臺灣紅藜特色商品開發實務

 臺灣紅藜為臺灣原生種之藜屬植物，為臺灣原住民耕作百年以上之傳統作物，臺灣生產的紅藜和藜麥同屬於藜亞科，聯合國糧農組織（FAO）提出藜麥是唯一一種單體植物即可滿足人體基本營養需求的食物，是具有豐富營養價值的農作物。因此，本研究設計欲了解國人對紅藜商品的認知及消費行為，進行市場問卷調查，並開發出一系列的臺灣紅藜特色商品。

 本研究市場調查結果顯示 340 位受訪者中有 92%在旅遊時會購買伴手禮；約 52.3%的消費者對於臺灣紅藜的喜好度為喜歡；願意購買紅藜系列伴手禮的消費者為 90.5%；最興趣購買之烘焙產品為紅藜烘焙產品、中式點心及紅藜米等；最興趣消費之餐食為健康養生餐及西式餐；為使紅藜於餐飲業之多元運用，本研究以臺灣紅藜結合紅藜盛產地(屏東、臺東)之特色食材，為減少食材運送過程中所產生之碳足跡，以取之當地、食之當季為主軸開發一系列臺灣紅藜特色商品，包含紅藜月宮餅、酋長派、勇士的戰斧、海味酒釀燒豚飯、元氣藜麵、紅藜蔬食堡、乳霜美人茶及玫瑰茄凍飲等，經由消費者品評分析結果顯示，以上開發之商品整體喜好分數介於 6.88~8.18 之間，顯示消費者對於本研究開發之特色商品整體喜好度為喜歡以上；期以本研究之臺灣紅藜於餐飲產業加值並推廣發揚。