

# 台農10號木瓜

## 消費者接受度分析

農試所農經組 江秀娥

### 一、前言

台灣農業技術的進步無庸置疑，新品種、新技術推陳出新，無非是希望能提高產量、提升品質，但更重要的是要滿足消費者的需求，才能穩定農民收益。然而，農業新品種或生產技術的更新，多以生產者的角度來衡量其價值，並據以決定是否推廣生產、上市。但以市場運作的觀點來看，是否受到消費者青睞，才是產品或技術成功的要件。

本研究為瞭解台灣所研發的新品種木瓜之市場接受度，藉由試吃填問卷，蒐集消費者對台農10號木瓜的接受度，並了解消費者木瓜的購買動機、消費的習慣、重視的因素等消費行為，以協助木瓜產業進行生產規劃、調整作業模式、研發相關產品等，以符合消費者對產品的需求，促進木瓜產業的發展。

### 二、資料來源

105年度共蒐集687份消費者有效問卷，台北市236份、台中市240份，高雄市211份。受訪者以女性為主占66.8%；

年齡層分佈以51-60歲居多，占25%，其次為41-50歲(22.1%)；在家庭結構中，已婚有18歲以上小孩的占41.6%，單身者占30.7%。教育程度以大學大專為主，占57.8%，其次為高中職26.9%；個人月收入方面，以2萬元以下占28.4%最多，3-4萬元次之(17.3%)；行業別以一般服務業為主占24.5%，商業、家管皆占17.9%。

### 三、受訪者對台農10號木瓜接受度

本研究以甜度、色澤、汁液、口感、香氣及總體感受來了解受訪者對台農10號木瓜接受度(表一)。受訪者試吃後，整體而言對甜度的感受為「剛好」占85.7%，而感覺「不夠甜」者，高雄市、台北市受訪者比例較台中市來得多一些；而對於果肉的色澤，表示喜歡或很喜歡的受訪者分別占63.2%及21.8%，但其中高雄市受訪者認為色澤普通的占22.7%，較其他地區來得高；由於台農10號木瓜是屬於多汁品種，特別詢問受訪者對於多汁木瓜的感覺，大部分受訪者(83.1%)評價屬「多汁」，但也有13%受訪者認為「不夠多汁」；至於口感方面，39.7%受訪者認為口感「細緻」，56.2%受訪者認為「還好」；受訪者對於台農10號

作者：江秀娥副研究員兼組長  
連絡電話：04-23317652

木瓜果香的感受，56.2%表示「喜歡」，17.8%表示「很喜歡」，25.6%表示「普通」，顯示本木瓜品種的味道是可被大多數受訪者接受。經過試吃，受訪者對

於台農10號木瓜的總體評價，認為「好吃」占61.4%，「很好吃」占19.1%，只有0.9%表示「不好吃」，可見受訪者對於台農10號木瓜的接受度高。

表一、受訪者對台農10號木瓜試吃的感受

項目	細項	台 北 市		台 中 市		高 雄 市		合 計	
		次數 n=236	%	次數 n=240	%	次數 n=211	%	次數 N=687	%
甜度	太甜	16	6.8	20	8.3	18	8.5	54	7.9
	剛好	202	85.6	211	87.9	176	83.4	589	85.7
	不夠甜	18	7.6	9	3.8	17	8.1	44	6.4
色澤	很喜歡	44	18.6	72	30.0	34	16.1	150	21.8
	喜歡	158	66.9	147	61.3	129	61.1	434	63.2
	普通	33	14.0	20	8.3	48	22.7	101	14.7
	不喜歡	1	0.4	1	0.4	0	0.0	2	0.3
汁液	太多汁	10	4.2	7	2.9	9	4.3	26	3.8
	多汁	196	83.1	202	84.2	173	82.0	571	83.1
	不夠多汁	30	12.7	31	12.9	29	13.7	90	13.1
口感	細緻	90	38.1	100	41.7	83	39.3	273	39.7
	還好	133	56.4	134	55.8	119	56.4	386	56.2
	粗糙	13	5.5	6	2.5	9	4.3	28	4.1
香氣	很喜歡	35	14.8	54	22.5	33	15.6	122	17.8
	喜歡	131	55.5	137	57.1	118	55.9	386	56.2
	普通	68	28.8	49	20.4	59	28.0	176	25.6
	不喜歡	2	0.8	0	0.0	1	0.5	3	0.4
總體感覺	很好吃	39	16.5	55	22.9	37	17.5	131	19.1
	好吃	145	61.4	153	63.8	124	58.8	422	61.4
	普通	49	20.8	31	12.9	48	22.7	128	18.6
	不好吃	3	1.3	1	0.4	2	0.9	6	0.9

資料來源:本研究調查整理。

表二、受訪者對台農10號木瓜的願付價格

願付價格	台 北 市		台 中 市		高 雄 市		合 計	
每台斤	次數	%	次數	%	次數	%	次數	%
無購買意願	8	3.4	4	1.7	3	1.4	15	2.2
40元以下	76	32.2	102	42.5	99	46.9	277	40.3
41-50元	107	45.3	81	33.8	63	29.9	251	36.5
51-60元	30	12.7	36	15.0	22	10.4	88	12.8
61元以上	15	6.4	17	7.1	24	3.5	56	8.2
合計	236	100.0	240	100.0	211	100.0	687	100.0

資料來源:同表一。

雖然受訪者對於台農10號木瓜的接受度高，但願意購買的價格不高，超過40%受訪者願意支付價格為每台斤40元以下(表二)，36.5%受訪者願意支付價格為每台斤41~50元，只有8.2%受訪者願意支付每台斤61元以上。整體而言，現階段受訪者對於台農10號木瓜的願付價格水準並不高。

受訪者願意購買台農10號木瓜的動機方面(表三)，70.6%受訪者表示是「基於營養健康考量」，其次是因為「當季盛產」，占61.7%，而因為「很好吃」引起購買動機者占50.5%。由此可知，消費者對於健康、營養的需求逐漸凌駕於產品本身的好吃與否。

表三、受訪者購買台農10號木瓜的動機(複選)

動機	次數	頻率
基於營養健康考量	485	70.6
當季盛產	424	61.7
很好吃	347	50.5
增加水果多樣性	323	47.0
好奇喜歡嘗新	284	41.3
養生/美容需求	269	39.2
其他動機	12	1.7

資料來源:同表一。

表四、受訪者不想購買台農10號木瓜的理由

理由	次數	頻率
單顆太大一次吃不完	412	60.0
價格太高	358	52.1
削皮去籽分切處理麻煩	269	39.2
不好吃	141	20.5
其他	56	8.2

資料來源:同表一。

雖然僅有少部分受訪者表示無購買台農10號木瓜的意願，但高達412人次(60%)受訪者認為「單顆太大一次吃不完」是其不想購買此品種木瓜的理由(表四)，其次才是價格問題。可見得受訪者對於如此大顆的木瓜有些疑慮，值得研發與生產者深思。

#### 四、一般木瓜的消費者行為

瞭解受訪者平時木瓜的消費行為資訊，可做為台農10號木瓜市場行銷的參考。

台灣的木瓜市場是以台農2號木瓜為主流，幾乎占了90%以上，受訪者單次購買的量為1顆或2顆(表五)，各占38.4%與38.6%，可見受訪者單次購買量少。台農2號木瓜的單次購買金額以51-100元為主占47.9%，其次為50元以下，占23.6%，可見木瓜是屬於一般家庭平價消費的水果之一。

表五、受訪者單次購買台農2號木瓜的數量與金額

項目	次數	%
購買量		
1顆	264	38.4
2顆	265	38.6
3顆	59	8.6
4顆	5	0.7
5顆以上	9	1.3
購買金額		
50元以下	162	23.6
51-100元	329	47.9
101-200元	97	14.1
201-300元	8	1.2
301元以上	5	0.7

資料來源:同表一。



在木瓜的購買通路方面(表六)，56.5%受訪者會在傳統市場購買，其次在水果專賣店，而近年來新興的網購宅配通路仍屬非常少數。受訪者購買木瓜的訊息來源，主要是「賣(市)場廣告或展售」，占57.2%，其次是「親朋好友介紹」。因此，購買木瓜的決定可能是當下看見木瓜才興起購買的念頭，而非計畫性購買。

在購買木瓜時，受訪者考量的因素主要是木瓜本身的口感、甜度等品質，其

次為價格，外觀、果實大小、衛生安全等也是受訪者會比較在意的因素。

受訪者購買木瓜時會受何人會影響呢？家中長輩占最多數，其次為小孩。木瓜果肉甜軟，對於較年長者或牙齒不好的人而言，是容易吃且優質的食物之一。台灣已邁入高齡化社會，木瓜應可推薦為高齡者營養健康的食物。一般消費者購買木瓜主要作為鮮食，其次是打木瓜牛奶等果汁，送禮和料理入菜情況很少。可見台灣的木瓜消費是以家庭鮮食為主要用途，而較少拿來送禮。

表六、受訪者的木瓜消費行為

項目	次數	頻率%
通路		
傳統市場	388	56.5
水果專賣店	234	34.1
超級市場	123	17.9
訊息來源		
賣(市)場廣告或展售	393	57.2
親朋好友介紹	134	19.5
銷售人員推薦	110	16.0
購買考慮因素		
木瓜口感甜度等品質	544	79.2
價格	413	60.1
外觀	293	42.6
果實大小	277	40.3
衛生安全	273	39.7
影響購買木瓜的人		
家中長輩	318	46.3
家中小孩	230	33.5
自己決定	112	16.3
主要用途		
鮮食	574	83.6
打木瓜牛奶等果汁	182	26.5
送禮	17	2.5

資料來源:同表一。

## 五、結論與建議

### (一)結論

透過試吃填問卷，蒐集687份消費者對台農10號木瓜的偏好及其消費行為資料，作為分析基礎。試吃結果發現，台農10號木瓜在甜度、色澤、汁液及口感，皆受到受訪者的肯定。總體而言，高達80.5%受訪者認為台農10號木瓜好吃或很好吃，可見受訪者對此新品種木瓜的接受度高。

雖然僅有2.2%受訪者表示無購買台農10號木瓜的意願，但受訪者願意購買的價格不高，超過40%受訪者願意支付價格為每台斤40元以下，36.5%受訪者願付價格為每台斤40-50元，即超過3/4受訪者的願付價格不超過每台斤50元。

另外雖然僅有少部分受訪者表示無購買台農10號木瓜的意願，但高達412位(60%)受訪者認為「單顆太大一次吃不完」是其不想購買此品種木瓜的理由，其次才是價格問題。可見得受訪者對於

如此大顆的木瓜有些疑慮，值得研發與生產者深思。

在受訪者一般的木瓜消費行為方面，其購買木瓜的通路以傳統市場及水果專賣店為主；而購買木瓜的訊息來源是以賣(市)場廣告或展售為主，可見對於購買木瓜的決定可能是當下看見木瓜才興起購買的念頭，而非計畫性購買。在購買木瓜時，受訪者主要的考慮因素為其口感、甜度等品質，其次為價格；家中長輩與小孩是影響受訪者購買木瓜的主要利害關係人；購買木瓜的用途是鮮食或打木瓜牛奶等果汁，較少入菜及送禮。台灣的木瓜市場是以台農2號木瓜為主流，幾乎占了90%以上，受訪者單次購買的量為1顆~2顆，可見受訪者單次購買量少；台農2號木瓜的單次購買金額以51-100元為主，可見木瓜是屬於一般家庭平價消費的水果之一。

## (二)建議

1.現代家庭人口數少，受訪者產生「木瓜太大顆一次吃不完」的疑慮，因此，建議在生產管理層面進行適當調整，以生產符合消費者偏好度較高的較小型木瓜，甚至考慮可提供個人食用的小型木瓜，以創造個人的市場需求。

2.由於台灣木瓜是屬於鮮食消費的產品市場，非送禮市場，消費者目前可接受價格多在每台斤50元以下，因此若能適度擴大台農10號生產面積取代部分現有生產品種，使得其市場供應量稍加提升，不僅讓市場零售價格較為親民，促進消費者的購買意願，也能增加產品曝光機會，讓消費者在傳統市場、水果專賣店等通路上看得到台農10號木瓜，激發其購買的行動。