

# 新型鱼乳豆浆购买意愿及其影响因素实证分析

张国政, 肖鹏, 许思嘉 (湖南农业大学商学院, 湖南长沙 410128)

**摘要** 在对 350 个潜在消费者进行问卷调查的基础上, 利用 SPSS 分析了消费者对于新型鱼乳豆浆制品的购买意愿及其影响因素。结果表明, “消费者对于新型鱼乳豆浆制品的认知”、“消费者个人偏好”、“外部影响”3 个因子均对购买意愿存在显著影响, 其中“消费者对于新型鱼乳豆浆制品的认知”这个因子的影响最大。据此提出了促进消费者购买新型鱼乳豆浆制品的相应对策。

**关键词** 消费者; 新型鱼乳豆浆; 购买意愿; 影响因素

**中图分类号** S-9; F304.3 **文献标识码** A **文章编号** 0517-6611(2014)24-08400-02

## An Empirical Analysis on the Purchase Intention for the New Fish-Soybean Milk and Its Influencing Factors

ZHANG Guo-zheng et al (Business School, Hunan Agricultural University, Changsha, Hunan 410128)

**Abstract** Based on a questionnaire survey of 350 potential consumers, using SPSS to analyze the consumers purchase intention for the new fish-soybean milk products and its influencing factors. The results showed that, “consumers cognition for the new fish-soybean milk products”, “consumers preference”, and “external influence” three factors have significant effects on purchase intention. The factor “consumers cognition for the new fish-soybean milk products” has the most significant influence. Finally, this paper puts forward the corresponding countermeasures to promote consumers buying new fish-soybean milk products.

**Key words** Consumer; New fish-soybean milk; Purchasing intention; Influencing factors

豆浆不仅营养丰富, 且相比较牛奶更加适合东方人食用和吸收。新型鱼乳豆浆是在传统豆浆生产的基础上, 通过添加鱼蛋白营养液, 经过特殊的生产工艺生产的一种营养价值极高、无腥味、稳定性好, 外观和牛乳类似的新型营养饮料。兰时乐等描述了鱼乳豆浆的生产工艺, 并检测了鱼乳豆浆的营养成分, 对于鱼乳豆浆的特性有了完整的描述<sup>[1]</sup>。新型鱼乳豆浆高营养绿色无添加的特点正好与人们现在对于饮品的需求相符, 但影响消费者对于该类产品购买意愿的因素是多样化的。李秉龙等以北京市的 500 户居民调查问卷作为研究的基础, 进行实证分析之后认为影响消费者购买乳品的主要因素为乳品的质量安全<sup>[2]</sup>。赵元凤等基于对呼和浩特市 200 户居民的调查研究, 认为广告传媒对于消费者乳品的购买有重大的引导作用<sup>[3]</sup>。杨俐等通过对北京市居民的调查, 并对数据进行 Logistic 回归分析后认为价格是影响消费者对于乳品购买意愿的最重要的因素<sup>[4]</sup>。

新型鱼乳豆浆作为一种新的饮品, 十分有必要对消费者购买意愿影响因素进行调查, 了解影响消费者购买这种新型饮料的因素, 为促进这种产品的营销决策提供帮助, 笔者对潜在消费者群体进行了大量的走访和问卷调查, 并在此基础上提出了相关对策。

## 1 基本假设及研究模型

### 1.1 消费者对于新型鱼乳豆浆购买意愿的影响因素

**1.1.1 消费者对于新型鱼乳豆浆制品的认知。** 鉴于鱼乳豆浆制品是一种全新推出的新型健康饮品, 笔者认为消费者对该产品的认知会对消费者购买鱼乳豆浆制品产生重要的影响, 甚至是消费者购买该产品的一个重要前提<sup>[5]</sup>。

**1.1.2 消费者个人偏好。** 消费者根据自身的意向对可供消

费的某种商品或者商品组合进行排序, 这种排序反映的是消费者个人的兴趣、嗜好和需求。

**1.1.3 外部影响。** 作为影响消费者购买行为的一个重要的因素, 外部因素体现的是大环境下消费者在其个人消费行为中所受到的各种影响。

### 1.2 研究模型 基于上述分析, 提出下列假设:

H1: 消费者认知与新型鱼乳豆浆购买意愿存在正相关关系; H2: 消费者个人偏好与新型鱼乳豆浆购买意愿存在正相关关系; H3: 外部影响与新型鱼乳豆浆购买意愿存在正相关关系。理论模型如图 1 所示。

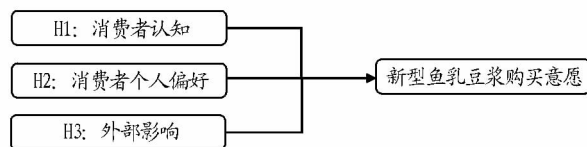


图 1 理论模型

## 2 实证研究

**2.1 问卷设计** 问卷由两部分组成。第一部分包含实证模型中所有变量的测度项, 利用 Likert5 级量表对所有问题进行打分, 被调查者在 1~5 之间选择: “1 = 非常不赞成, …, 5 = 非常赞成”。第二部分为调查对象的基本信息, 包括消费者的性别、年龄、教育程度、职业、月收入等信息。

**2.2 数据基本统计情况** 采用“一对一”访谈的形式进行问卷调查, 共发放问卷 350 份, 回收的问卷为 350 份, 其中有效问卷 336 份, 问卷有效率为 96%。被调查者中女性消费者占 69.94%, 男性消费者占 30.06%。18~39 岁的受访者占到了 91.67%, 其他年龄的受访者占 8.33%。在教育水平上, 本科及以上占到了 69.64%, 其余的受访者教育水平在专科及以下。在受访者的职业分布上, 学生占到了多数, 为 59.23%, 其次为私营业主, 为 22.92%, 其余职业占 17.85%。在月收入水平上, 1 200 元以下的占 49.4%, 1 200~3 000 元的占 25.3%, 其余收入水平为 25.3%。个人每月饮料开销在 100

**基金项目** 国家社科青年基金“基于质量安全视角的农产品顾客感知价值形成机制实证研究”(12CGL046)。

**作者简介** 张国政(1976-), 男, 湖北浠水人, 副教授, 博士, 硕士生导师, 从事农产品营销研究。

**收稿日期** 2014-07-16

元以下的占 51.19%, 100~300 元的为 35.12%, 300 元以上的为 13.69%。在该研究调查对象中, 青年群体和学生群体占到了多数, 鉴于我国饮料市场中青年及学生群体为主要消费群体, 所以该研究调查对象的选取是合适的。

**2.3 信度分析** 利用 SPSS 19.0 进行了信度分析, 得出 Cronbach's alpha 的数值为 0.865, 大于 0.80, 说明数据是十分可靠的。同时该数据删除测度项后的 alpha 值对于整体的变动不大, 所以可以认为各个选项都是有效可信的。

**2.4 因子分析**<sup>[6-7]</sup> 首先对样本数据进行了 KMO 测度, 发现其值为 0.869, 大于 0.500。同时进行了巴特利特球形检验, 其中  $P=0.000$ , 这两种检验结果均表明, 该研究理论模型适合进行因子分析。

各成分的方差贡献率以及因子累计方差贡献率见表 1。由表 1 可知, 只有 3 个特征根的值大于 1, 所以 SPSS 19.0 提出了 3 个因子, 第一个因子的方差贡献率为 35.243, 前 3 个因子的累计方差贡献率为 55.667%, 占据了方差贡献的较大部分。

表 1 信任变量题项的方差贡献率

成份	初始特征值			提取的因子累计方差总数		
	合计	方差的百分比//%	累积方差百分比//%	合计	方差的百分比//%	累积方差百分比//%
1	4.934	35.243	35.243	4.934	35.243	35.243
2	1.587	11.336	46.579	1.587	11.336	46.579
3	1.272	9.088	55.667	1.272	9.088	55.667
4	0.887	6.336	62.003			

基于方差最大旋转分析法对信任变量进行分析, 所得的因子系数矩阵见表 2。由表 2 可知, 在第 1 个因子的载荷中, “认可鱼乳能够保留鱼营养成分”、“认可鱼乳豆浆是安全的”、“能够接受鱼乳豆浆的口感”、“能够接受鱼乳豆浆的色泽气味”、“能够接受鱼乳豆浆的包装”、“能够接受鱼乳豆浆的价格”6 个题项载荷较大。在第 2 个因子的载荷中, “喜欢食用鱼和鱼制品”、“喜欢食用豆浆及豆浆制品”、“乐意尝试新型饮料”、“倾向于购买高营养、含多种微量元素食品”、“倾向于购买绿色无添加食品”5 个题项载荷较大。可见第 3 个因子的载荷中, “亲戚朋友会影响对食品的购买”、“购买食品会受各类广告的引导”、“购买食品会受政府及相关机构的引导”3 个题项载荷较大。

可以看出, 这 3 个因子跟前文假设所提出的 3 个影响因素也是非常吻合的, 因此利用这 3 个因子和购买意愿进行回归分析是合适的。

**2.5 线性回归分析** 利用 SPSS 19.0 影响因素数据进行线性回归分析, 结果见表 3。由表 3 可知, 3 个因子中的标准系数均为正值, 且 3 个因子均十分显著。在 3 个因子中, 第一个因子显著性水平远大于第二、三个, 由此可见, 消费者对于新型鱼乳豆浆制品的认知对于消费者购买新型鱼乳豆浆产生了十分重要的影响, 其次为消费者个人偏好和外部影响这 2 个因子分别对消费者购买新型鱼乳豆浆产生一定的影响。其中, 消费者个人偏好的影响大于外部影响对消费者购买新

型鱼乳豆浆的影响。而在这 3 个因子中, “认可鱼乳能够保留鱼营养成分”、“能够接受鱼乳豆浆的口感”、“喜欢食用豆浆及豆浆制品”、“倾向于购买绿色无添加食品”4 个变量最为显著。

表 2 基于方差最大旋转分析法的信任变量因子分析矩阵

题项	成分		
	1	2	3
认可鱼乳能够保留鱼营养成分	0.663	0.191	0.072
认可鱼乳豆浆是安全的	0.748	0.134	0.166
能够接受鱼乳豆浆的口感	0.785	0.222	0.028
能够接受鱼乳豆浆的色泽气味	0.821	0.194	0.084
能够接受鱼乳豆浆的包装	0.602	0.223	0.113
能够接受鱼乳豆浆的价格	0.610	0.220	0.308
喜欢食用鱼和鱼制品	0.351	0.540	0.039
喜欢食用豆浆及豆浆制品	0.060	0.794	0.046
乐意尝试新型饮料	0.276	0.543	0.109
倾向于购买高营养、含多种微量元素食品	0.257	0.605	0.152
倾向于购买绿色无添加食品	0.161	0.719	0.107
亲戚朋友会影响对食品的购买	0.084	0.078	0.768
购买食品会受各类广告的引导	0.100	0.170	0.803
购买食品会受政府及相关机构的引导	0.196	0.067	0.780

表 3 线性回归分析结果

模型	自变量	非标准化系数		t	Sig.
		B	标准误差		
因变量	因变量	3.313	0.047	70.516	0
消费者愿	消费者认知	0.598	0.047	0.535	12.717
意购买这种	消费者个人偏好	0.343	0.047	0.307	7.290
新型鱼乳豆	外部影响	0.195	0.047	0.174	4.141
浆制品					

**2.6 结果分析** 由回归分析结果可知, 假设 H1、H2、H3 均得到了支持, 说明消费者对于鱼乳豆浆的认知、个人偏好及外部给其的干扰会影响消费者的购买行为。首先消费者对于鱼乳豆浆制品营养性和安全性、食品风味及外观、价格等的认可会促进消费者对于该产品的好感, 从而提升购买意愿; 其次消费者的饮食偏好、个人风险偏好中对于新型鱼类、豆乳类制品的接受, 个人对于食品安全和食品营养的重视也会提升消费者对新型鱼乳豆浆的购买意愿; 同时, 认知的深入在一定程度上会改变个人偏好, 有助于提升购买意愿。而在外部影响上, 亲朋、各类广告、政府及相关机构的引导有助于提升消费者购买意愿<sup>[8-9]</sup>。

### 3 对策建议

根据上述实证研究得出的相应结论, 可以为提升消费者新型鱼乳豆浆购买意愿提出下列建议:

(1) 针对目标消费群体增加产品的宣传力度, 提升消费者对于新型鱼乳豆浆营养、绿色、无添加等产品特性的认知。如针对青少年消费群体, 可在大型购物网站开设专门网络商店并针对性的开展一定广告宣传活动; 而针对中老年消费群体, 可在平面媒体和电视、广播媒体开展针对性的宣传活动。

(下转第 8403 页)

水坝对自然环境和生态系统的负面影响,最终导致周围自然环境的严重破坏和恶化。工程活动如果过于强调工程效益,就会逃避对环境的伦理责任,漠视工程对自然环境造成的破坏影响。英国历史学家汤因比曾经指出,贪欲是隐藏在人性内部的动物性的一面,是一种罪恶,贪欲不仅是工业革命和征服自然、过度消耗自然资源的动机,而且是破坏生物圈和污染环境的动机。工业是以自然资源为物质基础,以技术为先导发展起来的,随着工业化进程不断加快,严重地打破、扰乱了自然界原有平衡与和谐。忽视自然环境的生态价值,造成不必要的浪费。

### 3 环境伦理学视角下的工程活动

环境伦理学重视自然价值,关注工程活动对自然环境的伦理道德责任。就像德国著名伦理学家伦克指出的:“我们不仅有消极的责任把健康和良好的生活环境留给后代,而且也更有积极的责任和义务避免致命的毒害,损耗和环境破坏,而为人类的将来生存创造一种有价值的人类生活环境”<sup>[8]</sup>。工程活动忽视自然环境的生态价值,唯一关心、考虑的是生产成本和经济利益,不具有交换价值的环境因素被排除在考虑之外,完全拒斥了其对自然环境的伦理关怀和应尽的责任。自然环境作为人类生活的根基,为人类提供源源不断的物质基础。因此,只有保护自然,确立环境伦理价值观,把自然环境作为道德关怀的对象,才能实现人与自然的和谐共处。具体可以从以下几个方面着手:

**3.1 先思而后行** 针对“先污染,后治理”“先破坏,后保护”之类的现象,在采取行动之前,一定要反思行为的后果,尤其要发展和确立一种新的环境伦理意识和预防性的责任,只有这样,才能设计和发明出保护资源,减少对生态环境的副作用以及维护可持续发展的新技术。

**3.2 坚持可持续发展,为子孙后代考虑** “不应把必要的消费约束视作对自然界的一种‘恩赐’来加以炫耀,而应视作为了自己、自己的亲人乃至为了自己的子孙后代必须履行的一项义务、一个责任而加以坚持”<sup>[9]</sup>。工程活动在进行的过程中既要考虑当代人的利益,也要关注可能造成的深远的环境

影响,因为人类现阶段的生活环境也是将来子孙后代生存的物质基础。

### 3.3 加强工程伦理的教育,注重工程人工程精神的培养

清华大学从事科学技术、社会与工程伦理方面教育和研究的曹南燕教授指出了我国工程伦理教育滞后的原因:当前我国工科学生,未来的工程师,未来工程活动的设计者、决策者、实施者、管理者和评估者,对国内工程领域现状的态度普遍是,虽然痛感问题严重,但多数认为与己无关也不愿多去思考,或者认为问题太复杂,不是个人所能解决得了的<sup>[10]</sup>。作为将来的工程师,如果缺乏必要的工程伦理教育,势必缺乏对工程活动的环境伦理道德责任意识。因此,应加强工程伦理教育,注重工程精神和工程伦理责任意识的培养。

**3.4 促进公众参与** 工程活动的影响具有广泛性、深远性和不可逆性等特征,任何工程都可能造成难以消除的负面后果,破坏自然环境,损害公众利益。因此,在工程实施前和实施的过程中,应充分尊重公众对可能遭受的伤害的知情权、反对权,促使公众参与到保护自然环境,承担起其相应的环境伦理责任。

### 参考文献

- [1] MITCHAM C. Thinking Through Technology: the Path between Engineering and Philosophy[M]. Chicago, IL: The University of Chicago Press, 1994: 69.
- [2] 中国环境保护产业协会,全国勘察设计注册工程师环保专业委员会秘书处. 注册环保工程师执行资格考核认定测试手册[K]. 2006.
- [3] 张传有. 近代西方哲学与环境伦理学[J]. 中州学刊, 2002(5): 154.
- [4] 吴允曾. 关于形式化的几个问题[J]. 哲学研究, 1986(12): 38.
- [5] 霍尔姆斯·罗尔斯顿. 环境伦理学[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2000: 44.
- [6] 马克思·恩格斯. 马克思恩格斯全集, 第1卷[M]. 北京: 人民出版社, 1956: 121.
- [7] 迈克·W·马丁. 美国的工程伦理学[J]. 自然辩证法通讯, 2007(3): 106-109.
- [8] 张恒力. 论工程设计的环境伦理进路[J]. 自然辩证法研究, 2010(2): 51-55.
- [9] 巴拉·沃德, 雷内·杜博斯. 只有一个地球[M]. 北京: 燃料化学工业出版社, 1974.
- [10] 曹南燕. 对中国高校工程伦理教育的思考[J]. 高等工程教育研究, 2004(5): 37-39.
- [1] 赵元凤, 杜珊珊. 消费者对乳品质量安全信息需求及认知行为分析——基于内蒙古自治区呼和浩特市消费者的调查数据[J]. 内蒙古社会科学, 2011, 32(5): 113-116.
- [2] 杨俐, 李志强. 促销对乳品消费影响的实证研究——以北京市为例[J]. 系统科学与数学, 2013, 33(11): 1345-1354.
- [3] 张国政, 王珏玉, 张芳芳. 基于风险感知和产品认知的消费者购买意愿研究——以长沙奶制品消费者为例[J]. 安徽农业科学, 2012, 40(36): 17716-17717, 17753.
- [4] 陈雨生, 乔娟, 李秉龙, 等. 消费者认证蔬菜购买意愿影响因素的实证分析[C]//张广胜, 吕新业. 技术创新与现代农业发展——中国农业技术经济研究会2009年理事工作会议暨学术研讨会. 北京: 中国农业出版社, 2009.
- [5] 林家宝, 张蓓. C2C农产品电子商务消费者购买意愿实证研究[J]. 广东农业科学, 2012, 39(16): 213-216.
- [6] 张国政, 张芳芳. 消费者网上支付系统采用的影响因素研究[J]. 科技与管理, 2011, 13(2): 60-62.
- [7] 余萍, 范志红, 龙菲平, 等. 营养和安全因素对消费者牛奶产品购买意向的影响[J]. 中国乳品工业, 2012, 41(7): 40-43.

(上接第8401页)

(2) 鉴于目前直接改变消费者的个人偏好存在一定的困难,生产者可以通过有针对性地试吃、促销等活动提升消费者的消费体验,提升消费者尝试、接纳的意愿,逐渐引导消费者形成对于新型鱼乳豆浆的消费偏好。

(3) 生产者应该加强产品质量管控,保证产品质量安全,树立产品在消费者心中的正面形象。针对不同消费群体的需要,丰富产品品种,针对不同消费群体推出不同系列的产品。

### 参考文献

- [1] 兰时乐, 李立恒, 彭国平, 等. 保健型鱼乳饮料的研制[J]. 食品研究与开发, 2007, 28(9): 72-75.
- [2] 李秉龙, 邢伟, 乔娟, 等. 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(7): 31-34.