

消费者外卖食品安全态度调查

朱琳

上海交通大学国际与公共事务学院

[摘要]随着食品领域技术的快速发展,外卖食品购买也迅速成为一种新兴的食品购买方式,受到消费者。作为便捷的食品购买方式之一,外卖给消费者带来了食品购买时间和空间上的便利,但同时其背后的食品安全问题也不容忽视。本文旨在探究消费者对外卖食品安全的态度,为食品安全监管的提升提供一定的依据。

[关键词]食品安全; 外卖; 消费者态度

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.1345

随着科学技术的进步和社会的发展,食品领域也发生了重大变革,食品购买方式愈发多元,自提、外送到家、无人接触配送等方式使得食品购买越来越便捷。其中,外卖订餐逐步成为中国部分消费者食品安全消费的重要方式。相关数据显示,从2016年到2020年,我国在线外卖的用户规模持续增长,到2020年我国的在线外卖的用户已接近5亿人,市场规模达六千多亿元。外卖市场规模的扩大可能会带来风险的增加,在这个过程中探究消费者对外卖食品安全的态度如何,对于改善外卖食品安全具有重要意义。

一、调研的基本情况

为了解上海市居民对于外卖食品的关注度、外卖食品安全监管的认知以及维护自身权益的情况,本研究于2021年8月到9月进行了本次社会调查。本次调查采取了在线调查的方式,研究范围覆盖上海市主要城区,涵盖各类不同的人群,包括学生、白领等,删除了信息缺漏的回答,共收集有效样本225份。

最终的数据中,在性别情况上,女性调查者占有最终观测样本的56%,男性调查者占有最终观测样本的44%,在本研究所使用的调查样本中,女性和男性的数量达到了较高的平衡性。从年龄差异上看,18岁以下、18岁到25岁、26岁到35岁、36岁到45岁、46岁到55岁、56岁及以上的被调查者分别占到1.3%、13.8%、55.1%、20.4%、7.1%、2.2%。在样本中26-35岁的人数占比较多。在婚姻状况上,已婚人群占比达70%以上。在教育情况上,本科学历的人群占比达到60%以上。从职业来看,企业员工占比较高,比例达近70%。收入情况上,个人月收入5000-15000元的人群较多,占调查总数的64.9%。

表1 受访者基本情况

	定义	频数	百分比%
性别	男	99	44
	女	126	56
年龄	0-17周岁	3	1.3
	18-25周岁	31	13.8
	26-35周岁	124	55.1
	36-45周岁	46	20.4
	46-55周岁	16	7.1
	56周岁及以上	5	2.2
婚姻状况	已婚	159	70.7
	未婚	66	29.3
教育水平	初中及以下	2	0.9
	高中	6	2.7
	大专	32	14.2
	本科	139	61.8

职业	研究生及以上	46	20.4
	企业员工	155	68.9
	公务员	5	2.2
	事业单位职员	31	13.8
	自由职业者	12	5.3
	离、退休人员	5	2.2
	在校学生	16	7.1
	其他	1	0.4
个人月收入	5000元以下	24	10.7
	5000-15000元	146	64.9
	15000元以上	55	24.4

在样本中,“一周一次到两次”在网上购买的人群占比最高,达39%;其次为“一个月一次到三次”,占比为21%,这说明网上购买食品已经成为消费者生活中的重要消费方式。

对于更多购买的网络食品种类,被调查者中45.3%的人群更多购买网售生鲜食品(如网上买菜),36.4%的人群则更多购买外卖食品(如蒸包),在网络食品购买中,外卖已经深入成为消费者购买食品的重要方式。

调查中,消费者购买网络食品的主要平台非常多元。其中,58.2%的消费者会通过天猫(淘宝)购买网络食品,除此之外,通过叮咚买菜、盒马、外卖平台购买网络食品的消费者也比较多,这表明随着科学技术的进步,通过多元的网络平台购买食品已经成为消费者常用的购买方式。

表2 受访者网络食品购买情况

问题	回答	频数	百分比%
网上购买食品的频率	几乎不购买	15	6.7
	两个月或者三个月一次	13	5.8
	一个月一次到三次	48	21.3
	一周一次到两次	88	39.1
	一周三次或以上	61	27.1
更多购买的网络食品种类	网售加工食品	20	8.9
	网售生鲜食品	102	45.3
	外卖食品	82	36.4
	差不多	21	9.3
购买网络食品的主要平台	京东	83	36.9%
	天猫(淘宝)	131	58.2%
	拼多多	47	20.9%
	苏宁易购	12	5.3%
	叮咚买菜	111	49.3%
	盒马	118	52.4%
	每日优鲜	88	39.1%
	外卖平台	105	46.7%
	微信朋友圈	5	2.2%
	其他	10	4.4%

二、调查的主要结论

(一) 消费者对外卖食品安全状况总体评价一般

根据问卷, 47%的受访者认为外卖食品安全状况一般, 33.8%认为比较安全, 只有5.8%认为非常安全。在调查中, 消费者总体上对外卖食品安全的评价较为一般, 反映了外卖食品安全还有较大的提升空间。

(二) 消费者购买外卖食品的主要原因是方便快捷, 但缺乏安全方面的考虑

对于购买外卖食品的主要原因, 68.9%的受采访的消费者认为是方便快捷, 8%认为是味道好吃, 13.3%认为品种丰富, 只有4%认为质量安全放心。可以看出, 目前消费者购买外卖食品主要是出于省时省力, 但对于外卖的安全与健康还没有很高的评价。

(三) 近九成消费者认为遇到食品安全问题时合法权益能得到保障

问卷结果显示, 在网络平台上购买外卖食品时, 受访者大多都遇到过食品安全问题。对于遇到食品安全问题时合法权益能否得到保障这一问题, 33.3%的受访者认为一般能得到保障, 48.4%的消费者认为比较能得到保障, 这表明大多消费者对食品安全问题相关的权益维护比较有信心。

(四) 大多消费者对遇到的外卖食品安全问题采取积极的处理方式

在遇到外卖食品安全问题时如何处理这一问题上, 76%的受访者选择向外卖平台投诉, 还有17.8%的消费者会与食品生产经营者沟通, 只有3.6%的消费者会自认倒霉。这显示大多消费者面对外卖食品安全问题会采取比较积极的应对方式, 与其他食品安全相关的利益主体进行沟通, 寻求解决问题的办法。除此之外, 在食品安全问题的应对上, 只有1.8%的受访者会向政府部门举报, 说明目前消费者与政府部门之间的直接关联较少。

(五) 消费者认为食品生产加工环节更容易出现质量安全问题

在外卖食品哪个环节更容易出现质量安全问题这一问题上, 58.2%的首发昂着认为食品生产加工环节更容易出现问题, 32%认为原材料添加采购更容易出现问题。这表明, 食品生产经营者在食品加工环节可能出现过问题, 使得消费者不够信任。

(六) 消费者对政府监管外卖食品效果评价一般, 但仍比较相信政府有能力管好

在本次调查中, 50%以上的受访者认为政府对外卖食品安全的监管效果一般或者比较差, 说明消费者认为当前政府监管外卖食品的效果一般, 还有待提升, 但90%以上的受访者相信政府有能力管好外卖食品安全, 未来政府可进一步在食品安全监管效果上有所提升。

表3 受访者外卖食品安全认知情况

问题	回答	频数	百分比
购买外卖食品的主要原因	方便快捷	155	68.9%
	味道好吃	18	8%
	质量安全放心	9	4%

	价格便宜	7	3.1%
	品种丰富	30	13.3%
是否遇到过外卖食品安全问题	遇到过	116	51.6%
	未遇到过	109	48.4%
	原材料添加采购	72	32%
外卖食品哪个环节更容易出现质量安全问题	食品生产加工	131	58.2%
	食品包装	10	4.4%
	食品配送	12	5.3%
遇到食品安全问题	未得到保障	4	1.8%
合法权益能否得到保障	不太得到保障	20	8.9%
	一般得到保障	75	33.3%
	比较得到保障	109	48.4%
	完全得到保障	17	7.6%
外卖食品安全问题	自认倒霉	8	3.6%
处理方式	向外卖平台投诉	171	76%
	与食品生产经营者沟通	40	17.8%
	向政府部门举报	4	1.8%
	其他	2	0.9%
	很不安全	3	1.3%
外卖食品是否安全	不太安全	27	12%
	一般安全	106	47.1%
	比较安全	76	33.8%
	非常安全	13	5.8%
	效果很差	10	4.4%
	效果较差	19	8.4%
政府对外卖食品安全	效果一般	110	48.9%
监管效果评价	效果较好	70	31.1%
	效果很好	16	7.1%
	很不相信	3	1.3%
	不太相信	13	5.8%
政府是否有能力管好	一般相信	67	29.8%
外卖食品安全	比较相信	111	49.3%
	非常相信	31	13.8%

三、思考与建议

在以上调查结论的基础上, 本研究从消费者自身、外卖商家和政府部门这3个视角提出提升外卖食品安全水平的建议。

一是消费者增强外卖食品安全意识。根据调查, 消费者在购买外卖食品时更看重的是方便快捷, 对外卖食品的安全性缺乏认知, 因而消费者可以增强对外卖食品知识的学习, 关注外卖平台上商家的生产经营信息。二是外卖商家在食品生产经营环节严格遵守相关规范要求。消费者对外卖的生产经营环节的安全性最不放心, 加之各类外卖丑闻的影响, 说明外卖商家在生产外卖食品的过程中应进一步提升透明度和公开性, 适当向消费者公开其生产经营的安全信息, 严格遵守规范要求。三是政府部门提高外卖食品监管效果。虽然消费者比较相信政府监管外卖食品安全, 但对目前政府监管的效果评价不高。政府应提高监管外卖食品的水平, 增强其发布信息的权威性、透明度、可信度, 构建和消费者之间良性互动的食品安全交流机制, 提升外卖食品安全治理的水平。

参考文献:

[1] 殷卫佳, 沈芸衣. 消费者对外卖食品安全的监管需求及应对措施[J]. 食品安全导刊. 2021年15期