



臺東地區原生特色作物

創新烘焙產品之市場潛力



文・圖 / 吳菁菁、吳昌祐

一、前言

臺灣藜、樹豆、小米及洛神葵是臺東縣原生特色作物，皆富含礦物質、維生素、抗氧化物或膳食纖維，營養又健康，向來只應用於傳統料理，為強化臺東地區特色作物產業發展，並活絡觀光及文創產業，本場透過與縣內糕餅業者合作，利用原生特色作物開發具地方風味之烘焙產品，如臺灣藜餅乾、樹豆蛋糕、小米麵包等，以新健康概念 - 三低「低糖、低油、低鹽」的原則來製作，符合現代人重視養生的需求，業者透過 2 次的研發成果發表後，推出自己最滿意的產品供參加創新烘焙成果展的民眾品嘗，本場並同時進行研發產品消費行為研究，期推出具市場獨創性產品，能獲得一般消費大眾的喜愛並促進購買意願，進而帶動地方小型特色產業的發展，形成產銷供應鏈。透過本研究希

望了解一般民眾對於創新烘焙產品認知與接受情形，及對於烘焙產品的消費行為概況，進一步評估開發為特色伴手禮的市場潛力。

二、民眾對於創新烘焙產品認知與接受情形

在以現代生產趨勢已走向「消費者導向」時代，生產者必須要先做市場調查了解消費者的需求與喜好，才能生產迎合消費需求的產品，而生產迎合消費需求的產品亦即能掌握商機。本次訪問對象大多為居住在東部的朋友，其中針對一般民眾對於創新烘焙產品認知與接受情形，經分析有 70% 以上的民眾「知道臺東地區的特色作物為何」及「知道臺東地區特色作物的用途」，換言之，這樣的創新產品在消費市場不是一個完全陌生的產品。甚至有 57.8% 的民眾瞭解其營養成分，有 67.3%



小米酒釀麵包



臺灣藜餅乾

受訪者曾經購買過以臺東地區特色作物為主要材料的烘焙產品，此外有 88.4% 受訪者對於創新烘焙產品持接受的態度，有 93.2% 民眾認為，以特色作物為材料做成的烘焙產品可以代表臺東地方特色，對於創新烘焙產品感覺以「新奇有趣，想買看看」及「為了健康，一定會買」佔多數分別為 55.3% 及 41.7%，僅有 1.9% 的受訪者持「沒有興趣」。顯示 9 成以上的民眾認為運用臺東地區特色作物做為烘焙產品是可以代表地方特色，受訪者無論是為健康因素或新奇有趣的心態都有意願嘗試購買，也展現本場多年來持續推動臺東地區特色作物之多元應用與推廣有成，未來仍然值得列為本場輔導重點工作項目之一。

三、民眾對於烘焙產品的消費行為概況

除掌握民眾對創新烘焙產品認知與接受程度外，一般民眾對於烘焙產品的消費

行為概況，也是影響產品行銷成果的重要因素，為瞭解民眾及遊客對於創新烘焙產品之喜好與消費行為，本場進而評估開發

為特色伴手禮的可能性

之參考，經分析受訪者每一次購買烘

焙產品消費價格

平均以「101~200

元」及「201~300

元」佔多數分別為

26.2% 及 24.3%，此外

願意以「21-40 元」價錢

購買本次品嘗最滿意的 1 項烘焙產品者佔

40.8%，而 99% 的受訪者未來願意購買以

臺東特色作物製作之烘焙產品伴手禮，對於

包裝方面，有 50.5% 會考量「攜帶方便」

及 56.3% 會考量「標示生產地區或生產者

資料」，亦反映出消費者對於伴手禮除了

重視攜帶方便性外，更注重食品的安全性。

四、結語

創新烘焙產品是目前市場發展潛力很

大的產業，為加強消費者瞭解臺東特色作

物的用途與營養成分，建議業者可於店面

製作介紹展示看板或海報，讓消費者瞭解

各式創新烘焙產品之營養成分及熱量，有

助於消費者對於該項新產品的認識，具教

育意義外更可凸顯商店創新產品之特色。



樹豆甜筒



洛神蛋糕

本項調查結果發現多數受訪者對於以臺東特色作物所研發的創新烘焙產品持接受的態度相當高，且願意以不超過 300 元的定價購買創新烘焙產品作為伴手禮，在包裝上也建議考量消費者的喜好作設計，如攜帶方便、清楚標示生產地區或生產者資料，對於口味方面建議業者可以多研發各式不同口味，如小米酒釀麵包、小米香酥餅，以滿足消費者喜愛嘗試新奇產品的心

態及提升其購買力，亦可成為促銷新產品的賣點。

另外業者表示仍有部分材料如臺灣藜、樹豆等取得不易的困境須尋求解決，反映出未來產銷供應鏈形成之必要性，本場將以提高種植臺東地區特色作物面積列入輔導重點，加強推動以臺東地區特色作物為主要材料所開發的烘焙產品輔導與研發工作，也是積極努力的方向，期望以聚焦在地特色且具有市場發展潛力之特色產業模式，提升臺東地區農業形象及價值，為在地觀光及農業生產加值，塑造好山、好水、好風情。

