



坚果果干

www.csnc.cn

2025第二期 (总第一百一十一期)



AMD® 中科光电

From Deep learning to Deep vision

从深度学习到深度视觉

— DeepSeek的突破与中科光电的探索

>> 将为行业带来什么?

>> 探索未至之境……

大道至美 柔和之美——三八妇女节专栏

向阳而生的力量——致敬坚果果干行业中的“她”光芒

出席2025'第十八届坚果果干食品展各项活动的通知

小零食大变量，不加糖的零食藏着哪些“甜蜜机会”？

基于坚果营养价值的食用场景探索和推广

长期食用坚果对身体的影响——健康与美味的平衡

主办单位: 北京中坚果果信息技术服务有限公司
2025.02
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

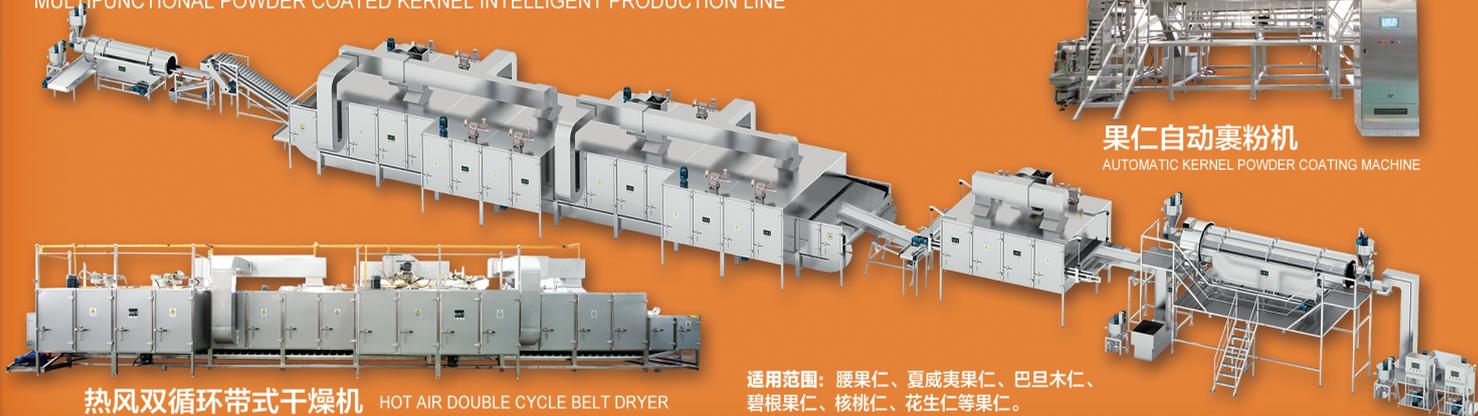
ORIGINAL ROASTING INTELLIGENT PRODUCTION LINE



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



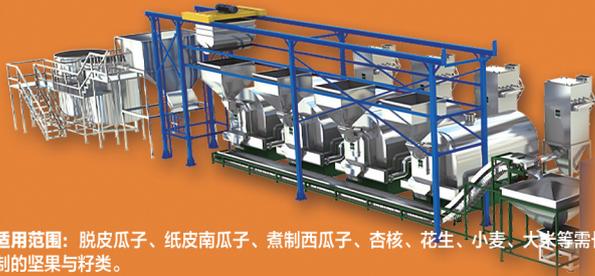
果仁自动裹粉机
AUTOMATIC KERNEL POWDER COATING MACHINE

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

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第二期 (总第一一十一期)

AVD 中科光电
From Deep learning to Deep vision
从深度学习到深度视觉
— DeepSeek的突破与中科光电的探索
— 将为行业带来什么? — 探索未来之端——

大道至美 柔和之美——三八妇女节专栏
向阳而生的力量——致敬坚果果干行业中的“她”光芒
出席2025第十八届坚果果干食品展各项活动的通知
小零食大变量，不加糖的零食藏着哪些“甜蜜机会”？
基于坚果营养价值的应用场景探索和推广
2025.03
长期食用坚果对身体的影响——健康与美味的平衡

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 | 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 | 高春 | 葛运兵 |
| 姜念波 | 金龙 | 梁金辉 |
| 潘明亮 | 乔如柏 | 孙美 |
| 王文林 | 王育平 | 王志强 |
| 薛凌宇 | 余雄伟 | 严明 |
| 张阿妮 | 张凡 | 张经发 |
| 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

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交流，任何形式的转载、转发需经本刊书面许可。

向阳而生的力量

——致敬坚果果干行业中的“她”光芒

当春日的暖阳穿透料峭寒意，当枝头的嫩芽悄然舒展身姿，我们又一次迎来了这个属于女性的节日——“三八”国际劳动妇女节。我站在这个特殊的节点回望，妇女节专栏创办多年来那些温暖人心的故事如星辰般在记忆长河闪耀，而其中最璀璨的星光，始终来自那些以柔韧之姿撑起行业天空的巾帼身影。

播撒火种： 让沉默的力量被看见

多年前，我们在云南临沧的澳洲坚果种植园里，目睹了这样一幅画面：晨曦微露的山坡上，身着民族服饰的妇女背着竹篓穿行林间，她们布满茧子的手精准采摘着每一颗青皮果实，清晨露水打湿的鬓角在阳光下折射出细碎光芒。那一刻，我们突然意识到，坚果果干行业这个看似充满硬核机械与商业博弈的领域，实则处处涌动着女性特有的生命力量。

从决策层的运筹帷幄到生产车间的精益求精，从实验室的技术攻坚到田间地头的品质把控，女性工作者们用特有的细腻与坚韧编织着行业发展的经纬。她们可能是凌晨三点守在烘烤车间调整参数的品控主管，可能是翻山越岭指导农户种植技术的农艺师，也可能是面对国际客户据理力争的外贸经理。这些散落在产业链各环节的珍珠，需要被一根温暖的丝线串联成链，这正是我们创办妇女节专栏的初心——让行业中每个岗位上的女性光辉都能照亮行业的天空。

星光成炬： 那些镌刻在时光里的姓名

翻开多年来累积的妇女节专栏档案，那些跃然纸上的身影勾勒出行业女性群像的丰盈轮廓。



陈榆秀

“夏果妈妈”陈榆秀扎根云南三十载，将一颗青皮澳洲坚果打磨成乡村振



兴的金钥匙，她常说“坚持不是咬牙硬撑，而是像澳洲坚果树那样，把根深深扎进土地”；



陈奇

洽洽“创二代”陈奇在传统与创新碰撞中突围，用年轻视角重构坚果零食的快乐方程式，证明守业从来比创业更需要智慧；



陈玲彦

黄土高坡上的“芝兰花”陈玲彦，在男性主导的商贸领域开辟出独特赛道，让西北干果的醇香飘向世界餐桌。

更令人动容的是那些平凡岗位上的不凡坚持。



张凡

开封朗瑞机械的张凡总经理，在设备研发中融入女性特有的温度感知，研发出更多种坚果生产线等食品加工设备；



陈湘婷

三枝梅的陈湘婷总经理在跨境电商的浪潮中，用文化解码打通国际贸易的任督二脉。

她们的故事里没有惊天动地的戏剧冲突，却充满细水长流的生命质感，正如山核桃在岁月沉淀中积累风味，腰果在高温淬炼后绽放香甜。

春山可望： 致敬每一份柔韧的绽放

在这个特别的日子，我们要向全国坚果果干行业的女性工作者致以最诚挚的敬意。你们在烘烤车间被热浪

灼红的脸颊，在种植基地晒出分界线的脖颈，在谈判桌上镇定自若的眼神，在实验室记录数据的专注侧影，共同构成了行业最美的风景线。那些浸透在果香里的岁月，那些镌刻在年轮中的智慧，那些流淌在产业链中的温柔力量，正在重塑这个传统行业的基因。

我们深知，每篇报道记录的不仅是个人奋斗史，更是整个行业女性成长的时代切片。当“她力量”从个案成为现象，当女性领导力从特例变为常态，这个以“硬核”著称的行业正在生长出新的可能性。就像经过精密分选的坚果仁，既保持着自然的质朴本真，又具备了走向世界的标准品质，新时代的职业女性正在传统与现代的碰撞中，找到属于自己的平衡美学。

站在新的起点眺望，我们看见更多年轻面孔加入这场接力。95后的产品经理将国潮美学注入包装设计，00后的质检员用大数据守护舌尖安全，返乡创业的女大学生用直播电商架起田间与餐桌的桥梁。她们用更轻盈的姿态诠释着责任，用更开放的思维解构着传统，在数字时代的浪潮中，书写着属于这个时代的“她传奇”。

亲爱的行业同仁们，当你们拆开一包每日坚果补充能量时，当你们为家人选购健康果干时，请记得这些美好背后凝聚着无数行业同仁的智慧与汗水。让我们继续以坚果般的坚韧破壳生长，如果干般的纯粹沉淀价值，在这个充满机遇的时代，共同酿造属于女性、属于行业、属于奋斗者的甜蜜事业。

谨以此文，致敬所有在坚果果干行业绽放芳华的女性工作者。愿我们永远保持破土而出的勇气，向阳生长的力量，以及静待花开的从容。

主编：

陈洋



翁洋洋

近日看到一段视频：
一位86岁的妈妈，从医院手术后出院，因坐车会晕车难受，二个儿子，二个女儿，为了不让妈妈难受，用手板车铺就了一张舒适的床，让妈妈躺在车床上，
严冬腊月，4哥姐们一路小心翼翼地替着推车回家，并细心地避开路途滑坡与不平路面，尽量减少车辆的颠簸，四哥姐们轮着给妈妈喂水喂饭，陪妈妈说话聊天，一路悉心照料，不让妈妈难受，不让妈妈寂寞！
从医院到家足足60多公里，足足走了37个小时！
那时那刻，我用遍全天下所有的语言都无法表达我内心的感动与激动！更无法表达我对这四位儿女的赞美与颂美！
千千万万句，并发成一句：祝愿全天下的妈妈都拥有这样的儿女！
祝愿世代代的妈妈们，世代代都拥有这样的儿女！

这个春节最为火爆的无疑是电影《哪吒2》，不但创造了历史，成为了国漫的骄傲，更是对现实生活的深刻映射。不仅让我们欣赏到了美轮美奂的故事场景，也让我们从中看到了自己的影子。电影里哪吒的母亲殷夫人对哪吒无条件的母爱，为了他牺牲自己的场景，让同为母亲的我们热泪盈眶。
现今社会，人们都忙着追求物质和成功，常常忽略身边最为珍贵的情感，亲情、友情在忙碌中逐渐变得淡薄，大家更看重利益的交换，而不是情感的交流。问问自己，有多久没给不在同一城市的父母打电话了？有多久没有和一起长大的发小联系了？殷夫人对哪吒纯粹的爱，我相信看到这个场景的大部分人都能重新感受到了真挚情感的温暖和力量。
爱是接纳，是肯定，去爱人，更要爱自己！



杨倩



张蕾

王阳明曾说：“不要去操心他人，哪怕是你的亲人，多年形成的认知，并非你只言片语能唤醒的，人难以被叫醒，唯有痛了才会醒。管他人一分，人家就会恨你一分，故而，莫管他人，多管好自身。”这个世界上最难的两件事情，一是把别人的钱放进自己的口袋，二是把自己的思想装进别人的脑袋。第一件事触及别人的利益，第二件事情触及别人的灵魂无论是谁，触及别人的利益，想赚到别人口袋的钱，你说难不难？因为所有人都会捂紧自己的口袋。而触及别人的灵魂，更加难上加难，因为没有人会因为你说一句话就突然醒悟。
真正的智者早就懂得修好自己的心，立好自己的德，渡可渡之人，帮可帮之人，余下的人尊重他的命运就好。

冬日的严寒逐渐退去，大地开始披上嫩绿的新装，万物复苏，生机盎然。春风轻拂，带着泥土的芬芳和花香的甜蜜，让人心旷神怡，所有的烦恼都随着冬日的离去而消散。春暖花开，不仅带来了自然界的生机与活力，更在人们心中种下了希望的种子。让我们在这美好的季节里，拥抱自然，珍惜时光，以积极乐观的态度迎接每一个挑战，共同书写属于自己的春天故事。



张淑芳



赵斌

今天阳光明媚，万里晴空，我的心情格外舒畅。坐在绿化公园的长椅上，阳光透过树枝，光影斑驳，懒洋洋地洒在身上，给寒冷的天气添了几分暖意。突然发现，自己已经许久没能这样亲近大自然。放下疲惫，畅快呼吸新鲜空气，享受这片刻宁静与祥和，感觉整个世界都在对我微笑。
听着周围孩子们欢快的嬉闹声，感受他们的快乐活力，我的心情也跟着飞扬起来。领导和同事们的关怀和鼓励，让我信心满满；企业们的支持与肯定，也让我心里倍感温暖。
在快节奏的生活里，能偶尔停下来享受这样的时刻，即便只是短暂的，也足以让我满心感激。愿我们每个人的好心情如这阳光，充满生活中的每一天，让我们对未来满怀期待，在忙碌中寻得片刻宁静，享受生活的小确幸。充好电后，继续大步向前。



王欣

生活，就像一本厚厚的书，每一页都写满了故事。有时，这些故事平淡如水，波澜不惊；有时，却又似惊涛骇浪，让人猝不及防。然而，真正的生活之美，往往藏在那些看似平凡的日常里，等待着我们去发现、去珍惜。
工作中的压力与挑战，也是生活的一部分。当我们大家一起为了筹备展会奋战，面对复杂的问题时，或许会感到沮丧和无助。然而，正是这些困难，让我们学会了成长，锻炼了我们的意志。每一次克服困难后的成就感，都如同黑暗中的一盏明灯，照亮我们前行的道路。在这个过程中，我与同事并肩作战，共同攻克难题，收获的不仅是工作上的成果，更是珍贵的友谊和团队精神。每一天，都是一个新的开始，每一次出发，都是一次对自我的超越。这些在工作中积累的点点滴滴，都成为了我人生宝贵的财富。

春风拂过窗台，嫩芽在枝头舒展，仿佛每一寸阳光都在诉说新的故事。这个春天，我愿以一颗破土而生的种子自勉——在中坚坚果这片沃土上，用文字浇灌灵感，用热忱拥抱挑战。即将到来的展会，是机遇亦是舞台，我会像春日里的枝叶般努力向上伸展，打磨每一篇稿件，斟酌每一处细节，在字词的缝隙里寻找温度，在句读的起伏间校准节奏，让专业与创意在笔尖悄然绽放。
你看，万物生长从无捷径，正如我们每一次伏案耕耘都藏着未来的繁花。愿与伙伴们共赴这场春的约定，以勤勉为风，以信念为光，在工作的土壤里扎根，在成长的季节里向阳而生。



王子英

珍惜那个和你聊得来的人



人与人之间最舒服的状态 就是能聊得到一起

或许你也有过这样的经历：在聊得来的人面前，你像是被打开了话匣子，滔滔不绝，有说不完的话；在聊不来的人面前，你却像是变了个人，问答式对话，坐立难安，只想赶紧结束。

其实，接触到的人越多就越会觉得，人与人之间最舒服的关系，莫过于能聊得来。和一个聊得来的人在一起，仿佛有说不完的话题，从诗词歌赋到日常琐事，从童年趣事到未来规划，会为一部电影、一本书热烈讨论，也会为一只可爱的宠物一起欢笑……

聊得来的人，会理解你的喜怒哀乐，会在你欢笑时陪你开怀，在你落泪时给你安慰。那种被懂得、被接纳的感觉，如同冬日里的暖阳，温暖而惬意。这样的相处，没有压力，没有负担，有的只是心灵的契合和情感的交融。

聊得来的人 经得住时间的考验

有人说，“聊得来”的深层含义，其实是读得懂你的内心，听得懂你说的话，跟得上你的见识。随着时间的推移，我们的生活在不断变化，我们的思想也在不断成熟。而聊得来的人，会和我们一起经历这些变化，在各个阶段都能与我们保持心灵的对话。

生活中，我们也难免也会遇到一些挑战。聊得来的人，会始终站在我们身边，为我们出谋划策，用温暖的话语鼓励我们，用坚定的支持陪伴我们。他们不会因为时间的流逝而疏远，不会因为距离的阻隔而冷淡。

这份经得起时间考验的情谊，如同美酒，越品越香，越久越醇，会成为我们生命中最宝贵的财富。

遇到一个聊得来的人 是件幸运的事

聊得来的人可能在不经意间出现在我们的生命里，一个眼神、一句话，便让我们有一种相见恨晚的感觉。从此以后，我们不再孤单，不再彷徨。

你抛梗，他接；你倾诉，他听，心有灵犀，又百聊不厌。当我们遇到困难想要倾诉时，对方会耐心倾听；当我们取得成就想要分享时，对方会真心为我们高兴。

这份幸运，值得我们用心珍惜、用心经营。因为，在这漫漫人生路上，能有一个聊得来的人相伴，是何等的幸福。让我们紧紧握住这份幸运，用真诚和关爱去珍惜那个聊得来的人。 

目录

编者之声

- 05 向阳而生的力量
——致敬坚果果干行业中的“她”光芒

06 编辑部心情驿站

品位人生

- 07 珍惜那个和你聊得来的人

热点关注

- 12 关于出席 2025' 第十八届坚果果干食品展览会暨采供大会
及各项会议活动的通知

3.8 妇女节专栏

- 18 大道之美 柔和这美
——向坚果果干行业的女性代表致敬
- 19 在我这里没有不行，只有行
——记梅河口市松籽协会 崔琳
- 20 种下一颗坚果期待来日收获满怀
——记杭州新亿恒食品有限责任公司总经理 许萌
- 21 诚实向善，初心向阳
——三胖蛋市场经理 白林

产业经济

- 22 小零食大变量，不加糖的零食藏着哪些“甜蜜机会”？

专家视点

- 26 基于坚果营养价值的食用场景探索和推广

产业链

- | | |
|-----------|--------------------------|
| 产品 | 32 姚生记西湖礼 恋上杭州 |
| | 38 七彩野地花生 自然甜 |
| | 48 “夏果妈妈”系列多味夏果仁产品开发 |
| 设备 | 49 自动化核桃剥壳取仁生产线产业化 |
| 辅料 | 50 driedfruits australia |
| 种植 | 55 土耳其榛子介绍 |



行业信息

- 62 来伊份与养饕记达成战略合作，携手开创零食行业新格局
- 62 三只松鼠年货节大丰收：分销渠道18亿、传统电商8.4亿、短视频电商6.55亿
- 63 三胖蛋霸屏新潮传媒，蛇年春节大爆款，大吉大利大瓜子！
- 64 沃隆坚果深度布局年货节市场，全方位迎接消费热潮
- 65 盐津铺子“撤资”鸣鸣很忙，背后或有新动作



世界之窗

- 66 24/25 产季秘鲁蓝莓出口大涨 61% 新品种 Sekoya POP 后来居上
- 66 2025 澳洲巴旦木产量预测公布，产量预测较之前预测略降
- 66 哈萨克斯坦加工和罐装坚果产量大幅增长
- 67 缅甸启动菠萝输华准备工作
- 67 智利去年出口农林牧产品超 200 亿美元中国是最大买家
- 67 越南腰果业下决心保持出口纪录
- 68 泰国榴莲出口开始恢复，越南仍卡在检测环节，榴莲价格暴跌 50%
- 68 中国截止 11 月澳洲巴旦木进口量猛增 123%



企业管理

- 70 配送网络是集中还是分散？
坚果果干企业需要从这 4 个方面考虑
- 72 上海来伊份从未停止寻求转变的步伐

科技标准

- 73 东北松子提质增产技术改造

营养与健康

- 74 长期食用坚果对身体的影响——健康与美味的平衡
- 75 要想肠道好 常吃这几种食物



CONTENTS



Voice of Editor

05 Sunward Strength—Saluting the Radiant Women Powering in the Industry of China Nuts & Dried Fruit

06 Soul Station of Editorial Department

Experience the life

07 Cherish the One Who Truly Connects with Your Heart

Hot Spots

12 Notification Regarding Participation in the 18th Nuts & Dried Fruit Food Exhibition, Sourcing Conference, and Associated Events in 2025

International Women's Day (March 8) Special

- 18 A Tribute to Female Leaders in the Nuts and Dried Fruit Industry
- 19 "Nothing Is Impossible, Only Possible"
— Cui Lin, Meihekou Pine Nut Association
- 20 Plant a Nut and Look Forward to a Bountiful Harvest in the Future—Xu Meng, General Manager of Hangzhou Xinyiheng Food Co., Ltd.
- 21 Integrity and a Heart of Kindness—Bai Lin, Marketing Manager of Sanpangdan

Industrial Economy

22 Small Snacks, Big Potential: The "Sweet Opportunities" Hidden in Sugar-Free Snacks

Expert Perspective

26 Exploration and Promotion of Edible Scenarios Based on the Nutritional Value of Nuts

Industrial Chain

- Product** 32 Yao Shengji's West Lake Gift, Falling in Love with Hangzhou
- 38 Colorful Wild Peanuts: Naturally Sweet
- 48 Development of the "Xiaguo Mama" Series of Flavored Macadamia Nut Products

Equipment 49 Industrialisation of the Automated Walnut Shelling and Kernel Extraction Production Line

Accessories 50 driedfruits australia

Plant 55 Introduction to Turkish Hazelnuts

Industry Information

- 62 LAIYF and Yangchanji Reach a Strategic Cooperation to Create a New Pattern in the Snack Industry Hand in Hand
- 62 Three Squirrels Achieve a Bountiful Harvest during the

- Spring Festival Goods Festival: 1.8 billion yuan in the distribution channel, 840 million yuan in traditional e-commerce, and 655 million yuan in short video e-commerce
- 63 Sanpangdan's Giant Sunflower Seeds Launch Full Takeover on New Trend Media, Emerging as the Definitive Blockbuster Snack of the Lunar New Year (Year of the Snake)
- 64 Wolong Nuts Deeply Layout the Spring Festival Goods Festival Market, Fully Preparing for the Consumption Upsurge
- 65 Yanjinpuzi Withdraws Investment from "Mingming Henman," Hinting at Upcoming Strategic Shifts

Window of the World

- 66 The Export of Peruvian Blueberry in the 24/25 Production Season Has Surged by 61%, and the New Variety Sekoya POP Is Gaining Ground
- 66 The Production Forecast for Australian Almonds in 2025 Has Been Announced, with the Output Forecast Marginally Lower Than Previous Estimates
- 66 The Output of Processed and Canned Nuts in Kazakhstan Has Increased Significantly
- 67 Myanmar Starts Preparations for Exporting Pineapples to China
- 67 Chile's Exports of Agricultural, Forestry and Animal Husbandry Products Exceeded 20 Billion US Dollars Last Year, and China Is the Largest Buyer
- 67 The Cashew Industry in Vietnam Is Determined to Maintain the Export Record
- 68 The Export of Thai Durian Starts to Rebound, While Vietnam Remains Stalled in the Inspection Process, Leading to a 50% Drop in Durian Prices.
- 68 China's Import Volume of Australian Almonds Surges by 123% as of November

Business management

- 70 Should the Distribution Network Be Centralized or Decentralized? Nuts and Dried Fruits Enterprises Need to Consider These Four Aspects
- 72 Shanghai LAIYF Has Never Stopped the Pace of Seeking Transformation

Laws and regulations

73 Technological Transformation for Enhancing the Quality and Increasing the Yield of Northeast Pine Nuts

Nutrition and Health

- 74 The Impact of Long-Term Nuts Consumption on the Body: Striking a Balance Between Health and Deliciousness
- 75 To Maintain Healthy Intestines, Regularly incorporates These Types of Foods into Your Diet

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



净含量: 1.25kg(190gx1, 200gx1, 250gx1, 210gx1, 220gx1, 180gx1)

宁波恒康食品有限公司
 NINGBO HENGLKANG FOOD CO., LTD.

精

要

精

中国坚果果干食品展览会组委会

ORGANIZING COMMITTEE OF CHINA NUTS AND DRIED FRUITS FOOD EXHIBITION

关于出席2025'第十八届坚果果干食品展览会暨采供大会 及各项会议活动的通知

全国坚果果干全产业链企业、全渠道营商企业、国内外有关企业单位：

2025'第十八届坚果果干食品展览会暨采供大会，定于2025年4月15-19日在安徽省合肥市举办。

本届展会规模及国际化程度将再创新高，展会面积超15万平米，汇集全球全产业链2500多家企业近2万款产品参展。新增设全国各地坚果果干特色食品馆、中国零食节令礼品馆、原辅料馆、多功能活动区及欢乐嘉年华体验区等，为国内外坚果果干企业采供双方带来新体验和新价值同时，共同探索全球坚果果干产业持续优质发展的创新之路！

展会同期将举办多场次的会议活动，从源头种植、原辅料、设备、加工到科技标准，以及国内外全渠道营销市场，深入剖析、探讨全行业发展现状及新趋势，通过参观、参会、交流学习，助力企业开拓新视野、提升新认知、寻求新商机、合作共赢。现诚邀您出席，具体内容通知如下：

一、展会及会议时间：2025年4月15-19日（15、16日报到，16日全天会议，17-19日展会）

二、展会及会议地点：展会：安徽省合肥市滨湖国际会展中心；会议：合肥白金汉爵大酒店

三、展会及会议内容：详见附件1：展会及会议活动议程

四、各地区政府、行业协会在展会期间举办会议和活动，请与组委会联系，组委会将提供预定会场等各项服务。

五、报到及报名要求

（一）会议报到

1. 报到时间：2025年4月15日全天

2. 报到地点：合肥白金汉爵大酒店(安徽省合肥包河区滨湖徽州大道5111号，酒店联系人：赵德伟13515607493)

3. 会议时间：2025年4月16日全天

（二）参展商报到、布展时间及地点

1. 主展馆、5号馆、6号馆、7号馆、8号馆及嘉年华参展企业报到及布展

(1) 报到时间及地点：2025年4月15日全天、16日上午，合肥白金汉爵大酒店；16日下午合肥滨湖国际会展中心登陆大厅，从锦绣大道1号口进入；

(2) 布展时间及地点：2025年4月16日下午2:00后，主展馆、5号馆、6号馆、7号馆、8号馆及嘉年华展区可进入布展，从锦绣大道1号口进入。

2. 2号馆、3号馆、4号馆报到及布展：2025年4月15、16日，在合肥滨湖国际会展中心2号馆南2门报到，从锦绣大道10号进入。

（三）参观报名方式

1. 线上报名

(1) 扫描右方二维码登录坚果果干展会网，填写预约参观参会信息后提交，即报名成功；

(2) 扫描右方二维码，关注微信公众号“坚果果干食品展”后点击【线上报名】，填写预约参观参会信息后提交，即报名成功；



凡通过线上方式预约观展的参观商将免收参观费，并直接通过闸机扫描身份证或报名二维码进入参观。

2. 现场报名

时间：2025年4月17-19日

地点：合肥滨湖国际会展中心

(1) 一号报到处：合肥滨湖国际会展中心登陆大厅（锦绣大道1号口进入）；(2) 二号报到处：2号馆、3号馆西面（广西路7号口进入）；(3) 三号报到处：4号馆、7号馆南面（南京路6号口进入）。

展会现场报名的参观商，将收取每人58元的参观费，在展会报到处缴费注册后进入展馆参观。

（四）定点酒店服务：本届展会设置定点酒店，定点酒店名单详见附件2。

五、主办单位联系方式

联系人：徐 庆 13811794355 赵 斌 13811795004

明 工 13811794055 胡配瑶 13811798204

电 话：010-63344031/63457516

邮 箱：cnfiiec@csnc.cn

附件：1、展会及会议活动议程

2、展会定点酒店名单

中国坚果果干食品展览会组委会
二〇二五年二月六日



各项活动及会议议程

一、展馆各项活动

(一) 欢乐嘉年华活动

时间：2025年4月17-18日

地点：合肥滨湖国际会展中心主展馆北五门前

内容：本届欢乐嘉年华设置运升楼杯产品评选售卖展示区、互动娱乐区、餐饮文化展示区。三大活动区域将采取线上线下联动的方式，组织开展一系列展销、烹饪、体验等特色活动。

(二) 采供优选对接会

时间：2025年4月17日13:00-16:00

地点：合肥滨湖国际会展中心

内容：国内外大型商超、国内头部全渠道营商采供优选大会

(三) 2025年坚果果干新设备、新技术、包装(包材)、辅配料、添加剂新品推介发布会

时间：2025年4月18日10:00

地点：合肥滨湖国际会展中心2号馆南厅

主要内容：国内外坚果果干新设备、新加工技术、辅配料、添加剂新品推介发布及应用指导

二、酒店各项会议

(一) 2024-2025年坚果籽类、干果果干原料(种业)产品分析预测发布会

时间：2025年4月16日09:00-17:00

地点：合肥白金汉爵大酒店180-182厅

主要内容：

1. 大会致辞
2. 主旨报告
3. 原料、产品分析预测报告

(1) 2024-2025年度籽类产业报告(葵花籽、南瓜籽)

发布：中国

(2) 2024-2025年度核桃原料、产品分析与预测报告

发布：中国

(3) 圆桌论坛：2024-2025 年度开心果原料、产品分析预测报告

发布：美国、土耳其、中国

(4) 2024-2025 年度杏仁原料、产品分析与预测报告

发布：中国

(5) 2024-2025 年度花生原料、产品分析与预测报告

发布：中国

(6) 圆桌论坛：2024-2025 年度巴旦木原料、产品分析预测报告

发布：美国、澳大利亚、西班牙

(7) 2024-2025 年度松籽原料、产品分析与预测报告

发布：中国

(8) 2024-2025 年度鲍鱼果原料、产品分析与预测报告

发布：中国

(9) 2024-2025 年度果干原料、产品分析预测报告（葡萄干、蔓越莓干、蓝莓干、西梅干）

发布：澳大利亚、智利、中国、美国

(二) 全球坚果在中国赋能加工及市场发展圆桌对话

议题：《优势、机遇、合作、共赢》

时间：2025 年 4 月 16 日 9:00-12:00

地点：合肥白金汉爵大酒店 188 厅

主要内容：

1. 圆桌论坛：2024-2025年度碧根果原料、产品、市场交流对话

(1) 对话嘉宾：中国、美国、墨西哥、南非

(2) 互动环节

2. 圆桌论坛：2024-2025年度腰果原料、产品、市场交流对话

(1) 对话嘉宾：越南、柬埔寨、印度

(2) 互动环节

3. 圆桌论坛：2024-2025年度榛子原料、产品、市场交流对话

(1) 对话嘉宾：中国、土耳其、美国

(2) 互动环节

4. 圆桌论坛：2024-2025年度夏威夷果(澳洲坚果)原料、产品、市场交流对话

(1) 对话嘉宾：中国、澳大利亚、南非

(2) 互动环节

(三) 2025 年坚果果干市场分析预测报告暨全渠道营商大会**时间：**2025 年 4 月 16 日 14:00-17:30**地点：**合肥白金汉爵大酒店 188 厅**主要内容：**

1. 专题报告：2024—2025 年坚果果干市场分析预测报告
2. 案例分享：三只松鼠线下渠道营销分享
3. 案例分享：三胖蛋线上客户维护营销分享
4. 圆桌论坛：

议题：1、洞察——市场卷什么？为什么卷？如何破局？
2、拥抱 AI，助力行业创新高质量发展。

(四) 2025 年全国坚果果干行业年会暨展会欢迎晚会（凭邀请函进入）**时间：**2025 年 4 月 16 日 18:30**地点：**合肥白金汉爵大酒店 301-305 厅**主要内容：**

1. 致欢迎词；
2. 2024-2025 年全国坚果果干行业经济运行分析及预测报告；
3. 企业代表发言；
4. 发布 2024 年度坚果果干行业综合经济（品牌）30 强会员企业、优秀成长型会员企业、2024 年度为坚果果干企业提供优质服务行业协会和企业名单；
5. 表彰 2023-2024 年度坚果果干行业优秀青年企业家；
6. 发布为展会发展作出突出贡献的单位和个人；
7. 企业文化展示表演。

(五) 2025 年中国食品工业协会坚果果干专业委员会主任委员工作会议**时间：**2025 年 4 月 17 日 12:00**地点：**合肥白金汉爵大酒店

内容：审议 2024 年协会工作总结及 2025 年工作打算，针对行业突出问题提出建议与解围之道，布置 2025 年重点工作。

(六) 2025 年中外企业家精英沙龙（凭邀请函进入）**时间：**2025 年 4 月 17 日 18:30**地点：**合肥白金汉爵大酒店**内容：**中外坚果果干企业家精英交流



专栏

大道之美 柔和之美

——向坚果果干行业的女性代表致敬



在我这里没有不行，只有行

—记梅河口市松籽协会 崔琳



在我这里没有不行，只有行。

这是她面对工作生活时的唯一信条。

她，爱动爱笑，爱听爱看，总在持续性思考问题间歇性摸鱼“养生”，都说东北人自带喜剧细胞，但在她的人生信条里，没有包袱，永远真诚。

进入梅河口市松籽协会之后，对于松子的生长以及生产销售，她有了更加深刻的了解。每年全球近七成的松籽原材料会陆续被收购、聚集到梅河口，在这里晾晒、加工，然后销往全球。作为“全球最大的松籽集散地”，梅河口总是能看到繁忙热闹的景象。

从上世纪八十年代起，梅河口的松子产业就已形成了很好的基石。梅河口松子加工企业带动就业能力非常突出，尤其是在松子采摘以及加工的旺季，分级处理松子的工作，用工量十分可观，梅河口大多数农村劳动力都能够的很好的利用，产业带动乡村振兴也成为了当地群众心中的“好活儿”。她看到这样的场景，心中也暗暗下定决心，一定要发挥好自已的积极作用，要在协会做出一番成绩，要为梅河口的松子产发展贡献自己的一份力量。

她爱动，更乐于动。

进入协会后，她积极协助海关为出口企业服务，为了松子销售业务不断“动起来”，多次去海关沟通业务，陪同海关工作人员深入企业开展后续工作，结合企业遇到的实际难点痛点问题，及时召开座谈会，真正为企业纾忧解困；她全力保障出口企业各项安全问题，为了平稳健康发展“跑起来”，她作为协会一员，积极配合海关在梅河口召开“海关安全责任年启动”活动，针对欧

洲班列通关事宜进行后续的跟踪协调，近年来出口企业没有出现违法违规的恶性事件；她积极协调金融部门，为企业融资提供良好的条件，助力企业发展“好起来”，联动政府部门做好调研工作，为松子企业完善产业链条扎实基础，助力企业发展好起来、旺起来。

近年来，电商行业的兴起，也为梅河口的松子销路打开了新的大门，她积极发挥自己协会本职工作力量，融合自己的社会关系，帮助协会树立良好的品牌形象，带动松子IP建设，提升松子的“热度”，打响梅河口松子的“知名度”，在出口以及线上营销的过程中，推动梅河口松子快速占领头部品牌，将梅河口市松籽协会的光和热融入到销售的每一个环节。

在和梅河口市松籽协会一起成长的过程中，她不仅感受到了快乐和自豪，也曾经感受到迷茫。一场接着一场的营销会，一次又一次的参加博览会，她始终秉持着提高企业自主经营能力和商业思维，提供创意展示平台的初心，没有收取任何费用，甚至联动政府部门为企业申请资金支持，但，仍然有人对她的做法抱有质疑，一度让她对自己选择的这条路感到陌生，是自己做错了吗？这种方法不行吗？

“不！在我这里没有不行，只有行！”不管经受多少质疑的声音他，她始终坚定自己帮助松子销售走向更加广阔天地的决心。

她利用自己的所学，义务教授许多工厂车间负责人如何做好线上营销，用大家听得懂的语言讲解平台的规则，在这过程中，她也能够深刻感受到大家对线上营销这个领域的好奇，看到他们逐步探索的过程，她也感受到了她正在与梅河口松子产业一起成长。

未来，她仍将会肩负起资源整合的责任，邀请知名的专家达人，利用宣讲会的方式建立起松子加工以及销售企业之间交流的友好平台，帮助大家更好地选择最适合自己的销售方式。

虽然名为协会，但她始终表示，协会是搭建桥梁的一个助力，既是知识的接收者，也是知识的传播者，协会的职责远不止是商品销售，更是永不湮灭的乡土热情和代代相传的助企惠企情结。

总而言之，在她的人生中，“行”就是主旋律，未来，还有更多的人生路，她也将保持着初心，行走下去。✎

种下一颗坚果 期待来日收获满怀

—记杭州新亿恒食品有限责任公司总经理 许萌



我不知道我最终会成为什么模样，但我知道我很努力在向下扎根、向上生长，希望有一天我能成为一棵，炎热时为一方撑起一片荫凉，秋收时让人欣喜的硕果累累的参天大树。

我是临安龙岗土生土长的一颗坚果，因为地处临安，那是吃着山核桃上学；因为父辈都做这一行，所以从小就是在坚果堆里打滚长大。我叫许萌，一名95后坚果果干行业创业者。我18岁高考后保留学籍，参军入伍，曾服役于海军东海舰队航空兵部队，是一名报务兵；2年后退伍恢复学籍就读国内某大学；因为向往探索更大的世界，我休学去学了托福，2018年2月我坐上了前往美国的航班，大学主修供应链管理，2021年毕业后回到龙岗，开启了我的坚果行业创业之路。

简单介绍一下我的工作背景：我就职于杭州新亿恒食品公司，我们的工厂位于龙岗园区内，工厂占地30亩，建筑面积25500平方米；正式员工50人左右，旺季用工最高峰255人。工厂自2019年破土动工、2022年9月投产使用。2022年营业额上规破亿，2023-2024年也保持在亿元的规模，且每年增长10%左右。新亿恒食品的起点在百草味下沙总部，经过多轮竞争，我们从7家同类供应商中脱颖而出，成为百事公司百草味品牌的战略

供应商之一。我们的主营产品是进口坚果，如巴旦木及巴旦木仁、碧根果、夏威夷果等。

一家工厂的原料、加工、销售环节串联起来就是一条供应链，这切实符合我所学的知识，我很开心，所学知识一点点从课本上跃然于这一方工厂天地。虽然过程中方式方法略显稚嫩，但是我也给工厂带来了新的活力和新的憧憬。我启用ERP系统管理、搭建公司管理团队的整体框架结构、规范车间生产操作管理、尝试采购工作、独立接待来自五湖四海的客户、朋友们。环环相扣，在升级我们磨合了近30年的供应链。在经济环境严峻的后疫情时代，我相信，优化供应链，势在必行。作为大供应链中的小小一环，向前和向后的延伸、还有精简自己这段链条中的各个环节都是供应链的专业范畴。

这份工作也是我价值所在，比起被介绍为一名坐享其成的“富二代”，我更愿意介绍自己是一名正在摸索创业的“厂二代”。我的父亲兼老板给了我很大的信心和发挥空间，这一路过来，我踌躇满志、也迷茫失落过，各种各样的成本都是我在为我的创业岔路买单；当然，当我算得清楚第一个独立成交的订单产生的微薄利润的喜悦，对我来说，也是巨大的财富。

我的工作生活节奏随着坚果季节起伏。上半年春节过后就是坚果淡季，作为企业主理人，我需要投入大量的时间精力去谋划企业全年的工作，针对过往一年的生产抓典型、做总结、提要求，参加展会、走访客户、维护客情关系。下半年临近中秋，旺季启动，车间加班加点开始生产，我的工作就从“抓总舵”变成了巡查的“一块砖”，除了接待客户、分配、使用好现金流，我还见缝插针兼职保安大爷、食堂阿姨、车间员工；随时随地做好后勤保障工作，让工厂这艘大船开得又快又稳。

作为一名95后，我感觉在龙岗园区里的生活简单，但是挺有奔头。特别是看到园区越来越正规、规模越来越大，这无形当中增加了我的行业自信；“中国坚果城”这块国家级的招牌越来越响亮，越来越多客户看到坚果作为健康食品的消费发展趋势；这点点滴滴的变化，从内到外，让我看到了行业发展的无限潜力。那么接下来，那就耐住寂寞，继续蓄力生长吧！

诚实向善，初心向阳

——三胖蛋市场经理 白林

诚实 皮实；向善 向阳 与三胖蛋一同成长

2010年，在内蒙古巴彦淖尔市一个五线小城市里，一颗瓜子带着祖辈的梦想向阳出发，历经16年发展，实现了从区域优势到全国领先的蜕变，成为了瓜子市场黑马。凭借“十斤瓜子选二两”的品质，被认证为高端瓜子领导品牌、罐装瓜子销量第一。品牌声量飞速增长的同时不忘初心，坚持为消费者提供更高品质的好瓜子，让葵农劳有所得、劳以致富，为中国农业打造世界级品牌，让员工以做瓜子为业，以做瓜子为荣。

瓜子香不怕巷子深，这个坚守品质和初心的品牌打动了市场和消费者，连续11年好评率高于99%，复购率和推荐率创行业典范，这颗瓜子的名字叫——三胖蛋。

初入三胖蛋，面对挑战

2020年，她加入到三胖蛋大家庭，入职第一年通过动销组工作特性接触到了很多的三胖蛋的顾客。高端产品的动销工作非常具备挑战，要让消费者切实感受到产品品质与魅力，认可并喜欢上这款产品，需要强大的耐心和毅力。从刚开始销量个位数到双位数的增长，她坚信真诚耐心的态度和过硬的产品品质一定可以打动消费者。每一场活动的执行她都亲力亲为一刻不曾懈怠，认真考察活动场地周边三公里的商圈属性，详细了解终端人群画像，整合过往成功案例定制特色趣味的活动政策，活动结束后仔细复盘，吸收经验，优化不足。

带着三胖蛋人的坚韧和干劲，带着三胖蛋团队温暖认真、日拱一卒的精神内核，她将自己深度融入品牌，以自身态度展示品牌温度，以自身力量撬动品牌声量。超预期地完成每一场活动的动销标准，日积月累，积沙成塔，星火燎原。在三胖蛋的正能量引导下，我们见证品牌崛起的同时，也在见证“她”力量的崛起，见证巾帼不让须眉的芳华硕果。



深耕市场，专业推广

配合企业业务发展需求，她进入市场推广部门从事专案推广工作。站上新的平台，迎面而来的是更大的挑战。但是勇敢坚毅的三胖蛋人从不向困难妥协。有人好奇一颗瓜子如何能够做到99%的好评？有人质疑一颗瓜子凭什么改变行业格局？有人问三胖蛋的高端具体体现在哪些方面？各种各样的问题如雪片般飞来，她整理汇总，逐一解答，带着从一而终的耐心与温和，真诚地为客户提供服务。为了让客户真切感受三胖蛋瓜子的不同之处，她引导客户参与试吃体验，产品品质自带说服力与吸引力，每位客户感受到高端瓜子的口感后，都会愿意静心听她细说这颗瓜子的故事：

来自世界葵花之乡，萃取全年最暖的阳光，打造向日葵领域全产业链模式，从种到收再到瓜子深加工，品质溯源，拥有亚洲规模最大的向日葵综合产业园区和亚洲瓜子单体最大的数字化智能炒货工厂，219道工序层层把关，颗颗精选，为品质保驾护航。

万亩葵花向阳倾，贵“仁”旺事福万家，消费者对三胖蛋的认可与推荐，是对每一位如她这样坚守岗位耕耘奉献的三胖蛋人最好的回报。

策划执行，引领增长

三胖蛋坚持“以人为本，以仁为本”的发展理念，重视人才培养，全力为企业人才打造良好的发展平台，旨在让每一位员工在岗位上实现更大的人生价值，遇见更好的自己，发自内心地感受到工作带来的荣耀。在三胖蛋的栽培

和教导下，她多次参加行业内专业的培训，坚持学习，不断提升专业能力。从2021年开始主导策划年度市场推广方案，在不同区域、不同渠道打造专属推广布局，以专业能力为不同产品制定独家销售推广策略，从原味瓜子、五香瓜子、原味南瓜子、盐焗南瓜子、五香南瓜子等不同品类，到罐装、袋装、礼盒装、组合装等不同包装组合形式，她在企业的信任与委托下，深度参与工作，一步步为三胖蛋全国布局出谋划策。古往今来，无数巾帼英雄向世界展现了女性的力量，放眼向日葵产业，女性也可以如她这样具备开疆拓土的能力，拥有上善若水的能量。

持续学习，不断提升

2022年她执行了全系产品迭代落地项目，在全国各区落地过程中多次遇到困难阻碍，迅速调整方案，积极解决问题。在三胖蛋北京营销公司全员的努力下，三个月成功完成了全面迭代。女性面对复杂庞大的工作时总是可以展现出充足的耐心与细心，拆分任务，从大处着眼从细节着手，让项目平稳落地。这份经历让她积累了宝贵的项目执行经验，也是她人生最好的体验之一。她说，一个人在职场中最大的魅力在于不需要监督也能自觉拿出最好品质，坚守底线踏实认真去做事。三胖蛋这个品牌就是具备这样的内核驱动力，在三胖蛋这个温暖的大家庭，“快乐工作，体面生活”是一种油然而生的能量场，与三胖蛋一同成长，彼此成就的每一天，都值得纪念和珍藏。

向阳生长，绽放女性职场力量

在三胖蛋这四年的职场时光中，是她“向阳生长”的真实写照，是三胖蛋“万籽同心”的精神缩影。突破舒适区，展示的女性在职场中无限的潜力和强大的力量，这是三胖蛋未来持续助推的正能量。

愿每一位女性都可以如向阳的花朵一样，开得灿烂，活得漂亮！

小零食大变量，不加糖的零食藏着哪些“甜蜜机会”？

来源：新浪财经



新年相聚，少不了零食的参与。在零食赛道上，当下有什么新的方向？本土零食品牌有什么新机会？接下来，我们一起来看看！

变化 1：小时候零食礼包，不香了？

小时候，每到新年都期盼吃上旺旺大礼包。长大后，当他们自主定义

自己的年味时，却果断投奔坚果礼盒。

《2024 年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》中的数据揭示，坚果礼盒以高达 46.3% 的占比，成为消费者的首选。

更直观的是，走进某超市的零食礼盒区，曾经那个占据显眼位置的旺旺大礼包没有那么亮眼，主打健康的坚果礼盒占据 C 位。

童年吃零食都是偷偷摸摸的，在家长的眼中，零食 = 垃圾食品。而现在，零食品牌都在争相撕掉“垃圾食品”标签，打造健康心智。

据《中国零食行业蓝皮书》数据显示，健康零食和坚果类零食是增长最快的两个品类。消费者愿意为“健康概念”买单，超八成愿意为此支付更高的溢价。

高热高糖的膨化零食，尝到快乐就好。无论是送礼还是自己吃，大家都关注零食背后的配方表和原料的营养。

健康零食概念，不只是由消费者的需求决定的。

在我看来，零食健康化虽然是消费升级所催生的新主题。实则，零食品牌们正在抢占更多休闲场景。

在过去，零食与主食是冲突的。因为外资零食品牌以高糖、高盐、高脂肪产品长期占据市场。像巧克力、糖果、薯片等，口感诱人，但对健康不利。

因此，当时吃零食要被限制的。这种压抑的心理也压抑着消费需求。

国内品牌以“健康零食”为切入点，让零食定位成为主食之外的补充，使其能够“名正言顺”地打入各种休闲场景，满足消费者对健康与好吃的双重快感。

以良品铺子为例，2024 年 4 月，它发布“自然健康新零食”品牌价值主张。如今这个 Slogan 赫赫印在每一包良品铺子零食包装袋上。

该品牌还提出了“零食配料表革命”，按照「减盐、减油、减糖、减脂、减添加」的「五减」零食新标准制作

产品。以“厚肉西梅干”为例，品牌突出高品质原料和无添加，让消费者直观地感受「自然健康」。

变化 2：零食的性价比是高端的

仅仅 1 到 2 年的时间，就看见了“零食很忙”、“赵一鸣零食”等量贩式零食店遍地开花。2018 年到 2022 年，这类业态复合年增长率高达 86.99%。

到了 2024 年第四季度，整个零食行业都在盯着量贩式零食品牌的“瓶颈”与困境。

回想起，我第一次走进零食很忙，被大品牌的饮料低价惊到了。不仅比全家、7-11 等连锁品牌便宜，甚至比街边的小便利店更有竞争力。

当时我有一种错觉，既然量贩零食店能凭借强渠道力，把大牌的价格打下来，那在这里买小零食肯定也实惠。

然而，选购一番散装零食，最后称重结算发现，事实上并没有给我带来“价格惊喜”。

大牌的“甜头”是量贩式零食品牌的引流品，将周边便利店小超市的客源都引了过来。而真正的利润点埋在了消费者认知弱的“白牌”身上。

研究发现，头肩部白牌商品在门店销售收入中占比约 60%—65%，毛利率可达 30% 或更高，而品牌商品的毛利率不到 10%。在铺货的比重上，这类店铺会铺 7 成以上的白牌商品。

白牌过多，虽有价格竞争力，但由于品控问题，在越发关注食品安全的今天，消费者对敏感度也越高。

消费者不信任白牌，自然买得少，加盟商的回本周期也越拖越久，最终一系列的初期入局者开始倒闭。

零食消费上，看似出现了高品质和性价比的分野。消费者要的性价比，其实是高端性价比。

为了应对价格敏感又挑剔的消费者，三只松鼠提出了“高端性价比”战略。

创始人章燎原介绍，这个战略就是在原料、加工、物流环节进行精细化管理，让消费者享受既有高品质，价格更亲民的产品。同样渠道之下，消费者可以感知到，三只松鼠能做更

低的价格。

品牌力再加性价比，三只松鼠成功扭亏为营。

变化 3：零食不甜，用中国味抓住中国胃

随着国内零食品牌的蓬勃兴起，传统甜味零食主导市场的格局正被逐步打破。有观点认为，中式零食的发展受限，在于咸味并没有甜味容易有统一标准。

但每每有地方口味的零食出现，就很容易在社交媒体上出圈，例如乐事螺蛳粉口味薯片。

这一现象让零食品牌意识到，新中式零食依然有巨大成长空间。盐津铺子率先提出“新中式零食”战略。

随着餐饮连锁品牌在全国范围内推广，尤其是火锅类，南北口味之间喜欢的味道，更容易找到最大公约数。

盐津铺子就以中国人餐桌文化为灵感，将毛肚做成即食零食，让消费者实现随时随地毛肚自由。

为了塑造传统味觉的独家记忆，盐津铺子与老字号六必居麻酱合作，调制出类似火锅蘸料的风味，并结合双面切花大片毛肚，完美再现了麻酱涮毛肚的经典口感。

新中式零食正在帮盐津铺子塑造品类品牌的认知，用食材 + 口味 + 文



化三重优势，成功构筑起护城河。

变化 4：做懂你情绪的零食

《The Psychology of Snacking: How Emotions Influence Our Snack Choices》一文中提到，情绪在我们的零食选择中扮演了重要角色，情绪能影响我们吃什么。

这一点在小红书和尼尔森的数据中得到了证实：82% 的消费者表示，他们会因为零食的“情绪价值”而选择购买。特别是在观看电视剧或约会等场景，消费者更倾向于选择那些能解馋而非饱腹的膨化食品和卤味零食。

为了迎合年轻消费者的新奇体验需求，零食的尺寸越来越大胆。种草网红“萌叔 Joey”探超市发现，今年的过年礼包都特别“大”。大尺寸的零食礼包，装的就是满满的幸福感！



大尺寸成就大生意。零食很忙推出“零食很大”店型，以其超大型、超吸睛的SKU，例如等身高的薯片、巨大的果丹皮等，以猎奇的方式来勾起年轻消费者好奇心，提供了边买、边逛、边玩的新体验。

即使足够强大的产品力，也要让产品会说话，当然，最关键要激发消费者为它说话。

旺旺旗下有一款双螺旋形状的酥脆零食——浪味仙，这款2024年限定黑松露味返场，凭借暗黑色系的反差感，一出场即是焦点。

在社交媒体上，浪味仙一直都很“浪”，以“黑化反转”为创意，邀请多位高颜值帅哥达人参加。让他们吃上浪味仙，小孩哥秒变肌肉男，呆萌帅哥秒变腹黑男神。这些一眼看穿的反转套路，让消费者心甘情愿主动下套。

微增量市场，零食逃不掉的品类化零食市场整体从“激增”走向“微增”。品牌优势才是品牌能巩固市场份额的关键手段。

①创造大单品，以品类抢占心智

根据品类 = 品牌这个定位法则，创新品类是品牌最快跑出的方法。

提起洽洽想起瓜子，提起卫龙想起辣条，提起甘源想起板栗，这些就是耳熟能详的成功大单品。

劲仔食品正擅长这类策略。凭借13亿包深海小鱼，劲仔登上“鱼类零食第一股”。后续提出“再造一个劲仔”，用鹌鹑蛋品类再次破亿。

与深海小鱼品类一致，劲仔专注深耕与“健康”息息相关的品类，自带“高蛋白”标签的鹌鹑蛋成为品牌第二增长曲线。

旗下高端专业鹌鹑蛋品牌“七个博士”的“塘心系列”宣称其产品不含抗生素、可生食，并富含多种微量元素，并获得沙利文权威认证。

同时，针对“噎口”的痛点，“七个博士”推出小颗粒流心设计，升级吃蛋体验。上市首日，鹌鹑蛋就上了李佳琦直播间，迅速加热曝光，占好



塘心鹌鹑蛋心智。

②渠道上，躲不开的线下布局

2018—2023年，休闲零食电商渠道从11.3%增加至19.6%。即便零食满满当当占据了电子货架，传统零食品牌在线上增长却显得力不从心。

2023年欧睿国际的数据测算，线下渠道才是消费者购买零食的主要场景，占比高达82.6%。这也解释了近年来传统零食品牌的线下门店布局，以及新茶饮品牌开线下零食店等现象。

三只松鼠割舍不了的线下布局

依托线上起家的三只松鼠，一直没停下线下的动作。

从2016年开始，就打造线下门店矩阵，打出“万店计划”口号。然而，根据2021年的财报数据，三只松鼠线下业务的毛利率出现了显著下滑，从45%降至26.81%。

三只松鼠逐步关停线下门店，23年底直营模式“投食店”全部关停，而加盟店也从900多家逐渐缩减至250家左右。

尽管线下业务不断受挫，嗅到量贩零食商机的三只松鼠也开始加码投入，不止着手建立量贩模式的自有品牌“国民零食店”，并收购量贩零食品牌“爱零食”和折扣零售连锁品牌“爱折扣”。

茶颜悦色开“量贩店”，用流量开拓第二曲线

2024年8月，茶颜悦色开了一家现制茶饮+零食量贩集合店。通过主

打“量贩”和“硬折扣”，让零食业务成为品牌的第二曲线。

200多平方米的店内零售商品SKU超150个，并设置了2.5元、9.9元专区，以此凸显硬折扣零售的价格优势，吸引消费降级的顾客。

茶颜悦色虽然仍以长沙为主阵地，但是面临着更多中式现制茶饮品牌的直接竞争，品牌需要找到新业务进行向外拓宽。

作为长沙名片，茶颜悦色依靠品牌影响力积存了大量游客流量，让外地游客能将茶颜悦色带到长沙之外。

为了跨区域拓宽品牌影响力，茶颜悦色这次的定位，更像是长沙“伴手礼”店。

复合业态的投入无疑会增加成本负担甚至降低坪效。茶颜悦色通过线上电商渠道的成功（破亿的销售成绩），积累了销售零食的经验，这为其开线下零食店提供了信心。

专家指出，零食与新茶饮的消费群体高度契合，能帮助茶饮品牌向消费者传递文化和形象，藏着增长机遇。

传统零食品牌及新茶饮行业的线下开店策略与量贩零食店的运营逻辑迥然不同，它们实质上是挖掘自身品牌影响力，让消费者与品牌之间的黏性更紧密。

在品类繁多的赛道里，品牌力才能让存量变流量。零食品牌在品牌建设和线下渠道布局方面面临着巨大的成本压力，但这些投入是必不可少的。

不加糖的零食，却藏着甜甜的机会。

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

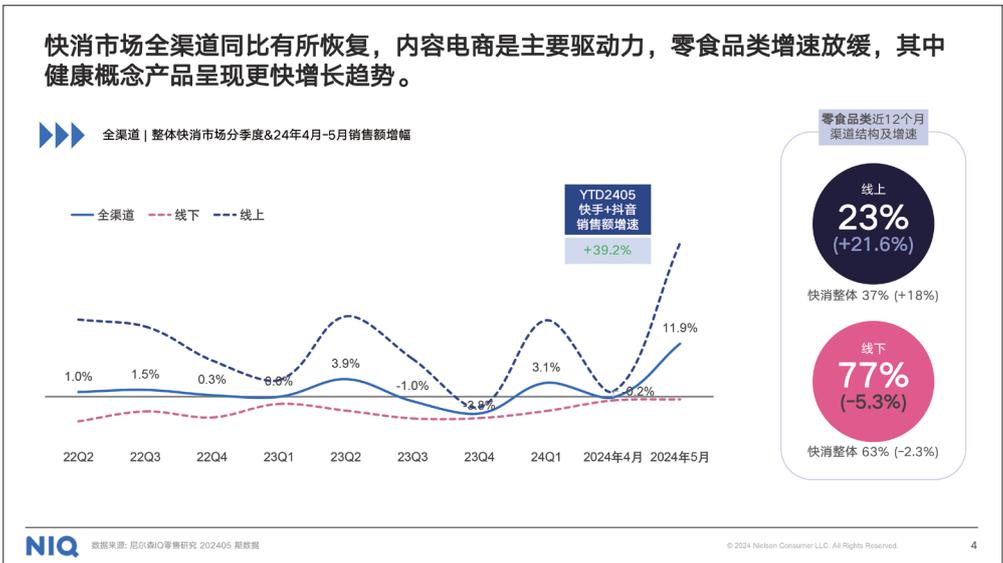


基于坚果营养价值的食用场景探索和推广

郑冶 尼尔森IQ首席增长官



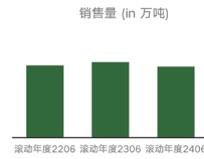
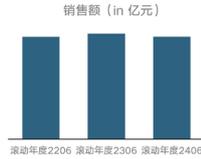
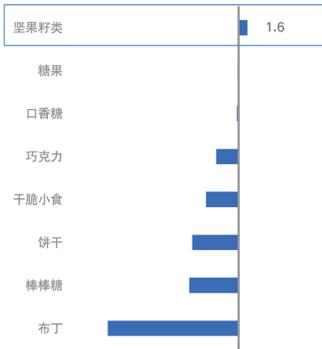

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



坚果籽类领涨零食品类，价格上升趋势明显，品类继续保持升级趋势。

全国线下渠道 | 零食品类增速 | 滚动3个月(24Q4-24Q6)

全国线下现代渠道 | 坚果籽类品类销售表现 | 滚动3年(22Q6-24Q6)

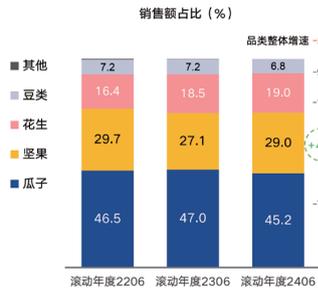


NIQ 数据来源: 尼尔森IQ零售研究 2024Q6 期数据

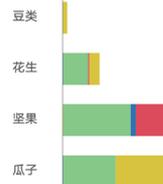
© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

坚果在整体品类中增长尤为突出，市场渗透率未饱和，仍有市场增长空间。

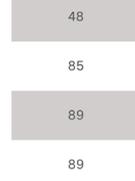
现代渠道 | 坚果籽类分种类 | 销售额占比及增速，增长驱动拆解 | 滚动3年(22Q6-24Q6)



对销售额正向效应



细分整体现代渠道数值铺货



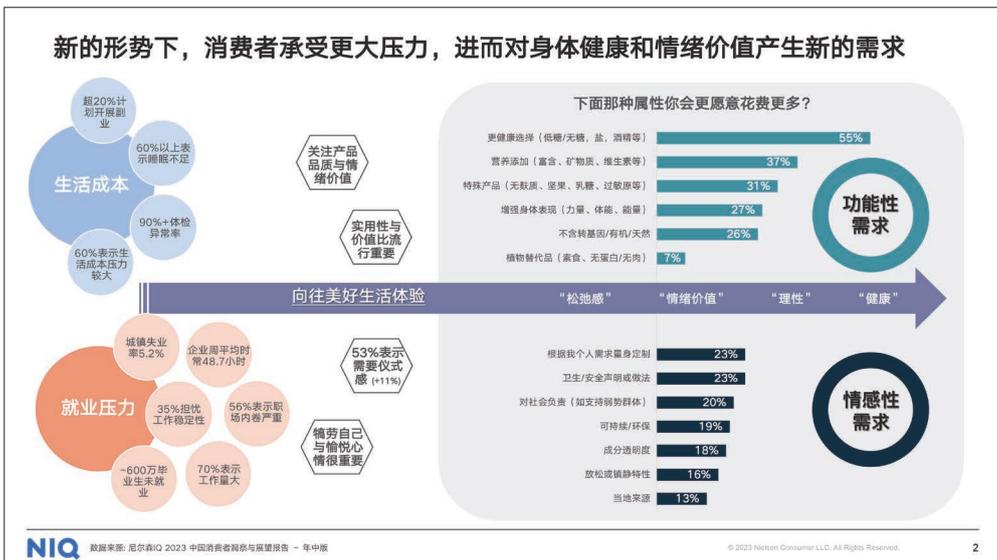
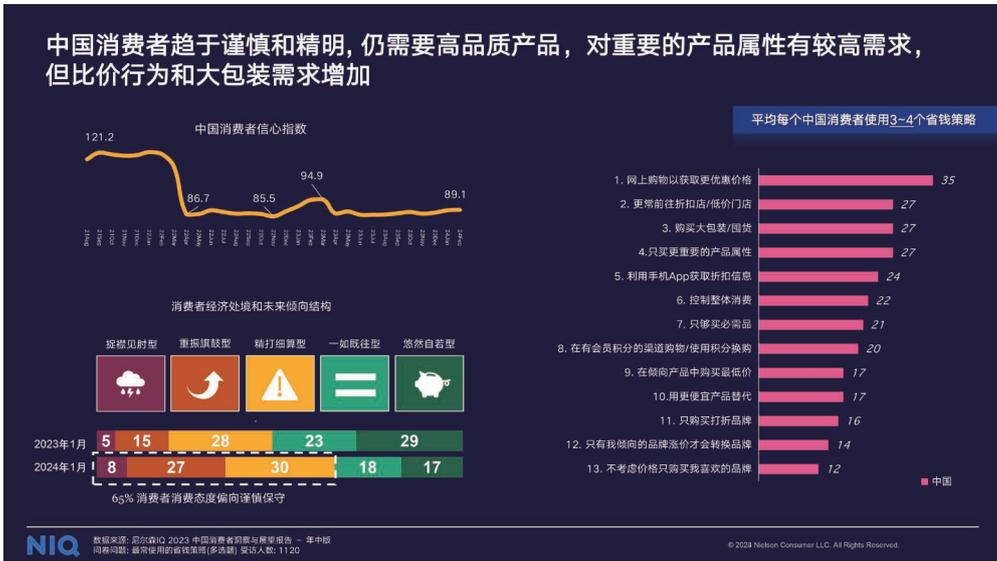
NIQ 数据来源: 尼尔森IQ零售研究 2024Q6 期数据

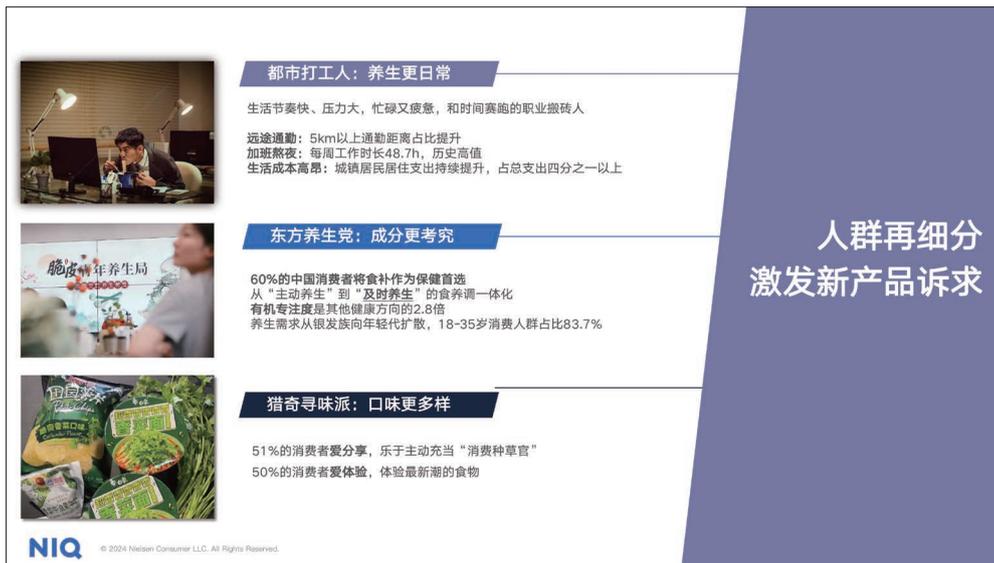
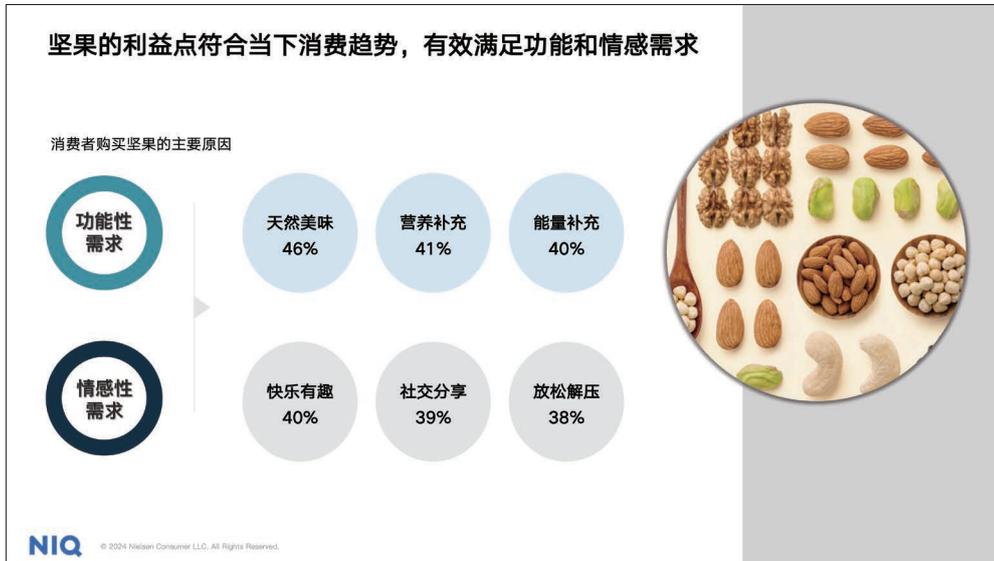
© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

消费者当下行为对坚果品类消费影响

NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.





• 海外品牌应用中国文化



星巴克甄选站苏非连锁店 | 百事水汽系列 | 奥利奥限量口味

• 中国品牌引领全球潮流



洽洽X五芳斋古法手作月饼 | 央视透明工厂：看得见的中国质造 | 2024外国人喜爱的中国品牌 | 好想你银耳羹 | 和其正古文瓶



国潮消费
带来更多
想象空间

数据来自：奥美研究 | © 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

消费者对坚果品类的认知更多停留在健康、安全的产品属性，未来在感性沟通上有更多发展空间

坚果品牌形象因子重要性排序

26% 健康放心原料

- 是健康的品牌
- 采用天然原料/无人工添加
- 使用新鲜原料
- 让人放心的品牌
- 质量好的品牌
- 让人感觉温暖的品牌
- 知名的品牌
- 没有油哈味/异味
- 原料产地好
- 使用优质原料
- 口味丰富

18% 专业/可靠技术/工艺

- 信任/可靠的品牌
- 颗粒大/颗粒饱满
- 是坚果专家/专业的品牌
- 保鲜/锁鲜技术好
- 制作工艺好

15% 快乐/活力营养/口味

- 营养丰富
- 口味好
- 带来快乐的品牌
- 充满活力的品牌
- 口感好/酥脆/莹润
- 让人感觉放松/轻松的品牌

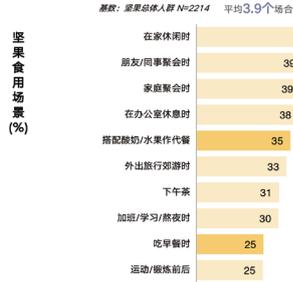
数据来自：尼尔森IQ消费者研究 | © 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

坚果品类未来场景及需求探索

NIQ | © 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

目前坚果和瓜子的主要食用场景仍以家庭、休闲、聚会为主，逐年增加的运动、代餐等场景为坚果市场带来更多机会

坚果、瓜子主要食用场景



NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

2

捕捉新场景、顺应新趋势，
拓展未来消费机会 |
早餐场景

捕捉崛起的早餐经济



58.2%的人注重早餐的快捷方便
53.1%的人会首先考虑营养；
不吃早餐的人群中53.9%的人表示没时间吃；
居家就餐比例工作日54.4%，周末提升至80.7%；
下线城市（29%）消费者在早餐中食用坚果比例高于
上线城市（22%），需要更适合上线城市快节奏的产品。

NIQ

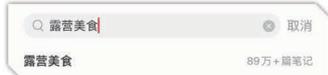
捕捉新场景、顺应新趋势，
拓展未来消费机会 |
西式佐餐



35%的消费者用坚果搭配酸奶或水果
一线城市食用频率41%，下线城市仍有较大空间

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

捕捉新场景、顺应新趋势，
拓展未来消费机会 |
户外场景



户外经济，顺势转移新兴消费



33%的消费者在外出旅行时食用坚果
27%的消费者在外出旅行是食用瓜子

NIQ

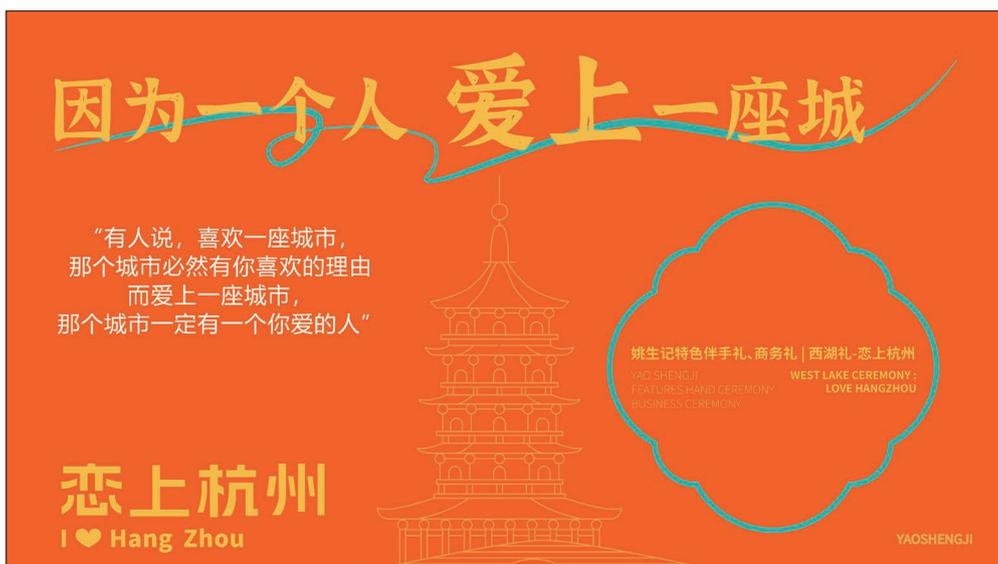
捕捉新场景、顺应新趋势，
拓展未来消费机会 |
减脂健身

植物蛋白保证营养摄入



25%的消费者在运动前后食用坚果

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



国货精品 行业标杆

国家级荣誉
5项

- 国家科学技术进步二等奖 (野生坚果唯一获奖品牌)
- 梁希林业科学技术进步二等奖 (林业界“诺贝尔奖”)
- G20杭州峰会唯一项目坚果
- 国家高新技术企业



省部级荣誉
9项

- 金牌老字号企业 (103年)
- 中国农业科学技术进步一等奖
- 浙江省农业产业化龙头企业
- 浙江省名牌产品
- 浙江省科学技术进步一等奖
- 浙江省专精特新中小企业
- 浙江省农业企业科技研发中心
- 浙江省科技兴农二等奖
- 浙江省省级非遗工坊



行业荣誉
10项

- 中国山核桃行业标准起草单位
- 山核桃产业协会会长企业
- 入选CCTV国货优品
- 中国国际农产品交易会参展产品金奖
- 国际农产品博览会金奖
- 中国食品工业协会科学技术一等奖
- 中国坚果炒货食品科学技术进步一等奖
- 中国坚果炒货行业杰出贡献企业
- 长三角名优食品
- 行业领先的五星级数字观光工厂



权威认证
6项

- 中国特色风味食品标志性产品
- 中华人民共和国地理标志产品
- 中国有机产品认证
- BRC食品安全全球标准认证
- ISO9001质量管理体系认证
- ISO22000国际食品安全管理体系认证





**金牌
老字号**

姚生记
注册号: 52277887



— 浙江特产 百年姚生记 —

国家行业团体标准制定者



**国家科学技术进步奖
证书**

国家科学技术进步奖
二等奖
野生坚果唯一获奖企业



**梁希林业科学技术奖
科技进步奖
证书**

梁希林业科学技术进步奖
二等奖
林业界“诺贝尔奖”
是经国家科技部批准设立的
代表我国林业行业最高科技水平的奖项



**<G20杭州峰会选用产品>
坚果行业唯一国礼**



**<山核桃产业协会会长单位>
山核桃领导品牌**



中国食品工业协会坚果干专业委员会副会长
主导或制定国家行业团体标准28项，匠心打造，国货精品。



— 浙江特产 百年姚生记 —

**金牌
老字号**

因为一个品
传递一份爱
带走一份情



天竺放佛塔
山色空蒙初破晓
欲把西湖比西子
淡妆浓抹总相宜
—— 苏轼《饮湖上初晴后雨》

恋上杭州

i Hang Zhou

梦想天堂
奔跑在路上，梦想为我们指明了方向
激动的心要扬帆远航，向着太阳，
前方的路不再漫长，
我愿与你一起分享。

姚生记
中国山核桃领导品牌



DESIGN CONCEPT
礼盒核心理念

礼盒故事

恋上杭州
礼盒以最阳光的爱马仕橙与最具幸福感的蒂芙尼蓝经典配色, 展现“岁月静好, 生活美好”意境。
金牌老字号、国家科学技术进步二等奖保鲜技术、G20峰会礼品等荣誉奠定了国礼品质, 营养价值和情绪价值都拉到满分, 堪称经典之作, 搭配珠光磨砂礼袋是商务礼、亲情礼不二之选。

YAOSHENGJI

ELEMENT
设计元素

开盒一页 ●●
“我在杭州遇见你”文创, 深一度表达“忆江南, 最忆是杭州”的美好生活。

内托 ●●
礼盒双层内托结构, 西湖十景独立装一层一袋一祝福, 二层一袋一体验非遗工坊18道工艺匠心之作。

盒面 ●●
设计上雷峰塔、三潭印月、断桥、垂柳交相辉映, 完美诠释北宋诗人苏轼名作《饮湖上初晴后雨》所描绘的诗画西湖美景。

YAOSHENGJI

ELEMENT
设计元素



所获荣誉:



产品信息:

| 内配产品 | 规格 | 净含量 | 零售价 | 保质期 |
|---------|----------|------|------|-----|
| 原香味山核桃仁 | 8.3克x36袋 | 298克 | 258元 | 9个月 |

礼盒尺寸: 32.5* 22.5* 7.5cm
箱 规: 12盒/箱, 46*33.5*49cm

YAOSHENGJI

ELEMENT
设计元素

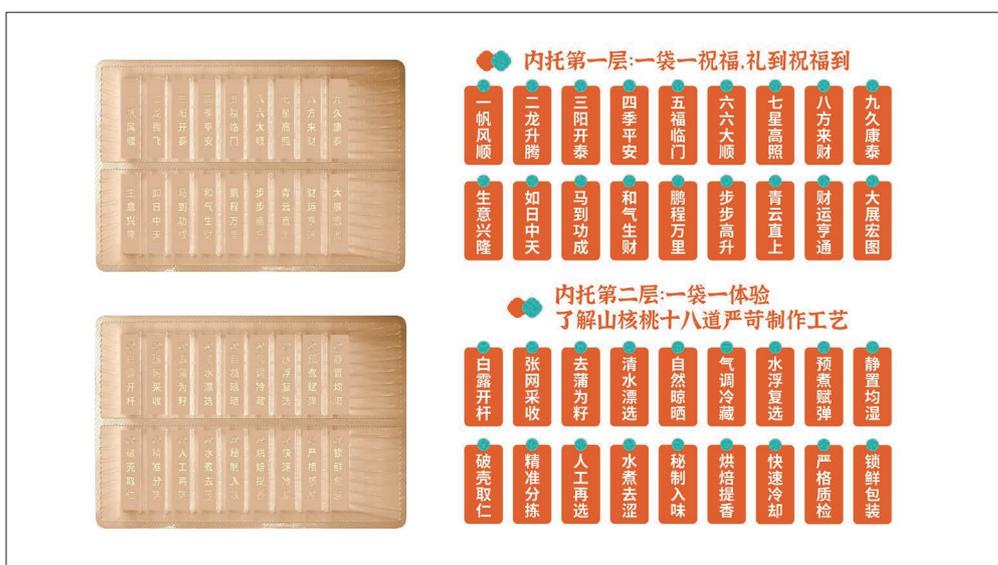
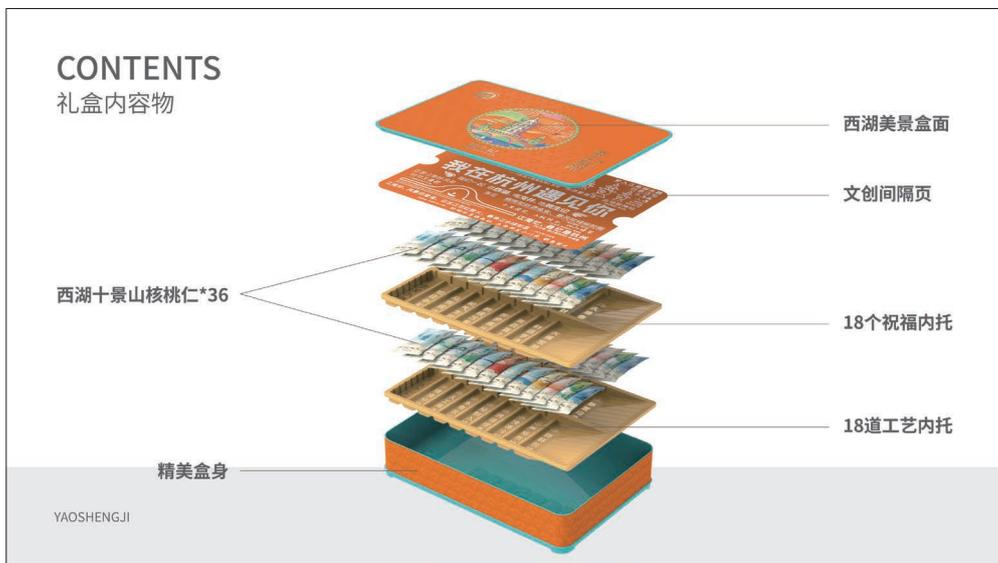


“趣味封口贴 每一处都是细节”

YAOSHENGJI

CONTENTS
礼盒内容物







DESIGN DISPLAY 设计展示



YAOSHENGJI

DESIGN DISPLAY 设计展示



YAOSHENGJI



Colorful peanut

■ 云南傣御农业科技有限公司

01 七彩花生品类开拓者、七彩花生行业领航者、高端花生食材领导者

云南傣御农业科技有限公司成立于2013年，总部设在中国云南省昆明市，是一家专业从事云南七彩野地花生研发、种植、生产加工、销售一体化的全产业链开发公司；致力于为客户提供原生态、绿色、安全、优质的餐饮花生食材及休闲零食，引领健康品质生活。

傣御农业拥有七彩花生国内外种植基地超10万余亩，建立了七彩野地花生四季循环种植体系，可常年稳定供应新鲜花生；依地云南，深化七彩野地花生全产业链发展，拥有7大生产加工工厂，具备强大的生产交付及成本控制能力。建立研发中心，组建专业团队，掌握七彩花生育种、种植核心技术，可协同客户进行新品开发，全面满足客户差异化需求，共同引领七彩花生消费趋势；傣御农业严格执行产业化品质管控标准，建有产品质量检测部门，七彩花生内部品控标准项目达10个以上。

未来，傣御农业将持续奋斗，立足云南、放眼全球；以客户为中心，全方位为客户做好供应链保障服务，用“标准”、“特色”、“定制”的产品思路和前卫的营销理念，为客户提供特色花生食材采购、产品创新定制研发、售后培训及营销等服务。

企业愿景 七彩野地花生让生活更甜蜜

企业使命 七彩野地是七彩花生品类创始企业，为全渠道用户提供标准化更高的七彩花生和食材解决方案。让人人都爱上七彩花生，让七彩花生为造福产地百姓，助力乡村振兴

企业价值观 利国、利民、利他、利己

Colorful peanut

刘亚楠

【七彩花生】品类创始人

【七彩野地花生】品牌创始人

云南傣御农业科技有限公司董事长

中国青年企业家协会理事

云南青年企业家商会副会长

民盟云南省第十五届委员会青年委员

云南省坚果协会副会长

云南省工商联执委

普洱市青联副主席

云南省青联第九、十、十一届常委



刘亚楠把一颗小小的花生，变成了时尚轻奢品，获得市场的热捧，同时通过优秀的表现荣获“第八届云南青年创业省长奖”，“云南青年五四奖章”，“年度全国坚果炒货、干果果干行业十大优秀青年企业家”荣誉称号，“官渡区学术技术带头人”等多项荣誉。

Colorful peanut

Part 2

七彩野地花生

COLORFUL PEANUT

七彩野地花生，秉持一种归野自然的生活态度，坚持一种格循自然的产品理念，执守一如“七彩野地”花生的本真好良食。

『一颗“与众不同”的花生』



Colorful peanut

01 七彩野地花生，与众不同出于“野”

七彩野地花生，
秉持一种归野自然的生活态度，
坚持一种格循自然的产品理念，
执守一如“七彩野地”花生的本真好良食。

野

Colorful peanut



野生种源

WILD PROVENANCE

『傣家老品种』

七彩野地花生—种源档案

七彩野地花生是云南傣族特色老品种，原产地云南孟连，在当地已经有700多年种植历史，相传曾是傣王官保护的宫廷种源。



- 品种** 热带、亚热带品种
- 溯源** 傣家老品种 上百年种植历史
- 习性** 喜高温干燥 适宜砂质土壤
- 外观** 外壳纹路深邃清晰 果仁身披紫纹花衣
- 口感** 自然甜
- 营养** 富含植物蛋白 含膳食纤维、含硒

Colorful peanut



野地种植

PIANTING FIELD

『山地种植』

山地种植

七彩野地花生种植于滇西南山林野地，红砂土壤，山地种植，土壤含丰富的有机质与矿物质元素，为花生的生长提供了充足的养分。




气候温润

七彩野地花生生长的热带、亚热带地区气候温润，冬无严寒，四季不分明，全年平均气温18℃左右，凭借珍贵的区位优势，七彩野地花生得以展现出独特的口感。



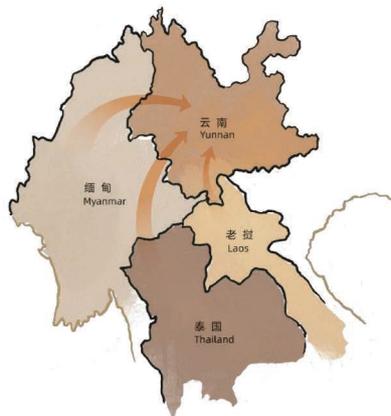
Colorful peanut

01 供应优势

— 鲜 —

地处云南生态原产地
中国首家常年供应新鲜花生的企业

结合云南、泰国、老挝、缅甸的气候优势、区位优势等，
根据气候、降雨量、运输条件，建立七彩野地花生循环种植体系，可全年供应新鲜花生。

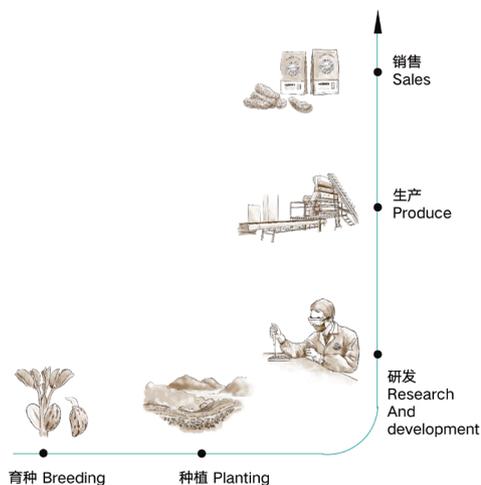


Colorful peanut

— 品质稳定 —

自建产业链和标准化品控流程
提供品质稳定的货源

从源头到终端产业链模式



Colorful peanut

— 供应稳定 —

巧妙运用不同海拔、不同地区的气候差异，一年四季不间断循环种植。



云南、泰国、老挝、缅甸的立体气候



热量充足



原生态



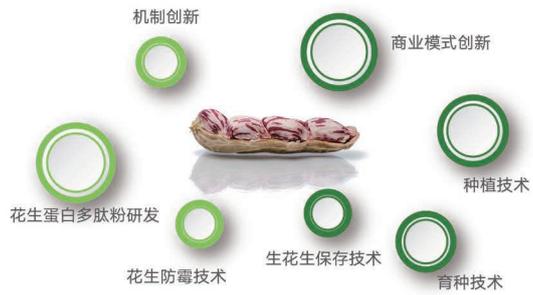
四国、多季循环种植，实现常年稳定供应

Colorful peanut

01 技术优势

七彩野地实行的色选型选分级技术属国内领先水平。

花生防霉技术、花生防虫技术、生花生保存技术、鲜花生保鲜技术、花生深加工等技术在国内外属于领先水平。



Colorful peanut

Part 4
渠道

CHANNEL MARKET

好物不应独乐乐，而应与更多人分享，七彩野地品牌自成立以来一直不忘向更多人分享好物的初心，积极寻求推广、抢占机会，开拓了线上、线下多个优质渠道，让“与更多人分享好物”的梦想逐渐成为现实。

Colorful peanut

商超渠道

01 水果直供



百果园

Colorful peanut

02 休闲零食



- 许昌胖东来超市
- 盒马鲜生
- ole
- 华润超市
- 步步高
- 青海西宁王府井
- 武汉中百仓储黄浦店
- 上饶市嘉百乐超市
- 丽水新荟
- 宜昌玩味商贸超市

Colorful peanut

03 南北干货

- 许昌胖东来超市
- 永辉超市
- 北京首航



Colorful peanut

■ 餐饮渠道



石家庄乐仁堂药膳



宗江餐饮



四川玉辉特斯顿大酒店

Colorful peanut



四川宜宾会馆



北京世纪华天大酒店



云海肴餐饮-煮花生

Colorful peanut

■ 电商渠道

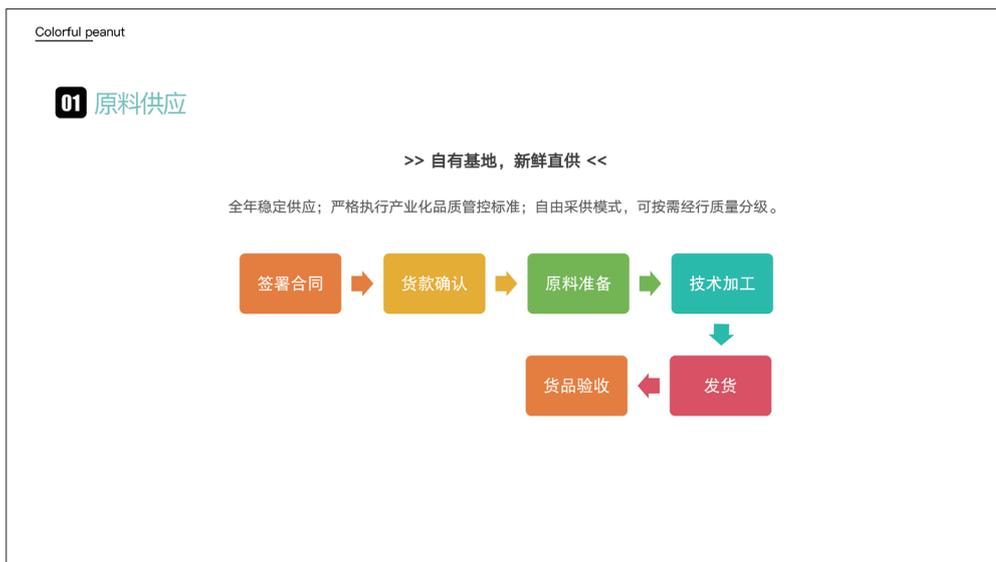
01 大蓄上架产品



Colorful peanut

02 颖刚滇园上架产品





Colorful peanut

02 代加工

>> OEM 一站式服务 <<

标准成熟的生产管理体系+客户服务体系，满足客户差异化需求。



Colorful peanut

—— OEM合作权益 ——



Colorful peanut

03 代理

>> 自有品牌，全渠道服务 <<

七彩野地休食、七彩野地食材、七彩野地伴手礼、七彩野地旅游，4个系列产品，满足消费者的多样需求。



“夏果妈妈”系列多味 夏果仁产品开发

云南云澳达坚果开发集团有限公司

随着中国经济的发展和消费者健康意识的提升，坚果逐渐成为受欢迎的零食。夏果（夏威夷果），因其高营养价值和丰富脂肪酸而被誉为“坚果之王”。近年来，国内市场对夏果仁的需求不断增长，消费比例已从十年前的不到3%提升至当前的20%，且呈现强劲增长势头。

云南云澳达坚果开发集团有限公司（以下简称“云澳达”）作为中国夏果产业的开创者，30余年来始终专注于夏果产业的发展与创新。通过持续的技术研发与产业链建设，云澳达已发展成为国内夏果产业的全产业链领军企业。公司凭借其强大的研发能力和创新精神，不断推动产品升级和市场拓展。

“夏果妈妈”系列多味夏果仁产品开发项目，源于云澳达对夏果仁特性和市场需求的深入研究。公司结合线上平台的数据分析，精准定位消费者需求，推出了多款符合市场趋势的创新产品，进一步拓展了夏果仁的消费场景。

1. 技术创新与研发亮点：

(1) 夏果仁成分与特性研究：

云澳达公司深入研究了夏果仁的成分与特性，发现其口感主要受水分含量影响。当果仁的水分低于1%时，口感最为酥脆。与此同时，夏果仁的高脂肪含量对口感和风味也至关重要。基于这一研究，云澳达公司优化了果仁加工工艺，为后续的产品研发奠定了技术基础。

(2) “留香提香工艺”创新：

传统的夏果仁加工过程中，高温处理往往导致风味成分的流失，影响



口感。为此，云澳达开发了“留香提香工艺”。在低温烘焙阶段保留了果仁的原始香气，在后期适当的高温处理下提升风味，成功保持了夏果仁的天然风味，确保了产品的高品质。

(3) 专用设备与技术突破：

云澳达公司在设备研发上也取得了突破，推出了适用于夏果初加工的专用设备，包括青皮脱皮装置和空气能热泵干燥装置。新一代脱皮设备提高了脱皮效率，脱皮率超过99%，破碎率控制在0.05%以下，极大降低了损耗。同时，干燥设备通过智能控制，确保果仁的干燥过程精准且均匀，有效保持了果仁的口感和风味。

(4) 大数据驱动的精准产品开发：

项目充分利用抖音、天猫等平台的大数据，精准识别消费者的口味偏好和市场需求。通过平台的实时反馈，云澳达不断优化产品配方和风味组合，确保产品更贴合市场，提升了消费者满意度。

2. 市场表现与推广：

自“夏果妈妈”系列多味夏果仁

产品上市以来，凭借其创新口味和精湛工艺，赢得了广大消费者的青睐。在抖音平台上，四款新产品在2023年7月至2024年7月期间迅速成为爆款，特别是其中两款产品在“坚果类目”和“夏威夷果类目”中分别位居第一，累计销售突破700万袋，销售额超过2000万元，复购率超过25%。这一成绩不仅证明了产品的市场潜力，也推动了行业对夏果仁创新产品的关注和模仿。

3. 技术成果与行业影响：

(1) 行业技术推广：

云澳达公司开发的夏果鲜初加工技术和专用设备已在夏果主产区得到广泛应用，并成为行业内设备商模仿的对象。这些技术进步不仅提升了产品加工效率，也推动了整个行业的技术升级，促进了夏果产业的健康发展。

(2) 市场竞争力提升：

通过创新的“留香提香工艺”和独特的产品风味，云澳达成功在竞争激烈的坚果市场中脱颖而出。其产品的成功推出，既满足了消费者对高品质夏果仁的需求，也引领了市场对创新产品的关注，进一步提升了云澳达在行业中的市场份额。

“夏果妈妈”系列多味夏果仁产品开发项目，充分展示了云澳达公司在技术创新和市场开发方面的优势。通过对夏果仁成分、口感特性和加工工艺的深入研究，云澳达不仅提升了产品品质，还推动了夏果产业的技术进步和市场拓展。未来，云澳达将继续致力于技术研发与市场拓展，为消费者带来更多健康美味的产品，并引领中国夏果产业走向更高水平。

自动化核桃剥壳取仁 生产线产业化

新疆浙疆果业有限公司自2018年7月成立以来，凭借科技创新成为农产品精深加工领域的璀璨之星，为新疆核桃产业发展注入了强大动力。

一、项目简介

目前所存在的核桃破壳取仁设备主要采用刚性元件，存在破壳率和露仁率低的问题，多数剥壳机一味追求剥壳率的提高，导致高的核桃仁破碎率，损失率较高，并且对不同品种的核桃适应性差。本项目“自动化核桃剥壳取仁生产线产业化”通过发明专利“一种食品加工用坚果类去壳设备”及实用新型专利“一种核桃多级分筛设备”进行转化，发明专利去壳设备有效提高破壳率100%，露仁率95.6%，与传统剥壳取仁装置相比分别提高16%及25.7%；同时减少对核桃仁损害，提高了整仁率，头二路比例达到60%以上，通过多级分筛、适应性破壳、重力风选分离、多光谱检测等技术的应用，壳仁分离率达到99%以上，生产效率比传统设备提高了2倍。实用新型专利多级分筛设备针对阿克苏地区主栽品种温185和新新2坚果直径分级，分为小果、一级果及特级果3个等级商品果，小果及一级果极差为4mm，特级果极差为5mm。通过转化建立从核桃原料到核桃仁成品全程自动化生产线，实现了整个剥壳流程的全自动加工，自动化程度国内领先。除了自动化程度高外，还在技术上采用全伺服控制设备剥壳尺寸调整，可以根据前端大小分选机分级后的尺寸，快速精准调整设备剥壳尺寸，克服目前国内外市场剥壳设备存在的精准尺寸剥壳设定问题，极大降低了果仁破碎率，通过技术创新设计出新型头道旋转盘

剥壳后半果仁壳剥壳装置，对于旋转盘剥壳分级后的半果进行彻底剥壳，克服目前国内外同类产品半果或剥壳率低不能去壳困扰。

二、科技创新成果

(一) 专利转化提升生产效率：建立从核桃原料到核桃仁成品全自动化生产线，生产线日加工核桃能力10吨，破壳率100%、露仁率95.6%，与传统剥壳取仁装置相比分别提高16%及25.7%；头二路比例达到60%以上，壳仁分离率达到99%以上，生产效率比传统设备提高了2倍。该生产线实现了整个剥壳流程的全自动加工，自动化程度国内领先。

(二) 经济和社会效益：通过项目的实施使得核桃产品的产值增加了1170万元，浙疆果业根据市场需求开发出核桃油、黑金核桃糕、枣仁蒸切糕、草本纸皮核桃等多种核桃产品，实现了企业增收和农民增收。公司采用“公司+合作社+农户”的经营模式，每年收购核桃原料超12000吨，对贫困户实行优先、优价、兜底收购政策。每年为当地200余名富余劳动力解决就业问题，其中贫困户15人。项目执行期间，提高了新疆核桃产业加工环节标准化管理水平，提高了核桃仁的加工效能和品质，通过示范带动加快先进技术的转化和推广，由传统“粗放型”向“效益型”转变。

附件： 成果案例 1. 产品展示



2. 生产线展示





Dried Fruits Australia (DFA)

- 澳大利亚干葡萄行业最高代表机构——行业顶尖非营利组织
- [机构职责]**
- 与各级政府机构及全产业链利益相关方开展合作
- 代表约300家种植户及企业投资者，与两家行业标杆企业（澳大利亚优质干果公司、阳光食品公司）建立联合营销推广战略合作伙伴关系
- 统筹管理行业税费征收、政府拨款及专项资金
- 推动产业升级：
- 实施生产力提升与增产计划
- 主导研发创新项目及新品种培育
- 构建农残标准(MRL)体系与病虫害综合治理/全程追溯系统
- 强化生物安全防控机制**
- 制定并执行行业可持续发展计划
- 开展全球推广：向国际市场宣传澳大利亚干葡萄产业及其独具特色的优质产品
- **[核心优势]**
- 通过政企协同创新，构建从品种研发、智慧种植到品牌营销的全产业链价值体系，持续提升澳洲干葡萄产业的国际竞争力与市场影响力。



Crop Intake Tonnages 2022 vs 2023



| | | |
|---------------|------------------|-----------------|
| • Sultanas: | 4,457Mts | 2,251Mts |
| • Sunmuscats: | 5,907Mts | 2,797Mts |
| • Sunglo: | 1,537Mts | 550Mts |
| • Currants: | 1,808Mts | 1,240Mts |
| • Other: | 861Mts | 471Mts |
| Total: | 14,792Mts | 7,309Mts |

Projects



Innovation:

- 创新小组委员会成立于 2022 年 6 月，重点关注机械化冬季修剪装置、新型收割机设计和其他举措。机械化冬季修剪原型旨在大幅降低劳动力成本，提高效率（每公顷高达 1,000 澳元，节省 2/3 的时间）。

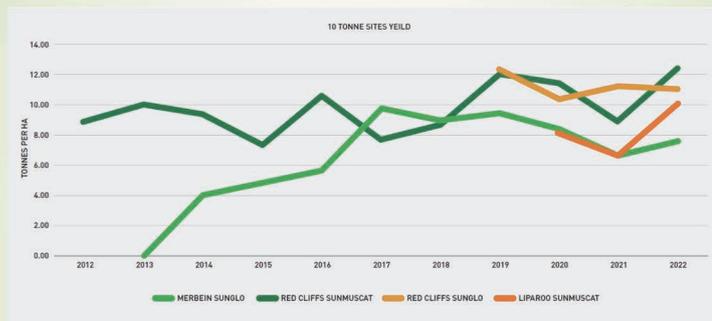
Projects



Yield Development:

- Third year of project, extended to harvest 2023.
- Successfully demonstrating how producers can consistently achieve 10Mts/Hectare.

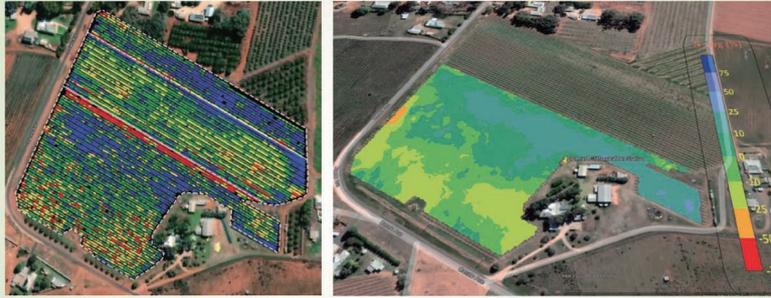
Projects



10 Tonne Project:

- 项目强调了病虫害管理、施肥和用水制度的重要性。

Projects



现代农业和种植园:

- 气象站采用航空成像技术, 可准确评估葡萄树的健康状况, 指导葡萄园管理, 促进葡萄生长, 确保浇水计划有效。

Challenges: 2022 and 2023



湿季

- 洪水和霜霉病对 2023 年作物的影响--23 年作物产量减少约 7,000 公吨。

供应与需求

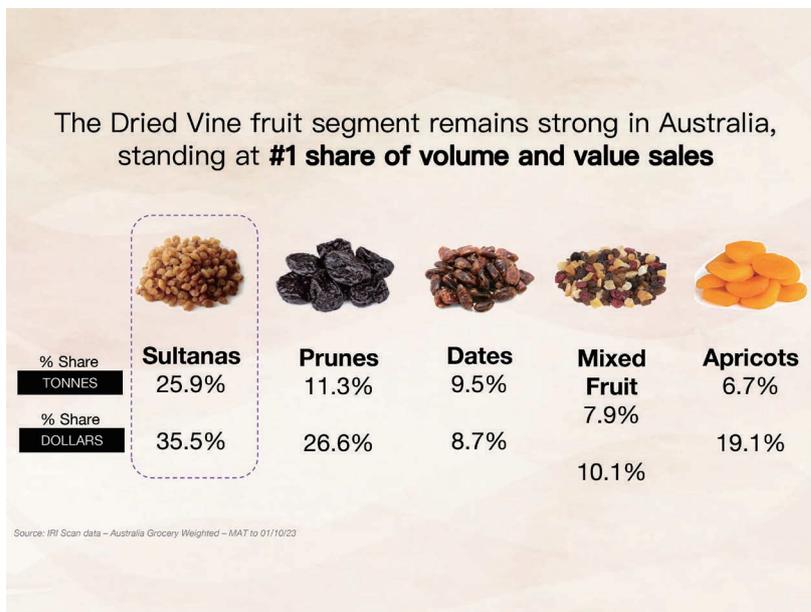
- 市场需求强劲, 供不应求。未来几年, 随着新种植作物的投产和现有种植者产量的提高, 预计产量和生产率都将增加。

Imports and Australian Market



澳大利亚市场:

- 过去 12 个月进口了 19 800 公吨醋栗: 葡萄干: 1,458 百万吨, 主要来自南非和希腊葡萄干: 14,887 百万吨, 主要来自土耳其、伊朗和中国葡萄干: 3,454 百万吨, 主要来自美国、智利、南非、中国和土耳其澳大利亚干果消费总量 (藤本水果) --平均 30,000 百万吨澳大利亚葡萄干在澳大利亚国内市场所占份额: 约 10,000 百万吨



Australian Dried Grapes Forecast:

Total Dried Grapes Outlook:

| Crop Y | Crop Intake | Export Volume | Domestic Consumption |
|--------|-------------|---------------|----------------------|
| • 2022 | 14,792Mts | 3,200Mts | 29,392Mts |
| • 2023 | 7,309Mts | 2,600Mts | 30,800Mts |
| • 2024 | 14,300Mts | 5,200Mts | 30,100Mts |
| • 2025 | 19,500Mts | 8,700Mts | 31,800Mts |
| • 2026 | 22,500Mts | 11,000Mts | 32,000Mts |

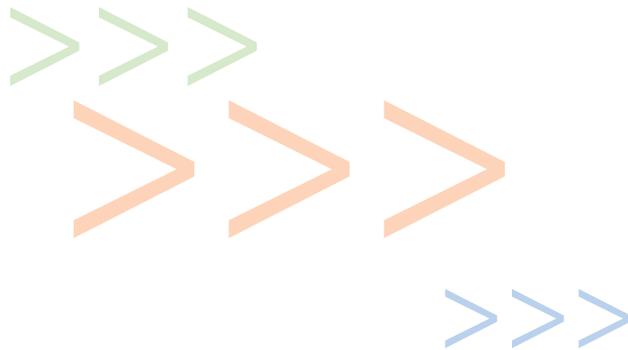


New Varieties:



即将推出的新品种:

- 来自 CSRIO 的“Murray Bold”: 高产 (高达 19 公吨/公顷)、耐雨、比苏丹葡萄早熟、耐多尼
- “Murray Muscat”: 高产、耐雨、风味更浓郁、比 Sunmuscat 早熟、耐多尼 黑葡萄: 3 个新品种





GÜRSOY™

TURKISH HAZELNUT

WHERE QUALITY, TASTE & TRADITION MEET

土耳其榛子介绍

Presented by
Dursun Oguz Gursoy



GÜRSOY™

神奇坚果：榛子



营养卓越

土耳其榛子富含健康脂肪、蛋白质、维生素和纤维等人体必需的营养成分，对人体健康有诸多益处



行业首选

土耳其榛子风味独特，质量上乘，深受糖果、烘焙、冰淇淋、零食和饼干行业领先品牌的青睐。



生态友好型农业的适用性

土耳其的榛子种植优先采用生态友好型种植方法，强调可持续发展，以保护环境并尽量减少碳足迹。



GÜRSOY™

土耳其：世界领先的榛子生产国



生产全球 70% 的榛子



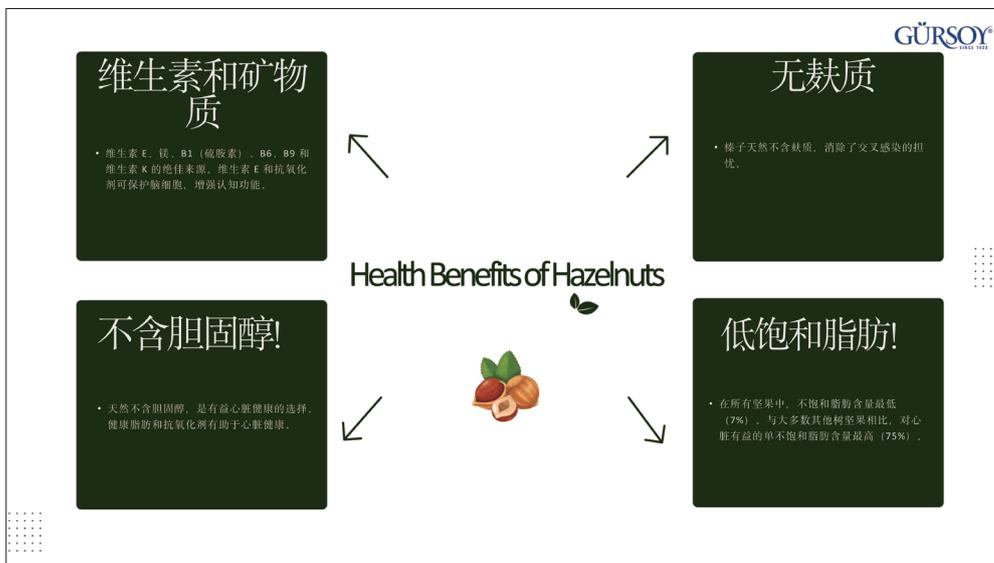
榛子出口量全球领先



100 多年的传统和经验



优质榛子和最佳生产设施之乡



GÜRSOY®

土耳其榛子品种分类

Giresun 品质

- 生长在 Giresun 和邻近地区脂肪含量最高，风味浓郁、焗水产量最高由于其圆形结构和特殊香味，在零食市场上更受欢迎

Levant 品质

- 在 Giresun 地区以外种植的榛子被称为 Levant 优质榛子
- 脂肪比率略低于 Giresun 品质
- 产量略低于 Giresun 榛子

全粒尺寸标准



Standard Extra : + 15mm



Standard 1 : 13-15mm



Standard 2 : 11-13mm



Standard 3 : 9-11mm

GÜRSOY®

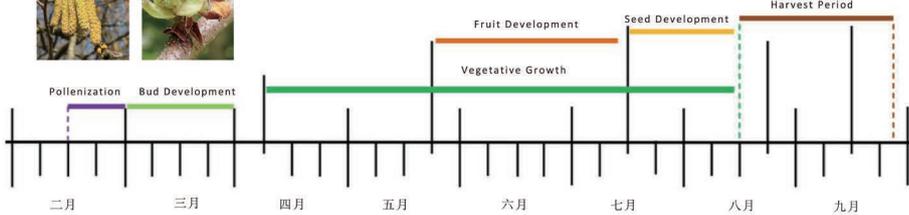
土耳其榛子之旅--从鲜花到坚果











二月 三月 四月 五月 六月 七月 八月 九月

GÜRSOY®

从果园到加工厂的土耳其榛子之旅



收获前



采摘中



清除谷壳



晾晒



收获后 - 包装



收获后的储存







发现中国的潜力



有利的市场条件



中国拥有世界上增长最快的消费市场；巧克力、冰淇淋和饼干等行业的需求增加了榛子的消费量。

不断增长的需求



中国的人口实力为土耳其榛子出口商提供了巨大的增长潜力。

不断变化的客户偏好

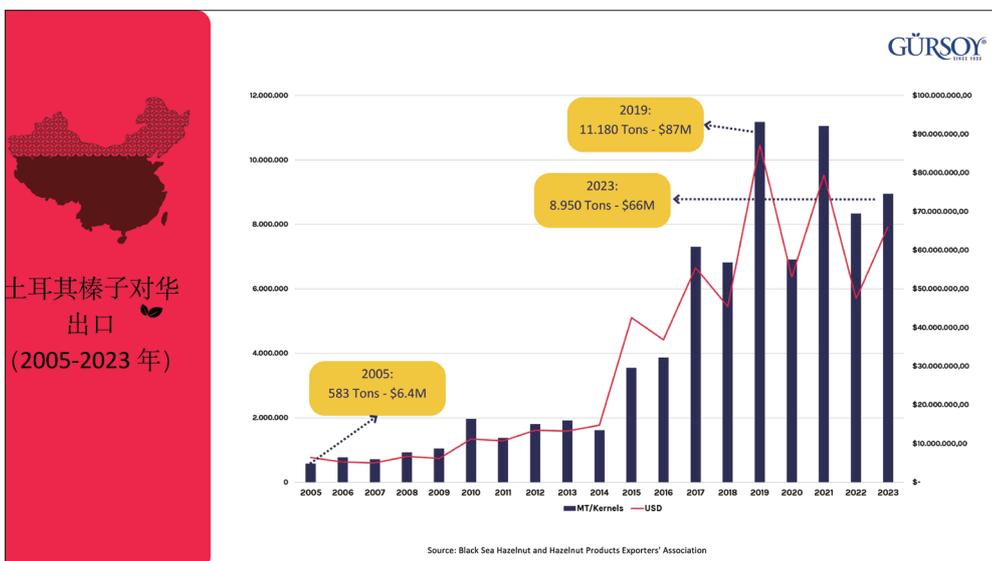


随着中国城市的不断发展和人们对全球消费趋势的不断探索，对优质食材的需求也在不断增长，例如含有土耳其榛子的混合坚果零食

强有力的外交关系



坚实的中土外交关系加强了中国在土耳其榛子出口中的重要作用，促进了双边贸易和相互经济合作。





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

来伊份与养馋记达成战略合作，携手开创零食行业新格局

1月8日，“来伊份”与休闲食品行业新星“养馋记”在上海来伊份青年大厦举行了战略合作签约仪式。来伊份董事长施永雷、总裁郁瑞芬，养馋记创始人丁杰、总经理联合创始人姜珠峰，携双方高管团队共同出席了战略合作签约仪式。



在双方团队的共同见证下，来伊份董事长施永雷、养馋记创始人丁杰代表双方正式签订了战略合作协议。

来伊份董事长施永雷表示，这次战略合作是来伊份和养馋记共同的探索，也是零食行业商业合作模式的一次全新的创意和尝试。我坚信，路虽远，行则将至！让我们双方优秀的团队一起共同努力，把这份新的事业推向辉煌的明天，也把我们来伊份“共赢”的企业价值观践行到底。

来伊份总裁郁瑞芬表示，养馋记作为休闲食品行业的一颗新星，未来将继续发挥其在门店定位、形象定位、选品、营运服务体验、线上线下的精准触达等方面的优势，为来伊份注入新的活力和动力。来伊份也将给予养馋记在信息化、供应链、食品安全等诸多方面的赋能与支持。双方团队取长补短、支持辅助，在各自的领域当中，取得长足和更有质量的发展，我坚信两家的战略合作一定会取得1+1大于2的丰硕成果。

养馋记创始人丁杰在现场致辞中说，在遇到来伊份之前，从没想过会有如此高效的战略合作模式。我坚信一切都是最好的安排，非常感谢施董和郁总对养馋记的认可，也希望未来的日子里，来伊份团队能够给养馋记更多的帮助和指导，也相信我们两个团队在一起，未来的路，定会更加笃定、更加有底气。

双方在签约仪式上表示，此次战略合作是一次深度的优势互补。来伊份与养馋记将在各自擅长的领域相互支持，共同提升。在未来的发展中，双方将通过紧密协作，优化产品结构，丰富产品线，提升运营效率，进一步拓展市场版图。相信在双方的共同努力下，此次合作必将实现1+1>2的效果，为零食行业带来更多创新成果与发展机遇。

三只松鼠年货节大丰收：分销渠道18亿、传统电商8.4亿、短视频电商6.55亿

2025年农历年比2024年提前12天，行业年货营销周期被压缩，同时，随着消费需求增长、市场竞争推动等因素市场礼赠产品呈现多元化，礼盒类产品价格带持续走低等趋势，竞争激烈。三只松鼠立足“全渠道+全品类”基本盘，今年年货节针对全品类全人群进行全面适配，各渠道持续热卖。

据透露，截止2024年12月底，线下分销渠道总销售额已超18亿，同比增长超40%；截止2025年1月2日，线上传统电商渠道总销售额8.4亿，短视频电商同样斩获颇丰，年货累计销售突破6.55亿。

代表性热销产品方面，三只松鼠在全渠道推出多款礼盒新品，涵盖坚果礼、零食礼、烘焙礼、肉食礼等全品类，同时重点打造线下9.9元系列日销爆品及区域定制品。以线下分销渠道为例，通过爆款再造、丰富价格带、区域化定制等举措实现烘焙礼热销，推出包括奶香手撕面包大红箱、黄油曲奇礼盒，水牛乳千层吐司礼盒、坚果桃酥礼盒等年货节新品；同时，针对不同地域春节送礼习俗属性推出区域定制礼盒，如海鸭蛋蛋黄酥双提礼、高钙牛乳土司双提礼、半熟芝士蛋糕礼盒双提装等新品，年货节期间线下烘焙礼整体订单量已超1.1个亿，其中黄油曲奇礼盒销售破千万。

值得一提的是，在线下商超渠道，三只松鼠打造以瓜子花生为核心代表的9.9元集约化陈列专区带动年货日销品持续增长，目前已涵盖上万家终端陈列网点。在9.9元山核桃味瓜子、焦糖味瓜子、蒜香豌豆之外，持续推出香瓜子、打手瓜子，山核桃味花生、蒜香花生、芒果干等系列年货新品，其中注意瓜子花生系列销售额已超亿元。

线上传统电商渠道，除爆款坚果礼的深入布局外，针对全品类全场景食礼也进行礼赠线全线拓展，规划上新近百款零食年礼，其中元气鲜炖礼盒、酱卤牛肉礼盒、山楂汁礼盒等深受消费者喜爱。

短视频电商渠道，通过合作团长，引爆0蔗糖鸡蛋沙琪玛、蛋卷礼盒、坚果黄油曲奇、辣卤礼盒等礼赠的第一波销售热度，月销售额已破1500万。



三胖蛋霸屏新潮传媒，蛇年春节大爆款，大吉大利大瓜子！

历经 15 年，三胖蛋实现了从区域优势到全国领先的蜕变，成为高端瓜子赛道的黑马爆款与名副其实的 leadership 品牌，稳居罐装瓜子销量第一。

2025 年年货节，三胖蛋创新营销，以线上线下全面布局，实现了“流量 + 品牌”双轮驱动，市场覆盖全国，尤其在一、二线城市重点发力，提升品牌声量，全面霸屏新潮传媒，充分利用电梯智能屏作为离家最近的线下中心化媒体，在家庭消费群体中实现品牌引爆，在消费者心智之中植入品牌印记，撬动消费意愿，打造蛇年春节大爆品，大吉大利大瓜子！



一、蛇年春节礼盒重磅登场送礼就送“瓜子界的爱马仕”

2024 年 11 月，三胖蛋迎来了 15 岁生日。从内蒙古优质原产地出发，坚守“高品质大瓜子从种植开始”理念，三胖蛋一举打破了瓜子产业有品类无品牌的困境，持续巩固全产业链的核心竞争优势，确保了瓜子品质的稳定统一。为中国农业打造出了世界级品牌，稳居高端瓜子领导品牌，连续 11 年登顶全国罐装瓜子销量第一，“瓜子界的爱马仕”实至名归。

2025 年春节，三胖蛋重磅推出了蛇年春节礼盒，集颜值与品质于一身，无论从原料选择到生产工艺，还是从口感体验到包装设计，每一个环节都显示出品牌的用心，绝对是春节走亲访友的必备良品。

三胖蛋选用的是内蒙古优质葵花籽，甄选产地中 10% 的核心产区的葵花籽，可以说是精中选精了。并且三胖蛋三期工厂是亚洲瓜子单体最大的数字化智能炒货工厂，也是亚洲规模最大的向日葵综合产业园区，拥有全国顶尖高端瓜子筛选线，秉承“十斤瓜子选二两”的匠心标准，219 道工序严控品质，确保每一颗瓜子饱满大气。

从包装设计来看，三胖蛋抛弃了传统瓜子散装或者单层包装，而是选用了双重密封罐装，牢牢锁住瓜子鲜香的同时，给消费者满满的仪式感和体面感。2025 蛇年礼盒装采用大红色喜庆感的包装设计，创造了红红火火节日庆氛围，让人心生愉快。让你在新年里嗑出好心情，品出新滋味！

年货节期间，三胖蛋各个分仓每天快马加鞭地调运货品来确保全国年货市场的供给平衡，每个分仓每隔几分钟就会有一辆满载的运输车启动运输，载着中国人对新年的美好祝愿，分派全国各地，送福到万家。

中国人的新年，无论是与家人团聚，还是走亲访友，相谈甚欢之间，好瓜子都意味着新的一年的好味道。三胖蛋专注品质，把更多喜气与祝福送给每一位消费者，大吉大利大瓜子，过年必备三胖蛋！

二、新年营销强势发力，线上线下重磅覆盖“户外 + 卫视 + 抖音”全面布局推爆品

2025 年春节即将到来，三胖蛋年货节宣传全面启动，以线上线下同步发力，打造了“户外 + 卫视 + 抖音”的全域传播链路，在春节出行的高峰阶段，集中引爆品牌声量，包括重点覆盖全国一、二线城市的高铁站、飞机场、社区电梯等户外场景，深入城市核心生活空间，抢占消费者心智，让受众随时随地感受到三胖蛋的温暖祝福和陪伴。

社区电梯媒体是典型的大众媒介，覆盖一家老少，拥有高频次、强触达、强制收看、环境少干扰等天然优势。在消费者每天必经的住宅、社区、写字楼等空间高频反复轮播，在潜移默化中将品牌植入用户心智之中，具有典型的大 IP 塑造能力。正是基于这样的洞察，三胖蛋品牌广告近日强势刷屏新潮传媒，在城市主流消费群体中集中引爆，让“瓜子就嗑三胖蛋，颗颗大，满口香；瓜子就送三胖蛋，颗颗大，排面大”核心优势与关键信息进入消费者心智，从而进一步强化了“高端瓜子 = 三胖蛋”的品牌认知。

除了利用户外广告引爆品牌声量外，三胖蛋品牌还联合央视多个频道，以及湖南卫视、浙江卫视等春节收视王牌频道，以“综艺 + 娱乐营销”方式拓展品牌声量，强势吸引受众关注。

而在线上营销方面，三胖蛋同样重磅发力，全国千万级粉丝量 KOL 二十四小时不间断种草推荐，助力三胖蛋年货节期间品牌曝光。“过年必备三胖蛋，大吉大利大瓜子”概念深入人心。

春节消费放量与送礼需求让三胖蛋大瓜子抓住了销量跃升的重要机遇，进一步夯实了品牌在行业中的龙头地位，激发了特定节点的消费势能。

沃隆坚果深度布局年货节市场，全方位迎接消费热潮

坚果类产品以其丰富的营养和美味口感，在年货清单中大放异彩，迎来消费热潮。

作为坚果行业的领军企业，青岛沃隆食品股份有限公司（以下简称“沃隆坚果”）以满腔热忱积极参与“年货节”，采用推出新品、优化供应链、升级仓储物流、加强全渠道协同等策略，聚焦这场年度最大的消费盛宴。

新品迭出，满足多元化需求

近年来，“90后”和“00后”逐渐成为年货采购的新生力量，带着对新鲜事物的热爱与追求，为传统年货市场注入全新的活力。

与前辈们不同，他们在挑选年货时不仅关注产品的口感、品质和营养价值，还更加注重产品的创新和独特性。满足消费者展现个性、分享快乐的多元化需求，沃隆坚果在年货节前推出了多款新品，包括2025蛇年坚果礼盒和多款风味坚果等。

像年货节畅销爆品，经典的生肖系列“新年快乐”礼盒，升级为100%纯坚果，配料表上坚果、白砂糖、食用盐的组合，让消费者吃起来更安心。

坚果福礼、坚果尊礼、坚果金礼、坚果悦礼、富贵满满、阖家欢乐等近百款礼盒，也进行了全面升级，设计更加精美，配料表更加干净，且充分考虑了产品的健康搭配。这些礼盒不仅适合作为节日礼品，更是表达祝福与关心的绝佳选择。值得一提的是，满足个性化定制需求，沃隆还与多位主播、达人合作，推出“鸿运当头”“恭喜发财”等多款定制礼盒。

此外，满足消费者对于新奇感、独特性和个性化体验的更高需求，沃隆上新麻辣火鸡味扁桃仁、芥末夏威夷果仁、浓香番茄味腰果、蟹黄味腰果、辣烤混合坚果……多款风味坚果，这些新品不仅保留了传统坚果的鲜美和营养，更融入了多种独特的风味元素，为春节团聚提供更多选择。

产品供给优化，确保市场稳定

在年货节期间，市场需求激增，产品供给成为品牌能否赢得市场的关键。



为了确保年货节期间的市场供给稳定，沃隆提前进行了原料采购和生产计划，确保产品能够及时上市并满足市场需求。

沃隆始终坚持挑选全球优质产地、精选好原料的理念，从源头上保证了产品的高品质。譬如，深入顶尖开心果产地美国西部，沃隆与原料农场深度合作，实现原料直采；选择越南天然红壤孕育出的高品质腰果，确保产品的清爽香甜；榛子选自全球最优产地土耳其，严筛11—13mm规格的果仁；众多的扁桃仁品种中，沃隆精选高品质的NPX规格……这一策略不仅保证品质和口感，更彰显品牌对原料来源的高度重视和对消费者健康的承诺。

其次，沃隆优化了生产工艺和生产线布局。自建工厂的优势，让沃隆实现生产全流程的把控；轻加工工艺，锁住坚果营养的同时保留其原味醇香。值得一提的是，沃隆还根据产品特性和市场需求对生产线进行了布局优化，以提高生产效率和产品供给。

此外，通过建立完善的质量管理体系和检测流程，沃隆确保了每一批次产品的品质稳定可靠。不断优化产品供给，为沃隆的年货节市场提供了有力的保障。

仓储物流升级，提升配送效率

物流配送成为品牌“年货节”市场的另一个关键因素。为此，沃隆在仓储物流方面进行了全面升级，以提升配送效率。

沃隆建立了现代化的建设智能仓储物流中心，实行WMS系统化仓储物流管理，配合销售模式支持B2B、B2C、B2B2C等多场景物流配送，实

现物流智慧化。

相较于传统仓库，沃隆的智能化立体仓采用多层货架设计，充分利用垂直空间，存储量更大，且可以实时监控库存，掌握货物信息，能快速、准确地进行库存管理，为年货坚果产品的高需求保驾护航。

此外，沃隆优化了物流配送网络。通过与多家物流公司建立长期合作关系，沃隆确保了产品能够快速、准确地送达消费者手中。同时，沃隆还根据市场需求和物流情况对配送网络进行优化调整，以提高配送效率和服务质量。

加强物流信息的追踪和监控，通过完善的物流信息系统和追踪流程，沃隆能够实时掌握产品的物流情况并及时解决可能出现的问题。这不仅提高了物流服务的可靠性，更增强了消费者对品牌的信任度，为年货市场提供更便捷的购物体验。

线上线下协同，实现全渠道覆盖

面对新零售业态和新模式的快速更替，沃隆很早就意识到要将线上与线下相互融合和互补，进行全渠道的布局，让“个头大、自然香、真干脆”的沃隆坚果走进千家万户。

我们看到，沃隆在线上搭建了完备的电商销售网络，不仅覆盖天猫、京东、唯品会等传统电商平台；还入驻抖音、快手等直播电商平台和得物App、有赞商城等新兴社交电商平台。结合各平台的年货节营销活动，为消费者奉上营养好吃的高品质年货。

线下则进驻了全国传统卖场、现代及国际KA及便利店、社区门店等，与国内知名的KA卖场建立了长期的战略合作关系。2025年春节，以“金蛇迎春、沃隆有礼”为主题的春节陈列在全国多家KA卖场、重点门店亮相。

场景化的购物氛围，配合专业工作人员的详尽讲解与优质服务，为顾客提供了直观且实用的年货采购体验。

沃隆坚果在年货节期间的深度布局，不仅展现了其对市场的敏锐洞察力和创新能力，更体现了其对消费者需求的深刻理解和满足。

盐津铺子“撤资”鸣鸣很忙，背后或有新动作

近日，盐津铺子控股撤出在鸣鸣很忙股权的消息吸引了全行业的目光。

01 盐津铺子控股撤资，或是以退为进

盐津铺子控股此次股权转让也引起了行业众多猜测，关于湖南晓芒企业管理有限公司的归属也众说纷纭。2023年11月，好想你、盐津铺子控股共同签订协议，分别向零食很忙集团投资7亿元、3.5亿元。从2022年开始，零食很忙就已经成为盐津铺子的第一大客户，在当年贡献了盐津铺子总营收的7.31%，2023年这一数据更是提升到12.38%。

而在2021年至2024年，盐津铺子总营收也从16.28亿元增长至38.61亿元，量贩零食赛道对于其增长功不可没。而在这数年间，零食很忙的门店数量也从数百家飙升至7000多家，并完成了与赵一鸣零食的战略合并。

截至2024年11月，鸣鸣很忙集团的门店总数已经突破1.4万家，并且仍有着极为强劲的增长势头。无论是从自身营收还是行业前景来看，盐津铺子与鸣鸣很忙集团未来的发展前景都极为光明，本次“急流勇退”没有那么简单。

西南区域一知名量贩折扣平台创始人告诉食业家，盐津铺子控股本次股权转让应该是有着较长远的布局。首先，晓芒公司与津公司，在其名称上就与鸣鸣很忙和盐津铺子有着千丝万缕的联系，后续不排除鸣鸣很忙集团有通过津公司港股上市的可能；然后，随着创新渠道

的发展，盐津铺子也需要对整个赛道持续加码，鸣鸣很忙集团股东的身份会对其整体布局造成一定影响。

外界的传言接连不断，但对于此次股权转让，盐津铺子证券部表示以发布的公告为准，鸣鸣很忙集团则表示不予置评。这次“分手”的背后，也许还在酝酿着另一次震动行业的变革。晓芒公司和津公司这两家神秘的控股企业，未来究竟会给行业带来什么变化尚未可知。但可以确定的是，2025年鸣鸣很忙将会更忙了。

02 鸣鸣很忙未来更忙

从2023年开始，行业内就一直出现鸣鸣很忙集团的上市传闻。在2023年11月，好想你、盐津铺子控股共同战略投资零食很忙集团后，食业家就此事沟通咨询了量贩折扣行业内部分平台代表。其中，有不少观点认为，零食很忙有机会通过上市企业实现“借壳上市”。

而在2024年8月，又有传闻称鸣鸣很忙集团准备在香港IPO，正筹建相关团队计划在2024年下半年或2025年初向港交所提交招股书。但这些传闻都被鸣鸣很忙集团官否定，表示并无明确上市计划。

今年年初，在鸣鸣很忙集团收购赵一鸣的动作被正式确定不涉及“垄断经营”后，鸣鸣很忙集团实现了解绑，未来的发展步调将会更加轻快。同时，越来越多的平台间开始进行战略合作，原本“两超多强”的格局或将打破。作为行业内的超级品牌，鸣鸣很忙集团将会遇到越来越多强劲的对手，2025年鸣鸣很忙将会更忙了。



24/25 产季秘鲁蓝莓出口大涨 61% 新品种 Sekoya POP 后来居上



据秘鲁农业媒体报道，秘鲁蓝莓生产和出口商协会 (Proar ándanos) 报告称，2024/2025 产季 (2024 年 5 月 - 2025 年 4 月) 秘鲁新鲜蓝莓的发货总量将达到 323,928 吨，比此前 10 月份的评估增加 4.1%。本季虽然比之前的产季进展缓慢，但产量大幅增加。

报告显示，迄今为止，秘鲁蓝莓出口量已达 254,406 吨，比上一季同期增长 61%。所有发货的蓝莓中，约 11% 为有机产品，预计到产季结束有机蓝莓出口量将达到约 4 万吨。此前有机蓝莓几乎全部销往美国，本季欧洲市场占到了 10% 左右份额。

24/25 产季的出口峰值出现在第 42 周，新鲜蓝莓出口量达到了 22,348 吨。而 23/24 产季和 22/23 产季的峰值分别出现在第 43 周和第 38 周。

从出口目的地来看，美国占到本季秘鲁蓝莓出口总量的 53% (13.5 万吨)。其次是欧洲 25% (6.3 万吨)，中国 14% (3.5 万吨)，英国 5% (1.2 万吨)，其他 10 个目的地国家 / 地区占比 4%。

按出口方式来看，97% 的蓝莓通过海运发送。主要到达港包括：费城港，占出口美国总量的 58%；鹿特丹港 (荷兰)，占出口欧洲总量的 72% (不包括俄罗斯)；深圳港，占出口中国总量的 72%；多佛港，占出口英国总量的 44%。

从品种来看，最多的前 5 个品种分别是 Ventura、Biloxi、Sekoya Pop 和 Roc í o。主要蓝莓出口公司是 Camposol、Agrovisión、Hortifrut、Beta 和 Agr í cola Cerro Prieto。

从种植规模来看，2016 年秘鲁种植的主要品种是 Biloxi (58%) 和 Rocio (18%)。2020 年情况开始发生变化，主要品种变成了 Biloxi (38%) 和 Ventura (34%)。到了 2024 年，主要品种占比再次发生变化。现在秘鲁有 20195 公顷蓝莓通过了秘鲁国家农业卫生服务局 (Senasa) 认证，其中 Ventura 占 26%，Biloxi 占 16%，后者减少了一半以上。大颗、脆甜的新品种 Sekoya POP 后来居上，占据了总种植规模的 14%。

2025 澳洲巴旦木产量预测公布，产量预测较之前预测略降

产量预估

2025 季澳洲巴旦木产量预估为 155,531 吨，与去年产量相近。不过，这一数据相较于去年季前预估的 164,700 吨下降了 5%。

产量下降主要归因于两方面：一是 9 月花期后多个地区遭遇严重霜冻灾害，影响了澳洲巴旦木的生长；二是在经历 2023 年歉收后，2024 年产量显著增加，产量基数的变化也对今年的产量产生影响。

尽管产量有所下降，但 2017 年、2018 年和 2019 年新种植的 20,000 公顷杏仁树，将在今年助力澳洲巴旦木产量提升。这些新种植的树木在经过数年生长后，逐渐进入盛果期，为整体产量提供了支撑。

市场前景

当前巴旦木价格处于近五年最佳水平，这为澳洲巴旦木产业带来了良好的市场前景。价格的上涨反映了市场对巴旦木需求的强劲，也为种植户带来了更高的收益预期。

收获情况

目前，澳大利亚各主要巴旦木种植区均已开始收获。收获季初期天气干燥，除周末的几场暴风雨外，整体天气状况有利于收获工作。部分种植户比往年提前两周开始收获，干燥的收获条件有利于生产高质量的带壳巴旦木。同时，预计今年的巴旦木果仁尺寸更大，这将进一步提升产品的市场竞争力。

总结

总体来看，尽管受霜冻等自然因素的影响，2025 季澳洲巴旦木的产量仍保持稳定。新增的种植面积和良好的市场价格为行业带来了积极的信号。



哈萨克斯坦加工和罐装坚果产量大幅增长

据国家统计局数据显示，2024 年 1 月至 11 月，全国加工和罐装坚果及水果产量增至 1.22 万吨，同比增长 34%。

与此同时，加工和罐装坚果及水果进口量也出现增长，同比上升 20.7%，达 19.49 万吨。

值得注意的是，进口产品在市场中的占有率高达 94.1%。

2023 年 1 月至 11 月，国内市场罐装坚果及水果销售总量达 19.54 万吨，同比增长 25.9%。

缅甸启动菠萝输华准备工作

缅甸农业、畜牧与灌溉部农业司表示，中国海关总署已于2024年11月11日发布关于进口缅甸鲜食菠萝植物检疫要求的公告，容许符合检疫规定的缅甸鲜食菠萝进口中国。要求有意愿从事鲜食菠萝出口中国的企业在2025年2月28日前向各省邦农业部门提交意向书。



按照中国海关要求，输华菠萝种植园、加工厂等须通过缅甸管理部门在海关注册，获批名单将在海关网站公布。输华菠萝种植园必须严格遵守良好农业规范，实施质量管理、食品安全追溯系统和综合害虫管理措施。包装包括用高压喷雾清洗新鲜水果，并检查和清除昆虫、蜗牛、杂草种子、土、农药残留和杂草。开始两年，缅甸主管部门将对不少于出口量2%的样本进行检查，两年内未发现问题的，样本检查比例将降至1%。

缅甸菠萝主要在掸邦北部和南部种植，每年6月至9月收获。据了解，2019年6月前缅甸菠萝可通过边贸绿色通道输华，暂停后对缅甸菠萝产业造成了不利影响，虽拓展泰国、新加坡等市场，但市场份额极其有限。

智利去年出口农林牧产品超200亿美元 中国是最大买家

智利农业研究和政策办公室（Odepa）发布的最新报告显示，2024年，农林畜牧业出口额达到204.54亿美元，同比增长15%。中国是第一大出口市场。

智利网站“ExtraNoticias”报道，根据报告，去年智利农业出口额达130.29亿美元，同比增长16%；畜牧业出口额达16.63亿美元，增长6%；林业出口额达57.62亿美元，增长15%。

就市场而言，中国是智利农林畜牧业产品最大出口市场，出口额占比32%，美国（19.3%）和欧盟（14.5%）分列第二、三位。就产品而言，智利主要出口的农林畜牧产品为水果、木材、纤维素、葡萄酒和烈酒、肉类及其副产品、加工水果，以及播种用种子。

在进口方面，去年智利农林畜牧业进口额达86.98亿美元，同比增长1.2%。具体而言，农业进口额为55.81亿美元，同比下降0.3%；牲畜业进口额为28.86亿美元，同比增长4.8%；林业进口额为2.31亿美元，同比下降5.6%。

就市场而言，阿根廷（25%）、巴西（21%）、巴拉圭（12%）和美国（9%）是主要来源地。就产品而言，牛肉是第一进口产品，进口额占比16.8%，随后依次是玉米（7%）、小麦（3.3%）、豆饼（5.7%）和油脂（5%）。

总体而言，2024年，智利农林畜牧业实现贸易顺差117.56亿美元，同比增长27%。

越南腰果业下决心保持出口纪录

据越通社报道，越南腰果协会表示，2024年越南腰果出口额达43亿美元。越南腰果加工企业对于大胜感到高兴，但在未去壳腰果价格异常飙升造成损失的情况下也感到乏力。

越南腰果协会副主席白庆日表示，非洲国家和科特迪瓦等腰果供应市场出台暂时停止未去壳腰果出口政策，旨在优先本国腰果业。这是越南腰果进口业史无前例。在此情况下越南腰果协会已同越南驻摩洛哥兼驻科特迪瓦大使沟通，建议科特迪瓦棉花、腰果委员会和该国政府出台公开、透明的政策，让越南企业买卖交易不被动。同时，越南腰果加工企业基于该政策均衡和协调贸易活动。截至目前，越南腰果协会已受到信息，科特迪瓦政府将不再采取向2024年一样的保护政策。



非洲和科特迪瓦是越南腰果加工企业主要原料来源地。每年，科特迪瓦向越南提供50万吨未去壳腰果，该国腰果产量为120万吨。越南从非洲其他国家进口180万吨未去壳腰果，服务加工和满足各出口订单。科特迪瓦是各国最大未去壳腰果供应国。因此该国认可政策变更都影响到越南企业的活动。

尽管2024年面临许多困难，但白庆日先生表示，越南加工腰果出口量仍较大。这证明世界各市场仍信任，保持贸易关系。预期，2025年越南腰果出口额可达40亿多美元以上。

据越南海关总署的统计数据，2024年越南腰果出口量73万吨，出口额43.7亿美元，出口量和出口额分别增长13.3%和20.2%。2024年越南腰果平均出口价格为每吨6003美元，同比增长6.1%。

18年来，越南是世界腰果出口大国，但主要是各家加工工厂进行深加工的腰果仁。白庆日评价，目前越南深加工腰果产品占腰果仁出口总量较小的比重。越南腰果加工企业正需要助力来生产高价值的产品。

除了注重深加工外，越南腰果业正趋于利用国内市场来提升腰果，尤其是深加工腰果产品销售量。国内市场仍是腰果业发展之地。白庆日表示，若想发展国内市场，提升发展机会，腰果业需要地方政府、各组织、单位的同心协力，拉近腰果与国内消费者的距离，向国内消费者提供更多的选择。若能推进国际市场与国内市场相结合，今后隔年越南腰果业将拥有更多发展机会。

泰国榴莲出口开始恢复，越南仍卡在检测环节，榴莲价格暴跌 50%

1月10日开始，海关总署要求进口榴莲附带碱性嫩黄和重金属镉检测报告，并在口岸进行100%查验。由于缺少报告，来自泰国和越南的大批榴莲陆续被口岸退回。

经过近10天筹备，泰国农业部已经迅速作出回应。有6家实验室通过了中国海关总署批准，可以出具碱性嫩黄检测报告。1月20日至21日，泰国检查站已经陆续放行了13批共计155.5吨带有检测报告的榴莲。



与泰国的快速反应不同，越南政府有关部门仍迟迟未作出响应。截至目前，越南尚无指定机构或单位可以检测并出具碱性嫩黄检测报告，导致榴莲对华出口陷入停滞。

多乐省 Anh Thu 公司总经理 Doan Van Ven 表示，公司10个集装箱约170吨榴莲只做了重金属镉检测，由于没有碱性嫩黄检测报告，在口岸等待了近10天仍然无法通关。公司担心货物受损，只能把榴莲退回，现在公司不得不暂停向中国出口榴莲。

一边是榴莲无法出口，大量榴莲从口岸退回，只能在越南国内低价出售。另一边越南国内即将进入春节假期，物流运力紧张，大部分榴莲仓库甚至直接选择提前关门，导致越南国内榴莲价格暴跌。大约1个月前，位于湄公河三角洲的前江省，金枕榴莲收购价还高达17-20万越南盾/公斤，Ri6榴莲也超过了10万盾/公斤。最近几天，金枕榴莲的工厂收购价已经跌到8万盾/公斤，Ri6榴莲只有4万盾/公斤。

越南榴莲行业希望越南政府可以尽快与中方合作，设立专门的检测单位，为出口榴莲出局碱性嫩黄检测报告。现在越南国内正值榴莲上市的淡季，湄公河三角洲地区的榴莲上市量不大，如果等到3月份西部地区进入榴莲产季，届时榴莲价格可能会受到很大影响。

中国截止11月澳洲巴旦木进口量猛增123%

根据澳洲巴旦木协会（ABA）发布的11月份市场报告，11月澳洲巴旦木出口量增长97%，澳洲本出货量增长12%，11月整体出货量大幅增长74%。其中中国的需求表现尤为突出，与去年同期相比（2024年3月1日-11月30日），进口到中国的巴旦木销量增长了123%，同时，澳洲巴旦木试图扩大东南亚巴旦木消费量的举措似乎正在获得进展，印度尼西亚、马来西亚、泰国和新加坡的巴旦木消费量也出现了增长。

中澳自由贸易协定继续推动需求，并导致澳洲巴旦木占据了大部分市场份额。根据航运数据，包括自2024年3月澳大利亚销售季开始以来通过越南运输的加州巴旦木，澳洲已售出69,964吨（3月至11月），而加州中国和越南合计售出49,752吨（3月至12月）。

在全球巴旦木价格持续走强的背景下，澳洲巴旦木出口继续以创纪录的速度进行。

业内的澳大利亚营销商和加工商在九个月内出货的巴旦木数量超过了以往任何一个完整的12个月季节。过去九个月，澳洲巴旦木在主要市场的销售量达到了新的水平，其中中国处于领先地位。

ABA 首席执行官蒂姆·杰克逊（Tim Jackson）表示，中国已成为该行业的首选目的地，而2025年美国和中国之间潜在贸易战的不确定性似乎进一步刺激了中国买家的需求。

杰克逊表示，印度连续9个月进口澳洲巴旦木的数量与去年相同，加上中国，这两个主要市场目前占澳洲巴旦木出口总量的70%以上。

他说，本季度前九个月的总销售量为143,921吨，这意味着，鉴于本季度的总产量预计为153,500吨，大多数加工商在2025年季度的库存将极低。

澳洲巴旦木本季度还有三个月的报告时间，将于二月底结束。





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

配送网络是集中还是分散？ 坚果果干企业需要从这4个方面考虑

配送网络的一个基本问题是，应该从中央仓库还是从区域仓库为客户提供服务？先来解释一下这两种模式的概念。

1. 两种运作模式的区别

中央仓库如何运作？假设从工厂接收产品，然后将其运到仓库，放入货架，储存起来。此后，当坚果果干企业收到客户的订单，需要把产品放到分拣区，在那里包装，准备给客户发货。

有时企业需要给几个客户送货，而他们之间的距离很远。虽然企业想要从中央仓库给每个客户提供服务，但是成本会很高。

如果是区域仓库会如何运作？起初的流程和中央仓库是一样的，产品会被运往某个中央仓库，所有产品都存放在那里。但是企业不会在中央仓库进行分拣，而是把产品先送到区域仓库去，在那里接收所在地区客户的订单，并相应地准备订单，给客户发货。

这两种情况的主要区别在于，在第一种情况下，坚果果干企业只有一个中央仓库，而第二种情况则是分散式的解决方案，企业有几个区域仓库，它们都靠近各自的市场。

请大家思考一下两种解决方案的优缺点。

在开始之前企业先要权衡一下两个方案的利弊。现在企业都在降本增效，特别是优化成本。如果要比较这两个方案，成本的哪些方面有变化？主要集中在四个方面，分别是仓库设施、运输、库存和操作成本。



2. 权衡两种方案的成本

1) 设施

如何比较一个集中式仓库和几个地区性仓库？每个仓库都会产生运营的固定成本，哪怕它的规模较小，都有一笔费用，包括租金、水电和人工成本等等。

区域仓库的数量越多，总体的固定成本就越高。从这个角度看，集中式的中央仓库设施成本较低。

2) 运输

运输不是一个容易衡量和评估的指标。运输费用和距离成正比，虽然区域仓库更靠近客户，运费更低，但是企业不能忽略从中央仓库调拨到区域仓库的成本。

只看一段运输距离是片面的，企业需要有一个全局观。这种全局观

体现在供应链管理的许多方面，例如计算交货期要考虑制造和运输的时间，核算采购成本要考虑 Total Cost Ownership，皆是如此。

回到运输成本的话题上，坚果果干企业要审视从工厂到最终客户的全部运输成本，它取决于两个因素。第一是运输距离，第二是每公里的成本。

不同的运输模式有不同的运费，通常来说水上运输费用最低，航空运输最高，公路卡车介于两者之间。

运输成本之间的差距是很惊人的。

因此，当企业考虑运输成本时，除了距离，也要思考如何有效地利用运输工具，实现最大的装箱率。集装箱运输为什么便宜？因为可以最大化利用空间，换句话说就是装得多。

如果只装了一半的空间，单价商品的运费就会翻倍，所以运输工具的利用率是关键。卡车运输的费用如何才能降下来？在车辆返程的时候也拉上货



物，这样可以弥补空车返回的损失。

让我们回到仓库的话题上，是集中还是分散？运输途中费用最高是哪一段？是从工厂到中央仓库吗？

不一定，出厂时通常会使用托盘，整托出货，就像是企业在大型商超会员店看到的那样。集装箱海运也是全部使用托盘运输，因为这样做的效率是最高的。

如果企业从中央仓库直接给终端客户发货会怎么样？他们可能只订了一箱饮料，企业不可能用托盘运输，因为托盘是一次性使用的，是一笔额外的费用。企业的运输工具即便是小型的卡车，它的装载率也很低，所以这次运输成本会很高。

如果企业使用分散式配送系统会怎么样？把一箱饮料从中央仓库运到区域仓库，这次的运输是用整个托盘，和其他货物一起装满了一辆卡车。

从区域仓库到客户的配送由当地的物流三轮车完成，这条线路配送效率很高，总体耗时也较少。

因此，当企业比较集中和分散系统的成本时，需要考虑成本、装载率和配送效率。

3) 库存

坚果果干企业通常有两种库存。第一种是安全库存，这是用于应对需

求的变化或是不确定性的库存。在集中的仓储模式中，企业的安全库存也被汇集在一起，在分散模式中，安全库存被放置在各个仓储中。

如果企业把所有库存集中起来，各个地区的需求变化就可以相互补偿、抵消，总体的需求比个体的更加稳定，所需要的库存量更少。

因此，集中式解决方案提供的安全库存将少于每个仓库安全库存的总和。或者说，在安全库存总量相同的情况下，企业将获得更高的库存可用量，这是集中式的优点。

第二种是循环库存。企业收到了一个托盘的货物，然后分批次地卖给了顾客。如果企业的货架空了，就立即向工厂订一个托盘的货，这些货物可以支撑一段时间内的销售，起到了循环补充的作用。

在集中模式中，循环库存只需要补充企业的中央仓库。在分散模式中，企业要把所有的区域仓库都进行补货，也就需要更多的库存。

4) 操作

两种模式都会产生操作成本。如果在集中式系统中，订单准备工作是在一个大仓库中完成的。企业可以处理所有的货物，货物量更大，可以通过规模效应提高效率。此外，企业

还可以使用自动化技术进一步提高效率，这是集中式系统的优势。

如果在分散的网络中，企业要把数量庞大的货物拆散，把大包装换成小包装，然后再把它们送到一个个区域仓库中，在那里再次存储，并进行分拣。因此，整个过程有更多的操作，需要耗费更多的人工。

在分散的网络中，企业处理的产品种类肯定要更多一些，服务的客户数量也更多。企业将面临更复杂的操作，更低的效率，这是因为各地的业务量肯定少于中央仓库。

由此，可以看出集中模式在仓库设施固定成本、库存和操作效率上更有优势，而分散模式的总运输成本更低。

3. 如何选择配送网络模式？

坚果果干企业应该如何选择呢？这两种模式各有优缺点，需要根据商品的价值密度和特性来决定。

什么是价值密度？它是商品在单位体积或重量下的数量。

对于需求比较小的产品，则是会存放在中央仓库里，这样可以减少库存持有的成本。顾客需要提前预约，然后才会安排配送。

使用集中还是分散的模式，需要根据商品的情况进行具体分析。

上海来伊份 从未停止寻求转变的步伐



“2024年，我们迎难而上，深挖消费者需求，根据不同的生活化场景以及属地化特色拓展产品品类，拓宽消费群体。从零食专卖店加码来咖，到尝试仓储会员店模式，再到批量地进行生活店布局，来伊份从未停止寻求转变的步伐。”日前，上海来伊份股份有限公司（以下简称“来伊份”）总裁郁瑞芬在接受记者采访时表示。

“抓创新就是抓发展，谋创新就是谋未来。”习近平总书记高度重视创新发展，在多次讲话和论述中反复强调“创新”。作为中国休闲食品连锁经营模式的缔造者和引领者，过去的一年，面对激烈的市场竞争环境，来伊份不断探索新思路、创建新模式。产品创新方面，首倡“低糖、低脂、低卡、低盐、低GI”的五低健康零食标准，加大研发投入，推出了一系列符合消费者口味和健康需求的新产品。业态创新上，构建“生活店+商场店+仓储会员店”三大业态协同发展的模式。数智化能力建设方面，采用以市场需求为驱动的MPD产品开发模型分析消费者需求，打造出更好的产品；通过“CDP+MA+SCRM”会员营销智能数字化平台，根据不同的用户需求提供个性化的精准服务。来伊份与社区生活集合店“养馋记”达成战略合作，双方资源共享、优势互补，不仅丰富了经营业态，还进一步巩固了企业在华东市场的领先地位。“我们线上平台和线下门店的融合发展也取得了一定成效，通过数字化转型打通线上线下，实现了构建‘来伊份门店+线上+小程序+APP’的社区消费生态，更好地洞察用户需求，提升盈利能力和客户体验。”据悉，接下来，来伊份将聚焦万

家灯火的战略主航道，开启“来伊份2.0”模式：打造高质量社区生活店。同时，通过客厅、餐厅、厨房等消费场景的打造，构建以生活店为主导的社区生活平台，满足消费者更加多元化的需求。2025年是“十四五”规划的收官之年，也是全面深化改革推向纵深的关键之年。在这一关键时期，民营经济作为社会主义市场经济的重要组成部分，面临着前所未有的发展机遇。郁瑞芬表示，来伊份将以高质量发展为目标，积极响应国家号召，加大研发投入，提升管理水平，拓展市场空间。同时，积极投身公益事业，在乡村振兴中助力农产品深加工与销售，创造更多就业岗位。“展望未来，我相信通过我们的不懈努力，来伊份一定能够在新时代书写属于自己的新辉煌，为民营经济的发展贡献更大的力量。”郁瑞芬说。





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

东北松子 提质增产技术改造

杭州享念食品有限公司

杭州享念食品有限公司是一家专业生产东北松子和巴西松子的生产企业，位于杭州市萧山区临浦镇工业园区，毗邻 G60 高速公路，距离杭州萧山国际机场 20 公里，交通便捷。公司占地 20 余亩，建筑面积达 15000 平方米，其中符合食品生产 GMP 要求的净化车间 8000 平方米。公司现有员工 60 余人，其中各类专业技术人员 20 余人。2024 年产值达 1.6 亿元，利税 1200 万元。公司在东北建有专业的公司加农户的原料生产基地，收购松子 2000 余吨，为当地农民增收达 9000 万元。2018 年被评为杭州市农业龙头企业，2023 年被认定为国家级高新技术企业。

东北松子含有丰富的不饱和脂肪酸、维生素 E、及钙铁锌等矿物质，具有降低胆固醇、保护心血管、保护细胞、延缓衰老、预防贫血等功效。随着人们的生活水平不断提高，广大消费者对既营养又健康的东北松子需求越来越大，为此公司在原有的设施设备基础上，对生产车间和生产设备进行了大幅度的改造和提升，具体技术改造提升在以下几个方面：

一、对原有的生产车间进行全面提升改造，把原有车间全部拆除，重新设计，使人流物流走向更加合理，避免交叉污染，重新装修车间全部采用无尘净化车间设计，符合食品生产 GMP 要求，车间洁净度达到 10 万级。开口松子主要生产过程油炸工段，采用全自动油炸流水线，把原有的人工上料改为全自动真空定量称重上料，避免由于人工上料每锅料量不一样影响质量的状况。从上料、油炸、出锅、离心沥油、冷却全部自动控制完成。

二、与合肥泰禾科技股份有限公司合作开发了行业领先的筛选松子质量的 X 光机。该 X 光机既可以去除异物，可以去除霉烂籽，改变原来的人工挑选提升为 X 光机一次性完成，既节省了成本，又保证了产品质量，客户的满意度得到了较大的提高。

三、采用全自动秤量、真空、封口与一体的组合包装设备，改变原有的人工称重、人工封口包装的工艺，使生产效率大大提高，同时由于是真空包装，与空气中氧气彻底隔绝，解决了高油脂松子产品的酸价过氧化值指标容易超标的现象，延长了产品的货架期。

为了完成以上这几方面的技术改造，公司投入了大量的人力物力，净化车间改造投入了 410 万元，机器设备升级改造投入 450 万元，累计总投入 860 余万元。

通过以上这几方面的技术改造，我司的生产效率和产品质量有了较大幅度的提高，劳动生产率提高了 30%，产品出厂检验合格率提高了 20%，用户满意度提高了 25%，项目实施过程中，申报了 11 项实用新型专利，已经全部取得国家知识产权局颁发的专利证书，取得了较好的经济效益和社会效益，我司增产提质技术改造项目取得圆满成功。[来源]



坚果，作为一种常见的零食，因其丰富的营养和独特的口感深受人们喜爱。然而，长期食用坚果是否对身体有益呢？本文将探讨长期食用坚果对身体的影响，帮助我们实现健康与美味的平衡。

一、坚果的营养价值

坚果富含多种营养成分，包括蛋白质、脂肪、矿物质和维生素等。其中，坚果中的脂肪多为不饱和脂肪酸，具有降低胆固醇、预防心血管疾病的作用。此外，坚果中的矿物质如镁、锌、铁等对身体健康也有很大的益处。

二、长期食用坚果的好处

1. 有助于保护心脏：坚果中的不饱和脂肪酸有助于降低血液中的胆固醇，减少心脏病的风险。长期食用坚果，对心脏健康具有积极的影响。

2. 有助于抗氧化：坚果中含有丰富的抗氧化物质，如维生素E、多酚等。抗氧化物质可以清除体内的自

由基，降低自由基对身体的损害，延缓衰老。

3. 有助于提高免疫力：坚果中的蛋白质、矿物质等营养成分有助于提高身体的免疫力，预防感冒等疾病。

4. 有助于促进大脑发育：坚果中的不饱和脂肪酸、锌等矿物质对大脑发育具有积极的作用，可以提高学习和记忆力。

三、长期食用坚果的注意事项

1. 适量食用：虽然坚果营养丰富，但其中的热量也较高。长期过量食用坚果可能导致体重增加，甚至引起肥胖。因此，适量食用坚果是关键。

2. 过敏问题：部分人群可能对坚果中的某些成分过敏，如花生、杏仁等。在食用坚果时，要注意过敏反应，如有过敏症状应立即停止食用。

3. 品质选择：坚果的品质对其营养价值有很大影响。在购买坚果时，应选择新鲜、无霉变、无添加的优质坚果。 

长期食用坚果对身体的影响 ——健康与美味的平衡



要想肠道好 常吃这几种食物



01 富含膳食纤维的食物

膳食纤维不被人体吸收，进入大肠后促进肠道蠕动、减少食物和潜在的致癌物在肠道中停留时间。

高膳食纤维食物一览表

全谷物

燕麦、黑米、玉米、高粱、糙米

蔬菜

深绿色（菠菜、油麦菜）、西兰花、蒜苗、茭白、芦笋

水果

石榴、桑葚、猕猴桃、苹果、樱桃、库尔勒梨

豆类

鲜毛豆、豌豆、黄豆、黑豆、绿豆、蚕豆

菌菇、藻类

银耳、木耳、紫菜、口蘑、香菇、金针菇

坚果

杏仁、核桃、花生仁、白芝麻、榛子、松子

02 富含益生元的食物

益生元广泛地存在于多种天然食物中，如蔬菜、水果、全谷物、豆类。

益生元在进入肠道后，能为「益生菌」提供生长的燃料，维持肠道菌群的平衡，有效降低肠细胞转化为息肉和癌变的可能性。

03 富含姜黄素的食物

洋葱、芥末、生姜和咖喱是姜黄

素的主要食物来源。

姜黄素在医学上具有抗炎、抗氧化、抗肿瘤等作用，一项关于肠道息肉的研究显示，连续6个月补充姜黄素和槲皮素，息肉的数量减少了60%。

但姜黄素不易被吸收，建议搭配黑胡椒一起食用，黑胡椒中的活性成分——胡椒碱，可将姜黄素的生物利用度提高，促进人体吸收转化。

04 富含钙和维生素D的食物

富含钙的食物

奶制品

牛奶、酸奶、奶酪等

豆制品

加钙点卤的豆腐、豆干等

豆制品

加钙点卤的豆腐、豆干等

坚果

芝麻、花生、杏仁等

水产品

虾皮、虾米、紫菜等

富含维生素D的食物

富含脂肪的鱼类

三文鱼、鲭鱼和鳗鱼等

菌菇类

羊肚菌、鸡油菌等

牛奶、豆奶

豆腐

蛋黄



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



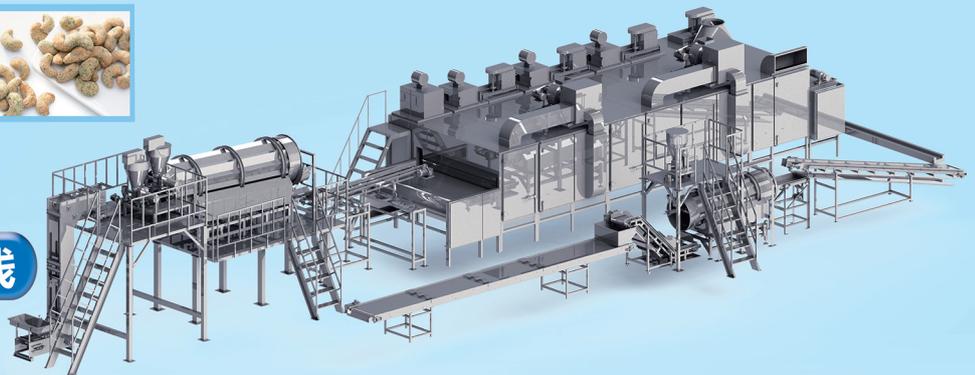
追求品质·创造未来!

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

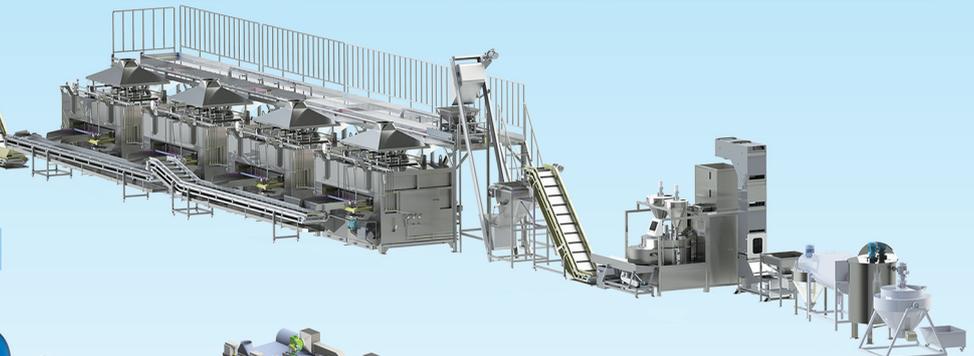
地址：浙江省诸暨市枫桥镇宜桥头
电话：86-575-87046355
传真：86-575-87435178
网址：www.hezifood.cn



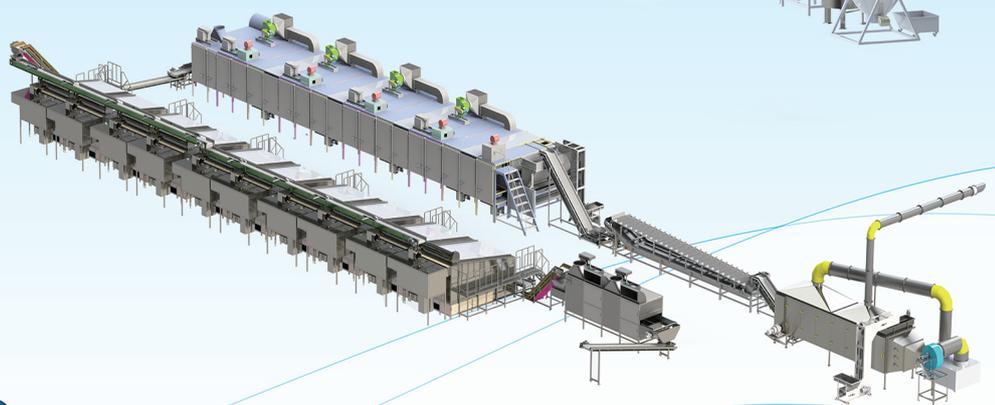
坚果仁浅裹粉烘烤生产线



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



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