

# 遏制象牙消费 信息传播研究

# 研究目标

-  概述中国国内各方对象牙消费的看法；
-  探索当前对象牙议题的观点和态度，以了解是否存在认知空白；
-  开发并评估推动行为及观念长期改变的信息传播模式；
-  找出影响力强大且应该使用的语言和信息，以及应该避免的内容；
-  找出大众中最容易接受关键信息的主要群组；以及
-  找出最有效的传播媒介及外展资源。

# 研究方法

**研究对象：**大众影响者：这些人的最大特点是能够“影响舆论”，与一般大众相比，他们是一个消息灵通且积极参与的群体。最低收入要求：月均 5000 元。

## 第一步：定性研究

探查性研究群体 (5 个重点群体)



11 次深入访谈



## 第二步：定量研究 (n=1000)

通过电脑辅助与北京、上海和广州地区 18 岁以上成人进行访谈，对象从在线面板中随机挑选。依据年龄和性别筛选数据，以反映中国人口状况。另外，还依据地区筛选数据，确保三地样本平均分布。数据收集：2015 年 8 月 6 日 - 19 日

## 第三步：信息评估



# 战略启示：舆论环境

## 象牙购买者人数众多

- 上海、北京和广州约有四分之一的大众影响者表示，可能会在未来购买象牙制品。

## 象牙购买者：千禧一代

- 可能会购买象牙的多为居住在上海或广州的年轻群组（40岁以下）。值得注意的是，收入似乎并未直接影响购买象牙的意愿，收入两极（中下收入群体和高收入群体）都有人公开表示可能会购买象牙制品。

## 区隔象牙与传统或打破迷思 – 象牙是投资的明智选择

- 对象牙购买的信念是长久以来的传统，而且是明智的金融投资选择，这一观点对象牙购买意愿的影响最大。

## 介绍象牙贸易残忍的信息传播广泛

- 有关象牙和象牙贸易的信息已经渗入舆论环境。约四分之三的一般大众影响者表示在过去一年里听过/读过/看过一些有关象牙的信息。
- 介绍象牙贸易是残忍暴行的信息，正日渐传播到北京、上海、广州三地的大众影响者耳中。约一半（48%）的大众影响者表示，听说过一些大象因象牙贸易而受害的信息。

# 战略启示：舆论环境

## 对有关象牙贸易的法律知之甚少

- 大多数大众影响者表示，只知道“一点点”有关中国的象牙贸易法规。
- 值得注意的是，有意购买象牙者更有可能深入了解中国象牙贸易相关法规，且人数比例显著高于其他群组。

## 广泛支持政府永久禁止象牙贸易

- 如果询问受访者中国政府应如何管制象牙贸易，并提供三个选项（永久禁止、仅允许合法贸易、开放所有形式的象牙贸易），三分之二的受访者支持永久禁止买卖所有象牙制品。

## 十年买卖禁令对想要购买象牙制品的人而言，是一个可以接受的妥协方案

- 无论是支持现有法规维持现状（仅允许合法贸易）还是支持彻底解除管制（开放所有形式的象牙贸易），绝大多数受访者同意，与永久禁止买卖象牙制品相比，十年交易禁令是比较好的选择。

# 战略启示：宣传活动目标

## 瞄准宣传活动目标

- APCO 经分析后确定了三大特色鲜明的群体，并根据他们对信息资源的反应予以分类。
  - 拒绝象牙者：(42%) - 不太可能购买象牙
  - 可被说服者：(40%) - 接收到关键信息将降低受访者购买象牙的意愿
  - 坚持想购买象牙者：(12%) - 接收到关键信息对其象牙购买意愿没有影响

## 建议的宣传活动目标：可被说服者

- 可被说服者一般较年轻（18 到 40 岁），收入处于中上水平，至少有一个孩子，主要生活在广州（但上海和北京也有这类人群）。值得注意的是，这一群体最有可能活跃在社交媒体上。

## 谁有能力说服那些可被说服者？

- 学者/专家/科学家、国际非政府组织、中国非政府组织、媒体/记者、朋友/家人，是这一群体最信赖的代言人。

## 如何接触可被说服人群？

- 大约十分之四或以上的可被说服者，偏好通过媒体新闻报道、网站、中国中央电视台、网络广告和纪录片获取有关象牙贸易的信息。37% 的人（略少）偏好微信等社交媒体平台。

# 战略启示： 确定有效信息及定位

## 要…

- 使用包含事实和数据的信息。
- 向大众讲解基本事实：如象牙从哪里来（大象因象牙而遭猎杀），非法象牙贸易有什么后果（大象全部灭绝）。
- 把环境保护和防止大象灭绝联系在一起。
- 强调合法象牙贸易与非法贸易之间的灰色地带，并就以下事实与大众沟通和交流：买家无法确保买到的象牙永远是合法的。

## 不要…

- 使用强调象牙非法的信息 - 这只会鼓励人们在还能买到象牙的时候趁早买。
- 指责购买象牙不道德，或因为购买象牙而羞辱购买者 - 如果开始聊天时谈到这个，只会把他们吓跑。

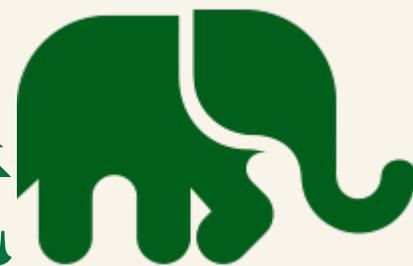
## 考虑…

- 把减少合法及非法象牙贸易与减少中国政府腐败联系在一起。研究显示，这一信息影响深远。在机构内部宣传这一信息，创造自上而下的参与和支持。
- 研究显示，政府收紧象牙制品买卖的限制措施也是影响深远的信息。若想为自上而下的参与赢取内部支持，这是另一个可以传播的论点。
- 将象牙区隔出传统，并打破象牙作为金融投资明智选择的观念。

# 象牙消费

购买的可能性和动机…

# 舆论环境

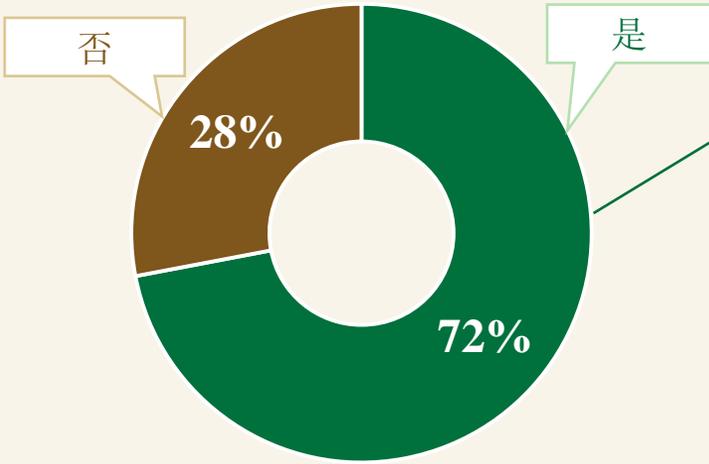




# 对新闻中“象牙制品”的关注度

有关象牙的新闻频繁出现在无线电视/电台的播报中 - 提到最多的是大象遭遇的暴行

您在过去一年里是否看过、读过或听说过任何有关象牙制品的新闻报道？



强调象牙贸易导致大象数量减少的信息，正日渐传播到大众耳中

## 您看到、读到或听说过什么？

大象因其象牙而遭到残忍的杀害	12%
偷猎或猎杀大象是非法的	12%
没有交易就没有杀戮/没有买卖就没有杀戮（宣传活动标语）	11%
象牙贸易或买卖是非法的	8%
野生动物保护	8%
走私或非法贩卖象牙	7%
<b>象牙稀有、奢华，所以极具收藏价值</b>	7%
立法禁止象牙买卖或贸易	7%
象牙制品（一般）	6%
象牙缉查	6%
政府销毁象牙	6%
<b>大象面临灭绝（具体）</b>	5%
公益广告（一般）	4%

Q6a: 在过去的一年，您是否曾通过新闻媒体看到、读到或听到任何与象牙制品有关的内容？  
Q6b: [IF Q6A=1] 请将您所看到、读到或听到的内容填写在下方。

# 当前购买象牙的可能性

四分之一的大众影响者可能会在未来购买象牙

## 您购买象牙制品的可能性有多高？

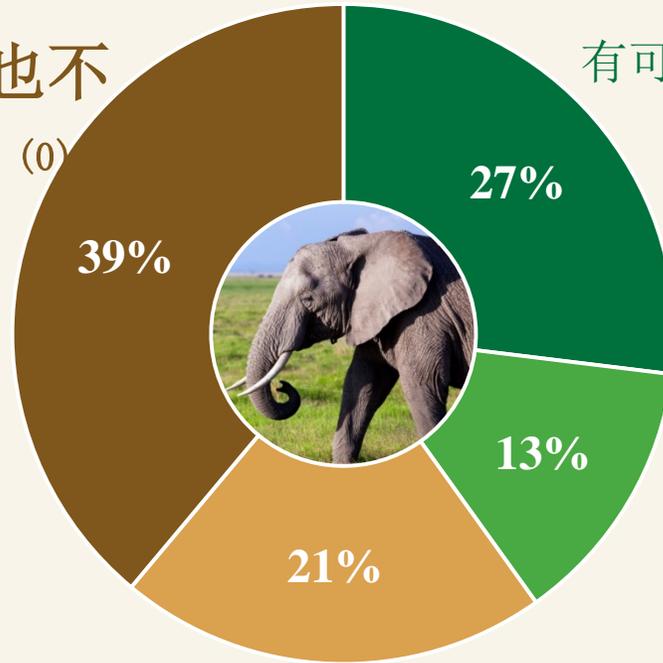
### 谁购买象牙的可能性最低

- 年龄较长的人（55 岁以上）
- 中等偏上收入的人群
- 生活在北京的人
- 支持政府禁止所有象牙制品的人
- 之前没有买过象牙的人

### 谁购买象牙的可能性最高？

- 年轻人（18 至 29 岁）
- 高收入和中低收入人群
- 生活在上海或广州的人
- 支持解除象牙贸易管制的人（开放所有象牙制品的买卖）
- 奢侈品购买者
- 之前购买过象牙制品的人
- 确信最近一次购买到合法产品的人

一点也不可能 (0)



有可能 (7-10)

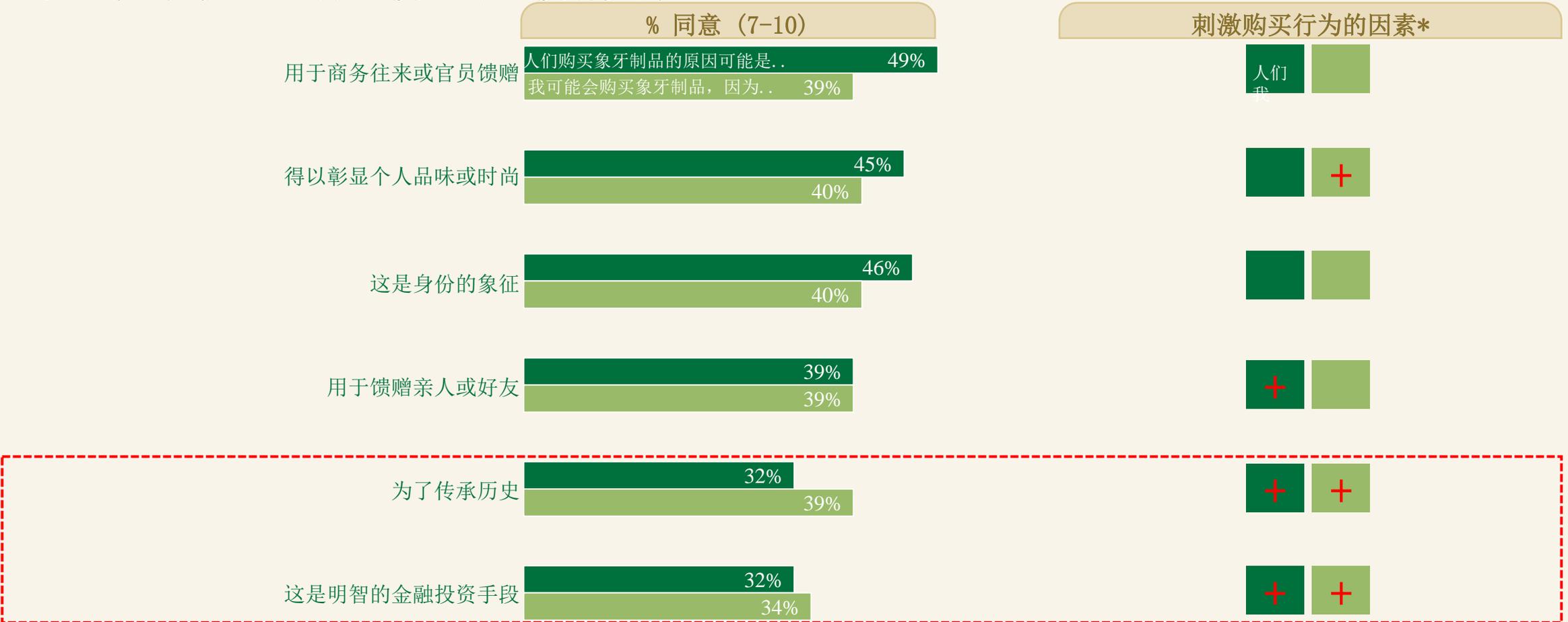
中立 (5-6)

不太可能 (1-4)

# 购买动机

认为象牙是长久以来的传统，是一种金融投资选择，这一观念促使大众购买象牙制品

您对以下象牙购买理由的认同度/不认同度有多高？



+ 显示这一观念对提高象牙购买意愿产生显著影响

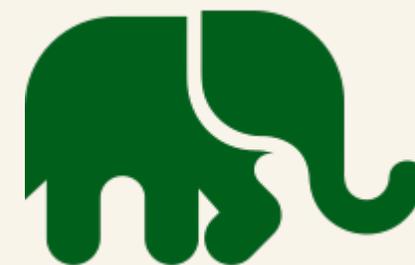
## 刺激购买行为的因素\*



\* 利用回归分析确定刺激购买行为的原因。  
因变量：Q2D - 购买象牙的可能性  
自变量：Q4A/B - 购买象牙的原因

Q4A/B: 下表列举出了部分人购买象牙制品的动机。请用 0 至 10 的数值范围表明您在多大程度上赞同或反对各项表述。

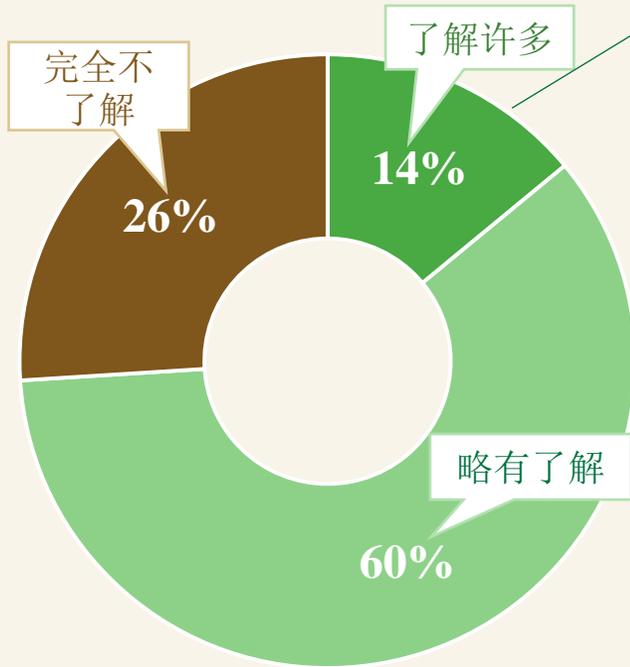
# 象牙消费 对政府监管的看法



# 对象牙相关法规的了解程度

四分之三的受访者声称对中国象牙监管相关法规有些了解

## 对中国象牙贸易相关法规的了解程度(如果有)有多少?



## 您知道法规中的哪些内容?



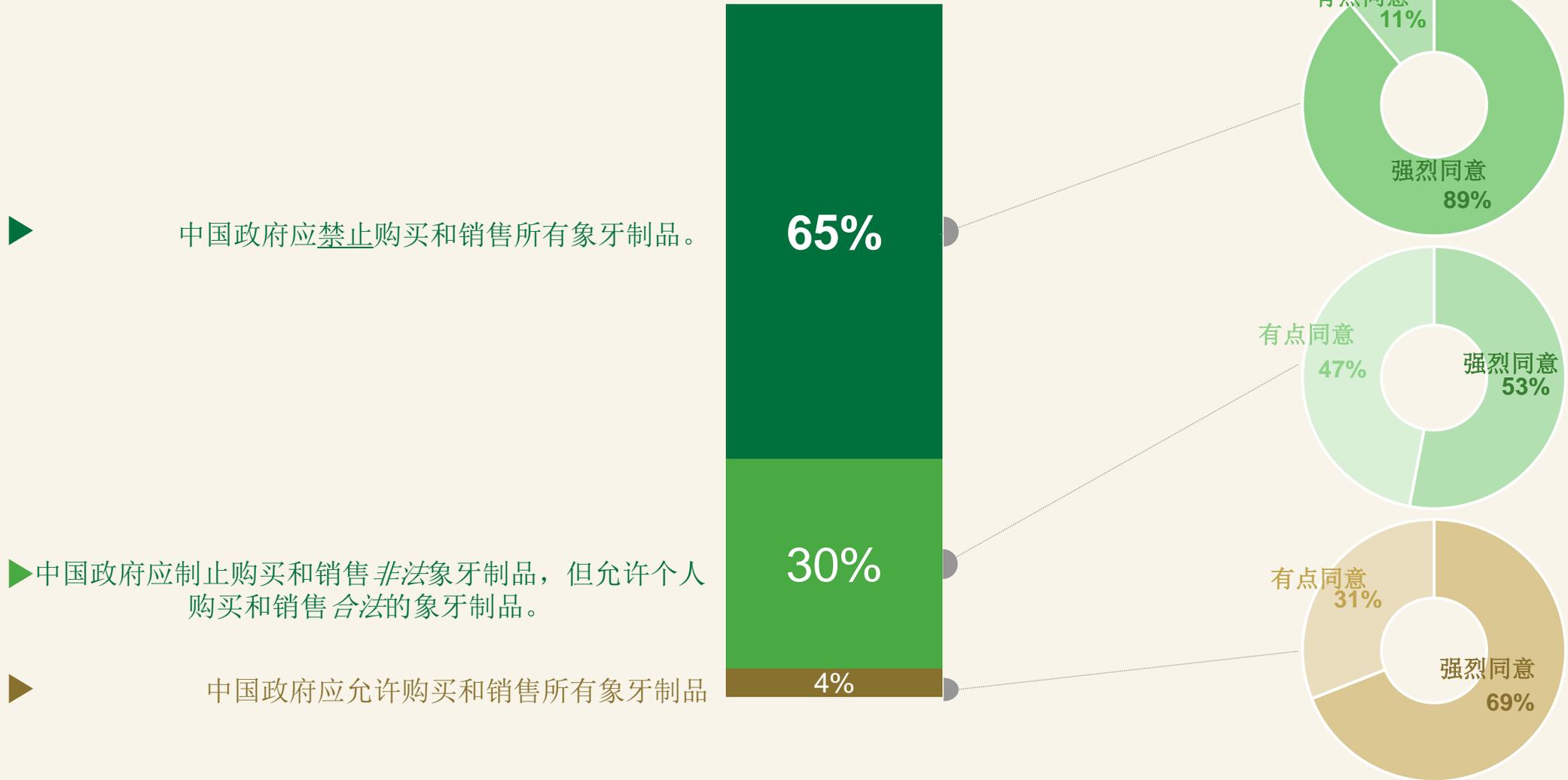
Q7a: 您对中国关于象牙贸易的法规了解多少?

Q7b: [IF Q7A=1] 请在下方填写您了解到中国象牙贸易法规方面的内容。

# 中国政府法规

大多数人支持永久禁止买卖所有象牙制品

中国政府应该... (% 同意)



Q17\_1: 以下是关于中国象牙制品的一些观点。请选出您最赞同的观点。

# 十年禁令 vs. 永久禁令

对那些想要购买象牙的人而言，十年禁令是一个可以接受的折中方案

## 中国政府应该... (% 同意)

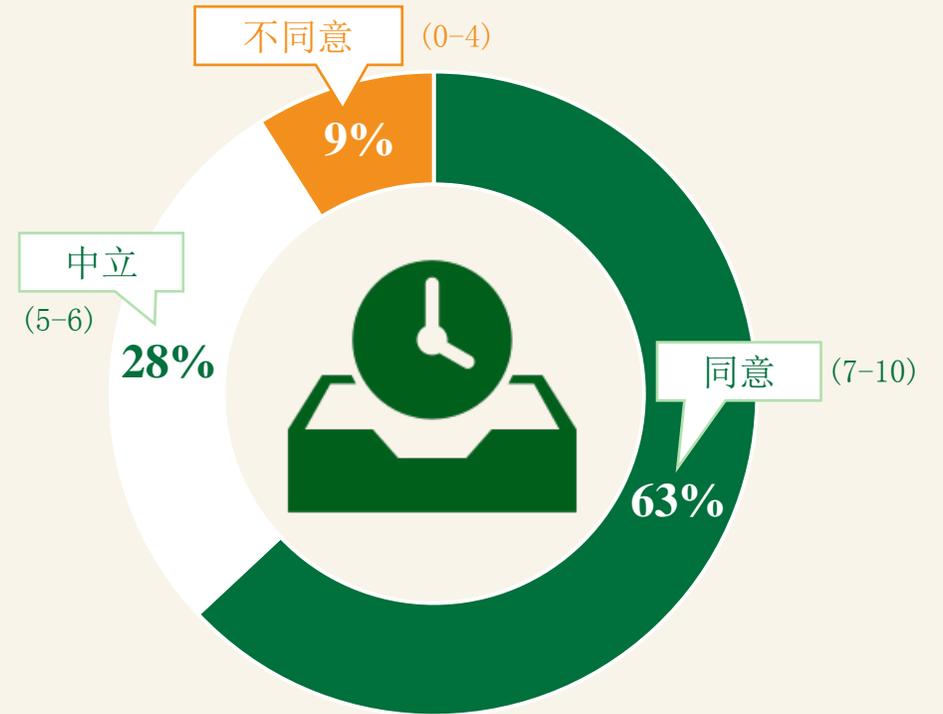
中国政府应制止购买和销售非法象牙制品，但允许个人购买和销售合法的象牙制品。



...中国政府应允许购买和销售所有象牙制品



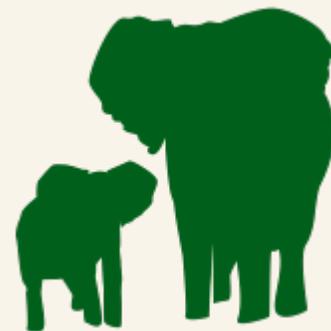
“与永久禁令相比，我会支持禁止购买和出售象牙制品的十年禁令”



Q17\_1: 以下是关于中国象牙制品的一些观点。请选出您最赞同的观点。  
 Q18: 与永久禁令相比，我会支持禁止购买和出售象牙制品的十年禁令。

# 界定主要受众

区分关键群体



# 界定主要受众群体

建议的宣传活动受众：“可以说服的人”

- 通过分析区隔出三大特色鲜明的群体，并根据他们对信息资源的反应予以分类。
- 不仅提供更多有关态度分布的信息，还可协助针对目标受众传播信息。



# 主要受众群体特征



## 拒绝象牙者

- 55% 为男性，45% 为女性
- 收入中偏上
- 没有孩子（值得注意的是，这一群组的结婚意愿和其他群组一样高）
- 大部分生活在北京
- 社交媒体：微信和微博
- 之前没有购买过象牙

宣传活动对象



## 可被说服者

- 48% 为男性，52% 为女性
- 年轻人（18 到40 岁）
- 收入中偏上
- 至少有一个孩子
- 大部分生活在广州
- 最有可能使用社交媒体（微信、QQ 空间、微博、人人网、豆瓣网）
- 四分之一的人之前曾购买过象牙制品



## 坚持想购买象牙者

- 65% 为男性
- 中低到中偏上收入
- 至少有一个孩子
- 大部分生活在上海
- 社交媒体：大多数使用微信或 QQ 空间
- 奢侈品购买者
- 四分之三的人之前购买过象牙制品
- 确信最近一次购买到合法产品的人

# 各受众群组的舆论环境



## 拒绝象牙者

### 回想有关象牙的新闻报道

- 71% 曾听说过有关象牙的媒体报道
- 16% 曾听说过“没有交易就没有杀戮”（非政府组织标语）

### 购买决定

- 28% 表示，购买象牙最重要的原因是彰显社会地位

### 政府法规

- 11% 对中国的相关法规颇有了解
- <sup>↑</sup>79% 支持中国政府禁止所有象牙制品
- 61% 支持十年禁令而非永久禁令

宣传活动对象



## 可以说服的人

### 回想有关象牙的新闻报道

- 75% 曾听说过有关象牙的媒体报道
- 11% 听说过大象遭到残忍杀害

### 购买决定

- 31% 表示购买象牙最重要的原因是彰显个人品味和时尚
- 刺激购买行为的首要原因：象牙可以传承历史，是一种金融投资和私人礼物，可以彰显个人/时尚品味。

### 政府法规

- 14% 对中国的相关法规颇有了解
- 62% 支持中国政府禁止所有象牙制品
- 59% 支持十年禁令而非永久禁令



## 坚持想购买象牙者

### 回想有关象牙的新闻报道

- 68% 曾听说过有关象牙的媒体报道
- 15% 曾听说过象牙制品

### 购买决定

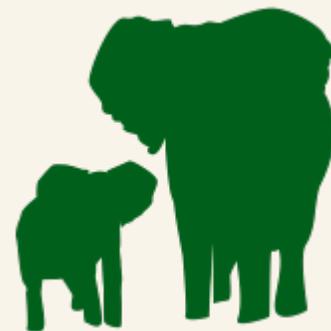
- 36% 表示，购买象牙最重要的原因是彰显社会地位
- 刺激购买行为的首要原因：商务往来或官员馈赠

### 政府法规

- <sup>↑</sup>30% 对中国的相关法规颇有了解
- 65% 想要政府确保象牙购买渠道
  - 37% 支持仅开放合法的象牙买卖
  - 28% 支持同时开放合法/违法的象牙买卖
- <sup>↑</sup>86% 支持十年禁令而非永久禁令

# 信息测试

感性和理性诱因评估



# 信息测试流程： 找出影响舆论的信息

第一步：通过评量信息测试前、中和后的象牙购买意愿，来评估信息的有效性

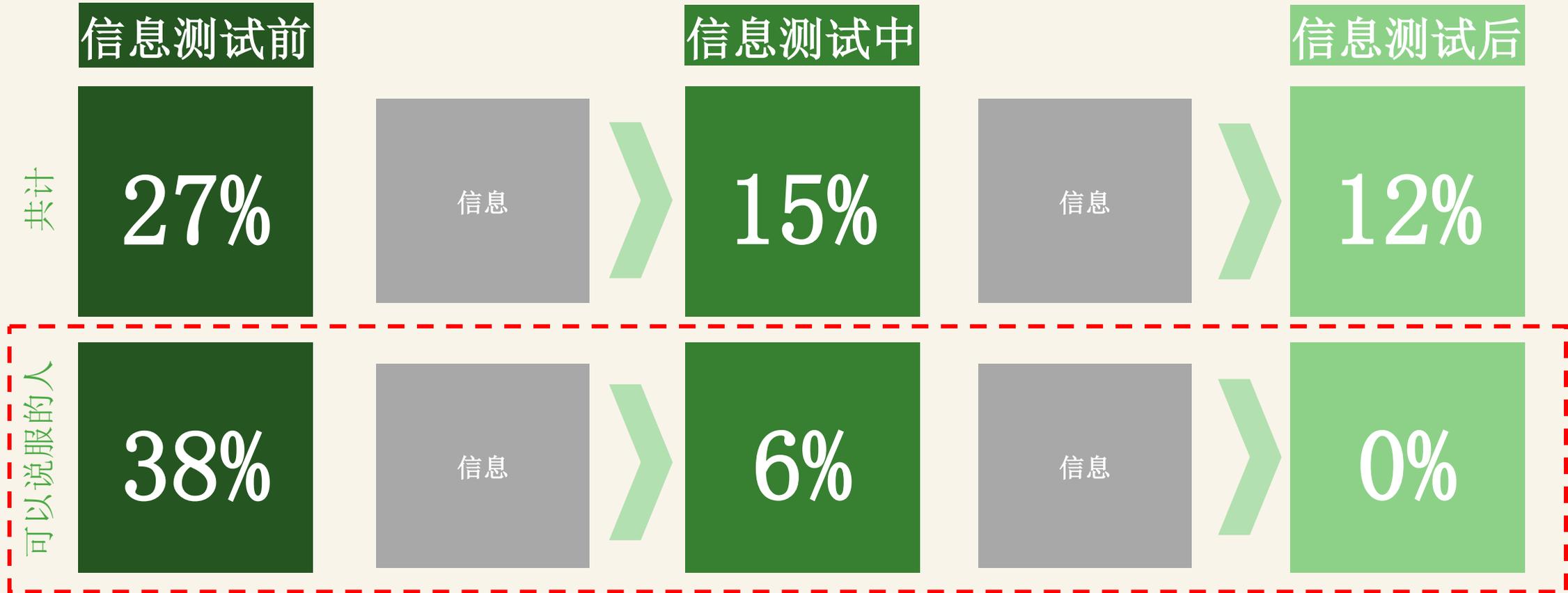
第二步：利用回归分析，找出最能消减象牙购买意愿的信息



# 评估信息的有效性

信息可有效消减购买象牙制品的意愿 - 最能影响可以说服的人群

## “可能”购买象牙的百分比 (7-10)



Q2: 您将来有多可能购买以下任何产品? 请选择0 到 10 中的任一数字, 0 表示“一点也不可能购买”, 10 表示“极有可能买”。

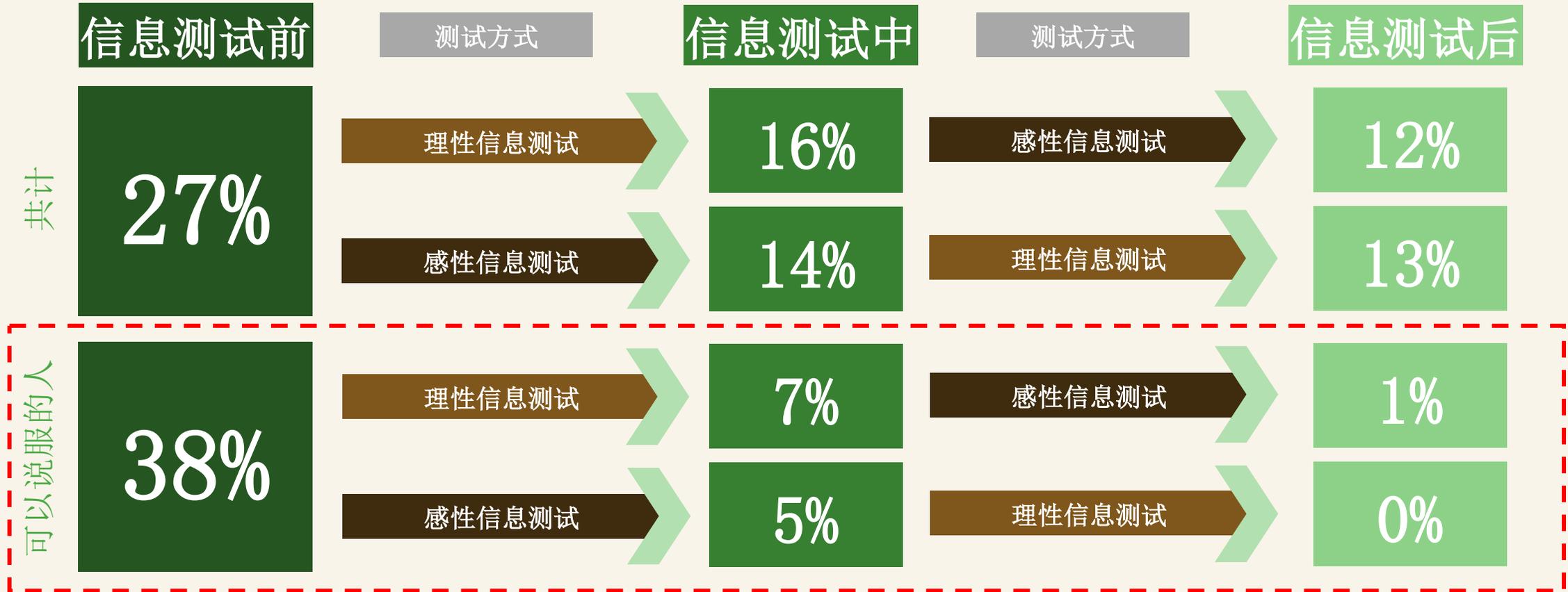
Q10: 在了解更多关于象牙的内容后, 您有多大可能……

Q13: 在了解更多关于象牙的更多内容后, 您有多大可能……

# 评估信息的有效性:

“理智”和“感性”信息对象牙购买意愿的影响不相上下，即使对可被说服者人群亦如此

## “可能”购买象牙的百分比 (7-10)



Q2: 您将来有多可能购买以下任何产品? 请选择0 到 10 中的任一数字, 0 表示“一点也不可能购买”, 10 表示“极有可能买”。

Q10: 在了解更多关于象牙的内容后, 您有多大可能……

Q13: 在了解更多关于象牙的更多内容后, 您有多大可能……

# 找出关键信息

主打“理性”的信息对降低象牙购买意愿的影响



对降低象牙购买意愿的影响



对提高象牙购买意愿的影响

✓ 前 3 名 (可信度 %)

## 所有受试者

## 可被说服者

令人信服

影响

令人信服

影响

对政府而言，减少各级官员的腐败行为十分关键，因为很多人将象牙制品用于贿赂政府官员。合法与非法象牙制品在市场的流通滋长了这类行为。			✓	
中国政府将逐渐禁止购买和出售所有象牙制品。				
有人在非法的象牙贸易中为了获取象牙而猎杀大象。中国境内的大部分象牙来自非法贸易途径，人们很难辨别合法象牙与非法象牙。因此，普通消费者无法确保他们没有因购买非法象牙而触犯法律。				
偷猎大象是非法的。	✓		✓	
中国政府正在采取更加强硬的举措来打击购买或出售非法象牙的行为，包括对被捕者判刑。	✓		✓	
中国政府正在采取更加强效的举措来制约象牙贸易，例如最近发布了计划，逐渐取缔一切象牙加工和销售的行为。	✓		✓	
从投资角度而言，象牙并非明智之选，因为象牙制品的升值空间有限。其他明智的投资会比投资象牙产生更好的收益。				
中国已成为世界上最大的非法象牙消费市场，参与象牙贸易也损害了中国的国际形象。禁止非法象牙贸易将有利于中国树立更好的国际形象。				
人们很难辨别非法象牙与合法象牙。当人们赠送象牙礼品时，很有可能购买到非法象牙礼品，进而使送礼人和收受礼品者的品格受到质疑。				
购买象牙制品是非法的。				

因变量：在测试前和测试中之间，针对每个问题的意见大幅改变，排除立场坚定的受访者

自变量：Q8: 有些人反对购买和售卖象牙制品的行为。以下是您可能会从这些人那听到的表述。关于这些表述，您觉得哪些表述非常具有说服力，哪些一点也不具有说服力？

# 信息评估

## 主打“感性”的信息对降低象牙购买意愿的影响



对降低象牙购买意愿的影响



对提高象牙购买意愿的影响

✓ 前 3 名 (可信度 %)

### 所有受试者

### 可被说服者

令人信服

影响

令人信服

影响

拯救大象是保护环境的一部分。如果将来大象灭绝，我们的环境也将会失去平衡。				
象牙制品是由大象的象牙制作而成。象牙不会自然脱落，人们只能杀戮大象，取出象牙。				
非法象牙导致非洲大象数量骤减，70 年前，非洲有 300 万到 500 万头大象。如今，只剩下 43 万头。按照这种速度，专家们认为非洲的大象将在 20 年后灭绝。	✓		✓	
偷猎大象不仅伤害了被杀害的成年象，而且让需要母象的幼象也成为受害者。母象被杀害，幼象则无法存活。	✓		✓	
因象牙而被捕杀的大象数量处于历史高位。每年约有 2.5 万头大象因象牙被杀害。按照这种速度，大象可能会在我们这一代灭绝。	✓		✓	
让大象活着比将其捕杀而制作成产品或工艺品更有价值。				
我们可以选择不购买象牙制品，以确保我们的孩子能够生活在有大象的世界里。				
馈赠及收受象牙制品都是不道德的行为。				
与购买大型象牙制品（例如象牙雕刻）相比，购买小型象牙制品（例如筷子或手镯）是导致大象捕杀行为更重要的因素。				
购买或出售任何象牙制品是不道德行为。				
为获取象牙而杀戮大象是野蛮而残忍的行为。您若购买象牙制品，便成了大象捕杀者的同谋。				

因变量：在测试前和测试中之间，针对每个问题的意见大幅改变，排除立场坚定的受访者

自变量：Q11：有些人反对购买和售卖象牙制品的行为。以下是您可能会从这些人那听到的表述。关于这些表述，您觉得哪些表述非常具有说服力，哪些一点也不具有说服力？

# 信息评估

## 具有影响力的信息汇总



对降低象牙购买意愿的影响

✓ 前 3 名 (可信度 %)

所有受试者

可被说服者

令人信服

影响

令人信服

影响

### 理性信息

对政府而言，减少各级官员的腐败行为十分关键，因为很多人将象牙制品用于贿赂政府官员。合法与非法象牙制品在市场的流通滋长了这类行为。

中国政府将逐渐禁止购买和出售所有象牙制品。

有人在非法的象牙贸易中为了获取象牙而猎杀大象。中国境内的大部分象牙来自非法贸易途径，人们很难辨别合法象牙与非法象牙。因此，普通消费者无法确保他们没有因购买非法象牙而触犯法律。



### 感性信息

拯救大象是保护环境的一部分。如果将来大象灭绝，我们的环境也将会失去平衡。

象牙制品是由大象的象牙制作而成。象牙不会自然脱落，人们只能杀戮大象，取出象牙。

非法象牙导致非洲大象数量骤减，70 年前，非洲有 300 万到 500 万头大象。如今，只剩下 43 万头。按照这种速度，专家们认为非洲的大象将在 20 年后灭绝。



因变量：在测试前和测试中之间，针对每个问题的意见大幅改变，排除立场坚定的受访者

自变量：Q8: 有些人反对购买和售卖象牙制品的行为。以下是您可能会从这些人那听到的表述。关于这些表述，您觉得哪些表述非常具有说服力，哪些一点也不具有说服力？

# 他们从哪里获取信息...

 = 前 5 名

 = 第 1 名

偏好的信息获取渠道...	共计	拒绝象牙者 	可被说服者 	坚持想购买象牙者 
新闻报道	47%  	52%  	53%  	18%
门户类网站，如新浪，搜狐等	36%	35%	44%	18%
中国中央电视台	36%	39%	41%	24%
纪录片	35%	39%	39%	14%
电视广告	32%	34%	30%	21%
网络广告/搜索引擎广告（例如百度贴吧）	31%	29%	41%	17%
社交媒体（例如微信）	29%	29%	37%	11%
报纸/杂志广告	26%	21%	32%	18%
朋友、家人	22%	20%	24%	24%
移动新闻客户端	22%	22%	26%	12%
在线博客或微博	20%	20%	27%	6%
电影广告	13%	11%	9%	34% 
户外广告牌	10%	8%	9%	16%
电影院的商业广告	7%	4%	7%	17%
其他，请注明 _____	-	-	-	-
以上都不符合	3%	4%	4%	1%

Q14: 您会选择以下哪种方式（若有）获得关于象牙制品和象牙贸易的信息？请选择所有适用的选项

# 他们可能会认同谁的观点…

 = 前 5 名

✓ = 第 1 名

可能会同意以下人员的观点…	共计	拒绝象牙者 	可被说服者 	坚持想购买象牙者 
学者、专家、科学家	72% ✓	74%	67% ✓	86%
国际非政府组织 (NGO)	71%	75%	65%	86%
中国非政府组织 (NGO)	71%	76% ✓	63%	92% ✓
媒体、记者	69%	76% ✓	62%	88%
您的朋友或家人	69%	71%	66%	87%
高级别中央政府官员	66%	67%	62%	89%
您的孩子	65%	70%	59%	84%
运动员、体育界明星	64%	68%	57%	88%
商界领袖	64%	64%	60%	89%
演艺界明星	63%	66%	56%	89%
外国政府	63%	67%	56%	84%
富有的时尚人士	62%	65%	56%	84%
地方政府官员	57%	56%	53%	87%
象牙雕刻大师	55%	47%	57%	83%
著名的象牙收藏家	55%	45%	59%	85%
理财顾问、理财规划师	50%	46%	46%	85%

Q15: 众多因素会影响人们是否购买象牙制品的决定。有时，旁人的观点也十分重要。以下这些人或群体可能会对此表达自己的观点。

# 他们使用哪种社交网站...

 = 前 3 名

✓ = 第 1 名

是以下社交网站的用户...	共计	拒绝象牙者 	可被说服者 	坚持想购买象牙者 
微信	85% ✓	86% ✓	91% ✓	63%
QQ 空间	65%	59%	73%	66% ✓
微博	64%	62%	76%	39%
人人网	31%	22%	39%	40%
豆瓣网	19%	15%	25%	14%
领英	13%	10%	16%	15%
WhatsApp	7%	3%	10%	7%
我不是任何社交网站的用户	3%	5%	0%	0%

D9: 请表明您是以下哪些社交媒体网站的用户 (若有)。(可多选, 各答案相加可能不等于 100%)

# 拒绝象牙者简况

 <p>拒绝象牙者</p>	<p>使用的社交媒体:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 微信</li> <li>• 微博</li> </ul>	<p>我对政府法规的立场:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 11% 对中国的相关法规颇有了解</li> <li>• 79% 支持中国政府禁止所有象牙制品</li> </ul>	
<p>人口统计资料:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 55% 为男性, 45% 为女性</li> <li>• 收入中偏上</li> <li>• 没有孩子 (值得注意的是, 这一群组的结婚意愿和其他群组一样高)</li> <li>• 大部分生活在北京</li> </ul>		<p>令我信服*的信息:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 理性信息             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 减少象牙买卖可以减少政府腐败</li> <li>• 合法/违法象牙贸易之间的灰色地带 - 容易在不知情的情况下买到非法象牙</li> <li>• 把象牙当作馈赠礼物可能是对收礼人的一种侮辱</li> </ul> </li> <li>• 感性信息             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 每年有 2 万 5000 只大象死亡 (大象灭绝的信息 - 年度影响)</li> <li>• 大象将在 20 年内灭绝 (大象灭绝的信息 - 整体影响)</li> <li>• 母象死亡后幼象无法存活</li> </ul> </li> </ul>	
<p>信息来源:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新闻报道</li> <li>• 纪录片</li> <li>• 中国中央电视台</li> <li>• 门户类网站, 如新浪, 搜狐等</li> <li>• 电视广告</li> </ul>	<p>对此群体最具影响的机构/人员:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 媒体、记者</li> <li>• 中国非政府组织 (NGO)</li> <li>• 国际非政府组织 (NGO)</li> <li>• 学者、专家、科学家</li> <li>• 您的朋友或家人</li> </ul>	<p>我过去一年里听说的有关象牙的信息:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 没有交易就没有杀戮/没有买卖就没有杀戮 (宣传活动标语)</li> <li>• 大象因其象牙而遭到残忍的杀害</li> <li>• 偷猎或猎杀大象是非法的</li> <li>• 政府销毁象牙</li> <li>• 象牙贸易或买卖是非法的</li> </ul>	

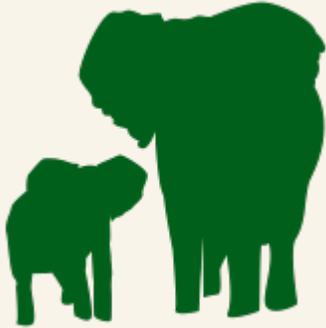
# 可被说服者简况

 <p>可以说服的人</p>	<p><b>使用的社交媒体:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 微信</li> <li>• 微博</li> <li>• QQ 空间</li> <li>• 人人网</li> <li>• 豆瓣网</li> </ul>	<p><b>我对政府法规的立场:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 14% 对中国的相关法规颇有了解</li> <li>• 62% 支持中国政府禁止所有象牙制品</li> </ul>	
<p><b>人口统计资料:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 48% 为男性, 52% 为女性</li> <li>• 年轻人 (18 到40 岁)</li> <li>• 收入中偏上</li> <li>• 至少有一个孩子</li> <li>• 大部分生活在广州</li> </ul>		<p><b>对我而言具有影响力的信息:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 理性信息             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 减少象牙买卖可以减少政府腐败</li> </ul> </li> <li>• 感性信息             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 预防大象灭绝与环境保护息息相关。</li> <li>• 象牙来源 (象牙来自大象/大象因为象牙而遭到猎杀)</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>信息来源:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新闻报道</li> <li>• 门户类网站, 如新浪, 搜狐等</li> <li>• 网络广告/搜索引擎广告 (例如百度贴吧)</li> <li>• 中国中央电视台</li> <li>• 纪录片</li> </ul>	<p><b>对此群体最具影响的机构/人员:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 学者、专家、科学家</li> <li>• 您的朋友或家人</li> <li>• 国际非政府组织 (NGO)</li> <li>• 中国非政府组织 (NGO)</li> <li>• 媒体、记者</li> </ul>	<p><b>我过去一年里听说的有关象牙的信息:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 大象因其象牙而遭到残忍的杀害</li> <li>• 象牙稀有、奢华, 所以极具收藏价值</li> <li>• 走私或非法贩卖象牙</li> <li>• 立法禁止象牙买卖或贸易</li> <li>• 野生动物保护</li> </ul>	

# 坚持想购买象牙者简况

 <p>坚持想购买象牙者</p>	<p>使用的社交媒体:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• QQ 空间</li> <li>• 微信</li> </ul>	<p>我对政府法规的立场:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% 对中国的相关法规颇有了解</li> <li>• 65% 想要政府确保象牙购买渠道             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 37% 支持进开放合法的象牙买卖</li> <li>• 28% 支持同时开放合法/违法的象牙买卖</li> </ul> </li> <li>• 86% 支持十年禁令而非永久禁令</li> </ul>
<p>人口统计资料:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 65% 为男性</li> <li>• 中偏下收入人群</li> <li>• 至少有一个孩子</li> <li>• 大部分生活在上海</li> </ul>		<p>对我而言具有影响力的信息:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 感性信息             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 大象将在 20 年内灭绝（大象灭绝的信息 - 整体影响）</li> </ul> </li> </ul>
<p>信息来源:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 电影广告</li> <li>• 朋友、家人</li> <li>• 中国中央电视台</li> <li>• 电视广告</li> <li>• 新闻报道</li> <li>• 门户类网站, 如新浪, 搜狐等</li> <li>• 报纸/杂志广告</li> </ul>	<p>对此群体最具影响的机构/人员:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 中国非政府组织 (NGO)</li> <li>• 演艺界明星</li> <li>• 高级别中央政府官员</li> <li>• 商界领袖</li> <li>• 媒体、记者</li> <li>• 运动员、体育界明星</li> </ul>	<p>我过去一年里听说的有关象牙的信息:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 象牙制品 (一般)</li> <li>• 象牙稀有、奢华, 所以极具收藏价值</li> <li>• 有关象牙的新闻报道 (一般)</li> <li>• 偷猎或猎杀大象是非法的</li> <li>• 大象为濒危动物, 即将灭绝</li> </ul>

# 附录



# 信息评估

## 测试主打“理性”的信息发挥的影响力



对降低象牙购买意愿的影响



对提高象牙购买意愿的影响

	所有受试者			可被说服者		
	令人信服	影响	BETA 值	令人信服	影响	BETA 值
偷猎大象是非法的。	85%			87%		
中国政府正在采取更加强硬的举措来打击购买或出售非法象牙的行为，包括对被捕者判刑。	85%			86%		
中国政府正在采取更加强效的举措来制约象牙贸易，例如最近发布了计划，逐渐取缔一切象牙加工和销售的行为。	82%			80%		
中国政府将逐渐禁止购买和出售所有象牙制品。	79%		-0.115	76%		
中国已成为世界上最大的非法象牙消费市场，参与象牙贸易也损害了中国的国际形象。禁止非法象牙贸易将有利于中国树立更好的国际形象。	78%			77%		
对政府而言，减少各级官员的腐败行为十分关键，因为很多人将象牙制品用于贿赂政府官员。合法与非法象牙制品在市场的流通滋长了这类行为。	77%		-0.206	80%		-0.234
购买象牙制品是非法的。	76%		0.173	72%		
有人在非法的象牙贸易中为了获取象牙而猎杀大象。中国境内的大部分象牙来自非法贸易途径，人们很难辨别合法象牙与非法象牙。因此，普通消费者无法确保他们没有因购买非法象牙而触犯法律。	74%		-0.113	76%		
人们很难辨别非法象牙与合法象牙。当人们赠送象牙礼品时，很有可能购买到非法象牙礼品，进而使送礼人和收受礼品者的品格受到质疑。	70%			73%		
从投资角度而言，象牙并非明智之选，因为象牙制品的升值空间有限。其他明智的投资会比投资象牙产生更好的收益。	67%			67%		

因变量：在测试前和测试中之间，针对每个问题的意见大幅改变，排除立场坚定的受访者

自变量：Q8: 有些人反对购买和售卖象牙制品的行为。以下是您可能会从这些人那听到的表述。关于这些表述，您觉得哪些表述非常具有说服力，哪些一点也不具有说服力？

# 信息评估

## 测试主打“感性”的信息发挥的影响力



对降低象牙购买意愿的影响



对提高象牙购买意愿的影响

	所有受试者			可以说服的人		
	令人信服	影响	BETA 值	令人信服	影响	BETA 值
非法象牙导致非洲大象数量骤减，70 年前，非洲有 300 万到 500 万头大象。如今，只剩下 43 万头。按照这种速度，专家们认为非洲的大象将在 20 年后灭绝	88%		-0.129	89%		
偷猎大象不仅伤害了被杀害的成年象，而且让需要母象的幼象也成为受害者。母象被杀害，幼象则无法存活。	87%			86%		
因象牙而被捕杀的大象数量处于历史高位。每年约有 2.5 万头大象因象牙被杀害。按照这种速度，大象可能会在我们这一代灭绝。	87%			85%		
拯救大象是保护环境的一部分。如果将来大象灭绝，我们的环境也将会失去平衡。	85%		-0.181	84%		-0.185
为获取象牙而杀戮大象是野蛮而残忍的行为。您若购买象牙制品，便成了大象捕杀者的同谋。	82%		0.178	78%		0.304
让大象活着比将其捕杀而制作成产品或工艺品更有价值。	80%			77%		
我们可以选择不购买象牙制品，以确保我们的孩子能够生活在有大象的世界里。	79%			78%		
象牙制品是由大象的象牙制作而成。象牙不会自然脱落，人们只能杀戮大象，取出象牙。	77%		-0.158	76%		-0.206
购买或出售任何象牙制品是不道德行为。	74%		0.112	69%		
馈赠及收受象牙制品都是不道德的行为。	73%			69%		
与购买大型象牙制品（例如象牙雕刻）相比，购买小型象牙制品（例如筷子或手镯）是导致大象捕杀行为更重要的因素。	72%			68%		

因变量：在测试前和测试中之间，针对每个问题的意见大幅改变，排除立场坚定的受访者

自变量：Q11：有些人反对购买和售卖象牙制品的行为。以下是您可能会从这些人那听到的表述。关于这些表述，您觉得哪些表述非常具有说服力，哪些一点也不具有说服力？

# 人口统计资料： 购买象牙制品

您是否购买过象牙制品？



针对没有购买过象牙的人……  
您家中是否有象牙制品？



D11. 请表明您是否曾购买或收受过象牙制成的礼品（若有）。  
请选择所有适用的选项。

(n=289)

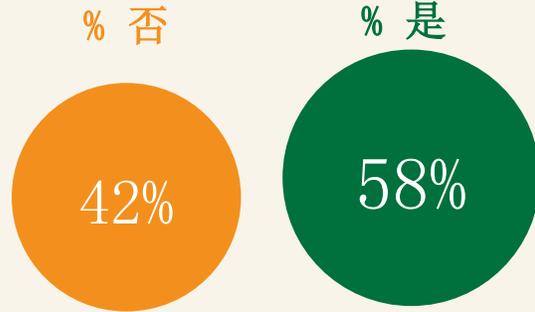
筷子	39%
首饰（手镯、耳环、项链、吊坠、戒指、胸针、挂坠）	38%
小型的人物或动物雕像	16%
手机保护套/挂坠	12%
台球	10%
大型雕塑或雕像	10%
医用象牙粉	10%
象棋套装	9%
鼻烟壶	9%
开信刀	7%
钢琴键	7%
未经加工的象牙/保留原样的象牙	5%

# 人口统计资料：购买象牙制品

回想您最近一次购买象牙……

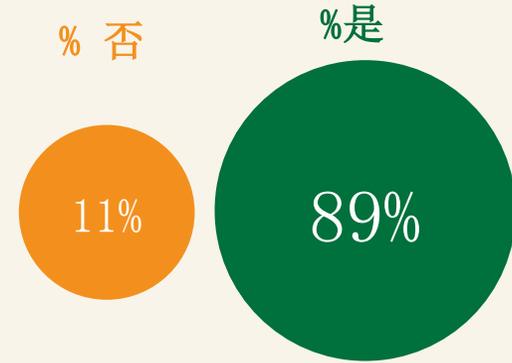
针对买过/拥有象牙的人……

D12… 您记得您所购买的产品是否附带防伪证书? (n=289)



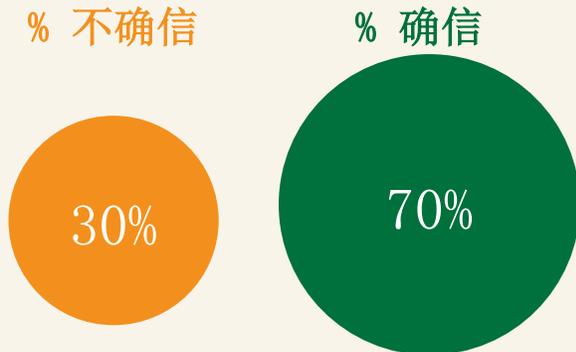
针对收到过防伪证书的人……

D13… 您记得您是否获准带走防伪证书? (n=142)



针对买过象牙的人……

D15… 您有多大把握确信自己购买的产品为合法? (n=206)



# 群体区隔明细/主要意见细目列表



拒绝象牙者

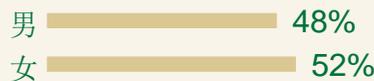
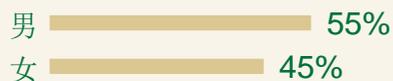


可被说服者



坚持想购买象牙者

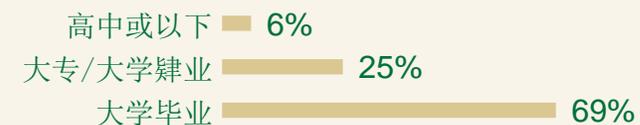
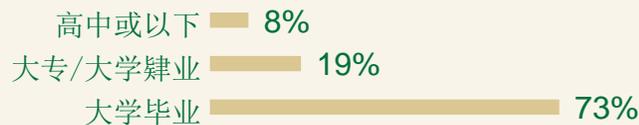
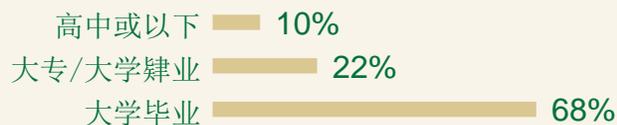
性别



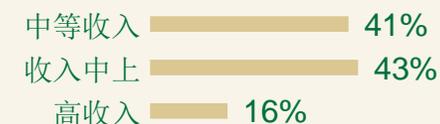
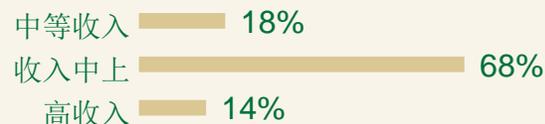
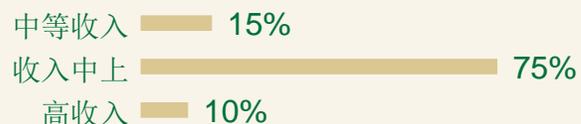
年龄



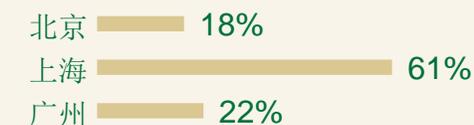
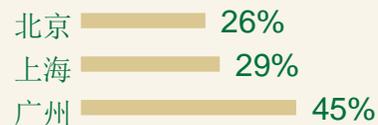
教育



收入



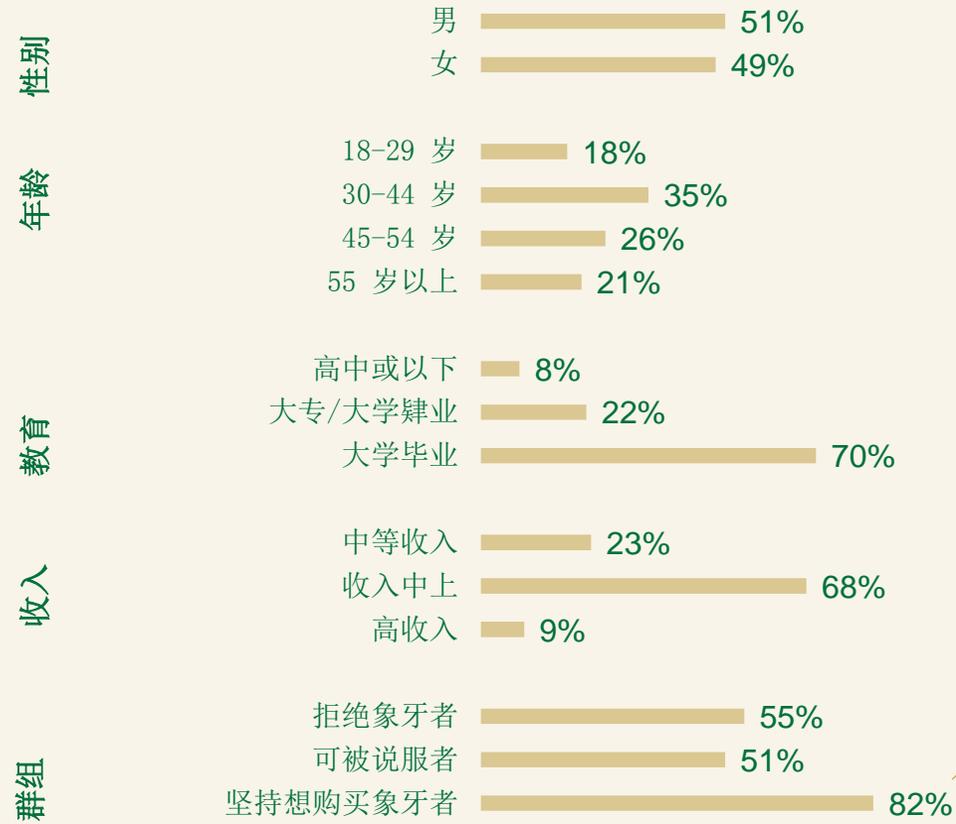
地区



# 人口统计资料：象牙对我而言太贵了

**55%** 觉得象牙对我而言太贵了 (7-10 同意)

人口统计资料：% 同意 (7-10)



象牙成本很高这层认知，并不会阻碍那些想买的人。

Q16: 请表明您是否赞同以下表述。:象牙对于我这类人群而言过于昂贵.

**APCO**  

---

**i n s i g h t**®