

# 2016-2022年中国干果坚果行业分析及未来前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国干果坚果行业分析及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201608/442021.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

干果，即果实成熟时果皮成干燥状态的果子或者人加工后的果实。果实在完全成熟后，由于含水分多少不同，还有干果和肉果的分别，成熟后果皮干燥的果实叫干果。干果又分裂果和闭果，它们大多含有丰富的蛋白质，维生素，脂质等。

坚果，闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒或者多粒种子。如板栗，花生，核桃等的果实。坚果是植物的精华部分，一般都营养丰富，含蛋白质、油脂、矿物质、维生素较高，对人体生长发育、增强体质、预防疾病有极好的功效。

智研咨询发布的《2016-2022年中国干果坚果行业分析及未来前景预测报告》共十八章。首先介绍了干果坚果相关概念及发展环境，接着分析了中国干果坚果规模及消费需求，然后对中国干果坚果市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国干果坚果面临的机遇及发展前景。您若想对中国干果坚果有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章干果坚果行业发展综述1

#### 1.1干果坚果行业定义及分类1

##### 1.1.1行业概念及定义1

##### 1.1.2行业主要产品分类1

##### 1.1.3行业在国民经济中的地位2

##### 1.1.4行业发展特征2

(1) 快速消费品行业2

(2) 质量安全关注行业2

(3) 原材料依赖型产业2

(4) 规模经济的典型特征3

#### 1.2干果坚果行业统计标准3

##### 1.2.1行业统计部门和统计口径3

##### 1.2.2行业主要统计方法介绍4

##### 1.2.3行业涵盖数据种类介绍4

#### 1.3干果坚果行业产业链分析4

##### 1.3.1行业产业链简介4

##### 1.3.2行业下游产业链相关行业分析4

- 1.3.3行业产业链上游相关行业分析5
- 第二章干果坚果行业市场环境分析6
  - 2.1干果坚果行业经济环境分析6
    - 2.1.1国际宏观经济环境分析6
    - 2.1.2国内宏观经济环境分析11
    - 2.1.3行业宏观经济环境分析18
  - 2.2干果坚果行业贸易环境分析19
    - 2.2.1行业贸易环境发展现状19
    - 2.2.2行业贸易环境发展趋势20
  - 2.3干果坚果行业融资环境分析20
    - 2.3.1主要货币数据分析20
    - 2.3.2货币政策未来走向21
  - 2.4干果坚果行业政策环境分析24
    - 2.4.1行业相关政策动向24
    - 2.4.2行业相关发展规划24
  - 2.5干果坚果行业社会环境分析26
    - 2.5.1产业社会环境26
    - 2.5.2社会环境对行业的影响30
- 第三章2014-2016年食品行业发展分析31
  - 3.1中国食品行业发展综合状况31
    - 3.1.1中国食品行业发展总析31
    - 3.1.2国内食品工业发展的突出特点35
    - 3.1.3中国食品产业发展面临新形势35
    - 3.1.4我国食品工业区域结构得到改善36
  - 3.2 2014-2016年中国食品行业发展分析36
    - 3.2.1 2014年中国食品工业经济运行状况36
    - 3.2.2 2015年我国食品工业经济运行状况42
    - 3.2.3 2016年我国食品工业运行分析43
  - 3.3 2014-2016年中国食品行业信息化发展分析44
    - 3.3.1中国食品行业信息化总体状况44
    - 3.3.2我国食品行业信息化需求特点45
    - 3.3.3中国食品行业信息化发展不平衡46
    - 3.3.4PLM在食品业信息化中的应用探析47
  - 3.4我国食品行业发展思路50
    - 3.4.1食品工业发展的建议50

- 3.4.2食品行业发展的政策措施52
- 3.4.3食品工业发展基本思路与方向52
- 3.4.4中国食品工业的发展战略分析57
- 3.4.5中国食品行业诚信体系建设的建议57
- 3.4.6中小食品企业经营创新思路58
- 第四章2012-2016年休闲食品行业发展分析60
- 4.1中国休闲食品行业发展状况分析60
- 4.1.1中国休闲食品行业发展总体概况60
  - (1) 休闲食品行业的发展规模60
  - (2) 休闲食品行业市场现状61
  - (3) 休闲食品行业的消费群体61
  - (4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势61
- 4.1.2中国休闲食品行业发展主要特点64
  - (1) 竞争激烈——品牌是关键64
  - (2) 生产趋于专业化和标准化64
  - (3) 中高端市场成为争夺焦点64
  - (4) 行业同质化现象严重65
- 4.2休闲食品行业经济指标分析66
- 4.2.1行业经济指标分析66
- 4.2.2不同性质企业经济指标分析66
- 第五章中国干果坚果行业发展现状分析67
- 5.1中国干果坚果行业发展状况分析67
- 5.1.1中国干果坚果行业发展阶段67
- 5.1.2中国干果坚果行业发展总体概况67
- 5.1.3中国干果坚果行业发展特点分析68
- 5.1.4中国干果坚果行业商业模式分析68
- 5.2干果坚果行业发展现状71
- 5.2.1 2014-2016年中国干果坚果行业市场规模71
- 5.2.2 2014-2016年中国干果坚果行业发展分析71
- 5.2.3 2014-2016年中国干果坚果企业发展分析72
- 5.3干果坚果市场情况分析73
- 5.3.1中国干果坚果市场总体概况73
- 5.3.2中国干果坚果产品市场发展分析73
- 5.4中国干果坚果市场价格走势分析73
- 5.4.1干果坚果市场定价机制组成73

- 5.4.2干果坚果市场价格影响因素74
- 5.4.3干果坚果产品价格走势分析74
- 5.4.4 2016-2022年干果坚果产品价格走势预测75
- 第六章中国干果坚果市场供需形势分析77
- 6.1干果坚果行业生产分析77
- 6.1.1产品及原材料进口、自有比例77
- 6.1.2国内产品及原材料生产基地分布77
- 6.2中国干果坚果行业供需分析78
- 6.2.1 2014-2016年中国干果坚果行业供给情况78
  - (1) 中国干果坚果产量分析78
  - (2) 中国干果坚果总产值分析79
- 6.2.2 2014-2016年中国干果坚果行业需求情况80
  - (1) 中国干果坚果销售产值分析80
  - (2) 中国干果坚果销售收入分析80
- 6.2.3 2014-2016年中国干果坚果行业供需平衡分析81
- 6.3干果坚果产品市场应用及需求预测81
- 6.3.1干果坚果产品应用市场总体需求分析81
- 6.3.2干果坚果产品应用市场需求总规模82
- 第七章干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战83
- 7.1干果坚果行业进出口市场分析83
- 7.1.1干果坚果行业进出口综述83
  - (1) 中国干果坚果进出口的特点分析83
  - (2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营83
- 7.1.2干果坚果行业出口市场分析84
- 7.1.3干果坚果行业进口市场分析84
- 7.2中国干果坚果出口面临的挑战及对策85
- 7.2.1中国干果坚果出口面临的挑战85
- 7.2.2中国干果坚果行业未来出口展望85
- 7.2.3中国干果坚果产品出口对策85
- 第八章干果坚果行业区域市场分析87
- 8.1华南地区市场分析87
- 8.1.1广东干果坚果市场分析87
  - (1) 广东干果坚果市场销售情况87
  - (2) 广东干果坚果市场价格监测87
  - (3) 广东干果坚果市场竞争分析87

- (4) 广东干果坚果市场发展前景88
- 8.1.2广西干果坚果市场分析89
  - (1) 广西干果坚果市场销售情况89
  - (2) 广西干果坚果市场价格监测89
  - (3) 广西干果坚果市场竞争分析89
  - (4) 广西干果坚果市场发展前景90
- 8.1.3海南干果坚果市场分析91
  - (1) 海南干果坚果市场销售情况91
  - (2) 海南干果坚果市场价格监测91
  - (3) 海南干果坚果市场竞争分析91
  - (4) 海南干果坚果市场发展前景92
- 8.2华东地区市场分析93
  - 8.2.1上海市干果坚果市场分析93
    - (1) 上海市干果坚果市场销售情况93
    - (2) 上海市干果坚果市场价格监测93
    - (3) 上海市干果坚果市场竞争分析93
  - 8.2.2江苏省干果坚果市场分析94
    - (1) 江苏省干果坚果市场销售情况94
    - (2) 江苏省干果坚果市场价格监测95
    - (3) 江苏省干果坚果市场竞争分析95
    - (4) 江苏省干果坚果市场发展前景95
  - 8.2.3浙江省干果坚果市场分析96
    - (1) 浙江省干果坚果市场销售情况96
    - (2) 浙江省干果坚果市场价格监测96
    - (3) 浙江省干果坚果市场竞争分析96
    - (4) 浙江省干果坚果市场发展前景97
  - 8.2.4山东省干果坚果市场分析97
    - (1) 山东省干果坚果市场销售情况97
    - (2) 山东省干果坚果市场价格监测97
    - (3) 山东省干果坚果市场竞争分析98
    - (4) 山东省干果坚果市场发展前景98
- 8.3西南地区市场分析99
  - 8.3.1四川省干果坚果市场分析99
  - 8.3.2贵州省干果坚果市场分析100
  - 8.3.3云南省干果坚果市场分析101

## 第九章中国干果坚果上游供应市场分析106

### 9.1干果坚果行业原料市场——板栗106

#### 9.1.1原料市场——产量规模分析106

#### 9.1.2原料市场——价格走势分析106

#### 9.1.3原料市场——市场趋势分析107

### 9.2干果坚果行业原料市场——核桃107

#### 9.2.1原料市场——产量规模分析107

#### 9.2.2原料市场——价格走势分析109

#### 9.2.3原料市场——市场趋势分析109

### 9.3干果坚果行业原料市场——腰果110

#### 9.3.1原料市场——产量规模分析110

#### 9.3.2原料市场——价格走势分析110

#### 9.3.3原料市场——市场趋势分析110

## 第十章中国干果坚果行业细分产品分析112

### 10.1干果坚果行业细分产品——榛子112

#### 10.1.1细分产品——应用特点分析112

#### 10.1.2细分产品——应用案例分析112

#### 10.1.6细分产品——应用前景预测113

### 10.2干果坚果行业细分产品——糖果113

#### 10.2.1细分产品——应用特点分析113

#### 10.2.2细分产品——生产工艺流程114

#### 10.2.3细分产品——注意问题分析117

## 第十一章中国干果坚果行业下游市场分析119

### 11.1干果坚果行业下游消费者——按性别分析119

#### 11.1.1消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品119

#### 11.1.2男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品119

#### 11.1.3女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品120

#### 11.1.4不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品120

### 11.2干果坚果行业下游市场——按年龄分析121

#### 12.2.1 16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品121

#### 12.2.2 21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品122

#### 12.2.3 26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品122

#### 12.2.4不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品123

## 第十二章干果坚果行业发展前景分析预测124

### 12.1 2016-2022年干果坚果市场发展前景124



- 12.1.1 2016-2022年干果坚果市场发展潜力124
- 12.1.2 2016-2022年干果坚果市场发展前景展望124
- 12.1.3 2016-2022年干果坚果食品行业发展前景分析124
- 12.2 2016-2022年中国干果坚果行业供需预测126
  - 12.2.1 2016-2022年中国干果坚果行业供给预测126
  - 12.2.2 2016-2022年中国干果坚果行业产量预测127
  - 12.2.3 2016-2022年中国干果坚果市场销量预测128
  - 12.2.4 2016-2022年中国干果坚果行业需求预测129
- 第十三章干果坚果行业投资价值分析评估130
  - 13.1干果坚果行业投资特性分析130
    - 13.1.1干果坚果行业进入壁垒分析130
    - 13.1.2干果坚果行业盈利模式分析131
    - 13.1.3干果坚果行业盈利因素分析132
  - 13.2 2016-2022年干果坚果行业发展的影响因素132
    - 13.2.1有利因素132
    - 13.2.2不利因素133
  - 13.3 2016-2022年干果坚果行业投资价值评估分析133
    - 13.3.1行业投资效益分析133
    - 13.3.2投资回报率比较高的投资方向134
    - 13.3.3新进入者应注意的障碍因素134
- 第十四章干果坚果行业投资机会与风险防范136
  - 14.1干果坚果行业投融资情况136
    - 14.1.1行业资金渠道分析136
    - 14.1.2固定资产投资分析136
    - 14.1.3兼并重组情况分析138
    - 14.1.4干果坚果行业投资现状分析139
  - 14.2 2016-2022年干果坚果行业投资机会139
    - 14.2.1产业链投资机会139
    - 14.2.2细分市场投资机会140
    - 14.2.3重点区域投资机会141
    - 14.2.4干果坚果行业投资机遇141
  - 14.3 2016-2022年干果坚果行业投资风险及防范142
    - 14.3.1政策风险及防范142
    - 14.3.2技术风险及防范143
    - 14.3.3供求风险及防范145

- 14.3.4宏观经济波动风险及防范145
- 14.3.5产品结构风险及防范146
- 14.3.6其他风险及防范147
- 14.4中国干果坚果行业投资建议147
  - 14.4.1干果坚果行业未来发展方向147
  - 14.4.2专家投资建议148
- 第十五章干果坚果行业重点企业经营分析151
  - 15.1干果坚果企业发展总体状况分析151
    - 15.1.1干果坚果企业规模分析151
    - 15.1.2干果坚果行业销售收入分析152
    - 15.1.3干果坚果行业销售利润分析153
  - 15.2干果坚果行业领先企业个案分析153
    - 15.2.1佛山南兴果仁制品有限公司（天虹品牌）经营情况分析153
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析
      - （3）企业经营优劣势分析
    - 15.2.2广州市粒上皇干果连锁公司（粒上皇品牌）经营情况分析159
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析
      - （3）企业经营优劣势分析
    - 15.2.3湖北良品铺子食品有限公司（良品铺子品牌）经营情况分析163
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析
      - （3）企业经营优劣势分析
    - 15.2.4上海来伊份股份有限公司（来伊份品牌）经营情况分析167
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析
      - （3）企业经营优劣势分析
    - 15.2.5安徽三只松鼠电子商务有限公司（三只松鼠品牌）经营情况分析172
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析
      - （3）企业经营优劣势分析
    - 15.2.6乌鲁木齐市西域华新网络有限公司（西域美农品牌）经营情况分析179
      - （1）企业发展简况分析
      - （2）企业经营情况分析

- (3) 企业经营优劣势分析
- 15.2.7 新农哥食品有限公司(新农哥品牌)经营情况分析183
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业经营优劣势分析
- 第十六章 干果坚果市场营销策略分析188
  - 16.1 食品工业营销状况188
    - 16.1.1 现代食品营销特点188
    - 16.1.2 食品行业看好网络营销189
    - 16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略190
    - 16.1.4 高端食品的成功营销之道191
    - 16.1.5 中国食品行业的公益营销火热192
    - 16.1.6 食品企业营销主打健康牌193
  - 16.2 绿色食品营销194
    - 16.2.1 我国绿色食品营销环境分析194
    - 16.2.2 我国绿色食品市场营销的现状196
    - 16.2.3 绿色食品营销渠道定位与选择198
    - 16.2.4 构建绿色食品营销渠道的对策200
    - 16.2.5 绿色食品市场营销建议202
    - 16.2.6 绿色食品营销需要实施品牌战略204
    - 16.2.7 绿色食品的“绿色营销”策略205
  - 16.3 中国干果坚果营销渠道分析206
    - 16.3.1 干果坚果销售额结构分析206
    - 16.3.2 主要销售渠道207
  - 16.4 中国干果坚果消费人群分析207
  - 16.5 中国干果坚果营销策略分析208
    - 16.5.1 市场细分分析208
    - 16.5.2 市场定位分析209
    - 16.5.3 产品策略分析209
    - 16.5.4 价格策略分析209
    - 16.5.5 渠道策略分析209
    - 16.5.6 促销策略分析210
- 第十七章 干果坚果企业发展策略分析211
  - 17.1 干果坚果行业面临的困境211
    - 17.1.1 干果坚果行业发展需要关注的突出问题211

- 17.1.2中国干果坚果工业的薄弱环节211
- 17.1.3干果坚果工业面临的挑战211
- 17.2干果坚果企业面临的困境及对策212
  - 17.2.1重点干果坚果企业面临的困境及对策212
  - 17.2.2中小干果坚果企业发展困境及策略分析213
    - (1) 中小干果坚果企业面临的困境213
    - (2) 中小干果坚果企业对策探讨213
- 17.3中国干果坚果行业存在的问题及对策214
  - 17.3.1中国干果坚果行业存在的问题214
    - (1) 中国干果坚果面临成长困境214
    - (2) 中国干果坚果需要强势品牌215
  - 17.3.2干果坚果行业发展的建议对策216
    - (1) 把握国家投资的契机216
    - (2) 竞争性战略联盟的实施217
    - (3) 企业自身应对策略217
  - 17.3.3市场的重点客户战略实施218
    - (1) 实施重点客户战略的必要性218
    - (2) 合理确立重点客户220
    - (3) 重点客户战略管理220
    - (4) 重点客户管理功能221
- 第十八章干果坚果行业研究结论及建议224(ZY WZY)
- 18.1报告研究结论224
- 18.2投资建议224

图表目录：

图表：2015年七国集团GDP增长率6

图表：2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率7

图表：2015年全球及主要经济体制造业和服务业PMI8

图表：2016年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数9

图表：2014-2016年GDP增长速度分析12

图表：2014-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）12

图表：2014-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）13

图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）13

图表：2014-2016年固定资产投资到位资金同比增速14

图表：2014-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）15

图表：2014-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）16

- 图表：2014-2016年农村居民人均收入实际增速（累计同比）17
  - 图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入实际增速（累计同比）17
  - 图表：2015年食品工业固定资产投资情况19
  - 图表：2007-2015年中国人口及其自然增长率变化情况26
  - 图表：2009-2015年学校招生人数分析27
  - 图表：2009-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出28
  - 图表：2015年食品工业增加值季度增长速度37
  - 图表：2015年全国食品工业产值表37
  - 图表：2015年全国食品工业主要产品产量39
  - 图表：2015年按季度分的食品工业利润额40
  - 图表：2015年食品工业经济效益指标41
  - 图表：2015年全国食品工业主要经济指标结构表41
  - 图表：2016年全国食品行业月度主营业务收入及同比44
  - 图表：2013-2020年中国休闲食品行业的发展规模分析60
  - 图表：2016年1-6月中国休闲食品行业主要经济指标分析66
  - 图表：2016年1-6月中国休闲食品行业不同性质企业经济指标分析66
  - 图表：干果坚果行业发展历程67
  - 图表：2014-2016年中国干果坚果行业市场规模分析71
  - 图表：2015年我国干果及坚果进口情况77
  - 图表：2014-2016年中国干果坚果行业产量分析78
  - 图表：2014-2016年中国干果坚果行业总产值分析79
  - 图表：2014-2016年中国干果坚果行业销售产值分析80
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201608/442021.html>