

素食及綠色生活習慣 調查報告 2023-2025

亞洲素食展 Vegetarian Food Asia
綠色生活資訊平台 Taste Of Veg

2025年2月

簡介

1.1 報告背景與目的

隨著全球健康意識的提高，以及環境與可持續發展議題的關注增加，素食與綠色生活方式逐漸成為主流趨勢。近年來，香港的素食文化經歷了顯著的轉變，不僅是素食者的數量不斷上升，素食產品和相關產業也快速發展。亞洲素食展及綠色生活資訊平台「Taste of Veg」自2023年起，每年進行一次《素食及綠色生活習慣調查》，透過數據分析，了解市場變化及消費者行為，以提供業界參考。

本報告的目的是綜合2023年至2025年三年的調查數據，分析素食人口的變化、消費者對素食產品的需求趨勢，以及餐飲業界的回應與市場發展機會。透過本報告，業界可獲得最新的市場更新，從而調整商業策略，迎合消費者需求。

1.2 調查方法與樣本描述

本研究採用年度問卷調查方式，由亞洲素食展與「Taste of Veg」於2023年、2024年及2025年分別進行。每年透過網上問卷調查方式收集數據，受訪對象為15歲或以上的香港市民。

調查內容涵蓋以下主要範疇：

- 素食人口的比例及變化趨勢
- 消費者的用餐習慣與素食產品購買行為
- 餐飲業對素食市場的回應
- 素食與健康、環境可持續發展的關聯
- 消費者對本地與進口素食產品的接受度

透過跨年度的數據比較，報告將深入探討市場趨勢及變遷，為餐飲業界及食品製造商提供有力的市場洞察。

1.3 報告結構與主要研究問題

本報告共分為八個主要章節，以全面解析素食及綠色生活市場的發展趨勢。

第1章：簡介 概述本報告的背景、目的、調查方法及結構，並說明研究的核心問題，幫助讀者理解後續章節的分析框架。

第2章：2023–2025 年素食與綠色生活趨勢回顧 本章回顧過去三年內素食與綠色生活習慣的變化，透過數據分析素食人口的增長趨勢，以及消費者對素食的接受度如何影響市場需求。

第3章：2023–2025 年調查數據分析與比較 本章深入比較三年內素食人口結構、消費行為與健康觀點的變化，探討影響素食市場的關鍵因素，並對市場發展趨勢進行綜合分析。

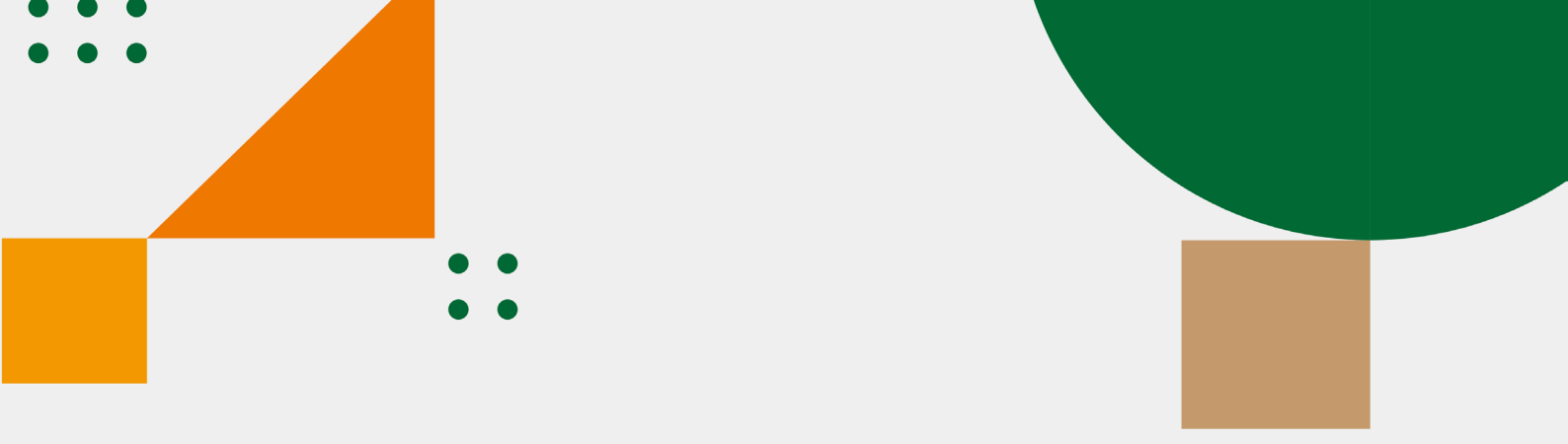
第4章：素食與餐飲業：機遇與挑戰 探討餐飲業如何適應素食市場，包括素食菜單供應狀況、外賣與素食預製菜的市場潛力，並分析業界面臨的挑戰與應對策略。

第5章：素食產品市場與消費行為 分析市場對植物肉、植物奶及非食品類素產品（如個人護理用品、清潔用品等）的需求，並探討消費者的購買習慣及市場潛力。

第6章：素食與環境可持續發展 本章探討素食對環境的影響，包括碳排放減少、水資源保護、土地使用等議題，並分析素食如何與全球可持續發展趨勢掛鉤。

第7章：企業與政府角色：政策與市場推動 討論企業與政府如何透過政策推動素食市場發展，並分析商業機構如何把握機遇，提升競爭力並促進市場成長。

第8章：亞洲素食展與 Taste Of Veg 在推動素食與綠色生活中的角色 透過展覽、業界合作、素食認證與消費者教育，積極推動素



食與綠色生活，提升市場對健康與可持續發展的關注，並促進素食文化的普及與產業成長。

第 9 章：結論與建議 本章總結報告的主要發現，為餐飲業及食品製造商提供具體的市場策略建議，並展望未來素食市場的發展方向與挑戰。

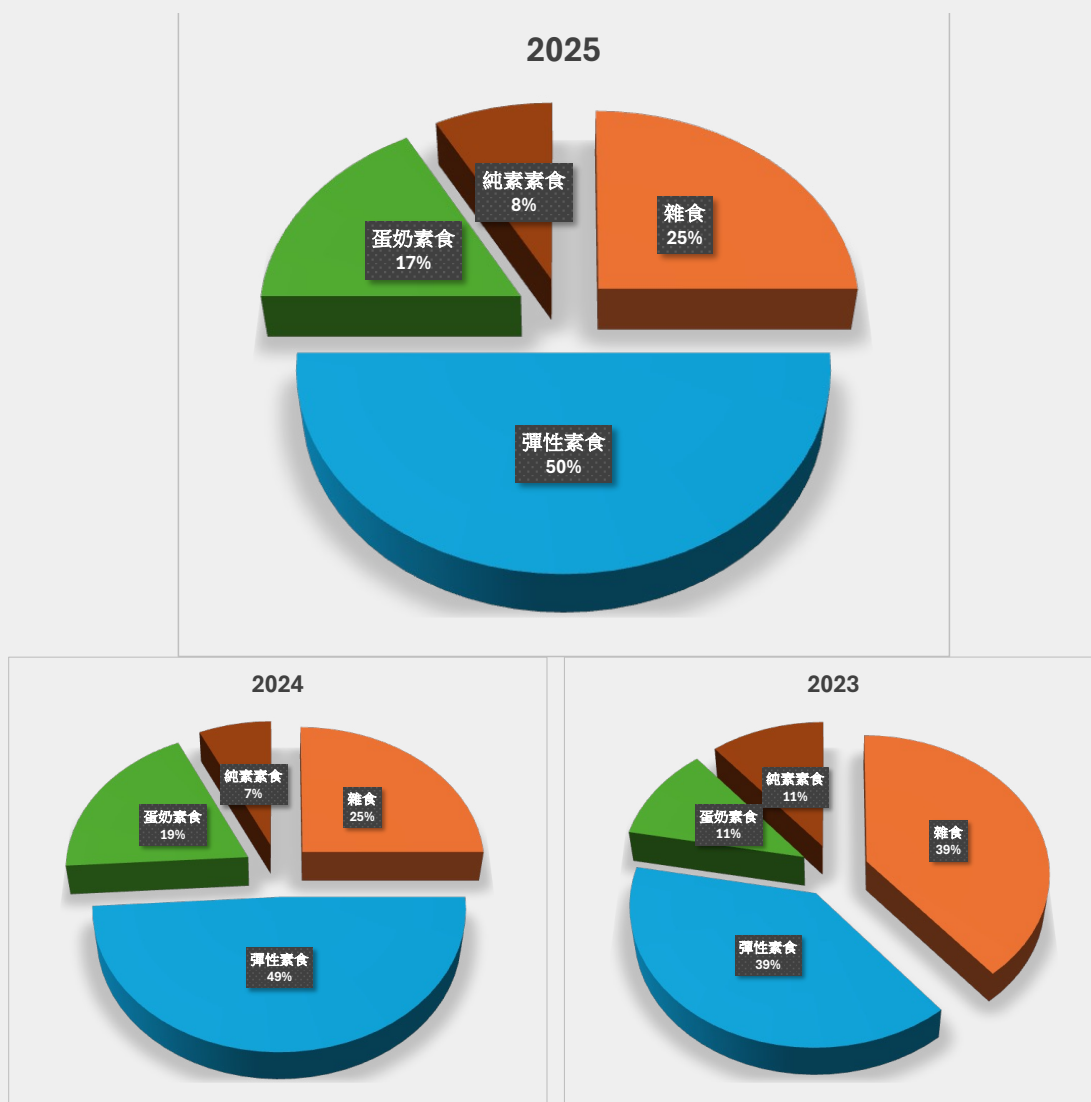
本報告旨在透過全面分析與數據支持，協助餐飲業者、食品製造商、政策制定者及相關行業掌握市場趨勢，發掘商機，並促進素食及綠色生活方式的進一步發展。



素食與綠色生活趨勢回顧

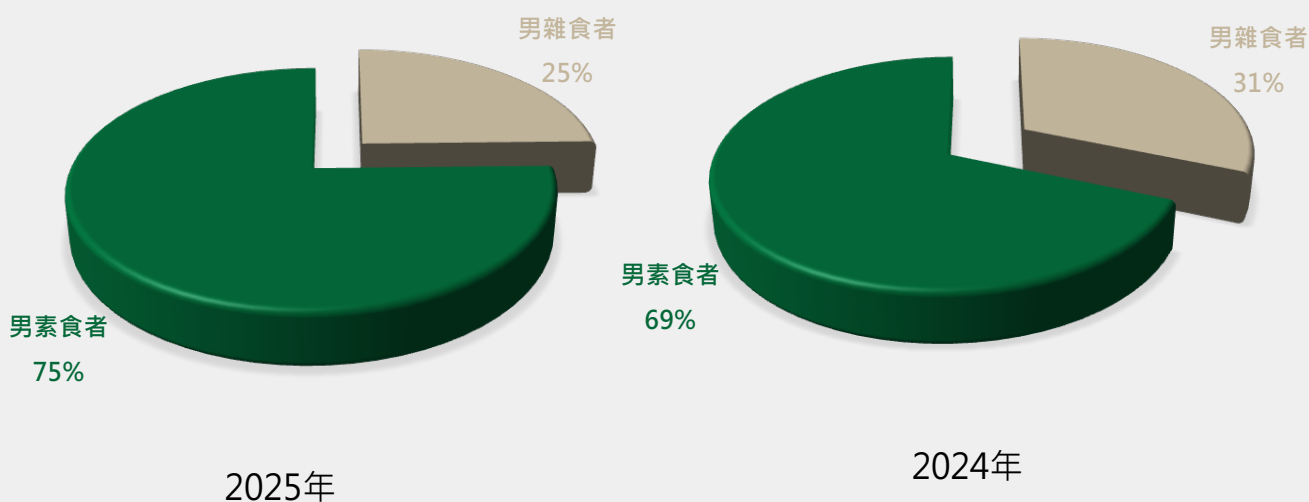
2.1 素食人口增長與變化

根據 2023–2025 年的調查數據，素食人口呈持續增長趨勢。2023 年約有 60% 的受訪者表示有素食習慣。2024 年此比例上升至 75%。2025 年數據顯示，該比例維持在 75%。其中，彈性素食者的比例亦有所提升，從 2023 年的近 60% 增長至 2025 年的 66%。



男性素食人口的增長亦是一大趨勢。2025 年的調查顯示，男性素食者佔全部男性受訪者的 75%，較 2024 年增加 6%。這顯示男性對素食的接受度逐步提升，打破了以往男性與高蛋白肉類飲食緊密相連的刻板印象。

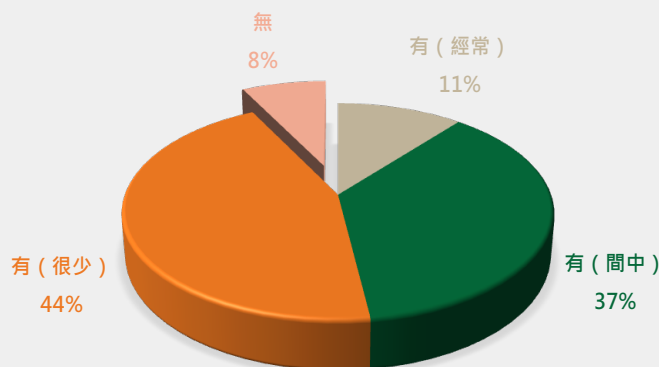
男性素食者：



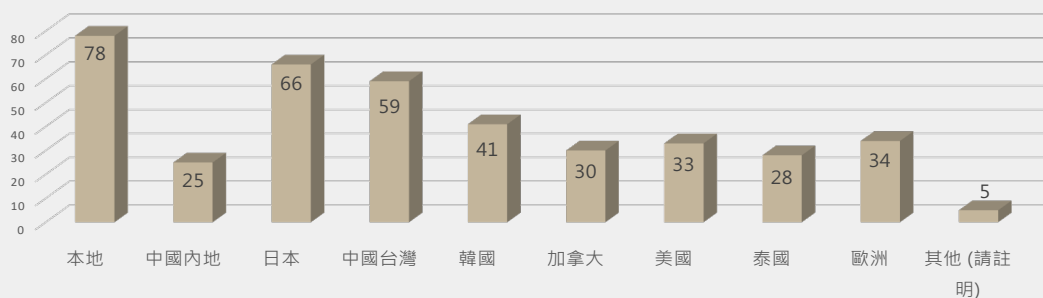
2.2 消費者對素食產品與綠色生活的接受度

調查顯示，消費者對素食產品的接受度逐年提升。2025 年約 92% 的雜食者曾購買素食產品，顯示市場需求穩定。此外，受訪者對本地素食產品更感興趣，2025 年有 78% 表示更傾向購買本地生產的素食產品，主要因為品質有保障（81%）、選擇多樣（58%）及價格實惠（50%）。

雜食者（沒有任何飲食規範之受訪者）有沒有購買素食產品的習慣？



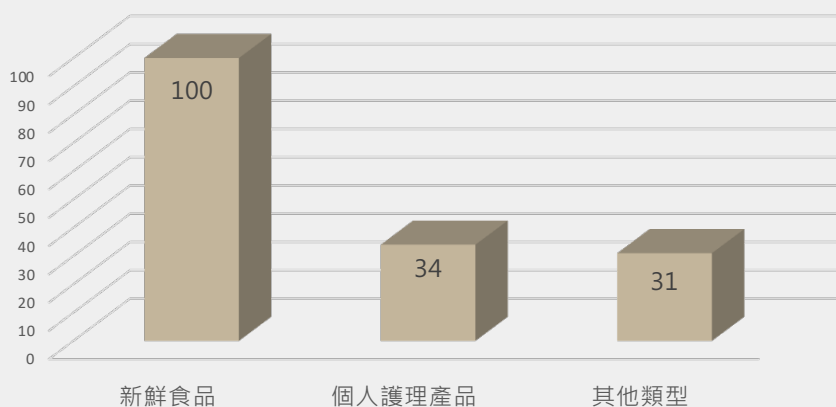
您會對以下哪個產地的素產品更感興趣？（可選多項）



此外，2025 年數據顯示，有 34% 的受訪者在購買化妝品和護膚品時會特意選擇含有植物成分的產品，而 31% 則在選擇清潔用品、衣物和紡織品時也會如此。這表明素食與綠色生活方式的概念已經擴展至非食品類市場。

我們也觀察到，超市與電商平台的素食產品供應量亦逐年增加。

您有興趣購買以下哪款種類的素產品？（可選多項）



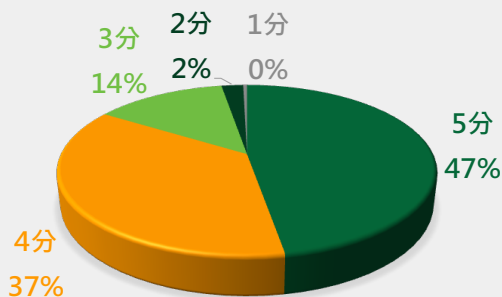
- 100%受訪者會購買素食品(新鮮蔬果、零食、冷藏食品等)
- 34%受訪者會購買個人護理素產品(化妝品、護膚品等)
- 31%受訪者會購買其他類型素產品(清潔用品、衣物、紡織品等)

2.3 ESG（環境、社會與治理）對素食市場影響

ESG（環境、社會與治理）概念的興起進一步推動素食市場的成長。2024年，84%的受訪者認同素食對環境更友善。此外，68%的受訪者因可持續發展因素選擇素食。素食飲食習慣已成為減少碳排放的重要手段，例如每減少攝取200克牛肉，可減少5400克碳排放、節省3091公升水及減少使用65.2平方米的森林*。

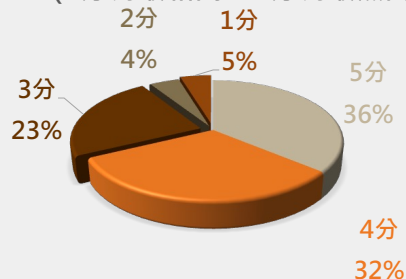
您認為素食對環境更為友善嗎？

(5分為很大程度，1分為很小程度)



您選擇這個飲食主義的原因為可持續發展：

(5分為最相關，1分為最無關)



* 數據來源出處：COWSPIRACY, Water Footprint Network, Scientific American

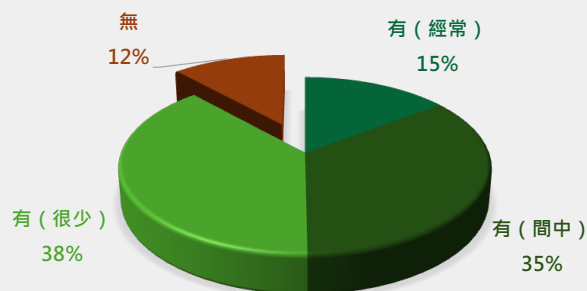
此外，企業對 ESG 的重視亦推動了素食市場的發展。根據 2025 年調查，近 69% 的受訪者認為香港品牌的素食產品供應仍然不足，但有 88% 表示有興趣發掘更多本地品牌的素產品。這顯示，市場對於符合 ESG 標準的素食產品仍有巨大發展空間。

金融機構亦開始將 ESG 作為評估企業表現的標準之一。根據 2025 年的報告，部分投資基金開始將素食相關企業列為「高潛力 ESG 投資標的」，進一步推動市場發展。

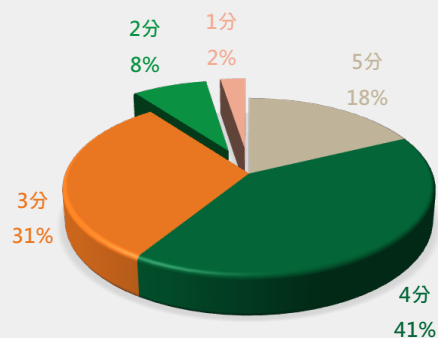
2.4 社會對素食接受度的提升

社會對素食的接受度持續提升。2025 年數據顯示，經常與素食者一同用餐的雜食者達到 98%，並且有 78% 受訪者認同餐廳提供素食菜單有助提升用餐體驗。這反映素食與雜食者之間的飲食選擇正在趨於融合。

雜食者（沒有任何飲食規範之受訪者）有沒有試過在飯聚中，與素食者一同用膳？

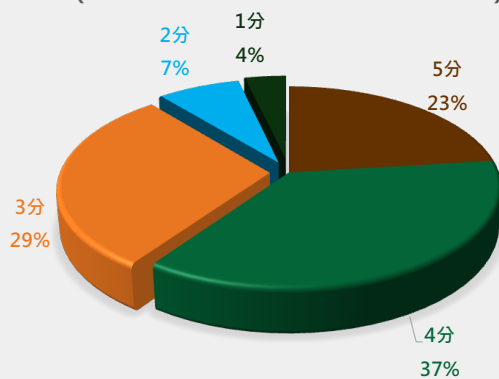


經常與素食者一同用膳的雜食者認同兩者共同外出用餐困難 (5分為最困難，1分為無問題)

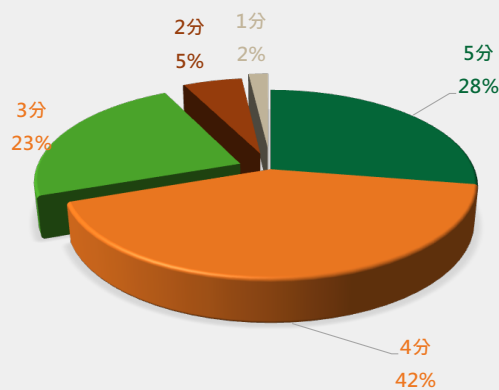


然而，市場仍存在一定挑戰。2025 年的調查顯示，75% 的受訪餐廳仍未提供素食菜式。此外，60% 受訪者認為外出用餐時素食資訊不足，70% 受訪者認為餐廳缺乏素食菜式。這表明，餐飲業仍有極大的市場空間來滿足消費者對素食的需求。

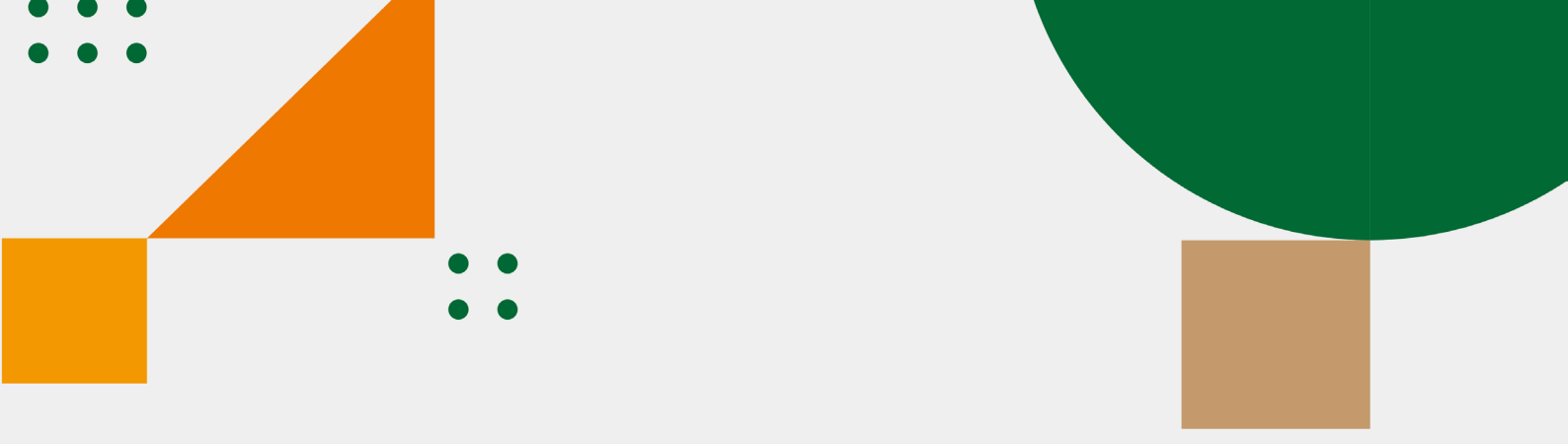
您認同兩者共同外出用餐時會遇到缺乏素食餐廳資訊的情況嗎？
(5分為最認同，1分為最不認同)



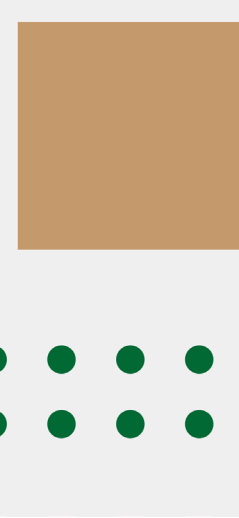
您認同兩者共同外出用餐時會遇到餐廳缺乏素食菜式的情況嗎？
(5分為最認同，1分為最不認同)



總結而言，2023-2025 年的調查結果顯示，素食人口持續增長，消



費者對素食產品與綠色生活方式的接受度提升，ESG 因素推動市場發展，社會對素食的接受度亦在增加。然而，市場仍然存在素食餐飲選擇有限、資訊不足等挑戰，這為企業與政策制定者提供了明確的市場機會與發展方向。



調查數據分析與比較

3.1 素食人口變化（性別、年齡、飲食模式）

素食人口的持續增長趨勢

根據 2023–2025 年調查數據，素食人口持續增長，這顯示了大眾對健康與可持續飲食的認同程度提升。2023 年，約有 60% 的受訪者表示有素食習慣。2024 年，該比例顯著上升至 75%。2025 年的數據顯示，這一趨勢基本穩定，75% 的受訪者仍維持素食習慣。這表明過去兩年內，素食文化的普及已不再僅是短期潮流，而是越來越多消費者長期選擇的飲食方式。

性別差異與轉變

隨著社會觀念的改變，男性對素食的接受程度亦明顯提高。2025 年的調查結果表明，男性素食者佔男性受訪者總數的 75%，較 2024 年上升 6%。這一變化顯示出男性群體不再將素食視為女性主導的飲食選擇，而是開始認識到其對健康和環境的益處。

飲食模式的轉變

2025 年的數據顯示，純素食者佔比從 2023 年的約 10% 下降至 2025 年的 8%。然而，彈性素食者的比例大幅增加，顯示出消費者不再執著於完全純素，而是選擇更加靈活的素食模式，以適應不同生活情境。

3.2 用餐習慣（自煮、外賣、外出用餐趨勢）

自行煮食趨勢與變遷

2024 年，約 80% 的素食者以自行煮食為主要飲食方式。這與他們對飲食健康的高度關注，以及當時市面上的素食外賣選擇較少有關。然而，2025 年數據顯示，這一趨勢發生變化，自行煮食的比

例下降至 65%。這表明，雖然自行煮食仍然是素食者的重要選擇，但市場上的素食外賣及現成食品的普及使得消費者開始轉向更便利的選擇。

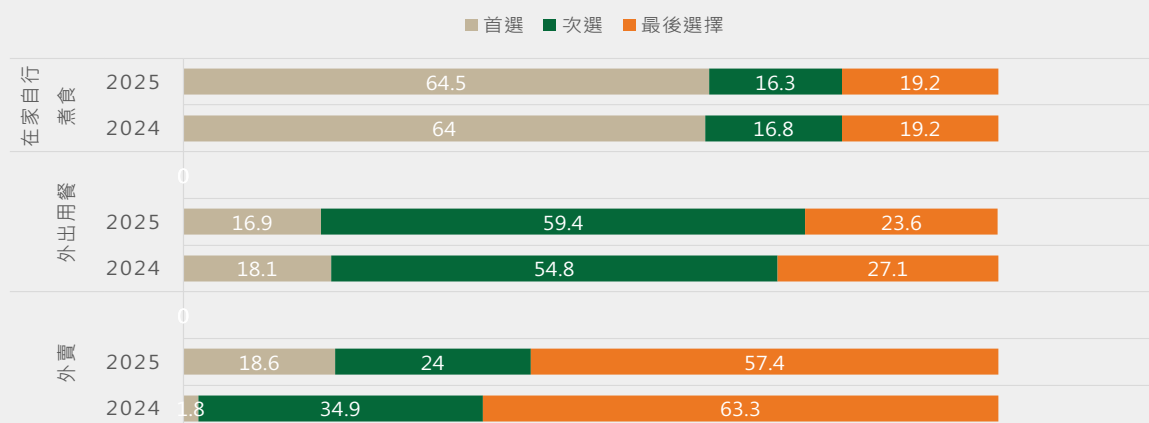
素食外賣市場的崛起

2024 及 2025 年以自行煮食為主要飲食方式的素食者比例相若，約 65%。然而 2024 年素食者首選外賣的比例約 1.8%，可能因市面上的素食外賣選擇較少有關。然而，2025 年數據顯示，這一趨勢發生變化，首選外賣的比例上升至 19%。這表明，雖然自行煮食仍然是素食者的重要選擇，但市場上的素食外賣及現成食品的普及使得消費者開始轉向更便利的選擇。

外出用餐體驗的改善與挑戰

儘管素食市場成長迅速，外出用餐仍面臨一定挑戰。根據 2025 年調查，近 70% 的受訪者認為外出用餐時素食選擇仍然不足。然而，78% 受訪者認同餐廳提供素食菜單能提升用餐體驗，這表明消費者希望在傳統餐廳中看到更多素食選擇。

素食者個人用餐習慣的順序排列



3.3 消費者對素食產品的購買行為

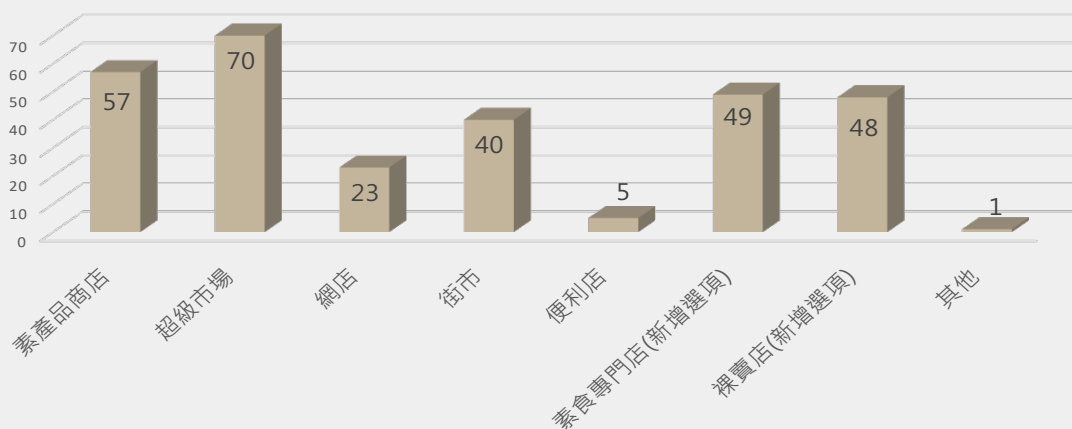
素食產品的購買渠道

過去兩年內，素食產品的購買渠道發生變化。2024年，有64%的素食產品來自超市。2025年，該比例增至70%。此外，專門素食店的市場份額亦有所增加，顯示消費者的購買行為開始多樣化。

您通常在哪裡購買素食產品？（可選多項）



您通常在哪裡購買素食產品？（可選多項） - 2025

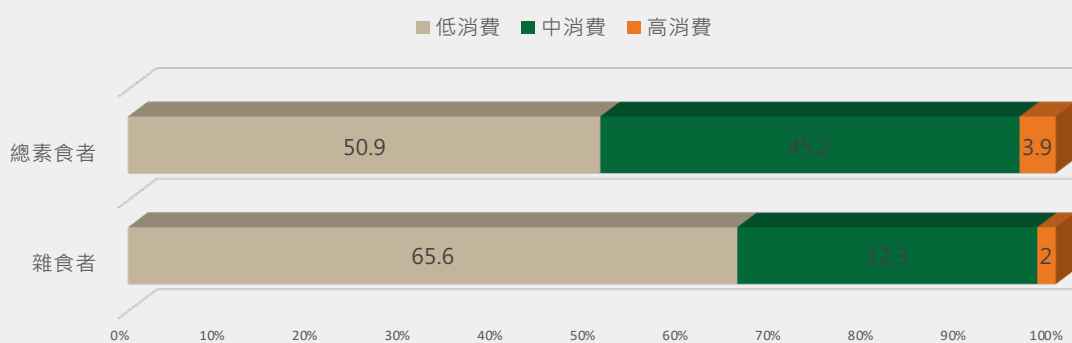


3.4 素食市場消費力與經濟影響

素食消費力提升

數據顯示，素食者的消費能力普遍較高。2025 年，49% 的素食者被歸類為中高消費群體，比雜食者高出 15%。

總素食者及雜食者的消費力



素食市場的經濟影響

素食產品市場的增長不僅影響消費者行為，還帶動了經濟發展。根據 2025 年調查，78% 受訪者對本地生產的素產品更感興趣，這主要是因為本地生產的素食產品在品質保證（81%）、選擇多樣（58%）及價格實惠（50%）方面具有優勢。

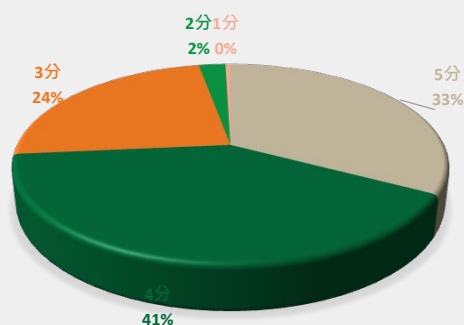
3.5 消費者對素食與健康的認知變化

素食與健康的關聯認知

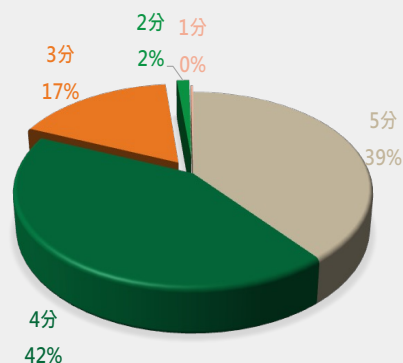
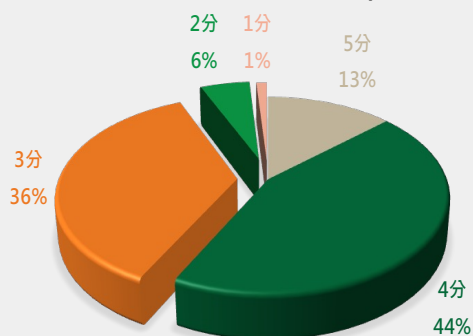
2025 年，約 74% 的受訪者認為素食對健康有益。當中，81% 的素食者認為素食改善健康狀況，而 57% 的雜食者亦有相同看法。

您認為素食令身體變得健康嗎？

(5分為很大程度，1分為很小程度)



素食令身體變得健康嗎？
(5分為很大程度，1分為很小程度)

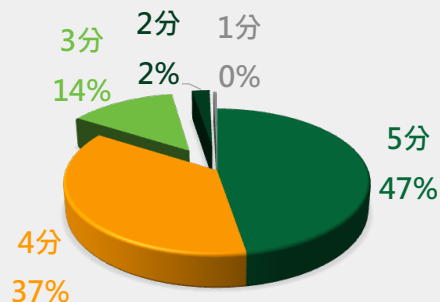


環境與健康的關聯

2024 年的數據顯示，84% 的受訪者認同素食對環境更友善。此外，68% 的受訪者因可持續發展因素選擇素食，這反映出消費者越來越認識到素食與環境保護的緊密關係。

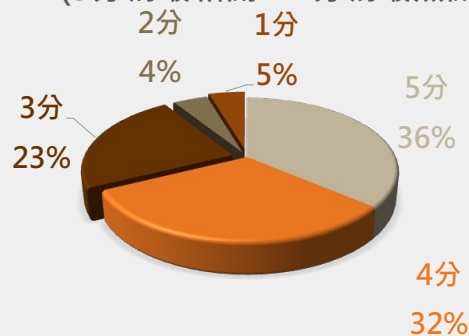
您認為素食對環境更為友善嗎？

(5分為很大程度，1分為很小程度)



您選擇這個飲食主義的原因為可持續發展：

(5分為最相關，1分為最無關)



綜合 2023–2025 年調查結果，素食市場的增長趨勢明顯，消費者行為逐步改變。隨著素食產品與服務的增加，市場需求將繼續擴大，為未來素食產業的發展提供更多機會與挑戰。

素食與餐飲業：機遇與挑戰

4.1 餐廳對素食者需求的適應與挑戰

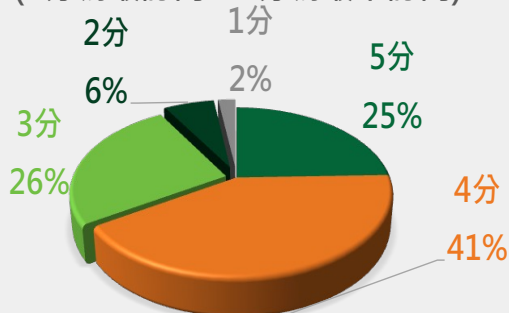
素食需求的增長與市場變化

近年來，素食市場的快速增長使得餐飲業不得不關注這一新興需求。根據 2023–2025 年的調查數據，素食人口逐年增加，這反映出大眾對健康飲食及環保議題的關注提升。2023 年，約 60% 的受訪者表示定期茹素；2024 年，該比例大幅上升至 75%；而 2025 年，這一趨勢持續，75% 的受訪者仍維持素食習慣。這表明，素食已不僅僅是特定族群的飲食選擇，而是更廣泛地滲透進社會各階層，餐飲業也需相應調整策略。

您認同兩者共同外出用餐時

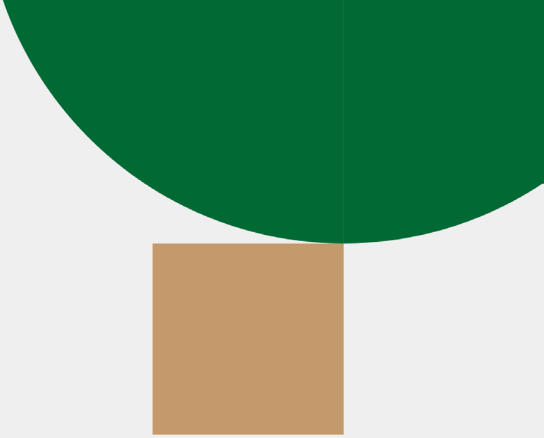

會遇到餐廳缺乏素食菜式的情況嗎？

(5分為最認同，1分為最不認同)



餐廳在轉型過程中的主要挑戰

儘管市場需求明顯增加，但許多餐廳仍然難以適應素食消費趨勢。2025 年的調查數據顯示，75% 的受訪餐廳目前仍未提供素食菜式。在這些餐廳中，88% 表示其廚房資源有限，難以同時處理葷素餐點；71% 的餐廳認為素食菜色的成本較高，不符合其現有商業



模式；53%的餐廳則指出，其現有菜單風格與素食不匹配，調整成本較高。

此外，素食供應鏈的問題也限制了餐廳的轉型速度。由於素食食材的特殊性，許多餐廳發現，取得高品質的素食原材料比傳統肉類食材更加困難，這進一步增加了餐廳經營壓力。若要讓更多餐廳加入素食市場，業界需要有更完善的供應鏈支持，政府或業界組織也可提供資源來促進市場發展。

4.2 餐廳素食菜單供應狀況與消費者回饋


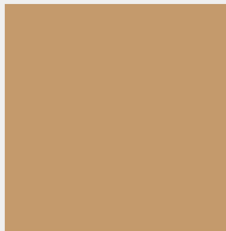
市場對素食菜單的需求

隨著素食人口的增長，越來越多消費者希望在外出用餐時能夠獲得更多素食選擇。然而，根據2024年的調查數據，67%的受訪者認為市面上可選擇的素食菜色仍然不足。這對於想要滿足顧客需求的餐廳來說，無疑是一個值得關注的問題。

消費者對餐廳素食選擇的期待

2025年的調查顯示，78%受訪者認為餐廳應提供素食菜單，以迎合市場需求。這一現象表明，素食正逐步從「特別需求」轉變為主流飲食選擇，餐廳需要調整其定位來滿足消費者的期望。

然而，餐廳經營者仍然面臨許多實際困難。例如，部分廚房設備無法同時處理葷素食材，這使得添加素食選項的成本上升。此外，一些廚師缺乏素食烹飪經驗，需要額外培訓才能推出更具吸引力的素食菜色。



4.3 外賣與素食預製菜的市場潛力

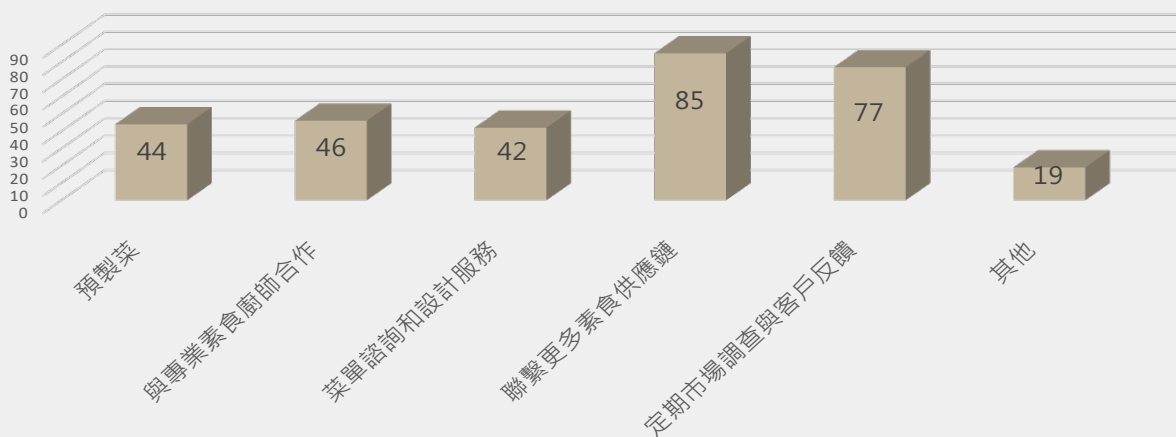
素食外賣市場的增長趨勢

隨著消費者生活節奏加快，外賣市場在過去一年迅速增長。根據 2024 年的調查數據，約 2% 的素食者選擇外賣作為主要用餐方式之一。到了 2025 年，這一比例進一步增至 19%，增幅達到 15%。這顯示出素食外賣市場的發展潛力巨大，並可能成為餐飲業下一個成長點。

素食預製菜市場的機遇

除了外賣市場外，素食預製菜（Ready-to-cook meals）也成為新興趨勢。2025 年的數據顯示，46% 的受訪餐廳計劃與專業素食廚師合作，開發素食預製菜，以滿足消費者對健康、便利與快速飲食的需求。此外，85% 的餐廳表示，與更多素食供應鏈合作能夠幫助他們拓展市場。

您認為以下哪種方法能夠幫助餐廳製作素菜式？（可選多項）





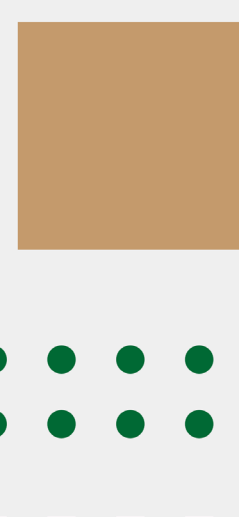
4.4 餐飲業對素食趨勢的回應與未來發展方向

餐廳策略的轉型與創新

隨著市場對素食的需求增加，部分餐廳已開始嘗試調整經營模式，以迎合新興消費者需求。2025年調查顯示，77%的受訪餐廳曾經有顧客詢問是否提供素食選項，顯示出市場需求的迫切性。然而，目前仍有近三分之一的餐廳對素食市場缺乏明確規劃，顯示業界仍需進一步適應市場變化。

未來展望

整體而言，2023–2025年的數據顯示，素食市場的需求持續增長，餐飲業者必須適應新興趨勢，調整經營模式，提供更多元的素食選擇。透過更靈活的商業策略、與供應鏈的合作，以及政府的政策支持，素食市場將持續擴展，並為消費者帶來更豐富的飲食選擇。



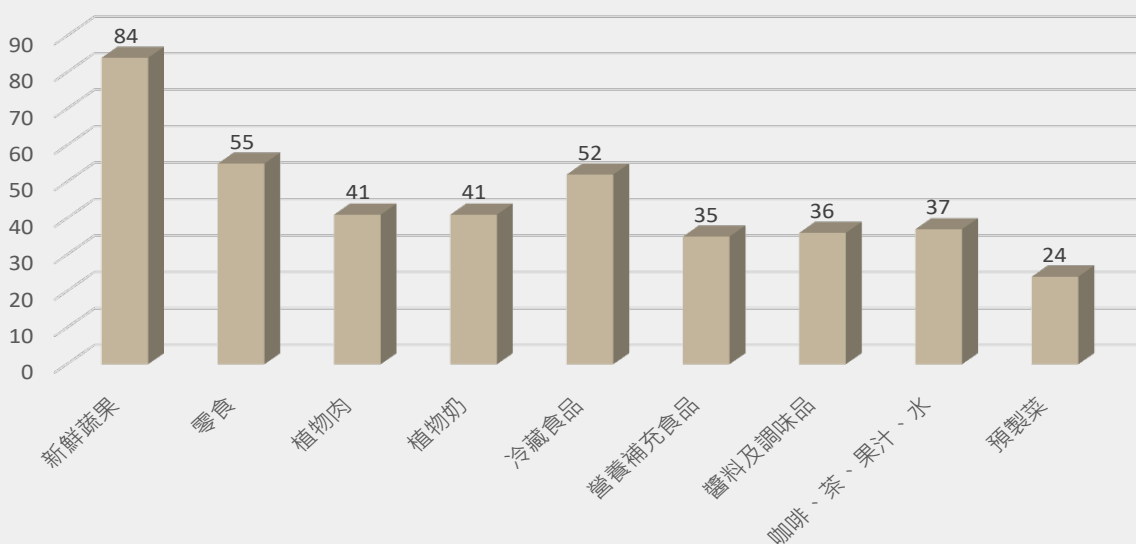
素食產品市場與消費行為

5.1 植物肉與植物奶的市場接受度

市場需求與消費者接受度

近年來，植物肉與植物奶市場的成長速度驚人，主要受到健康意識提升及環保觀念普及的推動。根據 2023–2025 年的調查數據，超過 80% 的受訪者曾經嘗試過植物肉或植物奶。其中，2025 年有 41% 的消費者表示曾購買植物肉及植物奶產品。此現象顯示，消費者對替代性乳製品的接受度逐年增加，尤其是在對乳糖不耐症及環保意識提升的影響下，市場規模持續擴大。

您有興趣購買以下哪款種類的素產品？（可選多項）



植物奶市場亦出現顯著增長。2023 年，68% 的受訪者曾購買植物奶；2024 年該比例提升至 74%；2025 年更達到 79%。此現象顯示，消費者對替代性乳製品的接受度逐年增加，尤其是在對乳糖不耐症及環保意識提升的影響下，市場規模持續擴大。

5.2 素食產品購買渠道與偏好

主要購買渠道

素食產品的銷售渠道逐漸多元化，涵蓋大型連鎖超市、素食專門店、電商平台及傳統市場。2024 年，超市仍為主要購買渠道，有 64% 的素食產品來自超市。2025 年，該比例增至 70%。

消費者購買習慣與考量

2024 年的數據顯示，購買素食產品時，消費者最關心的因素包括價格（76%）、味道（69%）及營養價值及功效（67%）。此外，42% 的受訪者表示，他們更考慮購買標示「含純素認證」的產品。



5.3 本地品牌素食產品的市場需求與機遇

本地品牌的競爭優勢

隨著消費者對素食產品的需求上升，本地品牌開始崛起，並與國際品牌競爭。2025 年的數據顯示，78% 的受訪者對本地生產的素食產品更感興趣，主要原因包括：

- 81% 認為本地品牌品質有保障
- 58% 認為本地品牌的產品選擇較多
- 50% 認為價格較為實惠

市場發展機會與挑戰

儘管本地素食品牌市場發展潛力大，仍面臨一定挑戰。2025 年，69% 的受訪者認為香港品牌的素產品供應仍然不足。此外，88% 的受訪者表示希望發掘更多本地品牌的素產品。這表明，本地企業若能夠擴展生產規模，並提升產品種類與品質，將有望在市場中佔據更大份額。

未來發展趨勢

隨著 ESG（環境、社會與治理）概念的普及，企業對可持續發展的重視日益增加。不少消費者願意支付更高價格購買符合環保標準的素食產品。這為本地品牌提供了新的機遇，透過環保包裝、永續採購與綠色生產，吸引更多關注可持續發展的消費者。

綜合來看，素食產品市場正在快速增長，無論是食品類或非食品類產品，消費者對品質、品牌信譽及環保標準的關注度均逐年提高。本地品牌若能抓住市場機遇，優化供應鏈與產品開發，將能在競爭激烈的素食市場中獲得更大成功。

素食與環境可持續發展

6.1 素食對碳排放、水資源與森林保護的影響

減少碳排放

素食飲食方式對於降低碳排放具有顯著影響。根據 2025 年的調查數據，超過 84% 的受訪者認同素食有助於減少環境污染和溫室氣體排放。研究顯示，每減少攝取 200 克牛肉，可減少 5,400 克碳排放，這相當於一輛汽車行駛約 20 公里所排放的二氧化碳。

此外，根據科學期刊《Nature Food》的報告，畜牧業佔全球總碳排放量的 14.5%，而素食飲食可減少高達 50% 的碳足跡。由於植物性食物的生產比肉類更有效率，轉向素食可顯著降低個人碳足跡。

節約水資源

畜牧業不僅排放大量溫室氣體，也消耗驚人的水資源。每生產 1 公斤牛肉需耗費 15,400 公升的水，而相同重量的大豆僅需 1,800 公升水。這表示，選擇植物性食物有助於節約水資源，提高全球淡水供應的可持續性。

根據聯合國糧農組織（FAO）的報告，全球約 70% 的淡水資源用於農業，其中畜牧業佔據了極大比例。若全球人口減少肉類攝取，將有助於降低淡水資源的壓力，改善水資源分配。

保護森林與生物多樣性

畜牧業為了放牧與種植飼料作物（如大豆），導致大規模森林砍伐。2023 年調查數據顯示，超過 65% 的受訪者認為素食有助於保護森林與生態環境。根據《科學》期刊的研究，全球森林損失中，80% 與畜牧業相關，尤其是在亞馬遜雨林區域。

如果人類飲食模式從肉類轉向素食，可減少對土地的需求，保護更

多生態環境，降低物種滅絕的風險。這對於維護全球生物多樣性至關重要。

6.2 素食與氣候變化的關聯

減少甲烷排放

甲烷 (CH₄) 是一種強效溫室氣體，其影響力是二氧化碳的 28 倍，而全球約 40% 的甲烷排放來自畜牧業。有研究指出減少肉類消費能有效抑制氣候變遷。

根據美國環保署 (EPA) 的報告，牛隻和其他反芻動物透過腸道發酵產生大量甲烷，這是全球氣候變遷的重要推手。相比之下，植物性飲食的甲烷排放幾乎可忽略不計，因此素食飲食對減少全球變暖有明顯貢獻。

降低農業溫室氣體排放


根據 2024 年聯合國政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 報告，農業生產佔全球人為溫室氣體排放量的 26%。其中，肉類生產佔據了絕大部分，而植物性食品的生產通常能減少高達 90% 的排放量。

例如，研究顯示，生產 1 公斤牛肉會產生約 60 公斤的碳排放，而同樣重量的豌豆僅產生 1 公斤碳排放。這證明，轉向素食有助於減少全球碳排放，減緩氣候變遷的影響。

6.3 企業如何透過素食產品促進可持續發展

企業對可持續發展的影響

隨著 ESG (環境、社會與治理) 概念的普及，企業逐漸關注如何透過素食產品來提升環保效益。全球許多食品公司開始推出環保素食



產品。例如，國際食品品牌 Beyond Meat 與 Impossible Foods 專注於植物肉技術，減少畜牧業對環境的影響。根據統計，植物肉的碳排放量比傳統肉類少約 90%，用水量減少 70%，土地使用量降低 95%。

供應鏈的可持續轉型

企業若能建立可持續供應鏈，將能降低生產過程中的碳足跡。這意味著，從農業生產到終端銷售，企業可透過採購本地種植的有機農產品、減少包裝浪費，以及使用可再生能源來降低環境影響。

政府與企業合作推動可持續素食

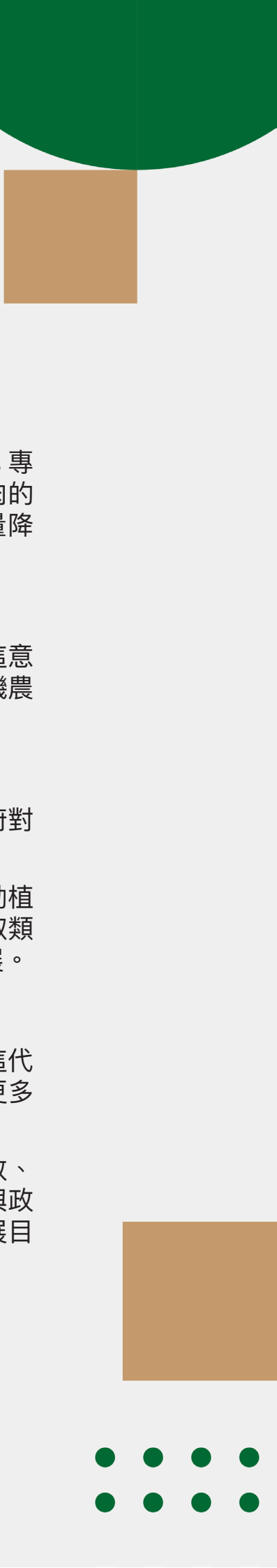
政策支持對企業的可持續發展至關重要。我們或可以考慮由政府對環保素食企業提供補貼，以降低產品價格，提高消費者接受度。

例如，歐盟已推出「綠色新政」（Green Deal），其中包括推動植物性食品的發展，以減少農業對環境的影響。若更多政府能採取類似政策，企業將能夠更順利地轉型，推動可持續飲食模式的發展。

未來展望

隨著全球環保意識的提升，素食市場的可持續發展潛力巨大。這代表未來企業若能提供高品質、低碳排的素食產品，將能夠吸引更多關注環保的消費者。

總結來看，素食對環境可持續發展具有深遠影響，從減少碳排放、節約水資源到降低森林砍伐，均能為地球帶來積極改變。企業與政府若能合作推動素食市場的發展，將能有效促進全球可持續發展目標的實現。



企業與政府角色： 政策與市場推動

7.1 企業在推動素食市場的角色

企業如何影響素食市場發展

隨著全球消費者對可持續發展的關注日益增加，企業在推動素食市場的發展中扮演關鍵角色。部份消費者表示更傾向購買來自具有環保理念企業的素食產品。這顯示企業若能提供符合環保標準的素食產品，將能獲得更高的市場認可度。

投資與技術創新

許多食品企業開始投資於植物性食品技術，開發更符合消費者需求的替代品。例如，Beyond Meat 和 Impossible Foods 等公司致力於生產口感接近傳統肉類的植物肉，這類產品的碳排放量比傳統肉類少 90%，用水量減少 70%，土地使用量降低 95%。這類創新不僅有助於環境保護，也推動了消費市場對植物性食品的接受度。

部份食品企業計劃在未來增加對植物性食品的研發投資，以迎合消費者對健康與環保食品的需求。這些投資涵蓋植物基乳製品、替代性蛋白質及素食即食食品等領域。

行銷與市場教育

企業的市場推廣策略對消費者接受度影響深遠。若品牌能清楚標示產品的環保與健康益處，他們將更有可能選擇該品牌。因此，企業透過標籤認證、產品包裝資訊與社群媒體行銷，可有效提高素食產品的市場競爭力。

7.2 政府政策對素食市場的影響與支持

政府對素食產業的政策支持

各國政府開始採取不同措施來促進素食市場的發展。政府若能提供補貼，以降低素食產品價格，使其更具競爭力。此外，政府若能推動更明確的食品標示規範，如「純素」、「植物基」等標籤，也將有助於消費者識別和選擇素食產品。

環境政策與法規影響

根據歐盟「綠色新政」(Green Deal)，歐盟政府已將推廣植物性食品納入其環保政策，目標是減少農業排放對氣候變遷的影響。與此類似，2024年，英國政府推出了一項計畫，鼓勵學校與公立機構採購更多植物性食品，以減少碳排放。

公共機構的角色

除了政府政策，公共機構也可透過教育與倡導來推動素食市場的發展。學校、日間照顧中心與醫療機構等兼有提供飯餐的機構能提供更多素食選擇，以提高大眾對素食的接受度。

7.3 企業與政府合作機會

產業聯盟與政府合作計畫

企業與政府的合作將有助於推動素食市場的長遠發展。例如，2024年，美國農業部(USDA)與食品企業合作推出「植物基創新計畫」，提供研發資助以促進素食技術發展。這類計畫可為企業提供更多資源，加速植物性食品市場的成熟。

若政府能提供政策性支持，如稅收減免或研發資助，企業將更有動力發展素食產品。




可持續發展目標 (SDGs) 與企業參與

聯合國可持續發展目標 (SDGs) 強調健康飲食與環境保護的重要性。不少企業已將 SDGs 納入其業務策略，並計畫在未來增加素食產品的比例。這表明企業若能與政府共同推動可持續發展，將能提升品牌形象，並獲得政策與市場的雙重支持。

企業與政府若能攜手合作，素食市場的發展潛力將大幅提升。政府可透過補貼與法規支持，鼓勵企業加速產品開發，而企業則可運用創新技術與市場行銷，提升消費者對素食產品的接受度。

總結來看，企業的創新與市場推動、政府的政策支持以及雙方的合作，將共同促進素食市場的長遠發展，並推動更可持續的全球飲食趨勢。



亞洲素食展與 Taste Of Veg

推動素食與綠色生活中的角色

8.1 亞洲素食展的推動力

促進素食產業發展

亞洲素食展作為亞洲地區最具影響力的素食產業展覽之一，透過多元化的活動與合作計劃，積極推動素食市場的擴展。

年度展覽與論壇：每年舉辦的亞洲素食展吸引數萬名參觀者，為素食品牌、食品生產商及餐飲業者提供展示與交流的機會。

業界合作與創新支持：協助傳統餐飲品牌開發素食選項，並與供應商合作，推動可持續生產模式。

智慧餐飲技術應用：展示新興食品科技，如自動炒菜機及植物性食品技術，幫助餐廳提升效率並減低營運成本。

舉辦素食文化活動：透過烹飪示範、健康講座及試吃活動，讓消費者更了解素食的多樣性與健康益處。

8.2. Taste Of Veg 在綠色生活推廣的角色

素食餐廳與素 Menu 認證計畫

Taste Of Veg 作為專注於綠色生活資訊的媒體與平台，積極推動素食與環保飲食文化。

素食餐廳認證：透過專業評估機制，為符合標準的餐廳授予素食認證，幫助消費者輕鬆找到可信賴的素食選擇。

素 Menu 計畫：協助餐廳設計素食菜單，確保符合市場需求，並提升素食餐點的可選擇性與品質。

推動環保與永續發展

消費者教育與社群互動：透過內容行銷與社群活動，提高大眾對低碳飲食的認識。

綠色消費倡議：調查顯示，超過 72% 的消費者認同素食對環境更友善，其中近 60% 願意減少動物性食品的攝取。

業界合作與促銷：與超過 70 家餐廳合作，在素食展期間推出限定優惠，鼓勵消費者探索素食餐飲。

攜手推動素食與綠色生活的未來

亞洲素食展與 Taste Of Veg 在推廣素食及綠色生活方面擔當著關鍵角色，透過大型展覽、業界合作、認證計畫及消費者教育，推動素食文化的普及。他們不僅提升了大眾對素食的關注度，也推動企業發展更符合可持續發展的產品與商業模式，為素食市場的未來發展奠定穩固基礎。

結論與建議

9.1 主要發現總結

本報告透過分析 2023–2025 年素食市場的發展趨勢，發現素食人口持續增長，消費者對素食產品的接受度提升，企業與政府亦在不同層面推動市場發展。根據調查數據，2023 年約 60% 的受訪者定期茹素，2024 年該比例上升至 75%，2025 年則維持在 75%。這顯示素食不僅是短期流行趨勢，而是一種長期飲食轉變。

此外，消費者的購買行為亦反映出素食市場的擴張。2024 年，有 92% 的雜食者曾購買素食產品，而 2025 年該比例仍維持在 92%。超市仍然是主要購買渠道，但素食專門店與電商平台的市場份額亦不斷上升，2025 年分別達到 41% 與 38%。

環境可持續發展亦成為素食市場發展的重要驅動力。2025 年的數據顯示，84% 的受訪者認同素食有助於減少碳排放，減輕對水資源與森林的消耗。同時，企業與政府開始加強對素食市場的支持，2025 年有 58% 的食品企業計畫增加對植物性食品的投資，而 48% 的受訪者希望政府提供補貼以促進素食市場發展。

9.2 對餐飲業與食品製造商的市場策略建議

餐飲業的機會與策略

隨著素食市場的需求提升，餐飲業應積極回應市場趨勢，提供更多素食選擇。2025 年調查顯示，78% 的消費者希望餐廳提供素食菜單。因此，餐廳可透過以下策略提升競爭力：

擴充素食菜單：除了基本的蔬菜料理，應納入植物肉、植物奶及創新素食料理，以吸引更多廣泛的消費群體。

提升素食認證：透過獲取素食認證，如 V-Label 或 Plant-Based 認證，提升品牌信譽與市場吸引力。

加強外賣與預製菜供應：隨著 69% 的消費者選擇外賣素食，餐廳可

開發素食外賣與即食料理，擴大銷售渠道。

食品製造商的市場策略

食品製造商可利用以下策略提升市場佔有率：

- 研發高品質植物性食品：隨著消費者對素食品質要求提升，製造商應投入研發，改進植物性蛋白質的口感與營養價值。
- 拓展銷售渠道：目前超市仍為主要購買渠道，但電商市場正迅速擴展，製造商應積極進入線上市場，以觸及更廣泛的消費群體。
- 環保與可持續發展包裝：2025 年的數據顯示，47% 的消費者願意支付更高價格購買符合環保標準的素食產品。製造商應加強綠色包裝策略，以滿足市場需求。

9.3 未來研究方向

雖然本報告已分析 2023–2025 年素食市場的主要趨勢，但仍有許多領域值得進一步研究，以深化對市場的理解。

消費者行為的細分市場研究

未來研究可進一步分析不同年齡層、性別、收入群體對素食市場的接受度。例如，2025 年的數據顯示，18 至 35 歲的年輕人中，超過 70% 表示對素食持開放態度。透過進一步細分市場，可為企業提供更具針對性的營銷策略。

素食市場的全球趨勢比較

雖然本報告聚焦於特定地區的素食市場，但全球素食市場亦呈現不同發展模式。未來研究可比較歐美、亞洲及其他地區的素食市場趨勢，以了解不同市場間的異同，並找出最佳商業模式。



政府政策對素食市場的長期影響

隨著政府對素食市場的支持增加，未來研究可探討不同政策（如稅收減免、補貼、強制標籤制度）對素食市場的影響。透過長期跟蹤與數據分析，能更準確評估政策效應，為未來政策制定提供數據支持。

科技創新對素食市場的影響

植物性食品技術持續發展，如細胞培養肉、發酵植物蛋白等新技術，可能在未來幾年內改變市場格局。未來研究可關注這些技術的市場接受度、生產成本與環境影響，進一步評估其商業可行性。

總結而言，2023–2025 年素食市場的發展顯示出明顯的增長趨勢，消費者對素食的接受度提高，企業與政府也逐步加強市場支持。餐飲業與食品製造商應調整策略，積極回應市場需求，以把握未來商機。同時，透過進一步研究消費者行為、政策影響及技術創新，將能更全面了解素食市場的發展潛力，為產業提供更精準的發展方向。

