

# 哈尔滨市居民对绿色林产品的购需研究

吉莉, 杨文爽, 吴婧 (东北林业大学工程技术学院, 黑龙江哈尔滨 150040)

**摘要** 林下经济的迅速发展, 使绿色林产品的市场需求不断变化。为了促进绿色林产品的发展, 调查哈尔滨市居民对于绿色林产品的需求、购买力度、态度等, 发现绿色林产品的价格、人们对于绿色林产品的认知程度、居民收入水平等因素影响居民对绿色林产品的购买力度, 结合实际针对性地提出了一些建议。

**关键词** 绿色林产品; 购买力度; 哈尔滨市

中图分类号 S-9 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2017)18-0176-02

## Study on Purchase Demand of Harbin Residents for Green Forest Products

Ji Li, YANG Wen-shuang, WU Jing (College of Engineering and Technology, Northeast Forestry University, Harbin, Heilongjiang 150040)

**Abstract** With the rapid development of forest economy, the market demand of green forest products is constantly changing. In order to promote the development of green forest products, the demand for green forest products, purchasing power and attitude of Harbin residents were investigated. Purchasing power of residents for green forest products was affected by green forest products prices, perceptions of the degree of green forest products, the income level of residents. Based on the survey, some suggestions were put forward.

**Key words** Green forest products; Purchasing power; Harbin City

林下经济通过多年的发展, 出现了很多林下经营模式, 其中绿色林产品所产生的经济效益较高<sup>[1-2]</sup>。随着人们物质水平的提高, 人们更注重绿色自然类的食品, 例如榛子、松子、花生、栗子等农林副产品已经越来越受到大众的喜爱。针对这种现状, 对哈尔滨市居民关于绿色林产品的需求量等进行调查研究, 分析制约居民购买绿色林产品的因素, 并对未来的绿色林产品的市场发展提出了一些相关建议。

### 1 调查结果与统计

调查小组于 2017 年 4 月对哈尔滨市居民进行了调查。重点调查了大型超市以及零售绿色林产品的店面。调查小组采用问卷的形式收集信息。一共发放 538 份问卷, 其中有 42 份问卷被视为无效问卷, 总体的问卷有效率为 92.2%。

此次调查的对象为全体居民, 年龄为 18~65 岁。其中已婚和在职的人员占据比例较大, 分别为 35% 和 37%, 而且职业种类也各有不同, 包括学生、退休老人、教职工、企业的相关工作人员、自由工种人员; 受教育程度也存在差异, 有受教育程度比较低的, 也有受教育程度比较高的。

调查表明, 喜欢绿色林产品并且经常购买的人员比例为 31.3%, 喜欢绿色林产品但偶尔购买的人员比例为 55.8%, 不喜欢绿色林产品但经常购买的人员比例为 9.7%, 不喜欢绿色林产品而且从不购买的人员比例为 3.2% (表 1)。可以发现哈尔滨市居民对于绿色林产品的热情仍有上升的空间。

### 2 居民购买林产品的制约因素及其存在的问题

#### 2.1 收入水平不高影响居民对绿色林产品的购买力度

调查结果表明, 喜欢而且经常购买林产品的居民比例为 31.3%, 从侧面反映出哈尔滨市大约有 31.3% 的居民收入水平比较高。这是因为在市场上林产品的售价较高, 例如坚果类的林产品如开心果、松子、栗子等售价均在 80 元/kg 左右, 与大部分人可接受的水果价格相比确实没有优势。虽然哈尔滨市几乎不生产水果, 但是水果的售价依然低于坚果类林

产品的售价。不仅是坚果类林产品, 包括木耳以及各种菌类食品在市场的售价也相当高。在调查的过程中对不同职业不同收入水平的居民对绿色林产品的态度进行了相关性分析, 其中将不同的收入水平与居民对绿色林产品的购买力度做了相关的卡方检验, 显著性水平小于 0.05 视为显著相关。Pearson 卡方检验 P 值为 0.034 < 0.05, 表明收入水平的高低与居民对于绿色林产品的购买力度具有较强的相关性。在这种情况下, 因为绿色林产品本身的定位就不低, 很多低收入水平的居民就更不愿意把原本就不多的资金花费在零食上。而且, 随着社会的发展, 人们对于其他方面的追求也更加迫切, 比如为了得到更高的收入, 对自己进行投资, 不论是内在还是外在。

表 1 绿色林产品购买情况

Table 1 Purchasing situation of green forest products

序号 No.	类别 Purchasing situation	人数 Number of person//人	比例 Proportion %
1	喜欢且经常购买	155	31.3
2	喜欢但偶尔购买	277	55.8
3	不喜欢但经常购买	48	9.7
4	不喜欢且从不购买	16	3.2

#### 2.2 居民对绿色林产品的认知程度不够

对于绿色林产品中坚果类食品的优点, 人们首先想到的就是食用坚果可以补充人体内的微量元素, 而且营养价值高<sup>[3]</sup>。对于现代社会的人们, 除因为经济因素对坚果类食品的购买力度下降之外就是对于美的追求——以瘦为美。因此, 在此次调查中也涉及了此方面的调查内容。

由表 2 可以看出, 意识到绿色林产品坚果类食品营养价值的人数比例为 82.5%, 意识到其健康价值的人数比例为 37.3%, 而且因为只意识到其营养价值而选择少购买甚至不购买的人数比例为 34.1%。所以总体来看, 人们并没有意识到坚果类食品在健康方面的作用。专家的试验和研究表明,

坚果类食品除了含有微量元素、蛋白质、碳水化合物和水等物质之外,还具有单/多不饱和脂肪酸,包括亚麻酸、亚油酸等人类必需的脂肪酸,其可以降低妇女患二型糖尿病的几率,降低心脏性猝死率,调节血脂,提高视力,补脑益智,所以人们对坚果类食品的认识严重不足,而且有相当部分的居民对现代美理解不够,也会选择不购买或者少购买绿色林产品坚果类食品。

表 2 居民对绿色林产品坚果类食品的认知情况

Table 2 Cognition degree of residents for nut food

序号 No.	项目 Project	人数 Number of person//人	比例 Proportion %
1	意识到营养价值和健康价值购买	98	19.8
2	只意识到营养价值而少购买或不购买	169	34.1
3	只意识到营养价值而购买	142	28.6
4	只意识到健康价值而购买	87	17.5

绿色林产品除了坚果类食品外,还有食用菌类,例如木耳、香菇等。对于食用菌类和木耳人们会觉得不是很干净,但是此类食品不仅富含蛋白质、微量营养素等营养物质,而且具有一种名为菌类多糖的特殊物质,有益于人们的身体健康,被证明具有提高免疫力、调节血脂、抗癌等作用。其中一些菌类多糖,如香菇多糖、木耳多糖等已被开发为药物,应用于临床。居民对于食用菌类的绿色林产品的认知情况见图 1。

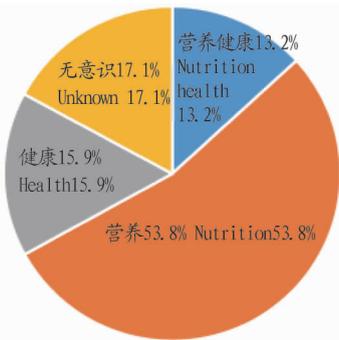


图 1 居民对绿色林产品食用菌类食品的认知情况

Fig. 1 Cognition situation of residents for green forest products edible fungi food

由图 1 可知,意识到营养价值和健康价值而选择食用的人数比例为 13.2%,只意识到营养价值的人数比例为 53.8%,只意识到健康价值的人数比例为 15.9%,两者都没有意识到的人数比例为 17.1%。调查结果显示人们对待绿色林产品的态度和对待坚果类食品类似,都存在着认识不足导致降低了购买力度的情况。

**2.3 绿色林产品市场贸易环境恶劣** 当前,很多商家为了眼前的利益将未通过质检的产品标示为绿色食品<sup>[4]</sup>。居民对于这些形形色色的商品根本没有识辨力,有的居民深信高价钱就会对应高质量的理论,那么相应地认为只要价格高买到手的绿色林产品也就一定更绿色更安全;有的居民则深信品牌的力量,秉承着商家不会因为一点利益就砸了自己招牌

的信条,认准大品牌;有的居民则看重包装,相信经过完美包装的商品一定是精良的;当居民所信仰的购买标准被打破时,居民就会失去对绿色林产品的信心,购买力度自然就会下降。

对影响居民购买绿色林产品的几个重要因素进行调查,结果显示,其中看重绿色林产品质量的人数为 171 人,占查总居民人数比例为 34.5%;看重绿色林产品价格因素的人数为 116 人,占调查总居民人数比例为 23.4%;看重绿色林产品品牌因素的人数为 104 人,占调查居民人数比例为 21.0%;看重绿色林产品的包装因素的人数为 79 人,占调查总居民人数比例为 15.9%;看重购买绿色林产品的场所的人数为 26 人,占据调查总居民人数比例为 5.2%。

由图 2 可以看出,更多的人更加看重绿色林产品的质量,毕竟生活水平的不断提高,使居民更加看重生活品质,所以相应地更看重物品的质量。价格和品牌因素对人们选购绿色林产品的影响也较大,品牌的价值已深入人心,但是一个品牌的建立都需要很久,而且价格因素在如今的时代依然很被人看重,包装因素并没有很大的影响力,但是在同等质量价格情况下,居民会优先选择品牌和包装好的产品。购买场所对绿色林产品的销售情况影响最小。

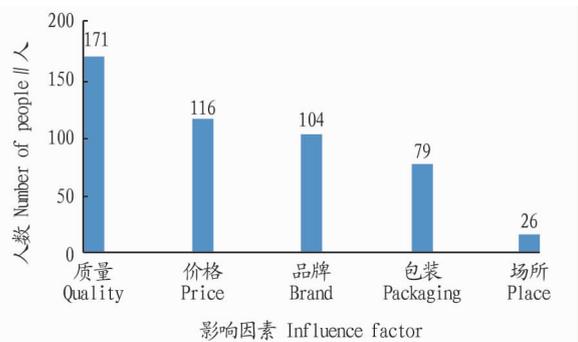


图 2 居民对绿色林产品购买力度的影响因素调查结果

Fig. 2 Influence factors of residents' purchasing power for green forest products

### 3 促进绿色林产品市场发展的若干建议

**3.1 提高人们对绿色林产品的认知** 首先,需要加大宣传力度,正确引导人们对于绿色林产品的认知和理解<sup>[5]</sup>。不要让人们对于绿色林产品的认知水平仅仅停留在营养价值水平,甚至有很多居民对于绿色林产品没有认知,根本意识不到也不关心绿色林产品。所以应该利用现在网络以及多媒体的力量对绿色林产品进行不断地宣传,重点放在这些产品的价值功效方面,以达到和现代城市居民养生的趋势相一致。其次,宣传重点应该放在“绿色”上,目前社会食品安全问题频频发生,人们对于食物绿色安全越来越敏感。所以两者兼顾进行宣传效果会更好。

**3.2 政府应该适当地调控市场绿色林产品的价格** 调查显示,价格一度成为阻碍绿色林产品市场发展的重要因素。很多商家利用现代人们对待食品安全问题的敏感反应,不断提高绿色食品的价格,降低了居民对绿色林产品的购买力度。

(下转第 195 页)

国林下经济产品贸易提供动力。③加大技术支持。中国应该以 FTA 的建设为契机,加强交流合作,积极学习和引进韩国食用菌先进的人工栽培技术和标准化生产技术,不断提高生产效率,降低生产成本,增加食用菌产品的附加值。同时中国自身应加大科技投入,培养高技术人才,建设和提高自身的包括食用菌在内的林下经济产品安全标准体系,为促进中韩林下经济产品贸易提供新的机遇与后续活力。除此之外,树立品牌意识、搞好市场服务、建立风险预警机制等措施也应该后续跟上,真正提高中国林下经济产品的综合实力和对外竞争力,为中韩两国的林下经济产品贸易提供保障。

**3.3 中国林下经济产品物流体系** 距离是影响中国林下经济产品贸易发展的重要因素之一,中韩两国一衣带水,地理位置邻近,但是中国的物流系统不够健全,跟不上林下经济产品贸易发展的步伐。对此,国家应该加大资金投入,深化中国林下经济产品流通体系改革,增强物流基础设施建设,培养专业的物流人才,健全相应的法律法规,降低物流体系对中国林下经济产品出口的影响。

**3.4 建立和完善技术性贸易壁垒应对措施** 由于中国现阶段林下经济发展还不够成熟,中国虽然是食用菌大国,出口种类多,出口额大,但是中国食用菌产品的质量不尽人意,经常遭受包括韩国在内的许多国家的技术性贸易壁垒。所以中国不仅要提高林下经济产品的质量,还要积极与韩国沟通,了解韩国林下经济产品贸易的安全标准,建立和完善相应的贸易争端解决机制,尽可能降低技术性贸易壁垒对两国林下经济产品贸易的影响。

总之,虽然中韩两国的林下经济产品贸易的影响因素很多,但是中韩 FTA 的建立为两国的林下经济产品贸易提供了

发展契机,两国应该积极沟通,通力合作,充分发挥两国林下经济产品贸易的潜力。

### 参考文献

- [1] 金继桥,杨逢珉. 中韩双边贸易现状及潜力的实证研究[J]. 世界经济研究,2015(1):81-90.
- [2] 廖战海,曹亮,张亮. 中韩 FTA 对两国贸易结构的影响研究[J]. 宏观经济研究,2016(8):129-139.
- [3] 宋晶恩. 基于贸易引力模型的中韩自由贸易协定研究[J]. 当代经济研究,2011(5):81-85.
- [4] 沈铭辉,张中元. 中-韩 FTA 的经济效应:对双边贸易流的经验分析框架[J]. 中国社会科学院研究生院学报,2015(3):134-144.
- [5] 王欢欢,周康. 中国对韩国农产品出口的影响因素及潜力研究:基于引力模型[J]. 经济研究导刊,2015(22):188-190.
- [6] 孙致陆,李先德. 中韩 FTA 背景下中国农产品对韩国出口前景分析[J]. 中国农业大学学报,2016,21(10):188-199.
- [7] 曾杨梅,张俊飏,程琳琳,等. 中国食用菌产品出口竞争力与贸易潜力分析[J]. 华中农业大学学报(社会科学版),2016(6):8-16.
- [8] 王欢欢. 中韩工业制成品贸易潜力研究:基于贸易引力模型[D]. 大连:东北财经大学,2016.
- [9] 杜佳楠. 中国和韩国农产品贸易潜力研究[D]. 武汉:华中师范大学,2016.
- [10] 王雅琪. 中韩贸易潜力分析[J]. 知识经济,2016(20):37,39.
- [11] 孙亚君. 基于引力模型的中韩自贸区贸易潜力的实证研究[J]. 对外经贸,2016(11):17-24.
- [12] TINBERGEN J. Shaping the world economy: Suggestions for an international economic policy [M]. New York: Twentieth Century Fund, 1962: 45-52.
- [13] PÖYHÖNEN P. A tentative model for the volume of trade between countries [J]. Weltwirtschaftliches archiv, 1963, 90(1): 93-100.
- [14] NARAYAN S, NGUYEN T T. Does the trade gravity model depend on trading partners? Some evidence from Vietnam and her 54 trading partners [J]. International review of economics and finance, 2016, 41: 220-237.
- [15] 刘青峰,姜书竹. 从贸易引力模型看中国双边贸易安排[J]. 浙江社会科学,2002(6):17-20.
- [16] 李亚波. 中国与智利双边货物贸易的潜力研究:基于引力模型的实证分析[J]. 国际贸易问题,2013(7):62-69.
- [17] KIM A R, LU J. A study on the effects of FTA and economic integration on throughput of Korea and China [J]. Open access library journal, 2016, 3(4): 1-11.

(上接第 177 页)

因此,政府应对市场进行调控,让绿色林产品的价格有所降低,让更多的居民愿意选择购买绿色林产品。让绿色林产品的市场发展更加正常稳定。

**3.3 提高绿色林产品质量,注重品牌效应** 调查表明,居民关心产品的质量和品牌。所以在绿色林产品发展过程中,生产者应该更加注重产品的品质,加大科研力度,提高绿色林产品质量,让绿色林产品与科学结合。同时,商家应该更加注重品牌效应,不要只看眼前的利益,应立足于长远发展,创

造一个让居民认可、放心的绿色林产品品牌<sup>[6]</sup>。

### 参考文献

- [1] 宋阳. 林产品新绿色贸易壁垒经济效应分析及应对策略研究[D]. 哈尔滨:东北林业大学,2015.
- [2] 李小勇,陈晓倩,侯方淼. 林产品绿色政府采购政策评析[J]. 北京林业大学学报(社会科学版),2009,8(4):134-138.
- [3] 张宪,乔春楠,马卓,等. 影响绿色食品标志许可审查工作质量的因素及对策[J]. 农产品质量与安全,2015(1):18-21.
- [4] 李小勇. 林产品绿色政府采购研究[D]. 北京:北京林业大学,2008.
- [5] 管志杰,杨红强,聂影. 林产品绿色采购社会福利效应分析[J]. 西北林学院学报,2010,25(4):229-232.
- [6] 李岩. 突破绿色壁垒:林产品出口发展之路[J]. 中国人造板,2009,16(12):5-9.

## 科技论文写作规范——题名

以最恰当、最简明的词句反映论文、报告中的最重要的特定内容,题名应避免使用不常见的缩略语、首字母缩写词、字符、代号和公式等。一般字数不超过 20 字。英文与中文应相吻合。英文题名首字母大写,连词及冠词除外。