

绿色消费背景下消费者价格敏感度的影响研究

韩铁鑫

创越(北京)高分子材料科技有限公司

DOI:10.12238/ej.v5i2.2009

[摘要] 本研究探讨了绿色消费趋势背景下消费者价格敏感度的影响因素。随着环保意识的增强,绿色产品市场中占据了越来越重要的地位,但价格因素仍是影响消费者购买决策的关键。本研究通过分析绿色消费的现状,结合消费者的个人特征、产品特性以及市场与政策环境,系统探讨了这些因素如何影响消费者的价格敏感度。研究发现,消费者的收入水平、环保意识、产品的品牌与功能性、政府的补贴政策等都是影响价格敏感度的重要因素。基于此,提出了优化绿色产品性价比、加强消费者教育、以及通过政策引导降低价格敏感度的策略建议。本研究为绿色消费市场的发展提供了理论支持,也为政策制定者和企业在推动绿色消费时提供了参考。

[关键词] 绿色消费; 价格敏感度; 影响因素; 环保政策

中图分类号: F063.2 **文献标识码:** A

Study on the influence of consumer price sensitivity in the context of green consumption

Tiexin Han

Chuangyue (Beijing) Polymer Materials Technology Co., Ltd

[Abstract] This study explores the influencing factors of consumer price sensitivity in the context of green consumption trend. With the increase of environmental awareness, green products occupy an increasingly important position in the market, but the price factor is still the key to affect consumers' purchasing decisions. By analyzing the current situation of green consumption, combining the personal characteristics of consumers, product characteristics and market and policy environment, this study systematically discusses how these factors affect the price sensitivity of consumers. It is found that consumers' income level, environmental awareness, product brand and functionality, and government subsidy policies are all important factors affecting price sensitivity. Based on this, some suggestions were put forward to optimize the cost performance of green products, strengthen consumer education, and reduce price sensitivity through policy guidance. This study provides theoretical support for the development of the green consumption market, and also provides a reference for policy makers and enterprises when promoting green consumption.

[Key words] green consumption; Price sensitivity; Influencing factors; Environmental protection policy

引言

在当今全球环境问题日益严重的背景下,绿色消费成为了社会各界日益关注的重要议题。绿色消费不仅仅是一种商品或服务的选择方式,更是一种倡导环保、可持续发展的生活态度。它体现了消费者在满足个人需求的同时,努力减少对自然环境的负面影响。这种消费方式不仅影响着个人生活的方方面面,也对整个社会的可持续发展产生了深远的影响。随着全球气候变化、资源枯竭

等环境问题的日益突出,各国政府和国际组织纷纷出台了一系列政策和措施,旨在推动绿色经济的发展。绿色消费作为其中的重要组成部分,得到了前所未有的关注和推广。近年来,随着各类环保活动的开展和媒体对环境问题的广泛报道,消费者的环保意识逐渐提高,越来越多的人开始关注并尝试选择对环境友好的绿色产品和服务。然而,尽管绿色消费在理念层面得到了广泛认可,但在实际的消费行为中,绿色产品的推广和普及

依然面临着许多挑战。其中一个重要的背景因素是消费者的价格敏感度。绿色产品通常因其采用可持续材料、环保技术或在生产过程中减少了污染排放,因此其生产成本往往高于传统产品^[1]。这导致了绿色产品在市场上价格相对较高,从而影响了消费者的购买决策。在经济全球化的背景下,消费者在面对多样化的商品选择时,价格仍然是他们考虑的重要因素之一。即便是在环保意识较为强烈的消费者群体中,价格因素也可能

成为他们在绿色消费与传统消费之间犹豫不决的重要原因。

进一步来看,随着经济的发展和人民生活水平的提高,消费者的购买力在不断增强,但在全球经济不确定性增加的背景下,价格仍然是影响消费者行为的关键因素之一。尤其是在经济下行压力加大、收入增长放缓的情况下,消费者对价格的敏感度进一步提高。这种现象在绿色消费领域表现得尤为明显,因为绿色产品往往面临价格与价值认同之间的矛盾。此外,绿色消费的推广还受到文化、社会、经济等多方面因素的影响。在一些发达国家,由于环保意识的普及和政策支持,绿色消费已经成为一种主流趋势。然而,在发展中国家,绿色消费还处于起步阶段,消费者对绿色产品的认知和接受程度相对较低,价格因素在他们的购买决策中起着更加显著的作用。因此,研究绿色消费背景下消费者的价格敏感度,对于推动绿色产品的市场化具有重要的现实意义。

在全球可持续发展目标的指引下,绿色消费已经成为推动经济转型和社会进步的重要力量。随着环境问题的日益严峻,绿色消费不仅仅是一种环保行为,更是实现可持续发展战略的关键途径。然而,绿色消费的推广需要克服众多障碍,其中消费者的价格敏感度问题尤为突出。了解并解决这一问题,有助于推动绿色产品在市场中的普及,进而实现更广泛的社会效益。

1 绿色消费趋势与消费者价格敏感度的现状分析

在当前全球环境问题日益突出的背景下,绿色消费趋势正逐步成为主流,这不仅反映了消费者环保意识的提升,也代表了市场对可持续发展的需求。然而,在绿色消费的实际推广过程中,消费者的价格敏感度问题始终是一个无法回避的挑战。价格敏感度是指消费者对产品价格变动的敏感程度,直接影响他们的购买决策。在绿色消费领域,价格敏感度的高低直接决定了绿色产品的市场接受度与普及程度。绿色消费趋势的兴起与发展具有深刻的社会经济背景。随着全

球气候变化、资源枯竭和环境污染问题的日益加剧,各国政府和国际组织纷纷倡导可持续发展,并出台了一系列政策支持绿色经济的转型。消费者作为市场的最终决策者,在此背景下,绿色消费理念逐渐深入人心^[2]。根据国际能源署(IEA)和联合国环境规划署(UNEP)的数据显示,近年来,全球对绿色产品的需求逐年上升,尤其是在发达国家和地区,绿色产品的市场份额显著增加。例如,欧洲市场中,环保产品的销售额在过去五年间增长了超过30%,其中有机食品和绿色能源产品的增幅尤为显著。

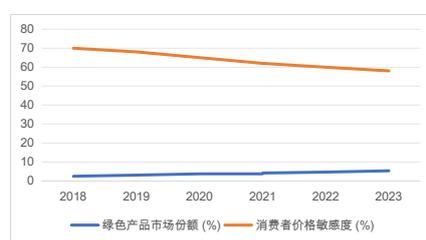


图1 绿色产品市场份额与消费者价格敏感度变化趋势(数据来源:国际市场研究公司尼尔森和Statista的联合报告(2018-2023))

然而,尽管绿色消费的理念得到广泛传播,实际的市场表现却受到价格因素的严重制约。根据麦肯锡公司的一项调查显示,超过60%的消费者表示愿意为环保产品支付溢价,但当这种溢价超过10%时,消费者的购买意愿显著下降。这一现象表明,价格敏感度依然是阻碍绿色消费推广的重要因素之一。具体而言,不同类别的绿色产品在市场中的价格敏感度表现不一。例如,能源效率高的家电产品、可再生能源设备等由于初始投资较高,消费者对其价格变动的敏感度更高;而在日常消费品如有机食品、环保日用品等领域,消费者在价格上的敏感度相对较低。进一步分析发现,绿色消费市场中的价格敏感度与消费者的收入水平、购买力以及环保意识密切相关。根据国际市场研究公司尼尔森的数据,在高收入国家和地区,消费者对绿色产品的价格敏感度相对较低,他们更倾向于为环保理念买单。在这些市场中,绿色产品的价格溢价往往能够被接受,而在中低

收入国家,消费者对绿色产品的价格更加敏感。数据显示,超过70%的发展中国家消费者表示,价格是他们购买绿色产品时最为关注的因素之一,这使得绿色消费在这些地区的推广面临更多挑战。

此外,产品本身的特性也对价格敏感度产生影响。绿色产品通常因其生产过程更加环保、使用可再生资源或减少污染排放而具有更高的生产成本,这导致其市场价格相较于传统产品更高。例如,电动汽车作为一种典型的绿色产品,虽然在环保性能上具有明显优势,但其较高的购置成本依然是许多消费者望而却步的重要原因。根据彭博新能源财经的报告,尽管电动汽车的电池成本逐年下降,但其价格仍然比同级别的传统燃油车高出约20%,这显著影响了消费者的购买决策。从市场表现来看,尽管绿色产品的市场份额在逐年增长,但其总体规模仍然相对有限。根据市场研究公司Statista的数据,2023年全球绿色消费品市场的总值约为1.3万亿美元,占全球消费品市场的比例不到5%^[3]。这一数据反映出绿色消费在全球范围内尚未完全普及,特别是在一些发展中国家和地区,绿色产品的市场渗透率仍然较低。消费者的价格敏感度在其中起到了关键作用,特别是在经济不确定性增加、消费者购买力下降的情况下,这一问题显得更加突出。

2 绿色消费趋势下消费者价格敏感度的影响因素分析

随着绿色消费趋势的逐步发展,消费者的价格敏感度受到了多种因素的影响。理解这些影响因素对推动绿色消费具有重要意义。以下将从消费者个人特征、产品特性以及市场和政策环境三个方面进行详细分析。

2.1 消费者个人特征的影响。消费者的个人特征是影响价格敏感度的重要因素之一。收入水平直接决定了消费者对价格的敏感程度。高收入群体通常具备更强的支付能力,他们在选择绿色产品时,价格敏感度较低,愿意为环境友好型产品支付更高的溢价。而中低收入群体则对价格较为敏感,尤其在经济压力较大的情况下,他们更倾向于选择价格较

低的传统产品。消费者的教育程度和环保意识也显著影响价格敏感度。具有较高教育水平的消费者往往具备更强的环保意识,愿意为了支持可持续发展购买绿色产品。研究表明,环保意识越强的消费者,其价格敏感度越低,因为他们将购买绿色产品视为对环境保护的投资。然而,对于环保意识较低消费者,价格仍是决定其购买行为的主要因素,他们通常更倾向于选择价格更具竞争力的产品。

2.2 产品特性的影响。绿色产品本身的特性对消费者的价格敏感度也有重要影响。绿色产品的功能性和创新性往往决定了消费者的价格承受度。例如,高效的节能家电产品尽管初始价格较高,但由于其长期使用中能够节约能源和成本,因此消费者对其价格敏感度较低。这类产品通常通过提供长期的经济利益来吸引消费者,即便初期价格较高,也能通过宣传其长期优势来降低价格敏感度。品牌价值和产品的市场定位也会影响价格敏感度。知名品牌通常通过其强大的市场影响力和良好的信誉降低消费者对价格的敏感度。消费者对于知名品牌的信任,使他们更愿意为品牌溢价买单。此外,市场定位明确、针对高端市场的绿色产品,往往价格敏感度较低,因为这类产品的目标消费群体本身就具有较高的支付能力和较低的价格敏感度^[4]。

2.3 市场与政策环境的影响。市场与政策环境对绿色消费中的价格敏感度也起着至关重要的作用。市场竞争的激烈程度直接影响绿色产品的价格。随着越来越多企业进入绿色市场,竞争加剧,企业为争夺市场份额可能会通过降低价格来吸引消费者,从而降低价格敏感度。这种竞争不仅有助于推动绿色产品的普及,还能促使企业不断创新,以提高产品的性价比。政府政策在调控消费者价格敏感度方面具有重要作用。政府通过实施税收优惠、补贴政策等手段,能够有效降低绿色产品的市场价格,减少消费者的价格负担。例如,在一些国家,政府为购买电动汽车的消费者提供补贴,大大降低了电动汽车的购买成本,进而降低了

消费者的价格敏感度。此外,政府还可以通过宣传和教育活动,提升消费者的环保意识,从而间接降低价格敏感度。

3 降低绿色产品价格敏感度的策略研究

绿色消费的推广在很大程度上受到消费者价格敏感度的制约。为了有效推动绿色产品的市场普及,必须采取多层面的策略来降低消费者对这些产品的价格敏感度。以下从产品层面优化、消费者教育与引导、以及政策支持三个方面进行探讨。

3.1 产品层面的优化策略。提升绿色产品的性价比是降低价格敏感度的核心。企业应通过技术创新和规模化生产,减少绿色产品的生产成本,从而提供更具竞争力的市场价格。例如,电动汽车行业通过优化电池技术,大幅降低了成本,使得价格逐年下降。类似的,其他绿色产品如可再生能源设备、环保家电等也应通过技术升级和规模效应来实现成本降低。开发多层次的产品线以满足不同消费群体的需求,可以有效降低价格敏感度。企业可以根据消费能力推出高中低端不同层次的绿色产品,以覆盖更广泛的市场^[5]。这不仅能扩大市场份额,还能通过分层定价策略减少价格敏感度的影响。例如,有机食品领域可以同时推出高端和亲民的产品,以满足不同层次消费者的需求。

3.2 消费者教育与引导策略。增强消费者的环保意识和责任感,是降低价格敏感度的重要手段。通过学校课程、社区宣传、媒体广告等渠道,加强消费者教育,突出绿色产品的长期价值,如环境效益、健康优势等,可以促使消费者在购买决策中不再单纯以价格为导向。此外,企业可以通过提供透明的信息来增加消费者对绿色产品的信任度。例如,通过产品包装或网站详细说明产品的环保特性、生产过程、环保认证等信息,使消费者更清晰地了解绿色产品的附加价值,从而降低价格敏感度。透明的信息不仅帮助消费者理解产品价值,还增强了他们的购买信心。

3.3 政策支持与市场调控策略。政府

政策在降低消费者价格敏感度方面发挥着至关重要的作用。直接的经济激励措施,如补贴和税收优惠,可以显著降低绿色产品的市场价格。例如,许多国家通过对电动汽车和太阳能设备的补贴,成功降低了这些产品的价格,使更多消费者能够负担得起。政府可以通过设立绿色消费激励计划,如绿色信用或积分奖励,鼓励消费者选择绿色产品。通过这种奖励机制,消费者可以在心理上感受到实际的经济利益,从而降低对价格的敏感度。政府应推动绿色产品的标准化和认证体系建设,增加市场透明度。统一绿色产品标识和严格的认证程序,可以帮助消费者识别真正的绿色产品,避免因信息不对称导致的价格敏感度增加。这种市场监管和标准化将进一步增强消费者的购买信心。

4 结语

随着绿色消费的不断推广,未来应继续加强技术创新、政策支持和消费者教育,进一步降低价格敏感度,推动绿色产品在全球市场的普及与可持续发展。

【参考文献】

[1] 陈晨,谢果.平台质量管理门槛、双侧用户效用与平台收益——网络外部性与价格敏感性视角[J].华东经济管理,2024,38(08):26-39.

[2] 刘延雪.算法价格歧视下消费者感知背叛与应对策略分析[J].价格月刊,2024,(03):39-46.

[3] 谢向英,何姍,张焯.平台属性对绿色农产品网购安全信任的影响——价格敏感度的调节作用[J].科技和产业,2023,23(16):207-213.

[4] 沈慧慧.下沉市场消费者认知吝啬对价格敏感度影响研究[D].东北林业大学,2023.

[5] 刘冰.消费者目标冲突对价格敏感度的影响研究[J].中国物价,2022,(12):99-102+110.

作者简介:

韩铁鑫(1987--),男,汉族,辽宁省庄河人,创越(北京)高分子材料科技有限公司,经理,研究方向:管理经济。