长，现任铁岭县李千户镇深山里榛子专业合作社理事长，铁岭市扬帆食品有限公司总经理。

合作社建设有新提高 带领乡亲致富能力增强

2011年5月，30岁的杨富安牵头组织，在铁岭东部的大山里成立李千户镇“深山里榛子专业合作社”。因地起名注册“深山乡”商标。合作社以谋求全体成员的共同利益为宗旨。在杨富安的积极带动下，合作社从开始只有5人，发展到2024年有社员180户，从业人员超千人规模。榛园面积1.8万亩，年产商品级榛子200万斤。

为使更多榛农得到收益、得到实惠，他又牵头与铁岭市其他6家榛子合作社、3家榛子家庭农场组建了千户榛子合作

社联合社，拥有注册社员437名，有生产基地4.8万亩，辐射带动周边1100余户。合作社2017年被辽宁省供销社、辽宁省农民合作经营组织联合授予“优秀农村合作经济组织”称号；2017年被辽宁省绿色发展研究会授予“绿色产业示范基地”称号；2019年被国家农业农村部评为“国家级示范社”。

深加工产品推陈出， 不断开辟经营新途径

2015年6月杨富安作为法人代表成立了铁岭市扬帆食品有限公司，引进了炒制、水漏、脱壳、烘干、分级等一条龙生产设备，建成了榛子产品深加工的流水线，形成了“公司+合作社+基地+农户”的榛子种植、生产、加工、销售为一体的产业链。陆续研制开发了牛奶味、海苔味、榴莲味、蜂蜜黄油味等多种风味榛子仁产品，研制开发了榛子月饼、榛子饼干、榛子酥饼、榛子酱、榛子饮料，使榛子深加工产品向高端产品迈进，产品已形成手拍开口榛子、原味榛子仁、风味榛子仁、榛子糕点等4大类78个品种和规格，销售遍布多个省、市超市，年榛子经营量达到100多万公斤，销售收入3000多万元。

他注册的“深山乡”品牌榛子系列产品，在2019年被中国绿色食品发展中心认定为“绿色食品”标志，2022年在原有绿色产品的基础上，又申请6个绿色产品，重新签订了使用“国家农产品地理标志”和“国家产品地理标志”使用合同。公司先后被授予“辽宁省农业产业化龙头企业”，“辽宁省林业产业龙头企业”，“十佳农业产业化龙头企业”。

积极向上爱党敬业

杨富安在平常的工作生活中注重学习习近平新时代中国特色社会主义思想，为人正直，诚实忠厚，遵纪守法，做事认真，能想事、干事、干成事，热爱家乡，心系百姓，勇于承担当地党组织和政府部署的各种任务，赢得了各级党委和政府的肯定及当地群众的赞许。■

延续传承不忘初心，用坚守 奉献诠释共产党员价值

——记我协会青年工作部共产党员、衡水市东方 食品有限公司总经理 周琦

座落于久负盛名的“年画之乡”，联合国命名的“千年古县”美誉的河北省衡水市武强县的衡水市东方食品有限公司至今已有39年历史，公司经历了辉煌也经历了落寞，大学毕业后的周琦继承了其爷爷的意志，于2015年进入公司参加工作，如今三十岁的他，已是一位党龄6年的党员，凭借年轻人的执着和干劲，以及作为共产党员真抓实干，带头创新的初心和使命，短短几年时间，将落寞衰败公司的慢慢发展成规上企业。

作为一名共产党员，同时也作为一名老牌企业的继承人，周琦积极响应县委、县政府打赢脱贫攻坚战的号召，充分挖掘企业内在潜力，通过引进和培养专业研发人员，改进工艺解决裹衣花生产业瓶颈问题——延长产品货架期，确保货架期内产品过氧化值和酸价不超标；增加科技研发投入，扩展产品类别，解决目前产品种类、口味和包装形式较为单一的问题；以市场为导向、不断创新思路，持续精深加工研究，提高产品附加值，与高校开展联合技术研发活动，促进成果的转移和产业化；以点带面，提升了当地裹衣花生产业的行业竞争力和科技创新能力。

对于一家食品企业而言又是农副产品加工企业，要发展、壮大，食品安全、产品质量是根本。但作为一名党员来说，要带领群众脱贫、致富，稳定的产业质量和市场优势，才是可持续发展的根本所在。没有适应市场的产品作保障，企业就没有希望，产业就无法形成可循环模式，老百姓稳定增收的愿望就无法成为现实。为此他通过近几年的努力，公司由原来只对自主品牌的推广销售到国内全方位渠道销售以及外贸出口等，加强了销售能力，大大增加了销售额。目前公司主要以生产裹衣花生、裹衣坚果、



巧克力制品三大系列，近200个品种的小食品。产品畅销全国29个省、市、自治区。部分产品销往香港、韩国、日本、加拿大等，其中裹衣花生（鱼皮花生）、裹衣坚果（夏威夷果、腰果、扁桃仁）尤为突出，在加强销售能力的同时，公司引进新设备，新增生产线，目前裹衣花生、裹衣坚果生产线3条，巧克力生产线1条，包装生产线2条。在公司原有的基础上拟新建年产1.5万吨裹衣花生裹衣坚果、6000吨巧克力制品项目，全新引进全自动裹衣机、全自动烤箱等新型设备。实现智能化生产，提高生产能力，为产品质量保驾护航。

作为一名党员的他注重销售、注重生产更注重食品安全，在他的领导下公司也通过了ISO9001；2015质量管理体系认证、危害分析与关键控制点（HACCP）体系和ISO22000；2018食品安全质量管理体系认证，确保了产品在生产过程中的安全，保证销售的每批产品都是合格产品。与此同时迪宝商标被省工商局命名为“河北省著名商标”，公司先后被命名为“信用优秀企业”、“河北省“重质量守信誉促服务”诚信承诺示范单位”、“河北3.15重质量守信誉AAAAA品牌企业”、“省食品行业重点龙头企业”、“衡水市明星企业”等光荣称号，并

成为武强县食品行业协会副会长单位。2023年1月份被武强县人民政府授予“武强县政府质量奖提名奖”。

在他的带领下，公司秉承“以科技为先导，以市场为导向，以质量求生存，以诚信赢天下”的宗旨。狠抓产品质量及食品安全，研发更多更好的优质产品，为全国及全世界消费者服务。

作为一名年轻企业家同时又是一名共产党员，在具有较强创新意识的同时，更要强化服务意识、增进产品服务观念。要时刻保持自身的先进性、保持党的先进性，而尽职尽责、不懈努力。党章规定了党员的义务，履行义务是一个党员首先应尽的职责。因此，要进一步加深对党员义务的理解，深刻认识保持共产党员先进性是每个党员应尽的责任和义务，强化保持先进性的责任意识，就能使自己在工作中时刻提醒自己、激励自己，发挥先锋模范作用。不管是从事农业劳动，还是企业管理，他一直注重加强自身员工素质培养，发挥党员模范带头作用，强化员工意识，既要争创一流，又要畅想未来，加深企业文化建设，加强社会服务的意识和精神，鼓励企业员工主动学习党的理论知识，共同努力。

可以说，周琦的成功离不开党的培养，东方食品的发展，离不开党领导的地方政府给予的优秀政策扶持。正所谓吃水不忘挖井人，未来周琦继续跟随党的基本路线，在乡村振兴道路上继续发挥企业带动优势，优化人员队伍，巩固企业基础，努力打造一支思想觉悟高、敬业精神强、业务能力突出的高素质员工队伍，带动乡亲走上富裕，作为企业可持续发展的根本与核心。

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



恒康食品
HENGKANG
专注高端坚果炒货28年



品质坚果
心福口福

心年礼



零食品牌下一阶段的增长又从哪来？



一、零食企业迎来“开门红”

一季度零食企业的收入和利润普遍增长，其中盐津铺子、甘源、劲仔等较早布局多元渠道的品牌继续维持高增长。而在电商时代主打高端的企业也纷纷转型，例如三只松鼠 22 年开始减少代工，通过自产来降低成本，一季度公司营收和净利润分别增长 92%、61%，转型成效明显；良品铺子也在去年 11 月宣布进行史上规模最大的降价。

随着头部品牌纷纷加入，零食行业的变革进一步加深。

二、线下量贩 or 抖音、快手电商

去年以来，零食行业消费降级的趋势明显，越来越多的“白牌”产品受到消费者的青睐。随着传统商超红利的减弱，全渠道布局已经成为零食行业的共识。由于零食的固有属性（即零食对于流量变迁的敏感度高于其他消费品类），使得渠道因素对行业的影响要高于品牌本身。因此在行业发展的各个阶段中，所代表的企业也都不同，例如：

商场时代的代表企业包括达利、盼盼、旺旺等；

电商时代包括三只松鼠、良品铺子、百草味等；

渠道多元时代包括盐津铺子、甘源、劲仔等。

目前来看，零食行业多元化的变革主要集中在两个方向：零食量贩店和抖音、快手电商。其中量贩渠道发展至今市场格局已初步形成，渠道增长红利依然存在；抖音、快手电商目前仍处于以价换量阶段，厂商对直播电商的态度面临分化。

三、量贩渠道开始倾向肩腰部品牌

零食量贩渠道发展初期，品牌门店在资本推动下快速拓店，区域逐渐跑出龙头。随着区域内价格战及内耗式竞争的加剧，渠道进入兼并阶段。23 年 9 月万辰集团合并五家量贩品牌（好想来、老婆大人、来优品、叮滴叮滴、陆小馋），11 月零食很忙与赵一鸣合并。

至此量贩渠道形成“南很忙、北万辰”的格局，两家市占率占比接近 5 成。

随着区域性竞争转变成全国性竞争，相较于南方，北方市场拥有更多的空白区域将被覆盖。同时，竞争也由主打价格战的小店模型发展至提升体验的大店模型。从 SKU 角度来看，量贩店需要用头部品牌引流，肩腰部以及白牌提高利润，随着在大店模型中 SKU 数量的增多，肩腰部产品更为受益，占比将提升至 40%。

四、抖音渠道的增量开始倾向白牌

在众多线上渠道中，虽然淘宝依旧拥有最多的月活用户，但传统电商相较以内容起家的电商在精准推送以及内容的强互动方面存在天然劣势。

因此综合月活用户规模和使用时长，抖音是零食品类最强的线上渠道。

随着平台整体流量逐步触及上限，抖音正面临商业与视频创作业务流量分配的问题。

由于短视频 / 直播带货模式本身

存在高申诉、退货的情况，这部分业务的流量在增长触顶时势必会影响到视频业务的发展质量。在此背景下，抖音在今年明确把“价格力”提升至更高战略地位，从内容电商转向货架电商。其核心是将“低价”的消费者心智与货架电商（抖音商城）绑定，通过提高货架电商的占比以保障视频创作业务。

对于零食品牌商而言，抖音已逐步实施新的流量分配规则，即流量向全网低价及同款低价商品倾斜。同时通过供应端的产业带布局引入白牌厂商，对高性价比品牌商进行倾斜。根据官方案例数据，当价格优化 17%，流量可提升 142%，并带动 GMV（成交总额）提升 93%。

零食企业在抖音的打法主要依靠大单品和性价比战略，并建立达人直播和品牌自播的矩阵。由于直播电商存在较高的运营及投流成本，短期内中低毛利率品牌难以实现盈利。

中长期，随着产品热度的提升带动规模效应，自然流量的占比逐步提升，以此拉动品牌的盈利水平。以较早布局直播电商渠道的盐津铺子为例，公司 21 年开始布局，当年的电商渠道难以盈利，随着销售规模的增长，渠道盈利能力也持续提升，到 23 年底净利润已达近 6%。

整体来看，当前零食行业渠道多元化的发展来到了新的阶段。

在上一阶段中，量贩、抖音在众多渠道中脱颖而出，成为零食最重要的线下、线上增量渠道。随着量贩市场格局的确定，新的增量偏向肩腰部品牌成为行业的重要趋势，而抖音在新的战略下，流量倾斜将为白牌产品带来新的机遇。[REDACTED]

陕西咸阳市彩虹商贸食品有限公司



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

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

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

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

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

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



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

攻心为上 价值创新

零食折扣品类杀手风靡下的对策

张戟

上海至汇战略营销咨询机构总经理/首席顾问
《糖烟酒周刊》中国食品产业顶级专家团高级专家
《销售与市场》产业顾问

折扣店扬起了理性消费主义大旗，推动了疫情后时代的消费转型，并且很多折扣店体现出品类杀手的特性

第一代折扣品类杀手	第二代折扣品类杀手	第三代折扣品类杀手	第四代折扣品类杀手
<ul style="list-style-type: none"> ■10元店 ■服装尾货店 	<ul style="list-style-type: none"> ■家居（居然之间、红星美凯龙） ■电器（苏宁、国美） ■母婴（孩子王） ■鞋服（各类折扣店） ■日用品（名创优品） 	<ul style="list-style-type: none"> ■书店（当当网） ■时尚（唯品会） ■生鲜（叮咚买菜） 	<ul style="list-style-type: none"> ■零食（零食很忙、好想来、好特卖）

·丰富的商品集中在一个品类之下

·产品价格很低，在保障一定品质下减少消费者购物成本

至汇战略

1-32



附：国外折扣店品类杀手的发展历史（20世纪初诞生）

·K Mart（凯马特）

·Costco（开市客）

·Target（塔吉特）

·Toys R Us（玩具反斗城）

·Aldi（奥乐齐）



品牌形象	低调、严谨、务实
门店分布	欧洲、美国、澳大利亚、中国
经营品类	食品、日用品等
门店面积（平方米）	500-800
单店SKU（个）	1800（2022年）
自有品牌占比	>90%（2022年）
商品定价策略	每日低价/天天平价
毛利率	<15%
息税前利润率	3.6%（2017年）
门店管理	人员精简，身兼多职；高出行业平均 10-20%的薪酬

资料来源：民生证券

至汇战略

2-32



CHAPTER 1

三项重要关注

1、消费分级是折扣店存在的客观条件

中国人均月收入等级划分	
月收入	人数
0元	546万人
0-500元	2.1589亿人
500-800元	2.0203亿人
800-1000元	1.2404亿人
1000-1500元	2.4389亿人
1500-2000元	1.7263亿人
2000-3000元	2.0735亿人
3000-5000元	1.5695亿人
5000-10000元	6328万人
10000-20000元	784万人
20000元以上	70万人

·中国人均月收入在5000元以下的人口超过11亿人，在整个国家经济持续发展的过程中，无论是形式上的消费升级或是降级，本质上都存在着消费分级

·性价比存在于各个层级，高线体现为“降级”，低线体现为“升级”

·中国城镇化发展为下沉市场带来机会，形式上表现为“消费降级”

·白领及中产的“返贫”出现类似日本M型社会的消费降级

·疫情影响经济发展，存在不确定性，导致消费信心不足

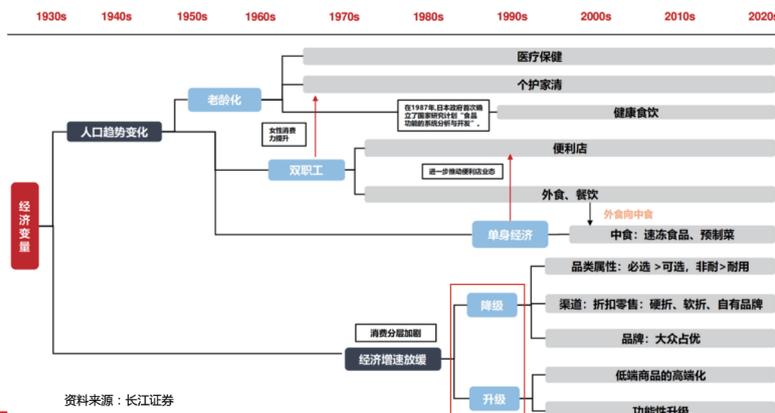
·城市消费者对批号敏感为折扣店提供发展机会



5-32



附：日本经济发展的消费分级

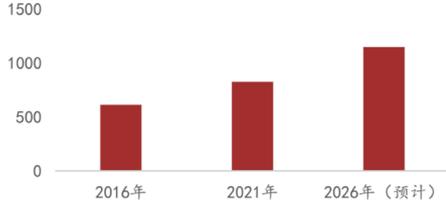


6-32



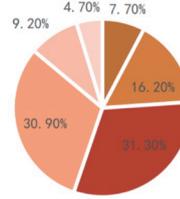
2、市场大且分散，同时消费者需求多元和多变，给零食折扣店发展带来良好机会

2021年我国零食零售额为8251亿元



■ 我国零食零售额 (十亿元)

2021年我国86%的消费者每月消费零食3次及以上



• 每个月15次左右或以上
 • 每个月10次左右
 • 每个月5次左右
 • 每个月3次左右
 • 每个月1次左右
 • 少于每个月1次

资料来源：财通证券

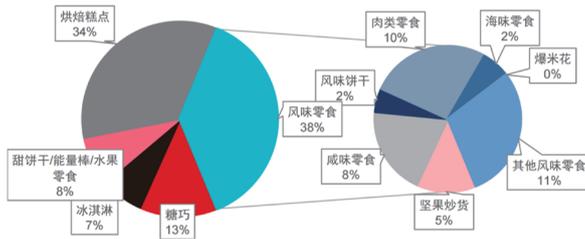


7-32



附：休闲零食行业品类中多，市场集中度低

2022年中国零食行业各品类占比

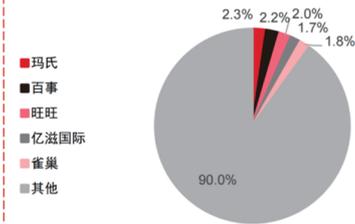


资料来源：Euromonitor, 中信证券研究部



8-32

2022年中国休闲零食行业竞争格局

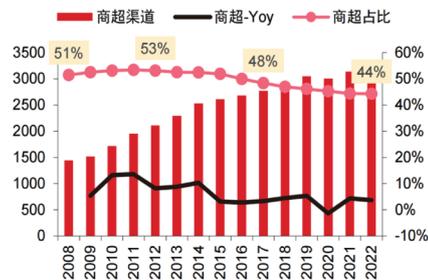


■ 玛氏
 ■ 百事
 ■ 旺旺
 ■ 亿滋国际
 ■ 雀巢
 ■ 其他



1、传统卖场价值降低给折扣店带来发展机会

中国休闲零食商超渠道规模 (亿元)、同比及占比 (%)



资料来源：Euromonitor, 中信证券研究部 注：含烘焙



10-32

- 便利性被电商和近场渠道代替
- 舒适性、体验性和服务都被购物中心替代
- 高后台费用导致价格优势丧失，也导致品类和品牌减少



2、折扣店以品类杀手面目抢夺其它业态的市场

零食市场各大渠道市场份额变化

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
商超和大超	58.2%	56.7%	55.8%	55.3%	53.9%	53.1%
便利店	5.2%	5.7%	6.4%	7.3%	7.8%	8.0%
品牌专卖店	2.2%	2.2%	2.3%	2.3%	2.2%	2.3%
折扣店	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
线上	7.4%	9.3%	10.9%	11.7%	14.4%	14.7%
其他渠道	26.8%	25.9%	24.4%	23.2%	21.5%	21.7%

资料来源：欧睿咨询、宸睿资本

•总成本领先：规模下的成本优势

•专业化：专业品类下的丰富产品/品牌选择

•差异化：打造自有品牌或联名品牌

大卖场仍是当下主流的零食销售渠道，但销售份额逐年下降——
从2016年的58%下降到2021年的53%

至汇策略

11-32



1、折扣店是零售商和零售商以及制造商之间的竞争

传统零售供应链的系统性革新



资料来源：新经销公众号、天风证券研究所

•创造价值和提升效率是所有经营者在竞争中获胜的核心要素！

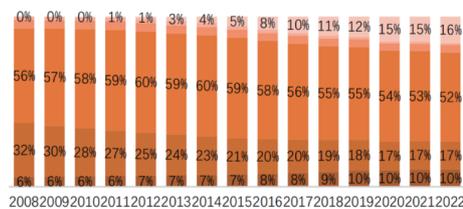
至汇策略

13-32



模式创新、效率提升和更具性价比的产品， 将决定着不同渠道业态的此消彼长

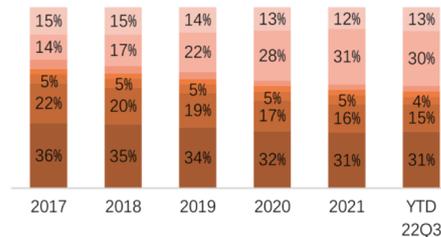
近年来零食销售渠道市场份额变化



■便利店 ■夫妻老婆店 ■商超卖场 ■烟酒饮料专卖店 ■其他 ■电商

资料来源：财通证券

近年来快消品销售渠道市场份额变化



■超市/小超市 ■大卖场 ■专卖店 ■便利店 ■杂货店 ■电商 ■其他

至汇策略

14-32



2、制造商品牌的产品创新和渠道下沉不够，给折扣店带来发展机会

部分休闲零食公司渠道模式对比

	达利食品	中国旺旺	卫龙美味	洽洽食品	友友食品	甘源食品
渠道模式	经销为主	经销为主	经销为主 (>90%)	经销为主	经销为主 (>95%)	经销为主 (83%)
线下收入占比	/	/	89%	89%	97%	86%
线下主要终端数量	~200万个终端	422间营业所	73.5万个终端 (2022年6月)	~40万个终端	~15万个终端	近万个商超专柜
线下收入来源	全国分布均匀	全国分布均匀	全国分布均匀	南方、东方为主	西南(56%)为主	全国分布较均匀
	劲仔食品	盐津铺子	三只松鼠	良品铺子	来伊份	零食很忙
渠道模式	经销为主 (87%)	经销占比较高 (65%)	直营为主	直营为主	直营为主 (~70%)	经销加盟为主
线下收入占比	81%	94%	34%	48%	87%	100%
线下主要终端数量	1857家经销商	~1.6万个超市中岛	1043家门店	2974家门店	3488家门店	2000+家门店 (2022年末)
线下收入来源	华东(27%)、华中、华南	华中(45%)、华南、华东	/	以华中为主	上海市为主	湖南为主

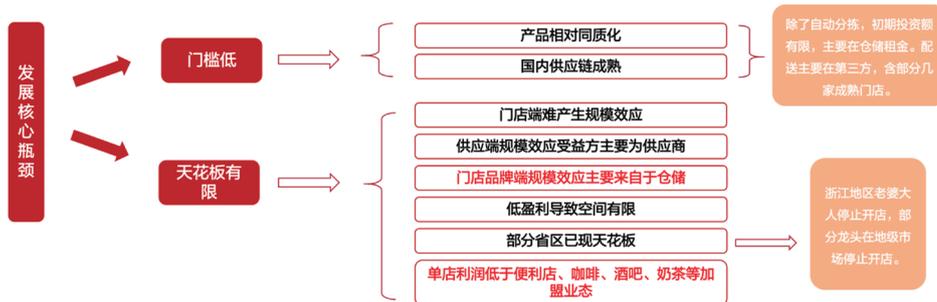
资料来源：各公司公告，数据为2021年数据，中信证券研究部



15-32



3、折扣店也必须持续进化，否则也会面临发展的天花板



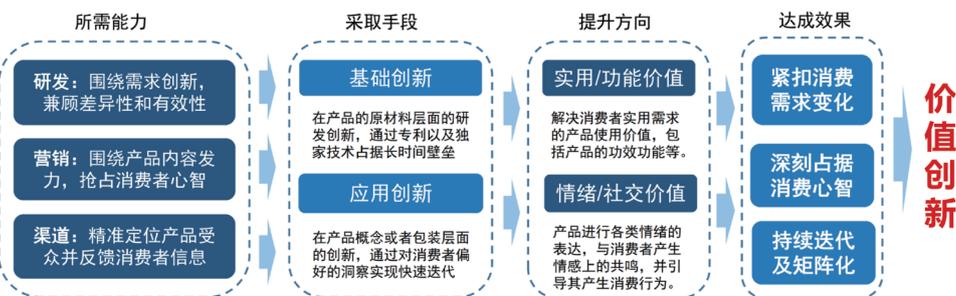
资料来源：东海证券



16-32



1、价值创新：洞察消费需求，为消费者持续提供核心价值



19-32



2、通过品类占位占据消费者心智，再带动整个产品群



附：部分细分品类龙头企业的核心品类规模

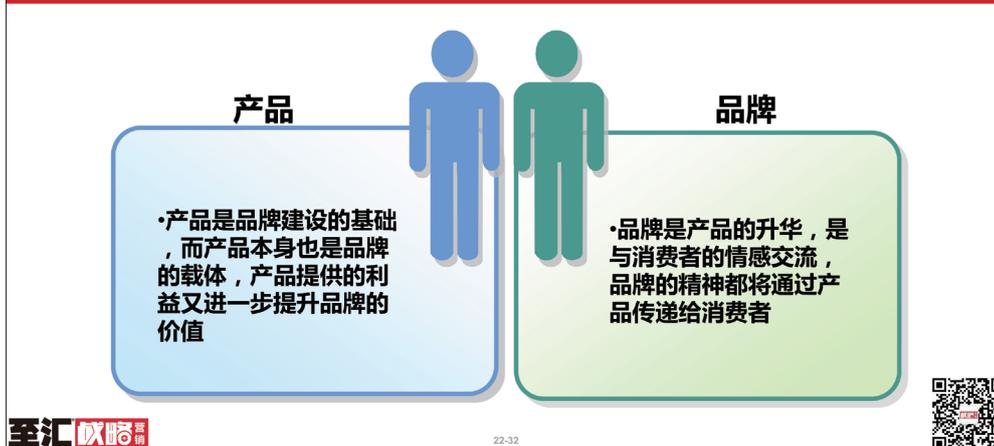
公司名称	市值（亿元）	主要核心品类	品类收入（亿元）	品类拓展方向
洽洽食品	220	袋装瓜子	39	坚果炒货、薯片等
卫龙美味	210	调味面制品	29	蔬菜制品、禽肉制品等
甘源食品	86	豆类炒货	8	坚果、烘焙、膨化等
劲仔食品	67	鱼干	8	豆干、肉干、魔芋等
盐津铺子	168	辣卤、深海零食、烘焙、薯片、魔芋	~9	/

资料来源：各公司公告，wind，中信证券研究部 注：市值以 2023/3/10 收盘价计算，品类收入为 2021 年数据

优势品类的成功，需要企业持续打磨供应链、提升全渠道能力并构建一定的品牌护城河。大单品验证了企业的产品打造能力，如果企业能够抓住行业需求痛点、品类发展趋势，打造新的高成长产品，则有望收获新的成长曲线。卫龙魔芋爽、洽洽每日坚果，已达到 10 亿元体量规模。而甘源、劲仔等企业陆续布局口味坚果、魔芋等新品类，实现了快速放量



3、提升品牌影响力



拥抱折扣零售商，意味着主动提供适合下沉市场的产品和品牌选择，并提升自身的供应链整合能力

成都奥特乐布局多款联名产品和独家授权产品



奥特乐的独家授权产品涵盖了零食，饮料，百货，日化等众多分类，从筛选产品开始就建立了严格的甄别机制和程序，有专业的质检团队全程把关，对独家授权产品进行严格的质量把控



24-32



附1：不同零食品牌商布局零食折扣店的时间

品牌	参与模式	发展历程		代表产品 sku 22 年底	未来规划
		2021 年及以前	2022 年		
盐津铺子	与零食量 贩店合作	21 年年中与零食很忙合作， 21 年年底半年时间进入 sku6-7 个	22 年底覆盖业态前 7 家	30+	未来重点在随扩店同 步放量
甘露食品		纠结	22 年二季度进入该业态。目前已与零食很忙等 17 家进行洽谈	老三样主导， 近 30	已成立专门事业部， 未来重点开拓流通渠 道
劲仔食品		—	22 年年中与零食很忙等建立合作，前三季 度覆盖很忙、老婆大人、糖果等	定制化产品	加大弱势地区铺货， 合作开发产品
洽洽食品		—	22 年年中开始与零食很忙、零食有鸣等平 台合作；瓜子通过经销商进入	主要薯片 瓜子在洽谈	计划联名&定制 后续直营对接
良品铺子	自建门店 +加盟	自有门店数 19 年 2416、20 年 2701，21 年 2974	截至年底有门店 3258 家 试水开 4 家零食顽家	多为自营 品牌产品	23 年“零食顽家”开 店加速，投资赵一鸣

资料来源：华创证券



25-32



附2：洽洽食品计划以联名或定制形势与零食折扣店合作



洽洽食品与蜜雪&海底捞等餐
饮渠道直营合作效果良好，当
前也在积极拥抱渠道变化，后
续亦计划以联名或定制形式与
零食量贩渠道直营对接！

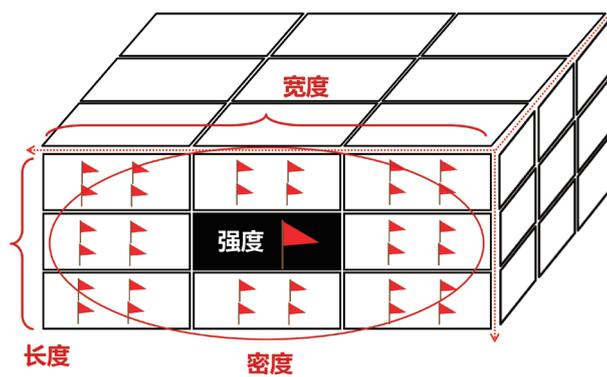
资料来源：公司官网、公告、公众号，华创证券整理



26-32



降低渠道重心，强化渠道覆盖和管控，实施产品复合渠道，维护价格体系和渠道利润



至汇战略

28-32

附1：不同休闲零食企业的渠道强化



至汇战略

资料来源：东海证券

29-32

附2：洽洽食品的渠道管理变革历程



资料来源：中信证券

至汇战略

30-32

鲜 汁 生

美食

自营生产工厂
品牌全国招商

山东果美食品



承接OEM 代加工业务

鲜汁卤花生
陈皮葵花籽
打手葵花籽
杨枝甘露味葵花籽
烧烤味花生米



山东果美食品有限公司
Shandong Guomei Food Co. LTD

咨询热线 17661606071
ADVISORY HOTLINE

地址：山东省临沂市费县胡阳镇工业园 电话：0539-8186987

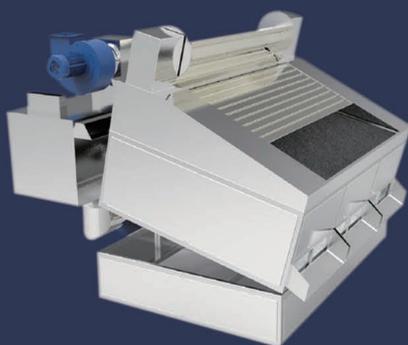




销售热线：13176996316



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

零售行业不能一味追求低价

文章来源：第三只眼零售

传统流通体系存在流通环节过高、效率低下，加价率高诸多弊端。这种情况下，零售企业尝试减少流通环节，追求低价优势自是无可厚非。而缺乏竞争力，不能适应市场变化的企业，无论是品牌商、经销商还是零售商的淘汰也不容置喙。但目前，零售企业对于低价的追求逐渐极端化。市场上不乏商品售价低于出厂价，规格、品质打折，企业正常经营却无钱可赚的情况，甚至还出现了有违公平交易原则的“底价协议”。表面看，这是转型期的行业洗牌，市场出现暂时的混乱无须过度关注。但如此定义实则悖常识，我们无法回答，让上下游企业均没有利润的低价，如何支撑企业的持续经营？企业又该如何进行有效的创新与转型，推动行业向上发展？

有专家认为，这不是正当竞争应有的表现，而是“唯低价至上”的错误观念的产物。进一步来说，这是企业乃至行业方向选择上的问题，会影响整个行业的良性发展，因此需要从从业者警惕重视。首先，健康的市场中商品的售价应该与价值相符，而非单纯强调价格。这是企业在产品上做投入的驱动力，也是“好产品”能够不断涌现的基础。但目前零售行业对于低价追求近乎无底线，一些产品的价格与价值严重不符，出现了劣币驱逐良币的现象。就目前看，多数品牌面临价盘混乱的问题，产品售价低于经销商拿货价甚至低于出厂价都不足为奇。

零售企业需要用知名品牌来引流，不少企业都打出了“一线品牌售价要做到不高于市场最低价”的口号，这就导致了企业不断内卷，市场永远都有更低的价格。当消费者看到远低于正常售价的产品，就会对高价销售的渠道产生质疑，认为其平时加价太高。如果不相应降价，那么这个产品就会卖不出去，甚至完全失去顾客。这会产生两种结果，一种是品牌为了维护其他渠道的生意，放弃在低价平台的销售。



事实上，如果关注产品品质，那么低价是有下限的，也能够避免这一结果。但单纯追求低价，那么市场永远会有更便宜的替代品。优质商品反而会在与成本更低、品质不佳的低价商品竞争中失去优势。这也会导致商品的竞争力体现在低价上，而非品质、体验、性价比上。企业出于生存需求不会在产品本身投入过多，因此商品力的提升自然变成了空话。其次，实现低价的合理途径降本增效的结果，而非单纯降价压缩利润。但目前，不少企业只是在简单降价，甚至利用零售商的强势地位，倒逼供应商让利。当没有合理利润作为支撑，这样的商业模式难以持续发展。

对现阶段的零售企业而言，这不会造成太大威胁。一方面，为了获得低价优势，零售商会降低自己利润空间做补贴。另一方面，零售商则会通过窜货、采购白牌替代商品降低成本，从而实现低价。但这不能掩盖这种模式难以持续的问题。实际上，低价对于社区团购赛道的影响已经有所显现。今年以来，不少供应商表示社区团购的销售下滑明显。在他们看来，疫情结束后，消费者购物渠道增加带来的分流是影响因素之一。更为重要的原因在于，美团优选、多多买菜在过去几年大量的补贴投入后，开始重视盈利问题。平台减少了在商品价格上的补贴，销售的商品价格有所提高。原有的低价优势难以维持，原本被低价吸引的消费者也开始流失。目前来看，单纯依靠压缩各方利润来

实现低价的企业，未来都将面临这一问题。想要依靠降价完成向低价格零售的过渡，并不现实。第三，零售企业追求低价根本目的在于更好满足消费者需求，而不是将更低价格作为最终目的。价格因素固然重要，但消费者还需要更好的服务体验、更好的商品品质、更丰富的产品功能等。但对于低价过度关注，导致了企业动作变形。零售行业出现一些打着低价名号，实则损害消费者利益的事情。

目前，很多商品的低价也低质。其中既有一些白牌商品的出现，同时还有很多品牌为了降低成本，获得价格优势选择主动降低商品品质。这里的品质包括减少分量，以及调整原材料等。

这种策略，没有带来性价比的提升，只是带来了消费者买到便宜商品的错觉，最终还是难以被消费者接受。无论何时，零售企业生存的根基还是商品。因为低价放弃对于更好商品的追求，无异于自毁长城。

更为恶劣的是，零售行业中还出现了所谓的“底价协议”。一些头部主播为了维护自身的“低价”形象，与品牌厂商签订协议限制其他渠道降价。以此，对一些产品并不低的售价贴上“全网最低价”标签，以此欺瞒消费者使其失去判断力，进而购买这些“高价”的商品。这种非正当的竞争方式，其根源仍在于头部主播以标榜“全网最低价”，来吸引消费者。而一旦无法通过正常的方式实现这一目标，他们就会选择“邪门歪道”，以此保证自身优势不受影响。这种于理于法都不符合的做法，势必会反噬企业自身。最后，需要明确的一点是，低价格零售仍然是趋势所在。对于一些具体做法的否认，并不意味着我们不认可低价的价值。相反，正是因为实现低价关系零售企业未来的生存发展，因此企业选择策略的正确性、有效性问题才值得探讨。（内容仅代表作者独立观点，不代表本刊立场）



绍兴老字号



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



BRIEF RECAP

BUSINESS OBJECTIVE

- 借助新品上市契机，传递研发共享理念，努力让越来越多的企业享受到高效研发的便利，齐力打造全行业能够参与的风味坚果、果干文化
- With the opportunity of new product listing, pass the concept of R & D sharing, strive to let more enterprises enjoy the convenience of efficient R & D, and work together to create a flavor nut and dried fruit culture that the whole industry can participate in

COMMUNICATION OBJECTIVE

- 传递发芽坚果健康、营养、美味的核心卖点，塑造新的产品认知及口碑
- Deliver the core selling points of health, nutrition and delicious sprouted nuts, and shape new product awareness and reputation



-重磅新品-
发芽坚果
SPROUTED NUT



外网热潮
健康趋势



『发芽坚果』究竟是什么？
What exactly is a sprouted nut?

- 特定温度，特定用水，全程监测萌发过程；
- Specific temperature, specific water, the whole process of germination monitoring

『精准达到胚芽未完成突破种皮的 特定发芽效果』

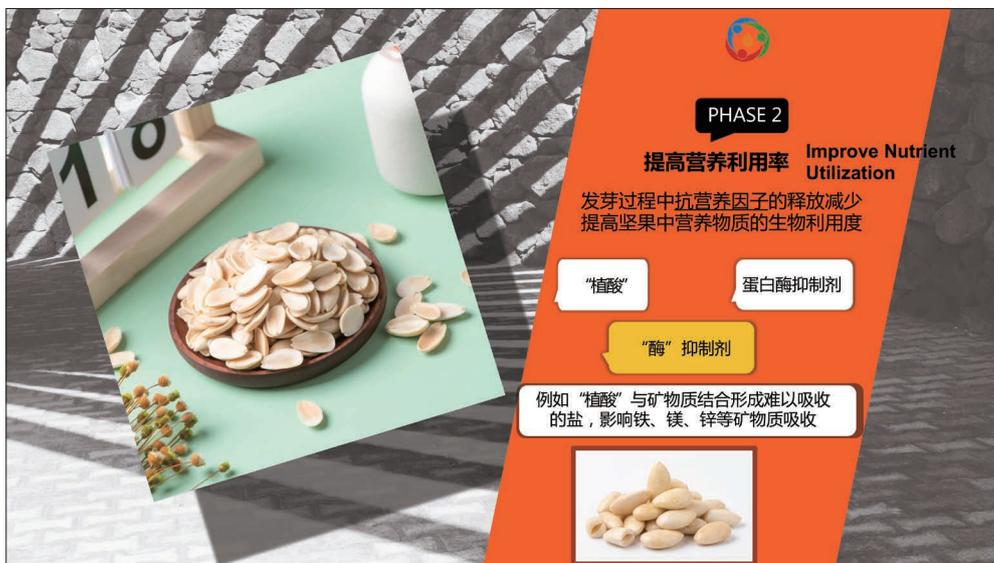


PHASE1
提高营养价值 Improve Nutritional Value

发芽过程激活酶活性
分解食物中的复杂分子
使其更容易被人体吸收

人体必需的“七类营养素”：淀粉、蛋白质、脂肪...

坚果发芽过程中释放出的淀粉酶、蛋白酶、脂肪酶等
将营养素分解为更小的、易吸收单位，促进人体更好地
地吸收其中的营养成分



PHASE 2
提高营养利用率 Improve Nutrient Utilization
 发芽过程中抗营养因子的释放减少
 提高坚果中营养物质的生物利用度

“植酸” 蛋白酶抑制剂
 “酶”抑制剂

例如“植酸”与矿物质结合形成难以吸收的盐，影响铁、镁、锌等矿物质吸收



PHASE 3
营养更易吸收 More Absorbable Nutrients
 发芽过程中释放出的可溶性纤维
 促进肠道健康
 并提高坚果中营养成分的吸收利用率

凝胶态“果胶”结合胆固醇，减少其吸收和再吸收，从而降低血液中的胆固醇水平

“半乳糖”是益生菌的一种优质营养源，可以被益生菌所利用，并且促进益生菌在肠道内的增殖和生长，维护肠道健康

不易吸收的“木聚糖”吸水膨胀，通过增加粪便体积、润滑肠道以及促进肠道蠕动等方式，有助于促进食物在肠道内的顺利通过，维护肠道健康。

『发芽坚果』究竟有什么功能？
What is the function of sprouted nuts

增加食用乐趣 | Increase the pleasure of eating

- 坚果在发芽过程中水分减少、淀粉转化和酶活性增强等因素共同作用，导致坚果变得更加硬脆

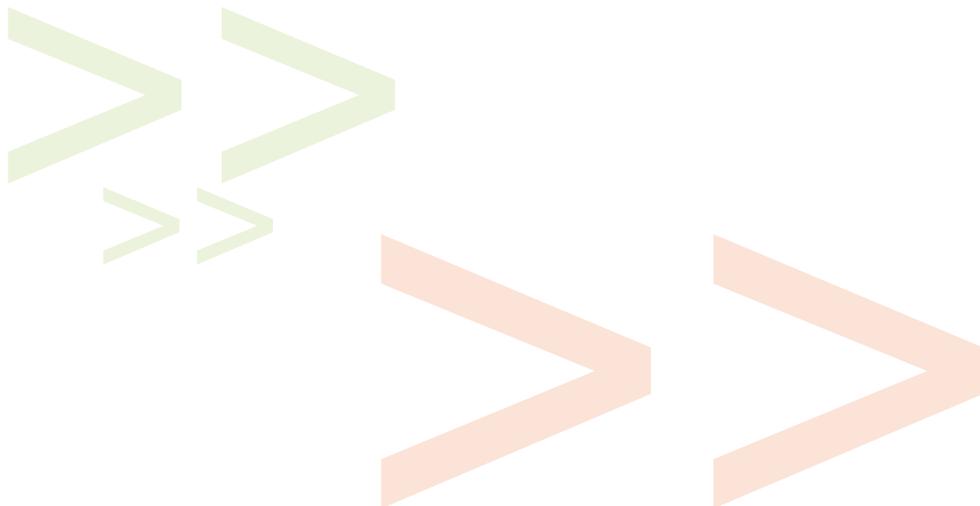
总的来说，发芽坚果在营养价值和健康方面相比未处理坚果更有优势，是一种**更加健康和营养丰富**的食品选择
 Overall, sprouted nuts have an advantage over untreated nuts in terms of nutritional value and health, making them a healthier and nutrient-rich food option

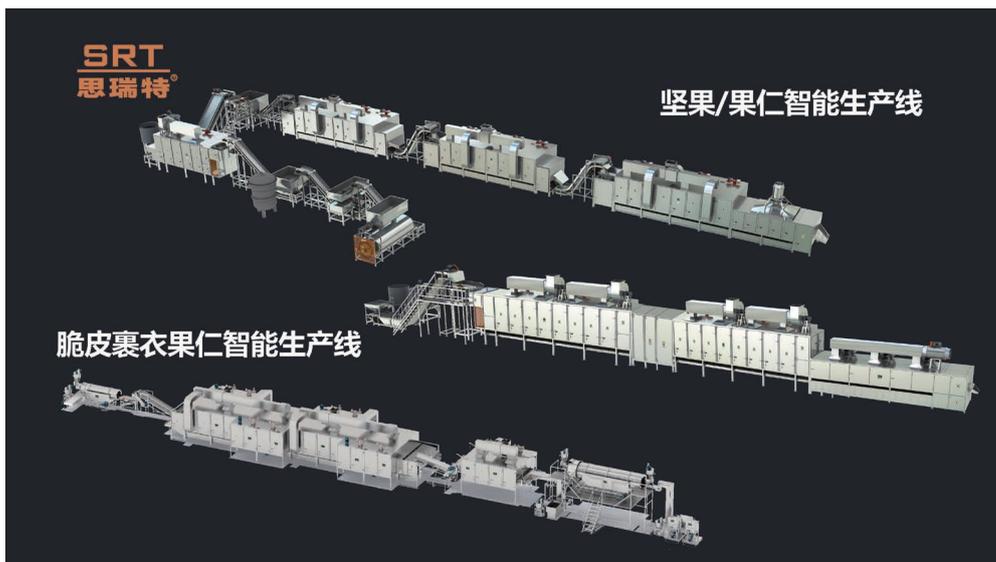
外网热潮 健康趋势

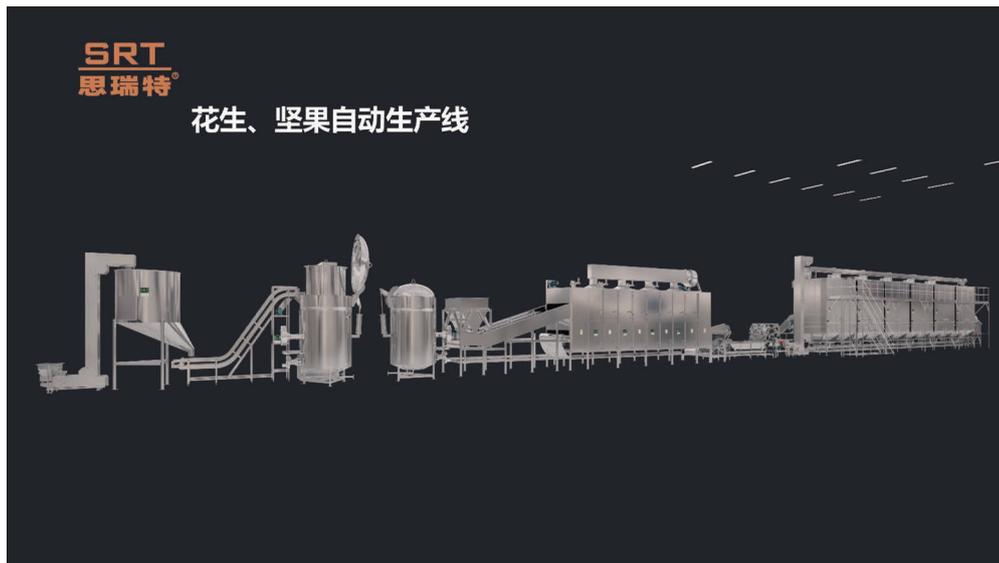
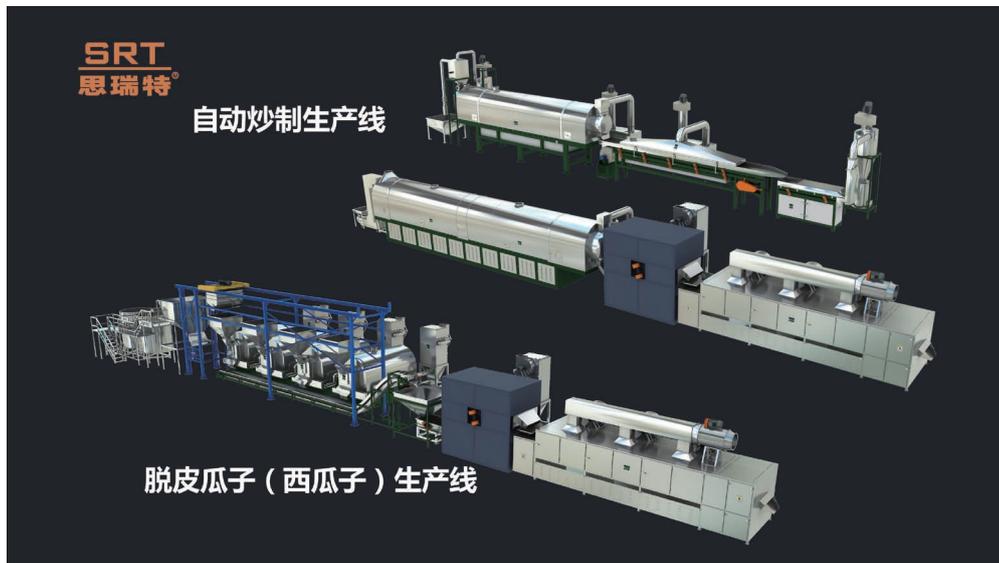
挑战：如何精准传递发芽坚果美味的概念，让更多人知道发芽坚果的好吃？
How to accurately convey the concept of delicious sprouted nuts?



发芽坚果营养属性
各种风味也很到
心情爽
发芽坚果脆的恰好
味道比传统果仁还要
到位
味的
的刚刚好
就好
的口感一波接一波









SRT
思瑞特

直燃式自动炒锅
Direct-fired automatic roaster

2023年对直燃式自动炒锅持续升级改进：
采取新型加热方式，结合朗瑞智能使炒制更加简便稳定

全新升级

1. 恒温炒制，炒制过程中按照最佳温度恒定炒制，温度波动不超过1°C，随意调整进料量，不需要调整其他参数；
2. 菜单式炒制，一键完成；
3. 炒制大颗粒、含水率较高的产品时，同比节能10-15%，产量同比提高50%；
4. 与同类产品相比，酥香度更好；





SRT
思瑞特®

间歇式热风循环烘干机
Intermittent hot air circulation dryer

全新升级

分屏远程操作，温度双显

新型布风系统，提高烘干物料的均匀度

菜单式烘干，自动变换烘干区间温度、排潮量自动调节、自动放料、智能控制。更加节能

SRT
思瑞特®

PART 3 煮锅
Cooker



SRT 思瑞特

煮锅 Cooker

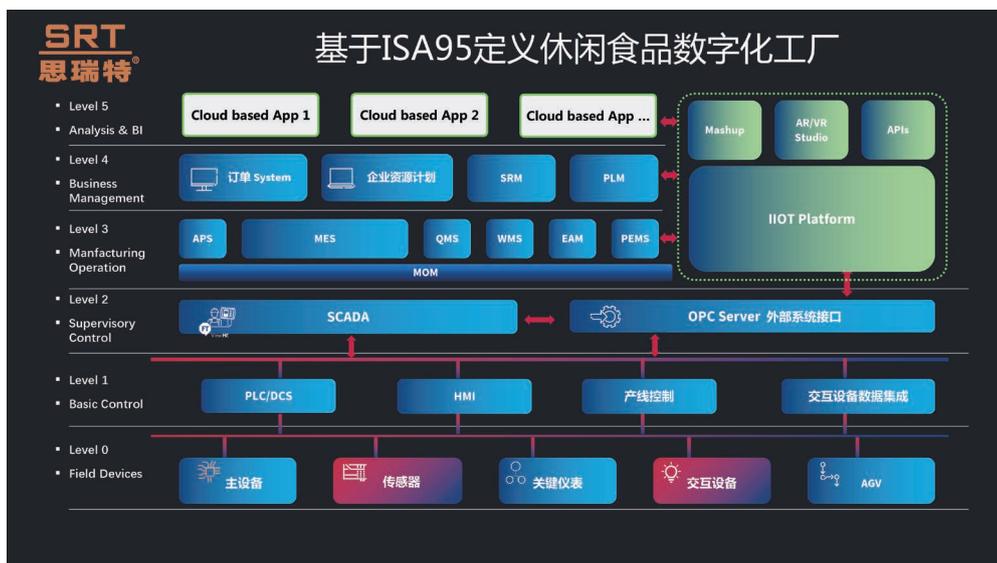
全新升级

1. 带盖煮锅，气动开盖，锅盖密闭性好，气动90°开盖节省操作空间；。
2. 增加蒸汽外溢装置，蒸汽集中排放，有效减少车间内蒸汽排放
3. 液套式加热，加热面积相较于锅壁加热增加一倍，开锅时间快，有效缩短煮制时间，气动翻料装置，物料煮制均匀度好，更加节能，热效率高；
4. 精确控制，达到设定温度后，自动转换大小火，能耗同比降低20-30%；排除人工转换的误操作性；
5. 液水自动补充，远程自动操控，操作更简便；

SRT 思瑞特

PART 4

**朗瑞智能控制系统
Langrui intelligent control system**



天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

2024 坚果果干专用脱氧剂专题分享

新型食品保鲜技术系统方案提供者

东莞市欣荣天丽科技实业有限公司

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干产品常见问题

年份	过氧化值超标 (%)	霉菌超标 (%)
2020年	70.50%	17.90%
2021年	72.40%	16.50%
2022年	72.50%	19.50%

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干产品常见问题

- 过氧化值超标
- 霉菌超标
- 异味、口感变化

- 氧气
- 水分迁移



国家高新技术企业 专注保鲜25年

天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干企业脱氧剂使用现状

应用/使用过程中常见问题



国家高新技术企业 专注保鲜25年

天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干企业脱氧剂使用现状



国家高新技术企业 专注保鲜25年

天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干企业脱氧剂使用现状



天(TL)麗[®] 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干类专用脱氧剂介绍

与常规脱氧剂的对比优势

天(TL)麗[®] 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干类专用脱氧剂介绍

使用时损耗小

反应低温低热

包装袋中长效控氧

有效避免水分迁移

防撕裂耐穿刺

新型坚果果干脱氧剂优势

天(TL)麗[®] 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

常规脱氧剂	使用时间短 (30-60min)	长	使用时间长 (≤3h)
	发热快	低	低温反应

坚果果干专用脱氧剂

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

常规脱氧剂

0/min 30/min 1/H 3/H

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

坚果果干专用脱氧剂

0/min 30/min 1/H 3/H

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

产生水汽 无 无水汽产生

常规脱氧剂

0/H 1/H 3/H

坚果果干专用脱氧剂

0/H 1/H 3/H



天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

常规脱氧剂

成本浪费

省

节约成本

坚果果干专用脱氧剂

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

成熟应用

10亿⁺小包/年

坚果果干使用量

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

赋能行业发展

紧跟协会步伐，用心服务坚果果干企业

2006年加入坚果果干协会

参与起草制订脱氧剂标准

T/CGCC 18-2018《食品用脱氧剂》团体标准

GB/T 41896-2022《食品用脱氧剂质量要求》

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

资质荣誉

申请专利
授权专利

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

高新技术企业

专精特新中小企业

理事单位

全国坚果炒货企业20大单位

20大优质服务企业称号

天丽® 国家高新技术企业 专注保鲜25年 天丽保鲜·新鲜每一天

天丽® 立足新起点 开创新局面 >>>



U.S. - China Trade Relationship 中美经贸关系

- 美国大选年，中美关系、经贸关系、关税问题备受关注，中美第二阶段贸易谈判尚无明确进展，美国国内仍在就232和301关税条款进行辩论。
- 中美农业合作仍然是两国关系的“压舱石”。2023年11月，美国派出7年来最大农业代表团访华。2024年1月，中国农业农村部部长在华盛顿与美国农业部部长共同主持召开中美农业联委会第七次会议，重启中美农业合作机制。
- 中国进口巴旦木：2023年中国进口统计数据显示：中国从美国加州进口的巴旦木总量达到近 62,000公吨，比上年增长17%。美国重新成为中国进口巴旦木的最大来源国。



中国进口加州巴旦木的关税

55% → 25%



当前关税为55%，但获得“301条款”关税排除的进口商的关税为25%。
最惠国税率为10%，“232条款”中规定铝的报复关税仍为15%。
是否可能暂停对美国巴旦木征收的报复性关税或调低至低于最惠国税率？



进口食品境外生产企业注册 GACC Facility Registration

第248号令最新动向

- 大多数巴旦木厂商已于2021年底完成注册。
- 65家巴旦木生产加工商在2023年6月30日（中国海关总署规定的截止日期）前依据248号令要求完成了注册。
- 两家“新”企业刚刚递交注册申请，正在等待中国海关总署的批复。
- 未来，海关总署能否将“坚果与籽类”相关规定移至第9条，以简化注册流程？

Growing Good

产业概况

- 美国巴旦木全部产自加州。加州中央山谷的地中海气候格外适合种植巴旦木
- 冬季足够寒冷但不漫长，夏季炎热干燥
- 巴旦木2023年种植面积达138万英亩 / 631,309公顷，其中投产面积达135万英亩 / 554,419公顷
- 7,600家种植户和99个生产加工商
- 巴旦木种植业为加州GDP贡献了约 110亿美元，为加州第一大出口农产品
- 73%的产量用于出口，27%的产量用于内销。产量占全球76%

数据来源：
Land IQ
美国国家农业统计局太平洋区域办事处 (NASS/PR)
美国商务部外国贸易统计数据库
加州大学农业问题研究中心，加州巴旦木产业经济影响报告，2014年



Almond Acreage

种植面积

预计加州巴旦木结果种植面积为 135 万英亩 / 558,465公顷，比 2021 年高出 2%

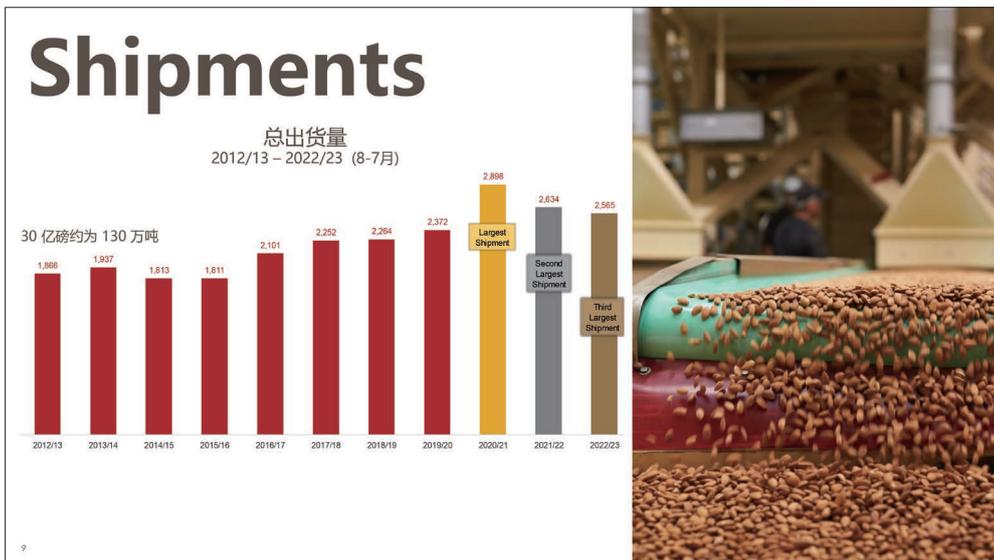
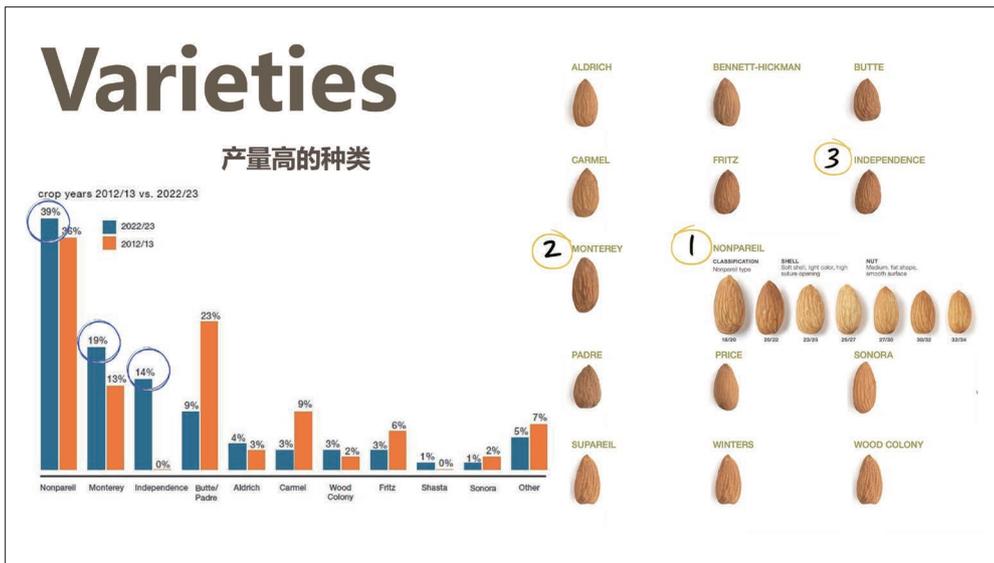
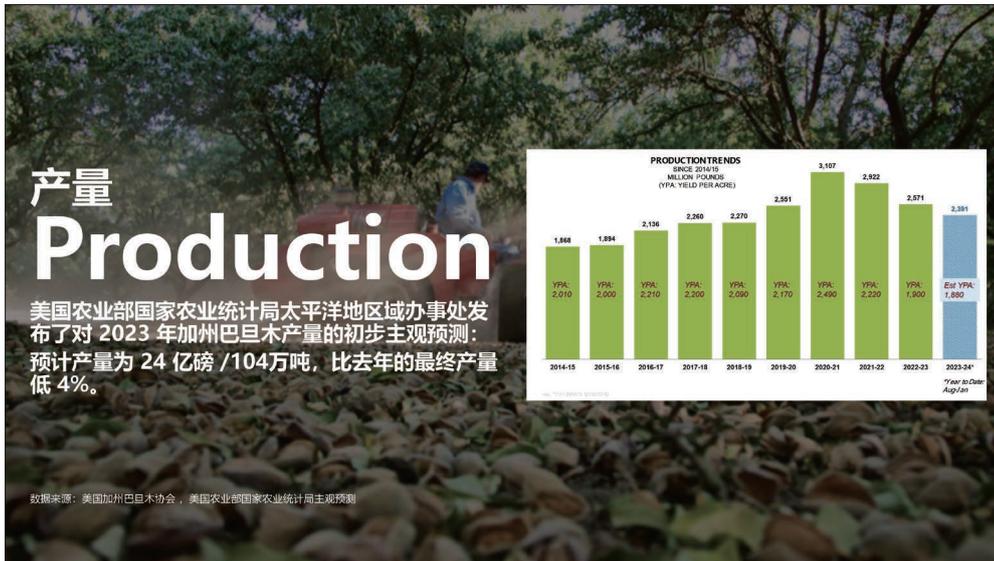


Water

地下水储存新举措

2023年冬天的降水和积雪为地下水回灌创造了充足的条件。加州巴旦木协会共同主办了近十场研讨会，旨在帮助种植者解答有关收集、储存、回灌地下水的问题。

此外，在2023年3月，加州州长加文·纽森发布了一项行政令，要求利用洪水来补充和储存地下水。这一举措将帮助增加地下水存储量，为旱季灌溉提供保障。





Summary 总结

加州巴旦木协会将与中国同仁展开精诚合作 努力拓展中国市场的长期发展机遇

- 2023年高达137万亩的投产面积创下了新纪录，反映出2020年及之前的种植情况。
- 展望未来，预计2024年的投产面积将有所减少。截止到2023年8月31日，2023年被移除的果园面积达到8.3万英亩。产量比的初步预测低：预计为 23.0 亿磅 /104万吨。
- 虽然巴旦木产量与2020/21年度的高峰期相比有所下降，但我们的优质巴旦木库存充足，期待与中国市场继续合作。
- 我们将继续扩大在华的市场营销投入，深耕我们的第三大出口市场——中国市场。

Innovations

加州巴旦木创新应用

TMIC 天猫新品创新中心

california almonds
Almonds.com

创新白皮书

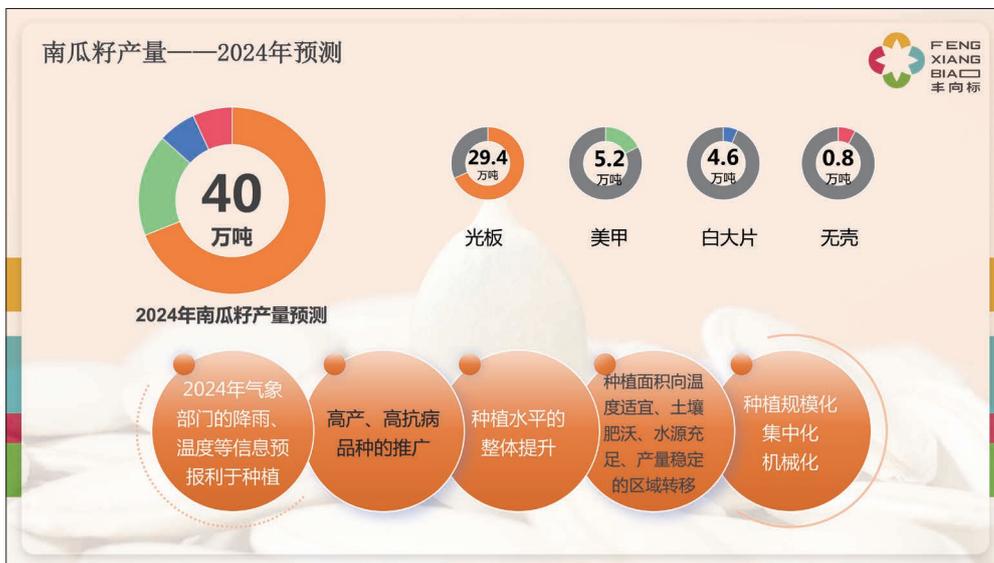
2023-2024 种植技术 行业创新白皮书

行业创新研讨会











香山瓜子

Xiangshan



香山瓜子香
你我共分享!



高端性价比“卷”出优势，三只松鼠深化全渠道改革



5月29日，三只松鼠2024全球生态大会在上海召开。

“三只松鼠更加明确了未来方向，高端性价比战略以更高效率的全链条全要素底层架构，经营上要为全渠道适配并运营全品类的零食，组织上应让整个组织听命于市场，让商品直达终端。

最终让松鼠成为一个全品类全渠道的全域协同的生态经济平台。”三只松鼠创始人章燎原说。

“高端性价比”战略的本质是为消费者提供更加质高价优和丰富可选的全品类零食。产品性价比的提升并非单一让利，而是通过供应链全链路的优化确保产品品质的同时实现利润的溢出，并将这部分利润让渡给消费者，从而实现高质的同时兼具性价比。

从销售端走向制造端及种植端，串联一二三产，有效推动整个产业链提质增效。松鼠提出年度“三十”计划，即打造10款亿级大单品、10家过亿供应商、10个投资供应链。同时，松鼠致力于三年“两百亿”目标，力争零食年销百亿，让好坚果和好零食普及大众！

同时，三只松鼠宣布全面开放新电商合作伙伴招募、区域运营上引入区域合伙人机制、线下分销“双百战略”，为合作伙伴提供品牌IP开放经销合作、松鼠品质背书的供应链开放、头部达人联名品类品牌的深度合作。重磅发布全新店型矩阵，将适配不同的社区商圈，面向不同的消费人群提供更适配的服务体验。

小坚果走向大世界，洽洽入选“2024 外国人喜爱的中国品牌”

5月10日，“2024 外国人喜爱的中国品牌”在上海揭晓。华为、大疆、抖音、洽洽、五粮液、蒙牛、比亚迪、海尔等50个人选品牌在当天举行的2024中国品牌日晚会上大放异彩。

在揭晓的外国人喜爱的中国品牌名单中，中国坚果行业头部企业——洽洽食品入选。此次入选，充分体现着全球消费者对该品牌的认可。通过一颗颗小坚果，洽洽在不断传递民族品牌“硬实力”的同时，也让世界对中国美食文化了解更加深入。

“2024 外国人喜爱的中国品牌”

据悉，洽洽作为国内最早一批出海的民族品牌，十几年来稳步推进品牌国际化进程，凭借着全产业链布局的“质造”硬实力、极致的产品力和品牌力，赢得了全球消费者的青睐。洽洽不仅在全球拥有10大工厂，还建立起区域分布合理的外销网络，与100多个国外经销商客户建立了合作关系，产品远销亚、欧、美等近50个国家和地区。从国民品牌到外国人喜爱的中国品牌，从“中国的洽洽”成为“世界的洽洽”，强劲的产品力是洽洽“飘香世界”的源头。



良品铺子自然健康新零食 IP 主题店 落户武汉顶流商圈武昌万象城



5月18日，良品铺子全新品牌价值主张“自然健康新零食”首家主题门店，落户武汉顶流商业体武昌万象城，这也是良品铺子基于品牌价值演绎的全国首家主题店。

这家主题门店最大主角正是北京动物园里知名国宝萌兰。来自“大自然”的顶流和来自“零食届”的品质TOP在此汇合，上演一场从源头到舌尖再到体验的“自然健康新零食”的生活空间。

良品铺子携手北京动物园顶流萌兰 演绎自然健康生活方式的全新门店

此番合作，首次选择与中国高品质零食品牌良品铺子旗下野山笋产品开展联名合作。一是笋本身就是熊猫的重要食粮之一，具备极好的关联性。二是良品铺子野山笋来自云南昭通大山深处的大关县，对当地产业拉动作用明显。三是良品铺子作为一个品质与口碑双佳的C端消费品牌，售卖的产品是消费者都比较喜爱的健康零食，加上良品铺子在全球的销售渠道，可以让更多人认识萌兰，了解中国民族文化。

良品铺子此次从产品、IP元素的使用、门店空间设计上的创新等全方位演绎全新品牌主张。

熊猫萌兰合作的“顶尖”美味，原料来自云南高海拔的野山笋，也是良品铺子全新升级的自然健康新零食系列产品首发王牌产品。

百草味以创新赋能传统粽子 为行业带来新增长点

近年来，以坚果为主打的互联网零食品牌百草味，以其独特的商业视角和创新精神，逐渐领跑零食市场。2016年百草味首次涉足粽子市场，推出的新品粽子一炮而红，展现出了互联网企业进军传统食品行业的巨大潜力。

据了解，百草味在当年端午节前推出的15万份新品粽子，在短短时间内便销售一空，这一业绩让历史悠久的粽子品牌感受到了前所未有的压力。百草味的成功，不仅彰显了其强大的市场推广能力，也体现了其对传统食品进行现代化改造的深厚功底。

从板栗、松子、夏威夷果、核桃、腰果等裹入粽子，逐渐演变成“龙腾粽”IP，用创新方式复刻经典。今年，百草味不仅延续使用传统的优质原料，如选用东北黑土地出产的糯米，其颗粒饱满、自带清香，还采用武义高山箬叶，这些箬叶源自300-1400米深的山谷背阴处，叶宽9-12公分，散发出独特的叶香。同时，百草味注重食材的安全与健康，甄选冷鲜肉，并通过可视化透明生产与严格的溯源检测，确保食品安全。

面对激烈的市场竞争和传统粽子品牌的挑战，百草味凭借其互联网思维和创新精神成功脱颖而出。百草味的成功不仅为传统食品行业带来了新的发展机遇，更为年轻一代消费者提供了更加多元化的选择。



上海施行食品经营办法 释放混合业态创新活力

5月10日上午，位于上海市静安区吴江路的爱伊份门店获得新的食品经营许可证，这是《上海市食品经营许可和备案管理实施办法》自5月10日施行后，由有关部门颁发的全市首张食品经营许可证。随着实施办法的落地，食品经营许可证的经营项目和申请流程简化，以服务多种业态混合经营的市场需求。

记者走进爱伊份门店，只见新鲜出炉的面包被员工整齐地摆放在玻璃防尘柜，一杯杯香气四溢的咖啡正从咖啡吧台内制作出来。爱伊份集团副总裁兼供应链管理总裁张丽华说，“门店目前现制现售的食品主要有咖啡、烘焙类产品。根据以前的规定，这里从事的制售类经营行为仅限‘简单加热，热加工糕点，茶、咖啡、饮料’三类。新的实施办法落地后，上海地区内，经审核符合食品安全要求的此类经营项目变为‘热食类食品制售、自制饮品制售’。这意味着我们也可制售鲜榨果汁、烘烤坚果等食物了。”

据上海市市场监督管理局食品经营安全监督管理处副处长王玮娟介绍，实施办法的一大亮点在于优化和调整了食品经营主体业态和经营项目，为多种业态混合经营提供支持，进一步释放食品经营项目，丰富食品经营行为。

山西一果发挥龙头企业作用做强做优核桃产业

山西一果食品采用了先进的物理去衣技术把核桃表层的黄衣去掉。相比传统的化学去皮方法，这种技术不仅减少了污染物和废弃物的排放，也避免了核桃仁本身的化学残留，在食品安全和绿色方面有了更大的保障。此外，一果食品还成功研发出了核桃油降低塑化剂技术，这项技术可实现生产过程中使用的器具材质不含任何塑化剂，同时经过精炼过程、特定参数设计，最大限度保留核桃油的营养成分。这样提取出来的核桃油新鲜纯正、营养丰富、口感清淡，易被消化吸收，备受消费者青睐。

在不断加大生产工艺、核心技术等创新力度，加快智能化改造、建设的同时，一果食品还积极探索“企业+基地+农户”的经营模式，共种植核桃5000亩，实行统一种植、统一收购、统一加工、统一销售，既保障了原料的质量，促进了核桃加工产业规模化、标准化发展，又保障了产品的销路，增加了村民收入，综合效益明显。徐兴华说，这几年本地核桃采购比重逐年加大，今年的生产原料中本地核桃预计能够占到90%左右，一果食品将充分发挥龙头企业带动作用，全力推动本土核桃产业做强做优。



潜山：“小瓜蒌” 长成“大产业”



作为“中国瓜蒌之乡”，潜山市先后获批国家级瓜蒌种植综合标准化示范区、全国农村一二三产业（瓜蒌）融合发展先导区、天柱山瓜蒌籽中国特色农产品优势区和安徽省“一县一业”瓜蒌全产业链示范创建县。

潜山市现有省级瓜蒌产业联合体 1 个、瓜蒌产业龙头企业 12 家（其中省级 4 家、市级 4 家）、专业合作社 35 家、家庭农场 65 家。成立了瓜蒌产业协会。三家企业被认定为安徽省长三角绿色农产品生产加工供应基地。

安徽有余跨越食品开发股份有限公司、安徽满园春科技公司、潜山市传文瓜子公司和安徽金福农业科技公司等 4 家企业已逐步成为瓜蒌新品种“育繁推”一体化及瓜蒌系列产品开发、加工、销售与电子商务于一体的省级重点龙头企业。

潜山市现有种植面积达 6 万亩，辐射带动全国瓜蒌种植面积达 40 多万亩。建有省级瓜蒌种质资源圃，瓜蒌新品种选育全国领先。潜山已成为全国瓜蒌“育繁推”与“产加销”一体化中心。

下一步，潜山市将继续提升政策的精准性和导向性，推行企业现代化管理模式和发展模式，聚焦科技创新、产品开发、精深加工、服务配套等，推动瓜蒌产业全链条升级，加快瓜蒌产业规范化、集群化、产业化进程。

三羊榛缘五年研发，填补国内空白！

在山东三羊榛缘生物科技有限公司，从鲜榛子采摘，到系列深加工产品，小榛子不断衍生出新吃法，催生着新业态。今年以来，公司继续加大创新研发，突破卡脖子技术难题，大力发展新质生产力，助力企业提质增效。

之前脱皮榛果仁需要依托国外技术或者进口原材料，为解决国产大果榛子品种混杂、个头大小不一致、形状不规则、脱皮困难的难题，魏榛技术团队多次出国考察，学习国外榛子脱皮技术，并花重资购买欧美国家的先进技术和设备，攻克了中国榛仁破壳后榛仁内衣脱不掉，烘焙用白净榛仁全靠进口的难题，填补了行业空白，成功拓展了国产榛子的应用范围。

从榛子育苗、种植、施肥、繁殖和病虫害防治等基础学科，到榛子仁脱皮、榛子壳研发活性炭等产品应用，再到榛子饮料、榛子高端膳食油、榛子休闲食品等产品深加工处理，山东三羊榛缘生物科技有限公司系国家高新技术企业、山东省专精特新企业，始终坚持创新促进发展的生产理念，带动榛子产业多元化发展，全面打造榛子全产业链条，使榛子产业真正成为强镇富民的乡村振兴新引擎。





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

2023 年全球各产区碧根果产量回顾，价格稳定但也面临挑战

碧根果全球产量下降 8% 左右

由于创纪录的高温和缺水，墨西哥的产量下降了 10%；同时美国也因为天气原因收成推迟了 2-4 周左右，并且产量减少了 2%。于此相反，中国开花期前后降雨充足，采收期天气条件有利，产量猛增 33%。巴西的产量也大幅增长了 50%。即使如此，全球带壳碧根果的预估产量仍比去年下降 8% 左右。

Country	2022/23	2023/24	Diff.
USA	125,964	123,129	-2.3%
Mexico	136,079	122,471	-10.0%
South Africa	31,079	22,000	-29.3%
China	4,500	6,000	33.3%
Brazil	3,000	4,500	50.0%
Argentina	2,500	2,500	0.0%
Australia	2,950	2,400	-18.7%
Others	3,500	3,600	2.8%
Total	310,339	286,600	-7.7%

美国碧根果出口量下滑明显

2023 年 9 月至 2024 年 3 月期间，美国碧根果出口总量比上一季同期下降 15%；今年 3 月碧根果果仁的出口量仅 260 万磅，而去年 3 月的出口量为 660 万磅，大幅下降 61%。除了以色列 +24%、荷兰 +21% 和越南 +59% 外，几乎所有十大目的地的出口量均有所下降。

值得注意的是中国本产季碧根果果仁进口量增加了一倍 (+101% 至 17684 吨)。

Destination	2022/23	2023/24	Diff.
Canada	4,899	3,954	-9.3%
Israel	1,949	2,409	23.6%
Netherlands	1,539	1,857	20.7%
South Korea	1,503	1,398	-7.0%
UK	1,572	1,185	-24.7%
Saudi Arabia	1,474	1,053	-28.6%
France	1,321	809	-38.8%
Lithuania	537	387	-28.0%
Vietnam	210	334	59.0%
Japan	393	321	-19.4%
Others	5,607	4,100	-26.9%
Total	21,004	17,807	-15.3%

澳洲巴旦木产量大跌 3 成，库存清空，对华出口大幅下滑



澳大利亚巴旦木协会发布消息称，该行业经历了有记录以来最具挑战的产季之一，但全球市场对澳大利亚巴旦木的需求已经超出了预期。

根据该协会 2023/24 产季 (2023 年 3 月 - 2024 年 2 月) 的最后一份月度销售状况报告，澳大利亚巴旦木行业本季末销售创下新记录。尽管产量只有 103,381 吨，比收获前的估计值低了 34%，但澳大利亚的营销人员成功销售了超过 13.1 万吨 (KWE 以果仁重量计) 巴旦木，超过了上一季创下的 12.95 万吨的纪录。而上一季的记录是在采收量略高于 14 万吨的情况下实现的。

年度数据表明，前几个产季未售出的库存已经清空，土耳其和西班牙等主要加工市场，以及加州的低等级原料回收商的销量大幅增加。西班牙的销量增长了 23%，达到 10,609 吨；土耳其增长了 83%，达到 11,104 吨；美国增长了 33%，达到近 4000 吨。

本季的另一个特点是，相比较 2022/23 季超过 5 万吨的进口量，本季中国的进口量大幅下降 34%，仅有 33,434 吨。这是自 2017 年澳大利亚与中国签署自由贸易协定以来，澳大利亚巴旦木对华出口的首次下降，主要原因是该产季降雨多，高等级壳果的供应减少。与此形成对比的是，在全球另一个巴旦木壳果的主要市场印度，由于巴旦木仁和壳果的关税降低 50%，出口量增长了 114%。但中国仍然是澳大利亚巴旦木的第一大出口目的地。

目前 2024 年的收获已经基本完成，预计巴旦木产量将恢复到长期预测的水平，并能满足众多重要市场的需求。采收季大部分时段气候偏干，提升了壳果的品质，可能会让中国和印度的买家更感兴趣。

柬埔寨腰果减产，价格涨至 15 年来最高

柬埔寨腰果协会 (Cashew nut Association of Cambodia) 近日宣布，将新鲜生腰果 (wet cashew) 价格上调至 5000 瑞尔 / 公斤 (约人民币 8.7 元)，创下 15 年来的新纪录！价格上调之时正值柬埔寨前三个月腰果出口量超过 40 万吨，出口额超过 5 亿美元。2023 年初，该国生腰果的价格在 4000-4600 瑞尔 / 公斤 (约人民币 7.0 至 8.0 元) 之间。



厄尔尼诺现象是腰果价格波动的主要推手，拉高了亚洲和非洲一些腰果生产国的出口价格。该协会主席 Silot Uon 表示，柬埔寨 2024 年 1 月至 3 月的生腰果产量为 47.4 万吨，相比去年同期下降了 13%。今年一季度柬埔寨腰果对越南的出口总量为 42.4 万吨，出口额为 5.43 亿美元，出口额同比增长了 13%。Silot Uon 曾指出，出口额增长主要由国际市场需求增长所推动，一些腰果生产国受到不利天气状况的影响。他还认为，厄尔尼诺现象对亚洲和非洲某些生产国的影响，可能会继续推高腰果的价格。

柬埔寨 2023 年对海外市场的腰果出口超过 8.37 亿美元，与前一年相比下降了近 10%。

柬埔寨是中国进口腰果的主要供应国之一。中国海关统计数据 displays, 2023 年中国从柬埔寨进口未去壳腰果 1910.8 吨，价值人民币 1991 万元，进口去壳腰果 24.1 吨，价值人民币 127 万元。

中国需求旺盛清空南非库存，夏威夷果或将涨价 1-3 成！



据南非媒体 Independent Online 报道，南非今年夏威夷果产量预计将增长近 14%，从去年的约 7.8 万吨壳果增加至 90135 吨，稳居全球夏威夷果产量榜首之位。

市场的各项指标显示，夏威夷果的壳果和果仁价格将上涨 10%-30%，因脱壳方式、大小和品质的不同会出现差异。

买家们 (尤其是中国买家) 在去年迅速买进库存的夏威夷果，清空了仓库。由于大量壳果运往中国，这部分产品的需求正在增加，导致价格上涨。另一方面，由于更多的夏威夷果以壳果的形式销往中国，果仁的库存将保持在低位。随着启动 2024 产季，许多买家发现他们原以为会有的夏威夷果供应找不到了，而且由于产季初供应量较少，价格正在回升。

全球核桃产量坚挺，中国保持领先地位

根据国际坚果与干果理事会 (INC) 的最新数据，中国仍是最重要的核桃生产国。2024 年的产量前景看好。

随着“一带一路”提议不断深化，中欧班列逐步常态化运营，我国核桃向中亚、西亚等国出口更加便捷，同时由于国内市场核桃产量提升的过快导致价格明显下降，出口竞争力得到提升。与 2022 年相比，中国 2023 年的出口量创下新高。



根据海关数据统计，2023 年带壳核桃出口量为 151765.23 吨，比 2022 年增长 80.25%；出口额 27658 美元，比 2022 年增长 47.49%。2023 年核桃仁出口数量为 66362.99 吨，比 2022 年增长 49.34%；出口额 25427.15 美元，比 2022 年增长 26.79%。

三月上旬开始，核桃市场热度上升较快，加上目前出口情况良好，库存也低于去年，原料价格涨幅较大。

根据加利福尼亚核桃委员会 (California Walnut Commission & Board) 的数据，2023/2024 年的产量达到创纪录的 743,890 吨。有利的天气条件，再加上核桃挂果面积增加的双重优势，提高了加州的产量。由于亚洲和欧洲的需求增加，加州核桃的出口量也有所增长。

虽然 INC 发布的 2023 年智利核桃产量预估为 176,448 吨，但智利坚果协会近期已经将预估超量上调至 181,648 吨。印度是智利 2023 年最重要的出口国，其次是土耳其和西班牙。智利的带壳核桃出口总量达到 174,902 吨。

与 2022/2023 年相比，2023/2024 年全球产量仅下降了 0.6%。中国、美国和智利是三个最重要的生产国，其次是乌克兰和土耳其，它们的产量分别增加了 11% 和 35%。相比之下，法国、阿根廷、意大利和澳大利亚的产量大幅下降。

菲律宾简化农产品进口流程

2024 年 4 月 21 日，菲律宾通讯社消息，菲律宾总统小费迪南德·马科斯于 4 月 18 日签署总统令，命令农业部进一步简化农产品进口行政程序和政策，消除非关税壁垒，确保粮食安全。该令立即生效。

马科斯指示农业部与贸易和工业部或财政部合作，简化进口商许可程序和要求，最大限度地减少处理进口申请所需的时间，并免除许可交易提交注册要求。农业部还被要求简化签发卫生和植物检疫进口清关 (SPSIC) 的程序和要求，并采取具体措施改善进口农产品的物流、运输、分销和储存。同时，马科斯指示海关局 (BOC) 根据《海关现代化和关税法》以及海关局其他适用的法律、规则和条例，优先卸载和放行进口农产品。

9.17中国坚果健康周组委会

2024' 全国坚果果干新品、热销品全渠道采供交易 选品大会通知

全国坚果果干企业、食品全渠道营商及关联企业：

9月上旬正是坚果果干市场旺季来临之时，更是经销商采购新品和热销品的好时机，为助力企业精准找产品、找合作、找商机，互相成全，共享行业红利，满足企业做好做足旺季市场的刚需。为此，组委会定于在2024年9.17中国坚果健康周期间，同期举办2024'全国坚果果干新品、热销品全渠道采供交易选品大会，现将具体事项通知如下，诚邀全国坚果果干企业、食品全渠道营商及关联企业积极参展、参观、参会。

一、时间、地点

时间：2024年9月7日-9日，7日报到布展，8-9日现场展示及采供订货交易。

地点：杭州市临安区万豪酒店（浙江省杭州市临安区大园路719号）。

二、采供会三大新亮点

1、订货交易一步到位。本次选品大会采取展厅展示+房间洽谈同步举行的形式，展厅集中展示品牌形象、产品特征，房间内一对一洽谈，让订货交易精准、快捷，一步到位；

2、全球坚果果干区域特产，新品、热销品参展数量超历届。数百家企业，数千种全球区域特产，新品、热销品汇集一堂，为

采供双方打造一站式精准、省时、省力、省成本的高效采供平台；

3、直邀全国全渠道营商亲临现场精准采购订货，促进实现成交最大化。线上特邀腾讯、新浪、抖音等全国百余家主流媒体实时报道展会盛况，线下全国数万家专卖店、食品批发市场、流通领域同步参与的强大影响力，组委会特别邀请：（1）天猫、京东、拼多多、抖音、快手、知名直播选品等电商平台采购团队；（2）沃尔玛、苏宁易购、永辉、大润发等大型商超；（3）赵一鸣、零食很忙、零食有鸣等社区连锁店；社区拼团团团长代表；全国大型坚果果干批发市场经销商；其他线上线下连锁门店代表，亲临现场精准采购订货。同时，选品大会现场还强势推出企业直播与主办方直播的双模式，企业可在展厅与房间直播，力推新品、热销品。主办方力邀网红主播亲临现场选品直播，助力企业链接市场新资源、新渠道，促进实现成交最大化。

三、选品大会报名方式

参展企业与组委会工作人员确认展位无误后，填写参展申请表（附件1），盖章后与企业营业执照、生产许可证一并扫描发至邮箱：cnfiec@csnc.cn。展位先到先得，以盖章返回表格为准。

四、展位预订

1、展位规格及价格：

标准展位：3m²（1.5mX2m） 价格：3000元

（包含：门楣KT+桌面KT+2个射灯+接线板+2把椅子+垃圾桶+1张展示台+1个展示货架）

特装展位：20m²（4mX5m） 价格：13500元

18m²（6mX3m） 价格：12000元

2、汇款方式：

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

开户账号：0200216219200088972

五、酒店价格

参展企业请自行预定万豪酒店房间，酒店协议价：单间/标间：400元/晚(含早餐)，万豪酒店预订联系人：于悦 15858180483。

六、其他事项：

(1) 展位预订先到先得，预订后签订展位合同，并在合同规定时间内支付展位费用，主办单位收到款项后开具增值税电子发票；

(2) 合同签订后，如无特殊原因（不可抗拒因素），展位不予退订；

(3) 所有参加采供交易选品大会的企业，均可免费在中国坚果果干展会网线上布展，同时可免费发布供求信息；

(4) 所有参加采供交易选品大会的企业，可自行推荐1-2款新品报组委会，遴选出来的产品将参加新品首发活动，助力企业进行旺季市场的推广。

七、组委会联系方式

电 话：010-63344031/010-63344578

邮 箱：cnfiiec@csnc.cn

联系人：赵 斌：13811795004 刘建屏：13810775324

邱 晶：13811798204 明 工：13811794055

附件：1、展位申请表

2、展位平面图

9.17 中国坚果健康周组委会
二〇二四年五月三十一日

中国食品工业协会坚果果干 专业委员会文件 中国坚果制品研究发展中心

中食坚果果干委〔2024〕5号

关于申报第八届(2022-2023年度) 全国坚果果干食品行业科学技术进步奖的通知

各会员企业：

为推动我国坚果果干食品行业科技进步，表彰和鼓励在全行业科学技术工作中，作出突出贡献的企业及科技工作者，为全行业依靠科技进步推动高质量发展，同时为进一步提升科技进步奖的科技质量水平，更专业、更规范地进行评审，我协会与中国坚果制品研究发展中心，共同负责第八届(2022-2023年度)“全国坚果果干食品行业科学技术进步奖”评审工作。凡获奖项目及个人由我协会授予荣誉证书，并择优推荐申报国家食品科学技术奖。现将有关事项通知如下：

一、奖励范围

(一) **种子选育种、种植进步奖**：申报单位在全国坚果果干食品行业种子选育、改良、培育、优育优种等方面有重大科学发现，并将其研究成果成功应用到生产实际活动中；

(二) **产品、工艺进步奖**：申报单位在全国坚果果干食品行业因应用如下方面的技术而取得良好的经济效益的创新：

- 1.运用科学技术知识对坚果果干行业的产品、工艺、材料及其系统、经营销售等方面有重大技术发明；
- 2.采用新技术原理、新设计构思研制、生产的全新产品；
- 3.在结构、材料、工艺等某一方面比原有产品有明显改进的产品。

(三) **设备、添加剂、包装进步奖**：申报单位在针对食品制造转型升级新需求条件下，在全国坚果果干行业采用新研发设备、新型添加剂、新包装材料，在稳定和保证提高产品质量、增加产品的经济效益，降低成本、节能降耗、环保、加强资源综合利用等方面做出了突出贡献；

(四) 工程、技改进步奖: 申报单位在全国坚果果干食品行业采用新技术, 在稳定和保证提高产品质量、增加产品的经济效益, 降低成本、节能降耗、加强资源综合利用、经营销售等方面做出了突出贡献;

(五) 基础研究进步奖: 申报单位在全国坚果果干食品行业基础研究中阐明自然现象、特征和规律等方面有重大科学发现, 并将其研究成果成功应用到生产实践活动中;

(六) 科技标准进步奖: 申报单位在坚果果干国家标准或行业标准研制过程中做出突出贡献, 或在参与坚果果干行业技术性贸易壁垒(WTO/TBT)应对时, 积极参与技术性贸易壁垒的应对、开展重要出口国家和地区技术性贸易壁垒研究和防护等方面, 并取得了突出的经济效益和社会效益;

(七) 坚果果干工艺技术论文奖: 至少在省级以上刊物发表过的关于坚果果干行业工艺技术的论文, 均可申报;

(八) 杰出科技工作者奖: 在获奖项目主要完成人中进行评选。

二、评审标准

科技进步奖分别设一等奖、二等奖、三等奖三个级别, 按照申报项目的创新程度、技术水平、所带动的社会效益和经济效益进行综合评定, 奖励项目由评审委员会确定。

(一) 一等奖

在技术上有很大创新, 技术难度大, 总体技术水平和主要技术经济指标达到了国内领先水平或国际水平, 成果转化程度高, 创造很大的经济效益, 并开展 WTO/TBT 相关工作, 对行业的技术进步和产业结构调整有重大作用;

(二) 二等奖

在技术上有较大创新, 技术难度较大, 总体技术水平和主要技术经济指标达到了国内先进水平或接近国际先进水平, 成果转化程度较高, 创造了较好的经济效益, 并开展 WTO/TBT 相关工作, 对行业的技术进步和产业结构调整有较大作用;

(三) 三等奖

技术上有一定创新, 技术有一定难度, 总体技术水平和主要技术经济指标达到行业内先进领先水平, 创造明显的经济效益, 对行业的技术进步和产业结构调整有一定作用。

三、评审程序

(一) 形式审查: 由我协会负责对申报项目的材料进行审查;

(二) 专业评审: 由我协会与中国坚果制品研究发展中心组织评审委员会, 对通过形式审查的申报项目进行评审, 提出获奖项目的建议、奖励等级及理由;

(三) 公布获奖名单, 由我协会、中国坚果制品研究发展中心共同颁发证书。

四、申报要求

(一) 仅限本协会会员单位申报。申报内容为科技项目及个人，科技项目要求是在 2022 年-2023 年度完成的成果；

(二) 要严格按照全国坚果果干科技进步奖通知的有关规定，认真做好申报项目及个人的材料准备与核实工作，确保申报材料提供的文字、证书等资料真实可靠，按时上报；

(三) 申报的项目，应是本单位独立完成的。如申报单位只是参与完成的，应在申报表“主要完成单位”、“主要完成人”栏目，写明主要完成单位名称和主要完成人姓名，以确保知识产权明晰；

(四) 申报材料要求

1. 填写《全国坚果果干食品行业科学技术进步奖申报表》（见附件）；

“申报表”是评审的有效主要依据，完成人一定要认真填写，突出主要科技创新内容部分，应提供国家相关部门审批合格、或授权合格、或批准、或认可的附件材料。新闻媒体报导及个人信件不能作为评价证明。申报表以电子版形式提交，“主要完成单位”栏目处加盖公章，扫描后与有关附件一并发至协会邮箱：cnfiec@csnc.cn。

2. 推广交流材料。

为了在行业内推广交流，宣传先进的科技工作成果，凡获奖项目将刊登在中国坚果果干杂志、坚果果干网、坚果果干展会网、微信公众号、行业自媒体等媒体上。请申报单位在提交申报材料的同时，提供用于推广交流的资料。要求如下：结合本单位申报项目的内容，作概括简洁表述，内容可公开，以 Word 版形式提交，文件名注明“刊登用”，以便编辑刊发推广宣传。

五、奖励办法

(一) 协会与中国坚果制品研究发展中心将设立中国坚果与籽类科技进步奖奖励制度，将为作出突出贡献的科技工作者颁发奖金以资鼓励。奖励办法另行制定通知；

(二) 各企业可根据实际情况，对获奖者给予一定的奖励；

(三) 各获奖企业可向省市科技部门申报，争取相关奖项奖励。

六、申报时间

请各会员单位认真组织申报和推荐工作，并于 2024 年 7 月 20 日前将申报材料发至邮箱：cnfiec@csnc.cn。

七、联系方式

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

联系人：杨倩 17812727504 张淑芳 13811794820

附件：《全国坚果果干食品行业科学技术进步奖申报表》

二〇二四年五月七日

主题词：申报第八届 全国坚果果干 科学技术进步奖 通知
中国食品工业协会坚果果干专业委员会 2024 年 5 月 7 日印发

中国食品工业协会坚果果干 专业委员会文件

中食坚果果干委[2024]6号

关于批准新会员入会、增补常务理事、理事的通知

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协会常务理事、理事单位。

特此通知！

（以下名单不分先后）

新增会员单位：

安徽友盛食品有限公司

河南汴隆堂食品科技有限公司

大连歆立祥国际贸易有限公司

汾阳市瑞优食品有限公司

福建泉州市和成食品有限公司

安庆市高平老奶奶食品有限责任公司

广西豪味多食品有限公司

德州禾势兄弟食品有限公司

黑龙江省恒源食品股份有限公司

武汉旺中发食品有限公司

广东火星农夫农产品有限公司

江城中澳农业科技发展有限公司

喀什疆果果农业科技有限公司

河北可瑞可食品有限公司

河北龙云岭食品有限公司
 天津市三旺祥食品有限公司
 天津市通辉食品有限公司
 天津市新森坚果食品有限公司
 土鲁番佳禾食品有限公司
 吐鲁番市域农商贸有限公司
 晋江市旺瓜食品有限公司
 巍山县福禄食品有限责任公司
 无锡市胜优国际贸易有限公司
 四川省吴府记食品有限公司
 西丽生物科技江苏有限公司
 临沂鲜淘食品有限公司
 新疆雪山田园食品科技有限公司
 烟台东润食品有限公司
 漳州市乐辰食品有限公司
 内蒙古智天然现代农场有限公司
 沧州思宏枣业有限公司
 山东中合果蔬食品有限公司
 江西宏明食品有限公司
 德民（天津）供应链管理有限公司
 宁津县盛大网链制造有限公司
 合肥泰禾智能科技集团股份有限公司
 巴彦淖尔市永明机械制造有限公司
 台州市齐昂机电有限公司
 青岛新艺花生机械有限公司
增补常务理事单位：
 河北双星种业股份有限公司
增补理事单位：
 杭州奎氮工业科技有限公司
 （以下为空白）

二〇二四年五月八日



追求卓越 勇攀高峰

——记我协会青年工作部五四青年节活动



2024年5月16-18日，中国食品工业协会坚果果干专业委员会协会青年工作部一年一度的五四青年节活动在北京举行。本次活动旨在加强行业青年企业家之间的交流互动，激发青年一代的爱国情怀和创新精神，同时深入了解行业发展动态，共同推动坚果果干行业的持续健康发展。

青年工作部的成员们首先来到协会办公地点，在翁老师的带领下与协会工作人员进行了座谈和交流，并分享了他们在行业中的经验和心得。青年企业家们积极参与讨论，现场气氛热烈而融洽。

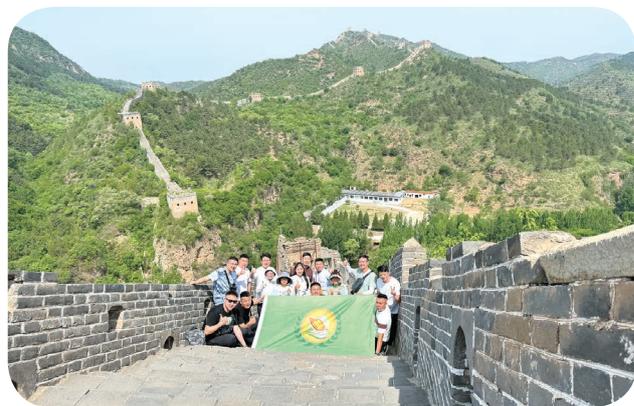
随后，活动组织了一次特殊的红色之旅，青年企业家们一同前往圆明园遗址。在参观过程中，大家见证了历史的耻辱，感受到了国家曾经的苦难。这一环节不仅让青年企业家们深刻认识到铭记历史、不忘国耻的重要性，也激发了他们为实现中华民族伟大复兴而努力奋斗的決心。



紧接着，青年工作部成员们参观了北京字节跳动公司。作为一家知名的互联网公司，字节跳动的发展历程引起了青年企业家们的极大兴趣。通过参观，大家了解了公司的成长历程、企业文化和创新实践，感受到了互联网行业蓬勃发展的活力。同时，这也为青年企业家们提供了一个学习借鉴的机会，激发了他们在各自岗位上追求卓越、勇攀高峰的热情。



登长城是此次活动的最后一个环节，沿着古老的城墙，一步步地向上攀登，就像是在与历史对话，让人心生敬畏；同时这也给青年工作部成员们一次心灵的洗礼。此次五四青年节活动圆满结束。通过此次活动，青年工作部的成员们不仅加强了彼此之间的交流与了解，也深刻认识到了自己肩负的责任和使命。大家纷纷表示，要以更加饱满的热情和更加坚定的信念投身到坚果果干行业的发展中去，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献自己的力量。





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

一家企业如何坦然进入低谷

——章燎原在三只松鼠 2024 全域生态大会上的分享



对于过去两年的业绩表现，章燎原在大会上调侃中又不失坦诚：“我们非常感恩的是我们进入低谷的时候和我们起来的速度一样快。企业不要害怕跌入低谷，如果想让自己成长，跌入低谷时快一点反而是好事，因为耗不起。”

传统企业之所以在产业周期中很难，主要是因为温水煮青蛙把企业煮“死”了。甚至在分享中，章燎原还传授了一套“一家企业如何坦然进入低谷”的奥秘：包括用具象的仪式感来证明创始人的铁骨铮铮；把没干成的事先“吹成”，营造出一种更加繁荣；不要计较谁跑在你前面；重金聘请职业经理人并希望他能帮忙解决企业难题等等。

章燎原也在分享中告诫进入低谷的企业：“企业进入低谷时，一定要快。因为走出低谷的‘方子’只有一个，只要活着天一定会亮，不要乱折腾。”

三只松鼠为什么会进入至暗时刻？因为在相对较好的条件下，企业不愿意去看到真相、不愿意看到自己，只有在黎明前的黑暗当中才会真正渴望光明，当一丝微光给你，你能真

正的看清整个环境，并且珍惜它、拥护它，是走出至暗时刻最好的方法。

“不管摆在我们面前有多少种选择，有一种选择不会变，那就是永远和消费者站在一起。”章燎原表示，春天会回馈每一个寒冬里倔强的坚守者和创新者。

“企业之所以会陷入困境，最大的因素是企业过去处在红利增长当中，搞不清楚企业是什么。”

在章燎原看来，无论任何一家企业，不外乎五个维度：

一、企业的使命只有一个，就是去创造顾客。二、企业非常重要的一个任务是要取得成果。三、每一个企业组织的目的除了前两项以外，很大的目的是激发每一个人的潜能，激发每一个业务的潜能，激发每一个合作伙伴的潜能。四、任何企业存在只有一种精神就是创新。创新必须要满足一个目的：是不是改变或大幅度的提升了效率。五、企业竞争除了产品竞争和渠道竞争之外，如果能办供应链全部重构，每个行业真的可以值得重做一遍。但最终的企业竞争是文化之



争，除了道德观和价值观之外，还要看企业是否拥有一系列的知识能够让人作出更好的业务成果。

三只松鼠未来跟所有企业的重要合作并非只停留在业务合作层面，而是能够输出一套管理知识。“中国既没有德鲁克，也没有稻盛和夫，但在接下来这一二十年里，一定会出现。”

三只松鼠希望“让坚果和零食普及大众”，三只松鼠的模式叫“制造业自有品牌零售商”。

章燎原表示，三只松鼠很早就将自己定位为零售商，因为品牌商的本质是一个做 B 端的生意。但随着中国数字化进程和流通领域的变革，你不能将生意当做 B 端来做。

“企业必须要掌握终端渠道和用户数据，未来所有的行业都会变成零售行业。”在章燎原看来，那些我把货卖给你，你把货卖给他或者是现有的分销体系，不久的将来肯定会被统统都会被干掉。“因为你掌握不到市场数据，就根本不知道消费者需要什么。”

所以三只松鼠首先是零售商，其次可以自建工厂，也可以投资或控股你的工厂，也可以不需要任何投资链接。但是合作中有一件事是必须的：能否共同交付给消费者富有竞争力的产品。

未来的三只松鼠不是敌人，是和消费者命运的相交，是穿越周期的精美，是人人吃得起、处处买得到高端又性价比的坚果和好零食。

归来也是容易的，只要你自己坚信能够归来，只要你敬畏这个市场，敬畏这个变化，看清了真相，看清了自己。章燎原表示：“今天三只松鼠的本意不是重回 2019 年时的百亿营收，而是它已经有一套自己的知识体系。”

为什么合理的 SKU 设置 对食品企业有效库存管理与 销售至关重要？ 如何设置？

SKU (stock keeping unit), 即库存管理单元, 是分配给产品的唯一的数字或字母数字代码, 以便企业更容易、更有效地管理库存。大多数 SKU 数字在 8 个到 12 个字符之间, 并且位于产品的价格标签上。

对于客户来说, SKU 数字很容易被忽略, 而且经常被忽略。但是对于零售企业所有者来说, SKU 数字是确保有效管理库存和实现销售最大化的关键。因此, 本文将分解 SKU 编号, 以帮助你建立企业的 SKU 编号系统。我们将介绍什么是 SKU 编号, 它们重要的原因, 如何设置和其他提示和建议。

什么是 SKU?

如前所述, SKU 编号是数字或字母数字代码, 用于帮助企业跟踪库存。大多数企业都有自己独特的 SKU 数字系统。一般来说, SKU 数字大约有 8 个到 12 个字符长, 每个字符对应它所代表的产品的一个独特特征, 例如零食产品的类型、口味、重量等。

实体零售商和电子商务卖家都可以使用 SKU 数字来表示最新的库存和销售情况。

SKU 编号和 UPC 编号

SKU 经常与 UPC (通用产品代码) 混淆, 因为两者通常都位于产品的价格标签上。不了解 SKU 和 UPC 间的区别可能会导致库存管理出现重大错误。

UPC 是由全球标准组织分配的



12 位代码, 该组织是非营利组织, 负责开发和维护全球业务通信标准。全球标准组织 (GS1) 与零售商和制造商合作, 分配和监督产品 UPC 以及条形码。

UPC 由制造商放置在产品上。这与零售商决定的 SKU 数字相反。UPC 数字也是数字的随机组合, 而 SKU 数字中的所有字符都是有目的地选择的。使用 UPC, 你可以查找有用的信息, 如制造商建议零售价, 还可以使用 UPC 在线研究产品。

一些小企业主甚至用 UPC 数字代替 SKU 数字。然而, 这就消除了专门针对你的业务需求量身定制的系统许多优势。

SKU 的重要性

既然你已经知道了 SKU 数字是什么, 让我们了解一下它们的重要性。

以下是有组织的 SKU 编号系统提供的好处:

改善购物体验

准确地跟踪 SKU 编号可以让你以一种客户和员工都可以轻松找到产品的方式来组织业务。这是因为 SKU 数字可以代表产品的各种不同特性。通过 SKU 编号系统, 你将能够通过查看 SKU 编号准确地获取产品的各种属性。

这反过来也能够使客户更容易找到他们想要的东西, 从而驱动销售量的增加。另一方面, 一个混乱的 SKU 编码系统会导致客户感到混乱, 导致销售降低。

预测销量

当你能够使用 SKU 数字准确地跟踪库存时, 你还可以更准确地预测销售和业务需求。反过来, 你可以保留更多的热销库存, 同时淘汰那些表



现不佳的产品。这也可以帮助你提高客户满意度。

管理业务

了解热销产品可以使你管理业务的方式变得聪明。例如，你可以为最热销的商品设置醒目的显示。另一方面，你可以为效果不理想的商品创建显示，以试图提高销量。你也可以将相似的商品归为一组，那么，售罄的产品就可以找到替代品。

SKU 编号还可以通过告知在线卖家如何在其网站上显示产品来帮助组织业务。此外，在大多数电商平台上常见的“您可能喜欢的相似商品”部分通常是通过查看产品的 SKU 编号的算法来完成的。

如何设置 SKU ?

正如你所看到的，拥有一个 SKU 编号系统将使你的管理更容易。现在是时候学习如何为你的企业建立一个 SKU 数字系统了。有几种方法可以做到这一点：

1、选择 SKU 编号标识符

在创建 SKU 编号之前，一定要记住要跟踪的内容。正如我们前面提到的，每个企业都是不同的，所以每个 SKU 编号代表不同的产品特性。

以下是一些常见的 SKU 号码标识符，可以根据你的业务类型进行考虑：

在为企业选择 SKU 编号标识符时，你还需要记住库存的大小。如果你有少量的库存，你可能不需要在 SKU 编号中包含产品子类别或产品特性。但是，如果你有很多库存，那么可能需要更复杂的 SKU 编号，以便准确地跟踪每个产品。

选择 SKU 编号标识符时的另一个考虑因素是客户。如果客户经常询问某个特定品牌的产品，你需要确保 SKU 编号中包含品牌标识符。

2、固定标识符

SKU 号应该至少有 8 个字符，但不能超过 12 个字符。前 2 个到 3 个字符为固定标识符，这将是你的产品可以放入的最大级别的类别。

例如，如果产品是高尔夫球杆，而你经营的是体育用品业务，那么前 2 个到 3 个字符将与高尔夫产品相关。

3、确定更多独特的产品特性

接下来的 2 个到 8 个字符应该用于识别更独特的产品特性，如产品大小、颜色、品牌或风格。为了避免混淆，一些企业选择用字母而不是数字来识别供应商。

4、以序列号结束

SKU 数字的最后 2 到 3 个字符应该是一个连续的数字。这基本上是为每个 SKU 分配一个数字，以确保它是唯一的，这样你就可以在产品中识别新库存和旧库存。例如，如果你的库存中有两件来自相同供应商的衣服，并且有相同的尺寸、颜色和款式，那么序列号将区分它们。

创建 SKU 的技巧

创建 SKU 非常简单，但是在创建它们时要记住一些因素。

1、前几个字符应该代表最重要的特征

使用第 1 个到第 3 个字符来表示对你来说最重要的特征。然后用后面的字符表示不太重要的特征。这将使你的产品更容易分类的品牌、类型或款式。

2、避免以“0”开头的 SKU 编号

有些计算机很难理解以 0 开头的 SKU 数字。他们可能会将其解释为没有任何意义，并且只查看 SKU 号中随后的字符。这样，“01397201”就变成了“1397201”。正如你所看到的，这改变了你原本以为 SKU 数字的含义。避免这个麻烦，尽量不要包含任何零开始你的 SKU 号码。

3、避免看起来相似数字和字母

如果你使用的是字母与数字代码，那么使用看起来像数字的字母，可能会造成很多混淆。例如，你有一个既包含字母“l”又包含数字“1”的 SKU 编号，如果你不仔细看的话，你能看出区别吗？因此，建议你尽量不要这样设置标识符以避免字母与数字的混淆。

4、避免设置太过复杂的 SKU

正如我们 v 前面所说的，SKU 编号应该坚持使用 8 个到 12 个字符。超过 12 个字符，SKU 就更难记住和赋予意义了。所以试着从你的库存中挑选 3 个到 4 个特质来创建一个 SKU 编号。尽量用一个字符来代表一个特性，从而为 SKU 数字赋予更多含义。📌

如何确保坚果果干企业 采购订单及时准确到货？

使用三道防线，抵御供应缺料风险

坚果果干企业采购计划员的一项工作职责是确保下给供应商的订单可以按时、足量地交付。按时就是按照要求到货的日期时间，不早不晚地送达。足量就是按照订单上的数量，不多不少地交付。

供应商能否做到按时足量交货，这个指标既考验着采购员的管理水平，也考验着供应商的交付能力。

不能按时足量交付，可能会给客户企业带来一个重大的影响，那就是有缺料停产的风险。

由于缺少足够的原材料，企业就不能按照计划生产，也不能按照计划交付客户订单。

作为采购方，只有主动出击，通过建立起三道防线，就可确保采购订单及时准确到货，抵御、缓解，并消除供应链中的缺料风险。

让我们以企业生产线为核心阵地，以时间的由远及近设定纵深防线的三道防线，层层布防，逐级消除供应中断的风险。

防线一 下单后供应商许诺

当采购订单发送给供应商后，采购员需要在规定时间内获得供应商的书面交付许诺。请注意，这里一定要有书面形式的回复许诺，包括交货期和数量的双重承诺。

供应商需要同时满足交货期和数量，这是一个“AND”的关系，而不是“OR”的关系，两个要素都需要确认，如果只满足了一个条件，还

不是一个完美的交付承诺。

我们可能会遇到的情况是，供应商出货数量可以全部交，但是要晚于交货期，或者可以在规定的时间节点出货，但数量又无法全部满足，这些都是经常发生的现象。

得到了书面确认后，采购员需要把更新后的许诺到货日期和数量在ERP系统里更新，这样在下次运行MRP的时候，系统就可以根据更新的信息，制定出正确采购计划，同时用来判断后续是否有缺料的可能。

如果供应商回复说订单不能足量交付，采购员是否就可以轻易放他过门？

偶尔发生一次可以，采购方有一些安全库存可以缓冲，但是长期的话肯定不行。

采购员要深入了解具体的原因，评估供应商的交付能力，收集相应的交付数据，这些信息都是作为评估供应商综合表现的有力证据，足以影响采购 Sourcing 未来给供应商定点新项目时的决策。

由于此时采购员刚下订单，距离交货的时间是最长的，一旦供应商有交付困难，采购方就拥有了充足的时间做出反应。

通过深度了解供应商交付问题，采购员可以及时采取补救行动，把问





题扼杀在萌芽之中，留给自己最多的反应时间。

防线二 出货时的数量差异

一转眼，已到了供应商出货的日期。按照约定，物流公司上门来提货。在这个时间节点，就是第二道防线的位置。

由于时间的不确定性已被排除，采购员只需要关注出货的数量。如果一切都和之前许诺的情况相符，那就万事大吉。

如果出现了大于或是小于出货数量的情况怎么办？先来看大于的，也就是供应商想要多发一些货物，原则上来讲采购员是不能接受的，除非是之前已经沟通过，并同意供应商多出货。

接下来看出货数量小于许诺量的情况，也就是供应商不能足量出货。

因为在此时，随着交货抵达工厂的日期将近，缺货的风险已经越来越大，而留给采购员调整计划的时间已经不多了。

在这个阶段，采购员通过大力push供应商，还是有希望把缺口给堵上的。

最后采购员要做一件事情，那就是把实际出货数据在ERP里更新。这次的数据是真实出货数量，不是许诺。

为了确保供应的效率，这里有两个小贴士。首先，尽量使用靠谱的物流公司，上门提货的时间窗口和运输到采购方仓库的时效性都有了保证。如果有条件，由采购方安排上门提货，这样物流运输操作过程更有保障。

其次，使用电子化的Advanced Shipping Notice (ASN)，随着供应商出货完成，在系统中自动传输这票货物的所有信息和预计到货时间，一方面可以加快信息流速度，另一方面也保证数据的准确性。

防线三 仓库收货数量差异

当供应商送货卡车抵达客户指定仓库的时候，仓库收货员即将展开收货作业，在这里就是采购方的最后一道防线。

在此之前，没有人能够保证这票货物与送货单上的数量是百分百match的。在供应商处装货时可能会有意外，多装或是少装点货，这些失误在所难免。

在运输途中也有可能发生丢失、

被盗、破损、受潮等情况，所以说仓库收货才是采购订单的最后一道防线。

入库货物需要清点，如果发现了实物和单据不匹配的情况，仓库工人就需要在第一时间里通知采购员。

如果到货大于送货单数量，在获得采购员的授权批准下，仓库按照实际到货数量收货，录入系统，采购员更新订单数量，以便完成收货工作。

如果到货小于送货单数量，采购员就要立即核对现有库存情况，判断是否存在缺料，以及生产中断的风险。

在这个时候，采购员关注的重点是保障生产平稳进行，等警报解除以后，就要和供应商来秋后算账了。

我们要明白一点，“算账”不是为了报复供应商，而是要找到发生问题的根本原因，只有彻底根除以后，才能确保供应商不会再犯相同的错误。

由于发生问题的时间点，距离物料上线已经非常接近了，几乎没有留给采购员任何的反应余地。

事后补救的措施也是必须的，引起供应商重视以后，下次再出错的概率就会减少。

下单后供应商许诺、出货时的数量差异、仓库收货数量差异，这是采购需要从战略上布置好三道防线。

使用主动出击的方法，尽早地展开行动，预防缺料风险，让采购订单管理更加高效，降低供应链中断风险，帮助企业避免潜在的损失。



海关总署公告 2024 年第 42 号

(关于智利扁桃仁产品输华检验检疫要求的公告)

根据我国法律法规和中华人民共和国海关总署（以下称中方）与智利共和国农业部（以下称智方）有关智利扁桃仁产品输华检验检疫要求的规定，即日起，允许符合以下要求的智利扁桃仁产品进口：

一、检验检疫依据

（一）《中华人民共和国食品安全法》及其实施条例、《中华人民共和国进出境动植物检疫法》及其实施条例、《中华人民共和国进出口商品检验法》及其实施条例。

（二）《中华人民共和国进出口食品安全管理办法》。

（三）《中华人民共和国海关总署与智利共和国农业部关于智利扁桃仁产品输华检验检疫要求议定书》。

二、允许进口的产品

允许进口的智利扁桃仁产品是指由智利共和国境内种植的扁桃仁（*Prunus dulcis*）的种子为原料，在智利共和国境内经去壳和其他加工而获得的仅用于食用或食品加工用的扁桃仁产品，包括：

（一）去壳扁桃仁（包括完整、切片、棒状或立方形状），由扁桃仁经分检、去壳、熏蒸、清洗、干燥、筛选、切割、包装等加工后获得的产品；

（二）扁桃仁粉，由扁桃仁经分检、去壳、熏蒸、清洗、干燥、筛选、粉碎、包装等加工后获得的产品。

三、食品安全要求

智利输华扁桃仁产品应符合中国食品安全法律法规以及食品安全国家标准。

四、植物检疫要求

（一）智利输华扁桃仁产品的原料应来自没有发生李痘病毒 D 株系（Plum pox virus D strain）、李属坏死环斑病毒（*Prunus necrotic ringspot virus*）、番茄环斑病毒（Tomato ringspot virus）和苜蓿黄萎病菌（*Verticillium albo-atrum*）的果园，其种植企业应经智方确认符合相关植物检疫和食品安全要求并予备案。

（二）智利输华扁桃仁产品不得带有中方关注的下列检疫性有害生物：石榴螟（*Ectomyelois ceratoniae*）、李痘病毒 D 株系（Plum pox virus D strain）、李属坏死环斑病毒（*Prunus necrotic ringspot virus*）、番茄环斑病毒（Tomato ringspot virus）和苜蓿黄萎病菌（*Verticillium albo-atrum*）。

（三）智利输华扁桃仁产品不得带有活虫、虫卵、土壤，不得混有杂草种子、植物残体、砂砾、金属异物等杂质。

五、生产企业要求

智利扁桃仁产品生产企业应当确保其输华扁桃仁产品符合中国食品安全和植物检疫相关法律法规以及中国食品安全国家标准。输华扁桃仁产品的加工、存放单位由智方推荐，并经中方注册。

六、加工过程要求

智利输华扁桃仁产品的原料种植、加工、储存、运输、出口全过程，均应符合中国和智利的相关安全卫生要求，防止受到致病微生物或有毒有害物质的污染。

七、包装、标识要求

智利输华扁桃仁产品应使用干

净、卫生、新的、符合食品安全和植物检疫要求的材料包装，并在运输过程中防止发生撒漏。每一包装应用中文或英文标注产品品名、产地、批号、加工企业及其在华注册号、出口商名称和地址等可追溯信息。

每一托盘上应用中文或英文标注“本产品输往中华人民共和国”（This product is exported to the People's Republic of China），如产品不使用托盘，则在每一包装上标注。

八、运输要求

智利输华扁桃仁产品装运前，运输工具应经智方检查。运输工具应符合卫生防疫要求，不得混入检疫性有害生物或其他限定性检疫物，如杂草籽、活体昆虫、其他谷物杂质、植物残体、土壤以及其他外来杂质。

九、证书要求

经官方检验后，智方应对批准输华的扁桃仁产品出具植物检疫证书。证书附加声明栏中应注明“该植物检疫证书所证明的扁桃仁产品符合中智双方签署的关于智利扁桃仁产品输华检验检疫要求议定书的规定。该批货物不带有石榴螟、李痘病毒、李属坏死环斑病毒、番茄环斑病毒和苜蓿黄萎病菌等中方关注的检疫性有害生物。”

十、其他要求

智利输华扁桃仁产品应来自获得中方注册的企业。获得注册的智利输华扁桃仁产品企业名单可通过海关总署网站查询。

特此公告。

海关总署

2024 年 4 月 15 日

坚果，不止为零食

——坚果对于平衡膳食的意义

作者：徐维盛 来源：中国营养学会公众号中国好营养



没有任何一种食物能满足我们人体对全部营养素的需求，良好的膳食模式是保障营养充足的条件。膳食模式是指长时间形成的饮食组成方式，包括膳食中各种食物的品种、数量及其比例。从人体营养需要和食物营养特征考虑，必须由多种食物组成平衡膳食模式。坚果作为我们休闲、接待嘉宾、馈赠亲友时的常见食物，也是平衡膳食的重要组成部分。

1. 什么是平衡膳食模式？

平衡膳食模式是根据营养科学原理、我国居民膳食营养素参考摄入量及科学研究成果而设计，指一段时间内，膳食组成中的食物种类和比例可以最大限度的满足不同年龄、不同能量水平的健康人群的营养和健康需求。人类需要的基本食物包括谷薯类、蔬菜和水果、畜禽鱼蛋奶、大豆类和坚果、油脂及盐等五大类，不同食物中

含有的维持人体生命和健康所必需的能量和营养素都各有特点，只有通过合理搭配膳食中的食物种类和比例，才能满足个体的营养需要。

那如何搭配一日三餐，才有可能达到平衡膳食呢？答案是食物多样。食物多样是平衡膳食的基础，一日三餐膳食的食物要做到种类全、品样多。如何做到种类全？需要保证每日摄入的食物涵盖基本的五大类食物。如何做到品样多？可以理解为平均每天摄入不同品种食物达到12种以上，每周达到25种以上，当然烹调油和调味

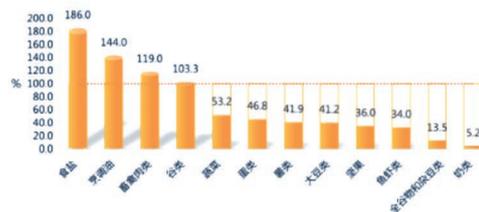


图1 2015年我国居民每标准人食物摄入量占膳食指南相应推荐量的比例

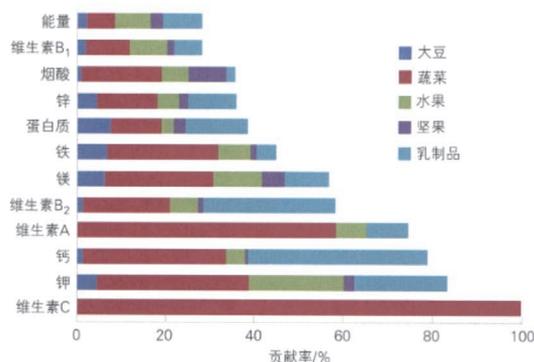


图2 2000kcal 平衡膳食模式中不同种类食物对膳食部分营养素的贡献率

品不能计算在内。坚果是平衡膳食的重要食物组成,《中国居民膳食指南》(2022)推荐,平均每天应至少摄入2种奶、大豆、坚果类食物,每周不低于5种。

2. 我们的膳食结构合理吗?

随着经济的发展和水平的提高,我国居民的营养素摄入水平有了根本性改善,但膳食结构的合理性和营养摄入的平衡性仍面临一些挑战。我国居民的传统膳食以植物性食物为主,具有膳食纤维含量丰富,但谷类食物摄入量过多,动物性食物摄入量偏少,且奶类、水果、坚果长期缺乏的特点。随着我国居民生活水平的不断提高,膳食结构也发生了变化,但总体上膳食结构仍不尽合理。根据《中国居民营养与慢性病状况报告》(2020年)数据显示,我国居民目前食盐、烹调油、畜肉类消费过多,而全谷物、薯类消费锐减,蛋类、鱼虾类、大豆类、坚果、水果、奶类摄入依旧不足,其中坚果仅为推荐摄入量的36%。

膳食结构不合理,食物种类和重量的不合理化,不能达到通过合理搭配从而提高和优化膳食的营养价值。合理搭配是平衡膳食的保障,膳食结构不合理,会导致营养素摄入失衡,从而引起肥胖、高血压、血脂异常等慢性非传染性疾病高发。不合理膳食是造成我国心血管疾病死亡和疾病负担的重要危险因素之一。2017年我国约260万心血管疾病死亡归因于膳食因素,较2007增长了38%。高钠饮食、低全谷物饮食、低水果饮食和低坚果/种子饮食是排在前四位造成死亡的不合理饮食习惯。

3. 坚果对于平衡膳食的重要意义

坚果含有丰富的不饱和脂肪酸,一定量的植物固醇、大量的蛋白质、丰富的膳食纤维和微量营养素,与人类健康密切相关。近年来坚果对人体健康的影响研究表明,每天摄入24g或者28g坚果人群与几乎不摄入人群比较,可以降低心血管疾病发病风险;来自美国、欧洲、亚洲、澳大利亚等国家和地区共819448例人群队列研究的分析结果表明,每日摄入坚果每增加28g,全因死亡率下降22%。越来越多的研究表明,坚果可能拥有抗衰老、提高免疫功能、改善血糖水平、促进大脑健康、降低癌症发病风险、控制体重等作用。

坚果属于高能量食物,但含有较高水平的不饱和脂肪酸、维生素E等营养素,适量摄入有益健康,且其能量应该计入一日三餐的总能量之中。坚果可以作为烹饪的辅料,加入到正餐中,如腰果虾仁、西芹腰果等,也可以和大豆、杂粮等一起做成五谷杂粮粥,和主食类食物一起搭配食用。当然,坚果更多可以作为零食食用。无论是办公场所还是居家生活,来一小把坚果,不但可以活跃气氛,更能补充营养素。在不同年龄组人群的膳



食中,同蔬果、全谷物、奶类、豆类等食物一样,坚果在满足人体对微量营养素和膳食纤维的需要中,也占有重要的地位,坚果类食物可以为我们提供较丰富烟酸、镁等营养素。

当然,由于坚果脂肪含量较高,一定要注意控制食用量,以免摄入过多,导致能量过剩。《中国居民膳食指南》(2022)推荐平均每周摄入坚果50~70g(平均每天10g左右)。如果摄入过多,应减少一日三餐中其他食物来源。为了我们每天都能从食物中获得适宜的能量和充足的营养素,多样化食物进行合理搭配,才是健康王道。每天一小把坚果,小分量多几样,更健康!

坚果
果干

上了年纪要“养骨”

别只会喝牛奶

钙对人体骨骼和牙齿的构成、维持神经和肌肉的活动起着至关重要的作用。很多人都知道，老年人随着年龄增长，骨质形成减少，容易造成维生素D生成不足，进而影响钙的吸收，容易发生骨质疏松，甚至骨折。

一直以来，牛奶是补钙食物榜单的第一名，但我国部分居民乳糖不耐受，喝牛奶后会有不适反应。因而很多人又将目光转到了骨头汤上，殊不知，这又陷入了另一个误区。

中老年人常吃这些腿脚更有劲

根据中国骨质疏松症流行病学调查的数据显示，我国50岁以上的人群，骨质疏松的患病率约有19.2%，65岁以后的患病率更是高达32%，尤其是女性，患有骨质疏松的概率会更高。

北京军区骨伤骨病防治中心主任医师王振虎表示，如果中年时期忽视解决骨骼问题，就会出现腰背部疼痛、周身骨骼疼痛的问题，一些严重的患者会连翻身、行走等日常活动都变得困难。晚年时期，会出现弯腰驼背、全身疼痛以及容易骨折等问题，给正常的生活质量带来极大的影响。

因此，人到中年一定要学会补钙。牛奶、酸奶等奶制品均是补钙佳品，牛奶内的钙含量在100mg/100g左右，且其中的钙磷比适中、维生素D含量很高，身体吸收率可达到31%左右。

但由于部分中老年朋友患有乳糖不耐受，喝了牛奶后容易出现腹泻、腹胀等情况。这部分人群也可以多吃以下4类食物，同样是补钙的佳品。

1. 绿叶蔬菜

几乎所有的绿叶蔬菜，比如菠菜、韭菜、油麦菜、西兰花等，含钙量都不低。苜蓿的含钙量高达713mg/100g，荠菜的钙含量为

294mg/100g。除此之外，绿叶蔬菜中还含有促进血钙变成骨钙的维生素K和促进成骨细胞生成的矿物质镁，它们都是补钙的好帮手。

注意：新鲜蔬菜中含有草酸，它会使钙的吸收率大打折扣。建议烹调前先焯水，可减少60%左右的草酸，而旺火急油热炒可去除20%左右的草酸。

2. 鱼虾贝类

肉类中真正能补钙的当属各种水产品了，个头小小的丁香鱼含钙量590mg/100g，做熟的多春鱼的含钙量也能达到380mg/100g。其中带壳的虾贝类钙含量尤其高，田螺含钙量高达1030mg/100g，虾米含钙量高达555mg/100g。膳食指南建议每天吃水产品40~50g，每周最好吃鱼2次或300~500g。

注意：众所周知虾皮钙含量高，但需要注意的是它含盐量也高且不好消化，作为补钙食物弊大于利，并不推荐日常食用。

3. 豆制品

在豆制品生产加工工艺中加入的卤水或石膏大大增加了钙含量，所以豆腐、豆腐皮、豆腐干等豆制品中的钙含量不容小觑。

豆腐干（臭干）含钙量为720mg/100g，论补钙效率是所有豆制品中最高的；以大豆蛋白为主料做成的素大肠，含钙量为445mg/100g；常见的豆腐含钙量为350mg/100g。除此之外，由黄豆发酵制成的纳豆，虽然含钙量不高，但它是维生素K2的最佳食物来源，能激活骨钙素，促进钙更好地进入骨骼和牙齿。

注意：豆制品中含有丰富的蛋白质，一次食用过多容易引起消化不良、



腹胀、反酸等不适症状，建议一般豆制品每天食用量在100~150g即可。

4. 坚果和种子

不少人家中常备坚果、种子类作为健康零食，其实它们也是补钙的优秀食材。富含不饱和脂肪酸及多种脂溶性维生素的同时，还含有大量参与骨代谢的关键因素——镁。坚果中钙含量最高的是炒榛子，能达到815mg/100g，杏仁和巴旦木的钙含量也能到260mg/100g以上。种子中，新晋网红零食奇亚籽的钙含量为630mg/100g，白芝麻的含钙量为620mg/100g。

注意：坚果和种子中的脂肪含量较高，不宜食用过多。据《中国居民膳食指南（2022）》推荐每人每周吃50~70g坚果为宜，也就是每天一小把即可。

5. 芝麻酱

芝麻酱作为常见调味品，是很容易被忽视的补钙隐藏款。芝麻经过研磨不仅提高了消化吸收率，且芝麻酱的含钙量在1170mg/100g，相当于吃一大勺芝麻酱（约25g），就能摄取够一天的需钙量。

注意：考虑到芝麻酱的热量较高，并不建议天天吃。在日常烹调中加入调味，或在卷饼、烙饼等面点中使用即可。🚫



COMPANY PROFILE

公司简介

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

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

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

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

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

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

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



草本抗氧化剂

坚果炒货抗氧化
我只选南科

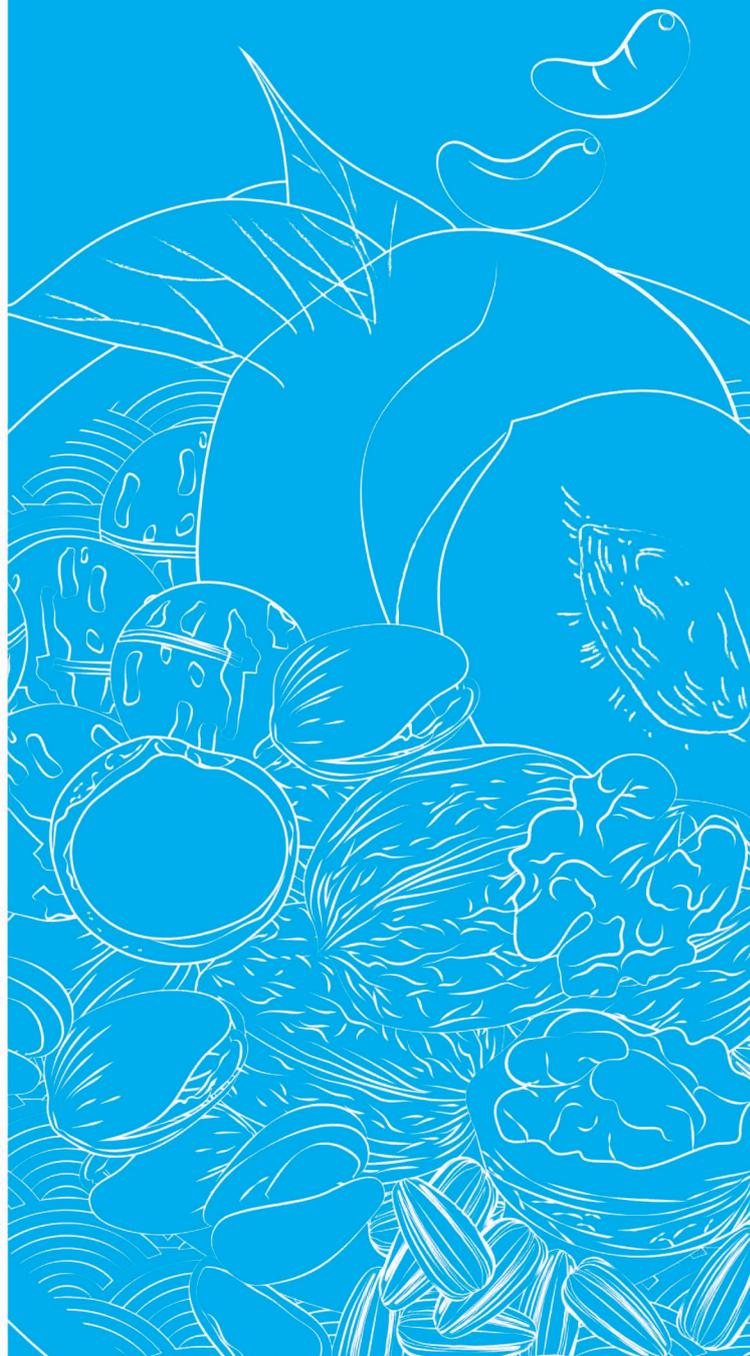
草本抗氧化剂含有多种植物抗氧化成分，科学组合，协同作用，效果好，结构稳定耐高温，有效抑制坚果炒货中油脂氧化、哈败变味，具有提高坚果炒货品质及延长坚果炒货保质期的功效。

荣获2021年度全国坚果炒货科学进步奖



NANKO
南科

草本应用引领者



江西南科食品有限公司
南昌市红谷滩区丽水路1-2-101商业

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

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



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

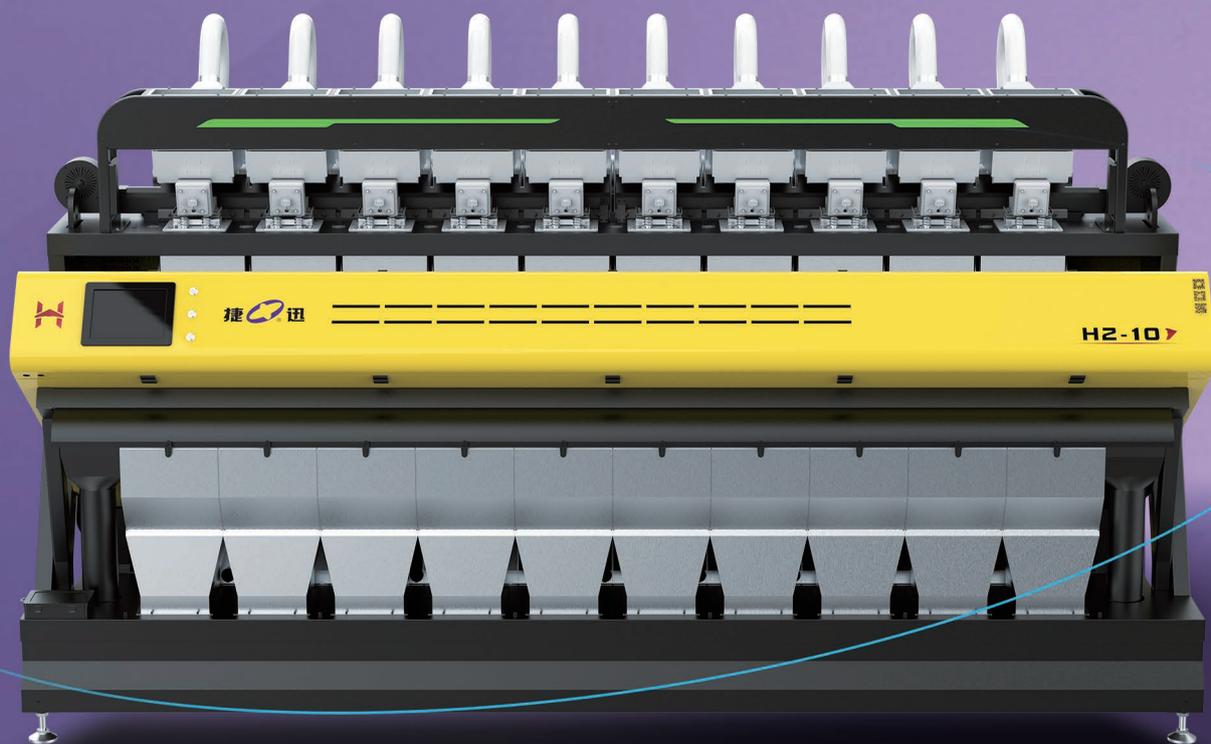
地址: 安徽省合肥市肥西上派工业园南方路



全球领先的智能分选解决方案

MK系列 / TK系列 / H系列

高端杂粮质选机



安徽捷迅光电技术有限公司

400服务热线: 400-105-5199 销售热线: 0551-65845145

公司地址: 安徽省合肥新站高新技术产业开发区萧城路6号





安徽省恒康机械制造有限公司

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会常务理事单位

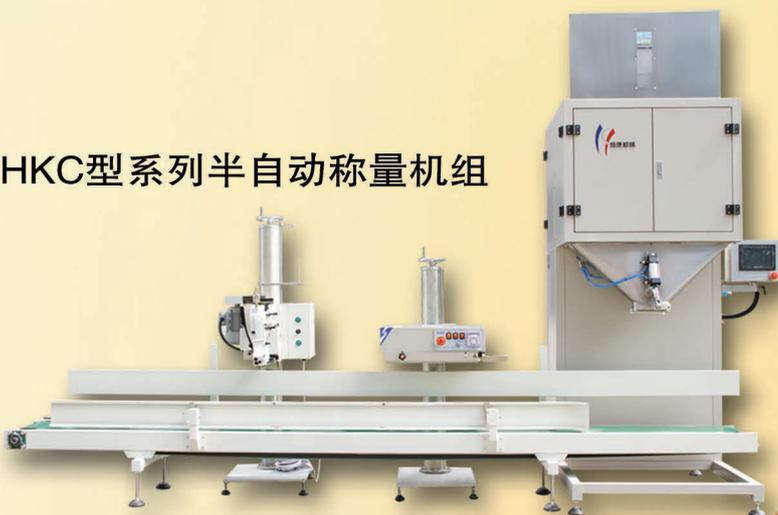
DXDM型系列折边袋制袋包装机



HKD-II型水平给袋式自动包装机



HKC型系列半自动称量机组

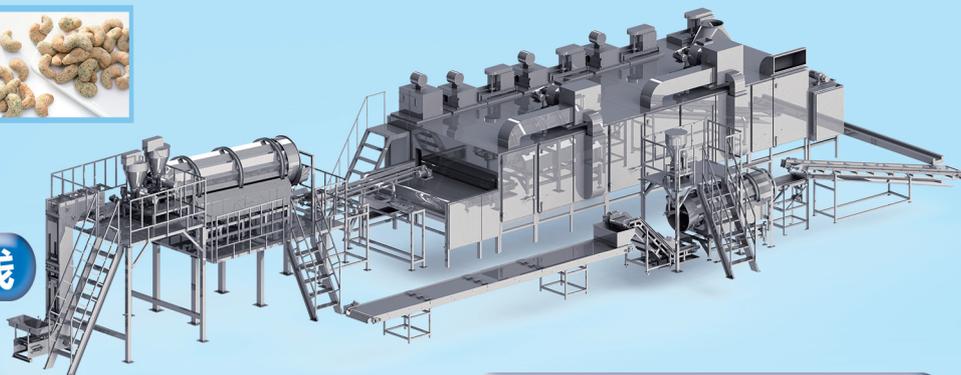


朋友遍天下

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

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



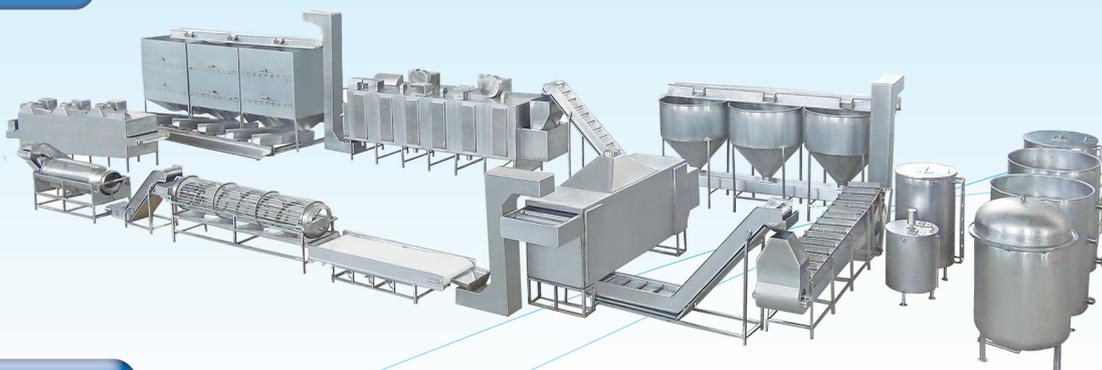


坚果仁浅裹粉烘烤生产线

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

姚生记®

一品江南味 百年姚生记



粒粒仁®山核桃仁礼盒

桶蒸入味 粒粒醇香



【原正产地】

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

【传统工艺】

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

【尊享臻品】

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



姚生记官方微信

杭州姚生记食品有限公司

地址：杭州滨江区滨安路1190号

网址：<http://www.yaoshengji.cn>

客服热线：4006-133-177



展世界坚果 享合作共赢

SHOW WORLD NUTS GET WIN-WIN COOPERATION

中国坚果果干展会网

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.同步参与线下展会活动、会议直播；
- 2.两千余家展商同台参展、24小时观展洽谈；
- 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.自主线上布展，您可以“为所欲为”；
- 2.多种展位样式，满足不同展示需要；
- 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



联系方式

电话：010-6345 7516
联系人：王欣 13811794043 朱小龙 13855178545
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：100073
www.chinanutexpo.com



参观报名



坚果果干食品展公众号