

2015_ 食品安全调研报告

文/ 益普索

食品安全已经越来越成为不同类型消费者共同关注的热门话题。消费者重点关注哪些和食品安全相关的要素？不同细分人群消费者对食品安全的关心程度又有何差异？益普索（Ipsos）近期进行的一项关于食品安全的调研，带你探究这些答案。

本次调研的主要发现有：

- 食品安全性是消费者在选购食品 / 外出就餐时最重要考虑因素；同时，食品健康性也是消费者非常关注的一个因素；结合近三年数据来看，消费者对总体食品安全的关注度呈持续上升趋势；
- 家庭收入越高，消费者对食品安全性、食品健康性与品牌重视程度越高；同时对餐厅食物安全性、食物健康性与就餐环境的重视度更高；

- 近六成消费者表示经常会关注食品包装信息；生产日期 / 保质期是消费者最关注的包装信息；同时，消费者对配料 / 营养成分表与绿色 / 有机产品标识亦较关注；对于食品成分信息，消费者对人工添加剂与是否转基因给予很高关注；
- 近九成消费者对食品添加剂持否定态度；整体上，近四分之一被访者表示会接受完全没添加剂但价格较高的食品；近五成被访者表示可以接受价格较高但完全无农药残留的蔬果；
- 而外出就餐时，相当一部分消费者存在侥幸心理，食品安全意识有待提升；
- 对于具体的食品安全问题，消费者对有毒有害物质、食品过期变质、病 / 死牲畜肉问题、蔬果农药残留、地沟油与违规 / 滥用添加剂给予了较高关注；整体上，生鲜 - 肉类 / 水产类、加工类肉食 / 熟食、乳制品、生鲜 - 蔬菜 / 水果、儿童食品、油炸 / 烧烤类是消费者较关注的食品安全问题食品类别；
- 消费者对于农贸市场食品安全严重缺乏信任，而认为国外进口渠道食品安全性最能得到保证；
- 食品安全问题对品牌与行业发展有至关重要影响，而这种影响正在提升；食品安全问题发生后，消费者购买习惯也随之发生变化，主要包括选择更加安全购买渠道、选择有机 / 绿色食品、寻找替代品、多花钱购买高质食品等；家庭收入越高，消费者的购买习惯变化越明显；
- 而近半数被访者认为绝大多数进口食品安全性可以得到保证；家庭收入越高，对其安全性越认可；对于绿色 / 有机食品，消费者能够接受一定程度的价格增长；而真假难辨是消费者不考虑绿色 / 有机食品的最主要原因。



食品安全性是消费者考虑的重中之重

食品安全性是消费者在选购食品时最重要考虑因素，其次为食品健康性

食品安全性是消费者在选购食品时最重要考虑因素，超八成（85%）消费者在选购食品时会考虑食品安全因素；其次为食品健康性（78%）；消费者对食品安全性与健康性的关注度高于传统观念中的口味、价格等因素。并且一半以上的消费者表示“食品安全”是他们选购时的首要考虑的因素。

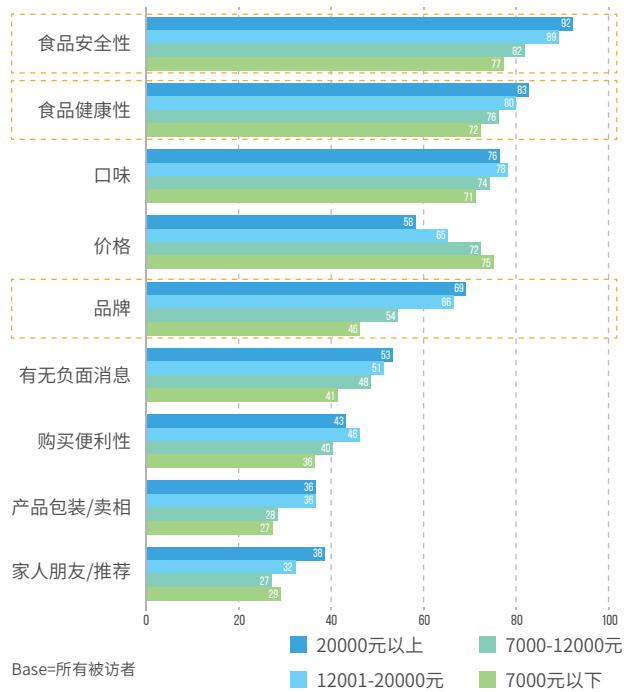
家庭收入越高，消费者对食品安全性、食品健康性与品牌重视程度越高

家庭收入越高的消费者对食品安全性与食品健康性的重视程度越高。同时，收入越高，对品牌的关注度越高；家庭月收入7000元以上被访者对品牌的关注度明显高于7000元以下被访者。同时，有小孩的消费者对食品安全性、食品健康性与品牌的关注度要高于无小孩的消费者。

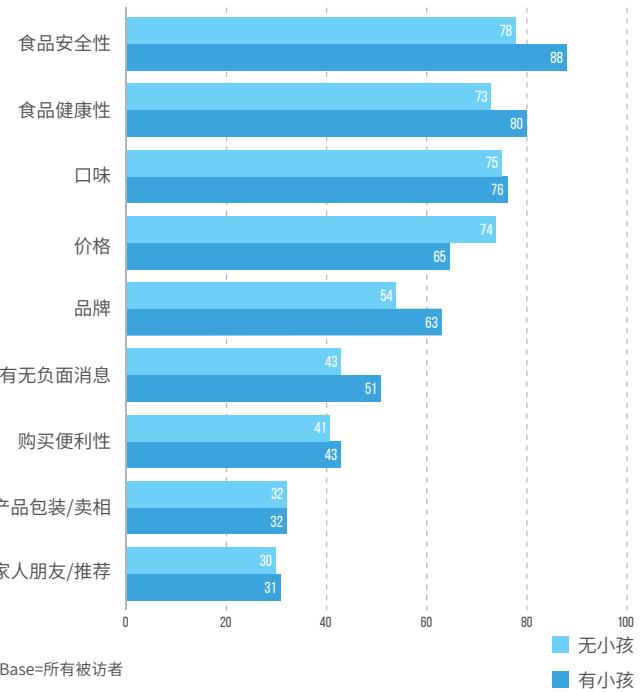


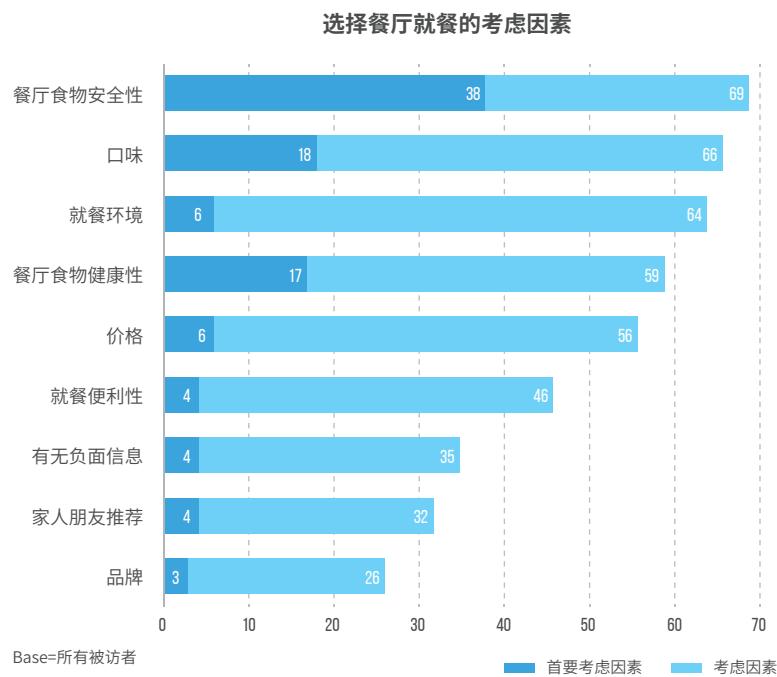
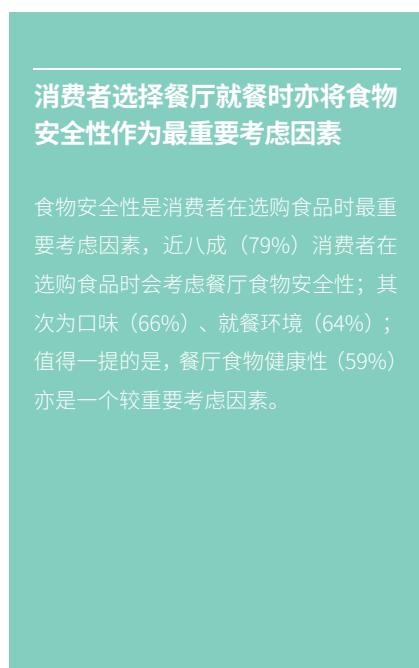
 消费者对食品安全性与健康性的关注度高于传统观念中的口味、价格等因素。

选购食品的考虑因素(by 家庭月收入)



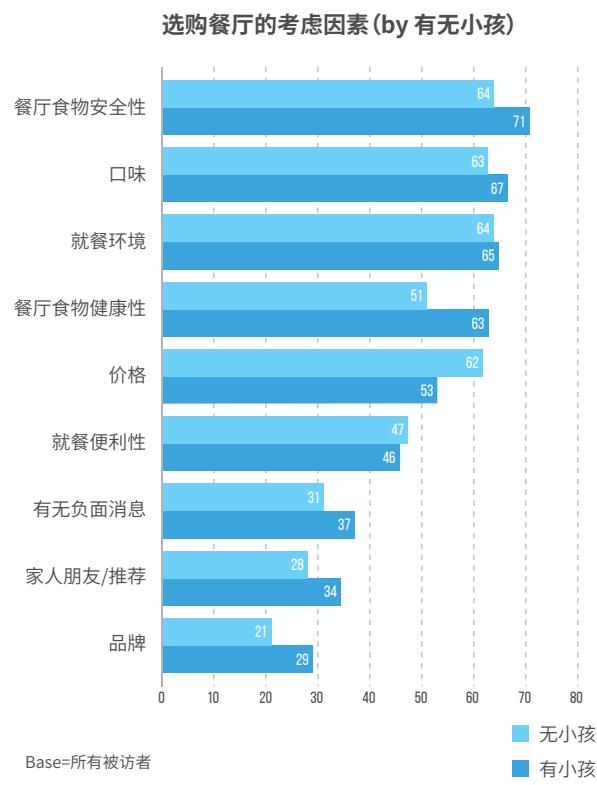
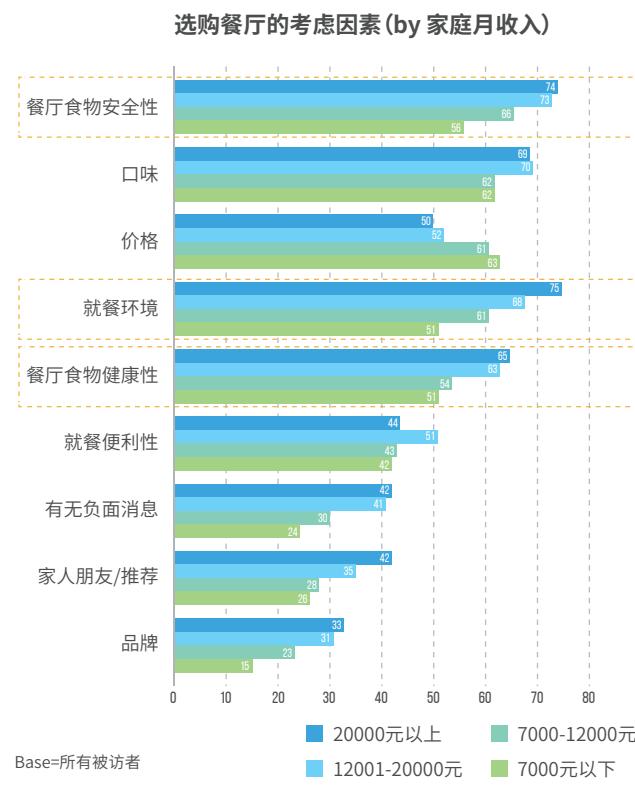
选购食品的考虑因素(by 有无小孩)





家庭收入越高，消费者对餐厅食物安全性、食物健康性与就餐环境的重视度越高

家庭收入越高的消费者对餐厅食物安全性的重视程度越高；同时，收入越高，对食物健康性与就餐环境的关注度越高；同时，有小孩的消费者对餐厅食物健康性与食物安全性的关注度高于无小孩消费者。

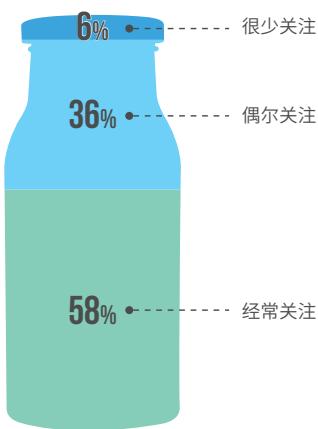


食品包装信息的关注度普遍较高

近六成消费者表示经常会关注食品包装信息；高家庭收入 / 有小孩的消费者对食品包装信息关注度更高

调研显示，94% 消费者表示自己在购买食品时经常会关注产品包装信息，近六成（58%）表示会经常关注包装信息。家庭收入越高，消费者经常关注食品包装信息的比例越高；有小孩的消费者经常关注食品包装信息的比例（62%）高于无小孩消费者（51%）。

平时是否关注食品包装信息



平时是否关注食品包装信息 (by 家庭月收入)

收入水平	很少关注	偶尔关注	经常关注
20000元以上	4	27	69
7000-12000元	6	37	57
12001-20000元	4	34	62
7000元以下	8	50	42

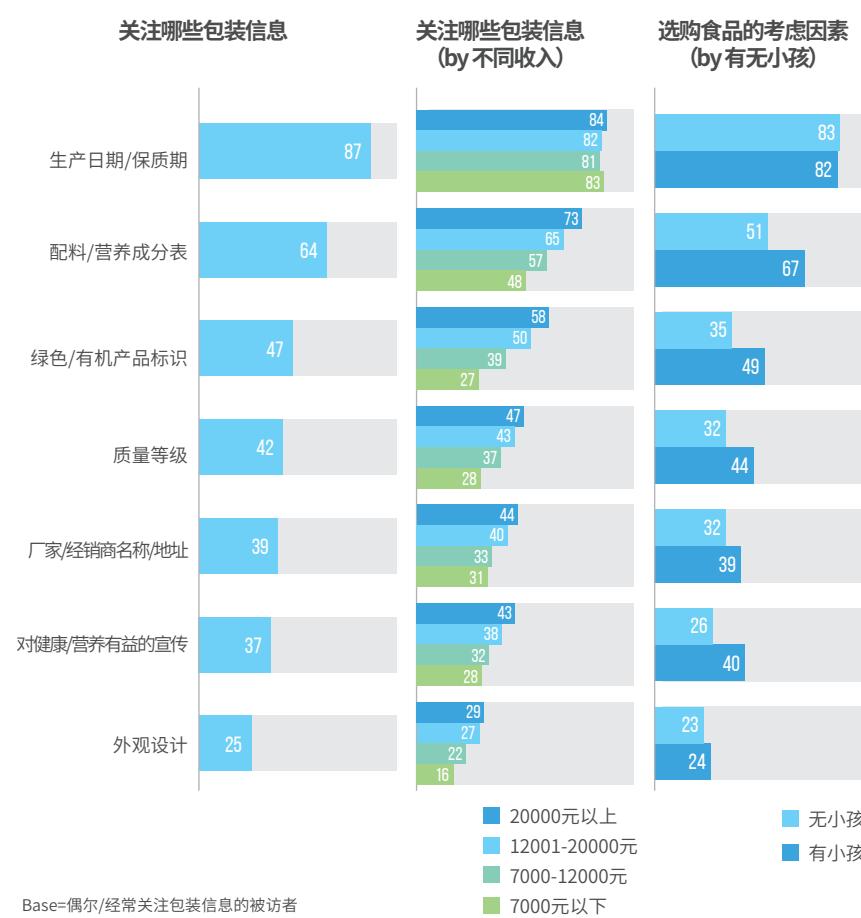
平时是否关注食品包装信息 (by 有无小孩)

有无小孩	很少关注	偶尔关注	经常关注
没小孩	7	42	51
有小孩	5	33	62

Base=所有被访者
■ 很少关注
■ 偶尔关注
■ 经常关注

生产日期 / 保质期是消费者最关注的包装信息；同时，消费者对配料 / 营养成分表与绿色 / 有机产品标识亦较关注

对于偶尔 / 经常关注包装信息的消费者，生产日期 / 保质期（87%）是其最关注的食品产品包装信息；同时有 64% 消费者表示经常会关注配料 / 营养成分表；另外，绿色 / 有机产品标识（47%）与质量等级（42%）亦是消费者较关注的产品包装信息；因为对食品安全性、健康性与质量有着更高的要求，高家庭收入 / 有小孩消费者对配料 / 营养成分表、绿色 / 有机产品标识、质量等级与健康 / 营养有益宣传的关注比例更高。

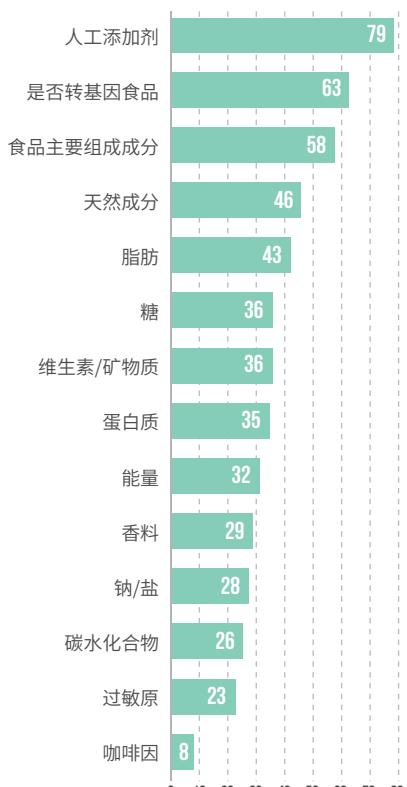


食品成分信息的关注度不容小觑

对于食品成分信息，消费者对人工添加剂与是否转基因给予很高关注

消费者都会关注哪些食品成分信息？调研显示，消费者对于人工添加剂给予极大关注，近八成（79%）表示会关注食品包装上的人工添加剂信息，是消费者最关注的食品成分信息；同时，是否转基因（63%）、食品组成成分信息（58%）、天然成分（46%）与脂肪（43%）亦是消费者较关注的成分信息；家庭收入越高，对食品成分信息的关注程度越高；同时，有小孩消费者比无小孩消费者更关注食品成分信息。

关注哪些食品成分信息



Base=关注配料/营养成分被访者

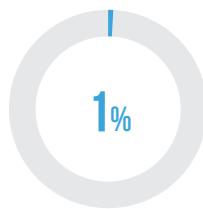
关注哪些食品成分信息 (by 家庭月收入 & 有无小孩)

	%	7000元以下	7000-12000元	12001-20000元	20000元以上	有小孩	无小孩
人工添加剂	35	45	52	59	54	37	
是否转基因食品	28	34	44	49	46	25	
食品主要组成成分	21	32	41	44	41	25	
天然成分	8	25	33	42	34	17	
脂肪	20	23	27	38	27	24	
维生素/矿物质	14	17	26	34	26	15	
能量	8	19	25	33	23	18	
蛋白质	11	19	24	35	26	15	
香料	12	17	23	27	24	12	
钠/盐	8	15	20	24	22	9	
糖	11	17	18	24	20	14	
碳水化合物	8	14	18	24	18	13	
过敏原	9	12	15	20	16	11	
咖啡因	2	4	5	11	6	3	

近九成消费者对食品添加剂持否定态度；整体上，近四分之一被访者表示会接受完全没添加剂但价格较高的食品

绝大多数消费者对食品添加剂持否定的态度，88% 消费者认为食品企业不应该使用或尽量少使用（即使符合标准）食品添加剂；同时，近四分之一消费者表示会接受完全没有食品添加剂但价格较高的食品。

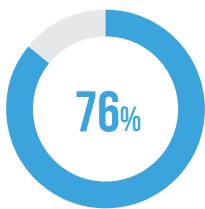
对于食品添加剂的观点



对食品添加剂不了解



任何添加剂都有害，食品不该使用



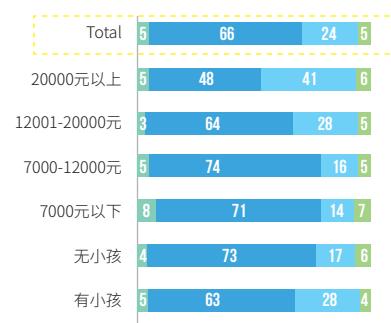
即使符合标准，也应该尽量少使用



只要符合标准，为了色香味使用一些也无所谓

Base=所有被访者

对于食品添加剂的接受程度 (by 家庭月收入&有无小孩)

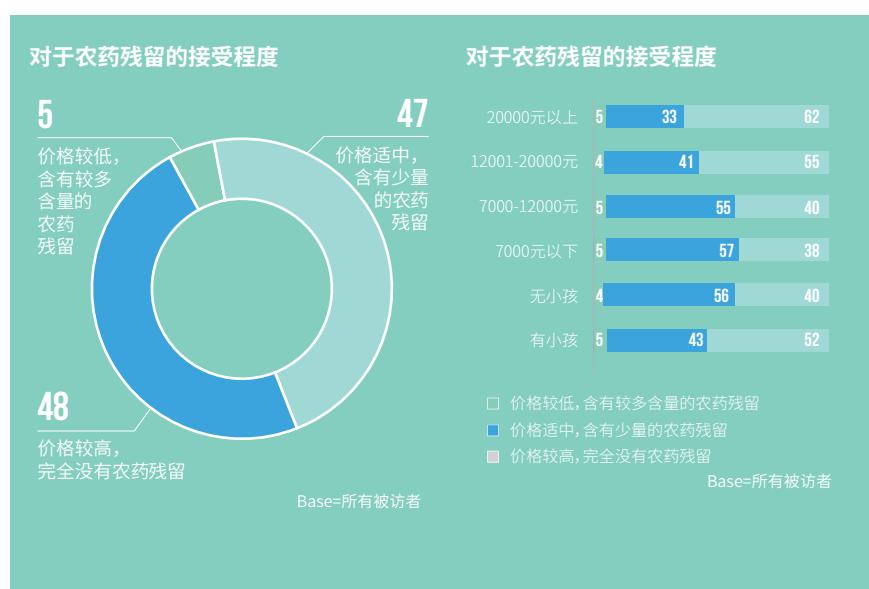


■ 价格较低，含有较多含量的食品添加剂
■ 价格适中，含有少量的食品添加剂
■ 价格较高，完全没有食品添加剂
■ 不了解/说不清

Base=所有被访者

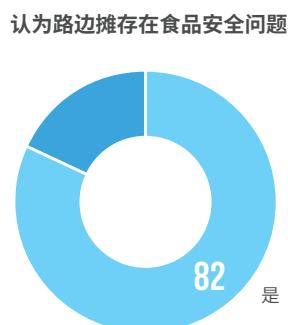
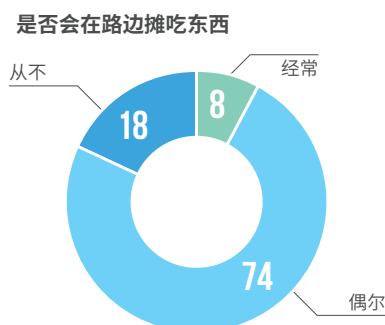
相当一部分消费者十分重视农药残留问题，近半数被访者表示可以接受价格较高但完全无农药残留的蔬果

对于农药残留问题，消费者同样较为看重，近半数（48%）被访者表示可以接受价格较高但完全无农药残留的蔬果。

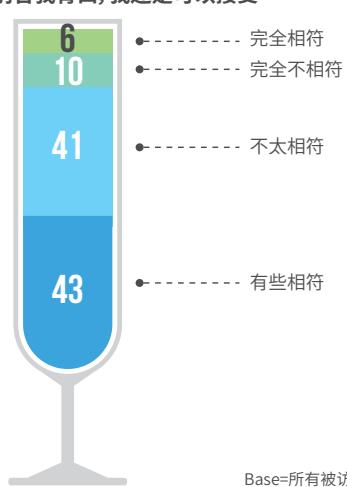


外出就餐时，相当一部分消费者存在侥幸心理，食品安全意识有待提升

外出就餐时，消费者的食品安全意识有待进一步提升。虽然 82% 被访者认为路边摊会存在食品安全问题，但仍有 82% 表示自己会经常 / 偶尔在路边摊吃东西；近半数（49%）表示虽然有些餐厅可能不太卫生，但只要味道特别合胃口仍可以接受。



虽然有些餐厅可能不卫生，但只要味道特别合我胃口，我还是可以接受

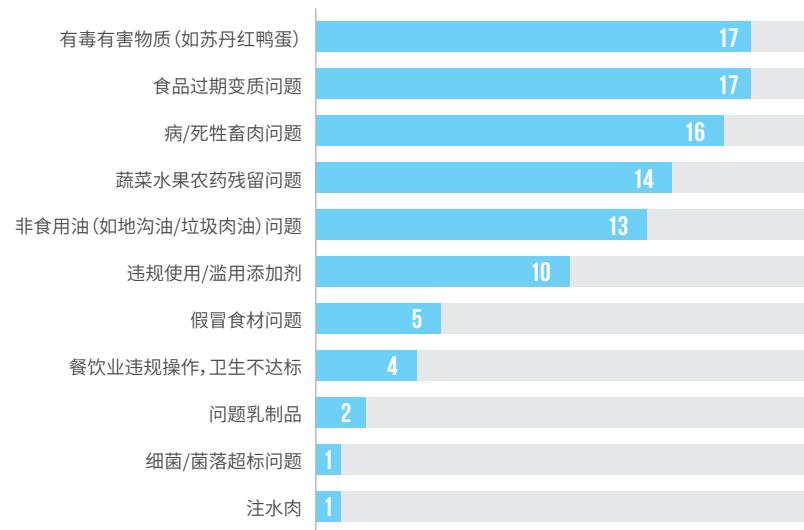


消费者的关注点在哪里？

消费者具体关注哪些食品安全问题

对于具体的食品安全问题，消费者对有毒有害物质、食品过期变质、病 / 死牲畜肉问题、蔬果农药残留、地沟油与违规 / 滥用添加剂给予了较高关注。

最担心哪方面食品安全问题

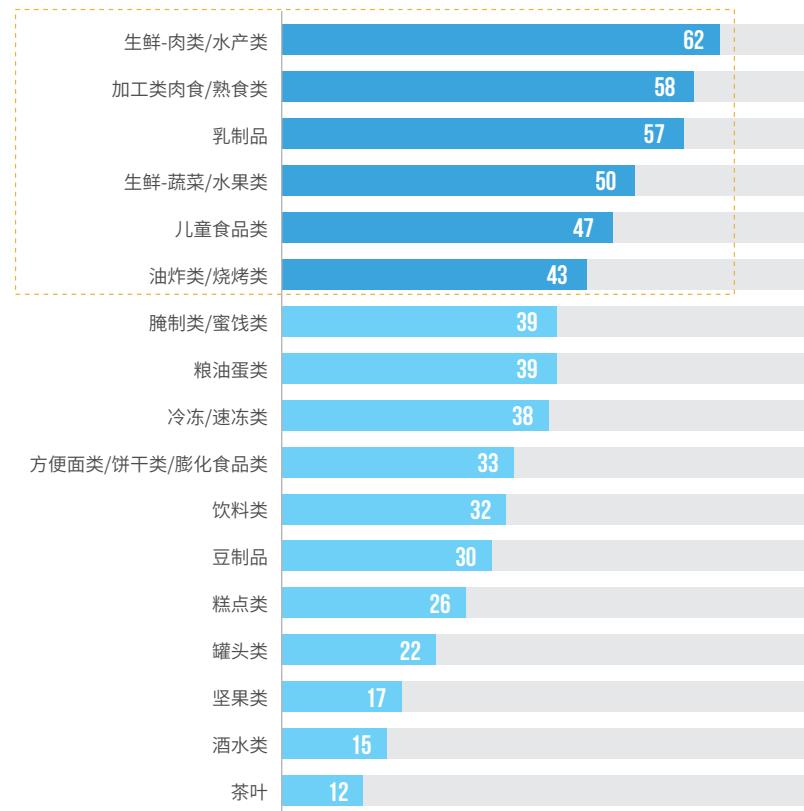


Base=所有被访者

他们关注哪些食品品类的食品安全问题

调研显示，消费者对生鲜 - 肉类 / 水产类 (62%) 、加工类肉食 / 熟食 (58%) 、乳制品 (57%) 、生鲜 - 蔬菜 / 水果 (50%) 、儿童食品 (47%) 与油炸 / 烧烤类 (43%) 这些品类的食品安全问题尤为关注。

关注哪些类别的食品安全问题

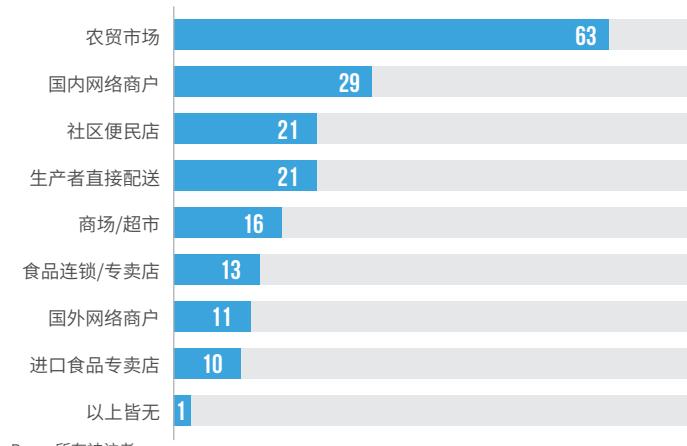


Base=所有被访者

消费者对于农贸市场食品安全严重缺乏信任，而认为国外进口渠道食品安全性最能得到保证

对于各食品购买渠道的安全性，消费者对于农贸市场的食品安全性严重缺乏信任，超六成（63%）认为农贸市场最容易出现食品安全问题，明显高于其他渠道的这个比例；而消费者对海外与进口渠道最“放心”。调研显示，国外网络商户（11%）与进口食品专卖店（10%）被认为会出现食品安全问题的比例最低。

最容易出现食品安全问题的场所

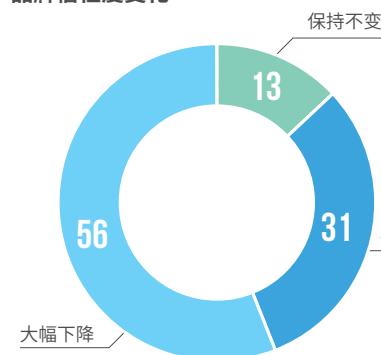


洞察

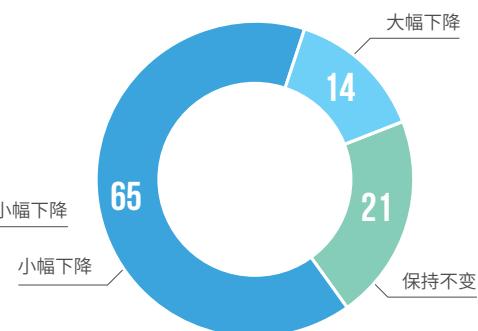
食品安全问题对品牌与行业的影响进一步提升

食品安全事件发生后，89% 的消费者会对该品牌的信任度发生不同程度的下降；同时，这种信任度的下降会波及整个行业。近八成被访者表示，当食品安全发生后，他们对同类其他品牌的信任度也会下降；同 2013 年相比，出现食品安全问题后，品牌信任度下降比例与同类其他品牌信任度下降比例有所提升，食品安全问题对品牌与行业的影响进一步增强。

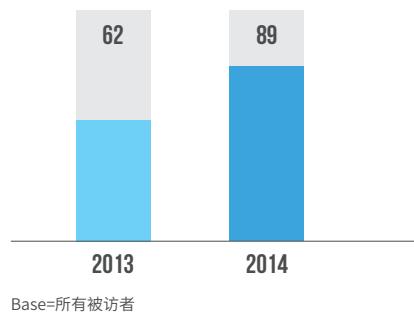
出现食品安全问题， 品牌信任度变化



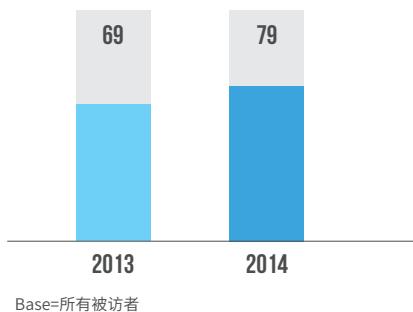
出现食品安全问题， 同类其他品牌信任度变化



出现食品安全问题， 品牌信任度下降比例



出现食品安全问题， 同类其他品牌信任度下降比例



89% 的消费者会对该品牌的信任度发生不同程度的下降；同时，这种信任度的下降会波及整个行业。

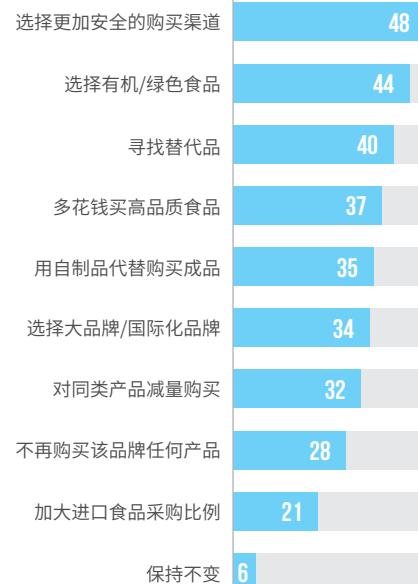


食品安全问题后，消费者的购买习惯也随之发生变化

食品安全问题发生后，消费者购买习惯也随之发生变化，主要包括选择更加安全购买渠道、选择有机 / 绿色食品、寻找替代品、多花钱购买高质食品等；食品安全问题的发生对消费者购买习惯变化有很大影响。选择更加安全的购买渠道（48%）、选择有机 / 绿色食品（44%）与寻找替代品（40%）是消费者购买习惯最主要的变化；另外，有相当一部分被访者会选择多花钱买高质食品，用自制品代替购买成品，选择大品牌 / 国际化品牌以及不再购买该品牌的任何产品。

家庭收入越高，发生食品安全问题后，消费者的购买习惯变化越明显。家庭月收入越高，消费者越会选择更加安全的购买渠道、选择有机 / 绿色食品、多支付钱购买高品质食品、选择大品牌 / 国际化品牌以及加大进口食品采购比例。

发生食品安全问题后，食品购买习惯发生了哪些变化



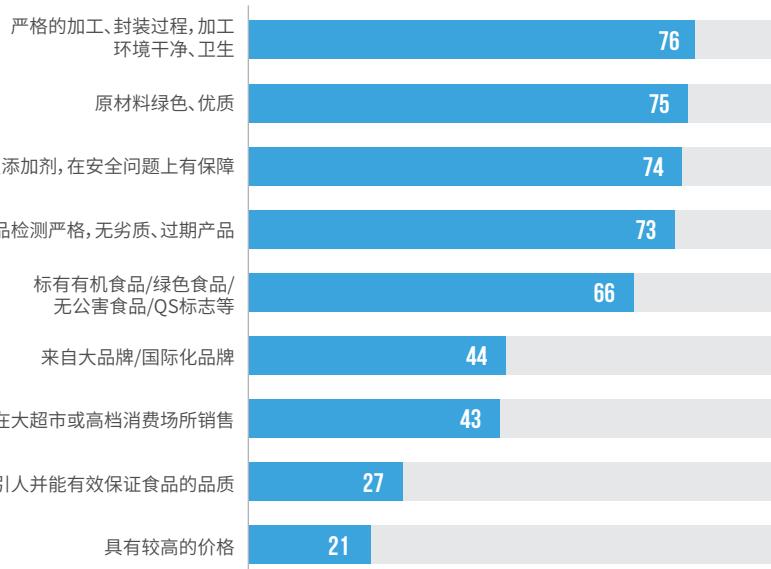
Base=所有被访者

发生食品安全问题后，食品购买习惯变化 (by 家庭月收入)

	7000元以下	7000-12000元	12001-20000元	20000元以上
选择更加安全的购买渠道	40	46	50	53
调整饮食习惯，寻找替代品	43	42	37	41
选择有机食品 / 绿色食品	36	41	45	55
多支付钱来购买高品质的食品	24	31	42	50
用自制品代替购买成品	32	35	37	35
选择大品牌 / 国际化品牌	19	30	40	44
对同类产品减量购买	35	30	31	32
不再购买该品牌的任何产品	27	27	28	33
加大采购进口食品 / 进口品牌比例	5	17	26	33
保持不变	6	5	5	7

Base= 所有被访者

高品质食品特征



Base=食品安全问题发生后，多花钱购买高品质食品被访者

那么，消费者心目中的高品质食品应具备哪些特征？

消费者心目中的高品质食品应具备哪些特征？调研显示，加工过程必须安全（76%）、原材料绿色优质（75%）、无不良添加剂（74%）与产品检测严格（73%）是高品质食品的基础，也是消费者最为关心的方面。

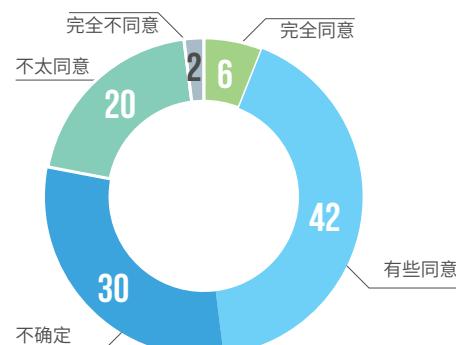
同时，有机绿色无公害食品标志，来自大品牌 / 国际化品牌及产品销售场所也不同程度地反映食品品质。

对于进口食品的食品安全性，48% 消费者认为绝大多数进口食品安全性可以得到保证，30% 对这个问题表示不确定。家庭收入越高，消费者对进口食品安全性的认可比例越高；同时，同无小孩的消费者相比，有小孩的消费者对进口食品安全性的认可比例更高。

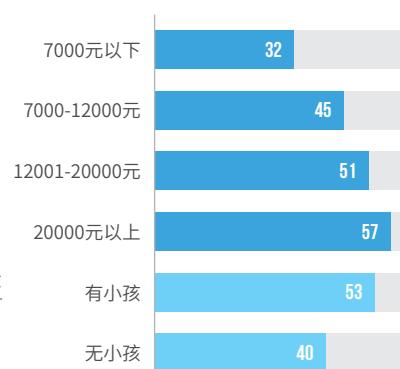
消费者之所以青睐进口食品有着多方面考虑。调研显示，更严格的国际标准是消费者青睐进口食品的最主要原因；另外，严格的加工过程、严格的产品检测、原材料绿色优质与无不良添加剂亦是消费者考虑进口食品的重要因素。

而在发生食品安全事件后，乳制品与儿童食品是最受消费者青睐的进口食品品类。在食品安全问题发生后加大进口食品采购比例的被访者中，58% 的被访者会加大进口乳制品采购比例，53% 会加大儿童食品采购比例，二者比例明显高于其他品类。

对“绝大多数进口食品安全性都可以得到保障”的态度

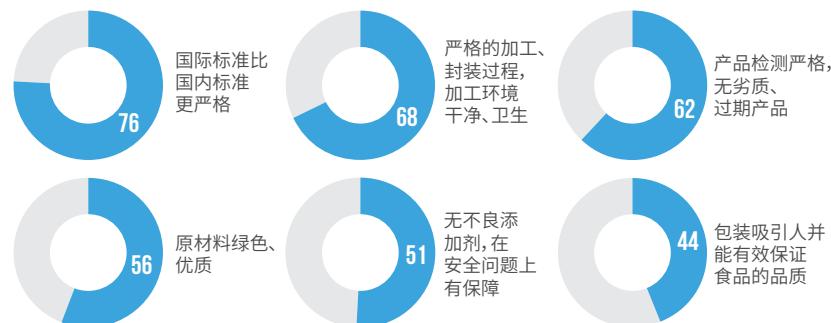


对这一观点的认可比例



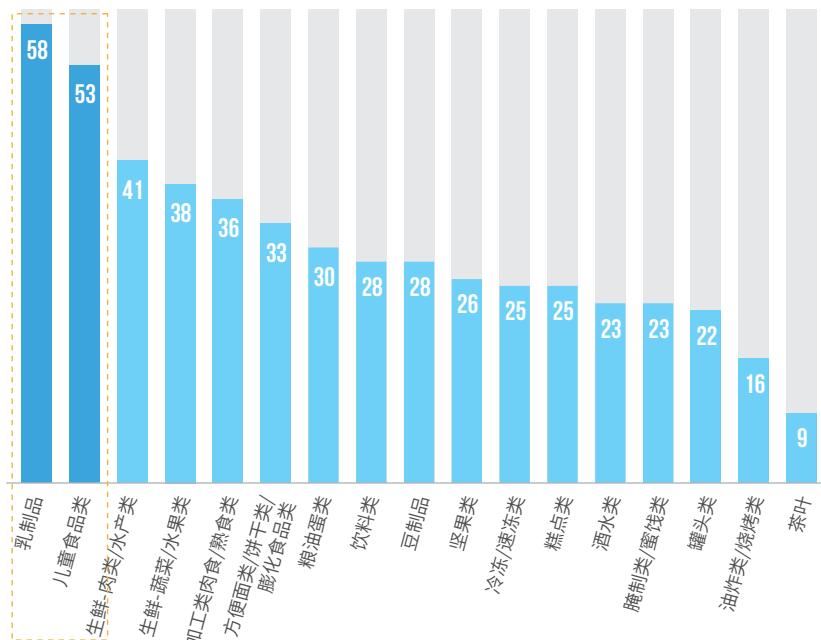
Base=所有被访者

更多选择进口食品的原因



Base=食品安全问题发生后加大进口食品采购比例被访者

加大哪些进口食品的采购比例



Base=食品安全问题发生后加大进口食品采购比例被访者

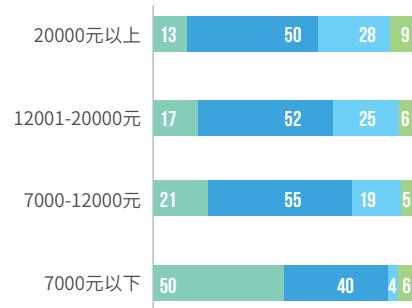
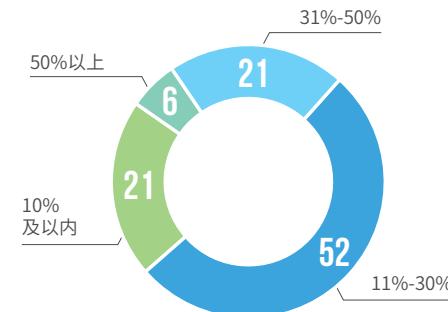
对于有机 / 绿色食品，消费者有着一定的价格增长接受程度。在食品安全问题发生后选择有机 / 绿色食品的被访者中，近八成（79%）接受的价格增长幅度在 10% 以上，52% 被访者接受的价格增长幅度在 11%-30%，21% 被访者接受的价格增长幅度为 31%-50%。

消费者之所以不选择有机 / 绿色食品，真假难辨（66%）是其最大的顾虑，其次是价格过高（49%）；同时，调研显示，近四成（38%）被访者表示对有机与绿色的概念不太了解或完全不了解。对有机 / 绿色食品的教育宣传需进一步提升。



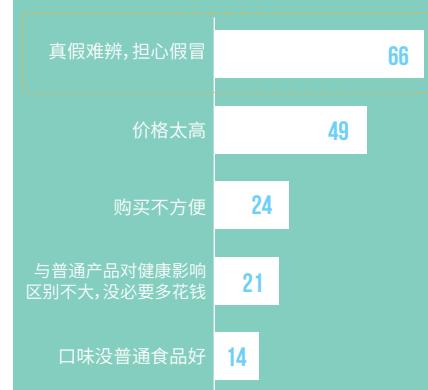
的人选着有机 / 绿色食品

接受的有机/绿色食品价格增长比例



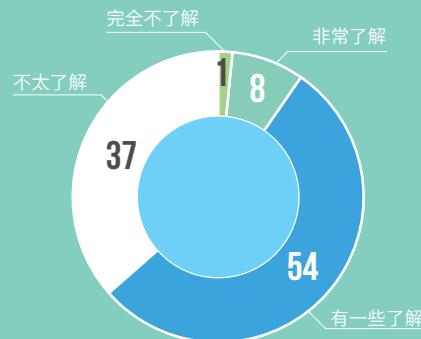
Base=食品安全问题发生后选择有机/绿色食品的被访者

为什么没有选择有机/绿色食品



Base=食品安全问题发生后未选择有机/绿色食品的被访者

是否了解有机食品与绿色食品的区别



Base=所有被访者