

马若愚,姚忠智. 消费者蔬菜属性偏好及支付意愿研究——基于选择试验法的消费者调查[J]. 江苏农业科学,2018,46(10):319-323.
doi:10.15889/j.issn.1002-1302.2018.10.076

消费者蔬菜属性偏好及支付意愿研究 ——基于选择试验法的消费者调查

马若愚,姚忠智

(南京农业大学经济管理学院,江苏南京 210095)

摘要:在食品消费中,蔬菜是居民日常生活中必不可少的组成部分,随着经济消费水平的提高,其消费量不断增加,居民对蔬菜的质量、安全、口味等要求也在慢慢发生改变。通过实地调查江苏省南京市 304 位消费者,引入选择试验法对消费者的选择偏好进行研究,结合实证获取数据,分析现今消费者的蔬菜消费偏好及其支付意愿,为蔬菜生产对接提供决策支持和建议。结果发现,消费者整体上偏好新鲜、质量好的蔬菜,且对应季与否、口味品种等属性提出了更高的要求,消费者愿意为其偏好多支付一定的金额,但在地点选择上消费者的实际行动与意愿并不吻合。

关键词:蔬菜;选择试验法;属性偏好;支付意愿;消费者调查;多元 Logit 模型

中图分类号: F323.7 **文献标志码:** A **文章编号:** 1002-1302(2018)10-0319-05

在市场经济条件下,消费者对食品的需求随环境特征和消费偏好的变化而不断变化。从宏观角度来看,以产量的多少衡量消费的数量越来越缺乏实证基础;从微观角度来看,消费者必须根据预算与个人偏好对消费进行调整^[1]。随着城镇化的加快和农村居民收入水平的提高,城镇和农村人群的食物消费支出水平渐趋一致。根据国家统计局数据显示,自 2013 年开展城乡一体化住户收支与生活状况调查以来,居民人均食品消费支出从 4 127 元增加到 2015 年的 4 814 元,涨幅近 17%。蔬菜作为居民的日常消费品,是食品消费中的基础部分,其支出金额正随着物价成本的上涨而不断增加。我国是世界上最大的蔬菜生产国和消费国,蔬菜种植面积和消费量逐年增加。1995 年我国蔬菜播种面积仅为 95.15 万 hm^2 ,到 2015 年已接近 2 200 万 hm^2 ,无论城镇居民还是农村居民的蔬菜人均年消费量均在 100 kg 以上,据推测到 2020 年我国蔬菜总需求量将达到 58 950 万 t ^[2]。随着经济的发展以及人们生活水平的提高,消费者不仅对蔬菜种类需求量大幅度增加,对蔬菜的品质要求也越来越严格,营养价值较高的蔬菜消费量增长较快,相关的蔬菜质量安全事件也备受关注。自 2007 年我国实施“全国无公害食品行动计划”至今,蔬菜的监测程序不断完善,检测技术也在不断提升,同时质量安全示范区的建立使得农产品质量安全得到全面加强。

伴随着蔬菜消费量与质的不断上升,蔬菜的生产成本和消费价格也一直居高不下。以江苏省为例,发改委经济贸易处公布的 2017 年 8 月份江苏农产品批发市场行情显示,当月蔬菜价格大幅上涨,市民菜篮子仍显沉重。质量安全层面,虽然当前我国蔬菜总体是安全的,但是局部质量安全问题也确

实存在,据甘肃省兰州市食品药品监督管理局 2017 年 9 月 18 日的报道,兰州市 7 批次蔬菜抽检不合格,而有关新闻也时有发生。随着我国经济社会的不断发展,方方面面的变化都可能影响居民的消费意愿和消费行为,价格的波动、媒体的导向、周围人群的影响等都在潜移默化地改变着居民的消费习惯,这就须要不断更新消费习惯变化的动态数据,以深入分析消费者偏好行为的变化,预测消费需求,推进供给侧改革,进一步优化蔬菜产业结构、提高蔬菜产品质量,进而提供更加符合消费者需求的蔬菜产品。本研究通过实地访谈与问卷发放,从消费者微观视角出发,详细了解居民蔬菜消费现状、消费者实际偏好与意愿需求情况,以期对蔬菜生产对接提供决策支持和建议。一方面可以给蔬菜销售方提供市场信息,为其产品的选择及营销发展提供样本参考;另一方面也可以避免农户等因市场定位错误、对消费者购买偏好存在误解、不及时掌握消费市场变化等原因,制定错误的生产行销方案,进而造成巨大财务损失。

1 文献综述

消费者偏好差异在微观经济学中被称为消费者异质性,根据 Desarbo 等的定义,消费者异质性是指消费者在进行判断和选择的过程中所体现出来的个体差异^[3]。在商业竞争中,消费者群体存在一定程度的差异性营销手段得以施展的必须条件,研究发现,信息产品定价的基础是消费者偏好,而不是生产成本^[4],对消费者偏好差异进行准确了解与测量在很大程度上可以避免潜在的销售损失。关于消费者的蔬菜属性偏好,孙倩等通过调查得出,与干菜制品相比,北京市城镇居民对新鲜蔬菜的消费支出逐年增加,且增长迅速^[5]。尹世久等在研究消费者对生态食品的偏好选择时发现,消费者对“低药残”等食品安全价值属性和“美味”等享乐价值属性普遍较为偏好^[6]。食品质量安全信息是消费者选择、购买食品的重要依据^[7]。对蔬菜质量及购买环境较敏感的人群往往选择质量较有保证且购物环境清洁舒适的超市作为主要购

收稿日期:2017-09-19

基金项目:江苏省农业科技自主创新资金[编号:CX(15)1015];江苏省高校优势学科建设工程(PAPD)。

作者简介:马若愚(1993—),女,江苏宿迁人,硕士,主要从事现代企业管理和农业经济方面的研究。E-mail:15062276030@163.com。

买场所^[8]。性别、年龄、收入、家庭状况、教育程度、消费者感知等个人特征都会影响城市居民的绿色蔬菜消费行为^[9]。越重视口味的消费者,购买绿色蔬菜的可能性越大^[10]。虽然我国消费者对蔬菜和奶制品的安全表现得非常担忧,但价格偏高等因素仍阻碍了其对无公害蔬菜等认证蔬菜的购买^[11]。地区和职业对我国城镇居民蔬菜消费意愿和消费行为的影响不显著^[12]。

周应恒等以低碳猪肉为例对消费者的支付意愿进行研究,发现,价格、对低碳农产品认知度、消费者受教育程度等都对支付意愿有显著影响^[13]。张彩萍等研究得出,消费者对可追溯牛奶具有强烈的需求意愿^[14]。Dickinson 等发现,消费者对加贴信息可追溯标签的牛肉具有较强的支付意愿^[15]。罗丞通过研究消费者对安全食品支付意愿的影响因素发现,消费者越是认为安全食品影响健康就越会增加对安全食品的额外费用支付额度^[16]。张晓勇等则指出,消费者对于绿色食品和无公害食品比较熟悉,但他们不愿意为质量较高的食品支付过多的费用^[17]。以往的研究大多是分析消费者蔬菜购买行为或对于食品质量安全的支付意愿,但随着经济水平和消费水平的提高,消费者不仅在质量安全方面对蔬菜提出了较高的要求,而且对蔬菜的口味、应季与否、购买地点等因素也给出了更高的标准和期许。因此本研究引入选择试验法,基于消费者偏好异质性,从蔬菜属性层面研究消费者的偏好及支付意愿情况,以期对蔬菜消费现状进行进一步了解,为蔬菜产业相关的生产者、销售商、管理人员等提供一定的参考。

2 研究方法 with 数据

2.1 选择试验法原理

选择试验法是在假想市场法中一种较为先进的支付意愿评估方法,最早由 Louviere 等提出并逐渐应用于市场营销、资源环境等领域^[18],目前在评估环境^[19]非市场价值陈述偏好等方面得到了广泛应用。选择试验法的基本理论是要素价值理论和随机效用理论,通过设置由不同属性状态组合而成的选择集,让受访者在每个不同选择集中选择最满意的情景,选择的过程就是对属性权衡的过程、是对效用最大化追逐的过程,因此受访者的偏好信息可以借此大量收集,然后运用经济计量模型分析具体某个环境或者商品的不同属性与特征价值,从而确定不同属性状态组合的最优搭配。与其他评估方法相比,选择试验法最大的优势在于能够通过测算评估对象不同属性的边际价值来判别各属性的重要程度^[20]。本研究通过总结并借鉴前人的经验,将该方法应用于蔬菜属性偏好及支付意愿的研究中,以此评估蔬菜的不同属性价值,区分其重要程度,给蔬菜的产销提供决策依据,从而更好地满足国内消费者的蔬菜需求。

在本研究中,蔬菜就是消费者所要消费的商品,而蔬菜的不同属性特征能给消费者带来不同效用。假设消费者 n 在选择集 C 中的 j 个选择中选择 i 而获得效用 U_{ni} ,而 U_{ni} 由消费者的间接效用函数 V_{ni} 和消费者选择方案 i 的随机效用 ε_{ni} 组成,那么被调查者获得的效用可以表述为

$$U_{ni}(x_{ni}, z_n) = V_{ni}(x_{ni}, z_n) + \varepsilon_{ni} \quad (1)$$

式中: U_{ni} 是选择效用; x_{ni} 为被调查者 n 所选方案 i 的属性特征; z_n 为被调查者 n 的社会经济特征; ε_{ni} 是随机效用,即不可

观测效用。

多元 Logit 模型产生的间接效用函数的线性形式可表示为

$$V_{ni} = ASC + \sum_j \beta_j x_{ij} + \sum_h \alpha_h Z_{hn} \quad (2)$$

式中: ASC 为常数项,用来解释无法观察的属性对选择结果的影响; β_j 表示第 i 个方案的第 j 个属性 x_{ij} 的系数; α_h 表示被调查者 n 的第 h 个特征 Z_{hn} 的系数。

在此基础上,各个属性的支付意愿或边际价值可表示为

$$WTP = \beta_{\text{attribute}} / \beta_m \quad (3)$$

式中: $\beta_{\text{attribute}}$ 为各属性项的估计系数; β_m 为平均支付的边际效用,通常用支付项的估计系数表示。

2.2 问卷设计

选择试验法结果的有效与否在很大程度上依赖于问卷的设计与应用。研究对象属性的确定是选择试验设计的首要任务,也是关键内容之一。张振等选取价格、政府认证、企业品牌等 5 个属性来测度消费者对猪肉安全属性的偏好及支付意愿^[21]。常向阳等采用价格、营养成份、距保质期时间、口碑等 6 个属性测度消费者对婴儿奶粉各产品安全属性的偏好及支付意愿^[22]。聂文静等选取价格、感官、品质、安全等 4 类属性作为测度消费者对生鲜农产品质量属性偏好的工具^[23]。本研究借鉴前人的研究经验,同时在多次市场调查与预调研的基础上不断修改,最终确定了蔬菜属性及水平(表 1)。

按照属性的确定可形成 $2 \times 2 \times 3 \times 2 \times 2 \times 4 = 192$ 种选择,考虑到现实的可能性,本研究借助 SPSS 软件的正交设计,筛选出 16 个具有代表性的方案,并与现状方案相结合,两两随机组合形成 8 个选择集,平均分配在 2 份问卷上。具体示例如表 2 所示。

除此之外,问卷还包括对消费者个人信息(性别、年龄、学历、职业、家庭月收入等)的收集、消费者对蔬菜消费状况的认知情况(如对价格、质量安全的认知方面)、消费者的购买行为(地点的选择及原因等)等。

2.3 数据收集

南京市是全国重点经济中心城市之一,同时也是我国重要的农业和商品粮基地。常住人口 800 万以上,不仅消费人口众多,而且城镇化的发展与外来人口的进入使得南京市的消费阶层各异,因此本研究选取南京市作为样本抽查地点,具有一定的代表性。经过 1 个月的预调研后,于 2017 年 4—6 月对南京市的消费者进行随机抽样调查。调查地点分布于南京市玄武区、秦淮区、雨花台区、鼓楼区、栖霞区、建邺区、江宁区等地的住宅区、公园、农贸市场和超市等。调查采取面对面发放问卷加访谈的方式,共发放问卷 304 份,2 个版本问卷平均分配,每个版本的问卷 152 份,均实数收回。

3 实证分析

3.1 描述性统计分析

本次调查样本中共访问 304 人,其中男性占 37%,女性占 63%;涉及各年龄层;高中以下学历、本科学历在样本学历层次中所占的比例较大,分别为 33%、34%;教师、公职人员、企业职员、个体户等均有覆盖;受访消费者家庭中既有老人又有小孩的有 157 人,超过被调查对象的 1/2;2/3 以上的调查对象人均月收入在 6 000 元以下,且大多集中在 3 000 ~ 6 000

表 1 蔬菜属性、水平及描述

属性	水平	描述
内部:新鲜度	好	蔬菜较新鲜、色泽明亮、味道清新
	一般	蔬菜外观一般、可食用
	是	是特定季节自然生长的非大棚蔬菜
应季蔬菜	否	不是特定季节生长的大棚蔬菜
质量认证	无公害蔬菜	蔬菜经认证等级为无公害蔬菜
	绿色蔬菜	蔬菜经认证等级为绿色蔬菜
	有机蔬菜	蔬菜经认证等级为有机蔬菜
外部:零售终端	超市	出售在各种超市(包括生鲜超市及蔬果平价店等)的蔬菜
	农贸市场	出售在农贸市场的蔬菜
品种偏好	喜欢	蔬菜品种是喜欢的口味,营养达到期许标准
	不喜欢	蔬菜品种不是喜欢的口味,营养一般
意愿支付额	0	不愿意额外支出
	50	每户每月为蔬菜额外支出 50 元
	100	每户每月为蔬菜额外支出 100 元
	200	每户每月为蔬菜额外支出 200 元

表 2 蔬菜属性偏好选择集示例

方案	新鲜度	品种偏好	质量认证	应季蔬菜	零售终端	意愿支付额 (元/月)	选择
A	一般	不喜欢	绿色蔬菜	是	超市	0	
B	好	喜欢	有机蔬菜	是	超市	100	
C				以上都不选,保持现状			

元范围内;另外调查对象中每月蔬菜平均支出金额在 400 ~ 1 000 元之间的人数在样本中所占的比例较大,为总样本数的 79%。

在调查消费者蔬菜消费认知方面发现,蔬菜新鲜度和质量安全基本是消费者非常看重或比较看重的 2 个属性,大部分消费者对品种偏好和应季蔬菜这 2 个属性的重视程度较高,样本中有 200 人注重蔬菜的品种选择、209 人注重蔬菜应季与否,数据显示,52%的消费者较为看重蔬菜价格,不同个体之间对价格的看法差异较大。值得警醒的是,样本中只有 17%的消费者了解有机蔬菜、绿色蔬菜、无公害蔬菜的区别,

且了解程度随调查对象学历的升高而增加。价格方面,认为现在蔬菜贵与一般的人群在数量上不相上下,但是当问及现在蔬菜质量安全是否存在隐患时,81%的人认为存在此类问题。购买场所方面,农贸市场是大多消费者购买蔬菜的场所,主要是因为其距离生活区较近、方便、蔬菜新鲜、质量较好、品种较丰富。

3.2 模型分析

运用 STATA 软件,并通过构建多元 Logit (multinomial Logit,简称 MNL)模型进行回归分析,研究消费者在蔬菜购买时的选择偏好。具体结果如表 3 所示。

表 3 MNL 模型结果

属性	模型(1)系数	风险比率	模型(2)系数	模型(3)系数
新鲜度	0.450 *** (0.093 6)	1.569	0.450 *** (0.093 6)	0.449 *** (0.093 6)
品种偏好	0.999 *** (0.094 2)	2.717	0.999 *** (0.094 2)	0.996 *** (0.094 1)
质量认证	0.370 *** (0.053 4)	1.447	0.370 *** (0.053 4)	0.369 *** (0.053 3)
应季蔬菜	0.693 *** (0.083 8)	2.000	0.694 *** (0.083 7)	0.699 *** (0.083 9)
零售终端	-0.176 ** (0.085 0)	0.838	-0.176 ** (0.084 9)	-0.172 ** (0.085 0)
意愿支付额	0.005 00 *** (0.000 544)	1.005	0.005 01 *** (0.000 545)	0.005 04 *** (0.000 546)
家庭总人口数			-0.001 00(0.025 6)	0.000 695(0.025 8)
家庭人均月收入			0.009 39(0.040 6)	-0.003 36(0.043 2)
性别				-0.022 2(0.080 3)
受教育程度				0.020 0(0.049 7)
年龄				-0.017 4(0.036 3)

注:“ *** ”“ ** ”分别表示在 0.01、0.05 水平上显著;模型(1)是关键变量的回归;模型(2)在模型(1)的基础上加上家庭控制变量,包括家庭总人口数、家庭人均月收入等;模型(3)在模型(2)的基础上再加上消费者个人特征变量,包括性别、受教育程度、年龄等;风险比率为关键变量的风险比率。

3.2.1 变量的分析 整体来看,表 3 中 3 个模型的拟合程度均较好,各个关键变量的显著性和系数值差异不大,基本上保持一致。从关键变量的结果具体分析来看,消费者对蔬菜新鲜度、品种偏好、质量认证、应季与否等 4 个属性有明显的正

偏好。长久以来消费者在购买蔬菜时一直较为关心蔬菜的新鲜程度,样本中几乎所有的消费者都非常或比较看重蔬菜这一属性,这是由于新鲜度的好坏是蔬菜最直观也是消费者最容易判别的一个特质,从营养方面来说,新鲜的蔬菜水分饱

满、富含多种维生素,可以给消费者带来积极的效用。近年来食品安全事件的频发引发了消费者对食品质量安全问题的广泛担忧,尤其是农药残留问题、以次充好等现象使得消费者在蔬菜购买时愈加关注其质量安全状况。品种偏好、应季与否等 2 个属性的分析结果表明,随着生活水平和消费水平的提高,居民越来越关注生活健康及品质,消费者不再仅仅满足于新鲜的、有质量安全保障的蔬菜,其自身的口味喜好、营养要求、对应季蔬菜的偏好等渐趋成为影响蔬菜购买行为的重要因素。表 3 还显示,消费者对零售终端有明显的负偏好,即更偏好超市,这与访谈中发现的消费者认为农贸市场能提供质量更好的蔬菜相悖,一方面是因为超市实际提供的蔬菜在质量上检测更为严格且能提供不同等级的认证蔬菜,消费者主观意识受外界及偏见的影响认为农贸市场蔬菜质量更好而忽视了实际情况;另一方面选择试验法是假想市场,消费者没有真正去实施,因此会理想化选择,因而出现此结果。

另外,模型(2)、模型(3)加入的家庭、个人控制变量并没有显著地增加消费者的效用,家庭和个人特征差别对效用的影响不大。在很大程度上可能是由于蔬菜是生活必需品,无论收入多少、家庭人口数多少、受教育程度高低、男性或女性,蔬菜都是居民日常餐桌饮食最普通也最必不可少的组成部分。

3.2.2 风险比率分析 由表 3 可知,新鲜度的风险比率为 1.569,意味着在给定其他变量不变的情况下,选择新鲜度好的蔬菜是选择新鲜度一般的蔬菜的 1.569 倍。品种偏好的风险比率为 2.717,说明消费者在其他条件一定的情况下,选择喜欢的蔬菜品种是不喜欢的 2.717 倍。质量认证的风险比率为 1.447,表明认证蔬菜质量每提高 1 个等级、消费者选择该方案的概率会提升 1.447 倍。应季蔬菜的风险比率为 2.000,说明消费者选择应季蔬菜的意愿是非应季蔬菜的 2.000 倍。零售终端的风险比率为 0.838,表示其他都相同的情况下,选择农贸市场的消费者是选择超市的 0.838 倍。意愿支付额的风险比率为 1.005,意味着每多支出 1 元,该方案的选择概率会提升 1.005 倍。

3.2.3 属性价值分析 根据表 3 中模型(3)的结果计算得出的蔬菜各属性价值见表 4,可见,消费者愿意为新鲜的、喜欢的、质量好的应季蔬菜多支出一定的金额,多支出金额从高到底依次为品种偏好、应季蔬菜、新鲜度、质量认证。消费者每户每月愿意为其品种口味偏好多支付 197.62 元,为应季蔬菜多支付 138.69 元,为蔬菜的新鲜度多支付 89.09 元,为更好的质量多支付 73.21 元。这与消费者对蔬菜各属性看重程度有偏差,原因是在日常生活中消费者大多挑选自我认为新鲜的、质量好的蔬菜,对品种口味单一考虑的人较少,并且目前市场上出售的蔬菜大多由大棚种植,而对于蔬菜是否应季,在时间上、品种上消费者的了解程度太低,只是单纯的认为应季蔬菜健康、口味好,所以当这 2 个属性鲜明地列出让消费者选择时会受到更多的关注。一方面随着经济的发展、生活水平的提高,消费者拥有了更多的选择空间,对于食品更多地偏向于根据自身的喜好去购买;另一方面伴随着我国食品安全制度的逐渐完善与食品安全水平的提高,人们更加寻求美味、口感等消费体验。调查中还发现,年龄越大的人越偏向于应季蔬菜,他们强调食物成熟应该顺其自然,反季节蔬菜在生长

期间被大量施用化肥、激素和植物生长调节剂等,这违背了自然规律,消费者不仅抱怨此类蔬菜缺乏口感、营养,而且也对其质量状况、是否存在有害物质抱有很大的怀疑。

表 4 蔬菜各属性价值

属性	价值[元/(月·户)]
新鲜度	89.09
品种偏好	197.62
质量认证	73.21
应季蔬菜	138.69
零售终端	-34.13

消费者的需求正随着时间潜移默化地改变着,但是零售终端的支付意愿却为负值,意味着如果去农贸市场,消费者每户每月不仅不愿意额外支出,反而希望少花费 34.13 元。这与消费者实际更偏好农贸市场矛盾,原因是商品质量的好坏在很大程度上决定消费者购买场所的选择,而消费者对超市与农贸市场蔬菜质量存在一定程度的混淆,大量的超市负面新闻报道让消费者主观认为超市蔬菜质量不够好、不够新鲜,而事实上真正经过检测认证的超市蔬菜质量是有保证的,选择试验法是基于事实得出的选项,且在假想市场中消费者的选择理想化成分偏高,综合导致此结果。

4 结论与建议

4.1 结论

通过对调研数据的描述性统计和计量模型分析,得出的主要结论如下:(1)消费者整体上对蔬菜新鲜度的关注度较高,对蔬菜应季与否、是否是喜欢的品种、购买场所等产生了越来越高的需求,此类属性的相对重要程度在不断提升。另外,消费者对蔬菜质量安全问题仍存有较大质疑,而对真正的高质量、认证蔬菜有较大需求。总体上,消费者愿意为偏好的属性额外支付一定的金额,尤其是品种偏好、应季蔬菜这 2 个属性,消费者每月分别愿意为其多支出 197.62、138.69 元。(2)研究发现,消费者的心理态度和实际购买选择之间在一定程度上不一致。消费者更偏好超市,但其实际购买地点的选择仍停留在农贸市场,原因是受消费习惯的影响消费者会选择更方便的购买场所,另外一部分消费者受新闻舆论等影响对超市存有很大偏见。消费者对品质更好的蔬菜的消费意愿远大于生活中的实际消费,主要是由于高品质蔬菜的价格普遍偏高,且人们对无公害、绿色、有机蔬菜标识等持怀疑态度,认证蔬菜质量的隐蔽性和食用效果的滞后性极大地降低了消费者的实际购买力。(3)消费者的个人特征和家庭特征对消费者的蔬菜属性偏好有一定的影响,但是影响不显著。由于蔬菜是生活必需品,不论什么性别、职业、年龄、收入情况,每天蔬菜的摄入是一定的、不同的只是购买蔬菜价格和质量上的差异。另外,随着经济水平的提高、物价的上涨,越来越多的消费者觉得蔬菜的价格没有那么多高,除偶尔的节假日价格猛增外均在可接受范围内。(4)消费者对认证蔬菜的了解程度普遍偏低且对蔬菜的质量存在普遍的担心。虽然消费者对质量好的、可信的蔬菜有很大的需求,但大部分人仍不了解认证蔬菜的辨别途径,即使知道认证蔬菜是检验质量的标准,也不了解认证等级的区别,或者只了解一点。更严重的是,一些人直接否定认证的意义,认为这只是一种名称,冒充

作假现象乱行的食品环境让其对此失去了信心,转而寻找蔬菜处理方法,而不是从源头购买更达标的蔬菜。

4.2 建议

基于上述研究,结合目前蔬菜产业发展情况,提出如下建议:(1)相关企业可以加大对超市的投入,建立更多的生鲜超市或者生鲜平价店,缩短与居民区的距离,给消费者提供更多的方便。另外,超市应在合理范围内通过降低蔬菜价格、扩大商品种类、分区销售、保证商品的新鲜度等来实施各种便民措施,以吸引更多的消费者。与此同时,超市必须严加保证蔬菜质量,加强检查力度,与质量信誉度高的企业进行合作,坚决杜绝假冒伪劣产品,做好产品的宣传工作,挽回消费者的信心。可以参考的是,超市可以鼓励消费者选派代表监督所售卖蔬菜的生产、储存、运输、销售的各个环节,逐步改变消费者消费意愿与消费行为不一致的现象。(2)政府应大力宣传质量认证的重要性,加强对认证蔬菜标识的普及,并将认证的标准、等级、区别等在日常生活中向消费者灌输;政府还应适当降低认证费用,以鼓励企业严格控制蔬菜的生产过程,增加市场认证蔬菜的比率。更为重要的是,相关监管部门对于蔬菜生产、加工及销售的管理力度仍然不够,因此须建立严格的市场准入制度,扩大宣传、引导消费,尽量提供便利的供货服务,进而促进高品质蔬菜消费的增长。消费者信任度的提升在很大程度上需要政府的有力措施来实现,因此政府部门的相关处罚措施及力度也要加强,否则消费者的权益难以得到保障。(3)生产者还须不断提升蔬菜产品品质,相关零售企业的宣传推广工作应及时到位。健康蔬菜产业发展的根本在于产品的优良品质,物质越是极大丰富,消费者越是追寻商品的特有属性。目前消费者对蔬菜安全、口味的关注度逐渐升高,多支付一定的金额满足其需求是正常且可接受的事情。生产者应将提升蔬菜安全性、改良蔬菜口味等作为品质提升的重点工作,多开发应季蔬菜,严格按照国家标准进行生产,不仅能获取更多利润,且更有利于其长久发展。

参考文献:

- [1] 胡冰川,周竹君. 城镇化背景下食品消费的演进路径:中国经验[J]. 中国农村观察,2015(6):2-14,94.
- [2] 中华人民共和国国家发展和改革委员会,中华人民共和国农业部. 全国蔬菜产业发展规划(2011—2020年)[J]. 中国蔬菜,2012(5):1-12.
- [3] Desarbo W, Ansari A, Chintagunta P, et al. Representing heterogeneity in consumer response models 1996 choice conference participants[J]. Marketing Letters,1997,8(3):335-348.
- [4] 张修志,黄立平. 基于消费者偏好的信息产品定价策略分析[J]. 商业研究,2007(5):174-175.
- [5] 孙倩,穆月英. 北京市居民蔬菜消费特点及消费需求系统分析

- [J]. 中国农学通报,2012,28(12):257-263.
- [6] 尹世久,许佩佩,陈默,等. 生态食品:消费者的偏好选择及影响因素[J]. 中国人口·资源与环境,2014,24(4):71-76.
- [7] 韩杨,曹斌,陈建先,等. 中国消费者对食品质量安全信息需求差异分析——来自1573个消费者的数据检验[J]. 中国软科学,2014(2):32-45.
- [8] 张磊,王娜,赵爽. 中小城市居民消费行为与鲜活农产品零售终端布局研究——以山东省烟台市蔬菜零售终端为例[J]. 农业经济问题,2013,34(6):74-81.
- [9] 青平,严奉宪,王慕丹. 消费者绿色蔬菜消费行为的实证研究[J]. 农业经济问题,2006,27(6):73-78.
- [10] 韦得胜,谢屹,卫望玺,等. 绿色蔬菜购买行为及影响因素研究——基于北京市200名消费者的实证分析[J]. 消费经济,2014,30(5):61-66.
- [11] 杨金深,张贯生,智健飞,等. 我国无公害蔬菜的市场价格与消费意愿分析——基于石家庄的市场调查实证[J]. 中国农村经济,2004(9):43-48.
- [12] 戴化勇,陈金波. 中国城镇居民蔬菜消费行为研究——基于人口统计特征视角[J]. 农业技术经济,2016(12):23-31.
- [13] 周应恒,吴丽芬. 城市消费者对低碳农产品的支付意愿研究——以低碳猪肉为例[J]. 农业技术经济,2012(8):4-12.
- [14] 张彩萍,白军飞,蒋竞. 认证对消费者支付意愿的影响:以可追溯牛奶为例[J]. 中国农村经济,2014(8):76-85.
- [15] Dickinson D L, Hobbs J E, von Bailey D. A comparison of US and Canadian consumers' willingness to pay for red-meat traceability[C]. American Agricultural Economics Association Annual Meetings. Montreal, Canada,2003.
- [16] 罗丞. 消费者对安全食品支付意愿的影响因素分析——基于计划行为理论框架[J]. 中国农村观察,2010(6):22-34.
- [17] 张晓勇,李刚,张莉. 中国消费者对食品安全的关切——对天津消费者的调查与分析[J]. 中国农村观察,2004(1):14-21,80.
- [18] Louviere J J, Hensher D A. Design and analysis of simulated choice or allocation experiments in travel choice modelling[J]. Environment International,1982,37(1):158-169.
- [19] 马爱慧,蔡银莺,张安录. 基于选择实验法的耕地生态补偿额度测算[J]. 自然资源学报,2012,27(7):1154-1163.
- [20] 李京梅,陈琦,姚海燕. 基于选择实验法的胶州湾湿地围垦生态效益损失评估[J]. 资源科学,2015,37(1):68-75.
- [21] 张振,乔娟,黄圣男. 基于异质性的消费者食品安全属性偏好行为研究[J]. 农业技术经济,2013(5):95-104.
- [22] 常向阳,胡浩. 基于选择实验法的消费者食品安全属性偏好行为研究[J]. 食品工业科技,2014,35(11):273-277.
- [23] 聂文静,李太平,华树春. 消费者对生鲜农产品质量属性的偏好及影响因素分析:苹果的案例[J]. 农业技术经济,2016(9):60-71.