

調查報告第 104-6556 號

FIRDI-104-A205

2015 年臺灣保健食品消費行為 與生活型態調查研究



委託單位：經濟部技術處

執行單位：財團法人 食品工業發展研究所

中華民國一〇四年十一月

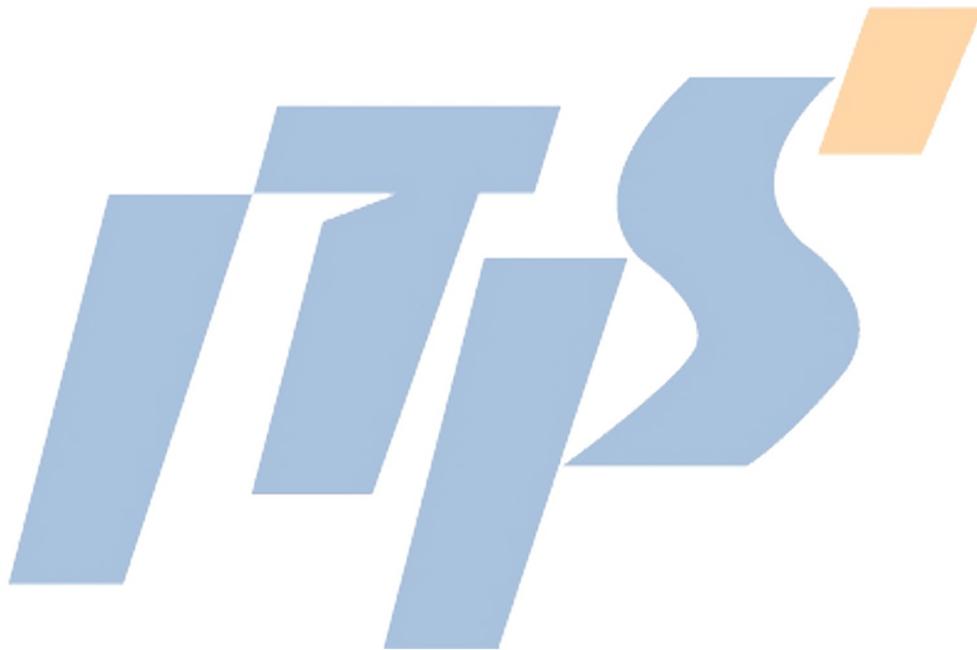
2015 年臺灣保健食品消費行為 與生活型態調查研究

目 錄

	頁次
目 錄	I
表目次	II
圖目次	III
摘 要	1
1.臺灣食品消費與生活型態	1
2.臺灣食品消費族群輪廓及特色	8
3.臺灣消費者身心健康自我評估	11
4.臺灣消費者對保健食品的認知態度	15
5.臺灣消費者對保健食品的想法及偏好	23
6.臺灣消費者對保健食品的實際消費	35
7.臺灣消費者需求的產品及功效	44
8.結 論	53
謝 誌	58
附件一 研究方法與設計	59
附件二 調查樣本結構	60

表目次

	頁次
表 2-1 2015 臺灣四大食品消費族群輪廓	10
表 8-1 2015 臺灣保健食品消費綜整	54
表 8-2 四大消費族群之需求比較	56



圖目次

	頁次
圖 1-1 剖析臺灣消費者生活型態與保健食品消費	1
圖 1-2 2015 臺灣消費者購買食品的基本動機	2
圖 1-3 2015 臺灣消費者購買食品的基本態度	3
圖 1-4 2015 臺灣消費者購買食品的基本品質指標	4
圖 1-5 2015 臺灣消費者烹調食品的基本態度	5
圖 1-6 2015 臺灣消費者的基本消費情境	6
圖 1-7 2015 臺灣消費者其他生活態度及行為	7
圖 2-1 2015 臺灣食品消費四大族群及結構比例	8
圖 3-1 整體臺灣消費者自我身心健康評估(2014-2015).....	11
圖 3-2 臺灣不同區域消費者自我身心狀況評估	12
圖 3-3 臺灣不同性別消費者自我身心狀況評估	13
圖 3-4 臺灣四大族群消費者自我身心狀況評估	14
圖 4-1 臺灣消費者對保健食品的認知態度變化(2014-2015)	15
圖 4-2 2015 臺灣不同區域消費者對保健食品的認知態度差異	16
圖 4-3 2015 臺灣四大族群對保健食品的認知態度差異	16
圖 4-4 整體臺灣消費者對健康食品認證的認識(2014-2015)	17
圖 4-5 2015 臺灣不同區域消費者對健康食品認證的認識	18
圖 4-6 2015 臺灣四大族群對健康食品認證的認識	18
圖 4-7 整體臺灣消費者對保健食品與健康食品差異的理解(2014-2015) ...	19
圖 4-8 2015 臺灣不同區域消費者對保健食品與健康食品差異的理解	20
圖 4-9 臺灣四大族群消費者對保健食品與健康食品差異的理解	20
圖 4-10 整體臺灣消費者的保健食品訊息來源變化(2014-2015)	21

2015 年臺灣保健食品消費行為與生活型態調查研究

圖 4-11	2015 臺灣不同區域消費者的保健食品訊息來源	22
圖 4-12	2015 臺灣四大群族消費者的保健食品訊息來源	22
圖 5-1	整體臺灣消費者購買保健食品的動機(2014-2015).....	23
圖 5-2	2015 臺灣不同區域消費者購買保健食品的動機	24
圖 5-3	2015 臺灣四大族群消費者購買保健食品的動機	24
圖 5-4	整體臺灣消費者購買保健食品考量因素(2014-2015)	25
圖 5-5	2015 臺灣不同區域消費者購買保健食品考量因素	26
圖 5-6	2015 臺灣四大族群購買保健食品的考量因素	27
圖 5-7	2015 臺灣保健食品購買因素知覺圖	28
圖 5-8	整體臺灣消費者偏好購買健康食品的比例(2014-2015)	29
圖 5-9	2015 臺灣不同區域消費者偏好購買健康食品者的比例	30
圖 5-10	2015 臺灣四大族群者偏好購買健康食品者的比例	30
圖 5-11	臺灣消費者對保健食品重視的特質差異(2014-2015)	31
圖 5-12	2015 臺灣不同區域消費者重視的保健食品特質	32
圖 5-13	臺灣四大族群重視的保健食品特質	32
圖 5-14	整體臺灣保健食品食用對象變化(2014-2015)	33
圖 5-15	2015 臺灣不同區域保健食品主要的食用對象	34
圖 5-16	2015 臺灣不同族群保健食品主要的食用對象	34
圖 6-1	整體臺灣過一年曾購買保健食品的比例變化(2014-2015)	35
圖 6-2	2015 臺灣不同地區消費者曾購買保健食品的比例	36
圖 6-3	2015 臺灣四大族群曾購買保健食品的比例	36
圖 6-4	整體臺灣消費者保健食品食用頻率變化(2014-2015)	37
圖 6-5	2015 臺灣四大族群保健食品食用頻率	38
圖 6-6	整體臺灣消費者食用的保健食品種類(2014-2015).....	39
圖 6-7	2015 臺灣不同區域消費者食用的保健食品種類	40

圖 6-8	2015 臺灣四大族群食用的保健食品種類	40
圖 6-9	臺灣消費者每月保健食品花費(2014-2015).....	41
圖 6-10	2015 臺灣四大族群每月食品型態保健食品花費	42
圖 6-11	2015 臺灣四大族群每月購買膠囊錠劑型態保健食品花費	42
圖 6-12	整體臺灣消費者常購買保健食品之通路(2014-2015)	43
圖 7-1	整體臺灣消費者購買的前十大保健食品原料(2014-2015)	44
圖 7-2	整體臺灣保健食品重視的功效訴化(2014-2015).....	46
圖 7-3	2015 臺灣四大族群對食品型態保健食品重視的功效訴求	47
圖 7-4	2015 臺灣四大族群對膠囊錠劑型態保健食品重視的功效訴求	48
圖 7-5	整體臺灣消費者最常購買之保健食品型態(2014-2015)	49
圖 7-6	2015 臺灣不同區域消費者常購買之保健食品型態	50
圖 7-7	臺灣四大族群常購買之保健食品型態	50
圖 7-8	整體臺灣消費者常食用的食品型態保健食品種類(2014-2015)	51
圖 7-9	2015 臺灣四大族群常食用的食品型態保健食品種類	52

2015 年臺灣保健食品消費行為 與生活型態調查研究

摘 要

為了解臺灣消費者的食品生活型態及對保健食品的消費行為，食品所 ITIS 計畫於 2015 年 9 月初，針對臺灣 1,200 位 15 至 79 歲消費者進行食品生活型態調查。透過消費者的社經特徵、購買類型、購買動機、購買通路、購買考量因素及重視的功能訴求等生活行為，進行保健食品消費需求觀察。同時與 2014 年研究結果進行比較，從中細解臺灣消費者保健食品需求變化。研究發現：

(1) 探索消費群生活型態輪廓

- 食品的美味、熟悉度及食用氛圍可正面刺激購物意願；
- 購物最在意產品的標示及品牌信賴感；
- 食材新鮮且天然，代表產品品質；
- 烹調情境及消費氛圍已在改變，但對冷凍半成品的應用仍有鴻溝；
- 不受經濟影響，外食仍是不奢侈的必要樂趣；
- 環保、休閒、健康及在地是勾勒生活型態的重點。

(2) 臺灣食品消費族群輪廓及特色

- 臺灣食品消費型態可區分四大族群，分別為「社交群聚族」、「隨性飲食族」、「健康取向簡食族」及「美食烹飪族」。
- 「社交群聚族」有「二愛」（愛外食及愛與朋友餐聚），「隨性飲食族」有「四不」（不愛聚餐、不在意食品營養、不在意保健與食材安全及不愛烹飪），「健康取向簡食族」有「一重四愛」（重視標示、愛新料理與有機、愛健康休閒食品、愛零食取代正餐及愛使用冷凍食品），「美食烹飪族」則

有「三愛一不」(愛料理且出色、愛採購食材、愛開發新菜色及不愛冷凍食品)。

(3)臺灣消費者身心健康自我評估

- 疲累仍蟬連身心自評關鍵問題的冠軍；
- 各區域消費者反應的健康狀況有明顯差異；
- 女性對身體健康問題的敏度度較男性強烈，男性普遍自認健康；
- 健康取向簡食族最覺得累，社交聚會族健康活力旺。

(4)臺灣消費者對保健食品的認知態度

- 對保健產品未來新發展，有期待；
- 健康食品認證認知度再提升，但區域現差異；
- 對「健康食品」與「保健食品」差異的理解度反轉減少；
- 保健食品訊息多來自親友及廣告。

(5)臺灣消費者對保健食品的想法及偏好

- 購買關鍵動機在自我保養，但預防保健概念逐漸提升；
- 最在意功效；
- 不同年齡在意的特性亦有不同；
- 購買具健康食品認證產品的消費者大幅減少；
- 重視的特質為預防保健、功效及天然原料；
- 多為自購自食。

(6)臺灣消費者對保健食品的實際消費

- 消費族群持續增加；
- 已養成消費習慣，食用頻率以每日食用的比例最高；
- 六成消費者食用 2-3 種的保健食品；

- 每月保健食品花費受產品型態及族群影響；
- 主要購買通路正在變化。

(7)臺灣消費者需求的保健食品產品型態及功效

- 葉黃素及魚油原料夯，穀物原料進入前十大；
- 重視保健食品的功能訴求，不同產品型態有差異；
- 常購買膠囊型態保健食品，但食品型態購買增；
- 常食用的食品型態保健食品是保健飲品及燕麥/穀粉，且比例成長。

計畫編號：15G436-02

補助單位：經濟部技術處 104-EC-17-A-11-0453-6

調查報告：第 104-6556 號

提出日期：中華民國一〇四年十一月

研究人員：鄭佩真—財團法人 食品工業發展研究所助理技師

陳麗婷—財團法人 食品工業發展研究所研究員

簡相堂—財團法人 食品工業發展研究所資深研究員兼企劃室主任

《2015 年臺灣保健食品消費 行為與生活型態調查研究》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>