

浙江大学

紫金港水果市场调研报告



课 程： 微观经济学

任课教师： 李建琴 教授

小组成员： 侯喆 3170103771

洪冬奕 3170103310

巴丽娜 3160300109

杨彩霞 3160300111

沈佳晖 3159901014

目录

一.	导言	
	（一）调研背景	3
	（二）调研目的及意义	3
	（三）调研方式	3
	（四）调研内容	4
	（五）调研计划与安排	4
二.	调查数据简要分析	
	（一）调查对象分布情况	4
	（二）调查对象对水果的购买情况	5
	（三）调查对象对购买水果的地点选择的原因	6
	（四）调查对象对紫金港水果店以及堕落街水果店的评价	7
	（五）补充（对以上第三部分）	10
三.	需求与消费者分析	
	（一）需求与需求量	11
	（二）影响需求的因素	11
	（三）消费者行为分析	13
四.	供给与生产者分析	
	（一）水果的供给及影响因素	14
	（二）生产者行为分析	16
五.	市场分析	
	（一）市场结构分析	18
	（二）市场竞争优势比较及分析	19
	（三）市场存在问题	20
	（四）市场整体走势	20
六.	结语	21
附件：调查问卷		
	（一）关于紫金港水果店的调查	22
	（二）关于丹青同学去蓝田购买水果的补充调查	25

一、导言

（一）调研背景

1、对水果的需求量大

近些年来，随着我国社会经济的发展，人民生活水平不断提高，对水果的需求不断增加，水果消费比例连年上升。人们不再只关注水果的价格，其品质的高低、口感的好坏在选择中的影响力也越来越大。而大学生作为一个庞大的群体，其水果消费在整个水果消费市场中所占的比重不可小觑。

浙大紫金港校区本科生、研究生、博士生共有数万人，对于水果数量需求量大，对于水果的质量要求较高，由此在紫金港及其周边地区自然而然地形成了一个水果市场。

2、学生购买水果选择多元化

在浙大紫金港校区内，丹青、蓝田、云峰、翠柏、文广的教育超市都开设有水果店，离生活区近，学生购买水果十分便捷，但价格较贵。市场购买主体主要为在校学生，其大部分经济尚未独立，在购买水果时也会较为注重价格。学校附近的堕落街有多家水果店，水果种类众多，价格相对校内较低，因此颇受学生的欢迎。尽管网购在质量尤其是新鲜度上较难保证，但由于价格便宜，也成为部分学生青睐的购买途径。学生购买水果选择的多元化，使得紫金港水果市场竞争激烈。

3、水果品质参差不齐

尽管紫金港校区及其附近水果店众多，紫金港水果市场存在时间较长，但毕竟无法与社会上各区域庞大的水果市场相比，在水果从销售商流向购买者的速度上较慢，时常导致水果新鲜度较差，水果的品质参差不齐，因而难以令学生感到十分满意。

于是，我们选择了浙大紫金港水果市场作为调研对象，希望能在市场调研基础上，透过表象，以经济学的思维方式分析水果市场供给者与消费者的行为，对于市场有更深的认识与了解。

（二）调研目的及意义

- 1、了解学生日常水果的购买量，大致判断紫金港校区水果市场的规模。
- 2、调查学生购买水果的影响因素，以此从价格、品质、服务及地理位置等多个方面对校内及紫金港周边的水果店进行综合评价，找出水果市场存在的问题，然后做出可预测和可衡量的建议和分析。
- 3、能够在对市场多方面分析的基础上向相关商家提出一些可行性较高的建议或方案，有助其制定更好的营销战略，从而更好地满足学生对于水果的需求，同时实现买者与卖者的共赢。
- 4、锻炼组内的学习能力和团体思路以及解决方法，能够采用微观经济学的知识对市场进行评判与分析。

（三）调研方式

- 1、【实地走访】通过实地走访的方式对紫金港校区内和堕落街的所有水果店进行了水果种类、水果质量、水果价格及日常人流量和销量的调查。
- 2、【线上问卷调查】为了能得到更加大量且全面的数据，我们进行了网上问卷

的发放。

3、【采访】为了使我们的调查所得信息更具普遍性和一般性，我们在学校里随机采访了若干名同学。

（四）调研内容

- 1、校内、校外周边水果店的水果种类、数量及品质
- 2、校内水果店与校外周边水果店的日流量及销量
- 3、紫金港校区内水果店的采购和出售价格之间的大致差价
- 4、学生选择水果店的影响因素及其影响力强弱
- 5、学生在校内水果店购买水果的人数比例
- 6、学生每周购买水果的频率

（五）调研计划与安排

- 1、3月下旬至4月初：制定调查提纲，安排小组成员工作，设计问卷。
- 2、4月初至4月末：发放调查问卷，完成实地走访、现场采访，回收调查问卷并搜集、统计、整理数据资料。
- 3、5月中上旬：用经济学逻辑对各类数据信息资料进行分析，提出可行性建议。
- 4、5月下旬：完成调研报告及准备展示PPT，对整个调研活动进行总结及反思。

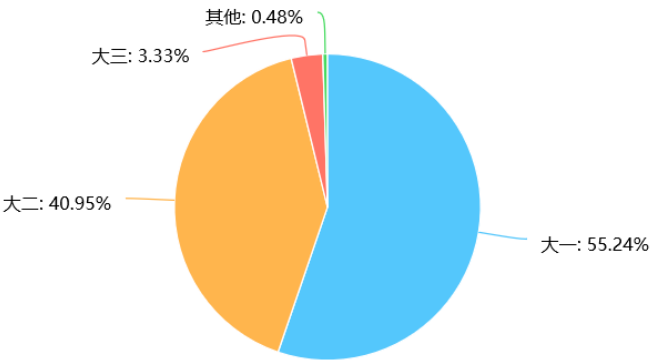
二、调查数据简要分析

（一）调查对象分布情况

1. 调查对象的年级分布情况

第 1 题 您的年级？ [单选题]

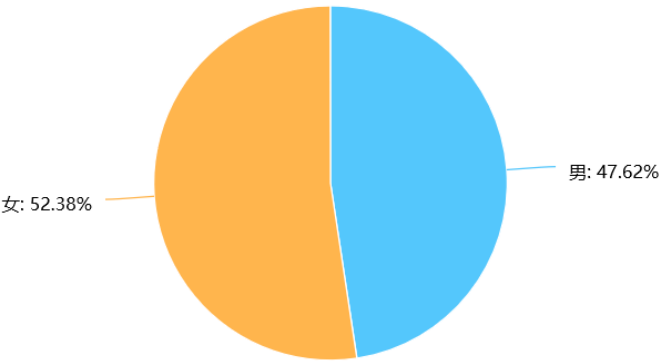
选项	小计	比例
大一	116	55.24%
大二	86	40.95%
大三	7	3.33%
大四	0	0%
研究生	0	0%
其他	1	0.48%
本题有效填写人次	210	



2. 调查对象的性别分布情况

第 2 题 您的性别是？ [单选题]

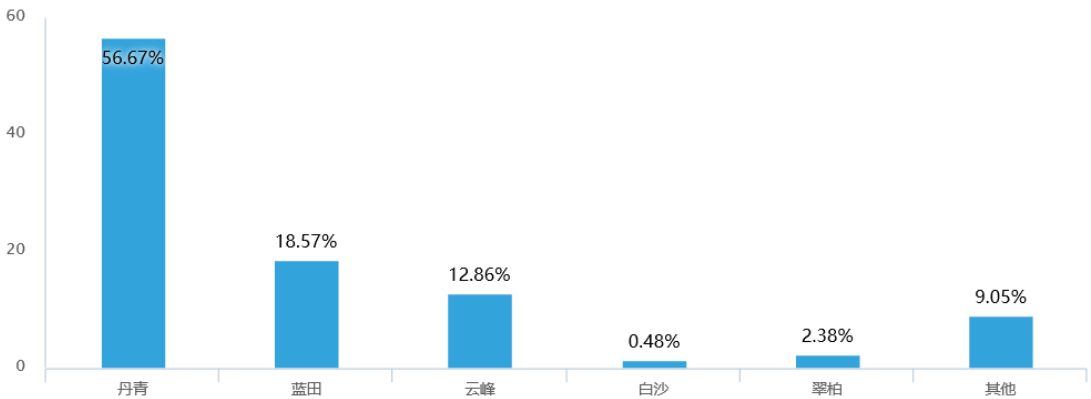
选项	小计	比例
男	100	47.62%
女	110	52.38%
本题有效填写人次	210	



3. 调查对象的学园分布情况

第 3 题 您住在哪个学园？ [单选题]

选项	小计	比例
丹青	119	56.67%
蓝田	39	18.57%
云峰	27	12.86%
白沙	1	0.48%
翠柏	5	2.38%
其他	19	9.05%
本题有效填写人次	210	



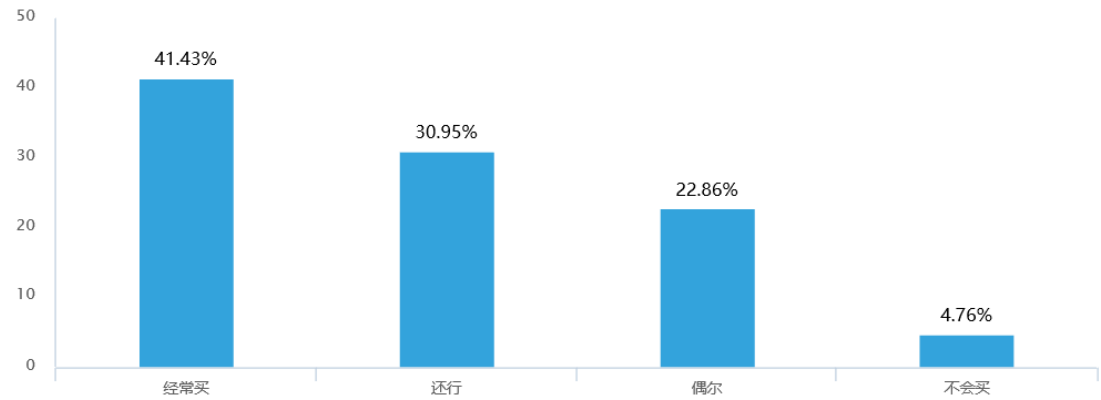
由上图表可见，此次调查对象主要为大一、大二学生，男女性别比例大致相等。而紫金港校区主要以大一大二学生为主，校区内男女比例亦较为均衡。因此，参与本次调查的学生在年级和性别比例上较有代表性，能在一定程度上反映出在港学生对紫金港水果店的看法。

(二) 调查对象对水果的购买情况

1，调查对象对水果的需求情况

第 4 题 您会买水果吃吗？ [单选题]

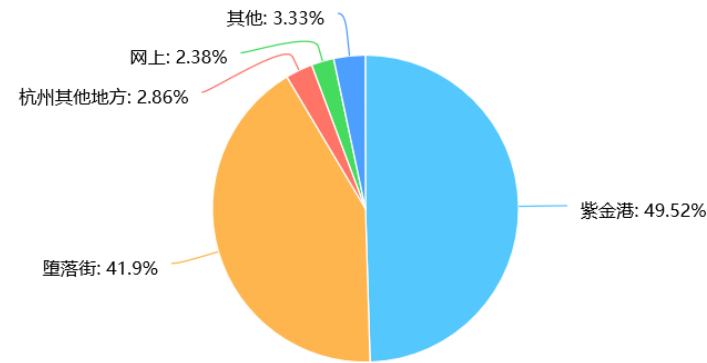
选项	小计	比例
经常买	87	41.43%
还行	65	30.95%
偶尔	48	22.86%
不会买	10	4.76%
本题有效填写人次	210	



2，调查对象买水果的地点（紫金港校区内还是堕落街）

第5题: 您买水果一般是在哪里买？ [单选题]

选项	小计	比例
紫金港	104	49.52%
堕落街	88	41.9%
杭州其他地方	6	2.86%
网上	5	2.38%
其他	7	3.33%
本题有效填写人次	210	



由第一幅图可见，日常生活中不会买水果的同学占极少部分，大部分同学都

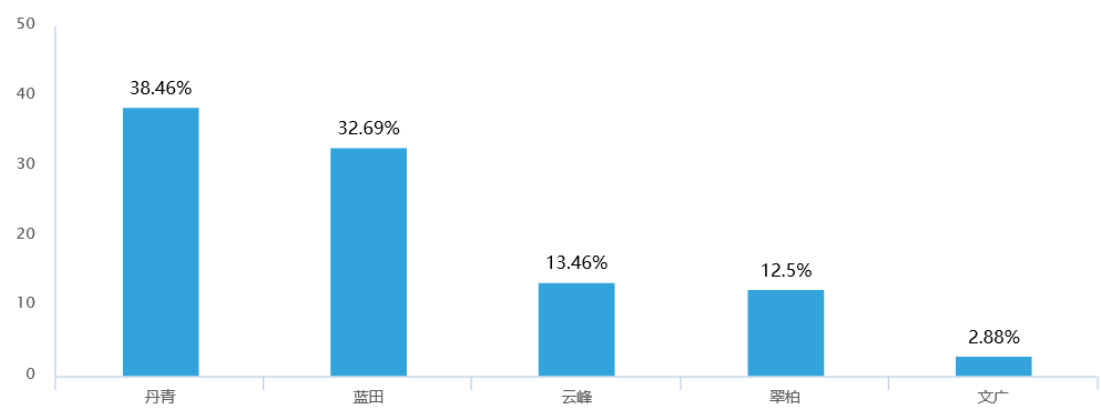
会买水果，这一点也让我们得到的调查结果更加的可靠。而我们可以从第二幅图中看到，在紫金港校区里面购买水果的人和和在堕落街购买人数的人大致相等，几乎各占调查总人数的一半。而紫金港校区内在各学园都有水果店，食堂旁的教育超市也有水果出售，购买水果十分便捷。但是却依然有近一半的同学选择去堕落街买水果，说明紫金港校区内的水果店存在不足之处（具体数据及分析在下面给出）。

（三）调查对象对购买水果的地点选择的原因

1. 调查对象在紫金港校区买水果的地点（买水果的地点选择了紫金港的人）

第 6 题 您如果在紫金港校区内买水果，一般会去哪家水果店呢？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
丹青	39	<div><div></div></div> 38.46%
蓝田	33	<div><div></div></div> 32.69%
云峰	14	<div><div></div></div> 13.46%
翠柏	13	<div><div></div></div> 12.5%
文广	3	<div><div></div></div> 2.88%
本题有效填写人次	102	



2. 调查对象选择在紫金港买水果的原因（买水果的地点选择了紫金港的人）

第 7 题 你选择在紫金港购买水果的主要原因是什么？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
便宜	52	<div><div></div></div> 24.88%
质量好	7	<div><div></div></div> 2.45%
方便	144	<div><div></div></div> 70.12%
其他	7	<div><div></div></div> 2.45%
本题有效填写人次	210	

3. 调查对象选择在墮落街买水果的原因（买水果的地点选择了墮落街的人）

第 8 题 你选择去墮落街购买水果的原因是什么呢？ [单选题]

选项	小计	比例
价格便宜	24	20.12%
质量比较好	21	16.5%
质量好价格也合适	45	47.98%
水果种类多	18	15.4%
本题有效填写人次	108	

由上图一的数据结合调查对象所住学园分布的数据可以看出一个非常有趣的现象：在调查对象中，丹青学园人数是最多的，但是丹青学园的人数比例和在丹青学园买水果的人数比例不对等，与此同时，蓝田学园的人数相对较少，但是在蓝田学园买水果的人数却高于蓝田学园人数的比例，这就说明有一部分其他学园的人尤其是丹青学园的同学会专门跑到蓝田学园去买水果，这也就侧面反映出蓝田学园的水果店更加受欢迎。

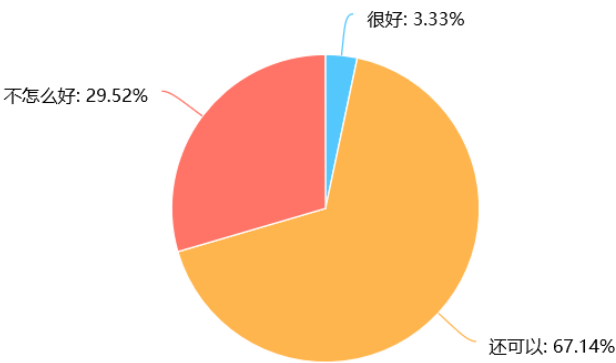
由上图二和图三的数据可以看出，在紫金港校区的同学大部分是因为学校水果店的地理位置优势，为了方便才选择在校内的水果店购买水果，并不是因为学校内的水果质量价格方面的因素。选择在墮落街买水果的原因则多为墮落街的水果价格较便宜，质量相对于校内水果店较好。这反映了学校水果店在价格和质量主要是质量上与墮落街还是有一定差距。

（四）调查对象对紫金港水果店以及墮落街水果店的评价

1. 对紫金港的水果店的质量评价

第 9 题 你觉得学校里的水果质量如何？（听说的或者自己买过） [单选题]

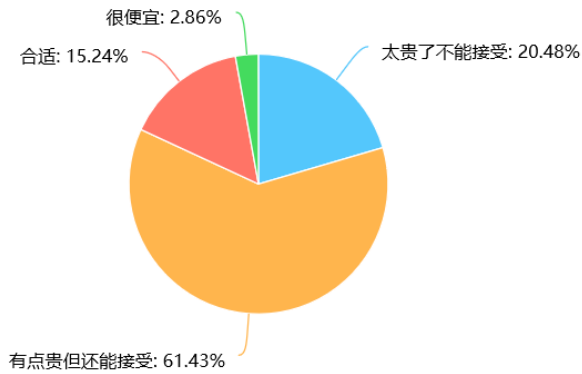
选项	小计	比例
很好	7	3.33%
还可以	141	67.14%
不怎么好	62	29.52%
本题有效填写人次	210	



2. 对紫金港的水果店的价格评价

第 10 题 你觉得紫金港水果价格如何？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
太贵了不能接受	43	<div><div></div></div> 20.48%
有点贵但还能接受	129	<div><div></div></div> 61.43%
合适	32	<div><div></div></div> 15.24%
很便宜	6	<div><div></div></div> 2.86%
本题有效填写人次	210	



3. 对紫金港的水果店的满意度评价

第 11 题 对紫金港水果店的满意程度？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
满意	18	<div><div></div></div> 7.51%
一般	124	<div><div></div></div> 60.28%
不满意	68	<div><div></div></div> 32.21%
本题有效填写人次	210	

4. 对墮落街的水果店质量评价

第 12 题 你觉得墮落街的水果质量怎么样？ [\[单选题\]](#)

选项	小计	比例
很好	32	<div><div></div></div> 14.95%
还可以	170	<div><div></div></div> 82.54%
不怎么好	8	<div><div></div></div> 2.51%
本题有效填写人次	210	

5. 对墮落街的水果店价格评价

第 13 题 你觉得墮落街水果店的价格如何？ [单选题]

选项	小计	比例
太贵了	7	<div><div></div></div> 2.55%
有点贵但还能接受	77	<div><div></div></div> 37.49%
合适	114	<div><div></div></div> 54.95%
便宜	12	<div><div></div></div> 5.01%
本题有效填写人次	210	

6. 对墮落街的水果店的满意度评价

第 14 题 对墮落街水果的满意程度？ [单选题]

选项	小计	比例
满意	64	<div><div></div></div> 29.98%
一般	138	<div><div></div></div> 67.51%
不满意	8	<div><div></div></div> 2.51%
本题有效填写人次	210	

由上图数据可以看出，紫金港水果店尤其是在质量上让同学们不是那么满意，而墮落街的水果店不管是在价格上还是质量上都让同学们比较满意。紫金港水果店的满意度相比较于墮落街的水果店满意度有一定差距。

（五）补充（对以上第三部分）

由于在上面的数据中我们发现了一些尤其是丹青的同学会选择到蓝田水果店去买水果，所以我们又做了一份新的问卷，专门用来统计这部分同学跑到蓝田去买水果的原因。（下面数据已经经过筛选，全部来自会到蓝田买水果的同学）

1. 调查对象去蓝田买水果的原因

第 7 题 你选择去蓝田水果店的原因？ [单选题]

选项	小计	比例
那里的水果质量更好	64	<div><div></div></div> 52.53%
那里的水果便宜	45	<div><div></div></div> 37.35%
其他	12	<div><div></div></div> 10.12%
本题有效填写人次	121	

2. 对蓝田水果店的评价

第 8 题 对蓝田水果店的评价？ [单选题]

选项	小计	比例
相比于校内其他水果店很棒	93	<div><div></div></div> 77.52%
还行	21	<div><div></div></div> 17.48%
一般	4	<div><div></div></div> 2.54%
不满意	3	<div><div></div></div> 2.46%
本题有效填写人次	121	

从以上调查数据可以看出，在一定程度上，蓝田水果店的综合评价要高于丹青的水果店，这也是这部分同学去蓝田买水果的主要原因，同时也反映出在紫金港校区内的这些水果店当中，同学们对蓝田水果店的满意度相对较高。

综上所述，从整个问卷调查数据来看，校内水果店与堕落街水果店作比较，堕落街的水果店价格便宜，且质量较好，因而赢得了大批消费者，应该继续保持。校内水果店总体上有所欠缺，可适当降低价格，在质量上供应更高品质更加新鲜的水果，以此来赢得消费者的青睐，获得更多的利润，也有利于其长远的发展。。若仅对校内水果店做分析比较，又属蓝田水果店满意度最高，出售的水果质量相对较好。

三、需求与消费者分析

（一）需求与需求量

根据经济学原理，需求是指消费者在某一特定时间内的每一价格水平上对某种商品或劳动愿意并且能够购买的数量。因此需求需要满足两个条件：一是有购买的欲望，二是有购买的能力。

首先，消费欲望分析。根据我们的问卷调查，仅 4.76%的人不会买水果，其余的或多或少都会购买水果，因此水果已经基本上成为了生活的必需品。其次，购买能力分析：据调查，紫金港水果市场虽然不乏进口水果等比较高价的水果，但是大部分水果都比较平价，在一个普通学生可以承受的范围之内，因此学生基本上都应该具有购买水果的能力。

需求量是指消费者在某一特定时间内的的某一价格水平上对某种商品或劳务愿意而且能够购买的数量，是一个流量概念。浙江大学紫金港校区包含大一大二的绝大部分新生，2017 年招生 六千多 人，考虑到浙大招生人数逐年递增，依次往前推算，再加上在校博士生、研究生，紫金港校区内学生人数约为 15000 人。在这些人中 95%都会购买水果，其中 41%的人还会经常性购买水果，由此可见，按每一个特定时间统计，水果的需求量十分巨大。

（二）影响需求的因素

影响饮食消费需求的因素很多，既有经济和文化方面的因素，又有地理条件等环境方面的因素，还有人口规模及结构等社会因素。其中在紫金港校园内，

经济因素和地理区位因素是影响水果消费的主要因素，它决定学生的消费能力和消费水平以及消费欲望。经济因素主要包括学生的消费水平、水果的价格、水果替代产品的价格等；另外，学生的消费偏好如消费习惯、消费心理和消费预期等因素也影响水果的消费需求。

1、水果价格

个人需求是消费者在预算约束条件下为尽量满足自己的需要和愿望而选择的最优消费。因此，给定消费偏好，消费者对商品的需求是相对价格及收入的函数。水果价格是影响学生购买行为中最关键、最直接的因素。价格变化对预算约束有双重影响，一是对实际收入的影响，或称收入效应；另一是对相对价格的影响，即替代效应。在较长的时期内，收入和价格都是影响水果需求和消费的最重要因素。（如图 1）

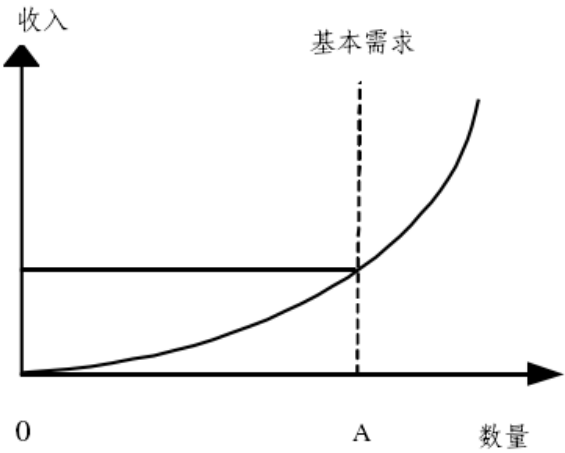


图 1 不同收入水平下的水果需求

根据我们的问卷调查可知，将近一半的同学会选择去更加远的堕落街购买水果，而不是选择在学园内的水果店进行购买，结合我们的实地调研，我们发现堕落街的水果相同种类、类似品质，价格几乎都低于紫金港校园内的水果店，因此水果价格是影响消费的一个重要因素。

2、消费者收入

消费者的收入决定购买行为，这是购买决策的决定因素。同时，在不同收入水平下，居民对水果价格和收入的弹性是不同的，对高收入群体来说，水果价格与收入的弹性变化不大；低收入群体对收入与水果价格弹性变动大；对不同品种、不同质量的水果来说水果需求价格弹性是不同的。水果价格变动时，低收入户对此的需求反映是非常敏感的。价格变动对中等收入户和高收入户的水果需求影响要小，但是对高档优质水果需求影响比较大。（如图二）对于学生来说，收入基本都来源于生活费，可能对普通大多数学生来说，都不能属于高收入群体，因此对于普通的水果的价格，学生会更倾向于性价比更高的。

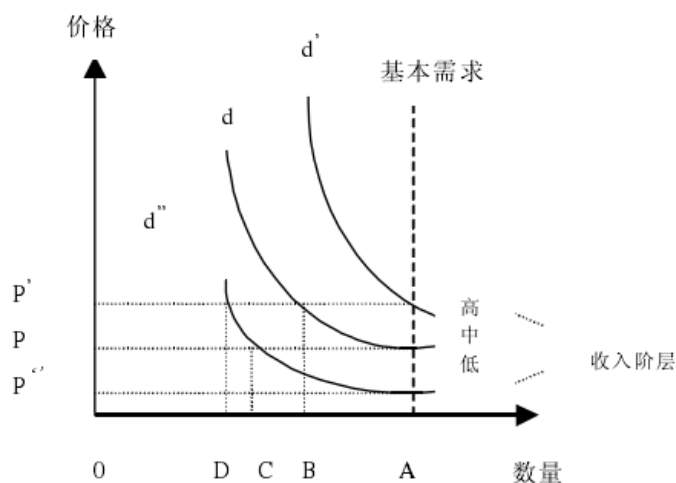


图 2 不同收入阶层水果需求

3、替代品的价格

如果一种消费品价格变动与另一种消费品的价格变动相关，那么需求的变动就是收入和替代的组合影响，需求就会由价格高的商品向价格低的商品转变(即替代效应)。当一种水果的价格过高时，同学们普遍会选择购买其他可替代的水果。

4、其他因素

影响水果消费的不仅有价格和收入，还有多种外部性因素的影响，如居民的消费偏好、供给量、国内相关政策的变化（如贸易政策、关税）、水果加工利用能力等。此外，影响水果消费还包括社会文化和地区的因素、价值观念，如消费者的受教育程度、人口的数量增长（此点不作为在紫金港校园内研究的影响因素），以及水果营养功能，内在的本质特点、外型、颜色等等都会影响水果的需求。

（三）消费者行为分析

1、影响消费者行为的因素

个人需求不光与个人的偏好有关，还与个人所接触的环境、年龄大小、收入水平、工作性质、生活习惯以及心理状态等因素有关。这些因素都会影响到消费者的消费行为。在紫金港水果市场中，影响消费者选择购买水果地点的最主要因素之一是水果店所在的地理位置及与之相对应的便捷程度。调查表明 49.54% 选择在紫金港内，还有 41.9% 选择堕落街购买水果，而这两个地区都是离消费者所住区域比较近的地点，而校内水果店相较于堕落街水果店又更为方便。作为大学生，当我们还没有自己的收入时，我们更多希望能够花较少的钱来获得较好质量的水果。虽然大多数学生认为校内水果店的价格高且质量差，但因为其便捷度极高而选择忽略校内水果店的缺陷，这也说明了大多数人愿意花更多的金钱来交换时间。

水果作为一种生活必需品，按照消费心理和消费目的的不同大致可以分为家

庭消费、个人消费及团体消费等。水果的随机购买性非常强，消费者对质量和价格比较重视。当消费者认为一家水果店的水果质量较好且价格合适，在该店的消费经历愉快，将会产生重复购买行为，成为“回头客”，甚至会向身边人推荐该店。相反，当水果质量较低且价格又偏高时，消费者在该店的消费体验会越来越不满，直至不再前往该店消费，甚至向他人抱怨该店，间接减少该店的顾客数量。此外，人的性格会有从众行为，当前往一家水果店消费的人较多的时候，他们很容易会被该家水果店吸引。

2、效用分析

消费者消费某种商品或劳务而得到的满足感被称为效用。商品的效用分为总效用与边际效用，总效用是指消费者在一定时期内消费一定量某种或多种商品而得到的效用总和或总的满足程度。在紫金港水果市场中，消费者在购买水果时会只选择购买一种水果也可能会同时购买多种水果。消费者所享受的总效用是食用一种水果或多种水果之和。而当消费者选择购买多种水果时，各水果之间的效用会相互影响，比如苹果和草莓，当两种水果一起购买时，可一同放入榨汁机榨成果汁，给消费者带来的满足感就会有所变化。

边际效用是指从额外一单位（最后一单位）某种商品的消费中所获得的额外效用（满足感）。边际效用会随着商品消费数量的增加而递减。在收入一定且价格变动不大的情况下，由于消费者能够食用的水果量是有限的，因此当他购买单种水果时，所购买的数量是有上限的，不会超过他所能享用的最大量；如果购买多种水果，则每种水果的数量会比单单购买该种水果时的数量要少。比如消费者同时购买了香蕉和葡萄，当他已经享用了香蕉并感到略微腹饱时，就可能暂时不会再吃葡萄，而水果的保鲜期都较短，因此他会选择减少香蕉和葡萄的购买数量。这也表明，消费者的消费量是有限的，作为市场中的理性经济人，他会在边际效用变为负值时停止消费。

四、供给与生产者分析

（一）水果的供给及影响因素

供给是指生产者在某一特定时间内在每一价格水平上对某种商品愿意并且能够提供的数量，这里的生产者指的是水果店，本文将从以下几方面来分析水果店的供给：

1、商品本身的价格

根据供给定理的内容，假定其他条件不变，生产者对某种商品的供给量与其价格成同方向变化。因此，当某种水果价格上升能使生产者获得更多的收益时，水果生产者就有可能竞相选择生产该水果，运营商及供销商随之增加对该水果的进货量，从而市场上其供给量增多。但是一些成本较高的水果（主要为本身生产、运输等成本较高或者同类水果中的高档品种），售价也会偏高，对于消费能力处于中端甚至低端的学生而言，这些水果需求量较少，所以在此预期下，为了降低

损失，水果店对这类水果的供给量也较少。

2、生产技术水平变化

在水果的生产、销售环节，自然气候及天气变化等因素有着极大影响，导致了生产销售状况很多不确定性。而随着科技发展，暖培植等新技术不断涌现，反季水果、转基因水果、外来水果大面积引进培植，有效降低气候、天气变化在水果生产、运输等环节中的影响，减少了风险，从而使市场上水果的供给量趋于稳定。此外，生产水平的提高会降低生产者的生产成本，在原来的价格水平下市场会供应更多的商品，供给量的增加使商品价格又会有所下降，导致市场需求量增加，最终市场达到新的均衡。

3、投入及成本

投入及时生产中所需的生产要素，投入的价格水平直接影响到产出的生产成本。投入的价格水平上升时，商品的固定生产成本随之上升，生产者愿意在原来的价格下提供更少的商品。根据我们实地调研发现，同学们在选择水果店时较为看重质量、价格、便利程度等因素，属于理性的经济人行为，因而水果店对于装修店面营销等的投入较少，资金基本用于购进水果，以获得尽可能多的利润。

4、相关政策及外部监管

政府的相关政策影响水果的供给。政府通过降低农业税，提供果农补贴及教授果农专业知识技术等途径，支持果农的生产，使得果农生产水果的积极性大幅提高，增加了水果供给量。比如在近几年引进台湾热带水果时，关税的部分减免直接提升了此类水果的供给量。

相关部门或组织的监管影响水果的供给品质。根据我们的实地调研，学校教育超市内的水果质量较各学园水果店更好，这是因为教育超市受学校管理，在水果质量、品质上有较高要求。由此可见，相关部门的管理对水果的供给质量有着监督的作用，也保障了我们学生的消费合法权益。

5、自然条件

水果是季节性较强的产品，如果在生产旺季，水果店的供给会大于其他时期。此外从消费者的角度来看，由于夏季天气较为炎热，消费者对水果的需求较其他季节更大，如果保持原来的供给量，将会出现供不应求的状态，所以水果店也会相应增加水果的供给量，以此满足消费者的需求，同时实现更多的盈利。此外，气候对于水果的供给影响较大。比如江浙地带的梅雨季节，长时间的降水会使水果的供应减少从而导致水果店的水果涨价。

（二）生产者行为分析

1、水果店的规模

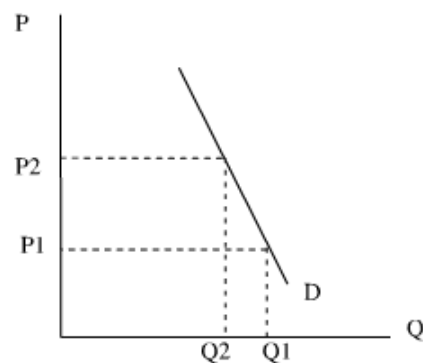
在我们的实地走访调查中，我们采访了堕落街一家水果店的老板，询问她是否会考虑扩大水果店的规模，她表示不会扩大水果店规模，因为现在的规模刚好足够满足消费者需求，且一般不会出现水果店容纳不下顾客或者忙不过来的情况。在微观经济学中，这是规模收益与规模经济的问题。

规模收益变动的三个阶段相应地分别称为规模收益递增阶段、规模收益不变

阶段和规模收益递减阶段。即在技术水平不变的条件下，所有生产要素投入量按照相同比例增加时，总产量先是以递增的幅度增加，其次以不变的幅度增加，最后以递减的幅度增加。因此在现有条件下，如果水果店选择扩大自己的规模，规模收益势必会递减，最后导致规模不经济，即由于规模扩大而导致平均成本上升的情况，从而盈利下降。水果店经营者的最佳选择应该是通过分工、提高管理效率、节约管理费用、提高信息交流效率等方式，努力使水果店达到最适规模，即平均成本最低，从而获得最大利润。

2、价格波动

有些时候的市场供应量并没有较大变动，却出现了一些水果涨价的现象。以榴莲为例，在一周之内，榴莲的价格上调了 6 元/斤（13.8 元/斤上调至 18.8 元/斤）。这是由于水果已经是或几乎等同于生活必需品缺乏需求弹性，一定价格的上涨只会引起需求量以较小的比例减少，卖者正是发现了这一点所以有时会适度地将价格上调，以此获得更多的盈利。我们还可以通过需求曲线图来更为直观地分析。通过缺乏弹性的需求曲线（图一）分析可知，假设原来的价格是 P_1 ，数量是 Q_1 ，现在的价格是 P_2 ，数量是 Q_2 。我们会发现 P_1 到 P_2 价格大幅上升，数量只下降了一点点。而 $T=P+Q$ ， P 上涨的幅度大于 Q ，总收益上升。



图一 水果的需求弹性曲线

3、成本分析

成本泛指人们通过一定的活动获得某种物品（劳务）或取得某种利益所需付出的代价。为了获取最大化的利润，企业或说是商家就必须在生产经营活动中进行成本——收益的比较分析。这里我们主要分析水果店的显性成本和隐性成本。

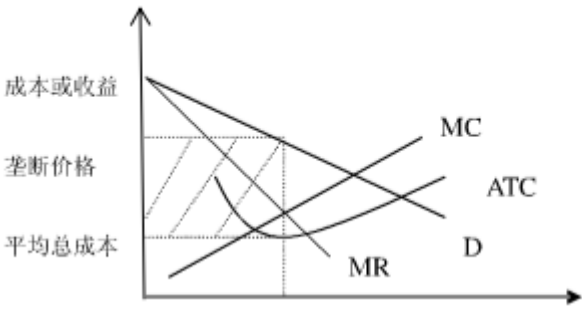
水果店的显性成本是指水果店在整个经营过程中消耗各种资源的实际开支，是在会计账簿上登记的的各种成本，主要包括：一，店面租金；二，人工成本，即付给雇员的工资；三，贮存成本，水果店在销售水果的整个过程中，为了减少损失，尽量延长水果的保鲜期，会使用冷藏柜冷藏等方式。

水果店的隐性成本是指水果店在整个经营过程中那些实际发生却难以直接计量的成本，比如水果店店主的人工成本，就是说当水果店店主选择经营这个水果店时，意味着他放弃了将自己的时间使用在其他方面的机会，这也是商家经营水果店的的机会成本（一定资源用于某种用途的的机会成本是指所放弃的其他用

提中本来可能得到的最高收益)。此外还有水果的损耗成本。水果在放置直至卖出的过程中难免会有所损耗,而这些损耗是在明账上体现不出来的,但的确是水果店的成本之一。

4、成本、收益与价格综合分析

紫金港校园内有四个生活区,分别是丹青、蓝田、云峰、翠柏,在每一个生活区范围内各有一家水果店,虽然校园内部以及周边不止一家水果店,但是经过我们的采访,便利程度现在是很多同学优先考虑的因素,所以从这个方面来分析,每个生活区的那家水果店在一定程度上都可以说是处于该生活区的垄断地位。垄断者通过选择“边际收益=边际成本”的产量点来实现利润最大化,利用需求曲线(图2)找到消费者购买某种水果数量的点对应的价格我们可以看到超额利润(阴影部分),此时 $P > ATC$ 。水果商店可以通过调整向市场供给



图二 学校水果店的成本曲线

的产量来改变产品的价格,但是我们同时也发现,水果价格不会大幅度不受约束地上涨。从整个紫金港水果市场来说它并不是一个一家水果店单独垄断的市场。价格过高时,价格因素对消费者的影响就会超过地理位置因素的影响,任何一家水果店如果无故明显上调水果价格,同学们就会去到其他水果店购买自己需要的水果,最后损失的还是该家水果店自身。

五、市场分析

(一) 市场结构分析

市场由竞争的激烈程度的大小可分为完全竞争市场、垄断市场、垄断竞争市场和寡头市场。完全竞争是一种不受任何阻碍和干扰的市场结构;垄断是指在一个市场上由于存在着对进出的限制,只有一个卖主或者买主;垄断竞争是指在一个市场中有许多厂商生产和销售有差别的同种产品的市场结构;寡头则是一种由少数卖方(寡头)主导市场的市场结构,其产出的市场份额相当大。由于受店面租赁价格、地理位置等因素的影响,尽管紫金港校区周边人流密集但销售水果的商店并不多,这样就形成了少数商家控制市场的格局,即“寡头市场”。正如调

查问卷的数据显示,46.31%的学生会选择在紫金港校区内购买水果,而有42.28%的学生会前往堕落街购买水果。而在寡头的情况下,企业或者商家行为最重要的特点是相互依赖。因此,在由校内多家水果店与堕落街水果店形成的寡头市场中,无论哪一家价格变动,都会对其他与之竞争的水果店以至整个“市场”的价格产生影响,从而每个寡头商家在采取新的营销方式或者调整价格、产品之前,必须先推测自己的行为对其他水果店的影响以及其他水果店可能会采取的相对应的措施。缩小市场范围仅限于校内,则由于学校管理的限制以及土地资源的有限,校区内水果店数量无法继续增加,从而对于校内水果市场来说这数家水果店造成了一个垄断格局,再加之其倚仗自己的地理位置优势,最终导致校内水果店价格高居不下。

（二）市场竞争优势比较及分析

在调查中,选择前往校内水果店购买水果的学生最多,主要在于两方面的原因。其一,地理位置优势。校内水果店或位于各大学园生活区内,或位于食堂旁边的教育超市内,购买极为便捷,对于那些日常在食堂就餐、很少出校消费或者习惯宅在寝室的学生来说校内水果店距离近,无疑是最佳选择。其二,学生对校内水果店的信任。水果店在学校内部,在某种程度上受到学校的管制,于是消费者形成了这样的意识即:尽管因为人流量、市场规模等原因校内水果店新鲜程度时常较低,但至少不会买到外表好内里却不好的水果。这也是校内水果店独特的地理位置优势带来的附加值。因此,出于对便捷度的考虑以及校内水果店的信任,尽管价格较贵,大部分学生日常仍会选择前往校内水果店购买水果。

然而,在校内水果店占据地理位置优势的情况下,仍有42.28%的学生前往堕落街购买水果,仅少于校内水果店四个百分点,这展现了堕落街水果店不同于校内水果店的优势。其一,堕落街水果店价格较校内偏低,对于大部分尚未经济独立的学生而言,价格仍然是影响消费的一个非常重要的因素。其二,周边环境优势。堕落街整条街都为小吃店、小饭馆,吸引学生时常前来“下馆子”,堕落街的水果店正是得益于此周边环境,于无形中将原本不利的距离劣势缩减了不少。即学生有时并不用特意出门买水果,而是在前往堕落街各家餐馆吃饭的路上顺带买了水果,既方便又便宜。其三,品种齐全。堕落街毕竟位于校外,附近的小区居民也会前往购买水果,因此堕落街水果店的人流量多于校内水果店,为满足更多消费者的需求,其进货量大,品种更丰富、齐全。这三点构成了堕落街水果店的竞争优势。而在网上或者杭州其他地方购买水果的方式由于受到时间、空间的限制,基本不在多数学生的考虑范围之内。

如果单以校内水果店构成一个小市场,根据问卷填写情况比较丹青水果店和蓝田水果店,根据调查数据显示,填写问卷的有77.85%的学生住在丹青学园,但在校内买水果的且选择前往丹青水果店购买水果的仅占56.52%,相反填写问卷的仅有8.05%的学生住在蓝田学园,但在校内买水果且选择前往蓝田学园购买水果的却占了20.29%。由于校内水果店价格基本一致,再根据我们的实地走访结果及日常消费经验,发现丹青水果店在规模、水果种类、水果质量上均不如蓝

田水果店。即在校内水果店之间也存在着差异。

（三）市场存在问题

在不完全竞争市场中，垄断的程度越高就越缺乏效率。也就是说垄断市场的效率最低，其次便是寡头市场。紫金港水果市场属于寡头市场，寡头市场中竞争不大，导致紫金港水果市场中的商家很少会调整发展战略、寻求新的销售方式，从而整个水果市场仅凭校内水果店和堕落街水果店难以创造一个有利的竞争环境继续发展。此外，对该市场来说，在数家寡头水果商家的长期均衡中，价格通常大于长期平均成本，故其不仅有正常利润，而且有经济利润。在一个行业中，如果存在经济利润，则它意味着分配给该行业的资源太少，不能满足社会的需要。紫金港水果市场提供给消费者的选择有限，而这通常是由于存在着市场进入障碍的缘故。土地资源、租金等诸多因素限制了紫金港校区内及周边水果店的增加。如果不存在进入的障碍，经济利润的存在就会引起其他水果商家的进入，直到经济利润消失从而资源配置恰当时为止。以上诸多因素的限制，我们可以从中看到网购水果方式将会不断发展的趋势。

（四）市场整体走势

对于校内水果店而言，在受土地资源限制无法扩大规模的情况下，其应该在每次进货时尽量选择更多的种类，且减少单种水果的进货量，以便于未能及时卖出导致不新鲜、应尽快更换时减少成本的损失。此外，对于摆放时间较长的水果，水果店应作降价处理，而不是维持原价。对于堕落街水果店，在占据价格优势、品种齐全优势的情况下，应更侧重于销售服务的优化。如与美团外卖、饿了么等平台合作，为消费者提供外卖服务，并给予一定的满减优惠。争取将价格的优势发挥得更大并通过外卖服务尽力减弱地理位置的劣势，让学生感到既便宜又便捷。

而网购水果这一方式尽管选择人数极少，但随着互联网的快速发展和电子商务的不断健全，水果供应链不断完善，以上海易果电子商务有限公司为例，其采用先销售后采购的模式，在能更好地控制水果流通速度和产品新鲜度的同时，还有效降低了库存风险。因此网购水果市场的发展空间很大，前景乐观。总体来看，随着我国整体水果市场结构的不断调整，市场规则的不断完善，紫金港水果市场中实体店消费比重可能会下降，网购比重可能会上升，寡头市场或可能会逐渐转变为完全竞争市场。

六、结语

1、收获

此次市场调研报告作业，我们从一开始完成调研报告提纲，制作发放问卷，进行市场调研，到最后查阅资料撰写调研报告，大家都深入了解了紫金港校区内的水果店和堕落街水果店的总体情况，各家水果店的大致经营状况和同学们对水

果店的偏爱程度和评价，以及同学们对于水果店的选择，并深入了解了原因。这不仅可以让们更加清楚地认识学校及周边的水果市场，也锻炼了我们的经济学思维，认识了怎样从头开始完成一个完整的调研报告，怎样去调查分析和研究市场，我们调研最后所得出的结论还可以为水果店的未来发展提出具体有效的建议，使得水果店获得更多的顾客，增加收入，同学们也能买到物美价廉的水果，使得双方实现共赢。

2、存在的问题

经过这次调研中我们也发现了自己在整个过程中存在的一些问题，比如问卷基数不够大，可能存在的代表性的问题（即不能准确反映出紫金港的水果市场情况和同学们的真实选择情况），再比如对水果店同一种水果来说，由于质量、存放时间、产地等的不同，水果的价钱往往都有一个区间，我们尚未进行深入比价分析等。总体来说，我们虽然已经对市场进行了初步的调研和经济学分析，但由于时间等原因，这些分析还不是很深入，也不是很全面，目前还存在许多问题，有较大的提升空间。

总体而言，此次市场调研让我们加深了对市场的认识，学会用自己已有的微观经济学知识初步分析市场并撰写市场调研报告，为以后的经济学学习打下了良好的基础。

附录

关于紫金港水果店的调查

1. 您的年级？ *

- ☐ 大一
 - ☐ 大二
 - ☐ 大三
 - ☐ 大四
 - ☐ 研究生
 - ☐ 其他
-

2. 您的性别是？ *

- ☐ 男
 - ☐ 女
-

3. 您住在哪个学园？ *

- ☐ 丹青
- ☐ 蓝田
- ☐ 云峰
- ☐ 白沙
- ☐ 翠柏
- ☐ 其他

4. 您会买水果吃吗？ *

- ☐ 经常买
 - ☐ 还行
 - ☐ 偶尔
 - ☐ 不会买
-

5. 您买水果一般是在哪里买？ *

- ☐ 紫金港
- ☐ 堕落街
- ☐ 杭州其他地方
- ☐ 网上
- ☐ 其他

6. 您如果在紫金港校区内买水果，一般会去哪家水果店呢？ *

- ☐ 丹青
 - ☐ 蓝田
 - ☐ 云峰
 - ☐ 翠柏
 - ☐ 文广
-

7. 你选择在紫金港购买水果的主要原因是什么？ *

- ☐ 便宜
 - ☐ 质量好
 - ☐ 方便
 - ☐ 其他
-

8. 如果您选择去堕落街买水果的原因是什么呢？ *

- ☐ 紫金港水果贵
- ☐ 紫金港水果质量差
- ☐ 紫金港水果又贵又差
- ☐ 紫金港水果种类少

9. 你觉得学校里的水果质量如何？（听说的或者自己买过） *

- ☐ 很好
 - ☐ 还可以
 - ☐ 不怎么好
-

10. 你觉得紫金港水果价格如何？ *

- ☐ 太贵了不能接受
- ☐ 有点贵但还能接受
- ☐ 合适
- ☐ 很便宜

11. 对紫金港水果店的满意程度？ *

- ☐ 满意
- ☐ 一般
- ☐ 不满意

12. 你觉得墮落街的水果质量怎么样？ *

- ☐ 很好
 - ☐ 还可以
 - ☐ 不怎么好
-

13. 你觉得墮落街水果店的价格如何？ *

- ☐ 太贵了
 - ☐ 有点贵但还能接受
 - ☐ 合适
 - ☐ 便宜
-

14. 对墮落街水果的满意程度？ *

- ☐ 满意
 - ☐ 一般
 - ☐ 不满意
-

关于丹青同学去蓝田购买水果情况的补充调查

1. 你是否是丹青的学生？ *

☐ 是

☐ 否

2. 你是否会选择到蓝田水果店买水果？ *

☐ 是

☐ 否

3. 你选择去蓝田水果店的原因？ *

☐ 那里的水果质量更好

☐ 那里的水果便宜

☐ 其他

4. 对蓝田水谷店的评价？ *

☐ 相比于校内其他水果店很棒

☐ 还行

☐ 一般

☐ 不满意
