

十大重點

.....尤其是心理健康

將近四分之三
的消費者認為心理健康和
身體健康同等重要。
超過五分之四（83%）
受訪者會選用
增進心理健康的
食品和飲料。



健康比以往更受重視.....

70%的消費者表示，在過去幾年，健康對他們變得更加重要。三分之二受訪者現在更關切他們飲食的內容。70%受訪者表示，他們因此感覺更健康。

1

2

健康和環境密不可分

70%受訪者表示，健康產品不應該損害環境。半數（50%）受訪者表示，如果某種食品或飲料對個人健康不利，也將無助於地球的永續發展。

3

儘管擔心成本，消費者仍不願在健康上有所妥協

60%受訪者擔心價格上漲會讓他們無力負擔健康的食品。但只有17%受訪者會為了省錢而捨棄具有健康益處的食品和飲料。有70%受訪者甚至願意犧牲便利性以換取更健康的產品。

4



飲食可以讓世界更美好

超過半數受訪者（54%）相信，藉由改變飲食，他們可以讓世界變得更美好。

5

對科技和創新態度糾結

近三分之二受訪者相信科技對健康將變得越來越重要（65%），也將在確保更永續未來上扮演要角（62%）。但將近半數（48%）受訪者認為食品領域的創新過多，擔心會對健康不利。

我們已經邁入無糖時代

減糖的話題貫穿整份報告。它被認為是健康的首選，它擄獲了我們最大的健康和營養消費者群體，也是創新概念測試中最受青睞的特性。

7

6

個人化營養將掀起一場革命

一個重大的市場區隔正在成形。品牌商正在依據年齡和醫療狀況等要素，為日漸窄縮的消費群體設計量身訂製的食譜。

8



糧食系統的永續發展仰賴多元思維

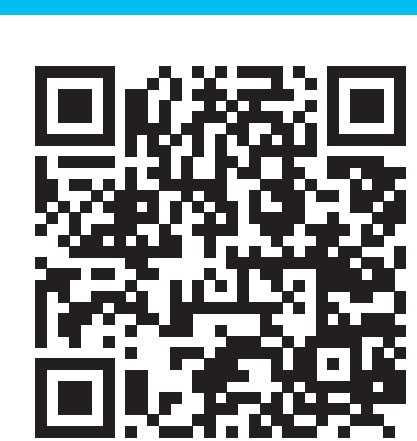
餵養不斷增加的人口是一項複雜的挑戰。我們不僅需要找到方法來改善現有的糧食生產方式，還需要持續投資技術及基礎設施，以充分發揮新食品來源的潛力。這兩個領域對未來的糧食安全至關重要。

9

改變必須由口味來推動

無論產品如何健康、營養，如何有利於永續發展，消費者都不會在口味上妥協。價格的平易近人也是新食品發展的關鍵，多項預測顯示，這項努力最快將在2025年看到成果。

10



掃描以下載、閱讀繁中版完整報告。
利樂與保護好品質為利樂集團擁有商標。www.tetrapak.com/en-tw
歡迎造訪《利樂創新界》臉書以瞭解更多資訊。