

美國針對含糖飲料課徵價格稅之經驗

台灣大學農業經濟學系

張宏浩

摘要

在過去 30 年間，美國人口之肥胖情形明顯增加，最近之調查數據顯示 2/3 之成人有過重或肥胖之問題，而過重孩童之數量亦增加。肥胖與日常飲食之關係，例如外食或飲用含糖飲料等（高果糖、玉米糖漿者，如蘇打飲料、果汁、運動或提神飲料、沖泡飲料等），已獲得關注。

根據美國國家健康與營養調查，在 1999 年至 2004 年間蒐集之食物攝取資料，美國人每日平均攝取 22.5 茶匙之添加糖類，其中有將近一半來自於蘇打飲料或果汁。依照 2005 年國家飲食指南之內容，在 2400 卡之熱量的飲食中，22.5 茶匙添加糖類之食用量幾乎已耗盡可自行決定之熱量攝取範圍。美國國內的高肥胖率已促使美國國家醫學研究院以及部份州或地方政府倡議針對含糖熱量飲料徵稅。本研究針對徵稅後整體飲料消費、熱量攝取，以及美國人過重與肥胖情形之潛在影響進行調查。

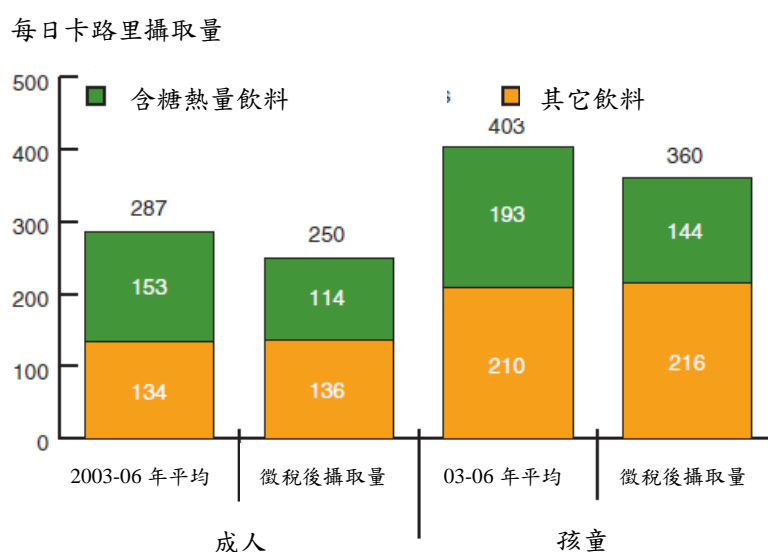
本研究假設含糖熱量飲料徵稅後之可能影響，包括含糖飲料蘇打飲料、果汁、運動或提神飲料以及沖泡式飲料，發現消費者面對徵稅後飲料價格提高將選擇其它種飲料，如無熱量飲料、瓶裝水、果汁、咖啡、茶或牛奶。本研究進一步發現：(1)以徵稅方式提高 20% 含糖飲料之價格，可減少成人每日自飲料攝取之熱量為 37 卡；對孩童熱量攝取的影響則更大，每日可減少 43 卡。(2)假設每磅脂肪為 3500 卡的熱量，在其它條件相同僅減少自飲料攝取熱量之下，成人平均每年可減少 3.8 磅之體重，而孩童平均每年可減少 4.5 磅。(3)針對飲料徵稅而造成之體重減少，可減少成人過重情形之百分比為 66.9% 至 62.4%，減少成人肥胖情形為 33.4% 至 30.4%；孩童部份則可減少有過重危險者達 32.3% 至 27.0%，減少過重情形達 16.6% 至 13.7%。

上述美國人肥胖與過重之比例減少來自兩大因素：(1)過重或肥胖族群當中一大部份為僅超過標準值一小部份者，減少一小部份之熱量攝取即可改變他們在體重分群上的位置。(2)許多過重或肥胖的族群飲用過多含糖飲料，在過重的成人當中有 10.6%，其每日來自飲料之熱量達 450 卡，幾乎是一般成人每日攝取量 152 卡之 3 倍。

針對含糖飲料徵稅的政策會影響所有的消費者，包括過重、肥胖或是正常體重者，在此研究中過重或肥胖率之減少並不涉及正常體重者體重之可能改變。但仍有許多民眾之體重只落在少於 BMI 指數界定過重或肥胖之標準值一小部份之下，因此針對含糖飲料徵稅以期減少熱量攝取之政策不只可降低肥胖率，也可幫助在標準值附近之個人維持正常體重。

針對含糖飲料徵稅之效果尚取決於其它因素，如稅賦的高低及稅賦如何反映在消費者購買的價錢上。製造商及零售商能夠決定有多少稅賦須由消費者自行負擔，在家中或外食的食品亦會影響消費者負擔的稅賦（前者如在零售店購買的瓶裝或罐裝蘇打飲料，後者如在速食店可無限續杯的冷飲）

本研究中使
用兩項全國性資
料加以分析：
(1)Nielsen
Homescan Panels
在 1998 年至
2007 年調查之飲
料零售量。
(2)2003 年至
2006 年間國家健
康與營養調查中



每日飲料攝取量以及相對應之受訪者身高體重。在每項資料中飲料以熱量含量分為 8 類（含糖熱量飲料、無熱量飲料、脫脂牛奶、低脂牛奶、全脂牛奶、100% 純蔬果汁、咖啡/茶、以及瓶裝水）。使用購買資料建立之需求體系能夠精確的估計含糖飲料價格上升後對飲料購買行為之影響。計算後所得之價格彈性則進一步應用到國家健康與營養調查中每人飲料攝取資料，以估計在徵稅後提高 20% 之飲料價格將如何影響個人來自不同飲料類別之熱量攝取。最後計算由各類型飲料中攝取熱量之改變，並假設每磅脂肪為 3500 卡之熱量，研究得到國家健康與營養調查當中之調查者在飲料徵稅後之體重改變情形，用以估計徵稅後美國人口過重以及肥胖情形之改變。

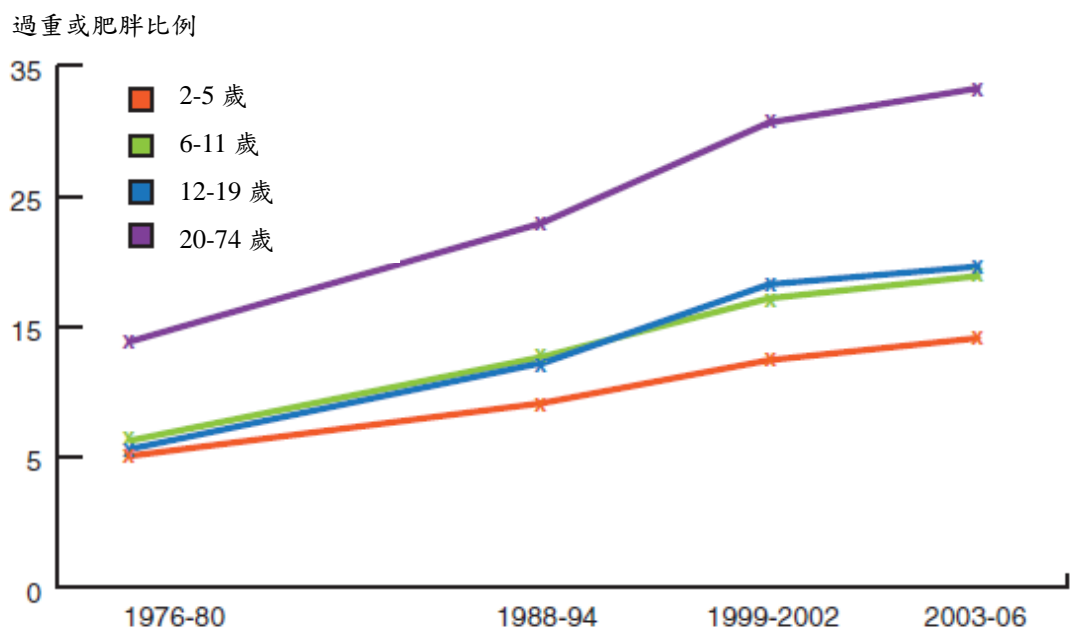
關鍵字：含糖飲料 (Sugar-sweetened beverages, SSB)、不含酒精飲料、蘇打稅 (Soda tax)、含糖、肥胖、飲料需求

一、前言

在過去 30 年間，全美肥胖人口大幅成長，最近的調查數據顯示有 2/3 之美國成人有過重或是肥胖的問題，在孩童當中，面臨肥胖問題或已有肥胖問題者之人數也在增加中。部份研究結果亦指出，若目前之肥胖率持續，到 2030 年前，將有 86% 之美國成人有過重或肥胖問題。研究者 Tsai 於大量回顧文獻後歸納出美國國家醫療支出在過重問題上已花費 158 億美元，而針對肥胖問題則已支出 981 億美元，總計為 1139 億美元。由上述背景顯示，肥胖與飲食習慣，如外食、飲用含糖熱量飲料等，已獲得更高之關注。

文獻指出食用含糖/果糖或玉米糖漿飲料者與肥胖風險及第二型糖尿病有所關聯。飲用含糖熱量飲料與體重增加有正相關，但不表示必然之因果關係。然而，含糖熱量飲料已被列為課稅商品以減少來自此部份之熱量攝取、提供飲食與健康、以及挹注供政府解決肥胖問題造成之健康與經濟負擔。

圖 1：1976 年-2006 年之過重與肥胖率



在 2009 年，全美已有 33 州對蘇打飲料徵收營業稅，徵收之稅率達 5.2%。密蘇里州、維吉尼亞州、猶他州針對蘇打飲料徵收之營業稅最低，只有少於 2%，而印地安那州、密西西比州、紐澤西州、羅德島州徵收之營業稅則是最高的 7%，其它的 13 州則徵收至少 6% 之稅。許多不同的州也針對自動販賣機徵收類似的稅別，或對飲料之製造商、經銷商、量販商、零售商徵稅。最近一項研究針對州內之蘇打飲料稅與孩童、青少年及成人之身體質量指數 (Body Mass Index, BMI) 進行調查，結果發現並無明顯相關。

這些研究發現對蘇打飲料徵稅對體重影響不多並不令人驚訝。蘇打飲料之營業稅常為小額及非經常性之徵收，但 BMI 指數則呈長期之成長。並且，營業稅並不會直接反應在個別飲料零售價上，而是與其它食品一起在結帳櫃檯計算。因此，消費者可能無法察覺針對飲料而加徵的稅，研究資料也無法反映消費者在購買時對於加稅之回應。

贊成對含糖熱量飲料增稅者認為，為得到明顯之效果必須提高稅率，如同菸草稅一樣。例如 Brownell 等提議隨含糖熱量飲料每盎司容量增加 1 角的消費稅。因消費稅會完全由消費者負擔，其提議之稅收方式會隨飲料品牌、容器大小、以及零售價等有所不同並且差異極大。例如：一罐售價 6 美元，12 瓶裝的 12 盎司飲料，計算後消費稅為 1.44 美元（24%），而折扣中的 2 品脫 1 美元飲料則徵收 0.68 元的稅（68%）

對食品收稅以減少消費量取決於基本之經濟原則，即消費者對高價商品會減少購買。因此，飲料稅之效果端視消費者為回應高價飲料價格而減少之消費量（自身價格彈性 own-price elasticity）。最近的食物需求研究指出蘇打飲料或其它飲料之自身價格彈性在 -0.8 至 -1.0 間。此價格彈性範圍亦用以預測消費者對加稅蘇打飲料之消費回應。耶魯大學魯德食品政策暨肥胖研究中心（Rudd Center for Food Policy and Obesity）並使用 -1.2 之自身價格彈性計算對含糖熱量飲料徵稅可得之營收。

相關研究中有些評估不足之處，首先，消費者能夠購買其它的飲料做為對某特定飲料稅之回應（即需求交叉彈性），未能測量需求交叉彈性，研究者只能仰賴自身價格彈性及假設需求交叉彈性之效應。其次，許多研究在分析時都包含蘇打飲料以及果汁兩種，但卻未分辨飲料之含糖量為低糖或含糖。為測量熱量攝取減少與肥胖之關係，必須將含糖熱量飲料及低熱量或低/無糖列為不同類別。部份需求研究已將一般飲料與低糖飲料分開，但其它研究將含糖運動飲料、提神飲料以及果汁都刪除只分析剩餘的非酒精飲料。因此，缺少需求彈性估計之文獻，須再次完整檢驗其針對含糖熱量飲料徵稅影響所得之結果。

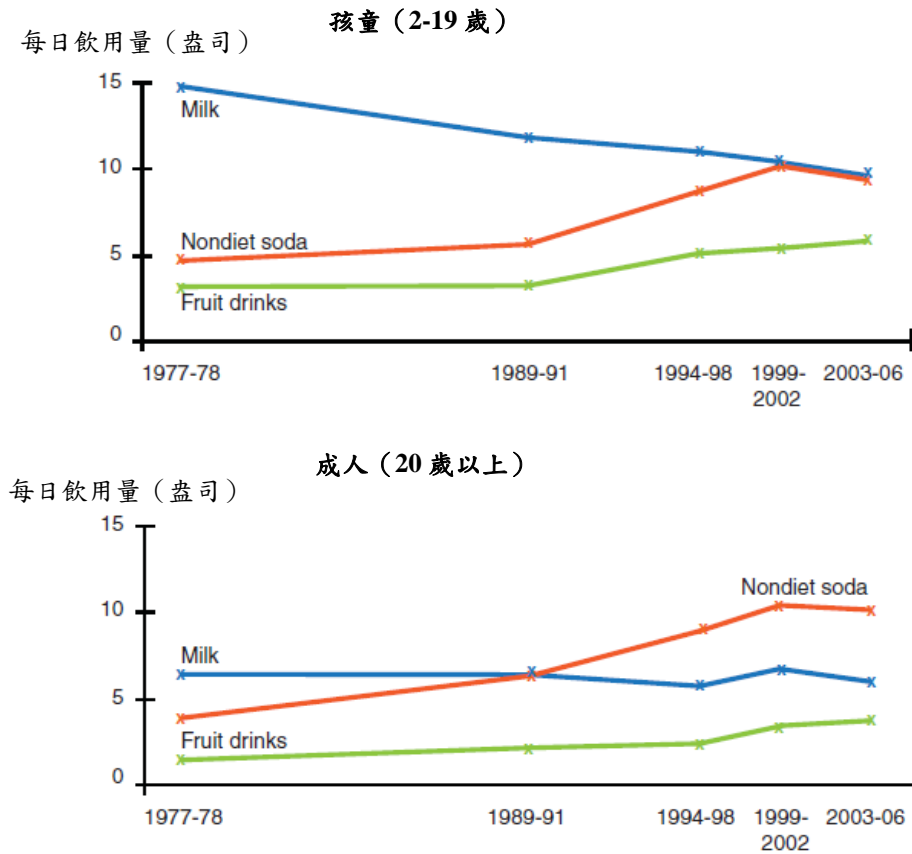
之前研究中的不足之處，在本研究中以過去 10 年間美國家庭之食品雜貨購買資料分析補全，本研究特別建立了一個以飲料熱量成份分類之飲料需求系統。計算所獲得之需求彈性則可應用到全國性個人飲料攝取資料，因此能夠計算因徵稅而價格提高之熱量飲料之購買行為改變而造成之個人卡路里攝取之改變。全國攝取調查資料為本研究之理想資料來源，因其不但提供飲食攝取資料，也擁有飲料中之營養素成份資料庫，並且計算調查中每位受訪者之身高體重。透過衡量消費者熱量攝取因購買行為隨徵稅飲料後改變而改變，便能夠檢驗美國人口體重減少、過重以及肥胖之情形。

二、 1977 年至 2006 年美國飲料消費之趨勢

美國人口在過去 30 年間總熱量之攝取有所增加，主要來自於對零食及飲料攝取的增加。研究發現來自飲料之熱量，自 1997 年之 14.2% 增加到 2002 年的 21%，主要來自含糖熱量飲料。

在過去 30 年間，美國飲料消費情形有大幅度的改變。相較於牛奶的飲用，自 1980 年代起，含糖熱量蘇打飲料以及果汁、低/無糖飲料受歡迎的情況有所增加；目前美國成人對含糖飲料之飲用量約為牛奶的 2 倍，在 1970 年代晚期，孩童之牛奶飲用量約為蘇打飲料之 3 倍，但在 2003 年至 2006 年間，孩童飲用牛奶與其它飲料之總量已所差無幾，並且果汁之飲用在成人及孩童間都有所成長。這樣的消費趨勢與美國孩童普遍過重及成人肥胖問題有所關聯，也促使呼籲消費者在選購含糖熱量飲料時做出更明智的選擇，以更有營養的牛奶、果汁或是低熱量飲品如水或低糖飲料做為代替。

圖 2：1977 年至 2006 年飲料消費情形



三、美國民眾對添加糖類之消費情形

每隔 5 年，美國政府單位都會更新美國人飲食指南 (Dietary Guidelines for Americans) 用以幫助消費者選擇飲食及滿足營養需求。指南內對主要食品列出建議之食用量，雖然其中並無添加糖類之建議食用量，但針對飲食中包含並不超過飲食指南建議之飲食項目，列有「可自行決定之熱量 (discretionary calorie allowance)」一項。添加糖類包括蔗糖、甜菜糖、蜂蜜、糖漿、玉米糖漿，以及其它經常用於食品或飲料中的糖類，但不包括果糖及乳糖。

依照飲食指南，可自行決定之熱量一項可做為各食品類別之補充，例如低於最少量脂肪的類別、添加油、脂肪、酒類、以及食品中的添加糖類等。與指南中其它主要食品類別相同，可自行決定熱量一項之建議食用量也依照個人年齡、性別、身高體重、身體活動、懷孕或哺乳等不同而在熱量攝取上有所差異。舉例來說，飲食指南中建議一般活動量、標準身高體重 (BMI 值 22.1) 之成年男性，一天攝取 2400 卡的熱量，其中包括 362 卡可自行決定之熱量，約等於 23 茶匙的添加糖類。同樣的，一般活動量的 4 到 8 歲孩童，飲食指南則建議一天有 1400 卡熱量的飲食攝取，其中可以有 171 卡自行決定之熱量，約等於 11 茶匙的添加

糖類。飲食指南並將如何攝取這些自行決定之熱量交由個人決定，包括如何分配來自食品或飲料的添加糖攝取量等。

由 1999 年至 2004 年的國家健康與營養調查資料，可知美國人一天平均攝取 22.5 茶匙的添加糖類，幾乎已達飲食指南建議的 2400 卡飲食中 362 卡可自行決定之添加糖類量之上限，也無其它多餘的攝取量可以自其它食品攝取。美國成人一天約食用 21.6 茶匙的添加糖類，2 至 19 歲的孩童則用約 24.9 茶匙。含糖熱量飲料及果汁（每包裝純果汁含量低於 100% 者）為美國人口飲食中主要的添加糖類來源，約有 10.58 茶匙的添加糖攝取量來自這些類別。孩童每天則自蘇打飲料、果汁等食用約 11.96 茶匙的添加糖類（總每日可添加糖類可攝取量的 47%）

自蘇打飲料及果汁飲料中攝取過量的添加糖類，以及其與體重增加的相關性，已在對抗肥胖問題中得到注意。美國國家醫學研究院認知到含糖熱量飲料在美國孩童飲食中的角色，已向政府倡議對高含糖量、低營養成份之食品及飲料增加稅賦，以減少消費。2010 年稍早白宮孩童肥胖特別工作小組建議聯邦、各州地方政府針對不健康、高熱量食品，例如高含糖熱量飲料，分析其增稅後可得之影響。美國國家醫學研究院与其它倡議加徵飲料稅者同時提議增加之稅收可做為提倡健康飲食及減少肥胖普遍情形的經費。

表 1：1999 年-2004 年添加糖類食用量

人口類別	平均食用量							總添加糖類量
	蘇打飲料	果汁	其它飲料	甜點	穀物	甜食	其它食品	
單位：茶匙								
全美人口								
(2歲以上)	8.2	2.4	0.8	3.7	0.8	3.3	3.2	22.5
孩童								
(2-19歲)	8.4	3.6	0.6	3.6	1.5	3.9	3.4	24.9
成人								
(20 歲以上)	8.1	2.0	0.9	3.7	0.6	3.1	3.1	21.6

註：甜點包括奶製品，如冰淇淋、奶凍、布丁等，以及含糖蛋糕、餅乾、派類、饅餅。甜食則包括糖果、果醬、果凍、糖、蜂蜜、其它糖類。

四、徵稅可為飲料消費帶來之改變

本研究由 Nielsen Homescan 調查在 1998 年至 2007 年間家庭雜貨食品購買之資料建立飲料需求體系。家庭雜貨食品購買資料總計有 120 份全國性之月份觀察，而飲料購買分為 8 種類別，在不同飲料類別中，並提供了成人及孩童每人平均熱量攝取量，詳如表 2。

研究發現含糖熱量飲料需求的自有價格彈性為-1.26，因此價格上升 10% 預計能夠減少 12.6% 之含糖熱量飲料零售購買。面對含糖熱量飲料價格提高，消費者則較可能改買瓶裝水、果汁及牛奶。研究發現瓶裝水最可能做為含糖飲料之替代品（交叉價格彈性為 0.75），而全脂或低脂牛奶則最不易成為含糖飲料之替代品（交叉價格彈性為 0.2）。100% 蔬果汁亦為含糖飲料之替代選項之一，其交叉價格彈性為 0.56，介於瓶裝水與牛奶之間。在其它低糖或無糖飲料中，可看到互補效應，其交叉價格彈性為-0.46，表示含糖熱量飲料價格若提高，其它低糖飲料之零售購買亦會減少。基於計算資料來源為家庭之雜貨食品購買，在低糖飲料類別中發現之互補效應，可能係家庭中不同成員對低糖與含糖飲料回應有所不同所致。

本研究以需求彈性計算含糖熱量飲料徵稅後，在國家健康與營養調查中之個人飲料消費之改變。個人每日飲料消費量及相對應之熱量，以美國農部之營養資料庫分為 8 類（表 2）。部份果汁及牛奶所含之熱量高於蘇打飲料。因我們預期含糖熱量飲料加徵稅時，消費者將改選購其它飲料，未將其它飲料列入可能造成衡量飲料徵稅對減少熱量攝取之影響有所偏差。並且，若在需求體系中未能包括其它飲料選擇，則可能有設定誤差（misspecification）及需求彈性估計偏差之情形。

本研究假設含糖熱量飲料在零售店或餐廳加稅後價格增加 20%，計算而得個人在含糖熱量飲料熱量攝取之減少，成人為 38.8 卡而孩童為 48.8 卡（表 3）。為進一步計算含糖熱量飲料徵稅後帶來消費者在熱量攝取之改變，本研究計算國家健康與營養調查中個人飲料攝取資料之交叉價格效應。在含糖飲料徵稅後，其它高熱量之果汁或牛奶消費將增加，每人來自飲料之平均熱量攝取（扣除含糖熱量飲料），成人增加了 1.9 卡而孩童增加了 6.1 卡。扣除含稅飲料之消費，個人每日熱量平均攝取之淨減少量，成人為 36.9 卡而孩童為 42.7 卡。

本研究的發現奠基在過去家庭飲料消費與個人飲料攝取量之關係，計算其價格需求彈性，即消費者對含糖飲料價格改變之可能回應。價格彈性常被用於模擬小量價格改變之情形，因其資料來源多為零售時價格小量改變之觀察，而研究所做的估計當中，20% 價格變化在零售價格上已為明顯的變化。

當價格增加或加稅額度大時，價格彈性可能低估消費者之實際反應，特別是在高額增稅又以消費者教育活動加強時，更可能有低估之情形。舉例來說，目前美國或各州對菸草徵收高額的稅賦，平均徵收商品稅前 85% 或稅後 46% 之金額，再加上政府或民間對香菸控制衛教活動，以致於吸菸情形有大幅減少。

表 2：2003 年至 2006 年飲料類別與每日熱量消費

飲料類別	內容項目	每日熱量	
		成人	孩童
含糖熱量飲料	蘇打飲料、果汁、運動提神飲料、沖泡式含糖飲料	153	193
低卡飲料	低卡或無熱量蘇打飲料/果汁、運動提神飲料、沖泡式含糖飲料	3	1
脫脂牛奶	脫脂或無脂肪鮮奶	11	11
低脂牛奶	低脂鮮奶	37	76
全脂牛奶	全脂鮮奶	22	57
果汁	100%純果汁含量之蔬果汁	36	55
咖啡/茶	咖啡、茶飲料	25	10
瓶裝水	瓶裝水（不包括自來水）	0	0

圖 3：不同飲料所含之熱量

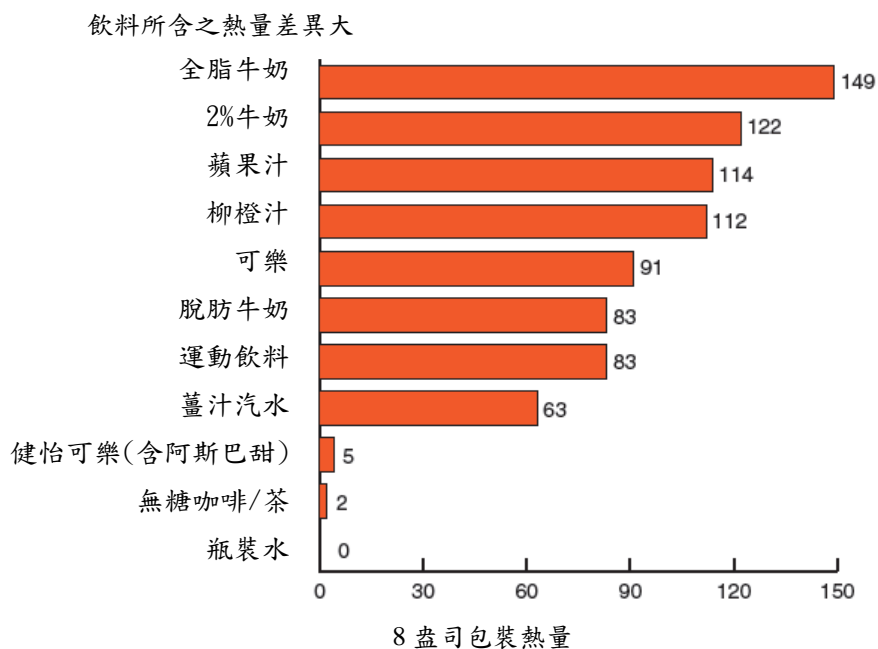


表 3：以增稅後價格提高 20% 計算每日飲料消費之改變

飲料類別	每日消費改變情形			
	成人		孩童	
	盎司	熱量	盎司	熱量
所有飲料	-3.63	-36.9	-3.78	-42.7
含糖熱量飲料	-3.63	-38.8	-4.45	-48.8
低熱量飲料	-0.11	0.0	-0.05	0.0
脫脂牛奶	0.01	0.1	0.02	0.2
低脂牛奶	0.03	0.4	0.08	1.2
全脂牛奶	0.03	0.6	0.10	1.7
果汁	0.13	1.7	0.27	3.6
咖啡/茶	-0.58	-0.9	-0.13	-0.5
瓶裝水	0.48	0.0	0.37	0.0

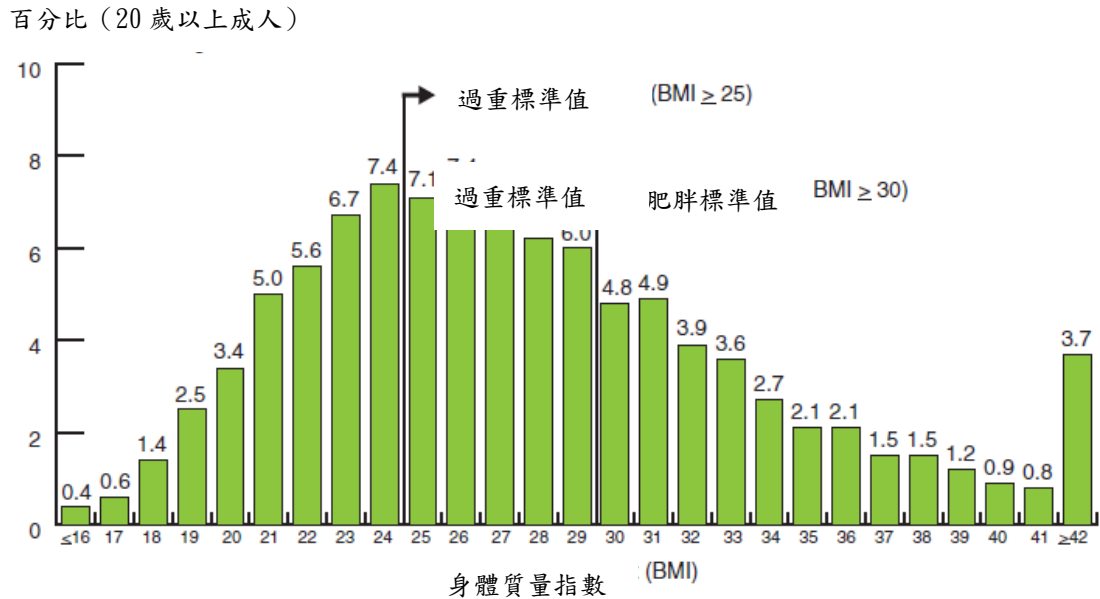
在國家醫療與健康調查中包含回答者身高體重之資料，進一步以身高體重計算身體質量指數 (BMI)，做為個人是否肥胖或過重之分類標準。成人過重之標準為 BMI 值大於 25，而肥胖則是 BMI 值大於 30。孩童部份，則使用疾病管制局之孩童成長圖表，其中第 85 分位數以及第 90 分位數各表示 2 至 19 歲可能有過重之危險及過重者。

熱量攝取與體重之動態關係非常複雜，體重減少之原因為能量不均衡 (熱量消耗較攝取多)，不均衡則導致長期體重之變化。當個人體重減少時，其身體需要之熱量亦減少，因每日攝取量固定之減少，體重雖會減少，長期下來身體仍會到達一個新的穩定狀態。在文獻中經常使用 1 磅脂肪約為 3500 卡，可做為預測徵稅帶來之體重減少，或對過重或肥胖問題之改變。

假設其它條件維持不變，身體活動量或除了飲料外之飲食皆相同，每減少 3500 卡可減少 1 磅體重。個人體重減少可做為稅前或稅後美國過重或肥胖情形比較時之相關值，我們預測過重之情形在成人上可減少約 66.9% 至 62.4%，在孩童方面則有過重危險者可減少 32.3% 至 27%，而過重情形可減少 16.6% 至 13.7%。

前述預測之過重及肥胖情形減少之兩大原因為：一、有一大部份成人或孩童僅超過過重或肥胖標準值一點點，減少一點熱量攝取就可以讓他們變成非過重或肥胖。其次，許多過重的成人或孩童攝取太多含糖熱量飲料，在我們的假設當中，對飲料徵稅會對消費飲料多者造成較大的影響。例如，過重之成人在徵收 20% 飲料稅後可減少 496 卡來自含糖飲料之熱量，比較稅後仍攝取 100 卡者，前者可進入一般體重類別。肥胖成人每日減少 474 卡來自含糖飲料之熱量，則不列為肥胖族群，而其它每日攝取 127 卡之肥胖者則仍有肥胖問題。除此之外，對其它體重只差幾磅便成為過重或肥胖者來說，徵稅後減少含糖熱量飲料之消費亦可預防其成為過重或肥胖族群。

圖 4：成人 BMI 指數分佈情形



五、綜合討論

使用經濟誘因以鼓勵或勸阻，達成提倡健康飲食之方式已得到立法者之重視。許多食品需求文獻指出許多食物具有自身價格無彈性之特性，即消費之改變較價格之改變少。在需求低彈性下，價格控制並無法改變消費者行為。但本研究發現目前研究認為含糖熱量飲料為具有自身價格彈性之商品，即消費者會隨商品價格變動而改變消費行為，提高 10% 之價格其購買將減少 12.6%。

為提倡更健康之食物選擇，除了對含糖熱量飲料增稅外，尚有其他政策，包括補助其它飲料選擇、限制不健康飲料之供應、加強資訊教育活動等。這些政策多針對學童，舉例來說，有 31 州以法令限制學校中受歡迎食品之取得或建立營養規章，包括含糖熱量飲料；相同的，國家學校營養午餐計畫提供牛奶供應之補助，或要求牛奶做為學校供食之必要項目，因此比起其它場所，學校可提供較高鈣飲食予學童。但若此項政策目標在於減少肥胖情形，則須注意部份果汁及低脂牛奶之熱量反而較蘇打飲料高。

學童對校園中販售低價的健康點心及高價較不健康之點心亦有正面的消費反應，一樣的定價策略可做為鼓勵校園中的健康飲料選擇。然而，我們必須指出在學校中得到之結果不一定適用於一般食品零售中，部份原因來自於在校園中零食點心之選項有限，故有其特殊的效用函數。

經濟學家常需估算消費者對價格提高之反應，然若要消費者對增加的稅賦有所反應，則消費者須先察覺到價格的變化。在本研究中假設消費者會對含糖熱量飲料因徵稅而增加 20% 價格有所反應，但在實際的市場上，是否為真呢？基於營業稅係在結帳時外加，消費者不會在貨架上商品的標價上看出，因此消費者在購買商品或在餐廳消費時，經常不會認知到某項商品額外增加的稅賦或考慮消費稅。此外，美國農部營養補助計畫（Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP）之飲料或其它合格食品，並不會被徵收營業稅，因此，這些商品並不因徵稅而提高價格。

針對含糖熱量飲料之徵稅，亦可從飲料製造商生產飲料之多寡或其產品中所含之糖或糖漿量來徵收貨物消費稅。若此項貨物消費稅亦反應在零售商上，則將提高商品之零售價，進而反應在零售店售價或餐廳之菜單上。以貨物消費稅之方式比較容易影響對食品選擇，亦可影響免營業稅之營養補助計畫內食品項目之購買。

製造商及零售商對商品徵稅之回應，不論是在營業稅或貨物消費稅，都將影響消費者負擔稅金之多寡，若一大部份貨物消費稅並不由消費者負擔或由製造者自行吸收，則徵稅以減少使用之效果就會折損。例如，製造商可以完全負擔徵稅之金額，也不調整飲料之價格，或僅調整部份價格；若只有部份之徵稅由消費者負擔，則需要超過 20% 之貨物消費稅才能達到價格提高 20% 之效果。相同的，零售業者也有調整售價之自由，調整售價以補償徵稅後之成本。

飲料業界之結構也使得預測含糖熱量飲料之製造供應商將如何改變競爭策略以回應徵稅政策有所困難。製造商能夠同時提高含糖與其它飲料之價格，以分散針對含糖飲料徵稅之成本到其它商品上，在市面上則造成含糖飲料與其它飲料價格差維持相同之局面，而消費者也同樣仍較不會選擇含糖飲料外的其它飲料，使得針對含糖飲料徵稅的效果不高。基於相同的原因，預測對含糖飲料徵稅對就業情形以及當地經濟之影響一樣有所困難。

使用徵稅或其它不鼓勵的手段對消費之影響，因仍有許多未知因素，因此相當複雜。建立消費者對含糖飲料徵稅後價格提高反應之模型只是預測徵稅影響的一個步驟，個人或家庭之回應，基於個人喜好或所得不同，在不同項目上都可能有所差別。最終的結果尚仰賴各種因素，如徵稅之多寡、徵稅之類別、飲料製造商以及零售商之競爭策略等。

對臺灣計畫對含糖飲料課稅的建議

因應臺灣肥胖人口的逐漸增加，國民健康局已規劃對國內含糖飲料進行課稅，希望以提高價格方式來降低國內近幾年來快速成長的肥胖率。以本文所分享的美國經驗指出，目前臺灣的此項制度仍有改進空間。首先，此項政策是與生產息息相關，在美國兩者同隸屬於美國農業部的範疇。然而，臺灣的政策卻單由公衛部門主導，如何有效的採納農委會相關部門意見應是可提供參考的建議。另外，採取課稅方式會導致重分配效果，亦即，因此所提高的價格如何對不同社經地位的民眾造成不同的影響仍有待進一步評估。

參考文獻

本文內容擷取於：Taxing Caloric Sweetened Beverages – Potential Effects on Beverage Consumption, Calorie Intake, and Obesity, Economic Research Service, Economic Research Report No. 100, July 2010.