

国家级特色专业农林经济管理专项资助
北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目
北京市农业经济管理重点建设学科系列学术著作

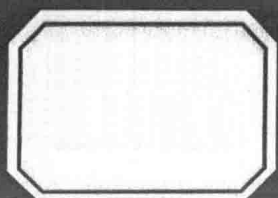
京郊 乡村调查

——特色农经行动计划(2013)

何忠伟 陈 娆 主编



 中国农业出版社



图例 (CIP) 目録附录

国家级特色专业农林经济管理专项资助

北京市属高等学校高层次人才引进与培养计划项目

北京市农业经济管理重点建设学科系列学术著作

京郊乡村调查

——特色农经行动计划 (2013)

何忠伟 陈 娆 主编

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

京郊乡村调查：特色农经行动计划. 2013/何忠伟，
陈晓主编. —北京：中国农业出版社，2014. 5
ISBN 978 - 7 - 109 - 19172 - 3

I. ①京… II. ①何… ②陈… III. ①乡村—社会调
查—北京市—2013 IV. ①D668

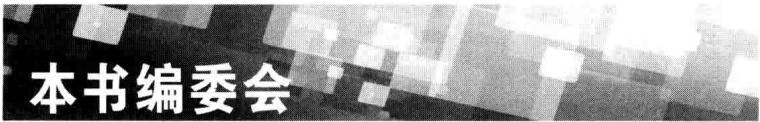
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 102612 号

中国农业出版社出版
(北京市朝阳区麦子店街 18 号)
(邮政编码 100125)
责任编辑 李文宾 冀 刚

北京中兴印刷有限公司印刷 新华书店北京发行所发行
2014 年 6 月第 1 版 2014 年 6 月北京第 1 次印刷

开本：700mm×1000mm 1/16 印张：13.25
字数：260 千字
定价：30.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误，请向出版社发行部调换)



本书编委会

主 编 何忠伟 陈 饶

副主编 赵海燕 郭爱云 田淑敏

成 员 李 华 曹 暕 黄 雷 唐 衡

前言

北京农学院经济管理学院农林经济管理专业作为国家级特色建设专业，具有 30 多年的办学历史。紧密结合北京都市型现代农业的发展实际和学校定位，深入研究和系统探索都市型农林经济管理专业学生能力培养的新途径，经济管理学院形成以都市型高等农业教育为特色，以学生综合素质提升为目标，以实践教学为突破，以优化课程体系为重点，以系列课程建设为基础，创建并系统实践“一个创新行动（特色农经行动计划）、两个建设机制（激励资助机制、多方共建机制）”，以“知识传授、能力培养、素质提升”为基本着力点的卓越农林经济管理专业人才培养模式，实现新时期卓越农林经济管理专业人才培养的全面创新。经济管理学院累计为北京市各条战线输送了 4 100 名毕业生，得到了社会各界广泛认可，产生了显著的人才培养成效和较好的社会效益。

为了进一步深化农林经济管理专业建设，我们更为重视和加强农林经济管理专业教学工作，形成专、兼职业教育教研和科研人员相结合的专业改革研究团队，着重培养卓越农林经济管理人才——农业 CEO，以特色农经行动计划和毕业论文为抓手，集中力量组织开展各项工作。本书汇集了 2013 年特色农经行动计划调研报告和 2013 届农林经济管理专业优秀毕业论文，集中反映了 2013 年农林经济管理专业师生共同取得的成绩。

在调研过程中，我们得到了北京市郊区县、北京农学院教务

处、北京农学院学生处、北京农学院团委、北京农学院经济管理学院等部门的大力支持，写作过程中参考了专家们的文献资料，在此一并感谢。由于水平有限，难免有不妥之处，恳请大家批评指正！

编 者

2014 年 4 月

目 录

前言

● 第一部分 2013 年特色农经行动计划调研报告

创意方便面生产销售市场调研报告	3
北京市儿童农庄发展分析	
——以北京市超级小蚂蚁儿童农庄为例	14
北京籽种农业产学研现状的调研报告	
——以北京金色农华种业科技股份有限公司为例	25
北京市休闲农业游客满意度调查分析	
——以蓝调薰衣草庄园为例	40
庞各庄镇西瓜产业发展调研报告	49
北京农产品销售渠道比较分析	66
北京市品牌鸡蛋的消费研究	75
基于休闲农业理念的新型休闲农庄调研	
——以北京市怀柔区北房镇梨园庄村为例	85

● 第二部分 2013 届农林经济管理专业优秀毕业论文

北京市昌平区农户创意农产品生产的影响因素分析	95
浅谈京郊休闲农业的发展及对策	
——以北京市昌平区十三陵镇为例	109
北京市品牌鸡蛋消费的影响因素分析	122
北京沟域经济发展模式研究	
——以文化创意先导模式为例	135
基于 SWOT 分析的北京屋顶农业发展研究	147
崔村镇南庄村老磨盘农庄的发展探析	158
北京农业休闲观光园消费者意愿研究	
——以北京市大兴区留民营农业园为例	178

附录	193
附录 1 关于创意方便面的市场调查问卷	193
附录 2 蓝调薰衣草庄园游客调查问卷	195
附录 3 庞各庄镇西瓜产业调查问卷	197
附录 4 休闲农庄调查问卷	200
附录 5 北京沟域经济发展模式研究调查问卷	202

第一部分

京 郊 乡 村 调 查

2013年特色农经行动 计划调研报告

创意方便面生产销售市场调研报告

指导教师：何忠伟

小组成员：屈智伟 张爱琦 王欣然 蒋 一 邢 进
邢 星 田 放

前 言

为了深入了解目前国内方便面生产销售情况、消费者消费水平和市场情况，对创意方便面的市场前景建立初步的认识，北京农学院经济管理学院创意方便面生产销售市场调研小组以屈智伟为组长，一行7人，利用暑期时间，在何忠伟老师的指导下前往北京周边各大方便面生产销售点进行了有关创意方便面生产销售市场的调研活动。期间，我们针对目前市场上方便面的品牌、种类及消费者的购买倾向进行了一系列的调查，并围绕创意方便面这一主旨，对其市场前景展开了深入的探讨。

一、调查目的

随着人们生活节奏的加快，方便面产业以其独到的方便、快捷等特点在人们饮食中占据的比例日益增加，但其缺乏营养、口感较差等特点同时也制约着这一产业的进一步发展。因此，开发并生产出与传统方便面相区别的方便快捷、营养健康且口感较好的创意方便面，便成为促进方便面行业发展进步的重大突破点。在这次调研中，我们以自己在学校学到的相关专业理论知识为理论指导，将方便面的生产销售作为调研的立足点，通过访谈、问卷调查等方式对方方便面生产商的负责人、相关工作人员以及大量的消费者进行了调查与采访，围绕着当下方便面的生产销售模式、消费者的购买倾向以及方便面产业发展的突破点等问题展开调研，并着重围绕着创意方便面这一主旨开展了深入的调查，力求全面地获取消费者对于方便面这一食品的需求与消费情况，同时针对创意方便面这一新型产品的市场前景进行展望，并希望通过综合的分析对创意方便面的生产销售提出一些建议。通过这次调研活动，我们加深了对相关专业知识的认知，提高了团队协作的能力，为今后进一步研究创意方便面的发展及进入工作岗位打下了坚实的基础。

二、调查方法

1. 负责人采访 在调研过程中,我们针对不同品牌的方便面生产商及各大方便面销售商负责人进行了如电话采访、面谈等多种形式的采访,取得了不同品牌方便面及各大销售商的相关资料。针对当前方便面的生产销售情况进行了咨询,并就目前方便面行业的发展前景进行了探讨。

2. 观察记录 在调研过程中,我们到各大方便面销售点,如各大超市、卖场,针对目前市场上的方便面品牌、种类和价格进行了详细的记录。同时,我们还对网络销售的方便面产品进行了观察与记录,力求在整个过程中做到详尽、准确。

3. 问卷调查 针对广大的消费者,我们精心设计了相关问卷,针对其消费倾向与需求特点进行了大范围的问卷调查活动,涵盖了不同年龄段、不同职业的人群。之后,针对问卷的相关数据进行了统计与预测。

三、具体调查情况

(一) 当前方便面的相关情况

针对目前市场上方便面的生产销售,我们从方便面的品牌、种类、价格以及消费者的需求等方面进行了调查,从而获得了较为准确的方便面市场信息,为创意方便面的生产销售以及未来市场进行充分的前期调查。

1. 当前方便面的主要品牌 当前,国内销售方便面的主要品牌有康师傅、统一、今麦郎、五谷道场、白象、日清等,这些品牌有的专职生产销售方便面,有的兼有生产其他产品。但总的来说,它们是中国国内最主要的几家方便面生产销售厂商。

2. 当前市场上方便面的种类、价格

(1) 在当前国内市场上,方便面的种类按照食用方法不同可以分为泡面、湿面和干拌面 3 种,按照制作工艺不同可分为油炸型和非油炸型两类。若将不同种类的方便面按照口味进行细分,又可分为红烧牛肉面、香辣牛肉面、麻辣牛肉面、香菇炖鸡面、酸菜牛肉面、西红柿打卤面、酸菜鸡仔面、香熏腊肉面、老坛酸菜牛肉面、鲜虾鱼板面、老坛泡椒牛肉面和红椒牛肉面等众多口味。

(2) 针对市场上众多的方便面,其价格也有很大的悬殊,每包价格从不到 1 元到数十元不等。按照其包装方法不同,方便面的价格多分为两类:一类为袋装面,食用起来需要自备制作容器,价格普遍较低,根据调查价格多为 1~3 元;另一类为桶装面,食用起来较为方便,不需要自备制作容器和食用餐具,价格相

对较高, 根据调查多为 4~10 元。

(二) 当前消费者对方便面的消费情况

针对当前方便面的品牌价格等因素, 我们发放了 200 份问卷, 对各类消费者进行了方便面消费的调查与研究, 从而获得消费者对于方便面的消费情况。在调查的人群里, 男性为 110 人, 占 55%; 女性为 90 人, 占 45%; 男女比例见图 1。调查人群的年龄构成见图 2。

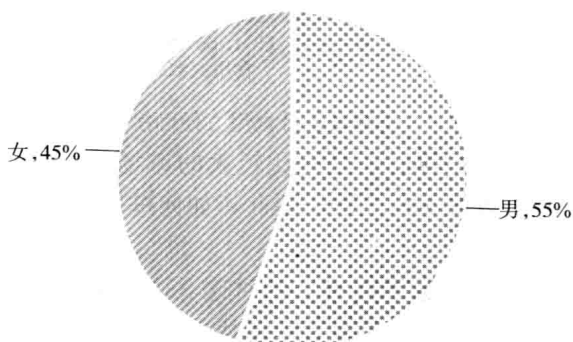


图 1 调查人群男女比例

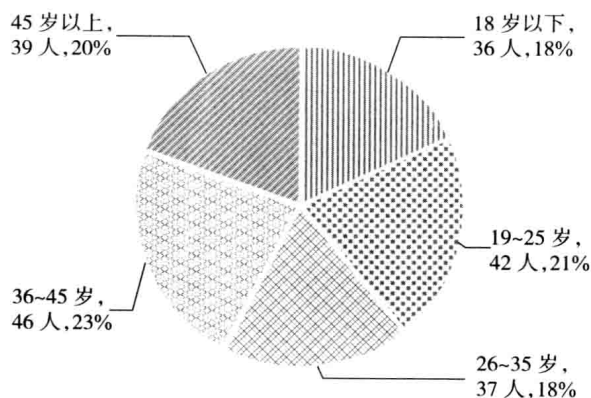


图 2 调查人群年龄构成

1. 消费者每月食用方便面次数的调查 通过收集问卷数据, 我们对 200 名消费者每月消费方便面的次数有了一个具体的了解, 其具体情况见图 3。

从图 3 可以看出, 在接受调查的人群中, 86 人每月食用方便面 1~5 次, 占总人数的 43%, 所占比例最多; 其次为每月食用 6~10 次的人群, 占总人数的 26%; 有 17 人每月食用方便面超过 15 次, 另有 10 人表示从未食用过方便面。

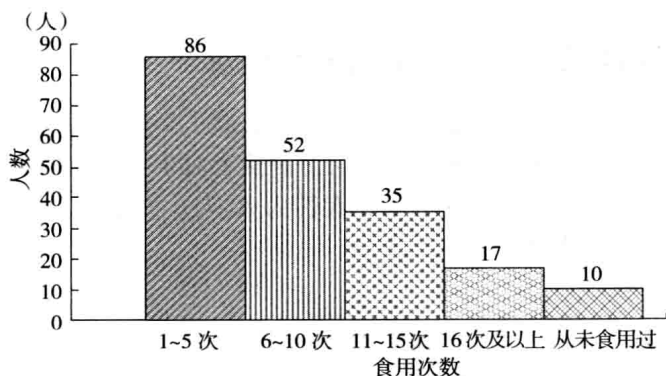


图3 消费者每月食用方便面次数

从以上的数据可以看出，方便面还是有比较大的市场前景的，有95%的人食用方便面，而且食用的次数也不在少数。因此，如何进一步扩展市场，促进产业发展成为重要的问题。

2. 消费者食用方便面的原因调查 针对这95%的食用方便面的消费者，我们对其食用方便面的原因进行了调查，力求找出影响消费者食用方便面的主要因素，其结果如图4所示。

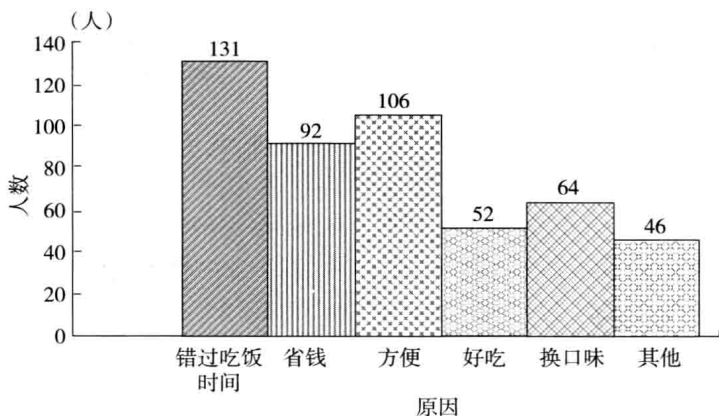


图4 消费者食用方便面的原因

从图4可以看出，消费者食用方便面的主要原因是错过吃饭时间、方便和省钱等因素，而因为好吃、换口味等原因选择食用方便面的消费者相对占少数。由此可以看出，通过提升口感等方式来吸引消费食用方便面仍具有很大的可行空间。

3. 消费者购买方便面价位的调查 针对市场上众多的方便面产品，我们对消费者购买方便面的价位进行了调查，调查结果如图5所示。

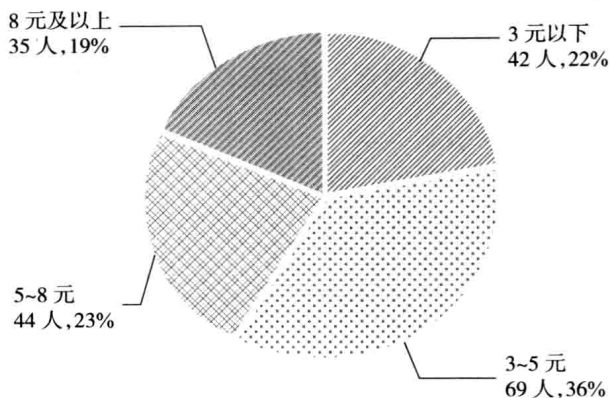


图 5 消费者购买方便面的价位

从图 5 可以看出，消费 3~5 元方便面产品的人群略多于其他人群。但总体来说，不同价位的方便面其消费人群的人数相差不大。由此可以看出，不同价位的产品都有其相应的市场定位。在生产销售方便面过程中，没有必要盲目地降低产品价格以获得更大的消费群体，而应当认清产品定位，针对适应的人群采取适当的营销策略，由此获得的收益会更大。

4. 消费者购买方便面品牌的调查 目前，市场上存在着许多品牌的方便面产品。因此，我们针对消费者购买方便面的品牌进行了一个调查。根据调查结果显示，在 190 个调查对象中，主要消费品牌排名分别为康师傅、统一、今麦郎、五谷道场、白象、日清及其他，其消费人数见图 6。

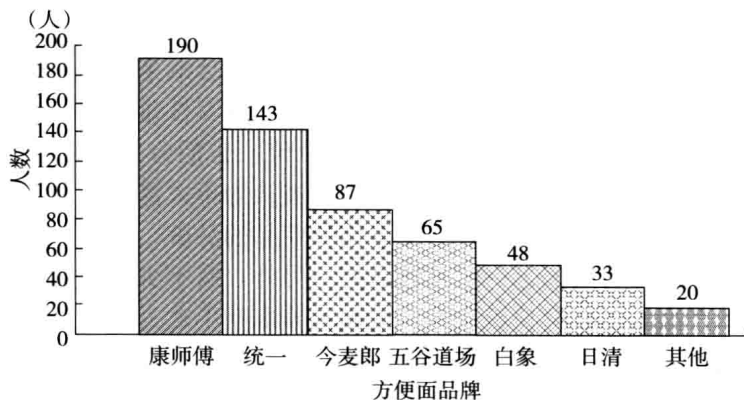


图 6 不同品牌方便面销售情况

从图 6 可以看出，在国内几大主要的方便面生产商中，康师傅品牌占据的市场份额最大，其次是统一、今麦郎、五谷道场等品牌。针对以上调查结果，我们将会就品牌购买情况及其影响因素进行进一步的调查研究。

5. 方便面购买场所的调查 为了解消费者购买方便面的主要渠道，从而对方便面的销售渠道及方法有进一步的认识与理解，我们针对这 190 名消费方便面的人群进行了方便面购买场所的调查，其调查结果如图 7 所示。

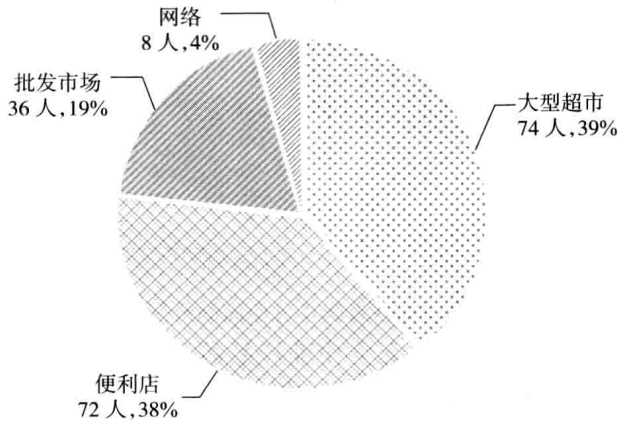


图 7 购买方便面场所的情况

图 7 显示，大多数消费者选择在大型超市或者便利店购买方便面，有 4% 的消费者选择了网络购买，只有 19% 的消费者选择了批发市场购买。以上结果在一定程度上一方面反映了方便面销售的主要渠道，也从另一方面揭示了方便面营销乃至促销的主体位置主要应为大型超市及便利店。随着数据信息化的发展，网络销售日益普遍，因此利用网络销售渠道促进产业发展也成为方便面企业发展壮大的发展方向。

6. 影响方便面购买因素的调查 为了进一步对市场有详尽的了解，我们需要知晓消费者在选购方便面的时候有哪些因素促使其选购某种方便面。因此，我们进行了该项调查，而根据这 190 名消费者给出的重要性排序我们得知，在消费者选购方便面时有以下三个因素占据了主导地位，它们分别是品牌、价格和口味，而另外我们给出的如营养、卫生等因素都被认为不太重要。之后，我们对部分消费者进行采访时得知，大多数消费者信赖商品的品牌，而他们认为一个大品牌的商品的卫生、营养价值也一定是较高的。另外，有不少消费者表示，市场上存在的方便面产品大多数都缺乏营养，因此营养也就不成为其考虑的因素。而价格与口味则是属于他们选购任何食品时都要注重的两点因素。从以上调查中可以看出，消费者对方便面的选购更侧重品牌，如何做到品牌效应是所有生产商必须要考虑的问题。

7. 消费者了解方便面渠道的调查 为了做好品牌效应，则必须进行商业宣传。因此，对消费者了解方便面的渠道进行调查则成为商业宣传乃至了解市场所必须要调研的内容之一，其调查结果如图 8 所示。

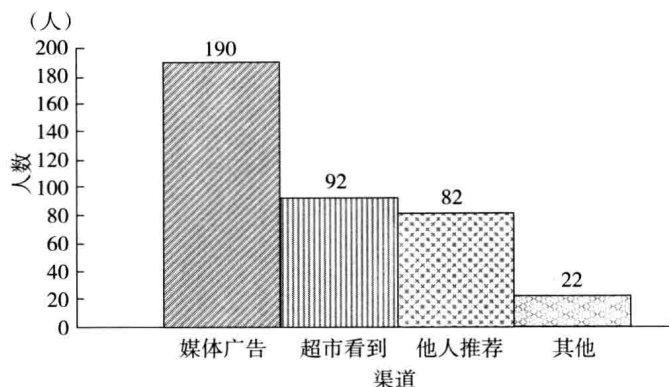


图 8 消费者了解方便面的渠道

从图 8 可以看出, 190 个调查对象中所有人都曾通过媒体广告了解过方便面及其相关信息, 因此在媒体上做适当的广告宣传必不可少。但从 100% 的渠道了解率中我们还应该考虑到, 媒体广告因此而具有的高竞争性, 这也导致其效果不会立竿见影。因此, 注重多渠道宣传也是方便面生产商必须要考虑的。

8. 当前方便面产品不足的调查 通过调查, 我们得出的影响方便面产品的因素排名见表 1。

表 1 影响方便面产品的因素

原因	得票	百分比 (%)
营养不好	182	95.8
不够好吃	120	63.2
产品单一	95	50
分量不够	52	27.4
价格太贵	44	23.2
其他	21	11.1

从表 1 可以看出, 营养不好、不够好吃和产品单一等因素高居前三位, 从而可以看出高营养、口感好的创意方便面存在巨大的潜在市场。

(三) 针对创意方便面的调查

1. 消费者对于方便面健康程度认知的调查 拓展方便面行业就必须要知道行业发展的短板, 方便面历来被称之为垃圾食品。因此, 对消费者进行方便面健康程度认知的调查就是全面了解行业发展短板的重要途径, 在对填写问卷的 200 名消费者的调查中, 我们得出其中 142 人认为方便面存在不利于健康的因素, 40