



商务部国际贸易经济合作研究院

Chinese Academy of International Trade and Economic Cooperation, MOFCOM

中国坚果贸易形势与消费趋势研究报告

亚洲研究所

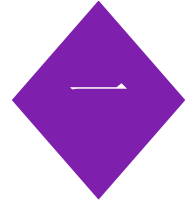
2024年5月

引言

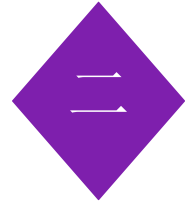
当前，随着居民人均可支配收入不断增长以及全球健康饮食观念的不断普及，我国居民食物消费结构已经从“吃得饱”向“吃得营养健康”转变。基于我国居民食物消费结构变化及我国食物供给状况，习近平总书记在二十大报告中提出“树立大食物观”“构建多元化食物供给体系”，为我国农产品加工业、食品业发展指明了方向。坚果属于植物源高能量食品，其中含有多种不饱和脂肪酸、矿物质、维生素E和B族维生素，其作为健康休闲食品正日益受到消费者的青睐，大力推动坚果行业发展也成为我国构建多元化食物供给体系的重要部分。

为充分了解坚果行业发展状况及趋势，本报告从供给侧和需求侧两个角度对坚果行业进行了分析并对未来发展趋势进行了初步研判。主要内容包括坚果行业发展的宏观环境、坚果贸易形势、坚果行业发展和消费特点及未来发展趋势。从贸易形势来看，近年来我国坚果贸易维持净进口态势，主要进口扁桃、夏威夷果和腰果，进口来源地以美国、澳大利亚、南非及越南为主。从供给端来看，我国坚果行业仍处于扩张阶段，整体市场集中度低，行业竞争进入营销多渠道化、注重品牌化及全产业链发展阶段；从消费端来看，坚果消费进入礼品化消费和品牌化消费不断增长，更注重口感及绿色健康的消费阶段。从未来发展趋势来看，坚果贸易将维持进口大于出口、进口目的地及进口品类趋向多元化的发展格局；坚果行业将朝向更注重全链条创新、注重行业标准制定的方向发展；坚果消费将更趋向于产品的深加工化。

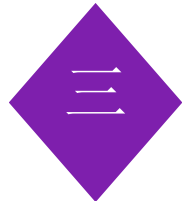
目录



坚果行业发展环境



中国坚果贸易形势



中国坚果行业发展及消费现状



未来趋势展望

一、坚果行业发展环境



宏观环境



行业政策



消费结构及消费理念变化

（一）宏观环境

国际环境：全球健康饮食趋势推动坚果行业迅速发展

全球健康饮食趋势正在深刻地影响着全球的食品消费习惯和行业发展趋势。

- 坚果不仅富含优质的不饱和脂肪酸、蛋白质以及纤维，还是维生素和矿物质的天然宝库。这些营养成分对于维持人体健康至关重要。食用坚果和种子具有多种健康益处，包括预防糖尿病、降低血液胆固醇和胆结石等。因此，坚果成为了越来越多追求健康饮食消费者的首选。随着健康饮食理念的深入人心及可支配收入的增加，全球范围内对坚果的需求呈现出稳步增长的态势。
- **全球坚果市场规模迅速增长。**根据Maximize Market Research 于2024年3月发布的坚果行业预测报告显示，2023年全球坚果市场规模估计在603.2亿美元，预计到2030年将达到877.5亿美元，2024-2030年复合年增长率将达到5.5%。另据Mordor Intelligence (2023) 分析，预计2024-2029年间，全球坚果市场将达到6.46%的增长速度，其中亚太地区将成为全球坚果市场增速最快的地区。
- 虽然各机构预测的坚果市场规模及增长率有所差异，但可以看出，全球坚果市场正处于迅速上升期。

(一) 宏观环境

国际环境：逆全球化与区域经济一体化并存

- 国际贸易环境对坚果贸易、市场发展及消费趋势有着重要影响。自贸协定、特惠关税等优惠政策可以降低坚果的进口成本，提高市场竞争力。然而，贸易保护主义抬头和贸易壁垒的增加也为坚果行业的发展带来一定挑战。
- 近年来，逆全球化思潮抬头，贸易保护主义不断加剧。以美国为代表的西方国家以加征关税等方式限制我国产品出口，对我国发起贸易战，对国际贸易环境造成了一定负面影响。

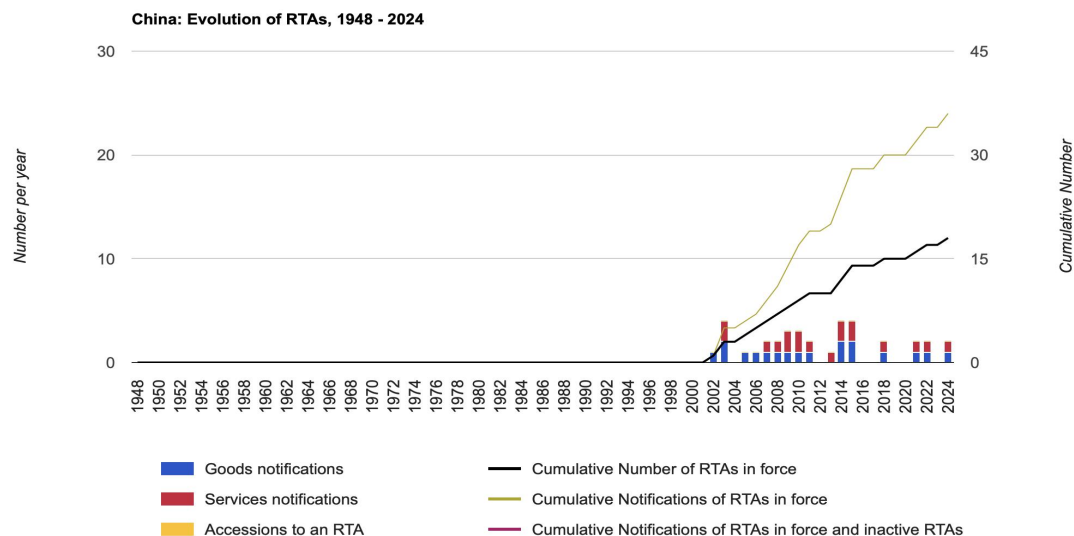


图 1-1 中国区域贸易协定 (RTAs) 发展演变

资料来源：世界贸易组织 (WTO)

- 面对逆全球化思潮，我国始终坚持全面推行高水平对外开放，稳步扩大制度型开放。通过积极推进签署自贸协定，构建面向全球的高标准自贸区网络，主动自主降低进口关税，给予最不发达国家零关税待遇等方式彰显自主开放的决心。
- 截至2024年4月底，我国已与29个国家和地区签署了22个自贸协定，与相关国家贸易额占中国对外贸易总额的三分之一左右。

(一) 宏观环境

国际环境：逆全球化与区域经济体一化并存

- 2024年，我国继续给予43个已建交并完成换文手续的最不发达国家零关税待遇。后续将逐步给予所有已建交的最不发达国家98%税目产品零关税待遇。
- 具体到坚果进口，在自贸协定及优惠关税税率下，当前我国与东盟国家、智利、新西兰、秘鲁、瑞士、冰岛、韩国、澳大利亚、格鲁吉亚、毛里求斯进口的各种坚果基本为零关税，自哥斯达黎加、日本、尼加拉瓜进口坚果执行自贸协定税率，给予安哥拉、冈比亚、刚果（金）、马达加斯加、马里、毛里塔尼亚等43个最不发达国家零关税。
- 作为反制美对华加征关税措施，目前中方对美方坚果进口维持加征关税税率。

表1-1 中国主要坚果进口关税税率表

产品名称	HS 编码	协定及LDC税率	日本(RCEP)	韩国协定税率	暂定税率	最惠国税率	对美国税率
鲜或干的未去壳巴西果	08012100	0	7.3	0	7	10	22-52
鲜或干的去壳巴西果	08012200	0	7.3	0	7	10	22-52
鲜或干的未去壳腰果	08013100	0	14.5	0	5	20	20-50
鲜或干的去壳腰果	08013200	0	7.3	0	7	10	22-52
鲜或干的扁桃核	08021100	0	14.5	0	10	24	25-55
鲜或干的未去壳阿月浑子果	08025100	0	7.3	0	5	10	20-50
鲜或干的去壳阿月浑子果	08025200	0	7.3	0	5	10	20-50
鲜干的未去壳非种用马卡达姆坚果	08026190	0	17.5	0	12	24	27-57
鲜或干的去壳马卡达姆坚果	08026200	0	17.5	0	12	24	27-57
鲜或干的未去壳松子	08029100	0		12	10	24	25-55
鲜或干的去壳松子	08029200	0	21.4	12.5	10	25	25-55
鲜或干的碧根果	08029990	0		12	7	24	22-52

资料来源：根据中国海关总署数据整理。

(一) 宏观环境

国内环境：居民人均可支配收入不断提升，居民食物消费结构发生转变

- 当前，我国人均国内生产总值已突破 1 万美元，居民人均可支配收入已接近4万元人民币，居民人均消费支出2.7万元人民币。人均可支配收入和人均消费支出保持持续增长，人民生活水平持续改善。
- 随着居民可支配收入和消费支出的增加，我国人民的食物消费结构已经从“吃得饱”向“吃得好”“吃得营养健康”转变。

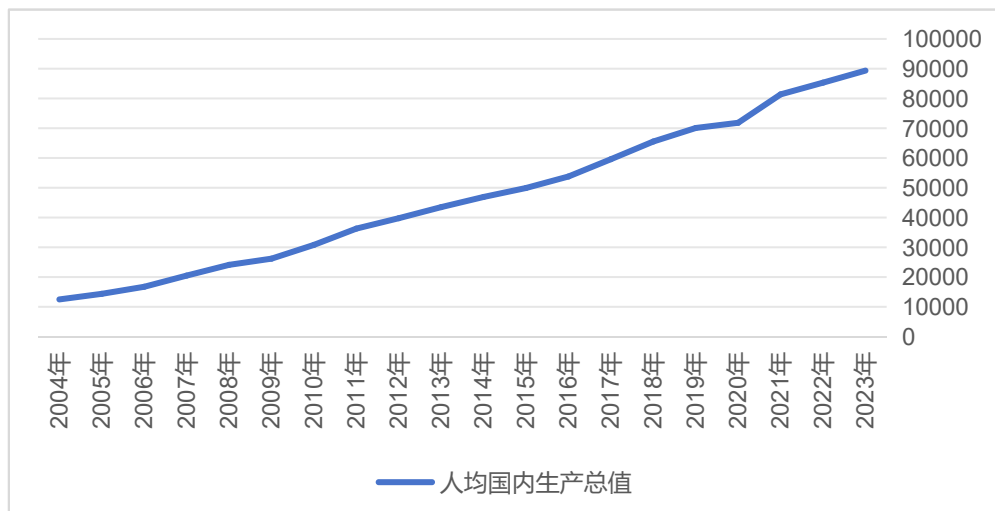


图 1-2 2004-2023年我国人均国内生产总值变化 (元)

资料来源：根据国家统计局数据绘制。

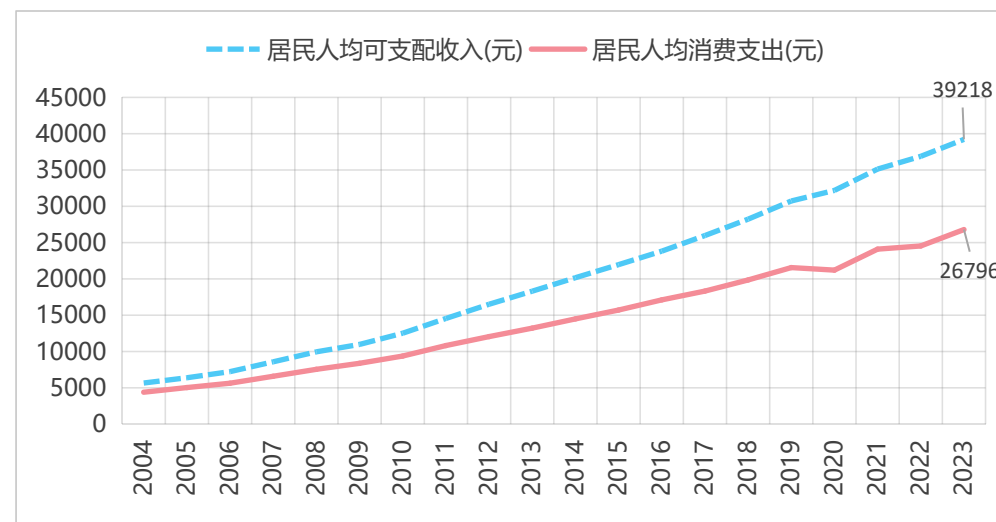


图1-3 2004-2023年我国居民人均可支配收入和人均消费支出变化 (元)

(一) 宏观环境

国内环境：习近平总书记的“大食物观”为坚果产业发展提供遵循

- 党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央把解决好十几亿人的吃饭问题作为治国理政的头等大事，提出了新粮食安全观，确立了国家粮食安全战略。
- 党的二十大报告中进一步提出“树立大食物观”“构建多元化食物供给体系”。
- 习近平总书记在看望参加政协会议的农业界、社会福利和社会保障界委员时的讲话中指出：“要树立大食物观，从更好满足人民美好生活需要出发，掌握人民群众食物结构变化趋势”“要在保护好生态环境前提下，从耕地资源向整个国土资源拓展”“要向森林要食物，向江河湖海要食物，向设施农业要食物，同时要从传统农作物和畜禽资源向更丰富的生物资源拓展”“向植物动物微生物要热量、要蛋白”“全方位、多途径开发食物来源，开发丰富多样的食物品种，实现各类食物供求平衡，更好满足人民群众日益多元化的食物消费需求”。（新华社，2022年03月06日）
- 习近平总书记的“大食物观”正是在掌握人民群众食物消费结构变化趋势基础上，从满足人民美好生活需要出发，对我国农业发展、农产品安全稳定供应和食品行业健康发展作出的重要指示。
- 大力发展坚果产业，满足休闲食品消费升级需求，是系统构建多元化食物供给体系的一部分，是践行大食物观的重要体现。

(一) 宏观环境

国内环境：国家政策支持林果生产、加工产业发展及扩大消费

- 近年来，为推动食品行业健康发展，国家出台了多项政策，以支持坚果在内的农产品、食品及健康产业的发展。坚果行业一般以农产品为加工原料，对于调整和优化农业结构，提高农业效益，增加农民收入，带动机械制造、包装运输等行业的发展，推动农业现代化具有重要作用。

表1-2 相关国家政策

发布时间	发布单位	发布政策	主要内容
2023.7	国务院办公厅	《国务院办公厅转发国家发展改革委关于恢复和扩大消费措施的通知》	促进农村消费。推动特色产品进城。深入推进农业生产和农产品“三品一标”，开发具有鲜明地域特点、民族特色、乡土特征的产品产业，大力发展农村电子商务和订单农业，拓宽特色农产品上行通道。
2022.5	国务院办公厅	《“十四五”国民健康规划》	实施国民营养计划和合理膳食行动，倡导树立珍惜食物的意识和养成平衡膳食的习惯，推进食品营养标准体系建设，健全居民营养监测制度，强化重点区域、重点人群营养干预。
2022.2	农业农村部	《“十四五”全国农产品质量安全提升规划》	到2025年，农产品质量安全水平持续稳中向好，农产品质量安全治理能力和绿色优质农产品供给能力稳步提升，基本形成高水平监管、高质量发展的新格局。
2022.2	中国绿色食品发展中心	《绿色食品产业“十四五”发展规划纲要（2021-2025年）	重点支持大型龙头企业、深加工企业积极发展大米、面制品、食用油、保鲜果蔬、茶叶等初加工产品，发展食用糖、果蔬饮料、果酒、调味品、休闲食品、精制盐等深加工产品。鼓励发展绿色食品流通新业态新模式，支持绿色食品生产企业、营销企业创建电商平台，加强与大型知名电商平台合作，开展绿色食品网络营销、直播带货，支持第三方平台发展绿色食品直销配送、线上线下相结合的新零售方式。
2021.11	国务院	《“十四五”推进农业农村现代化规划》	提出促进果菜茶多样化发展。因地制宜发展林果业、中药材、食用菌等特色产业。加强特色农产品优势区建设。建设一批特色农产品标准化生产、加工和仓储物流基地，培育一批特色粮经作物、园艺产品、畜产品、水产品、林特产品产业带。

资料来源：根据公开网络资料整理。

(二) 行业政策

推进供给侧结构性改革，扩大坚果生产，完善行业标准体系

- **推动农业供给侧结构性改革：**云南、广西、黑龙江、吉林等坚果种植地已制定并执行相关产业发展规划，鼓励优化种植结构，提高坚果品质和产量，支持坚果加工业及全产业链发展。所采取的政策包括实施种植补贴政策、降低农民种植成本，支持坚果种植技术的研发和推广，帮助农民提高种植技能。例如，2022年，广西天等县出台崇左坚果产业发展以奖代补实施方案并快速推进，该措施有效激发了群众种植坚果的积极性。2023年，广西合山市、西双版纳傣族自治州人民政府积极开展技术培训、发放肥料等物资助力农户发展澳洲坚果产业。
- **完善相关行业标准体系：**不断完善坚果行业国家标准，以确保坚果类食品的安全性、规范市场行为、保护消费者权益，并促进坚果行业的健康发展。2024年3月，国家市场监督管理总局发布《原木检验》标准中，《澳洲坚果》国家标准位列其中，成为全国首个澳洲坚果国家标准。该标准规定了澳洲坚果的分类、技术要求、试验方法、检验规则、包装、标志、运输和贮存等要求。

(二) 行业政策

推进供给侧结构性改革，扩大坚果生产，完善行业标准体系

表1-3 地方政府相关规划

部门	年份	文件名	主要内容
云南林草局	2022.01	云南“十四五”林草产业发展规划	到2025年，坚果面积4720万亩，实现云南坚果产业由“大”向“强”的转变，规模化、专业化、绿色化、组织化、市场化水平显著提高，产品加工能力和水平显著增强，产业集聚程度明显提高。探索建立核桃、澳洲坚果等期货市场。将坚果产业列为重点发展产业。重点发展滇西南澳洲坚果产业集群。以永德、镇康为中心，着力打造澳洲坚果产业，形成引领全国的澳洲坚果产业高地。
广西壮族自治区林业局	2022.6	广西林草产业发展“十四五”规划	重点发展特色经济林。稳步发展澳洲坚果，建设一批集育苗、种植、加工于一体的核心园区，打造“广西好嘢”坚果品牌优势区。到2025年，八角、肉桂、核桃等特色经济林低产林改造面积10万公顷，全区特色经济林综合产值达到1000亿元。重点在南宁、百色、梧州、崇左、防城港等发展澳洲坚果，建成澳洲坚果示范基地2.67万公顷，干果年产量15万吨以上。
黑龙江林业和草原局	2022.4	黑龙江林下经济发展规划（2021—2035年）	将黑龙江特色林果产业建设成为坚果、浆果生产基地、东北部重要生态屏障区的主导产业。大力发展以红松坚果和平欧榛子为代表的坚果产业，加大坚果林的培育力度，逐步扩大种植范。支持创建坚果加工龙头企业，开发坚果仁、坚果油、坚果粉、坚果酱等高附加值食品、保健品等。发展松花粉等坚果派生出产业，全力打造榛子坚果全产业链。
中国绿色食品发展中心	2021.11	《食品安全标准与监测评估“十四五”规划》	完善最严谨的食品安全标准体系。提升食品安全风险监测评估工作水平。实施国民营养计划，落实合理膳食行动。

资料来源：根据公开网络资料整理。

(二) 行业政策

坚持食品安全与质量控制，制定价格稳定机制，保护消费者利益

- 食品安全和质量控制是坚果行业发展的重要保障。我国政府对食品安全和质量控制高度重视，出台了一系列政策法规和标准体系以确保食品质量和安全。
- 政府加强坚果产品质量安全的监管和检查，对存在质量问题的产品进行查处和惩罚，保障消费者权益。例如，2024年，江苏市场监督管理局发布通告称，近期该局组织食品安全抽检，抽取炒货食品及坚果制品、调味品、粮食加工品等24大类食品1844批次样品，检出18批次样品不合格。
- **制定价格稳定机制：**政府建立坚果价格稳定机制，通过价格调控、储备调节等手段，保持坚果价格的稳定，防止价格大幅波动对消费者和生产企业造成不利影响。例如，广西崇左市与坚果协会、商会研究制定崇左坚果青皮果收购管理办法，组织收购商商榷符合市场的合理的收购价格区间，加强收购商市场行为监督管理，严厉打击恶意压价等市场违法违规行。

(二) 行业政策

坚持食品安全与质量控制，制定价格稳定机制，保护消费者利益

表1-4 我国食品质量相关法律法规

发布时间	发布政策	主要内容
2022.3	《食品生产经营监督检查管理办法》	该办法是为了加强和规范对食品生产经营活动的监督检查，督促食品生产经营者落实食品安全主体责任，保障食品安全而制定的。它规定了监督检查的职责、程序、要求等，以及对违法违规行为的处罚措施。
2022.9	《关于建立健全分层分级精准防控末端发力终端见效工作机制推动食品安全属地管理责任落地落实的意见》	该文件由国务院食品安全委员会和市场监管总局联合印发，旨在推动食品安全属地管理责任和企业主体责任的落实，强化食品安全风险防控。
2022.10	《食品相关产品质量安全监督管理暂行办法》	为了加强食品相关产品质量安全监督管理，保障公众身体健康和生命安全，规定了食品相关产品生产者、销售者、监督管理部门等的责任和义务，以及监督检查、法律责任等内容
2024.3	《国家食品安全监督抽检实施细则（2024年版）》	该文件由国家市场监督管理总局制定，明确了食品安全监督抽检的抽样、检验、复检等环节的具体要求和程序，以保障食品安全。

资料来源：根据公开网络资料整理。

(三) 消费结构及消费理念变化

居民膳食结构升级

- 当前，我国社会经济发展进入全面建设小康社会迈向共同富裕的新阶段，居民膳食结构也发生明显转变。形式上表现为由“粮菜型”向“粮肉菜果”多元型转变，由传统家庭烹饪型向现代便捷型转变。
- 居民膳食结构升级引起居民对多元食物需求量的大幅增加。
- 与此同时，我国居民人均每日能量供给量快速增长，但仍有提升空间。根据中国农科院发布的《2023年中国食物与营养发展报告》显示，2022年，我国居民人均每日能量供给量为4,871千卡，近5年增长了3.9%。与其他国家相比，我国人均能量供给量仍低于大部分欧美发达国家，高于印度、南非等发展中国家。
- 坚果属于植物源高能量食品，其中含有多种不饱和脂肪酸、矿物质、维生素E和B族维生素，适量摄入有益健康。《中国居民膳食指南》建议：成人每周吃50~70g坚果，平均每天约10g，相当于10~12粒水煮花生、7~8个腰果、2个碧根果、一把半带壳瓜子、1个纸皮核桃。

(三) 消费结构及消费理念变化

消费理念上更强调健康营养

- 目前消费者的消费理念不断发生变化，消费需求日益多元，且更关注食品成分、功能，健康化的食品在吸引越来越多的消费者。
- 根据麦肯锡2023年中国消费者报告调查显示，在食品类产品中，45%的消费者关注食品的安全、天然的配方，53%的消费者关注食品的功效、口味和设计。
- 坚果炒货是健康类休闲食品的代表，正在获得越来越多消费者的青睐。

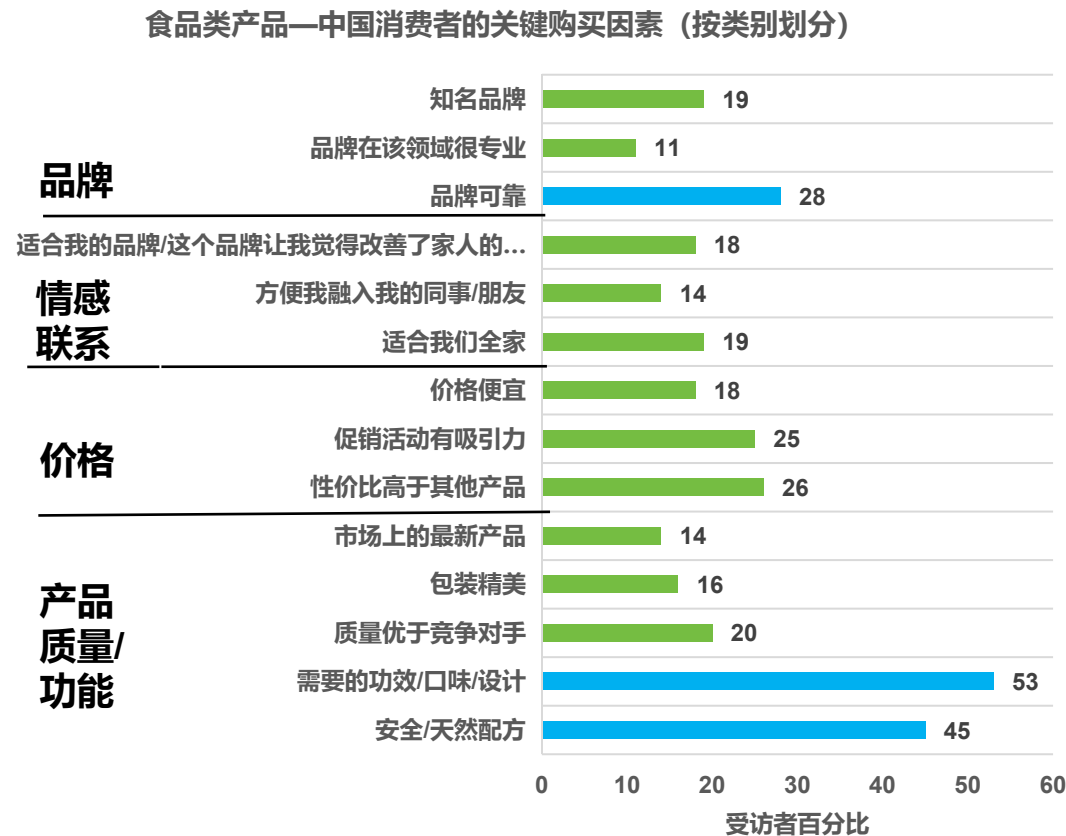


图1-4 中国消费者关键购买因素

资料来源：根据麦肯锡2023中国消费者调查报告制作。

二、中国坚果贸易形势



近十年坚果进出口整体形势



坚果分品类进口来源情况



坚果分品类进口目的地情况

(一) 近十年坚果进出口整体形势

坚果进出口总体规模呈波动扩大趋势

- 总体来看，2015至2023年我国坚果进出口规模呈波动扩大趋势。其中进口量由2015年的11.7万吨增至42.7万吨，出口量由6.3万吨增至29.9万吨。（注：为便于统计，本部分主要研究用于制作坚果相关食品的原材料，不包括坚果类加工品。）
- 分阶段来看，坚果进出口量于2019年有大幅增长，其中进口量增长率达到102.6%，出口量增长率达到72.7%，主要原因在于受疫情影响，居民居家办公，电商迅速发展引致休闲食品消费大幅增长，坚果作为休闲食品的重要品类也受到相应影响。
- 在经历2020-2022年的波动后，我国坚果进出口在2023年又有较大幅度增长。得益于国内坚果产量的增长，2023年我国坚果出口实现大幅增长，增长率达到56.04%，为2019年后最大增速。

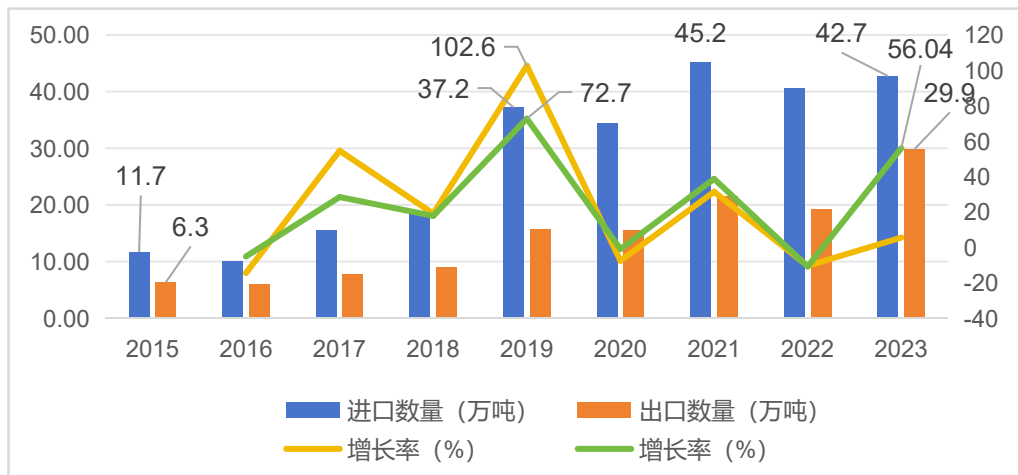


图2-1 2015-2023年坚果进出口总量

资料来源：根据中国海关总署数据库数据绘制。

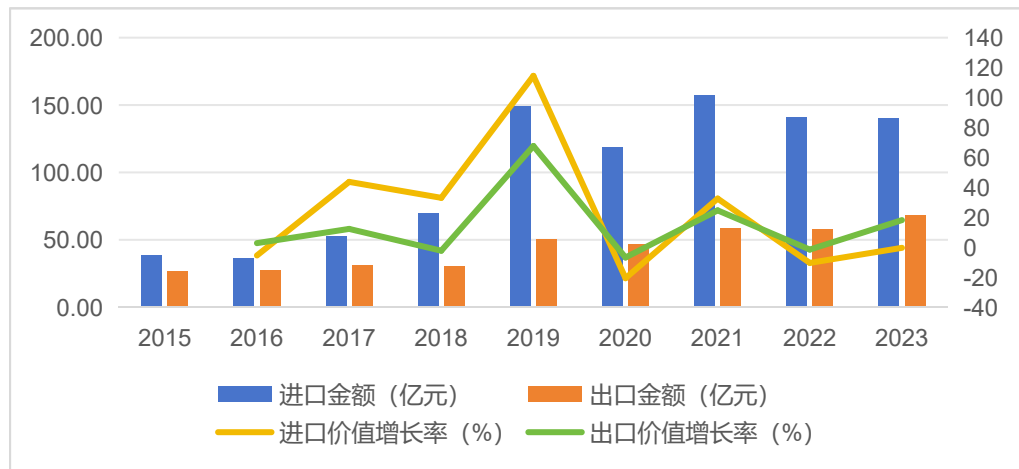


图2-2 2015-2023年坚果进出口总值

(一) 近十年坚果进出口整体形势

坚果贸易长期维持净进口状态

- ▶ 近年来，受国内对坚果消费需求不断扩大，同时国内坚果种植面积及产量有限等因素影响，我国坚果供需缺口较大，坚果贸易长期处于净进口状态。净进口量于2021年达到峰值23.8万吨，净进口额于2019年达到峰值99.0亿元。
- ▶ 2021-2023年净进口量值有所缩小，但净进口量缩小幅度大于净进口额。主要原因在于，近年来进口的坚果以高价值坚果为主，进口均价逐年攀升。

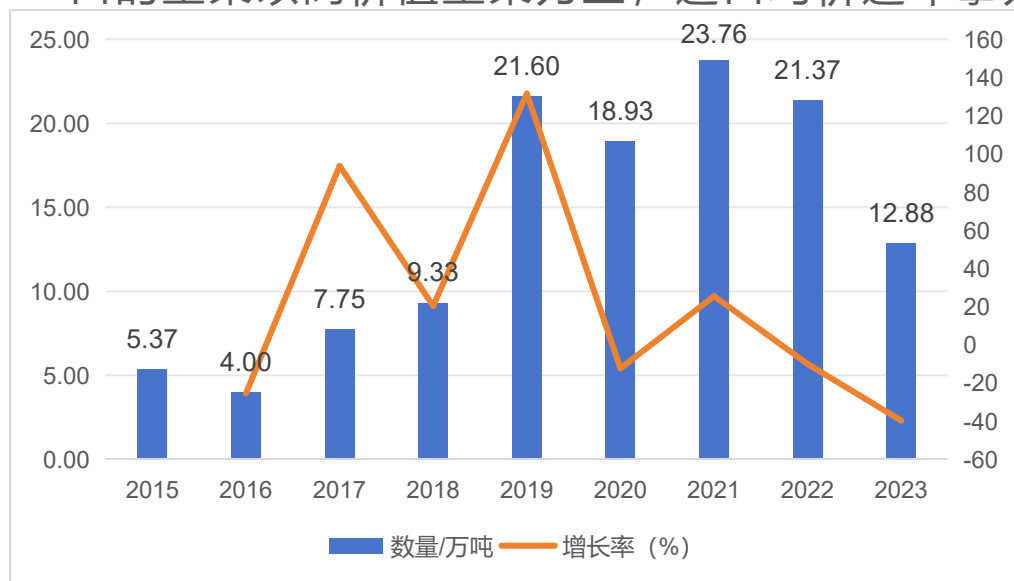


图2-3 2015-2023年坚果净进口变化

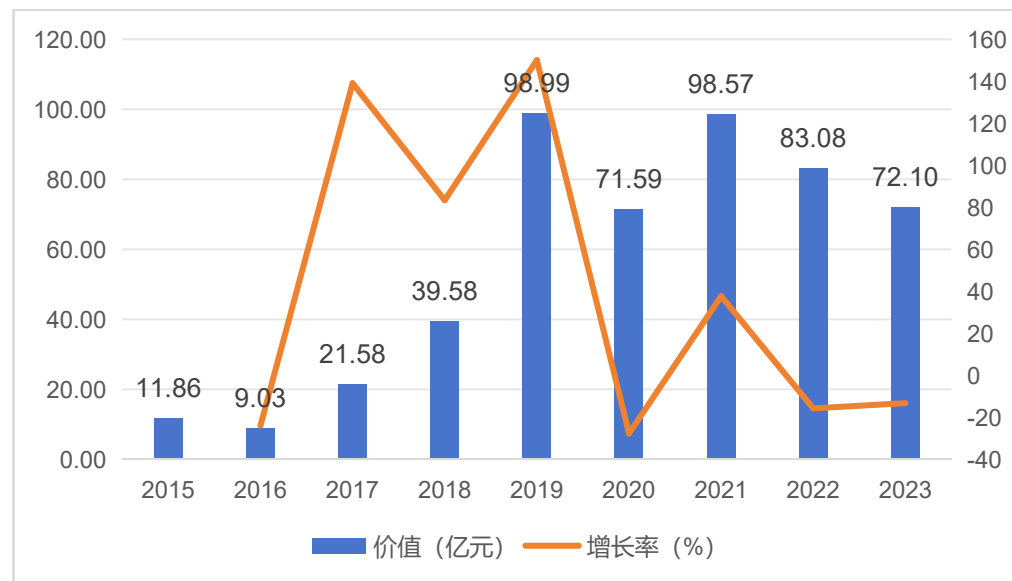


图2-4 2015-2023年坚果净进口额

资料来源：根据中国海关总署数据库数据绘制。

(一) 近十年坚果进出口整体形势

坚果进口品类有较大变化，2023年进口以扁核桃、夏威夷果及腰果为主

- 2019-2020年，我国坚果进口以开心果、扁核桃及腰果为主，三种坚果进口量占总进口的78%。
- 2021-2023年，我国进口主要坚果品类发生变化。
- 其中扁核桃进口量占比迅速增大，由2021年的32%迅速增至2023年的52%。同期，开心果进口比例则迅速下降，由2021年的34%下降至2023年的2%。夏威夷果进口量占比也由7%上升至17%。腰果进口量占比则由11%下降至10%。
- 2023年我国进口坚果以扁核桃、夏威夷果及腰果为主，三者占进口总量的79%。

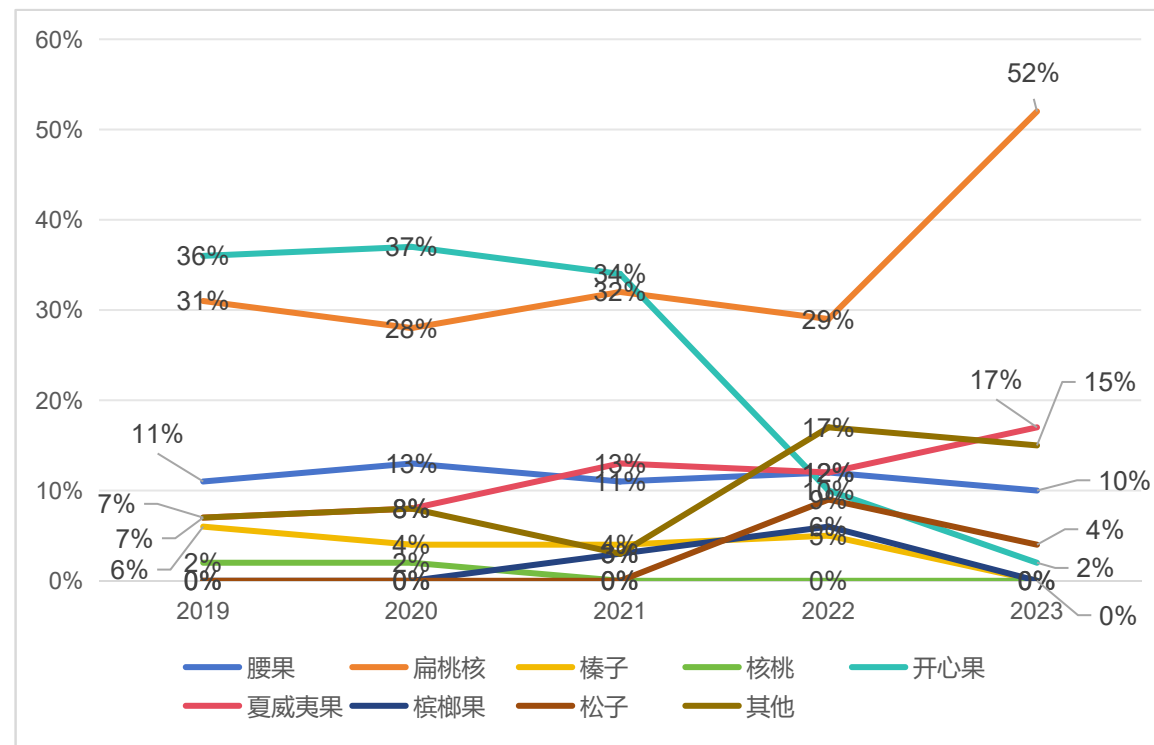


图2-5 2019-2023年各类坚果进口占比

资料来源:根据海关总署数据库数据绘制。

(一) 近十年坚果进出口整体形势

坚果出口以未去壳和去壳核桃、未去壳板栗为主

➤ 2023年我国主要向海外出口未去壳核桃、去壳核桃、未去壳板栗，其出口量占比分别达到了51%、22%、17%。

➤ 我国出口坚果主要为核桃，这与我国是核桃生产大国的情况是相符的。据美国农业部近日发布的《中国坚果年度报告》显示，2023/2024季中国商品级带壳核桃的产量将保持在140万吨。受益于国内核桃产量的增加，我国核桃出口量持续上涨。

➤ 另外也有少量的去壳松子、白果及夏威夷果出口，但受限于国内产量，出口量占比不大。

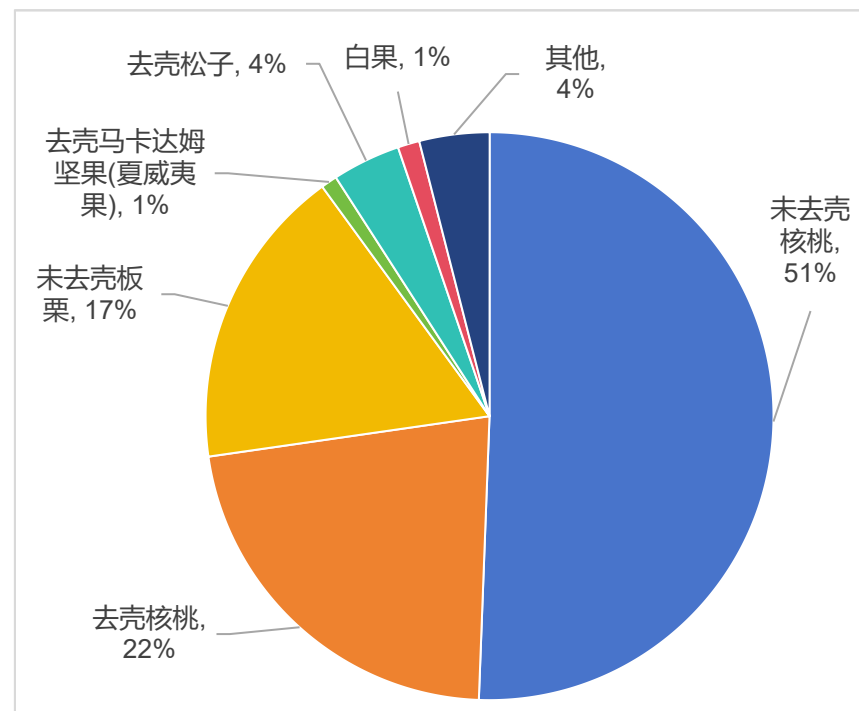


图2-6 2023年坚果出口品类图

资料来源：根据中国海关总署数据库数据绘制

(二) 分品类进口来源情况

坚果进口来源地较为集中，以美国、澳大利亚、南非及越南为主

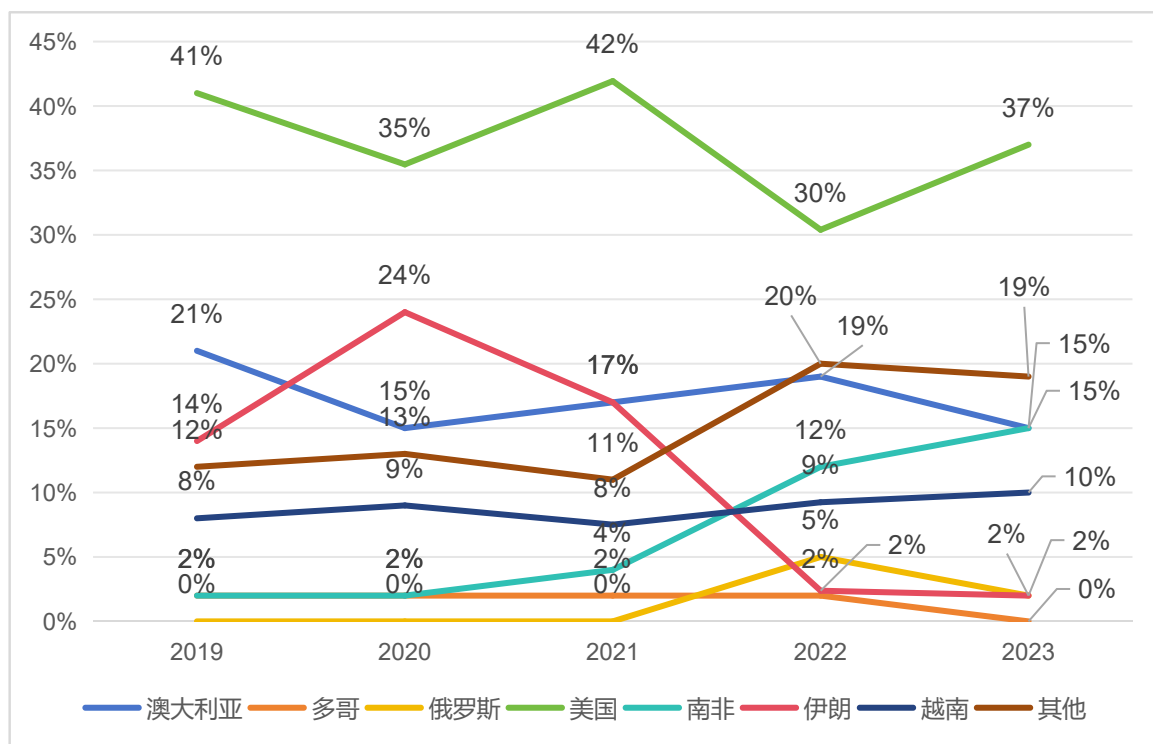


图2-7 2019-2023年坚果进口来源国变化

资料来源：根据中国海关总署数据库数据绘制

近年来，美国、澳大利亚及越南在我国坚果进口来源国中始终占据较大份额。2023年，我国自三国进口各类坚果占比分别达到37%、15%、10%，三国合计占比62%。主要自美国进口核桃和杏仁；自澳大利亚进口扁桃和夏威夷果，自越南进口夏威夷果和开心果。

自南非进口占比有大幅增加，由2019年的零进口增至占比15%，主要受益于南非夏威夷果进口量的大幅增长。中国海关统计数据显示，2015年我国从南非进口带壳夏威夷果2,401吨，2023年进口增至11,293吨，9年增长了3.7倍。南非已成为我国夏威夷果进口的主要来源地。自伊朗进口则大幅下降，部分坚果自肯尼亚、科特迪瓦等地进口量有所增长。

坚果进口满足了国内消费者对于品质优良、产品多样化的需求。

(二) 分品类进口来源情况

腰果进口主要来自东盟及非洲国家

- 2023年我国腰果产量仅约为8.7万吨，居民消费腰果约14.2万吨，消费量的近40%需要依赖进口。
- 2023年我国腰果进口主要来自于东盟国家中的越南及非洲的科特迪瓦、贝宁、多哥及加纳。自五国进口量约占进口总量的91.2%。我国自越南进口腰果主要为去壳腰果。
- 对比2021和2023年坚果进口来源国数据，自非洲国家进口腰果发生较大变化。2023年自科特迪瓦进口腰果量有大幅上升，自多哥和贝宁进口有大幅下降。
- 越南为全球最大的腰果生产国。据越南海关数据显示，越南已连续16年占全球总产量的80%。2023年越南腰果出口量64.1万吨，同比增长23%以上。我国及美国为越南腰果的主要出口市场。

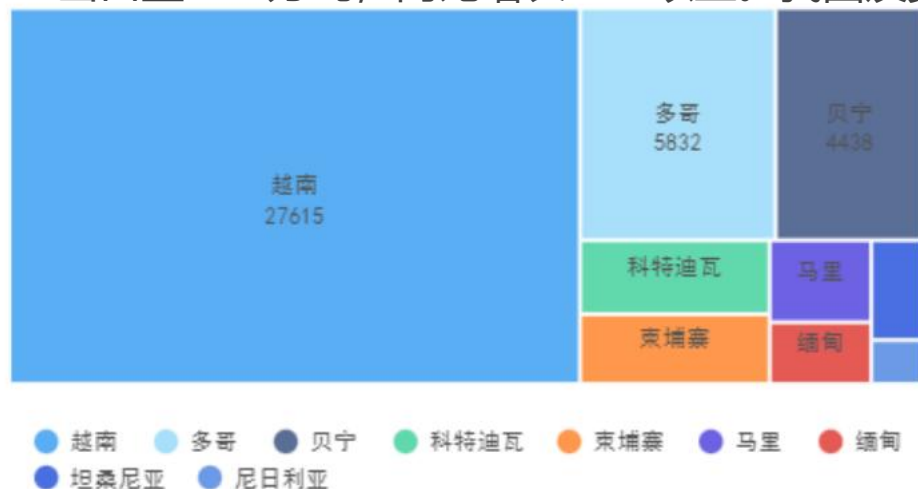


图2-8 2021年腰果进口来源国情况 (单位: 吨)

资料来源: 根据中国海关总署数据库数据绘制。

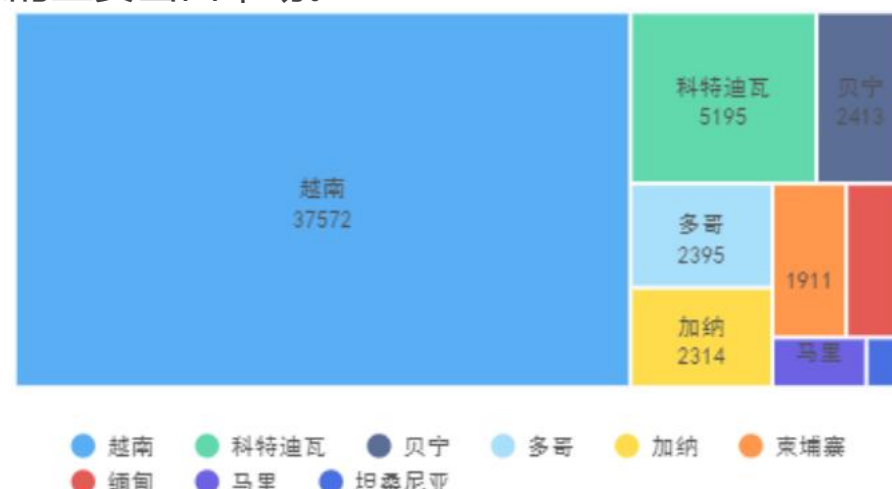


图2-9 2023年腰果进口来源国 (单位: 吨)

(二) 分品类进口来源情况

扁核桃（又称巴旦木）进口来源地极为集中

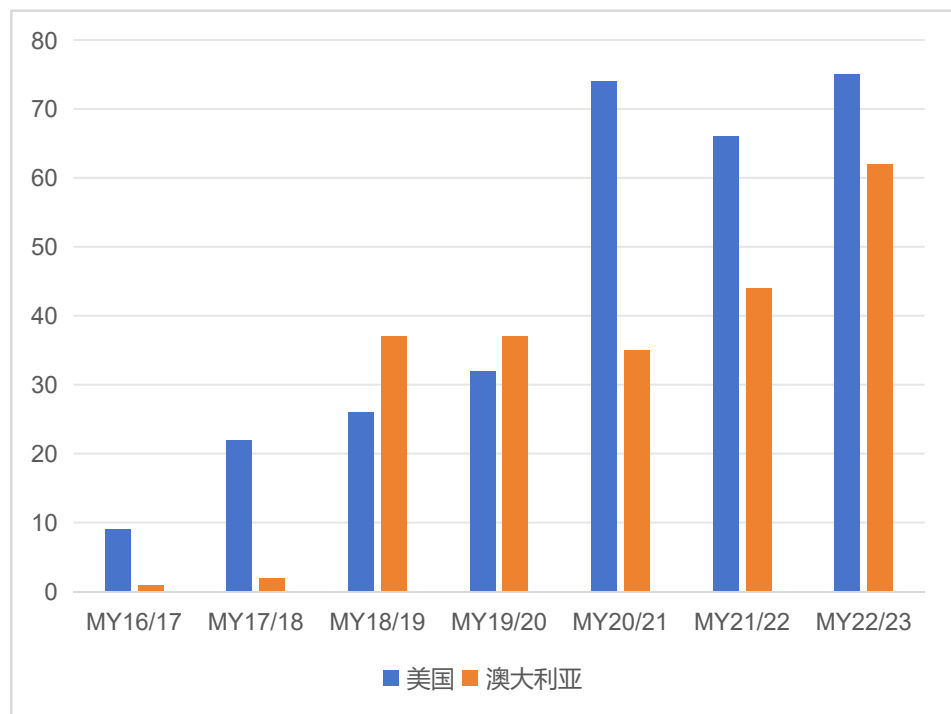


图2-10 扁核桃（巴旦木）进口主要来源国情况
(单位：千吨)

资料来源：根据Trade Data Monitor,LLC数据绘制

➤ 《中国农产品年鉴》显示，2023年我国扁核桃产量约为12.4万吨，我国居民消费扁桃核23.5万吨，将近一半需要依赖进口。

➤ 2019年前，我国进口扁核桃主要来自美国，受益于2019年1月1日中澳自贸协定中方第五轮降关税政策，2019年，中国自澳大利亚进口大量扁核桃。

➤ 自2019年起，我国进口扁核桃主要来自于美国及澳大利亚，自两国进口量约占总进口量的100%。

➤ 2023年12月，西班牙巴旦木获得了中国市场准入。西班牙是全球第二大巴旦木生产国，目前西班牙已成为我国巴旦木进口的第三个来源国。据报道，首批300吨西班牙巴旦木已于2024年1-2月运抵中国。

(二) 分品类进口来源情况

夏威夷果（澳洲坚果）进口来源地也较为集中

- ▶ 我国的夏威夷果进口主要来自于南非和澳大利亚，自两国进口量占夏威夷果总进口量的70%~80%。
- ▶ 我国夏威夷果进口逐年攀升与我国居民对该产品的消费量不断提升有密切关系，粗略估算，2023年我国消费夏威夷果在14万吨左右。当前我国国内夏威夷果种植面积在逐年增长，产量也逐年增长，据《中国农产品年鉴》显示，2023年我国带壳夏威夷果的产量为5.7万吨，同比增长36%，我国已成为仅次于南非的全球第二大夏威夷果生产国，但进口仍持续高速增长，创下新高，其中果仁的进口同比增长了40%。

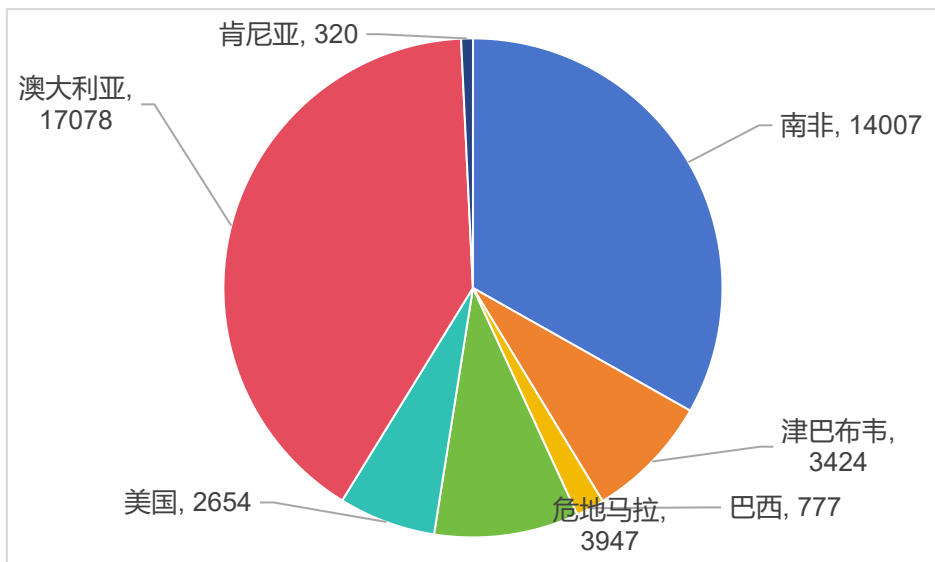


图2-11 2021年夏威夷果进口来源国情况 (单位: 吨)

资料来源：根据中国海关总署数据库绘制。

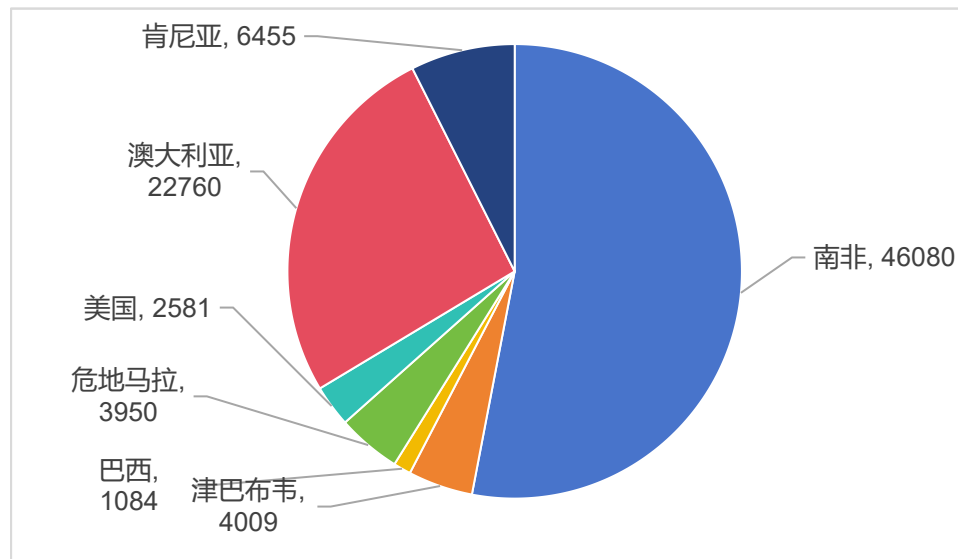


图2-12 2023年夏威夷果进口来源国情况 (单位: 吨)

(二) 分品类进口来源情况

开心果进口主要来自美国和伊朗

- 我国开心果进口绝大部分来自美国和伊朗，自两国进口量约占开心果进口总量的99%。
- 近年来我国开心果总进口量波动幅度较大。其中2022年受气候影响自美国和伊朗进口开心果均有大幅度下降，其中自美国进口仅3.3万吨，较2021年下降48%，自伊朗进口9,637吨，较2021年下降84.5%。
- 2023年我国自美国进口开心果恢复到常年水平，进口量为6.3万吨，但自伊朗进口仍维持较低水平，进口量仅9,048吨。
- 近两年，我国开心果进口增加澳大利亚做为来源地，但也仅有少量进口。2023年自澳大利亚进口685吨。

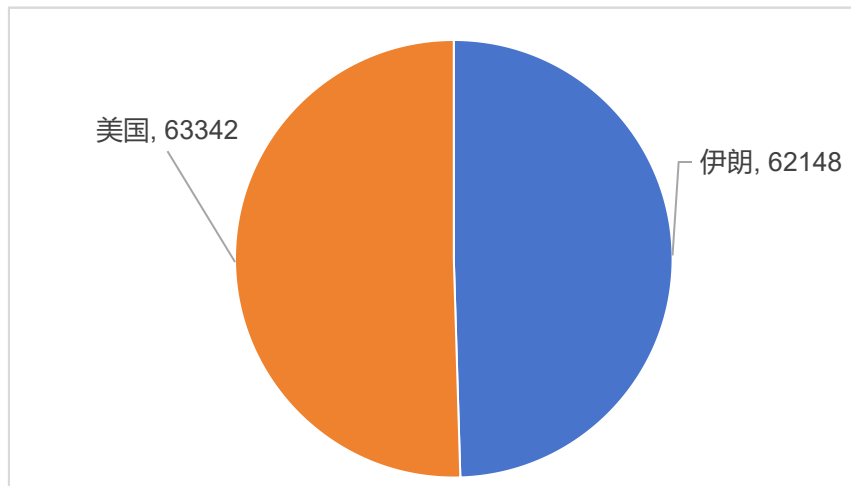


图2-13 2021年开心果进口来源国情况 (单位: 吨)

资料来源: 根据中国海关总署数据库绘制。

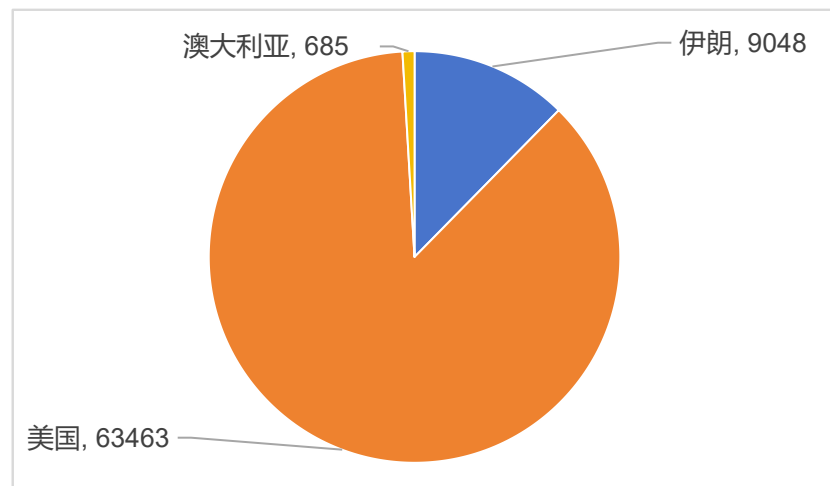


图2-14 2023年开心果进口来源国情况 (单位: 吨)

（三）分品类进口目的地情况

坚果进口目的地分布较为广泛

表2-1 按品类分坚果进口去向

品类	去向省份
扁桃核	北京、天津、河北、山西、内蒙古、吉林、上海、江苏、浙江、安徽、福建、山东、湖南、湖北、广东、海南、云南、重庆市、云南、新疆
夏威夷果	北京、天津、河北、吉林、山西、内蒙、辽宁、上海市、江苏、浙江、安徽、福建、山东、湖北、湖南、广东、广西、海南、四川、重庆市、云南
腰果	北京、天津、河北、山西、黑龙江、上海、江苏、浙江、安徽、福建、山东、广东、广西、海南、云南
开心果	北京、天津、内蒙古、黑龙江、上海市、江苏、浙江、安徽、福建、山东、湖北、湖南、广东、四川、云南、陕西、吉林、浙江
巴西果	北京、上海、浙江、广东
榛子	北京、天津、山西、辽宁、上海、江苏、浙江、安徽、广东
板栗	辽宁、安徽、山东
可乐果	陕西
槟榔果	北京、浙江、安徽、山东、湖南、广东、广西、云南
松子	北京、天津、河北、内蒙、辽宁、吉林、黑龙江、上海、浙江、广东、甘肃
核桃	北京、天津、河北、山西、上海市、浙江、福建、广东、云南、吉林、山东
未列名鲜或干坚果	北京、天津、河北、山西、吉林、上海市、江苏、浙江、安徽、山东、湖北、广东、海南、重庆、新疆

- 从坚果进口流入目的地来看，进口量较大的扁桃核、夏威夷果、开心果及腰果主要流向的目的地广泛分布在京津冀、长三角、珠三角以及我国内陆地区，基本与我国自贸试验区分布范围重合。
- 巴西果、可乐果等小众坚果进口目的地范围较窄，其中巴西果主要流向北上广及浙江等一线城市及省份，可乐果仅陕西有进口。槟榔果主要流向广东、广西、云南、湖南等省份，与小众坚果的主要消费地有一定重合。

资料来源：根据中国海关总署数据库统计。

（三）分品类进口目的地情况

浙江、广东是进口坚果流向国内的两大目的地

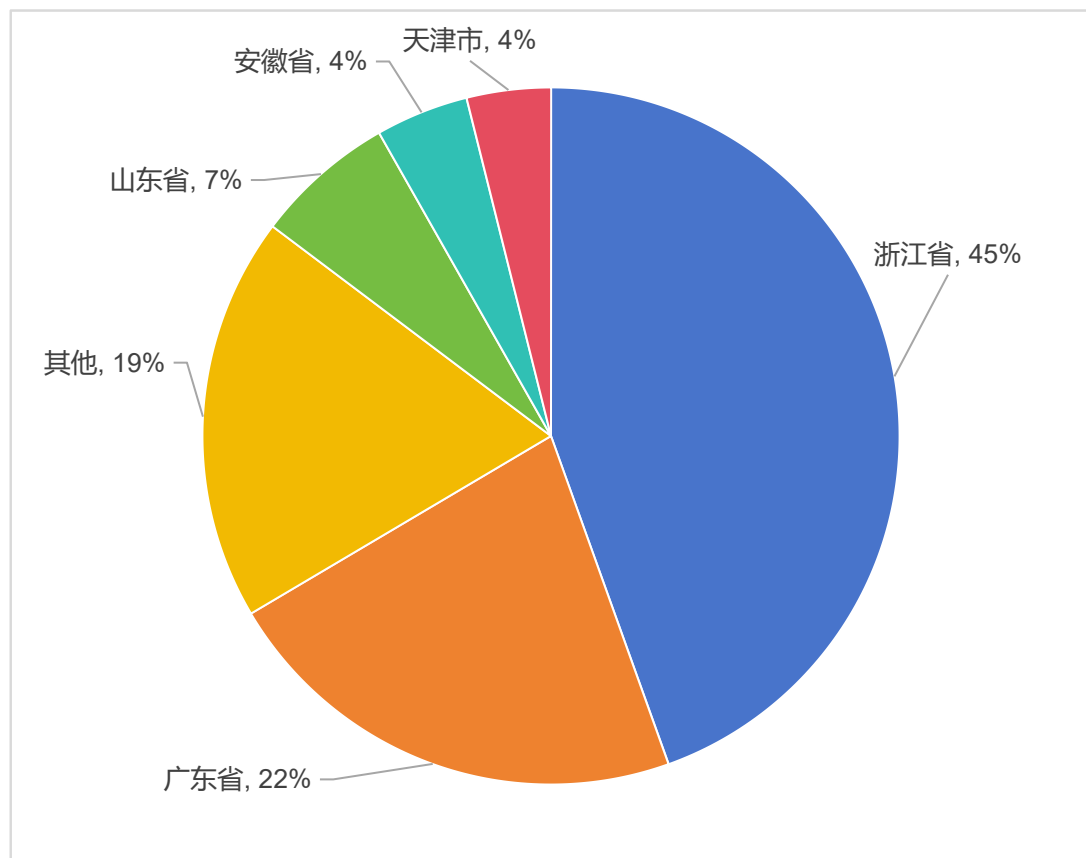
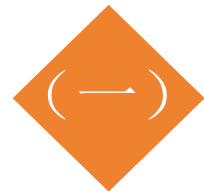


图2-15 2023年进口坚果主要去向

资料来源：根据中国海关数据库数据绘制。

- 浙江、广东是最大的两个直接进口目的地，此外山东、安徽、天津分列坚果进口量第三、四、五位。
- 主要原因在于，一是流入地均设有自贸试验区，自贸试验区为近年来我国高水平对外开放的前沿地区，自贸试验区内多汇集综保区及保税物流中心，其周边交通物流基础设施更加便利，营商环境较其他地区更优。经过十多年发展，各自贸试验区已吸引了大批的食品加工企业及外贸企业。二是浙江、广东、山东等省份是我国食品加工业的重点区域。根据中国企业数据库企查查数据（截至2023年底），山东、广东、浙江休闲食品行业的注册企业均在1000家以上，浙江、安徽两省分别汇集了百草味、华味亨、三只松鼠、洽洽等坚果/干果龙头企业。

三、中国坚果行业发展及消费现状



市场规模



行业发展特点



消费特点

（一）市场规模

坚果炒货市场规模仍处于扩张阶段

▶随着居民收入水平的提高和消费升级，我国休闲零食行业的市场规模持续扩大且快速增长。据艾媒咨询（2022），2010到2022年中国休闲食品行业市场规模从4,100亿元增至11,654亿元，复合增长率为9%，预计2027年中国休闲食品行业市场规模将达12,378亿元。

▶随着国内消费市场的不断升级，消费者对食品的品质和口感要求也越来越高。坚果炒货凭借其天然的口感和营养价值，逐渐成为了休闲食品市场的重要组成部分。

▶坚果炒货市场规模也处于扩张阶段。据Frost & Sullivan（2022）数据，坚果休闲零食（含包装和非包装散装）市场2021年零售额达1,512亿元，预测2026年我国坚果休闲零食有望达到2,220亿元的零售规模，对应2021-2026年复合增长率约8%。



图3-1 中国休闲零食行业市场规模持续扩大

资料来源：艾媒咨询，华鑫证券研究。

(二) 行业发展特点

坚果炒货行业市场集中度较低，整体竞争格局较为分散

- 当前国内坚果炒货行业尚处于发展初期，行业集中度不高，在产业化、工业化方面还有比较大的提升空间。受坚果食品行业千亿市场规模、广阔的增长空间、高毛利的产品属性的吸引，越来越多企业加入坚果行业市场竞争，导致头部竞争激烈，竞争格局分散。据前瞻研究所数据，2022年我国混合坚果行业市场份额前五大企业仅占市场总规模的37.7%。
- 目前，坚果行业上市、龙头企业主要有三只松鼠、良品铺子、洽洽食品、来伊份、好想你、盐津铺子。其中以三只松鼠公司旗下坚果产品销量最大。2016-2023年，三只松鼠连续八年中国坚果销量第一并遥遥领先。2016至2023年累计销售338亿元，坚果平均销售额达到42.3亿元/年。

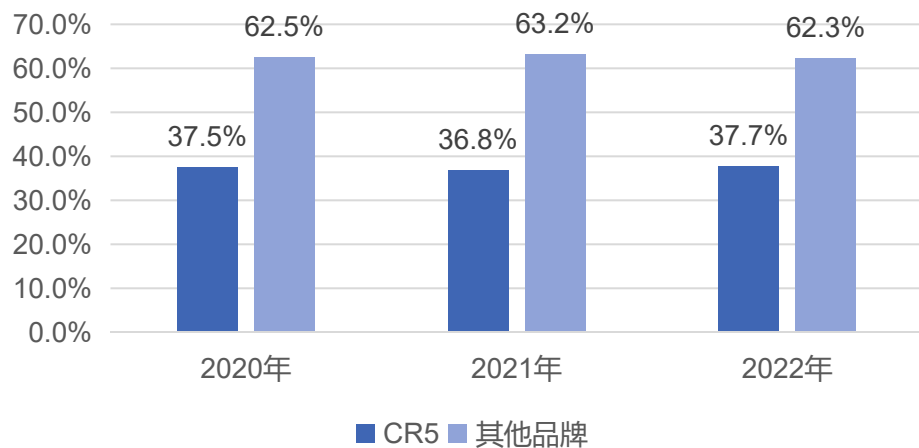


图3-2 坚果行业前五位企业市场占有率 (CR5)

资料来源：根据前瞻研究所数据绘制。

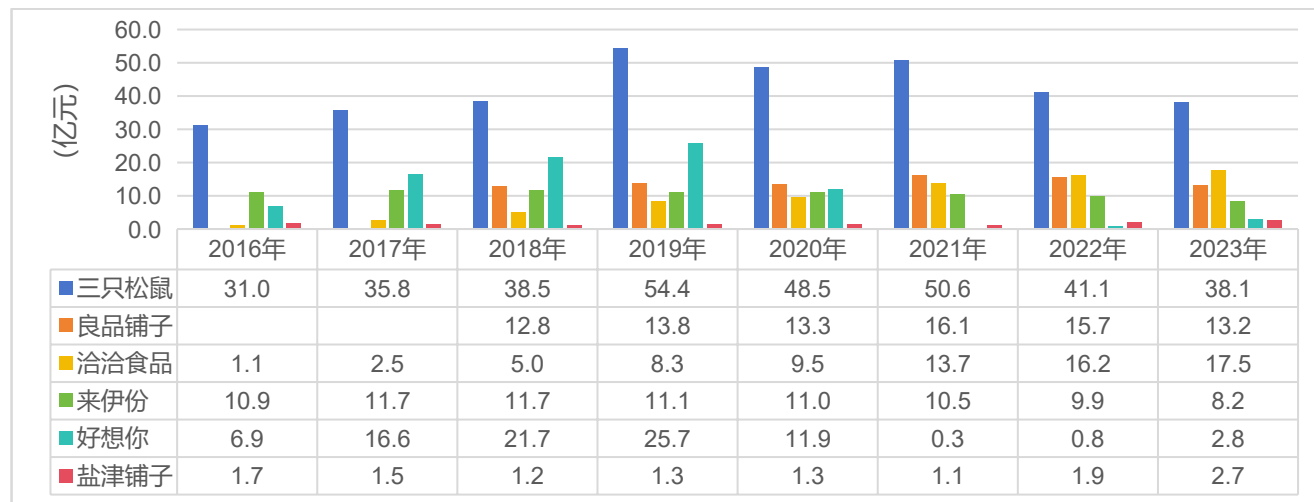


图3-3 主要坚果企业销量统计表 (亿元)

资料来源：根据各公司年报/审计报告数据绘制。

(二) 行业发展特点

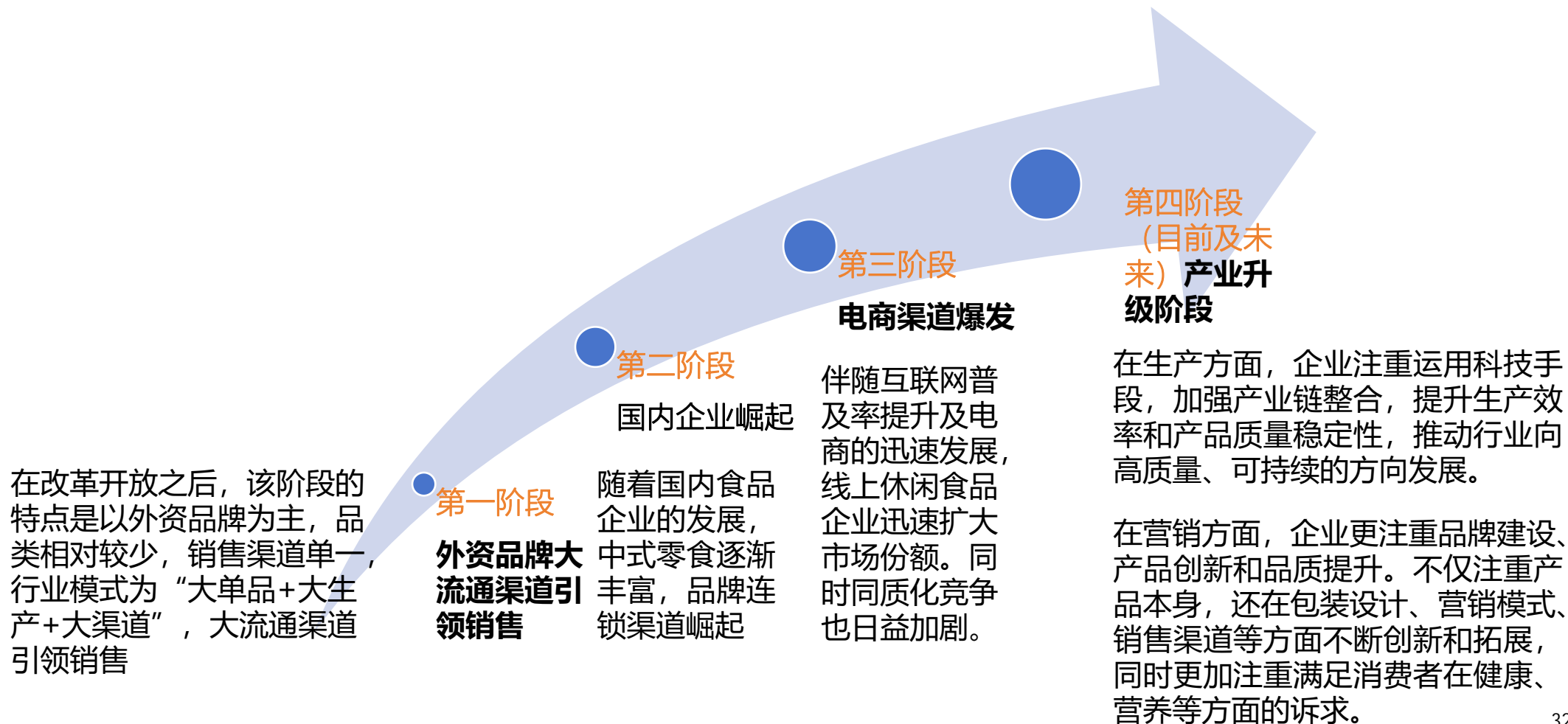
坚果炒货行业市场集中度低，主要原因在于行业进入门槛低、原材料供应分散、销售渠道分散、消费需求多样化。



- **行业进入门槛相对较低：**生产坚果炒货的技术、资金等要求并非特别高，导致许多中小规模的企业可以较容易地进入该行业，使得市场参与者众多。
- **原材料供应分散：**坚果炒货的原材料来源较为分散，难以形成少数企业的高度集中控制。
- **销售渠道分散：**包括传统商超、便利店、电商等多种渠道，各渠道都能容纳不同规模的企业，不利于市场快速集中。
- **消费需求多样化：**不同消费者对坚果炒货的品种、口味、品牌等有不同偏好，这使得众多企业可以通过差异化来占据一定市场份额，难以形成少数几家企业的高度垄断。
- **地域差异：**不同地区的消费习惯和市场特点存在差异，各地有不同的地方特色坚果炒货，且消费者对本地产品有一定的情感和消费习惯，这不仅给众多本地企业提供了生存空间，也使得难以形成全国性的高度集中市场。

(二) 行业发展特点

坚果炒货行业发展进入全面升级阶段



(二) 行业发展特点

从生产端来看，坚果企业越来越注重运用科技手段，加强全产业链布局，推动一二产融合，同时助力乡村振兴

➤随着行业竞争的日益激烈，为降低成本、控制产品质量，越来越多的企业开始注重从种植、采摘、加工到销售进行全产业链布局打造竞争优势。如，三只松鼠、洽洽食品目前均建立了自己的原料直采基地及示范工厂，这种整合趋势不仅有助于提高坚果行业的整体效率和竞争力，还有助于将坚果种植农户直接与坚果加工企业连接起来，推动一产与二产融合发展，并助力农民增收，助推乡村振兴。例如，三只松鼠自2015年起便在广西、云南、安徽等地成立坚果契约种植基地，通过规模化采购和技术赋能带动当地坚果种植业发展。云南地区已成为全球最大的夏威夷果种植地，碧根果在安徽等地也实现了规模化种植，初步形成了进口坚果种培国产化、本土化快速发展的良好格局，为乡村振兴、农民增收拓展了产业基础。

(二) 行业发展特点

从销售渠道来看，已由线上或线下单一渠道转向“线上+线下” 全渠道营销模式阶段

- 电子商务的兴起，便捷的购物体验、丰富的产品选择、迅速发展的物流使得各种消费品更容易触达消费者。坚果炒货正是在电商迅速发展阶段实现快速发展的行业。电商模式的兴起和发展推动坚果市场迅速扩张，三只松鼠、洽洽食品、良品铺子等坚果品牌成为电商时代迅速发展起来的企业。
- 根据《中国电子商务报告》数据显示，自2013起，我国网络零售交易额开始进入快速增长期，2018年前增长率基本维持在40%以上。纵观坚果炒货龙头企业发展史，2010年前，该行业销售基本以线下渠道为主，2010年开始各企业开始陆续转战线上。随着2012年三只松鼠成立，并主打线上坚果销售平台后，线上销售模式开始成为主流，并带动行业迅速增长。2015年后，以三只松鼠为代表的线上企业开始进军线下门店，以良品铺子为代表的线下企业则开始布局线上。至此，坚果行业线上线下全渠道融合营销阶段正式开启。在线上线下全渠道营销模式带动下，三只松鼠、良品铺子等企业规模迅速扩大，三只松鼠则迅速成长为行业内最大的坚果销售企业。

(二) 行业发展特点

品牌建设成为提升整体竞争力的重要抓手

- 随着市场竞争的加剧，品牌建设成为我国坚果企业的重要任务。各大企业纷纷加大品牌宣传力度，提高品牌知名度和美誉度。

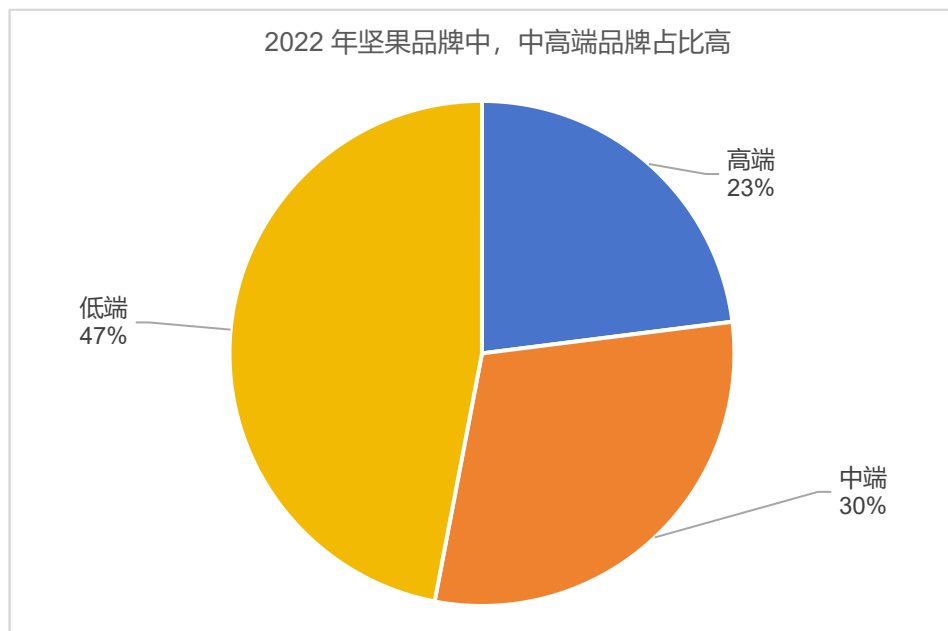


图3-4 2022年坚果品牌选择度

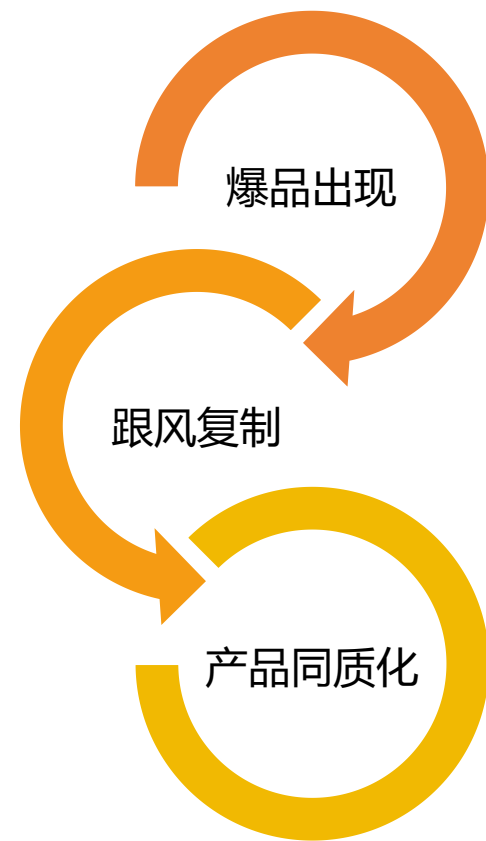
资料来源：根据TMIC 联合天猫坚果行业、KANTAR、2023 抖音电商食品饮料行业报告、华鑫证券研究等数据绘制。

- 根据《2023 抖音电商食品饮料行业报告》显示，2022 年零食坚果行业品牌数量为 3.2万个，同比 2021 年下降 2.3%，低端品牌数量下降是关键原因，而中、高端品牌数量分别同比增长 58.6%、54.6%。同时，越来越多的企业希望通过产品创新升级、精准营销来提升品牌价值，抢占市场，以优化自身盈利能力。品牌之争日益加剧。

(二) 行业发展特点

行业内企业正尝试以多种手段打破同质化竞争

- 国内坚果炒货食品行业技术和投资门槛较低、生产工艺相似且原料种类有限，当市场上一个品类或产品爆火后，很容易被新进入者快速跟风复制模仿，进而造成同质化竞争。例如，“每日坚果”品类取得成功后，由于可复制性强，休闲食品企业争相布局每日坚果产品，抢占细分市场。据不完全统计，目前市场上大约有300多家企业生产“每日坚果”，许多零售企业如盒马、便利蜂等也推出了自有品牌的“每日坚果”。
- 在坚果同质化产品严重的影响下，相似的产品众多，不仅让消费者在购买时难以抉择，还让消费者难以获得独特的消费体验，容易感到审美疲劳，降低对坚果产品的期待。
- 为打破同质化问题，国内龙头企业三只松鼠、洽洽食品、好想你等已开始从多方面探索打造差异化产品，以塑造核心竞争力。具体路径包括拓展产品种类、提升产品品质、设计个性化包装、打造品牌文化、强化服务体验（如提供便捷的购买渠道及个性化定制服务等）、研发周边产品（如与坚果搭配的健康饮品、零食小点等）、开展特色营销活动等。



(三) 消费特点

特点一：坚果消费正逐步礼品化

- 继坚果消费日常化后，坚果消费礼品化正成为新趋势。
- 高端坚果礼盒产品正受到消费者青睐。随着居民生活水平的提高和健康意识的增强以及礼品主力消费人群趋向年轻化，坚果礼盒产品以其健康、实用、可消费人群广的特征成为过节礼品的消费新选择。据艾媒咨询最新发布的《2024年中国新春礼盒消费者行为洞察报告》显示，坚果礼盒已超过茶叶礼盒和白酒礼盒成为消费者新春礼盒计划购买类型第一名，占比达到46.3%。

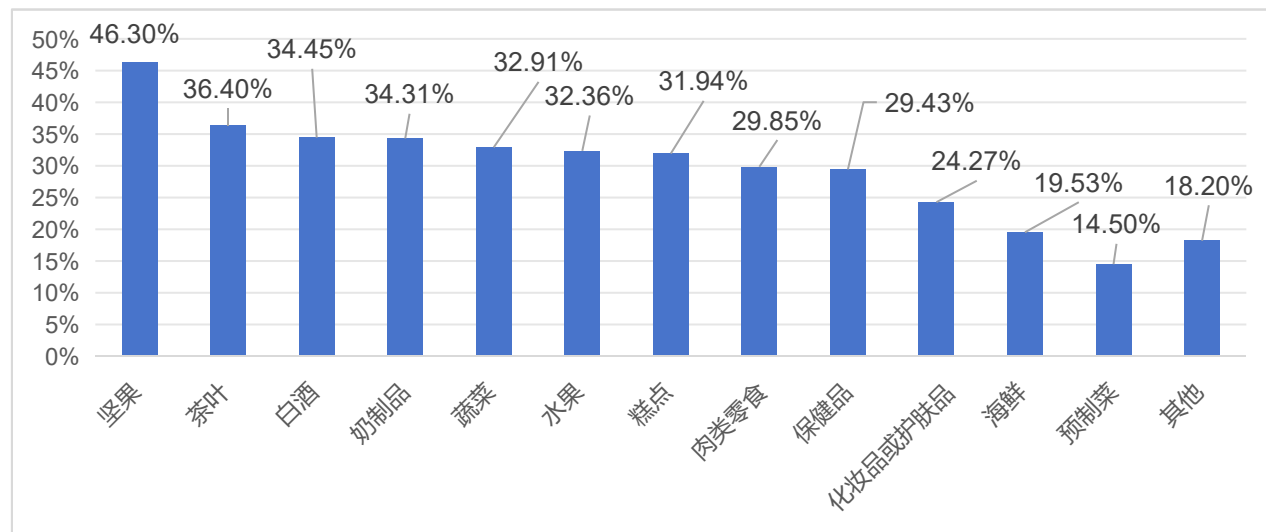


图3-5 2024年中国新春礼盒消费者计划购买类型

资料来源：根据艾媒咨询公布数据绘制。

(三) 消费特点

特点二：更注重产品品质、口感及绿色、健康、无污染

- 消费者对坚果产品的品质和口感要求越来越高，追求口感鲜美、品质优良的产品。坚果的产地、果粒的大小、饱满程度等品质特征逐步成为消费者选择产品的重要标准之一。
- 消费者越来越注重食品的健康营养价值，追求天然、无污染、营养丰富的产品。根据前瞻产业研究院，消费者对坚果的使用需求中，可以补充日常营养/微量元素占 55%。又根据凯度联合天猫新品创新中心发布的《2022年坚果行业洞察》，61%的消费者表示在购买坚果时，会关注坚果的健康程度，其中“无添加”是消费者最关注的因素。坚果消费渐渐转向低糖无盐、零添加、高蛋白含量、添加益生菌等具有特性功能的营养新品类，蛋白坚果棒、代餐坚果、益生菌坚果销售显著增长。

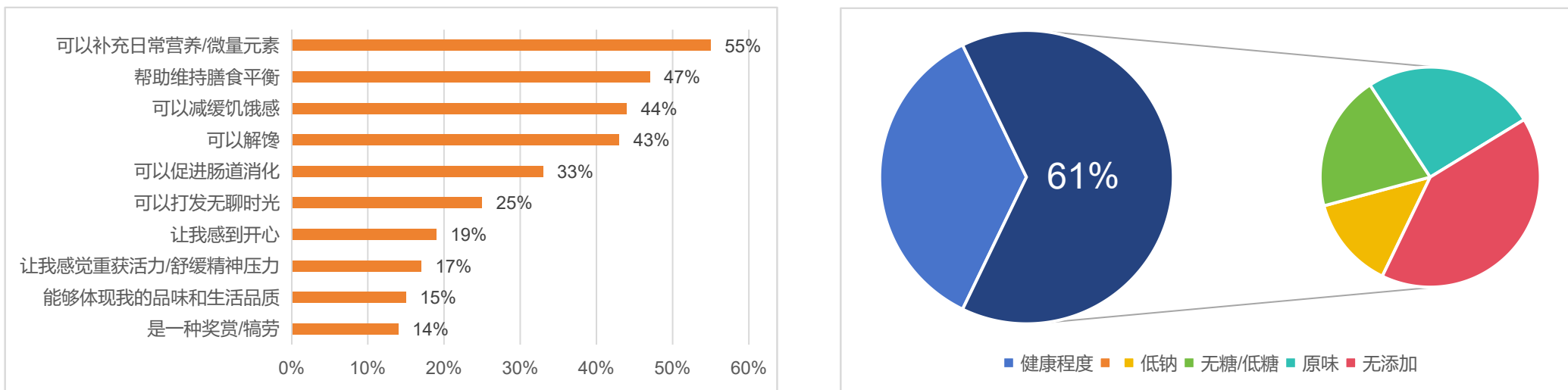


图3-6 2022年消费者对坚果的食用需求

资料来源：根据前瞻产业研究院、华鑫证券研究、TMIC 联合天猫坚果行业、KANTAR公布数据绘制

(三) 消费特点

特点三：品牌化消费不断增长

➤ **品牌越来越成为消费者选购坚果时的重要考量因素。**据微热点统计显示，味道、健康、品牌是消费者最关注的三个购买要素。随着消费者对品牌的认同感和关注度持续提升，中高端品牌的消费占比将越来越大。据《2022 年坚果行业洞察》（凯度联合天猫新品创新中心，2022）调查结果显示，超半数消费者表示购买坚果产品时会关注品牌，83%的消费者表示会选择知名的大品牌。

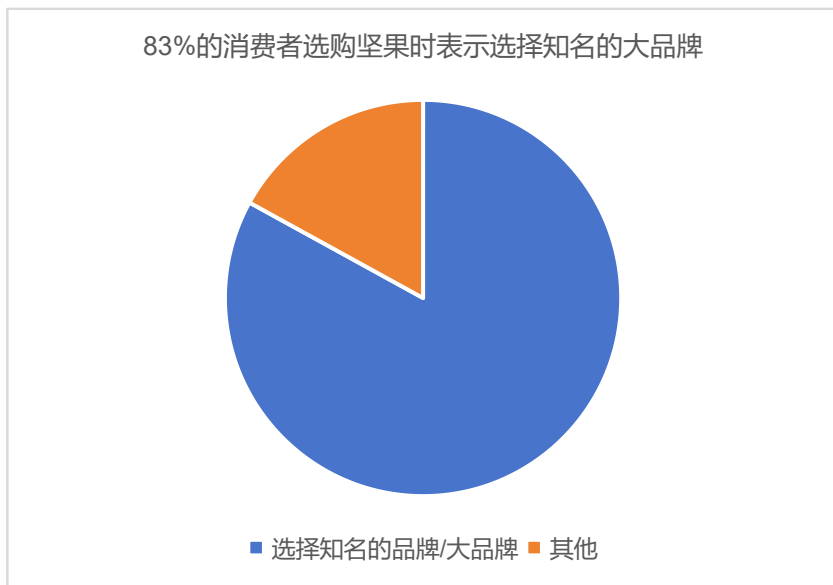


图3-7 选知名品牌的比例

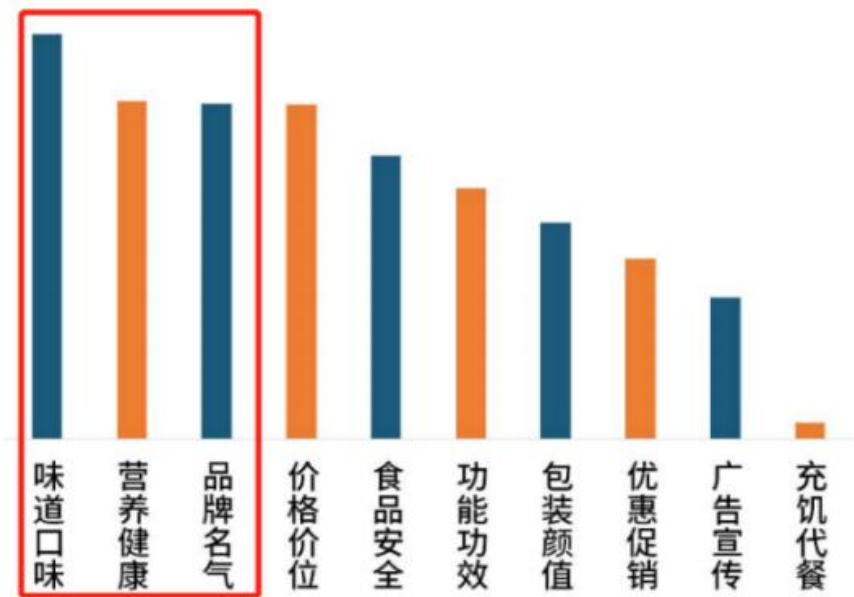


图3-8 休闲食品购买要素热度指数排行

资料来源：根据TMIC 联合天猫坚果行业、KANTAR、华鑫证券研究、2023 抖音电商食品饮料行业报告、华鑫证券研究数据绘制。

四、未来趋势展望



贸易趋势



行业趋势



消费趋势

(一) 贸易趋势

趋势一：坚果贸易整体上将维持进出口并重，进口大于出口的格局

- 近年来，为满足国内居民不断上升的坚果消费需求，各地政府基于当地产业基础，通过扶持政策大力支持坚果种植与生产，推动我国坚果种植面积不断增大，产量不断增长，使我国坚果原料进口依赖度有所降低，部分产品出口不断增长。碧根果、夏威夷果是近年来我国进口坚果国产化、本土化种植加工成效较为突出的两大种类。例如在夏威夷果种植方面，我国已培育出国内首个拥有自主知识产权的夏威夷果品种“桂热1号”，该新型夏威夷果品质优良、产量高，已在广西崇左市龙州县进行规模化种植并成为当地的兴边富民产业。目前，国产夏威夷果已经占到总采购量的50%，且国产夏威夷果也有部分出口，2023年出口1,200吨。另一方面，核桃、板栗是我国特色优势坚果，常年向海外大量出口。
- 从发展趋势来看，我国坚果进口及出口规模将维持双升格局，但是整体上仍保持进口大于出口的形势。原因在于，随着我国坚果种植技术的不断提升，夏威夷果、碧根果等产量将有进一步提升，但是腰果和开心果对生长环境、光照、水分均有严格要求，在我国推广栽培较为困难，产量较难提高。例如，开心果目前主要分布在新疆喀什、阿克苏和和田地区。新疆开心果种植面积约10公顷，产量仍较为有限。与此同时，由于这两种坚果的营养价值及口感深受消费者喜爱，预计未来腰果和开心果的需求将继续上升，供给方面也将依赖进口。
- 从整体来看，由于我国消费基数大，对坚果消费需求仍处于快速发展阶段，同时受限于国内坚果产量，未来一段时间，我国坚果贸易仍将维持净进口格局。

（一）贸易趋势

趋势二：进口来源地及进口品类将日趋多元化

- 当前，我国部分坚果进口来源地仍较为集中，一部分原因在于全球主产区较少；同时也有一部分原因在于，相较已签署自贸协定地区，我国对部分国家的坚果进口关税水平仍较高（如非洲科特迪瓦、加纳由于不是最不发达国家，其腰果对我国出口关税仍执行暂定税率），部分国家的坚果检验检疫标准未达我国进口水平，不能获得市场准入。未来随着我国高标准建设自贸区网络的推进，与更多国家签署自贸协定，推动关税水平进一步降低，推动更多国家坚果相关农产品及食品获得市场准入，我国坚果产品进口来源地及进口品类将进一步多元化。

趋势三：进口目的地仍将以东部沿海地区为主，海南或将成为新流入地

- 由于我国进口坚果主要用于加工并以坚果炒货的形式销售，而国内各地政府在支持食品产业发展方面的政策已较为成熟，且当前我国物流业发展格局以及外贸企业、食品加工企业分布等已相对稳定，当前坚果进口流入目的地已形成相对稳定的格局，预计未来主要流入地区仍将主要集中在东部沿海省份以及内陆的山东、安徽等部分省份。同时，受海南自贸港特殊优惠政策（加工增值免关税政策、零关税、双“15”税收优惠等）影响以及未来海南封关运行，或将吸引一批休闲食品加工企业入驻，海南或将成为我国坚果进口的另一重要流入地，目前洽洽食品已在海南设立食品科技公司。

(二) 行业趋势

趋势一：创新将是坚果行业未来发展的主基调

- 当前坚果炒货等休闲食品行业存在着供需矛盾，在供给侧，行业企业数量众多，品牌较为分散，市面上产品差异化不大且产品质量参差不齐，市场竞争激烈；在需求侧，经历大规模增长后，坚果行业已回归理性消费阶段，消费需求日益个性化、多元化，且有“下沉市场的消费需求扩大”的趋势。随着供需矛盾的逐步凸显，一些仍固守旧有生产模式、产品模式及营销模式的企业将逐步被淘汰。
- 在此背景下，企业唯有从各层面进行创新方能获得更多竞争优势。创新就是“要通过全链条、全要素叠加的改变来推动消费市场的繁荣与发展”。目前已有部分企业进行了相关的尝试，如三只松鼠在2022年布局智能工厂，并深耕渠道供应链，首创坚果行业生产物流一体化模式，推出“七日鲜”每日坚果产品，使产品在不牺牲品质的前提下价格更低，满足消费者对价格的偏好。
- 未来利用信息技术、物联网、人工智能等新技术推动产业链创新将成为发展主基调，包括推广物联网种植监测管理平台、智能灌溉系统、智能化生产线改造等。未来产品创新的切入点可以是根据场景创新、根据消费群体创新；创新的内容可以是产品口味和种类的创新、健康属性的强化、品质与工艺的提升、包装和设计的创新。

(二) 行业趋势

趋势二：标准的制定将是未来行业竞争的制高点

- 当前我国已经进入现代化强国建设的关键阶段，标准化是现代化强国建设的重要组成部分。标准代表规则话语权和竞争制高点。
- 在当前百年未有之大变局的背景下，我国要在国际竞争中获得优势，就必须要实现由标准追随向标准制定转变。
- 对于企业来说，“三流企业卖产品，二流企业卖技术，一流企业制定标准”，行业竞争发展到最后都会落脚到标准的制定上来。
- 具体到坚果行业，推动建立农产品品质评价和检测标准，制定高于国家和行业标准要求的优质食品企业标准，推动坚果从种植采购环节到制造环节的绿色有机标准制定，推动坚果全产业链标准化等将是未来行业的发展方向。
- 同时企业要积极参与国际标准的制定，推进高标准国际化。

（三）消费趋势

坚果消费将趋于深加工化

- 未来，深加工将成为坚果消费的主流趋势。当前，国内坚果消费仍以简单加工为主，深加工产品类别仍然较少。坚果深加工产品可以作为一种辅食，自然地融入到各种日常食物中成为新的差异化食品，如坚果酱、坚果油、坚果粉、坚果糕等。在欧美国家，随着人们对健康饮食的追求，坚果深加工食品以其独特的口感和丰富的营养价值日益受到消费者的青睐。
- 未来，随着我国坚果行业供给端不断丰富产品种类，挖掘新的应用场景，深加工坚果产品也将成为国内坚果消费的新增长点。

- **联系我们**
- 商务部国际贸易经济合作研究院亚洲研究所
- 地址：北京东城区安外东后巷28号
- 电话：86-010-64404336
- 邮箱：asia@caitec.org.cn