

2024年 香港保健食品市場調查



香港中文大學
The Chinese University of Hong Kong



研究目的

- 2024年，香港中文大學香港亞太研究所（亞太研究所）首次受香港保健食品協會委託進行一項有關香港保健食品市場的調查，旨在：
 - 了解受訪者是否能夠分辨出保健食品和非保健食品（即健康的食物或藥物）；
 - 估計現時香港服用保健食品的人口數目；
 - 了解服用習慣和偏好（例如種類 / 功效 / 服用頻率 / 獲得途徑及考慮的因素等）；
 - 估計現時香港保健食品服用者在兩大類保健食品上的支出；
 - 了解受訪者對獨立管理保健食品的意見；
 - 了解新冠疫情前後的變化（例如受訪者購買的保健食品種類 / 關注的功效）。



背景和樣本資料

調查日期	2024年5月31日至7月11日
調查對象	18歲或以上的香港居民
抽樣方法	電話隨機抽樣訪問（雙框：家居固網和手機電話）
成功樣本	1,005（固網：214；手機：791）
回應率	55.8%（固網：48.7%；手機：57.7%）
樣本誤差	+/-3.09 個百分點（將可信度（confidence level）設於95%，以1,005個樣本計算）
數據加權	所有數據按固網電話及手機號碼被隨機抽中機率及2023年年中18歲或以上人口的性別及年齡分布〔扣除外籍家庭傭工〕進行調整



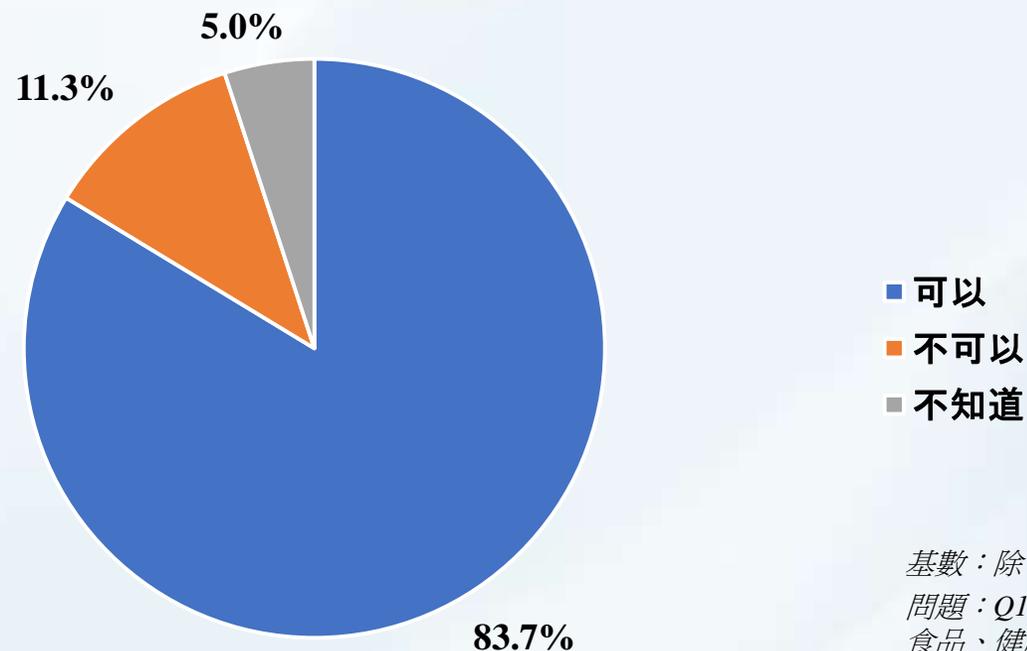
第一部分

對保健食品的認識及意見



受訪者能否分辨出保健食品和非保健食品

- 83.7% 受訪者能夠根據所提供的定義分辨出保健食品和非保健食品（即健康的食物或藥物）



基數：除「拒絕回答」外的所有受訪者 = 1,000
問題：Q1「根據依個講法，你可唔可以分辨出，保健食品、健康嘅食物、同藥物嘅分別呢？」

年齡介乎18至20歲、擁有學士學位或以上的教育程度、為學生、在職人士或待業人士、職業為醫療專業人員，或個人月收入在\$50,001至\$80,000之間的受訪者有較高比例表示他們可區分兩者



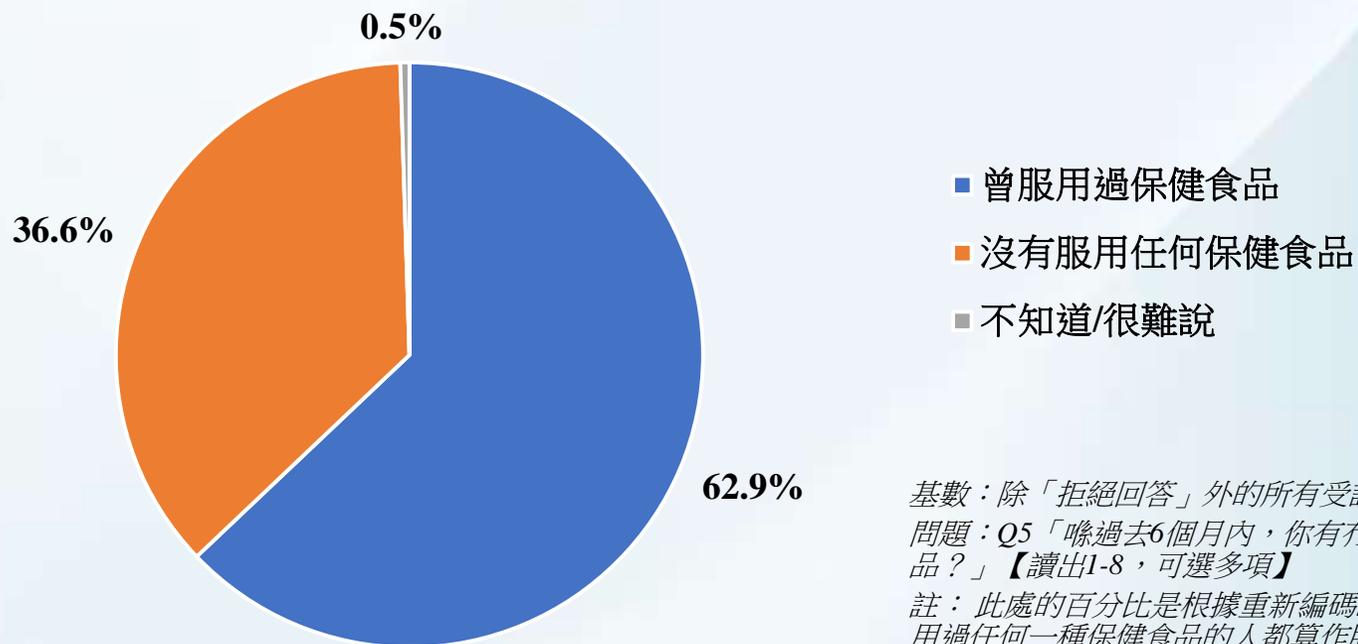
第二部分

服用保健食品的習慣



受訪者曾否於調查前6個月內服用過保健食品

- 62.9%的受訪者在調查前6個月內曾服用過保健食品，而沒有服用過任何保健食品的則有36.6%



基數：除「拒絕回答」外的所有受訪者 = 989

問題：Q5「喺過去6個月內，你有冇服用過以下嘅保健食品？」【讀出1-8，可選多項】

註：此處的百分比是根據重新編碼的數據計算得出的。服用過任何一種保健食品的人都算作服用過保健食品的人。

女性、年齡介乎21至30歲、具有大專或以上教育程度、為學生或在職人士、從事教育專業或個人月收入介乎\$50,001至\$80,000的受訪者，有較高比例表示在調查前6個月內曾服用保健食品



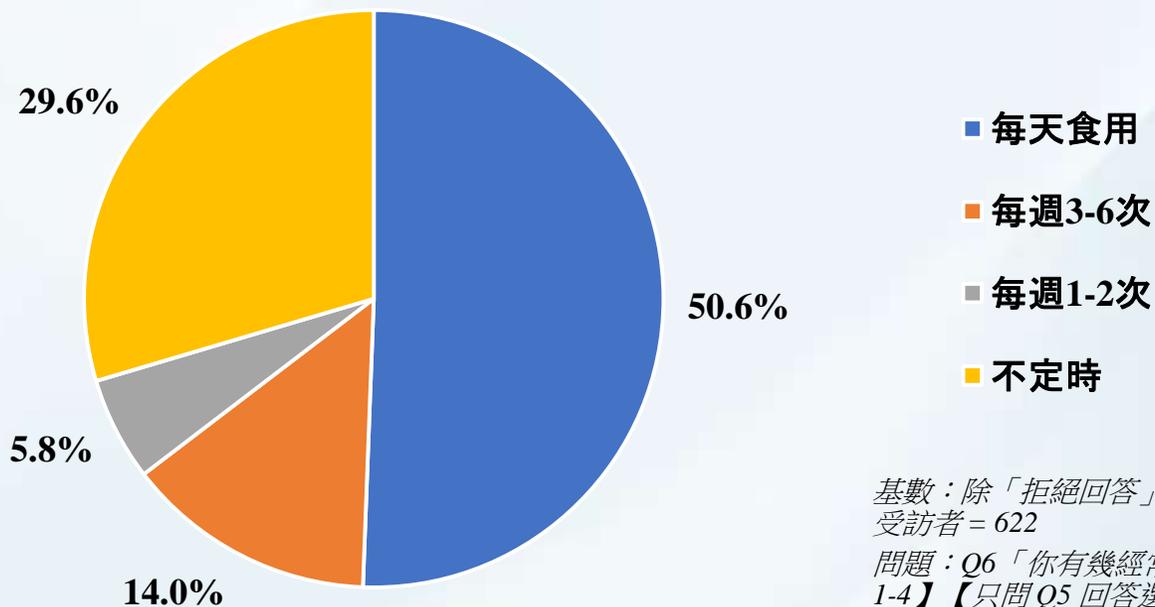
保健食品的種類

1. 中式保健品
(例如靈芝膠囊、蟲草膠囊、銀杏丸、蜂皇漿、人蔘片、姬松茸)
2. NMN
3. 益生菌
4. 維他命或者礦物質
(例如多種維他命、鈣片)
5. 奧美加油系列
(例如魚油或植物油，包括奧美加3, 6, 9, DHA, EPA, ALA, GLA, LA, OA, 亞麻籽油, 魚肝油)
6. 其他西式保健品
(例如葡萄糖胺、山桑子(藍莓素)、軟骨素、紫錐花、葉黃素、綠茶素、茄紅素、MSM、大蒜素)
7. 口服美肌或纖體產品
(膠原蛋白、藤黃果)
8. 其他保健品
(男士健康、女士健康、護肝、補腎、淨血、清肺、頭髮等)



受訪者服用保健食品的頻率

- 在過去 6 個月內服用過保健食品的受訪者中，有50.6%表示會每天服用，而不定時服用的則有29.6%



基數：除「拒絕回答」外，調查前6個月內曾服用保健食品的受訪者 = 622

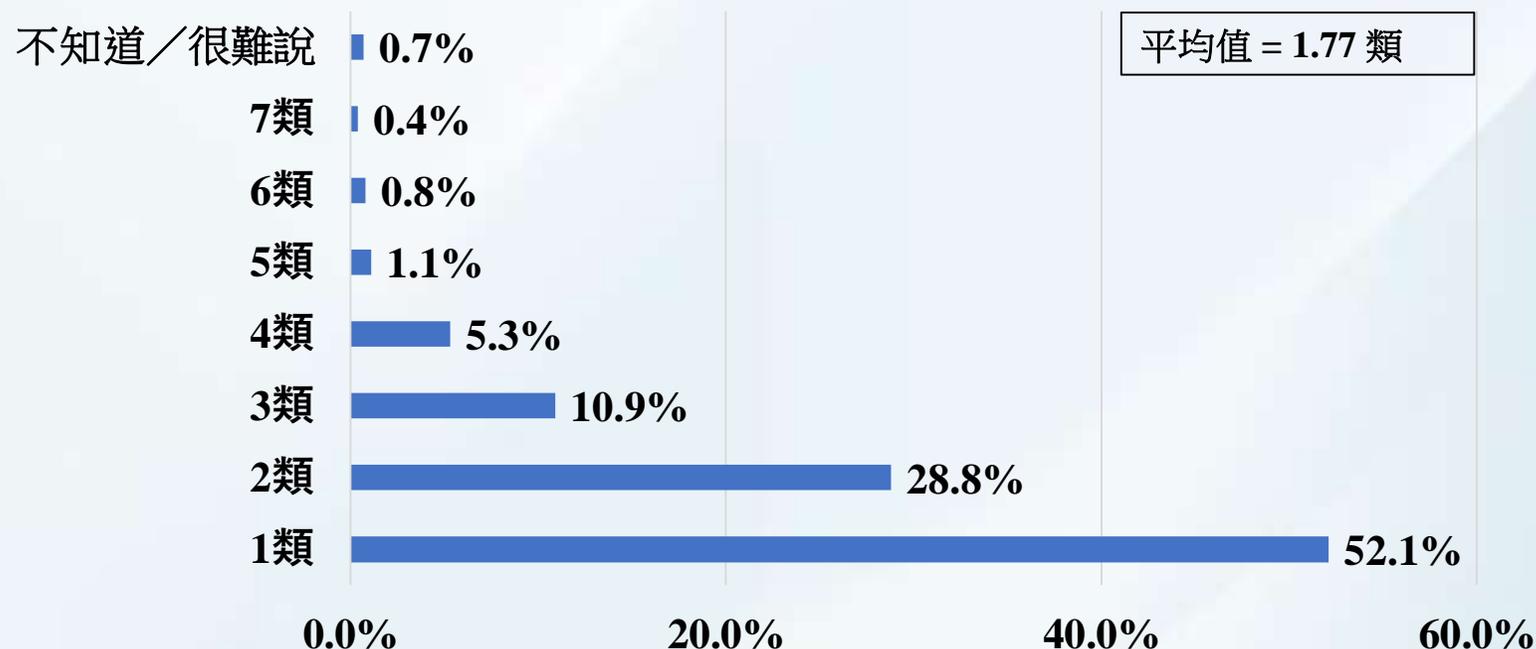
問題：Q6「你有幾經常食用剛才提及嘅保健食品呢？」【讀出1-4】【只問Q5回答選項1至9的人】

70歲或以上、小學或以下教育程度或為退休人士的受訪者，有較高比例表示會每天服用他們的保健食品



每天服用保健食品的受訪者平均每天服用的種類數量

- 在表示會每天食用保健食品的受訪者當中，大多數平均每日會服用一類（52.1%）或兩類（28.8%）保健食品



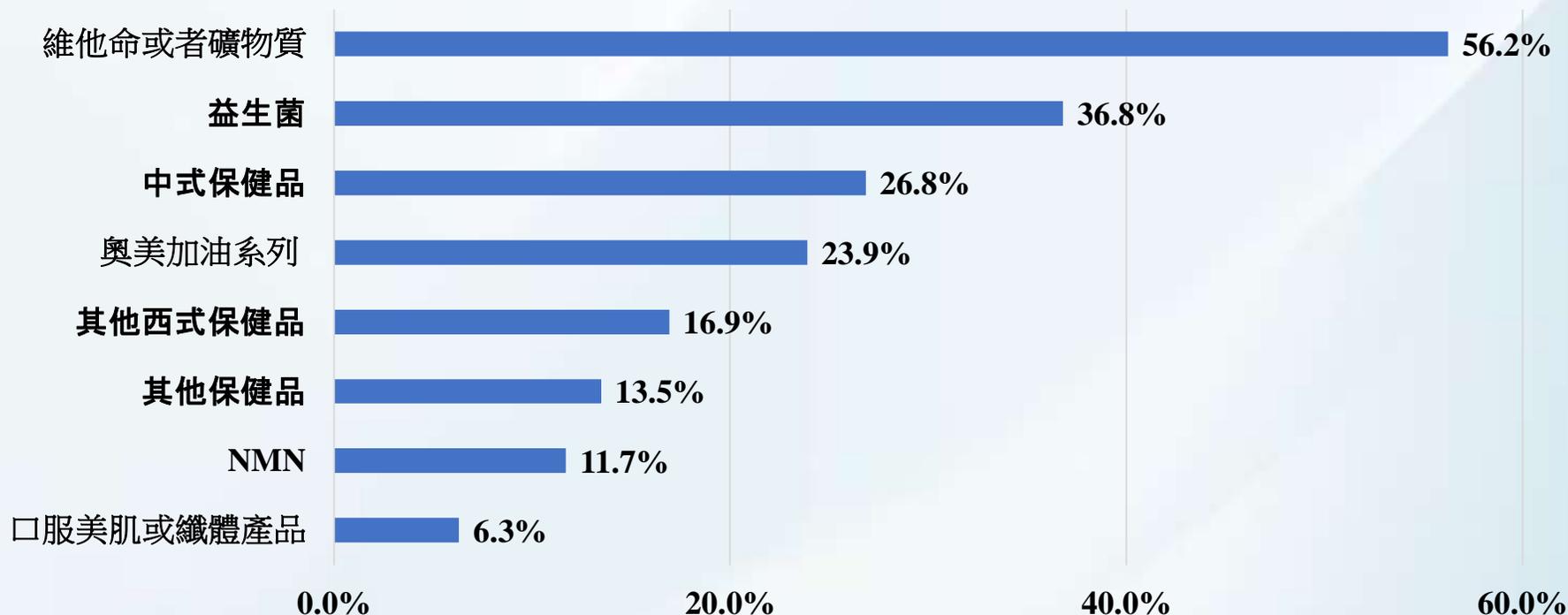
基數：每天服用保健食品的受訪者 = 314

問題：Q7「頭先提及過嘢8大類別嘅保健食品，你平均每日會食用幾多類呢？」【只問Q6回答1「每天食用」的人】



受訪者於調查前6個月內服用過的保健食品種類

- 在過去6個月內曾服用過保健食品的受訪者中, 最多人服用過的保健食品種類是維他命或者礦物質 (56.2%) , 其後為益生菌 (36.8%) 及中式保健品 (26.8%)



基數：在調查前6個月內服用過保健品的受訪者 = 623

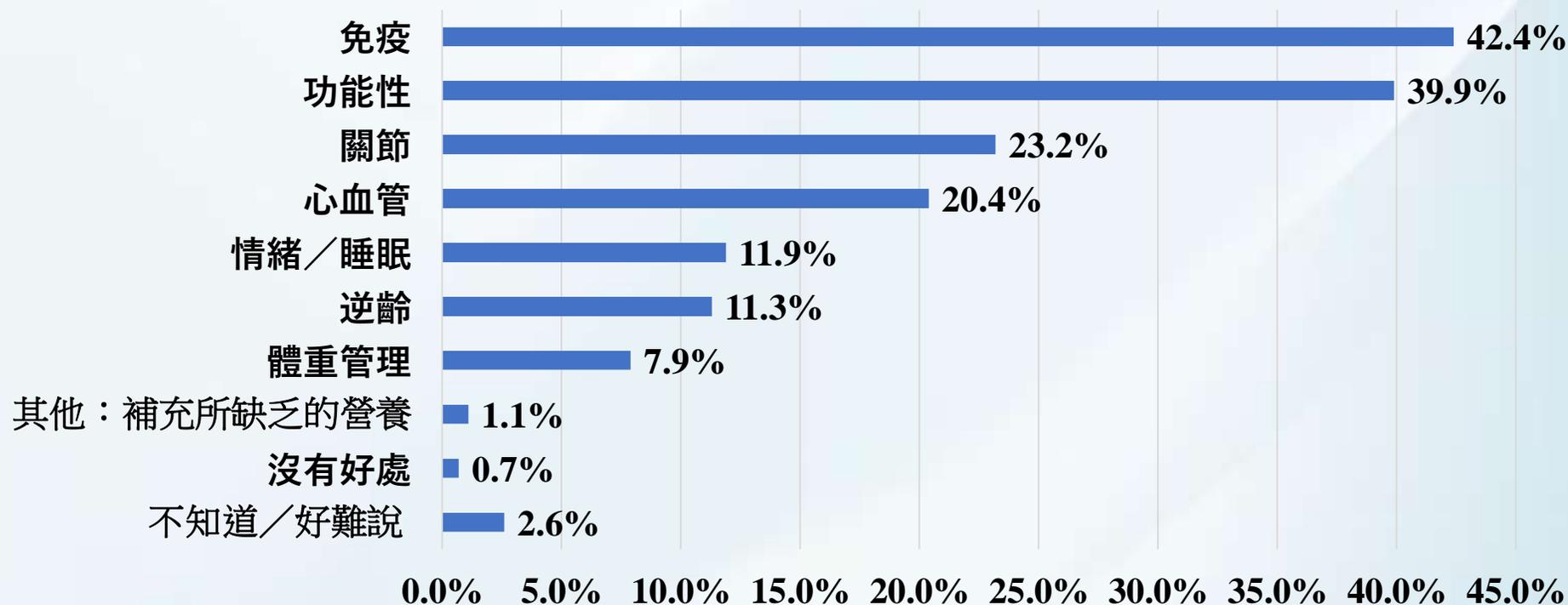
問題：Q5「喺過去6個月內，你有冇服用過以下嘅保健食品？」【讀出1-8，可選多項】

註：以上為佔有效樣本的百分比，因可選多項，總計百分比可高於100%。



受訪者所服用的保健食品的功效

- 在過去6個月內服用過保健食品的受訪者當中，有42.4%表示所服用的保健食品的功效是提升免疫力，其後依次為功能性（39.9%）、關節（23.2%）及心血管（20.4%）



基數：除「拒絕回答」外，在調查前6個月內服用過保健食品的受訪者 = 610

問題：Q10「你現時食緊嘅保健食品有啲乜野功效呢？」【讀出1-7，可選多項】【只問Q5 回答選項1至9的人】

註：以上為佔有效樣本的百分比，因可選多項，總計百分比可高於100%。



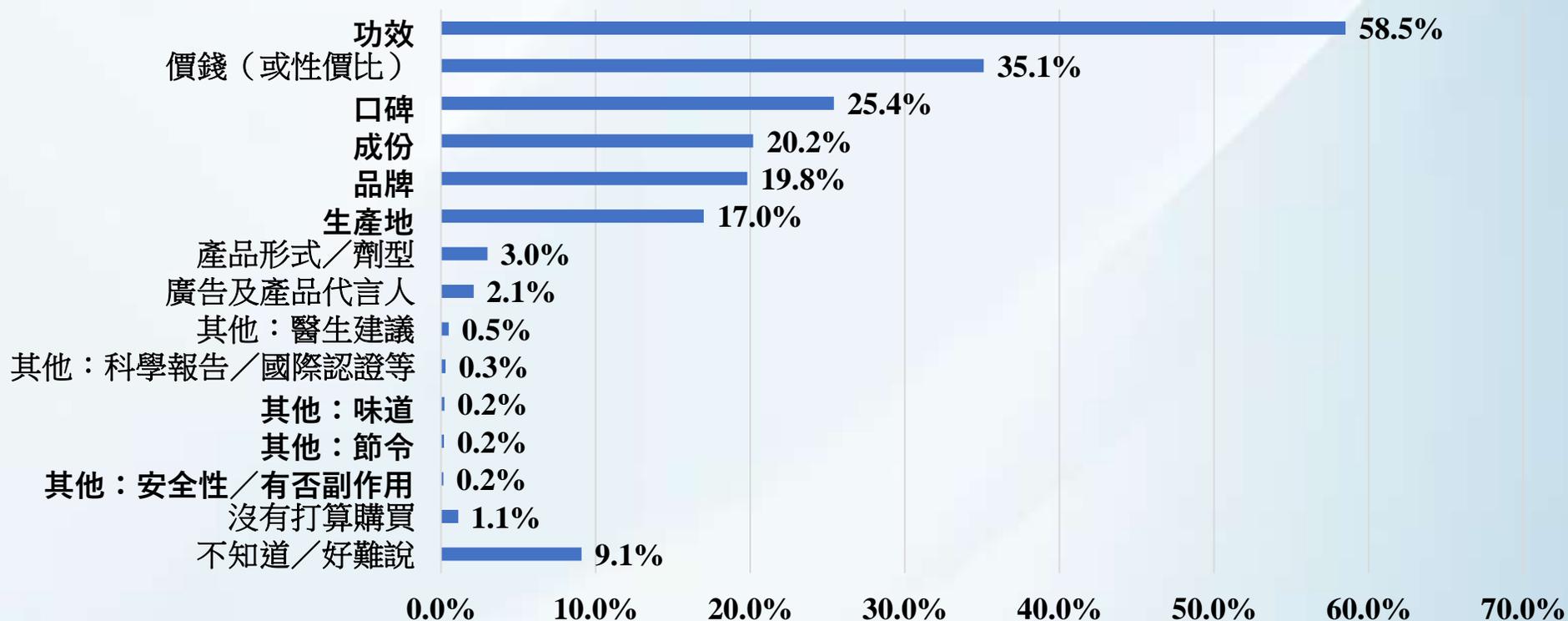
第三部分

保健食品的購買習慣



影響保健品購買決定的最重要因素

- 最多受訪者認為「功效」（58.5%）是影響保健品購買決定的最重要因素，其後依次為價錢／性價比（35.1%）、口碑（25.4%）、成份（20.2%）、品牌（19.8%）及生產地（17.0%）



基數：除「拒絕回答」外的所有受訪者= 980

問題：Q18「當你選擇保健食品時，以下邊個因素最影響你嘅決定呢？」【讀出1-8，最多選三項】

註：以上為佔有效樣本的百分比，因可選多項，總計百分比可高於100%。



中式保健品的每月平均支出

- 在過去6個月內服用過中式保健品的受訪者中，大多數（50.2%）表示平均每月花費\$500或以下購買中式保健品



基數：在調查前6個月內曾服用中式保健品的受訪者 = 167

問題：Q12 「喺過去半年內，你平均每個月用咗幾多錢嚟買中式保健品（例如靈芝膠囊、蟲草膠囊、銀杏丸、蜂皇漿、人蔘片、姬松茸）呢？」【只問Q5 回答1「中式保健品」的人】



西式或其他保健食品的每月平均支出

- 在過去6個月內服用過西式或其他保健食品的受訪者中，大多數（60.8%）表示平均每月花費\$500或以下購買西式或其他保健品



基數：在調查前6個月內服用過西式或其他保健食品的受訪者= 583

問題：Q13「喺過去半年內，你平均每個月用咗幾多錢嚟買西式或其他保健食品呢？」【只問Q5回答選項2至8的人】



保健食品服用者的半年支出計算（港元）

	Year 2024
曾在過去 6 個月內服用過保健食品的人口數目估算	3,939,000 (佔62.9%成年人口 [^])
保健食品服用者每人每月平均支出 #	\$781.59
整體人口中所有保健食品服用者的半年支出估算	約 185億

基數：除「不記得/很難說」及「拒絕回答」外，調查前6個月內服用過保健食品的受訪者 = 587

[^]註：統計處公佈的最新2024年年中成人人口數目（不包括外籍家庭傭工）= 6,259,500



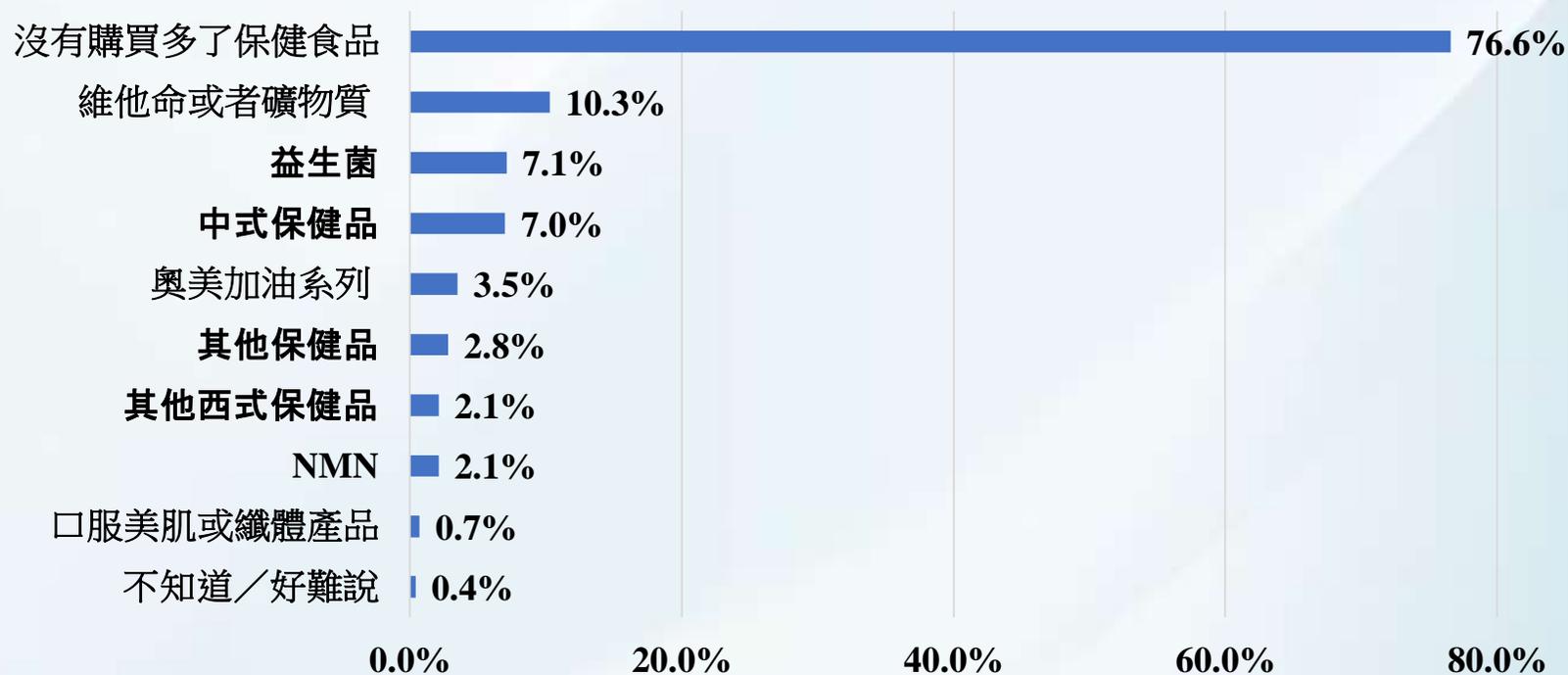
第四部分

新冠疫情影响前后的变化



■ 較新冠疫情前購買多了的保健食品種類

- 23.0%受訪者購買多了保健食品。最多受訪者購買多了的保健食品種類為維他命或者礦物質（10.3%），其後依次為益生菌（7.1%）、中式保健品（7.0%）



基數：除「拒絕回答」外的所有受訪者 = 999

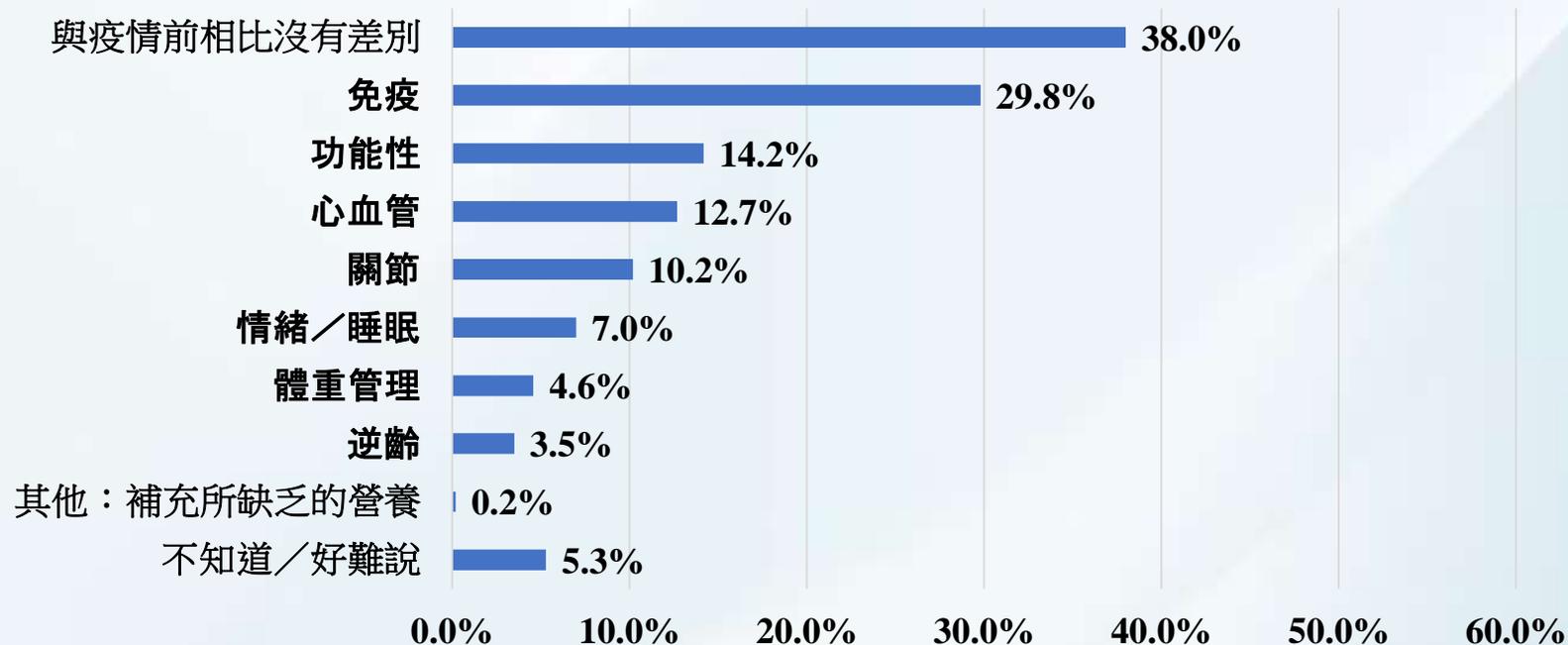
問題：Q15「對比新冠疫情前，你現時有冇購買多咗保健食品呢？如果有，係邊種保健食品呢？」【讀出1-8，可選多項】

註：以上為佔有效樣本的百分比，因可選多項，總計百分比可高於100%。



■ 較新冠疫情前更加關注的保健食品功效

- 29.8%的受訪者表示更關注提升免疫力，其後依次為功能性（14.2%）、心血管（12.7%）及關節（10.2%）。



基數：除「拒絕回答」外的所有受訪者 = 931

問題：Q16「對比新冠疫情前，你現時更關注哪些功效的保健食品？」【讀出1-7，可選多項】

註：以上為佔有效樣本的百分比，因可選多項，總計百分比可高於100%。



謝謝。



香港中文大學
The Chinese University of Hong Kong



免責聲明

1. 本市場調查所提供的資料只作香港保健食品協會（下稱「本會」）會員公司內部參考用途。未經本會書面同意，會員公司不得將本報告及其內容對外發放，不可轉載或作任何形式之商業用途，若有轉載請說明出處。
2. 對於調查所載任何資料的準確性及完整性，本會一概拒絕承認任何隱含的及/或明示的保證，並且不會就此作出任何陳述。對於因使用或依賴是次調查的資料或任何數據，包括但不限於任何錯誤、誤差、遺漏、或侵權性質、誹謗性質或虛假性質的信息或任何其他可導致冒犯或在其他方面引致發生任何追索或投訴的資料或遺漏，而導致之任何損失或損害，本會概不承擔任何有關責任。
3. 閣下查看及使用本調查，即代表閣下經已確認及接納閣下須就本調查的使用，自承風險。對於任何因非法使用、查看或無法使用本調查而產生的直接、間接、附帶、相應而生、特別、懲戒性或懲罰性的損害或有關損失利潤或損失收益的損害賠償，本會概不承擔任何責任。

