



AIIMM

點鑽整合行銷股份有限公司
國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心



植物替代肉消費行為調查

態度與偏好、品牌知名度、零售通路與餐廳消費
分析

2021 年 9 月

國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心
點鑽整合行銷股份有限公司

章節目錄

執行摘要	9
第 1 章 導言	11
1.1 產業背景	11
1.2 研究目標	13
第 2 章 資料收集方法與人口統計	14
2.1 資料收集方法	14
2.2 人口統計	15
第 3 章 民眾對食品及植物替代肉的態度	18
3.1 民眾對食品健康及環境的態度	18
3.2 民眾對植物替代肉的態度	25
第 4 章 植物替代肉品牌知名度及民眾偏好與顧慮	29
4.1 植物替代肉品牌知名度	29
4.2 民眾偏好	33
4.3 民眾顧慮	35
第 5 章 零售通路購買行為	38
5.1 是否購買過植物替代肉?	38
5.2 消費金額分析	41
5.3 消費次數分析	44
5.4 零售通路植物替代肉誘因及阻力	47
5.5 消費者票選零售通路排行榜	49
5.6 未來意向	53
第 6 章 外食餐廳購買行為	56

6.1 是否食用過植物替代肉餐點？	56
6.2 消費金額分析	59
6.3 消費次數分析	62
6.4 外食餐廳植物替代肉誘因及阻力	65
6.5 消費者票選外食餐廳排行榜	67
6.6 未來意向	69
<u>第 7 章 結論</u>	<u>72</u>
<u>國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心 ASIAN INSTITUTE FOR IMPACT MEASUREMENT AND MANAGEMENT</u>	<u>74</u>
主任	74
研究人員	74
<u>其他產業調查</u>	<u>75</u>
<u>點鑽整合行銷股份有限公司</u>	<u>76</u>

圖目錄

圖 1、生理性別.....	15
圖 2、年齡層分布.....	15
圖 3、飲食型態.....	16
圖 4、個人薪資所得年收入.....	16
圖 5、家庭所得年收入.....	17
圖 6、食品之於健康的態度.....	18
圖 7、食品之於環境友善的態度.....	22
圖 8、民眾對植物替代肉的看法.....	25
圖 9、國外品牌知名度排行榜(複選).....	29
圖 10、國內品牌知名度排行榜 (複選).....	31
圖 11、植物替代肉原料偏好 (複選).....	33
圖 12、植物替代肉產品形式偏好 (複選).....	34
圖 13、民眾對植物替代肉之顧慮.....	35
圖 14、民眾對價格的看法.....	36
圖 15、植物替代肉漢堡排民眾願付價格.....	37
圖 16、植物替代肉漢堡民眾願付價格.....	37
圖 17、曾經於零售通路購買植物替代肉食品的比例.....	38
圖 18、零售通路每月平均消費金額.....	41

圖 19、零售通路每月平均購買次數	44
圖 20、零售通路購買誘因（複選）	47
圖 21、零售通路購買阻力（複選）	48
圖 22、最熱門購買點排行榜	49
圖 23、在零售通路最常購買之植物替代肉品牌排行榜	51
圖 24、零售通路產品多樣化排行榜	52
圖 25、未來消費意向－零售通路	53
圖 26、2020 年於外食餐廳食用植物替代肉餐點比例	56
圖 27、外食餐廳每月平均消費金額	59
圖 28、外食餐廳每月平均食用餐數	62
圖 29、外食餐廳食用誘因（複選）	65
圖 30、外食餐廳餐點食用阻力（複選）	66
圖 31、最熱門餐廳排行榜	67
圖 32、外食餐廳餐點多樣化排行榜	68
圖 33、未來消費意向－外食餐廳	69

表目錄

表 1、「購買食品時考慮對健康的影響」與「性別」之交叉列表.....	19
表 2、「購買食品時考慮對健康的影響」與「年齡」之交叉列表.....	19
表 3、「對健康有益即使價格較高仍可能購買」與「性別」之交叉列表.....	20
表 4、「對健康有益即使價格較高仍可能購買」與「年齡」之交叉列表.....	20
表 5、「少吃動物肉有助健康」與「性別」之交叉列表.....	20
表 6、「少吃動物肉有助健康」與「年齡」之交叉列表.....	21
表 7、「經常關注健康資訊」與「性別」之交叉列表.....	21
表 8、「經常關注健康資訊」與「年齡」之交叉列表.....	21
表 9、「購買食品時考慮對環境的影響」與「性別」之交叉列表.....	23
表 10、「購買食品時考慮對環境的影響」與「年齡」之交叉列表.....	23
表 11、「民眾認為應改變飲食習慣」與「性別」之交叉列表.....	23
表 12、「民眾認為應改變飲食習慣」與「年齡」之交叉列表.....	24
表 13、「擔心自然資源不足」與「性別」之交叉列表.....	24
表 14、「擔心自然資源不足」與「年齡」之交叉列表.....	24
表 15、「對植物替代肉的印象良好」與「性別」之交叉列表.....	26
表 16、「對植物替代肉的印象良好」與「年齡」之交叉列表.....	26
表 17、「植物替代肉有助於環境永續」與「性別」之交叉列表.....	26
表 18、「植物替代肉有助於環境永續」與「年齡」之交叉列表.....	27

表 19、	「認為食用植物替代肉保護動物」與「性別」之交叉列表.....	27
表 20、	「認為食用植物替代肉保護動物」與「年齡」之交叉列表.....	27
表 21、	「植物替代肉有助健康」與「性別」之交叉列表.....	28
表 22、	「植物替代肉有助健康」與「年齡」之交叉列表.....	28
表 23、	「零售通路購買比」與「性別」之交叉列表.....	39
表 24、	「零售通路購買比」與「年齡」之交叉列表.....	39
表 25、	「零售通路購買比」與「飲食型態」之交叉列表.....	39
表 26、	「零售通路購買比」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	40
表 27、	「零售通路購買比」與「家庭所得」之交叉列表.....	40
表 28、	「零售通路每月平均消費金額」與「性別」之交叉列表.....	41
表 29、	「零售通路每月平均消費金額」與「年齡」之交叉列表.....	42
表 30、	「零售通路每月平均消費金額」與「飲食型態」之交叉列表.....	42
表 31、	「零售通路購買比」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	43
表 32、	「零售通路購買比」與「家庭所得」之交叉列表.....	43
表 33、	「零售通路每月平均購買次數」與「性別」之交叉列表.....	44
表 34、	「零售通路每月平均購買次數」與「年齡」之交叉列表.....	45
表 35、	「零售通路每月平均購買次數」與「飲食型態」之交叉列表.....	45
表 36、	「零售通路每月平均購買次數」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	45
表 37、	「零售通路每月平均購買次數」與「家庭所得」之交叉列表.....	46
表 38、	「未來願意購買比」與「性別」之交叉列表.....	53

表 39、	「未來願意購買比」與「年齡」之交叉列表.....	54
表 40、	「未來願意推薦他人比」與「性別」之交叉列表.....	54
表 41、	「未來願意推薦他人比」與「年齡」之交叉列表.....	54
表 42、	「未來願意花費更多成本比」與「性別」之交叉列表.....	55
表 43、	「未來願意花費更多成本比」與「年齡」之交叉列表.....	55
表 44、	「外食餐廳食用比」與「性別」之交叉列表.....	56
表 45、	「外食餐廳食用比」與「年齡」之交叉列表.....	57
表 46、	「外食餐廳食用比」與「飲食型態」之交叉列表.....	57
表 47、	「外食餐廳食用比」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	57
表 48、	「外食餐廳食用比」與「家庭所得」之交叉列表.....	58
表 49、	「外食餐廳每月平均消費金額」與「性別」之交叉列表.....	59
表 50、	「外食餐廳每月平均消費金額」與「年齡」之交叉列表.....	60
表 51、	「外食餐廳每月平均消費金額」與「飲食型態」之交叉列表.....	60
表 52、	「外食餐廳每月平均消費金額」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	60
表 53、	「外食餐廳每月平均消費金額」與「家庭所得」之交叉列表.....	61
表 54、	「外食餐廳每月平均食用餐數」與「性別」之交叉列表.....	62
表 55、	「外食餐廳每月平均食用餐數」與「年齡」之交叉列表.....	63
表 56、	「外食餐廳每月平均食用餐數」與「飲食型態」之交叉列表.....	63
表 57、	「外食餐廳每月平均食用餐數」與「個人薪資所得」之交叉列表.....	63
表 58、	「外食餐廳每月平均食用餐數」與「家庭所得」之交叉列表.....	64

表 59、「未來願意食用比」與「性別」之交叉列表.....	70
表 60、「未來願意食用比」與「年齡」之交叉列表.....	70
表 61、「未來願意推薦他人比」與「性別」之交叉列表.....	70
表 62、「未來願意推薦他人比」與「年齡」之交叉列表.....	71
表 63、「未來願意花費更多成本比」與「性別」之交叉列表.....	71
表 64、「未來願意花費更多成本比」與「年齡」之交叉列表.....	71



亞洲影響力衡量與管理研究總中心

Asian Institute for Impact Measurement and Management

總中心的願景為成為亞洲地區於影響力衡量與管理領域的教學及產學研究之標竿組織，其主要任務包含

- ❖ 建構區域的影響力資料庫及發行國際出版品
- ❖ 串聯具影響力的國際組織及專家進行相關領域之頂尖研究
- ❖ 培養符合國際與產業需求的專業人才
- ❖ 推動與建立國內外影響力衡量與管理的產官學聯盟
- ❖ 應用國際標準的影響力衡量與管理方法於產官學界

主任



沈建文教授
Prof. Chien-wen Shen

永續商業分析實驗室

Business Analytics Lab for Sustainability

研究人員



林愛
Ai Lin



張彥翎
Yen-Ling Chang

其他產業調查



點鑽整合行銷股份有限公司
國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心

食品消費行為調查

動機與行為、實體與線上通路、購買習慣分析

2021年9月

國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心
點鑽整合行銷股份有限公司

食品消費行為調查



點鑽整合行銷股份有限公司
國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心

銀行金融科技使用行為調查

台灣民眾對行動銀行，網路銀行，純網銀的態度、行為與意願分析

2021年9月

國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心
點鑽整合行銷股份有限公司

銀行金融科技使用行為調查



點鑽整合行銷股份有限公司
國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心

永續美妝保養品消費調查

永續態度、品牌評價、消費行為及通路分析

2021年9月

國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心
點鑽整合行銷股份有限公司

永續美妝保養品消費調查



點鑽整合行銷股份有限公司
國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心

串流影音及Podcast使用行為調查

千禧世代與z世代之習慣、態度、訂閱分析與平台偏好度

2021年9月

國立中央大學亞洲影響力衡量與管理研究總中心
點鑽整合行銷股份有限公司

串流影音及Podcast使用行為調查



為悠遊卡投資控股、中華電信、全家便利商店、神腦國際、富邦金控創投、玉山創投、ADWAYS INC.、神通電腦、台新創投等九家股東合資設立，以發展 UUPON 紅利點數與相關服務為核心業務。

