

## 澳門市民對公平貿易的看法和認知程度研究 內容撮要及發展策略建議 2016年5月

### 1. 前言

現時全球糧食系統嚴重失衡，每日有八億人挨餓，當中八成是為我們生產糧食的農民。樂施會認為，農民挨餓的主因之一，是現時全球貿易制度並不公平：少數富可敵國的跨國企業，透過其完善的全球採購網絡，將經營成本及風險轉嫁至各地中小型供應商。供應商為了增強競爭力，能接下大企業的訂單，便將生產及收購農產品的成本盡量壓低；缺乏議價能力的農民便首當其衝，其農產品被大幅壓價。根據樂施會「品牌背後」倡議運動的資料<sup>1</sup>，現時全球七成食品及飲品由不超過500間企業所控制，單是全球10大食品及飲品公司每日就賺超過88億澳門幣。但與此同時，很多農民可分配的利潤卻很可能少於產品價值的2%，連維持基本生計也成為問題。

樂施會自2011年起，在全球推動「GROW 糧食公義運動」，目的是透過政策倡議、公眾教育及發展項目工作，結合各方力量，修復失衡的全球糧食系統，實現一個讓所有人都永遠吃得飽的未來。樂施會相信，其中一個方法，是從結構上扭轉現時不公平的貿易系統，推動「公平貿易」。簡單來說，「公平貿易」是以公道合理的價錢，向發展中國家的小農及生產者，購買他們的產品，讓他們獲得合理和穩定的回報，能支付種植成本和基本生活開支，過有尊嚴的生活。事實上，現時全球愈來愈多消費者選購有公平貿易認證標籤的產品，包括咖啡、茶葉、朱古力和糖等，單是2014年，全球公平貿易產品的銷售總額便超過510億澳門幣。

為響應「GROW 糧食公義運動」，樂施會於2014年3月在澳門首次舉辦「良食節」<sup>2</sup>，透過連串活動，讓公眾了解有關饑餓及全球糧食系統失衡的問題。而在2016年3月，我們亦舉辦了良食節2016：「食得有品 惠及農民」公眾教育活動，推廣公平貿易。<sup>3</sup>

<sup>1</sup> <http://www.behindthebrands.org/>。

<sup>2</sup> [http://www.oxfam.org.hk/tc/news\\_2394.aspx](http://www.oxfam.org.hk/tc/news_2394.aspx)。

<sup>3</sup> <http://www.oxfam.org.hk/tc/EATFAIR2016.aspx>。

公平貿易在澳門的發展仍屬起步階段，現時只有數間超級市場、百貨公司和小商店有較多種類的公平貿易商品出售，其餘大部份超級市場售賣的公平貿易產品數量和選擇則十分有限，只有朱古力、咖啡及黃糖等。為了解澳門市民對公平貿易的認知和接納程度，並評估哪些重要因素促進或妨礙消費者購買公平貿易產品，樂施會於 2015 年 9 月至 2016 年 2 月期間，進行了一項「澳門市民對公平貿易的看法和認知程度研究」。我們希望藉此研究，喚起更多澳門市民和企業關注和了解公平貿易，從而推動公平貿易在澳門的發展。

## 2. 調查方法

由於現時大部分公平貿易產品只能在超級市場購買，因此是次研究對象為 15 歲或以上到超級市場光顧的澳門居民。現時澳門共分為 7 個堂區（花王堂區、望德堂區、風順堂區、大堂區、花地瑪堂區、嘉模堂區（氹仔）及聖方濟各堂區（路環），我們根據統計暨普查局 2011 年人口普查中各堂區的人口比例，訂定各堂區的樣本數目，並委託旅遊學院（Instituto de Formação Turística, IFT）派出調查員在不同堂區的超級市場外進行問卷調查，成功訪問了 579 人（見附件表 1）。

為了令受訪者對是次調查所提及的「公平貿易」概念有一致的理解，不論他們是否聽過「公平貿易」，調查員在詢問個人資料後，均會向受訪者出示「公平貿易概念卡」。該卡列出「公平貿易」的定義及相關資料（見附件圖 8）。

## 3. 受訪者的背景及社會經濟特徵

是次調查女性佔 65.3%，男性佔 34.7%（見附件圖 1）。15 至 34 歲及 35 至 54 歲的受訪者分別佔 40.1%及 38.7%，而 55 歲或以上的受訪者佔 21.2%（見附件圖 2）。教育程度方面，擁有大專或以上學歷的受訪者佔 42.5%，中學程度佔 41.5%（見附件圖 3）。個人平均每月收入方面，高收入受訪者（月收入高於 20,000 元）最多，佔 30.6%；其次為中等收入受訪者（月收入 10,000 至 19,999 元），佔 26.4%；另有約四分之一（25.6%）受訪者表示沒有收入（見附件圖 4）。至於職業方面，受訪者為「非在職人士及其他狀況」佔 44.7%；近三成（29.2%）的職業為「文員、工人及服務從業員」；職業為「自僱、行政及專業」則佔 26.1%<sup>4</sup>（見附件圖 5）。

---

<sup>4</sup> 調查按「澳門居民綜合生活素質研究」對職業的分類進行整理，將管理層、專業人士及自僱歸類為「自僱、行政及專業」；將白領職工、藍領職工及賭場荷官歸類為「文員、工人及服務從業員」；將學生、家庭主婦及退休人士歸類為「非在職人士及其他狀況」。

## 4. 主要研究結果

### 4.1 約三成受訪者曾經聽過公平貿易；少於一成曾經購買公平貿易產品

在 579 名受訪者中，約三成（31.1%）曾經聽過公平貿易，沒有聽過的佔 68.9%（見附件圖 6）。此外，只有小部分的消費者將認知轉化成實際的購買行為。全部受訪者中，不足一成（8.8%）曾經購買公平貿易產品，從來沒有購買的佔 91.2%（見附件圖 7）

### 4.2 超過八成受訪者表示願意購買公平貿易產品；更有超過九成受訪者願意付出額外金錢去購買公平貿易產品

八成（80.3%）的受訪者表示，若公平貿易產品在他們日常購物的店舖有售，他們「一定會買」或「可能會買」公平貿易產品（參見附件圖 9）。此外，若一件產品原價為 100 元，絕大部分受訪者（95.3%）表示願意付出額外金錢去購買同品種的公平貿易產品；分別有 53% 表示願意付出 10 元或以下，而 42.3% 受訪者願意付出多於 10 元的成本，去購買同類的公平貿易產品（見附件圖 10）。

### 4.3 年輕、中產受訪者對公平貿易產品的接納程度更高、更願意付出較高成本去購買公平貿易產品；他們也是現時公平貿易產品的主要消費群

現時公平貿易產品的購買者，主要是較年輕、學歷和收入較高、屬於自僱或從事行政及專業的一群。

在年齡方面，在現行的公平貿易購買者中，年輕的受訪者（15 歲至 34 歲）（佔 12.5%），較中年（35 歲至 54 歲）（佔 9.8%）及年長（55 歲或以上）的受訪者（佔 0%）為多；至於對公平貿易產品的接納程度方面，表示「一定會買」或「可能會買」的受訪者中，年輕的（89.2%）較中年（83.0%）和年長的（58.5%）為多；至於是否願意付出較高成本（高於 10 元澳門幣）去購買公平貿易產品方面，年輕的受訪者（52.6%）比中年（41.5%）及年長的（24.4%）為多（見附件表 2）。

在教育程度方面，在現行的公平貿易購買者中，學歷為大專或以上的受訪者（佔 18.3%），較中學程度（佔 2.5%）及小學或以下程度（佔 0%）的為多；至於對公平貿易產品的接納程度方面，表示「一定會買」或「可能會買」的受訪者中，學歷為大專或以上的受訪者（92.7%），較中學程度（75.8%）和小學或以下程度的（59%）為多；至於是否願意付出較高成本（高於 10 元澳門幣）去購買公平貿易產品方面，學歷為大專或以上的受訪者（64.6%）比中學程度（29.6%）及小學或以下程度的（16.1%）為多（見附件表 3）。

在收入方面，在現行的公平貿易購買者中，高收入的受訪者（每月 20,000 澳門幣或以上）（佔 17.5%），較中等收入（每月 10,000 至 19,999 澳門幣）（佔 8.5%）及低收入（每月 10,000 澳門幣以下）（佔 4%）的為多；至於對公平貿易產品的接納程度方面，表示「一定會買」或「可能會買」的受訪者中，高收入的受訪者（88.7%），較中等收入（83.7%）和低收入（75.2%）的為多；至於是否願意付出較高成本（高於 10 元澳門幣）去購買公平貿易產品方面，高收入的受訪者（63.3%），比中等收入（37.3%）及低收入的（32.7%）為多（見附件表 4）。

在職業方面，在現行的公平貿易購買者中，「自僱、行政及專業」的受訪者（佔 21.2%），較「文員、工人及服務從業員」受訪者（佔 5.9%）及「非在職人士及其他」（佔 3.5%）為多；至於對公平貿易產品的接納程度方面，表示「一定會買」或「可能會買」的受訪者中，「自僱、行政及專業」的受訪者（92.1%），較「文員、工人及服務從業員」（79.3%）和「非在職人士及其他」（74.1%）的為多；至於是否願意付出較高成本（高於 10 元澳門幣）去購買公平貿易產品方面，「自僱、行政及專業」的受訪者（53.6%），比「文員、工人及服務從業員」（45.6%）及「非在職人士及其他」（33.6%）為多（見附件表 5）。

#### 4.4 公平貿易產品能否在澳門普及取決於三項關鍵因素：a) 產品是否合乎居民的需要；b) 產品是否容易買到；以及 c) 居民是否了解公平貿易的意義

調查列出 13 項促進購買公平貿易產品的因素，當中最多受訪者認同的因素包括：「產品適合自己的需要」（80.0%）、「能夠給農民及勞工合理價格或待遇」（65.3%），以及「產品質素有保證」（64.4%）（見附件表 6）。另一方面，調查亦列出 11 項妨礙購買公平貿易的因素，當中最多受訪者認同的因素包括：「在經常光顧的店舖中沒有出售」（63.0%）、「產品不適合自己用」（57.7%），以及「不懂得辨別公平貿易產品」和「不知道有公平貿易產品」（56.8%）（見附件表 7）。

我們綜合分析以上各種因素，發現公平貿易產品能否在澳門普及取決於三大條件，包括：

- a) 在澳門銷售的公平貿易產品是否合乎居民的需要（「產品適合自己的需要」、「產品不適合自己用」及「產品質素有保證」）
- b) 公平貿易商品是否容易買到（「在經常光顧的店舖中沒有出售」）
- c) 居民是否了解公平貿易的意義（「能夠給農民及勞工合理價格或待遇」、「不懂得辨別公平貿易產品」和「不知道有公平貿易產品」）

#### 4.5 消費者最感興趣的公平貿易產品為米、茶葉、（新鮮）水果、咖啡、蔬菜及朱古力

我們整理了「國際公平貿易標籤組織」（Fairtrade International）的公平貿易產品

分類清單，並列出 22 類公平貿易產品，讓受訪者選出有興趣購買的產品。結果發現，首六類受訪者最感興趣的公平貿易產品，依次序為：米（43.4%）、茶葉（41.6%）、（新鮮）水果（41.3%）、咖啡（37.7%）、蔬菜（35.1%）及朱古力（33.5%）（見附件表 8）。

## 5. 公平貿易在澳門的發展策略建議

### 5.1 遊說超級市場及便利店引進更多品質較好、貨源穩定的公平貿易產品，並向顧客推廣；推動本地餐廳及咖啡店引進公平貿易食材

正如上文 4.4 部分分析，公平貿易產品能否在澳門普及的其中兩個重要因素包括：產品是否合乎居民的需要及是否容易買到。在六類最受歡迎的公平貿易產品當中，水果及蔬菜在香港及澳門並不流行，而咖啡、茶葉及朱古力則是貨源最多、供應最穩定的產品，米的貨源也相對較多。另一方面，若公平貿易產品能在一般的超級市場及便利店有售，便能對公平貿易在澳門的發展產生很大的幫助。因此，在現時公平貿易在澳門仍屬於起步的階段，我們建議可遊說超級市場及便利店，引進更多品質較好、貨源穩定的公平貿易咖啡、茶葉、米及朱古力，並向顧客推廣，讓居民更容易買到他們所需的公平貿易產品。

此外，由於大部分較受歡迎的公平貿易產品都是食品，所以我們建議推動食肆（例如餐廳及咖啡店）引進公平貿易食材，製作普通餐單以外的食品或飲品。樂施會—澳門分會於今年 3 月舉行的良食節 2016：「食得有品 惠及農民」活動中<sup>5</sup>，與 24 間本地食肆合作推出「公平貿易餐單」，反應不俗。有見澳門餐飲業急速發展，食肆數目升幅超過六成<sup>6</sup>，若能推動餐廳使用公平貿易食材，將大大有助公平貿易在澳門的發展。

### 5.2 以多元手法及渠道讓公眾明白公平貿易的意義

公平貿易產品能否在澳門普及，亦取決於居民是否了解公平貿易的意義。本調查發現，雖然接近七成的受訪者沒有聽過公平貿易（見上文 4.1 部分），但當他們對公平貿易有了初步的理解後（透過「公平貿易概念卡」），便有高達八成受訪者表示，若公平貿易產品在他們日常購物的店舖有售，他們「一定會買」或「可能會買」公平貿易產品（見上文 4.2 部分）。這些研究結果清楚顯示，讓公眾明白公平貿易的意義對其在澳門的發展十分重要。

---

<sup>5</sup> <http://www.oxfam.org.hk/tc/EATFAIR2016.aspx>。

<sup>6</sup> 由 2000 年 1,276 間，上升至 2014 年 2,043 間。資料來源：（澳門統計暨普查局《飲食業調查，歷年》）。

因此，我們建議透過不同的教育手法和渠道，向不同的群體推廣公平貿易。例如：對於年輕群體，我們可善用社交平台，推出有趣又簡單易明的教育短片；或推動咖啡店使用公平貿易食材，讓他們明白及有機會以具體行動實踐公平貿易；對於學校群體，我們可增加現時到各中小學舉辦的公平貿易工作坊的場次；對於年輕家長，我們可透過製作親子繪本，讓他們以公平貿易為題材作親子互動；另外，我們亦可製作簡單有趣易明的動畫及圖文並茂的資料小冊子，讓不同背景的人士透過輕鬆的方法，明白公平貿易的意義。

## 6. 總結

現時全球饑餓問題仍然嚴重，樂施會認為，推動全球貿易更公平，是解決現時全球糧食系統失衡的其中一個重要方法，創造一個人人都吃得飽的未來。

鑒於公平貿易在澳門仍處於起步階段，我們於是透過進行是次《澳門市民對公平貿易的看法和認知程度研究》，從而了解到澳門居民對公平貿易的認知及接納程度，並制定了澳門發展公平貿易的策略及建議。我們期望，日後能透過更多教育活動及加強與各持份者合作，進一步推動公平貿易在澳門的發展，共創「無窮世界」。

## 附件圖表

表 1：澳門人口及問卷樣本的分佈（按堂區）

堂區 項目	花地瑪 堂區	花王堂區	望德堂區及 風順堂區	大堂區	氹仔及 路環堂區	總計
人口	218,728	122,819	80,613	46,849	82,759	551,768
人口比例	40%	22%	15%	8%	15%	100%
樣本數目	232	130	82	49	86	579

圖 1：受訪者性別

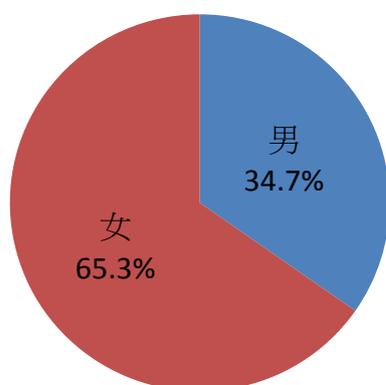


圖 2：受訪者年齡

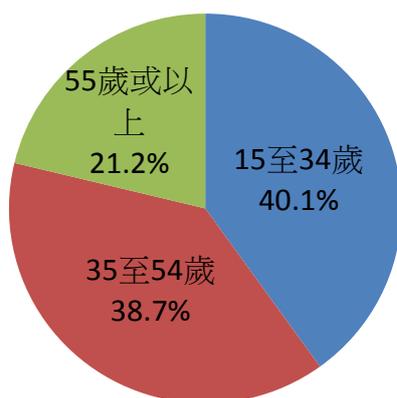


圖 3：受訪者教育程度

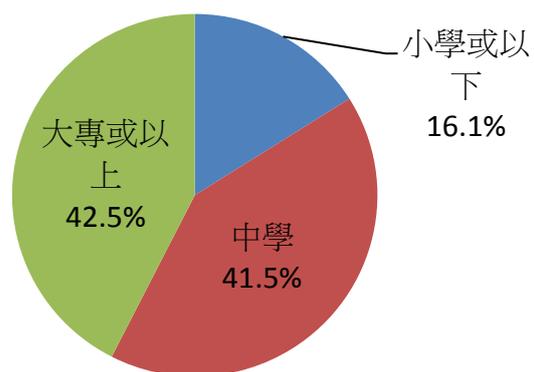


圖 4：受訪者個人平均月收入

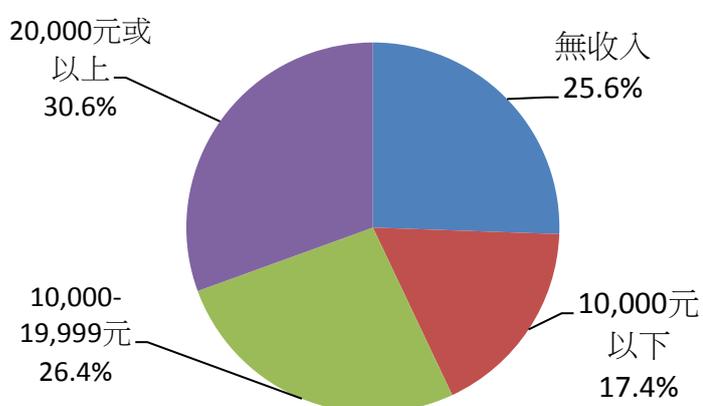


圖 5：受訪者職業

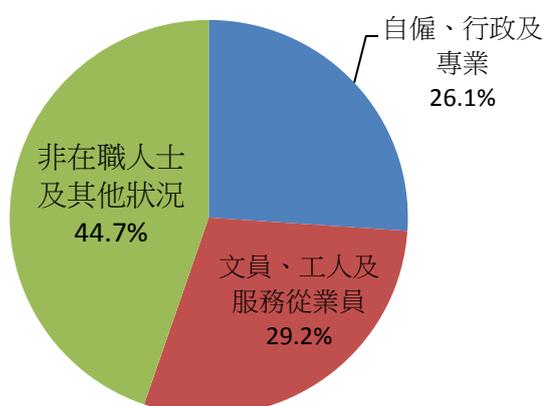


圖 6：聽過「公平貿易」的受訪者

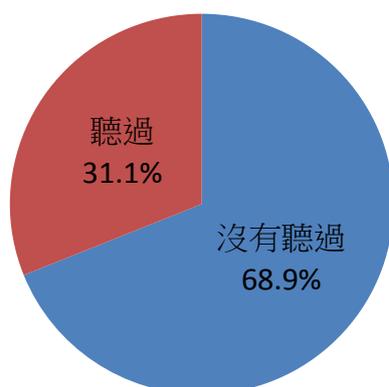


圖 7：買過「公平貿易」產品的受訪者

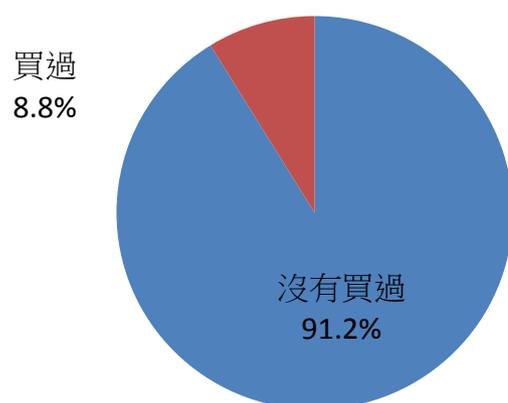


圖 8：公平貿易概念卡



「因為公平貿易保障了合理的價錢，我才可以負擔子女的學費」

**Narranbhai**

印度棉花農民

由於跨國企業壟斷市場，發展中國家農民或工人的生產回報被壓低，有時甚至連生產成本也未能收回。例如：一杯價值約 30 元的咖啡，生產咖啡豆的農民可能只獲得 1 元。



公平貿易保證向生產者提供一個高於成本及穩定的收購價錢，令農民和工人獲得更合理的回報，以及幫助他們改善社區設施。

要生產公平貿易產品，必須遵守十項原則，現列出其中五項：

- 給予生產者合理價格
- 禁止使用童工或強迫勞工
- 提供健康、安全的工作環境
- 提升生產者能力
- 維持可持續發展

圖 9：受訪者是否願意購買公平貿易商品

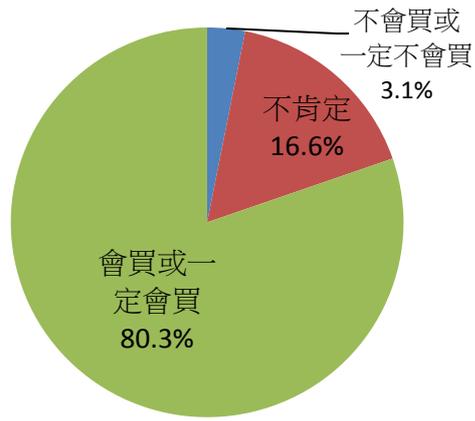


圖 10：願意額外付出多少錢購買公平貿易產品

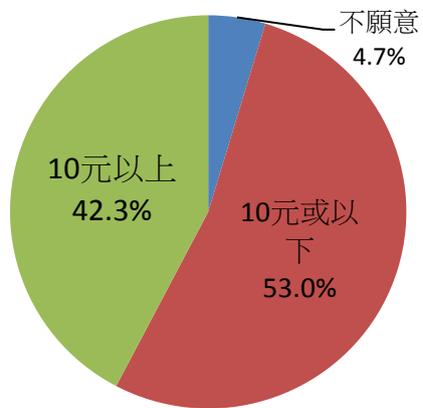


表 2：年齡與個人公平貿易取態的關聯分析（%）

	15 歲至 34 歲 (n = 232)	35 歲至 54 歲 (n = 224)	55 歲或以上 (n = 123)
<b>有沒有買過公平貿易產品</b>			
買過	<b>12.5</b>	<b>9.8</b>	<b>0.0</b>
沒有買過	87.5	90.2	100.0
	( $\chi^2 = 16.103$ , df = 2, p<0.001)		
<b>會否購買公平貿易產品</b>			
會買或一定會買	<b>89.2</b>	<b>83.0</b>	<b>58.5</b>
不肯定	8.6	14.7	35.0
不會買或一定不會買	2.2	2.2	6.5
	( $\chi^2 = 49.942$ , df = 4, p<0.001)		
<b>若果一件產品是 100 元，你會額外 付出多少錢去購買公平貿易產品</b>			
不願意	2.2	4.0	10.6
10 元或以下	45.3	54.5	65.0
10 元以上	<b>52.6</b>	<b>41.5</b>	<b>24.4</b>
	( $\chi^2 = 33.763$ , df = 4, p<0.001)		

表 3：教育程度與個人公平貿易取態的關聯分析（%）

	小學或以下 (n = 93)	中學 (n = 240)	大專或以上 (n = 246)
<b>有沒有買過公平貿易產品</b>			
買過	<b>0.0</b>	<b>2.5</b>	<b>18.3</b>
沒有買過	100.0	97.5	81.7
	( $\chi^2 = 48.422$ , df = 2, p<0.001)		
<b>會否購買公平貿易產品</b>			
會買或一定會買	<b>59</b>	<b>75.8</b>	<b>92.7</b>
不肯定	32.3	21.3	6.1
不會買或一定不會買	8.6	2.9	1.2
	( $\chi^2 = 55.605$ , df = 4, p<0.001)		
<b>若果一件產品是 100 元，你會額外 付出多少錢去購買公平貿易產品</b>			
不願意	10.8	5.4	1.6
10 元或以下	73.1	65.0	33.7
10 元以上	<b>16.1</b>	<b>29.6</b>	<b>64.6</b>
	( $\chi^2 = 96.606$ , df = 4, p<0.001)		

表 4：收入與個人公平貿易取態的關聯分析（%）

	無收入 (n = 148)	10,000 元以下 (n = 101)	10,000 至 19,999 元 (n = 153)	20,000 元或以上 (n = 177)
<b>有沒有買過公平貿易產品</b>				
買過	2.0	4.0	8.5	17.5
沒有買過	98.0	96.0	91.5	82.5
		(χ <sup>2</sup> = 2848, df = 3, p<0.001)		
<b>會否購買公平貿易產品</b>				
會買或一定會買	70.3	75.2	83.7	88.7
不肯定	26.4	18.8	15.0	8.5
不會買或一定不會買	3.4	5.9	1.3	2.8
		(χ <sup>2</sup> = 24.289, df = 6, p<0.001)		
<b>若果一件產品是 100 元，你會額外付出多少錢去購買公平貿易產品</b>				
不願意	4.7	6.9	5.2	2.8
10 元或以下	66.2	60.4	57.5	33.9
10 元以上	29	32.7	37.3	63.3
		(χ <sup>2</sup> = 48.864, df = 6, p<0.001)		

表 5：職業與個人公平貿易取態的關聯分析（%）

	自僱、行政及專業 (n = 151)	文員、工人及服務 (n = 169)	非在職人士及 其他 (n = 259)
<b>有沒有買過公平貿易產品</b>			
買過	21.2	5.9	3.5
沒有買過	78.8	94.1	96.5
		(χ <sup>2</sup> = 39.760, df = 2, p<0.001)	
<b>會否購買公平貿易產品</b>			
會買或一定會買	92.1	79.3	74.1
不肯定	7.3	17.2	21.6
不會買或一定不會買	0.7	3.6	4.2
		(χ <sup>2</sup> = 19.812, df = 4, p<0.01)	
<b>若果一件產品是 100 元，你會額外付出多少錢去購買公平貿易產品</b>			
不願意	4.0	4.1	5.4
10 元或以下	42.4	50.3	61.0
10 元以上	53.6	45.6	33.6
		(χ <sup>2</sup> = 16.789, df = 4, p<0.01)	

表 6：促進購買公平貿易產品的因素（只列前五位）

排名	因素	促進或肯定促進（%）
1	產品適合自己需要	80.0
2	能夠給農民及勞工合理價格或待遇	65.3
3	產品質素有保證	64.4
4	自己履行社會責任	63.4
5	方便的購買渠道	61.8

表 7：妨礙購買公平貿易產品的因素（只列前五位）

排名	因素	妨礙或肯定妨礙（%）
1	在我經常光顧的店舖中沒有出售	63.0
2	產品不適合自己用	57.7
3	不懂得辨別公平貿易產品	56.8
3	不知道有公平貿易產品	56.8
4	不明白公平貿易概念	44.2

表 8：受訪者有興趣購買的公平貿易（只列前六位）

排名	產品	有興趣購買（%）
1	米	43.4
2	茶葉	41.6
3	（新鮮）水果	41.3
4	咖啡	37.7
5	蔬菜	35.1
6	朱古力	33.5