

“健康”干预手段对消费者购买行为的促进研究

2021年11月



序言 *Introduction*

在传统意义上，影响消费者食品消费的最主要因素是价格，但在消费升级的时代背景下，“品质”“健康”等元素的力量也逐渐显现出来，对消费者的购买行为产生了影响。虽然消费者都在关注健康，但并非所有人都有能力做出健康选择。如何影响消费者的决策，是整个零售行业甚至微观经济学的核心问题之一。

如何在消费场景中的增加健康信息供给，被视为是一种潜在的、会对消费者食品消费行为产生影响的因素。

2021年5月至10月，中国连锁经营协会与清华大学国际传播研究中心课题组就消费者对超市的“健康”干预手段**对购买行为的促进**进行调研完成报告。本报告形成了三部分：第一部分，线下消费场景中打造健康氛围面临的主要挑战；第二部分，不同需求企业可选择的解决方案；第三部分，行业实践案例分享。

研究过程 *Process*

课题组通过实地走访、问卷调查、深度访谈等研究方法了解不同类型超市中的健康信息供给方式对消费者购物行为的影响。

消费者问卷1000+

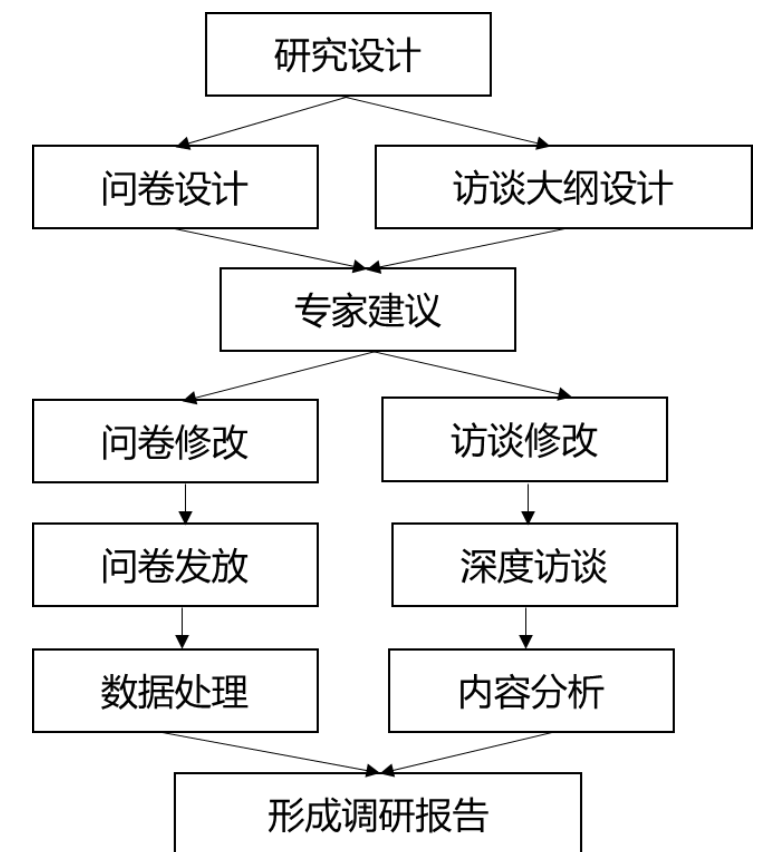
门店店长及运营人员访谈约20+人

生产企业3家

消费者访谈近80+人

健康消费实践案例10+

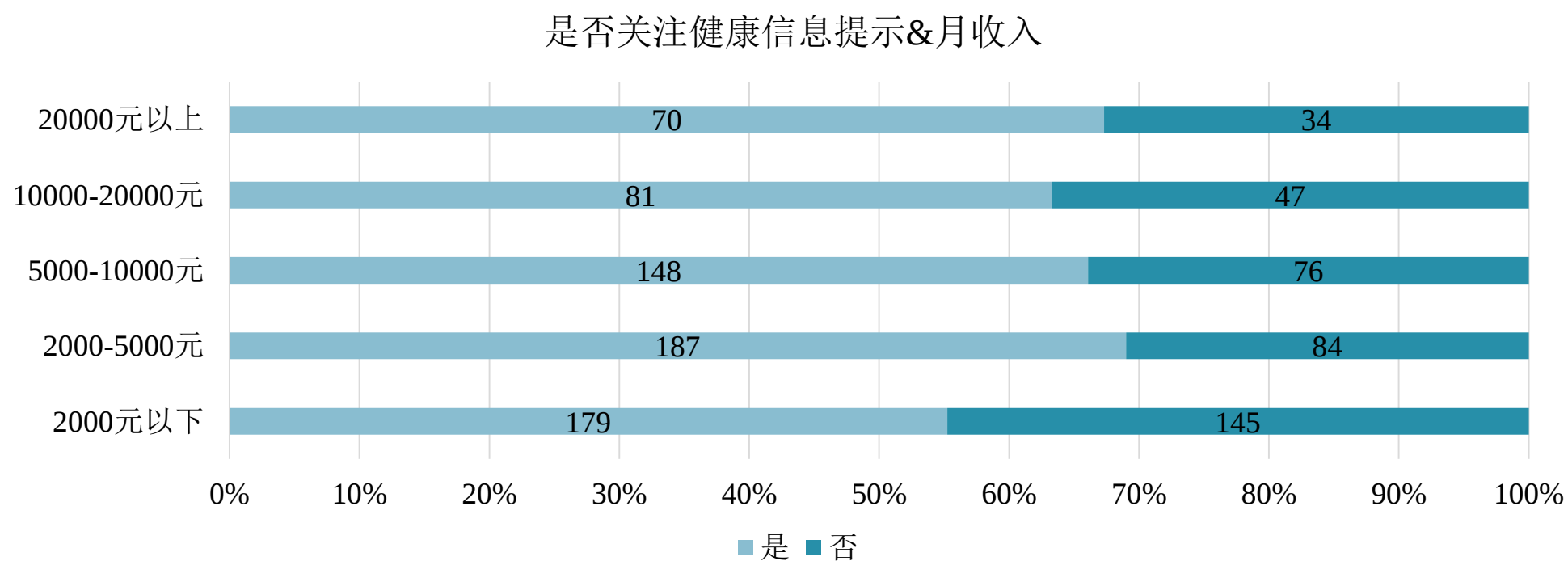
主要采用独立样本T检验、Anova检验和卡方分析和Lsd事后检验等，分析内容包括个人统计学等因素和是否关注健康信息、导购需求、健康超市期待等的相关性和显著性分析。初步探究目前消费者可能的健康消费需求、意向及行为，基于访谈内容构建消费者健康消费模型，提出可供其他超市借鉴及推广的有效策略和方法。



消费者对健康消费的态度

- 大多数消费者希望卖场提供有必要的健康选择，但对价格有顾虑。

调查显示，月收入对健康消费需求有较显著影响，消费者普遍认为健康选择会带来更多支出。



注： $P=0.03<0.05$ ， 数据有显著性差异

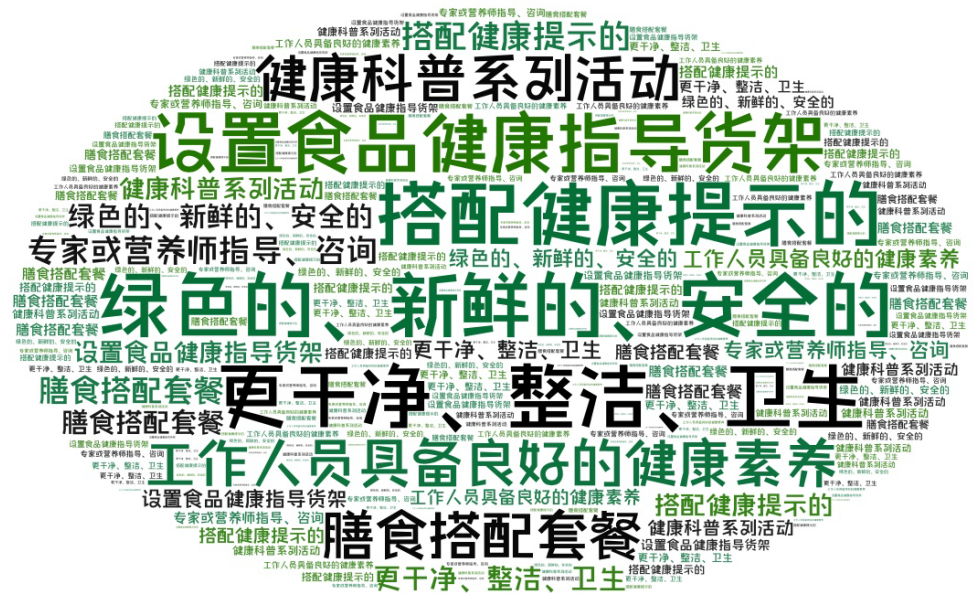
图/月收入&健康信息交叉分析

消费者对健康消费的态度

- 判断卖场健康水平最直接的区域是生鲜区，认为基本的健康要求是“绿色、新鲜、安全”，但对食品搭配、健康提示信息有所期待



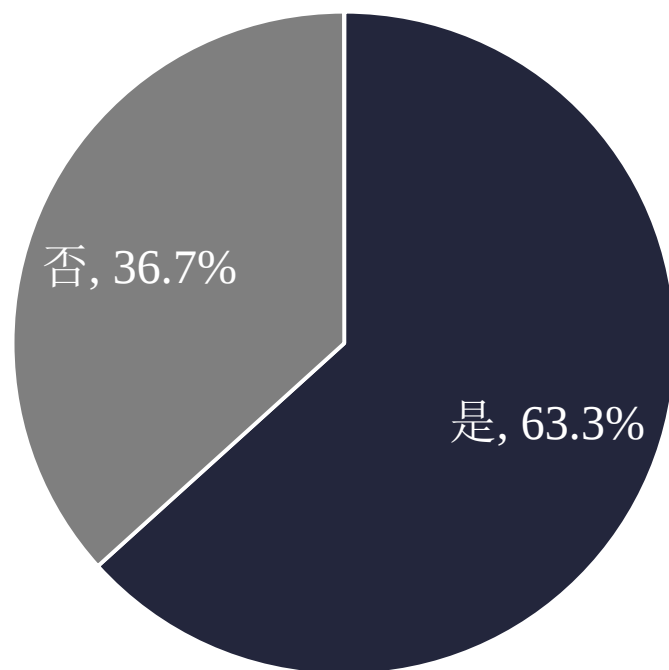
图/消费者认为线下超市中
需要提供健康信息提示的区域



图/消费者眼中的健康主题超市

消费者对健康消费的态度

- 6成以上的消费者会关注商品健康信息提示，且更愿意接受图文类信息。



图/消费者关注健康信息的比例



图/消费者查看健康提示展示偏好

消费者对健康消费的态度

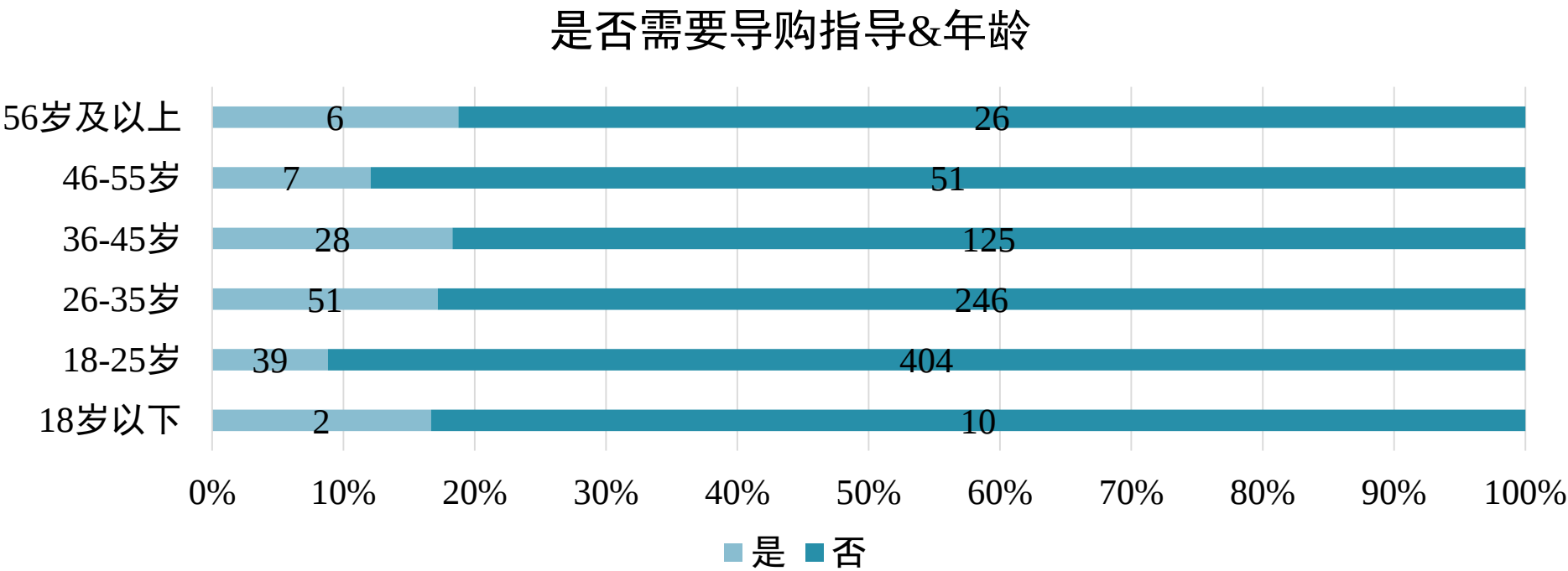
- 营养成分信息提示比低糖、低脂、低卡更吸引消费者，膳食指南也很受重视。



图/消费者查看健康信息提示内容偏好

消费者对健康消费的态度

➤ 消费者希望卖场工作人员提供专业且不挂钩销售的商品信息及合理膳食建议



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38423

