

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：借一杯，少一堆：探討消費者對手搖飲減塑行為與循環杯推廣可行性之研究

作者：

任右慧 臺中市私立葳格高中 三年級 甲班 4 號 餐飲科
馬語謙 臺中市私立葳格高中 三年級 甲班 11 號 餐飲科
王沁瑄 臺中市私立葳格高中 三年級 甲班 2 號 餐飲科

指導老師：

林雅欣

壹、前言

一、研究動機：

台灣的手搖飲文化非常盛行，幾乎成為日常生活的一部分，一天一杯手搖飲似乎成了許多人每天的舒壓小確幸，但其背後卻隱藏了每年數十億個難以消化的塑膠廢棄物問題。手搖飲製造出大量的外帶飲料杯、吸管、封膜與塑膠袋，形成了嚴重的環境污染與垃圾問題。**據統計，每年台灣丟棄的飲料杯數量高達數十億個，這些垃圾難以分解，對環境與海洋生態造成極大威脅。**(荒野保護協會，2019)透過研究，了解同學購買飲料時的環保意識與實際行動，並思考如何推廣自備環保杯或其他替代方案，讓享受手搖飲的同時，也能減少對環境的傷害。

二、研究目的：

- (一)瞭解台灣手搖飲料的發展
- (二)研究如何減少一次性垃圾的產生
- (三)研究使用循環杯的可行性

貳、文獻探討

一、台灣手搖飲的發展

台灣的手搖飲文化可以追溯至 1980 年代，當時台灣經濟起飛、人們生活獲得改善，國內喝茶的人口大幅增加，導致當時的茶葉銷售由外銷轉向內銷。1980 年代，流行由茶葉行提供消費者座位區，提供邊喝飲料邊聊天的服務，當時稱為「泡沫紅茶店」(莊淑姿，2025)。最為知名的指標性品牌，莫過於發跡於台中的「春水堂」，因此泡沫紅茶店成了當時的主流。

到了 1990 年代，泡沫紅茶店的經營模式轉向「外帶」，如知名的「休閒小站」，便奠定了日後手搖飲發展的基礎。到了 2000 年後，傳統泡沫紅茶店慢慢被連鎖化的手搖飲取代，各家知名品牌崛起，市場競爭愈加激烈(週報時光機，2025)。手搖飲儼然成為全國性產業，手搖飲中深受大家喜愛的「珍珠奶茶」，甚至成為另類的台灣之光。到了 2024 年，全球珍珠奶茶市場規模已突破 40 億美元。

二、一次性容器對環境的影響

一杯好喝的手搖飲料究竟會產生多少垃圾，通常包括一次性的塑膠杯或紙杯、吸管、杯蓋或是封口膜、塑膠提袋等等。其中所謂的「一次用飲料杯指的是供消費者使用一次，用過即丟之特性而設計加工製成之各類盛裝容器」(環境部主管法規共用系統，2022)。手搖飲大量使用一次性杯具，便對環境造成很大的負擔。

根據經濟部統計，台灣一年可賣出超過 10 億杯的手搖飲，產生超過 30 億根的塑膠吸管。「2023 年我國前十大海洋廢棄物排名，一次性的餐飲塑膠用品佔了將近七成五，相信手搖飲文化的盛行，已造成環境嚴重的負擔」(公視新聞網，2019)。

聯合國統計指出，每年大約只有 9%的塑膠可以被妥善處理，2%的塑膠真正能回收製成相同或相似產品，達到回收的真正用意。(Renouvn,2023)其他如咖啡杯蓋、塑膠袋、一次性

借一杯，少一堆：探討消費者對手搖飲減塑行為與循環杯推廣可行性之研究
塑膠餐具等塑膠製品，幾乎都無法回收，最後只能送到垃圾掩埋場，或是落得進入焚化爐燃燒產生爐渣的下場，有的甚至流入環境當中，造成大量塑膠微粒的釋放及造成環境汙染。

三、政府與企業的環保措施

有感於塑膠對環境生態帶來極大的危機，「限塑」儼然成為國際環保趨勢。民國 91 年，環保局開始分階段推動限塑政策，推出法令限制使用或禁用相關塑膠製品。民國 111 年 7 月 1 日制定了「一次用飲料杯限制使用對象及實施方式」，其中重點包括：在連鎖飲料店、便利商店、速食店及連鎖超級市場，消費者自備飲料杯購買飲料時，業者須提供至少 5 元的價差折扣、飲料店不得提供塑膠一次用飲料杯，且實施日期可由地方主管機關自行決定及連鎖便利商店及連鎖速食店需提供「循環杯」借用服務(環境部新聞專區，2022)。

在政策實施以來，民眾自備環保杯的比例大幅增長，在消費者對環保意識的覺醒和限塑政策誘因「助力」的雙重驅動下，全民響應的減塑運動，正為環境帶來實質的綠色轉型。

四、環保行為與意願

「無塑的環保生活」相信是未來全世界共同追求的目的，不過在到達這個目標之前，我們可以從「日常減塑」開始作起。在政府大力推動減塑的同時，我們可以試著從簡單日常的方式逐步減少塑膠，例如：在我們外食或飲用手搖飲食，可以嘗試以下幾種方式

- (1) 使用重複利用的環保購物袋取代一次性塑膠袋。
- (2) 使用環保杯，現在市面上的環保杯有許多種也都有相對應到的飲料像是保溫杯、可裝珍珠粉圓的 Float 杯、大口徑的玻璃杯。
- (3) 使用循環杯借用服務。
- (4) 拒絕使用塑膠吸管，改用不鏽鋼、玻璃吸管、矽膠吸管或竹吸管等。
- (5) 自備環保餐盒或餐具，拒絕使用一次性餐具。

人人從日常生活做起，這樣在通往零塑膠的路上才能走得長遠(Renouvn,2023)。

五、循環杯的介紹

所謂循環杯，「即是業者提供可重複使用的杯子，給消費者盛裝飲品外帶，用完之後在一定時間內歸還至特定回收點即可」(Greenprece 綠色和平，2023)。目前在台灣有許多企業提供循環杯的服務，例如：麥當勞、統一超商、星巴克、全家、全聯等，皆是知名連鎖品牌。使用的租環系統有些為自家研發，有些則與廠商合作。

表一：台灣使用循環杯服務企業之比較

企業品牌	合作系統	使用 App	押金	還杯服務	特色與機臺
7-11	自家系統 OPEN iECO 循環杯	OPENPOINT	50 元	7 天內歸還，押金退回原支付工具	設有專屬「還杯機」，可甲地借乙地還。
星巴克	自家系統 OPEN iECO 循環杯	星巴克 App	50 元	7 天內歸還，押金退回原支付工具	與 7-11 系統互通，亦可在特定 7-11 門市還杯

					。
全家 萊爾富	環海淨塑 (塑環真)	LINE 官方帳號	免費	需綁定支付或手機號碼	屬於「永續循環杯大聯盟」，可在不同品牌（如OK、萊爾富）間跨店借還。
麥當勞 肯德基	好盒器	LINE 官方帳號	免費	借用上限 3 個，逾期會限制借用	麥當勞部分店點設有外掛式還杯機。
摩斯漢堡	自家系統	MOS Order	100 元	7 天內歸還至櫃檯	

(表一資料來源：本表資料由本小組自行整理)

參、研究方法

1、本小組研究方法如下：

(一)文獻分析法：運用網路媒體及學術文章查詢相關資料。

(二)問卷調查法：本研究以 Google 表單來設計問卷，以自編問卷來收集調查

1、調查時間：2025 年 11 月 21 日至 2026 年 1 月 9 日

2、調查方式：Google 表單

3、調查對象：本組在 Line 及 Instagram 上的朋友

二、研究流程

圖一：研究流程圖

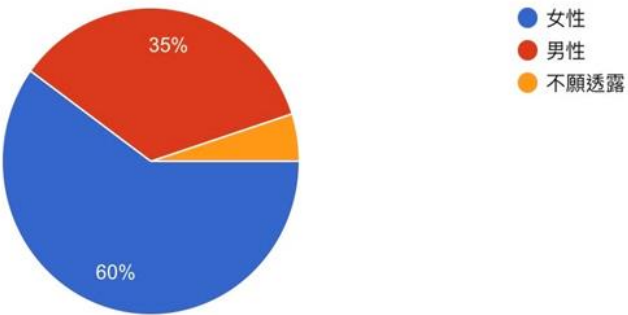
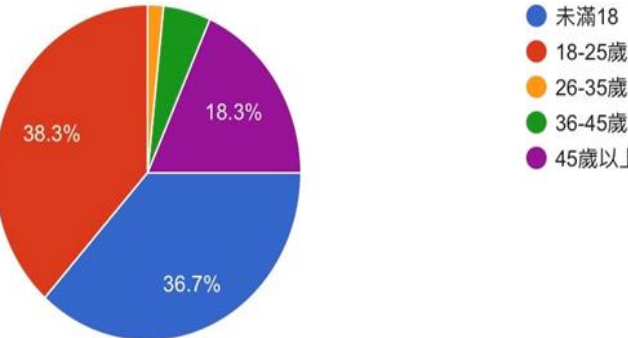


(圖一資料來源：本圖資料由本小組自行繪製)

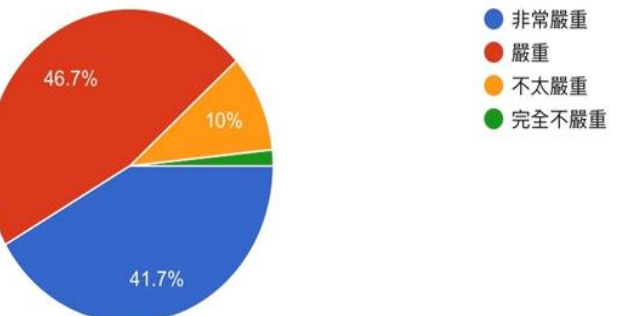
肆、研究分析與結果

本研究共蒐集 60 份有效問卷。

一、受訪者基本資料分析

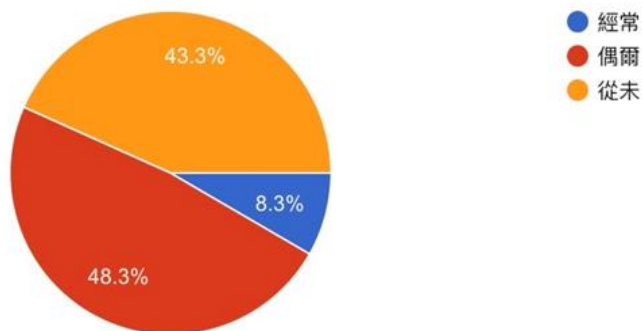
<p>圖二：性別調查</p>  <p>● 女性 ● 男性 ● 不願透露</p>	<p>根據圖二結果顯示，在性別分布方面，受訪者以女性為最多，占 60%；其次為男性，占 35%；另有約 5% 的受訪者選擇不願透露性別。由此可見，女性對於手搖飲料相關議題具有較高的參與度與回應意願。</p>
<p>圖三：年齡調查</p>  <p>● 未滿18 ● 18-25歲 ● 26-35歲 ● 36-45歲 ● 45歲以上</p>	<p>根據圖三結果顯示，受訪者主要集中於 18 - 25 歲與未滿 18 歲族群。其中，18 - 25 歲占 38.3%，為最多數；未滿 18 歲占 36.7%，比例次之。另有 18.3% 的受訪者為 45 歲以上，而 36 - 45 歲及 26 - 35 歲的受訪者比例相對較低。此結果顯示，本研究樣本以青少年與年輕族群為主，而該族群為手搖飲料的主要消費群。</p>

二、手搖飲料對環境與健康影響之認知分析

<p>圖四：你認為手搖飲對環境產生的問題嚴重嗎</p>  <p>● 非常嚴重 ● 嚴重 ● 不太嚴重 ● 完全不嚴重</p>	<p>根據圖四結果顯示，多數受訪者認為手搖飲所產生的垃圾問題相當嚴重。認為手搖飲垃圾問題「非常嚴重」的受訪者占 41.7%，認為「嚴重」者占 46.7%，兩者合計高達 88.4%。顯示大多數民眾已清楚意識到手搖飲所使用的一次性塑膠杯、封膜與吸管，在使用後成為大量垃圾，對環境造成明顯負擔。</p>
---	--

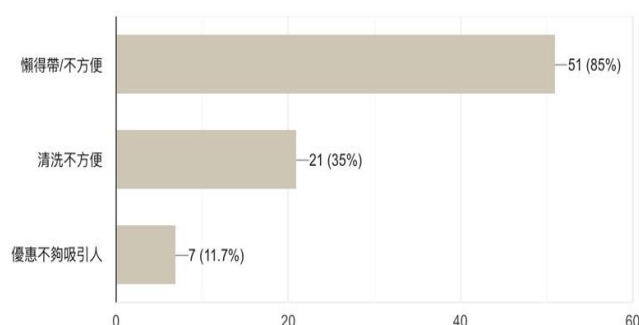
三、受訪者自備環保杯行為與影響因素分析

圖五：您是否自備環保杯購買手搖飲



根據圖五結果顯示，儘管環保意識高漲，實際採取行動的頻率卻呈現明顯落差。在自備環保杯的行為調查中，能做到「經常」自備的受訪者僅占 8.3%，而「偶爾」自備者占 48.3%，甚至有 43.3% 的人表示「從未」自備過環保杯。

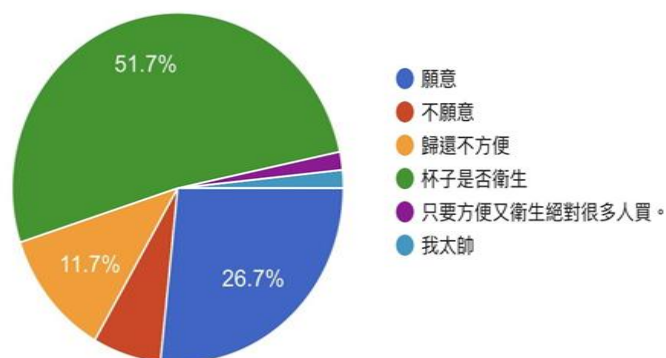
圖六：不願意自備環保杯的原因



根據圖六結果顯示，阻礙消費者自備環保杯的主因並非經濟誘因，而是生活便利性的考量。在多選原因中，高達 85% 的受訪者認為「懶得帶/不方便」是最大阻礙，其次則有 35% 的人反映「清洗不方便」。相比之下，認為「優惠不夠吸引人」的比例僅占 11.7%。

四、循環杯的接受度及回收站設立地點調查

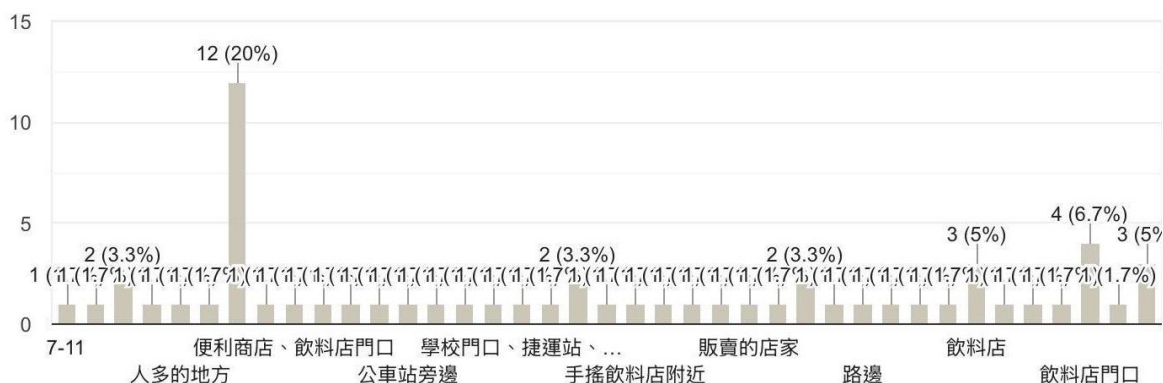
圖七：若將一次性杯子改成循環杯是否願意使用？



依據圖七結果顯示，26.7% 的受訪者表示願意使用循環杯，顯示仍有部分消費者支持以循環杯取代一次性杯子來達到減塑的目的。然而，大部分受訪者對此制度還是抱持疑慮，尤其是杯子的衛生問題，比例高達 51.7%。另有 11.7% 的受訪者則認為循環杯歸還是不方便的。

依圖八結果顯示，針對提升循環杯歸還率的配套措施，受訪者對於歸還站的設立地點有明確的便利性需求。其中，「便利商店、飲料店門口」獲得最高支持，有 12 位受訪者（20%）以此為首選；其次則散見於「飲料店」（5-6.7%）、「學校門口、捷運站、公車站旁邊」及「人多的地方」。這再次印證了「便利性」是決定環保行為能否落實的關鍵因素。

圖八：循環杯回收站設立地點調查



(圖二至圖八資料來源：由本小組自行繪製)

五、循環杯推廣 SWOT 分析

表二：循環杯推廣 SWOT 分析

內部分析		外部分析	
優勢 (strength)	<ol style="list-style-type: none"> 減塑效果顯著：除直接減少一次性塑膠容器的產生，亦可同時減少紙製杯具的使用 政策支持：政府法規支持 企業品牌形象提升：企業推廣循環杯便是在實踐社會環保責任感，能夠獲得環保族群支持。(例如星巴克、全家) 	機會 (opportunity)	<ol style="list-style-type: none"> 數據回饋分析：可以透過 App 追蹤使用數據，進行精準行銷。 減塑意識抬頭：年輕族群更願意嚐試共享的策略。
劣勢 (weakness)	<ol style="list-style-type: none"> 衛生疑慮：消費者始終對循環杯的清潔衛生存有疑慮。 租、還便利性不足：據點若不夠密集，容易降低消費者的使用意願。 各零售通路有不同的租借流程。 	威脅 (threat)	<ol style="list-style-type: none"> 自備環保杯的優勢：自備環保杯有至少 5 元的折扣優惠，循環杯較無吸引人的折扣優惠。 營運成本較高：包括物流成本、清洗消毒及杯子的遺失、耗損等。

(表二資料來源：本表資料由本小組自行整理)

伍、研究結論與建議

1、 結論

本研究共蒐集 60 份有效問卷，受訪者以女性及 25 歲以下的年輕族群為主要核心，顯示青少年與年輕女性為愛喝手搖飲的主要消費族群。間接表示，這也是推動循環杯的核心目標

借一杯，少一堆：探討消費者對手搖飲減塑行為與循環杯推廣可行性之研究對象。本小組研究發現，雖有 88.4% 的受訪者認同垃圾問題嚴重，但「經常」自備環保杯的比例卻僅有 8.3%，甚至有 43.3% 的人「從未」自備。這表示即便環保意識高漲，單靠個人自備環保杯具仍難以達成大規模減塑，進而凸顯了發展循環杯系統的必要性。

進一步分析，會發現高達 85% 的受訪者是因「懶得帶/不方便」而不願自備，35% 則是因為「清洗不方便」。這更凸顯了循環杯「隨借隨還」與「專業清洗」的優勢，能精準解決消費者最在意的痛點。而在針對循環杯的佈點策略，結果顯示，受訪者最希望歸還站設在「便利商店與飲料店門口」，其次為交通樞紐及人潮聚集處。本小組認為，若要成功推動循環杯，應打破單純的經濟誘因，改為強化「歸還便利性」。透過與超商、飲料店跨業合作佈建密集站點，才能有效降低使用門檻，將年輕族群的環保意識轉化為實際的循環消費行為。

2、建議

關於減少手搖飲產生的垃圾問題，本小組最想推廣的是循環杯的使用。相較於環保杯，它有「無需自備，隨時想使用時都可以，免清洗，使用完後可以直接歸還」的優勢。

針對大家最在意的衛生問題，本小組建議若能落實以下三點，能有效消弭衛生疑慮。

- (1) 環保杯的材質需符合國家標準，並在容器上明確標示「循環杯」字樣。
- (2) 在清潔上需委託專業清洗廠或使用符合食品安全衛生規範的設備進行清洗，並嚴格依照《餐具清洗良好作業指引》的流程處理。
- (3) 業者需每半年進行一次自主檢驗，確保循環杯清潔安全無虞。

目前多數循環杯推廣仍採「免費借用」，僅需透過手機 APP 綁定或多元支付提供暫時性押金，對消費者來說並不會造成經濟負擔。加上結合手機 APP，讓借還流程數位化，且多家業者歸還方式採用「甲地借、乙地還」，提供不同門市、甚至是不同品牌之間互相借用與歸還。消費者可以從 APP 查看地圖尋找最近的據點，使用起來非常方便。循環杯的服務將「環保」轉化為一種公共的服務，就像租借 Ubike 一樣簡單，能更有效地融入大眾的日常。

陸、參考文獻

- 1、莊淑姿 (2025)。流動的珍珠奶茶：臺灣手搖飲發展之解構與分析。中國飲食文化，21(1)，169-213。
<https://tastetaiwantea.com/taiwan-bubble-tea-soft-power-diplomacy/>
- 2、週報時光機(2025年3月9日)。什麼台灣手搖店這麼多?!一文認識手搖飲在台發展演變。
<https://weeklyhistory.net/hand-shake-drink/>
- 3、荒野保護協會(2019年11月21日)。2019 荒野保護協會淨灘數據發表記者會。
<https://www.sow.org.tw/blog/20191121/7062>
- 4、公視新聞網(2019年11月21日)。台人每年耗 20 億飲料杯 嚴重衝擊生態。
<https://news.pts.org.tw/article/455504>
- 5、環境部主管法規共用系統(2022年04月28日)。一次用飲料杯限制使用對象及實施方式。
<https://oaout.moenv.gov.tw/law/LawContent.aspx?id=GL007806>
- 6、Greenprece 綠色和平(2023年1月19日)循環杯是什麼?要怎麼租借?衛生乾淨嗎?臺灣有哪些政策措施?。
<https://reurl.cc/vEnKOI>

借一杯，少一堆：探討消費者對手搖飲減塑行為與循環杯推廣可行性之研究

- 7、Renouvo(2023 年 1 月 12 日) 如何減少使用一次性塑膠？36 個新手「減塑」的簡單方法！
<https://renouvo.net/zh/circular-economy/ways-to-reduce-plastic-use/>
- 8、環境部新聞專區(2022 年 4 月 27 日) 自備飲料杯自 7 月 1 日起買飲料至少省 5 元。
<https://reurl.cc/lpLa6d>