
上海消费者关注及购买认证农产品研究

张欣彤，祝华军，吴军辉

习近平同志在十九大报告中强调，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。消费者对农产品的美好生活需要不仅仅体现在种类丰富程度上，更是体现在对质量安全的追求上。我国人民在农产品消费方面从之前追求“数量”到现在重视“质量”，在此背景下，我国大力推动农业供给侧结构性改革和绿色转型发展，加强农产品质量安全体系建设，有机食品、绿色产品、无公害农产品和地理标志产品认证逐渐被广大消费者认知，并有效提升了农产品质量安全水平。

一、消费者对认证农产品购买行为的影响因素

认证农产品从生产到消费食用，要经过生产、加工和流通等环节，每一环节均存在影响农产品质量安全的因素。作为市场需求方的消费者，其角色不容忽视。消费者在农产品质量安全问题上反映出的消费倾向和消费态度，会影响政府管制农产品安全生产的行为选择，而且消费者在农产品质量安全上的自身实践也决定了农产品质量安全管理方面的效用程度。

消费者对认证农产品的购买行为受诸多因素影响。国外一些研究发现，随着人们环保意识的增强，环保和健康因素是促使消费者选择有机农产品的主要原因，而且环保因素的影响作用更加明显。国内杨肖丽等人对沈阳市 492 名消费者进行实证研究发现，影响消费者购买行为的主要因素包括健康意识、对有机农产品的认知程度和有机农产品的购买便利程度。白杨在济南市以有机蔬菜为研究对象调查发现，总体上济南市消费者对有机蔬菜的支付意愿和购买水平较低，价格是主要影响因素。方平在调查中发现，对有机农产品购买意愿影响最为显著的两个因素是受访者的家庭月收入和对有机农产品的信任度，而受访者的受教育水平、年龄及健康意识等对购买意愿影响较小。但周洁红的研究却得出了不同的结论，认为年龄会对购买行为产生显著影响。

作为监管方，政府在农产品质量安全认证和市场监管抽查有着十分重要的作用。政府在认证产品质量监管方面的力度和效果，自然也会影响到消费者的购买决策。周应恒等对南京超市中的消费者调研发现，对于可识别的经过质量安全认证的食品，消费者会表现出比较强的购买意愿，消费者行为在受到某些信息激励后发生明显改变，进而影响了消费者对安全认证食品的购买意愿。因而，消费者对第三方提供的质量担保或是生产经营过程中企业的质量控制行为的信任，是其正确判别农产品的信任品特性的重要依据。在一项以西红柿为例的农药残留信息对长沙市消费者意愿支付价格影响的研究中发现，销售商提供的农药残留检测信息对消费者的意愿支付价格的影响非常有限。

消费者在购买认证农产品时，基本都会注意到产品标注信息，但不同年龄段的人群所关注的标注信息内容是有差异的。年龄本身虽然只是一个数字，但年龄所代表的人群代际及其生存环境却有可能是一个重要的消费决策影响因素。随着“70 后”和“80 后”逐渐成为家庭消费的决策者，他们受过较好的教育，收入水平也较高，更容易接受新事物新观念，农产品消费观同 1949 年前后出生经历了计划经济年代的中老年人群是存在一定差异的。本研究以消费者的绿色认证农产品购买行为为例，尝试在消费者特征与认证农产品标注信息关注偏好和购买行为之间建立联系，揭示消费者购买行为的影响因素，以求从农产品质量安全方面满足不同层次消费者的美好生活需要。

二、上海消费者农产品购买行为的实证分析

为保证数据来源的多样性和全面性，本次调查采用实地问卷调查和网络调查相结合的方式。调查问卷在受访者个人特征设

定方面,选取了性别、年龄、教育、收入水平、家庭人口等指标,而且考虑了职业是否与农业或食品相关。2017年5月起即在上海市曹杨铁路农贸市场、家乐福、大润发等大型连锁超市,随机选择受访者进行当面访谈和问卷调查。在对回收问卷粗略分析后发现,一是受访者年龄普遍偏大,二是受访者的职业普遍与食品和农业不相关。为了增加中青年人群,且增加专业人士的看法,通过农业科研联络系统开展了网络问卷调查。实地和网络总共发放492份问卷,收回有效问卷444份,有效率为90.24%。

(一) 对农产品标注信息内容的关注偏好分析

产品标注信息(产品标签)是消费者了解农产品的重要载体。标注信息内容较多,但消费者通常没有时间去关注所有信息,往往只会注意到自己特别在意的某些信息。为了了解消费者对农产品标注信息内容的关注偏好,在问卷中列出了价格、认证标志、品牌、产地、追溯信息、营养素含量和保质期等7方面信息内容,要求受访者按照重要性选出3项并排序。对于某一标注信息内容(如价格),作为不同受访者的第一选择、第二选择和第三选择,分别赋予0.5、0.3和0.2的权重值,得到该标注信息内容的加权关注偏好。

从总体上看,受关注程度得分最高的前四项标注信息内容分别为价格、品牌、保质期和认证标志。由此可见,价格仍然是消费者购买农产品时评估的首要因素,而品牌作为品质的象征在消费者心里占据重要位置,消费者对保质期这种最基本最直观的标注信息关注已成其购买习惯,对作为农产品质量安全保证的认证标志标注信息关注度较高表明消费者对带有第三方认证标志的优质农产品认可度较高。

从分年龄段的统计数据来观察,消费者的关注偏好有两点相同之处,其一是价格信息均为各年龄段首要关注的内容,物有所值仍然最基本的消费准则;其二是均对追溯信息持漠视态度,在政府部门如此重视农产品追溯系统建设的当下,这一现象非常值得引起重视。不同处也主要有两点,其一是46岁及以上的中老年群体明显比45岁以下的受访者更关注品牌,中老年人更相信品牌的力量;其二是45岁以下的受访者比46岁及以上的中老年群体明显更关注保质期,年轻人更看中新鲜程度。这两个方面的最大值是最小值的2倍多。利用列联表卡方检验来检验消费者年龄与绿色认证农产品认知和消费行为之间的独立性,原假设为 H_0 :行列两变量是相互独立的,不具有相关性。备择假设 H_1 :行列两变量是显著相关的。皮尔逊卡方统计量的值为33.402,对应的P值为0.015,小于给定的显著性水平0.1,因此拒绝原假设,可以认为在5%的显著性水平下,消费者的年龄与农产品标注信息关注偏好之间是显著相关的,消费者对不同农产品标注信息的关注程度会受到消费者年龄的影响。

从收入水平来看,消费者对品牌因素的关注偏好差异较大,对其他标注信息的关注偏好虽然也存在差异,但来自收入水平的差异程度不及来自年龄段的差异程度。皮尔逊卡方统计量的值为18.522,对应的P值为0.422,因此不能拒绝原假设 H_0 ,也就是消费者的月平均收入与其对农产品标注信息的关注偏好是相互独立的变量,二者之间不具备显著的相关性。我们也可以通俗地理解为,不同收入水平档次的消费者,对农产品标注信息的关注偏好并不存在显著差别。

(二) 对绿色认证农产品的支付意愿分析

本调研结果与国内已有的大多数实证研究结果相似,尽管消费者对认证绿色农产品的质量持认可态度,但支付意愿并不高,超过2/3的受访者认为认证绿色农产品的价格不能超过同类普通农产品价格的20%,优质产品不等同于高价产品。而对绿色认证农产品的生产者而言,这实在是难以接受的。

虽然目前总体支付意愿不高,但不同收入段的消费者在支付意愿上是否存在差异呢?本调研样本统计数据表明,随着收入水平的提高,消费者对绿色认证农产品的支付意愿上升,这符合经济学的一般理论。皮尔逊卡方统计量的值为72.354对应p值为0.000,小于给定的显著性水平0.01,因此拒绝原假设,可认为在1%的显著性水平下,消费者对在获得权威认证的绿色农产品的价格支付意愿与消费者月收入水平是显著相关的。

本研究在问卷中专门设置了职业相关性，将受访者的职业设定为“食品/农业相关行业”和“不相关行业”两类。从职业相关性来看，食品/农业相关行业的受访者的支付意愿较高。通俗一点的理解是，食品/农业相关行业的受访者比不相关人员更了解绿色认证农产品，包括但不限于其安全性和生产成本，因而认为值得为之付出高价格。皮尔逊卡方统计量的值为 9.268，对应 p 值为 0.055，小于给定的显著性水平 0.1，因此拒绝原假设 H_0 ，可以认为在 10% 的显著性水平上，职业与支付意愿是相关的。

三、结论与政策建议

通过对本次调查数据的分析研究，可以得到如下主要结论：

（一）在消费者对农产品标注信息的关注偏好方面，价格、品牌、认证标志和保质期是消费者最为关注的四个因素。消费者对农产品标注信息的关注偏好与年龄相关，而与收入水平不相关。

（二）消费者对认证绿色农产品的质量持认可态度，但支付意愿并不高。收入和职业均与支付意愿相关。

基于上述结论，有以下几点建议：

一是为降低认证农产品的成本，政府可考虑对认证农产品实施补贴。从上述分析可以看出，消费者自主购买认证农产品的意愿较强烈，而价格是消费者购买农产品时关注的首要信息。认证农产品的生产检测环节多、成本高，生产过程技术难度较大、条件要求较高，因此认证农产品的销售价格高于普通农产品。需要有效降低认证农产品的综合成本，使有自主购买认证农产品意愿的消费者能够承担起认证农产品价格。

二是除价格之外，消费者对品牌和认证标志信息较为关注，这表明可信任的农产品质量信息是消费者购买行为的重要决策依据。因此，农产品生产部门和销售商应该满足消费者消费需求、顺应消费者消费特征变化趋势，通过提高农产品品牌信誉水平、生产销售具有第三方认证标志的优质农产品，从而提高消费者消费满意度，扩大消费市场，改善农产品供给结构，提高农产品供给水平。

三是需要采取措施改善消费者对认证农产品的市场信任度，既要正面加强宣传引导，更要对假冒认证农产品加大打击力度。

（作者单位：同济大学新农村发展研究院）

