



坚果果干行业权威指导性杂志

中国坚果果干

China Nuts and Dried Fruits Industry

www.csnc.cn

2024第二期（总第一百零四期）


TOMRA



扫码领取行业资料包

陶朗 引领全球食品分选



50+年全球经验



8%营收投入创新
研发多项分选专利



欧洲上市公司



尖端技术打造高端品质
100+国家市场验证



大道乾·凝心致远——记中国坚果果干食品展览会
为中国坚果果干行业立于世界之林作出更新更大的贡献

热辣滚烫品坚果年味儿——今年春节坚果礼盒热销

大道至美 柔和之美——三八妇女节专栏

关注“她经济”，产品如何找准营销新风向

仓库规划应该是分散还是集中？

零食的下一个10年，机会在哪里？

指导单位：中国食品工业协会坚果干专业委员会
主办单位：北京中望信息技术有限公司
2024.03

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、碧果仁、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、碧果、巴旦木(仁)、开心果(仁)、核桃、花生(米)、瓜子、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：碧果仁、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、熟制西瓜子、杏核、花生、小豆、大豆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、碧果仁、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

CSO
中科光电

AMD[®]
安美达



立式多功能杂粮分选机



红外仁壳分离分选机



深度学习履带分选机



智能X射线异物检测机

安美达 坚果炒货分选全系解决方案

AMD NUT FRY SORTING SYSTEM SOLUTION



坚果类精选

核桃、山核桃、巴旦木、杏仁、桃仁、腰果、开心果、夏威夷果、松子等

选壳、选仁、虫眼、色斑、干瘪、渗油、虫蛀、霉烂、恶杂等



炒货类精选

花生米：芽粒、霉粒、冻粒、泛油粒、锈粒、恶杂等
烤花生：乳白花生、磨酱、油炸、恶杂等
花生果：罗汉、白沙、破口、伏果、异品种、恶杂等

葵花籽、瓜子仁、西瓜子、南瓜子、瓜子等
选破口、虫眼、霉变、破皮、异色、霉粒、恶杂等



香辛料精选

板椒、二荆条、线椒、鲜椒、泡椒、花椒、胡椒、八角、孜然等

选半截、色斑、霉变、虫蛀、花皮、异色、带杆、叶片、选刺、恶杂等

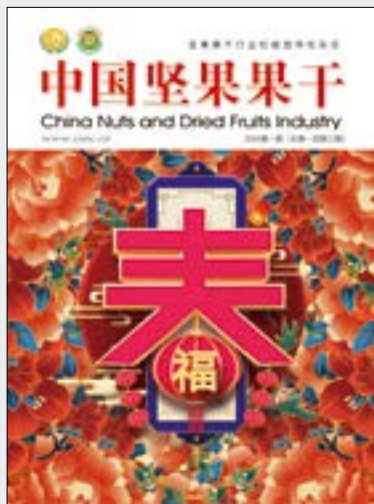


敬
请
关
注

更
多
内
容

官网 www.cn-amd.com

服务热线 400-8378-889



指导单位：中国食品工业协会坚果果干专业委员会
 主办单位：北京中坚果信息技术有限公司
 “《中国坚果果干》杂志”“中国坚果果干网”
 “中国坚果果干展会网”

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	方思汉	高光伟
何旭东	何源	赖小军	梁小鹏
刘金发	林德明	林垦	吕金刚
年强	阮世忠	沈海斌	宋佰春
宋全厚	孙国升	孙钱玮	王宝臣
王汉玉	王在良	魏玮	肖霖
谢东奎	徐长海	徐建兴	严斌生
杨国庆	杨红春	余瑞芳	郁瑞芬
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	高军龙	葛运兵
姜念波	金龙	李金昌	李志国
梁金辉	马俊	马良平	潘明亮
乔如柏	孙美	王丽	王文林
王育平	王志强	魏本强	吴顺叶
薛凌宇	严明	杨攀飞	余雄伟
原武	张阿妮	张凡	张经发
张丽华	张显秋	赵化银	赵双革

国际： 黄光伟 Kevin J.Ivey
 Jolyon Burneet Elrea Strydom
 HUYNH NGOC HUY
 Randy Hudson Artun Bekar
 Lalit Mohan Singh Bisht

特聘

农林经济与科学类资深专家：（以姓氏拼音为序）

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 元晓梅 翟凤英 张俭波

主编：翁洋洋

编辑：杨倩 责任编辑：张蕾

美术编辑：路飞 助编：邱晶

地址：北京市西城区马连道南街12号
 气象宾馆3330B

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）



守初心，兼数职， 担重任的“铁娘子”

Editor Voice
编者之声

——记我协会副会长、河南省坚果炒货商会会长 陈湘婷



河南是人口大省，也是坚果生产消费大省。引导相关企业规范有序生产，推动行业健康持续发展，是河南省坚果炒货商会义不容辞的责任。

2021年，陈湘婷以党员的担当和企业家的社会责任感，从上届商会会长手中接过这一重担，为管理部门和企业之间架起沟通桥梁，持续扮演好政府助手、行业推手、企业帮手三重角色，使商会成为河南众多社会组织中的一面旗帜。

党建铸魂 夯实行业发展根基

河南省内的坚果果干企业大多是小微企业，为将众多企业团结在一起，凝聚抱团发展的磅礴力量，陈湘婷会长充分发挥商会党支部的作用，按照抓党建、强商会的发展理念，将深入学习贯彻党的十八大、十九大、二十大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想作为首要政治任务，打造红色领航，明确“以党建会”的思想工作核心，把握商会工作的正确方向，为新时代商会发展奠定了坚实的思想政治基础。

在日常工作中，陈会长带领商会党支部引导广大党员、会员积极参加各项社会公益活动和“光彩圆梦”助学行动，积极参与抗洪救灾、支持抗击新冠肺炎疫情工作。在党支部的带领下，大家踊跃捐款捐物，争先恐后献爱心。

通过党支部长期持续的党建工作开展，广大会员树立了爱党、爱国、诚信守法、敬业奉献的经营理念，在贯彻党和政府各项方针政策上发挥出积极作用，确保商会各项工作的开展始终在正确的道路上前进。

多措并举 营造健康行业生态

2023年11月，在陈湘婷会长领导下，河南省坚果炒货商会联合郑州笔海弄潮公司开展礼品商超大型展会，取得预期效果。

事实上，这只是近年来河南省坚果炒货商会操盘的众多活动之一。据陈会长介绍，为促进行业交流发展，商会

建立了“食品安全管理及行业技术专家库”；搭建了河南省坚果炒货商会官网、微信群、公众平台等交流平台，商会通过交流平台每天发布有关坚果果干行业的最新信息；积极组织会员企业参加全国糖酒会、合肥坚果果干展览会、漯河食品展、山东临沂花生产业博览会等大型活动。

陈湘婷作为商会会长，大力发展优秀企业加入商会，推选有能力、有担当、善经营的企业加入商会领导班子，在行业中组织“评先创优”等活动，评选优秀会员、优秀理事等先进单位，树立行业先进典范，激活行业健康发展的强劲动力。

目前，河南坚果炒货行业发展势头强劲，拥有一批管理规范、有品牌影响力、有一定规模的优秀企业，如三支梅、秦新民、刘师傅、邵老咪、开心仁、老憨瓜子、豫香果果等河南坚果果干行业的领军企业，也带动了中小微企业的规范健康发展。

精准服务 助力企业加速升级

“商会的宗旨，就是搭建一个共享平台，为企业解决实际困难，帮助企业更好地发展。”陈会长是这样说的，也是这样做的。2024年春节前，她仍然忙个不停，和商会领导班子到会员企业走访调研，了解企业在经营中遇到的难点、痛点，探寻解决办法。

为企业服务，更体现在日常工作的点点滴滴。近年来，商会经常组织会员企业进行座谈，多次聘请有关领导和专家，对会员企业负责人开展食品安全、质量管理、知识产权等方面的培训，帮助企业牢固树立高质量发展的意识，推动企业持续打造自身品牌。

疫情期间，商会会同商超供应商会联合向百荣世贸商城提出申请，商城参照省市相关政策规定，给予商户减免两个月租金和管理费，三个月减半收费的优惠，受到企业的一致点赞。

悉心服务催生硕果，截至目前，全省已有年产值超亿元的坚果果干企业8家，年产值超千万元的企业30多家。

近年来，由于成绩突出，河南省坚果炒货商会被评为河南省工商联评为“河南省四好商会”，并被中国食品工业协会坚果果干专业委员会授予“突出贡献行业商会”“为全国坚果果干行业发展提供优质服务行业商会”称号。

“过去的成绩是肯定也是鞭策。”陈湘婷会长说，“接下来，我们将会一如既往，积极探索行业发展新思路，进一步优化资源配置，挖掘优秀企业，打造更多业内知名品牌，为推动河南坚果果干产业高质量发展作出更大的贡献。”

主编：

陈湘婷



山河掣献 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



《中国坚果果干》杂志新增英文电子版的征稿函

《中国坚果果干》杂志是中国食品工业协会坚果炒货专业委员会指导,北京中坚果信息咨询服务股份有限公司、中国坚果炒货网、中国坚果炒货展会网主办的,为目前国内唯一一份全国坚果炒货行业的指导性期刊。为了让全世界的坚果行业更了解中国坚果炒货行业,让中国坚果行业融入全球坚果经济一体化,与全球同行携手合作共赢。为适应这一发展新趋势,自2020年4月起《中国坚果果干》杂志新增英文电子版,面向全球坚果企业、行业、协会,作为信息互传交流。现诚挚地向国内会员企业,以及国内外广大读者、专业学者、坚果炒货从业人员征稿,征稿内容及范围如下:

- 一、宣传本企业及领导(董事长、总经理)业绩、经验(请同时配企业及领导人工作照片);
- 二、工作心得及经验介绍:车间管理、技术、工艺、质量、品管、产品开发、检验等工作心得及经验;
- 三、宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的推介(中英文);

四、营销心得及经验介绍:营销中仓储、运输、批发、产品出样、直销及终端市场,以及洽谈生意、签订合同等方面的心得及经验;

五、征集企业所需信息,如:原料采购、设备选购、人才招聘等信息咨询;

六、对本杂志提出建议及意见;

七、本杂志专家组成员每年需提供2-3篇专业文稿,可自己撰写,也可荐稿。

八、稿件中、英文均可,欢迎大家踊跃投稿与荐稿!

征稿要求:稿件为电子文档形式请发至:cnliec@163.com

本刊地址:北京市丰台区太平桥东里5号

邮编:100073 电话:010-63344578 63344031

传真:010-63344578

来稿请标出作者姓名、工作单位、职务职称、邮编、电子邮箱,其他个人资料也可附上,供本刊发表和联系使用。

中国坚果果干编辑部

《中国坚果果干》杂志中英文版信息咨询服务表

《中国坚果果干》杂志中、英文版同时接受国内外有关企业和协会的信息咨询服务,具体内容如下:

一、中文版杂志信息咨询服务费

1. 咨询服务价格

A类:单页18000元/年(6期杂志内页+1期会刊)

连页35000元/年(6期杂志内页+1期会刊)

B类:企业专题服务:根据企业的具体需求,进行专题宣传(含图片、专访、宣传报道等),具体详情咨询协会工作人员。

C类:四封服务(双月刊,一年6期)

封面:45000元/年(不做单期) 封底:38000元/年(8000元/期)

封二:28000元/年(5000元/期) 封三:28000元/年(5000元/期)

英文目录对页位置:25000元/年(4500元/期)

版权页对页位置:25000元/年(4500元/期)

2. 咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务:1、免费获赠全年杂志每期3本;2、全年每期刊登一页(A4)企业或产品宣传彩页,或宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的软文推介;3、提供行业标准、政策法规等其他咨询服务。

3. 制作要求

封面尺寸:210*206mm(要留出装订位置),封二、封三、封底、内页尺寸:210*285mm,四封和内页的精度要求:300DPI,格式要求:JPG、PSD、TIF、EPS、AI;四周各留3mm出血。

二、英文电子版杂志信息咨询服务

1. 咨询服务价格

A类:单页10000元/年(6期杂志内页+1期会刊)(2000元/期)

连页15000元/年(6期杂志内页+1期会刊)(3000元/期)

B类:企业专题服务:根据企业的具体需求,进行专题宣传(含图片、专访、宣传报道等),具体详情咨询协会工作人员。

C类:四封服务(双月刊,一年6期)

封面:20000元/年(不做单期) 封底:15000元/年(3000元/期)

封二:10000元/年(2000元/期) 封三:10000元/年(2000元/期)

英文目录对页位置:12000元/年(2500元/期)

版权页对页位置:12000元/年(2500元/期)

2. 咨询服务权益

以上三类均可享受以下服务:1、免费获赠全年杂志每期3本;2、全年每期刊登一页(A4)企业或产品宣传彩页,或宣传本企业最新科研成果(原料种植、营养、工艺技术、设备、添加剂等)及新产品的软文推介;3、定期向全球坚果企业、行业、协会定向发送。

3. 制作要求

(提供英文版)封面尺寸:210*206mm(要留出装订位置),封二、封三、封底、内页尺寸:210*285mm,四封和内页的精度要求:300DPI,格式要求:JPG、PSD、TIF、EPS、AI;四周各留3mm出血。

所有文字稿件和彩页均可发至E-mail: jiangguozhan@163.com

联系方式

联系人:张蕾 电话:010-63344578、63344031

中国坚果果干展会网: www.chinanutexpo.com

中国坚果果干网: http://www.csnc.cn/



翁洋洋

《2024年的启示》

你好！2024年！
你知道吗，全地球的人对你的到来有许多想象与期许，有许多希望与期待……
2024年你好！请你给人类带来持久的和平与安全吧！
请你给中华民族带来 风调雨顺国泰民安吧！请你给每一个人带来健康幸福吧！
2024年你好！我们应给你的回报是：守护好地球家园，构建好全人类命运共同体，珍惜呵护一切地球生灵生命的尊严，远离暴力争斗杀戮，让地球所有的生命，在青山绿水间，相互依存，和谐生存繁衍！
2024年你好！让我们拥抱你，珍惜你，关爱你，让你与我们一起走向更加美好的未来！

春节，对于中国人来说，是一年中最重要的节日。今年是龙年春节，也正好是我的本命年，无疑让我有了更深的感触。老一辈的人都说，本命年要么一顺则百顺，要么「太岁当头坐，非灾便是祸」。所以为了避开霉运，一定要身边最亲近的人给本命年的人挂红，这样才会事事顺利，无病无灾。虽然这是比较迷信的说法，但是在有着五千年历史的中国来说，我们宁可信其有，所以红红火火的衣服、袜子全安排上了，希望这个本命年我一定会顺顺利利。经历了种种，才终于明白了健康比任何东西都弥足珍贵。所以，善待自己，善待身边所有的人。



杨倩



邱 晶

夜晚的宁静，如同一片平静的湖水，让人心旷神怡。微风轻抚，如同天使之吻，驱散了疲惫，带来了放松与宁静。在这梦幻般的夜晚，我仿佛听到内心深处无声的旋律轻轻响起，陶醉其中。时间似乎在这一刻放慢了脚步，赐予我品味生活甜蜜与温馨的机会。生活中的美好瞬间，如同夏风拂过，让我沉浸在幸福的感慨之中，享受着这份宁静与甜蜜。

年龄渐长后，我不轻易相信那些贬低我的话。因为每一句都有潜台词：说我自私，是没有从我这里占到便宜；说我强势，是因为我不好控制，拥有自己的主见；说我太敏感，是我猜对了别人的心机；说我不懂事，是因为我不再委曲求全，不讨好任何人；说我脾气太倔，是没有PUA到我，着急了！真正为我好的人，会客观告诉我，我具体哪一件事没做好，而不是对我这个人的品行下结论！苏东坡说：“莫听穿林打叶声，何妨吟啸且徐行”。愿我们在嘈杂的世界活出强大而坚定的自我力量！加油！

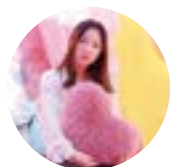


张 蕾

人生就像一场精彩的旅行，我们都是这旅途中时而清醒时而迷茫的行者，在不断探索未知的多彩世界。途中纷纷扰扰吵吵闹闹没有谁能说得清，有些让我们欢笑，有些让我们泪流，有些让我们惊喜，有些让我们感动，点点滴滴都汇聚成我们生命的颜色。珍惜每一个遇见的人，珍惜每一个感受的瞬间，用心去体验这漫长却又短暂的历程，用一颗平和的心去面对起起落落，用一双发现美的眼睛去感受生活的温暖美好，在旅行中积极地探索和经历，才能在旅途中找到真正属于自己的意义和价值。



张淑芳



王 欣

人生就是一场远行，每一处风景都在路上，长长的路认真地走，若累了就慢下来，怀着简单的心境，看花开花落云卷云舒，有不一样的心情，就会遇到不一样的风景。愿大家在最美的风景中，邂逅最好的自己。

三月，一个富有生机与希望的季节，冬去春来，万物在这个时刻开始复苏，仿佛是大自然的魔法，一切都被赋予了新的生命。我的工作也随着季节的变换，变得丰富多彩起来。

我即将迎来人生中第一次亲自参与的展会，这个重要的里程碑让我心情激动不已，同时又夹杂着些许胆怯。我明白这些情绪都是正常的，我也明白成功并非易事，需要付出艰辛的努力和持续的坚持，但我相信，只要我们团队齐心协力、勇往直前，就一定能够克服困难，创造出一个令人满意的展会！

在这个充满生机与希望的季节里，我对未来充满了信心，我将怀揣着激动和期待的心情，迎接这个挑战，期待着未来的美好。



刘建屏



赵 斌

时光荏苒，岁月如梭；新年伊始，万象更新。岁月的车轮又留下一道深深的印迹。随处可见的枯萎植被，警示着我们生命是如此短暂，任何人都逃避不了时间的约束。时间，记录了每个人的喜怒哀乐，也传递着每一份温暖与感动。

“对联映红，福字盈门”的气息逐渐显露，街道两旁也悄然挂起了大红灯笼。忙碌了一年的人们，终于可以停下脚步，真诚的互道一声问候。

过去一年，我们感悟了人生，也收获了成长。在辞旧迎新的同时，新年也承载着无尽的祝福与期盼。我相信，美好阳光定会照亮我们每个人的心灵，并带来温暖与希望。祝愿大家在新的一年里福满安康，万事如意！

除夕夜，共团圆！ 我们一起过大年，品年味儿！

春节将至，年味正浓，大街小巷挂起了红灯笼，家家户户开始忙碌，准备迎接新一年。那么大家眼中的年味又是怎样的呢？

1、藏在我们身边的年味

年味藏在大门墙上的字里行间，是对未来生活的美好祝福年味。每逢春节，我们家都会自己书写对联和福字张贴在大门上，来迎接新的一年的到来，这也意味着我们对幸福生活的向往和未来美好生活的祝愿。

年味藏在精心准备的年夜饭中，团圆在此刻成为了所有人的愿望。每当灶火燃起，香气弥漫，熟悉的味道植入记忆深处，家，才获得最完整的意义。

年味藏在鼓鼓的压岁红包中，是大人对孩子未来的殷切期盼，年味更是家人聚在一起轻松快乐的家味道。

2、年味最浓的地方，总是在餐桌上

年味就是和家人一起穿新衣，贴对联，彼此之间送上美好祝福，一起吃年夜饭，一起看春晚。我要的年味就是每年全家人都可以平平安安，健健康康，一家人其乐融融。我想，最温馨最幸福的事情莫过于一家团圆，做上一桌丰盛的年夜饭，大家围坐桌旁，共同举杯，迎接新一年的到来。

3、腊味就是年味，欢聚就是添瑞

新年的钟声即将敲响，人间的烟火气也越来越浓啦！

看！那树上璀璨夺目的红灯笼，那是新春佳节的第一抹红色！灯笼高高挂起，不仅增添了节日氛围，更是温暖了赶路人的心，让他们也能看到家的温暖！

听！那咕噜咕噜的气泡声！那是边炉准备就绪的号角，一大桌丰富的饭菜，蕴含着妈妈对孩子在外漂泊的关心与照顾，蕴含着爷爷奶奶对子孙们的思念与牵挂。

年味，是家门口的大红春联，是长辈给予的吉利红包，是电视机里准时播放的春节联欢晚会……

过年，不仅是对新年到来的仪式



感，更是家人团聚的美好时光！

4、年味是平安团圆，瑞雪兆丰年

“每一朵雪花都像一枚文字，从天空的心脏飞离，盖在地上，铺成了冬天写下的文章。”

生活在川东北地区，冬日往往是湿冷疲惫。这里是很少下雪的，但是今年雪来得格外大，突如其来，也给岁末的节气添上缱绻和温存。

冬日严寒，但是一夜过去，满眼的银装，真的是一幅“千树万树梨花开”的美景。大家装备严实，在雪地里撒了欢，用模具倒出一个个不同的形状，鞭炮的炸裂声让人们终于感受到疫情以来久违的年味。

红通通的鸭血下锅，揭开小年夜大团圆的帷幕。

漂浮的辣椒一看就热情似火，升腾的热气蒸得一屋子都是火锅香气，香得胃里仿佛快有爪子要伸出来。

菜油混合着蒜末、辣酱、葱花等组成川渝鲜美的蘸碟。再冷的菜，进锅里一涮，上碗里左右一荡，沾满红油与佐料，是烫，是香，是快乐。

年味的“年”是年年有余，岁岁平安。

年味的“味”则是火锅里沸腾的红汤，是归乡的家人不尽的思念，是街道张灯结彩，是疫情后瑞雪兆丰年，是阖家的团圆，是最美好的期盼。

5、年味是新春灯会聚拢来的烟火气

赏繁华千灯会，品人间烟火气是我心中的年味。和家人团聚，在广州一起逛新春灯会，赏唐风表演。现场有12个巨型花灯和一万多个手工灯笼，如同进入“月悬千灯楼”的胜境。这久违的人间烟火气，一派春节年味的景象多么美好！“唐宫佳夜盛宴，千灯祈福祥瑞”，身穿汉服，千盏花灯陪伴左右，过年的氛围感一下子拉满啦！这是独属于中国人的浪漫，也是大部分中国人心中的年味记忆。

6、承载在春节礼物里的年味

春节将至，送给亲人朋友一份小礼物，比如亲手制作的春节祝福小挂件，希望这一份小小礼物能给自己的亲人朋友带去快乐和幸福。这也是属于咱中国人独特的年味儿。

7、有一种年味叫贴春联，赏烟花

说到年味，必不可少的风俗就是贴对联和福字了。还没过小年，各大商户已经将备好的春联摆出供我们挑选，“丁财两旺”，“人财两旺”是每年的高频词汇。春节贴“福”字，无论是现在还是过去，都寄托了我们对幸福生活的向往，也是对美好未来的祝愿。

对于中国人来说，最期待的时刻就是放烟花了。每年除夕看着不远处绚丽多彩的烟花，发出一声声的感叹。烟花在天空中绽开的时候有着各种不同的颜色，十分瑰丽绚烂，像极了无数花朵在天空中盛开，也寓意着未来欣欣向荣。

今年过年期间，高品质坚果果干年货礼盒也成为今年春节当仁不让的年货顶流。据不完全统计，洽洽、三只松鼠、来伊份、良品铺子、百草味、沃隆、三胖蛋等新年礼盒热销。三只松鼠礼盒类产品在线下分销各渠道热销均远超预期，截至1月10日，分销全系列标品礼盒产品已全线售罄；良品铺子团购渠道年货标品礼盒1月15日全部售罄；百草味适时上新“阳光果派”系列产品，其中的主打产品西梅干多平台热销，上线不到30天就狂卖216万。来伊份“新鲜中国年”IP系列产品上线，年味氛围拉满。



来自阳光的味道

香脆可口
开心畅享



浙江大好大食品有限公司

地址：浙江省温州市梅屿工业区

电话：0577-88418888 88419999

<http://www.dahaoda.com>

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



证书号:2017-J-211-2-01-003

荣获国家科学技术进步奖



目录

编者之声

- 03 守初心，兼数职，担重任的“铁娘子”
——记我协会副会长、河南省坚果炒货商会会长 陈湘婷

06 编辑部心情驿站

品味人生

- 07 除夕夜，共团圆！
我们一起过大年，品年味儿！

热点关注

- 14 大道乾·凝心致远
——记中国坚果果干食品展览会
为中国坚果果干行业立于世界之林作出更新更大的贡献

产业经济

- 16 零食的下一个 10 年机会在哪里？

3.8 妇女节专栏

- 18 柔和之美 大道之美
19 热爱，可抵岁月漫长
——记三只松鼠股份有限公司品牌营销公关总监 甘庆云
20 锐意进取，用心做好每一项工作
——记洽洽食品股份有限公司信息标准部负责人 陈江琳
22 带着感恩之心，在坚果的大道上，一路前行
——记江苏心上仁食品有限公司创始人 王菲菲

专家视点

- 24 澳大利亚巴旦木
30 葡萄干原料、产品分析预测报告

产业链

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 市场 | 40 关注“她经济”，产品如何找准营销新风向？ |
| 产品 | 41 曲奇脆皮调味坚果仁 |
| 设备 | 42 PDK-90 平面回旋烤炉 |
| 包装 | 44 包装——让价值看得见
——2024 年度年礼及端午包装趋势分析 |
| 辅料 | 54 澳大利亚夏威夷果价格走低
中国壳果进口大增超 8 成 |
| 原料 | 55 酵母抽提物：大自然的鲜味宝库 |



种植 56 薄壳山核桃主要病虫害及其防治要点

行业信息

- 58 我协会组织召开 2024 年坚果产业发展座谈会
- 58 第十七届中国坚果果干食品展览会亮点速递展会新亮点新优势
- 59 年货节期间，三只松鼠分销渠道礼盒及礼包全系列产品已售罄
- 59 良品铺子年货礼盒全渠道热销
- 59 来伊份“新鲜中国年”IP 系列产品上线，年味氛围拉满
- 60 首届中国临安年货节在临安区龙岗镇隆重举行
- 60 梅河口年松子加工能力 10 万吨，占全国产量 80% 左右
- 60 安徽巢湖：首家薄壳山核桃全产业链管理中心建成

世界之窗

- 61 2023 年坦桑尼亚农作物出口增长 9.5%
- 61 澳大利亚巴旦木供不应求，35% 销往中国
- 61 美国碧根果新产季启动对华出口猛增 3 倍
- 62 保加利亚 2023 年葵花籽产量比上年减少 21%
- 62 美国加州核桃产量预计将达 79 万吨
- 62 去年柬埔寨腰果出口至越南共 61.8 万吨
- 62 夏威夷果迎来“黄金时代”，中国成为全球最大壳果市场

协会工作

- 64 关 2024' 第十七届中国坚果果干食品展览会暨采供大会参展通知
- 72 关于批准新会员入会的通知

企业管理

- 74 坚果果干食品企业电商物流中心规划与设计的五个维度
- 77 仓库规划应该是分散还是集中？

科技标准

- 80 行业标准管理办法

营养与健康

- 82 核桃的 3 种吃法
- 82 碧根果营养丰富
- 83 怎样才能吃出乌黑浓密的头发



CNTENTS

Voice of Editor

- 03 Promoting the Widespread Consumption of Nuts and Seeds and Elevating the Industry's High-Quality Development to a New Level
——Executive Chairman of the Specialized Committee for Nuts and Dried Fruits of China National Food Industry Association Zhang Liaoyuan, Chairman of Three Squirrels Inc.

06 Soul Station of Editorial Department

Experience the life

- 07 Reliable individuals possess these three abilities.

Hot Spots

- 14 Welcome to the New Year and may you enjoy good luck!
The nut and dried fruit industry are embarking on a new journey!
——New Year's Message from the President of the Nut & Dried Fruit Association
- 26 The Food Exhibition for China Nuts and Dried Fruits - Focusing the World on China Unite the World through Nut Collaboration

Industrial Economy

- 27 A Clash between Traditional Snacks and Bulk Snacks, An Industrial Battle of "Cost-effectiveness"

Expert Perspective

- 28 Analysis of the California Pistachio Market

Industrial Chain

- | | |
|--------------------|---|
| Market | 38 What will be the operational outlook for nut and dried fruit enterprises in the market in 2024? |
| | 46 How can nut and dried fruit companies develop rural markets? |
| Product | 47 The By 2024 Innovative Collection Gift Box adds an extra touch of thoughtfulness to the New Year flavor! |
| | 48 Wolong hosts the 2023 National Dealer Conference and unveils a new product aimed at the Spring Festival of the Loong Year. |
| Equipment | 49 Dual-Cell Parallel Dryer |
| | 50 Pursuing Excellence: Specialized and Innovative |
| Accessories | 56 An Anticipated New Food Ingredient: anthocyanin from Blueberries |
| Raw | 57 Chilean walnut exports to China continues to grow, and a production forecast for almond wood has been released. |
| Plant | 58 Inner Mongolia's Hetao Region: Small melon seeds have become a major industry |

Industry Information

- 60 Love From China Nut and Dried Fruit Industry
- 60 Qiaqa Xiaohuang Bag Daily Nut is refreshed and upgraded, making nut nutrition "visible"

- 60 Three Squirrels Signs Cooperation Agreement with the International Nut and Dried Fruit Council (INC)
- 60 Be&Cheery Exhibits at the Sixth China International Import Expo (CIIE), and "Benwei Zhengguo" Continuously Appears in the Spotlight
- 61 Two leading companies have entered into a strategic cooperation agreement! Guangming International Trade and Qiaqia's first Co-branded nut appeared at the Expo
- 61 The 2023 Guangxi Nut Industry High-Quality Development Seminar and Nut Processing Technology Innovation and Industrialization Development Site Promotion Meeting was held in Chongzuo
- 61 Bestore:the Fragrant Roasted -Purple Cashew Breaks Million RMB Record, Plans to Open 500 New Stores
- 61 Shanxi Luonan Walnut: Introduction and Expansion into the International Market

Window of the world

- 62 The projected export volume of Chilean blueberries for the 2023/2024 season is expected to be 82,000 tons, representing a 6% year-on-year decrease
- 62 Brazil plans to set maximum residue limits for pesticides, such as azoxystrobin, in specific foods
- 62 The production of American pecan has decreased, and the latest purchase price has been announced, resulting in an increase in export orders!
- 63 South African production increased by 12.6% year-on-year, but excessive precipitation has affected the quality
- 63 Armenia has extended its ban on exporting grain and sunflower seed oil products to countries and regions outside the Eurasian Economic Union
- 63 Vietnamese spices and seasonings still have potential for growth in exports to the European Union
- 63 Vietnamese cashew exports to China have skyrocketed by over 70%, raising concerns about quality issues

Association work

- 64 Notice on Attending the 2024 The 17th Food Exhibition for China Nuts and Dried Fruit &Fair for Purchase and Supply
- 72 Notice on Approval of New Members to Join the Association,Adding Vice President Unit

Business management

- 73 Supply chain management in the food industry

Laws and regulations

- 76 National Food Safety Standard: Metal Materials and Products in Contact with Food

Nutrition and Health

- 82 Three Foods with a Calcium Content Over 8 Times That of Milk
- 83 Do you consume the seven essential nutrients necessary for maintaining the body's survival every day?



WWW.CSNC.CN

坚果果干网

主办：北京中坚合果信息技术服务有限公司

每天一把坚果瓜子，有益健康

www.csnc.cn

坚果果干网



本网站为中英文双语版

坚果果干网，网罗坚果果干天下事

是全国坚果果干行业的权威性专业网站，致力于为企业提供服务，
是行业、企业的信息展示、交流平台。

联系人：张蕾

联系方式：电话/传真 010-63344578 63344031

中国坚果果干杂志



双月刊
中英文双语出版

指导单位：中国食品工业协会
坚果果干专业委员会

贴近企业，具有较强可读性、实用性和行业指导性的权威杂志

电话/传真：010-63344578
63344031

联系人：张蕾



中国坚果果干杂志，承载信息的桥梁，企业的参谋，行业的纽带，送进您的手中

大道乾 · 凝心致远

——记中国坚果果干食品展览会

为中国坚果果干行业立于世界之林作出更新更大的贡献

中国坚果果干行业历史悠久，全行业小农经济作坊式加工进程，整整历经了数十个世纪，直到二十世纪七十年代的改革开放，四十多年来，全行业才得到前所未有的蓬勃发展，从传统到现代工业化加工，又经历互联网的洗礼，从傻子到洽洽再到三只松鼠以及众多品牌的涌现，使全行业优质品牌高度聚合的同时，完成了从传统进入工业化，再进入信息化迈向智能化和个性化高质量发展的新时代！

中国坚果果干食品展览会作为聚行业力量与智慧又行稳致远的展会，每年为推动行业迸发新的活力，作出崭新的贡献！

行 · 路漫乎上下求索

中国坚果果干食品展览会自 2006 年创办以来，通过全行业十七年的精心培育与持续创新，从 8 千平方的小展览到 11 万平方的大天地；从单一的细分行业小类别，到坚果果干行业全产业链的集成创新大平台，至今已发展成为全国乃至全球规模最大、参展企业最多、成交额最高、影响力最广的坚果果干行业专业品牌展会。

据统计，十七年来，中国坚果果干食品展览会展览面积累计 45.7 万平方米，专业观众 58.3 万人次。汇集全球坚果果干食品品牌企业与原料配料、设备、包装等全产业链 6328 家企业参展，展示展销超 10 万款产品，成交额累积 35 亿元。

傲人的业绩来之不易，是十七年来全行业团结一致付出巨大人力、物力、财力和时间精心培育的成果，更是全行业坚持持续创新，百折不挠，上下求索



的精神硕果！

谋 · 为民健坤业之本

随着生活水平的提高，人们对健康饮食的需求不断增长，而坚果果干食品具有丰富的营养价值和口感独特的特质，因此坚果果干食品受到了广大消费者的青睐。同时对坚果果干食品的品质与安全，提出更新更高的要求。

为适应并指导这一消费趋势，展会首先加大对参展产品质量和安全的把关，其次，展会每年创新设置独立的新产品展示区，通过展示交流学习，推进全行业开发各类更符合消费者不同人群新需求的新产品步伐，以满足消费新趋势的需求！再次，展会期间还面向行业全产业链的从业者，进行坚果果干食品健康功能的知识宣传。通过这些活动不仅显著提升了展会的容量与品质，更有力地推进全行业对坚果果干健康功能的认知与普及，以及对原辅料、加工技术、新品开发等各方面的广泛重视。

我们深信健康是人类生存繁衍的第一需求，也是我们坚果果干行业和我们展会的立业之本！中国坚果果干食品展就是为了让健康坚果果干食品造福于民的同时，推动中国坚果果干

行业持续健康发展！。我们一定坚持坚守这一展会立业之本，为构建全民大健康作出新贡献！

兴 · 大道乾凝心致远

“展世界坚果，享合作共赢”，是中国坚果果干展会的永恒主题！“行业至上、企业至上、服务至上”是展会必须坚持坚守的宗旨，更是办展的正道大道！

行业至上是方向，企业至上是核心，服务至上是践行。作为中国坚果果干食品展览会的主办方，十七年来，我们一直致力于服务行业全产业链，不断优化办展环境，助推坚果果干行业向更高层次迈进！

展会坚信团结就是力量，坚持企业诉求为展会一切工作的出发点、归宿点，事事为企业排忧解难，处处维护企业合法权益，尽心尽意为企业服务，全心全意依靠企业、团结企业，因此由于我们十七年来

坚持坚信团结一致，才有了今天企业与展会已融为一体，企业愿意为展会发展持续不断投入新的活力。

实践教育了我们，让我们相信凝心致远团结就是力量的真谛！

为此我们全行业必须进一步加强团结，必须从国际视野的广度、高度出发，以团结国内外全球同仁的胸怀，在践行“让坚果普及大众真正造福于民”的崇高使命中，继续发扬我们“团结一致，吃苦耐劳，奋发拼搏、创新进取”的行业精神，以崭新的风貌续写我们行业的时代新篇章，我们才能为中国坚果果干行业立于世界之林作出更新更大的贡献！

坚果

恒康食品
HENGKANG
专注高端坚果炒货28年



品质坚果
心福口福

心年礼



精

编者按语 未来十年中国的零食市场有近2000亿的增长空间，坚果果干行业应该如何抓住机遇，发挥行业优势，抢占市场，挖掘新的增长点，这篇文章能给大家一点启示。

零食的下一个 10 年 机会在哪里？



（一）拥有 2000 亿的增长空间

预测未来 10 年中国零食市场规模将增长近 40%，有近 2000 亿的增长空间。

迎合了健康化、功能化、高端化趋势的坚果、肉类零食、其他风味零食、蛋白 / 能量棒等品类将持续增长，其中肉类零食将保持第一细分品类地位，并进一步扩大市场份额。传统糖果、巧克力、薯片、饼干等品类增长放缓或下滑，但基于这些品类进行健康化、功能化和高端化的新兴品类将获得快速增长。

渠道方面，未来 10 年，预计量贩零食、零食折扣等

零食业态作为最具活力的渠道，将继续抢占传统商超的市场份额，直播电商承接线上渠道红利，或全面超过传统电商平台，即时零售渠道凭借便捷高效的特点承载日常消费需求。

（二）重要趋势

1、零食正餐化：小食，大餐

零食正餐化。

零食与正餐边界逐渐模糊，消费者频繁地以零食代替正餐。坚果、蛋白 / 能量棒和肉类零食是代餐产品的典型代表。每日坚果按照日均摄入坚果标准量进行分装，开拓出 60 亿 - 70 亿的市场。

2、健康化：加减法

曾经，消费者对健康零食的认知与以坚果为代表的品类强绑定。如今，健康化覆盖各个品类，其玩法在于做“加法”和“减法”。

添加健康原料是途径之一。奇亚籽、羽衣甘蓝等健康原料备受零食品牌们青睐。低温烘焙、冻干技术、非油炸、低温脱水等技术的“加法”也为健康加码，常见于坚果、果脯果干、肉类零食等品类。

零食健康化的“减法”则相对简单，核心就是减糖、低 GI（低血糖生成指数）、减盐、减饱和脂肪。

3、功能化：呵护细分人群

2016 年 - 2021 年，中国功能性食品市场规模从 1370 亿元增至 1961 亿元，为全球最大市场。未来，功能性零食赛道蕴藏巨大的拓展潜力。

添加功能性元素、“药食同源”都是零食功能化的途径。

零食品牌可针对细分人群研发产品，如面向老年群体的功能性零食。

品牌还可以针对具体健康问题开发零食。据益普索调研，肠胃问题、睡眠困扰、免疫力是主要的健康困扰。益生菌、GABA 和维生素软糖应运而生。此外，中国体

重管理市场较单一，以减脂型产品为主。在这个“身材焦虑”的时代，借鉴日本，降低胆固醇也是创新方向之一。

（三）渠道多元化下的增长机遇

零食品牌的命运与渠道紧密相关。新渠道的兴起，对品牌而言是机遇也是危机。

洽洽依托超市渠道成为了品类之王；而良品铺子、来伊份借助连锁经营，三只松鼠借助电商平台，成长为了中国的零食巨头。

近年，三只松鼠、良品铺子、来伊份在传统渠道销量下滑，但困境中也有着曙光，三只松鼠 2023 年上半年年报显示，其在天猫系营收为 8.44 亿元，下降了 29.49%，在京东系营收为 6.59 亿元，同比下降 41.11%，然而，在抖音上却逆势增长，营收升至 4.36 亿元，增长 28.61%。与此同时，更早抓住量贩零食与抖音机遇的盐津铺子却获得了持续高速增长，从 2019 年的 13.99 亿增长至 2022 年的 28.94 亿，2023 年业绩更是预计达到 41 亿—42 亿。

所以更早预见和拥抱变化的品牌，会享受到红利。

1、线下业态：量贩零食店助推极致性价比

量贩零食店和其他线下业态在零食性价比上不断内卷，为品牌提供增长机遇。

量贩零食的火热，离不开硬折扣这一底层逻辑。通过缩减经销环节和节省进场费，量贩零食降低了商品均价，在低毛利吸引客流的基础上，叠加高周转和规模效应，量贩零食成为最具活力的渠道之一。

未来 10 年，这匹黑马还将持续增长。

为应对折扣化浪潮，零食巨头们也在积极变革，良品铺子在 2022 年也布局了量贩零食，更是在 2023 年展开成立 17 年以来规模最大的一次调价。三只松鼠也在推进自有品牌社区零食店，并以自有品牌践行“高端性价比”。

2、直播电商：承接线上红利，品牌自播迎来机遇

直播电商正与传统电商平台争夺头把交椅。

直播电商市场的爆发，基于短视频内容消费和兴趣内容种草。在短视频消费普及条件下，直播电商通过兴趣内容、达人直播等种草形式，以兴趣内容促成零食消费。

以个人 IP 内容驱动的达人直播红利见顶，品牌自播迎来爆发。良品铺子 2021 年 4 月通过快手的品牌自播，获得 2000 多万的销售额和 27.6 万的品牌粉丝。2023 年，三只松鼠在抖音直播电商渠道实现了 500% 的增长。

3、即时零售：即时性需求激发新活力

即时零售是高成长赛道。

对比外卖，即时零售覆盖万级 SKU，具有更丰富的品类和更精细的履约链路，涉及平台、线下实体门店等多类玩家。

即时零售做零食生意，有先天优势。



即时零售未来可期。卤味、糕点、坚果果干、肉干肉脯、膨化/油炸、糖巧等细分品类在即时零售平台备受偏爱。良品铺子 2023 年上半年在美团、朴朴等即时零售平台，销售同比增长 72%。零食品牌可抓住即时零售渠道消费青睞新品、多规格、网红品的特点，顺势布局。

（四）出海的机会

中国零食已“悄悄”出海。

洽洽出海脑洞大开，瓜子不仅是韩国中文课堂的教学道具，还是海外年货节上的气氛组，最经典的操作莫过于包装上的教程和灵魂配图，让外国消费者轻松学会嗑瓜子。这种以文化交流体验为主的方式，让产品本土化更加水到渠成。凭借这股吃瓜子风潮，洽洽在年产 3 万吨的泰国工厂和近 100 个海外经销商的加持下，进一步控制成本和提高产品新鲜度，2023 年上半年海外营收达 2.35 亿元，同比增长 10.66%。

下一个 10 年，中国零食出海将发挥品类优势，借助海外渠道、华人众多等优势，在东南亚、北美等市场有机会获得增长。

此外，跨境电商和海外华人超市成为中国零食品牌的重要渠道。如三只松鼠已在东南亚和北美的电商平台上设立旗舰店，并在特定市场取得显著增长。东南亚因其庞大的华人群体和对中国文化的亲近性成为理想市场，而北美市场则凭借其华人和留学生群体及社交媒体的讨论热度，为中国零食品牌提供了巨大的市场潜力。

未来 10 年，中国零食市场有广阔的增长空间。除了迎合健康化、功能化、零食正餐化等需求，零食还将结合户外、食玩等细分场景以及细分人群个性化需求，成长出新的品类及形态。

大道至美 柔和之美

三八妇女节专栏



甘庆云



陈江琳



王菲菲

热爱，可抵岁月漫长

——记三只松鼠股份有限公司品牌营销公关总监 甘庆云



热爱，可抵岁月漫长

是她对松鼠最钟情的表达！

2012年6月，在安徽芜湖，一个小城市里，它默默的诞生了，它上线的第一个双十一，就以766万夺冠，在淘宝电商中占据了一席之地，后来的每一年双十一，它都以第一名的成绩出现在大家的视野里，它就是三只松鼠。

2012年9月，她在安徽芜湖上大学，在班级里一直都是佼佼者的她，大学期间获得了多次国家奖学金，也参与了多次国家级的电商比赛。

她和它的第一次相识，是在课堂上，当老师说起淘宝电商，第一个闯入眼帘的是三只松鼠，至此，她对松鼠就有着莫明的好感和好奇心。

2014年6月，她开启了学校组织实习，没想到第一站实习就是三只松鼠，那时候她在松鼠实习客服岗位，通过客服岗位接触到了很多松鼠的顾客，那时候觉得，做一只被人喜欢的松鼠真的是很不错的感觉。

2014年年末，她毅然选择了面试松鼠。从微博私信品牌负责人到带着几十页的ppt去松鼠面试，也是非常令人咂舌的经历。

2014年12月29，她被松鼠录取了，此时的她还未毕业，但在松鼠这，她却有着十分亲切的感觉，毕竟，在她这，从课堂的案例到平时吃的坚果果干，都有着松鼠的身影。

2014年到2024年，是她在松鼠的第10个年头了，从校园时期到已婚生子步入人生中年，她把最好的时光都留在了松鼠。

她见证了松鼠从淘宝品牌成长到拥有8亿人次的国民大品牌。在她心里，松鼠更像是一个共同成长的好伙伴，她们互相鼓励，走过了低谷、享受过高光、也在平淡的岁月里不断夯实自己。

而她，在松鼠，也从一个新媒体专员到现在负责松鼠的品牌传播和公关营销传播，在她熟悉的领域，一次又一次绽放着自己的光彩。

她说，在松鼠，是人生最好的经历，在这里，职场更像是一个温暖的大家庭，大家互相进步、互相竞争的同时也能时时刻刻体会到松鼠家人的温暖，松鼠更像是个大家长，用它的包容宠幸着每一位松鼠人，在家爱的庇护下，给予了每一个松鼠人成长的良好环境。

它说，感谢这12年来每一个为松鼠付出的松鼠人，也感谢每一个松鼠主人，只有主人的信任和喜爱，也只有主人的包容和理解，才能让松鼠走的更远，让松鼠成长的更强大。

我们也相信，一群真诚的松鼠，能够和松鼠走的更远，毕竟，热爱可抵岁月漫长。

锐意进取，用心做好 每一项工作

——记洽洽食品股份有限公司信息标准部负责人 陈江琳



陈江琳负责洽洽食品的标准化、基础研究、技术项目申报等工作。作为一名技术型管理人员，这些年来，她一直都兢兢业业，尽自己最大的努力去完成各项工作，用心将每一项工作做到最好。

全力以赴 精益求精

刚参加工作的头几年，洽洽正在推行 QE 项目，而她所在部门承担了原料和产品的感官图册制作的任务，即用清晰的图片展示坚果与籽类不同品种的原料和成品中各项感官指标特征并制作成图册，供采购、质量、生产人员使用。因客观因素，这项工作没有外部资源协助。在既无专业摄影人员又无专业相机的情况下，她积极主动地学习拍摄技术并借用了多架不同性能的相机进行测试。为了追求最佳的拍摄效果，她顶着夏日高温的炙烤，在办公楼楼顶平台进行拍照，有时同一个姿势持续很久，几张照片拍摄下来她身上多处已被蚊虫叮咬，而满脸认真执着。为了压缩项目进度，她经常利用晚上和双休日加班加点地对电子版图册进行排版和修改。在校稿时，她反复、仔细地对图册进行逐页校稿，连一个标点符号和空格错误都不放过，尽可能地完善图册。在她的努力下，产品图册不仅顺利交付，她也收获了同事的认可并取得了洽洽创新奖。

人生就是这样，你投入的每一分努力，都会在未来的某一天回馈于你。制作产品感官图册的经历，让她对坚果与籽类产品的感官指标有了深刻的认知，

为她后期参与产品行业标准的制修订奠定了基础；产品感官图册也为后期行业产品质量等级标准的制定提供了技术参考。

开拓创新 锐意进取

众所周知，香辛料是煮制类瓜子的配料，其品质决定终产品的风味。为保证香辛料的品质稳定，陈江琳与小伙伴一起深入到香辛料原产地进行调研，西至新疆、甘肃，南至广东、广西，走进田间地头与农户、商户深入沟通，了解香辛料的生长、加工和品质特性，为洽洽的香辛料产地直采提供了技术保障。

经过产地及市场调研，她了解到市场端花椒的掺假掺杂情况比较普遍，有些掺假无法通过感官或现有检测手段加以识别，如掺油、掺山东椒等。为了确保花椒品质的纯正，需要建立一种方便、快捷、精确的花椒掺假鉴别分析方法。为了高效解决此问题，她借助高校科研平台，开展产学研合作研究，对不同品种花椒进行产地溯源研究，建立了不同产地花椒的指纹图谱，并在此基础上建立了花椒掺假掺杂的检测方法，解决了花椒产业掺假鉴别痛点。

此外，针对香辛料随着储存时间延长而出现的品质下降问题，她又同团队开展了香辛料的保鲜研究。通过两年多的试验研究，提出了一种性价比较高的干花椒保鲜储存方法，在干花椒储存期内，可以减少 60% 的挥发油损失，确保工厂一年到头都能用到新鲜的花椒。经过多年的实战，她从刚开始认不全香辛料品种，到现在俨然成为了洽洽的香辛料专家。

勇于担当 追求卓越

随着《中国制造 2025》等一系列政策文件的发布，我国的绿色制造体系建设全面启动。作为中国坚果果干行业的领军品牌，洽洽一直都将绿色发展作为企业的发展战略，将生态、节能、减碳、可持续理念贯穿于坚果全产业链。因此，洽洽积极响应国家政策，着手打造绿色工厂、绿色供应链。陈江琳主动承担了绿色制造体系的申报任务，项目的统筹实施也落在了她的肩上。一方面，项目申报材料主要涉及节能、减排等能源环保内容，这些都是她的专业空白领域；另一方面，绿色制造体系的建设和申报是一项系统性工作，涉及到与各个部门的沟通与协调，对她提出了更高的要求。面对这些困难，她毫不气馁，通过不断的学习、

请教和沟通、协调，最终洽洽成功申报成为了行业唯一一家国家绿色工厂、国家绿色供应链管理企业，为行业树立了绿色制造标杆，也为行业后期绿色制造体系标准的建立奠定了基础。

持续学习 不断提升

作为一名技术人员，必须要不断地更新、完善自己的专业知识，做到与时俱进，才能更好地为内外客户提供专业服务。因此，在日常工作之余，陈江琳不忘持续学习专业知识。在标准法规方面，她先后多次参加了进出口法规培训、行业标准编写培训、企业标准备案培训、卫健委食品安全标准培训；积极参与行业内《坚果与籽类食品质量通则》、《熟制与生干葵花籽和仁》、《熟制与生干西瓜子和仁》等标准的制修订工作。她边学习边实践，持续提升标准化技能。得益于洽洽提供的工作和学习平台，加上自身的努力，2020 年，她取得了人社部认定的“质量技术监督工程专业高级工程师”职称；2022 年，获得了中国食品工业协会授予的“全国食品工业科技创新杰出人才”称号。

陈江琳善于学习，锐意进取，遇到问题时积极想办法进行解决；她勇于承担新目标，并能通过自身的努力，出色地完成任务；她满怀着激情与热情，用心做好每一项工作。

大道上，一路前行 带着感恩之心，在坚果的

——记江苏心上仁食品有限公司创始人 王菲菲



初相识

2010年王菲菲大学刚毕业不久，因着参加一场圣诞节的演出，认识了第一家潍坊本土坚果企业的老板，如此机缘巧合地与坚果行业结下了不解情缘。眨眼之间，她进入这个行业已经第14个年头了。初相识之时，坚果还是非常珍贵的产品，当时身边很少有人吃坚果，她带着刚毕业的懵懂而又心怀梦想的心情，就像一颗坚果种子一样，自此开始扎根在这片“沃土”上。

2010年到2012年，王菲菲在第一家本土坚果企业工作2年，期间以采购为主，也少不了去车间各种帮忙加工、甚至还要充当仓管，爬到堆满

纸箱的库房里，一个个的清点库存。尤其到年底，一帮人下班后继续留在简陋的车间里分装礼盒，热热闹闹，红红火火。当时工厂车间也没有现在这么规范，就在一家租来的院子里，分成几个小小的区域：仓库和分装车间。那时候北方的冬天特别寒冷，王菲菲穿着北方独有的大棉裤奔走在各个冰冷的仓库里，那样的日子却是如此简单和充实，也让她心里很踏实和安稳。

再相知

2013年到2020年，在第二家坚果工厂任职8年，是王菲菲至今回忆起来都非常难忘的时刻。依然还是采购供应链为主，更多的出差，让她对坚果行业更深入、更全面的认知，也让她坚定了自己深深扎根坚果行业的信念，不停吸收着这片“沃土”的营养，竭尽全力的去向上生长。

2015年，随着每日坚果产品的上市和火爆，采购需求大幅增加，新增了国外源头直接采购的需求，可是当时公司内部，会英语的不懂采购，专业采购但是英语又不好，王菲菲看到了这个机会，果断和老板自荐：我来做！因为她采购够专业，英语基础还有，虽然大学之后就没再学习过。从此她就一边书面给国外邮件沟通，不会了就找翻译，一边开始报英语培训班学习补充，为了能争取和外教一对一更多的练习机会，早上四点起床开始学习英语，白天上班，晚上回家带着几个月大的孩子，那段时间是她人生学习最高效的时刻，因为心中有一个非常坚定的目标，她要把这件事情做好。功夫不负有心人，终于王菲菲几乎走遍了主流坚果、果干的所有产区：美国、澳大利亚、东南亚、土耳其、德国、意大利、加拿大和蓝钻、setton等等国际头部工厂，建立联系并合作，一步步把国际供应链从0到1逐步开发并完善起来，这个期间不停奔走、考察、筛选国外工厂和农场，频繁出差是再正常不过的事情。这期间，她虽然辛苦也乐在其中，每天都在拼命吸收“营养和精华”，成长的也格外迅速。

2020年，是王菲菲在坚果行业的迷茫期，由于她之前不喜受约束的性格，从公司裸辞，“恋爱期”有多么用心，“分手”后就有多么痛心。沉寂了几个月后，她开始了自我突破之路——外出学习课程，也正是这套训练课程，让她看到自己身上过往不曾看到的很多问题。期间，也想要考虑换行到教育行业，甚至都定好了合

作意向。可是，王菲菲和坚果的情缘就是如此之深，即便她兜兜转转，还是依然回到了她的本源：她一直热爱的坚果行业。

永相爱

2021年，在通过系统的学习之后，又是如此机缘巧合的机会，王菲菲创立了自己的坚果进口贸易公司——江苏心上仁食品有限公司，专注于看似最简单然而“坑”最多的腰果产品上，至今已有3年时间。这3年公司不断坚实发展，也赢得了越来越多客户的认可。2023年突破2000吨销量，实现了第一阶段的小目标。

坚果于王菲菲而言，它不仅仅是健康的零食，更代表着生命和传承。它是一颗颗具有生命力的种子，只要外力条件允许，就可以破壳而出孕育出新的生命，一代又一代的传承，也代表了坚果行业一辈一辈的传承。这14年里，王菲菲见证了坚果行业快速的发展，从简陋的工厂到现代化智能智造的规模、规范化车间，从国人初到国外羡慕国外的大型工厂、自动化生产，到外商来参观我们国内的工厂连连赞叹，这是两代人坚果人共同努力的成果，这是来自坚果的传承精神！

未来的日子里，王菲菲知道她和她的团队还将面临很多的风风雨雨，但是，她一直坚信，只要继续学习坚果精神，向下深深扎根，向上努力成长，她和她的团队就可以长成一棵大树，遮风挡雨，结出一颗颗饱满的果实，回馈他人！诚如他们的愿景：承天地厚赐之精华，载世界万民予康健！带着感恩之心，在坚果的大道上，一路前行！









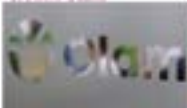
西墨尔本- 澳洲巴旦木加工中心



设施 - 产品接收 - 巴杀 - 烘烤 - 筛选 - 包装和仓储 - 退货	产能与产量 1.1千万磅产量 - 零糖或工业包装 - 工厂巴杀和质检实验室
专注质量 - IFRC 认证 - 质检内容: 黄曲霉毒素, 标准微生物检测, 环境检测, 水采样, 过氧化氢, 亚硝酸盐, 酶活性检测	质量团队 - 团队人员在实验室食品分析方面拥有 20 年的经验 10+ 质量技术人员, 确保加工符合食品质量和安全标准

Tien Nga – 越南巴旦木加工中心



工厂 2017年开始运营 - 工厂面积: 6,400 m² - 产能: 1,600 吨/每年 - 员工: 193 - 世界级制造设备 - 研发中心 - 高度客户定制化 - 可持续和可追溯	处理能力 - 瓶装生产线: 2.5 吨/小时 - 生产线: 4条生产线 - 认证: IFRC, Kosher, Halal
   	品控 我们使用最新, 最科技的仪器和技术来确保最高的品质, 效率和成本控制

翱兰上海办公室



翱兰上海坚果销售团队

 张静 销售经理 17721038844 负责: 澳洲巴旦木, 澳洲杏仁, 澳洲腰果, 澳洲核桃, 澳洲榛子	 张静 销售经理 13524725114 负责: 澳洲巴旦木, 澳洲杏仁, 澳洲腰果, 澳洲核桃, 澳洲榛子	 张静 销售经理 13916497913 负责: 澳洲巴旦木, 澳洲杏仁, 澳洲腰果, 澳洲核桃, 澳洲榛子	 张静 销售经理 17421380117 负责: 澳洲巴旦木, 澳洲杏仁, 澳洲腰果, 澳洲核桃, 澳洲榛子
--	--	--	--

浦东金桥 - 上海国际财富中心





葡萄干原料、产品分析预测报告 Raisin Analysis Report



01. 全球葡萄干产业介绍 Global Raisin Market Review



全球葡萄干产业介绍

全球葡萄干产业情况 Global Raisin Market Situation

- 2021/22全球葡萄干出口量：823,000 吨 - 6%
- 市场份额：土耳其（33.9%）、伊朗（14.8%）、乌兹别克斯坦（9.3%）、美国（8.8%）
- 从出口额看，美国仍是全球第二大葡萄干出口国

*数据来源：Trade Data Monitor, 2021年8月至2022年7月

全球葡萄干产业介绍



土耳其葡萄干产业情况 (2020-23)

Turkey Raisin Market Situation

- 超1,200个葡萄品种，种植面积40万公顷
- 19%的葡萄用于加工成葡萄干
- 主要出口欧盟和英国
- 10 -15%用于本国消费
- 政府鼓励种植户减少使用杀虫剂，并给与补贴和奖励。葡萄干产量和出口量逐年增加，22/23年产量预估会增加到33万吨。

	2020/21	2021/22	2022/23(E)
产量	297,000	283,600	330,000
起始库存	0	40,000	416,000
出口量	220,000	240,000	280,000
年底库存	40,000	41,600	51,600

(单位：吨；年度起始月为8月)

*数据来源：USDA GAIN report TJ2022-0038

全球葡萄干产业介绍



智利葡萄干产业情况 (2020-23)

Chile Raisin Market Situation

- 近10年葡萄种植面积减少，换种高利润农作物，樱桃，核桃，牛油果，石榴。
- 葡萄产业以鲜食为主，利润更高
- 主要出口美国、墨西哥和荷兰
- 葡萄干产量和出口量逐年减少
- 但过去的三年中国成为智利葡萄干第四大出口国，+20%

	2020/21	2021/22	2022/23(E)
产量	66,251	62,800	61,850
起始库存	0	400	400
出口量	63,400	60,000	59,000
年底库存	400	400	400

(单位：吨；年度起始月为1月)

*数据来源：USDA GAIN report CJ2022-0015

全球葡萄干产业介绍



加州葡萄干产业情况 (2020-23)

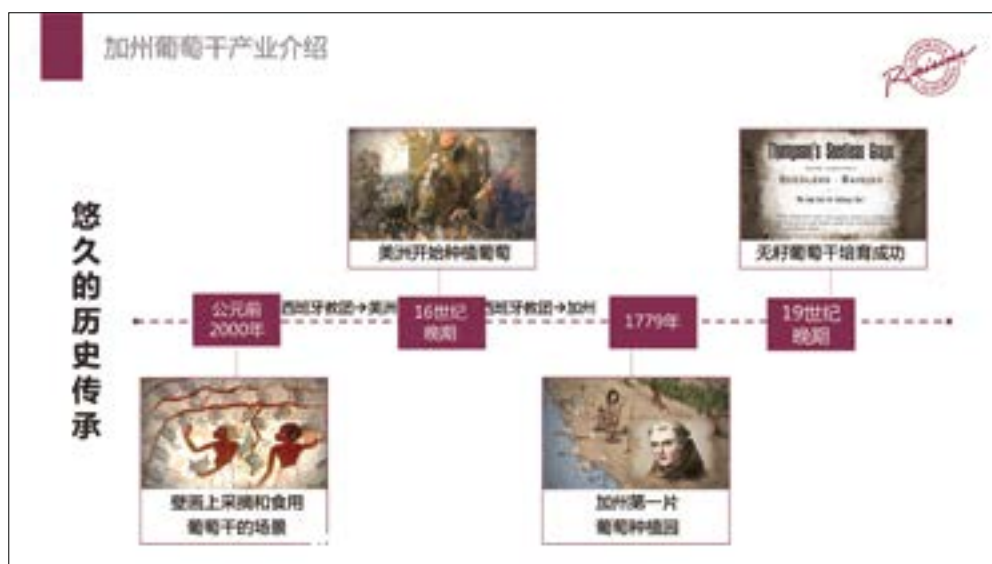
California Raisin Market Situation

- 2020年作物种植面积：56,127公顷
- 17%：种植更新高产的品种，其余2/3是火地和大颗粒
- 31%：由机械进行收割
- 35%的葡萄干用于出口，主要出口日本、东南亚
- 2021/22产量 +6%，
- 2022/23起始库存充足，产量预计增加
- 22年冬天气分充足，会有更多的葡萄用来做葡萄干
- 22/23产量预计是增加的，
- 价格增长：加州最低工资上涨 人手紧缺 能源和化肥成本提高

	2020/21	2021/22	2022/23(E)
产量	179,240	189,994	-
起始库存	146,056	99,790	71,667
出口量	78,244	72,415	-
年底库存	99,790	71,667	-

(单位：吨；年度起始月为8月)

*数据来源：Trade Data Monitor；USDA，国家农业统计；2020作物：美国加州葡萄干管理委员会，2020/21、2021/22收成报告，2022/23行业预测



加州葡萄干产业介绍

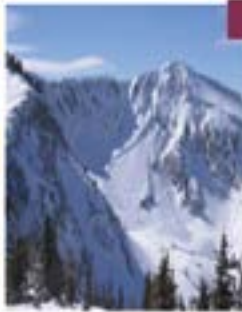


北纬40°黄金带 The 40° of North Latitude

圣华金河谷被誉为世界食品篮，也是加州最大的葡萄酒产区，有61000公顷的葡萄园。



加州葡萄干产业介绍



完美的气候和土壤条件 Perfect Climate and Soil Conditions

- 全球农业资源最富集的地方
- 夏天炎热干燥、冬天凉爽
- 可以依靠清洁能源灌溉
太阳能干燥、山脉积雪和地下水

加州葡萄干产业介绍



完美的气候和土壤条件 Perfect Climate and Soil Conditions

- 全球农业资源最富集的地方
- 夏天炎热干燥、冬天凉爽
- 可以依靠清洁能源灌溉
太阳能干燥、山脉积雪和地下水

加州葡萄干产业介绍

加州葡萄干的品种

California Raisin Variety

汤姆森无籽 Thompson Seedless

- 天然无籽葡萄干中占90-95%
- 通常在纸盘上日晒17-21天
- 成熟时间晚（8月底）

Selma Pete, Fiesta, Dove

- 父系品种：汤姆森无籽
- 更早成熟

其他

- 火焰 Flame Seedless
- 红宝石 Ruby Seedless
- 苏丹纳 Sultana



天然无籽葡萄干
Natural Seedless

加州葡萄干产业介绍

加州葡萄干的品种

California Raisin Variety

桑特醋栗 Zante Currant / 黑科林斯 Black Corinth

- 成熟早、干燥时间短
- 个头小、颜色很黑
- 酸性 刺激性味道

金黄无籽葡萄干 Golden Seedless

- 机械脱水
- 二氧化硫处理
- 暂无法大量出口到中国



加州葡萄干产业介绍



传统棚架

- 将藤条绑直绑在木桩上
- 随后逐步发根横向支撑
- 有利于获取更多阳光



空中棚架

- 离地2米
- 特殊收获设备可以通过



Y型棚架

- 用铁丝将支架连接起来
- 更利于葡萄的光合作用、成熟和干燥
- 便于工人行走穿梭，利于采摘



加州葡萄干产业介绍

加州葡萄干的生长
与季节息息相关

The growth of California
Raisins follows the seasons

收获通常从9月初开始
持续17-21天

- 1公斤~2,000-2,400颗葡萄干
- 4公斤葡萄~1公斤葡萄干

葡萄干的晾晒方法有**连续纸盘法**和**曝上干 (DOV)**

都是通过剪断葡萄藤后无法继续吸收营养和水分来干燥
曝上干需要多2周时间但产量高2倍，风味温和，少破碎

• 收获方法：手工和机械



加州葡萄干产业介绍

葡萄的生长过程
The Cycle of Grape Growing

12月到次年1月，开始增温和灌溉时期，为下一季做准备。2月到3月初，葡萄藤开始一年一度的生长，发芽，通过新枝条



- 4月发芽、抽枝
- 5月开花



- 6月结果
- 疾病预防和虫害

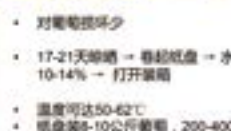


- 7月葡萄趋于成熟
- 灌溉最为关键



- 8月初不再灌溉
- 8月底9月初开始收获（诺森森葡萄）

加州葡萄干产业介绍

手工采摘
Hand Harvesting

- 对葡萄枝叶少
- 17-21天晾晒 → 卷起纸盘 → 水分10-14% → 打开纸盘
- 温度可达50-62℃
- 纸盘装8-10公斤葡萄，200-400米长

童年[®]记

始于1947
茶马古道 爷爷作坊的芳香至今难忘



中华老字号
China Time-honored Brand

重点文物保护单位





紹興老字號



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



鲜花生

美食

自营生产工厂
品牌全国招商



山东果美食品



承接OEM 代加工业务

鲜汁卤花生
陈皮葵花籽
打手葵花籽
杨枝甘露味葵花籽
烧烤味花生米



山东果美食品有限公司
Shandong Guomei Food Co., LTD

咨询热线 17661606071
ADVISORY HOTLINE

地址：山东省临沂市费县胡阳镇工业园 电话：0539-8186987





销售热线：13176996316



双层循环风烘干机



单层循环风烘干机（坚果）



五层连续烘干机



核桃生产线



坚果生产线



坚果生产线

关注“她经济”， 产品如何找准营销新风向？



近些年“她经济”兴起，女性力量正全方位改写传统品牌的产品模式和运营路径，也开辟出一条“女性视角”的品牌营销路线。

公开信息显示，我国女性消费市场已经突破十万亿，且从互联网各大应用平台数据显示，每年从2月中旬开始，大众对于“三八女神节”、“三八女王节”等搜索指数一路走高，“女神节送礼”相关话题热度不减，可见这个节日已成为各平台和品牌商至关重要的营销节点。

一、悦己

随着女性意识的不断觉醒，女性购物观念也从“取悦他人”逐步转向“取悦自己”，社会、企业也更加关注女性声音的表达。

据网络数据显示，2023年三八节全网共计传播123.97万条与“国际劳动妇女节”相关的信息。抖音、微博、视频号、小红书等也发起妇女节相关话题，“悦己”和“女王”成为节点热词，这也充分彰显了现代女性的价值认同，并以此引领电商消费流行。

“她健康”催生千亿消费市场

女性新时代健康需求正在朝着更加精细化、多元化发展。除美妆外，健康养生类产品也是明年三八节的一大营销亮点。

品牌商将自身的目标客户群体扩大，不仅针对年轻女性，对于中老年女性也推出了如血糖监测仪、按摩仪及燕窝等健康滋补类产品。

高颜值包装敲开“她经济”大门

具备设计感和颜值的产品包装是吸引大众消费者的流行元素，也成为“她经济”的敲门砖，很多女性消费也会关注产品设计、环保性、风格等方面的内容。

二、礼赠

消费向中高端和品质消费迈进

随着移动互联网的发展渗透，女性用户规模逐年攀升。伴随女性可支配收入的提高和新时代女性自我意识觉醒，“消费去性别化”、“品质消费”的特征愈加明显。

其中，一些个性化品类受到了极大关注，如升级版的自动咖啡机、扫

拖机器人、家庭影院等。

消费多元化，组合礼盒超受欢迎

新时代女性身兼多重社会角色属性，Z时代、精致宝妈、职场女性都是她们的角色标签，在消费观念上也呈现出更加多元的趋势。

健康、运动、出游...有主题的礼品套装组合超受欢迎。

“盲盒”的快乐

带来未知快乐和满足收集癖爱好的盲盒仍然是好多公司的送礼选择，盲盒的玩法很多，并非一定是需要与企业文化结合的定制。

在妇女节借势营销上，品牌商家也需要注意以下几点：

TA需求洞察是营销的重要部分，品牌要根据产品的目标群体画像，构建其内容核心，要重视用户新消费主义的自我表达和价值彰显，并把握用户实际需求的痛痒点。

多个社媒平台的联动是当下营销/种草的新趋势，投放策略则根据不同平台特性，进行差异化投放，以此形成多场域联通，流量闭环转化的营销格局。

曲奇脆皮调味坚果仁

青岛众创味来食品科技有限公司



曲奇是一种近似于点心类食品的甜酥性饼干，因为烘焙味道诱人，口感甜酥，并且种类繁多，自问世以来，在较短的时间内深受消费者喜爱。

各式各样的风味、各种耳熟能详的品牌，搭配各种各样的形状，大家也是吃过见过不少。可是包裹一整颗完整坚果的曲奇，你见过吗？

随着坚果占休闲食品市场份额比例不断提升，其兼具能量、健康以及休闲食品的属性，坚果炒货行业未来有望保持高景气度。消费者在追求产品风味的时候，更加关注产品的健康属性。坚果作为营养价值很高的休闲类产品，开发新款甜系风味产品可以带给消费者新的理念：“甜与健康可以并存”，同时满足消费者休闲和营养的目的，在挑选产品时拓宽消费者思路。

而曲奇脆皮坚果仁就是一款很好的探索产品。

特点一：“曲奇坚果”好酥脆！

“曲奇坚果”一方面来源于“曲奇饼干”灵感！双重搭配，让坚果的口感更为丰富；一方面升级脆皮工

艺，结合了更加稳定的烘焙技术。脆皮 2.0 工艺不仅解决了脆皮层组织结构不稳定，口感偏硬的问题，使得整体口感更加酥脆，为脆皮坚果风潮“火上浇油”再续热度。

同时初代裹衣层本身存在味道寡淡的问题，需进行二次调味，而曲奇脆皮本身味道浓郁、香甜，并且口味繁多，不需进行后调味，曲奇市场的风味都可嫁接过来，选择性更广，消费者认可度更高。

特点二：大师级的工艺水准，缔造“高端品质”出品！

外壳是裹衣产品的核心。在曲奇脆皮层的研发上，始终坚持大师级的工艺水准，选用全球优选的高品质原材料和独特的配方，0 添加防腐剂、0 添加起酥油、0 添加人造黄油，酥脆可口，减糖减负担。

利用其风味多样性，又赋予了产品均一稳定的外观和丰富的色彩，引起食欲，实现了天然风味跨地域、跨时令、跨品种的有机结合。我们贵，但是值得！

黄油含量高，入鼻是浓厚的黄油香气，入口醇厚细腻，口感松软，慢慢在嘴里融化，甜度也会更突显出来。曲奇的香酥细腻搭配坚果果仁脂肪带来的厚重感，以味的相乘机理，完美



融合滋味，激发出浓郁的香气，美味极了。

特点三：坚果与烘焙的跨界融合！

烘焙市场拥有悠久的发展历史，产品类型丰富，口味繁多，拥有稳定且庞大的消费群体。许多烘焙产品会选择搭配坚果碎来为提高风味，这其中也包括了曲奇。曲奇因其香甜酥脆、风味浓郁拥有大批量的忠实消费群体，因此，将曲奇与坚果相结合理论上是被这部分消费者接纳且喜爱的。

此外，在如今快节奏的生活情况下，人们越来越注重饮食健康与营养搭配，随处可见的烘焙食物中搭配着含有高营养的坚果。坚果·烘焙类等搭配起来既方便又节约时间，成为兼具美味和健康的美食。

特点四：曲奇 N 多坚果！快速填补市场

作为脆皮 2.0 工艺，曲奇坚果延续了初代脆皮裹衣技术，适用于多种类型的坚果如扁桃仁、夏果仁、榛子仁等，同时由于黄油的添加，使得该产品香气浓郁，与坚果相辅相成，很大程度的提高了坚果的原生香气。

从技术供给侧来看，作为专业的研发服务平台，技术的不断革新才是根本。从产品属性来看，随着脆皮坚果仁所占的市场份额逐步提高，脆皮技术优化是必然趋势。

一方面，我们依托技术优势，加快产品上新的速率，以高效率、低成本的方式创造更多的产品可能性；

另一方面，曲奇脆皮作为升级产品，对初代脆皮坚果的结构、风味进行了优化，在脆皮风潮过后，能够以极大的优势快速填补市场需求。

PDK-90

平面回旋烤炉

茂源
MAOYUAN

PDK-90平面回旋烤炉

01 烘烤范围
平面回旋烤炉主要用于各种虾仁、坚果仁裹衣类产品的烘烤熟制加工。亦可对花生、大豆及其它颗粒食品进行加工

02 烘烤方式
烤箱热源可定制天然气、液化气、导热油、电等多种加热方式。上下同步完成加热，保证烘烤物料受热均匀。使加工后的食品具有良好的口感、口味更佳

03 节能自动控制
采用PLC全自动控制系统。对转速、频率、温度可实现智能化分段自动变速、变频、变温控制，以满足客户各种烘烤的工艺需求



茂源
MAOYUAN

内部工作结构



烤盘面积：3个平米
容积率：40~90公斤



下层加热方式：排管加压火板
上层加热方式：红外加热技术



设有自动取样观察口，便于烘烤过程中随时检查烘烤状态



茂源
MAOYUAN

应用场景

可作为配套生产线单机生产

流水线配套安装

可以根据产能需求多台设备组合

连续生产






茂源
MAOYUAN

技术参数



- 外形尺寸(mm)

长	宽	高
3790	3840	2300

- 其他参数

重量(kg)	生产率(kg/h)	耗气量(m³/h)	电加热功率(kw)
2900	60~150	10~15	72



• 专利号: CN 210987925 U







茂源
MAOYUAN

烟台茂源食品机械制造有限公司

通讯地址: 山东省烟台市福山区吉林路25号

联系方式: 0535-5216326



大吉

带来美的感受~



包装规范化

传统铁罐一直呈现
持续崛起趋势

做让客户买得起
有温度 有深度的**好铁盒**





超大胆的视觉效果





品牌定位+营销策划
+优质产品



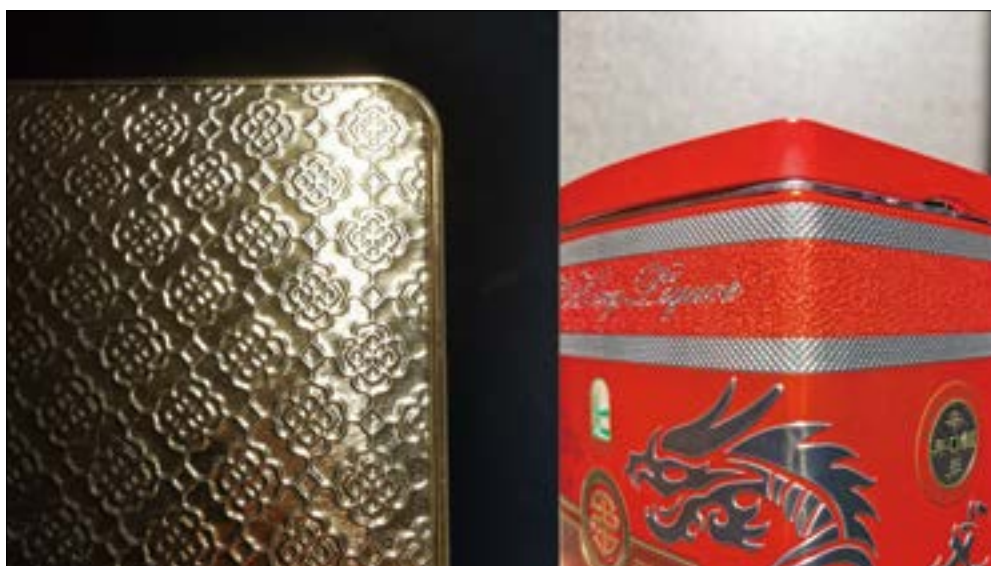




4 AI辅助包装设计



5 触感细节设计





酵母抽提物： 大自然的鲜味宝库



在我们的日常饮食中，“鲜味”是一种让人欲罢不能的美妙感受。它源自我们对食物的本能喜爱，是一种古老而深刻的味觉体验。但你知道吗？这种鲜味并非只存在于动植物中，它还隐藏在一个微小而强大的微生物——酵母里。你品尝过它的鲜味吗？

鲜味的自然密码

鲜味是如何在自然界中形成的？据研究发现，在肉类、海带等动植物当中，一种名为谷氨酸的氨基酸是形成鲜味的关键成分，当我们烹饪食物时，谷氨酸释放出来，与味蕾相遇，便激发出我们熟悉的“基本鲜”。

此外，在蘑菇、鲣鱼中含有的鸟苷酸、肌苷酸等，也是鲜味的重要来源。这些美味物质搭配起来，相互融合，构成了复杂而和谐的鲜味层次，这也是小鸡炖蘑菇、佛跳墙等知名菜肴口感醇厚、滋味饱满，能带来了让人欲罢不能的“高级鲜”的原因。

酵母抽提物

——大自然的鲜味交响曲

酵母是一种单细胞微生物，人类利用酵母发酵食品和酿酒已有4000多年的历史，它是全球公认的安全食品，从19世纪开始，随着人们对微观世界的不断探索和利用，科学家从酵母细胞中提取的精华物质——酵母抽提物被作为一种烹饪配料使用。

就像打破鸡蛋壳取出里面的蛋白质一样，通过对酵母细胞进行分解，其中的营养精华被发现具有丰富的氨

基酸、核苷酸、多肽和其它风味物质，即同时包含了海带、蘑菇、鲣鱼及鸡汤中的核心鲜味成分，可谓鲜味的“集大成者”。

在欧美有多款调味酱，主要成分就是酵母抽提物，人们习惯将它们直接涂抹在面包上食用，那味道，回味无穷。

酵母抽提物已成 高档食品的“芯片”

酵母抽提物作为多种鲜味物质的复合体，运用到食品调味中，与其它食材相互增效和互为有机补充，从而释放出诱人的鲜美滋味，帮助提升菜肴的整体口感和层次感。目前，一些高档调味品、肉制品、休闲食品、方便食品、连锁餐饮中都能看到它的身影，被誉为高档食品“鲜味芯片”。

作为大自然的鲜味精华，除了成本相对较高以外，酵母抽提物具有诸多亮点：

1. **天然来源**：酵母抽提物来自于酵母，是一种非常天然的食品成分，与化学合成的鲜味剂形成鲜明对比，更容易被消费者接受。

2. **呈味丰富**：酵母抽提物的鲜味成分能够与食物中的自然味道融合，而不是掩盖或改变原有风味。它能够增强食物的本味，让食物的鲜美更加立体，口感更丰富。

3. **适应性强**：酵母抽提物在储存和使用过程中更加稳定，不易受到温度、光照等外界条件的影响，能够长时间保持鲜味特性，适合日常各种场景的烹饪以及食品加工过程。

4. **安全营养**：酵母抽提物来源明确，无转基因和过敏源风险，不仅含有日常饮食所需的丰富氨基酸和核苷酸，还含有大量维生素和矿物质，对健康有益。

5. **可持续发展**：相比于动植物提取的调味料，酵母抽提物拥有更好的可持续性和环境友好性。它采用微生物发酵工艺，生产效率高，大大降低了资源消耗。

酵母抽提物，作为一种天然的鲜味来源，不仅满足了人们对健康饮食的需求，还为餐桌带来了更加纯粹和丰富的味觉享受。在未来的饮食中，让我们更多地利用这一天然鲜味调味料，探索更多风味可能，享受酵母带来的健康与美味。 

澳大利亚夏威夷果价格走低 中国壳果进口大增超8成



澳大利亚夏威夷果协会（AMS）近日发布了 2023 年澳大利亚夏威夷果产量的最终数据，2023 年该行业共生产壳果 48400 吨（含水量 3.5%）或者 51900 吨（含水量 10%），与 9 月份发布的最近一次预测一致。在 9 月的产量预测中，壳果产量为 48500 吨（含水量 3.5%）或者 52000 吨（含水量 10%）。

对于种植者来说，2023 年是充满挑战的一年，由于产量低于预期且农场收购价格走低，整个产季的情况并未达到最初的预期。尽管如此，最终的产量只比上一年的创纪录产量低 8% 左右，坚果的籽粒品质也很好。

澳大利亚所有主要的夏威夷果种植区在早春时节天气条件都有利于果树开花，再加上明年将有相当数量的新植株开始结果，这些因素为 2024 产季创造了有利条件。

澳大利亚是中国进口夏威夷果的主要供应国之一，中国海关统计数据 displays，2022 年全年，中国进口澳大利亚的带壳夏威夷果 1863 吨，价值人民币约 6090 万元，进口夏威夷果仁 602 吨，价值人民币约 6965 万元；2023 年 1 月至 10 月，中国进口澳大利亚的带壳夏威夷果 3444 吨，价值人民币约 7843 万元，进口夏威夷果仁 326 吨，价值人民币约 2388 万元。基于当前数据，2023 年我国进口的澳大利亚带壳夏威夷果已较去年全年增长 80% 以上。

薄壳山核桃

主要病虫害及其防治要点



一、主要害虫及其防治要点

1、星天牛

星天牛（学名 *Anoplophora chinensis*）鞘翅目天牛科沟胫天牛亚科星天牛属的蛀干害虫，其危害主要是星天牛幼虫蛀害树干基部和主根，严重影响树体的生长发育乃至死亡。该害虫因在根颈处危害，具有一定隐蔽性，虫孔处即使有虫粪，由于杂草遮掩难以发现，经常是发现之时也是树忘之日，是目前幼龄薄壳山核桃最为严重的害虫。

该害虫于5-6月出蛰，6月上至7月中旬在树干基部产卵，卵期9-15天，幼虫孵出后，即从产卵处向下蛀食表皮和木质部之间，一个月后开始向木质部蛀食造成危害。

防治方法：

1) 首先建园时远离杨柳树等寄主植物多的地方，这种虫子是从这些树上传过来的；2) 5月成虫出蛰后，白天人工捕捉，或枝干喷布绿色威雷胶囊剂；3) 同时利用包装化肥等的编织袋，洗净后裁成宽20-30厘米的长条，在星天牛产卵前，在易产卵的主干部位，将编织袋裁成条缠绕2-3

圈，每圈之间连接处不留缝隙，然后用麻绳捆扎，防止成虫在树干产卵。也可在树干涂石硫合剂和高效氯氟菊酯，触杀成虫；4) 钩杀幼虫：幼虫尚在根颈部皮层下蛀食，或蛀入木质部不深时，及时进行钩杀。也可注射5%高效氯氟菊酯1:1药液。

2、木蠹蛾

木蠹蛾鳞翅目（*Lepidoptera*）木蠹蛾科（*Cossidae*）多种昆虫的总称，以幼虫钻入薄壳山核桃的茎内，为害枝条生长，遇风容易折断。林网和“四旁”栽植因受其他杂树影响，发生严重。

木蠹蛾发生世代因虫种而异，幼虫活动期为3-10月，成虫多在4-7月出现，最晚可至10月，幼虫树干内越冬，成虫昼伏夜出，多数虫种有较强的趋光性。

防治技术：1) 及时剪除受害枝条和枯枝，做好清园工作；2) 利用成虫的趋光性，以黑光灯诱杀成虫，半径300-500米设置一盏，灯离地面1.5m；3) 利用人工合成性诱剂诱捕，能获较好效果。

3、警根瘤蚜

警根瘤蚜(Phylloxera notabilis) 又名薄壳山核桃瘤蚜, 为同翅目蚜总科根瘤蚜科的专食性食叶害虫, 是薄壳山核桃的主要害虫之一。若蚜群聚在山核桃幼芽、幼叶和嫩梢上刺吸汁液, 会使芽叶萎缩, 雄花枯死, 雌花不开, 树势衰弱。严重影响当年和次年山核桃的产量。

该虫1年4代。4月中旬是危害最严重的时期, 1~3代重叠危害。该期危害山核桃影响也最大, 正值山核桃出芽、春梢生长和开花, 所以防治应该抓住这个时期。

防治方法: 1) 冬季休眠期用45%晶体石硫合剂25~30倍液或白涂剂喷布(涂刷)树干也有一定的防治效果。2) 3月下旬越冬卵孵化前, 用2.5%溴氰菊脂乳油、废柴油、废机油和面粉按1:40:60:100的比例调制成药膏在主干中上部涂刷一条宽5cm左右的环带, 阻杀向上爬的越冬卵初孵若蚜。3) 选用30cm×40cm的粘虫板粘虫, 每亩悬挂3~5片。4) 抓住害虫出瘤的几个有利时机: 一是4月上、中旬越冬卵孵化盛期; 二是6月上、中旬, 第1代虫瘿开裂, 害虫出瘤盛期, 及8月上旬或9月上旬第2代或第3代害虫出瘤盛期; 三是10月下旬至11月上旬落叶前后害虫准备越冬时, 可用0.3%苦参碱水剂800~1000倍或10%烟碱乳油1000~1500倍、3%定虫脒乳油2000~3000倍液等。

二、主要病害及其防治要点

1、叶斑病

叶斑病是由半知菌亚门枝孢属的病原菌引起的叶部病害, 苏南地区多发。每年7~8月高温高湿季节为发病高峰, 侵染叶片产生圆形病斑, 0.3~1.5厘米大小, 沿叶脉分布, 严重时造成大量落叶。

防治方法: (1) 结合冬季施肥, 清理落叶杂草, 将其埋入土中, 减少来年孢子散发;

(2) 花后1周, 喷1:1:100倍波尔多液或800倍75%代森锰锌进行预防。以后间隔2~3周再喷一次。

2、莲座丛叶病

莲座丛叶病是由于缺锌引起的生理病害, 多发生于淮北地区。典型的症状为: 枝条节间变短, 叶片狭小, 卷曲, 叶片簇生在一起像莲座状, 严重时, 当年新梢枯死。

防治方法: (1) 萌芽到快速生长期,

叶面喷施0.1%~0.3%硫酸锌3~5次;

(2) 萌芽前, 也可根据树体大小, 每株树施0.2~0.5公斤的硫酸锌, 树冠外围开沟, 施后覆土浇水。

3、黑斑病

黑斑病是由多种真菌引起的病害, 主要危害幼果和叶片, 也可危害嫩枝及花器。幼果受害后, 表皮最初有小而稍隆起的褐色软膏, 之后迅速扩大渐凹陷变黑, 外围有水渍状晕纹, 严重时果仁变黑腐烂。老果受侵直达外果皮, 叶片受害首先在叶面出现多角形褐斑, 外围有水渍状晕圈, 严重时病斑连片, 整个叶片变黑脱落。枝梢上病斑长形, 褐色。稍凹陷, 严重时病斑包围枝条使上部枯死。花序受害也产生黑褐色水渍状病斑。

防治方法: (1) 选用抗病品种。(2) 加强栽培管理, 增强树势, 保持树体健壮生长, 提高树体抗病性。注意采收时尽量少采用棍棒敲击, 减少树体伤口。举肢蛾等发生时应及时防治害虫, 从而减少伤口和传带病菌介体。(3) 彻底清园, 清除病叶、病果。剪除病、枯枝, 减少越冬菌源。

(4) 发芽前喷5波美度石硫合剂, 消灭越冬病菌。(5) 落花后7~10天为侵染果实的关键时期, 可喷施下列药剂: 脂苯唑24%悬浮剂2500~3000倍液。毒菌锡可湿性粉剂1000~1500倍液。丙环唑(20%EC) 100~1500倍液, 每隔7~10d喷1次, 连喷2~3次。



我协会组织召开 2024 年坚果产业发展座谈会



面对 2024 年全球经济的不稳定、不确定性，以及受地缘政治冲突、国际贸易不振的影响，随着坚果原料国产化和行业国际化双向奔赴，全国坚果果干行业进入新的发展阶段。

2024 年新年伊始，我协会就马不停蹄组织临安坚果果干企业在临安姚生记数字化工厂召开“2024 年坚果产业发展座谈会”，对行业情况、企业诉求进行调研。临安作为坚果果干产业集聚地之一，临安龙岗是目前国内最具集群效应的坚果产业集聚区。会议由我协会常务副会长翁洋洋主持。临安区政府、市场监管局、龙岗镇政府相关领导、临安山核桃协会会长、抖音电商平台、以及姚生记、比比妙、山仙、云筱食品、良呈食品、新亿恒、骏辉食品等坚果果干企业代表三十多人出席了此次座谈会。

企业纷纷表示，受线下量贩店和直播带货价格冲击，坚果果干企业新的一年更迫切需要做好产品口碑，产品形式创新，打造地域特色新名片，提高企业核心竞争力以及展开多维度跨界合作等。

翁会长在听取大家的意见后表示，协会秉持“行业至上、企业至上、服务至上”的宗旨，2024 年以中国坚果果干食品展览会、9.17 中国坚果健康周以及全国坚果果干暨休闲食品大型采供会为三大抓手，助力企业产品研发、开拓渠道、对接市场，助推全行业高质量发展。

第十七届中国坚果果干食品展览会亮点速递 展会新亮点新优势

（一）规模及国际化程度再创新高：

本届展会面积超 11 万平方米，分三大区域：产品展览区、多功能活动区以及新增的嘉年华体验区。其中产品展览区达 8 万平方米，设 7 大展馆，16 大展区，汇集全球产业链近 2 千家参展企业的超万款产品，预计将吸引国内外超 10 万人次的供应商、采购商亲临现场，精准聚焦采购，现场订货成交率将再创新高。

（二）新增“全产业链智能质造装备馆”：

为向全球展示我国坚果果干装备已达世界先进水平，为中国制造走向国门开路明道，为我国坚果果干行业的高质量发展而提供高质量装备，特新增此馆。此馆的诞生是我国坚果果干行业发展史上的一大里程碑，对引领行业发展具有重大意义。

（三）新增多功能活动区及欢乐嘉年华体验区：

展会多功能活动区分为两个部分：一是论坛、专业会议、信息发布、产品推介区等，二是为现场直播区、打卡区、媒体采访区、服务休息区等。

丰富多彩的嘉年华体验区，汇集了坚果果干食品现场制作、节令食品技艺表演、比赛、各新媒体带货直播、文化传播、抽奖等沙龙活动，吸引更多专业观众的同时，大大增强采供双方的互动体验及展会的热烈欢乐气氛。

（四）新增 1 万平方米的节令食品馆：

坚果果干是节令食品的优质辅料，与第十八届节令食品展同期同地举办展会，是为坚果果干企业跨界合作拓展一片新的市场蓝海，并且还省时省力省成本。本届展会节令食品企业数量也大幅递增。

（五）新设立主场、馆长负责制，保障展会的高质量高水平。

为将展会真正办成我国乃至世界一流的专业展会，本届展会组委会新设置了主场管理制和各展馆馆长负责制。每个展馆都有对应的馆长负责管理处理本展馆事务，确保本展期全程安全有序、高质量优、清洁美化。



年货节期间，三只松鼠分销渠道礼盒及礼包全系列产品已售罄

2024 年货节期间，三只松鼠礼盒 / 礼包类产品在线下分销各渠道热销均远超预期，目前分销全系列标品礼盒 / 礼包产品已全线售罄。

据悉，分销通用标品礼盒 / 礼包及终端专供礼盒 / 礼包系列产品，自 1 月 10 日起全线停止新增接单供应；三只松鼠将全力保障前期已接到有效未发订单，将在 1 月底之前分批有序供应交付完毕。

分销渠道的火爆正是三只松鼠“高端性价比”战略在全渠道的推进落地和成果渐显。2022 年底，三只松鼠首次明确最核心的战略为“高端性价比”。2023 年 3 月至今，三只松鼠秉承着“高端性价比”战略，加速全品类产品上新、持续发力全渠道拓展，打造“全渠道 + 全品类”的经营模式，及时顺应消费者需求变化。



来伊份“新鲜中国年”IP 系列产品上线，年味氛围拉满



近年来，人们的消费习惯正呈现出谨慎、保守的态势，更追求实用性和性价比高的产品。

该市场环境下，整个休闲食品行业也进入了高性价比时代。良品铺子大降价，三只松鼠提“高端性价比”，来伊份不仅以“高品质性价比”来迎接市场挑战，更推出“周周有爆款”，不难看出各大品牌更务实地迎合消费者，追求高品质的同时更注重实用性和性价比。

然而，如何在保证产品高品质的同时，为消费者提供具有吸引力的价格，成了一个值得探讨的问题。来伊份推出的“周周有爆款”策略，旨在有效应对这一问题。

“周周有爆款”策略的核心在于为消费者提供约 30%—60% 的优惠幅度，同时保证产品的品质。这一策略的实施，契合消费者真实需求，不仅有助于提高消费者的购买意愿，还能够增强品牌忠诚度。

例如这次“新鲜中国年”系列包含花生、瓜子、核桃、葡萄干及红枣，来伊份相关负责人表示，该组合的思考策略是基于新年必备且高频复购、产品原料要求当季新鲜、价格是极致性价比这三个维度。

值得关注的是，在业内看来，来伊份对产品品质的要求极为严格，大部分原料都必须为当季时令。这种“新鲜标准”，是来伊份在食品行业中脱颖而出的一大关键因素，既彰显了企业对产品质量的执着追求，也为其品牌的长久发展奠定了基础。

良品铺子年货礼盒全渠道热销

良品铺子 2024 年高品质年货礼盒成为今年春节当仁不让的年货顶流。

社交电商、团购渠道增幅最大。其中，良品铺子团购渠道年货标品礼盒 1 月 15 日全部售罄，比计划提前 15 天，销售额同比增长 115%，腾讯 QQ、万达影城等知名品牌首选良品铺子定制年礼；抖音超级品牌日活动期间，曾连续三日位居行业品牌榜销售额 TOP1。

过春节、备年货，是国人心中最有仪式感的事情之一。此次良品铺子全渠道年货节礼盒品类的全面热销，体现了品牌对于市场趋势、消费趋势的敏锐洞察和精准把握，为良品铺子 2024 年全年业绩打下坚实基础。

今年春节，良品铺子推出了经典系列、高蛋白系列、滋养系列、五台山 IP 联名等 50 余款主推礼盒，涵盖袋装、罐装、精品礼盒等不同款式，从纯坚果的高品质礼盒，到口味丰富的肉类、膨化等品类礼盒，满足不同送礼需求。

良品铺子年货节主题“过节送礼送良品 良品有福”全网曝光超 25.5 亿，荣登抖音、微博等社交平台热搜榜。围绕祈福、欢庆、团圆等多种年味情绪，“良品有福”年货礼盒将“福”送入千家万户，成为今年春节当仁不让年货顶流。



首届中国临安年货节在临安区龙岗镇隆重举行



1月3日由杭州市临安区人民政府主办、中国食品工业协会坚果果干专业委员会协办，临安区龙岗镇人民政府承办的首届中国临安年货节“龙”重登场！据了解，本次年货节将持续1个月左右，主要采取“线上直播+线下销售”的方式，线下选品及展位设置在临安区龙岗镇新龙都酒店。三只松鼠、百草味、良品铺子、姚生记等100多家知名品牌企业共同参与。

本次年货节展览面积约1500平方米，设标准展位120个，展销品类涵盖临安山核桃、开心果、碧根果、夏威夷果、松子、牛奶、速食、酒水、海鲜、米面粮油、滋补保健、糖果、巧克力等百余种年货，展出100多家企业130多个品牌的产品。

本次年货节还邀请董先生、毛毛姐等100余位头部主播现场直播带货，满足“线上+线下”春节消费一站式购物需求。

1月8日年货节启动仪式在龙岗镇中国坚果炒货食品城隆重举行，龙岗镇镇长、我协会翁洋洋常务副会长、抖音电商负责人以及品牌商、网红等近千人出席了本次活动启动仪式。

梅河口年松子加工能力10万吨，占全国产量80%左右

从原始的脱壳、烘干、加工成松仁出口，到现在的机械化大生产，以及



门类齐全的全产业链，近年来，位于吉林省东南部，长白山西麓，不通江不达海的梅河口市，把松子加工生意做“活”，实现了“世界松籽看中国，中国松籽看梅河口”的华丽转身，巧妙地融入了经济全球化浪潮。

据悉，梅河口市果仁产业起步于七十年代末，历经三十多年的运作和积累，果仁市场日臻成熟，成为全球最大的松子仁加工集散中心。同时，果仁产业也是梅河口市外贸出口额的重要支撑点，全市现有果仁加工企业303户，其中有进出口经营资格的企业121户，规模以上企业20户，年加工松籽能力10万吨，果仁成品量约5万吨，占全国产量80%左右。每年出口近万吨左右成品果仁，出口创汇人民币近20亿元，牢牢占据全球松子市场六成以上份额。

安徽巢湖：首家薄壳山核桃全产业链管理中心建成



近日，位于巢湖市场镇的安徽省长山农业科技有限公司管理中心正式启用。据悉，这是巢湖市首家薄壳山核桃全产业链管理中心，将成为巢湖市薄壳山核桃特色林业产业发展重要的里程碑。

该中心总建筑面积2100多平方米，占地9.5亩，下设长山农科林农培训科技大讲堂、薄壳山核桃技术研发中心、薄壳山核桃技术集成推广应用中心、薄壳山核桃收储加工集散中心、三产融合发展服务中心。各职能机构精准定位薄壳山核桃产前产中产后全产业链，从良种选育、林下复合经营、丰产高效栽培、绿色防控技术、示范基地建设、林农培训共同发展等方面进行了分工。同时，充分发挥该公司科技特派员示范基地的科技支撑与引领作用，挂牌巢湖薄壳山核桃科技特派员工作站，深化产学研合作，为巢湖市薄壳山核桃特色林业产业高质量发展提供了坚实的保障。

据了解，截至目前，巢湖市薄壳山核桃种植总面积达10000多亩，均为退耕还林老旧杨树林更新改造而成，在巢湖市林业科技特派员和长山农科示范基地的引导下，各种植大户、林业企业积极推广应用林下复合经营技术，利用薄壳山核桃幼林闲置地块套种冬小麦、夏大豆、油菜等农作物以及白芨等中药材，实现了一地多收、以短养长、以耕代抚等多项好处，在技术推广应用、自然资源节约集约化发展等方面呈现出良好的发展态势。



— 始于1988 —

始于1988年 专注炒货

嗑沙土瓜子 品幸福滋味



山东沙土食品工业有限公司

2023 年坦桑尼亚农作物出口增长 9.5%

2023 年，坦农作物出口额 23 亿美元，同比增长 9.5%。出口作物包括咖啡、烟草、腰果、大米、芝麻、豆类、鲜花、香料、蔬菜以及牛油果。其中，牛油果出口量 2.68 万吨，同比增长 51%，出口额 7730 万美元，同比增长 52%。出口目的地国家为荷兰、法国、英国、西班牙、比利时、俄罗斯、德国、挪威、南非、印度和阿联酋等。2024 年，牛油果有望实现输华。棉花出口量 9.46 万吨，出口额 1.7 亿美元。烟草出口量 3.26 万吨，出口额 1.4 亿美元。粮食作物产量 2040 万吨，增幅 19%。腰果、除虫菊、咖啡、茶、剑麻等经济作物产量为 129 万吨，同比增长 31.3%。鲜花、果蔬等园艺产品产量 772.31 万吨，同比增加 5.75%。牛油果产量 19.5 万吨，坦桑尼亚成为继南非和肯尼亚之后非洲第三大牛油果生产国。专家认为国家应当重点推动豆类作物产业发展，大豆年经济价值达 4500 万美元。

澳大利亚巴旦木供不应求，35% 销往中国

澳大利亚巴旦木协会 (Almond Board of Australia) 的汇总数据显示，澳大利亚巴旦木的需求在近几个月持续增长，10 月已是 2023/24 产季中创



下销量纪录的第四个月。尽管产量下降了三分之一以上，但本季到目前为止，澳大利亚本土销量和出口总量比去年创下的纪录增长了 9.47%。10 月的出口量达到了历史最高纪录，再加上国内销同比 4% 的增长，推动出货量持续增长。

从 3 月到 10 月，新产季仅 8 个月的总销量已达到 102,767 吨。目前新产季还剩四个月，澳大利亚巴旦木的销量即将超过当前产季的实际产量 (103,381 吨)，这是多年来第一次，整个行业的结转库存量将非常低。

澳大利亚巴旦木向 41 个国家的出口与去年同期相比增长了 11%，其中最大的增幅出现在印度。澳大利亚对印度的出口量比去年增长了 129%，果仁出口量从上一季的 127 吨增加到 4388 吨，对土耳其、西班牙和中东的出口量同样大幅增长。尽管对中国的出口量较 2021/22 季同期下降了 28%，但仍占总出口量的 35%，中国仍是澳大利亚巴旦木第一大海外市场。该协会截至 10 月的出口报告显示，今年 3 月至 10 月间，澳大利亚向中国大陆出口了带壳巴旦木 30,999 吨，巴旦木仁 20,082 吨。

美国碧根果新产季启动 对华出口猛增 3 倍



美国碧根果协会 (American Pecan Council) 近日发布的月度报告显示，2023/24 产季 (2023 年 9 月至 2024 年 8 月) 启动以来，美国碧根果对华出口大幅增长，仅 9—10 月的出口量已达去年同期的 3 倍多。

根据该报告的统计，2023 年 10 月美国向中国出口了去壳碧根果果仁 8.2 万磅，壳果 432.4 万磅，以壳果为基础计算的出口量为 448.8 万磅。而 2022 年 10 月的出口量为去壳果仁 4.1 万磅，壳果 105.7 万磅，以壳果为基础计算为 113.9 万磅。2023/24 季启动以来，前两个月去壳果仁的对华出口量为 8.2 万磅，壳果出口量为 522.4 万磅，共计 530.6 万磅；2022/23 季同期出口量为去壳果肉 20.6 万磅，壳果 105.7 万磅，共计 126.3 万磅。截至 10 月，2023/24 季对华出口量同比飙涨了 320%。

新产季前两个月中，美国碧根果向全球的出口总量从上一季的 658.6 万磅增长至 950.8 万磅，对亚洲市场的出口保持快速增长，但向其他市场的出口均出现下滑。最大的跌幅出现在欧洲市场，从上一季同期的 245.5 万磅降至 122.3 万磅，跌幅高达 50%。

2023/24 季启动以来美国已经向亚洲市场出口了去壳果仁 87.9 万磅，壳果 522.4 万磅，而 2022/23 季同期的出口量为去壳果仁 84.6 万磅，壳果 105.7 万磅。除了中国，增长显著的国家还有日本和印度。本季美国已经向日本出口了去壳果仁 13.4 万磅，而上季同期为 5 万磅；对印度的出口量则从上一季的 1.3 万磅增长至 5.8 万磅，增幅超过中国，达到 346%。

报告显示，2023 年 10 月，美国碧根果以壳果为基础计算的库存总量为 1.18 亿磅，其中去壳果仁 4102.4 万磅，壳果 3580.7 万磅。而 2022 年 10 月，以壳果为基础计算的总库存为 1.24 亿磅，其中去壳果仁 3996.5 万磅，壳果 4450.3 万磅。

根据该协会的统计数据，碧根果出口的峰值通常出现在 1 月或 3 月。2020/21 季的峰值出现在 3 月，突破了 2000 万磅，是近五季中的最高纪录。

保加利亚 2023 年葵花籽产量比上年减少 21%

2023 年的葵花籽产量为 162 万吨，比去年减少 21%。这是由于播种面积下降 6%，为 860,039 公顷，以及单产下降 16%，每公顷 0.189 吨。

该部上周发布的另一份数据显示，2023 年玉米产量为 225 万吨，比 2022 年减少 9.9%，因为每公顷平均单产下降 11.6%。2023 年玉米种植面积为 534,827 公顷。

截至 12 月 8 日，保加利亚的筒仓内存有 340 万吨小麦、180 万吨玉米和 150 万吨葵花籽。



美国加州核桃产量预计将达 79 万吨



美国核桃有 99% 都产自加利福尼亚州，当地核桃出口占到全球贸易量的近 50%。2008 年以来，加州核桃产量保持增加趋势，2020 年产量最高达

到近 80 万吨。根据美国农业部国家农业统计局 (NASS) 的预测，2023 年预计加州核桃产量为 79 万吨，比 2022 年的 75.2 万吨增加 5%。

初步数据显示，2022 年的核桃库存几乎都已经售罄。加州核桃委员会 (CWC) 和董事会 (CWB) 首席执行官兼执行董事 Robert Verloop 介绍说，2021 年受新冠疫情对全球经济的影响，以及 9 月创纪录的高温对整个作物都产生了负面影响，核桃产量居高但是销售疲软，导致库存高达 13 万吨。2023 年生长季节气候十分有利，再加上 2022 年的核桃库存极少，委员会对本季核桃销售持乐观态度。

2023 年的加州核桃收获从 9 月开始，一直持续到 11 月。10 月份开始，加州核桃开始陆续出口到不同的国家，为年底和 2023 年初的节日季节做准备。

数据显示，2023 年加州核桃种植面积为 38.5 万英亩，比 2022 年的 40 万英亩下降 4%，这是加州核桃种植面积自 2008 年以来首次出现下降。

去年柬埔寨腰果出口至越南共 61.8 万吨

据柬埔寨腰果协会的报告显示，2023 年柬埔寨向国际市场累计出口了 66.5 万吨生腰果，同比下降 7.6%；出口总额为 8.37 亿美元，同比减少 16.9%。

报告显示，柬埔寨绝大多数腰果出口到越南，共计 61.8 万吨。总出口量减少的原因是缺乏社区仓库，使得该协会无法满足外国企业的订单需求。

据柬埔寨腰果协会会长翁西隆表示，社区仓库造价至少 100 万美元，可储存 5000 吨干腰果，可在 8 月或 9 月腰果价格上涨时进行销售。

他说，基于缺乏资金才导致 95% 的生腰果出口到国外，只有 5% 是在国内进行加工。而目前的气候变化也对腰果年产量产生了重大影响。

应提的是，柬埔寨腰果协会拥有 1 万 9802 名直接和间接会员家庭，他们是来自 10 个省份的农民。该协会拥有中小型腰果加工企业 35 家。



夏威夷果迎来“黄金时代”，中国成为全球最大壳果市场

根据预测，2022 年起的未来五年内，全球夏威夷果壳果供应量（含水量 3.5%）将以 11% 的复合年增长率增加，2027 年供应量将超过 50 万吨。2022 年全球夏威夷果壳果的供应量为 29.8 万吨。2020 年行业预测，2020 年至 2024 年间全球供应量有望翻一番，2030 年结束时翻三番，目前的产量数字与这一预测相符合。

近年来，中国已经成为全球重要的夏威夷果生产国，云南和广西两省的夏威夷果种植面积和产量逐年增加。同时，中国也是重要的夏威夷果消费国，2021/22 年，中国消费者吃掉的壳果总量占全球总消费量的 26%。



中国坚果果干食品展览会组委会

ORGANIZING COMMITTEE OF CHINA NUTS AND DRIED FRUITS FOOD EXHIBITION

2024' 第十七届中国坚果果干食品展览会 暨采供大会参展通知

全国坚果果干会员企业、有关企业及单位：

2024' 第十七届中国坚果果干食品展览会暨采供大会（简称第十七届坚果果干展），定于2024年4月16-20日在安徽省合肥市滨湖国际会展中心举办，与第十八届中国粽子文化节暨节令食品展览会（简称第十八届节令食品展）同期同地举办。现将有关内容通知如下，请各会员、有关单位积极参展、参观、参会。

一、组织机构、时间、地点

指导单位：中国食品工业协会

组织单位：中国食品工业协会坚果果干专业委员会

主办单位：中国坚果果干食品展览会组委会

北京中坚合果信息技术服务有限公司

承办单位：安徽中设国际会展集团有限公司

坚果果干展会网

协办单位：坚果果干网、坚果果干杂志

相关省、市坚果果干协会（商会）

举办时间：2024年4月16日-20日：16-17日布展，17日全天各类会议及有关活动，18-20日展会。

举办地点：安徽省合肥市滨湖国际会展中心2-8号馆（合肥市滨湖新区庐州大道与锦绣大道交口西南角）。

二、展会五大创新亮点及优势

（一）规模及国际化程度再创新高：本届展会面积超 11 万平方米，分三大区域：产品展览区、多功能活动区以及新增的嘉年华体验区。其中产品展览区达 8 万平方米，设 7 大展馆，16 大展区，汇集全球产业链近 2 千家参展企业的超万款产品，预计将吸引国内外超 10 万人次的供应商、采购商亲临现场，精准聚焦采购，现场订货成交率将再创新高。

（二）新增“全产业链智能质造装备馆”：为向全球展示我国坚果果干装备已达世界先进水平，为中国制造走出国门开路明道，为我国坚果果干行业的高质量发展而提供高质量装备，特新增此馆。此馆的诞生是我国坚果果干行业发展史上的一大里程碑，对引领行业高质量发展具有重大意义。

（三）新增多功能活动区及欢乐嘉年华体验区：展会多功能活动区分为两个部分：一是论坛、专业会议、信息发布、产品推介区等，二是为现场直播区、打卡区、媒体采访区、服务休息区等。

丰富多彩的嘉年华体验区，汇集了坚果果干食品现场制作、节令食品技艺表演、比赛、各新媒体带货直播、文化传播、抽奖等沙龙活动，吸引更多专业观众的同时，大大增强采供双方的互动体验及展会的热烈欢乐气氛。

（四）新增 1 万平方米的中国节令食品馆：坚果果干是节令食品的优质辅料，与第十八届节令食品展同期同地举办展会，是为坚果果干企业跨界合作拓展一片新的市场蓝海，并且还省时省力省成本。本届展会节令食品企业数量也大幅递增。

（五）新设立主场、馆长负责制，保障展会的高质量高水平。为将展会真正办成全国乃至世界一流的专业展会，本届展会组委会新设置了主场管理制和各展馆馆长负责制。每个展馆都有对应的馆长负责管理处理本展馆事务，确保本展期全程安全有序、质高量优、清洁美化。

三、展馆介绍

- (一) 2 号馆：全球坚果果干食品馆；
- (二) 5 号馆：全国各地区坚果果干特色食品及原辅料馆；
- (三) 6 号馆：中国节令食品馆；
- (四) 4 号馆：全产业链智能质造装备馆 ；

注：以上 2、4、5、6 展馆由主办单位负责招展。

- (五) 3 号馆：调味料及包材馆；
- (六) 7 号馆：加工设备 A 馆；
- (七) 8 号馆：加工设备 B 馆；

注：以上 3、7、8 展馆由承办单位负责招展。

(各展馆展示内容详见附件 2)

四、参加欢乐嘉年华活动的有关要求

- 1、此活动仅限参展的食品企业报名参加，凡在嘉年华活动活动区设置展位的企业，需经组委会核准方可在现场进行现场制作、技艺表演、比赛，以及各新媒体带货直播、文化传播、抽奖等沙龙活动；
- 2、参加嘉年华活动设置展位的企业费用另计，详情另行通知。

五、展位介绍及费用

(一) 食品展馆（2#、5#、6#）

类别	规格	收费标准
特装	100m ² 以上（空地）	会 员：450 元/平米（搭建费另计） 非会员：550 元/平米（搭建费另计）
	100m ² （规格 10mx10m）	会 员：108000 元/个(含精装搭建) 非会员：113500 元/个(含精装搭建)
	72m ² (规格 12mx6m)	会 员：81600 元/个(含精装搭建) 非会员：88500 元/个(含精装搭建)
	60m ² (规格 6mx10m/ 10mx6m)	会 员：68200 元/个(含精装搭建) 非会员：73500 元/个(含精装搭建)
	54m ² (规格 9mx6m)	会 员：61200 元/个(含精装搭建) 非会员：66500 元/个(含精装搭建)

	48m ² (规格 8mx6m)	会 员: 54500 元/个(含精装搭建) 非会员: 58600 元/个(含精装搭建)
	45m ² (规格 9mx5m)	会 员: 51200 元/个(含精装搭建) 非会员: 55000 元/个(含精装搭建)
	36m ² (规格 6mx6m/ 9mx4m/8mx4.5m)	会 员: 41000 元/个(含精装搭建) 非会员: 44800 元/个(含精装搭建)
	30m ² (规格 6mx5m)	会 员: 34200 元/个(含精装搭建) 非会员: 37200 元/个(含精装搭建)
	27m ² (规格 6mx4.5m)	会 员: 31200 元/个(含精装搭建) 非会员: 34200 元/个(含精装搭建)
	25m ² (规格 5mx5m)	会 员: 29600 元/个(含精装搭建) 非会员: 32600 元/个(含精装搭建)
	24m ² (规格 6mx4m)	会 员: 28500 元/个(含精装搭建) 非会员: 31500 元/个(含精装搭建)
标展	9m ² (规格 3mx3m)	会 员: 单开 9500 元/个(含精装搭建) 双开 10000 元/个(含精装搭建) 非会员: 单开 10500 元/个(含精装搭建) 双开 11000 元/个(含精装搭建)

(二) 其他展馆(3#、4#、7#、8#)

展位类别	收费标准
特装空地	会 员: 450 元/m ² (36m ² 起租) 非会员: 550 元/m ² (36m ² 起租)
标展空地(9m ²)	会 员: 5000 元/个(单开)、5500 元/个(双开) 非会员: 5500 元/个(单开)、6000 元/个(双开)
备注:1、特装空地不附带任何设施,不包括展馆收取的特装管理费及水电租赁等费用; 2、标展空地规格:长 3m X 宽 3m X 高 2.5m; 咨询桌尺寸:974 mm X474 mmX760mm; 展位配置:一张咨询桌、两张办公椅、两只射灯、一只垃圾桶、一只 5A 插座、地毯。	

六、展位费汇款方式

(一) 由主办单位负责招展的 2#、4#、5#展馆参展企业款项，汇入主办单位指定账户：

开户名称：北京中坚合果信息技术有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司北京马连道支行

开户帐号：0200216219200088972

(二) 由承办单位负责招展的 3#、7#、8#展馆的参展企业款项，汇入承办单位指定账户：

开户名称：安徽中设国际会展集团有限公司

开户银行：徽商银行合肥经开区支行

开户账号：2201012080000566

七、参展方式

线下报名：填写参展申请表（详见附件 1）

八、其他事项

(一) 4 月 17-20 日展会期间举办的各类会议及有关活动的详细内容，将另行通知；

(二) 组委会联系方式

电 话：010-63344031/010-63344578

邮 箱：cnfiiec@csnc.cn

联系人：杨 倩 17812727504 赵 斌 13811795004

明 工 13811794055 邱 晶 13811798204

(三) 承办单位联系方式

联系人：冯小伟 13505618989 魏 芬 13721075927

陈亚荣 18225880750 李子倩 18856027556

附件：1、参展申请表

2、各展馆展示内容

3、整体平面图及各展馆展位图

中国坚果果干食品展览会组委会

二〇二三年十一月十九日



2024' 第十七届中国坚果果干食品展览会 暨采供大会参展申请表

填表日期： 年 月 日

企业名称	(公章)			展位号	
单位地址					
法 人		电 话		手 机	
联 系 人		电 话		手 机	
主营产品					
参展企业 需提供的 资 料	企业营业执照电子扫描件 生产许可证电子扫描件				
备 注	1、请参展企业务必填写以上各项内容，所有信息将在展会会刊中进行刊登； 2、请将申请表填好后加盖企业公章，并与营业执照、生产许可证电子版一起，发至主办单位邮箱：cnfiec@csnc.cn（2023 年展会参展企业不需要再提供营业执照和生产许可证） 3、联系电话：010-63344578/63344031 联系人：杨 倩 17812727504 赵 斌 13811795004 明 工 13811794055 邱 晶 13811798204				

各展馆展示内容

本届展会展览面积达8万平方米，分为食品展区和产业链两大展区。具体分布如下：

（一）食品展区

1、2号馆（2万平方米）：全球坚果果干食品馆

馆长：杨倩 协会秘书长 17812727504

赵斌 协会展会运营部 13811795004

孙健 协会会长单位 18956082123

冯小伟 展会承办方副总经理 13505618989

本馆分设四大展区：

（1）中国坚果果干名优新食品展区：主要展示国内坚果果干名优新食品（包括荣获中国驰名商标、省级著名商标以及自主研发、具有一定科技含量，受消费者欢迎的产品）。

（2）国际坚果食品展区：主要展示进口坚果原料及产品。

（3）坚果果干食品展区：主要展示国内坚果果干、果脯、蜜饯等原料及产品。

（4）自有品牌OEM（代加工）展区：主要展示OEM代加工企业的产品。

2、5号馆（1万平方米）：全国各地区坚果果干特色食品原辅料馆

馆长：赵文革 协会副会长 13566711777

赵富湖 燕山板栗国际交易中心主任
13910855858

毛大倩 展会合作方总经理 18766212890

主要展示我国坚果果干主产区，产量在世界前列的特色产品及原辅料，如新疆核桃、葡萄干，内蒙瓜子，临安

山核桃，诸暨香榧，河北杏仁，燕山板栗及广西特产八角、茴香等植物原辅料。

3、6号馆（1万平方米）：中国节令食品馆

馆长：邱 晶 协会通联部 13811798204

明 工 协会工程师 13811794055

魏 萍 粽子协会副会长单位 18062124775

吴 昊 粽子协会会长单位 13756155317

主要展示我国二十四节气节令特色食品。

（二）产业链展区

1、4号馆（1万平方米）：全产业链智能质造装备馆

馆长：周秉军 协会副会长 13603789772

阮荣超 协会副会长单位 13956918202

陈亚荣 展会承办方 18225880750

主要展示达到国内及世界先进水平的坚果果干智能质造装备。分设预处理设备展区、熟制加工设备展区以及包装设备展区。

2、3号馆（1万平方米）：调味料及包材馆

馆长：张志刚 协会副会长 13901589134

魏 芬 展会承办方 13721075927

主要展示食品调味料、食品添加剂、脱氧剂、甜味剂、食品包装设计、各类材质和瓶、罐、盒等形状的包装。

3、7号馆（1万平方米）：加工设备A馆

馆长：赵瑜阳 协会青年工作部政委 15890988808

李子倩 展会承办方 18856027556

主要展示烘炒设备、清洗设备、去核设备、油炸设备、色选设备、输送设备、空压机及配套设备等。

4、8号馆（1万平方米）：加工设备B馆

馆长：孙 凯 协会科技部 15026818196

付业萍 展会承办方 18255101286

主要展示包装设备及配套产品等。

中国食品工业协会坚果果干专业委员会文件

中食坚果果干委[2023]6号

关于批准新会员入会的通知

各会员企业：

根据我协会章程，经会员推荐，企业自愿要求入会，并提交入会申请表，现经我协会审核批准，以下单位为我协会团体会员单位。特此通知！

新增会员单位：

（排名不分先后）

安徽安粮实业发展有限公司	浙江森王恬杏农业科技有限公司
杭州姚哥食品有限公司	杭锦后旗昌隆工贸有限责任公司
广西安迪熊食品有限公司	合肥金俊浩食品有限公司
河北今品特食品有限公司	岷县恒盛农产品购销中心
速益贸易（上海）有限公司	陕西果大熊食品有限公司
天津市久顺发食品有限公司	天津市金拓食品有限公司
天津市翔誉食品工贸有限公司	吐鲁番万马商贸有限公司
安徽多来客农业科技有限公司	重庆信益食品有限公司
北京百信加一食品有限责任公司	漳州碧山凯盛食品有限公司
天津市陈福记坚果食品有限公司	天津市鼎晟食品有限公司
天津市永香食品有限公司	商洛穹阳农业发展有限公司
天津市大春食品有限公司	天津市龙盛兴食品有限公司
广州明睿包装设备有限公司	山东创美机械科技有限公司
（以下空白）	

二〇二三年十二月十九日





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

坚果果干食品企业

基于对坚果果干食品企业电商物流需求特征的梳理,我们再来进一步阐述进行电商物流中心规划与设计时考虑的五个维度及相关的分析方法。

1. 全局视角下的电商物流中心规划与设计定位

进行电商物流中心规划与设计的第一个维度，是要站在供应链全局视角下对电商物流中心规划与设计进行定位。物流中心的规划与设计，既要上升到供应链战略方面进行思考，也要从战术方面考虑规划的落地性。具体来说，我们可以从前瞻性、功能定位以及内外部架构来进行梳理，保证我们从供应链全局视角来对电商物流中心进行规划与设计。

一是考虑电商物流中心建设的前瞻性。一般来说,



电商物流中心处于供应链的核心位置，起到对于电商供应链快速响应的作用，牵动整个供应链运作。从供应链的视角纵观全局，有助于我们更加清晰地理解当前所规划的电商物流中心应该解决什么核心问题，可能出现什么风险，在未来可能会发生怎样的演变。

二是明确电商物流中心的功能。例如，一个电商物流中心未来是要建设成为 CDC（中央配送中心）还是 RDC（区域配送中心），前者的战略性储备性更强，后者的流通性更强。在不同的功能定位下，所规划的功能要素的参数不同，如在 CDC 中可能存储多 RDC 的货物，并调拨到各 RDC，那么该功能定位下对电商物流中心的存储能力要求更高；而 RDC 中覆盖区域内的消费者或者门店，对于电商物流中心处理多订单的分拣能力的要求更高。因此，我们在进行电商物流中心进行规划时首先需要对其功能定位要清晰，明确其未来的功能是作为 CDC 还是 RDC，是以战略性储备为主，还是以分拣配送为主，只有进行明确清晰的定位后，电商物流中心在规划后的落地效果才能更加具有保障。

三是设计清晰完整的物流流程活动内外部架构。无论哪种电商物流中心，其最终的物流活动都包含装卸、存储、搬运、分拣、包装、流通加工等等，这些活动穿插在物流中心的运作流程中，如车辆入园、卸货、入库、上架、存储、下架、拣选、复核、打包、出库以及装车等。对于这些流程的设计，需要有基于企业内部管理实际情况的清晰梳理，也需要考虑企业本身如何在物流方面与上游供应商以及下游物流节点或者客户进行有效对接。因此，在进行电商物流中心的规划与设计定位时，所设计内容中每一个物流活动“模块”都需要有明确定位和作业逻辑，并与整个电商物流中心所要达到的战略目标和功能定位相关联，这样对于所建设的电商物流中心来说，才有完整清晰的设计架构。

2. 从数据与物流活动流程对电商物流中心进行特征分析

进行电商物流中心规划与设计的第二个维度，是可



以从数据与物流活动流程对电商物流中心进行特征分析，由此作为规划和设计的基础。在进行具体的特征分析时，我们可以考虑以下几个切入点：

一是从货物的物理属性特征进行分析。不同的电商物流中心存储和管理着各种各样的货物，分析这些货物的物理属性是对存储对象最基础性的认识。分析其所要规划对象的外形特征，如长、宽、高等，便于容器和货位尺寸的规划，梳理存储对象所需要的存放条件的要求，比如温度要求、通风要求、消防要求、摆放要求等。

二是从数据特征进行分析。对电商物流中心服务对象进行数据分析是另一个重要的分析环节，可以在基于货物的物理属性特征分析的基础上结合具体物流数据分析方法来进行更加详细的分析。例如，在对电商物流中心的订单相关数据进行分析时，最通用的数据分析方法就是 EIQ 分析，可以结合对货物物理属性所进行的分类基础上，对其按订单、物料（商品）等多维度进行分析，找出分类对象在一个动态环境中的特征。对于电商物流中心来说，其涵盖货物的进出作业可能存在季节性，存在高频次和低频次，每一天也存在多个波次等特征，这些都可以结合 ABC 分类分析、EIQ 分析等数据分析方法，来寻找相关数据特征及数据特征值。

三是进行库容分析。库容分析主要是从仓储视角去看待库存问题，通过对库存逻辑的理解，以便更好地与采购和销售进行配合，明确合理的仓储库容，根据库存量确定合理的库容和存储方式。对面向市场的电商物流中心运营来说，通常是根据一定周期的销量去制定库存，当同一种货物面对多种渠道，同时需求的波动较大时，便需要尽量将多种销售渠道对同一货物的需求量合并，

再对该货物制定库存量与库容的计算。

四是从储运单元进行分析。储运单元分析(PCB分析)主要是考察电商物流中心各作业环节的基本储运单位类型，其中 P 表示托盘单位，C 表示件单位，B 表示单品。不同的储运单位对应不同的存储、拣选分区，所配备的储存、分拣和搬运设备也是不同的。面对电商物流中心的高时效要求特征，基于储运单位的详细分析有利于在电商物流中心规划与设计中推动存储、分拣、出库以及装车等环节的物流标准化，并针对性引入自动化或者智能化物流设备，从而提升电商物流中心作业运作效率。

五是从运作流程进行分析。在电商物流中心规划中，对流程分析或配置是串联整个仓储活动最重要的步骤之一。在具体的分析中，我们可以结合企业具体情况、行业实战经验、相关专业分析方法等构造一个多层级的流程模型，将电商物流中心作业与运作流程分析得更清晰，例如流程的模型第一层级可以是最主要的几个活动，如入库、理货、上架、分拣等，第二层级就可以按对象进行细分，不同的货物对象分类下可能会用到不同的流程或活动，由此完成对运作流程全面细致的分析。

3. 做好电商物流中心仓储内部布局

进行电商物流中心规划与设计的第三个维度，是做好电商物流中心仓储内部布局。我们可以借助以下六个步骤来对仓储布局规划进行梳理：

(1) 进行各个功能区面积计算

各功能区的面积计算是仓储布局的一个重要部分，在电商物流中心的流程分析完成后，对于每个流程都建

立相应的功能区，然后再结合库容与流量需求计算各个功能区的面积。如果是存储功能区，则需要考虑到存储方式与存储设备类型；如果是缓存功能区，则需要考虑到缓存批量与摆放方式的问题。

（2）确定内部流向

在电商物流中心的运作中，其物流流向从卸货环节就已开始，因此在进行布局时需要确定货物进入仓库后上架存储或是接收订单货物出库后，每个流程的先后逻辑顺序。确定逻辑顺序后，才能计算不同功能区布局方案下的仓储作业距离。

（3）确定流量

根据物流单元统计电商物流中心的物流量，包括出库与入库，以及在出入库过程中每个功能区中的流量。电商物流中心的物流标准化程度越高，对于物流量的统计就更容易，当遇到无法准确统计出物流量的物流环境时，建议可以模糊处理，如通过现场作业情况采集数据，然后根据需求进行估算。

（4）设计连通路程

不同的电商物流中心仓库建筑环境下，功能区连通的路径不同。如有的电商物流中心是多层建筑，在搬运过程中就需要借助提升机或者货运电梯。因此，对仓库建筑物中有特定路径环境的情况，需要提前建立约束。如果在没有特定建筑物的环境下进行布局，也可以直接采用对功能区的面积中心建立连通路径，虽然这种方法得出距离数据精确度不高，但也具有一定参考价值。

（5）运算布局下的物流效率

在布局完成之后，可以具体对布局下的物流效率进行运算，并可由此对不同布局方案进行比较。在物流效率的运算中，主要是对物流量距的计算，又可以大致分为如下步骤：

- ① 根据约束条件，将固定不可变动的实体位置优先布局；
- ② 根据设施环境，将实体进行拆分；
- ③ 每一个实体都有自己的物流量属性；
- ④ 根据物流环境对实体构建不同的配送批次；
- ⑤ 对设施编码，每个设施到每个设施的距离形成矩阵；
- ⑥ 将实体与设施进行组合；
- ⑦ 根据关联关系计算组合下的原料入库物流量距；
- ⑧ 根据关联关系计算组合下的成品入库和成品出库的物流量距；
- ⑨ 求和计算一种布局组合下的物流量距。

（6）对不同布局方案进行比较

可以针对布局构建评价矩阵，对不同的布局方案进行综合性评价，评价维度可根据项目实际需求构建，如物流效率、面积利用率、易于管理、可扩展性、可参观性、搬迁成本等。

4. 对电商物流中心进行系统性评估

进行电商物流中心规划与设计的第四个维度，是对电商物流中心进行系统性评估。系统性评估是物流中心规划一个非常重要的步骤，我们可以从系统论角度来看待电商物流中心规划，也只有把仓储作为一个“系统”，才能更好地解释电商物流中心规划的所有逻辑。我们可以从排队论的角度看仓储系统，从作业流程的角度把流程作业中的人、设备、功能区等看成服务台，仓储中需要处理的货物形成队列，将服务台串联，上一个流程完成的作业量，到下一个流程又形成新的队列，而这就是“系统”，有输入也有输出。在具体的电商物流中心规划与设计中，我们可以通过仿真模拟作业过程中人、设施、设备的资源利用率，也就是忙闲程度，并从仿真角度对所规划的电商物流中心所构成的仓储系统进行系统性评估，计算并输出一系列指标，从而进一步明确所设计的电商物流中心规划方案在整个成本与效率上的效果。

5. 对接未来落地运作支持

进行电商物流中心规划与设计的第五个维度，是对接未来落地运作支持。在整体电商物流中心的规划与设计中，我们还需要考虑规划方案进行具体落地实施的对接与支持。具体来说，可以包含以下三个方面：

（1）对接具体设备配置

在对电商物流中心作业流程进行细分后，每一步操作都会按照流程活动进行，从系统模型角度看，设备的操作无非是在处理“数据”。我们可以在电商物流中心落地设计中，根据所设计的作业要求、效率要求、成本要求来对设备的配置进行约束，追求用科学的方式来配置设备。

（2）对接信息化需求

以所设计电商物流中心包含的仓储流程实际需求为出发点，结合整个电商物流中心的功能定位设计，来对其物流信息化需求做一个完整架构，从而进一步明确未来信息化建设需要覆盖哪些模块，交付哪些数据，达到什么样的管理要求，再来对相关功能模块进行配置，保证信息化建设与业务场景结合，从而实现既实用又具有扩展性、战略性考虑的信息化建设。

（3）考虑仓库建筑设计

有的电商物流中心规划是先有仓库建筑再进行规划，有的是先考虑整体规划再进行仓库建筑建设，当然我们建议最好是按后者的方式进行，因为从建筑的角度看，在一定参数范围内进行设计和实施都是可行的，但不一定最后选择的参数对于电商物流中心未来的作业来说是最合理的。

仓库规划应该是分散还是集中？



物流管理的一个重要内容是仓库规划，这关系到如何把产品配送到客户手上。

1. 分散还是集中

常用的模式有两种，分别是分散和集中。分散模式就像是街边随处可见的便利店，当顾客要买一瓶饮料时，他可以就近购买。

分散型仓库的特点就是靠近客户和市场，能够提供快速响应。集中模式就像是大型超市，特点是规模大，能够以较低的价格服务客户。

分散和集中对应着供应链管理中的服务水平和成本，我们需要在两者之间寻求一个平衡点。

分散或是集中模式的本质是一样的，都是把产品从工厂端送到客户端。

在分散模式中，为了实现快速配送，每个仓库覆盖的区域面积较小，因此需要更多的设施和人员。

集中模式恰好相反，配送中心的辐射面积较大，所以需要的设施和员工数量较少。

分散和集中模式的另一种叫法是地区分仓和区域总仓，例如在昆山、苏州和常熟等地设立多个小型的分仓，给周边地区的顾客送货，或是在上海设立区域总仓，用来给长三角的客户配送。

2. 库存水平

从库存水平的角度来看，如果使用分散模式，意味着要在每个仓库里储备库存，才能维持一定的服务水平。

如果采用集中模式，在总体库存

水平相同的情况下，可以达到更高的服务水平，因为所有库存集中在一起，缺货的概率更低。换句话说，在集中模式下，使用更少的库存也能达到分散模式的服务水平。

仓库数量的减少与库存水平的变动虽然不是线性关系，但由此带来的库存成本节省也相当可观。由此可见，集中模式的设计在库存和服务水平方面有很多优势。

集中化对库存成本是有利的，但我们也要看到供应链是一个整体，在系统中还有其他的成本，例如运输成本是另一个重要的组成部分，它会发生怎样的变化？

3. 运输和其他成本

运输成本和运输的距离成线性关



系。举个例子，卡车运费由两部分组成，首先是固定的起步价，比如 10 公里以内收费 200 元，这是最低费用。

其次是每公里车费，如超过起步价公里数后，每公里收费 5 元，距离越远，收费越高。运输距离为 20 公里的运费就等于：

运费 = 每公里车费 × 公里数 + 起步费 = 5 × 10 + 200 = 250 元

通常情况下，在分散模式中，由于仓库数量较多，给客户配送货物的平均距离较短，运输成本较低。集中模式的仓库数量较少，显然配送的距离更长，运输成本更高。

其他成本包括了仓库的运营成本，这是一笔固定费用，只要仓库开着，就会产生费用。

仓库的固定成本可以占到企业总物流成本的 20% 以上。

仓库成本可以根据业务类型而变化，典型的成本一般包括以下几类：

1) 劳动力

仓库如果没有大量部署自动化设备，那么劳动力通常是最大的成本组成部分。劳动力成本不仅包括员工工资、福利和加班费，还包括培训和个人防护装备，例如安全鞋帽、服装手套和口罩等。

2) 土地和建筑

土地和建筑，包括购买土地和建造仓库的成本，其中又包含了土地成本，以及建造的人工、材料成本和建筑物的折旧。如果是外租的设施，就是仓库租赁的成本。

3) 建筑服务

建筑服务，包括水电费、维护和修理费、保险费和保安服务费等费用。

4) 设备成本

设备成本，包括购买或租赁仓库搬运设备的成本、燃料、备品备件、维护和修理，以及公司拥有的设备的折旧。

5) 信息技术

信息技术，包括控制和记录仓库

运营设备，如监控摄像头，以及电脑主机和存储业务数据的服务器等设备和系统。

分散模式需要的仓库设施数量更多，总体的运营成本可能高于集中模式。

4. 其他因素

在选择分散或集中的策略时，我们需要考虑几个因素。

1) 交货周期

在分散模式中，仓库离客户很近，从下单到交货的前置时间就会被缩短，这意味着更快的交付。生鲜电商通常都能在 1 小时之内完成订单配送，这是典型的分散模式——前置仓的应用。

但受限于仓库面积，前置仓能存放的商品种类较少，更多的 SKU 和大包装的商品存储在集中式的大货仓里。这类仓库远离客户，需要更长的拣货和运输时间，所以电商会使用隔天配送的方法来完成交付。

2) 废弃库存的风险

食品都有保质期，如果是分散模式，在每个仓库里都有库存，它们都可能因为没有卖掉而成为过期商品。在集中式仓库里，我们可以随时监控临近保质期的产品，然后将其出售。

3) 牛鞭效应

当供应链中的环节越多时，牛鞭效应的风险就越高。当我们采用集中管理时，相当于是拿掉了链条中的一些环节，使用风险汇总的策略来降低牛鞭效益的后果。

风险汇总 (Risk Pooling) 的意思是把个别的风险合并到同一个池子里，而池子里的总体风险往往小于流入池子的所有风险的平均值。

仓库数量减少后，库存量当然也会减少。我们不需要所有仓库的安全库存，只需要在一个地点集中储备库存即可。当使用集中模式时，我们还可以通过规模经济降低单件商品的运营成本，例如分拣和包装的成本。

以上是关于集中与分散的简短论述。在规划仓库网络时，我们需要综合考虑两种模式的优势和劣势，然后进行决策。



COMPANY PROFILE

公司简介

南京华扬香精香料实业有限公司成立于1994年，以“三叶”品牌生产经营食品香精、调味料等产品。经过20余载的发展，产品开发涉及食品香精、食品调味料、天然香精、微胶囊技术香精等，品种多达2000多种，服务行业涉及坚果炒货、烘焙、糖果、饮料、冷饮、休闲食品、调味料等，已成为国内专业从事食品香精研发、生产、销售一体的规模型厂家之一。

华扬香精公司自成立初始，就高度重视产品质量和食品安全，陆续通过“ISO-9001国际质量管理体系认证”和“HACCP:ISO-22000食品安全管理体系认证”，拥有现代化的香精、调味料工业生产系统，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市场。

公司十分重视香精产品的研发和应用，拥有自己的研发中心。研发中心配备十多名各类型专业技术人才和国际先进的分析、检测仪器设备，并建立完整的原料分析数据库，为新产品研发、产品质量稳定及满足客户需求提供了足够的资源保障，立足香精香料行业的科技前沿。公司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，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，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、市近六十个办事处，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。公司通过了“HALAL清真认证”，为国内外清真食品企业提供服务。

2013年6月公司成立安徽翥霖食品科技有限公司，投入5000多万元在滁州南谯经济开发区建设新的生产基地。新工厂位于滁州市风景美丽的琅琊山风景区旁，厂区环境优美。新工厂占地20000平方，建筑面积30000平方，其中3000平米办公大楼，3000平方的研发中心和近20000平方的生产车间。翥霖公司以“翥霖”品牌生产经营食品调味料类产品，为休闲食品、肉制品、调味料产品等行业客户服务。

华扬香精公司和翥霖食品科技秉承“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，将努力打造中国民族香精香料品牌为己任，致力成为国内一流的香精香料品牌企业，走向世界、为国扬名。



行业标准管理办法

2023 年 11 月 28 日国家市场监督管理总局令第 86 号公布
自 2024 年 6 月 1 日起施行



第一条 为了加强行业标准管理,根据《中华人民共和国标准化法》,制定本办法。

第二条 行业标准的制定、组织实施及其监督管理,适用本办法。

第三条 行业标准是国务院有关行政主管部门依据其行政管理职责,对没有推荐性国家标准而又需要在全国某个行业范围内统一的技术要求所制定的标准。

行业标准重点围绕本行业领域重要产品、工程技术、服务和行业管理等需求制定。

有下列情形之一的,不应当制定行业标准:

- (一) 已有推荐性国家标准的;
- (二) 一般性产品和服务的技术要求;
- (三) 跨部门、跨行业的技术要求;
- (四) 用于约束行政主管部门系统内部的工作要求、管理规范等。

第四条 行业标准是推荐性标准。法律、行政法规和国务院决定另

有规定的,从其规定。

第五条 制定行业标准应当在科学技术研究成果和社会实践经验的基础上,保证行业标准的科学性、规范性、时效性,做到技术上先进、经济上合理。

第六条 行业标准的技术要求不得低于强制性国家标准的相关要求,并与有关标准协调配套。

禁止在行业标准中规定资质资格、许可认证、审批登记、评比达标、监管主体和职责等事项。

禁止利用行业标准实施妨碍商品、服务自由流通等排除、限制市场竞争的行为。

第七条 国务院标准化行政主管部门统一指导、协调、监督行业标准的制定及相关管理工作。国务院标准化行政主管部门建立全国标准信息公共服务平台,支撑行业标备案、信息公开等工作。

第八条 国务院有关行政主管部门统一管理本部门职责范围内的行业标准,负责行业标准制定、实施、复

审、监督等管理工作,依法将批准发布的行业标准报国务院标准化行政主管部门备案。

第九条 行业标准代号及范围,由国务院标准化行政主管部门依据国务院有关行政主管部门的申请及其职责,审查批准并公布。未经批准公布的行业标准代号不得使用。

第十条 在行业标准制定、实施过程中存在争议的,由国务院标准化行政主管部门组织协商;协商不成的报请国务院标准化协调机制解决。

第十一条 行业标准由国务院有关行政主管部门制定。制定行业标准的程序一般包括:立项、组织起草、征求意见、技术审查、编号、批准发布、备案。

第十二条 行业标准立项前,国务院有关行政主管部门应当组织核查,已有推荐性国家标准或者相关标准立项计划的应当不予立项。

第十三条 起草行业标准应当与已有的国家标准、行业标准协调,避免交叉、重复和矛盾。

行业标准征求意见稿应当向社会公开征求意见，期限一般不少于三十日。

外商投资企业依法和内资企业平等参与行业标准制定、修订工作。

第十四条 国务院有关行政主管部门应当委托标准化技术委员会或者成立审查专家组对行业标准送审稿开展技术审查，重点审查技术要求的科学性、合理性、适用性、规范性。

标准化技术委员会和专家组应当具有专业性、独立性和广泛代表性。标准起草人员不得承担同一标准的技术审查工作。

已有全国专业标准化技术委员会能够满足行业需求的，不再新增专业领域的行业标准化技术委员会。

第十五条 行业标准一般不涉及专利。行业标准中涉及的专利应当是实施该标准必不可少的专利，其管理参照国家标准涉及专利的有关管理规定执行。

第十六条 行业标准确需采用国际标准的，应当符合有关国际组织的版权政策，获得国际标准组织中国成员体同意。以国外标准为基础起草行业标准的，应当符合国外标准发布机构的版权政策。

第十七条 行业标准的编号由行业标准的代号加“/T”、行业标准发布的顺序号和行业标准发布的年份号构成。“/T”表示推荐性标准，顺序号为自然数。

第十八条 行业标准由国务院有关行政主管部门批准发布。行业标准的发布实行公告制度。

第十九条 国务院有关行政主管部门应当自行业标准批准发布之日起六十日内，且在该标准实施日期前，通过全国标准信息公共服务平台等方式向国务院标准化行政主管部门提交备案材料。备案材料应当包括行业标准发布公告和批准发布的标准正式文本。同时发布标准外文版的，备案材料还应当包括行业标准外文版发布公告和批准发布的外文版正式文本。

国务院有关行政主管部门依法推动行业标准公开。鼓励通过全国标

准信息公共服务平台公开行业标准文本，供公众查阅。

鼓励行业标准制定部门建立涵盖立项、起草、征求意见、审查、批准发布等环节的信息平台，强化标准制定信息公开和社会监督。

第二十条 行业标准发布后，国务院有关行政主管部门可以委托具有相关出版资质的单位完成标准文本出版工作。

第二十一条 行业标准的发布与实施之间应当留出合理的过渡期。

行业标准发布后实施前，可以选择执行原行业标准或者新行业标准。

新行业标准实施后，原行业标准同时废止。

行业标准在相应的国家标准实施后，应当由国务院有关行政主管部门自行废止。

第二十二条 国务院有关行政主管部门应当组织开展行业标准的宣贯工作，并结合本部门法定职责开展行业标准的推广实施。

第二十三条 国务院有关行政主管部门负责行业标准的解释。行业标准的解释与标准文本具有同等效力。解释发布后，国务院有关行政主管部门应当自发布之日起二十日内在部门门户网站或者部门标准化工作网站公开解释文本，并在全国标准信息公共服务平台公开。

第二十四条 行业标准的复审周期一般不超过五年。有下列情形之一的，应当及时复审：

(一) 法律、行政法规、部门规章或者国家有关规定发生重大变化的；

(二) 相关国家标准、行业标准发生重大变化的；

(三) 关键技术、适用条件发生重大变化的；

(四) 其他需要及时复审的情形。

国务院有关行政主管部门应当公告复审结论。复审结论分为继续有效、修订、废止三种情形。复审结论为修订的，应当按照本办法规定的行业标准制定程序执行。复审结论为废止的，应当在公告废止前公开征求意见。废

止公告应当在全国标准信息公共服务平台公开。

第二十五条 国务院有关行政主管部门应当建立行业标准实施信息反馈和评估机制，根据反馈意见和评估情况对行业标准进行复审。

第二十六条 国务院有关行政主管部门应当定期对其发布的行业标准开展监督检查，及时纠正行业标准不符合强制性国家标准，与国家标准、其他行业标准重复交叉或者不协调配套，超范围制定以及编号编写不符合规定等问题。

第二十七条 国务院标准化行政主管部门定期组织对行业标准开展监督检查，通报结果。

第二十八条 行业标准与国家标准、其他行业标准之间重复交叉或者不协调配套的，国务院标准化行政主管部门应当会同国务院有关行政主管部门，提出整合、修订或者废止行业标准的意见，并由国务院有关行政主管部门负责处理。国务院有关行政主管部门未处理的，由国务院标准化行政主管部门组织协商，协商不成的，报请国务院标准化协调机制解决。

第二十九条 国务院有关行政主管部门违反本办法第三条第三款、第六条第一款和第二款、第九条规定的，以及行业标准制定主体、编号、备案或者复审等不符合本办法规定的，国务院标准化行政主管部门要求其说明情况，并限期改正。未按期改正的，由国务院标准化行政主管部门公告废止相关标准。

第三十条 违反本办法第六条第三款规定的，按照《中华人民共和国反垄断法》等法律、行政法规的规定处理。

第三十一条 国务院标准化行政主管部门和国务院有关行政主管部门应当建立完善行业标准投诉举报处置制度，畅通投诉举报渠道，接受社会监督，及时处理投诉举报。

第三十二条 本办法自2024年6月1日起施行。1990年8月24日原国家技术监督局令第11号公布的《行业标准管理办法》同时废止。

核桃的3种吃法

核桃山楂饮

食材：核桃 150 克，山楂 100 克，冰糖 200 克。做法：先将核桃剥开取出果仁，再加入 4 杯清水，用搅拌机打成糊状；山楂切片后煲水 30 分钟，熬成山楂汁，加入冰糖搅拌；当冰糖完全溶解，再添加核桃汁，搅拌均匀即可。这道食疗酸甜开胃，非常适合胃口不好的人。

核桃红枣茶

食材：核桃仁 5 个，红枣两粒，桂圆两枚，红茶 3 克。做法：将核桃仁、红枣（掰开去核）、桂圆、红茶一起放入砂锅中，加入三碗水煮成两

碗，滤渣取汁。代茶温饮，每日 1 剂。这道食疗方有温补脾肾、润燥通便的作用，适合阳虚体质者日常调理饮用。但是，阴虚火旺体质及脾虚便溏者不宜饮用。

核桃百合粥

食材：百合 10 克，山药 15 克，薏仁 10 克，核桃 5 个，红枣（去核）10 个，粳米 100 克。做法：将核桃剥开取出果仁，百合、山药、薏仁、粳米、红枣洗净备用；将洗净的材料放入砂锅，倒入适量的水熬煮成粥即可。这道食疗方有助于缓解眼睛干涩症状，尤其适合用眼过度的人群或因

压力大、作息不正常的虚火上升者食用。提醒：虚寒体质、孕妇食用此粥，应减去薏仁。



碧根果营养丰富



1. **蛋白质**：碧根果中含有丰富的蛋白质，蛋白质的含量比一些其他种类的坚果还要高。

2. **脂肪**：碧根果中的脂肪主要是不饱和脂肪酸，尤其是富含单不饱和脂肪酸，有助于降低血脂和胆固醇，对心血管健康有益。

3. **碳水化合物**：碧根果中含有一定量的碳水化合物，是人体能量的重要来源。

4. **矿物质**：碧根果中富含锌、铁、钾、镁等矿物质，这些矿物质对人体的正常代谢和生长发育有很大的作用。

5. **维生素**：碧根果中含有丰富的维生素 E 和 B 族维生素等，这些维生素对人体的免疫系统、生长发育、神经系统和皮肤健康都有很大的作用。

6. **碧根果还富含多种抗氧化物质**，如类胡萝卜素、类黄酮等，具有很好的抗氧化和抗衰老作用。

总之，碧根果是一种非常营养的食品，适量食用碧根果有助于提供人体所需的各种营养元素，同时也具有很好的抗氧化和抗衰老作用。

怎样才能吃出 乌黑浓密的头发



第一，鸡蛋和牛奶

因为鸡蛋和牛奶中含有很高的蛋白质。而蛋白质是头发中最基本的营养素。如果蛋白质摄取不足，就会造成脱发，头发稀疏等问题。



第二，猕猴桃，西蓝花，草莓，木瓜

因为这些食物中含有很高的维生素c。维生素c是合成胶原蛋白不可缺少的一种营养素。头发缺乏胶原蛋白当然会造成头发干燥、分叉、断裂、等问题。



第三，黑豆糙米等粗粮

因为这类食物含铁量很高。如果身体缺乏铁，我们的血液输送氧气的量就会不足，头发也就没有办法获得足够的养分，就会造成脱发。并且这类食物还含有很高的维生素b族，维生素b族能够促进蛋白质的合成，帮助我们头发生长和修复，还能够促进造血的功能。

第四，扇贝，南瓜子，葵花籽

因为这类食物锌含量很高。而锌是参与体内的这个蛋白质合成的重要营养素之一，缺锌呢也会影响血红素的合成，导致贫血进而引起脱发。

第五，核桃类坚果

因为这类食物含有非常重要的微量元素一硒，硒对于头发毛囊抗氧化，还有形成有一定的保护作用。但是过量的硒也有可能引起全身的毛发脱落，所以呢食补是最好的办法。

第六，海带、紫菜

海带紫菜中是含碘很高的食物。因为含碘的食物是能够促进脑神经细胞的新陈代谢，也是有利于头发的生长。 



NANKO
南科

荣获2021年度全国坚果炒货科学进步奖

坚果抗氧化剂

坚果抗氧化 我只选南科

坚果抗氧化剂含有多种植物抗氧化成分，科学组合，协同作用，效果好，结构稳定耐高温，有效抑制坚果中油脂氧化、哈败变味，具有提高坚果品质及延长坚果保质期的功效。坚果抗氧化剂的正确使用不仅可以延长坚果的贮存期、货架期给生产者带来良好的经济效益，而且给消费者带来更好的食品安全。



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



节能无处不在，懂工艺、更懂你
》》》》》》》》

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

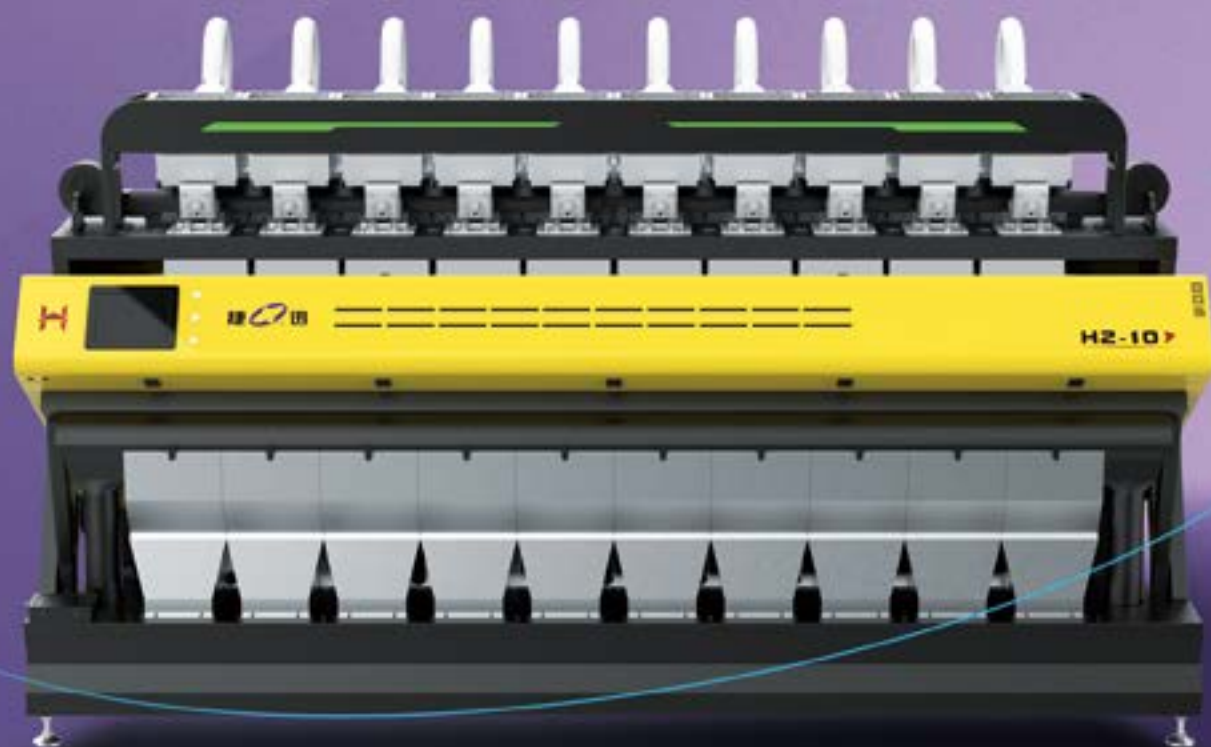
地址: 安徽省合肥市肥西上派工业园南方路



全球领先的智能分选解决方案

MK系列 / TK系列 / H系列

高端杂粮质选机



安徽捷迅光电技术有限公司

400服务热线：400-105-5199 销售热线：0551-65845145

公司地址：安徽省合肥新站高新技术产业开发区萧城路6号





安徽省恒康机械制造有限公司

中国食品工业协会坚果炒货专业委员会常务理事单位

DXDM型系列折边袋制袋包装机



HKC型系列半自动称量机组



HKD-II型水平给袋式自动包装机



朋友遍天下

洽洽食品股份有限公司及其全国各地分公司
 浙江大好大食品有限公司
 好想你枣业有限公司
 安徽燕之坊食品有限公司
 山东沙土食品工业有限公司
 江苏阿里山食品有限公司
 苏州口水娃食品有限公司
 山东泰山旭日食品有限公司
 山东莱芜香山食品有限公司

地址：合肥国家高新技术产业开发区柏堰科技园铭传路698号
 邮箱：koyo@koyopack.com
 网址：www.koyopack.com
 电话：0551-65329999 65325555 65321111
 传真：0551-65329999



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

陕西咸阳市彩虹商贸食品有限公司



公司创建于1989年3月，是一家集产品开发、生产、销售及售后服务为一体的现代化民营企业。通过ISO9001质量管理体系和QS市场准入认证。注册资金5000万元，占地面积170余亩。

“金鸽”商标被授予“陕西省著名商标”，“金鸽”牌炒货被陕西省人民政府评为“陕西省名牌产品”，被中国坚果炒货专业委员会评为“全国著名品牌”和“坚果炒货优秀企业”。

“金鸽”牌瓜子、花生配方独特，口味香醇，深受广大消费者的喜爱和信赖，远销河南、河北、山西、山东、辽宁、吉林、甘肃、陕西、新疆、青海、西藏等10多个省、200多个地市，年产值数亿元。

公司曾被评为“省消费者信得过企业”、“省乡镇先进企业”；多次被陕西省财政厅、国家税务局、地方税务局评为“诚信纳税先进企业”和“A级纳税人”；多次被咸阳市国家税务局、地方税务局分别授予“诚信纳税先进企业”；多次被咸阳市政府评为“质量信得过单位”、“先进私营企业”、“守合同重信用企业”、“安全生产先进企业”。总经理梁祖一被授予“咸阳市劳动模范”和“咸阳市首届十大民营企业企业家”称号。

公司自创建以来，坚持“以质量求生存，以质量求发展，以质量求效益”为经营理念，以顾客信赖、顾客满意、顾客放心为关注焦点，注重质量、注重信誉、注重售后服务，赢得了广大消费者的称赞，收到了良好的社会效益和经济效益。

公司热忱欢迎广大新、老客户垂询、经销我公司的产品，也热情欢迎广大消费者享用我公司的产品。总经理梁祖一携全体员工向各位新、老客户及广大消费者致以深深的谢意！





www.chinanutexpo.com



本网站为中英文双语版

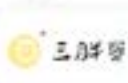
您将
有机会

1. 同步参与线下展会活动、会议直播；
2. 两千余家展商同台参展、24小时观展洽谈；
3. 与头部电商平台、知名网红举办现场带货直播；
4. 及时了解全球坚果炒货行业信息 市场行情 消费者需求。
5. 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：jianguo-zhan@163.com
地址：北京市西城区马连道南街12号气象宾馆33368室
邮编：100073
www.chinanutexpo.com



参展报名



坚果展干食品展公众号