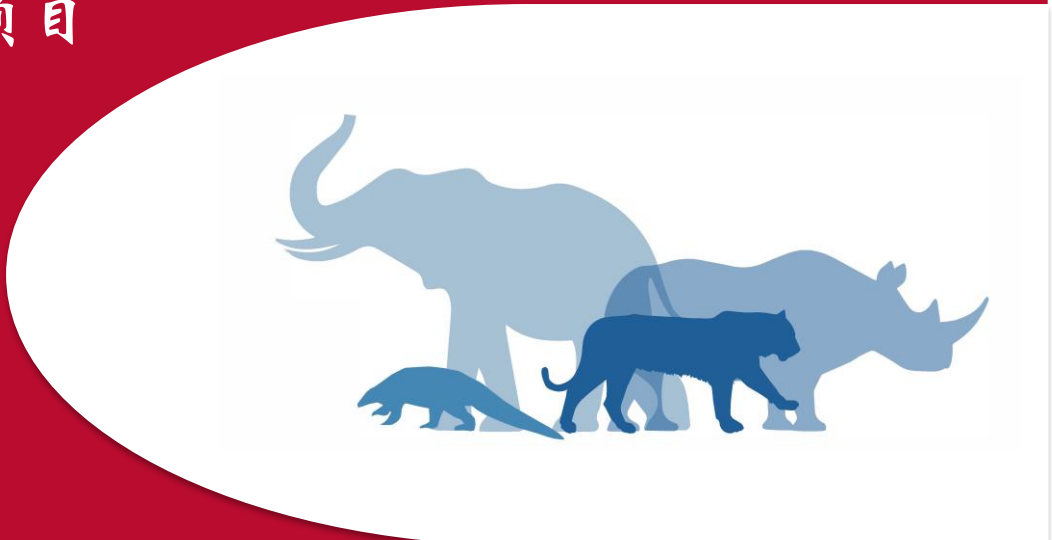




关于中国对象牙、穿山甲、犀牛和虎肢体 和制品消费需求的研究

USAID 亚洲野生动物项目

12/06/2018



内容 - 目标

- **怎么做：**背景、目标和方法
- **关于谁：**识别消费大象、穿山甲、犀牛和老虎肢体部分和制品的主要群体，并且对每个消费群体的心理、社会人口、态度及其它方面特征进行描述和分析
- **做什么：**识别消费的普遍程度和频率，以及产品购买后如何使用
- **哪里：**采购渠道
- **为什么：**识别驱动购买和使用这些产品的主要动机
- **如何 [改变]：**制度 以及 观念信息的接触程度
- **下一步：**研究结果将为衡量项目的指标和投入，以便针对中国野生动物产品消费者和可能的购买者设计有效减少消费需求的干预活动提供基准数据

一 怎么做：背景、目标和方法

研究设计 - 本研究的三个主要部分

对以前研究的情况分析

对以前研究的回顾和总结 - 包括USAID、TRAFFIC、WWF、IFAW 以及TNC

GlobeScan 2015年为《国家地理》杂志所做的研究，TRAFFIC/WWF, 2017/8

定性研究

8次专题小组讨论
与来自广州 + 上海 + 昆明 + 哈尔滨的象牙、穿山甲、犀牛角和虎制品买家进行

对中医从业人员的
12次深入访谈 (IDIs)

定量研究

n=1800 结构性的在线消费调查
涉及上海、北京、广州 (1级城市) 和昆明、南宁、哈尔滨 (2级城市)

实施和道德考量

- 本研究是由Globescan与合资格中国公司于国内进行。
- 本研究的定量和定性部分均于2017年11月30日获得北京师范大学机构审查委员会（IRB）的批准，并于2017年11月27日获得FHI 360国际机构审查委员会的批准。鉴于此，研究过程严格遵守知情同意程序，以确保自愿参与调查并为受访者保密。
- USAID 亚洲野生动物项目为本研究的计划和执行提供技术监督，以及为研究协议，访问议程，问卷，翻译，数据分析和采集，及报告写作进行审查和批核。

量化研究

人选和问卷

本量化调查于2018年2月13日至3月9日在网上进行

问卷平均时长20分钟

来自6个城市的1800受访者：按最近12个月内，四类生物制品的卖家进行分类

与其它调查的比较

选择样本，所选城市被视为野生动物肢体和/或产品贸易的活跃市场

关键指标不能与其它调查一对一地进行比较

细分群体的购买驱动因素和有效消息的基础模式与买方相关，这些模式可以与其它调查进行比较

陈述分析（用来测量态度和动机）

关于对野生动物产品的态度和感知结构建模，我们搭建了一个系统，展示4种野生动物的潜在总体态度和购买动机

最大化差异度量：

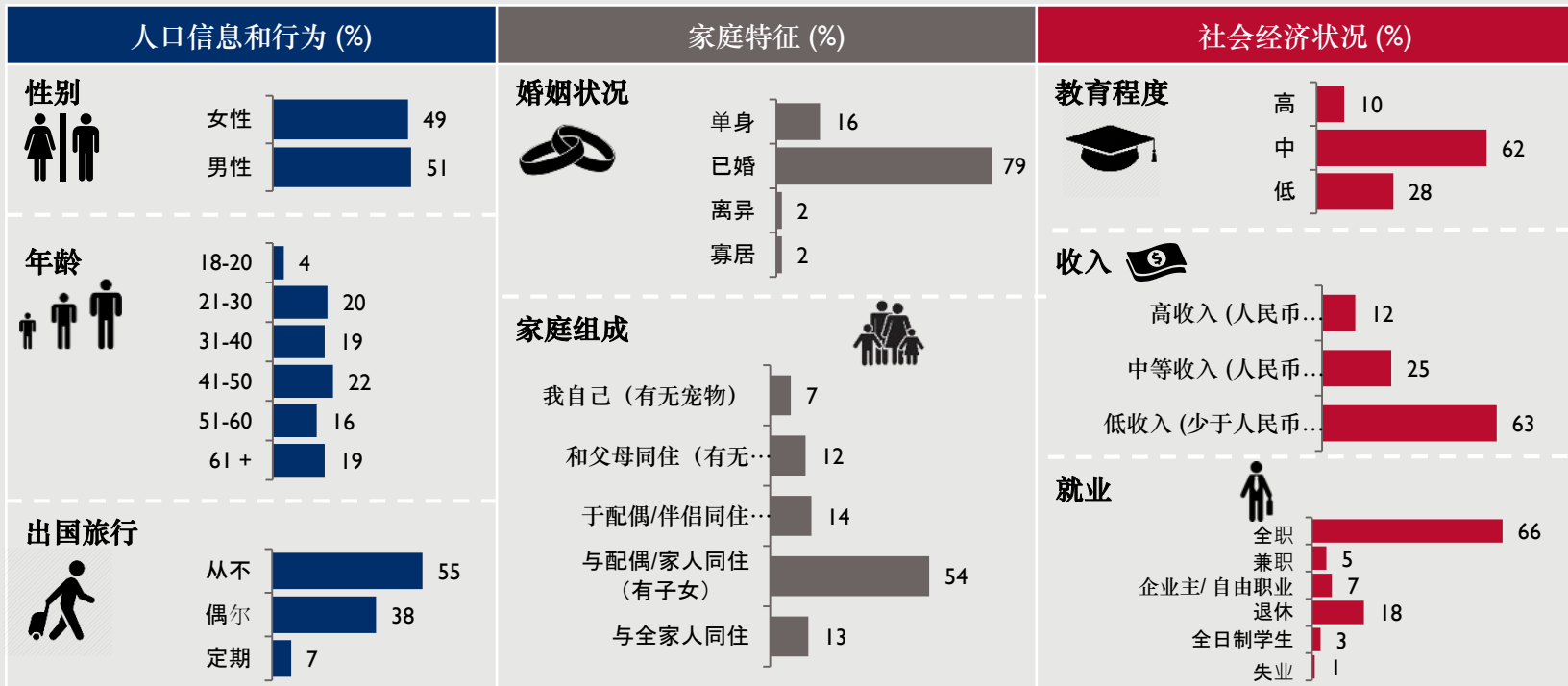
排名练习，比直接评分更好地描述动机的层次结构

关于谁：

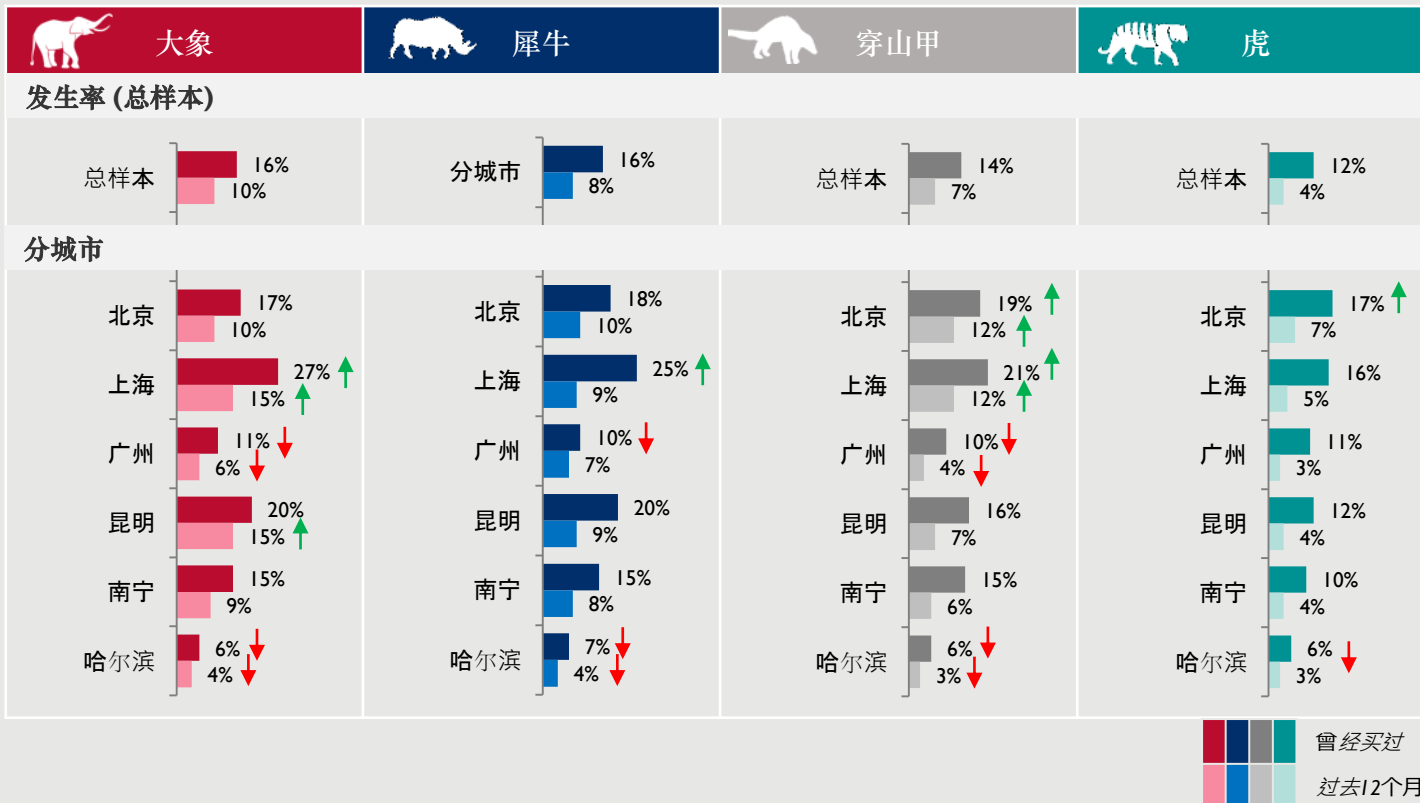
消费大象、穿山甲、犀牛和老虎肢体部分和制品的主要群体

每个消费群体的心理、社会人口、态度及其它方面特征

受访者的社会人口特征



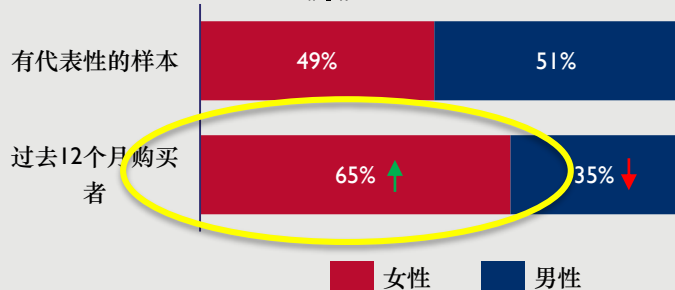
概述 - 曾经及过去12个月的购买发生率



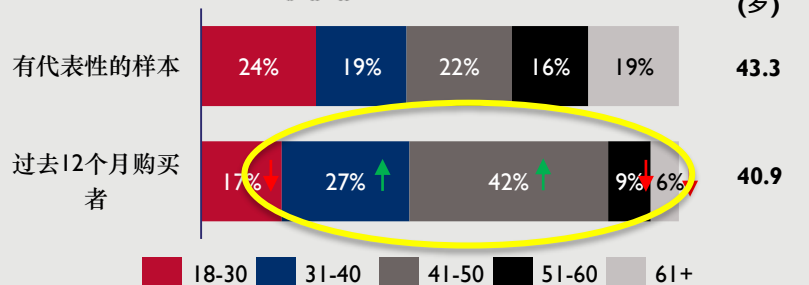


大象肢体部分和/或制品过去12个月的购买者特征

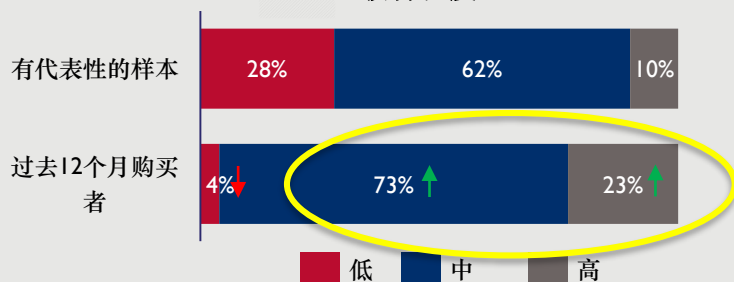
性别



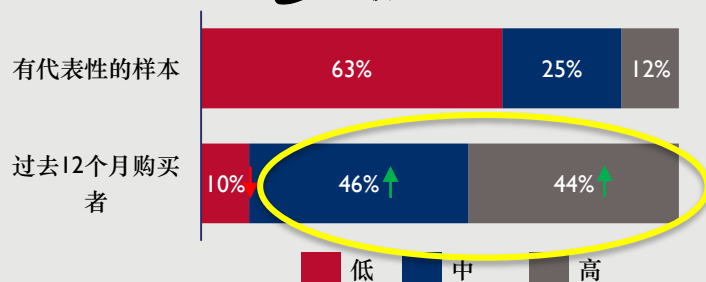
年龄



教育程度



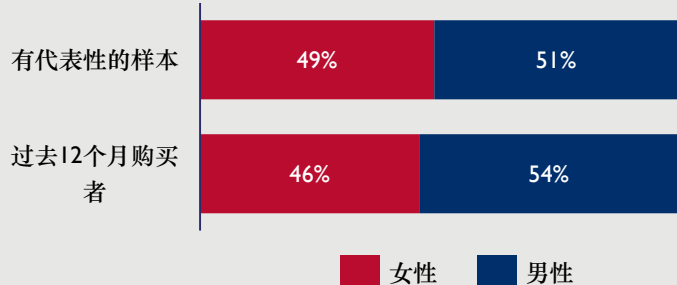
收入



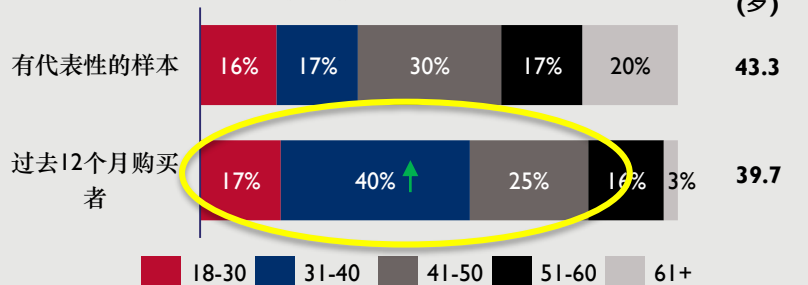


犀牛过去12个月的购买者特征

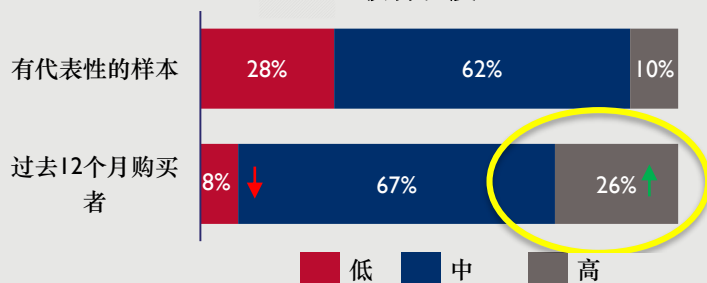
性别



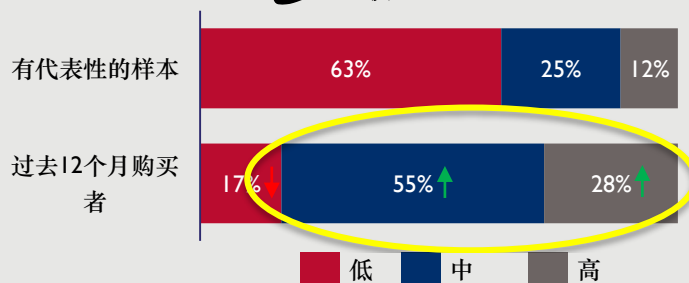
年龄



教育程度



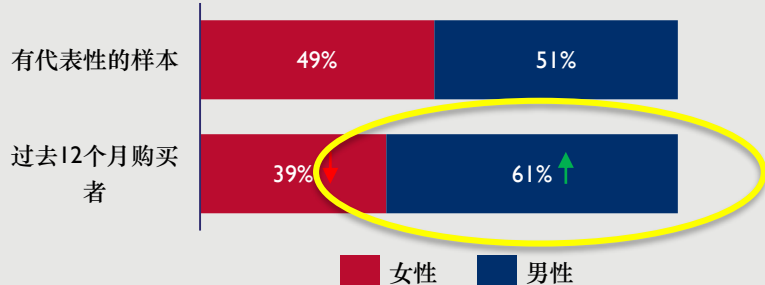
收入



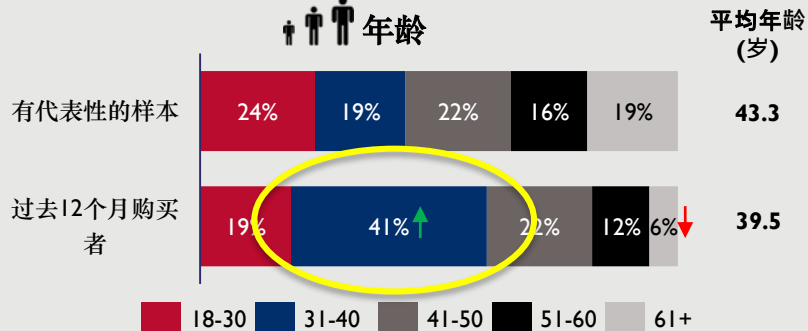


穿山甲过去12个月的购买者特征

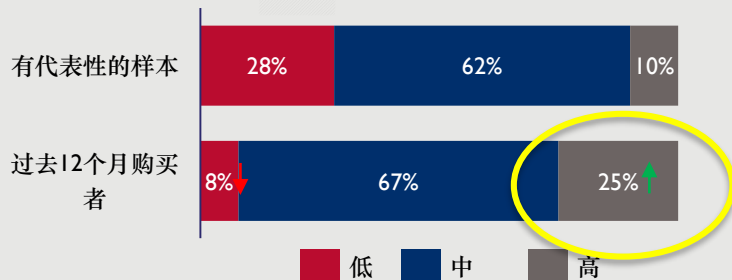
性别



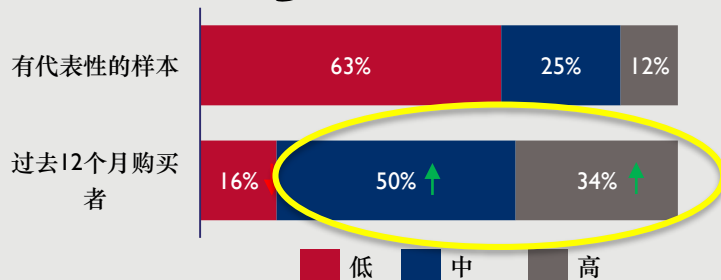
年龄



教育程度



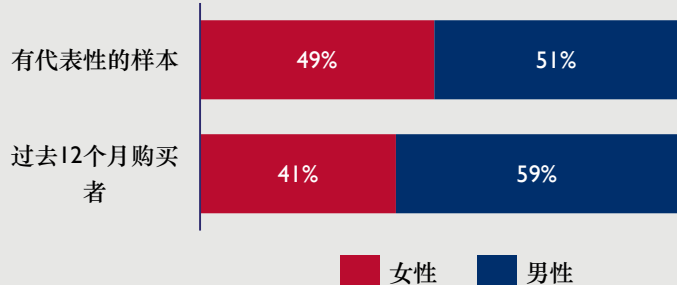
收入





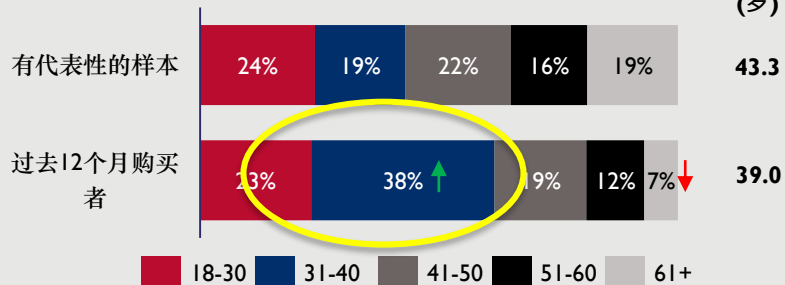
虎过去12个月的购买者特征

性别

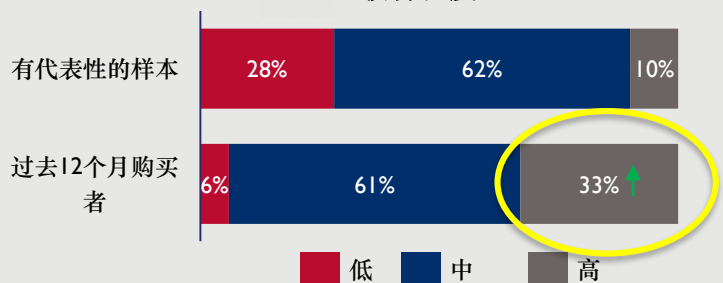


年龄

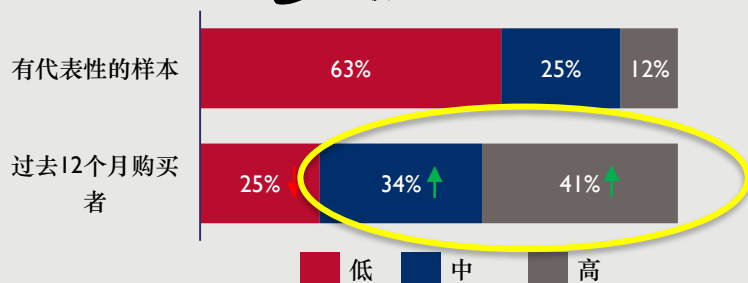
平均年龄 (岁)



教育程度



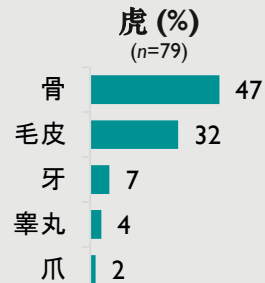
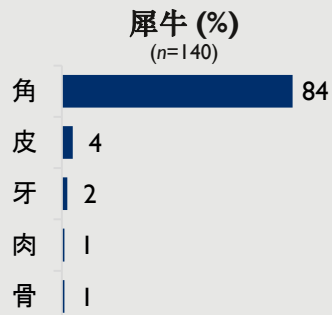
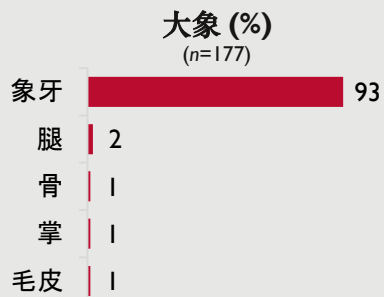
收入



做什么:

消费的普遍程度和
频率, 以及产品购
买后如何使用

概述 - 购买物种的主要肢体部分



各城市前2位 (%)	北京	上海	广州	昆明	南宁	哈尔滨
大象	象牙 87% 腿 6%	象牙 94% 腿 2%	*样本太少	象牙 96% 鼻 2%	象牙 96% 皮 4%	*样本太少
犀牛	角 77% 皮 3% ↓	角 79% 皮 10%	角 100%	角 82% 皮 4%	角 84% 皮 4%	*样本太少
穿山甲	鳞甲 63% 肉 8%	鳞甲 79% 尾 5%	*样本太少	鳞甲 86% 头 5%	*样本太少	*样本太少
虎	毛皮 45% 骨 36%	*样本太少	*样本太少	*样本太少	*样本太少	*样本太少



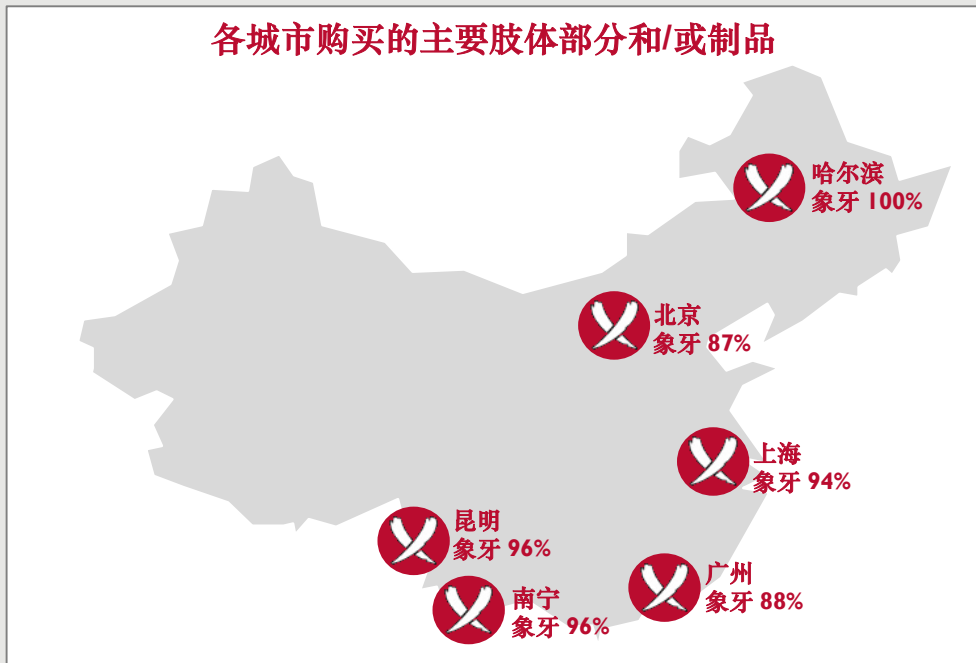
购买目的 - 大象制品和/或肢体部分

过去12个月中购买过大象肢体部分和/或制品的受访者

排名前10位的购买目的 (最近一次购买)
(占购买者的比例 %)



各城市购买的主要肢体部分和/或制品

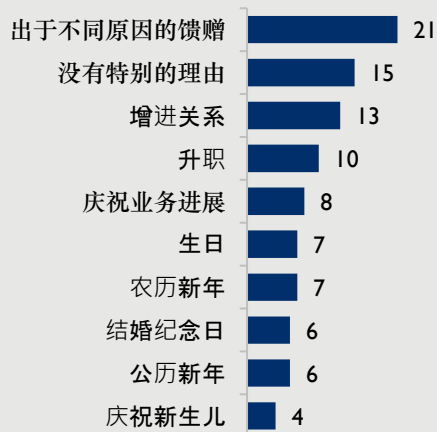




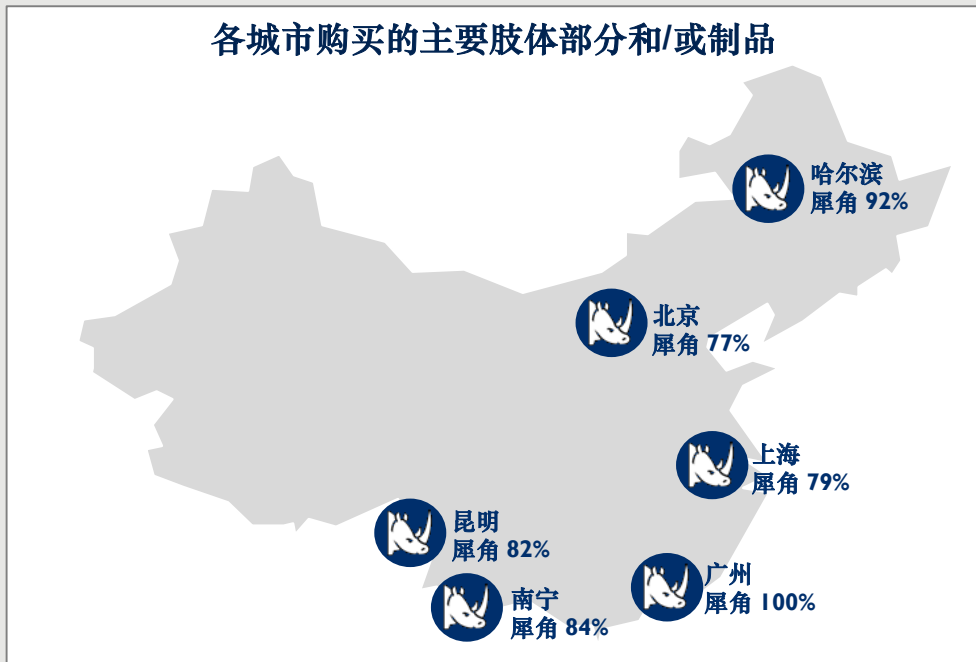
购买目的 - 犀牛制品和/或肢体部分

在过去12个月中购买过犀牛肢体部分和/或制品的受访者

排名前10位的购买目的 (最近一次购买)
(占购买者的比例 %)



各城市购买的主要肢体部分和/或制品





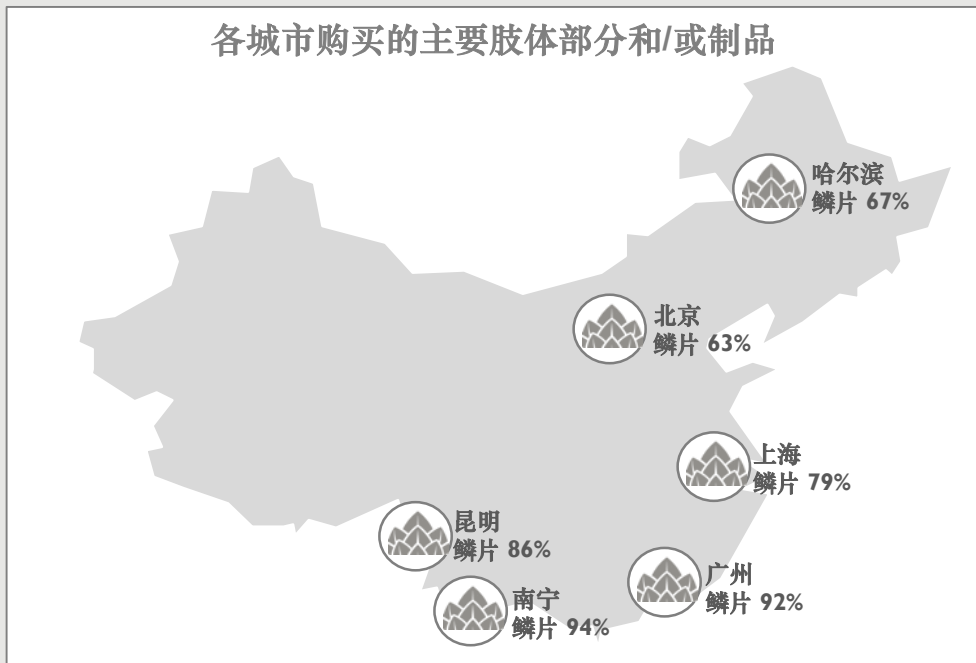
购买目的 - 穿山甲制品和/或肢体部分

过去12个月中购买过穿山甲肢体部分和/或制品的受访者

排名前10位的购买目的(最近一次购买)
(占购买者的比例 %)



各城市购买的主要肢体部分和/或制品

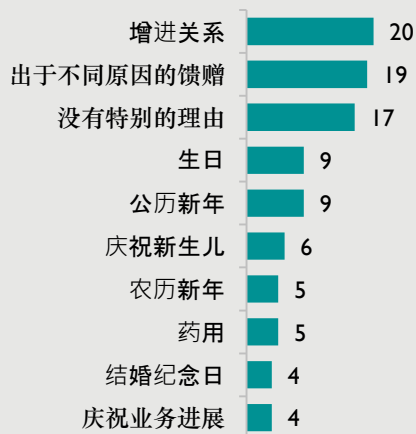




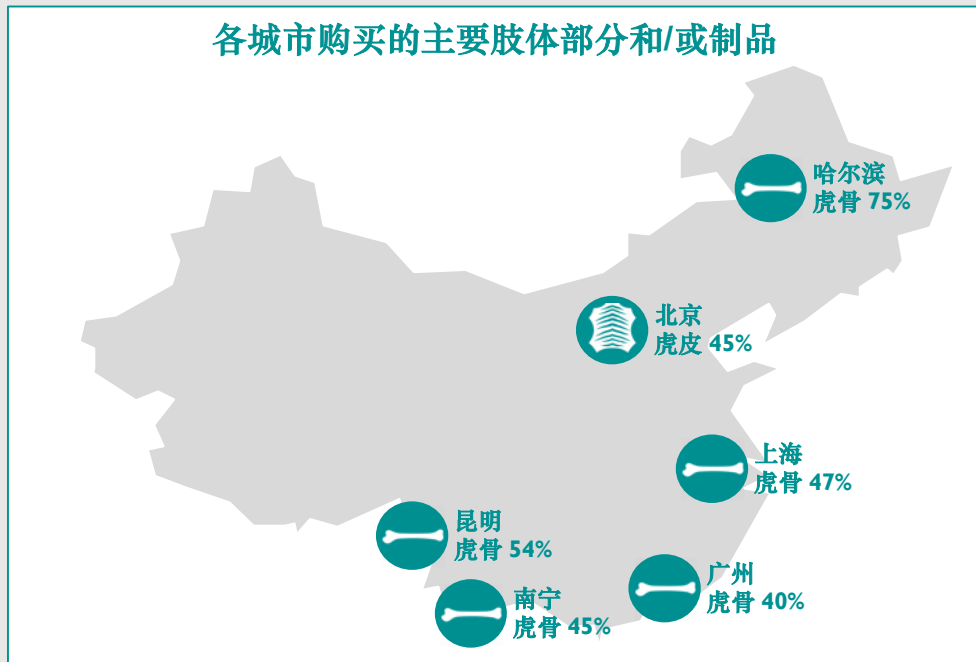
购买目的 - 虎制品和/或肢体部分

过去12个月中购买过虎肢体部分和/或制品的受访者

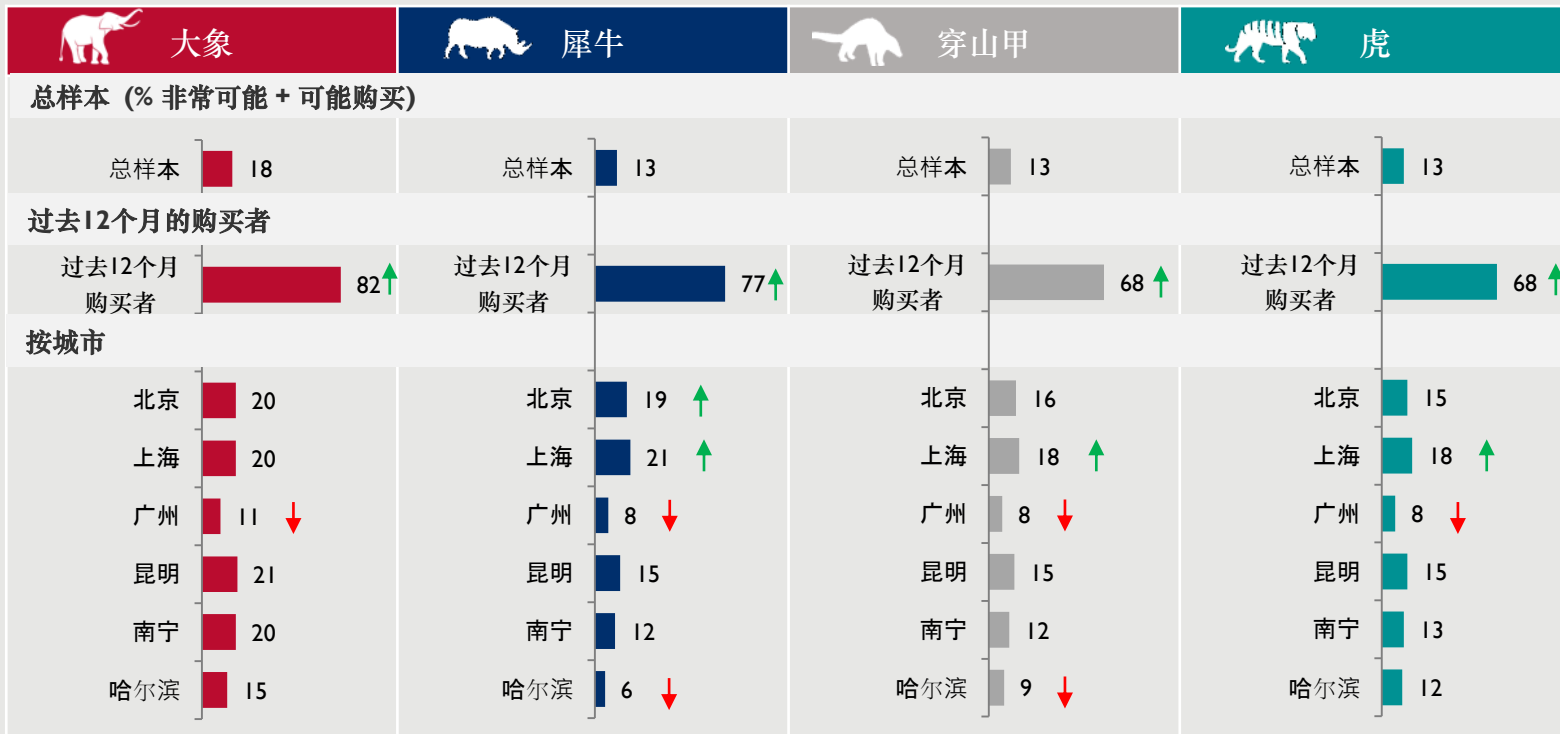
排名前10位的购买目的(最近一次购买)
(占购买者的比例%)



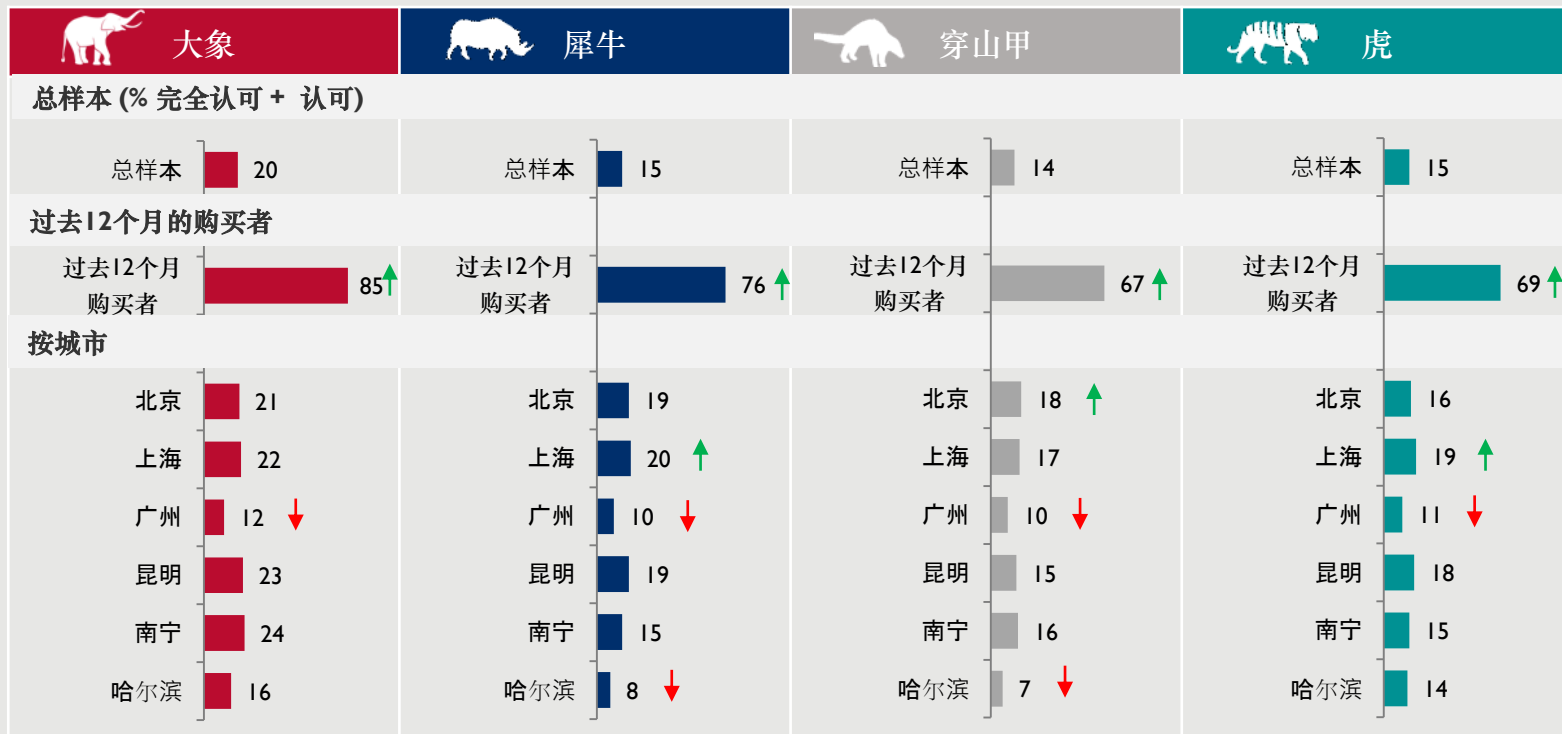
各城市购买的主要肢体部分和/或制品



概述 - 未来的购买意向



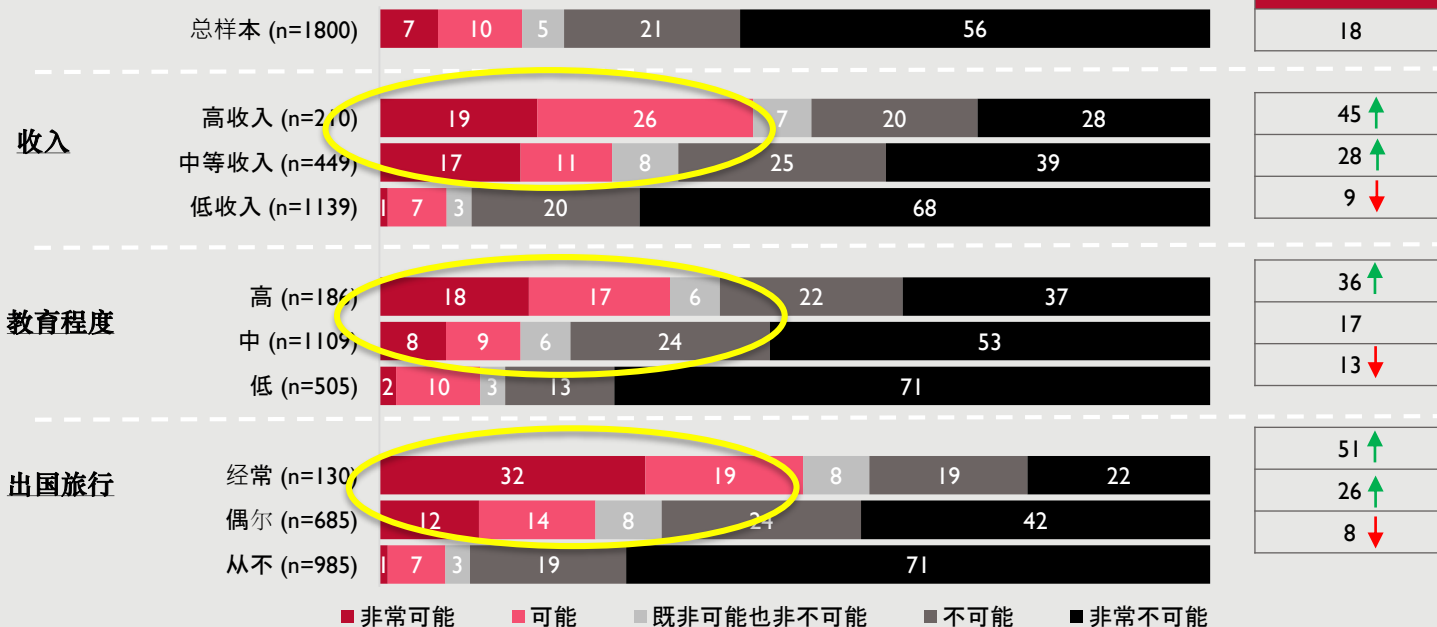
概述 - 认可程度





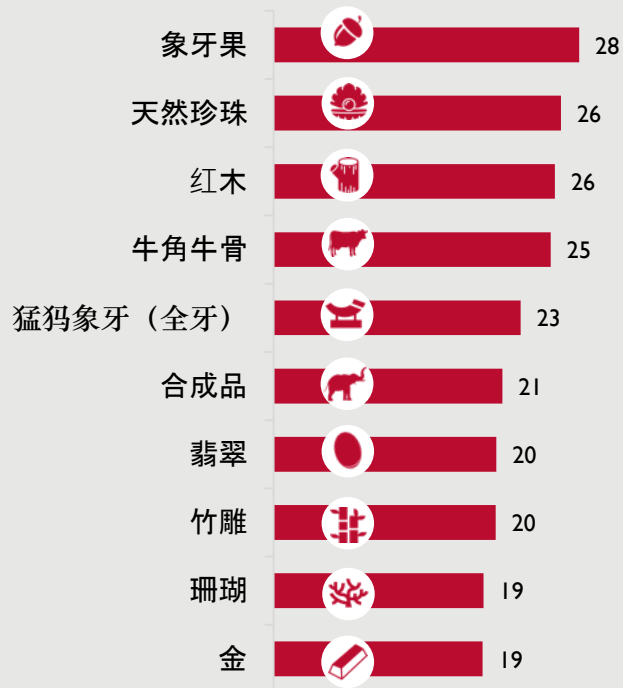
未来的购买意向 - 大象（各物种类似）

未来购买大象肢体部分和/或制品的可能性
(占全部受访者的比例 %)





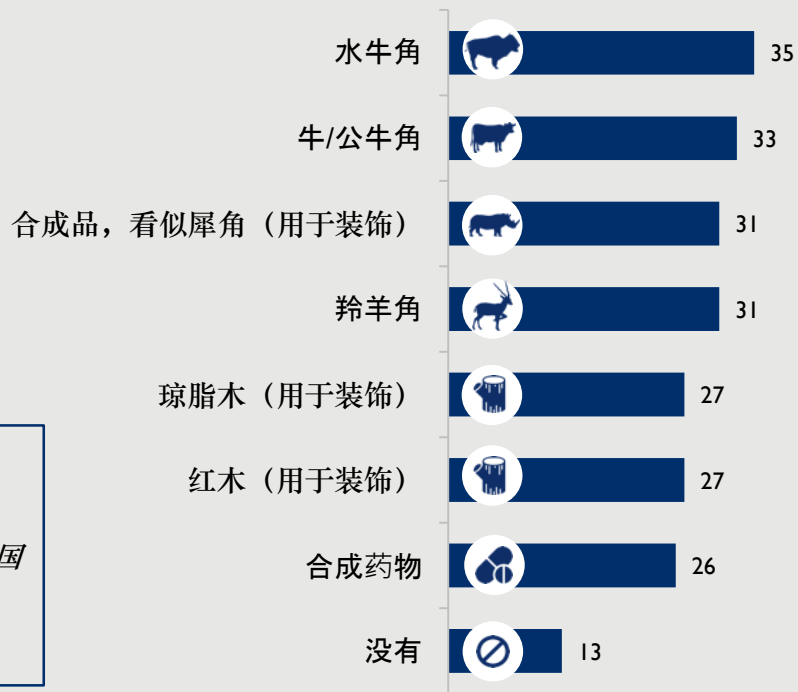
象牙的替代品（前10名，占全部受访者的比例%）



注：在替代品中，珊瑚在中国受到保护



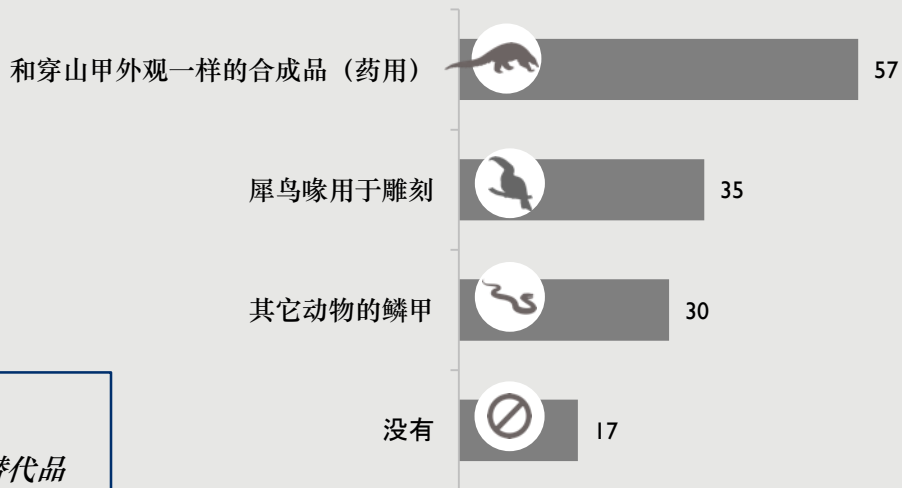
犀牛的替代品（前10名，占全部受访者的比例%）



注：在替代品中，羚羊在中国受到保护



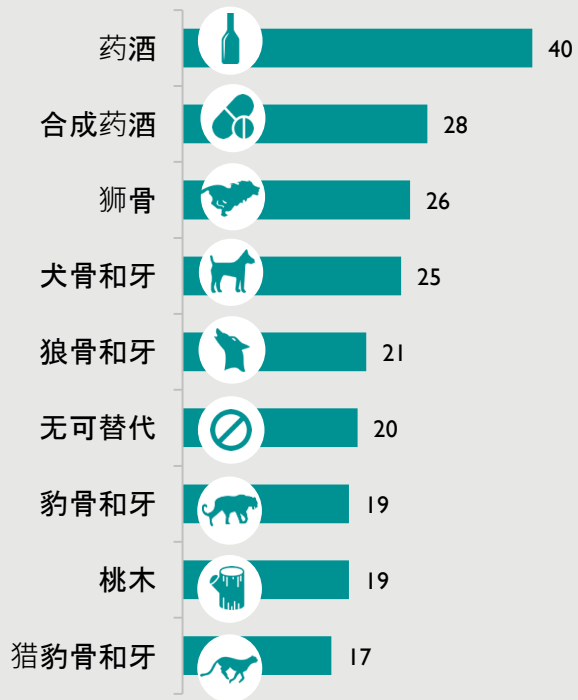
穿山甲的替代品（前10名，占全部受访者的比例%）



注：在替代品中，犀鸟在中国受到保护



虎的替代品（前10名，占全部受访者的比例%）



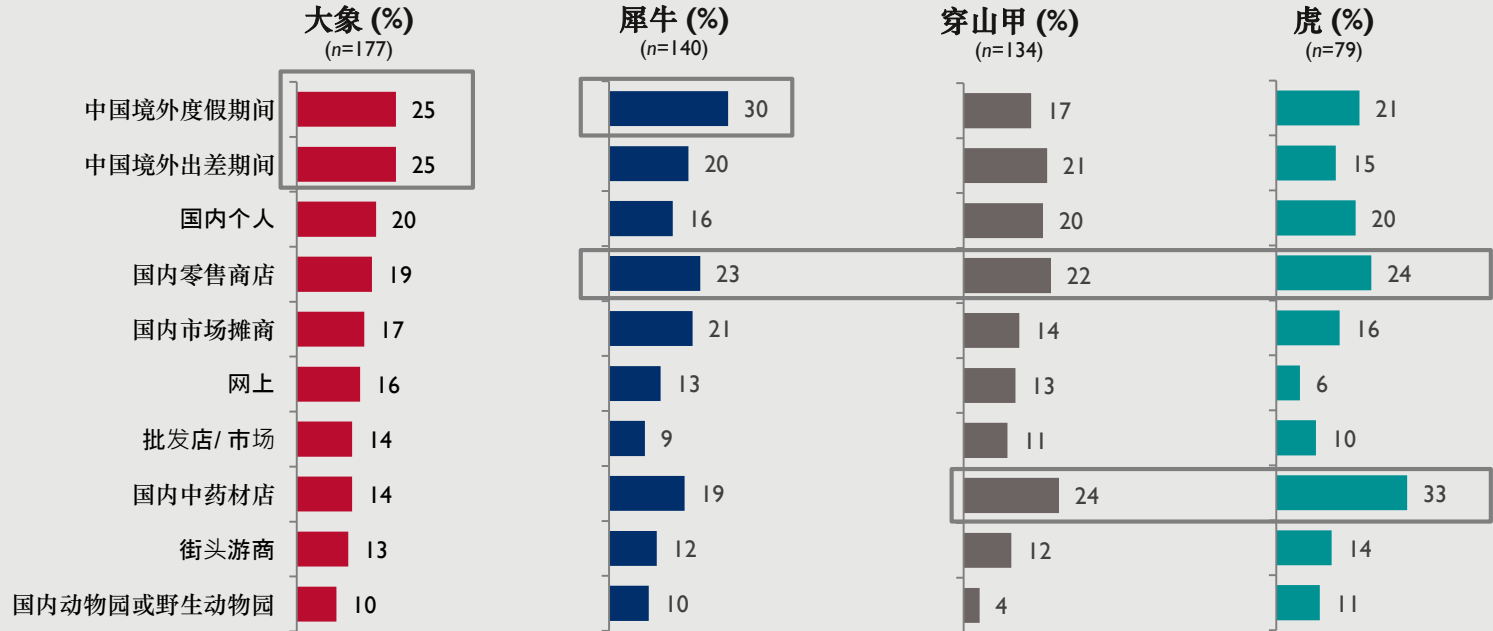
注：在替代品和相关物种中，狼在豹在中国受到保护

A tiger is lying in a field of tall grass, looking directly at the camera. The image has a blue tint. The text '哪里：' is overlaid on the left side of the image.

哪里：




















采购渠道

概述 - 各物种的主要购买渠道

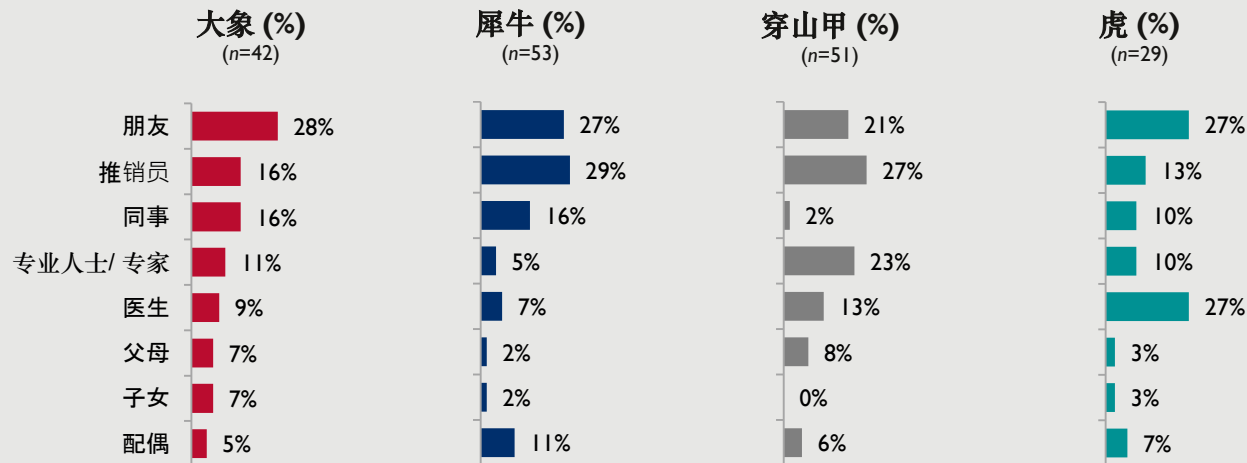


购买决定

在过去12个月中，野生动物肢体部分和/或制品的购买者

我决定购买	 有计划的购买者比例 %	 无计划的购买者比例 %
	 完全自行决定	 26%
 基于他人推荐	 19%	 42%
	 20%	 42%
	 25%	 38%
	 7%	 17%
	 8%	 30%
	 9%	 28%
	 15%	 22%

概述 - 无计划购买者经他人推荐所购买的物种



为什么：

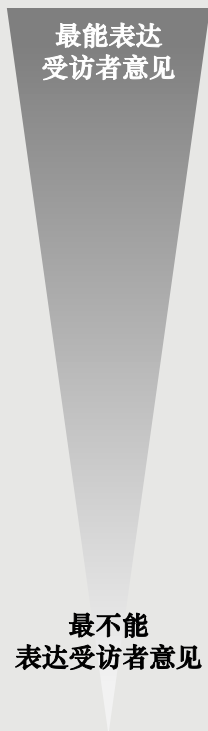
驱动购买和使用这些产品的主要动机



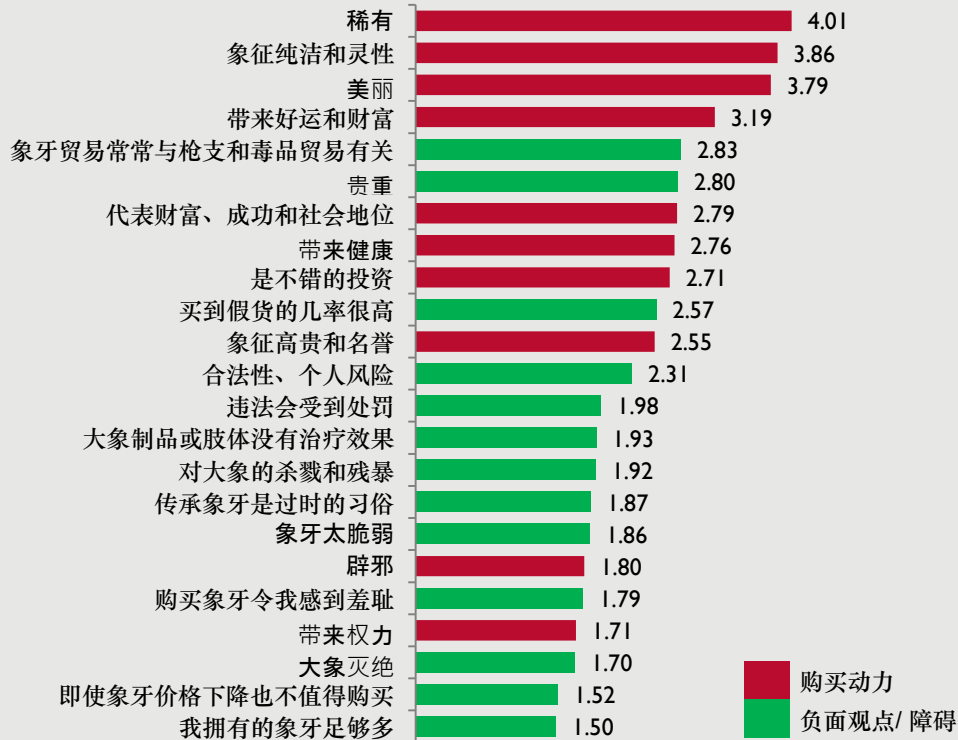


驱动力和障碍

过去12个月中大象肢体部分和/或制品的购买者



10分范围内的平均得分





方法概述：叙述分析（1）

观点组

象征高贵和名誉	0.817
带来好运和财富	0.747
代表财富、成功和社会地位	0.693
对大象的杀戮和残暴	-0.681
象牙太脆弱	-0.718
大象灭绝	-0.822

传承象牙是过时的习俗	0.735
象牙贸易常常与枪支和毒品贸易有关	0.659
即使象牙价格下降，也不值得购买	0.652
购买象牙令我感到羞耻	0.649
带来健康	-0.730
是好投资	-0.776

我拥有的象牙足够多	0.646
大象制品或肢体没有治疗效果	0.602
辟邪	-0.587
象征纯洁和灵性	-0.667
美丽	-0.692
稀有	-0.810

买到假货的风险很高	0.766
违法会受到处罚	0.657
带来权力	-0.759



叙述

叙述 1:

象牙带来/代表成功、财富和社会地位

叙述 2:

象牙既不是好的投资，也没有疗效。传承象牙是过时的习俗，象牙贸易常常于犯罪相关。购买象牙令我感到羞耻。

叙述 3:

我拥有象牙，知道它能辟邪。

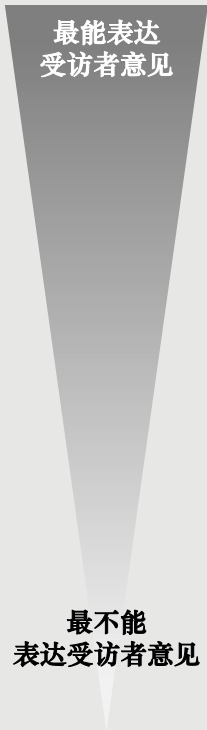
叙述 4:

象牙不会带来权力。买到假象牙的风险很高，而且会因违法而受到处罚。



驱动力和障碍

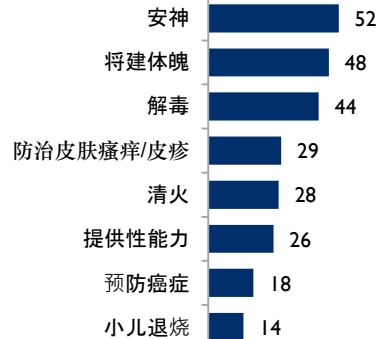
过去12个月中犀牛肢体部分和/或制品的购买者



10分范围内的平均得分



犀牛被认为具有的保健功效 过去12个月的购买者 (n=140)



购买动力

负面观点/障碍



关于犀牛的观点组和叙述

观点组

对犀牛的杀戮和残暴	0.861	治病	0.942	带来权力	0.885	合法性和个人风险	0.758	我已经拥有足够的犀牛制品或肢体部分	0.940
犀牛灭绝	0.739	带来健康	0.875	带来好运和财富	0.639	阳刚之气	-0.666		
购买犀牛制品令我感到羞耻	0.543	无论价格多低，犀角都不值那么多钱	-0.787	显示财富、成功和社会地位	0.519			令人对一定社会阶层有归属感	0.568
犀角贸易常常与毒品和枪支贸易相关	0.504			买到假货的风险很高	-0.943				
好投资	-0.604	犀角的疗效不大	-0.900						
性能力	-0.672								

叙述

叙述 1:

认为犀角能提高性能力、带来财富和社会地位是非常错误的。犀角贸易意味着残忍、杀戮和对犀牛的灭绝。购买犀牛制品是可耻和非法的。

叙述 2:

犀角具有非同一般的疗效。

叙述 3:

我相信犀角能够带来好运、财富和权力。出售的犀角不是假货。

叙述 4:

犀角不能增强阳刚之气，而且是违法的。

叙述 5:

我拥有犀角，因为它令我感到属于较高的社会阶层。



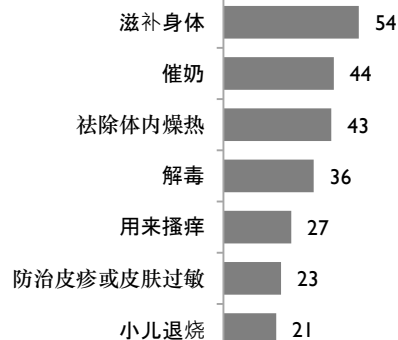
驱动力和障碍

过去12个月中穿山甲肢体部分和/或制品的购买者

最能表达
受访者意见



穿山甲被认为具有的保健功能
过去12个月的购买者 (n=134)



■ 购买动力
■ 负面观点 / 障碍

最不能
表达受访者意见



关于穿山甲的观点组和叙述

观点组

带来权力	0.885
带来幸运和财富	0.826
令人对一定社会阶层有归属感	0.811
显示财富、成功和社会地位	0.809
穿山甲肢体或制品的疗效不大	-0.693
买到假货的风险很高	-0.761

带来健康	0.883
治病	0.866
阳刚之气	0.711
购买穿山甲制品令我感到羞耻	-0.756

违法会受处罚	0.820
穿山甲贸易常常与毒品和枪支贸易相关	0.820
对穿山甲的杀戮和残暴	0.815
我已经拥有足够多的穿山甲制品或肢体部分	0.757
穿山甲灭绝	0.704
性能力	-0.677

无论价格多低，穿山甲肢体及制品都不值那么多钱	0.629
合法性、个人风险	0.890



叙述

叙述 1:

穿山甲能够带来权力、财富、成功和较高社会地位

叙述 2:

穿山甲能带来健康并增强阳刚之气。购买穿山甲肢体部分或制品，我不会感觉羞耻。

叙述 3:

杀戮穿山甲是残忍和非法的行为，会导致这个物种灭绝。消费穿山甲能提高性能力是认知的误区。

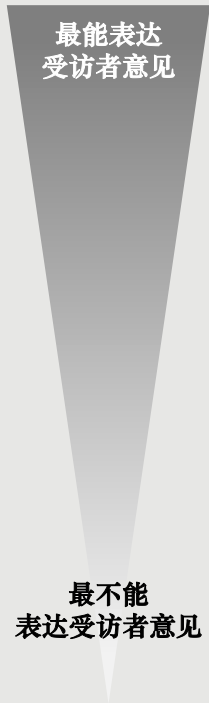
叙述 4:

穿山甲从不值钱，加上非法和存在个人风险，所以不值得购买。

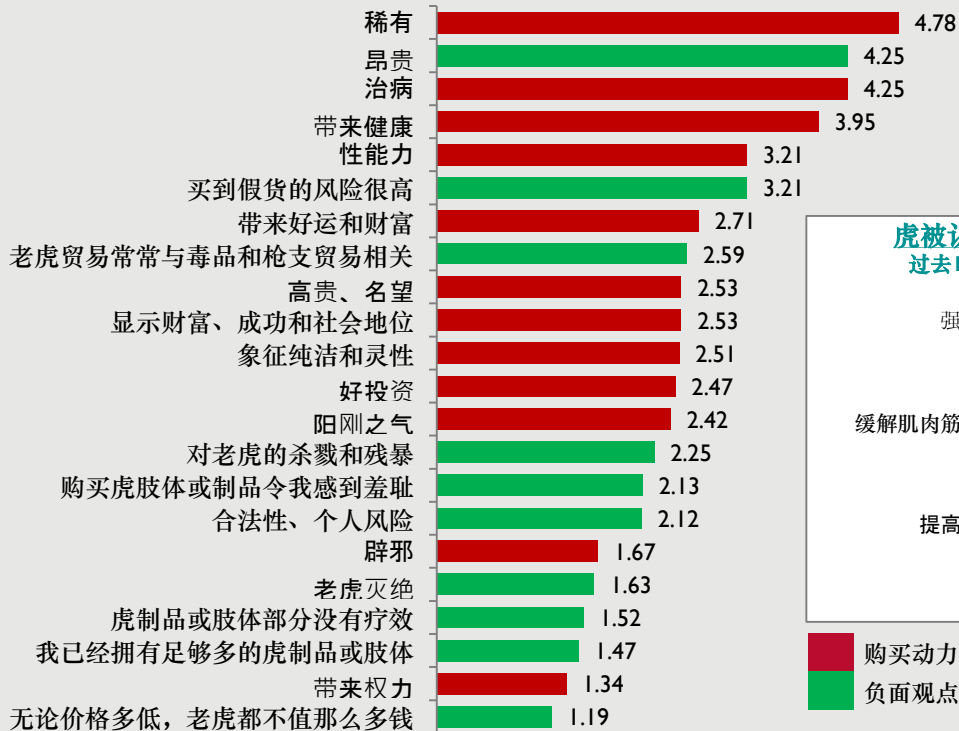


驱动力和障碍

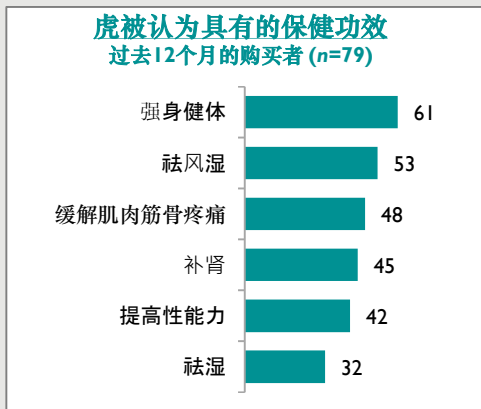
过去12个月中虎肢体部分和/或制品的购买者



10分范围内的平均得分



虎被认为具有的保健功效
过去12个月的购买者 (n=79)



购买动力

负面观点 / 障碍



关于老虎的观点组和叙述

观点组

带来健康	0.785
昂贵	0.773
治病	0.753
稀有	0.666
无论价格多低，老虎都不值那么多钱	-0.713
我已经拥有足够多的虎制品或肢体	-0.742
虎制品或肢体部分没有疗效	-0.751

买到假货的风险很高	0.745
老虎贸易常常与毒品和枪支贸易相关	0.726
老虎灭绝	0.626
好投资	-0.632
象征纯洁和灵性	-0.761
带来幸运和财富	-0.800

高贵、名望	0.920
带来权力	0.837
有助于显示财富、成功和社会地位	0.726
辟邪	0.647

阳刚之气	0.842
性能力	0.826

购买虎肢体或制品令我感到羞耻	0.559
对老虎的杀戮和残暴	0.596
合法性、个人风险	0.770



叙述 1:

虎肢体部分和/或制品很稀有，但疗效显著。物有所值。

叙述 2:

虎制品没有灵性，也无法带来幸运或财富。真实的情况是，虎制品常常与犯罪行为有关，而且常有假货。

叙述 3:

老虎象征声望、权力、社会地位，可以辟邪。

叙述 4:

虎制品可以提高男子的阳刚之气和性能力。

叙述 5:

我害怕风险，加上以残酷的方式获得，我会为购买虎制品而感到羞耻。

叙述

如何 [改变]:

法律与法规

观念信息的接触程度

“妈妈，我长牙了”

“.....”

“妈妈，我长牙了耶！”

“.....”

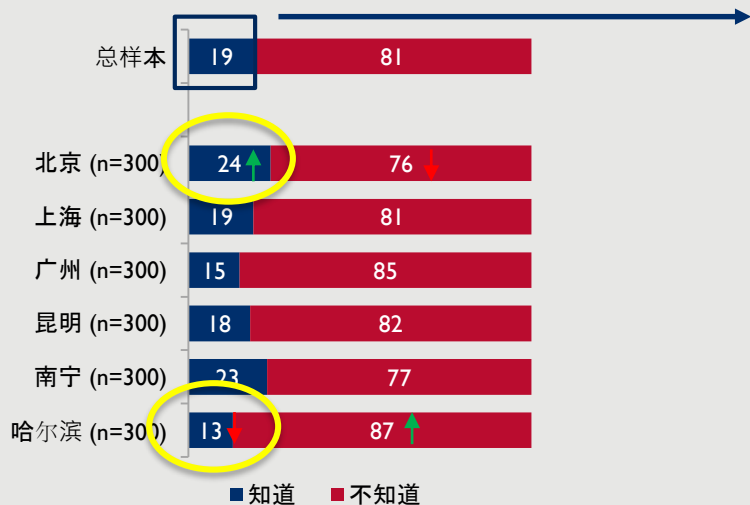
“妈妈！我长牙了！”

“妈妈.....？”

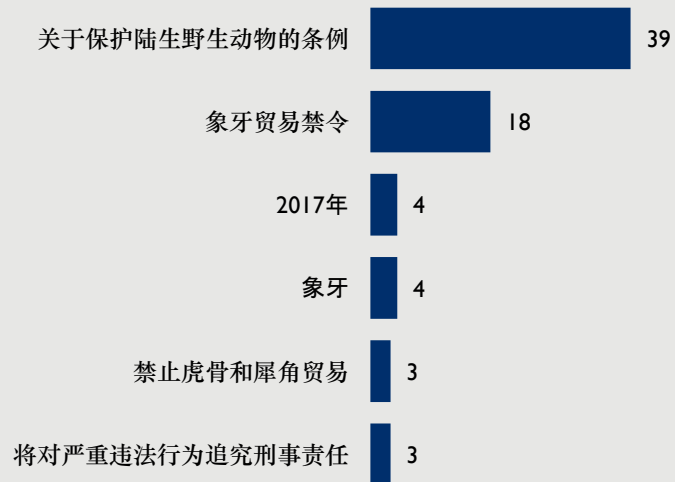
“妈妈，你不为我高兴吗？”

对条约和法规的知晓程度

您是否知道现行/将要出台的控制保护动物销售的有关条约或法规? (%)

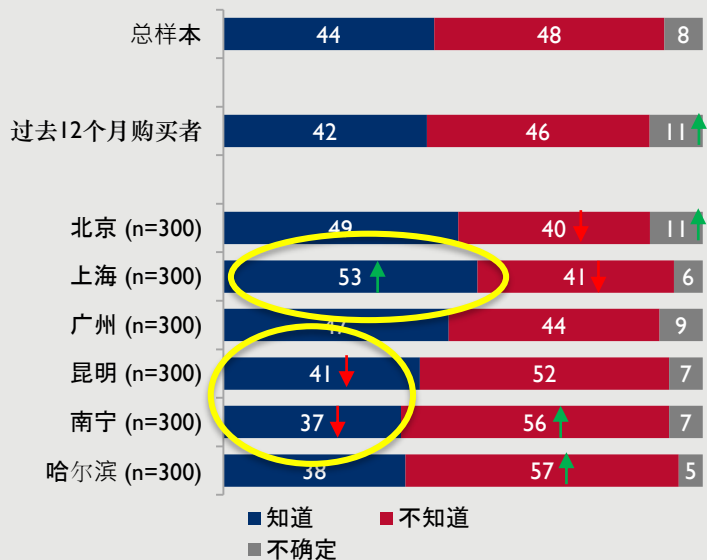


法规/条约 (或法规内容) 知晓 - 开放式答案 (占知晓的受访者的比例 %, n=335)

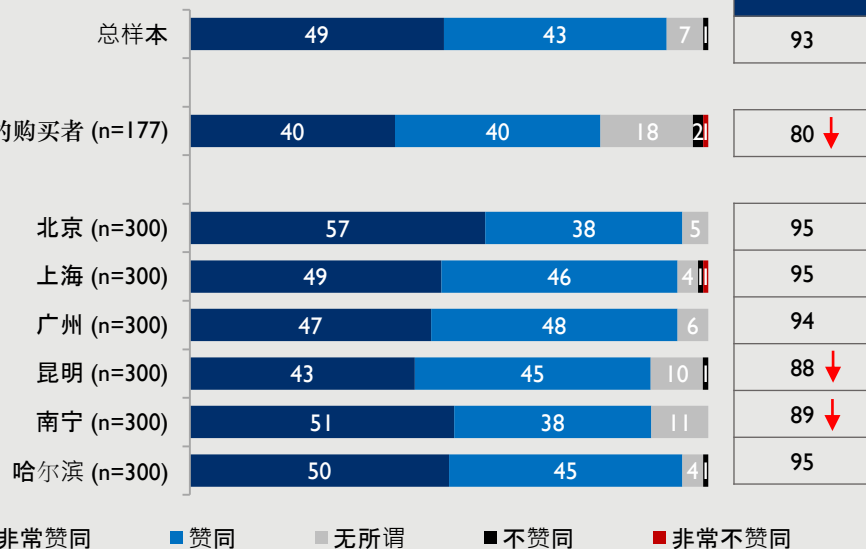


对象牙贸易禁令的知晓程度

您是否听说过象牙贸易禁令?
(占全部受访者的比例 %)



您在多大程度上赞同象牙贸易禁令? (%)

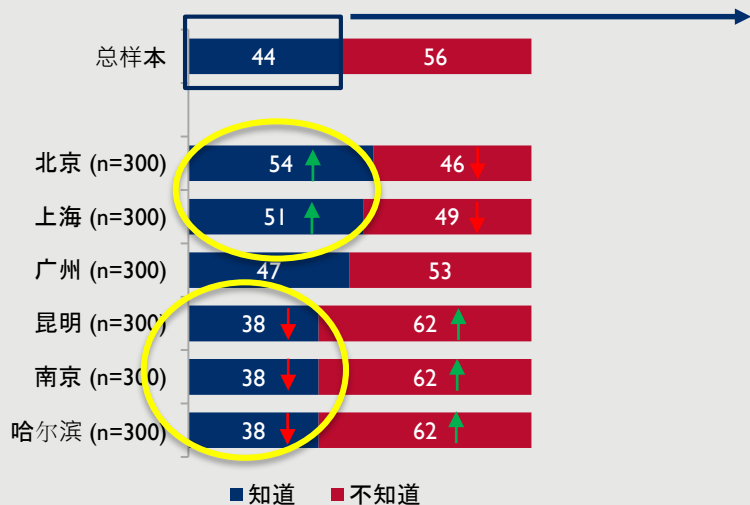


前2名 (%)
非常赞同 + 赞同

总样本	93
过去12个月的购买者 (n=177)	80 ↓
北京 (n=300)	95
上海 (n=300)	95
广州 (n=300)	94
昆明 (n=300)	88 ↓
南宁 (n=300)	89 ↓
哈尔滨 (n=300)	95

对修改后的《野生动物保护法》的知晓程度

您是否听说过2016年修改后的《野生动物保护法》？ (%)

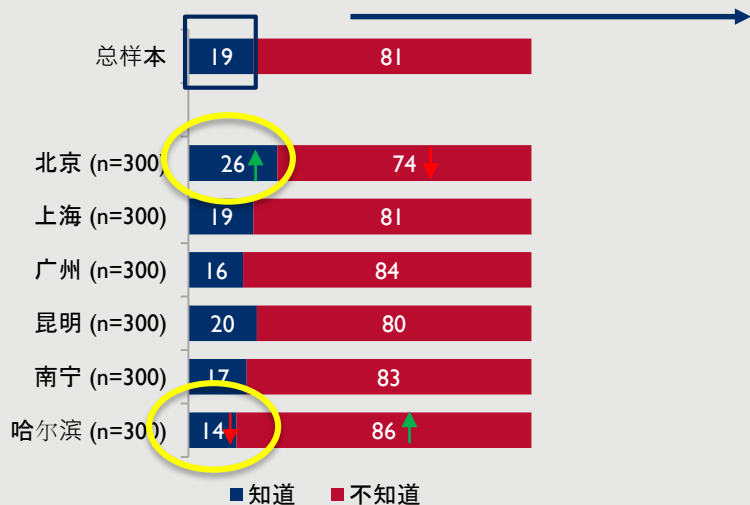


您知道该法的那次修改或增补？
(在知晓受访者中所占比例 %, n=798)



对观念信息的知晓程度

在过去6个月中知晓有关停止消费受保护动物的肢体部分和/或制品的观念信息 (%)



您知道该法的那次修改或增补?
(在知晓受访者中所占比例 %, n=336)



知晓的信息来源

排名前3位的信息来源

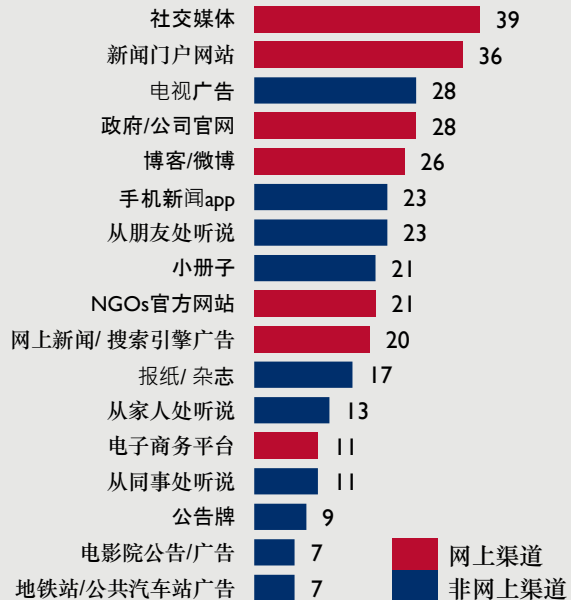
网上
(净值: 82%)



网下



知晓的所有信息渠道 (占受访者比例 %)



联系人：

ELEANORA DE GUZMAN
SOCIAL AND BEHAVIOR CHANGE COMMUNICATION TEAM LEAD
USAID WILDLIFE ASIA
eleanora.deguzman@usaidwildlifeasia.org

