

調查研究計畫簡介

生鮮鴨蛋之消費者認知與行銷的研究

林榮新* 杜素豪**

台灣早期之生鮮食蛋以鴨蛋為主，隨著企業化蛋雞場的設立，雞蛋價格較為低廉，生鮮鴨蛋已幾乎被雞蛋取代，目前僅少數傳統市場可購得生鮮鴨蛋，鴨蛋成為加工蛋（皮蛋及鹹蛋）的主要來源。雖然鴨蛋的生產成本較雞蛋者為高，但隨著生活水準的提高，價格已不是決定消費者選擇的唯一因素；且生鮮鴨蛋的洗選條件亦已初步建立，配合洗選作業，能提供消費者安全衛生的生鮮洗選鴨蛋。此外，行政院農業委員會畜產試驗所宜蘭分所的青殼蛋菜鴨品系已完成選育（將於 95-96 年度進行命名推廣），預期可提供深具特色的生鮮青殼鴨蛋，對消費者而言可以多一項產品的選擇；且近年來鴨蛋的消費量逐漸萎縮，為促進蛋鴨產業的永續發展，開發新的產品通路為當務之急。

菜鴨為性能極為優異之蛋鴨，具體型小、蛋重大、耐熱性高及產蛋高峰持續長等特性，為本省唯一的產蛋用鴨隻。而皮蛋及鹹蛋是傳統的鴨蛋加工製品，是早期貯存蛋之方法。但由於皮蛋及鹹蛋皆有特殊風味，於健康或營養上也各有特異性，造成鴨蛋推廣上的限制，也

* 行政院農業委員會畜產試驗所宜蘭分所

** 中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心

造成銷售量無法突破，所以國內多年來一直有鴨蛋過剩的問題；因此農委會、中央畜產會、中華民國養鴨協會及中興大學畜產系於民國九十三年進行生鮮鴨蛋洗選可行性之評估，以便解決鴨蛋生產過剩的問題及提供消費者另一種產品選擇之機會。

本計畫探討全國民眾對生鮮鴨蛋之認知及購買傾向，內容針對不同的年齡層、性別、教育程度、城鄉差異、價格接受度、膽固醇含量、風味、青殼蛋之特殊效果、雞蛋之替代性與不吃生鮮鴨蛋的原因等進行詢問分析，作為後續訂定生鮮鴨蛋研發與行銷策略的改善之重要參考，以利提升生鮮鴨蛋在市場的佔有率，增加鴨蛋之銷路與利潤。調查工作委託中央研究院人文社會科學研究中心——調查研究專題中心執行。採用分層兩階段系統抽樣法，在全國各鄉鎮中依照人口數，等比例決定受訪樣本數，以電話號碼末兩碼隨機原則進行住宅電話號碼的選取，並進行戶中抽樣，預計至少完訪 1167 個案。

問卷內容除了基本資料題（如出生日期、教育程度、性別、婚姻狀況、宗教信仰、職業、收入、同住人數、外食頻率等問題）之外，主要包含生鮮（青殼）鴨蛋之食用頻率、不食用鴨蛋的原因、價格認知與願付價格、生鮮（青殼）鴨蛋營養與健康的知識、生鮮（青殼）鴨蛋的訊息與廣告、與替代雞蛋之可能性。截至投稿日，由於調查工作剛剛完成，仍進行資料檢誤中，因此無法說明確切的研究結果。對本計畫有興趣者，歡迎上中央研究院學術調查資料庫網頁瞭解詳細執行、成果報告、與調查資料。