

武汉地区固体饮料的市场预测与经营对策

冯 文 权

武汉市经委对武汉市饮料三厂固体饮料新生产线计划贷款98万元,为使该项贷款发挥其应有的经济效益,武汉市经委委托武汉市科学技术服务公司对该项目进行可行性论证。今年七月,该公司邀请武汉大学经济管理系共同对有关部门进行了调查。在武汉市人民政府市场预测办公室的大力协助下,对武汉地区固体饮料市场进行了初步预测。预测结果如下:

一 国内市场概况

(一) 生产情况

国内固体饮料的生产首数上海、天津。武汉始于七十年代,产量甚少,但自一九八〇年起,产量直线上升,由一九七九年的年产811吨增至一九八一年的14,515吨,是一九八〇年产量的4.39倍,占全国产量的1/3,总产值约九千万元,为国家创造利润近一千万元,几年来武汉市的产量情况如表一所示

表一

单位:吨

生 产 单 位	1977年	1978年	1979年	1980年	1981年	82年上半年与 81年同期比
市一轻系统		137	605	3,069	12,590	增 18.89%
市二商系统	148	139	206	241	1,295	—
汉口蛋厂	—	—	—	—	630	—
合 计		276	811	3,310	14,515	—

从全国的情况看,一九八〇年华东、华北、中南各省以及北京、广州等省市均陆续开始发展固体饮料生产。一九八一年后,东北、西北、西南各省市相继跟上,纷纷利用各自的原料优势,生产出品种繁多的固体饮料。截至现在止,除新疆、西藏、青海、宁夏、贵州等省、市、自治区外,其它省、市各具一定的生产规模,据不完全统计,一九八一年全国产量约四万五千吨,比一九八〇年增长五倍,主要产地是上海、浙江、广东、广西、黑龙江、北京、天津、湖北等。此外,江苏、福建、安徽、湖南、河南、河北、四川、内蒙古等地也开始批量生产,产量在数百吨至千吨之间,生产固体饮料的工厂或车间,有如雨后春笋般地建立,因而二年来产量猛增五倍。

(二) 销售情况

* 这项预测工作是武汉大学经济管理系、武汉市人民政府市场预测办公室、武汉市科技服务公司组织冯文权、郑康彬、汤敏、杨小凯、王震章、俞文忠、卢涤、王江琦、曾庆华等共同进行的;由冯文权执笔。

武汉固体饮料的销售量是逐年上升的，一九八一年的销售量是一九八〇年的 4.3 倍，达 14,000 吨左右，市场遍及全国大多数省、市，占有率约为 30%，年末库存仅 600 余吨，占全年产量 4.2%。因此，可以说是产销两旺，形势大好。但自今年开春以来，产销情况有了新的变化，主要表现有如下各点。一是从三月起上级公司改包销制为各厂自销制；二是出现了供过于求的现象，与去年同期比，特点为三多一少，即产量比去年同期增多，销量比去年同期增多，库存也比去年同期增多，但利润都比去年同期减少。具体数据如表二所示：

表二

项 目	单 位	82 年上半年	81 年上半年	82 年与 81 年 同期比 增加	备 注
产 量	吨	5,891	4,955	+18.9%	4,087 是 1 至 5 月销量
销 量	吨	4,933	4,087		
利 润	万元	235.4	260.8	-9.74%	
库 存	吨	739			

三是出现滞销势头，首先在天津、石家庄、长沙、柳州等地的订货会上，订货均不踊跃，还要求削减合同中的订货数量。例如饮料一厂自二月份以来就收到了减少订货 48 吨和缓发货 214 吨的函电，江汉食品厂有 20 余家提出减退合同的要求，金额达 48 万元，长江食品厂 1981 年与上海 8 个区有供货关系，今年基本上中断了业务来往。

原材料供应情况

生产固体饮料的主要原材料是乳粉、砂糖、麦精、蛋粉等，但这里原材料的计划供应量与武汉的生产需求量不相适应，武汉不仅缺糖，而且缺乳粉，不得不从外省输入，目前砂糖的计划供应量只占 40% 左右，60% 靠议价糖解决，每斤加价 0.10 元，乳粉不足，不得不用炼乳补充，这将导致成本增加和经济效益下降。

评论：通过上述市场的产、供、销分析，我们有以下几点看法。

(1) 武汉地区的固体饮料生产既有优势也有劣势。优势是首先表现在武汉地区固体饮料的生产历史较长，具有一定规模的生产条件，有一批比较成熟的生产技术队伍，积累了比较丰富的生产、管理经验。其次是产品的品种、花色比较齐全，仅工业各厂的品种就达 115 种，包装新颖，能适合各方的需要。第三是有广阔的国内市场，有各种各样的销售渠道，武汉产品在全国的市场占有率高，约占 30% 左右，在消费者面前享有一定的信誉。劣势是武汉地区的糖和奶粉比某些地区少一些，但经过一定的努力是可以解决的。

(2) 武汉地处中原，水陆交汇，和各地交流甚广，运输十分方便，各类物资周转灵活，地理条件极为优越。武汉又是全国传统的最大商业中心之一，这也给固体饮料的生产和销售带来了非常有利的条件。

(3) 目前固体饮料出现滞销的苗头，不是实际需求量或实际消费量下降的缘故，而是由于新厂纷立，群雄竞争，使产销不能平衡，终于导致库存量上升（产大于销），利润减少的结果。实际上只要提高产品质量，合理划定价格，产品还是有竞争能力的，高质量的固体饮料是有销路的。

二 国内市场预测

国内市场的大小及销量的增减，取决于人民的需求。需求量的大小，同人民的消费习惯、

消费水平和收入多少有关，对国内市场的需求预测，我们从以下几方面着手。

(一) 分析国内固体饮料的平均消费水平

平均消费水平的高低，我们按下述公式计算，

$$\text{平均消费水平} = \frac{\text{总销售量}}{\text{总消费人口}}$$

根据上述公式计算，得到一九八一年平均消费水平数据，列表如下：

表三

类 别	总 销 量	总 人 口	总 人 口 平 均 消 费 量	城 镇 人 口	城 镇 人 口 平 均 消 费 量
湖 北	1,500 吨	4,740.32 万人	0.06 斤	815.6 万人	0.37 斤
全 国	40,000 吨	99,622.22 万人	0.08 斤	13,847.488 万人	0.58 斤

从表三可见，我国目前的消费水平仍然很低，按全国总人口平均每人只消费 8 钱，而湖北只消费了 6 钱。按全国城镇人口平均，每人只消费五两八钱，而湖北只有三两七钱。折成金额，每斤以 2.60 元计，全国平均每人每年只消费了 0.208 元，按城镇人口平均每人也只消费了 1.508 元。湖北的消费水平低于全国，究其原因一是固体饮料不仅与人民消费习惯有关，而且与人民的收入有关。全国一九八一年的职工平均工资为 812 元而湖北仅为 739 元，比全国低 73 元。一方面是因为湖北近几年的青年工人增加多，另方面是由于历史上湖北的平均工资都低于全国平均水平。

对上述消费情况，我们有如下的评述意见：

湖北的工农业生产比重在全国占有显著的地位，全省城镇人口占全国城镇人口的十六分之一强，由于工业发达，城乡就业人数增加比例比全国平均水平高，职工工资总额增加的总数将比兄弟省市快，因而总购买力也提高得快，如能在宣传上稍稍加强，固体饮料的消费水平将会迅速赶上或超过全国的平均水平。因此，现在消费水平低于全国，不仅不是消极因素，反而说明省内市场潜力大，有发展的余地。

(二) 根据消费水平的递增速度进行需求预测

由于固体饮料的需求同居民的消费习惯和消费水平有关，因此，其需求的增长速度紧密地依赖于全国平均消费水平的递增速度，我们认为两者的递增速度大致相同是比较合理的。因此，可以用居民年平均消费金额的递增速度，作为固体饮料需求增长速度进行预测。为此，首先求出居民年平均消费金额的递增速度。

$$\text{居民年平均消费金额} = \frac{\text{国民收入总消费金额}}{\text{全国居民总数}}$$

根据国家统计局历年统计数据，一九七七年至一九八一年的全国居民平均消费金额如表四所示：

表四

年 份	1 9 7 7	1 9 7 8	1 9 7 9	1 9 8 0	1 9 8 1
水 平	165元	175元	197元	224元	241元

依上表数据计算，得到每年平均递增速度为 9.9%。以一九八一年的实际消费量 40,000 吨为基数，对未来的平均消费需求按 9.9% 的递增速度作出预测推算，得到未来五年的需求量，

列表如下。

表五

年 份	全 国 总 需 求	全 国 人 平 需 求	全 国 城 镇 人 平 需 求
1 9 8 1	40,000 吨	0.08 斤	0.58 斤
1 9 8 2	43,960 吨	0.087 斤	0.62 斤
1 9 8 3	48,312.04 吨	0.094 斤	0.67 斤
1 9 8 4	53,094.93 吨	0.10 斤	0.72 斤
1 9 8 5	58,351.33 吨	0.112 斤	0.78 斤
1 9 9 0	93,548.67 吨	0.169 斤	1.15 斤

上表数字是对近期国内消费需求的预测值,实际的需求量必须加上当年的出口量和合理的库存量。一九八一年的实际出口量为3,000吨左右,以后历年按10%的速度递增,则一九八二为3,300吨,一九八三年为3,630吨,一九八四年为3,993吨,一九八五年为4,392吨。

(三) 市场占有率估计

一九八一年在许多省、市没有建厂生产的情况下,武汉地区的固体饮料的市场占有率约为30%,实际销量约为14,000吨,但自一九八一以后,有原料优势的省、市,例如东北的辽宁、黑龙江,华南的广东、广西,华北的内蒙等地,他们原料充足,纷纷建厂生产。在这种情况下,他们的产品肯定要占去一部份市场。因此,武汉产品的市场占有率不可能维持在30%的水平上。但是也不可能下降得太多,因为武汉产品在全国占有相当的优势,故以20%作为武汉产品的市场占有率,我们认为是合理的。

根据前面提出的国内外一九八二年的需求预测值47,000多吨,加上合理的库存,总需求量不超过五万吨,以20%的市场占有率去框算,一九八二年武汉地区的产量不宜超过一万吨。

三 经营对策

根据上述需求预测,我们认为固体饮料是武汉地区有前途的产品之一。但是,武汉地区的产量大,主要市场在省外,面临全国群雄竞争的局面,欲进一步提高经济效益,仍需作较大的努力,花费更多的力气,才能较好地适应市场的需要。为此,需经常对市场作对策研究与分析。

(一) 形势分析

当前,形势的特点是,生产固体饮料的工厂,有如雨后春笋般地出现,竞争对手有增无减。由于武汉地区固体饮料的产量大,约占全国产量1/3,而武汉地区又缺糖和乳粉,如大量采用议价原料,势必造成产品的成本高,竞争能力低。但是武汉的产品,由于市场占有率高,销售渠道多,在大多数省、市中还享有一定的声誉,加上武汉地处中原,南来北往,交通方便,这种优势是大多数省、市所不及的。因此,我们应扬长补短,充分利用武汉地区的雄厚技术力量,抓紧时机,当机立断,尽快地采用先进的生产技术,改革陈旧的生产工艺,生产出高质量的产品,提高产品的竞争能力,才能立于不败之地,保持原有的市场。

(二) 发挥湖北优势,发展特效产品

湖北地处中原,物产丰富,可利用的自然资源较多,并有各种久负盛名的名贵特产,因此,有必要充分研究如何就地取材,减少对外地原材料的依赖,这就要积极发展新品种,创

造出能体现湖北特色的名牌产品。例如，湖北中药材富足，若在固体饮料中，掺合某种中药，制成特效产品，则兼可起到滋补和疗理的作用。目前，武汉饮料三厂已开始批量生产“麦冬乌梅精”，这是经省医药公司推荐宋代古方，用优质药材精制而成的疗效产品，具有生津止渴，润肺养胃，补中益气，滋阴补肾，安神宁心，及有防暑降温之功效。现由市医药公司包销，深受消费者的欢迎。此外，为广大学生和家家长所喜爱的“增智精”、“肥儿精”等其它特效产品，亦可打开销路，扩展市场。

总之，采取“发挥湖北优势，发展特效产品”这个对策，就基本上可起到使固体饮料生产“原料足、品种多、质量高、成本低、名牌响、销路广”的作用，从而获得良好的经济效果。

（三）推行全面质量管理，提高产品的竞争能力

我国的全面质量管理是“三全”管理，即全面质量的经济管理，全过程的质量管理和全员参加的管理。其中，首先是全面质量的经济管理。所谓全面质量管理就是对产品的全面理解，它不仅是产品本身的质量，而且包括市场调查，产品设计（原料配比，营养成份等），原材料采购，生产和销售全过程中各部门的工作质量。如果全面质量管理搞好了，就必能生产出质量好，价格低（减少了不必要的浪费）的产品，必受广大消费者的欢迎和提高产品的竞争能力。

（四）加强科研

由于竞争加剧和消费者消费水平的提高，对产品质量的要求将越来越高，特别是市场需求变化日新月异。因此，在生产老产品的同时，必须加强对新产品的研究，要根据消费者的特点和爱好，不断研究设计新的配方配比，生产出营养价值高，携带方便，包装新颖的新产品，以加速老产品的更新换代，决不能搞十年一贯制。

除产品研究外，还必须加强以下几个方面的研究工作。

（1）具有地方特色，采用地方原料生产的研究。

（2）顾客研究，例如顾客的风俗习惯，生活特点等方面的研究。

（3）销售策略的研究，例如合理定价，广告宣传，以最快的速度将新产品介绍给消费者，使市场占有率保持在较高的水平上等等。

（5）加强市场调查和预测工作

市场调查与预测内容，除需求量预测外，还有花色品种，消费者爱好，购买者意图，产品的包装装潢是否符合消费者的风俗习惯，以及原材料的来源，价格变化等等。此外，兄弟省、市和兄弟厂的生产、销售状况，是否引进了新的生产技术，以及市场的销售状态等经济信息，都必须及时反映给经营决策者，以便他抓紧时机，当机立断，科学地进行决策。

四 对市饮料三厂贷款兴建真空干燥生产线的评述意见

（一）武饮三厂产、供、销的一般情况

武汉饮料三厂是一家生产固体饮料、蜂蜜、汽水等的综合饮料生产厂。固体饮料生产已有三年的历史，花色品种达十五种之多，已有一定的技术基础，积累了不少经验。三年来的产、供、销情况如下表所示：

一九八二年以来，由于生产设备落后，采用旧法生产，产品缺乏竞争能力，订货减少，故压缩了产量。该厂除“麦冬乌梅精”仍属市医药公司包销外，其它产品全靠自销。

就原材料来源看，食糖：40%由食品工业公司、副食品公司供应，60%靠议价供应，每

（下转第66页）

⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒ 秦郁彦：《日中战争史》，原书房，1979年版第14、46、56—57、106—107、123、123、246页。

㉓㉔㉕ 中国现代史资料编辑委员会：《“九·一八”以来国内政治形势的演变》，第43、37、81—82页。

㉖ 卢明辉：《德王蒙古自治始末》上册，第185页。

㉗ 李云汉：《宋哲元与“七·七”抗战》，第180—182页。

㉘㉙㉚ 江口圭一：《日中战争的全面化》，岩波讲座同注㉛书，第133、133、134页。

㉜ 日本国际政治学会太平洋战争原因研究部：《走向太平洋战争之路别卷·资料编》，朝日新闻社，1963年版第256页。

㉝ 《现代史资料12·日中战争4》，水蔺书房，1973年版第412页。又见《今井武夫回忆录》，上海译文出版社，1978年版第13—16页。

㉞ 朝日新闻法庭记者团：《东京审判》下册，东京审判刊行会，1977年版第612页。

㉟ 信夫清三郎：《日本外交史》下册，商务印书馆，1980年版第620页。

㊱ 《现代史资料9·日中战争2》，水蔺书房，1978年版第186页。

㊲ 魏宏运主编：《中国现代史资料选编》第4卷，黑龙江人民出版社第1页。

㊳ 《解放》第1卷第11期，1937年7月15日版。转引自李新等主编《中国新民主主义革命时期通史》，第三册人民出版社1981年版第11页。

~~~~~

(上接第42页)

表六

| 年 份         | 产 量     | 产 值         | 利 润      |
|-------------|---------|-------------|----------|
| 1 9 8 0     | 130.14吨 | 185.72 万元   | 5 万元     |
| 1 9 8 1     | 1,240 吨 | 1,034.46 万元 | 90.33 万元 |
| 1 9 8 2 上半年 | 380.67吨 | 680.16 万元   | 30 万元    |

斤加价0.10元；乳粉：除食品工业公司计划供应外，黑龙江可满足供应；炼乳：本市均可保证供应。其它辅助原料，历来可满足需要。

## (二) 具备兴建真空干燥生产线的条件

兴建真空干燥生产线必须具备两个主要条件，一是要有较宽大的厂房，生产线约占面积二千多平方米，该厂地处郊区，厂区面积大有发展余地。二是要有一批较成熟的生产技术力量，三年来，该厂通过固体饮料的生产，已有一定的技术力量，近来又组织人员到上海学习，初步掌握了乳化生产的新工艺，因此，我们认为饮料三厂兴建真空干燥生产线是有条件的。

(三) 通过市场预测，初步了解了全国生产固体饮料的产销和市场情况，其主要趋势如下：

(1) 社会对固体饮料的需求将逐年增长；(2) 固体饮料的销售量将逐年增加；(3) 各地固体饮料生产将迅速发展；(4) 省、市之间、厂际之间的竞争将逐步加剧，成本高、质量低的产品，将逐渐被挤出市场。质量高，花色好的新品种将不断出现。

## 四 结论

根据上述情况，有以下两点结论：(1) 欲提高产品竞争能力，保持原有市场，必须进一步提高产品质量，降低成本。因此，改革旧的生产工艺，尽快采用新的生产技术，即兴建真空干燥生产线是完全必要的；(2) 如果产品质量能达到部颁标准，定价合理，即不超过或略低于上海同类产品的价格，而且销售策略对头，则兴建真空干燥生产线后，其新产品将受广大消费者的欢迎，并且能广开销路。