

# 基于问卷调查的宝鸡市新疆特色农产品市场分析

张彩霞<sup>1</sup>, 高文婧<sup>2</sup>, 陈 曦<sup>1</sup>, 谢 博<sup>1</sup>, 吴雨瑶<sup>1</sup>, 戴俊生<sup>3</sup>

(1. 西北农林科技大学, 陕西 杨凌 712100; 2. 西安科技大学, 陕西 西安 710054; 3. 新疆农业科学院, 新疆 乌鲁木齐 830091)

**摘要:** 为了进一步开拓新疆特色农产品市场, 采用典型调查和随机抽样调查方法, 选取了陕西省宝鸡市 4 个区内 1 个批发市场、3 个大型超市、10 个中小型卖场和 150 个不同类型人员, 进行了实地市场问卷调查, 分析了宝鸡市新疆农特产品市场销售现状及发展前景, 并根据存在的问题提出了相关建议, 对拓展新疆特色农产品市场有一定借鉴意义。

**关键词:** 新疆特色农产品; 问卷调查; 市场前景; 宝鸡市

**中图分类号:** F304 **文献标识码:** A **文章编号:** 1002-2767(2016)08-0097-04 DOI:10.11942/j.issn1002-2767.2016.08.0097

新疆是我国的能源战略基地、能源大通道和向西开放的“桥头堡”, 其战略地位十分重要<sup>[1-2]</sup>。同时, 也是我国重要的优质粮棉生产基地、特色林果产品基地及畜牧业大省, 新疆农业在全国农业生产和布局中具有举足轻重的地位和作用, 并得到国家的高度重视<sup>[3-4]</sup>。近年来, 新疆农业结构不断优化, 生产水平不断提高, 2013 年棉花、加工番茄的产量分别占全国的 51.8% 和 90.0%, 特别是以红枣、核桃、库尔勒香梨、巴旦木、石榴等为主的特色林果业发展迅速, 种植面积已达 147.33 万  $\text{hm}^2$ , 总产量达到 1 371 万 t, 且以其品质优良、营养丰富、安全有机和口感佳而享誉全国, 受到国内消费者的青睐<sup>[5]</sup>。

随着新疆特色农产品产量的持续增加, 为了提高新疆特色农产品特别是林果产品的外销能力和影响力, 自治区党委、政府不断加大农产品市场开拓力度, 大力推进新疆农产品营销平台建设, 初步实现了“走出去”的目标<sup>[6-7]</sup>。同时, 为了进一步开拓新疆特色农产品市场, 建立起完善的市场营销网络体系, 对陕西省宝鸡市新疆农产品市场情况进行了调查, 企图了解新疆农产品销售情况、当地居民购买能力及消费趋向, 摸清新疆农产品销售模式和渠道, 预测新疆农产品市场销售潜力, 为新疆农产品生产和市场拓展提供依据。

## 1 宝鸡市基本概况

宝鸡市地处关中平原西部, 地理坐标  $\text{N}33^{\circ}35' \sim 35^{\circ}06'$ ,  $\text{E}106^{\circ}18' \sim 108^{\circ}03'$ , 处于西安、成都、兰州、银川四省会城市的中心位置, 是国家规划建设的关中—天水经济区副中心城市和陕甘川宁毗邻地区区域性中心城市, 陇海、宝成、宝中铁路在此交汇, 连霍、宝平高速公路穿境而过, 310 国道等干线公路网四通八达, 西宝客专已建成通车, 是中国境内陆上丝绸之路和新欧亚大陆桥上第三个大十字枢纽, 是通向我国西北和西南、东西贯通陇海、北连包兰、南接成昆诸线的重要交通枢纽。宝鸡市东西长 156.6 km, 南北宽 160.6 km, 总面积 18 117  $\text{km}^2$ , 全市辖 3 区、9 县和 4 个开发区, 市区总面积 3 625  $\text{km}^2$ , 常住人口 373.67 万人。宝鸡是中国优秀旅游城市和旅游竞争力百强城市, 又是西部工业重镇, 是国家“一五”和“三线”建设的老工业基地, 现有规模以上工业企业 386 户、上市公司 6 户、入驻世界 500 强企业 4 户、中国 500 强及行业龙头企业 8 户, 拥有 2 个国家级工程研究中心和 20 多个国家级、省级技术研发中心, 各类人才 35 万人, 是我国西部重要的商品粮和果、畜、菜生产基地<sup>[8]</sup>。2013 年全市生产总值 1 545.91 亿元; 地方财政收入 72.02 亿元; 城乡居民人均收入分别达到 28 509 元、8 376 元<sup>[9]</sup>。

## 2 调查内容与方法

### 2.1 调查研究内容

本次调查主要在人口集中、经济发展较快的渭滨区、金台区、陈仓区和高新区进行。调查主要包括: 消费者特征信息、消费者对购买新疆农产品的认知、消费者购买新疆农产品的行为及态

收稿日期: 2016-06-17

基金项目: 新疆特色农产品市场开拓规划资助项目(A 289021410)

第一作者简介: 张彩霞(1968-), 女, 陕西省绥德县人, 图书馆员, 从事农林文献资源与管理研究。E-mail: sxylzcx@126.com。

度、影响消费者购买新疆农产品的因素、市场需求与潜力、市场目标群体定位以及各流通环节和市场主体的状况及限制因素等。

## 2.2 调查方法和样本数量设定

采用现地典型调查和随机抽样问卷调查的方法,调查对象涵盖批发市场、大中型超市、中小型卖场及消费者个体等不同层次,具体调查点要有典型性、代表性和普遍性。调查样本数量设定为:批发市场 1 个、大型超市 3 个、小型卖场 10 个、消费者调查样本数 150 人。

## 2.3 调查具体要求

2.3.1 消费者调查要求 调查地点的选择要分为商业中心、休闲广场、主要街道、农产品销售卖场(批发市场、大型超市、小型卖场等)等随机访问;调查对象的选择分性别、年龄、职业、学历、收入等不同层次,合理布局调查对象,使调查具有代表性,能够反映宝鸡市不同消费者基本情况。

2.3.2 农产品综合批发市场调查要求 从管理者和经营户分层次调查,了解批发市场基本情况,市场管理者和市场经营商户对新疆农产品的认知及经营情况。

2.3.3 大型超市调查要求 以经营水果为主的规模较大的连锁超市为调查对象,其布局合理,调查的每个超市之间的距离不小于 2 km。

2.3.4 小型卖场调查要求 以水果为主的农产品综合卖场或专卖店,被调查的各卖场之间的距离不得小于 1 km。

## 3 调查结果与分析

### 3.1 新疆农产品经销状况调查分析

共计调查了宝鸡市的新疆农产品经销商家 14 家,其中批发市场 1 家、大型超市 3 家、中小型卖场 10 家,分布区域涵盖了宝鸡市城区 4 区(其中金台区 5 家、渭滨区 3 家、高新区 3 家、陈仓区 2 家)。

3.1.1 农产品批发市场 宝鸡市水果批发市场位于宝鸡市渭滨区金台大道,是宝鸡市 4 家市级农产品批发市场之一,也是国家农业部在宝鸡市的定点农产品批发市场。成立于 1999 年 6 月,经营面积 2 万 m<sup>2</sup>,经营户 49 户,就业人数 330 人,经销水果为主,主要销往陕西、甘肃,年交易额约 2 亿元,新疆农产品年销售量约 360 万 t,销售额 90 万~120 万元。

对市场管理人员调查表明,该市场主要经营产品是干鲜果类如香梨、葡萄、哈密瓜、西瓜、核

桃、红枣、葡萄干、杏干等,批发流向超市、卖场和零售商,其中销售较快的产品主要是水果类,如葡萄、哈密瓜、西瓜,年交易额变化趋势增长 5% 以下;经营中对新疆农产品感到最不满意的是不能常年稳定供货和价格高;未来最想经营的新疆农产品主要还是水果类(香梨、西瓜)和干果(红枣、葡萄干)。

对批发市场中经营户的调查表明,销售比较好的农产品是葡萄、哈密瓜、核桃;经销中不满意的是不能常年稳定供货、价格高;最想经销哈密瓜、香梨、西瓜、红枣、葡萄干。

3.1.2 大型超市 调查选取了大中型连锁超市 3 家,分别是华润万家、大润发和宝商集团。在对 3 家超市销售情况调查中,有两家认为销售不太好,一家认为还行;有两家表示近年总体销售趋势增长约 5%,有 1 家则认为销售有减少趋势;3 家超市均认为消费者的认知变化和收入变化是导致新疆农产品销售情况变化的主要原因。

调查表明,宝鸡市超市经营的新疆农产品种类有水果类、干果类、畜产品类和加工品类,但主要还是以水果类和干果类为主。经销的水果类产品主要有香梨、哈密瓜和葡萄;干果类产品主要是核桃、红枣、葡萄干、杏干、巴旦木和枸杞;畜产品类主要有羊肉、牛肉(干)和奶制品;加工品类则主要是番茄酱、葡萄酒、辣椒酱。销售最快的新疆农产品依次是哈密瓜、葡萄干、葡萄、香梨和红枣。

影响消费者购买新疆农产品的主要因素是品质质量、价格、宣传认知程度、收入。目前新疆农产品市场基本供需平衡,甚至出现了供大于求现象,市场前景一般。在经营中感到最不满意的是品种少、供货时间长、价格高,受供货时间、货源稳定性及消费者认知程度等因素影响,经销商未来最想经营的产品主要还是水果类和干果类产品,其中水果类产品依次是葡萄、桃、无花果;干果类产品依次是核桃、红枣、葡萄干、杏干、巴旦木、枸杞、葡萄酒。

3.1.3 中小型卖场 调查中小型卖场 10 家,普遍认为新疆农产品销售状况还不错,其中认为销售很好的占 30%、销售还行的占 50%、销售一般的占 20%。有 80% 卖场的销售情况有增长趋势,增长幅度在 5% 以上,其中有 10% 卖场销售增幅达到 20%~50%。导致销售情况增长的主要因素依次是收入情况(占 40%)、质量品质(占 40%)和认知程度(占 20%)。

调查表明,中小型卖场主要经营的产品和销售最快的产品依然是水果类和干果类产品,其中水果类依次是哈密瓜、香梨、葡萄、苹果、鲜枣、西瓜;干果类产品依次是核桃、红枣、葡萄干、巴旦木、杏干、枸杞。影响消费者购买新疆农产品的主要因素依次是产品质量(占 60%)、价格(占 30%)和认知程度(占 20%)。和批发市场及超市一样,大部分小型卖场的经销商认为目前宝鸡市的新疆农产品市场供需关系基本平衡(占 60%),甚至供大于求(占 30%),但是随着当地社会经济发展和居民收入等提高,有 70%的商户认为新疆农产品在宝鸡市的市场前景是很大的,也有 20%商户认为市场前景一般。

在经营中最令经营者感到不满意的是:价格高(占 60%)、外包装差(占 30%)、不能常年稳定供货(占 20%)以及品质质量差(占 20%)。商户未来最想经营的产品也还是水果类和干果类产品,其中水果类产品依次是香梨、哈密瓜、西瓜、苹果、葡萄、石榴、杏、桃和无花果;干果类产品依次是红枣、葡萄干、核桃、巴旦木、杏干和枸杞。

### 3.2 新疆农产品消费者调查分析

3.2.1 消费者基本情况 根据对消费者调查的基本要求,本次共计调查了 150 人,调查中从消费者性别、年龄、职业、文化程度、经济收入等多方面均衡考虑,调查样本分布基本合理,能够反映宝鸡市不同层次消费者的基本情况。从消费者性别上看,男性占 45.33%,女性占 54.67%;从年龄分布上兼顾了老中青不同层次,其中 30 岁以下占 33.33%,30~40 岁占 37.33%,40~50 岁占 16.67%,50 岁以上占 12.67%;在职业分布上,普通工薪人员占 22%,白领占 20.67%,公务员占 23.33%,家庭主妇占 11.33%,其他人员占 22.67%;在学历层次上,大学学历占 18.67%,中专占 15.33%,高中占 19.33%,初中占 6.67%,初中以下占 3.33%,其他占 26.67%;收入水平上兼顾了高中低不同收入人群,其中低收入人员(2 000 元以下)占 18.67%,较低收入人员(2 000~3 500 元)占 38.67%,中等收入人员(3 500~4 500 元)占 21.33%,较高收入人员(4 500~6 000 元)占 6.67%,高收入人员(6 000 元以上)占 4.67%,其它占 10%。

3.2.2 消费者对新疆农产品认知情况 调查表明,绝大部分消费者(占 99%以上)对新疆农产品有一定的了解,其中表示比较了解或很了解的约

占 65.33%,了解一点点的约占 34.0%,表示对新疆农特色产品不知道的消费者仅占 0.67%;这些被调查者表示非常喜欢或比较喜欢的消费者占被调查对象的 54%,喜欢程度一般的占 27.33%,不喜欢的占 0.67%。大多消费者对新疆农产品的了解是通过电视媒体与网络宣传渠道,分别占 63.33%和 48.67%,通过亲朋好友推荐、产品展销会或其它途径了解到新疆农产品所占比例分别是 36.67%、10.67%和 9.33%。

大部分消费者对新疆农产品的认识仅限于笼统的农产品大类,如水果类的葡萄、香梨、哈密瓜,干果类的葡萄干、核桃、红枣,畜产品的牛、羊肉等等,而对各类产品的具体品牌(或生产厂家)基本没有了解,包括批发商或零售商也对产品的具体品牌的了解十分有限,能够说出具体品牌的商家或消费者寥寥无几。大多数人觉得新疆农副产品具有营养价值高(58%)、质量好(44%)、有机安全(12.67%)、性价比高(12.67%)等优点,因而对新疆农产品比较喜欢(占 54%)。

3.2.3 消费者对新疆农产品购买情况 被调查对象的收入大多在 2 000~4 500 元,其中比较了解新疆农产品的人群较多(约占 65%),对新疆农产品不满意的地方主要是价格高(34.67%)、包装差(19.33%)和购买不方便(35.33%),产品知名度和卖相也对消费者购买有一定影响(分别占 12.0%和 12.67%)。对宝鸡市的新疆农产品销售点尤其专卖店也很少有人知道(占 60%),仅有 40%消费者对宝鸡市的新疆农产品销售点表示知道或熟悉;大多数人选择在超市(56%)或小型卖场(26%)购买新疆农产品,购买频率较低,只有 14.0%的消费者表示经常购买,有 54%的消费者表示偶尔会买。购买新疆农产品的主要目的是自己和家里人消费(占 90%以上)。平均消费额根据收入情况不同,年消费额一般不超过 500 元,其中 300 元以下占比较大(约占 49.33%),其次是 300~500 元(占 48.67%)。购买较多的也是鲜果类和干果类,其中最愿意购买的产品包括:鲜果类的哈密瓜、葡萄,干果类是核桃、红枣。影响消费者购买的主要因素是价格和品质质量。与同类产品相比,大多数消费可以接受价格高出 10%~30%,其中可以接受比同类产品价格高出 10%的占 53.33%,高出 30%的占 35.33%,仅有 19.34%的消费者认为可以接受价格高出 60%~90%甚至更高。最受消费者欢迎的销售地是超

市,目前很少有人预定或在网上购买新疆农产品,其中表示从未预定或网上购买的占 62.0%;有 44%的消费者希望货到付款,但也有 38.67%的消费者表示愿意在网上支付。当然,如果有农产品送货上门服务,表示会欢迎和非常欢迎,分别占 41.33%和 12.0%,也有 42.67%的人表示无所谓;而且多数人非常注重其品牌与品质(约占 70%),其中非常注重品质的占 36%,比较注重的占 34%。

### 3.3 新疆农产品市场前景调查

无论经销商还是消费者,普遍认为目前宝鸡市的新疆农产品市场供需关系基本平衡(占 60%);影响新疆农产品市场发展的主要因素是品牌认知度低、产品供货时间长而且不稳定,价格也比较高,但是随着当地社会经济发展、居民收入和生活水平的提高,宝鸡市的新疆农产品市场前景还是很大(占 70%)。

## 4 结论与建议

总体来看,新疆农产品在宝鸡市有一定的发展潜力,只是人们的认知水平不同,对新疆农副产品的了解也有差异,其市场还有一定的发展空间。随着人们的收入水平与消费观念的提高,新疆农产品可以在宝鸡市农副产品市场占有一席之地。

宝鸡地区主要的新疆农产品是鲜果类和干果类,其中销售较好、认知度较广、比较受消费者喜

爱的农副产品依次是:葡萄干、哈密瓜、香梨、红枣、核桃、巴旦木等。货源不稳定和供货时间长是影响新疆农产品经销的主要因素;而价格、品质、包装和方便程度是影响消费者购买的主要因素。

新疆农产品的质量和品质是消费者普遍认可的,因而大部分消费者可以接受比同类产品适当高一点的价格(约 10%左右),但大部分经销商和消费者对新疆农产品的品牌认知度很低,有待进一步加大宣传力度。

### 参考文献:

- [1] 王喜莎. 打造向西开发的桥头堡 推动新疆跨越式发展[J]. 实事求是, 2011(1):57-59.
- [2] 王贵荣,章剑. 以新疆为桥头堡 构建中国陆上能源大通道战略[J]. 大陆桥视野, 2012(1):76-79.
- [3] 韩雪,滕国玲. 新疆特色农产品市场营销存在的问题及对策建议[J]. 农村经济与科技, 2014(9):72-73.
- [4] 程海. 加快新疆特色农业转型升级的思考[J]. 农村工作通讯, 2014(4):55-57.
- [5] 新疆维吾尔自治区统计局. 新疆统计年鉴 2014[M]. 中国统计出版社, 2014.
- [6] 阿布都伟力·买合普拉,李婷,潘浩. 面向中亚的新疆外向型农业发展的思考与建议[J]. 亚太经济, 2014(5):101-105.
- [7] 冯海瑞. 新疆特色农业产业发展研究[J]. 农村科技, 2014(11):66-69.
- [8] 宝鸡市统计局. 宝鸡概况[EB/OL]. [2016-06-17]. <http://www.bjtjj.gov.cn>.
- [9] 宝鸡市统计局. 宝鸡统计年鉴 2014[M]. 北京:统计出版社, 2015.

## Investigation and Analysis on Xinjiang Agricultural Products Market in Baoji Region

ZHANG Cai-xia<sup>1</sup>, GAO Wen-jing<sup>2</sup>, CHEN Xi<sup>1</sup>, XIE Bo<sup>1</sup>, WU Yu-yao<sup>1</sup>, DAI Jun-sheng<sup>3</sup>

(1. Northwest Agricultural and Forest University, Yangling, Shaanxi 712100; 2. Xi'an University of Science and Technology, Xi'an, Shaanxi 710600; 3. Xinjiang Academy of Agricultural Science, Urumqi, Xinjiang 830091)

**Abstract:** In order to further develop the characteristic agricultural products market of Xinjiang in Baoji region, using typical investigation and random sampling survey method, one wholesale market, three large supermarkets, ten small and medium-sized stores and 150 different types of personnel in 4 areas of Baoji region of Shaanxi province were selected, the questionnaire survey had carried on, the field market features and development prospect were analyzed for Xinjiang agricultural products market situation, and relevant suggestions were put forward, according to the existing problems. It has certain reference significance for development of Xinjiang characteristic agricultural products market.

**Keywords:** Xinjiang characteristic agricultural products; questionnaire survey; market prospects; Baoji city