

2024-2030年中国花生酱行业市场发展规划及投资机会分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国花生酱行业市场发展规模及投资机会分析报告》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/202108/967401.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解花生酱行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国花生酱行业市场发展规模及投资机会分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国花生酱市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保花生酱行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年花生酱行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能花生酱从业者抢跑转型赛道。

《花生酱》（QB/T 1733.4-2015）对花生酱的定义：花生酱是以花生仁为原料，经筛选、焙炒、脱红衣、分选、研磨等工序，添加或不添加辅料制成的产品。该标准将花生酱分为三类：纯花生酱、稳定型花生酱、复合型花生酱。

花生酱在我国有一定的历史，是一种较老的产品，生产起始时间较早，但是多样性和创新性较少，大部分技术还是采用传统的方法，对花生蛋白的利用率还较低，在食品市场中占有的比重还较轻。在西方发达国家，花生酱的生产范围较广，且多为自动化连续性生产，拥有广大的消费市场。我国从1988年开展花生酱出口贸易，2022年我国花生酱出口量达2.4万吨，占我国花生酱总产量的11.1%。花生酱生产是花生产业发展的重点之一，与西方发达国家相比，我国的花生酱行业还有较大的发展空间。

我国是花生生产大国。根据国家统计局数据，2022年我国花生产量为1833万吨，约占全球37%左右，花生酱原材料丰富。

我国花生酱产业起步相对较早，最早的消费主要集中在北方地区，作为馅料和调味品被广泛使用。近几年，我国花生酱产业发展很快，市场规模不断扩大的同时出口金额也整体呈现上升态势。

现行的花生酱一般是用全脂花生制作而成的。由于全脂花生含油量太高，于是降低花生酱中油脂的含量、生产新型花生酱是发展趋势。新型花生酱从改变原料的配方入手，使蛋白质含量相应得以提高。新型花生酱外观上与传统花生酱并无显著的差异，制作工艺与现行加工工艺的主要区别在于，原料配比中使用了一部分脱脂花生。然而这两种花生酱的营养成分与营养价值则有明显的区别，普通花生酱含油脂47%左右，新型花生酱只含油脂20%~35%；新型花生酱的蛋白质含量增加15%左右，碳水化合物亦有所增加，水分、灰分、纤维则差别不太大，其优点是热值相应降低。2022年我国花生酱行业市场规模达到30.39亿元，2022年我国花生酱出口金额为4.26亿元

花生酱行业内企业数量多，但生产规模普遍较小，其生产经营范围存在明显的区域性，早期

部分企业不重视食品安全，以次充好，行业存在诸多乱象。2017年新版国标发布后，花生酱行业的市场环境得到一定的改善。预计未来领先企业将逐步从单一的花生酱生产企业向花生综合加工企业转变，生产规模逐步扩大，市场集中度将有较为明显的上升。

青岛食品主要从事饼干与花生酱等休闲食品的研发、生产及销售。其主要产品包括“青食”品牌钙奶饼干、“青食”品牌休闲饼干和“海友”品牌花生酱，同时亦通过 OEM 模式代工生产少量花生酱产品。2022年青岛食品花生酱销量为2600吨，营业收入为4089万元。

花生酱味道较好且香气浓郁，具有丰富的营养价值，在人体内容易吸收。花生酱富含维生素和矿物质，同时还含有大量的不饱和脂肪酸，在食品中被称为“绿色牛奶”，能够为人体提供营养和各种维生素和矿物质。在世界范围内，花生酱拥有较高的消费量，花生酱富有吸引人的特殊香气，且口感清脆，在发达国家已成为其居民饮食文化的重要组成部分，在我国现在也出现了很多花生制品，像花生牛奶等。在欧美等国家，特别是在美国，花生酱已经成为其食品文化的一部分，花生酱广泛应用于人们的生活中。它是烹饪和糕点生产的重要组成部分之一。如今在市场上需求量较大。在美国，用于生产花生酱的花生占花生食用量的50%以上。在我国，花生主要以榨油为食，花生酱用花生占花生总消费量较美国低。

近几年，健康与食品安全成为食品消费人去的第一选择，对此新型花生酱产品层出不穷。目前对于符合消费者健康要求的花生酱产品，其主要研发方向为低脂型、维生素型、高蛋白型等；而对于食品安全问题，主要研发的新型花生酱为稳定型花生酱。

1、低脂型花生酱

花生酱虽然营养丰富，但其高脂肪易使血糖升高，可导致肥胖，食用过多易动火生痰，滑肠腹泻，且不适于糖尿病、高血压等疾病的患者和老人食用，因此研发低脂花生酱很重要。通过对花生酱制作工艺的调整，在保留花生酱独特风味的同时，降低花生酱的油脂含量是花生酱营养改进的重要方向。

2、维生素型花生酱

随着人们生活质量的提高，人们对于食物营养的要求也越来越高，因此研发健康、营养的新型花生酱很重要。如将小麦胚芽作为原料，制得的花生酱含有多种维生素以及矿物质；将胡萝卜作为原料，制得营养丰富，风味独特的保健型花生酱。故维生素型花生酱也具有极大的发展前景。

3、稳定型花生酱

花生酱在贮藏中易产生析油现象，会造成花生酱的风味、感官质量降低、贮存期缩短等，且可能造成食品安全问题。防止花生酱油酱分离的办法主要可以用两种方法解决，是在花生酱的生产过程中加入乳化剂、稳定剂。另一方面，改进花生酱生产工艺同样可以提高其稳定性。利用低氧精磨等方法来改进花生酱生产工艺，既降低了成本，也提高了稳定性。

《2024-2030年中国花生酱行业市场发展规划及投资机会分析报告》是智研咨询重要成果，

是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是花生酱领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 花生酱行业相关概述

第一节 花生酱行业定义

第二节 花生酱发展历程

第二章 2023年中国花生酱行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

第二节 2023年中国花生酱行业社会环境分析

第三节 2023年花生酱技术环境

第三章 全球花生酱行业发展分析

第一节 2019-2023年全球花生酱市场分析

一、全球花生酱市场分析

二、全球花生酱市场需求分析

第二节 2019-2023年全球部分地区花生酱市场发展分析

第三节 2024-2030年全球花生酱市场发展预测

第四章 中国花生酱行业发展现状分析

第一节 2019-2023年花生酱行业发展现状

一、花生酱行业发展概况

二、花生酱行业生产状况分析

第二节 2019-2023年花生酱企业发展分析

第三节 2019-2023年花生酱行业经济运行分析

第四节 2019-2023年花生酱市场发展分析

第五节 花生酱行业面临的挑战及发展建议

第五章 中国花生酱消费市场分析

第一节 2019-2023年花生酱客户特征分析

第二节 2019-2023年花生酱客户对花生酱选择的调查

第三节 2019-2023年花生酱行业影响客户选购因素分析

第四节 2019-2023年花生酱市场客户消费渠道分析

第六章 中国花生酱行业市场营销战略分析

第一节 花生酱企业营销分析

- 一、花生酱市场营销现状
- 二、花生酱品牌成功因素分析
- 三、花生酱企业营销战略研究

第二节 花生酱营销渠道分析

- 一、花生酱销售渠道构成
- 二、花生酱营销渠道策略分析

第三节 花生酱行业营销策略分析

第七章 2019-2023年中国花生酱所属行业数据监测

第一节 2019-2023年花生酱所属行业偿债能力分析

第二节 2019-2023年花生酱所属行业盈利能力分析

第三节 2019-2023年花生酱所属行业发展能力分析

第四节 2019-2023年行业企业数量及变化趋势

第八章 中国花生酱行业发展分析

第一节 2019-2023年花生酱行业发展现状

第二节 2019-2023年花生酱市场供需分析

第九章 中国花生酱行业发展分析

第一节 2019-2023年花生酱市场发展分析

- 一、花生酱发展分析
- 二、花生酱市场发展有利因素分析
- 三、花生酱市场消费特点分析

第二节 2019-2023年花生酱行业存在的问题及对策

第十章 中国花生酱行业竞争格局分析

第一节 2019-2023年花生酱行业竞争结构分析

- 一、花生酱种类品牌竞争
- 二、花生酱技术创新竞争
- 三、花生酱销售渠道竞争

第二节 2019-2023年花生酱区域市场格局分析

第十一章 中国花生酱主要企业分析

第一节 青岛食品股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第二节 东莞市鸿兴企业管理有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第三节 上海三添食品有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第四节 青岛双宝食品有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第五节 烟台旭丰食品有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第六节 山东圣锦食品股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略

第十二章 中国花生酱行业发展前景分析

第一节 2024-2030年花生酱市场发展前景分析

- 一、2024-2030年花生酱市场发展潜力分析
- 二、2024-2030年花生酱市场发展前景分析

第二节 2024-2030年花生酱产品市场发展前景分析

第十三章 中国花生酱行业发展趋势分析

第一节 对花生酱市场发展预测

第二节 2024-2030年花生酱市场发展趋势

第十四章 中国花生酱行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、花生酱价格策略分析

二、花生酱渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国花生酱品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、花生酱实施品牌战略的意义

三、花生酱企业品牌的现状分析

四、我国花生酱企业的品牌战略

五、花生酱品牌战略管理的策略

第四节 花生酱企业经营管理策略

图表目录：部分

图表1：花生酱产业链构成：

图表2：2019-2023年全球花生酱市场规模

图表3：2019-2023年全球花生酱区域市场分布

图表4：2024-2030年全球花生酱市场规模预测

图表5：2019-2023年中国花生酱产量走势

图表6：2019-2023年中国花生酱行业销售平衡走势

图表7：2019-2023年中国花生酱行业市场均价走势

图表8：2019-2023年中国花生酱行业进出口数据

图表9：2023年中国花生酱进口主要市场分析

图表10：花生酱品牌竞争

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202108/967401.html>