

“十一五”国家重点图书出版工程

如何创办 水果店

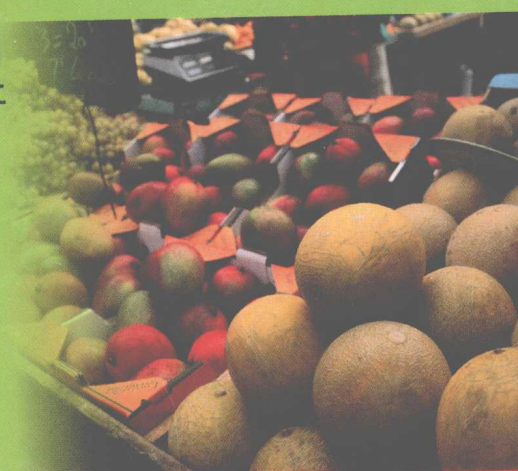


编著 茅建民 李 礼
吕 琪

凤凰出版传媒集团
江苏科学技术出版社



“金阳光”新农村丛书



图书在版编目(CIP)数据

如何创办水果店/茅建民等编著. —南京:江苏科学技术出版社,2007.10

(“金阳光”新农村丛书)

ISBN 978-7-5345-5634-0

I. 如... II. 茅... III. 水果—商店—商业经营 IV. F717.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 135628 号

“金阳光”新农村丛书

如何创办水果店

编 著 茅建民 李 礼 吕 琪
责任编辑 钱路生
责任校对 李 峻
责任监制 曹叶平

出版发行 江苏科学技术出版社(南京市湖南路 47 号,邮编:210009)
网 址 <http://www.pspress.cn>
集团地址 凤凰出版传媒集团(南京市中央路 165 号,邮编:210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
照 排 南京奥能制版有限公司
印 刷 江苏苏中印刷有限公司

开 本 787 mm×1 092 mm 1/32
印 张 2.75
字 数 58 000
版 次 2007 年 10 月第 1 版
印 次 2007 年 10 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-5345-5634-0
定 价 4.00 元

图书如有印装质量问题,可随时向我社出版科调换。

金阳光



江苏“金阳光”新农村出版工程指导委员会

主任：张连珍 孙志军 张桃林 黄莉新
委员：姚晓东 胥爱贵 唐 建 周世康 吴洪彪
徐毅英 谭 跃 陈海燕 江建平 张耀钢
蒋跃建 陈励阳 李世恺 张佩清

江苏“金阳光”新农村出版工程工作委员会

主任：徐毅英 谭 跃 陈海燕
副主任：周 斌 吴小平 黎 雪
成 员：黄海宁 杜 辛 周兴安 左玉梅

江苏“金阳光”新农村出版工程编辑出版委员会

主任：黄海宁 杜 辛 周兴安 金国华
副主任：左玉梅 王达政
委员：孙广能 王剑钊 傅永红 郝慧华
张瑞云 赵强翔 张小平 应力平

建设新农村 培养新农民

党中央提出建设社会主义新农村,是惠及亿万农民的大事、实事、好事。建设新农村,关键是培养新农民。农村要小康,科技做大梁;农民要致富,知识来开路。多年来,江苏省出版行业服务“三农”,出版了许多农民欢迎的好书,江苏科学技术出版社还被评为“全国服务‘三农’出版发行先进单位”。在“十一五”开局之年,省新闻出版局、凤凰出版传媒集团积极组织,江苏科学技术出版社隆重推出《“金阳光”新农村丛书》(以下简称《丛书》),旨在“让党的农村政策及先进农业科学技术和经营理念的‘金阳光’普照农村大地,惠及农民朋友”。

《丛书》围绕农民朋友十分关心的具体话题,分“新农民技术能手”、“新农业产业拓展”和“新农村和谐社会”三个系列,分批出版。“新农民技术能手”系列除了传授实用的农业技术,还介绍了如何闯市场、如何经营;“新农业产业拓展”系列介绍了现代农业的新趋势、新模式;“新农村和谐社会”系列包括农村政策宣讲、常见病防治、乡村文化室建立,还对农民进城务工的一些知识作了介绍。全书新颖实用,简明易懂。

近年来,江苏在建设全面小康社会的伟大实践中成绩可喜。我们要树立和落实科学发展观、推进“两个率先”、构建和谐社会,按照党中央对社会主义新农村的要求,探索农村文化建设新途径,引导群众不断提升文明素质。希望做好该《丛书》的出版发行工作,让农民朋友买得起、看得懂、用得上,用书上的知识指导实践,用勤劳的双手发家致富,早日把家乡建成生产发展、生活宽裕、乡风文明、管理民主的社会主义新农村。

孙志军

(中共江苏省委常委、宣传部长)

目 录

一、水果与水果店.....	1
(一) 对水果的认识	1
(二) 水果店的产生	3
(三) 水果店的发展	3
(四) 开办水果店的时机	4
二、筹办水果店	6
(一) 先有一个想法	6
(二) 再做一个准备	9
(三) 选择一个店面	13
(四) 确定一个批发市场.....	17
三、水果店的经营	23
(一) 经营的理念	23
(二) 经营的特色	27
(三) 经营管理	30
(四) 扩大经营	33
四、水果的分类	37
(一) 按园艺方法分类	37
(二) 按口味特色分类	38
(三) 按地域角度分类	39
五、水果的选择	40



(一) 大小	40
(二) 形状	40
(三) 色泽	41
(四) 触感	41
(五) 压感	42
(六) 水试	42
六、常见水果介绍与贮藏保鲜	44
(一) 热带水果	44
(二) 温带水果	69

一、水果与水果店

(一) 对水果的认识

创办水果店,首先要了解水果和水果店。那水果是什么?根据百科全书的记载:水果是指多汁且美味的植物果实,不但含有丰富的营养,而且能够帮助消化。

全世界有那么多水果,怎么分辨它们呢?不同的植物,对气温、水分等生长条件的需求均不相同,因此,水果分类有下列几种:

1. 按其生长所需温度分类

按其生长所需温度的差异可分为下列三大类:

(1) 温带水果 如苹果、杏子、樱桃、桃子、李子及梨子等。

(2) 亚热带水果 如柚子、柠檬、柑橘、无花果、石榴、枇杷等。

(3) 热带水果 如荔枝、木瓜、菠萝等。

2. 按植物学分类

植物学家对水果有另一种分法:

(1) 仁果类 如梨子、苹果。

(2) 柑果类 如橘子、柳橙、葡萄柚等。

(3) 核果类 如桃子、李子、杏子、梅子、樱桃等。

(4) 浆果类 如葡萄、无花果、石榴等。

(5) 坚果类 如栗子、核桃等。



(6) 其他类 如西瓜、甜瓜和樱桃番茄等。

3. 依照产地分类

依照本地生产的水果及由国外进口的水果来分：

(1) 土产水果 如莲雾、龙眼、荔枝、李子、土番石榴、木瓜、苹果、橙子、香蕉、杨桃、橘子、香瓜、西瓜、柠檬等。

(2) 外国进口水果 如奇异果、樱桃、加州蜜桃、红龙、榴莲、红毛丹、泰国番石榴、进口苹果等。

史书记载：最常出现的水果是桃、李、枣、栗，其次是梨、梅、杏、榛、柿、瓜、山楂、桑椹，其他如杞、花红、樱桃也偶尔会出现。这些大抵就是早期中国北方原生的温带果树。南方的包括了柑橘、柚、橙、荔枝、龙眼、林擒（又称花红）、枇杷、杨梅、橄榄。这些水果的物种多数来源中国南方的原生种。开始引进许多西方的水果，记载一般都认为与张骞通西域有关，虽然仍不能确认这些水果是张骞所带来的，但与丝绸之路文化货物交流有关。这些水果主要有葡萄（蒲桃）、胡桃（大核桃）、石榴（或叫安石榴）和柰（绵苹果原产新疆），哈密瓜、西瓜也从西域引入。南洋所引进的水果，主要有芭蕉（香蕉）、椰子、槟榔和甘蔗，这些水果通常在魏晋南北朝，经济重心偏向南方之后传入。由于中西方文化交流，引进许多不同来源的水果，如菠萝、西红柿、番石榴、草莓、苹果（现代的苹果）、番瓜、莲雾、百香果、奇异果、葡萄柚等。这些水果中有些来自南洋（如莲雾），有些来自新大陆（美洲的番瓜、菠萝和澳洲的奇异果），有些很晚驯化（如各种梅子）。现在生产上用的大多数水果品种在经过许多代改良，是育种后的产物（如许多种类的苹果、梨、温州蜜橘、葡萄等）。种种水果丰富了我们的日常饮食生活。新鲜的水果含有人体必需的多种维生素、矿物质、碳水化合物、粗纤维、蛋白质及脂肪等营养素。吃水果不但可口，并能

促进身体健康,进而达到防治疾病、养颜美容的效果,是最受现代人欢迎的天然健康食品。吃水果也有健康学问,吃的时间正确,更能发挥营养价值,产生有利人体健康的物质。上午吃水果,可帮助消化吸收,有利通便,而且水果的酸甜滋味,可让人感觉神清气爽,有助一日的好心情。反之,入睡前吃水果,不利于消化,尤其是纤维含量高的水果,对肠胃功能差的人来说,更是有损健康,而凉性的瓜类在入睡前更应节制食用。

(二) 水果店的产生

水果业在清光绪年间(1875~1908年)形成,先有摊贩和批发行栈,后有商店。光绪30年有了水果店,光绪32年逐步发展壮大,民国26年进入盛期。抗战期间,外来人员增多,消费者也增多,水果零售业依然兴旺。抗战胜利后,水果店继续增多,同时水果摊贩也越来越多。如今,人们的生活水平不断提高,对于饮食也有了较高要求,水果就越来越受到人们的欢迎,水果专卖店、水果超市等也应运而生,在大大丰富了人们饮食生活的同时,也为身体增加了不少营养,相信水果店会很受欢迎。



(三) 水果店的发展

20世纪60年代,人们日子窘迫,生活水平不高,水果卖不掉,水果店也甚少。80年代起,随着改革开放的步伐,国家又对水果等部分农产品进行了流通体制改革,水果业也得到了发展,水果品种也越来越丰富。特别是80年代后期,人们的生活水平进一步提高,水果店的数量也在大幅度增多。进入21世纪后,水果店不但数量继续增多,而且讲求个性,追求

不同的形式,来吸引更多的消费者。随着水果产量的增加和农产品国际化的趋势,水果市场的竞争将越来越激烈。我们一定要面对市场,根据市场的变化和市场需求的数量、质量、时间以及水果的市场定位来指导经营。市场定位就是你经营的水果是卖到哪里,卖给谁,当然哪里能卖上好价钱就把哪确定为自己的市场。随着时代的发展进步,水果店也在向着水果连锁店、水果超市和网上水果店方向发展。

(四) 开办水果店的时机

要把握好开办水果店的时机,就要做好水果的市场分析,从而得到相关信息。研究和分析直接从市场上得来的信息通常被称为“实地调查”。这个词语说明了这类调查活动的性质,就是直接到水果市场上收集信息。大多数第一手市场资料来自顾客,在所有的信息中,这种信息最有价值。因为它可以直接告诉我们顾客的需求和爱好。另一方面,这种调研活动可能最耗费时间,花费也很大,因此,水果店经营者在运用这一重要方法时,必须要仔细做通盘考虑,尽可能节省费用。要想节省开支,最好的方法是经营者亲自去做调查。一个经营者如果没有市场知识和不了解市场情况,他的事业就不会成功。在特殊情况下,需要求助于专门的调研机构时,经营者对调查的目的和内容要求心中有数,使每一个调研项目都不离开主题,并在事先就要谈定各项费用。

每个店都有自己的商圈范围,通常将在这个范围中的顾客分为三个部分。一是居住人群。是指居住在水果店附近的常住人群,这部分人口具有一定的地域性,他们也是顾客的主要来源。二是工作人群。是指那些并不居住在附近而工作地点在附近的人群。这部分人中不少是利用上下班就近购买水

果,开店者要注意吸引这部分人群,尤其是在一些高级商业区内的顾客,那里的人们一般收入较高,负担较少。三是流动人群。是指在交通要道、商业繁华地区以及公共活动场所过往的人群。这些过路人群是构成周边商圈顾客的基础。一个地区的流动人群越多,在这一地区经营的水果店可以获得的潜在顾客就越多。这些顾客不仅会产生“回头客”,还会使店铺树立较好的形象,从而招徕更多的顾客。



二、筹办水果店

(一) 先有一个想法

1. 提前做好心理准备

在了解了水果和水果店之后,我们来谈谈筹办水果店。要开店,首先要对所开的店有一个想法,开店之前,还必须做好以下心理上的准备:

一是准备迎接改变。要时刻提醒自己:我的水果店就要开张了,这是属于我自己的事业。从此,可能没有星期日,没有假日,我将时常工作到深夜。开店是一个大决定,它意味着你将过一种比普通人更忙碌的生活。如果没有心理上的准备,真的干起来,你就可能会很不适应。

二是要对风险有正确的认识。做生意的出发点是为了赚钱,但却是有风险的。风险并不可怕,只要心态保持平和,做事有依据,未雨绸缪,就可以将风险控制在最小的范围。盲目冒险,是鲁莽的行为。但一个人如果什么风险都不敢冒,那也是成不了大器的。开店之前,只有在心理上正确认识到风险,才能在面对风险的时候,做到有勇有谋。

三是要有积极的态度。“一个人的人生态度决定了人生的高度”。态度是一种重要的影响力量。开店的过程从来都不会一帆风顺,只有保持积极的态度,才会在面临困难时不畏缩,坚强自信,也才能轻松跨越障碍。

2. 充分了解水果业态

有了良好的心理准备,接下来,那我们就了解一下水果业态。我国是世界果树大国,栽培历史悠久,资源丰富,水果和干果达 50 余种,是世界果树起源最早、种类最多的原产地和世界著名果树古国之一。20 世纪 50 年代以来,我国水果业发展较快,尤其是 80 年代中后期以来,水果业进入了迅猛发展时期。据统计,1952 年我国果树栽培面积为 1 026.6 万亩,总产量 244.3 万吨;到 1980 年上述两项指标分别达到 2 674.5 万亩和 679.3 万吨,是 1952 年的 2.61 倍和 2.78 倍。到 1998 年水果种植面积和产量已达到 1.28 亿亩和 5 452.9 万吨,分别是 1980 年的 4.8 倍和 8 倍。我国水果业的发展进入了新时期。第一,水果业发展由高速增长进入稳中趋降阶段,生产的发展日益受到需求的制约,供需矛盾突出。1985 年,国家对水果实行市场放开、价格随行就市和多渠道流通的政策之后,农民对种植果树产生了极大的热情,全国平均每年增加 800 多万亩果园面积。进入 90 年代以来,随着幼龄果树的陆续投产和单产的提高,水果产量高速增长,1990~1997 年水果产量的年递增率为 15.3%,比 1978~1990 年间的递增速度高出 6.2 个百分点。与此同时,水果业出现了结构性和季节性的剩余,从 1995 年开始,全国的水果价格开始下降,尤其是老品种和劣质果出现了“卖不出去”的现象,水果生产快速发展的势头受到了抑制。统计数字显示,1996~1998 年,全国果园面积出现了负增长,其中苹果种植面积减少了 547.4 万亩,梨和柑橘面积稳中趋降。各地根据市场需求的变化,加大了以“高接换种”为代表的品种结构调整力度,辅之配套技术的推广,扩大了优质水果种植面积。从水果供需总量来看,未来 10 年,水果总产量有可能继续保持 10% 的增长



速度,供给大于需求的矛盾日益尖锐。第二,我国水果生产在世界上占有举足轻重的地位,但消费市场主要在国内,对水果业的国际贸易影响不大。从1993年开始,我国果树栽培面积和果品总产量超过印度、巴西和美国,位居世界第一位。目前,我国水果产量份额占世界总产量的12%。分品种来看,苹果和梨的产量均居世界各国之首,分别占世界苹果产量和梨产量的31.8%和44.4%;柑橘产量占9%,排在巴西和美国之后,列世界第三位。目前,我国水果的人均占有量已由1978年的6.8千克上升到1998年的43.7千克,是世界人均水平(1996年数)的60.8%。同时,我国水果的出口并未随着总产量的增加而增加,近几年水果出口量均在总产量的1%左右徘徊。其中1997年我国共出口水果60.16万吨,占水果总产量的1.2%,约占世界水果贸易量(每年约3000万吨)的2%,出口对象主要是日本、俄罗斯、新加坡等少数国家。

3. 确定水果经营策略

在开店之前,通常还需要思考一下所开水果店的规模和经营特色。如今水果店已越来越多,竞争也越发激烈。怎么样才能使自己的店脱颖而出,就需要有经营特色。在水果质量保证的前提下,服务够实在,老百姓才会真心接受你。买水果,不仅可以换,可以退,可以送,也可以叫外卖,甚至还可以刷银联卡。服务上的变化,可以让你的水果店在整个市场销售中占据主导。水果也能实行“三包”,即包送、包换、包退。事实上,单单“送”这一条,就会受到不少老年人的青睐。送“外卖”的做法也逐步流行,有些大点的水果超市,只要在一两站路以内的地方,他们都愿意送这个“外卖”。现代社会,人情往来,互送东西,那水果店可以增加水果礼篮的包装服务。另外,像搭售鲜花、办会员卡、银联卡刷卡消费,也是如今的一些

新花样,都可以进行尝试。

(二) 再做一个准备

对于要开的水果店有了具体的想法后,接下来要做的就是开店前的准备工作了。

1. 准备资金

首先是资金问题,筹集资金通常有以下渠道:

(1) 个人存款 如果你是一位工薪者,那么积累的钱最好不要全部投入,以免小店破产让你蒙受巨大损失。开店时不要盲目贪求规模,可以在开店的过程中逐渐摸索经验和规律,为日后发展做准备。

(2) 亲朋借款 最好向事业成功的亲戚朋友借,必须详细介绍你的计划,一方面可使他们对你的还款能力有信心,另一方面还能得到他们的建议和帮助,事业成功的人一般都有过人之处。

(3) 银行贷款 必要时可以向银行贷一部分款项。

(4) 供应商 如果创业前就有一定基础,也许有供应商同意你赊购某些存货和商品。

2. 选择店址

资金解决了,就要选择店址。水果店开在哪里最赚钱?相信这是所有老板选址时首先考虑的因素。由于目前房价、地价经常让人望而却步,再加上地方难找、竞争激烈,房租成本成为业者最头痛的问题。很多人以为在黄金地段抢得一席之地就成功了一大半,其实,此后庞大的人事、营销、租金等费用,都会接踵而来压得你喘不过气,其效益、利润可能还远不及选择非黄金地段的水果店。所以,建议经营者开店前要选择“最合适”的开店地点,而非“最好最贵”的地点。如何找一



个“最合适”的开店地点,有赖于精细周密的商圈分析。店铺以其所在地点为中心,沿着一定的方向和半径扩展,那些优先选择到该店来消费的顾客所分布的地区,就是店铺顾客所在的地理范围,即店铺的商圈。所谓商圈分析,就是经营者对商圈的构成情况、特点、范围以及影响商圈规模变化的因素进行实地调查和分析。在进行了商圈调查分析后,就要考虑一些影响店址选择的因素。

(1) 租金 对于开店者而言,房租往往是开店的一大负担。对于初次开店者来说,最划算的方式是签订一年或两年租期,以备有更新的选择。

(2) 交通因素 包括停车设施;店址附近交通状况,要考虑店址是否接近主要公路,水果运至店里是否方便;交通的细节问题,开设地点要考虑客流的来去方向。

(3) 客流因素 我们应从以下三个方面来考虑具体情况:客流类型;客流目的、速度和滞留时间;街道特点。

(4) 竞争因素 店铺应尽量选择在商店相对集中且有发展前景的地方,水果店应与相互补充类商品的商店相邻而设,不仅方便顾客选购商品,而且会扩大各自的销售。

另外,当开店者资金较少时,选店法则有四项:选自己居住的地区;选与自己经济上或人事上有关系的地区;选自己希望的区域;选预算范围内的适当地区。

3. 起个店名

店址定下来,店的名称也很重要。通常,店名设计有几个原则:

(1) 易读易记原则 此原则是对店名最根本的要求,店名只有易读易记,才能高效地发挥它的识别功能和传播功能。如何使店名易读、易记呢?这就要做到以下几点: