

推動臺灣健康飲食新革命



陳麗婷 張嫻婉 謝侑蓉 黃秋香 簡相堂

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

中華民國一〇一年十一月

推動臺灣健康飲食新革命

陳麗婷 張嫻婉 謝侑蓉 黃秋香 簡相堂

目 錄

	頁次
目 錄	I
表目次	IV
圖目次	VI
摘 要	1
1.動因與商機	3
1.1 動因	3
1.2 觀察角度	5
1.3 期待與商機	5
2.消費需求正在演化	7
2.1 要求趨向天然純淨	11
2.2 機能保健需求成長	16
2.3 健康混搭風盛行	21
2.3.1 健康與愉悅平衡	21
2.3.2 健康且平價	25
2.4 產品揭露充分資訊	27
2.5 產品可連結智慧生活	30
2.6 臺灣消費觀察關鍵重點	33

3.原料健康升級及轉型	35
3.1 原料來源回歸天然	35
3.1.1 多蔬果代表健康	36
3.1.2 無添加受歡迎且深具技術能量	39
3.1.3 天然色素推拉力量轉強	40
3.2 增益原料機能價值	44
3.2.1 機能性素材持續開發及成長	45
3.2.2 發掘及善用食材健康新價值	49
3.3 臺灣未來動向及關鍵重點	53
4.廠商健康策略布局與商機	56
4.1 產品：規劃健康發展路徑	56
4.1.1 減糖循序漸進	57
4.1.2 尋求低油料理的代替方案	63
4.1.3 減鹽計畫開始運作	66
4.2 訂價：加值及升級二種思維	71
4.3 行銷：鎖定明確消費群	75
4.4 通路：關注通路商正在改變規則	78
4.5 臺灣未來動向及關鍵重點	82
5.法規環境動態變化與因應	85
5.1 法規調整現在進行式	85
5.2 標示已為必要條件	90
5.3 健康飲食教育新作法	95
5.4 臺灣廠商未來關切重點	101
6.推動臺灣健康飲食新革命	103
6.1 臺灣健康飲食升級與變革關鍵重點	103

6.2.臺灣健康飲食升級與變革路徑規劃	107
7.謝誌	113
8.參考文獻	114



表目次

	頁次
表 2-1 國際食品消費需求趨勢重點	7
表 3-1 全球食品飲料前十大宣稱(2007-2012)	36
表 3-2 蔬果素材休閒食品之產品特質	37
表 3-3 應用蔬果原料健康加值的關鍵重點	39
表 3-4 訴求使用天然色素之飲料	42
表 3-5 天然食用色素之來源不斷推陳出新	43
表 3-6 近二年具市場成長性之機能素材	46
表 3-7 全球保健食品新產品開發(2011Q4-2012Q3)	48
表 3-8 食材轉型且市場表現亮眼的案例	50
表 3-9 2012 保健食品十大流行素材	51
表 4-1 食品廠商規劃健康發展路徑	57
表 4-2 飲料使用之天然甜味劑種類	58
表 4-3 各國應用天然甜味劑開發之低熱量飲料	59
表 4-4 國內低油餐飲可借助的機械設備及效益	64
表 4-5 替代油脂：選擇富含天然油脂的食材	65
表 4-6 健康食品認證價格差異－飲料	73
表 4-7 健康食品認證價格差異－膠囊錠劑	74
表 4-8 國內外通路業者之健康改革行動案例	80
表 5-1 2012 年國際食品健康相關法規變動	86
表 5-2 2012 年國內食品健康相關新法規	87
表 5-3 國際天然甜味劑核准狀況	88
表 5-4 近年各國對食品添加劑評估政策之做法	89

表 5-5	近年國際食品標示相關政策變化	91
表 5-6	Pick the Tick 餐飲營養標示及規範	92
表 5-7	Keyhole 餐飲營養標示及規範	93
表 5-8	Healthier Choice 餐飲營養標示及規範	94
表 5-9	國內部分縣市的餐飲營養標示規範	95
表 5-10	美國新膳食營養指南 My plate 表達觀念及呈現技巧	97
表 5-11	食品廠商對相關法規變革的因應策略	102
表 6-1	臺灣健康飲食升級與變革關鍵重點	106



圖目次

	頁次
圖 1-1 全球食品消費趨勢：健康發展最受矚目	3
圖 1-2 食品健康需求有層次概念	4
圖 1-3 健康飲食變革觀察重點	6
圖 2-1 消費者健康需求五大方向	10
圖 2-2 臺灣蔬果需求未被滿足	12
圖 2-3 消費者的蔬食動機	13
圖 2-4 機能保健需求全球大不同	16
圖 2-5 臺灣消費者購買保健食品最重視功效及認證保證	17
圖 2-6 臺灣消費者對身體健康的關心：男主內，女主外	19
圖 2-7 臺灣消費者的身心健康評估：感官重於疾病	20
圖 2-8 消費者的飲食拼圖：健康重要，但只是其一	21
圖 2-9 臺灣消費者對休閒食品健康特質的偏好	24
圖 2-10 經濟壓力及資訊對稱，CP 值很重要	26
圖 2-11 全球消費者對標示的理解：亞太仍有進步空間	27
圖 2-12 全球消費者不同標示信任度：卡路里最高，非人工最低	28
圖 2-13 全球消費者對餐廳標示的重視度：速食及連鎖餐廳相對必備	28
圖 2-14 臺灣消費者保健食品訊息來源：社群網絡及媒體扮重要角色	31
圖 2-15 APP 等多元化資訊開始與消費者對話	32
圖 2-16 臺灣消費觀察關鍵重點	33
圖 3-1 天然純淨的關鍵字	35
圖 3-2 機能性素材來源廣且各有不同機能價值	44
圖 3-3 全球機能性食品發展相近	45

圖 3-4	日本面對經濟及環境衝擊，機能保健需求仍存在	49
圖 3-5	臺灣機能性素材需走出自我特色及風格	55
圖 4-1	Pepsi 重啟減糖口味測試	61
圖 4-2	加工食品減鹽的重要性受矚目	67
圖 4-3	減鹽的關鍵環節	68
圖 4-4	減鹽行動正在國際間漫延	68
圖 4-5	讓消費者感覺有價很重要：價值認定的十項指標	72
圖 4-6	機能性素材轉向消費者心靈健康的滿足	75
圖 4-7	未滿足商機：目標客群瞄準銀髮族	76
圖 4-8	臺灣美食社交族具健康消費潛力	77
圖 4-9	2010-2011 年運用天然色素與調味料之前十大廠商	78
圖 4-10	零售商品牌第三股旋風突顯健康價值	81
圖 4-11	要求價值鏈共守健康核心價值，專業分工	84
圖 5-1	健康飲食教育模式改變－趨向簡單、易懂	96
圖 5-2	健康飲食教育模式改變－鎖定青少年，融入生活	100
圖 6-1	健康升級的策略目的與價值	103
圖 6-2	健康升級模式由產品差異化價值決定	104
圖 6-3	產品開發的關鍵：消費者觀察＋核心能耐＋合作	105
圖 6-4	臺灣健康飲食升級與變革路徑規劃	107

推動臺灣健康飲食新革命

陳麗婷 張嫻婉 謝侑蓉 黃秋香 簡相堂

摘要

健康需求正在變化。歐美、臺灣或中國大陸等新興國家，消費者的健康需求持續增長與轉變。健康標準如何界定？目前歐美各國產業界及政策紛紛就減鹽、減糖、減熱量等健康飲食標準，進行產品開發及長期規劃。而飲食與消費者口味密切相關，健康趨勢下，結合消費趨勢及網路互動等混搭效應，未來健康飲食將產生何種變革及不同面貌，值得細究推敲。本研究提出幾項有關未來臺灣推動健康飲食新革命的建議如下：

1. 趨勢：借鏡國內外健康飲食推動現況及趨勢方向。以健康飲食價值鏈的角度，透過消費需求變化、原料健康升級轉型、食品餐飲廠商健康策略作為及法規動向變化等四個面向進行分析與陳述。相關發現可為作為思考或規劃未來臺灣健康飲食的基礎及方向。
2. 模式：針對產品特性慎選健康升級模式。臺灣可視產品本身的差異價值，區分「健康創造」及「健康跟隨」二種健康升級模式。「健康創造」係針對具有臺灣或中華飲食概念或口味等差異化產品，持續加強健康的創新及升級，讓產品在國內外創造無可替代的價值。「健康跟隨」係針對國際廠商已相繼投入的項目或全球性無差異的產品，以貼近觀察國際原料及應用廠商動向，適切的追隨國際廠商動作，避免其健康升級產品逐步替換市場產品，改變原有市場的競爭格局。
3. 策略：依企業能耐慎選健康升級及變革的策略。本研究提出三項健康升級及

變革策略，一是系統且細緻的消費觀察，讓產品符合需求或創造感動，而非線性思考。二是核心能耐的提升與創造，讓獨特能耐與健康趨勢的連結或產生價值。三是借力使力，創造可加值的價值鏈合作關係，尋求適切的健康升級夥伴及具競爭力的成本規劃。同時本研究亦提出五大運作關鍵重點審視運作方向，可針對前述三項升級與變革策略逐一審視。

4. 藍圖：本研究綜整研究內容，對臺灣健康飲食升級與變革提出短期、中期及長期發展路徑。

計畫編號：12G436-03

委託單位：經濟部技術處 101-EC-17-A-01-06-0453-6

調查報告：第 101-5304 號

提出日期：中華民國一〇一年十一月

研究人員：陳麗婷—財團法人 食品工業發展研究所研究員

張嫻婉—財團法人 食品工業發展研究所副研究員

謝侑蓉—財團法人 食品工業發展研究所副研究員

黃秋香—財團法人 食品工業發展研究所副研究員

簡相堂—財團法人 食品工業發展研究所研究員兼企劃室主任

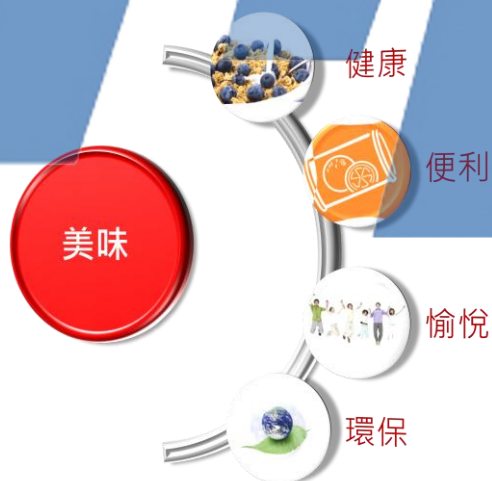
1.動因與商機

1.1 動因

(1)健康需求為關鍵飲食趨勢，但細節內含複雜且多元

消費需求是真正拉動食品創新的根本力量。相對於「便利」、「愉悅」及「環保與道德」，「健康」的消費趨勢最受關注(圖 1-1)。主要的原因在於具健康概念的新產品，其產品開發上可以著墨的空間仍大；加上近年國內外走健康路線的食品或餐飲，年成長率多有二位數的表現。在供需雙方的推力與拉力帶動之下，市場發展備受期待。

全球食品消費趨勢：圍繞一個核心、四大方向與八個連結發展



資料來源：食品所(2012/11)

圖 1-1 全球食品消費趨勢：健康發展最受矚目

2.消費需求正在演化

(1)不確定性的時代，消費者健康需求演化快速且變異大

國際經濟、社會及科技及政策等環境快速變化，消費者的飲食需求趨向多元。綜觀國際對食品消費趨勢的觀察(表 2-1)，可以發現健康係消費者關注且不斷提升的需求方向，但絕非唯一的考量。隨環境的變化，消費者對健康的需求升溫，已逐步與心靈愉悅、生活型態及經濟壓力等各種生活層面連結，演化出不同的多元面貌，健康的商機亦在轉變。

而消費者對健康飲食之需求日益興盛蓬勃，逐步導引先進國家及新興國家的食品產業及餐飲市場的發展，勢必成為未來引領產業發展的重要關鍵。近年健康需求演化亦帶動各國政府政策以及主要食品企業之產品與技術研發，及營運策略的轉變與創新；包括修訂營養膳食建議、推動減鹽運動或考量徵收脂肪稅等相關政策，成為受關注且持續變革的重點議題。

表 2-1 國際食品消費需求趨勢重點

趨勢研究	重點觀察內容
2012 重要 飲食文化趨勢	

3.原料健康升級及轉型

3.1 原料來源回歸天然

天然、無添加等健康概念，係食品朝健康方向創新開發之重要方向(圖 3-1)，亦係爭取消費者信賴，及提升產品競爭力與價值的重要關鍵。但若就原料升級及轉型的重要作為及趨勢影響觀察，2012 年全球天然原料訴求中，三大關鍵重點則包括蔬果夯、無添加受歡迎及天然色素掘起等。其中無添加亦為近五年全球、亞洲及歐洲食品飲料最重要的宣稱(表 3-1)，顯示訴求原料的天然純淨，係產品朝健康升級最基礎亦最能直接反應健康的概念。



資料來源：本研究(2012/11)。

圖 3-1 天然純淨的關鍵字

4. 廠商健康策略布局與商機

4.1 產品：規劃健康發展路徑

(1) 回應消費需求變化

隨消費者對低糖、低熱量、低熱量、低油脂、純天然及機能保健等食品飲料的健康需求不斷提升，食品飲料朝健康升級及轉化是必然的趨勢。回應消費者的健康需求，近年食品逐步透過改善技術、配方與製程，兼顧口感美味與健康安全，以減少熱量、降低過敏源、縮小包裝、應用創新替代素材等方式，降低消費者身體負擔。

(2) 廠商健康目標及路徑規劃正在進行

食品廠商如何在滿足消費者健康需求下，逐步朝兼顧健康與美味的階段性目標運作，一方面展現產品優勢，一方面突顯企業經營及健康優化的決心，對廠商而言，健康升級的規劃及實際運作正在展開(表 4-1)。

以近年積極朝食材供應及提供解決方案的聯合利華為例，其飲食策劃的健康策略，即包括提供減糖、減脂及減鹽等多元產品選擇。據資料顯示，截至 2011 年其旗下的產品已累計減少 3 萬噸的飽和脂肪及反式脂肪，3 千噸的納鹽及 1.7...

5.法規環境動態變化與因應

5.1 法規調整現在進行式

(1)確保食品安全，國內外法規重新審視及調整加速

回應消費者對健康議題的關注，近年不論歐美、新興市場或國內，食品健康安全相關的法規變化，動作加大且速度加快(表 5-1 及表 5-2)。

以歐盟為例，2012 年 1 月重啟食品添加劑的安全性評估工作，將色素、甜味劑、防腐劑、乳化劑、抗氧化劑及上光劑等 26 項功能性食品添加劑列示為優先評估對象。2011 年 11 月歐盟即規定，所有食品飲料包裝須清楚標識脂肪、糖、鹽、碳水化合物及卡路里等含量；禁止人造食品，如人造乳酪等簡稱為乳酪。同時需標示可能引起過敏反應物質；能量飲料等含咖啡因食品需標示對孕婦和兒童的警語；新鮮肉製品須標示產地標籤；同時逐年實施。除標示外，歐盟亦對食品標籤用語重新進行審視。規定 2012 年 12 月起將禁止食品使用未被批准的食品標籤用語，確保消費者獲得真實營養資訊。歐盟食品安全部門 2008 年開始收集各國食品標籤用語，共收集 4.4 萬條。經過嚴格審核，最終僅 222 條食品標籤被允許使用；另有 2000 多條標籤用語仍在審核中 ...

6. 推動臺灣健康飲食新革命

6.1 臺灣健康飲食升級與變革關鍵重點

(1) 健康升級具策略目的及價值

健康升級與變革係全球食品與餐飲的趨勢方向，就前述章節內容說明，角度很廣，具運作空間及商機的前景可觀。除理解國內外健康飲食動向及發展路徑，思索運作方向與消費需求及法規規範方向一致外，相對更重要的是適切於臺灣整體產業或各別廠商的升級或變革的方向選擇。讓臺灣飲食的健康升級，不論對國內產業的價值提升或在國際市場做臺灣下一代新競爭力產品的培育，皆有其策略性目的及價值(圖 6-1)。



資料來源：本研究(2012/11)

圖 6-1 健康升級的策略目的與價值

(2) 選擇：視差異價值區分「創造」及「跟隨」二種健康升級模式

健康升級及轉型的目的在於創造差異化價值。全球食品及餐飲業者相繼投

推動台灣健康飲食新革命

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/>

版權所有© 2012 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)

經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦