关于消费者对改善性功能保健食品态度的研究*

王立斌　邓　峰　张永慧　彭接文　黄清梅　杨晓东
(广东省食品卫生监督检验所,广东　广州　510300)

摘要:为了了解消费者对改善性功能保健食品的认识,采用多元逻辑回归模型分析"保健食品消费者调查表"的调查资料。结果:65%的消费者赞成改善性功能保健食品,小于40岁、接受中专/高等教育、有较高经济收入的群体和各自相对应的群体比较,持赞成观点的比例高,$P<0.05$。分析表明:伴随着人们观念更新、高等教育普及和社会经济的发展,消费者对改善性功能保健食品的赞同会进一步提高,而加强营养保健知识宣传,严格保健食品管理,设计科学精密的改善性功能试验方法是研制开发改善性功能保健食品的关键。

关键词:　营养保健品　性功能障碍　对卫生保健的态度
中图分类号:R15;R339.2;TS218　**文献标识码**:A　**文章编号**:1004—8456(2000)06—0006—04

自从1996年实施了《保健食品管理办法》以来,按照保健食品具有特定保健功能这一定义的针对性,我国已经制定了一系列保健食品的检验技术规程,其中包括针对改善性功能保健食品的《改善性功能作用检验方法》和《改善性功能作用人体试验方法》,[1]但到目前为止,国家尚未批准性功能保健食品的生产销售。是否开发改善性功能保健食品,涉及到文化、经济、医学等多方面的因素,为了探讨消费者对改善性功能保健食品的态度,我们分析了1997年在广东省调查得到的资料,现将结果报告如下。

1　方法

1.1　对象　在广东省广州、湛江等五个大中城市商场、食品商店、药店购买保健食品的消费者。

1.2　调查方法　采用流行病学现况调查研究方法,[2]抽样方法为分层抽样和整群抽样相结合,将广东省21个大中城市按规模、经济发展水平、地理位置分成大城市、高收入城市、中等收入城市、低收入城市和山区城市5类,每类城市随机抽取一个城市,在每个城市的大商场、中小型食品商店和药店按1:2:2比例抽取5个保健食品销售点,对在一定时间内进店购买保健食品的所有人群进行问卷调查,调查表格以卫生部食品卫生监督检验所"保健食品消费者调查表"为基础,经预调查改进部分内容和格式。共获得调查表802份,将其中回答了是否应开发生产改善性功能保健食品的787份答卷,作为本分析的有效表格。

1.3　资料整理与分析　调查表格由专业人员输入用Visual Foxpro建立的数据库,采用Statistical Package for Social Sciences(SPSS软件包)进行统计分析。首先,将可能会影响消费者对性保健食品态度的变量分成计数资料和计量资料,消费者对性保健食品态度的变量值转化为0、1。其次,对结果为计数资料的变量用四格表或2×C表进行χ^2检验,计量资料则用独立t检验,保留$P<0.1$的变量。最后,将各变量逐一输入多元逻辑回归方程,剔除类同因子和$P>0.1$的变量,建立影响改善性功能保健食品观点的数学模型,共有12个因素对模型结果有明显的影响。[3]

2　结果

2.1　对改善性功能食品表态的人群概况　98.1%的保健食品消费者表述了对开发改善性功能保健食品的个人看法,消费者群体中受过中等专业、高等教育的人数是总人数的40%,76%的购买者已经购买了一次以上的保健食品,平均每个家庭人口数为3.64±1.4人,家庭人均月收入为705.6±580.4元,在家庭人口数和家庭人均收入方面,男女消费者之间没有显著性差异。65%的消费者赞成开发生产改善性功能的保健食品(见

*本文为广东省重点科技攻关项目"广东省保健食品现状调查及发展趋势探讨"的部分内容

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

表 1)。

2.2 **对改善性功能保健食品态度的影响因素** 年龄、文化程度、营养保健知识、政府对保健食品的管理状况、购买目的和经济收入等多种要素对消费者决定赞成或反对开发性保健食品起作用(见表 2)。

表 1 对开发改善性功能保健食品表态的消费者基本情况

	男 人	女 人	男女比 %
年龄			
40 <	183	283	64.7
40～60	127	128	99.2
> 60	38	28	135.7
文化程度			
高中及以下	185	287	64.4
中等专业/高等教育	163	152	107.2
多次购买保健食品	269	330	81.5
家庭人口数 口	3.7 ±1.4	3.6 ±1.4	
家庭人均月收入 元	704.8 ±664.8	706.3 ±504.0	
获得保健食品知识渠道 种	3.0 ±1.5	2.9 ±1.6	
赞成/反对性保健食品比例	232/116 200 %	276/163 169.3 %	

2.2.1 **年龄和文化程度** 年龄小于 40 岁的人群,赞成开发改善性功能保健食品百分比高于 40～60 岁和年龄大于 60 岁两组。接受中等专业/高等教育的群体更倾向于开发改善性功能保健食品。

2.2.2 **营养保健知识** 在问答卷中用 12 道是非题判断调查对象的营养保健知识,每题 1 分,平均得分为 7.93 ±1.97。赞成开发性保健食品的人群得分明显高于反对者。从学校和工作单位获得保健食品知识的人对开发性保健食品的要求更明确。在认为保健食品的功效应当用科学方法加以验证的人群中,认同开发的人数是反对者的2.03倍,正确认识到保健食品能够作为疾病的辅助治疗手段、预防疾病和补充营养素的人群,赞成开发性功能保健食品的人数比例较高。而在认为保健食品有副作用的人群中,较多的人持反对意见。

2.2.3 **政府部门的管理** 1996 年我国整顿保健食品市场后,62 %的群众对保健食品的信任度有较大的提高,信任度增强了的群体认为应当开发改善性功能保健食品的人数是反对者的 2.53 倍。认为保健食品市场管理严格、广告管理较好、相信它们的宣传内容的群体同意开发改善性功能保健食品人数比例分别为 74 %、79 %、67 %,与各自的反对者比较,统计学差异显著。

2.2.4 **购买目的** 购买保健食品用于辅助治疗慢性病和孝敬老人的两类群体,认同开发改善性功能保健食品的比例较高($P < 0.05$) ;为了送礼而购买保健食品的群体,赞成改善性功能保健食品的开发极显著地高于非送礼者。

2.2.5 **经济收入** 507 名赞成开发改善性功能保健食品的被调查者家庭人均月收入 739.1 ±561.7 元,比反对者高 94.6 元。经济收入提高后愿意购买保健食品的人群比不愿购买者更乐意接受改善性功能保健食品。接受高价格(单件包装价格在 100 元以上)的群体要求开发性保健食品的比例为 83.6 %。在购买保健食品时,认为保健食品售价高的人群倾向于反对改善性功能保健食品。

2.3 **回归分析结果** 在多种因素的相互作用影响中,年龄低于 40 岁、认识到保健食品具有辅助治疗疾病作用二项极显著地影响消费者对改善性功能保健食品的看法, $P < 0.01$。认为保健食品能补充营养素、它们的适宜销售价格应在 50～100 元的观点对支持改善性功能保健食品有显著性的影响, $P < 0.05$。而保健食品的宣传管理不善、假冒伪劣产品的存在使群众不愿支持该类产品的开发,它们的回归系数分别为 - 0.65 和 - 0.62(见表 3)。

3 **分析与讨论** 本次调查中,65 %的消费者赞成开发改善性功能保健食品,支配他们态度的因素包括年龄、文化教育水平、自身营养保健知识、政府部门调控保健食品市场的措施、购买保健食品的目的以及经济状况等多个方面。

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

表 2　对改善性功能保健食品认识的影响因素

		赞成 人数	赞成 %	反对 人数	反对 %	χ^2 值或 t 值	P 值
年龄	<40	318	68.2	148	31.8	6.876	0.032(1)
	40～60	150	58.8	105	41.2		
	>60	40	60.6	26	39.4		
文化程度							
高中及以下		285	60.4	187	39.6	8.951	0.003(2)
中专/高等教育		223	70.8	92	29.2		
营养保健知识							
营养常识得分		508(8.25 ±1.84)		279(7.34 ±2.07)		6.170	0.000(2)
获得保健食品知识地点							
学校与单位		79	74.5	27	25.5	5.331	0.021(1)
其它地点		429	63.0	252	37.0		
保健食品副作用							
有副作用		343	62.5	206	37.5	3.405	0.065
无副作用		165	69.3	73	30.7		
保健食品功能验证							
需要科学试验		441	67.4	213	32.6	14.049	0.000(2)
无需科学试验		67	50.4	66	49.6		
保健食品具有作用							
辅助治疗	能够	371	71.2	150	28.8	29.252	0.000(2)
	不能	137	51.7	128	48.3		
预防疾病	能够	308	69.5	135	30.5	10.849	0.001(2)
	不能	199	58.2	143	41.8		
补充营养素	能够	98	77.8	28	22.2	11.345	0.001(2)
	不能	410	62.1	250	37.9		
政府机构管理							
整顿后信任度	提高	349	71.7	138	28.3	28.257	0.000(2)
	没有提高	159	53.0	141	47.0		
市场管理现状	严格	97	74.0	34	26.0	8.136	0.017(1)
	不严格	267	64.6	146	35.4		
	混乱	144	59.3	99	40.7		
广告管理现状	较好	76	79.2	20	20.8	11.667	0.003(2)
	一般	283	64.2	158	35.8		
	不好	149	59.6	101	40.4		
假冒产品影响	怕上当	483	67.0	238	33.0	22.393	0.000(2)
	不怕	25	37.9	41	62.1		
宣传内容	相信	137	65.2	73	34.8	10.308	0.006(2)
	半信半疑	334	66.8	166	33.2		
	不相信	37	48.1	40	51.9		
购买目的							
辅助治疗慢性病	是	449	65.9	232	34.1	5.791	0.016(1)
	否	53	53.5	46	46.5		
孝敬老人	是	256	69.0	115	31.0	6.084	0.014(1)
	否	252	60.6	164	39.4		
送礼	是	116	75.8	37	24.2	10.538	0.001(2)
	否	392	61.8	242	38.2		
经济收入							
家庭人均月收入		507(739.1 ±561.7)		278(644.5 ±609.4)		2.138	0.033(1)
经济宽裕时购买	是	465	65.8	242	34.2	6.565	0.010(1)
	不	37	50.7	36	49.3		
适宜价格 元	<50	249	56.1	195	43.9	34.489	0.000(2)
	50～100	189	73.5	68	26.5		
	>100	61	83.6	12	16.4		
保健食品售价高	是	304	60.3	200	39.7	11.216	0.001(2)
	否	203	72.2	78	27.8		

注:(1) $P<0.05$　(2) $P>0.01$

3.1　**营养和保健食品知识的普及**　调查显示,保健食品知识在很大程度上影响人们的行为,这与国外的报导相一致。[4]掌握较多营养知识,了解到保健食品的作用主要在于辅助治疗、预防疾病、促进健康和补充营养素的人群,重视改善性功能保健食品;从学校、工作单位等得到正统保健营养知识的人,对性功能保健食品持开明的态度;同时,消费者对改善性功能保健食品的潜在危害比较担心,从而影响他们对该类产品的支持。因此,必须采取多种形式的宣传教育,让群众掌握正确的营养保健知识和养生常识,这是开发改善性功能保健食品的前提。

3.2　**政府机构的决策和管理**　1996 年我国对保健食品的重新规范,提高了人民群众对保健食品的信任,影响他们对改善性功能保健食品的认识。我们的分析结果表明,严格管理食品和保健食品的生产销售,打击假冒伪劣产品冲击,防止夸大、虚假、蒙骗的保健食品宣传在电视、广播、报刊等传播媒介的出现,对树立群众对改善性功能保健食品的信心起着重要的作用。

3.3　**购买动机**　为了辅助治疗疾病和孝敬老人而购买保健食品的人群乐意接受改善性功能保健食品,表明

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

广大群众对改善性功能保健食品持宽松的态度,但它们对是否开发改善性功能保健食品的影响程度不如购买保健食品用于送礼这个因素所起的作用强,在普遍存在保健食品用于送礼的情况下,该结果预示着一旦出现了改善性功能的保健食品,可能会影响某类人群的行为。

3.4 经济收入 家庭经济收入水平的高低影响了调查对象对特定保健食品的观念,它对现时和未来都有作用。家庭收入高的群体赞成改善性功能保健食品,在经济收入增加的时候愿意选择保健食品的人们对该类产品的期望值也高;但赞成开发改善性功能保健食品的人群接受的价格在 50～100 元之间的比例最高。随着人们经济收入提高,消费者追求通过摄取高品位的食品提高生活质量,同时要求产品价格不至于太过高昂,有利于长期食用。

表 3 对改善性功能保健食品观点影响因素的多元逻辑回归分析

因 素	回归系数	可信度区间	显著性水平
消费者年龄低于 40 岁	0.48	1.13～2.30	0.008(2)
受过正规专业高等教育	0.35	1.01～1.99	0.041(1)
营养、保健知识得分低	- 0.14	0.77～0.97	0.017(1)
认为保健食品有副作用	- 0.37	0.46～1.03	0.067
保健食品用于辅助治疗	0.64	1.35～2.68	0.0002(2)
保健食品能补充营养素	0.63	1.14～3.08	0.013(1)
信任整顿后的保健食品	0.38	0.97～2.19	0.066
认为广告宣传管理不好	- 0.65	0.28～0.99	0.048(1)
害怕假冒伪劣保健食品	- 0.62	0.29～0.98	0.043(1)
购买保健食品用于送礼	0.46	1.01～2.50	0.045(1)
适宜价格为 50～100 元	0.88	1.19～4.88	0.014(1)
认为保健食品售价高	0.34	0.98～2.04	0.064

注:(1) $P < 0.05$ (2) $P < 0.01$

调查结果说明群众对改善性功能保健食品的需求是理性的,随着经济的发展,应积极地引导和开发该类特殊的保健食品,政府部门的正确管理、完善的科学功能验证方法、营养和保健食品知识的宣传教育是保障发展改善性功能保健食品的基础。

参考文献:

[1] 全国保健食品功能学检验机构工作会议. 改善性功能作用人体试验方法[Z]. 1999,6

[2] 连志浩,等. 流行病学[M]. 北京:人民卫生出版社,1995

[3] 金丕焕,等. 医用统计方法[M]. 上海:上海医科大学出版社,1993

[4] Bettinghavs EP. Health promotion and the knowledge - attitude - behavior continuum[J]. Prevetive Medicine,1986,15:475

Study on consumers' attitudes to health foods for ameliorating Sexual function/ Wang Libin, Deng Feng, Zhang Yonghui, et al.// Chinese Journal of Food Hygiene. - 2000,12(6):6～9

In order to asseess the consumers' attitudes to health food for ameliorating sexual function, the multivariate logistic regression model was used to analyze the data from questionnaires. The results indicated that more than 65 % consumers favor this kind of health food. Consumers aged under 40, having college education, of high income had a higher rate to present assenting views($P < 0.05$). It could be concluded that more and more consumers would favor this kind of health food along with the updating of the modes of thought, popularization of college education and with the development of economy. The key points for the development of health foods for ameliorating sexual function are education of knowledge about nutrition and health foods, control of health food and testing method of health function.

Author's adderss Wang Libin, the Institute of Food Safety Control and Inspection of Guangdong Province, Guangzhou 510300 PRC

Key words Dietary supplements Sex Disorders Attitude to Health

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net