

热带农产品营销的实证分析*
——以海南反季节瓜菜产业为例

华南热带农业大学经济贸易学院 曾 峰

[摘要] 本文论述了海南反季节瓜菜的发展现状,着重分析了海南反季节瓜菜营销的市场环境;结合海南实际,提出了拓展海南反季节瓜菜市场的营销策略组合。

[关键词] 反季节瓜菜,市场分析,营销策略,海南

海南岛素有“天然大温室”的美誉,是我国惟一的热带省份,一年四季都能进行农业生产,反季节瓜菜是这一气候背景下发展起来的优势产业。海南种植反季节瓜菜历史悠久,从 1985 年开始形成较大的生产规模,如今反季节瓜菜已成为海南种植业中仅次于粮食生产的第二大短期作物,是海南热带农业的重要组成部分和农民增收的主要来源。近年来,随着华南冬季瓜菜和北方以大棚、阳光温室为代表的设施农业的兴起,在很大程度上抵消了海南农业原来具有的反季节和热带优势,海南反季节瓜菜的市场空间明显受到了挤压。面对当前国内瓜菜市场的激烈竞争,如何从市场营销角度来探研海南反季节瓜菜的产业化发展,“以销定产”;根据市场需求,创新营销策略组合,及时调整瓜菜生产结构和种植面积,“搞活流通”,已成为提高海南瓜菜产业的整体经济效益所必须关注的问题。

一、当前海南反季节瓜菜的发展现状

海南岛面积 339 万 ha,是反季节瓜菜的良好生产地。1988 年建省后,海南立足于热带农业资源优势,在加强农业基础地位,积极推动农业和农村经济结构调整的同时,狠抓“季节差、名特优、高科技、无公害”四张牌,使海南农业的发展速度高于全国平均水平,全省农业和农村经济得到了迅速发展。开放的市场经济为海南反季节瓜菜的快速发展注入了极大的活力。从 20 世纪 90 年代中后期开始,海南反季节瓜菜大批量出岛,以后逐年递增。(见表 1)

表 1 1998 年~2003 年各时期海南反季节瓜菜种植面积、产量、产值和外销量**

年 份	种植面积 (万 ha)	比上一年 增长(%)	产 量 (万 t)	比上一年 增产(%)	产值 (亿元)	比上一年 增长(%)	外销量 (万 t)	比上一年 增加(%)
1998~1999	9.51	11.49	193.50	132.82	28.82	8.10	127.60	21.52
1999~2000	10.21	7.36	209.80	8.42	34.71	20.43	140.20	9.87
2000~2001	11.33	10.97	231.40	10.30	34.82	0.32	155.00	10.56
2001~2002	10.89	- 3.88	241.25	4.26	38.05	9.28	168.93	8.99
2002~2003	10.53	- 3.31	232.80	- 3.50	41.40	8.80	163.40	- 3.27

从 1998 年到 2003 年海南省反季节瓜菜种植面积平均每年递增 4.53%,产量平均每年递增 6.66%,产值平均每年递增 9.39%,外销量平均每年递增 9.53%***。反季节瓜菜的运销带动了全省的物流、加工及其他服务领域的相关行业,据初步估算,海南省反季节瓜菜的整体效益约 68.8 亿元^[1]。可以说,反季节瓜菜生产是海南省热带高效农业的支柱产业。

近年来,我国蔬菜种植面积每年以 10%的速度增长,产量则以 20%的速度增加。而海南反季节瓜菜更是因天时地利而得到快速发展。2003 年海南反季节瓜菜成功抵御了非典的影响,实现产销两旺。海南反季节瓜菜收购价格普遍看好,反季节瓜菜综合平均收购价格 1.78 元/kg,比 2002 年同期增长 17.9%^[2],反季节瓜菜种植面积比 2002 年同期减少 3.31%,产量减少 3.5%,外销量减少 3.27%,产值却增加 8.8%。然而,海南岛四面环海,是典型的岛屿型经济。海南反季节瓜菜的产量这么高,而海南本省只能消费其中的一小部分,大部分要靠国内(内地)和国外市场两大市场的消费。自 1996 年以来,每年海南反季节瓜菜出岛量均超过 100 万 t,占当年反季节瓜菜产量的 60%以上。由此可见,做好瓜菜营销是海南发展反季节瓜菜的一个重要环节。

二、海南反季节瓜菜营销的市场环境分析

近几年来,全国蔬菜发展速度很快,各省大力加强“菜篮子”工程建设,不断增加蔬菜设施的投入,不但种植面积迅速增加,而且积极推广大棚种菜新技术,为全国蔬菜发展开创了新局面,山东、广西等都是蔬菜大省,他们不但能满足自给,还能外销。但内地很多地区从季节的供求关系上来看,虽然近期内地大棚菜有长足的发展,但冬季蔬菜仍存在较大缺口,因为内地在发展冬季蔬菜上主要靠大棚种植,而大棚种植蔬菜有许多制约因素:一是大棚菜的成本高,要想快速发展,会受到资金方面的限制,政府补贴负担沉重;二是种植品种受限制,有许多瓜菜、豆类品种在大部分地区的大棚里还难以生产;三是大棚菜植期受限制。由于受温光条件限制的影响,大棚菜植期很难根据市场的需求衔接安排;四是大棚菜与粮食争地,面积不能无限地扩大。

* 华南热带农业大学科技基金资助项目。

** 资料来源:黄循精;中国热带农业科学院科技信息所

*** 数据来源:根据表 1 有关数据计算得出

1996 年 12 月“两部一办”联合发出的通知,要求有关省区高度重视海南瓜菜北运的“绿色通道”。同时海运、空运通道的相继开通以及 2003 年 3 月粤海铁路货运业务的正式开通,都为海南瓜菜拓展内地市场在运输通道上提供了便捷。从品种上看,目前内地需求量和生产量较大的主要有:大白菜、萝卜、黄瓜、大葱、番茄、茄子、辣椒、土豆、莲藕、冬瓜、苦瓜、葫芦瓜、丝瓜、豆类等。从供货季节上看,内地各省基本上都存在冬季蔬菜供应淡季的问题。如中南地区冬春淡季一般为每年的 11 月份至次年的 5 月份,但 1~3 月份蔬菜供应最为紧张,价格最高,内地各大中城市都普遍存在这一情况。因此,每年的 12 月份至次年的 3 月份,南方菜仍有广阔的市场,春节前后价格最好,海南菜在这一段时间里有一定的优势。12 月份以前,广东、广西、福建、山东仍有大量的蔬菜上市,4 月份以后,山东等一些蔬菜大省的菜开始上市,这时海南菜难以与其竞争。从销售的地区来看,海南反季节瓜菜近几年在拓展内地各大批发市场上取得明显进展。出岛瓜菜主要集中在广州、长沙、武汉、西安、寿光、深圳、南昌、上海等城市。2002 年海南瓜菜在这些地区的销售量约占出岛总量的 79.5%。这些市场不但是海南反季节瓜菜的主要分销市场,而且海南瓜菜还具有一定的市场占有率,海南瓜菜在以上地区的市场占有率大约在 10%~35%之间^[3]。(见表 2)

表 2 2003 年海南反季节瓜菜在内地各主要批发市场的销售情况

销售地区	广州	长沙	武汉	西安	寿光	深圳	南昌	上海
销售量(万 t)	16.5	26	6.5	0.64	10.89	13.48	10.5	2.9
占市场同期份额(%)	16	35.7	10	12	10	13.3	19.3	30.8

值得注意的是,北方大棚蔬菜和农业高科技园区已经崛起,且发展规模较大。大棚蔬菜虽然成本相对较高,但由于科技含量较高、运输便捷、成本低,在内地市场,尤其是北方市场,具有很强的竞争力,已成为一股不容忽视的力量,这也是造成 2004 年初海南部分瓜菜滞销的原因之一。广东、广西地区的瓜菜上市时间比海南早,交通方便,运输成本低,在市场覆盖率和市场占有率上都有优势。因此,海南反季节瓜菜的收获期应选择北方大棚蔬菜和广东、广西蔬菜大量上市之前。这个时间差,海南反季节瓜菜具有绝对优势,关键是如何把握冬季季节的快慢来确定种植时期。

三、海南拓展反季节瓜菜市场的营销策略组合

1 绿色产品策略。随着收入水平的提高、环境保护意识和绿色消费意识的增强,消费者更多关心食品的安全、无污染,愿意付出较高的价格消费绿色食品。海南大气环境质量全国最优,发展绿色瓜菜潜力巨大。为此应在保护生态环境的前提下,利用海南创建“生态省”的自然条件和丰富资源,如采集野生植物加工成天然或绿色食物以及大力发展生态农业和有机农业,采用生态方法防治病虫害,以有机肥料取代化学肥料,来开发和生产绿色瓜菜。同时还应与目标市场的批发市场建立信息网络,以了解市场供给数量和品种情况,并聘用信息员提供各个时期蔬菜的需求数量和品种的变化,以便在不同的时期提供适销对路的品种。

2 价格策略。一是实行折让与折扣策略,对购买量大的批发商和零售商给予一定的折扣,鼓励商家大量、反复地购买。二是充分利用消费者求新、求奇、求实、求廉的消费心理,采用心理定价法,以激发其购买欲望。三是根据蔬菜品质和市场供给量的对比,采取差别定价法。如果蔬菜质量比别人好,就适当提高价格,否则薄利多销;如果市场供给量多,就适当降低价格,否则提高价格。

3 网络分销策略。海南省从 1993 年开始就高度重视信息化和信息产业的发展,提出 21 世纪初把海南岛建成为“信息智能岛”。海南反季节瓜菜营销可以利用创建“信息智能岛”的网络平台优势,通过 Internet,如海南省农业经济信息网、大地农业网、中国农垦网和中国农业信息网等,大力拓展电子商务,进行网上订货和分销,促进海南订单农业和网络营销的发展。

4 旅游促销策略。旅游业是海南省优先发展的支柱产业之一,海南旅游资源不仅有热带海滨自然风光旅游资源,还有热带高效农业旅游资源。在海南的旅游旺季——冬季,来海南的众多游人中,其中有一部分游客就是冲着海南的反季节瓜菜来的^[4]。为此可以开展“体验式营销”,向游客提供休闲农庄、自助式农场、观光农场等农业和旅游业相结合的形式多样的旅游产品,让国内外的游客在旅游的同时了解反季节瓜菜,结合开发观光农业旅游资源从整体上来促进海南反季节瓜菜的营销。同时蔬菜瓜果及其为原料加工的袋装零食、罐头食品、蔬果饮料还能满足旅客美食和购物的需求,如此将热带农业资源优势转化为反季节瓜菜的促销优势,必将有利于海南反季节瓜菜的市场开拓和市场占有率、品牌知名度的提高。

5 竞争策略。一是以质量取胜。在当前的消费水平下,人们对同样蔬菜的质量比对价格更为注重,蔬菜的质量好即使价格高些,人们也愿意购买,特别对一些经济比较发达的国家和地区尤其如此。泰国的蔬菜出口批量不大,但多为优质高档,售价高,因而利润也高;北京市场上同样的黄瓜,由于北方大棚的黄瓜顶花带刺,新鲜度好,因而价格虽高也比南方的黄瓜好销。因此,应在鲜菜的质量上多下功夫,提高蔬菜的保鲜、包装、运输等技术水平,建立适合瓜菜贮运的“冷链式”物流配送体系,有效降低物流中损耗率,以增强海南反季节瓜菜的市场竞争力。二是在提高质量的基础上,努力降低蔬菜生产成本,增强市场的竞争力。因此,要不断改进各种生产技术和物流技术,并实行规模经营。三是掌握和抓住最佳销售时机。对于蔬菜特别是一些精细和高档蔬菜来说,一个最有利的销售时机就是靠近传统节日,如元旦、五一、国庆、春节等,不仅需求量

双燃料车载锅炉热油清蜡车运营经济性分析

吉林大学交通学院 刘玉梅 苏 建 魏传峰 千承辉

辽河石油勘探局欢喜岭工程技术处 张宇

[摘要] 本文分别从燃料性价比、运行经济成本、维护费用和使用寿命的角度,对采用双燃料加热系统锅炉的热油清蜡车的运行经济性进行了分析,从而得出采用双燃料加热系统锅炉的热油清蜡车与单燃料热油清蜡车相比,具有更好的运营经济性和良好的发展潜力。

[关键词] 热油清蜡车,双燃料加热系统,油气混烧,经济性分析

0 引言

热油清蜡车是用来清洗油井套管壁内外结蜡的专用车辆,主要用于清除油管内、外壁和套管内壁上的结蜡,具备冷、热洗两种功能。现今油田广泛使用的热油清蜡车绝大多数以轻柴油作为燃料,其结构简单,控制粗略,基本靠操作人员的经验和熟练程度来控制燃油与空气的配比,不能达到燃料燃烧所要求的最优空燃比要求,造成燃料的很大浪费,使其运行成本大大增加。改造后的热油清蜡车,其车载锅炉采用双燃料加热系统,可以燃油、燃气,或者油气混烧,且以燃烧油田伴生天然气为主,同时对燃料、空气的供给和燃料的燃烧进行精确控制。这样就可以实现“有气烧气、气少补油、无气烧油”,能很好地适应油田油井伴生气压力和流量不够稳定的问题,使用方便,提高了热油清蜡车的使用经济性。改造后的车载锅炉双燃料加热系统以油井伴生气作为主要燃料,油田油井伴生气的主要成分是天然气,其天然气的含量达96%以上,经过处理,可直接用来作为燃料燃烧。油田的绝大多数油井都有从气体联合站输送过来的伴生气供给管道,这样改造后的热油清蜡车就可以直接燃用油井井口的伴生气,大大地减少了轻柴油的消耗量,由于油井伴生气的价格低廉,从而降低洗井成本。本文从燃料性价比、运行经济成本、维护费用和使用寿命等方面对改造前后的热油清蜡车的运营经济性加以分析。

1 经济性分析

1.1 天然气(油井伴生气)与轻柴油的使用性能比较。天然气是一种高热、高效、洁净、价廉的气体燃料。首先,与轻柴油相比,天然气的热值较高,其热值可达 $45.95 \times 103 \sim 54.1 \times 103 \text{ kJ/kg}$,而轻柴油的热值仅为 $42.5 \times 103 \text{ kJ/kg}$ ^[1];其次,天然气的燃烧效率高,其燃烧效率可达90%以上,而轻柴油的燃烧效率仅为84%,并且天然气更容易燃烧,因此与轻柴油相比,产生同

样的热量,所需的天然气的量要少很多。如表1和图1所示为车载锅炉加热系统达到相同的加热强度加热一小时,轻柴油和天然气的不同的消耗量对比,从图、表所示的结果可以看出,使清蜡介质达到相同的温度时,天然气比轻柴油的消耗量要低20%以上。另外,天然气是完全

表1 天然气与轻柴油的消耗量对比

燃料种类	加热强度			
	弱火	中火	中强火	强火
天然气	19.88	26.50	33.14	39.77
轻柴油	25.10	33.42	41.77	50.12

的气态,在进入燃烧器时,不存在任何如柴油的雾状颗粒,有利于燃料分子与氧分子的充分接触,燃烧彻底,燃烧后清洁无灰渣,不会产生灰尘和烟炱,加热器中盘管的表面不易形成积炭;排放中基本上没有 NO_x 和导致酸雨的 SO_2 ,而且与轻柴油相比产生同样热量所放出的 CO_2 的量少很多,所以天然气是一种高效清洁的“绿色”燃料,具有比较轻柴油更优越的使用性能。

大,且售价较高,如果能赶在接近节假日之时以及竞争者之前供应蔬菜,必定会获得较高的销售利润。同时,在竞争者较少的时候,蔬菜价格也较高,如北京市场每年的4月和12月。

6 品牌策略。现代经济属于“注意力经济”,品牌不仅可以提高消费者对产品的认知程度及忠诚度,还能提高品牌所有企业的知名度和经营效益,驰名商标或商标在市场上具有强大的号召力和市场拓展能力。1997年底,海南省评选出24个瓜菜省优产品,发给“绿岛证书”,让其在包装箱或单个产品上贴上标志出岛,这说明海南反季节瓜菜已开始逐步从“大路货”为主向“品牌产品”迈进。为此,海南省瓜菜生产企业可以出资委托瓜菜批发市场或专业广告公司,统一对外做品牌宣传,将竞争力强、市场潜力大和技术含量较高的瓜菜品种作为首选,培育一批优质、有海南特色的品牌瓜菜产品作为同品牌系列的主导产品,使之成为海南瓜菜的核心品牌产品,在新一轮反季节瓜菜的营销中打响“海南牌”。

[参考文献]

[1]曾峰:浅议海南反季节瓜菜的营销策略[J]. 中国农业信息快讯,2002,(5)。

[2]中国枣网. 今冬瓜菜怎么种? 无公害大势所趋!。 <http://www.zao.com.cn/news/list.asp?id=3630> [EB/OL],2003-10-10。

[3]今冬明春瓜菜信息通报。 <http://wanning.hainan.gov.cn/zhuanli/my/my1.htm> [EB/OL],2003-09-23。

[4]吴小立:发展海南反季节瓜菜营销优势的策略[J]. 特区农垦企业,2001,(12)。