

土雞比肉雞更有魅力！



美國黃豆協會曾委託哈佛企管公司在台北、台中、高雄及台南4個地區，進行一項消費者對雞肉、豬肉及蛋類之消費及採購態度之調查。本文摘錄雞肉調查部分。

1. 消費態度

接受調查的消費者同意雞是肉類中胆固醇含量較少的；土雞比肉雞好吃。

這份調查資料間接顯示，20歲以下的消費群具有消費現代化生產肉品之潛力，由於這一群可能不是食物採買者，但是應把這一群當作教育的目標，目的是要他們去教育父母，以改變其購買習慣。

2. 影响購買之因素

大多數消費者喜歡土雞的風味，有51.2%的受調查者在傳統市場買肉，而且是買活雞的主要來源。土雞也可以在非傳統市場買到，但不是活雞，而是屠宰好的全雞。雖然傳統市場仍是主要採購肉品之地點，但是愈來愈多現代化之商店受到喜愛。接受調查的人中，有26%喜歡超級市場，9%喜歡青年商店，9%喜歡雜貨店。

喜歡去傳統市場買肉的消費者是：年齡約

41~50歲佔65.1%，月薪在4~5萬者佔61%，未受教育者佔60.3%，而不喜歡在傳統市場買肉的是：職業婦女佔32%，21~30歲者佔35.9%，專科及大學教育者佔36.8%。

3. 未來的消費態度

20歲以下的消費群對於分切好的雞腿、雞翅、雞塊之購買有很大的潛力，尤其是雞翅及雞腿。專科及大學教育者，21~25歲者，月收入為新台幣5~7萬元者，對於分切好的雞產品比全雞更願意接受。

4. 結論與建議

就消費者目前對肉品消費態度及未來採買之態度來看，為提升消費品質，除了業者在產品之供應方式上要符合優良肉品的標準之外，輔導業者之推廣機構更需加強消費者之肉品知識教育，而教育之對象應着重在20~30歲這一年齡層，甚至20歲以下之消費群，因其可塑性高，而且可以成為中、高年齡層之教育橋樑。總之，飲食之生活習慣雖然不易改變，但是消費教育普遍提高後，消費品質便能提高。

資料來源：現代肉品