

# COVID-19 疫情下 食品安全與環境的 兩難

## 利樂指數 2020 十大重點

### 01 COVID-19 疫情改變消費者樣貌

COVID-19 已取代環境成為消費者最關心的議題，其他健康相關議題的排名則大幅下滑。消費者對食品安全與糧食安全的憂心明顯升溫，費力在食安與環境的擔憂間權衡，凸顯出消費者面對這兩項議題時遭逢的困境。

### 02 食品安全和環境之間的相互影響不斷改變

食品安全就像 COVID-19 一樣令社會憂心。目前，健康與備受關注的食安和衛生議題連結，有三分之二的受訪者表示健康等同安全。改善食品安全被選為製造商的第一優先事項。這種期待未來只會持續升溫，因為我們需要餵飽日漸增加的人口，而食品包裝在此扮演關鍵角色。

### 03 透明和信任更顯重要

消費者認為製造商應負食品安全之責。資訊透明是關鍵，每五名消費者中就有將近三人表示想要盡其所能瞭解有關產品製造的一切資訊。產地也是排名前面的購買驅動因素。

### 04 食物浪費議題浮上檯面

COVID-19 疫情對供應鏈的衝擊讓人加速意識到食物浪費這項急迫的議題。超過四分之三的受訪者表達對食物浪費的關切，也將限制食物浪費視為製造商的前三大優先事項之一。

### 05 消費者想幫忙——但標籤是關鍵

消費者認為防止食物浪費是他們最能發揮影響力的環境議題。但令人混淆的標籤卻是個阻礙。在監管單位致力於簡化/闡明有效日期的同時，藉由包裝上的資訊或連網包裝，將能掌握更佳的溝通契機。

### 06 對環境仍然憂心忡忡

環境仍是全球主要關注事項，僅次於 COVID-19，三分之二的消費者認為除非能迅速改變我們的習慣，否則將會招致環境災難。近三分之二表示，疫情封城帶來了他們希望能保持下去的環境改善，顯示出對改變以及「重建更好未來」行動的渴望。

### 07 永續包裝很重要

消費者認為永續包裝是製造商的第一優先要務，五名消費者中有四名表示企業應協助回收/再利用其產品的包裝。紙盒被視為最環保的選項，而塑膠廢棄物仍是主要關注事項，促使產業轉向可再生 (renewable) 材料。

### 08 食安與環境日漸交匯

我們在去 (2019) 年的指數中觀察到健康和環境的交匯，現在範圍已擴大涵蓋其他關注事項，「人類」和「地球」議題彼此更加重疊。目前健康與食品安全和衛生相關議題連結。在這項等式的另一頭，對環境的關切持續升溫，並與其他永續性議題相互連結，特別是食物浪費，消費者認為他們對此能發揮影響力。

### 09 消費者要什麼

提供食物更長久的保護以避免食物浪費並維持營養價值，是消費者最偏好的創新。其次為智慧型有效日期——解決食物浪費的另一項要素。消費者的前五大選擇皆與食品安全有關。極簡包裝和可回收性兩大環境友善選項的排名也很高。

## 10 關鍵結論

COVID-19 疫情打斷現狀，在消費者的關切與需求之間營造新的矛盾樣貌。食品安全、糧食安全和食物浪費已成為更迫切的議題，但對環境的憂心依舊十分強烈。食品、人類和地球等相關議題糾纏交錯，讓傳統的界線變得模糊。

在我們保護地球的同時，我們也致力於讓日益增加的全球人口能夠取得安全食品。對永續性和未來包裝的角色，現在是有史以來最適合進行廣泛討論的絕佳時機。勇敢迎向這個雙重挑戰，解決 COVID-19 在食安和環境憂慮之間造成的兩難局面，這是所有企業展現存在價值的關鍵時刻。



# 68%

消費者同意，食品安全是社會的重大關切議題。



# 54%

消費者提到安全食品時首先聯想到的是健康食品。



# 70%

消費者認為以全植物材料製成的包裝跟他們很契合。



# 47%

消費者認為防止食物浪費是他們能發揮積極影響力的領域。



# 49%

消費者認為環境關議題是現今世界面臨的最大憂慮之一，程度僅次於 COVID-19。

# 70%

消費者想要創新的解決方案更長時間保護食物、避免浪費並維持營養價值。