



“Vivers” 项目报告

To: GREENPEACE

From: 益普索(中国)市场研究咨询有限公司 IPSOS (China) Marketing
Research & Consulting Co., Ltd.

Client Contact: 马天杰

Ipsos Contact: 黄锦燕 (Jay) 李仲扬 (Sam)

Ipsos Job #: B079048208

Date: 2004-12-16



|

目 录

项目背景.....	2
研究目的.....	2
项目设计.....	2
主要发现.....	3
第一部分 转基因食品的认知及偏好.....	3
1、小结.....	3
2、转基因食品的认知情况.....	3
3、对转基因食品的偏好及态度.....	4
第二部分 转基因米的认知及偏好.....	5
1、小结.....	5
2、转基因米的认知情况.....	5
3、对转基因米的偏好及态度.....	10
4、对转基因米知情权的态度.....	18

项目背景

近年,转基因农作物及食品在全球的发展引发了极大的争议,中国可能商业化种植转基因稻米的消息也引起了国内媒体的广泛关注。作为国际环保团体,绿色和平组织一直以来都密切关注该议题的进展,尤其是消费者对转基因作物及食品的认知及态度。为此,绿色和平每年都会委托专业的市场调查公司对中国市场相关情况进行研究。在今年,绿色和平组织委托益普索公司收集相关信息。

报告里将呈现益普索在本次项目中的主要发现及研究结果。

研究目的

主要研究目的是了解中国消费者对转基因食品及转基因大米的态度,包括以下方面:

1. 认知程度
2. 购买偏好
3. 购买考虑的因素
4. 知情权的态度

项目设计

研究方法: CATI (Computer Aided Telephone Interview, 计算机辅助电话访问)

研究城市: 北京、上海、广州

被访者条件: 18 - 55 岁男女, 符合常规条件(非相关行业人员, 半年内没有接受过其它访问, 在当地连续居住 1 年以上)

样本量: 每城市 200 人, 共 600 人

配额: 男女比例为 1:1

数据采集时间: 2004-12-2 至 2004-12-7

主要研究发现

第一部分 转基因食品的认知与偏好

1、小结

- 总的来说，中国的消费者对“转基因食品”的认知度较高(62%)，有过半的消费者表示知道转基因食品（包括提示和未提示的）；但是他们对转基因食品的了解不深，较少人（每三个中有一个人）了解市场有哪些已进行标识的转基因食品。

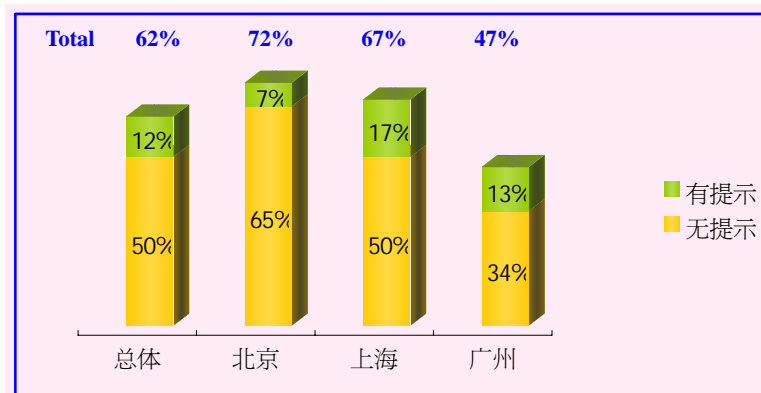
分城市来说：

北京、上海的消费者对转基因食品的认知和了解程度要比广州高，北京、上海的消费者对转基因食品的偏好与态度也会较广州消费者明确；

- 总体来说，消费者的行为态度明显趋向非转基因食品，对转基因食品的态度比较谨慎；这种情况有一定程度会受“转基因食品的认知度”的影响，认知人群对转基因食品的态度会更加明确一点且趋向谨慎；
- 如果某品牌含有转基因成分，强烈建议她要清楚说明，否则，一半消费者表示会对该品牌留下不好的印象；
- 不同年龄、不同性别的消费者对转基因食品的认知了解程度、偏好和态度上的没有太大差异。

2、转基因食品的认知情况

转基因食品的认知度【A1、A2 题】

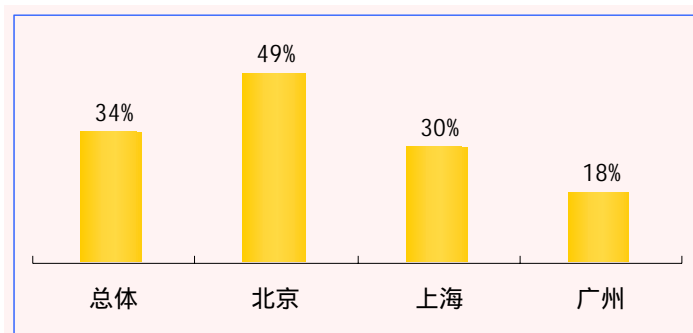


Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- ◇ 有五成消费者在无提示的情况下知道转基因食品，有 12%的消费者在有提示的条件下知道转基因食品；

- 虽然北京和上海对转基因食品的认知度相近，但是北京的无提示认知度更高，说明北京消费者比上海的消费者更了解转基因食品；而广州对转基因食品的认知度是三各城市中最低的。

对已进行转基因标识的食品的认知情况【A7 题】



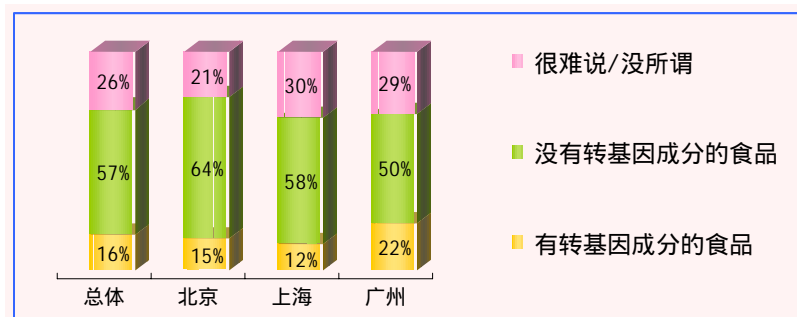
Base：所有认知转基因食品的被访者 372 人，其中北京 145 人，上海 134 人，广州 93 人

- 消费者对已经进行标识的转基因食品不是太了解，只有 34%的消费者知道市场上已进行标识的食品；
- 北京消费者的认知程度最高，广州最低。

注：消费者知道的已经进行标识的转基因食品或品牌详见附录 I

3、对转基因食品的偏好与态度

对转基因食品的选择偏好【A3 题】

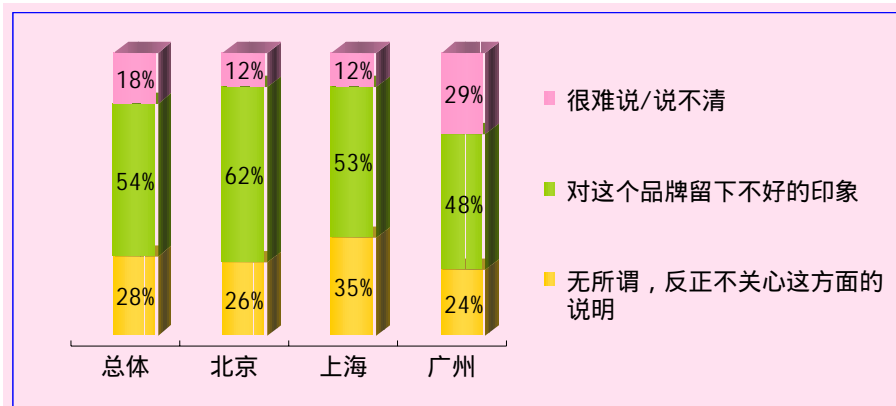


Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 在选择食品时，过半的消费者还是偏向于选择没有转基因成分的食品；有 1/4 的消费者则没有明确的偏向性；只有少数的消费者（16%）对转基因成分的食品有明显的偏好。
- 虽然三个城市的被访者主要都是选择没有转基因成分的食品，但是在转基因食品认知率较低的城市，会选择转基因成分食品的被访者会比其他城市的比例要高些（22% vs. 15% (BJ) or 12%

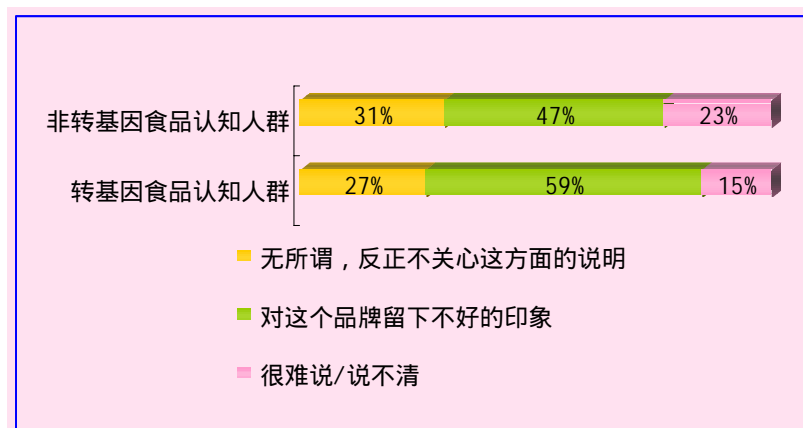
(SH) 》

对食品使用了转基因原料而未说明的态度【A4 题】



Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

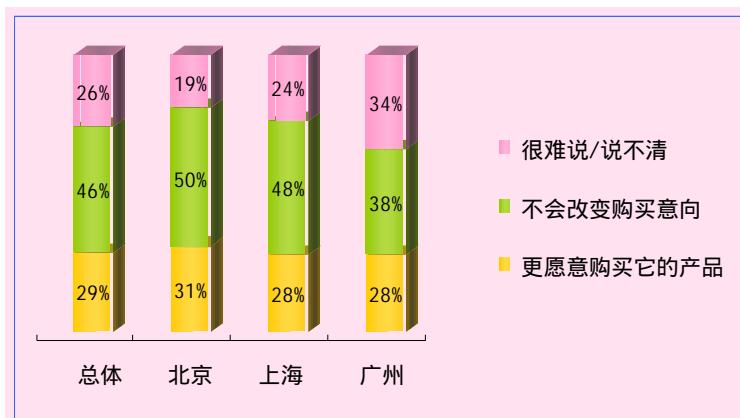
- 如果某品牌产品使用了转基因原料而未说明, 则有过半消费者会对这个品牌留下不好的印象, 但是表示无所谓的被访者也占了 28% ;
- 相对来说, 北京的被访者会比其他城市更偏向于留下不好印象, 而上海的被访者表示无所谓的人数比例要比其他城市高, 可见上海被访者对这种情况的态度会有些不同; 广州表示很难说的被访者会比其他城市高, 这也是因为广州被访者对转基因食品的认知率较低而造成的。



Base : 转基因食品认知人群 372 人, 非转基因食品认知人群 230 人

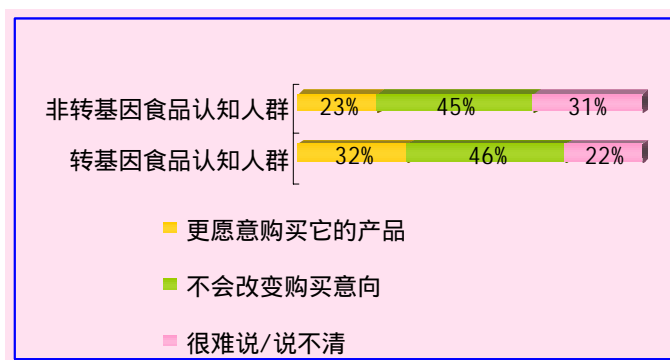
- 相对于不知道转基因食品的消费者, 更多的对转基因食品有所了解的人会对品牌留下不好的印象, 表明厂商这种做法在认知人群中产生的负面影响更大。

对公开承诺不使用转基因原料生产食品的厂商的态度【A5 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

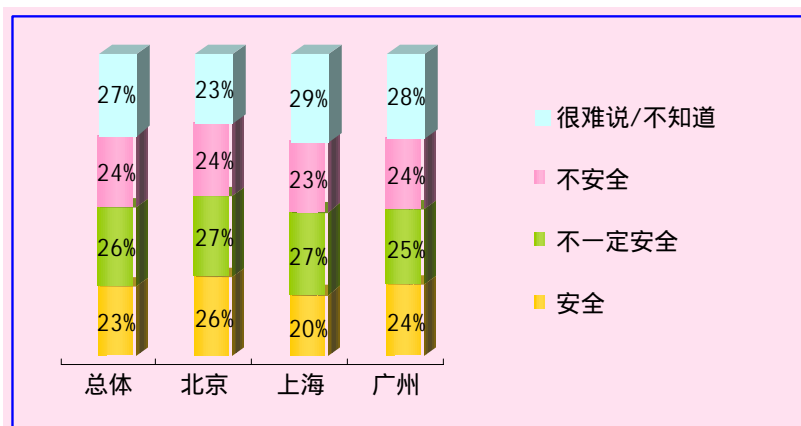
- 如果厂商公开承诺不使用转基因原料，有 46% 被访者不好改变购买的意向，只有 29% 被访者会更加愿意购买该厂商的产品，在转基因食品认知率较低的广州，会比其他城市有高一些比例的人表示“很难说。”



Base：转基因食品认知人群 372 人，非转基因食品认知人群 230 人

- 这种情况也是对认知人群的影响较大，认知人群选择“更愿意购买它的产品”的比例会比非认知人群高，而选择“很难说”的比例会比非认知人群低。

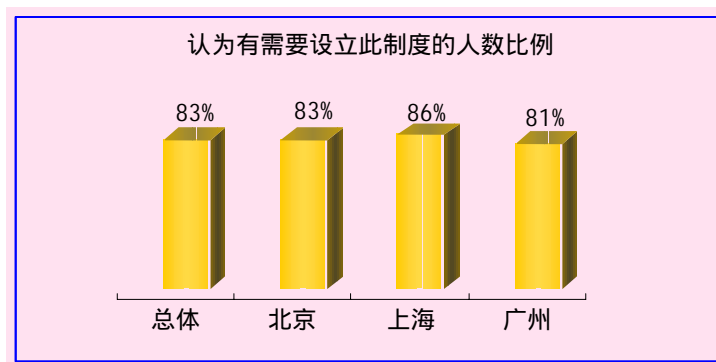
对转基因食品安全性的评价【A9 题】



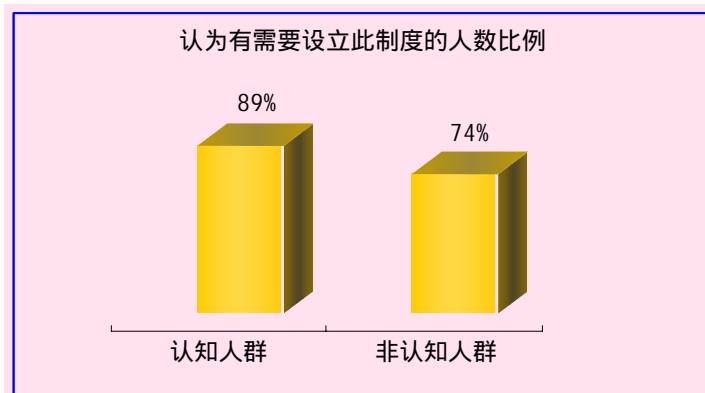
Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 总体来说，被访者对转基因食品安全性的评价有各种不同的看法，没有形成比较集中的评价（安全或不安全），选择不同选项的被访者数据差不多；各城市的情况也是一样；
- 有 27% 的被访者不能确定自己对转基因食品的安全性评价。

对转基因食品标签制度的态度【A6 题】



- 大多数被访者认为有需要设立转基因食品标签制度，各城市对转基因食品标签制度的同意程度没有显著差异。



Base : 认知人群 372 人, 非认知人群 230 人

- ◇ 认知群体对设立转基因食品标签制度的同意程度要比非认知群体高。

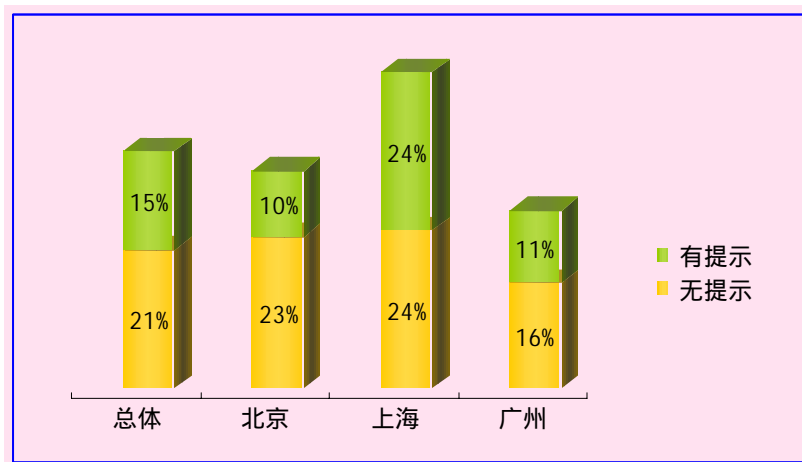
第二部分 转基因米的认知及偏好

1、小结

- 总的来说,较少的消费者知道“转基因米”(36% 包括未提示和提示的)。人们对转基因米的了解也不深,对转基因米方面的一些深入问题并不了解,例如审批部门,审批时间长度等;
 - 北京、上海对转基因米的认知了解程度要比广州高,因此北京、上海的消费者对转基因米的偏好与态度会较广州消费者明确;
- 消费者行为与态度明显趋向天然米(不单是对消费者自己本人还是对 13 岁以下的儿童而言);消费者的行为与态度在一定程度上会受“转基因米的认知度”的影响,认知群体对转基因米的态度会更加明确且趋向谨慎;
- 消费者在转基因米的知情权方面有非常高的要求,绝大部分被访者都希望通过各种不同的方式能够了解到各方面关于转基因米的情况,例如政府审批情况,食品成分情况等;
- 不同年龄、不同性别的消费者对转基因食品的认知了解程度、偏好和态度上的没有太大差异。

2、转基因米的认知情况

转基因食品的认知度【B9、B10 题】

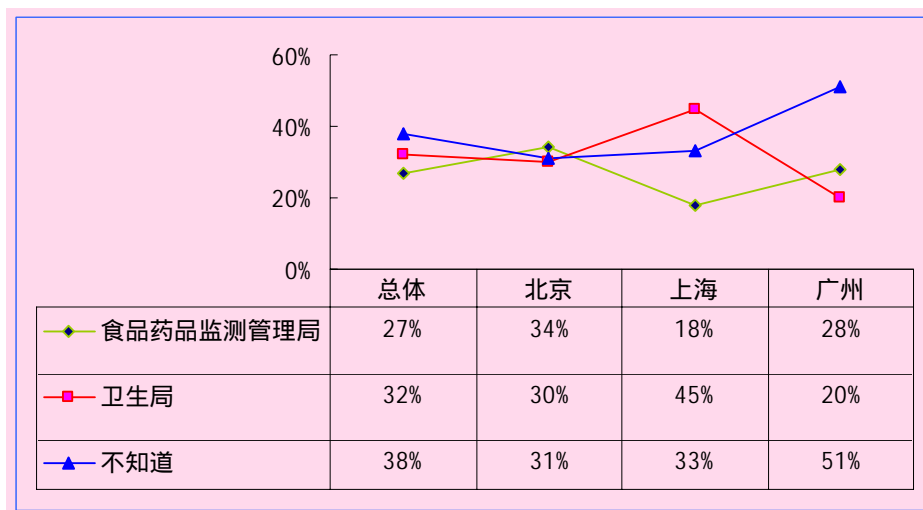


Base : 所有被访者 602 人,其中北京 201 人,上海 201 人,广州 200 人

- ◇ 无提示情况下,转基因米的认知度为 21%;
- ◇ 北京、上海的无提示认知度会比广州高;

注:因为在操作过程中,询问有提示的认知情况时受到前面转基因食品的影响会较大,所以有提示转基因米的认知度数据仅供参考。

对转基因米审批部门的了解程度【B23 题】

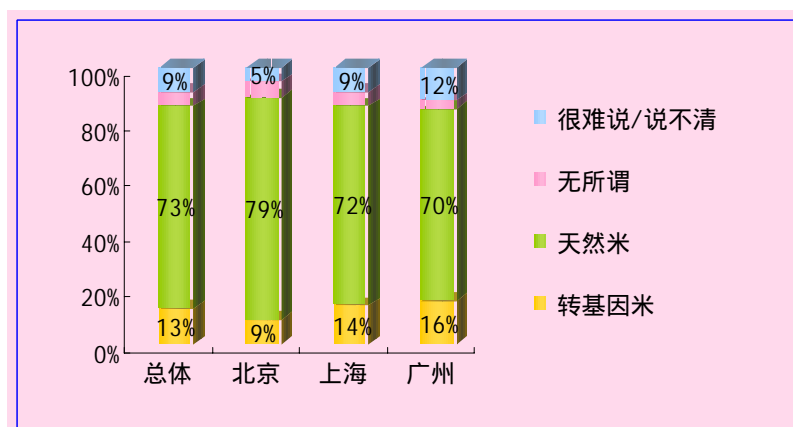


Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 被访者提及较多的部门是食品药品监督管理局和卫生局；
- 在转基因米认知度较低的广州，被访者表示不知道的比例更高。

3、对转基因米的偏好及态度

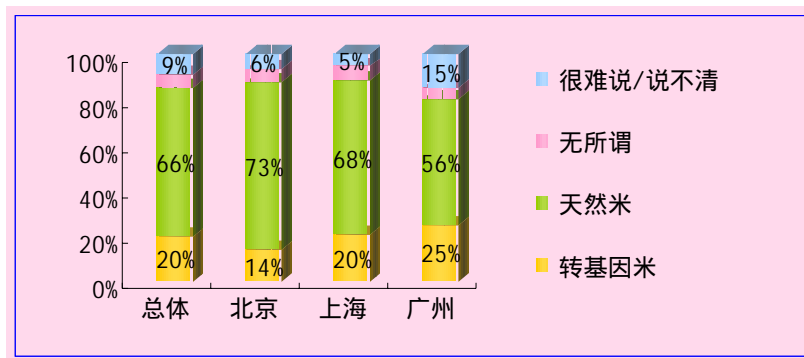
对转基因米的选择态度【B11 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 对转基因米的选择态度上，大部分的被访者有明确的选择，就是选择天然米，只有 5%左右的被访者表示无所谓；
- 因为在广州被访者对转基因米的认知度其他城市低，所以选择天然米的比例会比其他城市低些，而表示“很难说”的比例会比其他城市多些。

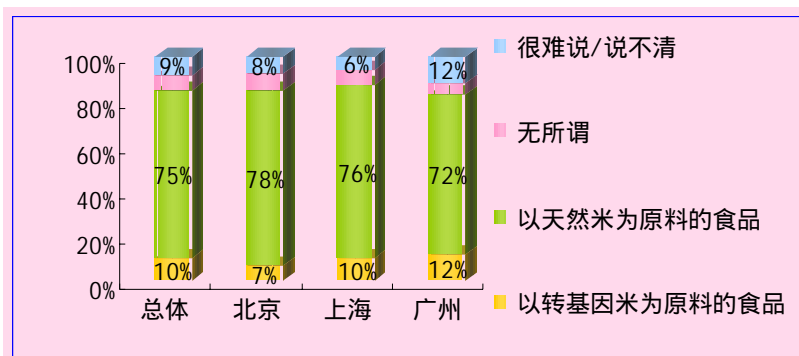
如果天然米价格是每斤2元,转基因米是每斤1.8元的条件下,消费者对转基因米的选择态度【B12题】



Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

就算转基因米的价格比天然米低一些,但是大部分的被访者有明确的选择,不选择转基因米而选择天然米,可见,价格并不是消费者购米时最主要考虑因素。有 6%左右的被访者表示无所谓。

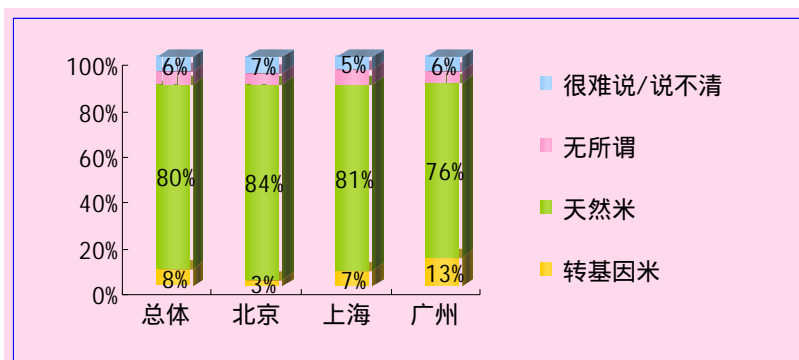
对以何种类型米为原料的食品的选择态度【B13题】



Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

在选择态度上,大部分的被访者有明确的选择,就是选择以天然米为原料的食品,只有 5%左右的被访者表示无所谓,9%的被访者表示“很难说”。

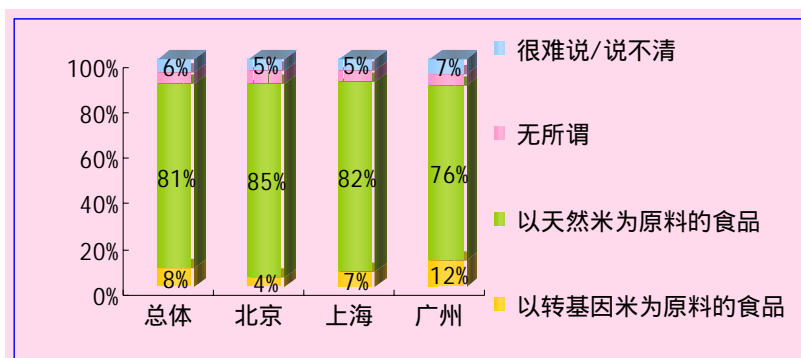
给 13 岁及以下小孩食用的米的类型【B14 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 大部分的被访者有明确地选择天然米给 13 岁及以下的小孩食用，只有 6%左右的被访者表示无所谓，6%的被访者表示“很难说”；
- 在北京，会选择转基因米的被访者要比其他城市更加少。

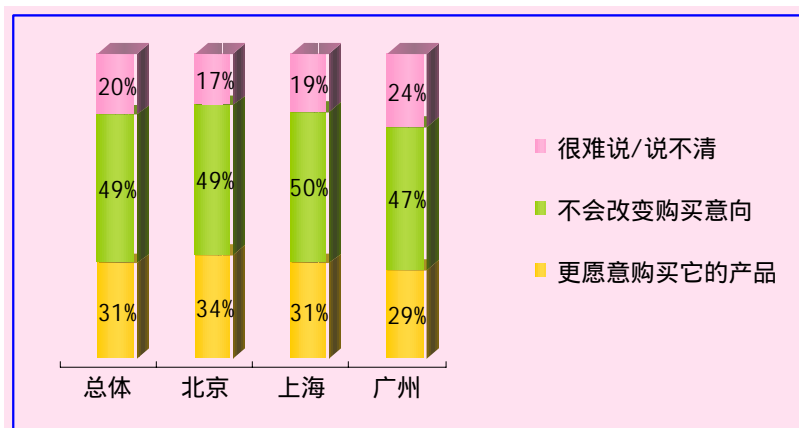
给 13 岁及以下小孩食用的食品类型【B15 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

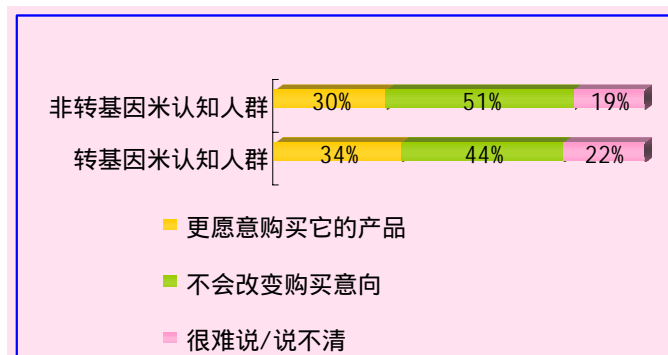
- 大部分的被访者有明确地选择以天然米为原料的食品给 13 岁及以下的小孩食用，只有 5%左右的被访者表示无所谓，6%的被访者表示“很难说”；

对公开承诺不使用转基因米为原料的生产商的态度【B18题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

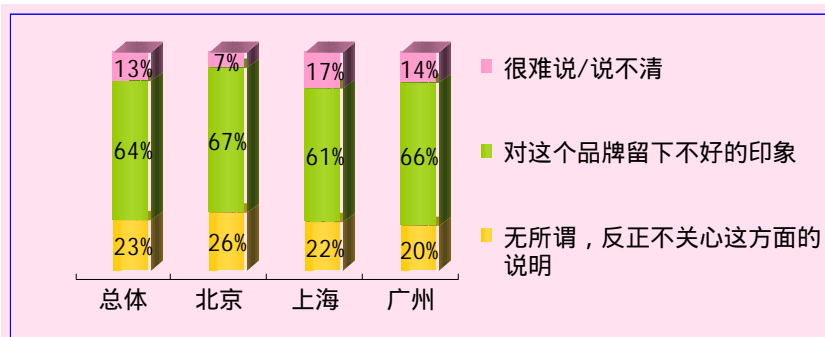
- 对一半被访者来说，对生产商的这种做法并没有影响，有 3 成人会因此更加愿意购买该厂商的产品；
- 有两成被访者表示“很难说”。



Base：转基因米认知人群 216 人，非转基因米认知人群 386 人

- 非知晓人群比知晓人群有更高比例的被访者表示不会改变购买意向，表明知晓度对被访者的选择有一定的影响。

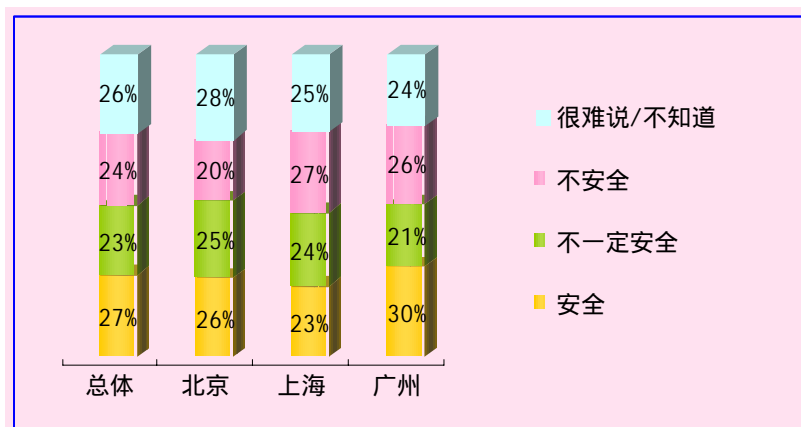
对未明确说明使用转基因米为原料的厂商的态度【B19 题】



Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

- 厂商这种做法会令多数被访者留下不好的印象, 只有 23% 的人表示无所谓, 表明厂商的这一行为会造成较大的负面影响;
- 各城市的情况相若。

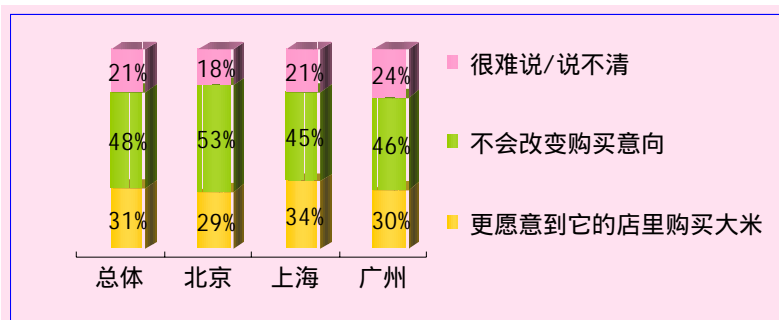
对转基因米安全性的态度【B26 题】



Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

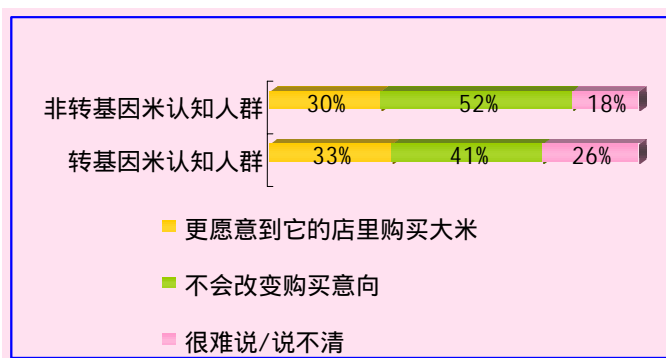
- 总体来说, 被访者对转基因米安全性的评价有各种不同的看法, 没有形成比较集中的评价 (安全或不安全), 选择不同选项的被访者数据差不多; 各城市的情况也是一样;
- 有 26% 的被访者不能确定自己对转基因食品的安全性评价。

对公开承诺不销售转基因米的销售商的态度【B20 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

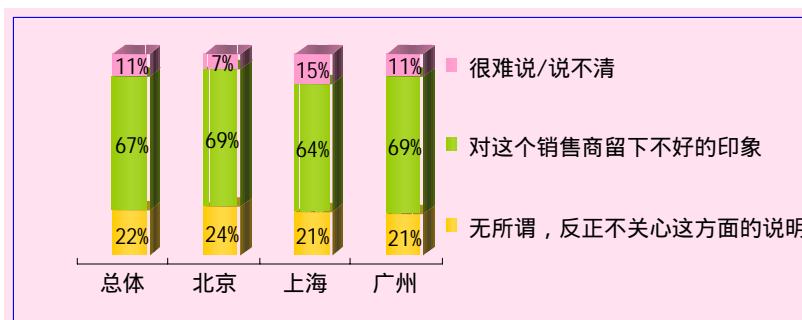
- 销售商的这一行动对被访者购买意向不会产生较大的影响，近半被访者表示不会改变购买意向；
- 只有 3 成被访者表示更愿意到该销售商处购买米；
- 各城市的情况相若。



Base：转基因米认知人群 216 人，非转基因米认知人群 386 人

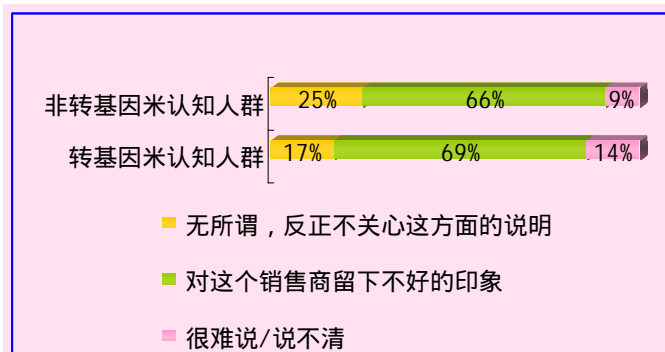
- 非知晓人群对销售商的这一行为的敏感度会比知晓人群小，所以非知晓人群当中会有更高比例的被访者选择“不会改变购买意向”。

对销售商未明确说明出售转基因米的态度【B21 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

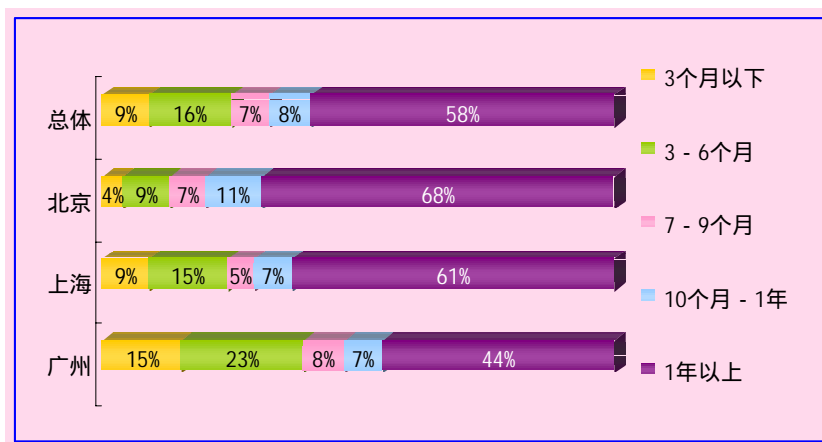
- 销售商这种做法会令多数被访者留下不好的印象，只有 22% 的人表示无所谓，表明厂商的这一行为会造成较大的负面影响；



Base：转基因米认知人群 216 人，非转基因米认知人群 386 人

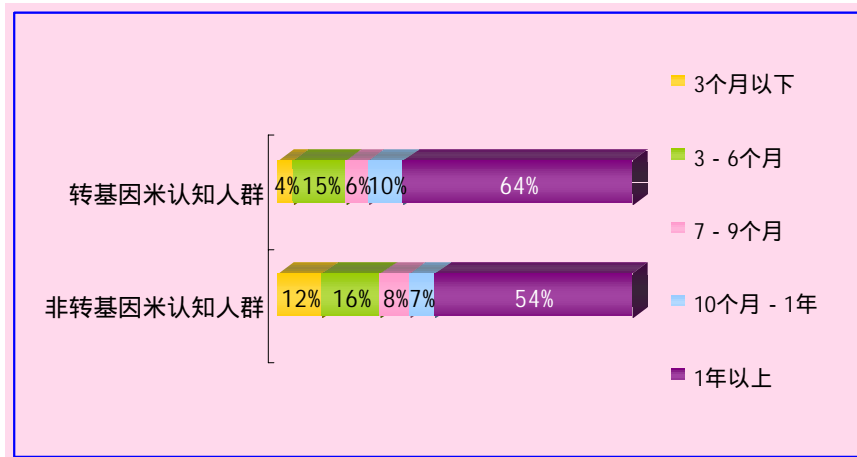
- 非知晓人群对销售商的这一行为的敏感度会比知晓人群小，所以非知晓人群当中会有更高比例的被访者选择“无所谓”。

对转基因米安全期的看法【B27 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

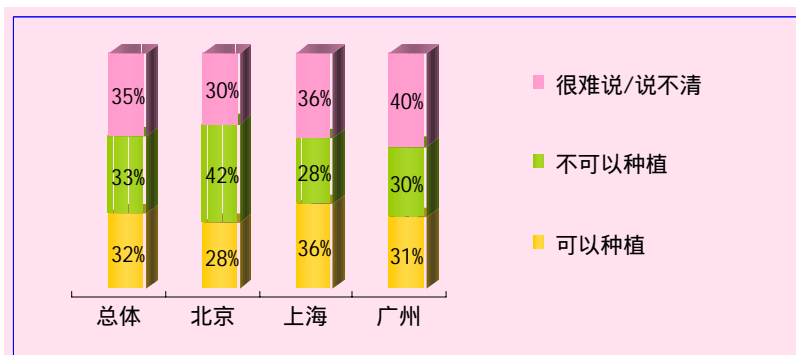
- 过半被访者认为转基因米的安全测试期在 1 年以上才有信心，表明被访者对转基因米的安全性信心不是太高；
- 对转基因米认知度较低的广州，认为需要在一年以上的被访者比例会比其他城市少，而选择 3-6 个月的被访者比例会比其他城市高。



Base : 知晓人群 216 人, 非知晓人群 386 人

- 对转基因米的认知度会对被访者安全测试期的看法有一定影响, 知晓人群中认为需要在 1 年以上的人数比例要比非知晓人群高。

对我国种植转基因米的看法【B28 题】

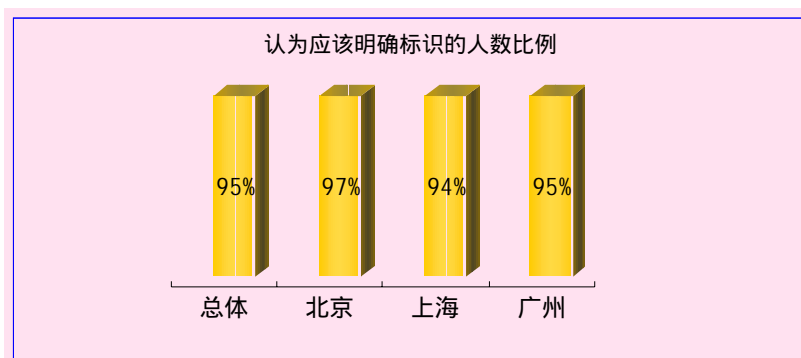


Base : 所有被访者 602 人, 其中北京 201 人, 上海 201 人, 广州 200 人

- 对我国是否应该批准种植转基因米的问题上, 被访者还未形成倾向比较明确的看法, 选择可以、不可以和很难说的被访者比例相近;
- 北京的被访者比较偏向于不可以种植。

4、对转基因米知情权的态度

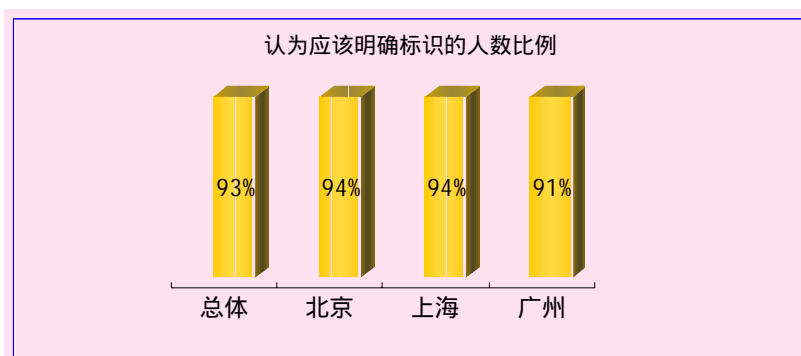
对生产商是否应该对转基因米成分的食品进行标识的态度【B16 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 绝大部分的被访者认为生产商应该对含有转基因米成分的食品进行明确标识，表明被访者非常希望知道食品中是否含有转基因米成分。

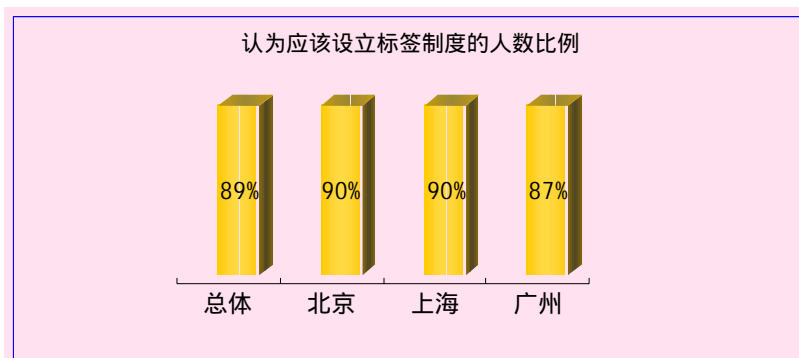
对生产商是否应该对转基因米成分的食品进行标识的态度【B17 题】



Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

- 绝大部分的被访者也认为销售商应该对含有转基因米成分的食品进行明确标识，表明被访者非常希望知道食品中是否含有转基因米成分。

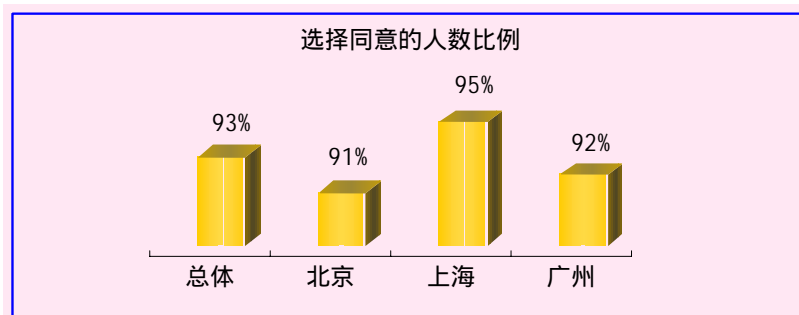
对设立转基因米为原料的食品标签制度的看法【B22 题】



Base : 所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

✧ 绝大部分的被访者应该设立此标签制度，表明被访者非常希望知道食品中是否含有转基因成分。

④ 对转基因米审批过程透明度的看法【B24 题】



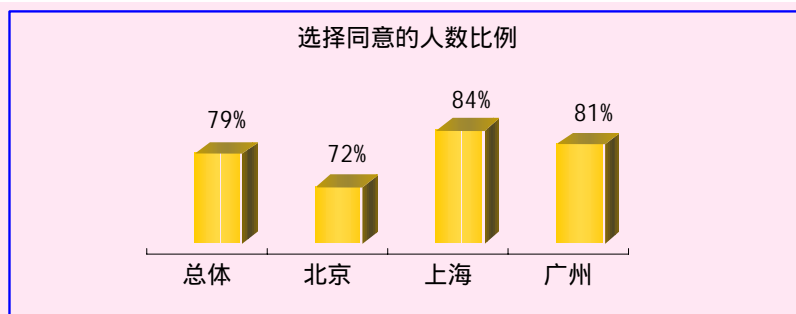
	总体	北京	上海	广州
5 分量度平均值	4.7	4.6	4.8	4.6

5 分量度：5 分代表非常同意增加透明度，1 分代表非常不同意增加透明度

Base : 所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

✧ 消费者会非常同意增加透明度，需要在转基因米的审批过程中了解更多的信息，特别是上海的被访者。

对转基因米审批过程公众决策权的看法【B25 题】



	总体	北京	上海	广州
5 分量度平均值	4.3	4.1	4.4	4.4

5 分量度：5 分代表非常同意让公众参与决策，1 分代表非常不同意让公众参与决策

Base：所有被访者 602 人，其中北京 201 人，上海 201 人，广州 200 人

◇ 消费者会比较同意在转基因米审批过程中让公众参与决策，特别是上海、广州的被访者。

媒体联络：

马天杰 绿色和平中国项目副主任

65546931 13600077074

ma.tianjie@cn.greenpeace.org