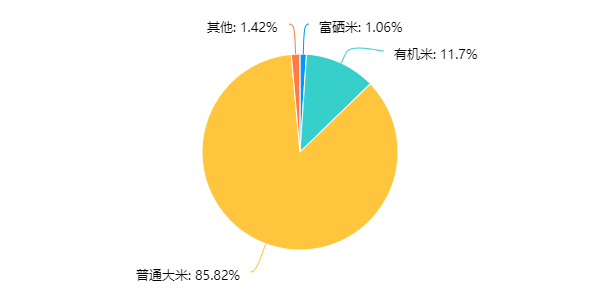
**选题阶段我发现**

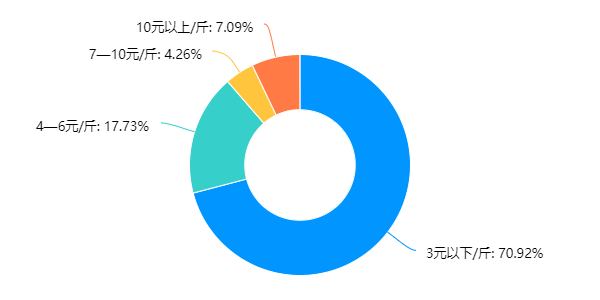
以往的问卷调查过程中，经常会遇到收不回问卷、不愿意配合等现象，这次的问卷星

调查可谓是省时又省力！在老师们的帮助下，我们将问卷星转发至各班微信群，每个班随机

抽选了十名左右的家长完成问卷星。最后我们回收了有效问卷试卷282份。在信息老师的帮助下，进行了统计和分析，得出了以下结论：

①（左图）85.82%的人家中常吃的大米品种主要是普通大米，11.7%的人会选择健康无污染的有机米，很少部分的家庭会选择富硒米。（右图）70.92%的家庭通常选择的是每斤3元以下的普通大米，17.73%的家庭选择4-6元/斤的大米，而7元/斤以上的大米仅10%左右的家庭会选择。这说明，被调查的家庭在选择大米品种时会优先考虑经济条件的因素，通常会选择价格便宜一些的常规大米，经济、省钱。

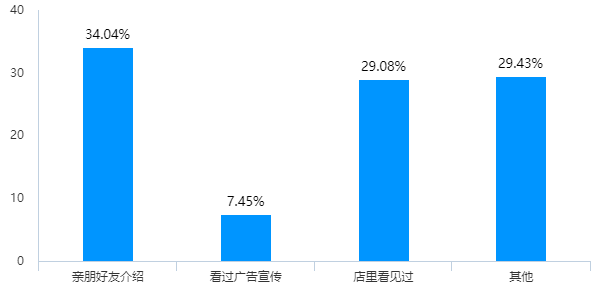




②37.23%的人之前就对前黄大米有所了解，并且经常购买。听说过的人群占45％左右，没买过的人群占35%。但是经过我们后期的采访与实地考察发现，前黄大米（俗称香软玉）每斤售价在6元及以上，而大米价格4元/斤-10元/斤的购买人群才占22％，远远未达到37.23％，说明人们对前黄大米的知晓度并不高，购买率也不高，因此前黄大米的销售还有很大的提升空间与市场。

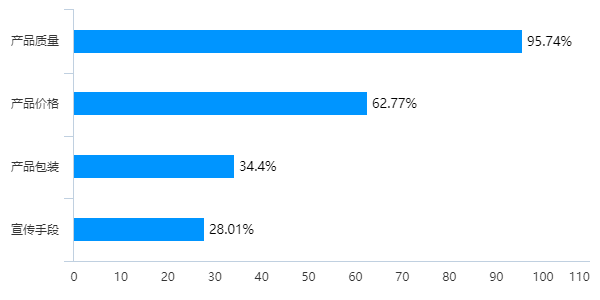
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 知道，经常购买 | 105 | 37.23% |
| 听说过，偶尔购买 | 77 | 27.3% |
| 听说过，从没买过 | 48 | 17.02% |
| 从来没听说过，也没买过 | 52 | 18.44% |
| 本题有效填写人次 | 282 |  |

➂人们了解前黄大米，通常是亲朋好友口口相传的方式居多，通过广告宣传的人才占7.45%，在店里看到的人群占29.08％。可是经过我们后期的调查发现，超市和粮油店里是根本没有前黄大米销售的。由此可见，虽然报告中显示很多人都了解前黄大米，但实际上，大家对于前黄大米的了解很大程度上都是缺失的，一知半解。

****

④大部分家庭购买大米主要在超市，但是前黄大米压根就不在超市中销售。很多认为购买的大米的产地是前黄，就是前黄大米了。说明大家对前黄大米的认知还是不够的，缺乏缺系统、完整的认知。

⑤对于“前黄大米”这一品牌的打响，大部分的人认为要关注产品质量。但是经过我们后期的调查发现，前黄大米是绿色、天然、健康无污染的好大米，荣获江苏省好大米金奖。前黄大米的品质上乘，包装精美，产品价格不便宜，但缺乏强有力的宣传手段，才导致很多人不知道前黄大米这张响当当的农业名片。

****

【实地考察】

1.超市和粮油店

我们走进了前黄明都超市和新怡华超市，发现销售的大米品种很多，有五常大米、香米、糯香软米等等，价格在2元/斤-10元/斤不等，询问超市工作人员后得知龙发糯香粳米价钱适中又好吃，所以最好卖。

在超市和粮油店转了一圈，我们并没有找到前黄大米。于是我们询问工作人员，结果发现他们并不知道前黄大米，也不明白为什么前黄大米不进超市销售。接着我们随机询问前来买米的顾客，发现他们购买大米主要考量价钱因素，通常是凭着经验购买，看上去包装还不错、价格不贵的大米往往就受到他们青睐。而对前黄大米，人们却并不知晓。哪怕是本地的年长者，他们也不知道前黄大米，他们吃的是自家种植的大米。

之后我们还闻了闻散装的5中大米的味道，当了一回小小鉴定师。这五种米分别是：苏北大米、东北大米、糯米、泰国香米和泰国糯米。其中色泽最透亮的是东北大米，最香的是糯米，泰国香米和糯米闻起来有股说不清的味道，没有米香味。

2.郭鲁农业合作社

为什么超市里看不见前黄大米呢？我们在老师的带领下来到了郭鲁农业合作社。在负责人郭飞叔叔介绍中，我们知道了前黄大米有四个品种，分别是精品香软玉、香血糯、香软玉和糯米。最贵的是香血糯每斤10元，最便宜的是糯米每斤4元，一般香软玉是每斤6元，精品软香玉是每斤8元。人们常吃的是前黄大米是指香软玉，也就是粳米，它的米香味浓，色泽泛白，没有东北大米那么透亮。糯米泛白不透亮，香血糯呈紫黑色，米香味比较淡。前黄大米（主要指香软玉）吃起来又香又糯又软，剩饭用来煮泡饭会像粥那样粘稠，综合性较好，多次获得江苏省好大米金奖。大米好吃却不好种，香软玉的产量比较低，是常规稻子的⅓。前黄大米因为产量低，达不到超市每月的最低供给量，所以销售平台局限于直播、直销和微信公众号中。香软玉主要面向的是中高端人群，普通老百姓偶尔吃几次还能承受，但是常吃的话，可能会有一定经济压力。

【采访】我们还采访了身边的1位大人，有人采访的是自己的亲人，有人在前黄文体中心、超市随机采访了路人。经过采访，我们有以下发现：被采访者家中吃前黄大米的不多，他们对前黄大米有所了解是因为当地人的推荐，虽然他们品尝过前黄大米，发现前黄大米确实好吃，但家中常吃的却不是前黄大米。部分采访者建议好吃的前黄大米应该加强宣传力度，应该家喻户晓；针对普通消费者，前黄大米可以包装简单一些，价钱再便宜一些，这样的话，家中就能常吃前黄大米了。

**我们的收获：**

我们通过问卷星调查、实地考察和随机采访的方式，对对前黄大米的知晓度和市场供应现状进行调查和分析，我们发现前黄大米好吃却不好种，由于产量低，销售渠道受限制，宣传力度不够，影响了人们对前黄大米的知晓度以及前黄大米的市场供应。

当然，我们的收获远远不止如此。在问卷星调查中，我们学会了发现问题和提出问题，还会用各式各样的图表来呈现调查报告；在实地考察和采访中学会分析问题并提出解决问题的建议，还锻炼了我们大胆表达的自信心，收获满满！