

# 2020台灣消費者對於食品安全認知與態度調查分析

撰文/孫智麗·李佳玲

台灣經濟研究院生物科技產業研究中心針對我國消費者對於食品安全相關議題進行長期及大規模調查，最近一次在民國 109 年 11 月至 12 月之間，調查我國消費者對於食品安全之認知與態度以及重要考量因素，用以掌握消費者關心之議題方向及市場實際消費行為，作為日後食品安全管理之重要參考。本調查共有 536 份有效回卷，以下就本次回卷進行次數分配統計，並就性別（男、女）、年齡（40 歲以下或以上）、居住地區（北、中、南）等構面進行交叉分析，比較不同性別、年齡、地區之民眾在食品安全各項議題上態度與支持度之差異，以作為政策溝通策略之參考。

## 回卷基本資料

在 536 份有效回卷中，與過去類似調查之樣本結構一致，其中男性與女性各占 40.9% 與 59.1%；年齡在 21-40 歲占 41.6% 及 41-60 歲占 43.7% 居多，其次為 61 歲以上占 12.7%、20 歲以下僅占 2.1%，比例偏低；調查地點在北部占 55.4%、中部 26.5%、南部 18.1%；教育程度分佈以大學以上為主（共 81.2%）；職業類別以上班族最多（52.8%），超過一半，其次是軍公教 17.9%，再者為家管 11.4%；家戶所得 100 萬元（含）以下及 100 萬元以上各占 44.2%、55.8%。

## 調查統計分析

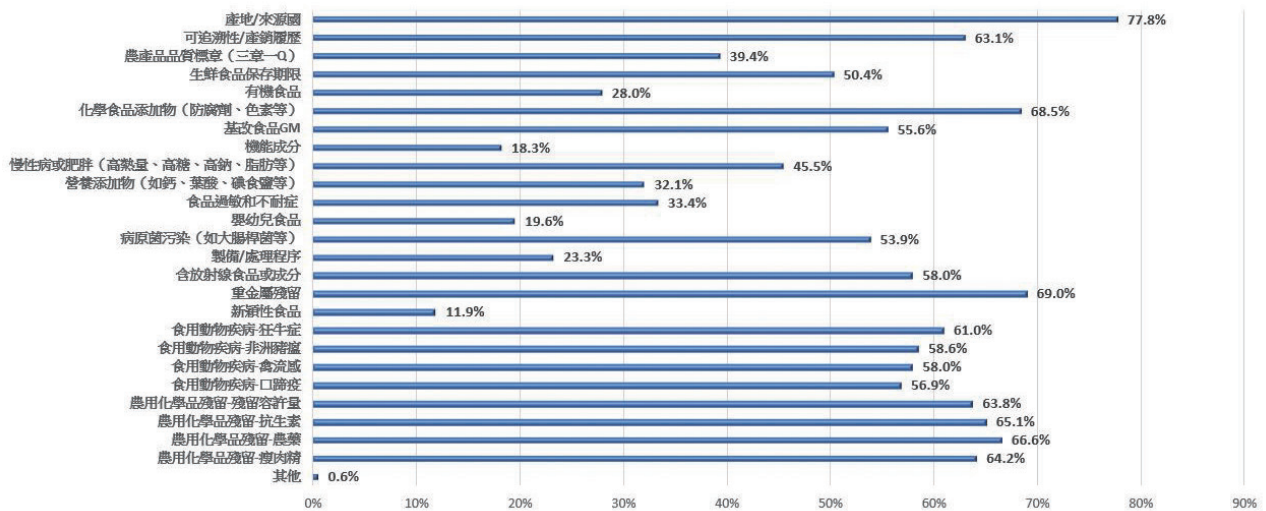
首先分析消費者對於各種食品安全議題之重視程度（圖一），根據調查結果顯示，消費者最重視的前五項食品安全議題為「產地 / 來源國（77.8%）」、「重

金屬殘留（69.0%）」、「化學食品添加物 - 防腐劑、色素等」（68.5%）」、「農用化學品殘留 - 農藥（66.6%）、抗生素（65.1%）」，接下來為「瘦肉精（64.2%）」、「農用化學品殘留容許量」、「可追溯性 / 產銷履歷」受到六成以上消費者重視而選填；「含放射線食品或成分」、「食用動物疾病 - 狂牛症、非洲豬瘟、禽流感、口蹄疫」、「基改食品 GM」、「病原菌污染（如大腸桿菌等）」、「生鮮食品保存期限」等也是多數消費者所重視議題，有超過一半以上受調者選填。

而經交叉分析後，各族群消費者對於食品安全之看法，其關心的議題大致相同，但針對「食用動物疾病」及「農用化學品殘留」之各項議題，又以女性或 40 歲以上族群之選填比例（各項皆達六成以上）皆高於男性或 40 歲以下族群；另從地區別來看，各地區皆是以「產地 / 來源國」及「重金屬殘留」為主，其次北部地區的消費者重視「化學食品添加物（防腐劑、色素等）」（70.7%）、中部地區消費者重視「農用化學品殘留 - 瘦肉精」（66.9%）、南部地區則重視「農用化學品殘留 - 農藥」（70.1%）。

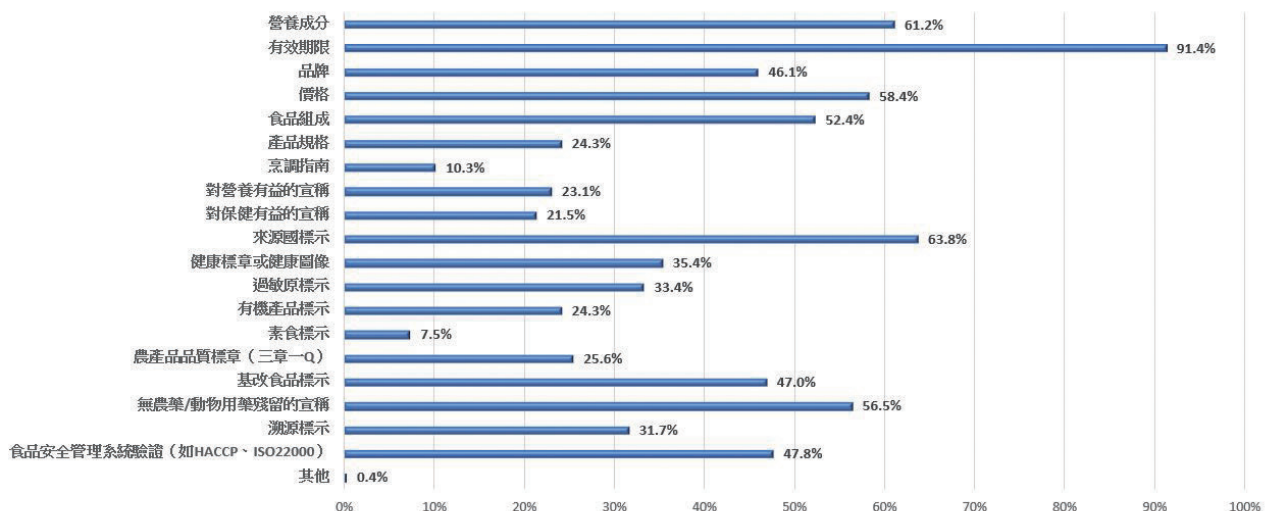
在消費者對食品包裝說明訊息需求方面（圖二），會特別注意的前三項依序為「有效期限」（91.4%）」、「來源國標示」（63.8%）」及「營養成分」（61.2%）」；其次「價格」（58.4%）」、「無農藥 / 動物用藥殘留的宣稱」（56.5%）」、「食品組成」（52.4%）」等也皆有超過半數的消費者會注意。另外，有四分之一的消費者會注意各種食品標示。

進一步分析各族群的購買行為，性別來看，女



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖一 台灣消費者關心的食品安全議題

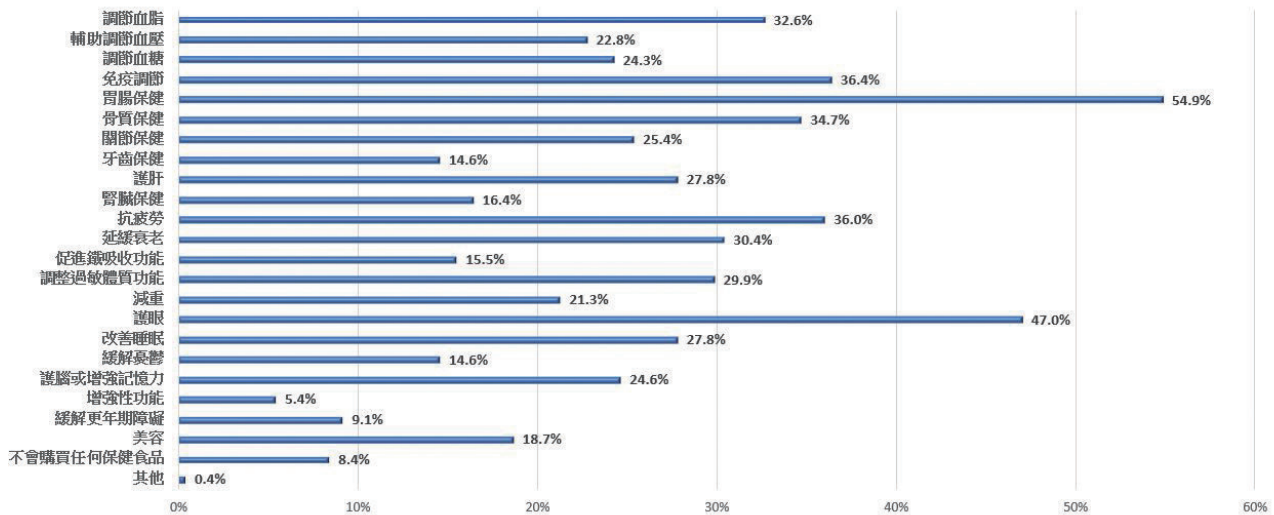


資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖二 台灣消費者購買食品注意的包裝說明或標示

性對於包裝說明需求各選項選填比例皆高於男性，唯男性族群對於「價格」(61.2%) 訊息其選填比例高於女性。而已年齡層來看，40 歲以下較注意「價格」(68.8%)，40 歲以上則注意「來源國標示」及「無農藥 / 動物用藥殘留的宣稱」分別為 66.6% 及 60.6%；

從地區別分析，北部族群注意「價格」(62.6%) 的比例也略高於其他區域，中部地區則較為在意「無農藥 / 動物用藥殘留的宣稱」(61.3%)。另外，女性、40 歲以上或中部地區之族群皆有五成以上民眾表示會注意「基改食品標示」。



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

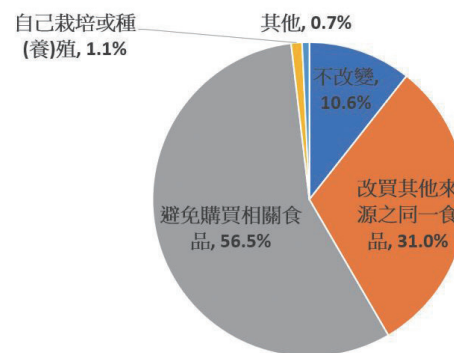
圖三 台灣消費者購買保健食品之功能訴求

消費者會考慮購買何種保健功能之食品（圖三）？多數消費者表示會購買「胃腸保健」（54.9%）、其次為「護眼」（47%）。超過三成的消費者表示會購買「免疫調節」、「抗疲勞」、「骨質保健」、「調節血脂」、「延緩衰老」之保健功能食品。而僅有 8.4% 的消費者表示「不會購買任何保健食品」。

而經各族群交叉分析可看出，購買意願最高的皆為「胃腸保健」及「護眼」，但男性對於調節血脂、血壓及血糖之保健功能食品選填比例均達三成，明顯高於女性 10% 以上；相對而言，女性族群選擇「促進鐵吸收功能」、「調整過敏體質功能」、「護眼」及「美容」之比例則高於男性 10%，其中又以「美容」選填比例高出 20.7%；從年齡層來看，40 歲以上的消費者對於調節血脂、血壓及血糖有較高的選填比例，另外，「骨質保健」及「關節保健」也分別高出 40 歲以下 19.1% 及 16.2%；而 40 歲以下選填「美容」之比例則高於 40 歲以上 14.7%。根據不同地區之消費者來分析，整體購買保健功能食品之意願，北部地區明顯高於南部地區。

接續進一步了解，消費者在發生食品安全的相

關資訊 / 新聞報導後，如何改變飲食消費習慣（圖四）？半數以上受調者選擇「避免購買相關食品」（56.5%），其次是「改買其他來源之同一食品」（31%），表示「不改變」僅占一成左右。而分析各族群的選填結果大致相同，唯女性族群表示「避免購買相關食品」的比例為 62.5%，較男性消費者 47.9%，選填比例高出甚多。



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行 536位消費者調查。

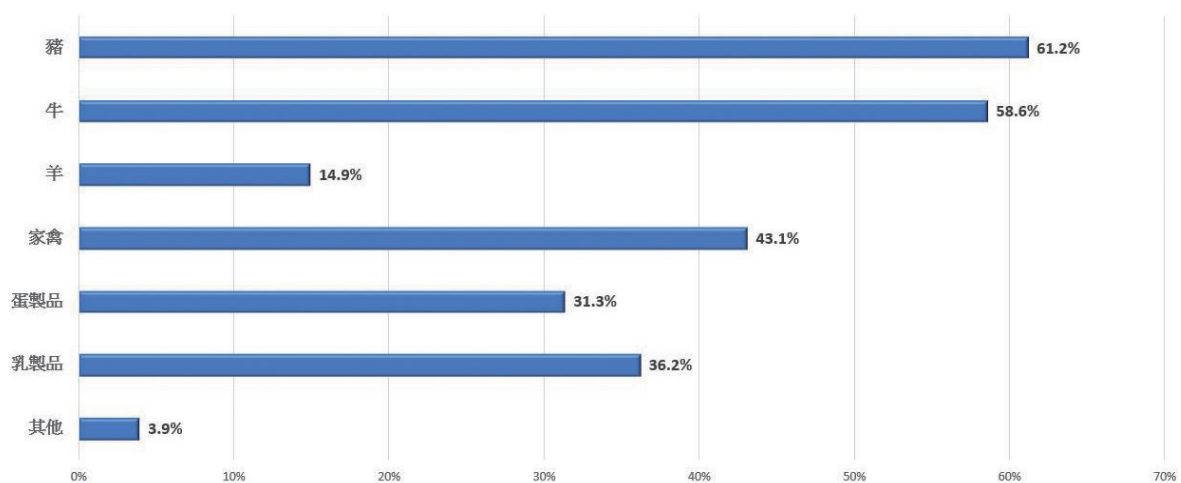
圖四 食品安全事件或報導如何改變飲食消費習慣

關於消費者對於食品的安全認知，分別分析對於畜產品、水產品、農產品與加工食品的安全疑慮。在『畜產品』部分（圖五-1），前三項消費者較有疑慮的為「豬」（61.2%）、「牛」（58.6%）及「家禽」（43.1%）。

在『水產品』部分（圖五-2），七成的消費者對「甲殼類（如蝦）」（70.9%）較有疑慮、其次為「魚類」（50.7%），再者為「貝類」（38.2%）。

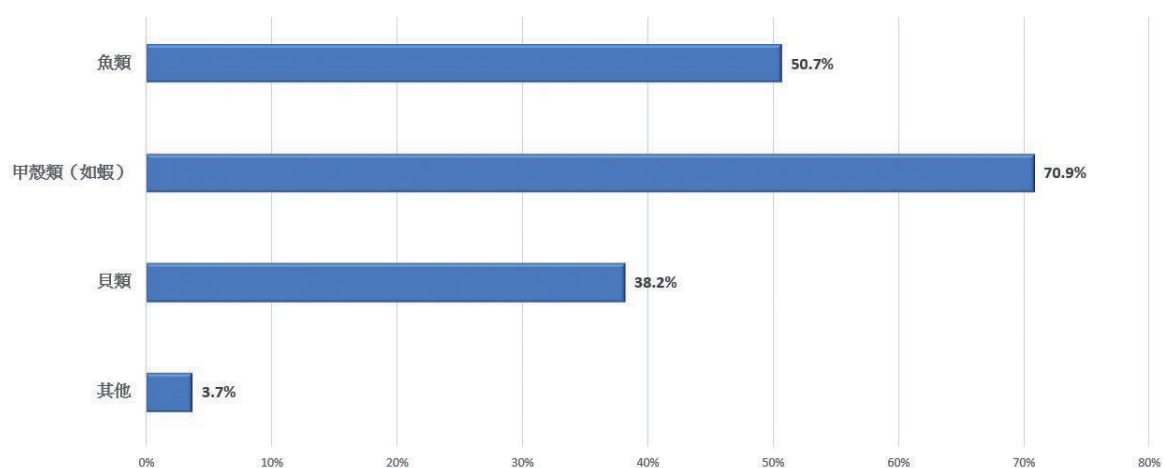
在『農產品』部分（圖五-3），消費者較有疑慮的前三項為「蔬菜」（63.8%）、「水果」（46.5%）及「花生」（33%）。

在『加工產品』部份（圖五-4），有八成以上消費者選擇「香腸、漢堡肉」（87.1%），其次有四成以上的消費者表示「油脂」（45.1%）、「罐頭食品」（45.0%）及「加工水果」（41.4%）較有安全上的疑慮。另外，「加工蔬菜」、「調味醬」及「調理/即食食品」也有三成



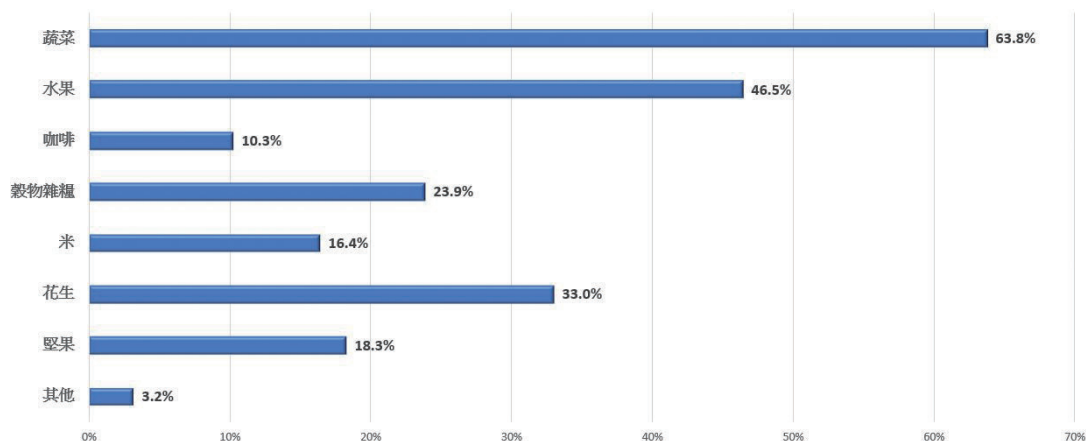
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖五-1 台灣消費者對於哪項畜產品有食品安全疑慮



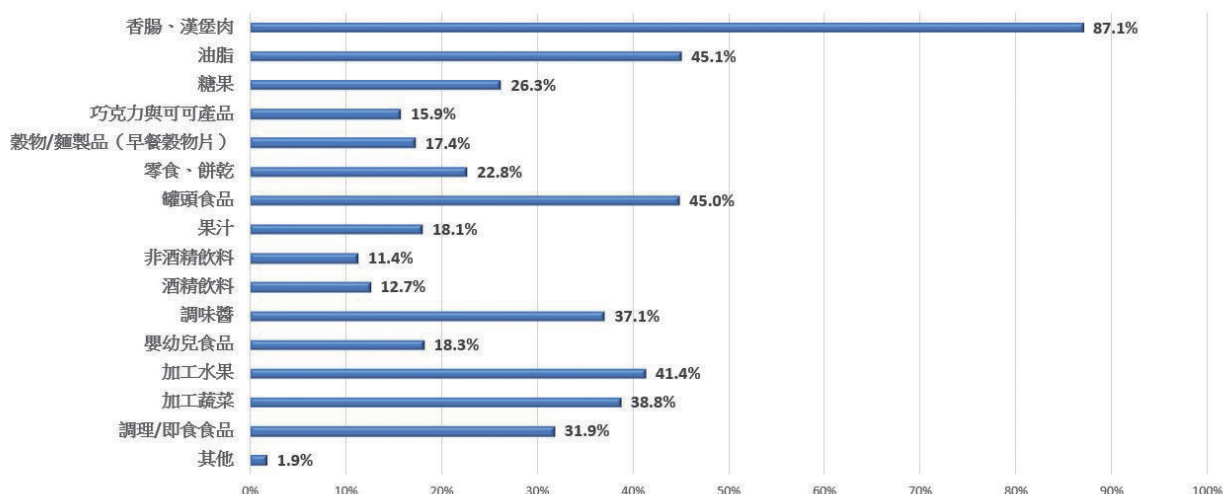
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖五-2 台灣消費者對於哪項水產品有食品安全疑慮



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖五-3 台灣消費者對於哪項農產品有食品安全疑慮



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

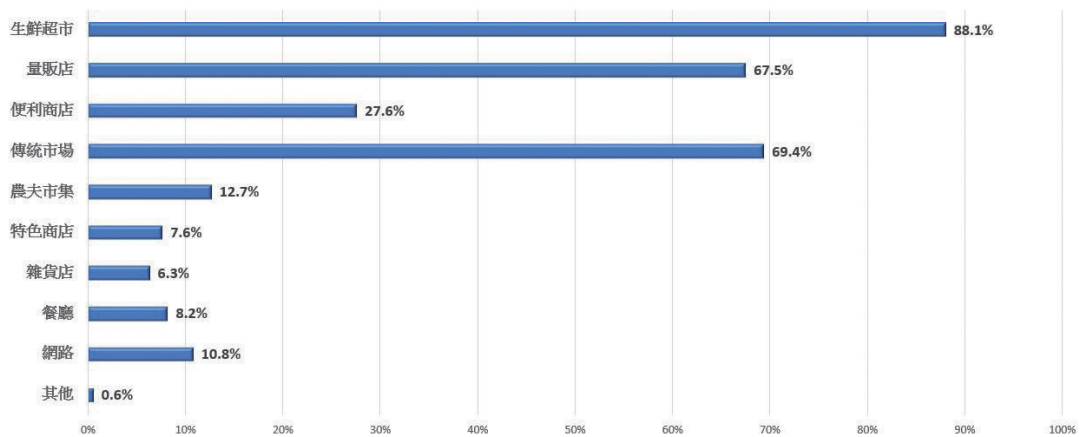
圖五-4 台灣消費者對於哪項加工產品有食品安全疑慮

消費者認為有安全疑慮。上述，經交叉分析，在不同性別、年齡及各地區消費者對於畜產品、水產品、農產品與加工食品的安全疑慮沒有明顯差異。

在採買食品通路上(圖六)，「生鮮超市」、「傳統市場」、「量販店」等為消費者最主要食品購買地點，其中有 88.1% 的消費者常在「生鮮超市」採買食品，其次為「傳統市場」占 69.4% 及「量販店」占

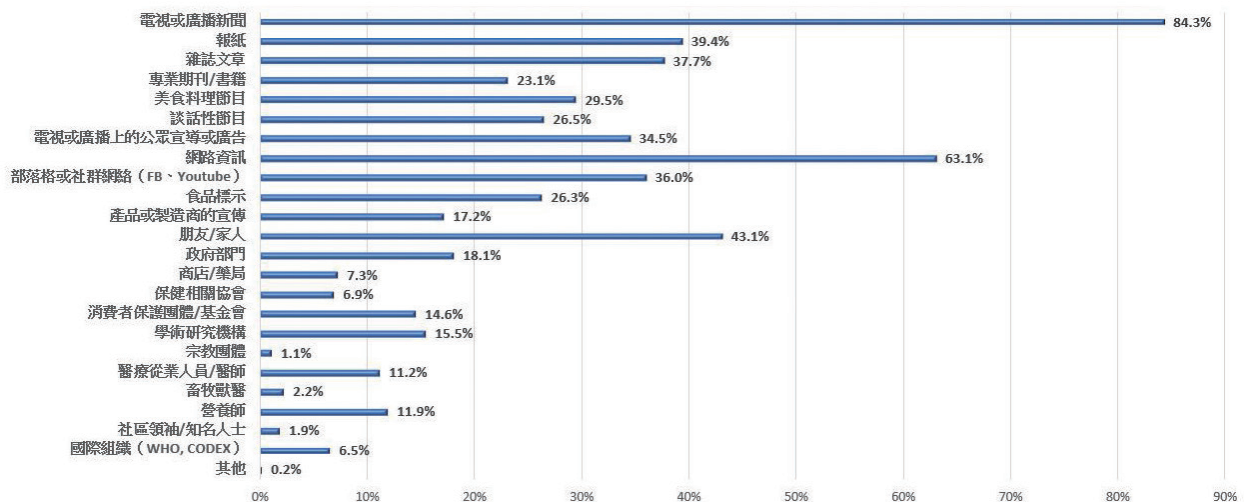
67.5%。值得注意的是僅一成消費者「網路」勾選採買食品通路，這次調查結果低於一般預期。而在不同性別、年齡及各地區消費者之前三大採買食品通路呈現一致現象。

關於食品相關消息主要來源(圖七)，八成以上的消費者表示透過「電視或廣播新聞」(84.3%) 獲得食品訊息，其次有超過六成消費者藉由「網路



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心，2020年進行536位消費者調查。

圖六 台灣消費者採買食品通路



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心，2020年進行536位消費者調查。

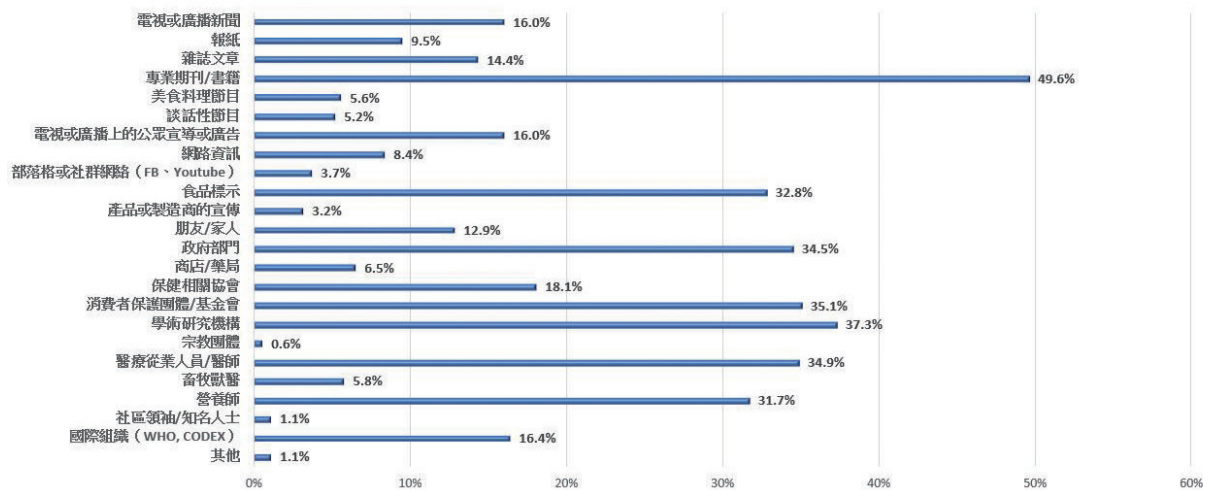
圖七 台灣消費者獲知食品消息來源

資訊」(63.1%)，超過四成消費者受到「朋友/家人」(43.1%)影響；另外，也有超過三分之一的消費者透過「報紙」、「雜誌文章」、「部落格或社群網絡 (FB、Youtube)」、「電視或廣播上的公眾宣導或廣告」等獲得食品相關消息。

交叉分析各族群在食品相關訊息的主要來源相似，皆是以「電視或廣播新聞」、「網路資訊」、「朋

友/家人」及「報紙」最多；若依性別來看，有較高比例的女性表示「美食料理節目」(35%)為食品相關訊息來源，而男性則有較高比例從「報紙」(47%)獲得訊息。另外，有二成左右的男性、40歲以上或北部之族群會從「政府機構」獲得食品資訊。

接續進一步了解，消費者認為可以信賴的食品資訊來源(圖八)，近半數的受調者最信賴「專業期



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖八 台灣消費者信賴的食品資訊來源

刊/書籍」(49.6%)，其次有超過三成的消費者認為「學術研究機構」、「消費者保護團體/基金會」、「醫療從業人員/醫師」、「政府部門」、「食品標示」及「營養師」是可以信賴的資訊來源。而經交叉分析各族群消費者排序比重略有不同，但比例上沒有明顯差異。

綜合上述，消費者食品訊息的主要來源雖以「電視或廣播新聞」、「網路資訊」及「朋友/家人」為主，但此三項資訊來源確只有一成上下的消費者勾選是可以信賴的，分別為 16%、8.4%、12.9%。反觀消費者認為可信任的訊息來源，比對其主要獲得食品資訊的來源上，比例也相對較低，包含「專業期刊/書籍」(23.1%)、「食品標示」(26.3%)、「政府部門」(18.1%)、「消費者保護團體/基金會」(14.6%)、「學術研究機構」(15.5%)、「醫療從業人員/醫師」(11.2%)及「營養師」(11.9%)。顯示消費者信賴與獲取食品訊息來源不同，在溝通策略上值得注意。

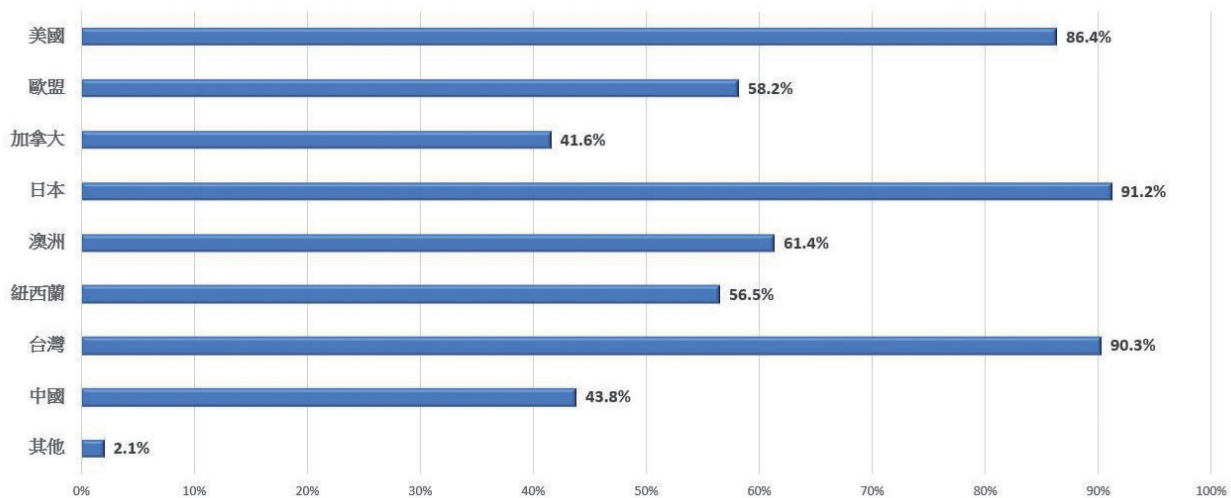
在調查購買國產或進口地區的食品來源上(圖九)，絕大多數的消費者以「台灣」及「日本」為主，分別為 90.3%、91.2%，其次為「美國」(86.4%)，接下來為「澳洲」(61.4%)、「歐盟」(58.2%)、「紐西蘭」(56.5%)。

對於各國的食品管理規範之信任度(圖十)，本次調查顯示消費者最信任前三國家為「日本」、「歐盟」、「台灣」，分別為 82.3%、64.2%、54.9%；將近四成消費者也信任「美國」、「澳洲」、「紐西蘭」。而僅有 1.3% 的消費者選擇「中國」，比例低。

上述，經交叉分析各族群選項排名大致相同，略有差異的是 40 歲以下選填信任「台灣」較 40 歲以上高出 13.4%，反之，40 歲以上有 70.5% 消費者選填「歐盟」較 40 歲以下高出 14.5%；若依性別來看，男性信任「歐盟」食品管理規範之比例也較女性高 14.2%。

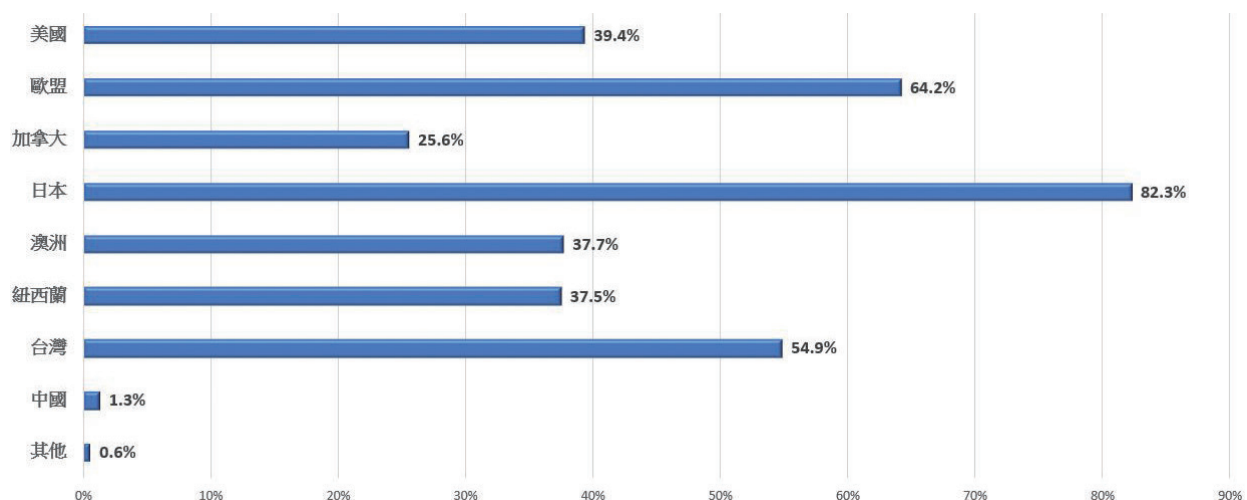
最後，依據調查分析進口食品占消費者整體的飲食支出比重(圖十一)，四成五的消費者表示占「一小部分(10%~30%)」，其次超過三分之一的消費者表示占「極小部分(10%以下)」。綜合上述，依選填比例加總顯示八成的消費者進口食品占飲食支出比重三成以下；13.1% 的消費者占比將近一半(30%~50%)；僅 3.2% 的消費者進口食品占飲食支出超過一半。

分析各族群對於進口食品所占比重大致相同，較有差異為 40 歲以上有 84.1% 的消費者進口食品占支出比重不到三成。若依照地區劃分，明顯差異



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖九 台灣消費者購買食品產地或來源國



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行536位消費者調查。

圖十 台灣消費者信任的食品管理規範

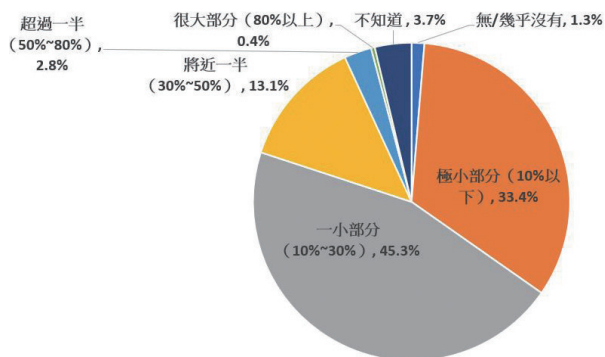
為南部地區有 90.7% 的消費者進口食品占比不到三成，僅 6.2% 將近一半，沒有受調者選填進口食品占比超過一半，可明顯看出南部族群購買進口食品遠低於北、中部消費者。

## 總結

根據調查結果顯示，消費者最重視的前五項食品安全議題為「產地 / 來源國」、「重金屬殘留」、「化

學食品添加物 - 防腐劑、色素等」、「農用化學品殘留 - 農藥、抗生素」，接下來為「瘦肉精」、「農用化學品殘留容許量」、「可追溯性 / 產銷履歷」、「含放射線食品或成分」、「食用動物疾病 - 狂牛症、非洲豬瘟、禽流感、口蹄疫」、「基改食品 GM」、「病原菌污染（如大腸桿菌等）」、「生鮮食品保存期限」等都是多數消費者所重視議題，有超過一半以上受調者選填。





資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020年進行 536位消費者調查。

圖十一 台灣消費者採購進口食品占整體飲食支出比重

在消費者對食品包裝說明訊息需求方面，會特別注意的前三項依序為「有效期限」、「來源國標示」及「營養成分」；其次「價格」、「無農藥/動物用藥殘留的宣稱」等也皆有超過半數的消費者會注意。

消費者食品訊息的主要來源雖以「電視或廣播新聞」、「網路資訊」及「朋友/家人」為主，但此三項資訊來源確只有一成的消費者勾選是可以信賴的。反觀消費者認為可信任的訊息來源，比對其主要獲得食品資訊的來源上，比例也相對較低，包含「專業期刊/書籍」、「食品標示」、「政府部門」、「消費者保護團體/基金會」、「學術研究機構」、「醫療從業人員/醫師」及「營養師」。顯示消費者信賴與獲取食品訊息來源不同，在溝通策略上值得注意。我國消費食品主要來自國產，「日本」及「美國」為最大進口來源；至於各國的食品管理規範之信任度，本次調查顯示我國消費者最信任前三國家為「日本」、「歐盟」、「台灣」。

AgBIO

孫智麗 台灣經濟研究院 研究所 研究員兼所長  
李佳玲 台灣經濟研究院 生物科技產業研究中心 專員

## 參考文獻

1. 孫智麗、李佳玲(2019)，「消費者對於食品安全認知與態度調查統計交叉分析及跨年度比較」，農業生技產業季刊，No.57，民國108年3月。
2. 孫智麗、譚中岳、魏于翔(2018)，「建構食品安全農食鏈體系及區塊鏈技術之應用」，農業生技產業季刊，No.55，民國107年9月。
3. 台灣經濟研究院(2018)，「基因改造食品之政策分析、食品安全議題及強化風險溝通能力」，衛生福利部補助計畫成果報告。
4. 孫智麗(2017)，「從食品安全論我國農業科技創新與產業發展策略」，台灣經濟研究月刊，第40卷第3期，民國106年3月。
5. 台灣經濟研究院(2016)，「基因改造食品之政策分析、食品安全議題及強化風險溝通能力」，衛生福利部補助計畫成果報告。
6. 孫智麗(2013)，「消費者對於基改食品認知與態度之跨國比較」，農業生技產業季刊，No.36，民國102年12月。