



消費者心目中的理想蜜餞

食品工業發展研究所
李河水研究員／吳秀蓮副研究員

高品質蜜餞，
乾淨衛生最重要，
其次為口味、包裝、添加物。

根據農委會及食品研究所於81年3月13~31日，委託柏克市調公司針對全省各縣市1,004位消費者隨機抽樣電話訪問的一項調查顯示，有半數以上的消費者將蜜餞界定成是一種零食，對身體無所謂好處或壞處，可見一般的消費大眾對蜜餞的定位是供休閒打發時間作為零食用。

98%消費者認為蜜餞食品之安全性很重要。高品質的蜜餞最重要之特質為乾淨衛生，其他依次為口味、包裝、添加物。消費者認為市面上蜜餞需改善之處，依重要性為衛生安全，包括標示（佔41%）、添加物（21%）、及包裝（11%）。

梅李是最愛

根據本次調查的結果顯示，梅子和李子是所有蜜餞中知名度最高也是最受歡迎的產品，其次為芒果、橄欖、桃子。有50%的消費者表示最常購買梅子，其次是李子佔17%、橄欖13%、芒果8%。而在過去一個月當中，有37%的受訪者曾經買過梅子，有20%買過李子，15%買過橄欖，10%買過

芒果。由此可見消費者購買蜜餞的排行榜為梅子、李子、橄欖及芒果。

在全體受訪者中，除了37%的消費者過去一個月沒有買過蜜餞外，有23%的消費者購買蜜餞的金額是在50元以下，100元以下的佔36%，100~199元佔12%，220~299元佔6%，300元以上佔6%，平均購買金額為70元，平均一年消費者購買金額為844.8元。以此推估國內約有40億之消費市場。

而在排名前四項的產品，受訪者在過去一個月中的消費，以個別項產品而言，過去一個月購買受訪者平均的消費金額以李子最高為74.5元，梅子次之73.4元，橄欖69.3元，芒果61.5元（詳表一）。

我國消費者過去一個月中主要蜜餞消費金額

金額	梅子 373 %	李子 201 %	橄欖 148 %	芒果 101 %
20元以下	31	26	33	35
20~29元	15	14	16	13
30~39元	3	3	4	5
40~49元	18	16	18	13
50~59元	3	5	1	5
60~69元	1	2	1	-
70~79元	1	2	1	1
80~89元	1	+	1	1
90~99元	14	16	13	16
100~149元	4	6	2	4
140~199元	4	4	3	6
200~249元	1	2	1	-
250元以上	4	4	6	1
不知道	+	1	-	1
平均數	73.4	74.5	69.3	61.5

資料來源：蜜餞調查研究

衛生又安全

消費者最在乎衛生蜜餞的銷售場所，一般超市、便利商店、雜貨店均有賣，其銷售型

態分袋裝和散裝兩種。據此次調查的結果，有74%的消費者偏好有包裝的蜜餞，主要是因為它比較衛生（84%）、比較新鮮（17%）、購買方便（14%）以及有品牌較有可信度（10%）等。

但是也有14%的消費者喜歡散裝的蜜餞，其主要原因為：可以自由調配喜歡的種類（35%）、有多種不同的口味可供選擇（30%）、較便宜（17%）。

可見，蜜餞雖好吃，但有高達84%的人重視衛生，因此消費者在口角留香之際，最在乎的還是衛生安全的問題。

但是目前市面上所販賣的蜜餞品質參差不齊，政府雖對產品添加物、製造日期等都有所規定，但是由於地下工廠甚多，品質根本無從控制，再加上末端零售為討好消費者多樣化的訴求，以散裝的方式出售，其衛生安全問題令人咋舌。因此從調查中也得知，有40%的消費者認為目前蜜餞的品質待改進，尤其是衛生（27%）、製造日期標示（12%）、不要太多的色素及防腐劑。可見目前蜜餞的形象實在有待改進。

期待CAS標誌

近幾年來，政府大力宣傳優良農產、加工產品，從生產製造、末端品管均納入管理，因此如果能將蜜餞納入正軌，勢必對消費者更有保障。

根據本次調查結果可知，有74%的消費者對有「CAS優良蜜餞標誌」的購買興趣會提高；而且如果要買的蜜餞口味沒有CAS標誌，但是其他口味有「CAS優良蜜餞標誌」，那