KANTAR WORLDPANEL

2013台灣食用油混油事件報告

KANTAR WORLDPANEL

資料來源: Kantar Worldpanel Taiwan, 樣本為2500個台灣家戶

© Kantar Worldpanel

報告摘要

- 2013年10月16號所爆發的食用油混油事件，對需煮食品*市場帶來不小影響。雖然事件發生初期消費者立刻回到賣場重買所需商品，但之後一直到12月底，整體需煮食品的銷售量下滑超過一成。

- 冷凍食品**也受到影響，可能因為其原料有摻入問題油品的疑慮，導致在事件後的銷售表現也下滑超過一成，尤其冷凍包子衰退特別顯著。

- 然而，這也是讓消費者轉型的契機，他們在這段時間對高單價高品質的產品更有興趣。若此趨勢延續下去，對整體品類未必不是利多。

- 此現象在首當其衝的食用油市場特別明顯。原本市場第一大的調和油，買者人數減少四成。消費者轉往純種油如葵花油或橄欖油。而且更願意購買較高價的產品。

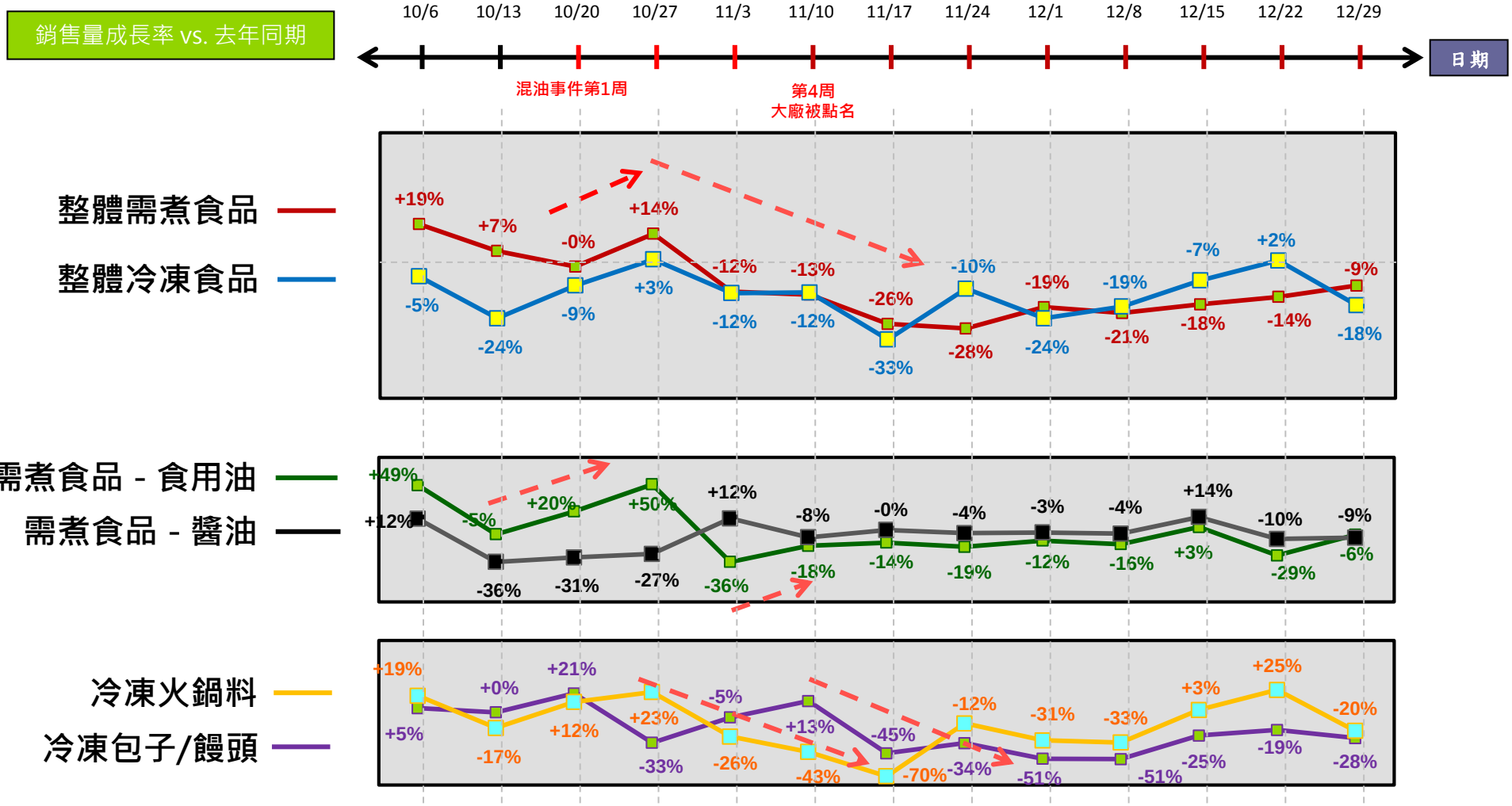
*需煮食品包含：食用油、醬油、高湯塊/粉、快煮湯、玉米罐頭、快煮麵、義大利麵、速食麵、調味醬、味精、食鹽等。
**冷凍食品包含：冷凍包子/饅頭、火鍋料、水餃、調理食品、蔬菜、湯圓、薯條、香腸/火腿等等。

© Kantar Worldpanel

各品類受食用油影響銷售量變化

1週| 整體需煮食品

市場對需煮食品的需求量受混油事件影響：在食用油和醬油風波的初期，消費者都有一批汰換潮，暫時拉高了銷售量，但之後需求幾乎都低於去年同期。冷凍食品也受到影響，可能消費者擔心原料有用問題油。

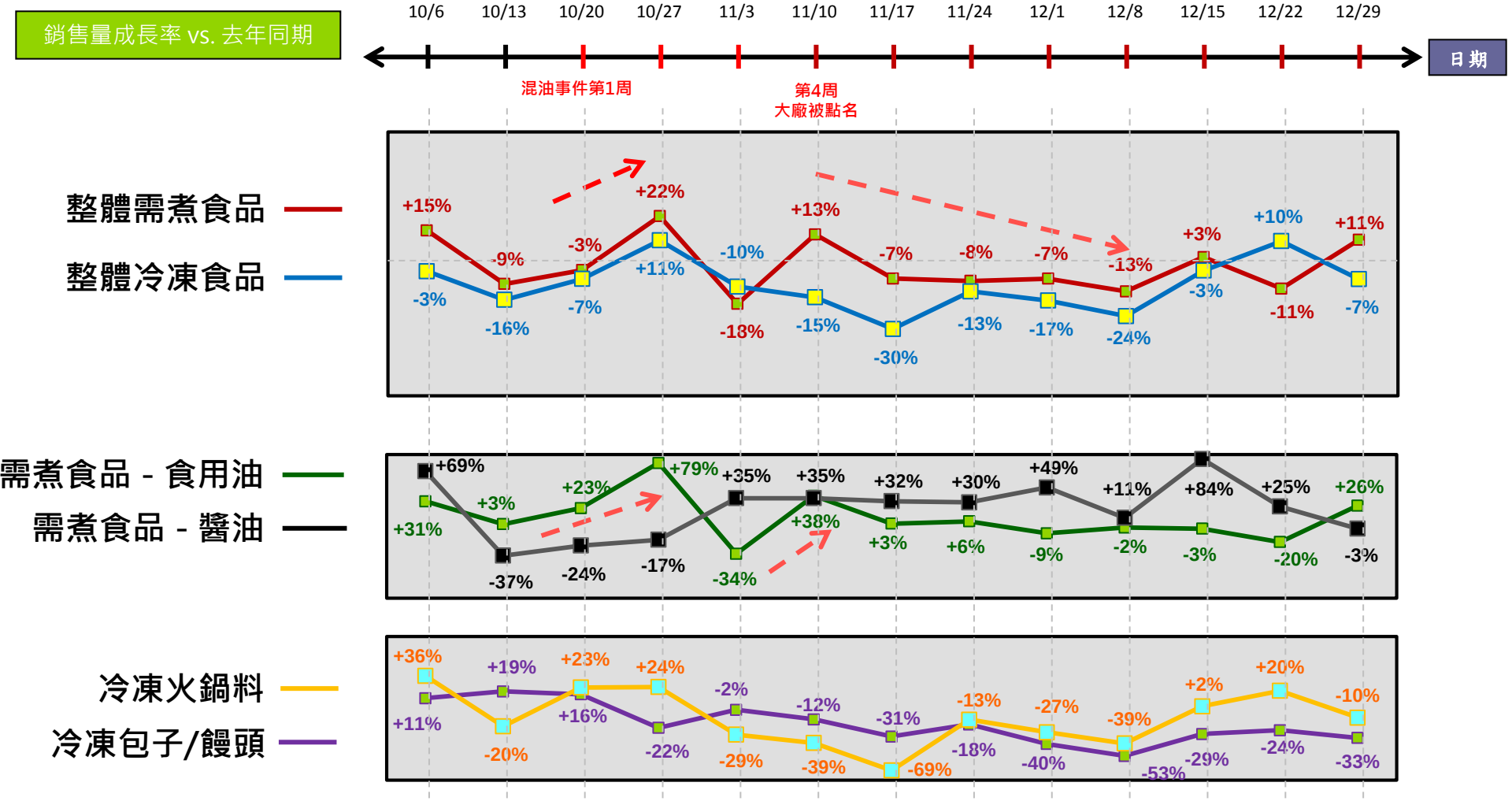


© Kantar Worldpanel

各品類受食用油影響銷售金額變化

1週| 整體需煮食品

雖然消費者減少購買量，但需煮食品仍是必需品，所以人們改買較高單價的產品，因此整體需煮食品的銷售金額下滑幅度沒有銷售量那麼大。但冷凍食品則沒有此現象，銷售金額下滑幅度與銷售量一樣大。

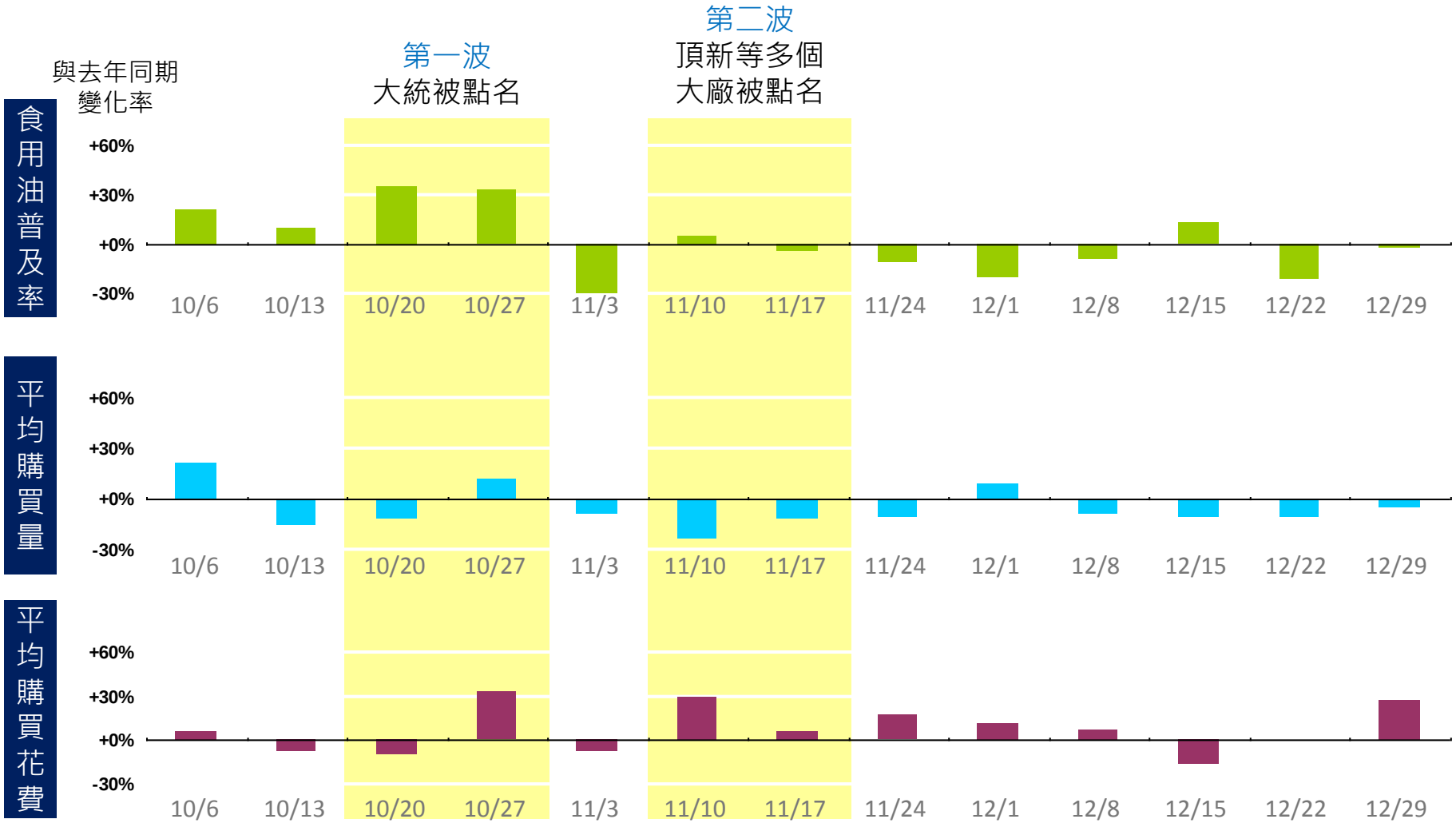


© Kantar Worldpanel

食用油每週消費指數變化

1週|每週與去年同期相比

食用油兩波的新聞報導都讓消費者趕緊回到賣場中改買安心的油。他們的購買量或許沒之前那麼大，但花費的金額提高了。



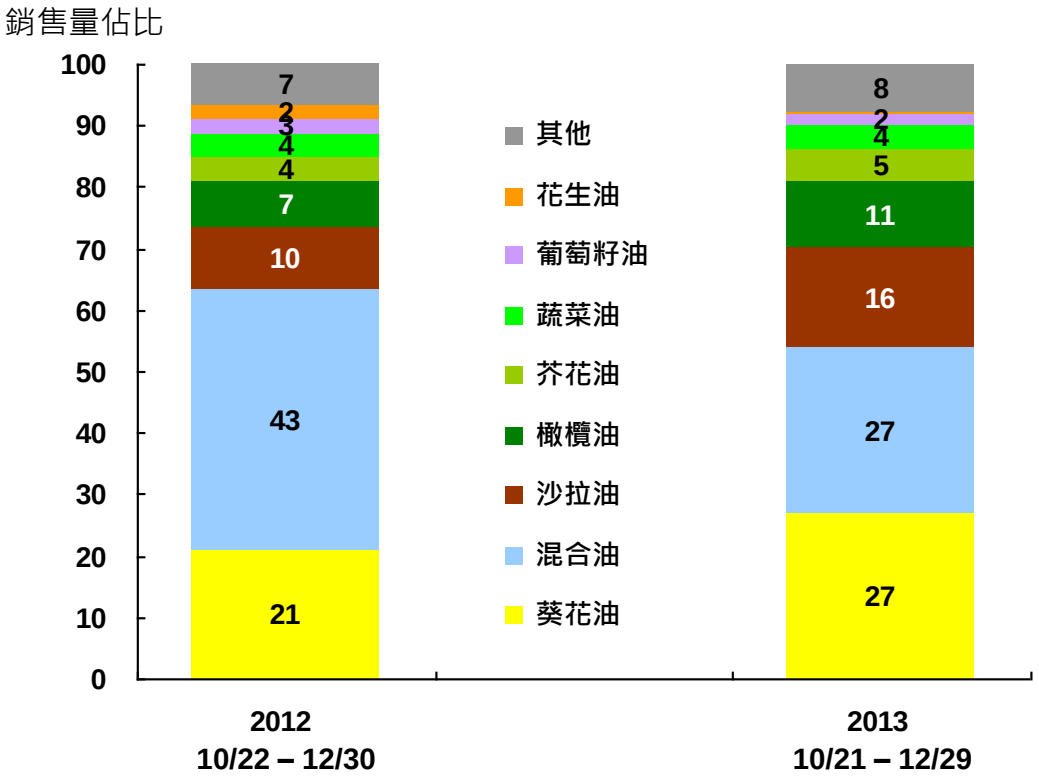
© Kantar Worldpanel

整體食用油區隔表現

12週回推| 整體食用油

混油事件之後，打擊最大的是混合油，年底購買混合油的人數比去年同期減少40%，讓他從市占率超過四成的第一大油種，降為市占不到三成的第二名。

消費者改買純油，對於價位帶在中間或高價的油種如葵花油或橄欖油，消費者接受的平均價格上升了。而低價的沙拉油則是趁此機會降價促銷，也搶下不少市占率。



© Kantar Worldpanel

想了解更多嗎?

	歡迎洽詢我們的商務策略部
	Kantar Worldpanel 凱度消費者研究指數
	Telephone: +886 (2) 2570 0556
	Taiwan@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL

© Kantar Worldpanel