

## 应用研究

# 山黑猪的市场调查与预测

张子平 （中国肉类食品综合研究中心，北京 100075）

柳 燕 （北京精气神生物工程有限公司，北京 100075）

**摘 要** 北京精气神有限公司在推出山黑猪肉这一新产品时，对国内肉类市场中生鲜冷却肉产品进行了充分的调查，包括产品的规格、质量、价格、技术水平、卫生状况和品牌影响力等。据此，预测出国内生肉市场的发展趋势，并制定了山黑猪的市场策略。

**关键词** 黑猪 冷却肉 调查 预测

## 1 前言

北京精气神有限公司是一家从事猪的生态畜牧、绿色饲料、有机食品、生物工程的公司。公司于 2000 年在北京市场推出“精气神”牌山黑猪肉，立刻获得消费者的积极反应，并引起行业内的震动。山黑猪肉的特点是：活猪山林放牧，倡导生态概念；肌肉颜色鲜红，脂肪洁白质硬；胆固醇含量低，营养价值高；肌间脂肪含量高，滋味鲜美；无任何污染，安全健康。这就决定了山黑猪肉即使售价达到其他普通猪肉的 2~3 倍，仍然赢得了忠实的消费人群。“精气神”牌山黑猪肉为国内肉类行业的生鲜肉经营树立了一面旗帜。它在市场上的准确导入与稳步成长正是依赖于公司对肉类消费市场周密的调查与科学的预测。

## 2 国内肉类市场现状

我国是肉类的生产与消费大国，年产量已连续十二年居世界第一位，2000 年产量超过 6200 万吨，其中猪肉占 65% 以上。但是，加工技术水平落后，卫生条件差，流通配送环节薄弱，农药、兽药残留制约着国内肉类行业的进一步发展，阻碍了肉类产品进入国际市场。近些年，媒体屡屡报道猪肉食物中毒事件和肉类企业造假行为，严重影响了广大消费者的消费信心，不少人几乎到了谈“肉”色变的地步。北京精气神有限公司清楚地看到了国内肉类行业的落后现状，同时，也窥测到了市场契机，山黑猪将拥有强有力的竞争优势。

## 3 营销调研

为保证产品定位准确和项目进展顺利，早在四五年前，北京精气神有限公司就有条不紊地按照一定程序开展了营销调研工作。

### 3.1 确定问题和调研目标

确定问题实际上就是要确定山黑猪的产品档次。显然，山黑猪应是市场上的高档猪肉，是为弥补市场空白而开发的。那么，调研目标应瞄准市场上中高档同类产品的品牌和其市场份额以及国内（国际）未来一定时期生鲜肉的消费趋势。

### 3.2 制定调研计划

调研计划也就是收集所需资料信息的计划。在制定调研计划时，北京精气神公司从筛选资料来源、确定资料收集方法、选择资料收集工具方面都作了详细的安排。

#### 3.2.1 筛选资料来源

在进行市场营销调研时，一般根据获取方式或途径的不同把资料来源分为两类，即用于其他目的已经收集好的第二手资料和为某一特定目的而直接收集的第一手资料。北京精气神有限公司先后到国家图书馆、中国科技情报信息研究所、中国农业科学研究院检索有关“黑猪”和“山林放牧”的资料，到中国肉类研究中心、中国农业大学向有关专家咨询肉类行业的加工技术与市场发展动态，到国家肉类协会索取有价值的统计资料。公司没有满足上述第二手资料，还分别派人赴韩国和日本、香港和上海等国家和地区考察黑猪生产销售状况，获取了宝贵的第一手资料。

### 3.2.2 确定资料收集方法

在外派考察当地消费市场的调研工作中,公司采取了观察法,具体讲就是,到有一定代表性的商场和超市中,抄录有比较意义的产品的价格、产地和特点说明,观察购买者的年龄、身份,询问购买者对产品的意见,估算产品的销量。在咨询有关专家的调研工作中,公司采取了调查法,主要有个人访问、电话访问、集体研讨等形式。在山黑猪肉的产品理化性状研究工作中,公司采取了实验法,将山黑猪肉样品送检到国家权威肉类产品检测部门,检测了山黑猪肉的一系列理化指标。

### 3.2.3 选择资料收集工具

在收集第二手资料时,公司采用了文献检索复印和 internet 主题词搜索下载的手段;在收集第一手资料时,公司使用照相机和摄像机等仪器设备记录下真实资料,并辅以问卷调查,征集到较为充足的资料。

### 3.3 实施调研计划

明确了调研目标,制定了调研计划,接下来实施调研计划。这是一项艰苦而细致的工作,是按照计划要求,本着实事求是的态度,以科学的技术手段,获取客观资料的过程。

### 3.4 解释信息和报告调研结果

北京精气神有限公司对大量的资料进行了整理、统计、分析、判断,并得出了调研结果。

3.4.1 国内在黑猪的规模化养殖方面已近乎空白,除北京精气神有限公司外,没有第二家公司的黑猪规模超过 500 头。农民散养的黑猪还有一部分,但杂交品系混乱。纯中国基因的黑猪已很少。

3.4.2 在近一二十年我国经济的快速发展的背景下,肉类行业同样在追求高出肉率和短育肥期。因为国外的几个白猪品系在出肉率方面有优势,所以得到较快的普及发展,反之,黑猪规模呈萎缩趋势。

3.4.3 猪的工厂集约化养殖可以提高出肉率,强化防疫作用,降低管理成本,所以在世界范围内,尚未见到规模化放牧的报道,北京精气神公司的山林放牧形式在一定程度上是独一无二的。

3.4.4 在北京、上海和大连等经济较发达城市,消费者已接受并习惯于购买冷却肉(0~4℃冷链保证),而不是热鲜肉(未经历成熟,无冷链保证)。前者在卫生安全和营养滋味方面远高于后者。山黑猪肉进入市场时也应采用冷却肉的形式。

3.4.5 越来越多的消费者重视食品的安全性,绿

色食品和有机食品是发展方向。但截止 2000 年底,市场上尚无一家绿色猪肉(更不必提有机猪肉),山黑猪肉有条件通过国际认可的有机认证,为产品进入国际市场打通关卡。

3.4.6 在生肉经营方面,国内企业品牌意识极差,尚无一家有一定影响力的品牌。山黑猪肉必须以品牌立足市场。

3.4.7 山黑猪肉的理化检验指标显示营养价值和滋味指标远优于同类产品,将是国内生肉市场上的高档产品。

3.4.8 黑猪肉在韩国、日本、香港市场上价格相当高,有的分割部位达到 180 元人民币/公斤。出口创汇潜力巨大。

## 4 市场预测

4.1 根据调研资料和调研结果,结合国内市场现状和国际市场的发展经历,北京精气神有限公司对未来五年中国肉类市场生肉产品的发展趋势进行了定性预测。

4.1.1 安全健康的绿色猪肉和有机猪肉将逐步成为市场主流;

4.1.2 屠宰加工与流通配送的高卫生标准是将来进入市场的门槛;

4.1.3 生肉品牌经营已成为必经之路;

4.1.4 高质量、高价格的品牌产品将促进肉类行业的发展。

4.1.5 超级市场的快速普及将促进肉类行业的发展。

4.2 基于上述认识,公司对山黑猪的发展作出预测:“精气神”牌山黑猪将以纯黑色基因、山林放牧形式、高营养价值、鲜明的品牌形象占据国内生肉市场的制高点,并引导消费趋势。针对这一预测,公司市场细分、价格定位、网点布局、品牌形象、售后服务等方面制定了一系列策略。

4.3 “精气神”牌山黑猪肉在北京市场上市伊始,即得到消费者的注目,并很快拥有了固定消费群。“精气神”品牌也具有了一定的影响力,有一个事例可以证明这一点。在某大城市的个别超市已发现了假冒“精气神”品牌的山黑猪肉,要知道,在肉类行业中有很多伪劣产品,但假冒他人品牌的却很少。

4.4 “精气神”牌山黑猪肉的成功上市和顺利发展是以公司充分的市场调查和客观的市场预测为基础的。当然,较高的价格仍然限制着产品的市场扩展速度,但可以想象, (下转第 28 页)

## 2.3 工艺技术要点

### 2.3.1 动植物原料的处理

选用经检验合格的猪瘦肉、肥膘，修割清洗后，用切丁机切成  $1\text{cm}^3$  左右的方丁，加盐、糖、味精、复合磷酸盐及亚硝拌匀，于  $0\sim 4^\circ\text{C}$  条件下腌制 24 小时左右。

胡萝卜、芹菜、土豆除去其非食用部分后，用切丁机切成  $1\text{cm}^2$  左右的方丁，再于沸水中焯  $3\sim 5$  分钟，捞出备用。

### 2.3.2 搅拌

于  $0\sim 4^\circ\text{C}$  的操作间，先将肉丁倒入搅拌机转动 3 分钟，再加入  $1/3$  冰水转动 5 分钟。然后加入大豆蛋白、胡萝卜丁、芹菜丁、土豆丁及  $1/3$  冰水再转动 10 分钟。最后加入剩余物料搅拌 10 分钟。这一过程应注意肉馅温度不超过  $10^\circ\text{C}$ ，否则导致出水出油，造成成品的品质下降，影响其货架期。

### 2.3.3 灌制

将配制好的肉馅灌装于折径 60mm 的尼龙肠衣中。注意要尽可能使用真空灌肠机，从而避免产品出现空洞，使产品切片性差。

### 2.3.4 蒸煮

于  $80\sim 85^\circ\text{C}$  水煮 5 分钟，其主要目的在于灌肠熟化，抑制其中生长的微生物及形成良好的形态结构。

### 2.3.5 成品

组织紧密，切面平整、光滑、富有弹性，肉丁、蔬菜丁相间分布，美观大方，口感细嫩，鲜香可口。

胡萝卜营养丰富，属于保健型蔬菜，具有保护视力、预防眼疾、降血脂和降血压等作用。据报道，还具有抗癌作用。芹菜有一股特殊的清香气味，有醒神健脑、润肺止咳的功能，其所含的芹菜碱还有降血压作用。土豆含糖量高，主要由淀粉组成，是少有的“高钾蔬菜”，且含较多的铁和维生素 C，是主要的冬储蔬菜。

综上所述，合理利用动植物原料，使其营养成分互补，利于人体充分消化、吸收和利用，还能预防某些疾病，有一定的营养保健作用，故复合灌肠将会有广阔的市场前景。

## The Processing Technology on Sausage Products Containing Animal and Plant Nutrition

Hu Ying

**ABSTRACT** The processing technology and character of sausage products containing animal and plant nutrition are summarized in this article.

**KEY WORD** sausage ; processing technology

(上接第 12 页)

随着生产规模的逐步加大，生产成本将逐步下降，市场价格将逐步下降，消费群将逐步扩大，山黑猪之路将越走越远，越走越宽。

### 参考文献

1 江林等.现代市场营销学.北京:电子工业出版社,2002

2 季先如.市场营销策略.北京:经济管理出版社,1998

3 张子平.深化冷却肉加工技术的研究.肉类工业,2000(7)

4 杨柏萱.我国肉类产销的“九五”回顾和“十五”展望.肉类研究,2001(1)

## Marketing Investigation and Forecast on the Valley Black Pig

Zhang Ziping

**ABSTRACT** When the new style of products as valley black pork produced in Beijing JQS Co. Ltd. was in marketing, the investigation on chilled meat in different market was carried out already, including specification quality, price, level of technique, hygienic condition and CI etc. Nevertheless, the developing trend of raw meat market is forecasted as well as the marketing strategy of valley black pork is figured out in the article.

**KEY WORD** black pig ; chilled meat ; investigation ; forecast