

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



"坚果和种子市场的增速放缓不应被看做是饱和的表现；相反，进一步刺激市场增长的机会在于让坚果和种子与其他食物和饮料品类更为兼容，成为其配料甚至是基底。有益健康的坚果种子是又一机会，因为它们可以满足成熟消费者目前没有被满足的需求。有益健康既可以通过‘减’（如低脂肪、低盐），也可以通过‘加’（如高蛋白、高纤维）的宣称来体现。"

- 阿芳，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 提升坚果种子对老年人的吸引力
- 有益健康的坚果种子的潜力
- 品牌差异化可行否？

坚果品类是中国零食市场目前最受欢迎的品类，这要归功于其健康的形象和美味零食的定位。而种子作为中国的传统零食品类，增速较低但稳定。坚果和种子市场的增长推力可能来自于消费者健康意识的提升，以及该品类的主要消费群体——中产阶级的崛起。

洽洽凭借其在种子细分品类的制霸地位领跑市场。零食品类的头部玩家，包括三只松鼠、百草味和良品铺子也在该市场中拥有不俗成绩。坚果和种子市场产品同质化明显，因此找到精准的品牌定位是重点企业必须考虑的战略。

购买  
这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

中国  
+86 (21) 6032 7300

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：  
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需要了解的

报告定义

## 综述

市场

增速放缓，但市场仍然看好

数据1: 中国坚果和种子市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

坚果品类增速高于种子

数据2: 中国坚果市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

数据3: 中国种子市场销售额预测（最好和最差情形），2014-2024年

公司与品牌

洽洽两门双优领跑市场

数据4: 坚果和种子市场领先公司的市场份额，中国，2018年

头部玩家竞争策略差异初显

“天然”坚果的机会

消费者

新鲜蔬菜或水果受到全年龄段欢迎；坚果和种子需要引发年轻一代的兴趣

数据5: 消费趋势，中国，2019年5月

中国传统坚果更受欢迎

数据6: 吃过的种类，中国，2019年5月

消费者不只从一个品牌购买，即使是相似的产品

数据7: 品牌渗透率，中国，2019年5月

坚果和种子的营养价值广为人知

数据8: 功效/负面影响认知，中国，2019年5月

对熟悉的产品兴趣更高

数据9: 创新机会，中国，2019年5月

混合坚果种子产品已成为主流

数据10: 对坚果和种子的态度，中国，2019年5月

我们的观点

## 议题与洞察

提升坚果种子对老年人的吸引力

现状

启示

数据11: 强调有益心血管和消化的坚果产品示例，美国和澳大利亚，2019年

有益健康的坚果种子的潜力

现状

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 启示

数据12: 强调加工技术保留营养的坚果产品示例, 美国, 2019年

数据13: 带有“加”的宣称的坚果产品示例, 中国和印度, 2019年

品牌差异化可行否?

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

市场前景光明

高质量消费者群体加速高端化趋势

坚果品类增速仍然可观

## 市场规模与预测

增速放缓, 但市场仍然看好

数据14: 坚果和种子市场的销售额和增速, 中国, 2015-2019年

坚果和种子市场的总销售额预计将于2024年达到2,803亿元人民币

数据15: 中国坚果和种子市场销售额预测(最好和最差情形), 2014-2024年

## 市场增长动力

健康零食盛行

高质量消费者群体加速高端化趋势

中美贸易战或导致价格上涨, 亦改变产品结构

## 市场细分

坚果品类仍然增速可观

数据16: 中国坚果市场销售额预测(最好和最差情形), 2014-2024年

洽洽主宰种子细分市场

数据17: 中国种子市场销售额预测(最好和最差情形), 2014-2024年

## 重点企业——您所需要了解的

洽洽两门双优领跑市场

头部玩家竞争策略差异化初显

“天然”坚果的机会

## 市场份额

洽洽两门双优领跑市场

数据18: 坚果和种子市场领先公司的市场份额, 中国, 2018年

三只松鼠制霸坚果市场, 但正在减少坚果在收入来源中的占比

数据19: 三只松鼠总收入中坚果产品的占比, 中国, 2016-2018年

沃隆凭借明星产品获得更多份额

数据20: 热门电视剧《都挺好》中的沃隆每日坚果内容营销, 中国, 2019年

## 竞争策略

采取全渠道策略以触及更多消费者

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据21: 百草味位于杭州的第一家门店，中国，2019年

增强供应链管理能力，打造独一无二产品

数据22: 良品铺子葵花子强调供应链管理，中国，2019年

公司上市或带来良性竞争

## 谁在创新？

全球创新亮点

坚果有望成为甜食之选

数据23: 坚果品类新产品口味类别前十名，全球，2016-2019年（截至8月）

数据24: 灵感来自甜品的坚果甜味坚果产品示例，韩国和美国，2018年

宣传坚果和种子天然的植物蛋白成分

数据25: Graze素蛋白能量在包装上强调蛋白质，英国，2019年

中国（包括台湾）创新亮点

“天然”坚果的机会

数据26: 坚果品类带有天然宣称的新品百分比，中国 vs 全球，2016-2019年（截至8月）

数据27: Viridis Vivus开心果宣称健康、天然，且不含漂白剂或防腐剂，台湾，2018年

基于坚果和种子的食品饮料大量涌现

数据28: 基于坚果的饮料产品示例，中国，2018-2019年

## 消费者——您所需要了解的

更多坚果也意味着更多种子和干果

中国传统坚果更受欢迎

消费者不只从一个品牌购买类似的产品

## 消费趋势

新鲜蔬菜水果受到全年龄段欢迎；坚果和种子需要引发年轻一代的兴趣

数据29: 消费趋势，中国，2019年5月

数据30: 消费趋势——部分食物——吃得更多（按年龄区分），中国，2019年5月

更多坚果，也意味着更多种子和干果

数据31: 消费趋势——部分食物——吃得更多（按年龄区分），中国，2019年5月

## 吃过的种类

中国传统坚果更受欢迎

数据32: 吃过的种类，中国，2019年5月

数据33: 吃过的种类——部分子品类（按城市线级区分），中国，2019年5月

女性更爱潮流坚果

数据34: 吃过的种类——部分子品类（按性别区分），中国，2019年5月

最年轻与最年长是主要消费者群体

数据35: 吃过的种类——部分子品类（按年龄区分），中国，2019年5月

## 品牌渗透率

电商品牌渗透率更高

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据36: 品牌渗透率，中国，2019年5月

消费者不只从一个品牌购买类似的产品

数据37: 品牌渗透率——部分品牌（按品牌用户区分），中国，2019年5月

坚果买沃隆，种子选洽洽

数据38: 吃过的种类——部分子品类（按品牌区分），中国，2019年5月

数据39: 吃过的种类——部分子品类（按品牌区分），中国，2019年5月

## 功效/负面影响认知

坚果和种子的营养价值广为人知

数据40: 功效/负面影响认知，中国，2019年5月

有益健康的坚果和种子产品蕴含机会

数据41: 功效/负面影响认知——部分影响（按性别区分），中国，2019年5月

## 创新机会

对熟悉的产品兴趣更高

数据42: 创新机会，中国，2019年5月

数据43: 创新机会——部分产品（按年龄区分），中国，2019年5月

西式坚果和种子基产品在高收入者中有潜力

数据44: 创新机会——部分产品（按个人月收入区分），中国，2019年5月

## 对坚果和种子的态度

混合坚果种子产品已成为主流

数据45: 对坚果和种子的态度，中国，2019年5月

将坚果种子定位成馈赠食品

数据46: 对坚果和种子的态度，中国，2019年5月

针对低收入者的机会何在？

数据47: 对坚果和种子的态度，中国，2019年5月

## 认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群正提升在该市场的消费

数据48: 消费趋势（按消费者分类区分），中国，2019年5月

英敏特城市精英人群从更多品牌购买

食用坚果种子已成为英敏特城市精英人群的生活方式选择

数据49: 对坚果和种子的态度（按消费者分类区分），中国，2019年5月

## 附录——市场规模与预测

数据50: 坚果和种子的总销售额，中国，2014-2024年

## 附录——市场细分

数据51: 坚果总销售额，中国，2014-2024年

数据52: 种子总销售额，中国，2014-2024年

## 附录——研究方法 with 缩写

研究方法

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 坚果和种子 - 中国 - 2019年9月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)