



坚果果干

www.csnc.cn

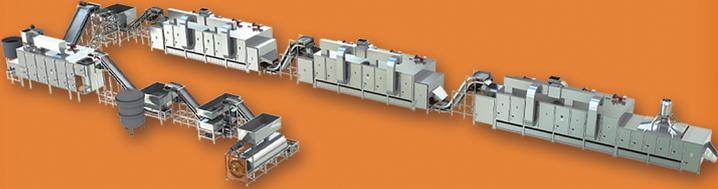
2025第一期 (总第一百一十期)



主办单位: 北京中坚果信息技术有限公司
2025.01
供坚果果干行业信息交流

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



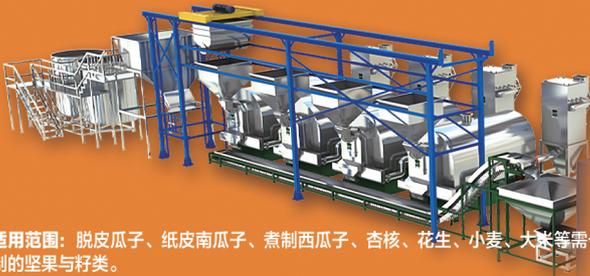
果仁自动裹粉机

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

www.csnc.cn

2025第一期 (总第一百一十期)



主办单位: 北京中坚合果信息技术服务有限公司

编辑委员会

名誉主任: 陈先保

主任: 章燎源

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	高光伟	方思汉
何旭东	赖小军	梁小鹏	何源
刘金发	林德明	吕金刚	年强
潘俊海	阮世忠	沈海斌	宋佰春
孙钱玮	王宝臣	王在良	肖霖
魏玮	徐长海	严斌生	谢久奎
徐建兴	郁瑞芬	杨国庆	谢权胜
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	高春	高军龙	葛运兵
姜念波	金龙	李金昌	梁金辉
潘明亮	乔如柏	孙美	王丽
王文林	王育平	王志强	魏本强
薛凌宇	余雄伟	严明	原武
张阿妮	张凡	张经发	张丽华
张显秋	赵化银	赵双琴	

特聘

农林经济与科学类资深专家: (以姓氏拼音为序)

陈海生 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 杨月欣 王瑛瑶 张俭波

主编: 翁洋洋

责编: 王欣

助编: 王艺博

美编: 路飞

地址: 北京市西城区马连道南街6号院

1号楼1208室

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: 坚果果干食品展 (zhongjianheguo)

感谢以下协办单位 (排名不分先后)



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。

把握时代创新机遇，推动中国坚果果干行业健康发展

章燎原 陈奇

祥龙摆尾辞旧岁，瑞蛇昂首启新程！

在这辞旧迎新的美好时刻，向全国坚果果干行业同仁们、侨居世界各地的坚果果干行业同仁们，致以最诚挚的问候；向所有关心和支持坚果果干行业的各级领导、广大消费者、合作伙伴及各界朋友，致以最衷心的感谢；同时向新年坚守生产、市场一线同仁们，致以热忱的慰问及崇高的敬意！衷心祝福全体同仁及家人们，在新的一年里，工作顺心、合家顺意，幸福美满！

让我们共同祝愿伟大祖国国泰民安，繁荣昌盛！祝愿世界和谐和平！人类健康生存繁衍！

同仁们！刚刚过去的一年，是全面贯彻落实党的二十大精神的重要一年，也是全国坚果果干行业以二十大为新起点，开启结构性创新的关键之年，坚果果干行业迎来全新的发展契机与深远的变革导向。全行业正以坚定的步伐，在创新驱动、产业升级、市场拓展、文化融合的道路上奋勇前行，为满足人民美好生活需要、推动社会经济发展，向着成为全球坚果产业的引领者不断迈进，书写出高质量发展的新篇章。

在当前供需大变革时代市场回归理性，消费需求日益个性化、多元化，且有下沉市场消费需求扩大的趋势；批发、经销、商超、便利、货架电商、内容电商、量贩折扣等市场业态百花齐放，为我们坚果果干行业增添了新的增长机遇。资料显示，目前中国坚果的消费量持续增长，占全球总量超十分之一，过去十年中国的坚果种植面积增加了20-30%，显示市场对坚果产品的强烈需求。这说明，以坚果籽类为代表的健康食品已成为国民喜爱的食品。

基于此，坚果果干行业正处于结



构式创新时代，应是全产业链的创新。通过全产业链、全要素的叠加创新，使具有高品质、高营养健康功能的坚果果干食品更加亲民，人人买得起、处处买得到，真正实现让健康坚果普惠大众，造福于民。

在这一进程中，我们坚果果干行业每一位从业者都被赋予了重要的使命，不仅是健康理念的传播者，也是推动行业良性发展的践行者，更是为实现健康坚果普惠大众，而不懈奋斗的勤耕者。

2024年，中国坚果果干行业以创新驱动产品升级，提升整体竞争力。不断创新产品形态，开发出低糖、低盐、

高纤维等多元化的坚果产品，满足不同消费群体日益增长的健康需求；坚果+烘焙、坚果+咖啡、坚果+棒冰等风味坚果和“坚果+”的多元创新，引领坚果果干行业破界；作为辅食的坚果酱、坚果油、坚果粉、坚果糕等坚果深加工产品，开始自然地融入到各种日常食物中，以其独特的口感和丰富的营养价值日益受到消费者的青睐，创新成为坚果果干行业发展的主基调。

2024年全行业发扬开拓创新传承超越精神，第十七届坚果果干食品展览会暨采供大会的展览面积、参观人数、成交额、国际影响力均创新高，



由 18 个国家共同发布的 50 多场次高质量会议活动，助推全球坚果果干行业高质量发展；2024 年“9.17 坚果健康周”活动不仅线上线下融合办会，还通过动画、短剧等丰富多彩的形式、创意表演及专业又富有启发性的交流方式，增加了会议的趣味性和参与感，让消费者感受到坚果果干行业的蓬勃发展，激发了全社会对健康生活的关注与追求，“健康坚果普惠大众”新理念得到国内外同行的一致认同和好评。

2024 年，坚果果干行业积极响应国内国际双循环相互促进的发展格局，国际合作取得新突破。国际坚果及干果理事会（以下简称 INC）主席迈克尔·沃林为第十七届坚果果干食品展览会录制祝贺视频；国际展区来自近 20 个国家的近 70 家企业参展；中国企业与全球知名农场建立直采合作关系；作为中国坚果果干专业委员会执行会长单位，洽洽已经成为 INC 理事会成

员，三只松鼠又代表行业加入 INC 科学技术委员会，推进世界坚果果干产业的可持续发展，为共享全球发展机遇作出新的贡献。中国坚果果干行业正在融入全球坚果原料的格局当中，正是依托中国广阔的市场需求和国内国际的创新合作，助力坚果行业规模增长至 1800 多亿，中国成为全球坚果果干市场的重要组成部分。

胜景随春至，佳绩创新来，展望新的一年，坚果果干行业将面临更多的机遇与挑战。随着人们健康意识的不断提高，坚果作为营养丰富的健康食品，将迎来更广阔的发展空间。抓住未来 3-5 年坚果果干行业结构式创新的机遇，把握新的趋势、迎接新的挑战，助力坚果产业发展，是全体行业同仁“让坚果普惠大众”的必经之路。

2025 年，我们将继续坚守品质至上的理念，积极拥抱数字化时代，借助新兴渠道，加强宣传与推广，让更

多的消费者了解坚果、爱上坚果；加强与国内外市场的交流与合作，推动坚果果干行业的国际化进程，让中国的坚果果干产品走向世界。

2025 年，全行业将进一步扩大开放、深化合作、在引领创新等方面发挥更新更大的作用，着力办好第十八届坚果果干食品展览会。展会规模、精准成交率及国际化程度将再创新高，吸引全球超 30 多个国家上百家坚果果干企业和海外机构参加；新增“零食节令礼品馆”、原料辅料馆和现场采供对接区，为采供双方提供一站式采购与交流平台，促进产业链上下游企业的紧密交流与合作。

新的一年，坚果果干行业将如同一艘破浪前行的巨轮，在健康食品的海洋中扬帆远航。同仁们，让我们以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，踔厉奋发开新局，凝心聚力向未来，勇做“健康坚果普惠天下民众”的传播者、实践者和勤耕者。

让我们心手相连，为共同书写坚果果干行业更加辉煌灿烂的明天，为构建全球坚果产业命运共同体作出更新更好更大的贡献！





翁洋洋

爱你2025年！你知道吗？全地球的人对你的到来有你无法想象与估量希望与期望！我要敬祝我的祖国繁荣昌盛国泰民安！我要祝福每一个中国人、每一个家庭健康幸福！我要祝愿世界和谐和平！人类远离暴力、争斗、杀戮，让人类与地球所有生命相互依存，健康生存繁衍！爱你2025年！在这迎新的美好时刻，我的愿望是：担当传递光明、正能量的志愿者！担当健康坚果普惠天下民众”的实践者、传播者、勤耕者！

因为爱，心必修、心必正、心必鉴——我定忠于我的愿望与承诺！感恩岁月的恩赐定不负岁月！感恩苍天之护佑定不负苍天！爱你2025！让我们拥抱你、珍惜你、关爱你！让我们与你同行一起开创新更高更加美好的未来！

一年的时光又在不经意间悄然而过，时间不一定能证明许多东西，但是一定会看透许多东西，越来越发现，照顾好自己，不给别人添麻烦，是成长重要的一步。龙年是我的本命年，都说本命年要么很好要么很不好，上半年的我确实不太好，身体不好，心情也不好。自己学着去改变，学着去调整，不好的事情少去想，不去想，慢慢会发现，其实一切还好，没什么过不了的坎。过一年大一岁，现在这个年龄，很多事情都不应该去计较，我们谁也没办法活成人人都满意的样子，所以不要把自己搞得太累，多做喜欢的事，多跟喜欢的人说话，好好吃饭，好好睡觉，好好活着！人生还有很长的一段路要走，虽然生活有太多的无能为力和无可奈何，但是只要努力一点、开心一点、想的开一点，面前的路会更平坦。只要做好我能做的，我相信一切都会好的！



杨倩



张蕾

《还珠格格》知名作家琼瑶走了...熟悉的世界在一点点消失。我们也开始慢慢变老，我们这代人啊，点过煤油灯看过黑白电视，洗着脚看完天气预报，看过连环画，骑过二八杠。拿着玉米杆当甘蔗吃，在村口偷过瓜，钻过麦田，逮过蚂蚱。这一切仿佛就在昨天，却已经成为了遥远的回忆。小时候画在手腕上的表，从来也没有走过，却带走了我们美好的时光，小时候小卖铺的东西都想买，但是口袋里空空如也，长大以后商场里的东西都能买，却不知道买什么能快乐，小时候哭着哭着就笑了，长大以后笑着笑着就哭了...

生活以各种方式刁难我们每一个人，它不会放过谁。但想明白后发现这不正是游戏通关嘛，每闯过一关，我们不仅在技能上得到提升，更重要的是，我们的心智也变得更加坚韧，胸怀更加宽广。我们不妨将生活中的挫折与磨难视为成长的契机，勇敢地迎接每一个挑战，他们最终都将化作我们内心的力量，让我们在面对未来的风雨时，更加从容不迫，豁达开朗。



张淑芳



王艺博

最近读完《非暴力沟通》，这是一本关于有效沟通技巧的书籍，它提供了一种全新的、以理解和尊重为基础的交流方式。书中详细阐述了如何通过观察、表达感受、明确需求和提出具体请求，来避免沟通中的误解和冲突。

非暴力沟通的核心在于倾听与理解。它强调在交流中保持客观，避免主观臆断和情绪化的反应，从而能够更准确地把握对方的立场和需求。同时，通过清晰地表达自己的感受和请求，也能够减少误解和不必要的争执。

此外自我慈悲和对他人的慈悲在沟通中也非常重要。沟通中不仅要关注对方的感受，也要学会接纳和关爱自己。这种自我关怀和对他人的关怀，有助于建立更加和谐的人际关系。



王欣

《肖申克的救赎》里有这样一句话：总有一天，你会笑着说说出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。

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，照顾好内心的自己，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。

龙年即将画上圆满句号，而新的一年——蛇年正悄然临近，龙蛇交替，寓意着智慧与灵性的传承，正如坚果行业在创新与传统的交织中不断前行。

我们一年一度的坚果展会正以一种前所未有的热情与活力，紧锣密鼓地展开宣传攻势。这不仅仅是一场展会的筹备，更是对未来无限可能的一次深情邀约。

每一年的成功就意味着下一年要更好，这不仅是组委会每位成员的智慧与汗水，更是每一位热爱坚果行业同仁的执着与奉献，这份成功，是团队精神的胜利，是行业共识的结晶，更是我们共同梦想的照进现实。

新的一年，我们将迎来更多的机遇和挑战。希望我们能够保持开放的心态，勇敢地面对未知的未来。加油！



刘建屏



赵斌

冬天里的好心情，是我们可以慵懒的坐在沙发上，品味着热茶的香气，感受难得一刻的温暖阳光，听着窗外飘落的雪花发出的微妙声音。

冬天里的好心情，是我们能一个人静静地独处一会儿，有时间去回顾过去一年的点点滴滴，去感受那些给予我们帮助和支持的人，也可以思考新一年的目标和期望。

冬天里的好心情，是我们能陪孩子看看电视，和爱人说说话，和父母谈谈心，一家人围坐在餐桌前品尝丰盛的午餐，无论外面外面如何风吹叶落，我们都可以享受这份难得的欢笑。

冬天里的好心情，是我们在休息的时候拉着朋友去逛街，去爬山，去溜冰，去唱歌，无论寒风呼啸，一顿火锅足以让我们忘记烦恼。

冬天里的好心情，是一个让人拥有感受到温暖和希望的地方。无论世界如何寒冷和残酷，只要我们心中有温暖，就一定能够度过寒冷的冬天，迎接美好春天的到来。

人生发展的四个维度

——高度、深度、宽度和温度



迷茫是许多人的常态，成为自己，既需要智慧，也需要勇气，很多人会卡在第一步，从哪开始？这篇文章，希望可以给你启发。

其实人生是有多重维度可以提升的，一起来看看人生发展的四个维度——高度、深度、宽度和温度，从任何一个维度出发，我们都可以为自己的人生找到新的方向和动力。

高度——设定人生愿景

把视线放得更远，从未来可能达到的高度着眼，然后回望现在，思考如何布局才能逐步实现这些愿景。这种以终为始的思维方式帮助我们在迷茫中找到方向，为自己的行动提供清晰的指导和动力。正如登山者眺望山顶，虽然路途遥远且充满挑战，但明确的目标使他们不畏艰难，坚定前行。

深度——在专业领域中追求卓越

深度关注于在特定领域或技能上达到精通的境界。这不仅仅是关于找到自己的优势所在，更关键的是如何发挥、沉淀并最终引爆这些优势。在一个领域内深耕细作，可以使我们在专业上更具竞争力，也更容易获得成就感和自我实现。通过不断学习和实践，我们可以在所选领域内建立自己的权威，成为不可替代的专家。

宽度——构建可迁移能力

宽度指的是能够将一个领域的知识和技能迁移到其他领域的的能力。这种跨界的能力使我们在面对变化和挑战时更加灵活和适应。通过扩展自己的技能和知识面，我们不仅能在当前的职业生涯中找到更多的机会，也能为未来可能的转变做好准备。宽广的视野和多样的能力是现代社会中不可或缺的生存技能。

温度——活出情感的价值

我们每个人，都不是冰冷冷的个体，而是能够散发温度的灵魂。我觉得“温度”可以理解为我们能影响周围人的程度，是情商，是趣商，是每个人深藏在表面之下的独一无二的特质；是协同，是管理，是领导，不仅能燃烧自己的热情，还能点燃周围人的激情。GOBE一直号召大家创建自己的个人品牌，通过品牌扩大自己的影响力，让周围更多的人跟你同频共振，让我们所处的这个世界成为我们想要的模样。

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



目录

新年贺词

03 把握时代创新机遇，推动中国坚果果干行业健康发展

05 编辑部心情驿站

品位人生

06 人生发展的四个维度——高度、深度、宽度和温度

热点关注

12 迎新纳福，坚果果干行业开启新征程！

——坚果果干行业新年寄语

产业经济

20 快消行业从“卖方时代”走向“买方时代”

专家视点

22 坚果果干产品消费趋势洞察

产业链

市场 26 坚果果干产品抢占年货市场先机迎销售高峰

27 三只松鼠短视频时代的成长之道！

产品 28 “舌尖上的坚果”百草味本味甄果（每日坚果）

设备 29 云南奥福：开启坚果加工新时代

辅料 30 草本调味料在坚果中的应用研究

种植 32 优质、高结实率白籽向日葵新品种
“双星 20 号”的选育

行业信息

36 《熟制与生干葵花籽和仁》等三项全国行业标准，
延期到 2025 年 4 月 1 日起实施

36 洽洽食品扩产能破增长瓶颈

36 沃隆食品隆森新项目在青岛胶州湾综保区开工



- 37 百草味“本味甄果每日晚安坚果”
与“每日坚果5黑款”获行业大奖
- 37 从东南亚到欧洲，来伊份助力消费者“叩开”美好生活大门
- 38 撬动百亿产业！亚洲最大的坚果加工总部落成
- 38 去柬埔寨种榴莲！陈氏阳光投资柬埔寨榴莲，2500亩
基地建设
- 38 首份中国 - 塞尔维亚自贸协定签证货物为出口葵花籽



世界之窗

- 40 2024/25 年度美国葵花籽产量将降至历史新低
- 40 2024/25 年度全球葵花籽油和菜籽油供应紧张
- 40 津巴布韦夏威夷果出口量达五年峰值
- 40 巴旦木产量预期上调，中国进口将达 13 万吨
- 41 全球开心果消费达 100 万吨，中国进口量翻倍！
- 41 今年前 10 个月柬埔寨向越南出口 79 万吨腰果，
创收 11.1 亿美元
- 41 科特迪瓦：腰果产量约 110 万吨 世界排名稳居第一
- 41 缅甸蒙育瓦地区雨季葵花籽获得高产



企业管理

- 42 从巴彦淖尔到瓜子界“爱马仕”三胖蛋正用数字化
驱动成长
- 44 中小坚果果干企业如何抓增长运营与经营



科技标准

- 46 海关总署公告 2024 年第 178 号（关于秘鲁碧根果输华
检验检疫要求的公告）



营养与健康

- 47 秋冬季，请让这些“护心使者”加入你的健康餐盘
- 48 杏仁多项好处征服你



CNTENTS

New Year's greetings

03 Embrace the innovative opportunities presented by the times and foster the healthy growth of China's Nuts and Dried Fruits industry.

05 Soul Station of Editorial Department

Experience the life

06 The four dimensions of personal development: height, depth, breadth, and warmth.

Hot Spots

12 With Blessings for the New Year, the Nut and Dried Fruit Industry Embarks on a New and Promising Journey!
——Greetings for the New Year from the Nut and Dried Fruit Industry

Industrial Economy

20 The fast-moving consumer goods industry is undergoing a transition from the 'seller-dominated era' to the 'buyer-centric era'.

Expert Perspective

22 Insights into Consumption Trends of Nut and Dried Fruit Products

Industrial Chain

- | | |
|--------------------|---|
| Market | 26 Nuts and dried fruit products are seizing the opportunity in the New Year's market, embracing the upcoming sales peak with enthusiasm. |
| | 27 The Growth Path of Three Squirrels in the Short Video Era |
| Product | 28 "Nuts on the Tip of Your Tongue"—Baicaowei's "Original Taste Zhen Guo" (Daily Nuts) |
| Equipment | 29 Yunnan Aofu: Pioneering a New Era in Nut Processing |
| Accessories | 30 Research on the Utilization of Herbal Spices in Nut Products |
| Plant | 32 Breeding of a New Variety of High-Quality Sunflower with High Seed Set, featuring White Seeds, "Shuangxing No. 20" |

Industry Information

- 36 The implementation of three national industry standards, including "Matured and Dried Sunflower Seeds and Kernels," has been postponed to April 1, 2025.
- 36 Qiaqia Food has augmented its production capacity in a bid to overcome growth constraints and achieve further expansion.
- 36 Wolong Food's Longsen New Project has commenced construction within the Jiaozhou Bay Comprehensive Bonded Zone in Qingdao.

- 37 The Baicaowei's "Original Flavor Zhen Guo Daily Goodnight Nut" and "Daily Nut 5 Black Styles" have garnered widespread industry accolades.
- 37 From Southeast Asia to Europe, LYFEN is empowering consumers to "knock on" the door to a better life by providing high-quality products.
- 38 Capitalize on the billion-dollar industry potential! Asia's largest nut processing headquarters has been successfully completed.
- 38 Chen's Sunshine has ventured into Cambodia to cultivate durians, with a sprawling 2,500-acre base currently under construction.
- 38 The inaugural export of visa goods under the China-Serbia Free Trade Agreement comprises sunflower seeds, marking a significant milestone in bilateral trade relations.

Window of the World

- 40 The production of sunflower seeds in the US is projected to hit a historic low in the 2024/25 season.
- 40 Global supplies of sunflower oil and canola oil are anticipated to be tight in the 2024/25 season.
- 40 Zimbabwe's macadamia nut exports have attained a five-year peak.
- 40 Almond production forecasts have undergone an upward revision, with China's imports anticipated to reach 130,000 tons.
- 41 Global consumption of pistachios has reached 1 million tons, with China's imports experiencing a doubling.
- 41 Cambodia exported over 790,000 tonnes of cashew nuts to Vietnam in the first ten months of 2024, generating \$1.110 billion in revenue
- 41 Ivory Coast: The country ranks first globally with a cashew production of approximately 1.1 million tons.
- 41 The sunflower seeds in Monywa, Myanmar, achieve high yields during the rainy season.

Business management

- 42 From Bayannur to becoming the "Hermès" of the melon seed industry, Sanpangdan is leveraging digitalization to fuel its growth.
- 44 How small and medium-sized nut and dried fruit enterprises can prioritize growth, operations, and management

Laws and regulations

- 46 Announcement No. 178 of 2024 issued by the General Administration of Customs of the PRC (Announcement on the Inspection and Quarantine Requirements for the Export of Peruvian pecan to China)

Nutrition and Health

- 47 During autumn and winter, invite these "heart-guarding ambassadors" to join your healthy menu.
- 48 The myriad benefits of almonds will undoubtedly win you over

恒康食品
 HENGLKANG
 专注高端坚果炒货28年



品质坚果
 心福口福

心年礼



迎新纳福，坚果果干行业开启新征程！

——坚果果干行业新年寄语

日月不肯迟，四时相催迫，转眼已到岁末年初。过去的一年，全国坚果果干行业，始终坚持稳扎稳打、努力进取，在全行业精诚团结、共同努力下，“2024’第十七届坚果果干食品展览会”和“2024年9.17坚果健康周”活动都取得前所未有的圆满成功，推动全行业持续健康发展。

2025年，中国坚果果干行业还将继续戮力同心、赓续发力，为实现中国坚果果干行业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下，呈现着中国坚果果干行业发展的美好愿景，也预示着中国坚果果干行业将同全球同行广度拓展、深度延伸，更深融合促进互利共赢。

静宁见春，祉猷并茂。在这个美好的时刻，坚果果干行业的同仁们似乎感慨颇多。让我们一起来听听他们的心声！



翁洋洋

在这辞旧迎新的美好时刻，中国坚果果干行业迎来了更新、更好、更高的2025年！谨向全国及侨居世界各地的坚果果干行业同仁，向新年坚守生产、市场一线同仁们，致以热忱的慰问及崇高的敬意；衷心祝福国内外全体同仁及家人们，在新的一年里，身体健好、生活安好、事业美好！

同时让我们共同祝愿伟大祖国繁荣昌盛国泰民安！祈愿世界和谐和平！人类健康生存繁衍！

2025年，中国坚果果干行业将进一步扩大开放、深化合作、在引领中国乃至全球坚果果干行业创新发展发挥更新更大的作用！

全体同仁们，让我们以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，踔厉奋发开新局，勇做“让健康坚果普惠天下民众”的实践者、传播者和勤耕者。

让我们心手相连，为中国坚果果干行业更加辉煌灿烂的明天，为构建全球坚果产业命运共同体作出更新更好更大的贡献！



宋佰春

岁聿云暮，一元复始。

人生海海，山山而川。朝阳与东风共起，落霞同晚风相遇。挺立潮头，方知浪高风急；登高望远，才见云阔天高。过去的一年，我们乘风破浪，共同见证了坚果果干行业的持续健康发展。2025年，我们继续扬帆起航，砥砺前行，共同谱写新篇章。

祝大家在新的一年里，万事顺逐，大展宏图！祝行业发展再上新台阶！



陈居立

新年伊始，万象更新。辞旧迎新之际，我们感恩过去一年的成长与收获，我们憧憬未来的希冀与展望，但我们更需要的是，迎接和挑战百年未遇的骤变与惊涛骇浪。

河出潼关，因有太华抵抗，而水力益增其奔猛；风回三峡，因有巫山为隔，而风力益显其怒号。

民族复兴的伟大梦想，不会因艰难险阻而减损成色，只会砥砺淬炼而更显炫目。

我们坚信，在一片翻腾的江海中，总会有奋勇者擎旗引领开垦出新的蓝海。我们至诚地希望，在行业协会的引领下，大家都成为这片蓝海的弄潮儿！



郁瑞芬

亲爱的坚果果干行业同仁们：

祥龙辞岁，金蛇起舞。在这新的一年，我衷心祝愿大家新年快乐，万事顺遂！

过去一年，我们共同见证了坚果果干行业的坚韧与活力，市场需求持续增长，创新产品不断涌现。新的一年，机遇与挑战并存，让我们携手共进，继续深耕品质，严格把控原材料采购和生产加工环节，为消费者提供更安全、更美味、更营养的坚果果干产品。

同时，我们要紧跟消费趋势，加大研发投入，推出更多符合消费者口味和需求的新品。此外，还要积极拓展销售渠道，线上线下融合发展，提升消费体验。

来伊份愿与大家一起，在 2025 年继续努力，共同推动坚果果干行业迈向新的辉煌，为消费者的美好生活增添更多滋味！



方勇

岁月不居，新年将临。在这辞旧迎新之际，谨向每一位辛勤耕耘的同仁致以最诚挚的新年祝福！

过去一年，我们并肩同行，共克时艰。从源头把控品质，于市场拓展销路，让坚果果干的美味与营养走入万千家庭。科技赋能，创新产品形态与包装，提升产业竞争力；品牌塑造，讲好行业故事，展现有机、健康新形象。

新的一年，有机遇亦有挑战。愿大家坚守匠心，精研工艺，严选原料，为消费者奉献更优质、多元的产品。加强合作交流，整合资源，携手探索新市场与业态，让坚果果干在全球舞台绽放光彩。

岁月流金，初心如磐。让我们以梦为马，不负韶华，用汗水浇灌希望，凭实干铸就辉煌，共同开创坚果果干行业的崭新篇章！



杨国庆

星河长明，征程不息，值此 2025 新年之际，我谨代表青岛沃隆食品股份有限公司向中国坚果果干行业各位同仁致以最诚挚的祝福，愿大家皆能顺遂无虞，万事胜意。

回首 2024，沃隆恪守“品质为基”准则，秉持创新与品质的双轮驱动，在坚果行业奋发蹈厉、探索创新。展望 2025，沃隆将以更加开放的态度，持续探索坚果行业新趋势，于变革中寻求机遇，在挑战中稳健前行，不断推动行业发展。

道虽远，行则将至；事虽艰，做则必成。沃隆愿以匠心品质为舵，以创新坚守为帆，与国内外所有同仁继续携手合作，共谋共赢，共谱新篇章！



周卫良

2024年是中华人民共和国成立75周年，75年沧桑巨变，中国从一穷二白到全民实现小康社会，我们坚果果干行业协会更是从无到有，从小到大，从弱到强，发展壮大而来，走过了18个春秋，涌现出了一批又一批的优秀企业和企业家精英，促使了整个产业链的蓬勃发展，为国家和社会作出了应有的贡献，2025年春节即将来临，衷心祝福伟大的祖国繁荣昌盛！祝全国人民幸福安康！祝中国坚果果干行业协会越办越好！祝协会同仁们蛇年吉祥！万事顺意！



吕金刚

祥蛇纳福，瑞彩临门。值此新旧交替的欢庆时分，徽记食品向中国食品工业协会坚果果干专业委员会及全体行业同仁送上诚挚的新年祝福！

回首2024年的“龙行大运”，我们豪情满怀；展望2025年的“蛇舞吉祥”，大家信心百倍。在过往的岁月里，全体行业同仁于推广健康坚果果干饮食、助力全民营养提升之途奋力前行，为推动中国坚果果干行业稳步发展立下汗马功劳。

征程万里风正劲，重任千钧再出发。新的一年，愿我们携手共进，无畏艰难险阻，勇攀行业高峰，共同把握新契机，迎接新挑战。

蛇舞新春，坚守初心，衷心祝愿协会及全体行业同仁新岁里，事业如参天巨树，根基稳固，繁荣昌盛，似丰硕坚果，质地坚实，颗粒饱满，于行业浪潮中领航前行，再创辉煌！



肖霖

值此新年之际，我谨代表百草味，向中国食品工业协会坚果果干专业委员会及全体会员单位致以最诚挚的问候和美好的祝福！

过去的一年，面对复杂的市场环境和诸多挑战，我们在协会的引领下，全体同仁齐心协力，共同推动了中国坚果果干行业的稳步发展。百草味作为协会的一员，深感荣幸，并感谢协会给予的支持与帮助。正是在大家的共同努力下，我们不仅在产品质量、技术创新、市场拓展等方面取得了显著成绩，还进一步提升了行业的整体竞争力和社会影响力。

新的一年，我们将继续秉持“品质至上、创新驱动”的企业理念，积极参与协会的各项活动，加强与会员单位的交流合作，共同推进行业的高质量发展。我们将继续加大研发投入，推出更多健康、美味的坚果果干产品，满足消费者日益增长的需求，努力为行业发展贡献更大的力量。

在此，衷心祝愿协会在新的一年里，各项工作再上新台阶，行业蓬勃发展，会员单位业绩蒸蒸日上！

最后，祝大家新年快乐，身体健康，事业顺利，家庭幸福！



陈俊兴

值此新春佳节之际，我谨代表中国食品工业协会坚果果干专业委员会，向每一位同仁、每一位合作伙伴以及所有关心和支持坚果行业发展的朋友们，致以最诚挚的节日问候和新年祝福！

回顾过去的一年，坚果行业在变革中前行，在创新中发展。我们共同见证了市场的风云变幻，也共同经历了行业的起伏跌宕。但正是这些挑战和机遇，激发了我们不断进取、勇往直前的动力。我们坚果行业同仁们团结协作，不仅实现了行业的稳步增长，更在品牌建设、市场拓展、科技创新等方面取得了显著成果。

展望新的一年，我们将继续秉承“质量第一诚信为本”的原则，不断提升产品质量和服务水平，满足消费者的多元化需求。同时，我们也将加强行业自律，推动产业升级和转型，共同打造坚果行业的良好形象和品牌形象，共同推动坚果行业的创新与发展，为行业的繁荣与进步贡献更多的智慧和力量。

最后，祝愿大家在新的一年里身体健康、家庭幸福、工作顺利、事业有成！让我们携手并进，互利共赢，共同开创坚果行业更加美好的未来！

大家好，我是夏果妈妈陈榆秀。蛇年到，福气饶，新春伊始，我代表云澳达集团祝全体协会成员新春快乐、身体健康、工作顺利！

过去一年，行业蓬勃发展，通过优质的坚果产品推广营养健康的生活理念。2025年，让我们继续联袂并肩，为坚果产业发展注入新活力，促进整个行业的创新和进步。让高品质、高营养价值的坚果产品走进千家万户，引导人们养成良好的饮食习惯，为构建健康中国贡献一份力量。

健康生活坚果伴，愿新的一年巳巳（事事）如意，生生不息！



陈林芳

风雨之中初心如磐，激流之中奋勇向前。回眸携手共进的2024年，在各级领导的正确指导下，在协会的统筹引领下，在各成员单位的拼搏努力下，我们积极承担社会责任、引领产业发展、保障食品安全，为我国坚果干果产业的持续发展注入了不竭力量。

日新求进，天道酬勤。2025年，我们站在新的历史起点上，唯有踔厉奋发、笃行不怠，方能不负历史、不负时代、不负人民。希望所有行业同仁以坚如磐石的信心、只争朝夕的劲头、坚韧不拔的毅力，为我国经济发展献计献策、贡献力量，共同谱写坚果果干产业高质量发展的亮眼篇章！

最后，诸暨市陈林食品有限公司衷心期望2025年在合肥举行的中国坚果果干食品展圆满成功。衷心祝愿各位同仁在新征程上诸事顺利、事业兴旺、财运亨通！



陈榆秀



陈湘婷

尊敬的坚果果干行业同仁：

岁末钟声近，我们喜迎2025年。作为河南省坚果炒货商会会长及三支梅贸易掌舵人，我谨代表商会及三支梅，向全体会员企业及行业奋斗者们致以最诚挚的新年祝福。

回首2024，在新的经济周期下，消费者对“消费习惯进行了重置”，更追求质价比，希望产品能集美味、健康、快捷等各种需求于一身，对情绪价值的需求攀升，并进一步拥抱中国传统文化；面对消费需求的变化，坚果果干企业纷纷加强了产品创新，积极找寻适合的差异化竞争策略，同时，开始用数字化赋能渠道改革，通过全渠道、立体化的销售网络，充分覆盖潜在消费者并适应不同的购买习惯。

展望2025，希望坚果果干企业坚持创新与高品质并重，强化品牌建设及绿色发展理念，通过深化合作和人才培养，共同推动坚果果干行业的高质量发展。

最后，祝大家新年快乐，万事如意！



何源

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

众所周知，坚果果干食品以其天然、绿色、健康的优势，逐渐成为人们美好生活不可或缺的一部分，所以行业前景相当广阔。在过去的一年，我单位积极地参加合肥坚果干果展、9.17中国坚果健康周等活动。在活动中，我公司勇于争先，并积极地与其他同行沟通交流，起着良好的模范带头作用。接下来我们即将迎来崭新的一年。新的一年，我们将继续秉承“品质为先，健康至上”的原则，不断创新，精益求精。何字食品将以更加饱满的热情和坚定的决心，为消费者提供更多元化、更高品质的食品，推动行业的持续健康发展。让我们携手共进，共创坚果果干行业的美好未来！



何旭东

祥龙辞旧岁，金蛇迎新春。值此新春之际，武汉旭东食品有限公司向全国坚果果干行业的同仁及家人们致以最诚挚的新年祝福！

明年是坚果果干专业委员会成立二十周年，这二十年我们是行业发展的见证者，行业建设的参与者，也是行业发展成果的受益者！让我们携手并肩，在2025年续写华章，共创辉煌！

祝愿各位朋友如鲲鹏展翅，扶摇直上，以创新为翼，以品质为基，乘时代东风，实现跨越发展。

祝愿行业春园盛景，万紫千红，齐心共铸，携手奋进，为民族复兴贡献力量。

祝愿伟大祖国山河锦绣，繁荣昌盛！让我们心怀爱国之情，力行报国之志，共同铸就中华民族伟大复兴的中国梦。



徐长海

各位同仁、挚友们：

祥龙回首留胜景，金蛇起舞贺新程。我谨代表广东省坚果行业协会、新疆天仁食品有限公司、新疆雪白仁农业科技有限公司向坚果果干专业委员会全体会员及家人致以最诚挚的祝福与美好的祝愿。

回首往昔，“红头”与“雪白仁”品牌的影响力稳步提升，已稳占据市场一席之地，我们不仅保持了瓜子初加工与销售领域的领先地位，还拓展了线上市场和国际市场，红头瓜子的每一颗果实都承载着对品质的不懈追求和对消费者的深情厚意。广东坚果产业在全体会员的共同努力下，取得了长足进步。我们见证了粤式坚果美食的传承与创新，也感受到了广东作为改革开放前沿阵地的蓬勃活力。

展望蛇年，我们将继续秉承“敬天爱仁、知行合一”的企业精神，不断创新，拓宽市场。愿我们每个人都能在这片充满希望的土地上，继续书写红头瓜子，雪白仁瓜仁的辉煌篇章，为广州坚果行业贡献更多力量。祥龙展翅千秋业，金蛇呈祥万代兴，龙年的风云变幻，蛇年的希望曙光，一切都会变得越来越好！



徐建兴

万象更新，华章日新。值此辞旧迎新之际，三胖蛋食品向全体行业同仁、各界挚友，致以最诚挚的新年祝福！

过去一年，我们携手奋进，于农业沃土里深耕细作，见证坚果果干汇聚而成的磅礴能量，丰富百姓的健康膳食选择，为乡村振兴注入强劲活力，串起广袤田野与万千家庭，化作消费者舌尖上的安心与满足。

新程开启，使命在肩。新的一年，三胖蛋会继续躬耕土地播撒良种，持续发扬“全产业链”的核心竞争力，种好瓜子，炒好瓜子，践行中国坚果果干行业品质标准，以更高站位锚定行业发展航向，用科技赋能种植，让每粒果实饱吮大地精华；以匠心雕琢工艺，炒制出绿色、优质的放心产品，持续为消费者提供更高品质的三胖蛋食品，持续为坚果行业良性发展贡献价值。

三胖蛋，大吉大利大瓜子，吃大瓜子，过大年。衷心祝愿全体同仁年“富”一年，越嗑越有，越做越大！



高光伟

尊敬的松籽行业同仁、合作伙伴及广大消费者：

回顾往昔，硕果累累。过去的一年，是松籽行业充满挑战与机遇并存的一年。面对复杂多变的市场环境，我们携手并进，以坚韧不拔的精神和不断创新的态度，共同推动了行业的持续健康发展。

展望未来，信心满怀。新的一年，我们将迎来更多的机遇与挑战。随着消费者对健康食品需求的日益增长，松籽作为天然、营养丰富的食品，其市场潜力巨大。我们将继续秉承“质量第一、诚信为本”的原则，不断提升产品品质和服务质量，努力满足消费者的多元化需求。

值此新春佳节之际，我谨代表梅河口市松籽协会，向辛勤耕耘在松籽行业的每一位同仁致以最诚挚的问候和最美好的祝愿。愿新年的钟声敲响之际，为您带来无尽的喜悦与希望，也为我们共同的事业翻开崭新的一页。

最后，衷心祝愿大家新春快乐、身体健康、阖家幸福、事业有成！

机遇蕴涵出色，创新成就伟业，2024年我们立足自身实际，抢抓机遇，于复杂中破局，在变化中开新，书写了朗瑞（SRT）机械的精彩篇章。

春华秋实，岁月更迭，站在时间的交汇点上，回首是奋斗的华章，向前是光明的未来。2025年我们将勇于科技创新、强化数字赋能、完善产品与服务、提升核心竞争力。朗瑞（SRT）机械期待与各位同仁携手并进、发挥优势、各展所长，汇众智、聚众力，推出更多符合健康需求的产品，为消费者带来美味与健康，共为坚果果干事业做出新贡献。



周秉军

致坚果行业同仁：

在这辞旧迎新的美好时刻，我仅代表梅河口冠林土特产品有限公司向松子行业全体同仁致以最诚挚的祝福。愿新的一年，松子行业的每一颗果实都蕴含着丰收的喜悦，每一片叶子都洋溢着绿色的希望。我期待与更多的合作伙伴建立更加紧密的战略合作关系，共同开拓更广阔的市场空间。愿我们的合作更加紧密，共同推动松子行业迈向更加辉煌的明天。最后，我衷心祝愿所有坚果行业的同仁们事业蒸蒸日上，家庭幸福美满。



王宝臣

值此2025年新年之际，我谨代表中科光电向所有坚果行业同仁、合作伙伴以及广大消费者致以最诚挚的新年祝福。

2024年，坚果果干行业整体健康发展，坚果果干食品展及9.17坚果健康周等活动在协会的精心运作下，市场规模持续扩大，参展品类不断丰富，品牌影响力日益增强。

2024年，中科光电也在一步步自我突破，全年发货量再创新高突破十亿大关，市场份额稳居全球行业前三。总装基地7月竣工投产后年产能突破一万台，总部大楼将于2025年新春破土动工，建成后将成为全球光电分选行业的技术创新中心。向“新”而行，以“质”致远！中科光电的快速发展得益于协会领导、行业同仁、合作伙伴的关爱支持，我们将以创新科技和品质产品为行业赋能，助推行业健康快速发展。

最后，衷心祝愿坚果行业在新的一年里蒸蒸日上、繁荣昌盛！愿所有同仁、合作伙伴以及广大消费者身体健康、阖家幸福、事业有成！让我们携手共进，共创坚果行业更加辉煌的未来！



刘宝莹

快消行业从“卖方时代” 走向“买方时代”

来源：新经销

零售渠道的变革一个接一个，不仅线上在卷，线下零售更卷，商超调改、零食店野蛮扩张等等。

品牌商今年的生意也不好做，过去被电商绑架，现在被新零售绑架。

经销商过去是被上下游挤压，现在在很多要被上下游抛弃，大鱼吃小鱼的趋势愈发明显。

不过在现状背后是：

1. 零售商底层的生存逻辑发生了变化
2. 品牌商在市场的的话语权被严重削弱
3. 经销商要重新定义在市场中的角色

一、零售商底层的生存逻辑 发生了变化

消费品行业有一句话叫做“谁离消费者更近，谁就更有话语权”。

在商品流通链条里，零售商是直接销售给消费者的最后一环，所以零售商的渠道中的话语权一直比较大，尤其是卖场、全国性 CVS 连锁等。

正是有这样的话语权，导致线下传统零售巨头一直都是高高在上。它们的经营逻辑，本质上不是卖商品，而是卖货架。

各种进场费、条码费、陈列费、促销费和各类店庆费再加扣点。谁能给得起费用，谁的商品就能上货架。

这种经营模式，直接导致的结果是，有限的货架位置，绝大多数被头部品牌买断了。

对消费者来说，到处都是同质化的商品，而且货架上的商品几乎和十年前没有太多的区别。即便有新品，



大多也是头部品牌的。

在商品供给不足、终端渠道比较集中的时候，消费者没有其他的选项，只能被动购买这些商品，这种经营模式确实能带来巨大的收益。

但是今天，商品的供给严重过剩，零售端的变革一个接一个。时代变了，“卖货架”走不通了，消费者不再买账。

早些年，这些传统零售商大多把生意不好做的“锅”甩给了线上。确实，各种电商平台的崛起对线下造成了一定的冲击。

但是，传统零售商自身的问题更大。

从近年来看，仓储会员店、零食店等零售新业态的崛起，说明不是消费者不愿意进店消费，而是传统的零售门店没有给到消费者一个进店的购买理由。

很多人认为这些新业态就是靠商品低价和大量白牌，来吸引消费者的。但这只是表象，底层逻辑是，商品流通效率优化和商品差异化。

比优特董事长在新经销大会上分享过一段话，“在传统超市和便利店，从工厂到全国各地的经销商，加价高达 20 个百分点，零售商再加 20 个百分点，最终到顾客手里的价格是 40 个百分点，比日本贵得多，也比线上贵。”

传统商超零售价高的根本原因，是商品流通效率低，加价率过高。而且因为各种各样的费用，导致货架上堆满了很少有人买的商品，变成了品牌商的广告宣传场地。

而我们看到的会员店、折扣店、零食店等新型零售，其实是通过商品流通链条效率的提高，来实现终端零售价的降低。同时这些新业态在选品上，不再是货架收费逻辑，而是站在消费者的视角，找上游厂家，找有质价比的商品。

当然，传统零售商也逐渐意识到这些问题。一方面，一些零售商开始进行商超调改，如中百、永辉等寻求胖东来帮扶，其中重点就是在商品结构上调整。

另一方面，一些零售商开始寻求裸采，取消一切前后台费用，取消退换货要求，超短结算账期，但要求与经销商同价，可自主调整零售价。

这种转变背后其实释放了一个信号，零售商的生存逻辑正在从过去“卖货架”向“卖商品”转变，从关注前后台费用，到关注供应链效率和商品本身。

二、品牌商在市场的 话语权被严重削弱

目前渠道越来越多，而且与消费者的联系越来越紧密，其话语权也随之增强，相较之下，品牌商越来越弱勢。

过去是以品牌为主导的分销体系，厂家通过 HBG 模式（大规模生产、大规模传播、大规模分销），在市场环境相对简单的时间周期内完成的崛起。

但是在今天，随着市场的变化，



以厂家为主导的渠道分销体系，已经逐渐无法适应当下的环境。

头部品牌商的市场话语权，也在变化中一点点被削弱。这里大致分为几个阶段：

第一个阶段：夫妻店加批发市场。

头部品牌通过深度分销模式，占据了绝对的话语权。

第二个阶段：连锁便利店和大卖场崛起。

大型连锁零售巨头占据了强势地位，但是由于其收取通道费的模式，头部品牌拥有强大的资金优势，仍然占据绝对的货架。

传统零售巨头和头部品牌是渠道体系下的合谋者，头部品牌仍然牢牢掌握市场话语权。

第三个阶段：平台电商、垂直电商、私域电商等电商平台崛起。

无限货架时代的开始，商品上架成本大幅降低，打破了传统零售商的盈利模式，使得众多中小品牌得以直接与消费者接触。

头部品牌的话语权被削弱，线上平台的话语权被加强。但平台仍然有各种各样的“通道费”，头部品牌仍然可以占据主导地位，有钱就可以“买流量”。

第四个阶段：新型零售商崛起，比如山姆、盒马、麦德龙，以及当下的零食店等。

它们开始真正关注消费者需求，通过现金选品和定制开发来主导供应链，而不再依赖通道费。

市场的话语权正在逐渐转移到“被消费者需要”的零售商更手中，品牌商的话语权在这个过程中被严重削弱。

消费者对商品的选择更加多元化、个性化，从愿意为品牌付溢价，到现

在更愿意买有质价比的商品。这种需求的变化，谁能更好的满足，谁就能在市场占据话语权。从目前来看，这些新型零售商正在做这件事。

透过现象看本质，其实是快消行业已经从“卖方时代”走向“买方时代”，从品牌主权向消费者主权转移。

在这个过程中，很多中小品牌、白牌、自有品牌反而找到了机会，好的商品能够出现在货架上，被消费者看到选择。

头部品牌的话语权被严重削弱的同时，也给了中小品牌、白牌、自有品牌发展的机会。

三、经销商要重新定义 在市场中的角色

每一次渠道变革，经销商都是最难受的群体。因为经销商处在一个中间位置，既被下游零售商挤压，也被上游厂家挤压。

基本上，“去掉中间商”的口号每过一段时间就会被提起。但过去经销商虽然难，更多的是受到线上的冲击，但是今天遇到的难不仅是线上，还有线下本地化的生意被不断切割。

首先，零售商的生存逻辑变了之后，经销商可做的生意变少了。过去很多连锁超市都是经销商供货，但是现在头部零售商寻求直供和裸价，要么切掉经销商，要么就是经销商基本没利润。

还有商超调改，其实就涉及到大量的供应商的汰换。甚至有些零售商直接抢经销商饭碗，比如有些连锁系统自己做商贸生意、做 B2b，给零售小店供货。

其次，依靠品牌势能能把货铺到终端就能赚钱的时代过去了。做大品牌不赚钱，但是中小品牌又对经销商的选品能力和运营能力要求很高。

甚至有些品牌也想抢经销商的生意，比如某品牌要切掉经销商仓配自己来做，还有某品牌启动做 B2b，给中小门店供货。

市场上需要的经销商越来越少，而且对经销商的能力要求越来越高。

所以，在这样的市场环境之下，经销商真的要重新定义自己在市场中的角色。

过去大多数经销商是做代理生意，是品牌导向，服务于品牌。给品牌商做市场，提供搬运、仓储、垫资的服务。

今天，市场仍然需要这样的服务，但是不需要这么多经销商来做品牌服务。

还有什么样的服务是需要经销商做的？目前在市场看到的，并且已经有经销商做成功的方向：

一类是区域 B2b 平台型经销商，给中小门店提供一站式的选品、运营和服务的。

新经销之前做过一个判断：品牌化、连锁化却将成为传统零售小店发展进化不可逆的趋势。

这样的趋势之下，中小门店生存其实面临了极大的考验。经销商可以通过完整的供应链服务和终端运营指导，帮助小店在连锁化趋势下活下来。既能以此强掌控网点，也能保持稳定的生意来源。

部分成熟的 B2b 平台型经销商，自身也开始下场做零售，比如做门店翻牌，直接下场做超市、零食店等等，向经销零售一体化发展。

一类是品类运营型经销商，深耕某个品类，通过多个品牌组合形成品牌矩阵—品类经销，为零售门店提供品类货架运营服务。

在上面提到的商超调改，其实很多零售商不懂货架怎么运营，不懂细分品类的运作，反而给了在品类深耕的经销商一些机会。

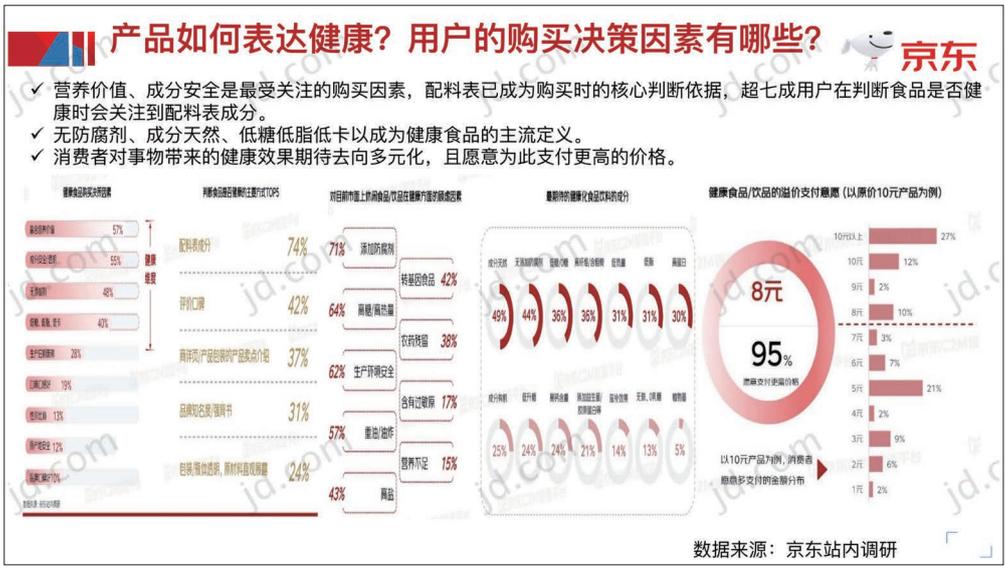
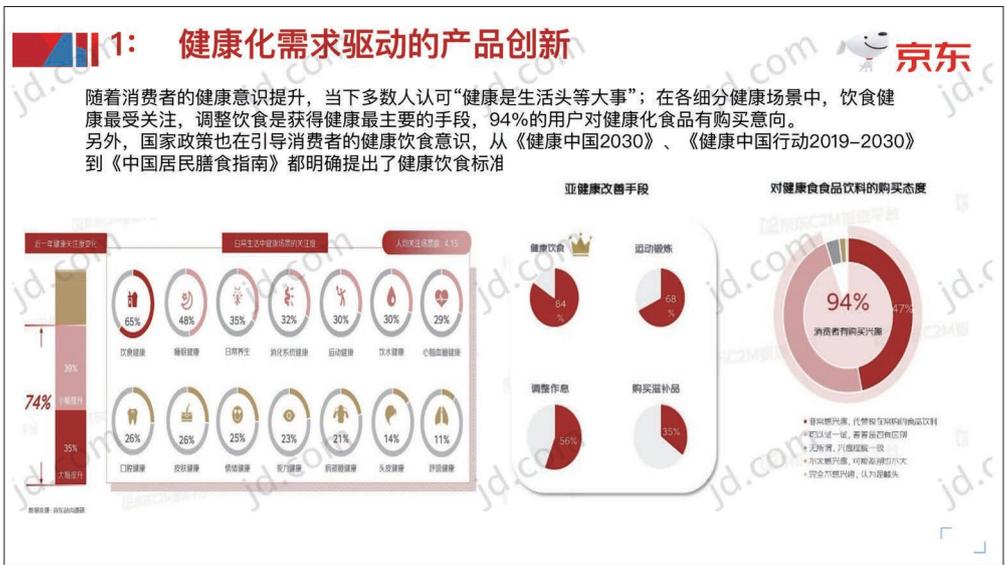
比如之前新经销报道的郑州大鹏商贸，通过在休食细分品类整组货架输出，生意还在持续增长。还有郑州的时之瑞，在日化品类，整组货架输出，等等。

市场其实一直都在，而且快消品相比其他行业，抗风险性相对较强。只不过是参与的人更多了，竞争压力大了，在倒逼这个行业中的所有角色都在进化。

零售商、品牌商、经销商，会一直存在在这个市场上，但最终每个角色中留下的是谁，终究还是物竞天择，适者生存。 

坚果果干产品消费趋势洞察





2: 多元化口味需求驱动的产品创新

在口味口感方面，消费者越来越追求多样化。坚果从原来的本味，开始向零食口味延伸，一些零食受欢迎的经典口味经过工厂创新，比如：芥末、黄油、黄瓜、焦糖等在坚果品类上重新焕发光彩。（以京东口味夏果搜索为例）

搜索原声	词语	热度	热度增长率
	芥末味夏威夷果仁	25809	▲16.14%
	夏威夷果芥末味	5706	▲4.68%
	山姆芥末味夏威夷果仁	5194	▲39.79%
	芥末味夏威夷果仁京东自营	2811	▲309.01%



3: 精细化场景需求驱动的产品创新

1. 《中国新消费产业研究报告》显示,消费者的理想生活不断趋向至真至善至美,场景化消费+用户体验将成为必然趋势。消费不仅是买产品,还包含体验、感受、氛围营造烘托等更多维度和更深程度的附加情绪价值。

举例

- 自带节日属性的节庆产品-每日都需补充的每日坚果-到孕妈哺乳-儿童成长的功能产品
- 小包装/袋中袋的坚果果干通过便携性、丰富的口味或者有趣的包装形式如盲盒、摇摇等，更适用于办公、野餐、短途出游等社交性场景
- 坚果棒等产品通过更加科学配比，满足健身减脂人群的能量所需。



亲友聚会 分享好味

蛋白质含量高达: 17.2g/100g

京东在行动

✓ 商品信息标准化、品质标签外露
(商详主图, 卖点, 成分表, 配料表、有机、0添加、原产地等优化配置)



2023中国农民丰收节新郑分会场暨好想你×京东农特产联合发布会

✓ 23年9月中国农民丰收节新郑分会场上，京东超市联合10大品牌发起蜜饯坚果干无添加联盟，带动行业健康有序发展,为消费者的食品安全护航。

坚果果干产品抢占年货市场先机迎销售高峰

2025年农历新年的脚步临近，消费行业正积极准备迎接传统消费旺季。在促消费政策利好的推动下，国内消费市场呈现出稳中有升的发展态势。休闲食品作为年货的热销品，有望吸引更多消费者。

对于春节年货，消费者的选择趋向多样化，人们对节日仪式感的愈加重视，让送礼需求不断增长。有品类调查显示，40.23%的消费者选择休闲零食这一较为实用品类作为春节礼品。基于此，近期，各大休闲食品企业通过调价举措、扩产备货、推出蛇年新品等方式，抢占年关消费市场先机。

扩产铺货积极备战年货旺季

近期，洽洽食品包头新厂顺利竣工投产。据了解，此次投产的包头新厂是洽洽食品的第11座工厂，占地114亩，预计年产葵花籽39000吨，坚果6000吨，将大幅提升北方工厂的产能和效益，辐射内蒙古、山西、甘肃、宁夏、新疆等区域。洽洽公司陈俊表示，包头新厂顺利投产，将为年货旺季的生产备货打下坚实基础。

早在9月底，徐福记在经销商大会上便抢先布局年货市场，发布了新年糖、花生酥、礼盒三大年货品类，并升级了包装与设计。业内人士认为，各大品牌都会在元旦和春节期间推出年货产品，按照企业以往正常的营销节奏，年货一般会提前3个月筹备到位。而徐福记通过提前布局，先于竞争对手发布新年糖产品，抢占年货节先机，形成“先入为主”的品牌印象，从而避免在年货招商的高峰期与众多竞争对手正面交锋。徐福记相关负责人透露，2024年春节时，徐福记遭遇了供货紧张的难题。目前生产进度已完成约95%，整体生产量相较于去年有了显著提升，力求避免再次出现缺货现象。

旺旺集团相关负责人表示，12月初，公司就已经开始铺货陈列，抢占各大卖场醒目的位置进行大量陈列，将持续销售到2025年元宵节。同时，各地经销商也会每天巡查补货，售卖时间近两个月，争取营收最大化。其中，旺旺大礼包会采取多渠道并举的方式，尽可能满足消费者的购买需求。线上利用电商平台如天猫、京东等，进行产品推广和销售；线下会在大型超市等终端陈列吸引消费者。

盐津铺子方面表示，岁末年初通常是休闲食品的传统销售旺季，结合今年的农历春节，预计销售旺季将从12月中旬持续到明年1月下旬。公司已启动了年货季仓库备货，以确保充分满足年货季期间的市场需求、消费者需求。

劲仔食品也将在元旦和春节期间开展线上线下联动营销活动。线下，公司将开展万场规模的品牌营销活动，包括主题店打造、迷你秀、品牌活动、试吃推广等，营造良好的节日氛围和购物体验；线上，公司将发力抖音、天猫、京东等平台，积极参与各平台主题营销活动，加强直播带货，布局内容电商，并积极做好备货，提升物流效率，推动线上线下同频共振。

好想你此前也在券商策略会上披露，公司正在全力备战销售旺季，销售情况良好。在产品端，一方面是聚焦，通过对全部SKU逐一梳理，聚焦创量创利产品，制定产品清单，提升核心产品运营管理效率；另一方面是创新，打造高品质、高价值红枣礼赠产品。同时，公司还推出了多种DIY、福利礼产品，满足消费者多样化、便捷化的消费需求。在组织端，为了适应渠道变化，深度发展全渠道战略，确保实现公司战略目标，公司成立了福利礼战队，旨在积极挖掘福利礼场景消费者需求。



蛇年春节礼盒推陈出新

面对即将到来的蛇年春节，各大品牌纷纷上新年货礼盒。无论是电商平台，还是线下商超，旺旺集团、来伊份、百草味等品牌都有多款礼包、礼盒在热卖。

旺旺集团在近日财报中表示，2024财年下半年春节销售旺季，集团将推出融入金蛇福旺元素包装的多款年节礼包；来伊份在公众号中连续发布多款年货礼盒信息，品类涵盖坚果、肉食等，售价在数十元至数百元之间；同时，乐事也官宣推出10余款新春礼盒或礼包，包括全家桶、福乐桶、宫灯礼盒、财神帽礼盒等。

百草味对“年的味道”“坚果有礼”及量贩罐装坚果三大系列进行了全面革新。礼盒设计上，百草味巧妙融入了舞狮、打铁花、花灯祈福等非遗元素，不仅强化了年味心智，更在审美与情感上与消费者产生了共鸣。多款精美礼盒如鸿瑞礼、吉祥礼、迎福礼等，均蕴含着丰富的文化底蕴与节日氛围，为消费者提供了多样化的选择。洽洽食品近日在投资者互动平台表示，公司的年节礼盒在线上平台和线下多渠道均有销售，并提供礼盒定制化服务，以便快速高效地满足客户的需求。公司也同多家食品企业共同推出联名礼盒，满足消费者年货多样化需求。

三只松鼠短视频时代的增长之道!

本文选自《FBIF2024-2025 食品饮料创新报告》

虽然说流量的红利确实不在了，但是在每个时代还是有一些可以去抓住的流量。无论是不是创业公司，总要找到第一波流量才能帮助你活下来。在抖音、拼多多这种新兴渠道里我们看到了大量白牌，对他们来说这就是一波新的流量红利。为什么过往一些大型企业前几年没有反应过来，因为模式已经根深蒂固了，看不到这些新的变化背后到底在发生什么。

对于这些工厂很简单，可以从工厂生产出来直接发货给到消费者，一个订单不管是3.9元、5.9元、6.9元都能做，这是以往在大型企业各种成本核算下根本做不到的。

在这种大环境的变化下，三只松鼠为什么要做高端性价比？是要对我们企业内部全链路成本进行改造，让我们能够和这些白牌去比、甚至理论上更有优势。

（一）顺时全链路洞察，发现生意爆发临界点

短视频是一个流量算法驱动的业态，顺应时间很重要，就是什么时间节点干什么事情。比如说年后很火的轻食赛道，4-5月本来就是滋补轻食的核心赛道，因为6月夏天要到了，消费者感觉迫切想要减肥。如果你的品刚好契合，那在这个时间点你要猛打、打出体量就能奠定品牌的基础。

我们每年都会看到很多营销的爆发节点，抖音平台叫做“情绪节点”，情绪到了流量就来了。对于手里非常多的品，需要不断去找到新的节点进行匹配，当然前提要观察到供需发生的质的变化，再加上与流量一结合，就能带来销售的爆发。

（二）品销合一，快速上新



为了实现品类和销售的真正合体，三只松鼠做了全公司链路的改造。以前我们产品部开发一个单品要很久，但是他们不一定像渠道销售那么了解市场，所以这两个角色必须要结合在一起，才有可能最高效地反应。三只松鼠现在做的所有事情就是把这两个单元真正合二为一，进而实现整体应对市场的快速上新。现在一个新品从想法到开发可能只需要15-30天，又一个周期就能进行下一轮的迭代。在这种情况下我们才能有机会去做更多的品类，因为应对市场有大幅度快返的人力。

（三）建立线上的高效分发矩阵

短视频这种新兴业态倒逼企业效率被拉高一个层次。一个新品出来之后能够快速通过短视频的方式去测试它的卖点和产品。

另外线上有大量的达人，三只松鼠现在能覆盖到40万+达人动销。我前几年也做过线下，所以刚接手短视频电商的时候，第一反应是达人相当于线下各个分销体系，可以快速把产品分发下去；每一个直播间相当于

门店，也是构建了线上高效分发的巨大群体。三只松鼠通过大量的达人进行分发，包括我们自己的几十个直播间来沉淀分发后的流量，进一步扩大，最终会形成单品的势能。

2025年“三生万物”战略升级

三只松鼠今年找到了新的打法：不是渠道的问题、而是企业组织效率如何进一步提升，面向消费者如何交付更好产品的问题。

首先，三只松鼠今年在做组织的改造，有点像阿米巴模式，阿米巴模式是面向内部交易的，而三只松鼠的模式是面向消费者交付的，内部由一个个经营体构成。

第二，我们今年在布局全国的集约工厂。三只松鼠在天津刚开了第二总部，会从天津辐射整个华北，包括工厂、集约仓、物流发货等。未来我们会继续在全国布局几个这种集约工厂，进而达到整体物流效率和供应链效率的最大化。

第三，当这么多品生长出来之后，我们会沉淀一个又一个新的品类品牌。所谓的品类品牌不是去重新做一个品牌，而是依托于三只松鼠去持续孵化，从一个蓄水池变成一百个蓄水池。比如说我们的鹌鹑蛋、果干这些品类品牌都是生长出来的，而不是刻意打造的。是因为这个品火了，我们顺势赋予它一个新的内涵，未来可以到整个全渠道进行铺设。

三只松鼠在创业十年的过程中也经历了很多变化，中间经历了不少周期，今年才算真正趟过了所有错的路，重新又恢复了增长。在这种新的环境下恢复增长是不容易的，对于三只松鼠来说也是新的突破和机会。

“舌尖上的坚果” 百草味 本味甄果（每日坚果）

杭州郝姆斯食品有限公司 作者：张楠

百草味专注坚果营养研究，研发科学精准配比，使每日坚果营养更加均衡

百草味本味甄果（每日坚果）系一款无添加，低盐低糖的混合坚果类产品。其精准配比巴旦木仁、腰果仁、核桃仁、开心果仁和榛子仁五种坚果，并搭配以优质浆果蔓越莓、蓝莓两种果脯，构建起“坚果：果干 = 75：25”的精妙黄金比例。

此配比让产品口感层次多元且饱满，富含蛋白质、不饱和脂肪、膳食纤维与多种维生素及矿物质，可切实补充人们日常饮食中易缺失的营养要素，与《中国居民膳食指南（2022）》所倡导的成人日均摄入 25 至 35 克坚果之标准高度契合。同时，其运用独立小包装形式，每包恰为一日食用量，全方位贴合现代消费者对便捷性与健康性的双重诉求。

为适配特定群体的健康需求，百草味部分每日坚果品类采取全坚果混合调配模式，进一步削减糖分含量，为孕妇及需管控血糖的人群呈上更为悉心周全的健康优选方案。

除了科学配比，源头核心产品保障，也是百草味每日坚果品质保障核心。

本味甄果（每日坚果）原料均来源于核心产区，美国的巴旦木仁、越南的腰果仁、智利核桃仁、土耳其的榛子仁、加拿大蓝莓等全球核心产区，从源头处保障产品品质根基。

与此同时，百草味于生产技术及包装工艺层面展开全方位创新升级举措，全力留存食材本真风味与营养成分。

相较传统坚果果干制品，其舍弃长时间烘焙或腌制工艺，转而运用低温烘焙轻加工技术，此技术完好留存坚果自然原味，有效规避营养成分损耗。此外，智能化与自动化数粒拼配技术得以应用，达成混合果仁高效且卫生的拼配流程，进一步助推产品品质进阶。



在包装上，本味甄果（每日坚果）内部采用百草味自主研发的干湿分离包装设计，将坚果与果干分区以达保鲜之效，令坚果更为酥脆可口，果干口感更为水润。其外包装选用四层防护材料，涵盖 OPP、镀铝、PET、PE，开启便捷，轻轻一撕即可，兼具安全卫生与食用便利性。

通过创新工艺，本味甄果（每日坚果）成功留存食材本味与营养，为消费者构筑健康与美味共存的优质体验。融合“科学配比”所衍生的营养均衡价值，本味甄果（每日坚果）屡获殊荣，除此奖项外，“高品质科学先锋奖”“优秀科学搭配奖”等诸多荣誉的获得，充分彰显市场对百草味产品品质的高度认可与肯定。

当今时代，坚果日益深度嵌入人们的日常生活轨迹，已然演变为营养早餐、闲暇休憩、下午茶时光、旅行途中、健身能量补给以及节庆馈赠等多元场景中不可或缺的优选品类。秉持着“成为一家受全世界尊重的食品企业”这一愿景，百草味持续推出本味甄果（每日坚果）等系列产品，为广大消费者呈献更多元便捷的健康抉择方案，助力消费者轻松畅享健康生活新风尚。



云南奥福： 开启坚果加工新时代

云南奥福智能装备股份有限公司自2008年成立以来，专注于坚果设备的研发生产，十余年的砥砺前行，十余年的厚积薄发，云南奥福如一颗冉冉升起的“明星”，走在坚果初深加工设备的前列。如今，云南奥福产品畅销国内：云南、江浙沪、及两广等10余个省份，并出口南非、澳洲、俄罗斯、巴西等众多国家。不仅推动国内产业升级，还让中国坚果加工技术走向世界，提升国际影响力。

澳洲坚果全流程自动化加工生产线，实现智能筛选、自动分级、开口、取仁、色选、烘烤、分级打包全流程机械化生产，为行业发展注入强大动力。该项目针对坚果加工产线降低生产成本为主、国外装备价高的困境，整合现有知识产权坚果装备技术成果。历经工业设计、功能构件集成等多环节集成转化，将单机、零散设备打造成自动化、一体化、产业化成套装备，填补国内空白，为坚果产业提供专用加工方案。

该生产线的分级技术采用圆孔筛选，相比椭圆筛选技术，精准度跃升20%。能划分10个筛分等级，精准率达 $\pm 0.2\text{mm}$ ，让坚果分级更精细、更准确，优质坚果筛选更高效。

其开口技术引入PLC奥福智能控制系统，单次开口12颗，果壳内干净无尘不伤果，开口大小、弧度、深度、速度均可数控调节。最大340度环形大开口，单手轻捏即开。

取仁采用PLC自动识别果子大小，精准控制对撞式取仁技术，整仁+半仁 $\geq 98\%$ ，较现有技术提高20%。通过精准控制碰撞力度与角度，实现更高整仁率，提升果仁产出率与品质，整仁率高达75%—80%以上，满足市场对高品质坚果仁需求。

其中，喷淋清洗设备是一种通过高压喷淋水流对果仁进行清洗的设备，主要依靠喷头喷出的高压水流所产生的作用力去除坚果加工后果仁表面附着的粉尘的清洗，同时也能用作坚果入味后对糖液的清洗，洗净率 $\geq 98\%$ ，比滚筒清洗技术提高10%，且不会损伤果仁，介质水能被过滤二次利用，能耗低节能环保。

烘干方面，空气能热泵技术大显身手。将壳果含水量降至0.5%—1%，精准控湿控温，温度最高可达90—



120℃提升烘干效率与质量，降低能耗与产品损耗。

色选机利用光电探测技术根据物料光学特性的差异，自动分拣果壳与果仁，及果仁中混杂的发黄、虫果、萎缩等劣质果仁，其选净率 $\geq 99\%$ ，具有高效快速的分选，无损分选等特点。

智能操作系统（坚果加工成套设备控制程序软件V1.0、澳洲坚果加工生产线开口设备智能控制系统V1.0）升级实现设备无缝连接，生产率提升20%，人工成本节约25%。优化生产流程，减少人工干预，提高生产稳定性与效率，降低成本，增强企业市场竞争力与盈利能力。

我们坚信，云南奥福将继续深耕技术创新，助力坚果产业蓬勃发展，书写更辉煌篇章。[奥福]

草本调味料在坚果中的应用研究

简素平, 陈钢, 吴克 (江西南科食品有限公司)

调味料是指一类能使产品增香、添色、改善口感、提高人们食欲的辅助性食品 [1], 天然调味料则是指以天然原材料, 经非化工手段生产得到的调味料产品, 是全球调味料行业发展的新趋势 [1]。目前, 国外已用天然调味料替代了 60% 以上的传统调味料, 而我国国内仅有 20%—30% 的份额; 近些年来, 随着人们对饮食多样化的需求增加, 我国天然调味料市场正以每年 30% 的速度不断递增, 并已成为促进我国食品行业经济增长新的动力 [2]。

天然性、健康性和多样化是目前消费者对食品风味追求的特点, 而调味料则在调配食品风味的作用上显得越来越重要。随着健康意识的加强, 传统调味料越来越不能满足人们对食品健康安全的需求, 而天然草本复合调味料则满足了人们对天然安全化、健康美味、独特风味和营养的需求, 这也是我国调味料市场今后发展的方向之一。坚果中含有蛋白质、脂肪、碳水化合物, 还含有维生素 (维生素 B、维生素 E 等)、微量元素 (磷、钙、锌、铁)、膳食纤维等, 特别是还含有单不饱和脂肪酸、多不饱和脂肪酸, 包括亚麻酸、亚油酸等人体的必需脂肪酸。坚果的营养、每日坚果的理念已深入人心, 但有些坚果口感不佳, 不破坏营养而又能赋予美味口感的重任便落在草本调味料的肩上, 草本调味料在坚果中的应用研究越来越热。

1. 草本调味料成分

草本调味料主要以多种草本植物提取物为主要成分组成的调味料, 与传统调味料相比, 草本调味料具有自然清香、风味独特、营养安全并具备一定保健功能 [3]。草本调味料是根据不同植物的功能成分、风味特点进行组合, 使其具有不同风格、适合加工不同产品的调味料。

1.1 陈皮调味料

芸香科植物橘 (*Citrus reticulata* Blanco) 及其栽培变种的成熟水果经过干燥而成的果皮, 称为陈皮 (*Citri Reticulatae Pericarpium*, CRP) [4]。陈皮富含多种药用生物活性成分, 包括多糖类、黄酮类、生物碱类、挥发油类以及多种微量元素等 [5]。陈皮性温并带苦辛味, 具



有燥湿化痰、理气健脾、缓解消化不良的功效 [6], 据资料记载, 陈皮还具有抗炎、抑菌、抗癌、抗氧化、降血脂、降低胆固醇、调节脂制代谢等生理功能 [7]。

在坚果应用上, 已有研究人员以陈皮为主要调味料, 经与核桃一起卤制, 从而得到一款风味独特的陈皮核桃产品。

1.2 枸杞调味料

枸杞 (*Lycium barbarum* L., LB) 为茄科 (*Solanaceae*) 枸杞属 (*Lycium* L.) 落叶灌木, 常分布于温带与亚温带的山坡和沙地区域 [8]。我国枸杞种植区域涵盖青海、甘肃、

宁夏、新疆、内蒙古等地，最出名的两个品种为中国枸杞和宁夏枸杞 [9]。

枸杞富含多种生物活性物质，如枸杞多糖、枸杞黄酮、蛋白质、甜菜碱、类胡萝卜素以及微量元素钙、磷、铁、硒等 [10]。近年来研究表明，枸杞具有降血糖、抗氧化、抗衰老、增强免疫力以及抑制肿瘤、防止细胞癌变等保健功能 [11]。

对于枸杞在坚果上的应用方面，大多是将枸杞和坚果一起作为原材料加工成复合饮料类。草本枸杞调味料也适合于坚果浸泡入味以及坚果仁裹粉，这既可丰富坚果的营养且口味怡人，也为枸杞的综合利用提供了新的途径。

1.3 草本乌梅调味料

乌梅，亦称黄子、酸梅、干枝梅、和汉梅，是以蔷薇科落叶乔木植物梅 (*Prunus mume*) 的快成熟的果实，用烟火进行熏制而得到的一种色泽稍显灰黑的果干，也是我国传统药食同源的中药材之一 [12]。乌梅富含脂肪酸、维生素、黄酮、甾醇、萜类等多种有效成分以及镁、磷等矿物质元素 [13]。研究表明，乌梅具有抑菌、抗炎、抗辐射、抗氧化、降血脂以及增强免疫等功效 [14]。

当前乌梅在食品领域中的应用主要在于以乌梅为原料开发成功能食品和饮料，如有研究人员将乌梅配合红枣、玫瑰花制成玫瑰花红枣乌梅饮料，或将乌梅搭配甘草制成用于改善患者口臭、提高患者食欲的乌梅喷雾剂等。江西南科食品公司以乌梅提取物为主要成分制作了一款草本乌梅调味料，用于坚果浸泡入味及坚果仁裹粉上，不但去除坚果的涩味还增加了坚果生津作用。

1.4 草本红枣调味料

红枣 (*Zizyphus Jujube Mill*)，也称大枣，为鼠李科 (*Rhamnaceae*) 枣属植物 (*Zizyphus Jujube Mill*) 的成熟果实，其性温、味甘，营养成分种类繁多，深受人们的喜爱 [15]。资料报道，红枣富含多糖、多酚、类黄酮、维生素以及人体所必须的蛋白质、脂肪酸、矿物质等功能成分 [16]，长期食用红枣可以起到保肝、护肠胃、降血糖、抗肿瘤抗癌等功效 [17]。

当前对红枣的研究上，一般将红枣用来制成果酒、果蔬糕、发酵酸奶、发酵饮料等，也有将红枣提取物作为调味料应用到坚果的报道。目前越来越多将其应用于核桃、花生等坚果上，这就极大的丰富了坚果的口味。

1.5 草本茉莉花调味料

茉莉花 (*Jasminum sambac*) 为木樨科 (*Oleaceae*) 素馨属 (*Jasminum*) 常绿灌木植物，其花开放时会释放独特的甜果香味，因此一直深受人们的喜爱 [18]。茉莉花为药食两用中药材，研究表明，茉莉花富含蛋白质、脂肪、多糖、黄酮、芳香酚等多种活性成分以及钙、钾、磷、硫、镁等矿物质元素 [19]，具有抗炎、抑菌、抗氧化、抗癌、降血糖、保护心血管等生物功能 [20]。

目前，人们对茉莉花的研究主要集中于提取茉莉花



中的各种有效成分，或者直接作为花茶饮用，而茉莉花提取物作为调味料则很少有文献涉及。将草本茉莉花调味料应用在坚果的调味上，可以增强坚果的适口性，使坚果的香、味与营养浑然一体。

2. 草本调味料的组合

草本调味料主要是指从植物中提取分离得到的多酚类、皂苷类、芳烃类及其它风味类物质，具有天然、营养、怡人的优点，有的还具有增加风味、掩蔽异味等优点。符合现代人追求自然、安全、营养的大健康理念。但草本调味料也有一些口感上、加工性能方面的缺陷，如有的植物提取物作用较缓慢、风味较淡、加热变味等缺点，特别是不同的植物提取物在复配后会作用而产生不良风味、甚至营养成分损失，尤其是在坚果的加工过程中这种现象比较严重，江西南科公司自从 2015 年就开始关注草本调味料系列产品的研究与开发。我公司与国内 10 多家植物研究所、植物提取公司进行过探讨、合作，形成了一套草本复配产品的开发思路。根据不同植物成分的特点，各成分之间必须考虑“相须相使、相畏相杀、相恶相反”的关系进行组合，从而达到风味怡人、营养健康的目的，为坚果的加工、营养不流失、口感怡人起护航作用。

3. 结论和展望

随着科学技术日新月异的变化，化工合成的香精香料成为现代食品的一个痛点，不添加香精香料，产品的口感满足不了消费者的需求，如果依赖化工合成的香精香料，其危害性已经被消费者所意识，产品也被定义“不健康食品”、“垃圾食品”等，人们对饮食也不再局限于“色香味”，而是向着“自然美味、安全营养、健康方便”的理念发展，这为草本调味料市场提供了巨大的发展空间。草本提取物的品质也将随着现代提取工艺的进步、现代食品加工技术的发展而提升，复配草本调味料也会更健康、更全面发展，其在坚果方面的应用研究也会更成熟，从而为坚果的绿色健康发展提供巨大助力。

优质、高结实率白籽向日葵 新品种“双星20号”的选育

河北双星种业股份有限公司

河北双星种业股份有限公司，主要从事向日葵、甜瓜、西瓜等非主要农作物种子的研发、繁育、加工、推广、销售和技术服务。

公司先后被评为高新技术企业、中国种子协会“AAA”级信用企业、河北省种子行业“AAA”级信用企业、河北省“专精特新”示范企业、河北省“十佳”优势特色种业企业、河北省著名商标企业、河北省国际科技合作示范企业，是中国种子协会理事单位和河北省种子协会副理事长单位，是国家级星创天地、河北省西瓜育种技术创新中心建设单位，河北省西甜瓜现代种业科技创新团队牵头单位。

向日葵是我国重要经济农作物。是现代人们休闲娱乐必备食品。市场多见黑葵瓜子，由于普通黑葵瓜子在采收晾晒过程中经常出现发霉、腐烂的现象，导致黄曲霉素严重超标不易察觉。而白葵品种籽粒外壳是白色的，发生霉变的白葵籽粒外壳通常会有明显的颜色变化，这种霉变籽可以通过色选清除，保障瓜子的高端品质。目前国内的白葵品种主要是常规种白马牙，该品种生长不整齐，产量低，易倒伏，结实率低。因此，培育整齐的高结实率的产量高的白葵杂交种势在必行。

“双星20号”的选育是河北双星种业股份有限公司自有项目——优质、高结实率白籽杂交向日葵新品种选育，项目所属专业领域是农林植物优良新品种与优质高效安全生产技术。项目起止年月：2016.3—2023.10。该项目产出成果——优质、高结实率白籽向日葵新品种“双星20号”于2024年7月12日在农业农村部通过

备案登记。

通过对自有材料进行多代提纯，将高抗列当的白葵材料作为父本，皮薄、口感酥脆材料作为母本，进行杂交组配，从中筛选优异杂交组合，培育出优质、高结实率的白籽杂交向日葵新品种双星20号，并形成了配套的制种方法及栽培技术。

2020年在内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、甘肃酒泉进行了大面积示范，该品种生长整齐，长势强、花盘大小均匀，籽粒洁白、饱满，株高200.00厘米，茎粗3.60厘米，叶片数30片。舌状花中等黄色，花盘直径27.00厘米，花盘形状平，花盘倾斜度4级。籽粒性状：粒型窄卵形，主色白色，无条纹，粒宽1.0~1.1厘米，粒长2.0~2.8厘米，百粒重27克，单盘粒重230.00克，结实率80.00%。

截至目前，双星20号品种已在新疆、内蒙等葵花主产区进行推广，平均亩产量265.69公斤，对照品种白牙签平均亩产165公斤，每亩实现



▲ 内蒙古产区种植情况



▲ 单盘性状



▲ 商品皮毛

增产100.69公斤。

双星20号创新点

1. 结实率高，结实率80%；
2. 产量高，百粒重27.01克；
3. 根系发达，植株矮，抗倒伏；
4. 籽粒天然白色，在炒制过程中省去脱皮过程；

5. 采用了先进的三系杂交育种技术和非转基因技术等，使种质培育具有高稳定性、环境适应性强的特点。



▲ 品种登记证书



始于1986 匠心炒制几十年

泰山瓜子

只选当季新鲜葵



品质泰山 味道泰山

山东泰山旭日食品有限公司

地址：山东省济南市莱芜区口镇深圳北路001号 消费者服务热线：400-681-5988
销售电话：0531-76553399 网址：www.taishanxuri.com 邮箱：taishanguazi@163.com



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



始于1987 匠心炒制几十年

香山瓜子香
你我共分享!

香山瓜子
休闲美味

原料产区

原料产自赤峰及阿勒泰菜园，日照时间长昼夜温差大，土地肥沃

手挑精选

当季鲜葵，颗颗精选，确保颗粒饱满，仁厚香脆，吃到的是美味

匠心制作

现代工艺烘炒，匠心制作，每一粒都是味蕾的享受



山东香山食品有限公司

山东省济南市莱芜高新区泰山路33号
服务热线：0531-76212973,75601552

《熟制与生干葵花籽和仁》等三项全国行业标准，延期到2025年4月1日起实施

由中国食品工业协会坚果果干专业委员会负责组织修订的行业标准《熟制松籽和仁》、《熟制与生干核桃和仁》、《熟制与生干葵花籽和仁》，原定于2024年10月1日起实施，经国家工业和信息化部批准，现调整为2025年4月1日起实施。

中华人民共和国工业和信息化部公告
2024年第28号

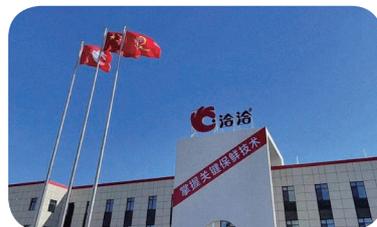


工业和信息化部批准《制造业企业质量管理能力评估规范》等761项行业标准（见附件1）。其中，化工行业73项、石化行业2项、黑色冶金行业118项、有色金属行业137项、黄金行业1项、建材行业54项、稀土行业1项、机械行业133项、汽车行业25项、船舶行业3项、轻工行业50项、纺织行业10项、包装行业1项、电子行业11项、通信行业142项。批准《铝及铝合金用熔剂》等6项行业标准外文版（见附件2）。其中，有色金属行业4项、机械行业2项。批准《钢中碳硫标准样品4#》等72项黑色冶金行业标准样品（见附件3）。批准《粉尘层最低着火温度测定仪校准规范》等123项行业计量技术规范（见附件4），其中石化行业14项、有色金属行业15项、建材行业18项、机械行业19项、轻工行业11项、纺织行业12项、兵工民品行业12项、电子行业18项、通信行业4项。行业标准外文版及行业标准样品自发布之日起实施。

已发布的《熟制松籽和仁》（QB/T 8015-2024）、《熟制与生干核桃和仁》（QB/T 8018-2024）、《熟制与生干葵花籽和仁》（QB/T 8019-2024）3项标准，原定于2024年10月1日起实施，现调整为2025年4月1日起实施。

洽洽食品扩产能破增长瓶颈

近日洽洽食品位于包头的新工厂竣工并投产，工厂配备多条香瓜子及坚果生产线，总投资达3.5亿元，占地114亩，预计年产葵花籽



39000吨，坚果6000吨，将大幅提升北方工厂的产能和效率，辐射内蒙古、晋南、晋北、青藏、甘肃、宁夏、新疆、陕宁、豫北等地区，快速满足北方市场需求。扩产后，洽洽食品生产基地由10个增至11个，覆盖合肥、哈尔滨、包头、重庆、长沙、滁州、阜阳等地，同时在泰国还有一个生产基地。

值得注意的是，此次新工厂增加坚果生产线，年产坚果6000吨，这被视为洽洽食品正加速培育新的增长曲线。洽洽食品创始人、董事长陈先保曾表示，无论是主营业务葵花籽还是坚果业务，都还有很大增长空间。因此，洽洽食品近两年来加速布局坚果业务，并将其作为第二增长曲线，推出了“小黄袋”每日坚果、坚果礼盒等产品，提升坚果礼盒渠道渗透率，加强坚果品类的宣传，发力电商等渠道。

2024年半年报显示，今年上半年，洽洽食品葵花子占整体收入的比例为63.98%，收入为18.54亿元，同比增长3.01%；坚果类产品收入占比22.79%，收入为6.6亿元，同比增长23.9%；其他产品收入为3.53亿元，同比增长10.43%，占比12.17%。

沃隆食品隆森新项目在青岛胶州湾综保区开工

冬日漫舞，扬帆新程。11月26日，沃隆食品隆森二期项目开工仪式在青岛胶州湾综保区成功举行。

依托海关特殊监管区域的政策和功能优势，沃隆食品于2022年在胶州湾综保区投资设立了隆森食品项目，日生产坚果达到百吨级。本次开工的隆森食品二期项目，计划投资5000万元以上，开展风味坚果及坚果深加工业务，项目建成后 will 有效推动上下游产业的创新融通发展，加速拓展国内国际新市场。



优良的营商环境就是招商亲商的最好“名片”。面对新形势，青岛胶州湾综保区管委靠前服务，主动作为，助力企业做大做强。下一步，综保区将不断优化提升营商环境，增强企业发展信心，推动更多的项目增资扩产提效，为区域经济高质量发展蓄势赋能。

百草味“本味甄果每日晚安坚果”与“每日坚果5黑款”获行业大奖

在近日落下帷幕的2024中国营养师发展大会上，百草味凭借其出色的产品创新和深厚的研发实力，一举斩获两项大奖。其中，百草味“本味甄果每日晚安坚果”荣获“科学配方卓越奖”，而“每日坚果5黑款”则摘得了“科学食养促进奖”。



2024中国营养师发展大会于11月1日至3日在河北石家庄隆重举行，以“专业聚力，引动产业新生态”为主题，汇聚了众多中国营养师、营养健康从业者及大健康产业的领军人物，表彰了2024年度在营养健康行业中作出突出贡献的个人和产品。百草味的两款获奖产品在众多竞品中脱颖而出，充分展现了其在健康食品领域的创新实力和市场竞争力。



“本味甄果每日晚安坚果”是百草味本味甄果系列的又一力作，该产品深度挖掘坚果的营养价值，精准捕捉消费者对健康零食的需求。在快节奏的生活中，这款坚果产品富含的天然氨基酸成分GABA元素，成为舒缓心情的优质选择。同时，其采用的物理水洗去衣工艺保留了坚果原始的清甜风味，让消费者在享受美味的同时，也能感受到来自自然的馈赠。

另一款荣获奖项的产品——“每日坚果5黑款”，是百草味为回应日益增长的健康养生需求而精心推出的创新之作。在“中式食养”的深刻智慧启发下，这款产品将多种坚果、果干果脯与营养丰富的黑色食材进行了巧妙的融合，旨在为广大消费者提供更加均衡且全面的营养补给。特别值得一提的是，其中的五种黑色食材被创新性地制作成了酥脆可口的脆脆球，这一设计不仅增添了产品的口感层次，更让消费者在享受美味的同时，也能摄入到不同的营养。同时，“每日坚果5黑款”还继续秉承了百草味一贯坚持的0添加理念，从而确保了产品的纯净与健康品质，真正让消费者能够吃得安心、吃得健康。



随着健康消费趋势的持续升温，未来百草味将继续以创新与健康为驱动力，通过更多元化的产品和更优质的服务满足消费者日益增长的健康需求，为美好健康生活助力。

从东南亚到欧洲，来伊份助力消费者“叩开”美好生活大门

11月8日，第七届进口博览会上海交易团大型零售采购商联盟的集中采购签约仪式上，来伊份与来自全球的7个国家和地区合作伙伴，签下总金额达2.48亿的全球进口高品质美食。这些产品将经过全球“旅行”，最终通过来伊份进入到中国消费者的手中。



从土耳其混合果干到意大利巧克力，再到比利时经典焦糖饼干、黄油薄脆……依托进博会的溢出效应，一批批“差异化”和“性价比”的优势产品，将通过来伊份进入中国市场，并让中国消费者实现在家门口就能享受到世界各地的风味美食。

与此同时，来伊份的全球化供应链布局也在不断基于“全球好品质、健康好生活”的品牌理念，实现更为精准的升级与扩张。

来伊份供应链管理总裁张丽华强调，不同于以往布局的东南亚产品线较多，今年的来伊份旗下高品质进口品牌亚米，开始扩展布局欧洲的主流产品线。

让世界工厂为中国消费者服务，意味着来伊份的脚步直接跨到了全球供应链的源头。正如来伊份创始人、董事长施永雷所说，以中国消费者的需求为出发点，通过来伊份布局全球的供应链体系，深化优质商品的源产地采购等模式的迅速落地。在确保“品质走上去，价格打下来”的同时，实现中国14亿消费者不出国门，在家门口就能体验各国风味美食。

全球业务体系化建设不仅带来商品力的效率提升，也是企业核心能力的锻造。纵观全行业，来伊份是国内较早开启国际化采购的休闲食品全渠道零售平台，而进博会带来的机遇，不仅能让消费者买到更具性价比的全球优质好商品，也给来伊份始终坚定的“中国品牌、世界制造、全球共享”的全球平台化战略创造了弯道超车的机遇。

撬动百亿产业！亚洲最大的坚果加工总部落成



近日顺德区龙江镇百亿食品产业计划启动及南兴天虹坚果超级工厂落成典礼在龙江举行。广东坚果（南兴天虹）新总部基地项目总投资约10亿元，是2024年佛山市重点建设项目。

“坚果超级工厂”是广东坚果（南兴天虹）新总部基地项目的一期工程。南兴果仁自2023年4月拍得土地，仅用1年多时间已实现约6万平方米厂房竣工投产，建设进度“超级快”。

新厂房启用全自动化生产线，将引入8条全自动化坚果挑选、烘烤线以及6条大包装全自动化生产线、配有全顺德首个冰蓄冷空调系统，配备智能化冷库仓储实现全时段低效能温控制冷仓储，应用仓储管理系统实现全库位实时库存可视化，致力打造坚果行业中的“灯塔工厂”，效能远优于原厂房，智能化程度“超级高”。

项目以坚果为主线，开发坚果深加工产品，建设标准化车间并配套研发中心、网络营销、物流存储，助推龙江生态食品、科技农业、文旅振兴等三产联动高质量发展。目前单条产线日均可产出坚果超350吨，满产后预计新增年产值超30亿元、增加约300个就业岗位；升级后，用地坪效、人均产出是原来的3倍，社会、经济贡献“超级大”。

去柬埔寨种榴莲！陈氏阳光投资柬埔寨榴莲，2500亩基地建设中

11月6日，柬埔寨首相洪玛奈出席云南省昆明大湄公河次区域经济合作领导人会议期间，与郑州陈氏阳光果蔬贸易有限公司董事长兼创始人陈雪梅亲切会谈半个小时。

陈雪梅表示有意投资柬埔寨农业领域，特别是榴莲种植、加工并出口到中国。洪玛奈首相相对陈氏阳光的投资表示欢迎，并强调柬埔寨拥有多种农产品的生产和出口潜力，可以为竞争激烈的国际市场提供有竞争力的产品。

同一天，洪玛奈首相还接见了中交通力公司董事长孙忠弟，就在柬埔寨东北部省份达那基里省（Rattanakiri）和蒙多基里省（Mondulakiri）投资香蕉种植、建设农产品加工工业园及开展贸易等项目进行了座谈交流。

尽管现在柬埔寨榴莲对华出口仍处于谈判阶段，已经陆续有农业企业和进口商开始布局柬埔寨榴莲业务。在柬埔寨西北部的马德望省，陈氏阳光与当地企业展开合作，建设了2500多亩的榴莲种植基地。目前项目进展十分顺利，农业产业园等配套设施正在加快推进。

据介绍，陈氏阳光创立于1992年，总部位于河南郑州，经营国产和进口水果。公司全年进口水果种类超过100种，打造出“陈氏阳光”、“三支梅”、“果大姐”等品牌。陈氏阳光与胖东来、永辉等全国500多家大型商超建立了长期战略合作关系，服务终端水果门店6000多家。

榴莲是陈氏阳光公司聚焦的大单品，常年从泰国、越南、马来西亚进口10多个品种的榴莲。2024年8月24日，陈氏阳光曾作为河南省唯一获准参与马来西亚首飞航班的水果进口商，参与进口了全国首批大马鲜榴莲。首批抵达郑州新郑国际机场的15吨、10个品种的马来西亚鲜榴莲，有3吨都来自陈氏阳光。

首份中国 - 塞尔维亚自贸协定签证货物为出口葵花籽

近日，乌拉特海关签发巴彦淖尔市首份中国 - 塞尔维亚自贸协定项下原产地证书，签证货物为出口葵花籽，货值3.8万美元。

原产地证书是出口货物的“经济国籍”和“护照”，也是在境外享有关税减让、快速通关、顺利结汇等政策便利的凭证。“有了这份证书，关税直降4个点，节省1500多美元，这是妥妥的政策红包。”证书申领企业负责人喜出望外，“以后，出口塞尔维亚葵花籽的关税还会逐年递减，5年后就可以享受零关税优待了。”

据了解，中国 - 塞尔维亚自贸协定于今年7月1日生效，双方分别对90%的税目逐步相互取消关税，其中超过60%的税目于生效当天取消关税，最终零关税税目的进口额比例将达到95%左右。





NANKO
南科

草本应用引领者

坚果炒货

天然更安全

草本抗氧化剂

清洁标签
clean label

坚果炒货保质期
常温下可达六个月

荣获 2023 年度全国坚果果干科学进步奖



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

2024/25 年度美国葵花籽产量将降至历史新低

美国农业部全国农业统计局发布的一份报告显示，2024/25 年度美国的葵花籽播种面积降至历史新低，只有上年种植规模的一半，大部分降幅集中在两个最大的生产州：北达科他州和南达科他州，原因是与其他油籽作物（如油菜籽和大豆）相比，葵花籽盈利能力较低。

2023/24 年度葵花籽期末库存增至 2016/17 年度以来的最高水平，导致葵花籽价格降至过去四五年来的最低。此外，这些州的油菜籽和大豆加工能力扩大，为这些作物创造了额外的需求，导致大豆和油菜籽种植面积增加，而葵花籽的种植面积减少。

美国农业部预计本年度美国葵花籽总产量为 13 亿磅（589,000 吨），为 1976/77 年度以来的最低水平。

2024/25 年度全球葵花籽油和菜籽油供应紧张

据外媒报道，油世界发布的月报显示，2024/25 年度全球大豆供应充足，但是葵花籽和油菜籽供应紧张。预计 2024/25 年度全球大豆供应量接近 5.3 亿吨，较 2023/24 年度大幅增加 3800 万吨，其中期初库存同比增加 1000 万吨，而产量同比增加 2800 万吨。预计 2024/25 年度全球葵花籽油和菜籽油产量同比降低 370 万吨，尽管全球大豆供应有望充足，但是大豆压榨提高也无法抵消这两种植物油的产量损失。



津巴布韦夏威夷果出口量达五年峰值

《新闻日报》近日报道，津巴布韦国家统计局（ZimStats）数据显示，2024 年 1-9 月，津夏威夷果出口量达 7628 吨，较 2020 年同期增加 62%。津夏威夷果生产商协会表示，出口量增加的主要原因是种植面积扩大和树木达到成熟期。

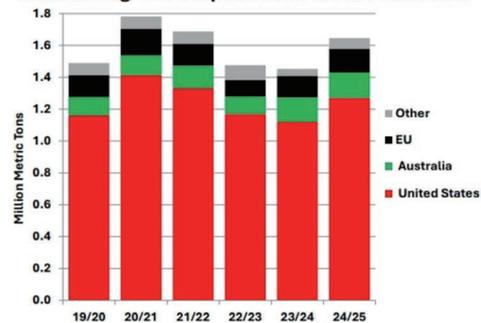
尽管出口量大幅增长，但夏威夷果（未去皮）价格从 2020 年的每公斤 2.91 美元跌至 1.09 美元，下降 62%；夏威夷果收入从 2020 年的 1372 万美元跌至 835 万美元，下降 39%。2022/23 季，夏威夷果价格跌至 20 年来最低水平，主要原因是欧美市场供大于求。

巴旦木产量预期上调，中国进口将达 13 万吨

美国农业部近日发布的《全球坚果市场与贸易》报告显示，由于美国产量回升，2024/25 季全球巴旦木产量预计将增长 13%，达到 160 万吨。随着供应量增加，预计消费量将增长 6%，达到 160 万吨。受主要进口市场欧盟、印度和中国需求增长所推动，全球巴旦木出口预计将增长 3%，达到 110 万吨。受美国季末库存减少的影响，预计全球季末库存将继续走低。

虽然籽粒重量下降且种植面积不变，受益于每英亩果树数量和每棵树产量的增加，美国的产量预计将增长 13%，达到 130 万吨。此前，美国扁桃树的挂果面积从 1996/97 季的 42.8 万英亩持续扩大到去年的近 140 万英亩。

Rebounding U.S. Output Drives World Production

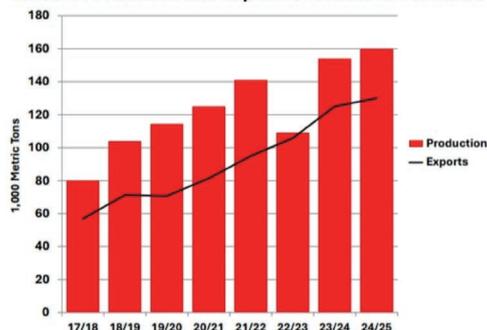


受益于种植面积增加且生长条件正常，澳大利亚的产量预计将增长 4%，达到创纪录的 16 万吨，预计出口将增加 4%，达到 13 万吨。

因西班牙产量的增加抵消了意大利出现的减产，欧盟的产量预计将增长 11% 至 15 万吨。西班牙种植面积的增加提高了产量，但西班牙和意大利的单位面积产量都受到旱情的影响。由于食品原料、零食、糖果行业的需求扩大，预计其进口量将增加 4%，达到 28 万吨。带壳巴旦木主要供即时食用，而带壳巴旦木通常用作糖果和烘焙食品公司的原料。无论作为原料用于传统的糖果和糕点，还是用于加工和再出口，食品加工和零食行业是巴旦木的最大买家。由于供应量增加，预计消费量将继续上升至 41 万吨。

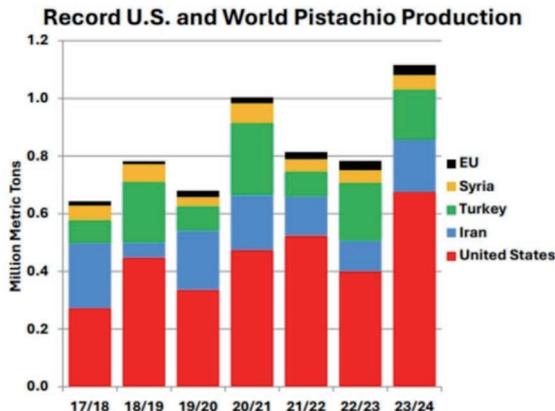
中国巴旦木产量预计将回升至 2.4 万吨，因为上一季主产区新疆遭遇了霜冻。在食品制造商和零食行业的持续需求驱动下，预计进口量将增长 4%，达到创纪录的 13 万吨。

Record Production and Exports Forecast for Australia



全球开心果消费达 100 万吨，中国进口量翻倍！

美国农业部近日发布的《全球树坚果市场与贸易》报告显示，由于美国和伊朗的增产抵消了土耳其的减产，2023/24 季全球开心果产量跃升 40% 以上，达到创纪录的 110 万吨。由于主要出口国的产量增加，全球开心果出口量同比增长近 55%，至创纪录的 63.4 万吨，消费量增长 30%，达到创纪录的 100 万吨。



受益于种植条件改善，伊朗的产量反弹了 70%，达到 18 万吨，此前几年由于霜冻和降水减少，产量较低。由于供应增加，出口几乎翻了一番，达到 13.5 万吨，主要出口市场包括中国、印度和欧盟。

由于正值开心果树产果的大年且挂果面积增加，美国的产量激增 70%，达到创纪录的 67.6 万吨。其出口增长了 48%，达到创纪录的 43.5 万吨，主要出口市场包括中国、印度和欧盟。尽管国内消费也创下新纪录，但期末库存攀升至 10.5 万吨。

因为今年是产量较低的小年，土耳其的产量下降了 13%，至 17.5 万吨。尽管产量出现较大波动很正常，但其生产受益于有利的生长条件和种植面积的增加。产量下降对贸易的影响有限，因为土耳其开心果大部分是在国内消费的。

来自美国和伊朗的发货量增加，因此中国的进口量增加了一倍多，达到 17 万吨。上海和北京是美国开心果的主要市场，而较小的城市更喜欢从伊朗进口价格更具竞争力的开心果。

因西班牙和意大利的开心果生产正值大年，欧盟的产量增长 10%，至 3.5 万吨。其进口量增加了近 50%，达到 16.5 万吨，美国为主要供应国。

报告还显示，在过去的 10 年里，中国和欧盟是全球最大的开心果市场，他们在这段时间内进口的开心果在全球贸易中所占的份额相似。在此期间，全球进口量增长 90% 达到 57.5 万吨，这两个市场的贡献最大。土耳其和印度市场的地位也越来越重要，这四大市场的进口总量占去年世界贸易的 75%。

今年前 10 个月柬埔寨向越南出口 79 万吨腰果，创收 11.1 亿美元

据柬埔寨腰果协会 (CAC) 消息，2024 年前 10 个月，柬埔寨向越南出口了超 79 万吨腰果，创收 11.1 亿美元，同比增长 36%。

柬埔寨腰果协会副主席 Suy Kokthean 表示，2024 年前 10 个月，柬埔寨共生产腰果 84 万吨，较去年同期增长 26%。其中，出口至越南的腰果占据了绝大部分，创造了可观的经济收入。同时，腰果价格较 2023 年同期上涨了 9%。

Suy Kokthean 指出，柬埔寨在未来四到五年有潜力成为全球领先的腰果生产国，得益于逐年扩大的产量和更高的收成。他乐观地提到，耕地面积持续增加，新建立的腰果种植园不断涌现。

尽管前景看好，Suy Kokthean 也强调，气候变化依然是该行业所面临的巨大挑战，极端天气可能会严重影响产量。然而，他指出，农民们已经掌握了先进的种植技术，政府也定期为农民提供培训，帮助他们应对气候变化带来的挑战。



科特迪瓦：腰果产量约 110 万吨 世界排名稳居第一

2024 年 11 月 8 日悉，科特迪瓦仍是世界主要的腰果生产国，占总产量的 42.3%，约 110 万吨，世界排名第一，其次是尼日利亚和几内亚比绍。

西非地区 11 个国家的腰果收成约为 260 万吨，这一数量比 2023 年的 310 万吨减少了 15.3%，造成腰果减产的主要原因是气候的影响导致种植园生产力损失。

缅甸蒙育瓦地区雨季葵花籽获得高产

缅甸报道，从葵花籽种植农户处获悉，实皆省蒙育瓦市辖区内种植产出的雨季葵花籽一英亩产出 20 多箩。

一名农户称，10 月 1 日开始采收雨季葵花籽，一英亩产出 20 多箩。

据称，雨季葵花籽种植时使用了产量高的杂交 1 号、欣瑞嘉 2 号等葵花籽品种，划定标准田先行进行了试种，获取优质种子。因制定了标准田进行试种，并采取了预防措施，确保没有病虫害，因此产量高。

蒙育瓦市辖区，种植了雨季葵花籽 945 英亩，目前已经完成 259 英亩的采收工作。

从巴彦淖尔到瓜子界 “爱马仕” 三胖蛋正用数字化驱动成长

休闲零食里，中国人最青睐的品类就是瓜子，嗑瓜子已经成为一种深植于国人日常生活的习俗和文化。

关于瓜子最早的记载可以追溯到宋朝，到了元代瓜子开始盛行，嗑瓜子的习惯也逐渐融入到节日庆典，成为年俗。当时人们主要嗑的还是西瓜子，剥壳难度更大，随着二十世纪二三十年代，全国食用油需求增加，向日葵的种植逐渐普及，葵花籽也逐渐成为瓜子界的主流。

瓜子是坚果籽类的重要品类，很多人自然会联想到炒货第一大省安徽，但是，今天我们要说的却是一家从巴彦淖尔，一个从西北五线城市成长起来的炒货品牌“三胖蛋”。

2010年公司创始人徐建兴创建了专注于高端瓜子的品牌“三胖蛋”，打造从“种子研发—培育—推广—种植—销售”，到“原料收储—分级—深加工”，再到“葵花籽和南瓜子炒货食品销售渠道的铺设及品牌建设”等全产业链模式。

很多消费者把三胖蛋称为瓜子届的“爱马仕”，三胖蛋也相信消费者不仅会为贵买单，也会为品质买单。三胖蛋一直秉承“十斤瓜子选二两”的匠心筛选标准，保证瓜子颗颗手选，力求瓜子粒大醇香、无坏籽、无空壳、不脏手。

为了提升竞争力，让中国高端瓜子发扬光大，三胖蛋在数字化体系建设上也不遗余力，因为三胖蛋有一个宏大愿景“复兴中国休闲文化”。

巴彦淖尔崛起的瓜子品牌

巴彦淖尔被誉为中国的葵花之乡，也是内蒙古葵花籽最大的产地。背靠阴山山脉庇护，得到脚下母亲河黄河的滋



养，当地独特的地理地貌和气候条件为葵花生长提供了理想的环境。

市面上大部分的瓜子品牌都是从内蒙采购葵花籽，但是内蒙却没有走出一个家喻户晓的本土瓜子品牌。在这种天时、地利下，三胖蛋（内蒙古）食品科技集团有限公司董事长徐建兴就有了从上游农业端进军到下游炒货的想法。

2010年三胖蛋品牌正式诞生，短短十余年时间，三胖蛋已一跃成为中国高端瓜子领导品牌，连续多年占据中国原味瓜子市场销量领先地位，市场占有率和品牌口碑双高。在短时间能有这样的发展成就实属不易，因为在三胖蛋创立之初，国内向日葵种植产业尚未形成规模，优质的向日葵品种都需要从国外进口种子，种子的命脉掌握在外国企业手里，致使种植成本高昂。

三胖蛋之所以能产出个大、皮薄、仁脆的瓜子，得益于三瑞农科研发的

优质种源“国葵系列 SH363”。三瑞农科一直专注于杂交食葵种子的选育、生产、推广、销售和技术服务等工作，是中国食葵种子行业“育繁推”一体化的现代种业科技公司。

当然瓜子的好坏，即要有好的原料，更重要的在深加工环节。三胖蛋拥有独创的DCW炒制工艺，历经219道工序层层把关，确保了每一颗瓜子出品品质。

ERP为核心的数字化布局

业务增长往往会掩盖很多潜在问题，作为一家中小型民营企业，三胖蛋面临的管理挑战是复杂且多样的，单靠自身能力进行管理升级显然是很难短期完成。

三胖蛋在早期的信息化1.0阶段，信息系统更多是满足基础需求，系统布局较为零散。2022年，三胖蛋从战略层面确定了信息化2.0体系，以ERP为核心进行数字化布局。未

来进入 3.0 阶段更多是迈向未来，从后置满足业务需求，转变为前置发现和创造需求。

“三胖蛋目前正处于信息化 2.0 阶段，也是从信息化过渡到数字化的阶段，通过转型全面满足现有业务的发展需求，”三胖蛋集团公司 CFO 由春宇说道。

在 2.0 阶段三胖蛋需要进行体系化的信息化建设，但体系应该如何搭建？

三胖蛋经过详细规划，选择以 ERP 为核心，辅以前台、中台、后台，选型了多家 CRM、OMS、POS、WMS、OA 等外围系统，进行整体信息化体系的搭建。

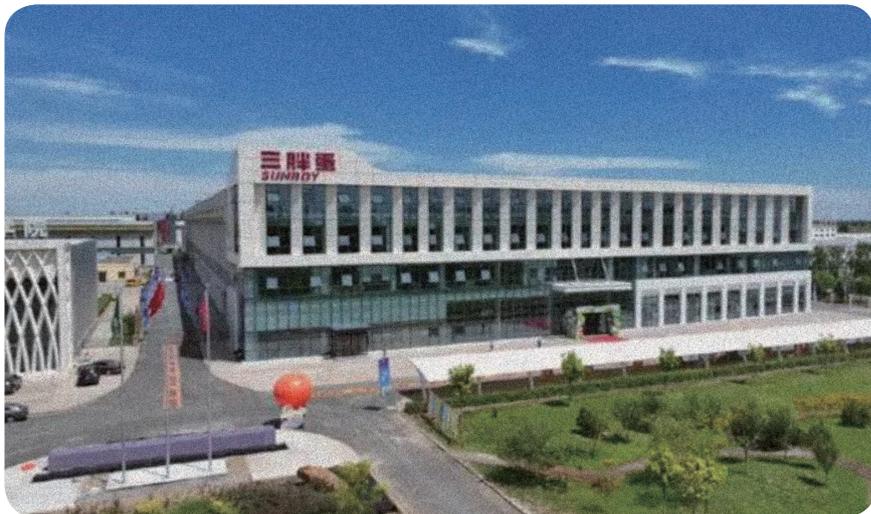
此次的 ERP 部署是为了业务长远发展进行的替换实施，所以在选择上，三胖蛋也经过了多轮调研，虽然公司还不是大型集团化企业，但是还是决定采用 SAP S/4HANA Cloud，搭建业财一体化云 ERP 系统。系统在 2022 年 2 月全面启动实施，将仓储端、生产端、销售端的瓜子全产业链条管理系统全部搬上云端。

三胖蛋集团公司 CFO 由春宇，同时兼任公司 CIO，历时两年多，整体操盘设计和搭建了信息化 2.0 体系。由春宇之前在世界 500 强外企工作多年，对于 SAP ERP 并不陌生，接触 SAP 已经 20 年，经验丰富。同时他也看到非常多快消品领域的头部企业也都在使用 SAP，更坚定了公司选型的决定。

不过切换到 SAP，对于三胖蛋也是一个艰难的考验，要面对管理体系不健全，IT 专业团队不足，关键岗位参差不齐等难题。尽管企业如今已经拥有十余家分子公司，但三胖蛋的体量还没有达到大型集团规模，“大马拉小车”是一个形象的比喻。立足于长期主义来经营企业，三胖蛋愿意为未来买单，可以在规模做到百亿时，无需再进行核心系统的更迭。

大马拉小车的未来式

上了这批“大马”也确实为三胖蛋提供了强大的动力，2023 年 1 月 1 日，



SAP S/4HANA Cloud 正式成功上线，通过近二年时间，三胖蛋在运营效率、业务韧性上都有了明显的变化，为公司的稳健发展提供了有力保障。

之前到了销售旺季，经常会出现缺货的情况，不仅有盘点的问题，也有重复发货问题。使用 SAP ERP 后，进一步优化了三胖蛋的供应链，实现了“一物一码”，所有产品从智能生产到销售、库存信息数据全面打通，三胖蛋可以实时了解整个通路的情况，实现供应链的高效协同和柔性供应链加速应对变化的能力。

“通过产品码，我们可以实现全产业链的可追溯。”由春宇说道，任何一个零售终端，都可以通过扫码了解产品的全产业链信息，包括经销商、仓库、生产工厂、产线、原材料、种植农户，甚至种植葵花使用的哪一批

种子都一目了然。

此外，三胖蛋还建立了全渠道的销售数据实时监控和分析，使销售数据的分析更高效准确，有助于科学决策。

今年三胖蛋荣获了 2024 鼎革奖“年度成长先锋企业”，这不仅是对其数字化转型工作的肯定，也是对未来发展的鼓励。由春宇强调，现在我们仅使用了 SAP ERP 大约 40% 的功能，正处于消化和适应阶段，未来还会做二开、三开……，逐步将系统强大功能更多的释放出来。

随着三胖蛋进入 3.0 阶段，必然会引入 AI 技术，比如通过数据来决策，管理人员可以通过统一的平台实时查看各门店的销售情况，并且可以通过语音进行互动，给予查询人员生成更直观的数据报表，最终利用前沿科技生产力，来释放当下的劳动力。

中小坚果果干企业 如何抓增长

本文来源·世界经理人



在经济繁荣之期，企业增长是理所当然的，不需要太多深度的系统设计，就有很多方式可以选择。但当经济遇冷行业停滞时，增长这件事就没那么简单了。

第一层 用下指标的方式求增长；

处在这一层的坚果果干企业占了大部分，因为在相当长的一段时期里，这种方式是非常有效的，经营者只需要下达增量指标，匹配相应的奖惩绩效制度，由各级管理层分解下去，抓预算、抓负责人，人们就会在一定压力下有所表现，从而产生增量结果。

但是，越是用得顺手的方式，越是让人觉得简单有效的方式，就越容易上瘾，在经济环境变化的时候反而成为了“毒药”，整个组织从上到下都已经习惯了这种模式，他们对业绩增长没有好奇心、想象力及激情，即使实现了目标，氛围沉闷。

下指标求增长的方式，是依赖于劳动关系、依赖于压力的传递，员工们在固有工作方式上施加了更高强

度、更长的时间，却并不会感到兴奋感，要知道，只有更广阔的前景，全新的挑战与机遇发现所带来的兴奋感才能激励人们。

目前是2024年的四季度，相信过不了多久，就有很多企业又开始采取这种方式来谋求2025年的增长目标了，目标也是从这一刻开始失去了原本的意义，变成了压力。如果通过下指标、搞奖惩，就能实现持续的增长，事情是不是过于简单了？

处在这一层次的坚果果干企业，经营者需要学习谦虚、倾听以及开放的心态，否则一定会陷入以下循环怪圈：

经营者想要的目标一下指标一团队有差距一责怪团队一压抑的氛围一更具有压力的管理模式一怎么也够不着想要的目标一下达新目标……

第二层 强化优势能力求增长；

一部分聪明的经营者较为重视“参与”，他们是最高决策者，也是企业的策划师，最懂得企业拥有的优

势是什么，即使已经有了团队，他们仍然自信地认为自己才是组织里最懂的专家，他们很擅长操作一些项目，因此在参与上非常有“深度”，从战略到战术，从框架到细节，从设计到执行，他们富有精力地参与着。

可以看到很多这样的例子：

做 B 端业务起来的经营者在这一领域极为擅长，即使他自己认为 C 端业务同等重要且已经投入团队和资源，仍然对 C 端不屑一顾；

通过品质领先的经营者当然会最为关注品质，除此之外的东西，他们不会太看重；

做销售出身的经营者，认为只有销售团队是挣钱的，其他部门的价值相对弱化；

市场销量最好的依然是老产品，新业务的权重始终低于成熟业务；

只关注自己的产品，花费巨大的力气去寻找提高销量的方式，如果找不到办法，就会转而寻找其他在市场上需求较大的产品。

集中资源放到优势上，这是对的，可是这有一个前提：过去奏效的系统与方法依然拥有明显的竞争优势。上述情况的企业里，经营者和团队其实已经被过去的经历和经验束缚住，习惯了由内而外地审视，因此他们很难在所处的行业中看到广阔的前景，每一次定目标都艰难无比。

企业的优势能力，本质上来讲是实现增长的假设，并不是真理，不少坚果果干企业在某个方面极为专业，甚至行业领先，却依然陷入增长瓶颈。毫不夸张地说，如果不能打破对成熟业务 / 优势能力的思维定势，忽略环境变化，即使业绩在冲高，也如同脚踏虚空，总会有一天会导致亏损。

第三层 塑造企业的持续增长基因；

许多经历了多次组织变革、核心成员更替、反复裁员、流程再造及其他管理措施所带来痛苦的坚果果干企业经营者，无一不想获得增长，可最



终回头一看，他们过去采取的几乎所有行为，都停留在企业固有的经营模式 / 传统优势之上，却没有基于真正的增长（可持续的、富价值的）。

没有一个企业的员工在讨论削减开支、维系现状、抵抗竞争这些话题时会充满激情和创新力，但如果换个角度讨论增长，情况就不一样了。由此可见，增长是经营者的首要思维，并应该逐渐建立起增长的文化基因。

改变自己，永远是经营者最大的挑战，因为惯性的力量是非常大的。拉姆·查兰对增长型领导者有这样的描述：

“无论他们的身份是企业家，还是领导者，增长型领导者从醒来的那一刻起便不断思索着增长的途径。他们是富有创造力与好奇心的人。他们不断寻找机遇，当发现机遇时，他们会进行风险评估，发展出新的、适用的技能去利用机遇，并舍弃那些已不再符合现实需要的旧机遇。”

当然，增长型企业也会使用 KPI，或者 OKR、OGSM 之类的工具，但团队的力量是用在“实现”而非“应对”。

抓增长，是抓的经营模式，前面第一层和第二层的生长模式是基于内

在的，是由内而外的，而要想让企业持续健康增长，无论你是否处于所谓的成熟行业 / 红海市场，只需要做一个改变：

由外而内地开展经营！

经营者的视角必须从自己关心的点，转移到市场上去，不断反思发生了哪些实际变化，而这些变化又如何影响客户的需求？又带来了何种机遇？

看起来是不是很简单？但这却是在对抗经营者的人性本能，现今许多高呼“以客户为中心”的企业，其实非常“傲慢”地做着自己喜欢的事，生产着自己喜欢的产品，做着自己喜欢的市场推广……

但是，可持续发展的密钥就是这么简单直白：持续地调整以适应瞬息万变的外部环境，由外而内地开展经营活动。

对于企业而言，要么增长，要么消亡，而增长又根植于企业经营者的思维模式中，不断地进化以适应环境、赢得竞争，才能让团队成员感受到增长的可能，每一个人都希望看到有增长的前景，而这并不是指标能带来的。📌

海关总署公告 2024 年第 178 号

(关于秘鲁碧根果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）与秘鲁共和国农业发展和灌溉部（以下称秘方）关于碧根果输华检验检疫和卫生要求的规定，即日起，允许符合以下要求的秘鲁碧根果进口。

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；

（二）《中华人民共和国进出境动植物检疫法》及其实施条例；

（三）《中华人民共和国进出口商品检验法》及其实施条例；

（四）《中华人民共和国进出口食品安全管理办法》；

（五）《中华人民共和国海关总署与秘鲁共和国农业发展和灌溉部关于秘鲁碧根果输华检验检疫和卫生要求议定书》。

二、允许进口的产品

允许进口的秘鲁碧根果，是指由秘鲁境内种植的碧根果（*Carya illinoensis*）成熟果实为原料，经挑选、干燥等工艺在秘鲁境内制成去壳或者不去壳的可供人类食用的坚果。

三、食品安全要求

秘鲁输华碧根果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）秘鲁输华碧根果不得带有以下中方关注的检疫性有害生物：衰叶蛾（*Oiketicus kirbyi*）、螺旋粉虱（*Aleurodicus dispersus*）。

（二）秘鲁输华碧根果不得带有



活虫、虫卵、土壤，不得混有杂草种子、植物残体、金属异物和砂砾等杂质。

五、生产企业要求

秘鲁输华碧根果生产企业应确保输华产品符合中国食品安全和植物检疫相关法律法规及中国食品安全国家标准。秘鲁输华碧根果的生产、加工、存放单位应由秘方推荐，并经中方注册。

六、加工过程要求

秘鲁输华碧根果的原料种植、生产、加工、储存、运输、出口全过程，均应符合中国和秘鲁的相关食品安全和植物卫生要求，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

秘鲁输华碧根果应使用符合食品

安全和植物检疫要求的新的、干净卫生的材料包装，运输过程中应防止发生撒漏。每一包装应以中文或英文标注“本产品输往中华人民共和国”，以及碧根果的品名、产地、生产加工企业名称及其在华注册编号、出口商名称和地址及其他可追溯信息。

八、运输要求

秘鲁输华碧根果装运前，秘方应对运输工具进行检查。运输工具应符合卫生要求，不得带有检疫性有害生物或其他限定性检疫物，如杂草籽、活体昆虫、植物残体、土壤以及其他杂质。

九、证书要求

经官方检验检疫合格后，秘方应对批准输华的碧根果出具植物检疫证书。植物检疫证书附加声明栏中应注明碧根果生产加工企业名称、在华注册编号及“该植物检疫证书所证明的碧根果符合中秘双方于 2024 年 11 月 14 日在利马签署的关于秘鲁碧根果输华检验检疫和卫生要求议定书的规定。该批货物不带有衰叶蛾（*Oiketicus kirbyi*）、螺旋粉虱（*Aleurodicus dispersus*）等中方关注的检疫性有害生物。”

十、其他要求

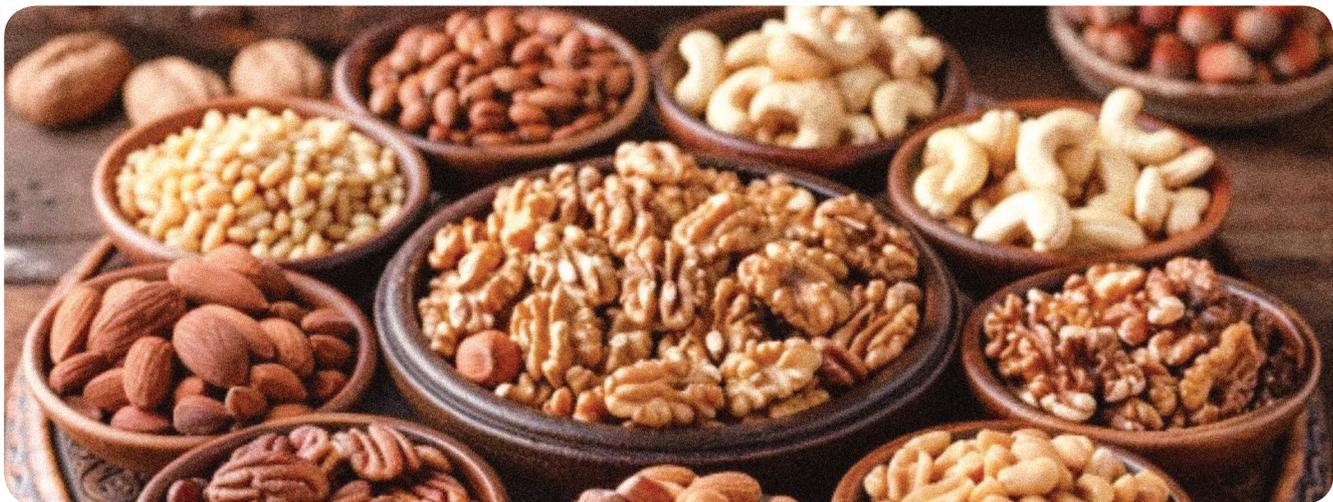
秘鲁输华碧根果应来自获得中方注册的企业。获得注册的秘鲁输华碧根果企业名单可通过海关总署网站查询。

特此公告。

海关总署

2024 年 12 月 2 日

秋冬季，请让这些“护心使者” 加入你的健康餐盘



秋冬季节，各类坚果集中上市，琳琅满目，令人食指大动。坚果不仅营养丰富，对保持心脏健康也有着明显、积极的守护作用。今天，就让我们跟随华东医院营养科徐丹凤副主任技师，一起来了解坚果的营养价值以及如何健康吃坚果。

研究发现，经常吃坚果的人，患心脏病或死于心脏病的风险比很少吃坚果的人低。每周吃几次坚果可将心肌梗死、猝死和心血管疾病的风险降低30%—50%。

不同坚果所含的营养成分不同，在日常健康饮食中加入多种坚果，是一个明智的选择。

营养丰富的“六边形战士”

坚果是能量密集的食物，大自然赋予它们丰富的有益营养素和生物活性物质，让坚果这位“六边形战士”能担起“护心使者”的美名。

作为脂肪含量仅次于植物油的天然植物性食物，坚果中所含有的脂肪约有一半是“好”脂肪，即单不饱和脂肪酸和多不饱和脂肪酸。

以核桃为例，每100克核桃含约

10克 α -亚麻酸，这是一种主要来源于植物的 ω -3脂肪酸，有助于降低心脏病发作和脑卒中风险。

坚果富含其他宏量营养素和生物活性物质，它们不仅是植物蛋白质的优质来源，还富含具有重要作用的氨基酸——L-精氨酸，对改善血管内皮功能有显著效果，有助于降低血压。坚果是膳食纤维的优质供应者，每100克坚果含3—12.5克膳食纤维，能增加饱腹感，减少摄入不健康的食物。

坚果是叶酸的丰富来源，花生的含量最高；杏仁和榛子富含抗氧化维生素（如维生素E）；

所有坚果都含有一定量的抗氧化剂——多酚，以核桃、开心果和碧根果的含量最高。

需提醒的是，多酚主要存在于坚果仁的外层果皮中，推荐吃未加工且带皮的坚果。

坚果也是钙、镁、钾等有益矿物质的宝库，且钠含量通常很低，这样的矿物质组合有助于预防高血压、改善胰岛素敏感性，并减少心血管疾病风险，还能对抗骨骼矿物质流失。

坚果不含胆固醇。

坚果的脂肪组成中富含一种名为“植物固醇”的化合物，可干扰坏胆固醇的吸收。

植物固醇在肠道内的含量超过1克时，对降低血液内的胆固醇水平有着显著助益。开心果和杏仁的植物固醇含量特别高。

美味坚果也要健康吃

成年人应将适量摄入坚果纳入健康饮食计划中，推荐每周吃4—6份坚果，每份约为一小把（35克左右）的整颗坚果。优选无盐或无糖添加的坚果，额外添加盐或糖可能削弱坚果对心脏健康的潜在益处。

每份坚果平均热量约为185千卡，在享受美味的同时，建议将它作为零食和部分正餐的替代品，能有效避免体重增加、减少罹患心脏病的风险。

日常可用坚果代替薯片等不健康的零食，或尝试在烹饪主菜时用坚果替代部分肉类，也可在沙拉中加入坚果，增添香脆口感，享受更加健康的美味体验。

杏仁 多项好处征服你



杏仁不仅是美味的食物，还具有很高的药用价值。

1. 益血管、抗氧化、抗衰老

现代研究发现，杏仁富含不饱和脂肪酸和维生素E，这些物质对于抗氧化、抗衰老以及保护心血管系统都有一定的作用。

杏仁中的不饱和脂肪酸有助于防止脂肪堆积，软化血管，并在一定程度上降低低密度脂蛋白和血清中的胆固醇水平，从而有助于预防高血压、高血脂等心血管疾病。

2. 高蛋白

杏仁蛋白属于优质蛋白，易消化，是一种食用价值非常高的植物蛋白。

3. 润肺止咳

杏仁有止咳、润肺、止喘作用，能有效对付秋天常出现的咳嗽症状。

苦杏仁搭配麻黄、甘草：可治疗风寒咳嗽；

苦杏仁搭配桑叶、菊花：可治疗风热咳嗽；

苦杏仁搭配阿胶、浙贝等药物：可治疗肺燥咳嗽。

4. 通便

杏仁还可以用来治疗便秘。由于杏仁含有丰富的油脂，具有润滑作用。同时它还可以入肺经，宣肺的同时开启大肠之气，从而缓解便秘症状。

入膳建议选甜杏仁

苦杏仁需要在医生的指导下服用生活中，我们常能见到三种杏仁：煲汤的甜杏仁，入药的苦杏仁，还有当零食吃的大杏仁。

巴旦木和中药里使用的杏仁并不是同一种东西。

巴旦木：超市里常见的大杏仁，也叫巴旦木，其实是扁桃仁，属于桃属。

中药里使用的杏仁是否或山杏的种子，属于杏属。从杏仁的种类来说，还分为甜杏仁和苦杏仁。

甜杏仁：也叫南杏仁，多用于膳食。个头较大，颜色较浅，形状较为对称。

苦杏仁：一般在中药里使用，相对较小且圆，不太对称。

苦杏仁谨慎食用

尽管杏仁具有诸多好处，但并不能随便食用，尤其是苦杏仁。

苦杏仁中含有一种名为苦杏仁苷的物质，在苦杏仁酶的作用下会生成具有强烈毒性的氢氰酸，过量食用会导致中毒甚至死亡。

因此，在食用杏仁时一定要注意以下几点：

苦杏仁一定要在医生的指导下服用。



《中华人民共和国药典（2020年版）》规定苦杏仁一次用量不能超过10克。

对于血糖偏高人群和易过敏人群应尽量避免饮用含有杏仁的饮品。

生活中适量食用甜杏仁，同样可以起到止咳润燥的作用。

杏仁虽说营养价值高、健康功效也有不少，但它也是一种热量较高的食物，所以咱们吃杏仁需要注意控制量，按照《中国居民膳食指南（2022）》的推荐，平均每周摄入50~70克的坚果，也就是每天10克左右。

杏仁蜂蜜柚子饮：养阴润燥

适合秋季易口干舌燥的人群饮用

食材：

杏仁10克、适量蜂蜜、20克柚子皮和30克柚子肉。

做法：

先把杏仁捣烂砸碎，然后用柚子皮（把白瓤去掉切丝）来煮茶，在快熟的时候放入杏仁和蜂蜜，最后把柚子肉加进去煮一会儿即可。

注意：

血糖偏高人群和易过敏人群尽量避免饮用。

健康小贴士

1. 好处：益血管、抗氧化、抗衰老、控血糖、止咳、通便。

2. 入膳建议选甜杏仁，甜杏仁个头较大，颜色较浅，形状较为对称。

3. 小心苦杏仁，过量食用会导致中毒甚至死亡。

4. 食用量：平均每周摄入50~70克的坚果，也就是每天10克左右。

5. 养生推荐：杏仁蜂蜜柚子饮——养阴润燥，适合秋季易口干舌燥的人群饮用。



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



COMPANY PROFILE 公司简介

安徽犄犄食品科技有限公司前身是南京华扬香精香料实业有限公司,成立于1994年,是国内专业从事食品香精、食品调味料、日用香精的大型生产厂家之一。公司高度重视产品质量和食品安全,通过并获得“ISO9001国际质量体系认证”、“ISO14001国际环境体系认证”、“ISO22000食品安全体系认证”、“HACCP体系认证”、“职业健康安全体系认证”、“食安安徽”品牌证书和“企业信用等级AAA证书”等。公司拥有现代化的香精工业生产系统,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香精市场。公司通过了“清真食品认证书”,为国内外清真食品企业提供服务。2013年6月公司更名为安徽犄犄食品科技有限公司,投入5000多万元在滁州南谯工业开发区内建设新的生产基地,新工厂环境优美,地理位置优越,是一座花园式工厂。

公司拥有国际先进的研发、分析、检测仪器设备以及资深的各类型专业技术人才,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。立足香精香料行业的科技前沿,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。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60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,致力打造成为国内一流的香精香料品牌企业。

网址: www.bbflavors.com





绍兴老字号



Pine Nuts

手剥松子



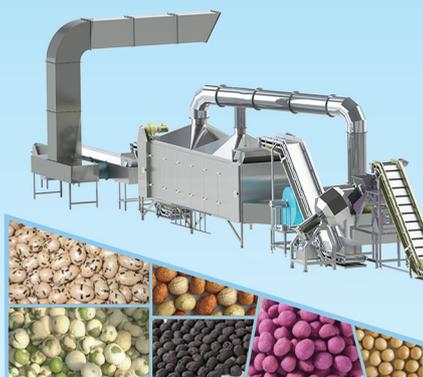
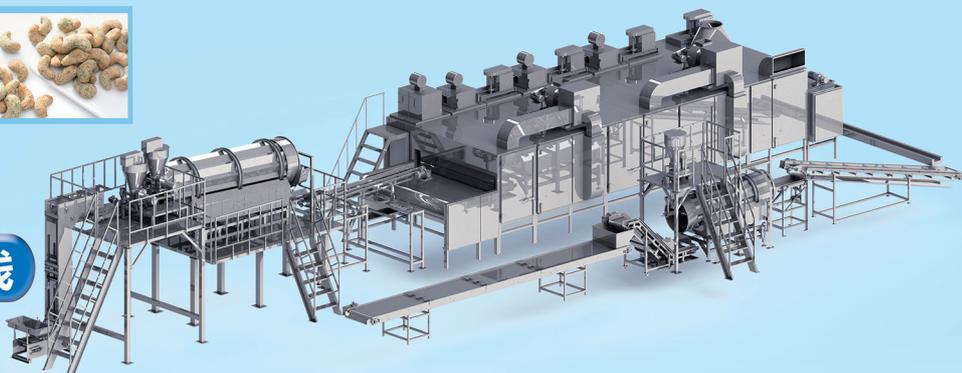
追求品质·创造未来!

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

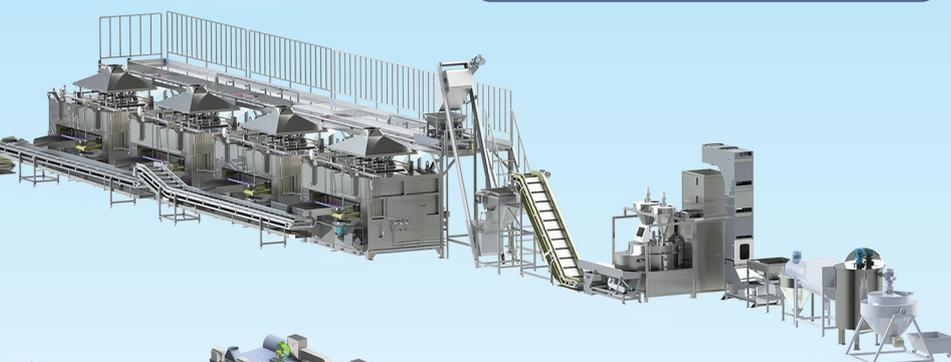
地址：浙江省诸暨市枫桥镇宜桥头
电话：86-575-87046355
传真：86-575-87435178
网址：www.hezifood.cn



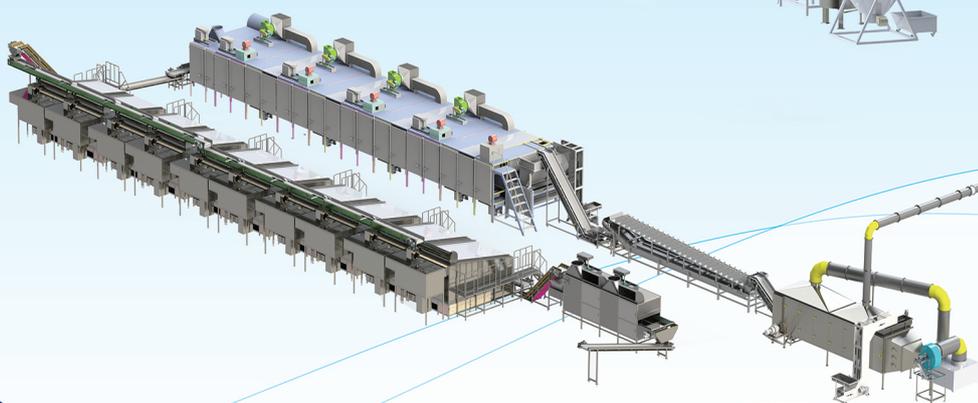
坚果仁浅裹粉烘烤生产线



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

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

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

姚生记
山核桃

【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

坚果果干展会网

NUTS AND DRIED FRUIT 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.数千家展商同台参展、24小时观展洽谈;
- 3.在展会现场参与直播带货,帮助企业找订单拓市场;
- 4.有机会受邀参与企业采访,助推企业品牌宣传推广;
- 5.及时了解全球坚果果干行业信息 市场行情 消费者需求;
- 6.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:cnfiec@csnc.cn 邮 编:100055
 地 址:北京市西城区马连道南街6号院1号楼1208室



坚果果干食品展公众号