

我國寵物飼主消費結構及飼養態度調查

撰文/李盼・余祁暉・鄭祝菁・吳晉安

為了解我國寵物飼主消費結構及飼養責任態度，台灣經濟研究院生物科技產業研究中心 2020 年受行政院農業委員會補助，針對國內寵物飼主進行寵物飼養之認知與態度調查，分析目前消費結構並建立飼主責任基礎值，作為我國動物保護政策規劃與推動之重要參考。

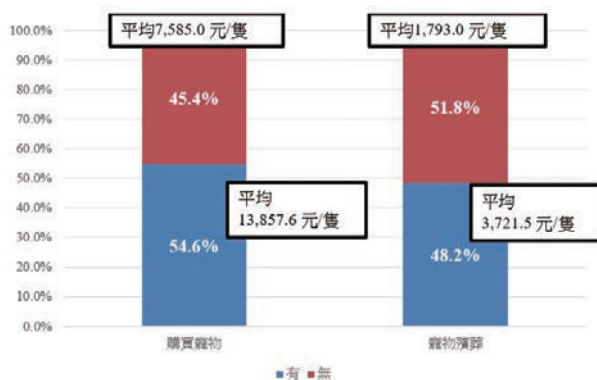
本次調查有效回卷共有 620 份有效回卷，基於調查可行性，本次調查以參觀北中南各大寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等），在受調的 620 份有效回收樣本中，性別以女性居多（77%），年齡則以 21-50 歲為主（共 82%）。職業以「上班族」、「學生」及「自由業」為主，各占 46%、20% 及 17%；教育程度以「大學」最多，占 60%，其次「高中/職」占 22%。婚姻及家庭情況則以「單身/無子女」最多，約占七成左右。居住地點依據人口比例分布，分別是北部（北北基宜桃竹）38%、中部（苗中彰投雲）25%、南部（嘉南高屏）32% 及東部（花東及外島）5%。

而根據受調飼主目前飼養經驗及飼養寵物情形，飼養經驗「1-5 年」占 33%、「5-10 年」27%、「10 年以上」26%。受調者中共 386 位飼主飼養犬，約占六成；306 位飼主飼養貓，約占 8 成；不到一成飼養犬貓以外之寵物。若以飼養的寵物數量來看，犬以 1 隻占 64% 為最多、其次「2~5 隻」33%；飼養貓者則以「1 隻」52% 及「2~5 隻」43%，相較於犬飼養分佈較為平均。

寵物消費結構

（一）單次性消費

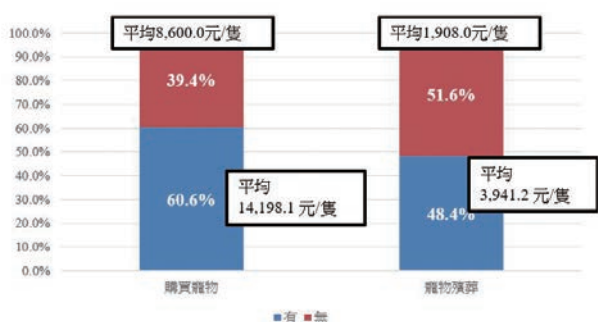
寵物消費結構可分為單次性消費及日常性花費。根據本次調查結果，單次性消費中，購買寵物之總平均花費為 7,585 元/隻，而在購買寵物的 54.6% 占比中，平均花費為 13,857.6 元/隻。寵物殯葬之總平均花費為 1,793 元/隻，而在實際花費寵物殯葬的 48.2% 飼主中，平均花費為 3,722 元/隻（圖一）。



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

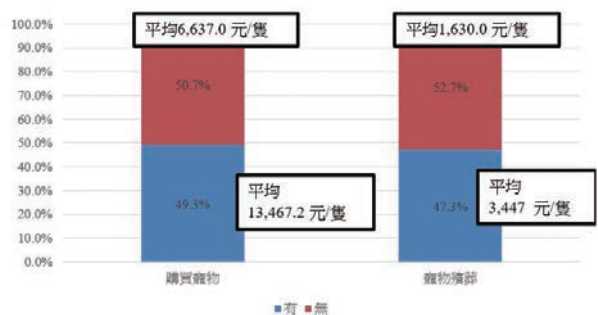
圖一 寵物單次性消費比例及平均花費

而由犬貓交叉分析則可見兩物種間消費結構上有所差異。在單次性消費上，購買寵物比例以犬飼主 61% 高於貓飼主 49%，購買花費上也以犬飼主總平均 8,600 元 / 隻高於貓飼主 6,637 元 / 隻。而在寵物殯葬上，兩者消費比例相近，惟花費上也以犬飼主總平均 1,909 元 / 隻高於貓飼主 1,631 元 / 隻（圖二、圖三）。



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖二 犬飼主寵物單次性消費比例及平均花費



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

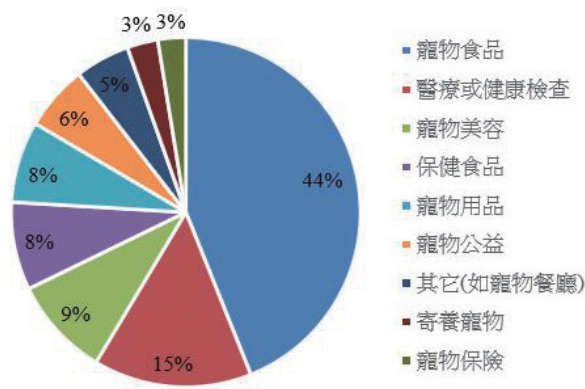
圖三 貓飼主寵物單次性消費比例及平均花費

(二) 日常性消費

寵物日常性花費包含購買寵物食品、購買寵物用品、寄養寵物、購買保健食品、寵物進行醫療或健康檢查、寵物美容、購買寵物保險、其它消費（如寵物餐廳等）及寵物公益，總日常性花費約為 24,500 元 / 隻 / 年（圖四）。購買寵物食品平均花費為 10,763 元 / 隻 / 年，約佔整體 44% 為最高，其次為醫療或健康檢查佔 15%，平均花費為 3,592 元 / 隻 / 年，寵物美容則佔 9%，平均花費為 2,254 元 / 隻 / 年，其餘花費依序為購買保健食品 (8%)、購買寵物用品 (8%)、寵物公益 (6%)、其它消費（如寵物餐廳等）(5%)、寄養寵物 (3%)、購買寵物保險 (3%)。

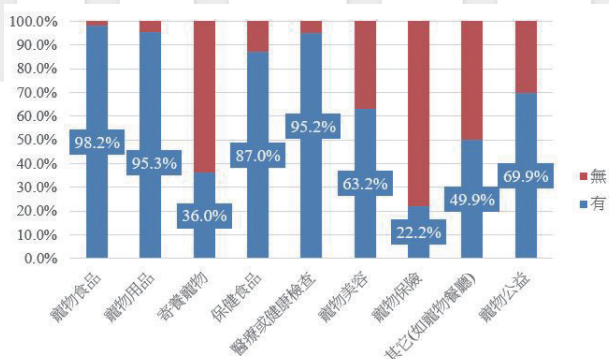
寵物日常性花費上仍有部分飼主未進行相關消費，如未購買寵物保險達 78%，未寄養寵物約 64%，未進行其它消費（如寵物餐廳等）約 50%，寵物美容及寵物公益亦有超過 30% 飼主無此類花費（圖五）。

而在日常性花費比例上，犬貓飼主兩者之結構有所不同。犬飼主總日常性花費約為 25,175 元 / 隻



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖四 寵物日常性花費比例



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

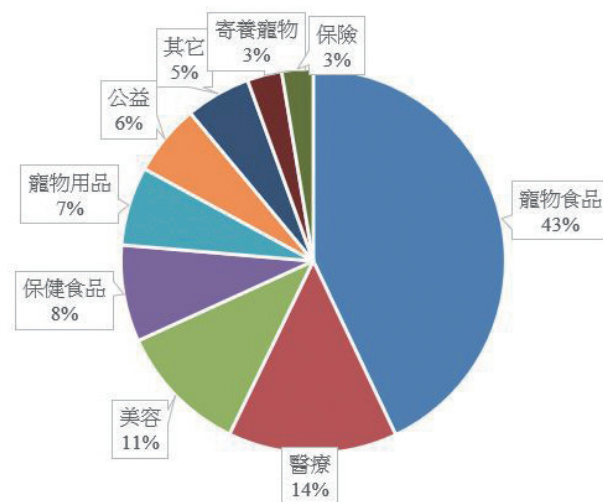
圖五 寵物日常性消費比例

/年，其中購買寵物食品平均花費為 10,812 元 / 隻 / 年，約佔整體 43% 為最高，其次為醫療或健康檢查佔 14%，平均花費為 3,582 元 / 隻 / 年，寵物美容則佔 11%，平均花費為 2,775 元 / 隻 / 年，其餘花費依序為購買保健食品 (8%)、購買寵物用品 (7%)、寵物公益 (6%)、其它消費（如寵物餐廳等）(5%)、寄養寵物 (3%)、購買寵物保險 (3%) (圖六)。

貓飼主總日常性花費約為 24,410 元 / 隻 / 年，略低於犬飼主。其中購買寵物食品平均花費為 11,402 元 / 隻 / 年，約佔整體 47% 為最高，其次為醫療或健康檢查佔 14%，平均花費為 3,511 元 / 隻 / 年，其餘花費依序為購買寵物用品 (9%)、購買保健食品 (8%)、寵物美容 (7%)、寵物公益 (6%)、其它消費（如寵物餐廳等）(4%)、寄養寵物 (3%)、購買寵物保險 (2%) (圖七)。

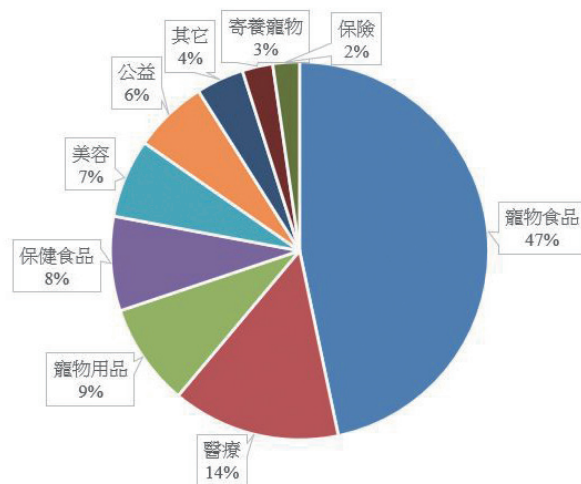
(三) 寵物消費結構小結

根據本次調查結果，單次性消費中，購買寵物之總平均花費為 7,585 元 / 隻，而寵物殯葬之總平均花費為 1,793 元 / 隻。總日常性花費約為 24,500 元 / 隻 / 年，其中，購買寵物食品平均花費為 10,763 元 / 隻 / 年，其次為醫療或健康檢查 3,592 元 / 隻 / 年，



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖六 犬飼主日常性花費比例



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖七 貓飼主日常性花費比例

寵物美容平均花費則為 2,254 元 / 隻 / 年。

由本次調查可見(表一)，整體寵物飼養上以單次性消費的寵物購買平均花費最高，然而目前僅 56% 飼主購買寵物。而日常性消費以寵物食品平均花費最高，近年興起的寵物寄養、寵物保險等項目花費仍低，甚至低於其他消費(如寵物餐廳)及寵物公益，根據本調查顯示其產業重要性較低，飼主需求可能尚在成長中，然而特定項目如寵物美容則以犬隻消費較貓為重要，寵物用品則以貓隻消費較犬為多。未來仍須持續進行飼主寵物消費結構調查，以掌握飼主需求及各產業重要性與動態變化。

飼主飼養責任態度

(一) 飼養行為與飼主責任分數

寵物飼養行為調查結果顯示，在「飲食與環境」類別中，80% 飼主總是提供寵物適當、乾淨、無害之食物，及二十四小時充足、乾淨之飲水；79% 飼主

總是使飼養環境安全、乾淨、通風、排水，且有適當遮蔽、照明與溫度；如以籠子飼養寵物，63% 飼主於籠內提供空間足夠其充分伸展，且提供充分放風時間；如以繩或鍊圈束飼養寵物，60% 飼主之牽繩長度長於寵物身形，並使用安全舒適之項圈，且提供充分放風時間；75% 飼主從未長時間將寵物放在密閉空間內(如車內等)；43% 飼主從未以汽車或機車遛寵物。

而在「外出與運送」中，79% 飼主在寵物出入公共場所時，總是有七歲以上之人陪同；80% 飼主運送寵物時總是注意食物、飲水、排泄、環境及安全；87% 飼主總是避免寵物受騷擾、虐待或傷害。

在「保護與醫療」上，87% 飼主在發生危害時總是將寵物移置安全處；78% 飼主定期替寵物執行法定動物傳染病防治(如每年施打狂犬病疫苗等)；87% 飼主在寵物受傷或罹病時，總是給與必要之醫療(表二)。

表一 寵物各項花費平均

項目		平均花費	犬飼主平均花費	貓飼主平均花費
單次性消費 (元/隻)	購買寵物	7,585	8,600	6,637
	寵物殯葬	1,793	1,909	1,631
日常性消費 (元/年/隻)	寵物食品	10,763	10,812	11,402
	寵物用品	1,847	1,666	2,140
	寄養寵物	700	734	638
	保健食品	1,994	2,049	1,973
	醫療或健康檢查	3,592	3,582	3,511
	寵物美容	2,254	2,775	1,645
	寵物保險	630	663	556
	其它	1,242	1,381	996
	公益	1,476	1,513	1,549

資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份(本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象(不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等))。

表二 飼主責任分數低於平均值之各項飼養行為平均分數

飼養行為	平均分數	與總平均之差距
(1) 提供寵物適當、乾淨、無害之食物，及二十四小時充足、乾淨之飲水	4.55	0.21
(2) 飼養環境安全、乾淨、通風、排水，且有適當遮蔽、照明與溫度	4.52	0.24
(3) 如以籠子飼養寵物，籠內空間足夠其充分伸展，且提供充分放風時間	3.99	0.35
(4) 如以繩或鍊圈束飼養寵物，牽繩長度長於寵物身形，並使用安全舒適之項圈，且提供充分放風時間	3.83	0.35
(5) 不會長時間將寵物放在密閉空間內（如車內等）	4.11	0.46
(6) 不以汽車或機車遛寵物	3.01	0.66
(7) 寵物出入公共場所時，有七歲以上之人陪同	3.97	0.54
(8) 運送寵物時注意食物、飲水、排泄、環境及安全	4.20	0.45
(9) 避免寵物受騷擾、虐待或傷害	4.44	0.34
(10) 發生危害時將寵物移置安全處	4.51	0.31
(11) 定期替寵物執行法定動物傳染病防治（如每年施打狂犬病疫苗等）	4.39	0.28
(12) 寵物受傷或罹病時，給與必要之醫療	4.53	0.29

資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之飼養人等））。

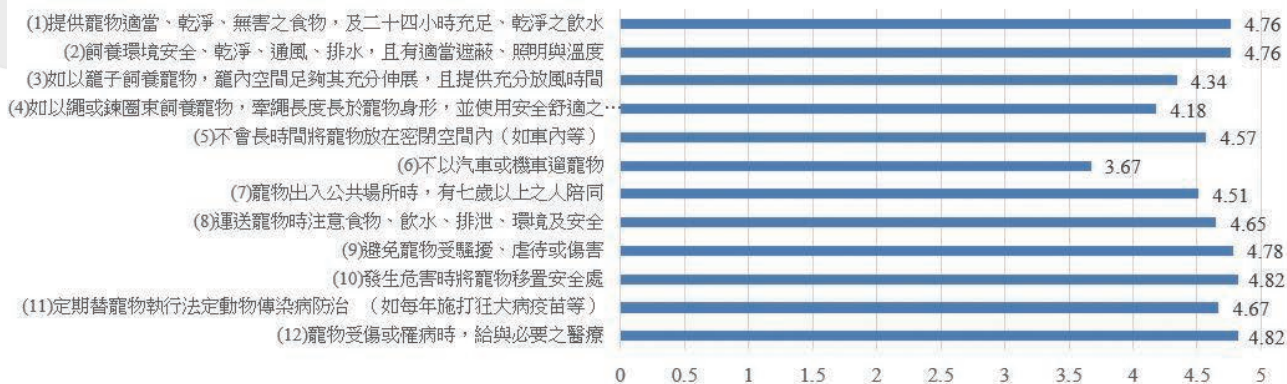
本次調查將上述飼主責任量化並以滿分 100 分平準換算，109 年度飼主責任分數平均為 90.87 分。根據各行為之飼主責任分數，顯示「不以汽車或機車遛寵物」平均分數僅 3.67 分，為整體分數較低之項目。而「寵物受傷或罹病時，給與必要之醫療」及「發生危害時將寵物移置安全處」皆為 4.82 分，為各項目中之最高（圖八）。整體來說，目前國內飼主對於「保護與醫療」及「飲食與環境」之責任觀念較「外出與運送」為佳。

而為了解飼主責任分數低於平均值族群之飼養行為，本調查進一步分析飼主責任分數在平均分數（90.87 分）以下之族群（表二），顯示分數較低之飼養行為包含「不以汽車或機車遛寵物」平均分數為 3.01，及「以繩或鍊圈束飼養寵物，牽繩長度長於寵物身形，並使用安全舒適之項圈，且提供充分放風時間」平均分數為 3.83，而「寵物出入公共場所時，

有七歲以上之人陪同」之平均分數與總平均差距較大，為目前飼主責任上整體認知較缺乏正確觀念之飼養行為。

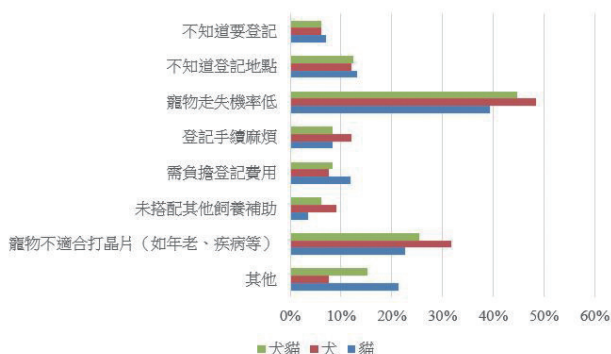
針對登記並植入晶片之飼養行為，根據本次調查結果，76% 為犬貓寵物辦理登記並植入晶片，若進一步分析犬及貓之登記比例，目前約 81% 犬飼主及 70% 貓飼主為寵物辦理登記並植入晶片。而 19% 未辦理登記之犬飼主中，49% 之原因為寵物走失機率低，32% 之原因為寵物不適合打晶片（如年老、疾病等），30% 未辦理登記之貓飼主中，39% 之原因為寵物走失機率低，23% 之原因為寵物不適合打晶片（如年老、疾病等），21% 為其他原因，包含寵物年紀還太小、近期會去打、怕寵物痛等（圖九）。

而在絕育及無法飼養時的作法上，為犬貓寵物絕育之飼主達 83%，交叉分析結果則顯示貓咪絕育比例（87%）較犬（79%）略高。而在飼主無法繼續飼



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖八 飼主責任分數



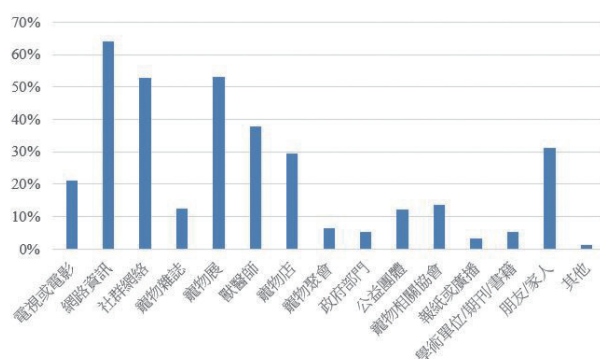
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖九 犬貓未辦理登記並植入晶片之原因

養寵物時，78% 飼主送養給合適的人，7% 飼主將交送動物收容所，16% 勾選其他的飼主中，大多說明這是不可能發生的情況，會飼養寵物一輩子。

（二）寵物飼養資訊來源

在普遍之寵物飼養資訊來源中，64% 飼主飼養資訊來自網路資訊，53% 來自寵物展，53% 來自社群網絡，此外獸醫師及朋友/家人亦有超過三成之填答率（圖十）。



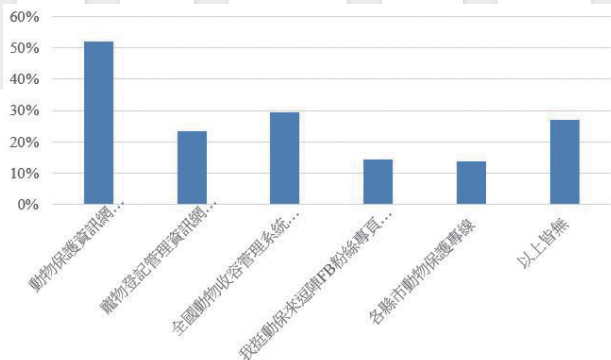
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十 寵物飼養資訊來源管道

而在動物保護相關網站平台方面，52% 飼主曾於動物保護資訊網得知動物保護資訊，曾由全國動物收容管理系統得知相關資訊者占 30%，然而調查結果顯示仍有 27% 未曾從任一動保相關平台取得資訊（圖十一）。

（三）動物保護相關措施與規定認知

在飼主對於動物保護相關措施與規定之認知上（圖十二），目前約 84% 飼主知道「動物保護法」，



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十一 動物保護資訊來源管道

55% 飼主了解「棄養寵物將被處以罰鍰」，55% 飼主知道「特定縣市不定期補助犬貓絕育、晶片植入、狂犬病疫苗注射等」，僅 6% 飼主不知道相關規定。而整體來說，近四成飼主不知道「各縣市皆設動保機關與動物保護檢查員可接受民眾檢舉，動檢員可於任何寵物出入之公共場所進行稽查和取締」、「檢舉違反動物保護法案件獎勵辦法」、「未為犬貓絕育

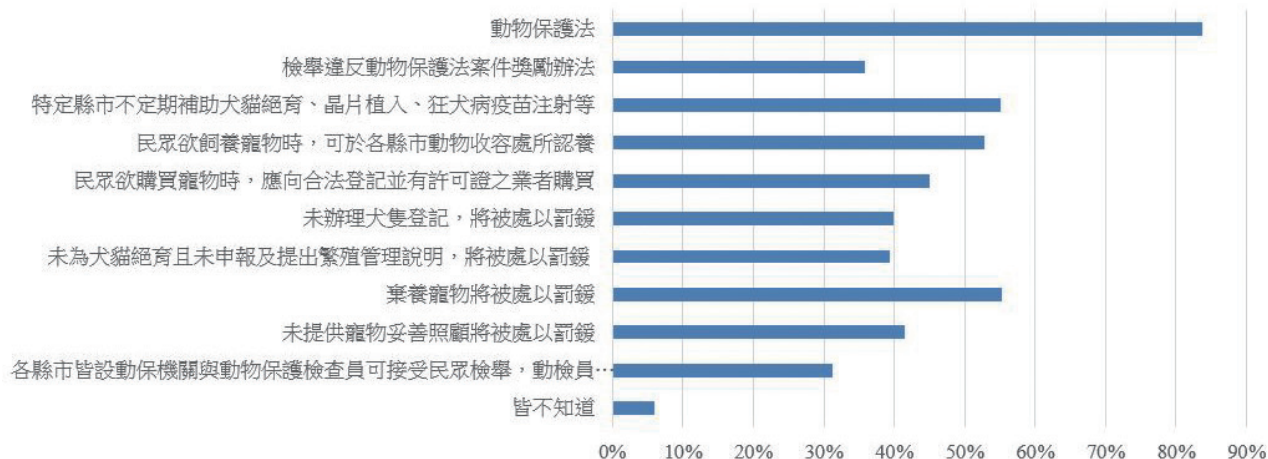
且未申報及提出繁殖管理說明，將被處以罰鍰」、「未辦理犬隻登記，將被處以罰鍰」等規定。此外，本次調查顯示共 10 項動物保護相關措施與規定中，每位飼主平均之勾選 4.85 項，尚未達調查選項之一半，可見飼主在相關措施與規定之認知上尚有加強的空間。

（四）飼主責任影響因素

本調查以衛教促進計畫常用之 PRECEDE-PROCEED 模式 (Green and Kreuter,1980) 為架構，延伸影響行為因素之分析概念，探討影響飼主責任之因素。PRECEDE-PROCEED 模式中，將影響行為的因素分為增強因素、促成因素及前置因素分析，以了解我國飼主責任影響因素（圖十三）。

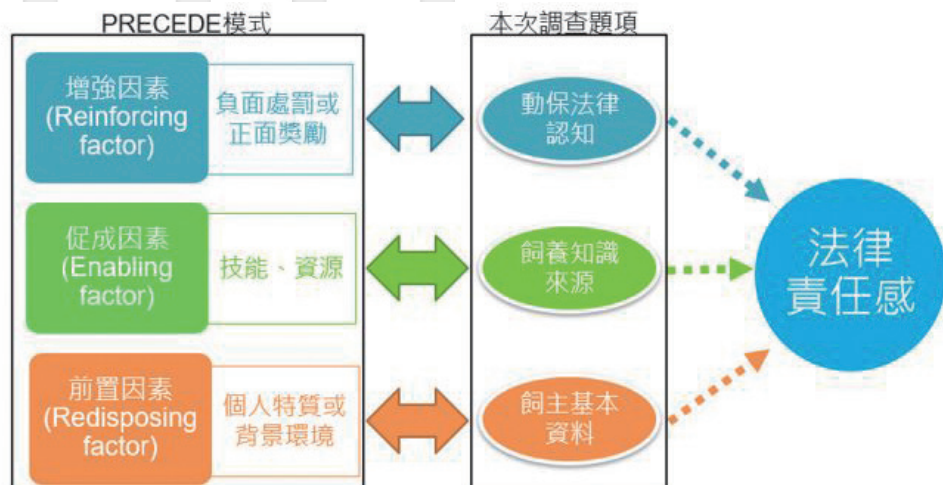
1. 前置因素

影響行為之前置因素包含個人特質或背景環境，各年齡層飼主責任分數結果顯示，21-40 歲飼主飼主責任分數最高，其次為 20 歲以下飼主，而年齡層越高飼主有飼主責任分數越低之趨勢（圖十四）。此外，由飼養經驗與飼主責任分數之關聯顯示飼養經驗越長，飼主責任分數越高（圖十五）。由婚姻



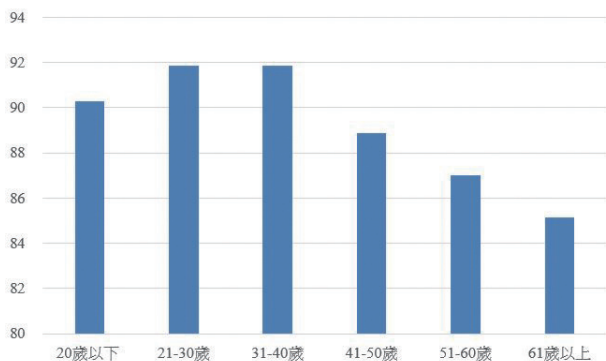
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十二 動物保護相關措施與規定認知



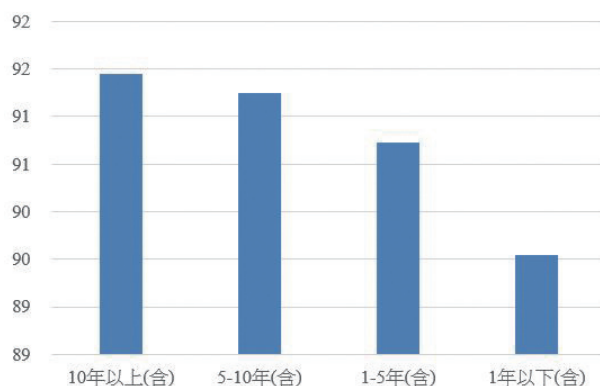
資料來源：Green及Kreuter(1980)；台灣經濟研究院生物科技產業研究中心整理。

圖十三 PRECEDE-PROCEED 模式與本調查題項之關聯



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十四 各年齡層飼主責任分數



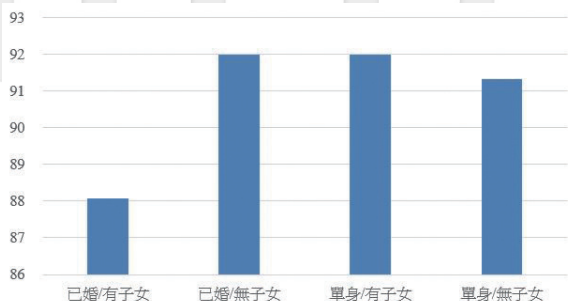
資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十五 飼養經驗與飼主責任相關分析

家庭與飼主責任分數之關聯顯示，單身/有子女及已婚/無子女飼主責任分數最高，皆為 91.99，其次為單身/無子女 91.33，已婚/有子女則為 88.06（圖十六）。然而本次調查單身/有子女及已婚/無子女樣本數較少，可能影響結果。

2. 促成因素

影響行為之促成因素指個人可獲得之技能及資源，本調查以飼養知識來源視為促成因素並進行交叉分析。其中，現今飼養資訊來源管道多元，根據本調查，由政府部門、寵物相關協會、獸醫師、社



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十六 婚姻家庭與飼主責任相關分析

群網絡、網路資訊獲得資訊之飼主，其飼主責任分數平均較高。然而曾由政府部門及寵物相關協會得知飼養資訊之飼主僅 5.2% 及 13.5%，現階段應仍以獸醫師、社群網絡、網路資訊為主要動保資訊推廣管道（圖十七）。

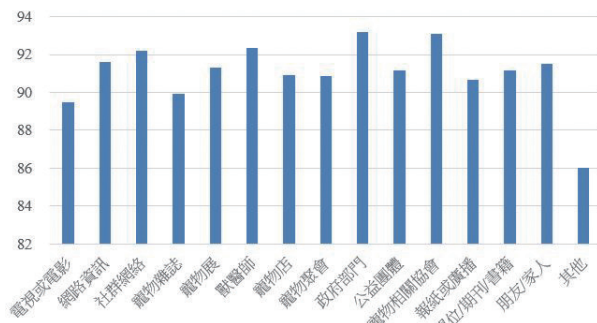
3. 增強因素

影響行為之增強因素指負面處罰或正面獎勵，本調查以動保法律認知視為增強因素，並進行相關係數分析。結果顯示，知道越多動物保護相關措施與規定的飼主，與其飼主責任分數為正相關（關聯係數 0.21），皆不知道者則為負相關（關聯係數 -0.12）。

進一步分析各項動保法律認知與飼主責任分數之關聯性（表三），結果顯示「民眾欲飼養寵物時，可於各縣市動物收容處所認養」、「特定縣市不定期補助犬貓絕育、晶片植入、狂犬病疫苗注射等」及「棄養寵物將被處以罰鍰」之關聯性相對較高。其中，「特定縣市不定期補助犬貓絕育、晶片植入、狂犬病疫苗注射等」屬於正面獎勵，「棄養寵物將被處以罰鍰」屬於負面處罰。

（四）飼主飼養責任態度小結

根據本次調查飼主責任之結果，在動物保護相



資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

圖十七 飼養資訊管道與飼主責任相關分析

關措施與規定認知上，目前飼主平均知道近一半動物保護相關措施與規定，且飼主知道越多項之措施與規定與其飼主責任分數為正相關，皆不知道者則為負相關，因此為加強我國飼主責任，應持續強化宣導動物保護相關措施與規定。

目前國內飼主對於「保護與醫療」及「飲食與環境」之責任觀念較「外出與運送」為佳，而以「不以汽車或機車遛寵物」之認知較弱，未來應加強宣導。

而在推廣管道上，由政府部門及寵物相關協會得知飼養資訊之飼主責任分數高，然而目前此兩管道普及率低，未來可增加推廣強度，特別是「動物保護資訊網」可在 52.1% 民眾接觸率基礎上再強化，現階段以獸醫師、社群網絡、網路資訊為主要動保資訊推廣之有效管道，其中「我挺動保來逗陣 FB 粉絲專頁」及「寵物登記管理資訊網」之普及率較低，應加強其曝光度。動保法律認知上，持續推廣動保法律認知之負面處罰如「棄養寵物將被處以罰鍰」，或正面獎勵如「特定縣市不定期補助犬貓絕育」等將對於飼主責任的提升將有正向影響。

此外，應針對「不以汽車或機車遛寵物」、「以繩或鍊圈束飼養寵物，牽繩長度長於寵物身形，並使用安全舒適之項圈，且提供充分放風時間」及「寵物出入公共場所時，有七歲以上之人陪同」等飼養

表三 動保法律認知與飼主責任分數之關聯性

動保法律認知	關聯係數
民眾欲飼養寵物時，可於各縣市動物收容處所認養	0.22
特定縣市不定期補助犬貓絕育、晶片植入、狂犬病疫苗注射等	0.19
棄養寵物將被處以罰鍰	0.19
民眾欲購買寵物時，應向合法登記並有許可證之業者購買	0.15
未為犬貓絕育且未申報及提出繁殖管理說明，將被處以罰鍰	0.14
未提供寵物妥善照顧（包含飲食、環境、醫療、戶外活動等）將被處以罰鍰	0.14
動物保護法	0.13
未辦理犬隻登記，將被處以罰鍰	0.11
各縣市皆設動保機關與動物保護檢查員可接受民眾檢舉，動檢員可於任何寵物出入之公共場所進行稽查和取締	0.10
檢舉違反動物保護法案件獎勵辦法	0.06
總關聯係數	0.21

資料來源：台灣經濟研究院生物科技產業研究中心109年度國內寵物飼養認知態度調查問卷，有效回卷620份（本調查樣本以參觀北中南寵物展之一般飼主為主要對象（不包含特定飼主如私人狗場、僅提供食物之餵養人等））。

行為進行加強宣導，以提升目前飼養責任分數低於平均之飼主族群，進而提升整體飼主責任。

總結

本次調查針對國內寵物飼主之寵物飼養認知與態度，並分析目前消費結構，及建立飼主責任分數基礎值。在消費結構上，單次性消費以寵物購買平均花費最高，然而目前僅 56% 飼主購買寵物。而日常性消費則以寵物食品平均花費最高，其次為醫療或健康檢查及寵物美容，然近年興起的寵物寄養、寵物保險等項目花費仍低，顯示飼主對於部分新興業別之需求可能尚在成長中。在動物保護相關措施

與規定認知上，目前飼主平均僅知道近一半動物保護相關措施與規定，因此為加強我國飼主責任，應持續強化相關宣導。

本調查於今年度掌握國內飼主消費結構，並根據飼養行為建立飼主責任分數平均 90.87 分之基礎值，未來應定期進行飼主寵物消費結構與責任調查，以掌握飼主需求與飼養責任的動態變化，作為我國動物保護政策規劃與推動效益之重要參考。

AgBIO

李盼	台灣經濟研究院	生物科技產業研究中心	專案經理
余祁暉	台灣經濟研究院	生物科技產業研究中心	總監
鄭祝菁	行政院農業委員會	畜牧處動物保護科	科長
吳晉安	行政院農業委員會	畜牧處動物保護科	技士