# 水果市场调查报告8篇

来源：piedai.com 作者：撇呆范文网 更新时间：2024-04-15

*调查报告是对特定主题或事件进行系统性研究和总结的文件，调查报告通常包括介绍、方法、结果和结论等部分，下面是职场范文网小编为您分享的水果市场调查报告8篇，感谢您的参阅。水果市场调查报告篇1内容摘要近几年来，随着钟落潭高校园区不断有新的学校迁入*

调查报告是对特定主题或事件进行系统性研究和总结的文件，调查报告通常包括介绍、方法、结果和结论等部分，下面是职场范文网小编为您分享的水果市场调查报告8篇，感谢您的参阅。

水果市场调查报告篇1

内容摘要

近几年来，随着钟落潭高校园区不断有新的学校迁入，越来越多的商家选择在学校附近做水果销售。当然，工贸附近也有商家做起了水果销售。因此，我们这次调查是为了了解在学校附近做水果销售的盈利空间。

通过对工贸附近水果销售的实地调查，我们采用实地调查、问卷调查的方式对在我们学校附近做水果销售商户进行调查。我们与他们进行沟通交流，知道他们销售的水果主要是中低档的，而且附近有水果批发市场，他们可以每天进货一次以保证水果新鲜。我们将这些数据、资料进行整理总结，从中发掘水果销售的盈利空间及其制约发展的问题，共同讨论解决方案，促使其有更好的发展。

二、 调查背景及其目的

1、背景：

正值夏季，消费者对水果的购买日益增多，市场上水果种类也日渐丰富，那么其在学校附近的销售情况如何呢？目前，学校正处建设阶段，很多条件如生活设施、学习辅助设备都不齐全，在一定程度上给老师和同学的生活带来不便，很多老师和学生都要到学校外面卖水果，针对这种情况，所以我们做了这份调查。

2、目的：

通过对学校附近水果摊位的水果销售情况的.调查，了解其盈

利空间及目前存在的问题，试找出解决办法以加深认识。

三、 调查方法

a) 问卷调查 b) 实地观察 c) 访谈

四、 调查对象

a) 小型水果摊位 b) 学校超市

五、 调查分析

经过实地调查水果摊位的水果销售情况，对其销售水果相关问题及其营销手段有了初步认识，以下是学校附近水果摊位的相关情况。

1、学校附近水果摊位销售的主要对象是学生，其次是附近居民。因此，水果销售应该以中低档为主。

2、香蕉说的销售是最好的，应该要多进些比较好卖的水果。

水果市场调查报告篇2

一、 调查概况

我于20xx年3月至4月对学校周围的水果摊、店以及校内的流动商贩进行了关于水果价格调查。

二、 调查目标

1、 各种水果价格大致起伏。

2、 各种水果价格起伏的原因。

三、 调查方法

1、 访问法。对各个水果摊点老板进行访问，向他们了解各种

水果的价格变动及他们了解的原因。

2、 观察法。观察消费者对于水果价格变动所作出的行动。

四、 调查结果

1、价格变动现象

由上表可以得出以下结论。短期而言，首先，苹果的价格虽然

是在稳步上升，但是我们知道苹果是大众型的水果，一年四季都能买到，且价格不会有太大的上升或下降，所以我推测苹果的价格应该就在6—9元之间浮动。

再说香蕉在3月14时价格在4元左右，但随着时间的推移，价格呈现下降趋势，但是毕竟还有它的价值在那里，所以短期内价格应该不会低过2.5元，但如果到了初夏季节香蕉集体上市的时候价格一定会跌得更低，至少低过2.5。

接下来是草莓，3月是草莓上市的季节，相较于春节期间提早上市的草莓来讲量多一些，同时价格也下降了一些。但是草莓的价格一向是比较高的，所以一直在10至11之间徘徊不定。 最后是西瓜，你我都知道西瓜大量上市的季节是最炎热的夏天，但是春天也有一些早产出的西瓜流动于市场，虽然看似单价只有3块多一斤，比苹果、梨都便宜，但是西瓜是以个卖的，一个就至少3、4 斤，也就十几块了。而且西瓜在夏天时候的价格一般只有1、2块。所以总的来说西瓜的价格还是比较高的。 较去年同期而言，这4种水果的价格都高于去年的。

2、价格变动原因分析。

短期原因（1）、苹果和梨这种四季水果价格变动不大，偶尔

一点起伏可能是供货商价格变动导致的。也是因为是四季水果，所以市场需求没有太大的变化。今年在苹果和梨的产区也没有什么大的自然灾害，所以一年四季的供应也较为稳定。在此情况下供求关系对于苹果和梨的价格变动没有太大影响。

（2）、对于香蕉和西瓜而言，3月是上市量较少的季节。供给量少了，不能满足市场的需求，导致价格上涨。古语有云：物以稀为贵。价格就自然水涨床高了。

（3）、重庆的天气变化很快，套用一句话就是“一年四季随机播放”。这在一定情况下也对水果的价格有一定影响。3月14日前后气温较低，在9度至17度之间。而香蕉、梨作为凉性水果在3月14日前后应该卖得并不好，此条同时应用于消暑水果-西瓜。而4月7日和4月11日前后天气较为晴好，最高温能达到22度。所以这4种水果的销量都有所上升。

长期原因，我国近两年的物价一直处于上涨的趋势，其中当然包括水果价格的上涨。

（1）、人工成本上涨。据相关资料显示劳动力的成

本也在不断上涨。据央行统计，只是20xx年职工工资就上涨了14%。水果的生长、物流、销售都是需要人工投入的，所以，水果价格也随之上涨。

（2）、能源价格上涨。93号汽油已经突破了8元大

关，且石油价格还是一个上升趋势。这对于需要长途运输的水果行业来说也是一个不小的成本压力。

五、心得体会

随着人们生活水平的提高们生活越来越老离不开水果，人们对于水果的认识也越来越深，现在又一个意识就是至少一天一个水果。基于以上原因，水果行业也必将有很大的发展。但是水果的价格还是需要稳定。如要稳定就要求供求相当、减少天灾带来的影响，同时还要控制人工、能源等的价格影响。

水果市场调查报告篇3

随着我国经济的持续发展，我国居民的实际收入将大幅度提高，人们的购买力也将逐步提高，水果也将在人民的生活中扮演着越来越重要的作用。有助于广大市民水果消费，提高水果销量。

一、调查基本总况

本次调查由我们小组7个组员共同完成。调查内容涉及每月生活费、每次水果消费额、水果购买地点、购买水果的频率以及对水果的各类要求等项目。调查采取由调查人员网上发放调查问卷的方式进行，共发放调查问卷100份，回收100份，有效问卷100份，问卷有效率为100%。本小组最后对调查资料进行汇总和分析，得出了一系列调查结果。

二、调查数据分析

1、对被调查者性别的分析

在100份有效问卷中，被调查者中男性有22名，女性有78名，很明显女性比较喜欢水果，这也是符合客观实际的。

2、对被调查者喜欢吃水果的程度的分析

图2：被调查者喜欢吃水果的程度条形统计图

从图2中我们可以看出喜欢吃水果的人居多，所以水果市场的前景还是一片大好的。

3、对被调查者购买水果的季节的分析

图3：对被调查者购买水果的季节的条形统计图

在调查中，有32%的消费者会选择在夏季购买水果，但这并不是表示在其他三季不买任何水果，也有21%表示无所谓。这说明也有一部分人不会因为季节的转化，从而影响对水果的购买。况且，各个季节都有特色水果，而且现在科技发达，反季节水果已经见怪不怪了。随着消费者的经济水平的提高，水果已经成为日常生活的必备品。

4、对被调查者经常购买的水果的分析

图4：对被调查者经常购买的水果的柱状图

消费者对水果的消费基本以常见产品为主，如图4，24%的消费者选择苹果，12%的消费者选择香蕉，14%的消费者选择橘子和菠萝，8%的消费者选择芒果，10%的消费者选择梨子，剩余18%的消费者选择其他。这表明越常见的水果越能被消费者接受，在新鲜度、价格方面有一定的优势，因而在当地有较大的市场份额。

5、对调查者每周用于购买水果的生活费的分析

图5：对调查者每周用于购买水果的生活费的柱状图

从图5中我们可以看出不同的工作人群的购买程度都不一样，消费水平较高的相对于水果这一栏花费较多。50%的消费者回答每周水果消费在10-20元，34%的消费者回答每周的水果消费在20-40元，

这可以看出：这一人群经济收入较好，对生活质量要求较高;其余的两项所占比例较小。

6、对周围水果店的价格的分析

图6：对周围水果店的价格的饼状图

从图6中可以看出，48%的消费者认为价格一般，47%的消费者认为价格偏高，只有少数消费者认为偏低。而其中认为价格偏高的将近一半，这可能跟季节还有我们水果店的客户群有关。

7、对被调查者购买水果时，最看重的因素的分析

图7：对被调查者购买水果时，最看重的因素的柱状图

从图7中可知，有50%的消费者最看重水果的新鲜度，35%的消费者看重价格，13%的消费者看重环境，2%的消费者看重服务态度。从中可以看出，新鲜度是消费者购买水果首先考虑的因素，其次是价格和环境。

8、对被调查者一般会选择在哪购买水果的分析

图7：被调查者一般会选择在哪购买水果柱状图

图8表明有41%的消费者选择超市，24%的消费者选择水果店，18%的消费者选择水果市场，17%的消费者选择水果摊。大多数消费者选择到超市和水果店购买，这主要是超市和水果店环境好，水果种类比较多且全，选择余地大，进货渠道正规，水果质量能得到保证。而选择在水果摊购买的主要是因为消费者下班时或买菜时顺便购买一些水果，比较方便。

同时从这份问卷调查中我们还了解到吸引消费者购买水果中水果的质量占52%，价格占25%。普遍的消费者认为水果的价格太高了，价格低点较能被消费者接受。还有在购买水果的是，消费者发现水果的质量存在问题，例如：大部分的水果不能保证新鲜，可能是当天没有卖完，或者保鲜措施没有做到位等;有些水果店为了提高利润，进购带有急速的反季节水果，这对消费者身体是大大不利的。

还有，从调查问卷中可知，问及“如果在你周围开设一间配送上门的水果店”，40%和37%的消费者会经常性或偶尔的光顾，只有2%的消费者不会去，21%的消费者无所谓。从中可以看出，如果可以的

话消费者希望水果店可以提供上门送货这一服务。这也是一个商机。

三、总结与建议

总结

从我们的问卷调查图表中的数据可以知道，有超过一半的消费者都会购买水果且频率还很频繁。且大都中意一些常见的，价格适当的，质量好的，新鲜的水果，因此，商家可以从这几个方面来考虑，或许可以增加销售量。并且，现在多数消费者经常食用各类水果，半数以上的消费者认为水果是人体必须的营养品。因此，水果的市场销售前景是很好的。

建议

1、调节同类水果的结构，合理发展早熟、晚熟品种，避免果成熟期的集中导致了水果上市的高度集中，使得水果季节性供大于求非常严重，果品销售不畅。

2、大力发展水果加工工业，提高水果的附加值，从而增加水果的销路，减少市场上鲜果的过剩，增加农民收入。

3、发展水果贮藏业，调节水果的季节供求变化，提高果农的收入。

4、加快国内市场的信息灵敏度，调节国内各地的水果疏通，减少水果的地区价格差，使买卖双方都受益。

调查基本情况

调查人员：李林雪、陈洁、于云进、贾淑清、张晴、胡定洁、蔡思瑶

报告撰写人：陈洁、于云进调查时间：2015年3月发放问卷分数：100回收问卷分数：100回收率：100%

水果市场调查报告篇4

一、市场前景分析：

（一）大背景：随着智能手机的普及以及移动互联网的发展，手机已经成为人们生活中非常重要的一部分，手机已经不是过去传统意义上的通讯产品，而是更多承载了人们的娱乐、消费、商务、办公等活动。在此背景下，移动电商行业快速成长起来，用户的移动购物习惯也在逐步养成。随着互联网向本地化电子商务的发展，信息和实物之间、线上和线下之间的联系变得更加愈加紧密，o2o让电子商务网站进入新的一个阶段。

（二）根据ictr的在线调研数据显示，在过去的半年里，有59%的被访网民用过手机购物，20%的被访网民用过平板电脑购物，可见，已经有至少六成的被访网民有过移动购物的经历，中国网民的移动购物习惯已逐步养成。越来越多的消费者开始喜欢通过移动电商来体验购物的快乐。

（三）生鲜电商元年：20xx年被喻为中国生鲜电商的元年，大量的电商纷纷加入生鲜领域，主要的大型电商加入历程如下：

1、20xx年5月31日，顺丰速运旗下电商业务顺丰优选上线

2、20xx年6月初，亚马逊也开始进入水果电商。

3、20xx年7月，京东正式推出生鲜食品频道

4、20xx年4月7日，网上超市1号店宣布进军生鲜品类，旗下“1号果园”正式上线。

5、20xx年7月2日，天猫亦正式对外宣布试水生鲜冷链物流，首期将为“水果生鲜”提供配套冷链服务。

二、市场困境

（一）产品本身难题。调查数据显示，91.79%的人最关心的是水果质量，有76.51%的人关心水果的保鲜期。

（二）物流配送是生鲜电商的最大制约。冷链是生鲜电商的基本要求。调查数据显示，有90.77%的人表示在网上购买遇到的最大的问题是运输途中损坏；更有85.13%的人表示水果不新鲜。

（三）库存管理难题。由于生鲜保质期只有短短几天，损耗率高。

（四）消费者接受程度。在调查数据中，87.69%的人没有在网上买过水果，用户习惯于去菜市场或摊边小贩购买，消费习惯有待培养，因此用户规模仍不大。

三、案例分析（对象：天天果园）

（一）介绍

1、背景：天天果园创立于20xx年4月1日。有30年食品行业经验，致力于搭建产地源头到消费者的直供平台，网站上80%以上为进口水果，精选全球鲜果美食，果园专业鲜果猎头足迹遍布全球，自建专业冷库，冷链物流。便利宅送，全年无休。主营中高端水果产品，包括进口鲜果和国内优质鲜果。

2、渠道：天天果园拥有网站订购，电话订购，电视购物（东方cj）、企业直供（大客户定制）和实体服务点等多元供应渠道。团体大客户，可享受量身定制产品的服务。

3、理念：天天果园的理念是，让客户享受到真正健康、美味的世界鲜果和管家式体贴放心的服务。

4、优势：天天果园的竞争壁垒是他们独有的综合供应链和运营体系。

（1）天天果园的配送范围已覆盖全国三百多个城市，水果损耗率控制在5%左右，通过布局o2o进一步提升生鲜运营和配送效率，真正做到“回归零售本质”。

（2）冷库有9间，不同的冷库放置着不同类别的进口水果，和仓储、分发、包装、检测、运输、行政一起构成了天天果园后端的物流体系。

（3）天天果园还有一个十人规模的采买团队，负责飞到海外各地跟踪水果农场的生产流程，并对当地的天气、产量、品质做出可行性分析。天天果园还有一个十人规模的采买团队，负责飞到海外各地跟踪水果农场的生产流程，并对当地的天气、产量、品质做出可行性分析。买卖双方可以根据国内的实际需求协调水果生产的产量，加强供需两端的互动。

5、劣势

（1）“比送货，快不过易迅；比送货员的状况，服务的系统性以及物流的覆盖，比不上顺丰；

（2）货品的损耗率上，线上还没有做到线下的优势。”“天天果园必须思索如何在货源的供给、运输、品质的管控等各个环节跟上需求。

四、概述：

综合调查数据及以上分析报告来看，相比起电商界成熟的领域来说，生鲜水果之所以发展得缓慢，主要是它是一个新兴的行业，它还有很多人们还没能完美解决的地方，如果人们可以解决所面临的总总问题的话，那水果电商将会是一个非常有前景的行业。

五、建议

（一）建立供应链，是生鲜电商根本。

（二）发展冷链，是生鲜电商的方向。

（三）专业化运营，是生鲜电商的支撑。

（四）突出价格与特色，是生鲜电商的动力。

（五）加快制定果品相关标准，推动绿色果品认证、haccp（危害分析与关键控制点）认证，促进标准化生产和实施品牌战略，主要品种逐步实现从果品到包装的标准化，着力改善实行电子商务的环境。

水果市场调查报告篇5

吃水果，不仅可以补充水分，还可补充多种微量元素，让身体更健康。然而，进入冬季，东北降温下雪，这样的季节，市民们都会吃哪些水果呢?针对产地不同，果农们的销售情况又如何?昨日，记者兵分多路走进水果市场进行调查，也请教专家，教大家如何正确吃水果。

果农两个月卖掉70万斤南果梨

24日9时，记者来到东岭南街的市场走访，露天市场里卖水果的摊位很多，但集中起来，主要是销售苹果梨、南果梨、橘子和苹果，其中梨子最为畅销。在一个小货车摊位上，农户李大哥正在为顾客装南果梨，大家看着个头匀称、色泽诱人的南果梨，都忍不住要多买上几斤。

据李大哥介绍，他们老家是辽宁省鞍山市海城的，他家里种南果梨，每年都会收购其他农户家的南果梨，然后统一拉出去销售。今年一共收集了70万斤的南果梨，一共运了23车的南果梨，到了24日就是售卖的最后一天了，熬了2个多月，终于要全部卖光了。每天，李大哥和妻子都能卖掉20xx斤的南果梨，相比往年，卖得还是比较慢的，但是能赶在大面积降温前全部卖掉，终于也都完成了今年的销售任务。

李大哥所销售的南果梨价格上有优势，因为他是从原产地带来的梨子，没有中间商的运营，价格上可以根据自己的实际情况调配，大个的梨子，他能卖到2.5元一斤，个头稍微小一点的梨子，1.66元一斤，总体的销售额达到100多万，净利润也得在10多万元。每年秋天，李大哥都会从鞍山拉着梨子到长春来销售，期间就一直住在旅店里，直到全部卖光了再回家。

记者品尝了一下李大哥卖的南果梨，皮子薄，口味酸甜可口，可谓老少咸宜。对此，李大哥也表示，从原产地运输，也能让大家吃到最新鲜的梨子，顾客是非常认可的。

冬季水果 梨、橘子、苹果最热??

进入冬季，屋内供暖干燥，大家就想吃一些水果，走访中，市场上销售的主要水果有苹果梨、橘子还有苹果。记者看到了我省水果行业20xx年苹果梨价格行情走势，从吉林省价格监测中心发布的价格来看，苹果梨的价格保持水平。

走访中，这三样应季水果是比较畅销的，走访中，果农也表示，进入冬季，大家还是喜欢吃应季水果，因为对身体有好处，另外反季节的水果价格还是略贵，偶尔购买一些品尝就可以，因为进入冬季，吃梨子润肺，吃苹果也具有很多的功效，大家也会吃上应季水果，这样就觉得才是过冬了。

目前从市场上的整合情况来看，多数果农会将水果卖给水果贩子，这样由他们再出售，也可以从整体上将水果出售，提高销售的速度，这样居民们就可以买到低廉、品质又好的水果，大量水果都上市的情况下，水果的价格也都比较低。

平时大家爱吃的苹果梨，在这个季节也是格外畅销。产地多为珲春地区，今年个别地区的苹果梨，遭受了旱灾，在品相上不是太好，影响了销售的价格，这样的苹果梨，果农在销售时也是压低价格，靠着低价来吸引人，但因为口感还不错，也依然会招揽不少顾客。

橘子品种多 水果店促销热

日前，长春市面上的橘子都有哪些呢?记着先后走访了多家市场、超市和水果店，发现现在市面上销售的橘大部分都是叶橘、砂糖橘、丑橘、甜橘，橘子的不同相对价钱也就不同。

秋季的到来，长春各大水果店、超市、市场街摊的摊位摆满了各色各样的橘子，橘子属热带作物，又称桔子，主要种植于中国南方，它的种类繁多包括：砂糖橘、蜜橘、贡橘、长兴岛橘、黄岩橘、栌柑、脐橙、柑橘、四季橘、金蛋果、代代、甜橙、福桔、叶橘、天台山蜜桔、贡橘、黄岩蜜橘等，橘子色彩鲜艳、酸甜可口，是秋冬季常见的美味佳果。吃法简单，不用水洗也不用削皮。

24日9时许，记者走访进入了一家位于乐群街的一家水果店，记者看到，绿皮叶橘摆放在店外，标牌写着特价橘子，价格在1.9/斤，店员告诉记者：叶橘是秋季的首选，现在购买叶橘的人比较多，不仅便宜而且果实肥厚，汁多，记者走店内，看见店内摆有丑橘和甜橘价格比叶橘高出很多，丑橘7.99元/斤、甜橘2.9元/斤、砂糖橘5.99元/斤、贡橘4.99元/斤、蜜橘6.99元/斤。因为长春不种植橘子，都是南方种植，像这种一般的橘子有的从山东进购，或者从辽宁进购，像我们要进购的叶橘则是从山东那边运来。店员说，往年这个时候也就是叶橘和砂糖橘比较好卖，像叶橘有酸甜口，砂糖橘则是甜口，这两种口味大多数的市民都爱吃。

随后，记者来到自由大路市场里的一家水果小摊，记者看到橘子售卖的价格发生了变化。蜜橘8元/斤、贡橘7元/斤、奥橘8元/斤，进价不同售卖的价格也就不同，像贡橘过几天还会掉个一两块钱。卖水果的老板称，像奥橘这种进口的橘子，进价都比普通的橘子贵很多售卖的价格也相对的比其他橘子贵了几元。

10点，记者再次走访了民丰大街上的一家超市水果区，价格又与其他两家不同，蜜橘则是3.9元/斤、砂糖橘5.99/斤、叶橘3.99元/斤、丑橘5.99元/。我们所进购的橘子都不是在同一地方进购的，叶橘也分别是从山东、唐山等地进购，超市售货员赵女士告诉记者，现在卖的最好的也就是叶橘了，既便宜又好吃。

在周围的水果区记者看到一位大娘在购买水果，秋天就应该吃应季的水果，橘子是我们家的首选，每年橘子刚在长春售卖的时候，我们家就开始往家中购买了，每次买个十块钱左右回家，两三天吃完，然后出来接着买。 69岁的宋大娘告诉记者，自己和老伴特别喜欢吃橘子，老伴特别喜欢吃叶橘，因为据说橘子肉里含有维生素c，包裹橘肉的薄皮含有膳食纤维及果胶，不仅可以促进通便还可以降低胆固醇。

看看咋吃橘子最科学

有资料显示，橘子虽好，可是过量的食用也会给人体的健康造成很大的影响的，因为橘子是温性食物,吃多了易上火，如果食用过量的话，其热量不能完全被消耗掉，所以不能多吃，易出现口舌生疮、口干舌燥、咽喉干痛等症状。橘子果肉中含有一定的有机酸，为避免其对胃黏膜产生刺激而引起不适，因此，最好不要空腹吃橘子。肠胃不好的人少吃橘子，橘子好吃，但是对于肠胃功能不好的人来说，如果过多的食用橘子的话，容易引起胃粪石的问题。

橘子还含有大量的胡萝卜素，如果一次吃得过量或近期连续摄入过多，血液中胡萝卜素浓度过高将会导致皮肤发黄。此时除了多喝水、暂时不吃橘子类水果外，还应限制摄食胡萝卜素含量丰富的食物，大约经过1个月左右后，皮肤的颜色就会恢复正常，特别是小孩子，橘子吃多了更有可能会影响到整个人的食欲，每天吃3个橘子，就能满足一个人一天对维生素 c的需要量。如果橘子吃得过多的话，体内代谢的草酸就会增多，不仅容易影响到钙质的吸收，同时也会引尿结石、肾结石。橘子多吃也会影响整个口腔和牙齿的伤害。

我们一般会把橙子放在橘子的旁边，有时候我们没有贴上标签，一些市民还会把橙子当成橘子来购买。中东市场某水果摊老板说，正确的购买橘子可以从长相来分别他们，橘子常为扁圆形，皮色橘红或朱红，果皮薄而宽松，摸起来也会软一些;而橙子常为圆形或长圆形，表皮光滑且较厚，包裹紧实，而且较橘子而言，橙子一般比橘子大一些。

宽城区新月卫生服务医疗门诊权站长跟记者说，豆浆与橘子不宜同食。橘子含果酸较多，而果酸可使豆浆中的蛋白质凝固变性，影响消化吸收。鸡蛋与橘子相克，鸡蛋含有丰富的蛋白质，若和含有丰富果酸的橘子等水果同时食用，果酸会使蛋白质凝固，影响蛋白质的消化和吸收，甚至产生不良症状。橘子忌与萝卜同食。因为吃萝卜后人体会迅速产生一种叫做硫酸盐的物质，并且代谢产生一种抗甲状腺的物质硫氰酸。若这时进食橘子，它们可以加强硫氰酸对甲状腺的抑制作用，从而诱发或导致甲状腺肿。

橘子忌与牛奶同食。牛奶里面的蛋白质会与橘子里面的过酸和维生素c发生反应，会凝成块状，影响肠胃的消化吸收，还很容易引起腹胀、腹痛、腹泻等不适症状。因此人们在喝牛奶之后的1个小时内一定不能吃橘子。 橘子与动物肝脏不能同食，柑橘含有丰富的维生素c，动物的肝脏富含铜、铁等离子。若将两者同时食用，铜、铁等离子极易使柑橘中的维生素c氧化，从而失去原有营养价值。

梨、橘子、苹果最热??

苹果种类不少富士更受欢迎

市面上的红富士多产自辽宁山东

秋季气候干燥，饮食方面需要格外注意，水果成为日常饮食之外调理身体的不错选择，苹果作为应季水果，格外受到市民的喜爱。记者走访了几家水果超市发现市面上销售的苹果主要有富士苹果、黄元帅、糖心苹果等常见的种类，尤其是富士苹果格外受到青睐。

昨日上午，记者来到自由大路乐群街交会处的水果超市，展台上摆着各式水果，应季的苹果所占空间最大，走近时已经能闻到苹果散发的香气。记者注意到，苹果主要有富士苹果、黄元帅、糖心苹果、乔纳金、国光苹果等几种。富士苹果根据大小的不同，售价主要在每斤5元左右，黄元帅、乔纳金、糖心苹果、国光苹果售价分别为每斤4.99元、4.99元、12.9元和3斤10元。据店员介绍，虽然苹果种类不少，但是购买富士苹果和黄元帅的人数居多，糖心苹果口感更甜，价格也是最高。记者买了一个红透的富士苹果尝了一下，吃起来又脆又甜，汁水很多，十分解渴。

随后，记者又来到中东市场内的水果摊位和超市内的水果区，所售品种基本上还是富士苹果、黄元帅和糖心苹果，价格所差无几，对于哪种苹果卖的更好，老板告诉记者老百姓喜欢的口味不一，买哪种的都不少，在记者走访询问的过程中，一名中年女性就买了几十块钱的富士苹果。69岁的宋大娘更爱吃富士苹果，个头大，水分足，果肉脆甜，一般一天吃一个就够了。

山东和辽宁富士成市场主力

虽然市面上苹果种类不少，但是基本上都是从外地进货，本地所产很少。最知名的就是山东烟台富士苹果，声名远播畅销多年。长春市面上售卖的也多是产自山东和辽宁的富士苹果。自由大路恒客隆的店员告诉记者，店里卖的苹果一般都是从山东、辽宁进货的，而糖心苹果主要是产自新疆。

挑选苹果有讲究

想要购买好吃的苹果，学会挑选很重要，58岁的赵阿姨就以富士苹果为例跟记者分享了她的经验，首先，挑选富士苹果时要看是否有伤疤，最好挑选看起来麻溜的苹果，也就是伤疤比较少的，伤疤多的运输途中磕碰比较多，比较影响口感。其次，我们在选择红富士苹果的时候一定要注意看苹果的下半部分，有虫害的苹果一般都是这个地方，挑选的时候一定要多加注意。赵阿姨还特意叮嘱道，买富士苹果不要买看起来绿里透红的，这类多半不好吃，没有甜味，而且苹果表面不光泽的口感也不好。

苹果如何在家中存放

苹果作为秋冬最常吃到的水果，很多市民通常会买一箱或者几箱苹果存起来慢慢吃，尤其是冬季供暖之后，家里的温度一般都会在23摄氏度左右，如何存放苹果、保证口感显得比较重要。到超市购买水果的黄女士跟记者分享了她的方法，首先将买回来的整箱苹果一一拿出，晾上一会把湿气及小水珠晾干，然后，将塑料微膜袋套入苹果纸箱并且敞开口铺平，随后将苹果慢慢的一个一个放进去。在往箱子里放时，先将好果入底部，慢慢地将次果放在上面，以便拿取，先吃次果，好果耐储存。最后，将塑料微膜袋口系好，放于阳台即可。黄元帅苹果不耐储存，易形成烂点，且多数自果心向外腐烂，果品在储存期糖分消耗很快，脆度也会下架，久之口感不佳，因此不建议长期储存。

苹果的养生功效

苹果具有丰富放入营养价值，含有钙、磷、铁、维生素b2、维生素c等丰富的营养，而且色、香、味俱佳。 苹果是心血管的保护神、心脏病患者的健康水果，因为它不含饱和脂肪、胆固醇和钠 。苹果中的胶质能保持血糖的稳定，并且它还能有效地降低胆固醇。苹果汁有强大的杀灭传染性病毒的作用。吃较多苹果的人远比不吃或少吃苹果的人得感冒机会要低。所以，有的科学家和医师把苹果称为全方位的健康水果，或称为全科医生。现在空气污染比较严重，多吃苹果可改善呼吸系统和肺功能，保护肺部免受污染和烟尘的影响。苹果还能防癌，预防铅中毒。因苹果所含有机酸能刺激肠道，纤维素可促进肠蠕动，故能通大便，治疗便秘。中医认为苹果性平，味甘，具有补血益气，止渴生津和开胃健脾之功，对消化不良，食欲欠佳，胃部饱闷，气壅不通者，生吃或挤汁服之，可消食顺气，增加食欲。

苹果适宜人群

苹果因其丰富的营养价值非常适合婴幼儿、老人和病人食用。苹果中所含溶解性的磷和铁，易于消化和吸收，对婴幼儿生长发育十分有益。科学家发现，苹果不但有多种维生素、矿物质、脂肪、糖类等构成大脑所必需的营养成分，而且含有利于儿童生长发育的细纤维和能增进儿童记忆力的锌。苹果不仅对儿童有益，对老年人更是食疗佳品。现在人工作繁忙社会压力大，多食苹果对缓解不安紧张的情绪大有裨益。

苹果应该咋吃

每天吃1-2个苹果就足以达到上文所述的效果了。吃苹桌时要细嚼慢咽，这样不仅有利于消化，更重要的是对减少人体疾病大有好处。切记不要在饭前吃水果，以免影响正常进食及消化。苹果不能够饭后立即吃。不然不会助消化还会是肚子胀气，还会便秘。可以在饭后两小时或者饭前一小时吃。苹果含糖丰富，糖尿病患者切忌多食。

水果市场调查报告篇6

崇州市桤泉镇蔬菜及水果相关乡村

物流详情

调研报告

文计儒 西南财经大学 工商管理学院

二〇xx年九月

目录

一、调研概要 ........................................................................................................ 16

1．调研目的 ................................................................................................................16

2．调研范围 ................................................................................................................16

3．调研意义 ................................................................................................................16

二、调研背景 ........................................................................................................ 16

1．自然地理条件 ........................................................................................................16

2．相关农业及经济发展状况 ....................................................................................17

3．目前的发展方向 ....................................................................................................17

三、具体现状 ........................................................................................................ 17

1．我国乡村蔬果物流现状 ........................................................................................17

2．崇州市桤泉镇相关现状 ........................................................................................17

（1）相关农业现状

（2）物流发展现状

四、相关对策与建议 ............................................................................................. 18

1．建立物流信息公共平台 ........................................................................................18

2．设立相关政策提供保障与扶持 ............................................................................19

3．发展社会化的运输体系 ........................................................................................19

4．提高信息化水平 ....................................................................................................19

5．引进专业人才与专业技术 ....................................................................................20

五、桤泉镇对我国广大农村的启示 ....................................................................... 20

一、 调研概要

1. 调研目的

当前我国蔬果流通成本高，损耗大。还处在时间长、消耗大、效率低、效益差的低层次上。蔬菜流通以毛菜为主，每100吨蔬菜可产生20吨垃圾，无效物流成本很高。蔬菜在物流环节上的损失率在25％～30％之间，而发达国家的蔬菜损失率则控制在5％以下。从相关专业老师处了解到四川省崇州市是我们国家现代蔬菜物流发展的较为出色的地区，我们此次活动主要是通过深入探访四川省崇州市高新现代农业园区的具体情况，了解“现代化生产和加工的绿色有机蔬菜基地”农业产业链如何以物流为基础具体运作过程以及现代农业新型流通业态，尤其是“农超对接”、“农校对接”、“农馆对接”等农产品营销模式和营销型农民专业合作社和千亩互惠超市蔬菜配送生产基地的现状以发展前景。就如何建设产、供、销加工一条龙的现代农业园区得到相应调研结果，总结农业园区发展的可借鉴及不足之处。为一些蔬菜物流落后的地区提供借鉴的经验。

改善我国目前相关物流蔬菜物流链组织关系松散，物流资源与运作难以有效整合，蔬菜交易方式落后，信息化程度低，蔬菜标准化程度低的现状。

2. 调研范围

崇州市桤泉镇相关蔬果种植加工区

3. 调研意义

发扬大学生投身社会主义新农村建设的精神，激发当代大学生服务基层的热情，鼓励大学生深入了解社会发展动态，特别是我国社会主义新农村建设所取得的成就。通过暑期社会实践活动走出校园、深入基层、了解国情、服务社会、探求真知，提升大学生综合素质，做到德智体美全面发展，成为社会主义合格的建设者和接班人。在学习理论知识精华的同时，更要结合实践，达到“知行合一，学以致用”的效果。通过暑期实践调研，提高学生理论知识水平和解决实际问题的能力，丰富大学生见闻、提高当代大学生综合素质，达到增强责任感、实践能力，锻炼自我的预期效果。并且，我们团队的大多数成员都是物流专业的学生，具有一定的专业知识。这也是我们把课堂的理论运用于现实工作中的一次良好的体验。

二、 调研背景

1. 自然地理条件

崇州市地处美丽富饶的川西平原，位于天府之国的腹心。其中桤泉镇位于四川省崇州市城南，距市区崇阳镇11公里，是四川省农业厅丰收计划示范基地之一，主产优质水稻、小麦、油菜。粮食品质、产量居全市之首，桤泉镇的大米享誉川西坝子，兼种洋芋、萝卜、红苕、莲藕、水果、食用竹笋、苗木花卉等经济作物。

2.相关农业及经济发展状况

桤泉高新现代农业园区建设，极大地促进了桤泉、隆兴、燎原、集贤四个乡镇又好又快发展。特别是桤泉镇，作为园区核心区和“成都市统筹城乡综合示范项目建设示范镇”，积极抓住机遇，实现了发展新变化。全镇建立专业生产基地6100亩，标准化大棚1060亩，优势特色水果红提、蔬菜产量占崇州市的10%以上。蔬菜加工企业发展到4家，年加工能力3000万吨，产品销往欧洲、日本等地，年销售额达1.7亿元。桤泉镇被四川省教育厅确定为“四川省高校食堂农产品直供基地”，被四川省农业厅确定为“农产品农超农校对接试点基地”，其无公害红提标准化生产基地被确定为“四川省农业标准化示范项目”。由成都大好农业有限公司投资500万元建设的“桤泉农产品物流中心及农产品展销中心”，落户桤泉镇。目前，桤泉农业实现了由小到大、由弱到强、由依靠传统经验到依靠现代技术、由单家独户经营到规模集约经营、由单一种植养殖到新增农产品加工和生态观光转变。

3．目前的发展方向

以发展加工物流为载体，做长做深农业产业链。一是着力推进农产品加工业集聚发展，“桤泉农业加工园区”规模达到上千亩，目前已入驻农业产业化龙头企业49家，其中省级龙头企业1家，市级4家，农业产业化经营收入达到2.8亿元，初步形成了“产供销”一体化经营。二是着力发展现代农业新型流通业态，一批“农超对接”、“农校对接”、“农馆对接”等农产品营销模式和营销型农民专业合作社相继建立，建成千亩互惠超市蔬菜配送生产基地。三是借助紧邻安仁古镇的优势，着力打造“三河、一岛、两走廊”农业休闲旅游产业。

三、具体现状

1．我国乡村蔬果物流现状

1) 蔬菜交易方式落后。中国蔬菜流通主要是以批发市场为枢纽的流通体制，市场的硬

件设施和服务功能都很薄弱。中国蔬菜的交易多采取对手交易的方式，这种交易方式竞争性相对较弱，不利于提高流通效率。连锁经营、配送和网上销售是中国蔬菜物流交易发展趋势。

2) 信息化程度低。由于多数菜农无法向外搜索信息和发布信息，造成市场信息不灵，

信息流通不畅通，常常出现菜农找不到销路、批发商找不到急需蔬菜的现象。我国蔬菜信息不集中、信息发布和更新不及时、信息质量低、信息查找和获得不方便等问题依然存在，致使市场供求信息不能快速高效地传递。

3) 蔬菜标准化程度低。目前市场上蔬菜的分类、分级大都是凭人工感觉，没有统一的

标准，这给蔬菜的交易、储存、运输造成很大困难。此外，中国蔬菜的品牌还很少，产品包装工作也较落后，各物流单位由于产品标准化的障碍难以协调，不能形成一个具有内在联系的物流大系统，从而降低了物流效益。

4) 物流过程损失大，成本高。农产品特别是蔬菜有着易腐烂、易损耗、保质期短，生

产分散，季节性突出等特点，物流链过长导致物流过程损耗大，我国蔬菜产品在采摘、运输、储存过程中的年消耗量高达上亿吨，从而导致在全国的蔬菜流通过程中，物流成本所占比例高达60%以上。

5) 物流主体组织化程度低。我国蔬菜合作组织总体数量较少，参与蔬菜物流的合作组

织更少，其组织形式多以个体工商户和私营企业为主，其“商物合流”的现象严重，缺乏专业化和规模化的第三方物流企业或龙头企业，导致整体的蔬菜供应链组织结构松散，物流资源难以有效整合。

2． 崇州市桤泉镇相关现状

1) 整体农业发展现状

全镇建立专业化生产基地6100亩，标准化大棚1060亩，其中优势特色水果红提、蔬菜产量占崇州市的10%以上。蔬菜加工企业发展到4家，年加工能力高达3000万吨，产品销往欧洲、日本等地，年销售额达1.7亿元。

a) 桤泉镇非常重视温室蔬菜大棚的发展，这有利于全面提高蔬菜瓜果产业的档次和质量，增强市场竞争力和占有率，提高企业经济效益和丰富市场供应，有利于项目区现代农业和农业高新技术的发展，进而带动当地经济的振兴、农民素质的提高和农民收入的增加。

b) 镇上的农业机械化水平不高，大部分的蔬菜生产采用“人工为主，机械为辅”的种植方式，发展严重的不均衡，一般的承包农户都是购买通用型、小规模的机械设备或是购买农机服务，用于耕地、灌溉及运输等环节。其中一些生产专业大户的机械化设备也并不专业，从而导致整个区域的物流效率并不高效。

c) 相关农业科技水平较为领先，桤泉镇与四川农业大学深度合作，建立了川农的专门试验田，同时也接收川农学生的各类实践活动，这样的合作提高了全镇农业的专业水平，是值得我国广大地区学习的做法。

2) 不同组织结构现状

a) 大型蔬果种植基地文景园已实现产销一体化，拥有上万亩（不仅仅在当地）

种植各类有机蔬菜、水果，建立两个冷库，拥有自己的冷链，以及自己的车队数量达到20多辆，研发成本占总成本百分之五十以上并且正在建立自己的配送中心，投入达3000万。

b) 小型的蔬果种植园情况却相当不乐观，所访问的一家葡萄种植园用较先进

的种植园方式，部分产品用游客直接进园采摘游玩的方式直销给消费者，一定程度上避开了物流上的局限，但同时也限制了其规模，这样的葡萄园由于其产品供不应求，不用担心储存运输等问题，但其规模却一般限制在了三四十亩，难以继续扩大。

c) 一般在100-500亩规模中等的蔬果户规模，他们往往由多个合伙人共同经

营，这些合伙人一般与批发商（经销商）建立了固定的合作关系。其合作过程主要是批发商直接来到产地取货，运往崇州及成都的各个大型批发市场。拥有自己的仓库但无法保存太久，一般先采现运，将储存的任务交到运输行业手中，而运输者往往只采用简单的保鲜剂等手段进行保存。

3）物流发展现状

a) 缺乏相关政策支持，特别是中小农户更需要政府的扶持，所访的农户或企

业都表示需要政府的相关扶持，特别是在储存方面，其缺乏相应资金及技术，更需要受到政策的保护及扶持。而大型企业也因资金政策等因素迟迟难以进行其现代化进程，如文景园所建的配送中心因资金链断裂已停工很久，若此时能得到政府支持，那么其将得到空前的发展。桤泉镇将农业作为主要发展道路，却忽视了物流这样一个在农业中占有巨大比例的一块，实在很不应该。

b) 集约化程度目前还较低，政府并没有自己的配送中心或仓储中心，而是企

业、农户自己建立相应的仓库，甚至没有，大型的种植基地正在建设的物流基地也迟迟难以完成，目前形成松散的运输形式（经销商上门取货），很容易造成运输实载率低，甚至空驶的情况发生，对流运输，迂回运输，重复运输等不合理物流方式也很容易产生。

水果市场调查报告篇7

为促进全县水果流通工作，解决全县水果销售问题，特别是橙类水果销售难的问题，及时掌握外地水果销售市场情况，畅通我县橙子销路，学习借鉴外地先进的销售经验及做法，20xx年4月14日～19日，县委、县政府组织流通办人员及县内水果销售大户代表等一行人赴长沙、武汉、郑州、岳阳四城市进行水果销售市场调查和学习。现将调查、学习活动情况汇报如下：

一、调查学习目的

这次调查学习的目的是在我县水果习惯于销售南方城市的基础上，尚未打开北方城市销售市场，为此对北方四城市的水果销售市场作一个调查。同时掌握去年我县水果大蓬车北方行反馈情况。目前，我县水果销售已面临严峻形势，特别是橙子销售，全县还有4万2千多吨未售出，习惯销售的南方城市现在市场不尽人意，很有必要拓开北方市常鉴于此，县委、政府果断决策，派出以水果流通办刘崇卿为组长，以县流通办人员xx县内水果销售大户代表等为成员组合成7人的调查小组，赴长沙、武汉、郑州、岳阳等北方城市调查水果销售情况，及时掌握外面水果市场行情，针对我县具体情况，提出对我县水果销售的建议，解决全县水果（尤其是橙子）销售困难问题，确保农业增效、农民增产增收，推动果农种植的`积极性，促进全县经济健康发展。

二、调查活动的基本情况

这次活动，从4月14日早上出发，4月19日凌晨回到恭城，历时6天，到了三省（湖南、湖北、河南）四城市（长沙、武汉、郑州、岳阳），行程近万里。对四城市7个水果大批发市场的销售行情进行了调查。我们的调查方式主要是通过对当地市场的销售批发门面老板经营情况进行实地查看、询问；二是与当地销售大户座谈，请他们介绍情况；三是向当地摊位经销商发放我们恭城水果情况宣传资料，并对当地果商宣传我们的优质果品；四是请当地果商品尝我们恭城的橙子样品果，针对销售大户，我们还赠送橙子给他们做销售样品，在当地进行宣传；五是请当地市场管理部门人员、销售果商代表为我们提建议。

（三）16日晚上到达郑州。17日上午在当地市场管理部门张建东所长陪同下，对xx市华中物流中心水果市场进行了调查。该市场由于是淡季，水果品种明显不如长沙、xx市市场丰富。主要以苹果、胡柚、梨、冰糖柑为主，芒果、菠萝、椰子、西瓜等南方水果占领了半个市常市面上未见有新会橙销售。通过向当地最大的销售商师建华老板了解情况。我们的新会橙品味不错，就是果型太小，包装太差，没有市场吸引力。师老板建议在分级包装，用不同类型的纸箱包装，不能太大箱，同时要进行打腊包装，提升水果的档次。近期，他准备派人到恭城看果，试装车回去销售。

（四）17日晚到xx市。18日上午对xx市花果山水果批发市场调查，该市场与长沙马王堆市场果品情况相似，品种价格不相上下。在这个市场见到了恭城新会橙，但标名为冰糖橙销售，是栗木上枧潘平友老板运过去的。卖价为0。5～0。75元/斤，刚进入市场，销量不是很大。当地的老板还准备到恭城采购水果，想打开xx市常

从四城市七大水果批发市场调查情况可以看出，我县新会橙水果在北方城市还没有打开市常由于市场上脐橙量大，胡柚、冰糖橙水果丰产，且这类外地水果个头大、包装好，易于市民接受，加上时鲜水果（如西瓜、菠萝、香蕉、早李、枇杷等）冲击着橙类市场，我县新会橙失去了占领市场的先机。面对现在市场情况，必须多方位销售橙子，既要巩固已开发的南方市场，同时也要努力开发北方市场，拉动东、西部市场，形成全面开花的销售局面，推动全县的水果销售。

三、建议

水果的销售与种植是是相辅相成的，种得好了才能卖得好，但关键还在于市场的需求，有了市场才能带来效益，才能提高果农种植的积极性。针对当前我县的水果销售形势，现提出以下几点建议：

（一）转变思想、提高认识，要有销售的紧迫感，认识销售形势的严峻性。

当前我县尚有4万2千吨橙子未销售，果子保鲜期越来越短，天气一变化，果子质量会受影响，时下新鲜水果冲击市场最大，对我县新会橙销售也带来了很多不利因素。因此，我们各级管理部门都应提高认识，要有销售紧迫感，要正确认识到售不出的水果会给果农带来巨大的损失，会打击果农的种植积极性，会造成社会的不稳定。因此一定要在最短时间内群策群力、想方设法，把我县的水果销售出去。

（二）不要有惜售思想。政府和有关部门要通过多种途径加强宣传，引导果农克服低价格不售的观念，不要死咬定一个价格不卖，只要有合适的价格（根据质量定价）即可销售，售出总比不售为好。同时要清楚现在市民对橙子的需求是可有可无，并不是唯一需要的水果，不销售，橙子就会变成垃圾。

（三）注重包装效果、分级售果。一定要从打扮上下功夫（以红色包装最好看），最好能将果进行认真精癣分级、清洗、打腊、精细包装、绿色包装。这样，价位可以上升，也可以促进销售。政府和有关业务部门要及时提供信息，加强技术指导，正确引导群众分级包装售果。

（四）通过多种途径吸引老板。一定要大力发挥销售协会、销售大户的作用，做到走出去，请进来，加强老板间的联系，不要在家等人来买果。

（五）品牌问题。建议政府组织有关部门搞好商标注册、搞水果打蜡生产，同时组织各位老板去搞水果展销，以打响恭城水果品牌。没有形成自己独特品牌，放在同一摊档上，一般消费者都只会感性地从价格、形状上去决定是否购买，很少有消费者能够分清果品品质的优劣。传统的新会橙市场不好，可以打别人的品牌（如冰糖橙）销售。

（六）加大招商引资力度，发展龙头企业。大量的商品果销售不出时，果品的深加工尤显得重要。通过招商引资，发展龙头企业，实现生产、加工、销售一体化。

（七）加强科技管护力度，提高果品质量，增强市场竞争力，增强绿色食品消费观念。为促进销售，保证果品质量，一定要在种植管护环节上下功夫，从花期开始就要进行合理的疏花疏果工作，在使用农药化肥时应按照标准化、无公害以及绿色食品要求进行施肥、用药，多使用农家肥和有机生态肥，保证果子质量。

水果市场调查报告篇8

促进全县经济健康快速发展

——恭城瑶族自治县赴长沙、武汉、郑州、岳阳

四城市调查水果流通市场报告

为促进全县水果流通工作，解决全县水果销售问题，特别是橙类水果销售难的问题，及时掌握外地水果销售市场情况，畅通我县橙子销路，学习借鉴外地先进的销售经验及做法，2014年4月14日～19日，县委、县政府组织流通办人员及县内水果销售大户代表等一行人赴长沙、武汉、郑州、岳阳四城市进行水果销售市场调查和学习。现将调查、学习活动情况汇报如下：

一、调查学习目的

这次调查学习的目的是在我县水果习惯于销售南方城市的基础上，尚未打开北方城市销售市场，为此对北方四城市的水果销售市场作一个调查。同时掌握去年我县水果大蓬车北方行反馈情况。目前，我县水果销售已面临严峻形势，特别是橙子销售，全县还有4万2千多吨未售出，习惯销售的南方城市现在市场不尽人意，很有必要拓开北方市常鉴于此，县委、政府果断决策,派出以水果流通办刘崇卿为组长，以县流通办人员和县内水果销售大户代表等为成员组合成7人的调查小组，赴长沙、武汉、郑州、岳阳等北方城市调查水果销售情况，及时掌握外面水果市场行情，针对我县具体情况，提出对我县水果销售的建议，解决全县水果(尤其是橙子)销售困难问题，确保农业增效、农民增产增收，推动果农种植的积极性，促进全县经济健康发展。

二、调查活动的基本情况

这次活动，从4月14日早上出发，4月19日凌晨回到恭城，历时6天，到了三省(湖南、湖北、河南)四城市(长沙、武汉、郑州、岳阳)，行程近万里。对四城市7个水果大批发市场的销售行情进行了调查。我们的调查方式主要是通过对当地市场的销售批发门面老板经营情况进行实地查看、询问;二是与当地销售大户座谈，请他们介绍情况;三是向当地摊位经销商发放我们恭城水果情况宣传资料，并对当地果商宣传我们的优质果品;四是请当地果商品尝我们恭城的橙子样品果，针对销售大户，我们还赠送橙子给他们做销售样品，在当地进行宣传;五是请当地市场管理部门人员、销售果商代表为我们提建议。

(二)16日上午至下午三时对武汉市的二大果品批发市唱—汉口区黄家墩华中果品批发市尝武昌区沙湖水果批发市场进行调查。两个市场上的水果品种基本与长沙情况类似，不同的是在这两大市场中潮州柑、胡柚好卖，销售量大。潮州柑价格达1.3元/斤，胡柚价格达到0.5元/斤，市场主导果品仍是苹果，西瓜。西瓜的价格已达2.1元/斤。在沙湖果品市场上有恭城椪柑销售，但品牌标明为永春芦柑，价格1.0元/斤，市场上也出现了恭城柿饼，价格1.3元/斤左右，但市面上仍未见新会橙销售。当地果商品尝了我们的样品果后，一样认为口味不错，就是果子没有看相，上不了档次，同时果皮难剥。建议我们要分级包装，并进行打腊装扮，同时他们愿意帮我们试销果品，余辉老板准备叫他弟弟过恭城购一车20吨样果回武汉试着卖，看能不能让市民接受，打开市场。

本文档由撇呆范文网网友分享上传，更多范文请访问 撇呆文档网 https://piedai.com