

北京超市挂面食品的供给特征与趋势分析

刘锐 邢亚楠 张影全 张波 卢洋洋 王杰 魏益民*

(中国农业科学院农产品加工研究所/农业部农产品加工综合性重点实验室,北京 100193)

摘要 研究北京超市挂面的品牌、种类、包装和价格特征,以及前3个要素对价格的影响,分析北京市场挂面供给的变化趋势。采用配额抽样与简单随机抽样相结合的抽样方法,2012年10月调查了北京市区及郊区108家大中型超市挂面的供给特征,并与2010年的调查结果进行对比分析。结果表明:挂面品牌数量为94个,部分全国性品牌占有较大市场份额。北京地区挂面平均价格估计为5.79元/500g,产品主要价格区间为4~6元/500g;与2010年相比,挂面价格显著提高,高档挂面的市场比例明显增加。挂面种类仍以普通挂面为主,其次为鸡蛋挂面和杂粮蔬菜类挂面;包装形式以“圆筒纸包装”为主,“盒装”比例明显增加。挂面种类和包装形式对价格均有显著影响,儿童挂面价格显著高于其他挂面,包装精美的挂面价格较高。品牌优势对产品价格的影响并不显著;而知名品牌的产品系列较多,价格区间较广。挂面品牌数量增加,强势品牌逐渐凸显;产品价格显著提高,品牌竞争从低端市场转向中高端市场;挂面种类和包装形式对价格有显著影响。

关键词 挂面;品牌;种类;价格;包装;市场调研;北京

中图分类号 F 323.7

文章编号 1007-4333(2014)04-0243-10

文献标志码 A

Market situation and change in supplying of dried Chinese noodle in Beijing supermarkets based on survey data

LIU Rui, XING Ya-nan, ZHANG Ying-quan, ZHANG Bo, LU Yang-yang, WANG Jie, WEI Yi-min*

(Institute of Agro-Products Processing Science and Technology/Key Laboratory of Agro-Products Processing of Ministry of Agriculture, Chinese Academy of Agriculture Sciences, Beijing 100193, China)

Abstract A market survey was carried out on October, 2012 with the aim to learn about the present situation and trend of dried Chinese noodles market in Beijing. In order to investigate brands, varieties, packaging and price of dried Chinese noodles sold in Beijing supermarkets, 108 medium or large-scale supermarkets in the urban district and suburban county of Beijing were selected based on quota sampling and simple random sampling methods. The results showed that the number of dried Chinese noodles brands increased to 94 comparing to the data of 2010, and national brands accounted for a relatively large market share. The average price of dried noodles was ¥5.79/500 g, and 52.03% of dried noodles price was in the range of ¥4-6/500 g. Compared to 2010, the noodles price significantly grew up and the proportion of high-end noodle products considerably increased. Ordinary noodles was still the most popular dried Chinese noodles, followed by egg noodles, mixed grains or vegetables noodles. “Cylindrical paper package” was the main packaging type of the dried noodles products; the proportion of boxed noodles increased significantly from 2010 to 2012. Those targeted at children showed significantly higher price than other noodles, as well as the noodles with the better package. The brand had slight effect on noodles price. However, some famous brands developed series products, and the price showed wide variation. The number of dried Chinese noodles brands increased rapidly. Brand competition was getting tougher at medium or high end markets. The variety and packaging had significant effects on noodles price.

Key words dried Chinese noodles; brand; variety; price; packaging; market survey; Beijing

收稿日期: 2013-10-21

基金项目: 公益性行业(农业)科研专项经费资助(201303070); 现代农业产业技术体系建设专项(CARS-03)

第一作者: 刘锐, 博士研究生, E-mail: liurui891106@163.com

通讯作者: 魏益民, 教授, 博士生导师, 主要从事食品科学与工程研究, E-mail: weiyimin36@hotmail.com

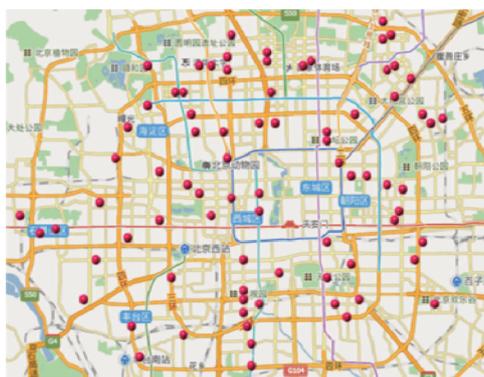
挂面是中国传统食品,也是产值较大的面制品。目前,规模以上企业已经实现了挂面的工业化生产,开始向现代食品企业转型^[1-4]。2003—2012年,我国挂面产量持续增加^[5-6]。据中国食品科学技术学会统计,2011年24家行业主要企业挂面总产量为196.79万t^[5],估计全行业总产量为600~650万t。近3年来,部分挂面生产企业持续扩大生产规模,相关行业(如方便面行业、面粉行业等)投资挂面产业,国际资本(益海嘉里、日清等)进入挂面市场,使挂面生产能力迅速扩大^[7]。目前,市场上挂面种类较多,品牌纷杂,包装各异,价格差异较大^[8-10]。开展挂面市场调查,可以帮助挂面生产企业和消费者了解市场,从而更好地引导挂面生产与消费;同时,为挂面生产企业更好地进行产品定位、市场定位及新产品开发,有效地开展品牌传播和制定企业发展规划提供参考。申连芳等^[11]分析了中国挂面行业现状及发展趋势,认为挂面生产企业呈现散、小、乱的局面,行业集中度低,市场强势品牌缺失。王震^[12]研究分析了挂面行业现状与发展趋势,认为挂面市场竞争激烈,行业品牌运作处于原始状态,产品整体档次偏低。李世岩^[13]认为,目前挂面种类日益丰富,市场已逐渐形成主食型、风味型、营养型和保健型等同时

发展、注意花色品种变化的新格局。2010年1月刘锐等^[14-17]开展北京地区挂面市场调查,结果表明,北京地区挂面市场约有69个品牌,市场上尚未出现占有量和知名度较高的领军品牌。北京地区超市销售挂面的价格为1.86~12.33元/500g;约有67%的挂面价格集中在3~5元/500g,仅有7%的挂面价格超过6元/500g。本研究从大城市超市挂面供给状况分析挂面产业的发展趋势,探索挂面定价影响因素。以市场实地调查和抽样的方式,于2012-9-15—10-15在北京地区主要超市开展挂面消费市场调查,分析北京超市挂面产品的品牌、种类、包装、价格特征,探索前3个因素对挂面定价的影响;与2010年的调查结果比对,分析挂面市场发展趋势。

1 调查方法与过程

1.1 调查地区及超市

调查地区划分为3个部分:1)北京市区(五环内),包括东城区、西城区、朝阳区、海淀区、石景山区和丰台区6个区;2)城市发展新区昌平区城区;3)北五环至北六环之间,包括位于昌平区的回龙观镇、沙河镇、东小口镇和位于海淀区的温泉镇、上庄镇、西北旺镇,共6个乡镇。



(a) 五环内市区 Downtown within fifth ring road



(b) 昌平区城区 Changping city zone



(c) 五环至北六环间 Suburbs between fifth ring road and sixth ring road

图1 北京市调查超市分布图

Fig. 1 Distribution of surveyed supermarkets in Beijing

采用配额抽样与简单随机抽样相结合的抽样方法^[18]对北京市区(五环内)进行调查。根据环路将北京市区(五环内)分成20个面积近似相等的小区域,每个小区域根据人口密度和商业购物中心的数量选择2~5家大中型连锁超市进行调研。

此次市场调研共调查大中型连锁超市108家。按超市类型统计,国际大型连锁超市32家(沃尔玛8家、家乐福8家、乐天玛特4家、卜蜂莲花3家、乐购3家、欧尚3家、华堂商场2家、麦德龙1家),国内大中型连锁超市76家(物美15家、京客隆12家、美廉美10家、超市发10家、北京华联BHG超市9家、世纪华联3家、北辰购物中心2家、天客隆2家、华润万家1家,等)。按调查地区统计,北京市区(五环内)78家,昌平区城区8家,北五环至北六环之间(6乡镇)23家(图1)。

1.2 调查时间及调查方法

2012-9-15—10-15,在超市销售货架现场调查并记录挂面的品牌、种类、包装、价格等信息;购买部分样品,室内进一步登记信息、核对,以及开展厂家、包装形式比较分析。

1.3 挂面货架占有率估计方法

以超市的挂面品种数估计此超市的挂面货架数,挂面品种数等于挂面货架数。

采用分层方法估计北京市场的挂面货架总数,估计过程如表1所示。根据超市名称将北京市场划分为20个层;统计所调查的各层超市的挂面货架总数,计算出每层超市的平均货架数;根据北京地区各类超市数量,估计出北京市场的挂面货架总数为33860。以类似的分层法估计北京市场各挂面品牌的货架数及占有率。

表1 北京市场挂面货架总数估计

Table 1 Estimation of total number of dried Chinese noodles shelves in Beijing market

层 Layer	超市名称 Supermarket	调查超市数 No. markets surveyed	调查货架总数 No. shelves surveyed	平均货架数 No. shelves average	同类超市总数 No. markets total	货架总数 No. shelves total
1	沃尔玛 Wal-Mart	8	542	67.8	15	1 017
2	家乐福 Carrefour	8	629	78.6	18	1 415
3	乐天玛特 Lotte	4	439	109.8	7	769
4	卜蜂莲花 Lotus	3	254	84.7	8	678
5	乐购 Tesco	3	240	80.0	5	400
6	欧尚 Auchan	3	244	81.3	4	325
7	华堂商场 Yokado	2	61	30.5	11	336
8	麦德龙 Metro	1	19	19.0	3	57
9	物美 Wumart	25	1 237	49.5	129	6 386
10	京客隆 Jingkelong	12	799	66.6	77	5 128
11	超市发 Chaoshifa	10	515	51.5	40	2 060
12	北京华联 BHG	9	611	67.9	18	1 222
13	北辰购物 North Star	2	56	28.0	3	84
14	天客隆 Tiankelong	2	160	80.0	32	2 560
15	华普超市 Huapu	2	66	33.0	20	660
16	幸福超市 Happiness	2	186	93.0	6	558
17	永辉超市 Yonghui	1	116	116.0	18	2 088
18	法宝超市 Fabao	1	75	75.0	9	675
19	华润万家 Vanguard	1	79	79.0	20	1 580
20	其他超市 Othes	9	493	54.8	107	5 864
	合计 Total	108			550	33 860

1.4 品牌评分方法

品牌总评分=市场覆盖得分+货架占有得分=(市场覆盖率 $\times 50/X_{\max}$)+(货架占有率 $\times 50/Y_{\max}$)。式中: X_{\max} 为市场覆盖率最大值的近似值,取100%; Y_{\max} 即货架占有率最大值的近似值,取25%。

市场覆盖率=(品牌频数/调查超市总数) $\times 100\%$ 。品牌频数,即销售某一特定挂面品牌的超市数;调查超市总数为108家。

货架占有率=(品牌货架数/市场挂面货架总数) $\times 100\%$ 。品牌货架数,即某一特定挂面品牌的货架数;市场挂面货架总数为33 860。

1.5 产品价格估计方法

采用事后分层估计方法^[19]对北京市场挂面产品价格进行估计,依据超市规模对样本单元进行分层。

设属于 h 层的样本单元数为 n_h ($\sum_{h=1}^L n_h = n$),第 h 层的第 i 个样本单元的指标值为 y_{hi} ,第 h 层的单元总数为 N_h ($\sum_{i=1}^L N_h = N$),第 h 层的层权为 $W_h = \frac{N_h}{N}$,抽样比为 $f_h = \frac{n_h}{N_h}$;则 \bar{y} 的事后分层估计为

$$\bar{y}_{\text{pst}} = \sum_{h=1}^L W_h \bar{y}_h = \sum_{h=1}^L W_h \frac{1}{n_h} \sum_{i=1}^{n_h} y_{hi}$$

其中 $n_h > 0, h = 1, 2, \dots, L$;估计量的方差为

$$v(\bar{y}_{\text{pst}}) = \frac{1-f}{n} \sum_{h=1}^L W_h s_h^2 + \frac{1}{n^2} \sum_{h=1}^L (1-W_h) s_h^2$$

\bar{y}_{pst} 的置信度为 $1-\alpha$ 的置信区间近似为

$$[\bar{y}_{\text{pst}} - u_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{v(\bar{y}_{\text{pst}})}, \bar{y}_{\text{pst}} + u_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{v(\bar{y}_{\text{pst}})}]$$

1.6 统计分析

采用统计软件 SPSS 11.0 和 Excel 2003 进行数据处理和统计分析。

2 结果与分析

2.1 品牌组成及品牌分布

调查结果显示,北京地区大中型超市共有挂面品牌94个,产地主要包括北京、上海、河北、河南、安徽、山东和湖南。全国性的品牌包括:中粮“香雪”,华龙日清“今麦郎”,益海嘉里“金龙鱼”和“花鼓”,湖南克明面业“陈克明”和“金麦仔”,安徽丰大集团“丰大”和“京禾”,河北金沙河面业“金沙河”和“北极雪”,等。与2010年^[14]的调查结果相比,品牌数增加25个。

市场覆盖率最大、货架占有率最多的是克明面业出品的“陈克明+金麦仔”牌挂面,其次为合肥丰大集团生产的“丰大+京禾”牌挂面,以及青岛百乐麦食品有限公司出品的“百乐麦+信中”牌挂面。然后依次为金龙鱼+花鼓、香雪、今麦郎、博大、春晖、巨能、塞北雪等(表2)。可以认为,这些品牌在北京市场占有较大份额,是比较常见、有较大消费群体的品牌。

与2010年^[14]北京市场的挂面品牌评分及排名结果比较,排名组成有所变动。新加坡益海嘉里集团出品的“金龙鱼+花鼓”、今麦郎一日清集团出品的“今麦郎”2个品牌跃入前6位;河北邢台“金沙河+北极雪”、河南新乡“农家粮田”、湖北武穴“万星”进入前20位;而原本排名前6位的四川“若男”和河南“旺嘉”基本退出北京市场。

表2 北京市场主要挂面品牌评分及排名

Table 2 Brands scoring as market coverage and shelf share of dried Chinese noodles in Beijing

排名 Rank	品牌 Brand	市场覆盖率/% Market coverage	货架占有率/% Shelf share	市场覆盖得分 Market coverage score	货架占有得分 Shelf share score	总评分 Total score
1	陈克明+金麦仔 Kremen	93.52	22.85	46.76	45.70	92.46
2	丰大+京禾 Fengda	81.48	16.88	40.74	33.76	74.50
3	百乐麦+信中 Biomate	74.07	4.97	37.04	9.94	46.98
4	金龙鱼+花鼓 Arawana	55.56	5.16	27.78	10.32	38.10
5	香雪 Xiangxue	46.30	4.29	23.15	8.58	31.73
6	今麦郎 Jinmailang	41.67	2.86	20.84	5.72	26.56

表2(续)

排名 Rank	品牌 Brand	市场覆盖率/% Market coverage	货架占有率/% Shelf share	市场覆盖得分 Market coverage score	货架占有得分 Shelf share score	总评分 Total score
7	博大 Boda	37.96	2.31	18.98	4.62	23.60
8	春晖 Chunhui	33.33	2.71	16.67	5.42	22.09
9	巨能 Juneng	35.19	1.90	17.60	3.80	21.40
10	塞北雪 Saibeixue	34.26	1.89	17.13	3.78	20.91
11	厨大妈 Savorily life	25.00	3.44	12.50	6.88	19.38
12	金沙河+北极雪 Jinshahe	25.93	2.89	12.97	5.78	18.75
13	京味福 Jvefoo	33.33	0.90	16.67	1.80	18.47
14	兴盛 Prosperity	32.41	0.96	16.21	1.92	18.13
15	味都 Weidu	32.41	0.88	16.21	1.76	17.97
16	麦田村 Maitiancun	22.22	2.25	11.11	4.50	15.61
17	农家粮田 Hascend	25.00	0.53	12.50	1.06	13.56
18	巨源 Juyuan	24.07	0.37	12.04	0.74	12.78
19	金健 Jinjian	18.52	1.75	9.26	3.50	12.76
20	万星 Wanxing	22.22	0.82	11.11	1.64	12.75

2.2 产品价格分布及估计

2.2.1 价格分布

北京地区被调查超市挂面的平均价格为 5.81 元/500 g, 变幅为 1.99~74.0 元/500 g, 变异系数

较高, 为 69.02%(表 3)。从分布图形看, 价格分布呈现尖峰、右偏特征。挂面产品主要集中在 4~6 元/500 g 的价格区间, 占 52.03%; 6 元/500 g 以上的挂面分布区间较广(6.0~74.0 元/500 g)。

表3 调查挂面产品的价格分布

Table 3 Product price distribution of dried Chinese noodles in Beijing market

统计量 Statistics	数值 Value	统计量 Statistics	数值 Value
样本量 Sample	6 857	标准差 SD	4.01
平均值/(元/500 g) Mean	5.81	变异系数/% CV	69.02
变幅/(元/500 g) Range	1.99~74.00	偏度 Skewness	6.07
方差 Variance	16.08	峰度 Kurtosis	60.62

刘锐等^[14]根据价格分布将市场上的挂面产品分成了 5 个档次。此次调查结果显示, 挂面产品主要集中在中档价格区间(4~5 元/500 g), 占 29.15%; 中高档(5~6 元/500 g)占 22.88%; 高档(≥ 6 元/500 g)也较多, 占 24.65%; 低档(< 3 元/500 g)挂面最少, 仅占 5.24%(表 4)。这一结果表明, 消费者对中、高档挂面的需求量较大。中档区间

的挂面品牌数最多, 包含整个市场 65% 的品牌; 表明中档挂面的市场竞争较为激烈。高档挂面(≥ 6.00 元/500 g)的品牌数也较多, 有 60 个挂面品牌出品高档产品; 说明越来越多的挂面生产厂家进军高档市场。

2010 年北京挂面市场调研结果显示, 北京地区被调查超市挂面的平均价格为 4.00 元/500 g; 挂面产品主要集中在 3~5 元/500 g 的价格区间, 占

66.07%；中高档和高档(≥ 5.00 元/500g)产品共占16.85%。低、中档挂面(< 5.00 元/500g)的品牌数较多,低、中档挂面的市场竞争激烈^[14]。3年期间北京地区挂面价格增长明显,每500g平均价格提高了1.81元,产品的主要价格区间也变为4~

6元/500g;高档(≥ 6.00 元/500g)产品的比例从2010年的7.19%增加到24.64%,而中、低档(< 5.00 元/500g)产品的比例则从60.45%锐减到23.32%。激烈的品牌竞争从低、中档产品转向中、高档产品。

表4 挂面产品的价格档次分布

Table 4 Distribution of price grades of dried Chinese noodles

价格档次 Price level	价格区间/(元/500g) Price	频次 Frequency	样本比例/% Percentage	品牌个数 No. brands	品牌数比例/% Percentage
低档 Low price	< 3.00	359	5.24	32	34.00
中低档 Mid-low price	$\geq 3.00 \sim 4.00$	1 240	18.08	50	53.19
中档 Medium price	$\geq 4.00 \sim 5.00$	1 999	29.15	62	65.96
中高档 Mid-high price	$\geq 5.00 \sim 6.00$	1 569	22.88	45	47.87
高档 High price	≥ 6.00	1 690	24.65	60	63.83
合计 Total		6 857	100.00	94	100.00

2.2.2 北京市场挂面产品价格估计

采用抽样调查理论中事后分层的方法估计北京市区(五环内)和整个北京地区(14区2县)的挂面产品价格。根据类型将大中型超市分为5层,层含义分别为:1)国际大型连锁超市,包括沃尔玛、家乐福、卜蜂莲花、欧尚、乐天玛特、乐购、麦德龙、华堂商场;2)国内大型连锁超市,包括北京华联BHG超市、物美、华润万家、永辉超市;3)北京著名大中型连锁超市,包括超市发、京客隆、天客隆;4)其他大中型超市,包括北辰购物中心、幸福超市、法宝超市、华普超市、世纪华联,等;5)BHG精品超市。

根据表5估计北京市区的挂面产品平均价格与置信区间,平均价格为 $\bar{y}_{\text{pst}} = \sum_{h=1}^5 W_h \bar{y}_h = 6.01$ 元/500g,置信度为95%的置信区间为 $v(\bar{y}_{\text{pst}}) \approx \frac{1-f}{n} \sum_{h=1}^5 W_h s_h^2 + \frac{1}{n^2} \sum_{h=1}^5 (1-W_h) s_h^2 = [6.01 \pm 1.96 \times \sqrt{0.0236}]$,即 $[5.71, 6.31]$ 。

根据表6估计整个北京地区的挂面产品平均价格与置信区间,均价为5.79元/500g,置信度为95%的置信区间为 $[5.56, 6.02]$ 。北京市区的产品价格高于全北京地区的价格,说明郊区及郊县的挂面产品价格较低。

表5 北京市区挂面产品价格估计

Table 5 Price estimation of dried Chinese noodles in downtown Beijing

层 h	层含义 Implication	超市总数量 N_h	层权 W_h	样本量 n_h	样本均值 y_h /(元/500g)	样本标准差 s_h
1	国际大型超市 Large international markets	54	0.169	28	5.61	0.68
2	国内大型 Large domestic markets	88	0.275	22	5.79	0.73
3	北京著名 Famous markets in Beijing	99	0.309	18	5.51	0.62
4	其他 Others	74	0.231	7	5.87	1.23
5	北京华联精品超市 BHG boutique markets	5	0.016	2	25.48	7.13
合计 Total		320	1.00	77		

表6 北京地区挂面产品价格估计

Table 6 Price estimation of dried Chinese noodles in Beijing city

层 <i>h</i>	层含义 Implication	超市总数量 N_h	层权 W_h	样本量 n_h	样本均值 y_h /(元/500 g)	样本标准差 s_h
1	国际大型超市 Large international markets	71	0.129	32	5.61	0.65
2	国内大型 Large domestic markets	180	0.327	34	5.87	0.70
3	北京著名 Famous markets in Beijing	149	0.271	24	5.58	0.62
4	其他 Others	145	0.264	16	5.34	1.26
5	北京华联精品超市 BHG boutique markets	5	0.009	2	25.48	7.13
合计 Total		550	1.000	108		

2.3 挂面产品种类及其价格分布

根据配料和目标消费人群,将市场上的挂面分为5类,分别为普通、鸡蛋、杂粮蔬菜类、儿童类、料包类挂面。分析结果为,北京市场的挂面种类以普通挂面为主,比例高达63%;其次为杂粮蔬菜类挂面和鸡蛋挂面,分别占15.5%和14.1%;料包类最少,仅有0.9%。

如表7所示,各类挂面价格的变异系数均较高,超过20%;其中,普通挂面和杂粮蔬菜类挂面的价格变幅很大,变异系数高达60%左右。方差分析表明,儿童类挂面的价格最高,其次为料包类挂面,鸡蛋挂面的价格最低;各类挂面之间的价格差异达到极显著水平($P<0.01$)。

表7 不同种类挂面的价格分布

Table 7 Price distribution of different types of dried Chinese noodles

挂面种类 Variety	平均值 Mean	变幅 Range	变异系数/% CV
普通挂面 Ordinary noodles	5.14±3.10 D	1.99~74.00	60.31
鸡蛋挂面 Egg noodles	4.68±1.38 E	2.00~12.82	29.49
杂粮蔬菜类 Mixed grains or vegetables noodles	5.69±3.32 C	1.99~74.00	58.35
儿童类 Noodles targeted at children	13.88±6.20 A	3.60~41.43	44.67
料包类 Noodles with seasoning bags	9.55±2.18 B	5.32~13.07	22.83

注:不同大写字母表示 $P<0.01$ 水平上差异显著。下表同。

Notes: Different letters within columns are significantly different at $P<0.01$ level. The same as below.

2.4 挂面产品包装及其价格分布

将市场上的挂面包装分为4种形式,分别为“圆筒纸包装”、“塑料袋装,内为散装”、“塑料袋装,内含若干束”、“盒装或塑料袋内含小盒”。分析挂面样本包装组成,圆筒纸包装是最主要的包装形式,占56.46%;其次为“塑料袋装,内为散装”,占23.67%;盒装最少,占6.13%。与2010年^[14]调查结果相比,盒装挂面的比例明显增加。

不同包装挂面的价格分布见表8;4种包装形式挂面的价格变异系数均较高,超过20%;其中,包装形式为“塑料袋装,内含若干束”的挂面价格变异系数最大(74.87%)。挂面价格的趋势表现为,“盒装或塑料袋内含小盒”>“塑料袋装,内含若干束”>“塑料袋装,内为散装”>“圆筒纸包装”;盒装挂面的价格最高,均值为14.32元/500g。方差分析表明,不同包装挂面之间的价格差异达到极显著水平($P<0.01$)。

表8 不同包装挂面的价格分布

Table 8 Price distribution of dried Chinese noodles with different packaging

包装形式 Packaging style	平均值 Mean	变幅 Range	变异系数/% CV
圆筒纸包装 Cylindrical paper package	4.76±1.10 D	1.99~21.71	23.46
塑料袋装,内为散装 Plastic bags,bulk inside	5.21±2.81 C	1.99~74.00	54.05
塑料纸装,内含若干束 Plastic bags,containing bundles	7.65±5.73 B	2.78~74.00	74.87
盒装或塑料袋内含小盒 Box package	14.32±7.09 A	2.81~39.00	49.49

2.5 挂面品牌及产品价格

2.5.1 不同价格区间挂面品牌分布

不同价格区间的主要挂面品牌及其产品在各区间所占比例见表9。合肥“丰大”挂面在低档到中高档的4个价格区间内均占有较高的比例,尤其是在中档和中低档区间(3~5元/500g),其比例显著高于其他品牌。湖南“陈克明”在中档到高档的3个区间内占有较高的比例,尤其在中高档区间(5~6元/500g),其所占比例高达60%。益海集团出品的“金

龙鱼”牌挂面和中粮集团出品的“香雪”牌挂面均分为多个系列,价格较为分散。“金龙鱼”挂面价格<4元/500g的是“花鼓”或家常系列,4~5元/500g的是高筋系列,高于5元/500g的是杂粮系列或风味系列。中粮“香雪”挂面主要分为原品、原味、特制、尚品4个系列,其中尚品系列价格最高,高于6元/500g。“芳英”和“古福”仅在低档区间占有较高的比例,而“塞北雪”和“厨大妈”仅在中高档区间占有较高的比例。

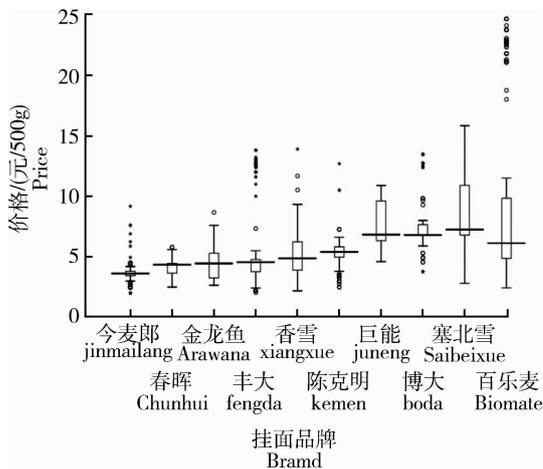
表9 不同价格区间的主要挂面品牌及其所占比例

Table 9 Percentage of major dried Chinese noodles brands in different price ranges

低档 (<3.0元/500g) Low price		中低档 (≥3.0~4.0元/500g) Mid-low price		中档 (≥4.0~5.0元/500g) Medium price		中高档 (≥5.0~6.0元/500g) Mid-high price		高档 (≥6.0元/500g) High price	
品牌 Brand	比例/% Percentage	品牌 Brand	比例/% Percentage	品牌 Brand	比例/% Percentage	品牌 Brand	比例/% Percentage	品牌 Brand	比例/% Percentage
芳英 Fangying	17.1	丰大 Fengda	27.3	丰大 Fengda	27.3	陈克明 Kemen	60.0	百乐麦 Biomate	13.4
金龙鱼 Arawana	14.6	今麦郎 Jinmailang	15.0	陈克明 Kemen	17.6	丰大 Fengda	9.6	陈克明 Kemen	9.2
丰大 Fengda	11.0	金龙鱼 Arawana	7.9	香雪 Xiangxue	6.3	香雪 Xiangxue	4.9	塞北雪 Sabeixue	8.8
今麦郎 Jinmailang	10.1	香雪 Xiangxue	6.9	金龙鱼 Arawana	5.8	百乐麦 Biomate	3.5	厨大妈 Chudama	7.6
古福 Gufu	8.7	金沙河 Jinshahe	4.2	百乐麦 Biomate	5.3	金龙鱼 Arawana	3.0	博大 Boda	7.2

2.5.2 主要挂面品牌的产品价格分布

北京超市销售的主要挂面品牌的价格分布见图2。“塞北雪”、“博大”、“巨能”的挂面价格较高,主要生产中、高档产品;而“今麦郎”的挂面价格偏低,以中、低档产品为主。从挂面价格的离散程度来看,中粮“香雪”、天津“巨能”、宁夏“塞北雪”、青岛“百乐麦”的挂面价格较为分散,同一品牌产品间的价格差异较大;而“今麦郎”和“博大”的挂面价格较为集中。“丰大”和“百乐麦”的挂面价格异常值较多且较集中,代表其高价格的儿童面系列产品,尤其是“百乐麦”儿童面,其价格明显高于市场上的其他产品。



箱体矩形框上、中、下3条平行线依次表示变量的75%、50%、25%百分位数。触须线向上和向下分别触及的2条横线分别表示变量本体的最大值和最小值。符号°和*分别代表奇异值(从箱的上下框算起,超过箱长1.5倍的变量值)和极端值(超过箱长3倍的变量值)。

The boundary of the box indicates the 25th and 75th (top and bottom) percentiles. The line within the box marks the median. The whiskers above and below the box indicate the min. and max. The ° and * indicate mild outlier lies more than 1.5 times the box length and extreme outlier lies more than 3 times the box length from either end of the box, respectively.

图2 北京超市的主要挂面品牌及价格分布

Fig. 2 Distribution of product price of leading dried Chinese noodles brands in Beijing market

“金龙鱼”、“今麦郎”、“香雪”等知名品牌和“陈克明”、“丰大”、“百乐麦”等评分较高的传统品牌并未表现出明显较高的产品价格,其产品在中、低档次价格区间也占有较高的市场比率。表明品牌优势对产品价格的影响并不显著,而知名品牌的产品系列较多,价格区间较广。

3 讨论

调查采用分层估计方法估计北京市场挂面产品的货架数和价格,与直接以调查样本的分析结果表征整个市场现状的方法^[14]相比,可更加准确、更能客观地反映市场现状。

与2010年相比,挂面品牌数量剧增,表明更多的食品企业涉足挂面行业。由于小麦原料价格和挂面市场价格差距拉大,市场消费需求稳中有升,企业盈利空间增大,一些专门从事面粉加工的企业(如河北五得利集团)开始进军挂面生产行业;由于方便面市场趋于饱和,特别是高档碗装面市场已被方便面巨头瓜分,其他方便面企业(如今麦郎集团)很难在市场上分得较多的份额,进而转向或扩大挂面生产,希望快速占领挂面市场;由于行业集中度和品牌认知度偏低,一些国际资本(如新加坡益海嘉里)进入挂面市场,期望依靠其品牌知名度赢得消费者^[7]。这些大型企业的进入对一些地方性企业造成较大压力,使挂面市场竞争日趋激烈,市场格局快速变化,挂面行业进入转型升级阶段。

调查结果表明,2010-01—2012-10,挂面市场产品价格发生了明显变化。产品价格显著提高,高档挂面产品的市场竞争较为激烈,品牌竞争从过去的低端市场转向中高端市场;越来越多的企业使产品结构向多元化和高端化发展,以打造知名品牌。然而,挂面属于大众消费品,挂面生产企业仍应注重中、低端市场,应通过提高产品的内在质量来提高市场竞争力。另外,不同种类挂面的价格差异较大。因此,大型企业应大力提高企业自身的研发水平,开发不同系列的特色产品,满足高消费人群和特殊人群的需求,从而增加利润,提高品牌市场竞争力和社会影响力。

调查结果还表明,产品包装对挂面价格有显著影响,这与Loose等^[20]的观点一致,认为包装是导致食品价格差异的重要因素。Becker等^[21]研究表明,消费者通常无意识地以包装的质量和特点来推断产品的品质。因此,改善产品包装有助于提高挂面价格和产品形象,吸引更多的消费者。

挂面属于大众消费品,以中档产品为主。一些知名品牌和全国性品牌,如金龙鱼、中粮香雪、今麦郎、陈克明等,其产品并未表现出明显的高价格,而是在一个品牌之下出品若干系列,不同系列的挂面处于不同价格区间,利用其品牌优势获得更大的市

场份额。

调查分析了北京地区挂面市场供给特征和变化趋势,若要全面深入了解市场,还需对消费模式和行为进行系统的研究^[22]。挂面作为食品,其外观、口感、营养等质量性状至关重要,是挂面产品市场占有率的基础;而市场上挂面产品的质量和消费状况如何,与种类、包装、价格等市场要素之间有何种关系,这些还需进一步的分析与研究。

4 结 论

北京挂面市场品牌数量增多,部分全国性品牌占有较大的供给市场份额,强势品牌优势逐渐凸显;北京地区挂面平均价格估计为 5.79 元/500 g,产品的主要价格区间为 4~6 元/500 g;与 2010 年相比,价格显著提高。高档挂面的市场比例明显增大,品牌竞争从过去的低端市场转向中高端市场。北京市场的挂面种类仍以普通挂面为主,其次为鸡蛋挂面和杂粮蔬菜类挂面;包装形式主要为“圆筒纸包装”,“盒装”比例明显增加。从 2010 年到 2012 年,北京挂面消费市场发生了极为明显的变化。

挂面种类和包装形式对价格影响显著,儿童挂面价格显著高于其他挂面,包装精美的挂面价格较高。品牌优势对产品价格的影响并不显著;而知名品牌的产品系列较多,价格区间较广。

致谢 中国农业科学院农业经济与发展研究所刘合光副研究员审阅全文,并提出修改建议。谨致谢意!

参 考 文 献

- [1] 陆启玉. 挂面生产工艺与设备[M]. 北京:化学工业出版社, 2007:1-5
- [2] 沈群. 挂面生产配方与工艺[M]. 北京:化学工业出版社, 2008: 71
- [3] Fu Binxiao. Asian noodles: History, classification, raw materials, and processing[J]. Food Research International, 2008(41):888-902
- [4] Liu J J, He Z H, Zhao Z D, et al. Wheat quality traits and quality parameters of cooked dry white Chinese noodles[J]. Euphytica, 2003(131):147-154
- [5] 中国食品科学技术学会面制品分会. 2011 年中国挂面行业依旧稳中求进[J]. 中外食品:中国面制品, 2012(3):36-39
- [6] 孟素荷. 2010—2011 年度中国挂面行业发展情况[J]. 中外食品:中国面制品, 2011(5):32-33
- [7] 魏益民. 2012 年挂面产业发展趋势分析报告[J]. 中外食品:中国面制品, 2012(3):40-43
- [8] 林惠群. 挂面检验标准的探讨[J]. 粮食与饲料工业, 2012(7): 33-35
- [9] 姚惠源. 我国主食工业化生产的现状与发展趋势[J]. 现代面粉工业, 2010(4):1-5
- [10] 王瑞元. 挂面产业发展中应注意的问题[J]. 粮食与食品工业, 2009,16(4):1-3
- [11] 申连芳,陆启玉. 我国挂面行业的现状及发展趋势[J]. 粮食与食品工业, 2011,18(1):4-5
- [12] 王震. 我国挂面行业分析及中粮集团挂面业务发展概要[J]. 粮食与食品工业, 2009,16(3):3-6
- [13] 李世岩. 国内挂面市场分析及生产方式的变革[J]. 农业机械:粮油加工, 2012(6):31-33
- [14] 刘锐,魏益民,张波. 挂面产品市场现状调查:北京地区挂面市场调查与分析 I [J]. 农业机械:粮油加工, 2013(6):59-63
- [15] 刘锐,魏益民,张波. 挂面产品质量现状分析:北京地区挂面市场调查与分析 II [J]. 农业机械:粮油加工, 2013(9):60-64
- [16] 刘锐,魏益民,张波. 挂面消费行为调查:北京地区挂面市场调查与分析 III [J]. 农业机械:粮油加工, 2013(12): 59-63
- [17] Liu Rui, Wei Yimin, Zhang Bo. The quality investigation and analysis of dried white Chinese noodle in Beijing markets [C]//Chinese Cereals and Oils Association. Proceedings of 14th ICC Cereal and Bread Congress and Forum on Fats & Oils. Beijing: Chinese Cereals and Oils Association, 2012: 490-492
- [18] 金勇进,杜子芳,蒋妍. 抽样技术[M]. 2 版. 北京:中国人民大学出版社, 2008:3-5
- [19] Strand G H, Aune-Lundberg L. Small-area estimation of land cover statistics by post-stratification of a national area frame survey[J]. Applied Geography, 2012,32(2):546-555
- [20] Loose S M, Szolnoki G. Market price differentials for food packaging characteristics [J]. Food Quality and Preference, 2012,25(2):171-182
- [21] Becker L, van Rompay T J L, Schifferstein H N J, et al. Toughpackage, strong taste; The influence of packaging design on taste impressions and product evaluations[J]. Food Quality and Preference, 2011,22(1):17-23
- [22] Hou G G, Otsubo S, Montaño V J, et al. Noodle plant setup and resource management [M]. Asian noodles: Science, technology, and processing. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc, 2010:331-362