

# 2017年 居家長者飲食輪廓及分群分析 研究報告

研究對象：大台北地區50歲以上銀髮族及準銀髮族  
(800位經年齡層加權調整)



行政院農業委員會 補助  
財團法人 食品工業發展研究所 編印  
中華民國一〇六年十二月

# 研究背景與目的

- 台灣已進入高齡化的社會，對銀髮族健康及日常照護的重視度逐年提升，與之息息相關的餐飲內容持續受到關注，包含日常飲食的食材內容及準備、營養與營養品的補充等；另一方面銀髮族的照顧者主要為中年的子女，藉由瞭解其準備自身及銀髮族餐點的過程與重視的要素，可進一步了解中年人自身飲食內容及對銀髮族餐飲健康之態度。
- 此外，針對銀髮族的餐食、營養品在市場上也是推陳出新，為有特殊營養需求與飲食習慣的銀髮族推出的新產品也是這次研究的重點之一，希望藉由研究結果測試新產品是否滿足中高年齡族群餐食的需求。
- ◆ 研究範圍包括：
  - 探索大台北地區65-80歲銀髮長者及50-64歲潛在銀髮長者之飲食習慣及消費行為，並瞭解50-64歲族群孝親之餐食需求，從中釐清中高齡族群飲食相關問題及未滿足之需求。
  - 新產品概念測試：針對新產品概念進行新產品概念測試、篩選及成功機率評估。
  - 進行市場區隔、目標市場及市場定位等模式研究，作為未來發展銀髮友善食品及相關餐食銷售與服務策略參考。

# 研究內容

## ◆ 餐食使用習慣

- 三餐的使用習慣、餐食來源及餐數
- 自備餐食者之共餐者與餐食準備人員
- 在外購餐者的食物取得方式與花費金額

## ◆ 餐食的準備與購買

- 備餐的困擾/問題、烹調時間、復熱工具
- 農產食材/食品及餐食的使用頻率
- 購買蛋品的種類、生鮮肉品的通路
- 對網購/電話訂購/宅配服務之使用意願
- 購買三餐食材的通路、食品及餐食採購的問題或困擾
- 食用保健食品及頻率

## ◆ 飲食內容與重視項目

- 理想餐食的特色
- 飲食的問題或困擾
- 社區共餐的經驗、各項長者餐食服務的參與意願
- 網購、電話購物及使用便利商店預購服務之經驗、前往便利商店的頻率

## ◆ 長者餐食的準備(針對50-64歲族群)

- 為銀髮族長者備餐頻率、準備餐食的方式、長者飲食的困擾、採購及餐食準備的問題/困擾

## ◆ 新產品概念測試

- 購買/使用意願
- 喜歡程度
- 喜歡/不喜歡的地方
- 新穎程度、值得程度、相信程度、滿足需求程度
- 購買數量、購買頻率

## ◆ 新產品概念篩選

- 吸引力、符合需求程度
- 吸引力不高的原因

## ◆ 消費與生活態度相關問題

## ◆ 受訪者基本資料：

- 性別、年齡、教育程度、退休狀況、職業、婚姻狀況、家庭收支、個人每月可支配所得
- 同住家人、身體活動量、健康狀況、健康/身體上的困擾、牙齒咬合能力、牙齒數目、對居住在老人安養照顧機構之意願等

# 研究方法

## ◆ 調查方法：家戶人員面對面訪問

- 在訪問地區，以里為最小抽樣單位，隨機抽取樣本里。
- 在抽出的樣本里當中，隨機接觸、過濾合格受訪者，確保來自訪問地區之樣本能平均分配在各地區。
- 里隨機抽樣雖然沒有進行嚴格的隨機抽樣，但仍然相當程度地分散了樣本來源，避免地域之同質性。加上在關鍵變數上(地區、性別、年齡)做配額控制，相當程度確保了樣本符合母體代表性的要求。

## ◆ 調查地區：大台北地區(含台北市及新北市原十大衛星都市)

## ◆ 調查對象：

- 50~80歲男女民眾
- 居住於大台北地區(含獨居、與朋友或親戚居住，惟排除居住於老人機構者)。
- 具餐食內容決定權。
- 過去半年內沒有接受過市場研究的訪問。
- 目前同住家人不在相關行業工作(如:市場研究、行銷、公關、廣告、媒體、食品/飲料製造商或零售商等)
- 依訪問地區人口比例設定性別、年齡之配額。

## ◆ 樣本規模：N=800，以95%信賴度估計，抽樣誤差在 $\pm 3.5\%$ 之內。受訪者分為兩大族群:

- 65-80歲銀髮族(N=600)
- 50-64歲潛在銀髮族(N=200)

## ◆ 訪問時間：64分鐘

## ◆ 訪問執行時間：106/5/17~106/6/30



# 摘要、結論與建議

---

# 餐食使用習慣

☞ 整體而言，50-80 歲長者一週三餐餐食來源，以“在家煮在家吃”為主，其次為“買外食在家吃”以及“買外食在外吃”，“家中食物在外吃”之比例最低。如果以餐次計算，則自備與外買的比例是55%：45%；提供適合長者外買的餐食之重要性不言可喻。三餐購買外食回家吃採“自己/家人外出購回”與“宅配”之比例接近 9:1；在外購買餐食之花費以晚餐較高且週末高於平日，平均花費早餐 NT\$ 65 上下，中餐平日NT\$ 90 /週末 NT\$ 110，晚餐平日 NT\$ 110/週末 NT\$ 130。比較 50-64 歲與 65-80 歲長者，50-64歲買外食在外吃的比例較高且早餐及午餐之花費較高。

## ○ 不同餐食來源的使用

- 50-80歲長者一週三餐的餐食來源，以“在家煮在家吃”為主，早餐有六成一，午餐及晚餐分別有八成八及九成八的受訪者會在家煮在家吃。早餐、午餐及晚餐分別有超過四成會“買外食在家吃”。“買外食在外吃”早餐有五成九，午餐及晚餐分別有六成七及五成三，午餐之比例相對較高。“家中食物在外吃”之比例，早餐及晚餐均不超過5%，午餐有6.3%。
- 比較平日與週末，早/晚餐“在家煮在家吃”平日高於週末，午餐則週末高於平日；早/午餐“買外食在家吃”平日高於週末，晚餐則週末高於平日；晚餐“買外食在家吃”平日高於週末。
- 如果以餐次計算，一週三餐在四種不同餐食來源中，仍以“在家煮在家吃”為主，早餐佔四種餐食來源的三成九(平均每週2.62次)，午餐佔四成七(平均每週3.22次)，晚餐則佔七成四(平均每週5.12次)，比例較早餐與午餐高。早餐“買外食在家吃”佔早餐總餐數的兩成一(平均每週1.4次)，午餐與晚餐分別佔一成三與一成一(平均每週0.9次及0.78次)。“買外食在外吃”之比例以晚餐較少，分別為早餐38.6%(平均每週2.58次)，午餐37.6%(平均每週2.6次)，晚餐14.1%(平均每週0.98次)。
- 比較平日與週末，平日晚餐“在家煮在家吃”的比例高於週末，午餐則較低，平日早餐及中餐“買外食在外吃”的比例亦高於週末；週末早餐“買外食在家吃”及晚餐“買外食在外吃”之比例高於平日。

## ○ 自備餐食之共餐者

- 配偶是最主要的共餐者，自備餐食者有近八成早餐與配偶共餐，中餐、晚餐則超過八成。獨自使用，早/午/晚餐分別有四成一/三成六/兩成九。與子女/親人一同共餐，早/午/晚餐分別有四成六/六成/八成四。平日獨自食用早/午餐的比例均高於週末，尤其是午餐；週末早餐及午餐與配偶共餐的比例高於平日。週末與子女/親人共進早/午餐的比則顯著高於平日。
- 50-64歲獨自用餐或與子女/親人共餐的比例較高，50-64歲的晚餐、65-80歲的早/午餐與配偶共餐之比例較高。

## ○ 在家餐食之備餐者

- 在家食用餐食者(在家煮在家吃或買外食在家吃)，會為自己備餐之比例三餐均超過六成五，有超過四成早/午/晚餐之備餐者為配偶，由子女/親人備餐在早餐為一成，午餐兩成，晚餐則有兩成八。比較平日與週末，由配偶準備早/午/晚餐的比例沒有太大的變化，平日自己準備早/午餐的比例高於週末，週末由子女/親人準備早/午餐的比例高於平日。
- 50-64歲者有較高比例自己備餐，65-80歲有較高比例由子女/親人備餐。

## ○ 在外購買餐食之食物取得來源

- 在外購買餐食在家吃者，三餐絕大多數均只採用“自己/家人外出購回”，早/午/晚餐均在九成上下；三餐透過“宅配到府”或“兩者均有”的比例均不到一成。平日的晚餐僅採“自己/家人外出購回”以及早餐僅採用“宅配到府”的比例較週末高，週末午餐“兩者均有”的比例較平日高。

## ○ 在外購買餐食之平均花費

- 在外購買餐食者(買外食在家吃或買外食在外吃)，以晚餐的平均花費金額最高，早/午/晚餐的平均外食花費分別為67.34元/100.5元/120.81元。週末午/晚餐平均外食花費均高於平日約20元。
- 50-64歲者早餐及午餐之花費高於65-80歲者，晚餐之花費兩組之間沒有太大的差異。



# 餐食的準備與購買

◎ 整體而言，七成左右的受訪者每天平均花 1.4 小時為自己備餐。就備餐食材種類每月的使用次數，以“生鮮農畜水產食材”最高(約 24 次)，其次為“奶粉/沖調穀粉/麥片粉”(約 12 次)以及“立即可食之現成菜餚或餐食”(約 9 次)，其他項目則均低於 5 次。備餐食材的購買通路，以菜市場最高，其次為量販店、超市及傳統雜貨店；透過“宅配服務”及“電話訂購”購買餐食有將近六成的使用意願，“網路訂購”為三成。50-64 歲及 65-80 歲長者在購買通路上有明顯不同，50-64 歲有較高意願買洗選蛋、冷藏肉、網購、電話訂購，但對宅配則沒有太大差異。備餐的困擾主要是菜色變化少/搭配有限、農產生鮮食材備料費時、份量難以掌控等；餐食採購的困擾主要是外包裝文字太小不易閱讀、沒有針對銀髮長者設計的餐食、不知如何挑選、份量太大、價格貴等。檢視 65-80 歲銀髮長者之備餐及食品與餐食採購困擾，與 50-64 歲相近似，但問題嚴重性較高，建議針對長者備餐與採購方面有更多的努力以協助解決困擾。

## ◎ 餐食的準備

- 七成一的受訪者有為自己準備餐食，平均一天花費 1.4 小時。瓦斯爐及電鍋是最主要的烹調或復熱工具，其次為微波爐、烤箱及電磁爐。
- 50-64 歲者有較高比例為自己準備餐食，花費時間及使用之工具則與 65-80 歲者沒有明顯差異。

## ◎ 備餐的困擾或問題

- “菜色變化及搭配有限，以致常常吃固定的菜色”(49.5%)、“農產生鮮食材清洗截切耗時”(48%)及“一起用餐的人數少，餐食份量難掌握”(41%)是備餐主要的困擾或問題。其次為“不擅長調味，常常無法煮出好味道”(29.7%)、“為了要煮軟一點，常常要花許多時間”(22.6%)及“常常忘了瓦斯爐爐火，感覺危險”(20%)等。
- 相較於 50-64 歲者，65-80 歲者有較多的備餐方面的困擾。

## ◎ 農產食材/食品/餐食的使用頻率

- 料理三餐時，各類農產食材/食品/餐食的每月平均使用次數依序分別為“生鮮農畜水產食材” 23.73 次，“奶粉/沖調穀粉/麥片粉” 11.65 次，“立即可食之現成菜餚或餐食” 8.93 次，“經清洗截切組合好的生鮮食材” 4.59 次、“冷凍冷藏調理食品” 3.82 次、“罐頭食品” 2.37 次、“速食麵/泡麵” 2.27 次、“常溫調理包” 1.6 次。
- 比較 50-64 歲及 65-80 歲的長者，奶粉/沖調穀粉/麥片粉以 65-80 歲者使用頻率較高，速食麵/泡麵以 50-64 歲者使用頻率較高，其他農產食材、食品及餐食使用頻率在兩組之間沒有太大的差異

## ◎ 保健食品的食用

- 七成五過去三個月有食用保健食品，其中近半數每天食用 1 次或以上，平均一個月食用 23.13 次。
- 與 50-64 歲者比較，65-80 歲者有較高比例使用保健食品，使用頻率亦略高。

## ◎ 餐食的購買通路

- 三餐所需食材的主要購買通路為菜市場(83.8%)、量販店(53.9%)、超市(51.2%)、傳統雜貨店(47.6%)。對於蛋品，有五成四平時最常購買“散裝蛋”，三成七購買包裝洗選蛋，9.1% 為沒有購買；生鮮肉品有六成九選擇“在傳統菜市場購買溫體肉品”，18.9% 購買冷藏肉品，一成二沒有購買。
- 65-80 歲者有較高的比例購買散裝蛋及傳統市場溫體肉品，50-64 歲者則有較高的比例購買包裝洗選蛋及冷藏肉品。
- 分別有五成九與五成八表示願意透過“宅配服務”及“電話訂購”購買餐食，三成願意透過“網路訂購”。
- 50-64 歲者對網路訂購、電話訂購之意願較高，使用宅配之意願兩組之間沒有太大的差異。

## ◎ 食品與餐食採購的困擾

- “現有食品外包裝說明文字太小，不易閱讀”是食品與餐食採購的最大困擾，全體受訪者中有四成七提及。其次分別有超過兩成提及“市售食品多未為銀髮長者需求設計”、“不清楚如何挑選適合銀髮長者的食品”、“替銀髮長者設計的食品太貴，不敢常買”、“現有食品的份量過大，不適銀髮長者單次食用”及“不清楚何處能買到適合銀髮長者的食品”。
- 相較於 50-64 歲者，65-80 歲者有較多採購方面的困擾。

# 飲食內容與重視項目

有關於長者的餐食內容，目前飲食上主要的困擾是油脂/熱量/鹽分攝取過多、營養不均衡、膳食纖維/鈣質攝取少等；而理想的餐食則必須兼具少油、少鹽、菜色豐富/營養均衡、食材新鮮、健康/對身體無負擔等；而 65-80 歲之銀髮長者也重視食物軟度與對身體之功效。長者的餐食服務方面，目前知道且曾經參與社區共餐活動的比例不及10%，但如果廣宣足夠，65-80 歲銀髮長者有相當高的參與意願。針對餐食服務，以使用“長者溫熱餐食配送服務”及“便利商店推出長者餐食訂購、到店取餐及宅配服務”之意願高於“專業餐食網路平台推出長者餐食訂購及宅配服務”及“社區舉辦長者共餐活動”，四者均有六成或更高的參與意願。

## 理想餐食的特色

- 受訪者主動提及的理想餐食特色包括：少油/不要油炸(23.7%)、少鹽(22.2%)、菜色豐富/種類多(20.8%)、食材新鮮(18.3%)、對身體無負擔/健康(19.2%)、營養均衡/豐富(16.2%)、食材較軟/易咀嚼(15.5%)、不油膩/清爽(15.2%)、味道清淡(13.7%)、鹹度適中/不會太鹹(12.3%)等。
- 50-64歲及65-80歲兩組長者對理想餐食特色的描述沒有太大的差異，唯65-80歲者較多提及食材較軟/易咀嚼、食材煮得較軟爛/入口即化以及功效方面例如不會造成高血壓/心血管疾病等。

## 飲食上的問題或困擾

- 油脂攝取過多(48.2%)、隨便吃，營養不均衡(46.2%)及熱量攝取過多(41.4%)為飲食上主要的問題或困擾。其他包括鹽分攝取過多(37.1%)、吃的食物種類受限，營養不均衡(37.0%)、膳食纖維（穀物蔬果）攝取過少(36.8%)、鈣質攝取過少(32.9%)及吃比較乾的東西時傾向搭配湯/水/飲料一起吃(29.4%)等。
- 相較於50-64歲者，65-80歲者有較多飲食方面的困擾。

## 社區共餐活動與餐食服務參與意願

- 7.4%受訪者知道且有參與過社區共餐活動。對於各項餐食服務分別有六成或超過六成有參與意願，包括“長者溫熱餐食配送服務”(66.8%)、“便利商店推出長者餐食訂購、到店取餐及宅配服務”(66.5%)、“專業餐食網路平台推出長者餐食訂購及宅配服務”(60%)及“社區舉辦長者共餐活動”(59.1%)。有七成八表示願意購買/使用“標示食物柔軟程度的食物”。
- 65-85歲者對於社區舉辦長者共餐活動之參與意願高於50-64歲者，其他各項餐食服務在兩組之間沒有太大差異。

## 網購/電話購物/便利商店預購經驗

- 分別有一成上下的受訪者最近三個月有“網購”及“電話購物”的經驗，頻率為一個月一次上下。兩成有在便利商店預購的經驗，前往便利商店的次數平均一週3.25次。
- 50-64歲曾經使用網路購物、電話購物、便利商店預購的比例高於65-80歲者。



# 協助長者餐食的準備

50-64 歲的準銀髮族有三成會為銀髮長者備餐，頻率一週約3 次；自行煮食佔約七成七、購買外食佔六成七。在為銀髮長者備餐時主要面臨的困擾有“食物煮軟費時”、“菜色變化及搭配有限，常常吃固定的菜色”及“不清楚如何將餐食煮成適合的柔軟度”等；而在採購食材及餐食時的困擾，則有“不清楚如何挑選適合銀髮長者的食品”、“不清楚何處能買到適合銀髮長者的食品”及“市售食品多未為銀髮長者需求設計”等。建議未來研發長者餐食時，餐食本身的柔軟度、菜色的豐富性、調味/增加口感及食慾、份量大小、價格等；以及加強採購者對銀髮餐食之認知、提升購買通路的知名度等，都是考量的重點。

## 協助長者餐食的準備

- 50~64歲者，三成有協助家中其他65歲以上之長者準備餐食，平均每週2.82次。協助銀髮長者準備餐食的方式七成七會自行煮食，六成七會買外食。

## 銀髮長輩飲食的問題或困擾

- 協助長者準備餐食者表示銀髮族主要的飲食問題為“因為牙齒問題，會選擇吃柔軟一點的食物”(53.2%)、“飲食時會盡量避開比較硬或不好咬的食物”(40.0%)、“吃到比較硬的食物或不好咬的食物會吐出來”(39.8%)、“常常覺得沒有食慾/胃口不佳，吃得少”(36.7%)、“膳食纖維(穀物蔬果)攝取過少”(30.1%)等。

## 為銀髮長輩食材及餐食採購的問題或困擾

- 為銀髮族採購餐食的問題或困擾主要為“不清楚如何挑選適合銀髮長者的食品”(60.0%)、“不清楚何處能買到適合銀髮長者的食品”(50.1%)、“市售食品多未為銀髮長者需求設計”(42.0%)、“現有食品的份量過大，不適銀髮長者單次食用”(36.7%)、“現有食品外包裝說明文字太小，不易閱讀”(33.2%)、“替銀髮長者設計的食品太貴，不敢常買”(32.0%)等。

## 為銀髮長輩餐食準備上的問題或困擾

- 為銀髮族準備餐食的問題或困擾主要為“為了要煮軟一點，常常要花許多時間”(43.3%)、“菜色變化及搭配有限，以致常常吃固定的菜色”(40.1%)、“不清楚如何將餐食煮成適合的柔軟度”(39.9%)、“不擅長調味，常常無法煮出好味道”(35.1%)、“農產生鮮食材清洗截切耗時”(33.7%)、“一起用餐的人數少，餐食份量難掌握”(31.8%)、“適合入菜或成為菜色的市售冷凍調理食品種類太少”(28.5%)等。

# 產品概念測試與概念篩選

“少量多樣的開運餐盒”在四個測試的產品概念當中，無論是在購買意願、購買頻率與數量，以及與Dr. Lin資料庫資料相比較，都獲得很高的評價，其次為“烤豬肉”；“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”及“宅配溫熱餐食”則表現相對較弱。針對產品設計而言，多樣化、軟硬適中、營養豐富/均衡、份量適中等是主要獲得消費者青睞的地方，然而，冷凍料理包/冷凍餐盒以及價格貴，是主要的阻力。值得注意的是四個測試產品在滿足需求方面表現與Dr. Lin資料庫比對均位居頂端的20%，但除「少量多樣的開運餐盒」之外，其他產品在購買意願均仍有很大的成長空間，建議可檢視與強化產品較弱的部份，並且進一步規劃產品測試，以及未來市場銷售評估。針對產品概念篩選而言，“易消化雞肉粽”及“柔軟精緻冷凍水餃”表現在吸引力及符合需求上，相較其他產品概念優異；“專業樂齡餐食網路平台”則表現相對較弱。建議可針對概念篩選後消費者接受度高的產品，進一步規劃概念測試或加上產品測試，以期更精準了解各產品之市場潛力。

## ○ 產品概念測試

- “少量多樣的開運餐盒”之購買意願及購買頻率與數量在四項測試產品中均較高，各指標項目包括喜歡程度、值得程度、新穎程度、相信程度、滿足需求等方面表現亦均優於其他測試的產品。“烤豬肉”的購買意願居次，但購買頻率與數量較低。“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”及“宅配溫熱餐食”的購買意願及購買頻率與數量相對較低。
- 對“少量多樣的開運餐盒”喜歡的地方包括菜色多樣化、營養均衡/豐富、菜色份量小/不會太多、三種米飯及促進食慾；對“烤豬肉”則為軟硬適中入口即化、微波加熱/隔水加熱方便，不喜歡的地方為價格貴、是冷凍料理包/冷凍餐盒；對“宅配溫熱餐食”及“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”喜歡的地方均為每一份餐點都經由醫師/營養師嚴格把關調配、營養均衡/豐富、健康不會造成身體負擔，不喜歡的地方為價格貴。另有部分受訪者提到對於“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”不喜歡的地方還有是冷凍料理包/冷凍餐盒。
- 比較50-64歲及65-80歲之長者，對於各產品之購買意願及購買數量，兩組之間沒有太大的差異。
- 與Dr. Lin資料庫中187個與餐食相關研究之資料比較，結果呈現如下頁(P12/P13)。
  - 對於全體50-80歲之長者，在四個測試產品中，“少量多樣的開運餐盒”整體表現佳，在購買意願、喜歡程度、滿足需求程度之表現位居最頂端的20%；值得程度、新穎程度及相信程度之表現亦位居中上(61-80%)之位置。“烤豬肉”之購買意願位居61-80%，但在值得程度、新穎程度方面之表現不足。“宅配溫熱餐食”之新穎程度表現不錯，位居61-80%，但在值得程度之表現弱，影響購買意願。“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”之整體表現普通，但在值得程度方面表現亦較弱，呈現出對購買意願之影響。
  - 對於65-80歲之長者，在四個測試產品中，“少量多樣的開運餐盒”整體表現相對更為突顯，在購買意願、喜歡程度、值得程度、相信程度、滿足需求程度之表現均位居最頂端的20%；新穎程度之表現亦位居中上(61-80%)之位置。但“烤豬肉”、“宅配溫熱餐食”、“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”之整體表現較為不足。檢視該三項產品之滿足需求程度均位居最頂端的20%，顯示概念中傳達的產品是符合長者的需求，但購買意願仍有很大的改善空間；推估產品售價/值得程度影響甚大，尤其是“宅配溫熱餐食”；另外對於“烤豬肉”之相信程度、“便利商店宅配/到店取貨健康餐食”之喜歡程度表現亦較弱。

## ○ 產品概念篩選

- “易消化雞肉粽”及“柔軟精緻冷凍水餃”之吸引力佳，兩者不相上下，勝過其他產品；其次為“柔順吐司”、“冷凍調味魚片”、“無麩質機能性米果”、“均衡補給飲料”；“專業樂齡餐食網路平台”吸引力表現相對較低。
- “柔軟精緻冷凍水餃”符合需求略勝過其他產品概念；其次依序為“易消化雞肉粽”、“柔順吐司”、“冷凍調味魚片”、“均衡補給飲料”及“無麩質機能性米果”；“專業樂齡餐食網路平台”符合需求之表現相對較低。
- 50-64歲者對於冷凍調味魚片之吸引程度較高於65-80歲者，其他測試產品之吸引力及符合需求程度，50-64歲及65-80歲兩組之間沒有太大的差異。

# Database Comparison-Concept (50-80歲全體長者, N=800)

<u>Concept</u>	≤20	21-40	41-60	61-80	≥80
購買意願		3	4	2	1
喜歡程度			2,3,4		1
值得程度	3	2,4		1	
新穎程度		2	4	1,3	
相信程度			2,3,4	1	
滿足需求					1,2,3,4

•Concept Database Perspectives--compared to our Global database of 187 cases of Main Meals

Note: 1=少量多樣的開運餐盒 / 2=烤豬肉/3=宅配溫熱健康餐食/4=便利商店宅配/到店取貨健康餐食

# 市場區隔 (50-80歲全體長者, N=800)

本研究為探索市場區隔，依據50-80歲長者之飲食習慣及消費行為，透過因素分析及集群分析歸為五大族群。各族群之餐食消費特性及對測試新產品概念之接受度分析如下，提供作為長者餐食服務及市場推出新產品目標族群之鎖定。

	Cluster 1 健康活力族	Cluster 2 樂齡外食族	Cluster 3 自煮困擾族	Cluster 4 美味導向族	Cluster 5 平價美味外食族
N=	82	165	115	179	259
基本資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>年紀最輕；女性比例高</li> <li>活動量高</li> <li>健康/牙齒狀況最佳</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年紀輕；男女比例均衡</li> <li>活動量低</li> <li>健康/牙齒狀況較好</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年紀長；女性比例略高</li> <li>已退休比例高</li> <li>健康/牙齒狀況較多</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年紀輕；男性比例略多</li> <li>活動量低</li> <li>健康/牙齒狀況較差</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>年紀輕；男性比例略多</li> <li>活動量最高</li> <li>健康/牙齒狀況較好</li> </ul>
餐食使用習慣	<ul style="list-style-type: none"> <li>在家煮在家吃</li> <li>自備:外食=65%:35%</li> <li>餐食自備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>買外食在外吃</li> <li>自備:外食=37%:63%</li> <li>子女親人午餐共餐/較少獨自晚餐</li> <li>午餐配偶、晚餐子女親人備餐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在家煮在家吃</li> <li>自備:外食=81%:19%</li> <li>較少與配偶共進晚餐</li> <li>午餐配偶、晚餐子女親人備餐/餐食自備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>買外食在外吃</li> <li>自備:外食=56%:44%</li> <li>獨自早餐/配偶、子女親人晚餐共餐</li> <li>配偶、子女/親人三餐備餐</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>買外食在外吃</li> <li>自備:外食=46%:54%</li> <li>較少與配偶共進晚餐</li> <li>午餐配偶備餐</li> </ul>
偏好食材/質地/內容/包裝	<ul style="list-style-type: none"> <li>包裝洗選蛋</li> <li>冷藏肉品</li> <li>奶粉/沖調穀物/麥片粉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>包裝洗選蛋</li> <li>立即可食之現成菜餚</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>散裝蛋</li> <li>溫體肉品</li> <li>新鮮農畜水產食物</li> <li>奶粉/沖調穀物/麥片粉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>包裝洗選蛋</li> <li>冷藏肉品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>散裝蛋/包裝洗選蛋</li> <li>冷藏肉品</li> <li>立即可食之現成菜餚、調理包、罐頭食品、速食麵</li> </ul>
通路之使用經驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>菜市場&gt;量販店&gt;超市&gt;便利商店</li> <li>網購、電話購物、便利商店預購經驗</li> <li>宅配到府</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>菜市場&gt;量販店&gt;雜貨店&gt;便利商店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>超市&gt;便利商店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>菜市場&gt;超市&gt;雜貨店</li> <li>有網購、電話購物、便利商店預購經驗</li> </ul>
有購買意願之餐食管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>網購</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>網購、電話購物、宅配</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>網購、電話購物、宅配</li> </ul>
概念測試 接受度高的產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>便利商店宅配/到店取貨健康餐食</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宅配溫熱健康餐食</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>烤豬肉</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>少量多樣的開運餐盒</li> <li>宅配溫熱健康餐食</li> <li>便利商店宅配/到店取貨健康餐食</li> </ul>
概念測試 接受度低的產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>宅配溫熱健康餐食(價格貴)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>宅配溫熱健康餐食(價格貴)</li> <li>便利商店宅配/到店取貨健康餐食(價格貴/冷凍非現煮)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宅配溫熱健康餐食(不好吃、宅配)</li> <li>便利商店宅配/到店取貨健康餐食(非現煮、口味食材不喜歡)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>烤豬肉</li> </ul>
概念篩選 接受度高的產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>易消化雞肉粽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>無麩質機能性米菓</li> <li>易消化雞肉粽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷凍調味魚片</li> <li>易消化雞肉粽</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷凍調味魚片</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷凍調味魚片</li> <li>柔軟精緻冷凍水餃</li> <li>專業樂齡餐食網路平台</li> </ul>