

分类号： F327

单位代码： 10086

密 级： 公开

学 号： 20149180739

北京市居民进口乳制品消费行为研究

——以石景山区为例

**The Study of Residents' Import Dairy Consumption
Behavior of Beijing
——Taking Shijingshan District for Example**

学位申请人：杜宏宇

指导教师：刘秀娟 副教授

学位名称：农业推广硕士

研究领域：农村与区域发展

授予单位：河北农业大学

答辩日期：二〇一六年五月二十八日

独创性声明

本人声明所呈交的学位论文是本人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。据我所知，除了文中特别加以标注和致谢的地方外，论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得河北农业大学或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示谢意。

学位论文作者签名：杜宏宇 签字日期：2016年6月6日

学位论文版权使用授权书

本学位论文作者完全了解河北农业大学有关保留、使用学位论文的规定，有权保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和磁盘，允许论文被查阅和借阅。本人授权河北农业大学可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编学位论文。

(保密的学位论文在解密后适用本授权书)

学位论文作者签名：杜宏宇 导师签名：刘青娟
签字日期：2016年6月6日 签字日期：2016年6月6日

学位论文作者毕业后去向：

工作单位：

电话：

通讯地址：

邮编：



摘要

乳制品作为增强人们体质的产品，越来越多的中国人养成了“每天一杯奶”的习惯。但是从2008年发生食品安全事件一直到今天，从乳制品的贸易方面来看，一直出现贸易逆差。其中一个方面，体现出了对于进口乳制品，我国消费者的需要程度在加大。另一个方面，体现出了国产的乳制品在一定范围内不能满足国内消费者的需求。进口乳制品正在逐渐占据我国乳制品市场，长此以往，这对国产乳制品的发展将造成严重的危害。因此，为了提升国产乳制品的竞争力，本文以《北京市居民进口乳制品消费行为研究—以石景山区为例》为题，试图从进口乳制品的角度，对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费行为进行调查，并根据进口乳品对我国乳业发展的冲击作用，找出各影响因素对北京市石景山区居民购买进口乳制品消费行为的具体影响情况，为促进我国乳业健康发展提供建议和意见。

本文运用文献查阅法、问卷调查法和统计分析法对北京市进口乳制品消费行为进行全面的分析和研究。本文的主要内容分为以下三个部分，第一部分是介绍北京市进口乳制品的消费状况，之后研究了进口乳制品对我国乳制品的影响。第二部分利用北京市石景山区进口乳制品消费者的调查数据。首先，通过研究影响消费者购买进口乳制品的主要因素，从调查问卷的数据中选取变量，进行了数据的描述性分析。其次，研究各影响因素对北京市石景山区居民购买进口乳制品消费行为的具体影响情况。最后，通过二项 Logistic 线性回归模型，找出主要因素。第三部分是通过上述的研究调查得出的如下结论，1、家庭月收入影响消费者对进口乳制品的购买，收入高则对进口乳制品的购买频率高。2、购买人群的年龄影响消费者对进口乳品的消费。3、关于国产乳品的质量安全方面消费者对其仍然信心不足。同时本文还提出了提升国产乳制品竞争力的对策建议，从政府角度来说，应当亟待强化乳制品安全体系建设、加大国产乳品安全知识的宣传力度、促进现代化奶牛养殖业快速发展；从企业角度来说，应当建立乳制品信息追溯平台，利用电商市场适应年轻消费者，借鉴国外成功经验；从消费者角度来说，应树立理性的消费理念，购买适合自己个人体质的乳产品。

本文的创新点和应用价值为，第一，视角的选择比较新颖，本文是从研究进口乳制品消费行为的角度出发，研究各影响因素对北京市石景山区居民购买进口乳制品消费行为的具体影响情况，寻找出购买人群选择进口乳品购买行为的主要影响因素。第二，本文运用统计软件 SPSS16.0 并利用二元 Logistic 回归统计方法，探究北京市石景山区进口乳制品消费者行为主要影响因素，发现当前国产乳制品发展的不足，从而更加客观的提出关于国产乳制品的建议，可以为政府完善国产乳制品管理体制、促进国产乳制品发展提供参考建议。

关键词：北京市；进口乳制品；消费者行为；影响因素

The Study of Residents' Import Dairy Consumption Behavior of Beijing

——Taking Shijingshan District for Example

Name: Du Hongyu

Supervisor: Associate Pro. Liu Xiujian

Major: Rural area and development

Abstract

Dairy products as a product to enhance people's physical fitness, more and more Chinese people have developed a cup of milk every day habit. But from the 2008 food safety incidents have been to today, from the perspective of the trade of dairy products, has been a trade deficit. One aspect, reflecting the dairy products, the need for consumers in China is increasing. On the other hand, reflecting the domestic dairy products in a certain range can not meet the needs of domestic consumers. With imported dairy products gradually occupied the market of dairy products of our country, unchecked, the development of domestic dairy products will cause serious harm. Therefore, in order to enhance the competitiveness of the domestic dairy products, this paper to the Beijing city imported dairy products consumer behavior research in Shijingshan District, for example "in the title, trying to from the perspective of imported dairy products of Shijingshan District, Beijing consumers to buy imported dairy products in consumer behavior investigation, and according to the imported dairy products in large quantities to enter the China market for the development of China's dairy industry impact, find out the influencing factors of Shijingshan District of Beijing residents to buy imported dairy products consumption behavior of the specific impact, and to promote the healthy development of China's dairy industry to provide suggestions and opinions.

In this paper, the use of literature review, questionnaire survey and statistical analysis of imported dairy products in Beijing, a comprehensive analysis and research. The main content of this paper is divided into the following three parts. The first part is the introduction of the consumption of imported dairy products in Beijing, the impact of imported dairy products on dairy products in China is studied. The second part uses the survey data of dairy products imported from Shijingshan District, Beijing. First of all, through the study of the main factors that affect consumers to buy imported dairy products, the data from the survey questionnaire to select variables, the descriptive analysis of the data were carried out. Secondly, study the influence factors on the consumption behavior of Shijingshan District Beijing residents to buy imported dairy products. Finally, the main factors are found through two Logistic linear regression models. The third part is the conclusion through the above research: 1. The monthly income of the family affects the purchase of imported dairy products, the high income of imported dairy products is high. 2,

the purchase of the age of the population affect the consumption of imported dairy products. 3, on the quality and safety of domestic dairy products consumers are still lack of confidence. At the same time, this paper also puts forward the Countermeasures of how to enhance the competitive power of domestic dairy products, the government point of view should be urgent to strengthen the dairy products safety system construction, increase the domestic dairy safety knowledge propaganda, to promote the rapid development of modern dairy industry; from the perspective of enterprises shall establish a dairy product traceability information platform, use of electricity market to adapt to the young consumers, learn from the successful experience of foreign countries; from the consumer point of view, establish a rational consumption concept buy suitable personal physique of dairy products.

The innovation points of this paper and the application value, first, the perspective of the novel, this paper is from the angle of imported dairy products consumption behavior of the influence factors of Shijingshan District of Beijing residents to purchase imported dairy products consumption behavior of the specific impact, find out the main factors affecting the purchase of the crowd to choose imported dairy products purchasing behavior. The second. In this paper, the use of statistical software SPSS16.0 and use binary logistic regression statistical methods, to explore the main factors that influence the Beijing Shijingshan District, imports of dairy products consumer behavior, found that the lack of the current development of the domestic dairy products, the proposed a more objective advice on domestic dairy products, can be for the government to improve domestic dairy products management system, promote the development of domestic dairy products to provide reference suggestions.

Key words: Beijing; imported dairy products; consumer behavior; influencing factors

目 录

1 引言.....	1
1.1 研究背景和意义.....	1
1.1.1 研究背景.....	1
1.1.2 研究意义.....	2
1.1.3 研究目的.....	2
1.2 研究内容和方法.....	2
1.2.1 研究内容.....	2
1.2.2 研究方法.....	3
1.3 创新点及不足.....	3
1.4 国内外研究综述.....	4
1.4.1 国外研究现状.....	4
1.4.2 国内研究现状.....	5
2 相关概念界定及理论基础.....	7
2.1 乳制品的概念.....	7
2.1.1 乳制品的定义.....	7
2.1.2 进口乳制品主要品种.....	7
2.2 消费者行为理论.....	7
2.2.1 消费者行为的定义.....	7
2.2.2 消费者特征及影响因素.....	7
3 北京市进口乳制品消费状况.....	9
3.1 北京市乳制品消费现状.....	9
3.2 北京市进口乳制品消费现状.....	9
3.2.1 乳制品消费状况.....	10
3.2.2 进口乳制品结构.....	13
4 进口乳制品对国内乳业发展的影响.....	14
4.1 进口乳制品对国内乳业发展的积极影响.....	14
4.2 进口乳制品对国内乳业发展的冲击影响.....	14
4.2.1 危及我国乳品加工企业持续发展.....	14
4.2.2 加剧了国内乳业养殖产业的危机.....	14
4.2.3 危害了部分消费者的权益.....	15
5 北京市石景山区进口乳制品消费行为调查.....	16
5.1 数据来源及调研情况.....	16
5.2 居民进口乳制品消费行为描述性分析.....	16
5.2.1 消费者个人特征.....	16
5.2.2 家庭月收入.....	17
5.2.3 不同购买人群年龄.....	18

5.2.4	质量安全满意度.....	19
5.2.5	购买渠道.....	20
5.2.6	品牌以及产地偏好.....	21
6	北京市石景山区进口乳制品消费主要影响因子识别.....	23
6.1	影响消费者购买进口乳制品的因素.....	23
6.1.1	消费习惯.....	23
6.1.2	收入水平.....	23
6.1.3	乳制品质量安全.....	24
6.2	变量选择及定义.....	25
6.3	模型设定与选择.....	25
6.4	模型估计过程.....	26
6.5	回归分析结果及结论.....	26
6.5.1	家庭月收入.....	26
6.5.2	消费群体年轻化.....	27
6.5.3	对乳制品质量安全仍信心不足.....	27
6.6	本章小结.....	28
7	提升国产乳制品竞争力的对策建议.....	29
7.1	政府角度.....	29
7.1.1	亟待强化乳制品安全体系建设.....	29
7.1.2	加大国产乳品安全知识的宣传力度.....	29
7.1.3	推动现代化奶牛养殖业发展.....	30
7.2	企业角度.....	30
7.2.1	建立乳制品信息追溯平台.....	30
7.2.2	利用电商市场适应年轻消费者.....	31
7.2.3	借鉴国外成功经验.....	31
7.3	消费者角度.....	31
7.3.1	树立理性的消费观念.....	31
7.3.2	购买适合自身体质的乳产品.....	32
8	结论.....	33
8.1	主要结论.....	33
8.2	研究的不足和研究展望.....	33
	参考文献.....	35
	附录.....	37
	作者简介.....	40
	致谢.....	41

1 引言

1.1 研究背景和意义

1.1.1 研究背景

在 2016 年的十二届全国人大四次会议中，中国农业部部长韩长赋就曾经表示：过去，我国乳品曾经出现过问题，国民对于国产乳制品市场很没有信心。在网络中也有到国外抢购奶粉的报道，这是中国奶业人的耻辱，最近几年我们国家的乳品市场也在变化。因此，我们要从自身出发，提升乳品的质量，树立我们自己的品牌，重拾消费者对于我国乳制品的信心。所以，推进供给侧结构改革，提升生产的质量，从生产和消费的始端和终端开始努力，让我国的农民与居民双方都能够得到益处。

从 2008 年发生食品安全事件一直到今天，从乳制品的贸易方面来看，一直出现贸易逆差，其中一个方面，体现出了我国消费者对于进口乳制品的需求增强。另一个方面，进口乳制品可以为国内乳制品消费者提供多方面的需求，包括质量、种类口感等方面，这是国产乳制品目前尚未达到。2014 年全国进口乳制品量值是 181.25 万吨，相比较 2013 年提升了 13.84%。进口乳制品已经逐渐占据了我国的乳制品市场，中国乳业的危机一直存在，媒体上也经常会报出一些食品安全的问题，对于消费者而言，随着人们生活水平的提高，乳制品作为可以增强人们体质的产品，很多的消费者也逐渐养成了“每天一袋奶”的习惯。但是在发生“三聚氰胺”事件后，一些消费者甚至用一些同样含蛋白丰富的豆类饮品取代乳制品，减少对乳制品的饮用量。而随着“毒奶粉”事件发生后，大量进口乳品涌入中国乳品市场^[1]，消费者在不信任国产乳制品的情况下，更会选择进口乳制品，部分消费者对于进口乳制品的态度则是：比国产乳制品安全、质量有保证、喝着放心等。我国消费者对于我国乳品的购买量大幅度下降，我国乳品市场被进口乳制品占据^[2]。一些消费者甚至不惜成本到香港去抢购奶粉，导致香港奶粉销售一空，香港政府因为压力出台了“限购令”。而且最近几年发生的，在新西兰、澳大利亚等我国主要进口奶源地的超市，也出现了因我国游客大量抢购奶粉，导致了当地奶粉销售一空，从而国外一些地区的超市短缺的事件。

“每天一杯奶，强健中国人”，乳制品中有着丰富营养物质，但是在 2008 年之后，导致我国消费者对于国内生产的乳品处于一种不相信或者观望的态度。消费者对其消费量迅速降低，出现贸易逆差，进口乳制品逐渐占领我国市场，我国乳制品企业也有部分退出了市场，对于我国乳制品行业打击也很大，随着大量的进口乳制品不断地涌入我国乳制品市场，十分严重的危害到国产乳制品的发展。因此探究进口乳制品购买行为，寻找出主要影响因素，从而促进我国乳业的健康发展显得格外重要。在中国的一般家庭当中，牛奶是很普遍的食物^[3]，消费者最关心的就是食品安全这个因素^[4]。在市场当中，消费者会面临各种各样的乳制品，可是消费者又能如何知道哪些乳制品是安全的，哪些乳制品是不安全的？消费者又该如何选择？一些乳制品品牌在推

出一些新口味，新的包装，新的营养成分的产品之前，是不是也应该先保证食品的安全性，再去考虑其他的因素。

北京市作为政治、文化、经济发展的中心，居民对于乳制品的需求量很大，并且对质量的要求较高^[5]。所以，本文试图从进口乳制品的角度，对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费行为进行调查，并根据进口乳品对我国乳业发展的冲击，分析出消费者购买进口乳品的影响因素，从而发现当前国产乳制品发展的不足，更加客观的提出关于国产乳制品的建议，可以为政府完善国产乳制品管理体制、促进国产乳制品发展提供参考建议。

1.1.2 研究意义

从食品安全事件爆发后，我国在乳品贸易方面连续出现贸易逆差，食品安全问题的出现，使得消费者选择信任进口乳制品，乳制品营养全面很容易就被人体吸收^[6]，现在我们国家综合实力的也在提升，牛奶等乳品已经逐渐成为素日人们不可或缺的饮食。目前，我国会选择购买进口乳品的不占少数，进口乳制品的大量涌入我国，正在占据我国乳制品市场，虽然为我国的消费者提供了更多的选择，但对我国乳品行业的健康发展作用是消极大于积极。长此以往，这对我国乳业中企业和养殖业的持续进步有着极度不利的影响。本文试图从进口乳制品的角度，对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费行为进行调查，并根据进口乳品对国内乳品发展的冲击，分析影响消费者购买进口乳品的主要因素，并且本文运用文献查阅法、问卷调查法和统计分析法对北京市进口乳制品消费行为进行全面的分析和研究。更加客观的为增强国内乳品对国内购买人群吸引力提供对策，为促进我国乳业健康发展提供政策建议。

1.1.3 研究目的

“食品安全”成为了人们日常生活中不得不关注话题，大量国外乳制品进口至我国，也是因为我国食品多次被媒体曝光有出现不安全的现象。进口乳制品逐渐占据我国乳制品市场，长此以往，这对国产的乳制品的健康发展将造成严重的危害。因此，本文的研究目的是，第一，从进口乳制品的角度，对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费行为进行调查，探索出影响消费人群购买进口乳制品的因素。第二，结合在进口环境下对国产乳制品的冲击作用的研究，为提升我国生产乳制品在市场中的竞争实力提供建议和意见。

1.2 研究内容和方法

1.2.1 研究内容

本文试图从进口乳制品的角度，对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费

行为进行调查，并根据进口乳制品对我国乳制品的影响，探究出其主要影响因素，为政府完善国产乳制品管理体制、促进国产乳制品发展提供参考建议。

本文选取北京市石景山区的各大超市作为本次论文的研究的对象，主要因为：第一，北京作为首都，是经济、政治、文化发展的中心，并且北京市居民对进口乳制品的消费量排在全国前列。第二，沃尔玛山姆会员商店坐落在北京石景山区，是北京市唯一一家坐落在北京城六区的会员商店。石景山沃尔玛山姆会员商店拥有十分全面的世界各地进口名牌，其中以进口生鲜及进口乳制品的比例占据最高。第三，因为石景山店是星期店，石景山沃尔玛山姆会员商店不仅拥有高品质的进口商品，而且大部分商品都以大包装为主进行销售，所以进口乳制品的消费量很高。第四，除了沃尔玛山姆会员商店，石景山区还拥有华联 BHG 高级超市，家乐福及物美大卖场等外资超市和大型超市，十分利于本文从消费者角度进行研究。综上所述，在北京市石景山区进行调查研究，十分具有可行性，对本文开展研究提供了有利的条件。

1.2.2 研究方法

(1) 文献查阅法。本文从进口乳制品入手，找出影响消费者购买进口乳制品的影响因素，从而为国产乳制品提供政策建议。本文是在阅读了国内外相关乳制品消费行为分析的大量文献后，将其中的分析方法、乳制品影响因素和相关乳制品理论进行归纳并总结，对找出可以适应本文的相关方法和理论并进行分析。

(2) 问卷调查法。文章采用调查问卷的形式，实地考察了北京市石景山区的各个大型超市，其中包括沃尔玛山姆会员商店、华联 BHG 超市、家乐福和物美大卖场。在阅读大量文献之后，结合实地考察后的对进口乳制品消费行为调查问卷的统计，找出国产乳制品存在问题和对策。从而对北京市石景山区进口乳制品消费行为进行全面系统的分析。

(3) 统计分析法。本文通过分析北京市石景山区居民对于进口乳制品的消费情况、对我国乳制品的质量安全满意态度等问题的研究，对调查的结果进行回收统计，本文运用 Excel 进行描述分析，并运用 SPSS16.0 统计软件对关键的影响因子进行二项 Logistic 回归分析，从而得出主要结论和相关的政策建议。

1.3 创新点及不足

论文的创新点：第一，本文的角度选取较为新颖，从进口乳制品的角度，通过对北京市石景山区进口乳制品的消费情况分析，得出消费者购买进口乳品的各影响因素，之后对调查结论进行分析，最后为促进国产乳品行业的持续发展建言献策。第二，本文使用 SPSS16.0 采用二元 Logistic 回归统计方法对北京市石景山区进口乳制品的消费者行为进行分析，发现当前国产乳制品发展的不足，从而更加客观的提出关于国产乳制品的建议，可以为政府完善国产乳制品管理体制、促进国产乳制品发展提供参考建议。

论文的不足：第一，本文只选取了北京市石景山区的几个进口乳制品消费量较大的大型超市，之后还通过微信的方式发放问卷，数据不全面，所以最后结果可能有所偏差。第二，论文的对策建议只从三个方面入手进行研究，还有一些其他的因素没有讨论。第三，由于奶业年鉴等相关资料还没有更新发布，数据有些并不是最新的，对于现状的分析不能更好的展现出来。在今后的学习研究当中，会更加全方位多角度的对消费者行为理论进行更深度的学习和研究，对提升国产乳制品竞争力建言献策。

1.4 国内外研究综述

1.4.1 国外研究现状

(1) 消费者行为研究

HariDwi Utami (2014) 研究了消费者行为对于购买羊奶的消费者行为主要影响因素的研究。对一百位消费者进行了调查，采用的方法是问卷调查法。之后对鲜羊奶和加工之后的产品的消费行为进行了 Logistic 线性回归分析。为了解消费者对于这个食品的需求，而开展的研究。鲜羊奶是消费者最常购买的，而加工的食品只占据一小部分，消费者在购买鲜羊奶的时候首先考虑的是新鲜的程度^[7]。

Meral Uzunoz 等 (2012) 在牛奶的消费者行为研究当中对三百名超市消费者的购买行为进行了问卷调查，运用了概率模型分析出了影响消费者购买牛奶的主要因素。家庭的规模、家庭月收入、习惯偏好和牛奶的价格具有统计学意义。主要结论显示家庭收入水平较高的家庭往往会购买牛奶频率越高。食品安全问题是调查中消费者最关心的因素^[8]。

Anonymous (2013) 在全球范围内，口味牛奶消费量 2015 年比 2012 年增长了超过两倍。美味、方便、营养的包装口味的牛奶更容易受到消费者的偏爱^[9]。

Gulgun Yildiz Tiriyaki 等 (2010) 讨论了消费者对液态奶消费行为，研究的是消费者对于液态奶的消费行为的主要影响因素，液态奶包括三类，主要对购买脱脂牛奶，低脂牛奶和全脂牛奶的消费者进行的问卷发放。首先，将调查问卷的数据进行了描述性的分析研究，其次，利用多项 Logistic 线性回归模型和卡方检验对选取的可能性的影响因素进行分析。最后得出结论，实证结果表明，家庭的结构、家庭的儿女数、家庭中女性的数量和家庭月收入成正向影响关系；与家庭中成员的受教育程度和就业情况呈现负向影响的关系^[10]。

B. K. Roy (2002) 在消费者行为研究中探讨了在孟加拉国的一些选定地区的不同收入群体的牛奶和奶制品的购买行为模式。通过调查三个不同的地区家庭的购买行为，包括 44 个来自农村，61 个来自城市和 74 个较发达城市家庭组成的基础上，牛奶和奶制品中，液态奶和奶粉是农村消费者最多购买，城市居民购买频率最多的是牛奶。较发达城市居民家庭消费更多的奶粉、炼乳、奶油和冰淇淋。随着收入的增加，牛奶和一些牛奶制品的消费也会相应的有所增加^[11]。

(2) 乳制品质量安全问题方面

Caroline E. Handford 等 (2016) 牛奶中包含着人体身体所需的营养成分, 其营养价值可见一斑, 是维持人体生长必不可少的产品。最近的十年来, 不仅是一些较发达国家, 全世界都在逐步形成消费乳制品的习惯, 乳制品的消费量也在增加。由于消费者对于乳制品的消费增加, 一些不法商家为了自己的利益在生产乳制品的时候掺假。因为政府的食品安全部门监管的不利, 惩处措施落实不到位, 企业为了自己的利益, 节约成本, 不惜以牺牲消费者的利益为代价。而对于这种现象, 在一些正在发展中的国家是很常见的。不仅是对乳制品的营养成分有损, 更重要的是, 这样对于乳制品的质量安全根本不能保证, 甚至这样的乳制品是非常不安全的, 这些毒牛奶中的病毒和化学成分对人的身体是有很大危害的。这些有毒的物质包括, 甲醛、尿素、三聚氰胺等等, 这些有害物质不仅对儿童, 对成人也有潜在的生命危害。文章探讨了牛奶造假的营养与食品安全的影响^[12]。

Minjung Sung 等 (2015) 在韩国质量安全的研究中, 主要研究的是消费者对于婴幼儿配方奶粉消费行为的影响, 消费者的选取为韩国的母亲, 2009 年在韩国调查了母亲购买婴幼儿配方奶粉的消费行为, 研究发现, 韩国母亲在购买婴幼儿配方奶粉时, 会受到教育程度、年龄和收入等影响因素的影响, 其中最关注的是婴幼儿配方奶粉原料的安全性, 对于生产加工等制作环节并不关注。在调查中婴幼儿配方奶粉的质量安全是他们最为关注的主要因素, 消费者偏爱质量安全, 并且经济实惠的婴幼儿配方奶粉。当然, 除此之外每个母亲对于购买婴幼儿奶粉的影响因素不同, 一些食品安全事件的发生, 政府部门应该完善对食品安全的方针政策, 企业加大对质量安全产品管理, 请社会专业人士对不同的消费者进行有针对性的指导宣传^[13]。

1.4.2 国内研究现状

(1) 进口乳制品对国产乳制品影响方面

衣晓秋 (2014) 从在乳制品进口的方面中, 对乳制品贸易的现状、乳制品行业的加工和消费环节进行分析, 之后从积极和消极的角度分析了进口乳制品对我国的影响, 最后提出了政策建议, 政府角度包括推进奶牛养殖业的发展, 促进我国乳制品加工企业发展; 企业角度包括拓宽销售渠道, 树立健康的企业形象^[14]。

李月影等 (2014) 在进口乳制品冲击下, 消费者对于国产乳制品产生了不信任的心理, 所以开始选择进口乳制品。首先, 分析了我国乳制品进出口的情况, 其次, 分析了我国乳制品行业中主要存在的问题, 其中包括消费者对我国食品安全不满意, 进口乳制品占据我国乳品市场的很大份额, 乳品行业监管程度不够。最后, 为我国乳品业提供政策建议, 其中包括将法律法规进行完善, 质量检测手段的提升, 加大传媒行业监督和普及知识的作用^[15]。

王海春 (2014) 在进口乳制品对我国的奶业发展研究中, 首先介绍了我国乳品贸易的现状, 其中显示出, 第一, 我国的乳制品出口降低, 但乳制品的进口逐步提升; 第二, 我国进口的主要地区为新西兰。其次, 介绍了我国乳业发展特点, 其中包括我国消费者对于国产乳制品的信心仍不足, 作为原料, 进口奶粉的成本较低。再次, 分

析了进口乳制品对我国乳品业的冲击，其中包括对企业的持续发展造成不利影响，对奶农的利益造成损失，对消费者的权益也造成损失。最后提出了对策建议，包括整治行业的力度需要加大，推动政策的实施，完善企业管理制度^[16]。

孙桂兰（2015）提出了进口乳制品的大量涌入对企业的不利影响。由于进口奶粉的价格较国产奶粉的价格要低，所以乳品加工企业更倾向于选择进口奶粉作为乳制品的加工原料，一方面，为企业节约了成本；另一方面，食品安全的风险企业不用承担。但是长此以往，过度的依赖进口奶源，对于一个企业甚至整个乳制品行业造成威胁，对企业的持续健康发展造成不利影响^[17]。

邱月等（2011）提出了进口乳制品的大量涌入对奶牛养殖业的不利影响。一些奶牛养殖业较发达的国家，他们的养殖管理水平数字化，规范化，并且拥用丰富的自然资源，生产的成本就相对较低，而这样企业会选择质量优等并且成本较低的进口奶源^[18]。张亚伟等（2014）提出这样对我国的奶农将有着沉重的打击，一些地区的奶农出现倒奶杀牛的现象，使得奶农的利益受损，动摇了他们继续从事养殖的信心^[19]。

（2）消费者行为方面

姚迅（2010）认为在乳制品的消费中，购买者主要考虑的因素有安全认证、优惠条件、价格、产地、包装等因素，其中安全认证、生产日期和营养成分是影响消费者购买行为的最主要因素。之后才考虑其他因素^[20]。

韩胜文（2008）在北京市消费者行为研究方面，首先对消费者行为理论进行了研究，自身习惯偏好会影响消费者的消费行为、外部因素也会影响到消费者的消费行为。之后通过分析乳制品消费的现状，通过对问卷的数据进行系统分析，并用描述分析和统计分析发得出主要结论，并且从企业和消费者方面提供相应对策^[21]。邓郁等（2013）得出在乳制品消费研究中结论显示，居民收入，对食品安全事件的了解程度，和购买渠道对居民购买乳制品有显著的影响，其中居民收入是购买乳制品的主要影响因素^[22]。王贵荣（2009）在乳制品消费者行为分析当中提到，在液体奶购买行为方面，消费者会集中选择一到两个品牌；而在酸奶购买行为方面，因为酸奶的品牌、口味和种类多种多样，消费者一般不局限在一种品牌^[23]。

李秉龙（2008）在北京市消费者行为分析研究中，首先，对北京市人口规模较大的区县进行了问卷分析。其次，选取质量安全认知，基本信息，品牌和产地等因素对数据进行了描述性分析。再次，根据消费者行为影响因素，对变量进行了 Logistic 线性回归分析。最后得出结论，结论显示，质量安全问题是消费者会关心的因素，乳制品的价格并不是消费者最主要考虑的因素^[24]。

综上所述，从国外和国内的文献综述中，可以看出。第一，关于研究方法方面。国内国外对于消费者行为的研究多数采用的是问卷调查法和线性回归等统计方法，样本的选取大多是在大型超市。第二，关于国内文献方面。国内文献综述中描写了近几年，在进口乳制品的冲击作用的大趋势下，居民收入，食品安全等因素是普遍影响了北京地区消费者购买乳品的消费行为因素。第三，关于国外文献方面。国外文献进行不同区域，不同人群的细分，使得研究结果更加有针对性。可以借鉴国外的研究经验，当然还要结合我国的国情，对我国的乳制品消费者行为研究带来一定的启迪。

2 相关概念界定及理论基础

2.1 乳制品的概念

2.1.1 乳制品的定义

中华人民共和国工业和信息化部与中华人民共和国国家发展和改革委员会 2009 年第 48 号联合公告《乳制品工业产业政策（2009 年修订）》中定义了乳制品的相关概念，本文中所使用的相关乳制品概念都以该定义为标准^[25]。

乳制品指的是包括以生鲜牛（羊）乳及其制品作为主要原料，经加工制成的产品^[26]。其中包括：液体乳类（杀菌乳、灭菌乳、酸牛乳、配方乳）；乳粉类（全脂乳粉、脱脂乳粉、全脂加糖乳粉和调味乳粉、婴幼儿配方乳粉、其它配方乳粉）；炼乳类（全脂无糖炼乳、全脂加糖炼乳、调味/调制炼乳、配方炼乳）；乳脂肪类（稀奶油、奶油、无水奶油）；干酪类（原干酪、再制干酪）；其它乳制品类（干酪素、乳糖、乳清粉等）^[27]。

2.1.2 进口乳制品主要品种

根据中国奶业年鉴、中国奶业统计摘要和海关总署中显示，全国进口乳制品的进口品类主要分为三大类：液态奶、干乳制品和其他乳制品。其中进口液态奶包括鲜奶和酸奶两类，其中以鲜奶为主要进口种类。干乳制品包括奶粉、炼乳、乳清、奶油和奶酪五类，其中以奶粉盒乳清为主要进口种类；其他乳制品包括婴幼儿配方奶粉、乳糖、酪蛋白和白蛋白四类，其中以婴幼儿配方奶粉为主要进口种类。

2.2 消费者行为理论

2.2.1 消费者行为的定义

从狭义上来说消费者行为指的是：仅仅指消费者的购买行为以及对消费资料的实际消费。在广义上讲：消费者再决定购买一件商品之前所经历的心理活动、收集信息的活动和受到外界因素的影响等活动后，决定购买一件商品的程序，而不同的消费者会受到不同因素的影响^[28]。

2.2.2 消费者特征及影响因素

消费者行为可以用以下要素来表明，消费者的特征就可以用这些要素进行描述。通常来讲，用人口统计要素、生活状态要素和购买行为要素这三个要素可以分别作为表达消费消费者行为的要素。

(1) 人口统计要素：消费者在购买商品时会受到各种的因素影响，其中人口统计是一个很重要的要素，可以使用这个要素来界定消费者。通常来说，消费者的基本信息当中，包括年龄、性别、受教育程度、职业类别等方式来区分不同的消费者^[29]。研究表示如下：

性别：其中性别是主要因素。男性与女性有着不同的购买行为，男性比女性更趋于理智，女性的购买行为会受到打折促销等不同销售方式干扰。

年龄：影响消费者购买行为的，包括年龄这个因素。研究表明，年龄越大越集中消费，比较年轻的消费者在购买时往往会比较冲动，因为年轻人的猎奇心理比较重，往往刚上市的产品更容易受到年轻消费者的购买。年龄大的购买人群选择自己真正需要的商品进行消费，饮食健康，经济实惠的资讯比较受到年纪较大的购买人群关注^[30]。

受教育程度：接受教育程度也会影响不同消费者对购买商品的因素，研究表明，受教育程度较低的消费者往往会关心的是产品的价格，对于产品的质量安全和产品的好次的关心程度较低。

职业类别：影响消费者购买行为的，包括职业这个因素。职业的不同也会影响不同的消费者行为，职业的不同，使得不同的消费群体对于产品关注的方面不同。

(2) 生活形态要素，通俗的说生活形态指的也就是消费者的生活方式。人们的教育、职业等因素的不同就会使得生活方式不一样，生活方式的不同会让消费人群的购买行为也会有所区别，人的生活方式也是在随着时间，环境的改变不断在变化。也就是说，通过探究其生活方式，从而提炼出针对不同购买人群的不同的购买行为，有针对性的根据不同人群的需求去制定产品的价格和营销方式^[31]。主要有行动、爱好、评价、需求期望等等组成了生活形态要素。

Plummer (1974) 归纳了三个成分用来表达生活形态这个要素，其中包括行动、爱好和评价，这不仅描述了消费者行为，企业也可以通过这三个要素考量消费者的心理活动。行动：消费者的购买行为可以体现出，消费者对于产品的购买需求是什么。爱好：消费者对于购买商品时会受到自己爱好、偏爱习惯的影响，也会受到外部因素的影响。评价：人们的行为表现是在受到外部环境因素的影响并接受过后，其行为是通过内心的活动后展示的，通常包括有对这些信息的解答、期望与评价。伏浩 (2003) 提到购买乳制品的消费行为与消费者的消费习惯离不开的。因此，国内乳品加工企业可以从口味、口感和品种等方面去适应消费者的消费习惯^[32]。

(3) 购买行为要素：对消费者在购买产品后的分析的过程。例如消费地点的环境状况、消费的状况、同一种商品中集中选择某一个品牌或者选择其他、对于商品的认知程度，以及对商品的需要和愿望程度等因素来构成购买行为的要素^[33]。

3 北京市进口乳制品消费状况

3.1 北京市乳制品消费现状

据国家统计局数据显示，2012年北京地区居民人均乳制品支出占食品消费支出的比重为5.59%，全国城镇人均乳制品支出占食品消费支出的比重为4.20%。比全国的平均水平要高，名次排名在第一位。北京地区居民人均乳制品消费支出为421.05元，全国城镇居民人均乳制品消费支出为253.57元。比全国的平均水平要高出一倍多，位于全国第二位。

表 3-1 2013 年部分地区奶类人均占有表

Table 3-1 in 2013 parts of milk percapita table

地区	奶类（千克）	位次
全国	26.82	
内蒙古	311.72	1
宁夏	159.27	2
黑龙江	136.25	3
西藏	105.67	4
河北	63.50	5
新疆	61.47	6
陕西	50.09	7
青海	49.75	8
天津	46.55	9
河南	34.93	10
北京	29.06	11

数据来源：表中相关数据来自《中国奶业摘要 2015》

从表 3-1 中可以看出内蒙古地区人均占有量占全国首位，北京、天津人均占有量分别位列第十一、第九位。北京、天津的奶人均占有量高于全国人均水平。

3.2 北京市进口乳制品消费现状

近几年，我国乳制品市场被进口逐渐占领，消费者往往会青睐进口乳制商品，而这都是因为各种安全事件的曝光。部分消费者对于进口的观点则是：比国产乳制品安全、质量有保证、喝着放心等。国产乳制品的消费量也在下降，进口乳制品在我国乳制品市场占据较大份额。

在进口乳制品的品牌，在线上平台天猫、京东和一号店中，全脂牛奶当中，欧德堡、安佳、牧牌、德运和德亚比较受到消费者的青赖，销售量位居前列。婴幼儿奶粉

中，美赞臣、美素佳儿和诺优能销售量较高。在口味牛奶中，宾格瑞和韦沃销售量最高。虽然，在价格因素上，国产乳制品的市场价格更占优势，但文章后面的数据中可以看出进口乳制品的进口量成递增的趋势。

表 3-2 2014 年全国液奶进口量值（进口地区）

Table 3-2 2014 national import quantity of liquid milk (import)

地区	进口量（吨）	进口额（万美元）	进口量的位次
上海	192474.1	24458.2	1
北京	55587.4	6748.1	2
广东	23877.6	3520.7	3
浙江	12772.5	1306.8	4
江苏	11617.2	1184.9	5
山东	10757.5	1878.7	6

数据来源：表中相关数据来自《中国奶业统计摘要 2015》

从表 3-2 中可以看出排名在第一位的是上海，第二位是北京，第三位是广东。的地区，液奶的进口量位居全国第二。北京作为首都，是政治经济文化的中心，可见进口乳制品在北京地区的需求量还是很大的。

3.2.1 乳制品消费状况

表 3-3 2008-2014 年北京地区液奶、酸奶和奶粉的进口量值（进口地区）

Table 3-3 2009-2014 in the Beijing area of liquid milk, yogurt and milk powder imported quantity (import)

年份	液奶（吨）	酸奶（吨）	奶粉（吨）
2008	449.5	56.5	2977.3
2009	1573.8	93.4	7241.8
2010	2003.0	144.9	19845.8
2011	3070.7	225.8	12482.0
2012	7965.0	895.8	26199.1
2013	29571.1	259.5	42974.6
2014	55587.4	340.0	37383.6

数据来源：表中相关数据来自《中国奶业统计摘要 2015》、《中国奶业年鉴 2012》

从以上表 3-3 中可以清楚的显示出，北京市地区的液奶进口量值增加速度很显著，增长率分别是：2010 年较 2009 年增长了 27.27%；2011 年较 2010 年增长了 53.31%；2012 年较 2011 年增长了 159.39%；2013 年较 2012 年增长了 195.93%；2014 年较 2013

年增长了 87.98%。从 2009 年到 2014 年，北京地区对液奶进口量值不断增加，其中 2012 年和 2013 年增长速度成倍增长，增长速度显著。2008 年北京地区液奶、酸奶和奶粉的进口量较 2009 年增长率分别为 250.12%，65.31%和 143.23%，从以上数据中可以看出自 2008 年“三聚氰胺”事件爆发以来，进口乳制品的进口量成递增的趋势，北京地区的消费者对于进口乳制品的需求增加明显。

表 3-4 2011-2014 年全国奶粉进口量值（部分主要来源地）

Table 3-4 national import quantity of milk powder in 2011-2014 (part of the main sources)

	2011	2012	2013	2014
	进口量值（吨）	进口量值（吨）	进口量值（吨）	进口量值（吨）
国家或地区合计	449541.9	572875.2	854415.8	923302.9
新西兰	367040.7	495280.9	686523.2	728122.5
澳大利亚	21368.9	16497.2	28030.3	32994.3
德国	8116.3	11910.2	16142.2	17396.9
法国	7342.3	11139.4	9173.1	17972.1
美国	21427.7	18602.1	55411.9	49846.8

数据来源：表中相关数据来自《中国奶业摘要 2015》

表 3-4 中清楚的罗列出了 2011 年到 2014 年从部分主要来源地的进口奶粉量值。首先，从全国奶粉进口量来看，我国奶粉的进口增长率分别是，2012 年较 2011 年增长了 27.44%；2013 年较 2012 年增长了 49.15%；2014 年较 2013 年增长了 8.06%。可见，我国的奶粉进口量是呈逐年递增状态的，2014 年增长率略有下降。

其次，从主要进口来源地来看，2011 年新西兰奶粉进口量值占全国奶粉进口量值的 81.65%，2012 年新西兰奶粉进口量值占全国奶粉进口量值的 86.46%，2013 年新西兰奶粉进口量值占全国奶粉进口量值的 80.35%，2014 年新西兰奶粉进口量值占全国奶粉进口量值的 78.86%。通过数据可得知，最近 4 年来我国的奶粉主要进口来源于新西兰，但增长率呈现小幅下降趋势。

最后，我国从澳大利亚、德国和法国的奶粉进口量也成逐年递增的态势，且增长幅度较大。

表 3-5 2014 年全国及北京地区乳制品进口量值（单位：吨）

Table 3-5 2014 national dairy import quantity and Beijing area (unit: tons)

	全国	北京
液态奶	328896.99	53522.29
液奶	320206.14	52629.02
酸奶	8690.84	893.27
干乳制品	1483616.82	105883.36
奶粉	923356.95	24465.17
乳清	404706.06	61481.48
炼乳	9175.67	1560.38
黄油	80405.00	5306.40
奶酪	64973.15	13069.94

数据来源：表中相关数据来自《中国奶业摘要 2015》

从表中可以看出北京地区液态奶进口量值占全国的 16.27%，液态奶分为液奶和酸奶两类，北京地区液奶进口量值占全国的 16.44%，北京地区酸奶进口量值占全国的 10.28%。北京地区干乳制品进口量值占全国的 7.14%。其中，北京地区的奶粉、乳清、炼乳、黄油和奶酪分别占全国的 2.65%、15.19%、17.01%、6.60%、20.12%。由此可见，北京地区的进口乳制品中，液奶、炼乳和奶酪分别占据全国进口量值的近四分之一。

3.2.2 进口乳制品结构

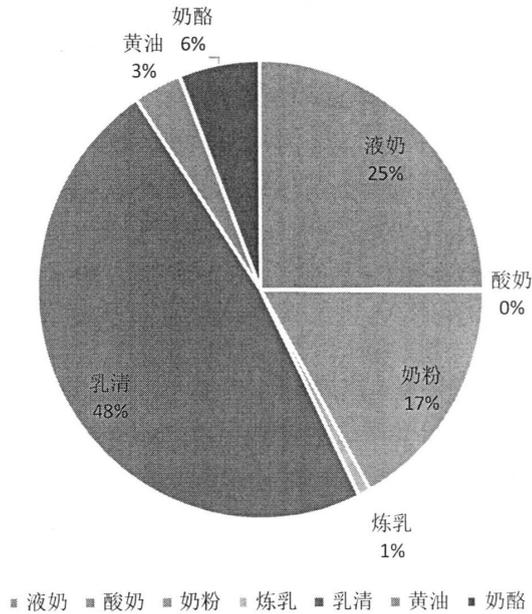


图 3-1 2014 年北京地区乳制品分类进口情况

Figure 3-1 dairy classification of imports in Beijing in 2014

数据来源：相关数据来自《中国奶业统计摘要 2015》

从图 3-1 中可以看出北京市对于乳清、液奶和奶粉的进口量最大，进口量分别为 45%，25%和 17%。而奶酪，黄油，炼乳和酸奶的进口量总和占乳制品总量的 10%。

4 进口乳制品对国内乳业发展的影响

从上文对于北京市进口乳品状况分析中可以发现，北京市乳制品进口量值处于逐年递增状态，这体现出进口乳制品对于北京市消费者的需求量也在增大，而不仅是在北京，乃至全国的一些发达城市和地区也都有着相同的情况。所以这对我国的乳业发展也分别有着正面和负面的影响。虽然，从积极的角度来说，乳制品的进口为我国的购买人群供应了繁多的乳制品选择的空间。但是从我国乳业的发展来看，更多的却是弊大于利的影响。

4.1 进口乳制品对国内乳业发展的积极影响

随着我国的经济不断的发展，我国消费者对于乳制品的需求也在增加，而人们对于乳制品的需求也不仅仅满足于质量，随着进口乳制品占据我国市场，为消费者也带来更多的选择；为企业节约了成本，提供了技术支持。

第一，从我国乳制品企业方面来说，一方面来讲，因为随着 2008 年的食品安全事件后，国内消费者对于国产乳制品的质量安全的信心还在逐渐恢复当中，企业选择进口乳粉作为原料奶，可以保障产品的安全性；另一方面来讲，因为国外的奶牛养殖业的发展比较成熟，生产模式也规范化，标准化，所以进口原料的成本也相对于国内原料价格较低。因此通过将进口的奶粉作为原料，间接的为我国乳品加工企业节约了原料成本。

第二，从我国消费者方面来说，乳制品的进口丰富了我国的乳制品市场种类，一些国内的乳制品在口感，种类等各方面还不能满足我国消费者，因此进口乳制品则为消费者提供了更多的选择^[34]。

4.2 进口乳制品对国内乳业发展的冲击影响

4.2.1 危及我国乳品加工企业持续发展

进口乳制品的大量涌入，对于我国乳业健康发展是弊大于利，这对乳品企业的持续进步也造成了威胁。随着“三聚氰胺”事件的发生，许多企业选择从新西兰，德国等奶业发达国家直接进口奶粉，我国的乳制品企业则将进口奶粉作为原料加工成乳制品，然后进行销售。乳品企业为了降低成本，保证质量安全而去选择进口奶粉作为奶源去加工生产，但是长此以往，企业这样的发展模式是不正确的，不利于我国的乳制品行业的发展，企业不断的依靠外国原料进行生产是不会长久的，“打铁仍需自身硬”一个企业发展的根本就在于产品的本身，只有提高自身技术，才能够持续发展。

4.2.2 加剧了国内乳业养殖产业的危机

从 2009 年开始，奶农杀牛倒奶的现象屡次发生，并且平均每年减少奶牛养殖数量、甚至不从事奶牛养殖行业的奶农超过 10 万户。因为企业对奶农中收购量的直线降低，我国的部分地区的奶农出现了杀牛，倒奶的现象^[35]，已经非常严重的危害到了我国奶农的经济利益，直接打击了我国的奶牛养殖业的发展。一方面，国外乳业发达国家是将“养销”结合发展的，而我国养殖和乳品企业是脱节的，乳品企业可以自己定价，自己选择。另一方面，乳品企业在计算进口奶源和国内奶源后，一旦进口奶源低于国内奶源的价格，乳品企业就会选择进口奶源作为加工的原料，我国奶农将会直接受到损失，因此杀牛、倒奶的现象就会发生。

4.2.3 危害了部分消费者的权益

从 2008 年发生食品安全事件一直到今天，部分消费者开始有着这样的误区，认为进口的就绝对安全。但其实，进口也不一定就意味着绝对的安全。第一，进口乳制品也有质量不达标的产品。但其实，据国家质量安全总局发布，2010 年的 3 月到 8 月，不合格的在入境的乳制品有 670 多吨，没有达标入境乳制品中，有百分之九十多是进口奶粉，其中进口的婴幼儿配方奶粉占进入我国境内的不合格乳品的 67.68%^[36]。2015 年我国共处理了 160 批不合格进口乳制品，2016 年 1 月，我国在抽验检查进口乳制品时也曾发现，多个国家的进口乳制品在质量、保质期等方面并不达标。2015 年 12 月，澳大利亚产地的，美诺滋全脂巴氏杀菌牛奶被入境后被我国检查出超过保质期。进口乳制品的质量不达标会对我国消费者的自身健康和消费权益造成恶劣的危害。第二，国内的进口乳制品的零售价远高于生产国的零售价格。因为国内进口乳制品的零售价是生产国家超市零售价格的 3 到 4 倍，例如，2015 年在澳洲 2 罐以 56 澳元价格购买的贝拉米（Bellamy's）有机婴幼儿配方奶粉在我国居然可以卖到二百左右澳元。进口奶粉垄断了我国高端的乳品市场，国外乳品企业可以自己掌握涨价的筹码，长此以往，将危害到我国消费者的权益。

5 北京市石景山区进口乳制品消费行为调查

5.1 数据来源及调研情况

本文设计了“北京市石景山区乳制品消费者行为调查问卷”，调查问卷结构分为两大部分，第一部分是乳制品消费者的基本信息的参数调查，比如职业、性别、年龄、家庭、所在区域和收入等；第二部分是受调查消费者的乳制品消费行为调查，比如对进口乳制品的选择消费，受调查者对进口以及国内乳制品的品牌、包装，购买场所、对乳制品安全满意程度等等。

本次问卷调查的对象为，在北京市石景山区范围内购买进口乳制品的消费者，由笔者利用假期等时间进行实地调查，调查地点有北京市石景山区的各大超市，其中包括沃尔玛山姆会员商店、家乐福超市、华联BHG超市、物美大卖场等对进口乳制品售卖的超市。并且调查问卷采用了互联网、微信等问卷填写的调查方法。本次调查总共发放了调查问卷 300 份，收回了共 270 份，经筛选统计后，得到有效问卷 259 份。

5.2 居民进口乳制品消费行为描述性分析

5.2.1 消费者个人特征

性别统计：男性占 37.45%，女性占 62.55%。

年龄统计：20岁及以下的占 3.09%，21—30岁的占 57.14%，31—40岁的占 57.14%，41—50岁的占 7.34%，51—60岁以上的占 5.41%，60岁以上的占 1.16%。

文化程度统计：高中/中专文化程度的占 16.6%，本科文化程度的占 61%，研究生文化程度的占 19.69%，研究生及以上文化程度的占 2.7%。

职业统计：农民占到 2.32%，学生占到 22.01%，教师占到 6.18%，公务员占到 8.88%，企业事业单位职工占到 47.88%，离退休人员占到 2.7%，其他职业占到 10.04%。

居住的区域统计：北京城六区的占 63.71%，北京郊区的占 36.29%。

家庭收入统计：5000 以下收入的占 22.01%，5000-10000 收入的占 35.91%，10000-15000 收入的占 29.34%，15000-20000 收入的占 6.95%，20000 以上收入的占 5.79%。

5.2.2 家庭月收入

表 5-1 家庭月收入* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 5-1 family income * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计
	0%	25%	50%	75%	100%	
5000以下	37(64.91%)	14(24.56%)	5(8.77%)	0(0.00%)	1(1.75%)	57
5000-10000	27(29.03%)	48(51.61%)	14(15.05%)	4(4.30%)	0(0.00%)	93
10000-15000	22(28.95%)	35(46.05%)	14(18.42%)	3(3.95%)	2(2.63%)	76
15000-20000	3(16.67%)	7(38.89%)	5(27.78%)	1(5.56%)	2(11.11%)	18
20000以上	3(20.00%)	5(33.33%)	6(40.00%)	0(0.00%)	1(6.67%)	15
合计	92	109	44	8	6	259

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

本次调查中显示，家庭月收入主要集中在 5000-10000 和 10000-15000 中，家庭收入在 5000-10000 和 10000-15000 的居民中，每户居民购买进口乳制品所比例为 25% 的所占据多，而家庭收入在 5000 以下的家庭很少对进口乳制品进行消费，而 15000-20000 和 20000 以上家庭月收入的家庭会选择近一半的进口乳制品的购买，可见家庭收入不同，造成的消费观念也不同，中等收入的人群一般选择相对少量的进口乳制品作为家庭的乳制品消费。可见家庭的月收入会影响居民对于进口乳制品的消费。

5.2.3 不同购买人群年龄

表 5-2 主要消费人群* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 5-2 main consumers * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计	
	0%	25%	50%	75%	100%		
老人	7(70.00%)	3(30.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	10	
小孩	12(40.00%)	9(30.00%)	9(30.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	30	
主要消费人群	青年人	30(42.86%)	31(44.29%)	8(11.43%)	1(1.43%)	0(0.00%)	70
	中年人	5(29.41%)	8(47.06%)	2(11.76%)	1(5.88%)	1(5.88%)	17
	全家	36(28.13%)	56(43.75%)	25(19.53%)	6(4.69%)	5(3.91%)	128
其他	2(50.00%)	2(50.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	0(0.00%)	4	
合计	92	109	44	8	6	259	

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

此次调研中，从交叉表中可以得出，青年人的更愿意选择进口乳制品的购买，约有68%比例的消费者每月选择进口乳制品的支出比例在25%。从横向来看，选择青年人的和老人的四个区间有显著差异，可见消费人群会影响消费者对进口乳制品的购买。在本次的调查中可以看见，青年人对于进口乳制品的消费频率很高，在每月进口乳制品支出比例为25%中，青年人占据了44.29%；在每月进口乳制品支出比例为50%中，小孩和青年人分别占据了30%，11.43%，可见小孩和青年人是经常食用进口乳制品的，因为一方面，婴幼儿需要食用奶粉去补充营养成分，而进口奶粉是现在很多年轻父母首选的产品；另一方面，青年人对各种口味的酸奶和牛奶产生很浓烈的兴趣，而进口乳制品的口感和种类较多，消费者也更偏爱。而中年以上的消费群体，对进口乳制品的支出则较少。

5.2.4 质量安全满意度

表 5-3 质量安全满意度* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 5-3 quality and safety of satisfaction * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计	
	0%	25%	50%	75%	100%		
我国质量安全满意度	非常满意	7(41.18%)	7(41.18%)	2(11.76%)	1(5.88%)	0(0.00%)	17
	满意	28(39.44%)	28(39.44%)	12(16.90%)	2(2.82%)	1(1.41%)	71
	一般	44(30.77%)	65(45.45%)	27(18.88%)	4(2.80%)	3(2.10%)	143
	不满意	12(52.17%)	9(39.13%)	2(8.70%)	0(0.00%)	0(0.00%)	23
	极不满意	1(20.00%)	0(0.00%)	1(20.00%)	1(20.00%)	2(40.00%)	5
合计	92	109	44	8	6	85	

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

调查中显示，从表格横向来看，有 50 个消费者选择了对我国质量安全满意程度为一般，而选择对我国质量安全满意程度为非常满意、满意、一般、不满意、极不满意的分别为 17，71，143，23、5。这主要是因为，随着 2008 年“三聚氰胺”、三鹿奶粉等事件的发生，国民对于国内乳制品的质量安全问题不信任，而随着进口奶粉不断涌入中国市场，有一部分的国人会选择购买进口乳制品。从纵向来看，每月选择进口乳制品的支出比例 25% 的最多，对我国质量安全满意程度为一般的消费者，占有 54%。由此我们可以得出绝大多数的消费者对我国乳制品满意程度为一般。

5.2.5 购买渠道

表 5-4 购买渠道* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 5-4 purchase channels * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计
	0%	25%	50%	75%	100%	
大型超市	90(37.04%)	104(42.80%)	39(16.05%)	6(2.47%)	4(1.65%)	243
网上	39(37.14%)	40(38.10%)	22(20.95%)	2(1.90%)	2(1.90%)	105
便利店	34(33.01%)	45(43.69%)	18(17.48%)	4(3.88%)	2(1.94%)	103
乳制品专卖店	2(8.00%)	16(64.00%)	6(24.00%)	1(4.00%)	0(0.00%)	25
送奶上门	13(22.81%)	31(54.39%)	4(7.02%)	5(8.77%)	4(7.02%)	57
其他	0(0.00%)	4(66.67%)	2(33.33%)	0(0.00%)	0(0.00%)	6
合计	178	240	91	18	12	539

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

以上的数据当中显示，从横向来看，有 243 人选择大型超市去购买进口乳制品，而选择网上、便利店、乳制品专卖店、送奶上门的消费者分别为 105，103，25，与通过大型超市购买进口乳制品的渠道相差很大，这说明大型超市对于北京市民普及率很高，并且对于北京市民通过大型超市购买更方便，质量更有保障。通过便利店和网上的方式购买进口乳制品的方式仅次于大型超市，是因为，包括像京东、淘宝和一号店等电商通过网上销售的方式，有时还会有促销活动，并且随着互联网+的流行趋势和物流的快速发展，越来越多的消费者选择通过网上购买进口乳制品，并且质量也有保证。

5.2.6 品牌以及产地偏好

表 5-5 产地偏好* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 5-5 Preference of origin * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计	
	0%	25%	50%	75%	100%		
产地偏好	新西兰	64(34.78%)	82(44.57%)	29(15.76%)	4(2.17%)	5(2.72%)	184
	澳大利亚	55(34.81%)	70(44.30%)	26(16.46%)	4(2.53%)	3(1.90%)	158
	德国	26(25.24%)	40(38.83%)	27(26.21%)	6(5.83%)	4(3.88%)	103
	法国	9(16.07%)	25(44.64%)	17(30.36%)	4(7.14%)	1(1.79%)	56
	其他	5(26.32%)	6(31.58%)	6(31.58%)	1(5.26%)	1(5.26%)	19
合计	159	223	105	19	14	520	

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

从调查中可以得出，选择新西兰产地的乳制品最多，其次是澳大利亚和德国，由此可得，居民选择进口乳制品的产地普遍集中在新西兰，澳大利亚和德国。对于各个产地来说，在每户居民购买进口乳制品所占比例普遍集中在25%的消费量最大。比例分别在44.57%，44.3%，38.83%，44.64%，31.58%。在此区间内，新西兰和澳大利亚依然占据很大比例。产地对于进口乳制品支出的影响程度没有较大差距，但可以看出，产地为新西兰和澳大利亚是比较受北京市居民欢迎的进口乳制品品牌。

表 4-6 品牌选择* 每户居民购买进口乳制品所占比例/月交叉制表

Table 4-6 brand choice * proportion of household residents buy imported dairy products cross tabulation/month

X\Y	每户居民购买进口乳制品所占比例					合计
	0%	25%	50%	75%	100%	
欧德堡 (Oldenburger)	21(22.34%)	44(46.81%)	21(22.34%)	5(5.32%)	3(3.19%)	94
安佳(Anchor)	13(19.70%)	30(45.45%)	18(27.27%)	3(4.55%)	2(3.03%)	66
雀巢(Nestle)	60(37.74%)	69(43.40%)	23(14.47%)	5(3.14%)	2(1.26%)	159
德运 (Devondale)	5(9.26%)	28(51.85%)	13(24.07%)	5(9.26%)	3(5.56%)	54
澳特兰 (ALTIPLANO)	10(23.26%)	18(41.86%)	11(25.58%)	3(6.98%)	1(2.33%)	43
纽麦福 (Meadow Fresh)	4(20.00%)	11(55.00%)	4(20.00%)	0(0.00%)	1(5.00%)	20
多美鲜(Suki)	5(20.83%)	12(50.00%)	5(20.83%)	1(4.17%)	1(4.17%)	24
德亚 (Weidendorf)	6(12.00%)	25(50.00%)	16(32.00%)	2(4.00%)	1(2.00%)	50
其他	15(48.39%)	8(25.81%)	6(19.35%)	2(6.45%)	0(0.00%)	31
合计	139	237	117	26	23	541

数据来源：2015年9月-11月北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷数据统计

从调查中可以得出，选择雀巢品牌的乳制品最多，其次是欧德堡和德亚，由此可得，居民选择进口乳制品的产地普遍集中在新西兰，澳大利亚和德国。对于各个产地来说，在每户居民购买进口乳制品所占比例普遍集中在25%的消费量最大。比例分别在46.81%、45.45%、43.40%、51.85%、41.86%、55.00%、50.00%、50.00%、25.81%)。在此区间内，德亚和其他（韩国）占据依然占据很大比例。品牌对于进口乳制品支出的影响程度没有较大差距，北京市石景山区居民对于进口乳制品的每月支出集中在25%。但可以看出，新西兰和澳大利亚是比较受北京市受居民欢迎的进口乳制品产地。

6 北京市石景山区进口乳制品消费主要影响因子识别

6.1 影响消费者购买进口乳制品的因素

6.1.1 消费习惯

乳制品的进口与消费者的消费习惯离不开的。过去，对于大部分中国人来说，乳制品是我国游牧民族喜爱的食品，除此之外的中国人并没有养成食用乳制品的习惯。中国人并没有喝牛奶的习惯，人们也只是为婴幼儿购买奶粉。一方面，因为配方奶粉容易被婴幼儿消化，家长为了促进孩子生长选择购买奶粉。另一方面，奶粉可以针对性的补充营养，对小孩智力视力发育都至关重要，并且还易吸收。当发育至一定阶段，一些家庭就不会选择乳制品去促进孩子的成长发育，而是用其他营养食物代替。尤其是在农村或者一些不发达的地区，解决温饱问题已经迫在眉睫，没有经济能力去购买乳制品。可是现在，我们国家的综合实力一直持续呈现上升状态，人民对生活的质量的追求也比从前进步了一大截，乳制品的对人民的益处广泛传播中。乳制品当中的营养成分也逐渐被人们所发觉，意识到乳制品可以提高免疫力，而且，不仅对婴幼儿，对青少年、中老年人的身体都有非常重要的作用，中国人对于乳制品的需求正在逐渐扩大，尤其是在一些发达的城市，人们对于乳制品需求已经不仅仅是满足于食品安全性的问题，还关注口感，种类等其他因素。随着我国乳制品食品安全事件的爆发，进口乳制品在此时则为我国消费者提供了更多的选择机会。

6.1.2 收入水平

乳制品的进口与消费人群的收入高低也是离不开的。现在我们国家综合实力的增强，人们开始追求生活的质量，居民的收入也在逐步上升，乳制品的营养知识不断在被普及，乳制品当中的营养成分也逐渐被人们所发觉，意识到乳制品可以提高免疫力，而且，不仅对婴幼儿，对各个个人群都有非常重要的作用，中国人对于乳制品的需求正在逐渐扩大，尤其是在像北京，上海、广州一些发达的城市，居民收入也在逐步提升中，人们对于乳制品的需要程度在增大^[37]。

表 6-1 2014 年北京市城镇居民家庭人均食品支出

Table 6-1 in 2014 Beijing food expenditure per capita of urban households

项目 (单位: 元)	全市平均	低收入户 20%	中低收入户 20%	中收入户 20%	中高收入户 20%	高收入户 20%
食品	8632	6181	7249	8019	9365	12018
糕点、奶及 奶制品	767	572	653	697	837	1014
占食品支出 比重	8.89%	9.25%	9.01%	8.69%	8.94%	8.44%

数据来源: 表中相关数据来自 2015 年《北京市统计年鉴》

从以上表格可以知道, 居民收入水平和对食品支出呈现出正相关的关系, 收入越高, 对于食品的支出越大, 对奶和奶制品的支出也就越大。

6.1.3 乳制品质量安全

乳制品的质量安全是影响消费者选择进口乳制品的最主要因素。中国质量协会用户委员会组织开展的 2015 年全国液态奶行业的消费者满意度调查。发布的结果显示: 2015 年液态奶行业满意度得分 77 分, 比 2014 年的满意度提高 1 分。感知质量 (包括了液态奶各个方面) 最终成绩是 79 分比较 2014 年提高了 1 分; 消费的信心成绩为 74 分, 比 2014 年有较大提高。2014 年的 4 月份《南方都市报》做了一次对购买乳制品消费者的调查, 调查的结果得出: 有 83% 的人不愿意购买国产奶粉。从 2008 年发生食品安全事件开始, 不得不让国民对国产乳制品的安全性让人怀疑。据研究显示, 如果人们在购买某一商品时对其质量安全产生怀疑, 最后消费者是否购买该商品充满不确定性^[38]。进口乳制品已经逐渐占据了我国的乳制品市场, 中国乳业的危机一直存在, 媒体上也经常会报出一些食品安全的问题, 对于消费者而言, 随着人们生活水平的提高, 乳制品作为可以增强人们体质的产品, 很多的消费者也逐渐养成了每天一袋奶的习惯。但是, 一些消费者在发生“三聚氰胺”事件后, 一些消费者甚至用一些同样含蛋白丰富的豆类饮品取代乳制品。而随着“毒奶粉”事件发生后, 进口乳品开始进入中国乳品市场。逐渐在我国市场上站立脚跟, 消费者在购买乳制品时, 会去注意产地以及品牌, 消费者在对国产乳品安全性表示怀疑时, 更会选择进口^[39]。部分消费者对于进口乳制品的观念则是: 比国产乳制品安全、质量有保证、喝着放心等。一些消费者甚至不惜成本到香港去抢购奶粉, 导致香港奶粉销售一空, 香港政府因为压力出台了“限购令”。例如 2013 年曾发生, 在纽西兰、澳大利亚等我国主要进口奶源地的超市, 也出现了因我国游客大量抢购奶粉, 导致了当地奶粉销售一空, 从而国外一些地区的超市短缺的事件。种种现象体现出, 我国消费者对于国产乳制品处于不太相信的观念。人们生活质量正在逐步提高, 并且开始关注自身的健康问题, 很多

人都养成了每天和奶的习惯，乳制品的质量安全是消费者考虑的最基本的要素^[40]，对于我国而言，最重要的是如何重拾消费者对于国产乳制品的信心，使我国的乳制品质量安全能够过关，保证食品质量，再从口味、口感等因素方面去加强。

6.2 变量选择及定义

本文通过分析北京市石景山区居民对于进口乳制品的消费状况，对我国乳制品的质量安全满意态度等问题的研究，对调查的结果进行回收统计，本文运用 Excel 进行描述分析，并运用 SPSS16.0 统计软件对关键的影响因子进行二项 Logistic 回归分析，从而得出主要结论和相关的政策建议。

综合前面的人口基本信息的描述性分析、各因素与北京市石景山区居民乳制品消费行为的交叉分析和影响消费者购买进口乳制品的因素，本文对各变量的定义、描述性统计以及预期作用方向归纳如下：

表 6-2 变量定义及描述性统计

Table 6-2 variable definitions and descriptive statistics

变量名称	变量定义及赋值	预期方向
因变量(消费者购买进口 乳制品频率)	偶尔购买=0; 经常购买=1	
质量满意程度	非常满意=1; 基本=2; 有些影响=3; 影响很大=4	+
主要消费人群是否为年 轻人	是=0; 否=1	+
品牌	完全不重要=1; 不重要=2; 有些不重要=3; 重要=4; 非常重要=5	+
文化程度	高中/中专=1; 本科=2; 研究生=3; 研究生及以上=4	+/-
职业	农民=1; 学生=2; 教师=3; 公务员=4; 企业职工=5; 离退休人员 =6; 其他=7	+/-
居住区域	北京城六区=1; 北京郊区=2	-
家庭月收入	5000 元以下=1; 5000 元-10000 元=2; 10000-15000 元=3; 15000 元 -20000=4; 20000 元以上=5	+
乳品安全事件了解程度	完全不重要=1; 不重要=2; 有些不重要=3; 重要=4; 非常重要=5	+/-

注：“+”代表有正向影响，“-”代表有负向影响

6.3 模型设定与选择

本文将使用 SPSS16.0 统计软件对本次调查研究的问题进行二元 Logistic 线性回归分析，由多个自变量的最优组合共同来预测或估计因变量，预测或估计更有效，更符合实际。不仅在农业经济领域，而且在医学等生活领域也有着非常普遍的运用。本

文从进口乳制品的角度,对北京市石景山区消费者购买进口乳制品的消费行为进行调查,因变量的选项为两个,是二分变量,赋值为0和1。因此,选择二项 Logistic 线性回归进行分析比较合适。

其中,因变量 Y 为居民购买进口乳制品的频率,另外依据乳制品消费的特性,本文将质量满意程度、主要消费人群、品牌、文化程度、职业、居住区域、家庭月收入 and 乳制品安全事件了解程度作为控制变量 X。

6.4 模型估计过程

表 6-3 北京市石景山区进口乳制品消费 logistic 模型回归结果

Table 6-3 Imported dairy consumption Beijing city logistic regression model results

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	乳品安全事件了解程度	-.593	.274	4.670	1	.031	1.809
	主要消费人群	.021	.166	.017	1	.027	1.022
	文化程度	-.586	.355	2.736	1	.098	.556
	职业	-.016	.142	.012	1	.912	.984
	居住区域	.060	.487	.015	1	.902	1.062
	家庭月收入	.430	.204	4.441	1	.035	1.538
	乳制品质量满意度	-.698	.234	8.884	1	.003	.498
	Constant	-1.934	1.664	1.350	1	.245	.145

6.5 回归分析结果及结论

表 5-3 是二元 logistic 回归模型的拟合结果,表格从左到右的顺序依次表示变量及常数项的系数值(B),标准误差(SE),统计量(wald),自由度(df),显著水平(sig)。由 Wald 检验可得知,在选取的 7 个变量中:乳制品质量满意程度,主要消费人群、家庭月收入,和乳制品安全事件了解程度这四个因素在回归模型中的显著系数 Sig<0.05,具有统计学意义,对北京市石景山区进口乳制品的购买呈显著性影响,并且家庭月收入 and 主要消费人群这两个因素对于北京市石景山区进口乳制品的消费行为具有正向作用,家庭收入对于购买进口乳制品的消费行为影响较大,家庭月收入越高,对进口乳制品的购买能力越强;乳制品质量满意度和乳品安全事件了解程度这两个因素对于北京市石景山区进口乳制品的消费行为具有反向作用,对国内乳制品的质量越不满意,则对进口乳制品的购买能力越强。

从上述的 Logistic 回归模型结果中,得出以下结论:

6.5.1 家庭月收入

家庭月收入这个因素在二元 logistic 模型回归中显著水平为 0.035，显著系数 $Sig < 0.05$ ，说明家庭月收入在 0.05 水平下显著，回归系数 B 大于 0，说明了家庭月收入是正向影响因变量进口乳制品的消费频率。消费者的家庭月收入越高，进口乳制品的消费消费频率越高，对进口乳制品的消费行为就越强烈。

本次调查中显示，家庭月收入主要集中在 5000-10000 和 10000-15000 中，家庭收入在 5000-10000 和 10000-15000 的居民中，每户居民购买进口乳制品所比例为 25% 的所占据多，而家庭收入在 5000 以下的家庭很少对进口乳制品进行消费，而 15000-20000 和 20000 以上家庭月收入的家庭会选择近一半的进口乳制品的购买，可见家庭收入不同，造成的消费观念也不同，中等收入的人群一般选择相对少量的进口乳制品作为家庭的乳制品消费。可见家庭收入会影响居民对于进口乳制品的消费。

乳制品的进口与消费者收入水平是离不开的。可是现在，我们国家的综合实力一直持续呈现上升状态，人民对生活的质量的追求也比从前进了一大截，乳制品的对人民的益处广泛传播中，乳制品当中的营养成分也逐渐被人们所发觉，意识到乳制品可以提高免疫力，而且，不仅对婴幼儿，对各个人群都有非常重要的作用，中国人对于乳制品的需求正在逐渐扩大，尤其是在像北京，上海、广州这些发展速度快也很成熟的城市，伴随居民的收入水平提高，人们购买乳制品的频率也会增高。

6.5.2 消费群体年轻化

主要消费人群这个因素在二元 logistic 模型回归中显著水平为 0.027，显著系数 $Sig < 0.05$ ，说明主要消费人群在 0.05 水平下显著，回归系数 B 大于 0，说明了主要消费人群是正向影响因变量进口乳制品的消费频率。

在本次的调查中可以看出，青年人对于进口乳制品的消费频率很高，在每月进口乳制品支出比例为 25% 中，青年人占据了 44.29%；在每月进口乳制品支出比例为 50% 中，小孩和青年人分别占据了 30%，11.43%，可见小孩和青年人是经常食用进口乳制品的，因为一方面，婴幼儿需要食用奶粉去补充营养成分，而进口奶粉是现在很多年轻父母首选的产品；另一方面，由于习惯的养成，青年人对各种口味的牛奶和酸奶有着很浓烈的兴趣，而进口乳制品的口感和种类较多，例如，韩国的宾格瑞香蕉牛奶等进口口味牛奶，最近几年，在线上电商平台的销售量一直排在前列，年轻消费者也更偏爱。而中年以上的消费群体，对进口乳制品的支出则较少。

6.5.3 对乳制品质量安全仍信心不足

乳制品质量安全满意程度和乳制品安全事件了解程度这两个因素在二元 logistic 模型回归中显著水平分别为 0.031 和 0.003，显著系数 $Sig < 0.05$ ，说明乳制品质量安全满意程度和乳制品安全事件了解程度这两个因素在 0.05 水平下显著，乳制品质量安全满意程度和乳制品安全事件了解程度的回归系数 B 小于 0，说明了乳制品质量安全满意程度和乳制品安全事件了解程度是反向影响因变量的。

在本次的北京市石景山区进口乳制品消费行为的调查中,对目前中国乳制品制品的质量状况是否满意这个问题中,选择非常满意的消费者有 6.87%;选择满意的消费者有 27.1%;选择一般的消费者 54.96%;选择不满意的消费者有 9.16%;选择极不满意的消费者有 1.91%。可见,消费者对于国产乳品的满意程度一般。在本次调查中消费者平时在超市购买奶制品时会考虑产地来源(进口与非进口)的因素中,选择完全不重要的消费者有 4.58%,选择不重要的消费者有 27.48%,选择有些重要的消费者有 20.61%,选择重要的消费者有 26.72%,非常重要的消费者有 20.61%。由此可以看出,消费者在购买乳制品时,会去关注产地,进口与非进口的这个因素。三聚氰胺事件之后,我国消费者对于我国乳制品的质量安全也是呈观望态度,尤其是一些消费者会选择海外代购的方式去购买婴幼儿奶粉,而在超市中选择进口乳制品的消费者也不在少数,消费者最关心的还是乳制品的安全性这个问题。进口乳制品不断地涌入我国,占据我国乳制品市场,长此以往,对于我国的奶牛养殖业,乳品加工企业的健康发展都是不利的,最近几年,国家在食品安全方面的工作也正在不断加强,消费者对于国产乳制品的信心也在逐渐恢复,这还需要国家和我国乳品加工企业不断努力,政府应当加强乳制品安全体系的建设;加大国产乳制品的安全知识普及,企业应当建立乳制品信息追溯平台,借鉴国外成功经验,加大科研力度,开发出属于我国自己的品牌。相信重拾人们对国产乳制品的信心指日可待。

6.6 本章小结

本章是结合第五章的北京市石景山区进口乳制品的数据描述分析的基础上,对影响进口乳制品的主要因素进行计量统计分析,并运用 SPSS16.0 统计软件对关键的影响因子进行二项 Logistic 回归分析。

首先,根据影响消费者购买进口乳制品的因素进行变量的选取,并进行预期的估计。

其次,选取自变量乳品安全事件了解程度、主要消费人群、文化程度、职业、居住区域、家庭月收入 and 乳制品质量满意度这七个变量为 X,选取因变量消费者对进口乳制品的消费频率为 Y。并将上述自变量和因变量带入到 SPSS16.0 中,进行二项 Logistic 回归分析。

最后,通过分析得出,乳制品质量满意程度,主要消费人群、家庭月收入,和乳制品安全事件了解程度这四个因素对消费者购买进口乳制品的频率有显著影响。从而可得出,家庭月收入,消费群体年轻化和对乳制品质量安全仍信心不足是影响消费者购买进口乳制品的主要因素。

7 提升国产乳制品竞争力的对策建议

7.1 政府角度

7.1.1 亟待强化乳制品安全体系建设

食品安全的问题，是需要政府进行加强对食品安全保障体系的完善。首先，一套完整的安全保障体系对于国产乳制品的发展格外重要，在本次的北京市石景山区进口乳制品消费行为的调查中，对目前中国奶制品的质量状况是否满意这个问题中，选择非常满意的消费者有 6.87%；选择满意的消费者有 27.1%；选择一般的消费者 54.96%；选择不满意的消费者有 9.16%；选择极不满意的消费者有 1.91%。可见，消费者对于国产乳制品的满意程度一般，对国产乳制品的信心还没有恢复。而如何使我国消费者对于国产乳制品重拾信心，则需要政府等相关部门进行管理。其次，建立乳制品质量溯源体系。一套完整的溯源体系，从乳制品的生产到最后的销售，都可以通过“可追溯平台”都对产品整个环节的进行全程监管，每个产品都有属于自己的“身份证”，一旦出现任何问题，无论是哪个环节，消费者都可以追踪到。伴随互联网的进步，借助“互联网+”的大趋势，这种方式也将会方便生产者进行监管。当然，消费者方面，目前没有形成追溯的习惯。乳品企业方面，做产品追溯的成本也比较大。所以，作为政府部门就要尽快推进这种制度的形成，需要政府部门找出一套适合我国乳制品发展的科学并且标准的体系，使得生产、加工和出售这三个环节，能够做到真正的公开透明。

7.1.2 加大国产乳品安全知识的宣传力度

政府在保障和完善乳制品安全体系的同时，还要注重对我国消费者进行国产乳制品的安全宣传教育。在本次调查中，在本次的北京市石景山区进口乳制品消费行为的调查中，对是否识别乳制品安全认证标识的这个问题中，消费者认识绿色食品认证保障体系的占 66.79%；消费者认识 ISO9001（国际质量管理体系认证）的占 80.15%；消费者认识 QS（食品质量安全准入认证）的占 46.95%；消费者认识 HACCP（国际食品安全保障体系）的占 23.66%。此次调查中显示出，消费者对于一些日之品的安全认证标志并不熟悉，所以政府部门应该加大对国产乳制品的安全知识宣传力度。首先，政府相关基层部门，如街道办事处可以在社区组织讲座；或者网络上面开设讲堂或者开展宣讲会等宣传教育的活动。其次，可以和高校的老师或者乳品协会的专家合作对居民进行乳制品安全知识的普及，并且对婴幼儿、儿童、青少年的家长、老年人等群体开展详尽的教育宣传，让消费者可以真正的了解国产乳制品，有针对性的让消费者不仅仅是盲从的信任进口乳制品的安全程度^[41]，确保消费者对国产乳制品重拾信心，国产乳制品也是信得过的，并且更适合中国人的体质。当然“打铁还需自身硬”，

政府部门和企业从源头上保证了国产乳制品的质量安全，消费者才会更加信任国产乳制品。

7.1.3 推动现代化奶牛养殖业发展

我国乳品企业大量的进口奶粉作为生产加工的奶源，导致很多企业不选择我国的奶源，因此，部分地区的奶农出现杀牛，倒奶的现象，已经非常严重的危害到了我国奶农的经济利益，对我国的乳业养殖有猛烈的冲击，奶农的决心直线下降。我国乳品企业大量的进口奶粉作为生产加工的奶源，一方面，因为进口奶粉的质量有保障，作为奶源进行加工，企业不用承担质量安全的风险^[42]。另一方面，因为国外的奶牛养殖业发展很成熟，而且规范化、标准化，所以奶源成本十分低，因此我国乳品企业更倾向于选择进口奶源作为加工乳制品的原料。与国外相比，我国的加工的技术并不比国外差，养殖业是影响我国乳业发展的软肋。首先，我国可以引进国外品种的奶牛和先进设备进行养殖，转变养殖方式，无论是从奶牛良种的繁育、饲料喂养的管理、挤奶的技术、疫病的防治、质量安全控制进行数字化管理，推动现代化奶牛养殖业发展，从而提高奶牛产量。其次，相比较于产量，我们更应该提高的是生鲜乳的质量水平，加大科学研究的力度，使奶牛的养殖可以标准化、规范化，这样又节约了成本，还保证了质量。最后，加大对奶牛良种补贴政策的推进，为奶牛投入保险，使奶农的权益得到保障。乳品企业与奶农之间尽管签有契约，如果企业不收购，奶农就会亏本，农民的利益会受到损失^[43]。相信在政府和各部门的共同努力下，对我国奶牛养殖业的发展还是很有帮助的。

7.2 企业角度

7.2.1 建立乳制品信息追溯平台

我国的部分消费者之所以会花高价钱选择购买进口乳制品，是因为对我国的乳制品的质量仍缺乏信心，从2008年的三鹿奶粉出现“三聚氰胺”事件后，各大品牌也都陆续的被报道出各种各样的问题，这些种种的食品安全问题的发生，一个方面体现了我国政府相关部门对于食品安全问题监管不到位；另外一个重要的方面，说明了我国乳制品企业在问题出现后，产品的召回问题，负责人无法马上确认，使得问题乳制品继续外泄，消费者对于国产乳制品的信心则急剧下降^[44]。所以，建立乳制品信息追溯平台，促进“互联网+食品安全”的发展，让消费者从生产到加工到最后的销售，每个环节都有信息进行记录，消费者可以通过这样的一个平台去监控，全程可追溯^[45]。其一，不仅在源头上就可以抑制质量问题的发生，使企业形成自觉的监管体系。其二，一旦食品出现问题，就可使危害达到最低，找到问题所在，采取有效的措施，消费者的权益就可以得到保障。总的来说，重拾消费者对于国产乳制品的信心任重道远，通过这样的一个信息追溯平台，使政府、企业和消费者三者共同监管整个生产过程，相

信我国消费者对于国产乳制品重拾信心指日可待。

7.2.2 利用电商市场适应年轻消费者

利用电子商务的便利性，发展电商市场。在本次的北京市石景山区进口乳制品消费行为的调查中，对选择通过哪些渠道购买乳制品的问题中，消费者选择大型超市的占到 93.89%，消费者选择在网上购买的占到 40.46%，消费者选择在便利店购买的占到 39.31%，消费者选择在送奶上门购买的占到 9.92%消费者选择在 乳制品专卖店购买的占到 22.14%，消费者选择在其他地方购买的占到 2.29%。目前，选择大型超市进行购买乳制品的消费者占据很大一部分，但随着“互联网+”时代的到来，越来越多的消费者选择通过网上购物的方式进行消费。根据海关统计数据，2015 年全国乳制品进口量为 185 万吨，其中进口乳制品量为 72 万吨，占据了全国乳制品进口量接近一半。大多数的消费者也是通过跨境电商平台进行购买的。而在一号店，京东，天猫等电商平台中进口乳制品品牌占据了很大的市场，在一号店搜索“奶”的关键词，排在第一位和第二位的搜索词就是进口牛奶和进口奶粉。显示目前，许多大型超市也自己开发了 APP。例如，物美与多点合作开设了网上商城；沃尔玛商店也自身开发了 APP，为消费者提供便利的条件购买商品。物流的快速发展，消费者足不出户就可以通过电子商务平台检索出自己想要的产品。所以，作为乳制品的企业，通过市场调研，开发研制出适合我国消费者的乳制品，之后拓宽乳制品售卖的渠道，相信可以重拾我国消费者对于国产乳制品的信心。

7.2.3 借鉴国外成功经验

随着“三聚氰胺”事件的发生，许多企业选择从新西兰，德国等地直接进口进口奶粉，我国的乳制品企业将进口奶粉作为原料加工成乳制品，企业这样的发展模式是不正确的。从企业角度，不利于我国的乳制品行业的发展，企业为了降低成本，保证质量安全而去选择进口奶粉作为奶源去加工生产，但是长此以往，企业不断的依靠外国原料进行生产是不会长久的，“打铁仍需自身硬”一个企业发展的根本就在于产品的本身，只有提高自身技术，才能够持续发展。第一，乳品企业可以借鉴奶业发达国家企业的成功经验，学习国外的生产和加工模式。第二，我国乳品企业可以与国外乳业发达国家的科研机构合作，引进国外先进技术，提高质量指标检测方面的技术，加大对质量安全的保障。相信不久的将来，我国的乳制品品牌也能占据世界市场。

7.3 消费者角度

7.3.1 树立理性的消费观念

在购买乳制品的时候，要树立理性的购买观念。在本次的北京市石景山区进口乳

制品消费行为的调查中，对平时在超市购买乳制品时考虑产地来源（进口与非进口）的因素这个问题中，消费者选择完全不重要的占据 4.58%，消费者选择不重要的占据 27.48%，消费者选择有些重要的占据 20.61%，消费者选择重要的占据 26.72%，消费者选择非常重要的占据 20.61%。消费者在购买乳制品时还是会考虑“进口与非进口”的因素。但其实，也并不是所有的进口乳制品都是安全的。进口乳制品也是有质量不达标产品。2010 年的 3 月到 8 月，没有达标进口乳制品中，有百分之九十多是进口奶粉，其中进口的婴幼儿配方奶粉占进入我国境内的不合格乳品的 67.68%。2015 年 12 月，澳大利亚产地的，美诺滋全脂巴氏杀菌牛奶被入境后被我国检查出超过保质期。2016 年初，美国、韩国等国家的进口乳制品在入境时也因为各项指标不达标而被我国海关查处。进口乳制品虽然受到国内消费者的青睐，但是也存在一些问题，那就是进口乳制品的储存和运输要求必须非常高。在本次的消费调查中，在超市的进口牛奶普遍以进口常温奶为主，保质期普遍是在 9 个月到一年不等。而国内的常温奶普遍是在 30 天到 50 天不等，进口乳制品之所以保质期长，就是因为进口乳制品要经过过关、运输、检验等环节，如果保质期较短的话，还没有运输到中国就已经超过保质期了，而越临近保质期，营养成分也会流失^[46]。事实上，进口乳制品的新鲜程度远没有国内乳制品新鲜。消费者在购买乳制品的时候，要树立正确的消费观念，商品的价格并不决定着质量的高低，进口的商品的质量也不一定就是高质量产品。

7.3.2 购买适合自身体质的乳产品

购买适合自己的乳制品。在本次的北京市石景山区进口乳制品消费行为的调查中，对平时在超市购买乳制品时考虑知名品牌的因素这个问题中，消费者选择完全不重要的占据 2.29%，消费者选择不重要的占据 1.53%，消费者选择有些重要的占据 9.54%，消费者选择重要的占据 38.55%，消费者选择非常重要的占据 48.09%。很多消费者在购买乳制品的时候具有盲目的心理，一些消费者甚至宁愿去购买一些没有中文标识的进口品牌的乳制品，但其实，一些进口乳制品当中的营养成分和口味偏好也并不适合中国消费者，并且，像近期媒体报道的越南酸奶，一些没有中文标识的进口产品的安全性也无法确保。综上所述，我国的消费者应当树立理想的消费观念，破除“进口”就一定高品质的的认识。当然这一切还需要政府监督和管理我国乳制品行业的质量安全。企业在良性竞争的条件下，不断提升自身对产品的要求。

8 结论

8.1 主要结论

本文的研究分为以下三个部分，第一部分是介绍北京市进口乳制品的消费状况，研究了进口乳制品对我国乳制品的影响。第二部分利用北京市石景山区进口乳制品消费者的调查数据。首先，通过研究影响消费者购买进口乳制品的主要因素，从调查问卷的数据中选取变量，包括消费者个人基本特征，家庭月收入，不同购买人均年龄，进口乳制品的频率选择，质量安全满意度，购买渠道和品牌及产地偏好进行了数据的描述性分析，研究各影响因素对北京市石景山区居民购买进口乳制品消费行为的具体影响情况。其次，通过二项 Logistic 线性回归模型，研究分析可能的变量对乳制品消费行为的影响程度。最后研究结论表明，乳制品质量满意程度，主要消费人群年龄、家庭月收入和乳制品安全事件了解程度这四个因素对进口乳制品消费行为有比较显著影响。第三部分是通过上述的研究调查得出的结论。

通过研究，本文得出如下结论：1、家庭月收入影响消费者对进口乳制品的购买，收入高则进口乳制品的购买频率也会高。2、消费人群年龄影响消费者对进口乳制品的购买。3、消费者对奶类产品的安全性仍然信心不足。同时本文从三个角度分别提出促进我国乳业健康发展的对策建议。政府角度来说，第一，应当亟待强化乳制品安全体系建设，发现问题后可以及时解决，做到真正的公正透明。第二，加大国产乳制品安全知识的宣传力度，让人们对于国产乳制品放心。第三，大力推动现代化奶牛养殖业发展，奶牛养殖是乳业发展的源头，现代化农业是我国农业未来的发展方向，可以引进国外品种的奶牛和先进设备进行养殖，转变养殖方式；从企业角度来说，第一，应当建立乳制品信息追溯平台，让消费者对于乳制品可以全程追溯。第二，利用电商市场适应年轻消费者，网购时代的到来，不仅方便了消费者，也为自身直接产生品牌效果。第三，借鉴国外经验，引进成熟技术，加大对我国乳制品质量安全的保障；从消费者角度来说，第一，应树立理性的消费观念，避免盲目购买进口乳制品。第二，应当购买真正适合自身体质的乳产品，破除“进口”就一定高品质的的认识。

8.2 研究的不足和研究展望

本文选取了北京市石景山区作为调查的研究对象，得出数据，分析了影响北京市石景山区进口乳制品的消费者行为分析，并得出主要因素。第一，本文只选取了北京市石景山区的几个进口乳制品消费量较大的大型超市，并通过微信的方式发放问卷，数据量不够，所以最后结果可能有所偏差。第二，论文的对策建议只从政府、企业和消费者三个角度入手进行研究，还有一些其他的因素没有讨论。第三，由于奶业年鉴等相关资料还没有更新发布，数据有些并不是最新的，对于现状的分析不能更好的展现出来。在今后的学习研究当中，会更加全方位多角度的对消费者行为理论进行更深

度的学习和研究，对提升国产乳制品竞争力建言献策，相信我国消费者重拾信心指日可待。

参考文献

- [1]刘艺卓.我国乳制品进口的增长因素分析[J].中国乳业,2009,04:19-21.
- [2]穆琳.标签信息对消费者乳制品购买行为的影响研究[D].哈尔滨理工大学,2014.
- [3]Frank Fuller,John Beghin,Scott Rozelle,范荣静,王宝英.中国城市乳制品消费状况:对北京、上海及广州的调查[J].古今农业,2011,04:110-116.
- [4]王云梓.消费者对乳制品的购买意愿分析——以武汉市为例[J].当代经济,2012,24:32-33.
- [5]沈文华,李兴稼,杨静.2006年北京市城镇居民乳品消费现状分析[J].中国乳业,2007,06:10-13.
- [6]许晓曦,乳品安全与质量控制[M].北京:科学出版社,2012:1
- [7]HariDwi Utami.Consumer Behavior Toward Goat Milk and Its Processed Products in Malang, Indonesia[J]. Journal of International Food & Agribusiness Marketing,2014,261:.
- [8]Meral Uzunoz,Yasar Akcay,Anthony N. Rezitis.A Case Study of Probit Model Analysis of Factors Affecting Consumption of Packed and Unpacked Milk in Turkey[J]. Economics Research International,2012,2012:.
- [9]Anonymous.Chocolate milk to the rescue? Flavored milk could spur growth, study states[J]. Dairy Foods,2013,1148:.
- [10]Gulgun Yildiz Tiryaki,Cuma Akbay.Consumers' fluid milk consumption behaviors in TURKEY: an application of multinomial logit model[J]. Quality & Quantity,2010,441:.
- [11]B. K. Roy ,K. S. Huque ,M. R. Islam ,M. Hasanuzzaman ,M.M. Rahman. Consumption Pattern of Milk and Milk Products among Different Income Levels in Some Selected Areas of Bangladesh[J]. Pakistan Journal of Nutrition,2002,16:.
- [12]Caroline E.Handford,Katrina Campbell,Christopher T. Elliott.Impacts of Milk Fraud on Food Safety and Nutrition with Special Emphasis on Developing Countries[J]. COMPREHENSIVE REVIEWS IN FOOD SCIENCE AND FOOD SAFETY,2016,151.
- [13]Minjung Sung,Hye Hyun Hong.The influence of risk perception on South Korean mothers' use of infant formula[J]. Health, Risk & Society,2015,175-6:.
- [14]衣晓秋.进口乳制品对我国乳制品业发展的影响和对策研究[D].河北工业大学,2014.
- [15]李月影,席倩文,任敬,孟维一,吕东玲.进口乳品冲击环境下国产乳品面临的问题及发展对策[J].经济研究导刊,2014,23:28-29+32.
- [16]王海春.进口乳制品对我国奶业发展的影响[J].现代营销(学苑版),2012,01:174-175.
- [17]孙桂兰.论乳制品进口过快增长对我国奶业发展的影响[J].赤峰学院学报(自然科学版),2015,08:116-118.
- [18]邱月,刘雪涛,董国梁.关于中国乳品行业现实危机和未来升级的相关思考[J].乳品与人类,2011,04:14-26.

- [19]张亚伟,任爱胜,何洋,赵婧洁.奶粉进口激增对我国奶业发展的影响分析[J].中国畜牧杂志,2014,02:35-39.
- [20]姚迅.城市消费者超市购买乳制品的影响因素研究[D].四川农业大学,2010.
- [21]韩胜文.北京市居民乳品消费行为研究[D].中国农业科学院,2008.
- [22]邓郁,张伟,周晓辉.河北省消费者对乳制品的支付意愿分析[J].黑龙江畜牧兽医,2013,16:17-19.
- [23]王贵荣,陈彤,王伟.城镇居民奶制品消费行为分析——基于新疆的问卷调查[J].中国畜牧杂志,2009,20:48-52.
- [24]李秉龙,邢伟,乔娟.消费者乳品购买行为与支付意愿分析——以北京市居民为例[J].中国食物与营养,2008,07:31-34.
- [25]胡金梅.中国原料奶价格形成机制研究[D].内蒙古大学,2012.
- [26]沈笛.乳制品供应链质量管理研究[D].东北财经大学,2012.
- [27]陈思.中国原料奶和鲜奶价格波动与调控机制研究[D].内蒙古大学,2011.
- [28]王校丽.基于消费者行为研究模型的绿色食品消费研究[D].湖北工业大学,2011.
- [29]李剑红.南京市安全蔬菜消费行为研究[D].南京农业大学,2012.
- [30]周海玲.安全认证与可追溯食品消费行为研究[D].中国海洋大学,2014.
- [31]熊瑾瑜.网络文学用户之生活形态和阅读动机、消费意愿的关联性研究[D].厦门大学,2014.
- [32]伏浩.中国乳品消费研究[D].中国农业大学,2003.
- [33]张聪伟.影响消费者购买决策的个人因素[J].中国城市济,2011,05:292.
- [34]王铜铜,郭英,任立明,费菁,李宁,于政权,孟庆勇.北京奶业发展形势现状及问题对策[J].中国畜牧杂志,2015,18:15-20.
- [35]王珂 周庆华.食品安全,赢回信任有多难[N].人民日报,2013-11-29017.
- [36]张茜灵.中国乳业市场国际化博弈的本质[J].乳品与人类,2012,02:22-27.
- [37]苏惟真,李翠霞.哈尔滨市乳制品消费者意愿调查[J].中国集体经济,2011,13:30-31.
- [38]刘韵非.北京市奶类市场问题研究[D].中国农业科学院,2013.
- [39]杨俐.我国居民乳品消费及促销效应的研究[D].中国农业科学院,2010.
- [40]靳延平.中国原料乳质量管理体系研究[D].内蒙古农业大学,2009.
- [41]周全.城市消费者乳制品购买行为的实证研究[D].浙江大学,2010.
- [42]魏秀芬,郑世艳,赵宇红.乳制品进口对我国乳业发展的影响及有关政策建议.[J].中国奶牛,2013,12:1-5.
- [43]李志强,董晓霞,刘自杰,杨勇.乳制品进口急剧增加不利于我国奶业发展[J].农产品市场周刊,2010,44:37-39.
- [44]王猛.我国食品安全管制的经济学分析与经验借鉴[D].山东大学,2012.
- [45]郑火国.食品安全可追溯系统研究[D].中国农业科学院,2012.
- [46]郭峰.奶粉勾兑的牛奶充斥超市货架[N].杭州日报,2005-10-24008.

附录

北京市石景山区进口乳制品消费行为研究调查问卷

调查时间：2015年9月至11月

调查地点：北京市石景山区超市

您好！我是河北农业大学，农村与区域发展专业的学生，为探究北京市消费者的进口乳制品消费状况，特此展开调查。调查所获信息仅供学术研究，不做商业用途。请您根据实际情况填写。非常感谢您的支持与配合本次的调查研究。

一、消费者购买行为调查

1、您是否经常购买乳制品？（）

A.天天购买 B.经常购买 C.偶尔购买 D.基本不购买

2、您平时在超市购买奶制品时考虑以下因素吗？

	完全不重要	不重要	有些重要	重要	非常重要
有安全认证					
知名品牌					
价格适中					
产地（是否为进口）					
包装吸引人					
生产日期					
营养成分					
有优惠条件					

3、您在超市主要购买何种奶制品？（）（可多选）

A.液态奶（包括纯牛奶及生鲜牛奶） B.调味乳饮料 C.全脂乳粉 D.脱脂乳粉 E.调制奶粉（指包含有添加成分的如中老年奶粉，学生奶粉等） F.酸奶

4、您一般购买哪种包装的乳制品？（）（可多选）

A.砖形利乐包（由纸/铝/塑组成的6层复合纸包装） B.枕形利乐包
C.无菌塑料袋 D.玻璃瓶

5、您对我国乳制品安全事件的了解程度为？（）

A.了解程度很高 B.比较了解 C.一般了解 D.很少了解 E.从未了解

6、您对目前中国奶制品的质量状况满意吗？（）

A.非常满意 B.满意 C.一般 D.不满意 E.极不满意

7、您对进口乳制品的态度？（）

A.绝对相信 B.主动尝试 C.观望态度 D.支持国货

8、您曾经购买过进口乳制品吗？（）

B.偶尔购买（请跳到第10题）

C.经常购买（请跳到第11题）

9、您偶尔购买进口乳制品的原因是？（）（可多选）（请跳到第12题）

- A.进口乳制品价格太高 B.国产乳制品营养性好、服务优质
C.国产乳制品安全性高 D.对进口乳制品不太了解
- 10、您经常购买进口乳制品的原因是? () (可多选)
A.进口乳制品价格实惠、食用方便 B.进口乳制品营养性好、服务优质
C.对国产乳制品不放心,进口乳制品安全性高,质量有保证
- 11、如果选择购买进口乳制品,您会选择购买哪国产地的乳制品? () (可多选)
A.新西兰 B.澳大利亚 C.德国 D.法国 E.其他_____
- 12、如果选择购买进口乳制品,您一般选择进口乳制品的品牌为? () (可多选)
A.欧德堡(Oldenburger) B.安佳(Anchor) C.雀巢(Nestle)
D.德运(Devondale) E.澳特兰(ALTIPLANO) F.纽麦福(Meadow Fresh)
G.多美鲜(Suki) H.德亚(Weidendorf) I.其他_____
- 13、如果选择进口乳制品,您一般选择进口乳制品的类型是? () (可多选)
A.常温奶(超高温灭菌奶) B.酸奶 C.保鲜奶(巴氏消毒奶) D.奶粉
E.乳酸菌饮料或口味牛奶饮料 F.其他乳品(如奶片、奶酪、冰激凌等)
- 14、如果选择购买国内乳制品,您会选择国内乳制品的品牌为? () (可多选)
A.蒙牛 B.伊利 C.三元 D.光明 E.君乐宝 F.其他_____
- 15、“三聚氰胺”等问题发生后,您更偏好进口乳品的质量安全性吗? ()
A.当然会 B.可能会 C.可能不会 D.完全不会
- 16、您每月乳制品方面的支出? ()
A.50元以下 B.50—70元 C.70—100元 D.100—150元 E.150元以上
- 17、您每月乳制品方面的支出中,进口乳制品的消费占多少? ()
A.0% B.25% C.50% D.75% E.100%
- 18、如果收入水平提高了,您对进口乳制品消费量会有变化吗? ()
A.增加较快 B.适量增加一些 C.保持不变
- 19、如果乳品价格小幅提高,您对进口乳品的消费量可能会怎样变化? ()
A.保持不变 B.适量减少一些 C.明显减少
- 20、您会选择通过哪些渠道购买乳制品? () (可多选)
A.大型超市 B.乳制品专卖店 C.便利店 D.送奶上门 E.网上 F.其他_____
- 21、您从何种渠道了解奶制品相关信息? () (可多选)
A.电视广播 B.自身经验 C.报纸杂志 D.熟人介绍 E.网上
- 22、您能否辨认以下的安全认证标识? () (可多选)
A.绿色食品认证保障体系 B.ISO9001(国际质量管理体系认证)
D.QS(食品质量安全准入认证) C.HACCP(国际食品安全保障体系)
- 23、您家中购买进口乳制品的主要消费人群是否为年轻人? ()
A.是 B.否
- 24、您家中的主要消费人群? ()
A.老人 B.小孩 C.青年人 D.中年人 E.全家 D.其他_____

二、消费者基本信息

1、您的性别为? ()

A.男 B.女

2、您的年龄为? ()

A.20岁及以下 B.21—30岁 C.31—40岁
D.41—50岁 E.51—60岁以上 F.60岁以上

3、您的文化程度? ()

A.高中/中专 B.本科 C.研究生 D.研究生及以上

4、您的职业? ()

A.农民 B.学生 C.教师 D.公务员 E.企业职工 F.离退休人员 H.其他

5、您的居住区域?

A.北京城六区 B.北京郊区

6、您的家庭月收入? ()

A.5000以下 B.5000-10000 C.10000-15000 D.15000-20000 E.20000以上

再次感谢您的支持与配合!

作者简介

个人信息:

杜宏宇，女，生于 1992 年 7 月，出生于北京市石景山区，河北农业大学 2014 级研究生，获农业推广硕士学位。

教育背景:

- (1) 2010.9-2014.6 北京农学院 农林经济管理专业
- (2) 2014.9-2016.6 河北农业大学 农村与区域发展专业

致谢

硕士研究生最后的一年里，我在刘秀娟老师的指导下完成了《北京市居民进口乳制品消费行为研究——以石景山区为例》的毕业论文。在这完成的过程中，要特别感谢老师和同学们对我的帮助。特别是要感谢我的指导老师——刘秀娟老师，在我论文遇到困难的时候，为我悉心的指导和热情的帮助。在我有疑问的时候，也细心的为我讲解，解除我的疑惑。作为一名农村与区域发展专业的毕业生，在硕士研究生的学习中让我明白了农村与区域发展专业应当要具备全面思考问题的能力。感谢老师们平日里的谆谆教诲，为我讲为人处事的道理，让我在工作的时候，也变得非常严谨，认真。感谢商学院的老师，对我在学习和生活上的支持和帮助，也要感谢我的同学们和我的舍友。最后，对刘秀娟老师说一声感谢！

杜宏宇
2016年5月