

中国炒货行业发展现状分析与投资前景研究报告 (2023-2030年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国炒货行业发展现状分析与投资前景研究报告（2023-2030年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/674188.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2023年8月25日，2023海河国际消费季盛夏优享嘉年华暨王口炒货节在国家会展中心（天津）举办。本次内容主要围绕展示津味文化、静海区王口镇炒货、静海非遗等，而盛夏优享嘉年华成为“2023年海河国际消费季”消费升级专题亮点活动之一，据悉，此次共有71家来自王口镇的炒货企业和12家静海老字号企业参加本次嘉年华。

炒货是指经炒熟出售的干果,如瓜子、栗子、花生等食品，近些年随着休闲食品需求的增长，加上电商、商超等渠道的融合发展，我国炒货市场规模得到扩大。数据显示，2022年我国坚果炒货市场规模已经达到了2889.40亿元，而从地区分布来看，2022年主要集中在华东、华南和华北等地区。

资料来源：观研天下数据中心整理

从政策方面来看，为了促进炒货行业的发展，我国陆续发布了许多政策，如2023年农业农村部发布的《加快推进农产品初加工机械化高质量发展的意见》提出积极推进坚果剥皮脱壳与杀菌烘干分级、蚕茧干燥剥蚕、香料干燥脱壳等机械化，促进脱贫地区特色优势农产品初加工适配装备提档升级，助力产业做大做强。

我国炒货行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容	2016年12月
------------	------	------	------	------	----------

关于深入推进农业供给侧结构性改革加快培育农业农村发展新动能的若干意见	实施主食加工业提升行动，积极推进传统主食工业化、规模化生产，大力发展方便食品、休闲食品、速冻食品、马铃薯主食产品。	2020年7月	农业农村部	全国乡村产业发展规划(2020-2025年)	推进农产品加工与销区对接。丰富加工产品，在产区和大中城市郊区布局中央厨房、主食加工、休闲食品、方便食品、净菜加工和餐饮外卖等加工，满足城市多样化、便捷化需求。
------------------------------------	---	---------	-------	------------------------	---

国务院“十四五”市场监管现代化规划	加强进口食品安全监管，严防输入型食品安全风险。实施农产品原产地追溯促进行动，打造追溯管理规范、市场机制成熟、带动能力强的农产品追溯标杆企业，推动全程追溯协作和示范推广。	2022年12月	国家发改委	“十四五”扩大内需战略实施方案	
-------------------	--	----------	-------	-----------------	--

加强绿色食品、有机农产品和地理标志农产品认证管理，优化完善地理标志保护标准体系。	2023年2月	中共中央、国务院	质量强国建设纲要	深入实施食品安全战略，推进食品安全放心工程。调整优化食品产业布局，加快产业技术改造升级。	2023年3月	农业农村部
农业农村部关于加快推进农产品初加工机械化高质量发展的意见	积极推进坚果剥皮脱壳与杀菌烘干分级、蚕茧干燥剥蚕、香料干燥脱壳等机械化，促进脱贫地区特色优势农产品初加工适配装备提档升级，助力产业做大做强。					

资料来源：观研天下整理

我国各省市也积极响应国家政策规划,对各省市炒货行业的发展做出了具体规划,支持当地炒

货行业稳定发展，比如黑龙江省发布的《支持农产品精深加工业高质量发展若干政策措施》提出支持品牌建设，对具有龙江特色、产业优势突出、产品质量可靠的大米、大豆、鲜食玉米、冷水鱼等“大而优”和兼顾区域特色浆果、坚果等“小而精”的产品，通过权威检测、专家评审、规范授权后，企业可无偿使用“黑土优品”品牌标识，并享受政府集中宣传推广服务。

部分省市炒货行业相关政策	省市	发布时间	政策名称	主要内容
	天津市	2017年5月	关于促进我市食品工业健康发展的实施方案	结合“新一轮中小企业创新转型行动计划”行动，深入推进产学研用合作，加强产业协同创新，全面提升中小企业、民营企业自主创新能力和产品附加值，在水产品、炒货、精品果蔬、特色面点、烘焙食品等领域培育一批特色、品牌企业
	广西壮族自治区	2021年3月	广西乡村振兴产业发展基础设施公共服务能力提升三年攻坚行动方案（2021—2023年）	支持各市县立足资源优势打造各具特色的富民产业，发展糖料蔗、油茶、坚果、水果、蔬菜、茶叶、蚕桑、食用菌、中药材、优质牧草等特色种植业；

	福建省	2021年6月	福建省“十四五”制造业高质量发展专项规划	巩固提升烘焙食品、糖果巧克力、膨化食品、炒货干果、蜜饯果脯、地瓜干制品、果冻、冻干食品等休闲食品市场占有率和品牌影响力，打造全国最具规模和影响力的休闲食品产业集群。
	吉林省	2022年1月	吉林省全面对接 区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）行动计划	充分发挥我省优质农副产品资源禀赋，针对RCEP各成员国农产品消费市场，培育产业优势明显、公共服务完善、带动效应突出的农产品贸易高质量发展基地，扩大坚果、杂粮杂豆、人参、鹿茸、食用菌、矿泉水等优势特色农产品出口。

	云南省	2023年3月	云南省深化质量提升三年行动方案（2023—2025年）	大力推进食品安全标准体系建设，提高肉类食品、酒及饮料、精制茶、果蔬、坚果、烘焙食品、乳制品、制糖、谷物及粮油产品质量。
--	-----	---------	-----------------------------	---

黑龙江省 2023年6月 黑龙江省支持农产品精深加工业高质量发展若干政策措施 支持品牌建设，对具有龙江特色、产业优势突出、产品质量可靠的大米、大豆、鲜食玉米、冷水鱼等“大而优”和兼顾区域特色浆果、坚果等“小而精”的产品，通过权威检测、专家评审、规范授权后，企业可无偿使用“黑土优品”品牌标识，并享受政府集中宣传推广服务。

资料来源：观研天下整理

而从市场竞争来看，当前我国炒货市场知名品牌主要有三只松鼠、百草味、良品铺子、沃隆Wolong、洽洽食品、来伊份、天虹牌Rainbow、华味亨、甘源食品和姚生记，其中三只松鼠成立于2012年，是国内销售规模较大的食品电商企业，主营产品覆盖了坚果果干面包糕点/谷物制品/肉食卤味/方便速食等全品类休闲零食。

我国炒货市场知名品牌 品牌 成立时间 主要业务/简介 三只松鼠 2012年 国内销售规模较大的食品电商企业，主营产品覆盖了坚果果干面包糕点/谷物制品/肉食卤味/方便速食等全品类休闲零食。百草味 2003年 互联网坚果类食品销售知名品牌，以休闲食品研发、加工、产、贸易、仓储、物流为主体集互联网商务经营模式、新零售为一体的渠道品牌和综合型品牌，2020年被百事公司收购。良品铺子 2006年 高品质休闲零食品牌，专注于从全球30个国家

、地区优选好原料，为消费者提供高端零食，目前已形成覆盖肉类零食、坚果炒货、糖果糕点、干果脯、素食山珍等多个品类、1400余种的产品组合。沃隆Wolong 2012年国内颇具知名度的零食品牌，集生产加工国际贸易/电子商务为一体的现代化企业，主要从事坚果原料进口、生产包装、成品发货，推出的“每日坚果”系列产品深受消费者喜爱。洽洽食品 2001年瓜子行业知名品牌，主要从事坚果炒货类休闲食品生产和销售的大型食品企业，旗下洽洽红袋香瓜子/洽洽蓝袋风味瓜子/洽洽小黄袋每日坚果/洽洽小蓝袋益生菌每日坚果深受消费者喜爱。来伊份 2001年国内休闲食品知名品牌，国内休闲食品的龙头企业之一，致力于构建国内先进的专业化休闲食品连锁经营平台，产品涵盖肉类零食、糕点饼干、坚果炒货、膨化食品、果干蜜饯等多个品类。天虹牌Rainbow 1958年始于1958年，以坚果食品加工、贸易、仓储、物流为主体，集线下、互联网商务经营模式为一体的综合服务型企业，专业生产开心果、夏威夷果、巴旦木、碧根果、核桃、鲍鱼果、榛子、腰果等产品。华味亨 1992年公司是集休闲食品研发、生产、销售为一体的现代化民营企业，产品涵盖蜜饯/坚果炒货/鱼制品/肉制品等系列。甘源食品 2006年甘源食品是一家集研发、生产、销售为一体的现代化休闲食品企业，产品覆盖坚果炒货、豆果套餐、果脯蜜饯、膨化小食等多品类。姚生记 1998年国内坚果炒货行业知名品牌，集原料基地建设、研发生产、加工销售等产业链于一体的大型企业，专注于核桃加工以及延伸产品的研发和营销业务，主要生产山核桃核桃仁/开心果/夏威夷果/瓜子花生等产品。

资料来源：公司资料、观研天下整理

从企业业绩来看，2023年前三季度洽洽食品营业收入为44.78亿元，同比增长2.16%，归母净利润5.06亿元，同比下降19.28%；甘源食品营业收入为13.14亿元，同比增长35.56%，归母净利润2.14亿元，同比增长139.21%；三只松鼠营业收入为45.82亿元，同比下降14.07%，归母净利润1.70亿元，同比增长81.42%；良品铺子营业收入为59.99亿元，同比下降14.33%，归母净利润1.91亿元，同比下降33.43%。

2023年第三季度我国炒货行业品牌营业收入情况

公司简称	营业收入	同比增长	归母净利润	同比增长
洽洽食品	44.78亿元	2.16%	5.06亿元	-19.28%
甘源食品	13.14亿元	35.56%	2.14亿元	139.21%
三只松鼠	45.82亿元	-14.07%	1.70亿元	81.42%
良品铺子	59.99亿元	-14.33%	1.91亿元	-33.43%

资料来源：公司资料、观研天下整理

从企业动态来看，2022年9月为推进落实三只松鼠股份有限公司(以下简称“公司”)转型供应链的战略规划，增强综合竞争能力，三只松鼠拟使用自有资金人民币1亿元设立全资子公司三只松鼠(芜湖)坚果智造有限公司。同年9月坚果炒货行业连锁品牌薛记炒货宣布完成6亿元A轮融资，由美团龙珠、启承资本共同投资。2023年8月洽洽食品新股首发募集资金，计划总投资额合计5.545亿元，用于项目：“包头洽洽坚果休闲食品扩建”项目、坚果分厂(洽洽工业园)建设项目。

2022-2023年我国炒货行业企业动态

公司简称	时间	事件
三只松鼠	2022年9月	为推进落实

三只松鼠股份有限公司(以下简称“公司”)转型供应链的战略规划，增强综合竞争能力，公司拟使用自有资金人民币1亿元设立全资子公司三只松鼠(芜湖)坚果智造有限公司。薛记炒货2022年9月9月15日，坚果炒货行业连锁品牌薛记炒货宣布完成6亿元A轮融资，由美团龙珠、启承资本共同投资。熊猫沫沫 2022年12月 熊猫沫沫宣布获得千万级天使轮投资，资金将用于产品研发、供应链建设。良品铺子 2023年7月为满足公司战略发展需要，近日，公司全资子公司广源聚亿与煊京私募股权投资基金管理(横琴)有限公司、海南正煊商务服务有限公司签订《宁波正广祥股权投资合伙企业(有限合伙)合伙协议》，广源聚亿作为有限合伙人参与设立标的基金，该基金将以股权投资的方式主要投向食品消费品领域，包括但不限于产品品牌、零售类企业、消费品供应链公司、消费科技类企业等(不含国家法律法规、国务院决定限制和禁止的项目)。洽洽食品 2023年8月新股首发募集资金，计划总投资额合计5.545亿元，用于项目：“包头洽洽坚果休闲食品扩建”项目、坚果分厂(洽洽工业园)建设项目 甘源食品 2023年8月 2020年07月22日新股首发募集资金，用于项目：年产3.6万吨休闲食品河南生产线建设项目，计划总投资额：4.132亿元，计划投入募集资金：3.076亿元，已投入募集资金：3.076亿元

资料来源：公司资料、观研天下整理

而随着市场的不断增长，各品牌为更好吸引顾客抢占市场，开始往线下门店或者现制炒货发展，近两年现制炒货线下门店也是在快速增长。比如截止到2023年6月底，良品铺子线下门店数量达到3299家，而其线下门店推出“新鲜”和“现制”等标签也更符合当下消费者的需求。除此之外，熊猫沫沫也早在2022年就获得两轮投资，并且计划在2025年门店数量将达6000家，并向万店品牌冲击；另外，现制炒货品牌薛记炒货在全国70多个城市也已经有近800多家门店。(XD)

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国炒货行业发展现状分析与投资前景研究报告(2023-2030年)》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国炒货行业发展概述

第一节炒货行业发展情况概述

- 一、炒货行业相关定义
- 二、炒货特点分析
- 三、炒货行业基本情况介绍
- 四、炒货行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、炒货行业需求主体分析

第二节中国炒货行业生命周期分析

- 一、炒货行业生命周期理论概述
- 二、炒货行业所属的生命周期分析

第三节炒货行业经济指标分析

- 一、炒货行业的赢利性分析
- 二、炒货行业的经济周期分析
- 三、炒货行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球炒货行业市场发展现状分析

第一节全球炒货行业发展历程回顾

第二节全球炒货行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲炒货行业地区市场分析

- 一、亚洲炒货行业市场现状分析
- 二、亚洲炒货行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲炒货行业市场前景分析

第四节北美炒货行业地区市场分析

- 一、北美炒货行业市场现状分析
- 二、北美炒货行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美炒货行业市场前景分析

第五节欧洲炒货行业地区市场分析

- 一、欧洲炒货行业市场现状分析
- 二、欧洲炒货行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲炒货行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界炒货行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球炒货行业市场规模预测

第三章 中国炒货行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对炒货行业的影响分析

第三节中国炒货行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对炒货行业的影响分析

第五节中国炒货行业产业社会环境分析

第四章 中国炒货行业运行情况

第一节中国炒货行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国炒货行业市场规模分析

一、影响中国炒货行业市场规模的因素

二、中国炒货行业市场规模

三、中国炒货行业市场规模解析

第三节中国炒货行业供应情况分析

一、中国炒货行业供应规模

二、中国炒货行业供应特点

第四节中国炒货行业需求情况分析

一、中国炒货行业需求规模

二、中国炒货行业需求特点

第五节中国炒货行业供需平衡分析

第五章 中国炒货行业产业链和细分市场分析

第一节中国炒货行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、炒货行业产业链图解

第二节中国炒货行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对炒货行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对炒货行业的影响分析

第三节我国炒货行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国炒货行业市场竞争分析

第一节中国炒货行业竞争现状分析

- 一、中国炒货行业竞争格局分析
- 二、中国炒货行业主要品牌分析

第二节中国炒货行业集中度分析

- 一、中国炒货行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国炒货行业市场集中度分析

第三节中国炒货行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国炒货行业模型分析

第一节中国炒货行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国炒货行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国炒货行业SWOT分析结论

第三节中国炒货行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国炒货行业需求特点与动态分析

第一节中国炒货行业市场动态情况

第二节中国炒货行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节炒货行业成本结构分析

第四节炒货行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国炒货行业价格现状分析

第六节中国炒货行业平均价格走势预测

一、中国炒货行业平均价格趋势分析

二、中国炒货行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国炒货行业所属行业运行数据监测

第一节中国炒货行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国炒货行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国炒货行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国炒货行业区域市场现状分析

第一节中国炒货行业区域市场规模分析

一、影响炒货行业区域市场分布的因素

二、中国炒货行业区域市场分布

第二节中国华东地区炒货行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区炒货行业市场分析

(1) 华东地区炒货行业市场规模

(2) 华南地区炒货行业市场现状

(3) 华东地区炒货行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区炒货行业市场分析

(1) 华中地区炒货行业市场规模

(2) 华中地区炒货行业市场现状

(3) 华中地区炒货行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区炒货行业市场分析

(1) 华南地区炒货行业市场规模

(2) 华南地区炒货行业市场现状

(3) 华南地区炒货行业市场规模预测

第五节华北地区炒货行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区炒货行业市场分析

(1) 华北地区炒货行业市场规模

(2) 华北地区炒货行业市场现状

(3) 华北地区炒货行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区炒货行业市场分析

(1) 东北地区炒货行业市场规模

(2) 东北地区炒货行业市场现状

(3) 东北地区炒货行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区炒货行业市场分析

(1) 西南地区炒货行业市场规模

(2) 西南地区炒货行业市场现状

(3) 西南地区炒货行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区炒货行业市场分析

(1) 西北地区炒货行业市场规模

(2) 西北地区炒货行业市场现状

(3) 西北地区炒货行业市场规模预测

第十一章 炒货行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国炒货行业发展前景分析与预测

第一节 中国炒货行业未来发展前景分析

- 一、炒货行业国内投资环境分析
- 二、中国炒货行业市场机会分析
- 三、中国炒货行业投资增速预测

第二节 中国炒货行业未来发展趋势预测

第三节 中国炒货行业规模发展预测

- 一、中国炒货行业市场规模预测
- 二、中国炒货行业市场规模增速预测
- 三、中国炒货行业产值规模预测
- 四、中国炒货行业产值增速预测
- 五、中国炒货行业供需情况预测

第四节 中国炒货行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国炒货行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国炒货行业进入壁垒分析

- 一、炒货行业资金壁垒分析
- 二、炒货行业技术壁垒分析
- 三、炒货行业人才壁垒分析
- 四、炒货行业品牌壁垒分析

五、炒货行业其他壁垒分析

第二节炒货行业风险分析

一、炒货行业宏观环境风险

二、炒货行业技术风险

三、炒货行业竞争风险

四、炒货行业其他风险

第三节中国炒货行业存在的问题

第四节中国炒货行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国炒货行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国炒货行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国炒货行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节炒货行业营销策略分析

一、炒货行业产品策略

二、炒货行业定价策略

三、炒货行业渠道策略

四、炒货行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202311/674188.html>