



# 消费者食品安全风险感知与恢复购买行为 差异研究

——以南京市乳制品消费为例  
周应恒<sup>1</sup>,马仁磊<sup>1</sup>,王二朋<sup>2</sup>

(1.南京农业大学 经济管理学院,江苏 南京 210095;2.南京工业大学 经济管理学院,江苏 南京 211816)

**摘要:**一般认为食品安全事件后伴随着消费者对问题食品购买的恢复,其风险感知逐步降低,然而事实并非如此。本文着眼于食品安全风险感知与恢复购买行为之间存在的不一致,以消费者的风险感知认知偏差和消费者决策慎重程度差异为基础建立了全文的分析框架。基于南京市消费者调查数据,运用Logit模型研究了影响风险感知与恢复购买行为不一致的因素,结果显示,消费者对三聚氰胺事件的了解程度、消费者政府信任水平、个人月收入以及受教育程度等因素对其风险感知与恢复购买行为不一致的可能性具有显著影响。

**关键词:**食品安全风险感知;恢复购买;行为差异;Logit模型

**中图分类号:**F126.1;F768.2 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-7465(2014)01-0111-07

## 一、引言

食品安全关系到国民生命健康、食品产业发展以及社会的和谐稳定,已经引起社会各界的广泛关注。食品安全事件一旦发生,极易对相关食品行业造成巨大的负面冲击,研究食品安全事件后消费者的恢复行为对促进食品产业复苏具有重要的现实意义和政策启示。食品安全事件后的消费者行为可以分成两个阶段,事件刚发生的购买减少阶段和事件发生一段时间后的购买恢复阶段。<sup>[1]</sup>已有研究发现食品安全事件后消费者相关食品的购买会在短期内出现明显下降,并认为影响食品购买行为的主要是消费者风险感知水平。<sup>[2]</sup>国内外大多数学者的研究也认为,消费者食品安全风险感知水平的提高是其在食品安全事件初期购买减少的主要原因。<sup>[3-4]</sup>

但是在购买恢复阶段,关于风险感知与恢复行为两者之间的关系却有待进一步研究。全世文等(2011)<sup>[5]</sup>虽然分析了对消费者的恢复购买行为,

但是他们探讨的主要是知识了解、政府信任等对恢复行为的影响,并没有明确说明风险感知与恢复行为之间的关系。也有研究发现随着消费者购买行为的恢复,消费者对于食品安全的风险感知并未显著降低。<sup>[6]</sup>也就是说在消费者恢复购买阶段,实际购买行为与风险感知出现了不一致。

而目前国内对于消费者食品购买行为的很多研究都是基于风险感知与消费者行为存在一致性的假设,因此他们的研究多集中于风险感知层面,探讨消费者风险感知的影响因素。<sup>[7-9]</sup>但是,如果消费者食品安全风险感知与恢复购买行为不一致确实存在,那么国内已有的关于消费者风险感知的研究可能并不能对消费者在食品安全事件后的恢复购买行为作出有效解释。另外,政府机构在制定相关政策时一般考虑的是消费者的实际购买行为,政策的实施也缺乏针对性,易造成政策制定的低效甚至错误。如果仅从消费者恢复购买就认为食品安全事件的影响已经过去,而忽视消费者的心理风险感知,一旦类似食品安全事件再度发生,将进一

收稿日期:2013-09-09

基金项目:国家自然科学基金应急项目(71141023);江苏高校重大社科项目(2011ZDAXM019)

作者简介:周应恒,男,南京农业大学经济管理学院教授,博士生导师,主要研究方向为农业关联产业经济、食品质量安全的风险控制与管理、现代农业与农村发展。

步加深对消费者的心理伤害,相关产业也会遭受更大的冲击。另外,确定风险感知与恢复购买行为存在差异的消费者的特征,制定有针对性的政策措施,对促进相关产业复苏也具有重要意义。因此必须对消费者食品安全风险感知与其恢复购买行为可能存在的差异予以关注,厘清风险感知与恢复购买行为存在差异的原因,并确定哪些消费者的风险感知与恢复行为会出现差异。

2008年我国乳品行业发生的三聚氰胺事件对乳制品消费造成了巨大冲击,其后乳品消费逐步恢复,这为本研究的实施提供了获取现实材料和数据的条件。因此,笔者将从新的视角对消费者恢复购买行为进行研究,探讨三聚氰胺事件后消费者乳制品风险感知和恢复购买行为的差异,实证检验消费者在食品恢复购买阶段两者存在不一致的影响因素。并以此为依据,提出改进我国食品安全监管制度的政策建议。

## 二、分析框架的构建

三聚氰胺事件发生后,在购买减少阶段消费者对事件的恐慌心理致使其食品安全风险感知迅速上升,因此消费者乳制品购买数量会出现大幅度下降。随着时间的推移,在购买恢复阶段消费者的购买数量会逐步恢复至事件发生前的水平,但是很多购买数量基本恢复的消费者对于乳制品的风险感知水平并没有同步下降,仍然保持在较高水平。2010年我国乳品产量已经基本恢复至事件发生前的水平,但中国质量协会的调查发现,消费者对液态奶的风险感知仍然较高,满意度水平仅为72.49<sup>①</sup>,这也在宏观层面上说明消费者风险感知与恢复购买行为是存在不一致(或差异)的。

消费者食品安全风险感知与恢复购买行为差异可能是由两方面原因造成的:一方面是消费者风险感知存在倾向性偏差,导致乳品购买数量基本恢复的消费者风险感知水平偏高;另一方面是消费者恢复行为并非完全由消费者食品安全风险感知决定,可能还受到消费者决策慎重程度的影响。

### 1. 消费者风险感知存在认知偏差

消费者食品安全风险感知是指“消费者在特定情形下对于食品安全风险水平的感知判断”<sup>[5]</sup>,由于消费者风险感知属于心理学范畴,其实际水平会受到消费者心理认知的显著影响。消费者在确定自身风险感知水平的过程中需要对相关事件进

行回忆和想象,容易产生消费者风险感知的想象性偏差。<sup>[10]</sup>消费者在回忆相关事件或信息时受到选择性认知的影响,会放大初始信息和不利信息的权重,导致消费者对风险水平的感知是有偏估计。但在恢复购买行为发生时消费者可能并没有刻意地认真考虑风险感知等问题,所以消费者的风险感知对其实际行为并没有产生决定性的影响,从而导致消费者风险感知与恢复行为出现了不一致。

三聚氰胺事件影响范围非常广,在事件发生初期几乎所有的国内奶制品品牌相继被检测出三聚氰胺严重超标,针对这类信息各大媒体也都做了广泛报道。虽然之后政府和企业采取了相关措施,但是媒体对于这方面的报道相对于初期的信息披露较少,政府和企业的实际举措可能很多人并不了解。因此我们可以推断对三聚氰胺事件了解程度低的消费者,接受的多是事件发生初期关于各大品牌奶制品三聚氰胺严重超标的信息,在涉及风险感知的情境中更可能主观认为风险较高。<sup>[11]</sup>另外对事件了解程度低的消费者,其想象性偏差会进一步放大个人的风险感知水平,最终导致消费者风险感知与恢复购买行为表现出不一致。

已有的研究也发现消费者对于政府和企业的信任水平对消费者的风险感知具有显著影响,对政府和企业比较信任的消费者风险感知水平较低,对政府和企业不信任的消费者风险感知水平较高。<sup>[11-12]</sup>由于风险感知水平难以确切厘定,消费者为了便于决策,会通过其他途径(如对政府或者企业的信任水平)来简单确定自身的风险感知。那么在消费者确定自己对食品安全的风险感知时,对政府和企业信任程度低的消费者会倾向于认为食品安全风险感知水平较高。但是由于在实际决策中对风险感知考虑不足,导致消费者风险感知较之实际行为偏大,从而表现出风险感知与恢复购买行为为不一致。

### 2. 消费者恢复购买行为还受到其决策慎重程度的影响

除了消费者风险感知存在认知偏差,风险感知与恢复购买行为的不一致还可能是由于消费者在作出是否恢复购买决策时的慎重程度存在差异。可能的情况是:在决定是否恢复购买时慎重程度低的消费者即使风险感知水平很高,他也可能恢复购

<sup>①</sup> 资料来源于中国质检网: <http://www.cqn.com.cn/news/zgzlb/dier/337854.html>

买;而相反的决策慎重程度高的消费者即使风险感知水平较低也可能会比较保守地选择不恢复购买。这与 Wansink (2004)<sup>[13]</sup> 的观点具有一定的相似性。如果上述可能成立,我们可以推断家中有小孩、调查对象健康状况不良的消费者,对于食品的质量安全水平应该更加重视,在决定是否恢复购买时会比一般人更慎重,那么这一类消费者应该会倾向于不恢复购买,从而表现出风险感知与恢复购买行为的一致性。

基于上述分析,我们可以构建出消费者风险感知与恢复购买行为不一致的分析框架(见图 1)。并提出以下假说:

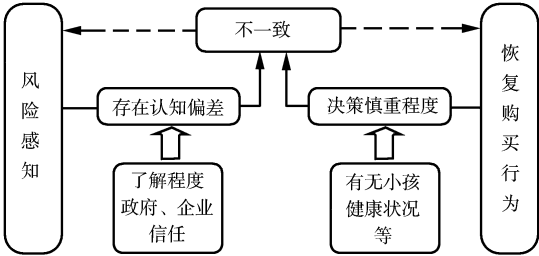


图 1 消费者风险感知与恢复购买行为差异分析框架

假说 1:消费者对食品安全事件了解程度越低,消费者风险感知与恢复购买行为不一致的可能性越大。

对三聚氰胺事件了解程度较低的消费者,他们接受的信息大多局限于事件发生初期国内各大奶制品品牌三聚氰胺含量严重超标,对后期政府采取的检查处罚和企业采取的强化奶源管理等信息缺乏了解。这类消费者在确定乳制品风险感知水平时,想象性偏差会促使其在调查中倾向回忆起食品安全的负面信息,导致自身的风险感知水平偏高,从而表现为食品安全风险感知与实际恢复购买行为的不一致。

假说 2:消费者对政府、企业的信任水平越低,消费者风险感知与恢复购买行为不一致的可能性越大。

目前针对信任水平与个体风险感知之间的影响关系还没有得出较为一致的研究结论,例如 Lobb(2005)、Frewer & Salter(2002) 等认为消费者食品安全风险感知受到信任水平的重要影响,<sup>[14-15]</sup> 而部分学者如 Eiser、Miles 和 Frewer(2002)甚至否认信任会对消费者风险感知产生影响,但是目前大多数的研究都证实了两者之间存在程度不等的相关关系。<sup>[16]</sup> 胡卫中(2010)对消费者风险感知进行比较全面的探讨,研究结果发现两者

之间不存在相关关系,但他本人对结论也持谨慎态度,认为该结论需要更多实证研究的支持。<sup>[9]</sup> 因此本文采用现有研究中的主流观点,认为消费者信任水平对其风险感知具有负面影响。在消费者确定对乳制品的风险感知水平过程中,为了便于得出结论,信任水平越低的消费者会简单地认为食品安全风险感知水平越高,导致消费者对风险感知水平高估,使风险感知与恢复购买行为表现出不一致。

假说 3:家中有小孩和身体健康状况差的消费者,其风险感知与恢复购买行为不一致的可能性越小。

家中有小孩和健康状况不良的消费者由于对食品的质量安全水平重视程度更高,他们在决定是否恢复购买时会比一般人更加慎重,这类消费者如果认为乳制品质量安全难以保障就会倾向于选择不恢复购买,从而表现出风险感知与恢复购买行为的一致性。

### 三、数据来源与描述性分析

#### 1. 数据来源

本文数据主要来源于 2011 年 10 月对南京市消费者的抽样调查。调查随机选取了南京市 13 个区县中鼓楼、玄武和白下 3 个区中具有代表性的金润发、苏果、华联、沃尔玛和家乐福 5 所大中型超市作为调研点,对超市及周边的消费者进行一对一式的询问访谈。共完成问卷 212 份,其中有效问卷 202 份,有效率为 95.28%。问卷内容主要包括三部分:三聚氰胺事件对消费者的影响、消费者食品安全认知与信息信任、消费者基本特征。

#### 2. 描述性分析

(1)样本基本特征。调查样本的基本特征如表 1 所示,从统计特征来看,调查样本性别分布中男性略多一些,占样本总数的 54.95%;已婚人群占样本总量的 57.43%;受教育水平相对较高,大学及以上学历的占 72.29%;被调查对象的平均年龄约为 37 岁,个人收入情况分布比较平均,主要集中在 1500 元至 6000 元水平,比较符合目前南京市的现实情况;职业分布方面也相对均衡,涵盖了学生、个体、私企、机关事业单位等多个层面。

(2)消费者食品安全风险感知与恢复行为差异。本文将奶制品消费恢复至三聚氰胺事件前 80% 及以上,而仍然认为市场上奶制品质量非常不安全和比较不安全的消费者定义为风险感知与恢



复购买行为不一致<sup>①</sup>,调查样本中共有 70 位消费者食品安全风险感知与恢复购买行为表现出不一致,约占样本总量的 1/3。

表 1 调查样本的基本特征和描述性统计结果

变量名称	变量分类	变量赋值	比例(%)	均值	标准差
性别	男	1	54.95	0.5495	0.4988
	女	0	45.05		
婚姻状况	已婚	0	57.43	0.4257	0.4957
	未婚	1	42.57		
学历	小学	1	2.48	3.7574	0.9953
	初中	2	10.89		
	高中或中专	3	14.36		
	大学或大专	4	55.45		
	硕士	5	14.36		
	博士及以上	6	2.48		
年龄	25 岁及以下	—	30.20	36.6139	16.0093
	26 ~ 35	—	30.69		
	36 ~ 45	—	15.35		
	46 ~ 55	—	7.92		
	56 ~ 65	—	6.44		
	65 岁以上	—	9.41		
个人月收入(元)	500 及以下	1	12.38	3.1089	1.1581
	500 ~ 1500	2	12.38		
	1500 ~ 3000	3	37.62		
	3000 ~ 6000	4	29.21		
	6000 ~ 10000	5	6.44		
	10000 以上	6	1.98		
职业	学生	1	19.31	3.4356	1.7215
	个体	2	11.88		
	私企	3	23.76		
	国企	4	12.38		
	机关事业单位	5	16.34		
	退休或其他	6	16.34		

研究消费者风险感知与恢复购买行为的差异需要对消费者食品安全风险感知和恢复行为进行独立的描述。在消费者风险感知方面,分别有 22 位和 79 位受访者认为目前市场上奶制品质量非常不安全和比较不安全,即有一半的调查对象对于奶制品的风险感知比较高,而认为目前市场上奶制品质量比较安全和非常安全的消费者仅占 11% 左右(见表 2)。在消费者奶制品恢复购买方面,家庭奶制品消费数量恢复到三聚氰胺事件发生前 80% 的占 19.80%,更有超过一半的调查对象家庭奶制品消费数量已经完全恢复(见表 3)。

表 2 消费者奶制品安全风险感知水平(%)

	非常不安全	比较不安全	一般	比较安全	非常安全
人数	22	79	79	21	1
比例	10.89	39.11	39.11	10.40	0.49

表 3 消费者家庭奶制品恢复购买情况(%)

恢复购买	事件前的 0%	事件前的 10%	事件前的 50%	事件前的 80%	事件前的 100%
人数	10	10	35	40	107
比例	4.95	4.95	17.33	19.80	52.97

3. 消费者信息获取与信任

通过调查消费者获取三聚氰胺事件的各类主要信息渠道(可以多选),发现电视和网络是比较重要的信息获取方式,分别有 58.91% 和 41.09% 消费者主要是通过这两类渠道获取信息的;其次是通过报纸渠道,约占样本总量的 20%。从信息来源来看,消费者对政府和企业发布的信息信任程度比较低(见表 4)。超过一半的被访者选择完全不相信或比较不相信政府和企业;只有 17.73% 和 8.91% 的消费者表示对政府和企业比较相信或完全相信;调查中发现没有被访者对企业完全相信。这也从侧面说明了目前政府和企业公信力偏低,食品安全事件后应急管理措施不到位。

表 4 消费者对政府和企业信任程度(%)

	完全不相信	比较不相信	一般	比较相信	完全相信
政府	2.48	48.02	32.18	15.35	1.98
企业	2.48	49.50	39.11	8.91	0

四、实证及结果分析

1. 模型和变量

本文运用 Logit 模型分析消费者食品安全风险感知与恢复购买行为不一致的影响因素,具体模型如下:

$$prob(Z = 1) = f(know, govtrust, comtrust, age, education, sex, health, house, income, children, marriage)$$

因变量 Z 为消费者食品安全风险感知与恢复购买行为是否一致。按照前文的定义,消费者食品安全风险感知水平较高(认为目前市场上奶制品非常不安全或比较不安全)且三聚氰胺事件后奶制品消费数量恢复比例较大(奶制品恢复到事件发生前的 80% 及以上)时两者表现出不一致,此时“Z=1”,其他情况下“Z=0”。

依据本文的分析框架,自变量主要包括消费者对三聚氰胺事件的了解程度,消费者对政府和企业信任水平,消费者个人特征和社会经济特征等。

(1) 消费者对三聚氰胺事件的了解程度(know)。消费者对三聚氰胺事件的了解程度主要通过调查对象的直接询问获得,了解程度从高到低分别为“非常了解”“比较了解”“一般了解”“知

① 虽然调查中也有 2 位消费者认为奶制品比较安全,但是奶制品消费量仅恢复到事件前的 10% 及以下,也表现出风险感知与恢复行为的不一致。但是这类样本缺乏经济含义,并且出于本文的对恢复购买行为研究的需要,剔除了这一部分样本。

道一点”和“没有听过”,模型中分别赋值为 1~5。

(2) 消费者对政府和企业的信任水平。消费者对政府的信任水平( govtrust )以及消费者对企业的信任水平( comtrust )涉及的层面比较多,本文通过选择消费者对政府和企业发布信息的信任水平作为代理变量来衡量。信任水平从完全不相信到完全相信分为 5 个等级,以 1~5 的变量模式引入模型。

(3) 消费者个人特征。消费者个人特征主要包括年龄( age ),受教育程度( education ),性别( sex )和健康状况( health )四个变量。消费者年龄是通过问卷获取的连续型变量,可以直接引入模型进行回归。受教育程度分为小学、初中、高中或中专、大学或大专、硕士、博士及以上 6 个层级,分别赋值 1~6 引入模型。消费者性别和健康状况分别作为虚拟变量引入模型:男性 sex = 1,女性 sex = 0;健康状况良好 health = 1,健康状况不良 health = 0。

(4) 消费者社会经济特征。本文所指的消费者社会经济特征主要包括家庭人口( house )、个人月收入( income )、家中有无 6 岁以下小孩( children )以及婚姻状况( marriage )四个变量。个人月收入从低到高分为 6 个等级,赋值为 1~6,家庭人口数是连续型变量。家中有无 6 岁以下小孩和婚姻状况作为虚拟变量引入模型,children = 1 表示家中有 6 岁以下小孩,marriage = 1 表示未婚。

2. 结果与分析

运用 STATA 计量软件对模型进行回归分析,估计结果如表 5 所示。

表 5 模型估计结果			
自变量	系数	S. E.	dy/dx
age	-0. 0135	0. 0167	0. 9866
education	-0. 4567 * *	0. 2158	0. 6334 * *
house	0. 0131	0. 1402	1. 0132
income	0. 69850 * * *	0. 1793	2. 0108 * * *
govtrust	-0. 5760 *	0. 2987	0. 5621 *
comtrust	-0. 2880	0. 3389	0. 7497
know	0. 9433 * * *	0. 2998	2. 5685 * * *
sex	0. 3726	0. 3710	1. 4515
marriage	0. 3023	0. 4998	1. 3530
children	-0. 7820 *	0. 4733	0. 4575 *
health	0. 5944	0. 4856	1. 8119
常数项	-1. 8592	1. 8403	—
Number of obs = 202			
LR chi2( 11 ) = 50. 59			
Prob>chi2 = 0. 0000			
Log likelihood = -101. 8494			

注: \*、\*\*、\*\*\* 分别表示在 10%、5% 和 1% 的水平上显著。  
似然对数值为 -101. 8494 说明模型的总体估

计能力较好,进一步计算预测精度为 75. 51%,也说明该 Logit 模型的拟合能力良好。为了避免异方差对估计结果的不利影响,我们也在控制异方差的基础上对模型进行稳健回归(具体回归结果未列出),发现估计结果与不考虑异方差时的估计结果差异不大,说明变量并不存在异方差。因此,本文选择对不考虑异方差情形下的估计结果进行分析。

从回归结果我们可以发现,消费者对三聚氰胺事件了解程度、收入水平、受教育程度、对政府信任水平以及家中有无小孩对其风险感知与恢复购买行为是否一致具有显著影响。具体分析如下:

消费者对三聚氰胺事件了解程度回归系数在 1% 的水平上显著,说明消费者对三聚氰胺事件了解程度是影响其风险感知与恢复购买行为是否一致的重要因素。变量 know 从 1~5 分别表示了解程度由高到低,其回归系数为正,说明消费者三聚氰胺事件了解程度越低,其风险感知与恢复购买行为为不一致的可能性越大。进一步比较发现了解程度的 dy/dx 达到 2. 5685,是所有自变量中最大的,说明消费者三聚氰胺事件了解程度对其风险感知与恢复购买行为不一致的可能性具有较大的影响效应。一般来说,消费者对三聚氰胺事件的了解程度越低,其接受的信息多是乳制品行业的负面信息,想象性偏差导致的被访者风险感知偏高,表现出食品安全风险感知与实际恢复购买行为的不一致。假说 1 得到验证。

消费者对政府的信任水平回归系数为负,且在 10% 的水平上显著,说明消费者对政府的信任水平越高,高估乳制品风险感知水平的可能性越小,这类消费者在恢复购买阶段风险感知与恢复行为出现不一致的可能性越低。消费者对企业信任水平变量的估计结果并不显著,可能是由于消费者认为企业的本质是追逐经济利益,而现阶段我国食品安全市场机制的作用仍未有效发挥,所以食品安全的保障必须依靠政府监管制度。因此消费者主要是依据对政府的信任程度而不是依据对企业的信任程度来确定风险感知水平。

家中有 6 岁以下小孩变量的估计结果为负,回归系数在 10% 的水平下显著,说明家中有小孩的消费者在确定是否恢复购买时更慎重,出于保护孩子健康的需要,消费者一般不会购买自身感觉不安全的食品。因此当消费者奶制品恢复购买程度较大时,是其风险感知水平降低的结果,进而表现出风险感知与恢复购买行为的一致性。相同的道理,

健康状况不良的消费者出于自身健康的考虑,在决策时也会相对慎重,其风险感知与恢复购买行为不一致的可能性应该更小,但健康状况的回归系数却并不显著。深入分析可以发现,消费者调查样本中80%以上的人健康状况良好,认为自身健康状况差的只有1人。因此调查样本中消费者健康状况普遍良好,使得他们在决策过程中很少考虑到这一因素可能是导致回归系数不显著的主要原因。

除了对假说的验证,我们也发现消费者受教育程度和收入水平对其风险感知与恢复行为是否一致具有显著影响。消费者受教育程度越高,风险感知与恢复行为不一致的可能性越小,按照前文的分析思路,这可能是因为受教育程度高的消费者相关知识更丰富,信息获取更广泛,他们在做出是否恢复购买决策时考虑得更、更慎重。消费者的收入水平对风险感知与恢复行为不一致的可能性有正向影响,且在1%的水平下显著。这可能是由于收入高的消费者虽然对奶制品风险感知水平高,但是他们有能力购买价格更高的国外产品,从而表现出风险感知与恢复行为不一致的倾向。

为了比较信任水平对消费者风险感知与恢复购买行为差异的影响程度,本文在控制消费者受教育程度、性别、健康状况、家中有无6岁以下小孩等特征条件下,进一步运用单因素方差分析法进行了分析。结果表明,男性对政府的信任水平对差异的影响程度不显著,而女性对政府的信任水平对差异会产生显著影响( $p=0.0147$ );健康状况良好的消费者对政府的信任水平对差异的影响程度显著( $p=0.0666$ ),而健康状况不好的消费者对政府的信任水平对差异的影响不显著。不同受教育程度和不同个人收入的消费者对政府的信任水平对差异没有显著影响,家中有无小孩的消费者对政府的信任水平对差异也没有显著影响。

## 五、主要结论与启示

针对食品安全事件后恢复购买阶段消费者实际行为与风险感知之间存在的不一致,以及现有研究仅仅从风险感知角度对消费者恢复行为进行解释的不充分。本文基于风险感知认知偏差和消费者决策慎重程度差异建立分析框架,对消费者恢复购买行为进行研究。研究结果表明,消费者对三聚氰胺事件的了解程度越低,其风险感知与恢复购买行为出现不一致的可能性越大;消费者收入水平越

高,其风险感知与恢复购买行为出现不一致的可能性也越大;消费者对政府信任水平越高,家中有6岁以下小孩,受教育程度越高,其风险感知与恢复购买行为不一致的可能性越小。进一步的方差分析表明,男性和健康状况良好的消费者对政府的信任水平会对风险感知与恢复购买行为差异产生显著影响。

基于以上结论,我们认为:(1)食品安全事件后消费者风险感知与恢复购买之间的差异是确实存在的,在今后的相关研究中,应当予以重视和关注。在利用消费者风险感知推断其恢复购买行为时,应注意消费者事件了解程度、政府信任、受教育程度以及个人收入水平等因素对分析结果的修正作用。(2)由于家中有小孩和受教育程度较高的消费者决策比较慎重,为了促进食品安全事件后产业的复苏,政府应该有针对性地加强对这类消费者的知识普及和信息沟通,切实降低其风险感知水平。(3)即使食品安全事件发生后消费者已经恢复对问题食品的购买,政府也必须重视与消费者的食品安全信息交流,尤其应采取措施提高男性和健康状况良好的消费者对政府的信任,尽量避免后续可能的食品安全事件带来更严重的负面冲击。

## 参考文献:

- [1] 全世文,曾寅初,刘媛媛,于晓华.食品安全事件后消费者购买行为恢复——以三聚氰胺事件为例[J].农业技术经济,2011(7):4-15.
- [2] Tonsor G T, Schroeder T C, Pennings J M E. Factors Impacting Food Safety Risk Perceptions[J]. Journal of Agricultural Economics, 2009, 60(3): 625-644.
- [3] Baker G A. Food Safety and Fear: Factors Affecting Consumer Response to Food Safety Risk[J]. International Food and Agribusiness Management Review, 2003, 6(1).
- [4] 吴林海,徐玲玲.食品安全:风险感知和消费者行为——基于江苏省消费者的调查分析[J].消费经济, 2009, 25(2): 42-44.
- [5] 全世文,曾寅初,刘媛媛.消费者对国内外品牌奶制品的感知风险与风险态度——基于三聚氰胺事件后的消费者调查[J].中国农村观察,2011(2):2-15.
- [6] 周应恒,卓佳.消费者食品安全风险认知研究——基于三聚氰胺事件下南京消费者的调查[J].农业技术经济, 2010(2): 89-96.
- [7] 朱丽叶,潘明霞,卢泰宏.感知风险如何影响消费者购买行为——国内消费者知觉风险结构实证研究[J].现代管理科学, 2007(8): 13-15.
- [8] 杨钰.基于食品安全风险感知的消费者行为研究[D].

成都:西南财经大学,2009.

[ 9 ] 胡卫中. 消费者食品安全风险认知的实证研究[ D ]. 杭州:浙江大学,2010.

[ 10 ] 斯科特 普劳斯. 决策与判断[ M ]. 北京:人民邮电出版社,2004.

[ 11 ] Mazzocchi Mario, Lobb Alexandra, Traill Bruce W, Cavicchi Alessio. Food Scares and Trust: A European Study [ J ]. Journal of Agricultural Economics, 2008, 59 ( 1 ) : 2 – 24.

[ 12 ] Cope S, Frewer L J, Houghton J, Rowe G, Fischer A R H, Jonge de J. Consumer Perceptions of Best Practice in Food Risk Communication and Management: Implications for Risk Analysis Policy [ J ]. Food policy, 2010, 35 : 349 – 357.

[ 13 ] Wansink B. Consumer Reactions to Food Safety Crises [ J ]. Advances in Food and Nutrition Research, 2004 ( 48 ) : 103 – 150.

[ 14 ] Lobb A. Consumer trust, risk and food safety: a review [ J ]. Acta Agricultural Scand Section C. Food, 2005 ( 2 ) : 3 – 12.

[ 15 ] Frewer L J, Salter B. Public attitudes, scientific advice and the Politics of regulatory Policy: the case of BSE [ J ]. Science and Public Policy, 2002 ( 29 ) : 137 – 145.

[ 16 ] Eiser R J, Miles S, Frewer L J. Trust, Perceived risk, and attitudes toward food technologies [ J ]. Journal of Applied Social Psychology, 2002, 32 ( 11 ) : 2423 – 2433.

( 责任编辑: 宋雪飞 )

Analysis on Differences between Consumer Risk Perception of Food Safety and Recovery Purchasing Behavior :  
A Case of Dairy Consumption in Nanjing

ZHOU Yingheng<sup>1</sup>, MA Renlei<sup>1</sup>, WANG Erpeng<sup>2</sup>

( 1. College of Economics and Management, Nanjing Agricultural University, Nanjing 210095, China;  
2. School of Economics and Management, Nanjing University of Technology, Nanjing 211816, China )

**Abstract:** It is believed that consumer risk perception reduces along with the recovery of purchasing following a food safety incident. However, this is not true. This paper focused on the differences between consumer risk perception and recovery purchasing behavior, with our analysis framework based on risk perception cognitive bias and prudent degree in making decisions. We used consumer survey data collected in Nanjing to analyze factors causing differences between them. The empirical results showed that the level of consumer understanding about melamine incident, the degree of consumer trust in government, personal monthly income, and the level of education have a significant effect on the differences between consumer risk perception and recovery purchasing behavior.

**Key words:** Food Safety Risk Perception; Recovery Purchasing; Behavior Differences; Logit Model