



中国消费者对绿色环保产品的需求及满意情况

中国消费者对绿色环保的意识和产品需求在不断提升，据贸发局在内地一项消费者座谈会研究显示[1]，内地消费者对各类绿色环保产品的需求均见上升，购买最多的是食品饮料，其次为家居生活用品。对现时供应的绿色环保产品而言，满意度较高的是食品饮料、个人护理和家用电器，而一、二线城市和不同年龄组别在绿色环保产品购买和使用方面有一定差异。

对不同种类产品的需求状况

内地绿色环保消费品种类较多，覆盖范围也较广，已成为家庭消费的一部分。从座谈会中归结出，从购买频率上看，排序依次为食品饮料、家居生活用品、服装服饰/个人护理用品、婴童用品[2]、家用电器、家具建材和办公用品。

从绿色环保的重要性上看，排序依次为食品饮料、家具建材、个人护理用品/婴童用品/家居生活用品、服装服饰、家用电器和办公用品。

至于对市场供应的满意程度，食品饮料、个人护理和家用电器的满意度相对较高，而办公用品则相对较低。

对食品饮料的需求状况

对内地消费者而言，食品饮料不论购买频率，还是重要性，均毫无疑问排在首位。综合座谈会中消费者的意见，目前内地消费者对食品饮料的整体满意度较高，但存在有机食品价格过高、是否确为绿色环保产品缺乏权威认证、生产和流通过程不可溯源等问题。

受访者对现时绿色食品满意之处：

- 比较安全，没有农药，比较健康。
- 有机蔬菜、水果的口感和色泽比普通的好。
- 绿色食品种类颇为齐全，绿色标志清晰，提升可选择性。

对现时绿色食品不满意之处：

- 价格贵，尤其有机食品，有的要贵好几倍。
- 保质期短(保质期长的都是含防腐剂的)、运输中的保鲜问题(食品新鲜程度会受运输过程影响)。
- 生产过程不可追溯，无法查询，不够透明。



- 食品是否真正绿色、有机存疑，可能只是商家自己打出的口号。

期望改善的地方：

- 可以追溯食品来源，生产过程或处理流程、检验检疫更透明。
- 加大监管力度，有权威的认证标志可供判断。
- 有机产品的价格能够更亲民一些，毕竟是日常消耗品，每天都要吃的东西，支出占比较大。

对家居生活用品的需求状况

随着「无磷」、「是否含萤光剂」等概念普及，内地消费者对家居生活用品的绿色环保要求也逐步增加，目前主要的问题是缺乏统一认证标志、产品识别度不高，厂商的宣传力度也不够。

受访者对现时绿色环保家居生活用品满意之处：

- 环保清洁用品用起来不伤手，皮肤能感觉到效果，刺激小；能看到泡沫少一些。
- 功能满足要求，例如环保电池、充电电池，可以反覆使用。
- 绿色环保产品的性价比算是比较高。

对现时绿色环保家居生活用品不满意之处：

- 绿色环保类产品的清洁能力不如普通的，残留无法判断。
- 种类太少，推广绿色环保的品牌太少，厂家不太注重绿色环保宣传。
- 一些绿色环保类产品的价格贵，例如本色纸比白色纸要贵。
- 购买管道不够多，有些绿色环保类产品只覆盖高档超市。

期望改善的地方：

- 增加绿色环保类家居产品的铺货管道。
- 在产品包装上增加明显的绿色环保标志，供购买时识别。
- 厂家多做一些公益活动，增加对家居生活用品方面绿色环保的宣传。

对个人护理用品的需求状况

目前内地消费者对个人护理用品的环保认知基本只停留在对身体的益处方面，「植物」和「无添加」概念颇受追捧，但是缺乏权威性的绿色环保认证标准，产品种类大多只集中于护肤品，意味其他种类市场相对潜力较大。

受访者对现时绿色环保个人护理用品满意之处：

- 植物洗发水的效果很明显，能感知得到。
- 可以直接感知到没有添加化学物质的效果差异。



- 部分女性卫生棉采用天然纯棉制作，而非无纺布。
- 大多是大品牌、有标志(主要是指品牌自己标的植物、天然等标志)，成份无添加、无香料。

对现时绿色环保个人护理用品不满意之处:

- 标示绿色环保的产品系列太少，选择面不够广，例如漱口水、牙膏这些好像很少有绿色环保标志。
- 药妆的种类比其他护肤品少。
- 产品更多强调功能，没加入绿色环保概念。

期望改善的地方:

- 加强护肤品成份的透明度。
- 加强对购买管道的监管，加大打击假货的力度。
- 多一些可选的品牌。
- 绿色环保的标志更清晰一些。

对婴童用品的需求状况

有小孩的受访者都很注重婴童用品的绿色环保，认为绿色环保等同安全健康。一、二线城市绿色环保婴童用品的市场需求均很大，但从座谈会发现，[一线城市](#)消费者更青睐国际品牌。

受访者对现时绿色环保婴童用品满意之处:

- 种类繁多，原材料、成份标识清楚，相较成人品牌标注得更清晰。
- 婴儿皮肤娇嫩，使用效果能直接感知。
- 购买管道多及方便，售货员对婴童产品的介绍也清晰。
- 环保产品使用起来较放心，对孩子健康有保证。

对现时绿色环保婴童用品不满意之处:

- 国际品牌价格太贵。
- 担心国内品牌安全检测力度不够。
- 玩具更新快，家里堆积多，缺少二手玩具的流通途径。

期望改善的地方:

- 检测要更严格、标准级别更细化。
- 在规格、款式、外包装方面提供更多选择。

对服装服饰的需求状况



内地消费者对服装是否绿色环保的认知和选择，基本仅通过成份和A/B类等级标识，缺乏权威的绿色环保认证标准，同时认为对衣物方面的绿色环保引导和教育较为缺乏。

受访者对现时绿色环保服装服饰满意之处：

- 纯棉的衣服穿着舒服，面料是否舒服能直接感觉得到。
- 衣服材质的标示牌很清楚，是否纯棉一目了然。
- 服装的品牌丰富，选择多。

对现时绿色环保服装服饰不满意之处：

- 知道服装偶然也含甲醛，但这方面从来没有宣传，厂家也不指导消费者应该怎么处理。
- 国家对服装类的监管力度不够，有许多小作坊，产品品质不可靠。
- 服装的标识并不注明是否含有害物质。
- 一些衣服上面的印花漆可能对身体有害。

期望改善的地方：

- 增加衣服类的环保标识，现在的标识只说明成份，含棉量多少，但并不说明是否环保，需要增加认证机构的标志。
- 增加规范的统一标准来对应不同的人群，例如适合孩子的、适合成年男、女的。

对家用电器的需求状况

中国家电能耗标志已经得到内地消费者的普遍认可，因此对冰箱、洗衣机、空调这几类带能耗标志的家电满意度较高，选择低能耗的家电已成为趋势。内地消费者希望在小家电方面也有统一的能耗标准。

受访者对现时绿色环保家用电器满意之处：

- 能耗标识得很清楚。
- 内地家电品牌多，品质都比较好。
- 对家电这个行业的管理相对较为规范，而且都是大品牌。

对现时绿色环保家用电器不满意之处：

- 一级能耗家电的价格偏高。
- 厂家对能耗的宣传可能夸大，使用一段时间后耗电量明显增加。
- 小家电标注能耗情况不清晰，较难辨识能耗低的小家电。

期望改善的地方：

- 小家电类也都有能耗标注，例如豆浆机、电饭煲、蒸蛋器、煮蛋器、微波炉等。



- 能耗标准能更透明、准确些，例如有消费者表示宣称一天一度电，实际使用时却两度电也不止。

对家具建材的需求状况

对内地消费者而言，选择环保型的建材、涂料和家具已是不可逆转的普遍趋势。目前家具建材方面主要问题是缺乏权威的环保认证。

受访者对现时绿色环保家具建材满意之处：

- 自己有感受，连小孩子也闻不到什么味道。
- 使用环保建材装修后一个月，测试甲醛在安全范围内。

对现时绿色环保家具建材不满意之处：

- 厂商可能存在虚假宣传，例如有的产品说零甲醛，实际只能说低甲醛。
- 家具建材方面没有明确的绿色环保标准。
- 装修污染是不可避免的，不可能真正零污染。

期望改善的地方：

- 增加建材的成份标识。
- 销售环节和管道更公开透明，减少对消费者的欺骗和误导。
- 增加环保家具的种类，并带有环保标志。
- 家具建材产品有一个产品身份证，通过这个身份证可以直接查询/追溯具体的产品信息。

附录

研究背景

中国内地环境污染及食品安全的问题存在已久，在教育及收入不断提高、生活条件改善的前提下，中国消费者对绿色环保的意识和产品需求也不断提升。中国 [「十三五」规划](#) 提出绿色、时尚、品质等新型消费；而生态文明理念和绿色消费观念正在日益深入人心，加上消费者趋向成熟，较年轻一代也可能有不同的生活和消费态度。因此，为协助港商拓展内地市场，贸发局以消费者座谈会形式进行调研，了解内地消费者对绿色环保相关产品的消费观念和需求特征。

研究方法

研究在2017年3月以小组座谈会形式，分别在上海、广州(一线城市)及武汉、成都(二线城市)进行。4个城市进行了共8场消费者座谈会(每市2场)。座谈会目的是从定性分析，加深了解内地消费者对绿色环保产品的消费观念。

座谈会的方案设计：



研究城市	上海、广州、武汉、成都
组数	每市2组，共8组，64人
组别划分	组1 (8人) 25-35岁 组2 (8人) 36-45岁
受访者条件	<ul style="list-style-type: none"> - 在本地居住时间至少在1年以上 - 过去6个月内曾经购买至少2种不同类型的绿色环保产品 - 在家中是绿色环保产品购买的主要成员 - 对绿色环保产品的认知较高和比较了解 - 收入： <ul style="list-style-type: none"> - 上海、广州：家庭月收入15,000元人民币或以上 - 成都、武汉：家庭月收入9,000元人民币或以上
其他基本情况	64位受访者中： <ul style="list-style-type: none"> - 女性占58%，男性42% - 有0至6岁小孩的占50% - 本科学历占69% - 家庭月收入在15,001-20,000元人民币的占38%，20,001-30,000元人民币的占33%

[1] 有关是次消费者研究的背景资料，可参考本文「附录」。

[2] 是次消费者座谈会研究中，有0-6岁小孩的只占受访者总数50%，因此可能影响婴童用品在所有受访者对不同产品类别重要性的排序，如果只看有小孩的受访者，几乎所有都倾向购买绿色环保的婴童产品。

找此页到这里

<http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/研究文章/中国消费者对绿色环保产品的需求及满意情况/rp/sc/1/1X000000/1X0ACM42.htm>

©2018年香港贸易发展局版权所有，未经本局同意，不得翻印本报告全部或部分内容。香港贸易发展局在编写本报告时，已力求资料正确无误，倘其中有任何错误之处，本局恕不负责。本报告表达的意见，并不一定代表香港贸易发展局的立场。