

---

[首页](#)

[推荐](#)

— [亚运会](#)

[关注](#)

---

---

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

---

---

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

---

---

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

---

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

---

## 投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

---

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

---

---

- 观看历史



















---

0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

---

举报

发布时间：20260403 18:12:29

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

---



粉丝 57 获赞 1

## 关注

文 | 消费最前线春节期间，薛记炒货因为售价屡屡被推至风口浪尖。这已经不是这家“中产”炒货品牌第一次引起热议。据悉，截至目前，小红书上有关薛记炒货的话题阅读量超过 3000 万。而薛记也时常要为自己的高端定位寻找合适的理由，比如优质原料、成本控制。消费者一边吐槽，一边忍不住下单。国内休闲零食市场正在发生一些微妙变化，早在 2021 年，炒货坚果就超越蜜饯糖果，成为整个休闲食品市场的主力军，市场份额高达 30.55%。2025 年，中金公司数据研究显示，国内坚果炒货赛道市场规模将达到 2173 亿元。除了薛记，行业内主要有两大流派。一派是以洽洽、三只松鼠、良品铺子为代表的预包装炒货，一派是以薛记炒货、琦王花生、熊猫沫沫为代表的现制炒货。两大流派看似泾渭分明，实则各有攻守，在消费分级加剧的背景下，全员日子都不好过。“高端”挨骂，“低端”流血？一直以来，国内坚果炒货的消耗量在全球名列前茅。国际坚果及干果协会数据显示，我国每年消耗坚果果仁 800 万吨，约占全球年消耗量的 15%。受此影响，整个休闲零食市场上，坚果消费升级屡见不鲜，艾媒咨询调研数据显示，高端炒货类产品的平均客单价达到 68.3 元，同比增长 14.7%。按理说，无论是走亲民路线的洽洽，还是走中产路线的薛记，都应该混得如鱼得水。但事实恰好相反，当前整个坚果炒货市场呈现“高端挨骂、平价流血”的生存矛盾。正值春节消费旺季，薛记炒货因售价远超大众预期，被网友吐槽“比猪肉还贵”薛记究竟有多贵？536 元/kg 的手剥松子、278 元/kg 的冻干草莓、196 元/kg 的腰果……瓜子、花生等基础现制炒货也卖到 23.8 元/斤，黑糖青梅算下来一颗要 2 元。而洽洽、三只松鼠、良品铺子的业绩报告则一个比一个尴尬。据悉，洽洽食品预计 2025 年归母净利润同比下降六成以上；去年前三季度，甘源食品归母净利润 1.56 亿元，同比下降 43.66%。2025 年前三季度，三只松鼠营业收入同比增长 8.22% 至 77.59 亿元，但归母净利润降至 1.61 亿元，同比降幅为 52.91%；良品铺子 2025 年前 9 个月的财报，当期营收 41.4 亿元，同比下降 24.45%；净亏损 1.22 亿元，扣非后净亏损 1.46 亿元。这一冰火两重天的行业现状，核心症结之一便在于原料成本的大幅攀升不可否认，炒货赛道的原料一直是成本大头。特别是这两年，瓜子、腰果、巴旦木的均价直线上升。以巴旦木为例，2024 年 8 月 20 日至 2025 年 5 月 20 日，全球巴旦木的均价一路上行，从 2.4 美元/磅飙升至近 3.4 美元/磅。瓜子也一样，洽洽在近期的财报中直言因内蒙古主产区暴雨，导致葵花籽成本攀高。转向新疆采购后，2024 年 10 月新疆 363 品种的公斤单价上涨至 16-19 元/公斤，较 9 月上涨 30%—40%，2025 年 4 月，新疆 363 精品单价为 15-16.8 元/公斤。这也是为什么几乎每次出现消费争议，薛记都会高举“原料成本”的牌子。甚至投资过薛记的启承资本公开表示，由于企业成本居高不下，品牌的利润其实没有多少。但薛记的高定价，真的只是单纯的成本倒逼吗？根据市场调查，大部分炒货、坚果的毛利率能有 20% 到 30% 左右。主流品牌也基本保持在这个数值范围，洽洽瓜子毛利率是 20.93%、坚果毛利率为 14.77%、三只松鼠坚果毛利率是 23.91%。对比之下，薛记的毛利率能达到 50%。社交平台上，不少网友把薛记炒货戏称为“薛记珠宝”，结合其毛利率，消费者的吐槽似乎顺理成章。然而，如果不走高端路线，企业便极易被持续走高的成本拖入盈利困境。比如洽洽，2025

年前三季度，洽洽的营业成本持续走高，公司营业成本高达 35.14 亿元，已达同期营收的 78.07%。无独有偶，三只松鼠在 2025 年上半年，占其营收半壁江山的坚果产品营收下滑 1.03%，营业成本同比增长 2.53%。而跻身炒货江湖，左右为难的品牌究竟何去何从？自建供应链或许是一个解决办法。洽洽食品一直在优化采购流程、加强供应链管理。薛记对供应链的投资也在加强，2022 年 5 月、2022 年 8 月、2022 年 9 月、2023 年 4 月薛记食品对薛记供应链增资 1.47 亿元、0.5 亿元、1.5 亿元、1 亿元。事实上，千亿市场体量仍在，消费升级的底层逻辑也未改变，只是游戏的规则更难了，但无论如何，薛记、洽洽们只能迎难而上。丧失“网红”叙事后坚果之所以能够高端化，是因为曾凭借“网红叙事”完成了一次跨越式的品类升级。早期的三只松鼠、良品铺子、百草味都是网红零食的经典代表。薛记炒货的奶枣、冰栗子、柑橘酸奶片在小红书、抖音等社交平台快速破圈。头部企业纷纷跟风打造网红单品、营造网红场景，让原本扎根街头巷尾的炒货，成为社交符号与情绪消费品。最明显的一点就是，品牌极大依赖线上渠道，尤其是本身具有网红打造氛围的内容电商。以三只松鼠为例，早在 2023 年，三只松鼠在抖音渠道营收同比上涨 118.51% 至 12.04 亿元，2024 年增长 81.73% 至 21.88 亿元。到了 2025 年上半年，企业财报披露抖音系收入占比已达 26.98%。然而，时至今日，薛记炒货们的“网红路线”似乎要走不通了。薛记口碑因为价格反噬后，三只松鼠去年上半年抖音系的增速已经从 180.73% 断崖式跌至 20.75%，毕竟流量红利消退后，获客成本高企成为赛道普遍痛点，网红打法难以为继，曾经靠达人种草、低价促销就能快速获客的方式，逐渐失去效果，品牌的流量成本大幅攀升。据悉，三只松鼠在 2024 年销售费用达 18.68 亿元，其中平台服务及推广费就达 12.24 亿元同比大增 50.92%，2025 年上半年又同比大幅增长 25.11%。劲仔食品电商平台推广服务费同比增加了 20.84%，良品铺子因为线上渠道流量费用的上升导致净利润下降。同时，网红单品同质化严重，消费新鲜感快速消退，行业陷入创新困境。无论是薛记、还是洽洽、三只松鼠都要再认清一个现实：新老品牌正面交锋的时代已至。不完全统计显示，仅在京东线上就有超过 300 家炒货品牌，旭东、张笨仁、壹核堂、大千喜、老街口进入抖音瓜子销量排行榜，三胖蛋、真想磕、冠欣、炒福人气渐热。而消费者在经历了一轮网红单品的狂欢后，逐渐回归理性，不再为单纯的“新奇感”买单，更关注产品的品质、口感与性价比，网红单品的吸引力大幅下降，行业的创新能力不足的问题一再暴露。值得注意的是，丧失网红叙事后，行业的渠道逻辑从“线上流量之争”变为“线下场景之争”，消费者的零食消费更注重即时性与便利性，社区、乡镇成为核心的消费场景。这要求品牌摆脱对单一线上流量的依赖，实现线上线下的深度融合。对于现制品牌而言，需从核心商圈的精品店，向社区店下沉，降低租金成本，贴近消费场景，通过线下的现炒体验、试吃服务，提升用户的粘性；对于预包装品牌而言，需布局量贩渠道、社区渠道，与鸣鸣很忙等量贩品牌合作。公开资料显示，三、四线城市及县域市场的零食折扣店密度已达每万人 1.2 家。对于三只松鼠等传统网红品牌而言，需摆脱线上思维的桎梏，打造社区生活馆，融入米面油、日用品等全品类商品，提升线下渠道的体验感与复购率。当前，三只松鼠首家生活馆面积约 300 平方米，SKU 超 1500 个。渠道的核心不再是流量的获取，而是用户的留存。或许，脱掉网红外衣不是行业的终点，而是坚果炒货回归初心、重构核心竞争力的起点。“高端化”还在继续？诚然，炒货江湖的争议从未平息，但一个不可逆转的事实摆在眼前：坚果炒货赛道的高端化非但没有止步，反而进入一个更疯狂的阶段。过年期间，薛记炒货、琦王花生、三胖蛋等高端坚果品牌仍然引发广泛谈论。或许，这不是短暂的营销风口，也不是个别品牌的孤立选择，而是炒货赛道的全员困局，陷入无解内耗的必然结果。高端化持续推进，首先来自刚性成本的压力。除了原材料，现制炒货品牌早已把“高端场景”作为生存根基，窄门餐眼数据显示，薛记炒货与琦王花生的商场店比例分别达到 73.9% 和 93.22%。有媒体报道显示，在一线城市商场 B1 层核心客流区域里，头部品牌铺位租金可达 50 元 -80 元 /m<sup>2</sup>/ 天。高昂的租金、现制人工、门店损耗，直接推高运营成本，品牌只能通过高端定价覆盖开支。其次，消费场景与需求的升级，为高端化提供了坚实市场支撑。时至今日，炒货早已跳出日常零食的单一属性，成为年货礼赠、社交分享、品质生活的载体，消费者愿意为“体面、优质、确定性”支付溢价。据悉，2025 年货节期间，三胖蛋月销同比增长超 40%，好评率稳居 99% 以上，三只松鼠节前高端礼盒销量同比增长 50%。大众对高端炒货的接受度持续提升，品质消费与礼赠需求的崛起，让高端化拥有了稳定的需求基本盘。再者，行业白热化内卷，迫使品牌主动选择高端化突围。休闲零食赛道玩家众多，低价内卷只会导致利润枯竭、品质滑坡。品牌或许通过高端化建立壁垒，才能摆脱同质化泥潭。具体来看，预包装品牌纷纷加码高端系列，洽洽推出有机坚果与山野系列瓜子，三只松鼠优化高端礼盒结构；现制品牌则靠现炒体验、原料溯源强化高端认知……各方都在通过高端化试图拉开竞争差距。不可否认，整个赛道持续的高端化，正在深刻重塑行业格局。一方面

，赛道两极分化开始定型，高端品牌凭借溢价与供应链壁垒稳固盈利，平价品牌依托社区量贩渠道守住基本盘，曾经的中间价位品牌快速消亡，市场呈现“两头强、中间空”的格局。另外一方面，坚果消费从单纯的“性价比”转向“质价比、场景价”，消费者不再只看价格，更关注原料、品控、体验，炒货的品类价值被重新定义。行业洗牌加速推进，只有掌握种源、供应链、渠道的品牌才能站稳脚跟，单纯靠概念炒作、包装溢价的伪高端逐渐被市场抛弃。高端化的浪潮还在继续，但这不是行业的选择，而是生存的无奈之举。

## WhatsApp网页版：多人在线聊天新体验，轻松连接全球好友

随着互联网技术的飞速发展，手机已经成为人们日常生活中不可或缺的通讯工具。而作为全球最受欢迎的即时通讯应用之一，WhatsApp更是凭借其强大的功能和便捷的操作赢得了众多用户的青睐。近日，WhatsApp网页版正式上线，为广大用户带来了全新的多人在线聊天体验。本文将为您详细介绍WhatsApp网页版的功能特点及使用方法。

一、WhatsApp网页版功能特点

1. 多人在线聊天：WhatsApp网页版支持多人在同一聊天界面进行实时交流，无论是与家人、朋友还是同事，都可以轻松实现多人在线聊天。
2. 界面简洁：WhatsApp网页版界面简洁明了，用户可以快速找到聊天界面、联系人列表等常用功能，提高沟通效率。
3. 支持图片、视频、语音消息：与手机版WhatsApp一样，网页版也支持发送图片、视频、语音消息，满足用户多样化的沟通需求。
4. 同步消息：用户在手机上收到的消息会自动同步到网页版，确保用户在任何设备上都能查看最新消息。
5. 离线功能：即使在没有网络的情况下，用户也可以在WhatsApp网页版上查看已收到的消息，并回复好友。

二、WhatsApp网页版使用方法

1. 登录账号：首先，用户需要在手机版WhatsApp中打开设置，找到“WhatsApp Web”选项，扫描网页版二维码进行登录。
2. 选择聊天：登录成功后，用户可以查看手机上已有的聊天列表，点击进入任意聊天界面。
3. 发送消息：在聊天界面，用户可以输入文字、发送图片、视频、语音消息等，与好友实时沟通。
4. 切换聊天：在聊天列表中，用户可以点击其他聊天，实现多聊天界面切换。
5. 离线查看消息：在没有网络的情况下，用户仍然可以查看已收到的消息，并在有网络时进行回复。

三、WhatsApp网页版的优势

1. 便捷：用户无需下载和安装新应用，只需在电脑上打开网页即可使用WhatsApp，节省空间和存储。
2. 跨平台：WhatsApp网页版支持Windows、mac

---

OS、Linux等多种操作系统，方便用户在不同设备间切换使用。3. 安全：WhatsApp采用端到端加密技术，确保用户聊天内容的私密性，保障用户信息安全。总之，WhatsApp网页版的上线为用户带来了全新的多人在线聊天体验，使得沟通变得更加便捷和高效。随着移动互联网的不断发展，相信未来会有更多有趣的功能等待我们探索。

TA的作品

[更多作品](#)



---

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商《长期精准爆料精准推荐推荐》](#) | [《最新精准六肖精准推荐入口》](#) |

[《2026公式规律必中公式公式》](#) | [《最准精准四码公式规律下载》](#) |

[《资料精准四码预测公开推荐》](#) | [《2025资料大全资料大全图解》](#) |

[《资料精准四码资料大全入口》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |

算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |

网络内容从业人员违法违规行为举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

| [京B2-20170846](#)



| 互联网宗教信息服务许可证 京（2022）000057