

市民對營養標籤的認識、 態度和行為的統計調查 2012

- 摘要 -

提交



撰寫 精確市場研究中心



CSG receives ISO 9001:2008 certification on its quality management system of marketing research consultancy services in Hong Kong. All research projects are conducted in accordance with the provisions of the ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice.

5/F., Island Place Tower, 510 King's Rd., Hong Kong Tel: 852 2891 6687 Fax: 852 2833 6771
Email: general@csg-worldwide.com http://www.csg-worldwide.com/



ISO 9001:2008

ISO Cert No.: HKG0031007

1. 調查簡介

1. 隨著《2008 年食物及藥物(成分組合及標籤)(修訂：關於營養標籤及營養聲稱的規定)規例》於 2008 年 5 月 28 日獲得立法會通過後，食物環境衛生署轄下食物安全中心展開了為期三年的營養標籤宣傳及教育活動。為取得一組基線資料以作比較，食物安全中心於 2008 年 6 月至 7 月期間進行一次對營養標籤的認識、態度及行為的調查(下簡稱 2008 調查)。在三年的宣傳及教育活動結束後，食物安全中心展開另一個類似的調查以作比較，並評估活動的成效。(下簡稱 2012 調查)
2. 是次統計調查於 2012 年 5 月 5 日至 6 月 5 日進行。在 1 427 個曾到訪的合資格住戶中(來自 1 666 個被抽選的住宅地址，包括全部 18 個區議會分區)，成功訪問了 1 009 名 18 至 64 歲的受訪者。回應率為 70.7%。

2. 主要結果

對營養素及營養標籤的認識

3. 在過去數年，市民對營養素及營養標籤的認識略有增長。在兩次調查，能夠在五條有關問題中答對至少三條的百分比大致相同 (2008 調查，45.7%；2012 調查，44.1%)，而相對於 2008 年，2012 年的調查反映有較多的人能夠答對四至五條問題 (2008 調查，16.4%；2012 調查，20.5%)。
 - 3.1 在 2012 調查顯示雖然近半的市民對營養素及營養標籤有一定認識，公眾對不同範疇的認識水平仍有提高空間。
 - 3.2 其中比較重要的是，市民較傾向將健康問題和單一營養素聯繫，而未能為多種營養素對健康的影響建立完整的概念 (例如「飽和脂肪」和「反式脂肪」會同時增加壞膽固醇的水平)。調查亦顯示市民直接從營養標籤讀取所提供的數字的能力，較利用從營養標籤提供的數字作進一步運算的能力為高。

對營養標籤的意見及態度

4. 在兩次調查，贊成營養標籤制度及營養標籤是重要和有用的市民的比例大致相同。
 - 4.1 2012 調查顯示市民對營養標籤制度的態度保持正面。超過八成的 18 至 64 歲的市民同意營養標籤制度能夠：
 - 促進公眾健康 (88.4%)；
 - 鼓勵食物業界生產或推出健康的食品 (86.3%)；及
 - 推廣均衡飲食 (85.3%)。
 - 4.2 市民對營養標籤的態度也是保持正面。2012 調查顯示接近或超過八成的市民同意：
 - 購買預先包裝食物前，看營養資料標籤上的資料是重要的 (86.7%)；
 - 營養資料標籤上的資料可以幫助選擇健康的食物 (86.5%)；及
 - 營養資料標籤上的資料可以幫助決定買哪些食品 (78.7%)。另一方面，51.7%的市民同意預先包裝食物上的營養聲稱為可信的。雖然較 2008 調查上升了 6 個百分點 (45.4%)，但有關比例明顯較小。

應用營養標籤的行為

5. 七成 (69.7%) 18-64 歲的市民表示第一次購買某種食物時慣常會閱讀 (即「每次 / 全部時間 / 多數時候 / 間中」閱讀) 其營養標籤。

5.1 有以下的人口特徵的市民慣常閱讀第一次購買食物的營養標籤的比例較高：

- 女性 (75.4%)；
- 30-39 歲 (78.4%) 及 40-49 歲 (75.7%)；
- 預科或專上教育程度 (79.9%)；
- 經理 / 行政級人員 / 專業 / 輔助專業人員 (79.1%) 及文員 / 服務工作 / 商店銷售人員 (78.9%)；
- 每月的家庭總收入為\$30,000 或以上 (78.3%)；及
- 慣常購買預先包裝食物 (75.0%)。

5.2 相反，有以下的人口特徵的市民不慣常閱讀 (即「較少 / 從不」閱讀) 第一次購買食物的營養標籤的比例則較高：

- 男性 (35.3%)；
- 18-29 歲 (35.6%) 及 50-64 歲 (34.9%)；
- 未完成中學或以下的教育程度 (41.5%)；
- 家務料理者以外的非工作人士 (42.2%)；
- 每月的家庭總收入少於\$10,000 (34.0%)；及
- 不經常購買預先包裝食物 (46.3%)。

6. 慣常閱讀營養標籤上至少八個項目的市民的百分比在兩次調查中大致相近 (2008 調查，32.6%；2012 調查，36.3%)。市民購買低脂的預先包裝食物的頻率隨時間保持穩定。相對於 2008 調查，慣常購買低脂的預先包裝食物的比例沒有顯著的改變 (2008 調查，76.2%；2012 調查，73.8%)。

7. 然而，我們亦留意到，相對於四年前，市民在購買預先包裝食物時似乎較少注意到營養標籤：

7.1 表示第一次購買某種食物時慣常會閱讀其營養標籤的市民由 76.2% 下降到 69.7%；及

7.2 慣常閱讀某些項目的市民相對減少，包括「糖」(2008 調查，72.6%；2012 調查，65.7%)、「總脂肪」(2008 調查，69.9%；2012 調查，63.5%) 及「碳水化合物」(2008 調查，58.2%；2012 調查，52.5%)。

購買預先包裝食物與應用及認識營養素及營養標籤的關係

8. 調查結果顯示購買預先包裝食物、閱讀營養標籤及對營養素及營養標籤的認識有正面的關係。慣常購買預先包裝食物的市民亦較多慣常閱讀第一次購買的食物的營養標籤，同時亦對營養素及營養標籤較有認識：

8.1 75.0% 慣常購買預先包裝食物的市民會慣常閱讀營養標籤，較整體受訪者的比例 (69.7%) 為高；及

8.2 慣常閱讀營養標籤以及慣常購買預先包裝食物的市民能夠在五條有關問題中答對至少三條的百分比(分別為 50.0% 及 46.9%)，亦比整體受訪者的比例(44.1%)為高。

人口特徵

9. 由於慣常購買預先包裝食物的市民亦較多慣常閱讀第一次購買的食物的營養標籤，這兩組的市民擁有類似的人口特徵（可參考上文5.1段）。
10. 30-49 歲而擁有預科或專上學歷的女性較多慣常購買預先包裝食物及慣常閱讀第一次購買的食物的營養標籤。她們慣常閱讀營養標籤上至少八個項目（2008 調查，38.2%；2012 調查，54.6%）、慣常購買預先包裝食物（2008 調查，78.2%；2012 調查，92.2%）及慣常購買低脂預先包裝食物（2008 調查，79.1%；2012 調查，92.9%）的比例均較四年前有顯著上升。同時她們亦較多慣常注意營養標籤上的「總脂肪」、「飽和脂肪」及「反式脂肪」。
- 10.1 這有可能是因為這個人口組群多數為購買預先包裝食物的決定者，所以對有關食物產品的資料比較敏感。
11. 與 2008 調查比較，較多市民能夠答對 4 至 5 條有關營養素及營養標籤的問題（尤其是 50-64 歲而擁有中學或以下學歷），顯示市民對營養素及營養標籤的認識有一定的提升。
12. 雖然擁有中學或以下學歷的市民慣常購買預先包裝食物的百分比出現上升，慣常閱讀第一次購買的食物的營養標籤的百分比卻有所下降，尤其是 50-64 歲的組群。

宣傳途徑

13. 在訪問中，受訪者會被邀請提及最多五種他們取得營養標籤資訊的渠道。最常提及的三種取得營養標籤資訊的渠道，分別為「電視」、「報紙」和「網站」，與四年前相同。提及「電視」（2008 調查有提及，79.2%；2012 調查有提及，79.4%）及「報紙」（2008 調查有提及，72.0%；2012 調查有提及，68.1%）的百分比與 2008 調查大致相同；提及從「網站」獲得有關資訊的百分比則有顯著的上升（2008 調查有提及，28.4%；2012 調查有提及，41.3%）。
14. 以下是不同人口組群除「電視」外主要所使用的資訊渠道：
 - 14.1 18-29 歲的年青人 – 他們較多使用「網站」作為資訊來源。
 - 14.2 30-64 歲而擁有中學或以下學歷的市民 – 使用「報紙」及「電台」等傳統大眾媒體會較容易接觸這個組群。其中，利用「報紙」接觸 30-49 歲的男性尤其有用。
 - 14.3 30-64 歲而擁有預科或專上教育學歷的市民 – 由於教育程度較高，除屬於傳統媒體的「報紙」外，也較多使用「網站」作為資訊來源。
 - 14.4 「雜誌」和「單張 / 小冊子」也是接觸 30-49 歲的女性的可能選項。

最關注的營養素

15. 在訪問中，受訪者會被邀請提及最多兩種他們最關注的營養素。蛋白質（有提及，35.9%；首先提及，27.7%）及糖（有提及，34.4%；首先提及，18.1%）是最多 18-64 歲市民關注的營養素；之後是鈉（有提及，28.6%；首先提及，10.2%）和碳水化合物（有提及，24.7%；首先提及，11.1%）。
16. 雖然「總脂肪」、「反式脂肪」及「飽和脂肪」分別只有少於五分之一的市民提及（分別為 19.9%、16.2% 及 8.2%），「脂肪」作為整體（即三個有關項目的總和）有 44.3% 的市民提及，高於其他營養素。

17. 分析市民為何最關注這些營養素的原因，可以發現市民一般對蛋白質和碳水化合物有正面的印象，例如「幫助發展肌肉 / 骨骼 / 令人強壯 / 身體發育」、「（提供）人體必須 / 重要的營養」及「改善健康」。相對地，市民一般對其他被提及的營養素都有負面的印象或會與某些疾病聯繫，例如「影響腎功能」、「引致肥胖」、「引致糖尿病」及「引致心血管病」。

3. 建議

有關認識、態度和行為的宣傳活動

18. 考慮到進一步提升市民對營養標籤的注意程度及提醒市民營養標籤制度的重要性和實用性，需要持續進行關於營養標籤及營養標籤制度的宣傳及教育。其中，發放的信息應該回應上文第6及7段的調查結果。
19. 雖然市民對營養素及營養標籤的認識隨時間略有增長，但仍然可在以下幾方面再作加強：
- 營養素與健康問題關係的認識，尤其是與多種營養素有關的情況；
 - 對營養標籤上的用語的認識（例如食用分量、每包裝所含的食用分量）；及
 - 如何正確應用營養標籤提供的資料。
20. 要提升市民的認識水平，宣傳及教育材料應該繼續強調單種及多種營養素對健康的影響。考慮到最多的市民對不同種類的脂肪表示關注，有關脂肪的認識更需要詳細解釋。同時亦需要教育市民認識營養標籤上的用語，及提供例子介紹營養標籤上的資料如何應用在現實情況（例如如何計算食用分量或每次食用攝取的營養素）。
21. 另一個重點就是市民對預先包裝食物上的營養聲稱的信心。2012 年有略多於一半(51.7%) 的市民同意這些聲稱都可信，持相反意見的市民則由 2008 年調查的 42.2% 下降至 31.7%。我們認為宣傳的信息應該要能夠繼續提升市民對營養標籤所載資料的信心。

主要的目標人口組群及宣傳渠道

22. 首要的宣傳及教育對象應為年紀較大（50-64 歲）及教育程度較低（中學或以下）的組群。是次調查顯示這個組群慣常閱讀首次購買食物的營養標籤及其中項目的比例有所下降。
23. 其次目標應該是其他教育程度較低的市民。調查結果顯示相對教育程度較高的市民，他們較少慣常閱讀營養標籤，同時對有關方面的認識亦較差。
- 23.1 宣傳重點是建立閱讀營養標籤的習慣，從而知道從食物所攝取的營養素的重要性。
24. 對持有預科或專上教育學歷的市民的宣傳則較次要。宣傳重點是提醒他們保持良好的習慣。
25. 「電視」、「報紙」和「網站」分別為最主要的三種取得營養標籤資訊的渠道，所以它們仍然是未來宣傳及教育活動的主要渠道。
- 25.1 「電視」擁有高覆蓋率及覆蓋範圍，能接觸每一個人口組群，故此可以用作宣傳一般的訊息，例如提醒在預先包裝食物有營養標籤及標籤提供的資料；

- 25.2 「報紙」可以用作提供較詳細的資料，例如解釋各種營養素對健康的影響、營養標籤上的用語及如何應用營養標籤提供的資料。主要目標是年紀較大（30 歲或以上）的市民；
- 25.3 「網站」可以同時用作宣傳一般訊息及提供有關的詳細資訊，主要目標是 30 歲或以下或擁有較高學歷的市民。
26. 除了主要的宣傳渠道，以下的宣傳方式也可以考慮用作輔助：
- 26.1 對於中學或以下教育程度的市民，「電台」也是一個可以輔助「電視」宣傳一般訊息的宣傳方式，尤其是對於司機這一類職業的市民；
- 26.2 對於 30-49 歲的女性，利用「雜誌」和「單張 / 小冊子」宣傳也是一個可能的選項。