



ALLIANCE™

[.https://www.globalseafood.org](https://www.globalseafood.org)


Intelligence

食品安全成为中国消费者关心的重中之重

12 September 2016

By Yang Han, Ph.D. , Jingjie Chu, Ph.D. and James L. Anderson, Ph.D.

对1500多名消费者新鲜食品购买行为调查结果分析显示消费者对水产品有更高的信心

食物是人类生存的基本，一个社会的经济发展和生活标准很大程度影响了消费者如何选购食物。在过去中国的“饥荒”时期，有够吃的食物是广大消费者们的首要目标。随着经济的发展和充足的食物供应，中国消费者越来越关注的是食物质量与安全。现在的问题不再是如何吃饱，而是如何吃上安全健康的食品。

虽然中国的食品质量与安全标准和规定逐渐完善，食品质量与安全问题仍然面临严峻挑战，如三鹿奶粉三聚氰胺事件等严重食品安全丑闻层出不穷，无疑打击了中国消费者对食品安全的信心。

消费者正在越来越多地要求他们所购买的食品具有更多的食品质量与安全信息，因此增加供应链中食品生产的透明性与可追溯性变得越来越重要。为了提高监管效率，中国政府投入了大量的人力物力，建立起监管体系并定期向大众发布食品质量安全消息。为了给政府监察系统和信息披露机制提供参考和建议，本篇文章探讨了消费者想要知道哪些食品安全信息以及这些信息如何影响他们的采购行为。



A comprehensive solution for the wild seafood supply chain.

- Crew rights
- Food safety
- Environmental responsibility


[LEARN MORE >](#)



图片1：调查结果显示食品质量与安全信息在消费者做选购决定时非常重要。照片来源 Darryl Jory

[\(https://bspcertification.org/\)](https://bspcertification.org/)



消费者愿意花高价去购买更安全新鲜的食物。照片来源Darryl Jory。

数据来源

本文数据来源于对八个一线城市1800名消费者的调查问卷统计，其中1573份调查问卷有效。调查问卷展开地点包括菜市场、超市、便利店和零售店。地域包括北京、广州（各300个调查），上海、郑州、成都、西安、哈尔滨和青岛（各200个调查）。中国国家自然科学基金会（No.71103197）中国留学基金管理委员会(No. 71103197) 与中国水产科学研究院(No.2014C001) 均支持了本次调查。

受访者特点

性别分布：女性在家庭购买食品时起到决定性作用。在本次调查中，53.5%的受访者是女性（图1）。大部分的女性（63.3%）更倾向购买新鲜的食物。

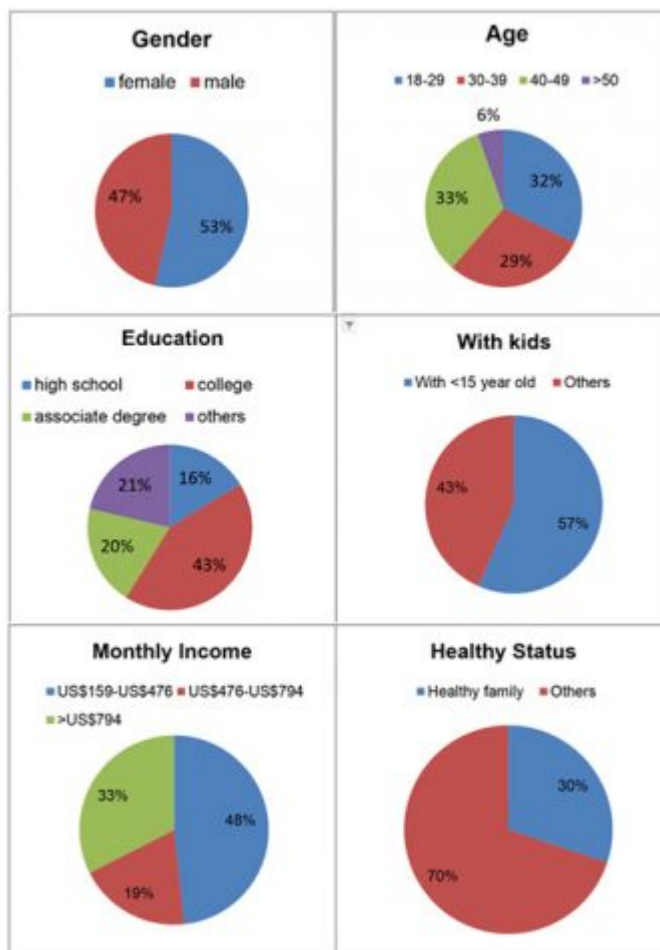
年龄结构：接近95%的受访者年龄是在18岁至60岁之间。约三分之一的受访者是在18岁至29岁之间，少于三分之一的受访者年龄为30岁至39岁之间，约三分之一是年龄层40至49岁之间。（图1）

教育程度：大部分的受访者拥有本科学历（62.4%），16.3%拥有高中学历。

家庭结构：多半的受访者（56.6%）有小于15岁的孩子在家，而拥有老人在家的受访者占43.7%，该比例与中国国家水平相似。有孩子或老人的家庭被预计会更加注重食品质量和安全问题。

健康状况：受访者的整体健康状况并不乐观。只有30.1%的受访者表示他们的家庭成员身体均处于健康状态。

家庭月收入：接近一半的受访者的家庭月收入处于1001到3000人民币之间（159美元到476美元；1美元=6.3人民币），约20%的家庭收入在3001至5000人民币之间（476美元到794美元）



图表1：受访者特点

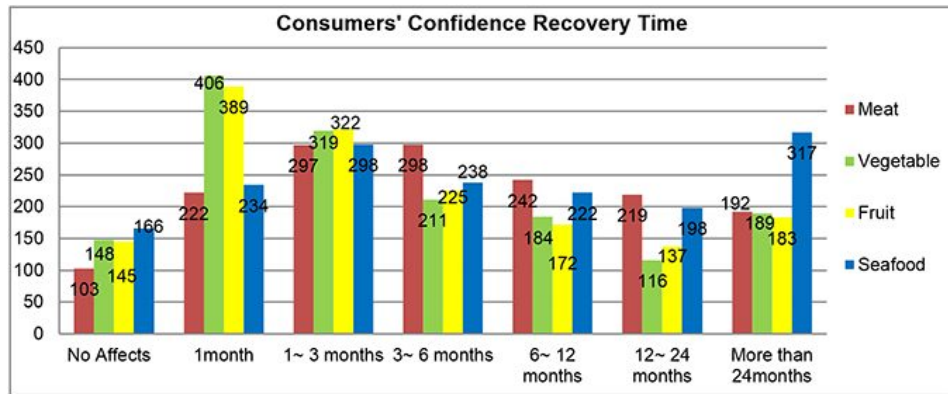
消费者对食品安全事件的意识

调查结果显示大部分消费者（86%）关心新鲜食品的质量与安全。但是比起水果和水产的质量和安，更多的消费者关注肉类和蔬菜的质量和安。消费者对新鲜食品质量安全事件有意识。87%的人知道肉和蔬菜的食品安全事件，然后到水果相关事件（西瓜，59%）再到水产（44%）。

当问到他们是否有亲身经历过食品安全事件，大约30%的人表示他们吃水果时有不好的经历（西瓜，29%）、蔬菜（28%）、接着是肉（12%）和海鲜（4%）。

食品安全问题爆发后消费者对食品安全信心的恢复时间

调查显示在食品质量与安全事件发生后，消费者对不同食品的信心的恢复时间有所不同。图表2显示，在食品质量与安全事件爆发后，消费者对该蔬菜水果品种信心的恢复时间相对较短，大致为1到3个月，而肉类与水产品则为1到6个月。水产食品质量与安全事件对消费者有着更长远的影响。



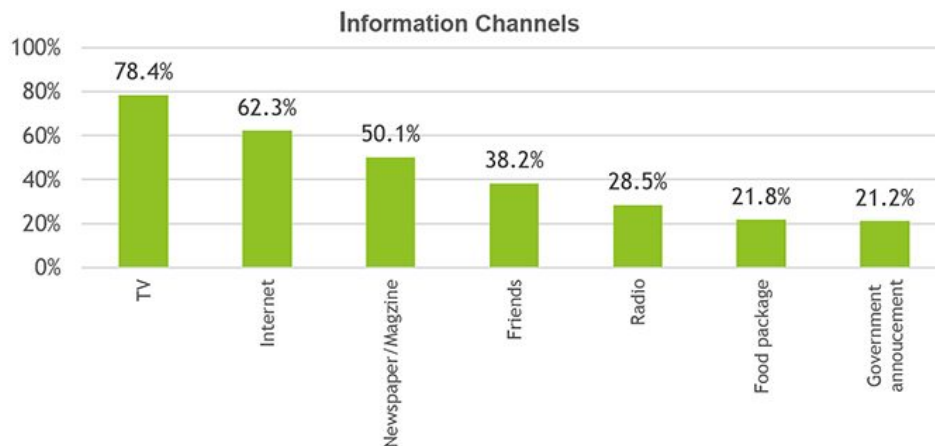
图表2：消费者对食品质量与安全信心的恢复时间。

消费者对新鲜食品质量与安全问题的态度

79%受访者表示他们认为当今食品质量与安全问题非常严重。这其中的65%的消费者表示对如今的食品质量与安全缺乏信心，72%表示当今的食品质量与安全监督系统非常落后。

信息渠道

图表3展示了电视、互联网和报纸仍然是消费者获得食品质量与安全信息的主要渠道。



图片3：消费者获得食品质量与安全信息的渠道。

影响消费者采购决定的因素

当消费者购买新鲜食品时，许多不同的信息会影响他们的决定，包括价格、生产日期、营养价值、成分、外观、新鲜度、质量与安全标志、制造商、生产商、生产和繁殖技术、肥料、杀虫剂与兽医用药、加工技术、储存、贩卖、超级市场、农民市场、销售商家信誉、消费者指南、过期日期、政府通告、食品标准、食品安全警告、食品安全事件、媒体宣传和其他信息。

对于不同的食品，消费者对信息的侧重点也不同。图表4展示了消费者对不同食品的考虑因素排名。

图片4：消费者食品质量与安全信息来源渠道排名。

消费者愿意购买有关新鲜食品质量与安全的信息。

调查结果显示消费者愿意花更高的价格去购买质量更好更新鲜的食品，前提是他们所得到的消息是准确无误的。对于大多数的肉类、蔬菜和水产品，消费者表示愿意多花10%到30%的价钱购买更安全的食品。而对于水果来说，消费者则愿意多花30%到50%的价钱购买安全的水果。

图表5：消费者愿意为产品质量和食品安全买单。

总结与展望

首先，食品安全与质量信息是影响消费者采购选择的重要因素。消费者对食品安全与质量的关心程度和对相关信息的需求程度与他们要购买的产品种类相关。其次，消费者的年龄、健康状况、收入、家庭结构、和政府食品安全监管都影响着消费者的消费行为。在食品安全问题爆发

后，消费者对食品安全重新信赖的恢复周期为1到6个月。

在消费者信任其所接收的信息的前提下，他们愿意花更高的价格去购买高质量安全的食品。

第三，价格是影响消费者选择的主要因素。在消费者所接收的信息是可靠的前提下，消费者愿意花更高的价格去购买高质量并安全可靠的食品。最后，生产日期、新鲜程度、商家信誉状况，和化学添加剂的使用（杀虫剂和兽医用药物）均会影响消费者的消费行为。

Authors



YANG HAN, PH.D.

Associate Researcher and Deputy Director for Fishery Development Strategy and Researcher Center
Chinese Academy of Fishery Sciences
Beijing, PRC

中国水产科学研究院



JINGJIE CHU, PH.D.

Natural Resources Economist
The World Bank Group
1818 H Street NW
Washington, DC 20433 USA

*corresponding author

世界银行，自然资源经济学家

jingjie.chu@gmail.com (<mailto:jingjie.chu@gmail.com>)



JAMES L. ANDERSON, PH.D.

Director, Institute of Sustainable Food Systems and Professor, Food and Resources Economics Department, University of Florida, Gainesville, USA

佛罗里达大学 食品与资源经济学系教授 可持续发展食品体系主任

james.anderson@ufl.edu (<mailto:james.anderson@ufl.edu>)

Copyright © 2024 Global Seafood Alliance

All rights reserved.