

殷志扬,韩喜秋,袁小慧.中国城镇居民猪肉消费的影响因素及特征分析[J].江苏农业科学,2013,41(9):383-385.

中国城镇居民猪肉消费的影响因素及特征分析

殷志扬^{1,2}, 韩喜秋², 袁小慧^{2,3}

(1. 苏州农业职业技术学院经济管理学院,江苏苏州 215008; 2. 南京农业大学经济管理学院,江苏南京 210095;

3. 江苏省行政学院经济社会发展研究所,江苏南京 210013)

摘要:对猪肉消费行为的准确分析,可以为我国猪肉生产结构的调整提供理论依据。近年来,研究人员围绕着我城镇居民猪肉消费的影响因素和消费特征,开展了大量研究并取得了不少的研究成果。主要观点:(1)影响我国城镇居民猪肉消费的因素包括家庭收入等内部因素和猪肉本身属性等外部因素;(2)中高收入家庭的消费者更加关注猪肉本身的属性,比如品质;(3)当前猪肉消费表现为:猪肉消费品种、购买地点多元化、品牌猪肉的销量在增加,但优势尚不明显等特点。

关键词:城镇居民;猪肉消费;影响因素

中图分类号: F063.2 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2013)09-0383-03

猪肉是我国居民蛋白质摄取的最主要来源之一,并且一直是我国“菜篮子”工程中的重点关注对象,在增加农民收入、丰富人们菜篮子以及提供人类营养和改善居民膳食结构方面发挥着重要作用。对猪肉消费行为的准确刻画,可以为我国猪肉生产结构的调整提供理论依据。研究人员围绕着我城镇居民猪肉消费的影响因素和消费特征,开展了大量研究并取得了相关研究成果。

1 影响城镇居民猪肉消费的因素

1.1 内部因素

肉、蛋、奶和鱼相互之间具有替代性,统称动物食品。在动物食品消费的影响因素研究方面,梁振华认为,影响动物食品需求的因素主要包括:人口增长及其结构、人均收入水平及其支出结构、价格水平、城市化及城市购房政策、文化水平及生活习俗等^[1]。刘秀梅等认为,食品价格仍然是影响城镇居民动物食品消费的显著因素,随着居民收入水平的提高,对各类动物食物消费有正向影响;家庭规模扩大将使城镇居民减少猪肉消费支出^[2]。2007 年和 2008 年上半年我国猪肉价格上涨,猪肉消费受到较大抑制。刘华等利用 1986—2002 年的城镇居民微观调查数据考察食物消费行为,研究发现相对于牛羊肉的消费,猪肉需求的自价格弹性较小,肉类食物的需求收入弹性基本表现为下降趋势,其中牛羊肉的需求收入弹性略大于家禽,猪肉的最小^[3]。夏晓平等分析了 1997 年、2002 年、2008 年这 3 个时点我国城镇居民的畜产品消费的截面数据,分析结果表明,随着收入水平以及生活质量的提高,城镇居民的饮食习惯和消费观念正在悄然发生变化,更加注重健康和营养平衡,减少脂肪摄入量,增加高蛋白、低脂肪类食品

的消费量^[4]。尤其是 40 岁以上的中老年人认为,猪肉所含的高胆固醇是引起心血管疾病的重要原因,因此大多选择减少甚至不再消费猪肉^[5]。

随着城镇居民收入水平的提高、生活和工作节奏的加快,以及餐饮业的迅速发展,消费模式发生了重大的转变。城镇居民在外食物消费额迅速增加,占食品支出的比重也越来越大,尤其在大中城市,人们外出就餐支出已成为食物支出中不可忽视的部分。因此,城镇居民的猪肉消费可以分为户外猪肉消费和户内消费 2 部分。其中,收入水平和价格对户外猪肉消费的影响极其显著^[6]。由于易烹饪、口味和消费习惯等方面的原因,城镇居民一般喜欢在家消费猪肉和禽肉,而牛肉和羊肉多喜欢在外消费^[7]。

在城镇居民猪肉户内消费影响因素的研究方面,黄德林等认为,影响猪肉消费的因素主要包括:价格、替代产品、消费习惯、卫生与安全性以及消费预期^[8]。宋泽宁认为,影响我国城镇居民动物性食品户内消费的主要因素有:饮食习惯、收入、食品本身的价格以及在外就餐的次数^[9]。刘华等认为,影响城镇居民家庭食物消费的因素包括:家庭规模、家庭结构、饮食方式、户主的年龄、户主所在的行业、户主的文化程度以及非家庭人口常在家就餐的人次、家中有收入的人数以及地区差异等^[3]。

1.2 外部因素

随着社会经济的发展和人们生活水平的提高,消费者的健康意识加强,城镇居民对猪肉品质提出了更高要求,决定消费者购买猪肉的因素也随之发生了变化。根据各地的调查,吉林省长春市消费者选购猪肉时,影响因素按重要程度从高到低依次为质量安全、品牌、外观新鲜、购买便利、价格、放置在冷柜中销售、保鲜包装、销售人员的卫生意识及人员推销^[10]。北京市消费者购买猪肉时考虑的关键因素有 2 个,即猪肉的质量和价格^[11]。影响上海居民猪肉购买的因素包括:价格、口感、安全、品牌等,其中价格、口感和安全占主要作用,具有高消费能力的群体追求的是产品的口味、方便、卫生和安全^[12]。消费者已经从对价格的敏感转为对食品安全的关注。随着消费者品牌意识的加强,城镇居民选择在品牌专卖店购

收稿日期:2013-05-13

基金项目:国家自然科学基金(编号:71273136);国家社会科学基金(编号:12CJY073);江苏省教育厅高校哲学社会科学基金(编号:2013SJJB6300087)。

作者简介:殷志扬(1980—),男,江苏扬州人,博士研究生,讲师,主要研究方向为农业经济管理。E-mail: yinzy9902@sina.com.cn。

买猪肉的比例日益增多,陈静认为,优质猪肉品牌形象包括企业形象、店面形象、产品形象、服务形象和技术形象 5 个维度,对消费者猪肉购买意愿和购买行为都有正向的影响^[13]。

近年来,食品安全事件频发,特别是 2011 年的瘦肉精事件对消费者的猪肉消费行为产生了重要影响。调查发现,苏州地区的大多数消费者通过减少猪肉消费,甚至拒绝猪肉消费等措施来减弱或者消除这种风险食品对健康的威胁,这种行为反应将持续较长的一段时间^[14]。北京市民在瘦肉精事件后,猪肉消费占肉制品总消费比例小于 50% 的人群从 40% 增至 70%,其中有 60% 左右的被调查者表示不再喜好猪肉,而是以鸡、鱼、牛、羊、虾等代替;有 1.65% 的被调查者表示在瘦肉精事件之后不再购买猪肉食品^[11]。

综上分析,影响我国城镇居民猪肉消费的因素基本可以分为 2 大类:(1)内部因素。包括消费者的家庭收入、饮食习惯、户主人口特征、家庭结构、家庭规模等、生活方式以及健康理念等等。(2)外部因素。如猪肉本身的属性包括价格、品质、口感、品牌、安全、卫生和包装等,购物便捷性以及销售人员的卫生意识等。其中猪肉的品质正逐渐成为影响城镇居民猪肉消费的重要因素。

2 城镇居民猪肉消费的特征

2.1 关注安全、优质猪肉的程度提高

随着经济发展和生活水平的提高,人们饮食观念发生了变化,对品质要求越来越高,更加关注猪肉的质量、安全和卫生,追求营养和健康,但对优质猪肉的认知以及质量安全方面认识还缺乏深入了解。如南京市居民对无公害猪肉缺乏认知,对消费猪肉安全性心存疑虑,最想知道有关猪肉的质量信息和新鲜程度^[5]。上海与南京消费者对有机猪肉的实际认知与消费意愿都处于较低水平^[15]。吉林省农业科技人员在购买猪肉时有近 79.9% 的被调查者无法区分优质安全猪肉和劣质猪肉^[16]。尽管城镇居民关注猪肉质量安全、认同并愿意花更多的钱购买超市猪肉,但对猪肉质量安全知识缺乏深入了解,认知深度仍有待进一步提高^[17]。宁芳蓓等认为超市购买者挑选猪肉的决策依据简单,缺乏相应的专业知识、价格知识和市场知识,主要依据新鲜度和颜色等感官指标,凭借以往经验、依据销售人员的宣传介绍或品牌影响力^[18]。

2.2 猪肉的户内消费数量下降,户外消费数量增加

在猪肉户内消费的数量方面,国家统计局的调查数据显示,2002—2011 年我国城镇居民家庭平均每人全年购买主要食品中猪肉的购买比重呈下降趋势,猪肉购买量从 2002 年占肉禽购买总量的 77.4% 下降至 2011 年的 69.23%,禽类的购买比例则从 2002 年的 16.38% 提升至 2011 年的 21.63%,从 2007 年以来,一直保持 20% 以上的购买比例,总体呈现出由传统生鲜猪肉的消费向多元化肉食品消费转变的趋势。

虽然城镇居民近年来的户内猪肉消费量呈现下降趋势,但是户外猪肉消费量则明显增加。1995 年城镇居民年人均肉、蛋户外消费量分别为 1.46、0.71 kg,占户内消费量的 6.8%、16.5%^[19]。1998 年城镇居民消费的肉类和禽蛋中分别有 33.6% 和 13.0% 是在户外消费,在户外消费结构方面,肉类的户外消费主要体现在猪肉上,猪肉占猪牛羊户外消费总额的 81%^[20]。城镇居民畜产品户外消费结构和数量呈

现出向猪肉和禽肉集中的趋势^[21]。2008 年全国七大区域的 11 个样本地区的省会城市、地级市、县级市、乡镇居民第二季度肉类消费调查数据显示,城镇居民户外消费中牛肉和羊肉的消费比重已经超过了传统的猪肉和禽肉^[7]。

2.3 猪肉消费品种呈现多元化趋势

随着消费结构的改善和猪肉深加工技术的提高,猪肉的消费品种日益多元化,表现在以下 3 个方面。

(1)生猪的品种消费方面,随着生活水平的提高,消费者越来越偏好瘦肉,从国外引进的瘦肉型外三元生猪品种在我国颇受欢迎。近年来,土猪肉的消费也逐渐兴起,市场份额逐渐提高。以广州为例,在 2007 年超市中的土猪品牌只有安康,市场占有率不超过 2%,而 2011 年的市场占有率达到 10%^[22]。沈银书等认为,现在的消费者开始对地方猪种的肉质有偏好,某些地方猪种开始热销起来;还有部分消费者对野猪肉(野猪与家猪杂交种)感兴趣,市场价格高于普通猪肉^[23]。

(2)猪肉分割品种方面,猪肉细分日益精细,居民消费选择日趋多样化。排骨和瘦肉产品消费逐年增长,两者消费比重占猪肉总消费的 55% 左右,肥瘦相间肉消费占 33%^[24]。由于我国居民有消费猪头、猪蹄以及下水等猪副产品的习惯,此类产品消费量占猪肉总量的 8% 左右。各地居民选择猪肉部位的偏好不同,五花肉和里脊肉最受北京市消费者的欢迎,选择比例分别为 31.7% 和 22.3%,其次是后腿肉、夹心肉、前腿、臀尖肉、前后肘、前后蹄、猪头以及其他下水等^[11]。消费能力较强的上海居民对五花肉的需求并不大,但是对于没有分割下肋排的五花方肉的偏好却很大,上海市民偏好大排,对里脊肉的偏好一般^[12]。

(3)猪肉加工层次方面,热鲜肉、冷鲜肉、猪肉制成品等日益丰富了人们的猪肉消费选择范围。目前,我国 68% 是热鲜肉、17% 是冷鲜肉、15% 是肉制品^[25]。相较于热鲜肉,虽然冷鲜肉在营养价值、口味、外观包装和食品卫生等方面都更有优势,但中国人一直沿袭着食用热鲜肉的 tradition,形成了宰杀后肉放置的时间越短猪肉越新鲜观念,随着人们消费观念的转变,北京、广州和上海等大城市的消费者已经开始接受冷鲜肉^[26]。城镇居民对加工制品和冷鲜肉、冻肉的消费比重逐步提高应该是未来的发展趋势^[24]。

2.4 菜场仍然是消费者购买猪肉的主要场所

选择到超市和专卖店购买猪肉的消费者比例在逐年增加,根据长江证券 2009 年猪肉及肉制品消费终端抽样调查显示,菜市场 and 超市以几乎相同的提及率成为最普遍的猪肉及制品采购渠道^[27]。任通高等 2008 年对 6 个典型城市的调查发现,有 51.3% 的被调查者主要到超市购买猪肉;猪肉消费者超市购买行为表现出明显的每次少量、经常购买的特点^[28]。孙梅红等 2012 年对吉林省长春市的调查结果显示,城镇居民选购猪肉的地点按比例由高到低依次为超市、专营商店、农贸市场、社区肉摊^[10]。刘超等对北京地区的调查发现,超市是多数消费者购买猪肉的首选地点^[11]。瘦肉精事件后,选择在超市购买的比重增加了 6.05 个百分点,去农贸市场购买的比重减少了 6.83 个百分点。

2.5 品牌猪肉正逐步受到消费者的青睐

近年来,随着猪肉价格的上涨,普通猪肉与品牌猪肉之间

的价格差异在逐步缩小,普通猪肉逐渐失去了价格上的优势,价格略高的品牌猪肉因其良好的质量保证正逐步受到消费者的青睐。在猪肉品牌的选择方面,不同地区的消费者品牌偏好存在差异,吉林省长春市消费者有固定品牌的占被调查者的 34.9%,无固定品牌的占被调查者的 65.1%,消费者对猪肉品牌的忠诚度较低^[10]。上海市民品牌的忠诚度较高,一般不会随意更改自己的品牌偏好,尤其是高端产品;上海市民也喜欢尝鲜,对不同品牌猪肉有尝试的欲望^[12]。虽然品牌猪肉的销量有所增加,但与普通猪肉的销售量相比,品牌猪肉所占优势还不明显。

3 结语

国内学者对我国城镇居民猪肉消费的影响因素和消费特点的研究,从逻辑上给我们刻画了城镇居民的猪肉消费行为的演变过程。根据消费模式的不同,城镇居民的猪肉消费可以划分为户外消费和户内消费 2 种模式,在外就餐时,出于换口味和尝鲜的考虑,常常会选择在家中不易烹调或不常购买的食品进行消费,在外就餐时牛羊肉的消费比重开始逐渐超过猪肉的消费比重。户内消费时,猪肉的消费量主要受到价格、家庭收入、家庭规模、家庭结构、健康理念、户主的人口特征、猪肉本身的属性以及市场营销方面的影响,当家庭的收入达到一定水平之后,猪肉的户内消费量将会下降,同时价格因素的作用也会下降,消费者将会更加关注猪肉本身的属性,特别是猪肉的品质、安全和卫生等。这些变化使得城镇居民在消费猪肉时呈现出在生猪品种、猪肉分割品种以及猪肉加工层次选择上的日趋多样化、购买地点向超市和专卖店集中、品牌猪肉越来越受到青睐的特点。如果品牌猪肉的供应商不注意对猪肉供应链上各个环节的严格把关,让诸如瘦肉精之类的食品安全事件在猪肉产业再次爆发,将会严重影响消费者对猪肉消费欲望。

参考文献:

- [1]梁振华. 中国居民动物性食品消费需求的研究[J]. 消费经济, 1997(5):22-26.
- [2]刘秀梅,秦 富. 我国城乡居民动物性食物消费研究[J]. 农业技术经济,2005(3):25-30.
- [3]刘 华,钟甫宁. 食物消费与需求弹性——基于城镇居民微观数据的实证研究[J]. 南京农业大学学报:社会科学版,2009,9(3):36-43.
- [4]夏晓平,李秉龙,隋艳颖. 收入变动与城镇居民畜产品消费的实证分析[J]. 消费经济,2010,26(5):17-20,23.
- [5]周振琪,顾莞婷,金 融,等. 南京市消费者生鲜猪肉安全认知度与消费信心调查与分析[J]. 畜牧与兽医,2007,39(11):40-42.
- [6]李 瑾. 户外畜产品消费实证研究[J]. 农业经济问题,2007(S1):165-170.
- [7]陈 琼. 城乡居民肉类消费研究[D]. 北京:中国农业科学院,2010.
- [8]黄德林,徐恩波,郑少峰. 瘦肉型商品猪的市场供求分析与前景判断——以河南、湖南、四川三省区为例[J]. 农业技术经济, 2002(2):50-56.
- [9]宋泽宁. 现阶段城镇居民动物性食品户内需求特征分析[J]. 广西大学学报:哲学社会科学版,2011,33(2):61-64.
- [10]孙梅红,赵贵玉,聂 英,等. 消费者品牌猪肉购买行为的实证分析——基于长春市的问卷调查[J]. 中国畜牧杂志,2012,48(24):23-26.
- [11]刘 超,韩邑平,俞 英. 北京市猪肉消费市场调查分析[J]. 中国畜牧杂志,2012,48(8):10-13,19.
- [12]上海消费者猪肉生鲜产品购买习惯的分析[EB/OL]. [2013-04-15]. <http://www.chinaconsulting.cn/news/20120806/s6985.html>.
- [13]陈 静. 优质猪肉品牌形象对消费者行为的影响研究——基于南京市品牌猪肉连锁店的问卷调查[D]. 南京:南京农业大学,2010.
- [14]程培埏,殷志扬. 风险知觉、风险偏好和消费者对食品安全事件的反应——以瘦肉精事件为例[J]. 管理评论,2012,24(12):128-136,173.
- [15]刘军弟,王 凯,韩纪琴. 消费者对有机猪肉的认知水平及其消费行为调研——基于上海与南京的调查数据[J]. 现代经济探讨,2009(4):50-53,58.
- [16]王 军,徐晓红,郭庆海. 消费者对猪肉质量安全认知、支付意愿及其购买行为的实证分析——以吉林省为例[J]. 吉林农业大学学报,2010,32(5):586-590,596.
- [17]张园园,孙世民,宁芳蓓. 论猪肉消费者超市购买行为[J]. 山东农业大学学报:社会科学版,2011(4):52-56.
- [18]宁芳蓓,孙世民,杨贤慧. 猪肉消费者超市购买行为影响因素的实证分析——基于对山东省 560 位消费者的调查问卷[J]. 山东农业大学学报:社会科学版,2012(4):45-50.
- [19]卢 锋. 我国若干农产品产销量数据不一致及产量统计失真问题[J]. 中国农村经济,1998(10):47-53.
- [20]袁学国. 我国城乡居民畜产品消费研究[D]. 北京:中国农业科学院,2001.
- [21]朱高林. 中国城镇居民食品消费结构的基本趋势分析[J]. 现代经济探讨,2006(11):87-91.
- [22]舒安丽. 高品质土猪肉的市场份额将逐渐提高[EB/OL]. [2013-04-15]. <http://www.sn110.com/news/Animal/20120315/show142446.html>.
- [23]沈银书,张存根. 我国生猪产业发展现状及展望——兼论瘦肉精事件后猪肉生产、市场与消费的走势[J]. 中国畜牧杂志, 2011,47(14):3-11.
- [24]刘合光,孙东升. 中国猪肉消费现状与展望[J]. 农业展望, 2010(1):35-38.
- [25]刘清泉,周发明. 中国生猪有效供给的现实困境与市场调控[J]. 中国畜牧杂志,2011,47(20):5-8,13.
- [26]黄强力,闵成军. 冷鲜肉的推广势在必行[J]. 肉类工业,2012(3):51-53.
- [27]长江证券. 猪肉及肉制品消费终端抽样调查[EB/OL]. [2013-04-15]. <http://finance.ifeng.com/stock/hybg/20090629/856557.shtml>
- [28]任通高,张 磊,孙 洁,等. 城市居民超市猪肉购买行为及其影响因素分析[J]. 新疆农垦经济,2009(1):43-47.