



外食文化與食安危機

簡嘉瑩 文

2018/06/10

2015年，國家衛生研究院所公布之台灣國高中生外食比例統計顯示，早餐與午餐為外食的比例高達八成，而晚餐及宵夜也佔有六至七成的比例，可以得知新興世代的台灣人從小即養成吃外食的習慣。

外食文化作為台灣人民生活元素之一，使得外送也成為可發展的商機，許多外送平台、網路訂餐的產業應運而生。本文將帶領讀者了解台灣外食文化的成因、外送電商之崛起及類型、以及其背後所隱含的影響與食安風險。

婦女就業與雙薪結構 形成外食文化

探討台灣外食族群消費日益增加的原因，行政院主計處研究顯示為台灣經濟結構轉變、婦女就業人數的增加、以及雙薪家庭的比例增加。中華民國統計資訊網歷年人力資源調查重要結果統計出婦女年平均就業者從2015年的496.4萬逐年增加至2017年的504.7萬；另外，根據兒童福利聯盟文教基金會調查報告指出，家中由母親親自下廚的比例為父親的4.4倍，由此可以推論職業婦女為配合一般下班時間晚上五、六點，下班後可能較沒有時間準備晚餐；另外，上班太過勞累也令職業婦女不願意親自下廚；倘若家中沒有其他人準備食物，全家人就有可能選擇外出用餐，使婦女就業人數增加成為外食人口近年來也隨之增加的原因之一。

而根據中華民國統計資訊網國勢普查處資料，2018年1至3月工業及服務業全體受僱員工平均名目經常性薪資首度突破4萬元，年增2.71%，為近18年同期最高；而雙薪家庭薪資的增加也象徵消費力的增加，因此台灣民眾也願意花費更多金錢在外食的開銷上，外食花費才會逐年增加。

台灣外食文化下最大的受惠者，可說是餐館業者了。根據經濟部統計處，2016年的總營業額來到了3720億元，不僅創歷年新高，年增率也來到了3.7%，日益增加的外食人口與營業額收益使餐館業市場競爭激烈，隨著科技發展以及網路購物比例的增加，業者也開始在傳統見面交易的買賣方式之外，開啟了網路食物外送的新零售時代，除了有超過半數的業者曾經營網路社群或設置官方帳號方便消費者於線上購買餐點，為了提供消費者有省時的消費體驗，結合了整合性與便利性的餐點外送電商平台隨之興起。



隨著外食人口的增加，餐館業在2016年的營業額創下歷年新高。（圖表來源 / 經濟部統計處）

外送電商平台興起 一鍵購「食」好方便

外送電商平台整合了全台各地餐廳資訊，使外食族不用真的出外用餐，只要打開手機軟體，動動手指就可以坐等新鮮美食送上門，為外送文化帶來新商機。台灣三大整合型餐點外送電商平台分別是2012年興起的foodpanda、2013年的UberEATS，以及近三年才興起的honestbee。

honestbee也統計消費者會使用外送平台服務的原因，前三名分別是「天候不佳」、「加班太晚」以及「家務太多」，顯示現代人越來越重視生活品質，將便捷的外送服務視為對自己的犒賞。

電商平台之間為了彼此競爭，除了提供首購的消費者價格優惠外，也另闢新的行銷策略。如foodpanda與銀行合作，推出了卡友首次消費立即折抵的優惠方案，與銀行發展出互利關係。

honestbee則提供除了一般熟食以外生鮮食材的外送服務，增加品牌競爭力，也成功地讓雙薪且有小孩的家庭成為訂購生鮮食材的最大宗族群。而由此可知，消費者選擇外送服務不一定是想吃外面做的食物，也會選擇用外送的方式線上訂購新鮮食材，再自行在家料理。

而UberEATS提供了訂餐滿一定金額時的手機抽獎機會，增加消費者使用自家平台訂餐的意願；另外，也提供新客戶優惠碼折扣方案，增加新使用者使用平台的

誘因。

隨著台灣外食族群的增加伴隨網路科技的發展，現代人也逐漸習慣方便、快速、新鮮的飲食方式，使外送電商平台得以在台灣生根、發展，而為了增加自家平台的品牌競爭力、吸引新的客源，三大電商平台在蓬勃發展的同時，也努力與其他行業合作、寄出折抵優惠或是提供更多元的外送服務。外送電商平台儘管在台灣興起不到十年，但是其未來的龐大商機令人拭目以待。

吃飽喝足之虞 不可忽視的食安風險

當消費者享受外送電商平台以及外食帶給民眾更加方便以及多元的飲食選擇之餘，食品品質的把關與食品安全的觀念也日益被重視。尤其台灣近幾年來曾爆發多次的食安危機，如2011年的「塑化劑事件」、2014年「以餛飩水油製成食用油事件」到近年2017年的「毒雞蛋事件」以及2018年的「使用過期原料製作軟糖事件」等，都只是眾多食安事件的冰山一角。

衛生福利部食品藥物管理署所公布的數據更是令外食族人心惶惶，2017年食品中毒案件的患者總人數達到6,237人，為近五年來最高，而其中只有約3%的患者是在自家食物中毒；另外，歷年來食物中毒患者有極高比例為在外用餐者，由此可見外食族的食物中毒風險較高。



近五年來在外用餐的食物中毒患者數就有兩年突破6000人，反映食安問題日益重要。(圖表來源/簡嘉瑩製) 資料來源：衛生福利部食品藥物管理署

食安事件如雨後春筍般不停地在新聞中曝光，讓習慣外食的台灣民眾更加人心惶惶。為了重拾台灣民眾對外食的信心，行政院在2014年建置了「食品安全辦公室」以及資訊網站，並在網站上發表食品小知識，而立法院更在2017年通過了

至」以及食品網路，並在網路上發表食品知識，而立法院更在2017年通過「食品衛生管理法部分條文修正案」加強對違法業者的懲處規範，而目前針對黑心業者的罰鍰金額最高可達新台幣兩億元。

隨著婦女就業人數以及雙薪家庭的增加，外加日益快速的生活步調，外食能節省我們自己烹調的時間，也能帶給我們更方便、多元的飲食享受，外送電商平台所提供的服務更讓我們不用出門就能嘗到附近的新鮮食材或是美食；然而，外食的高油、高鹹、高熱量以及潛在的食安風險所造成的身體負擔也是我們所不容忽視的。

儘管有政府以法規與定期稽查為食品安全作把關，難免也可能有漏網之魚，因此消費者也可以利用相關資訊網站自行嚴格把關，畢竟人人都有無法下廚的時候，因此在外食的選擇上，我們除了要考量價格與方便性外，更重要的是「吃的安心、吃的健康」。

□ 回到【食物「Why」送】專題



記者 簡嘉瑩



編輯 嚴銘浩