

消費者行為呢？

本文輯錄自「第六屆消費文化考察報告獎」高級組季軍、優異選題獎得主聖保羅男女中學同學作品

我們發現市面上多了很多宣傳品。

主要是有教育性的單張。

究竟它們是如何影響消費者的行為呢？

可擺放在店中不同地方的雜誌。

但又無直接向消費者...

具。有同學會定期索取這些推廣刊物，視為一種免費的娛樂或資訊渠道。亦有真正想購物的同學因為刊物的資訊不齊全，例如沒有標價，於是到門市搜尋產品。

同學們質疑，這類「軟推銷」刊物內的資訊是否可信。例如：何以有為數不少的男士會在女性化妝品刊物的留言板留言，以「用家」的身份盛讚其產品的效能。

消費者更要特別小心這類宣傳品有關健康的建議。同學們發現，有公司在其「雜誌」建議讀者每天服用三粒該公司生產，每粒含360mg維他命C的丸劑，攝取量大大多於人體每天所需的30mg，卻絕口不提過量攝取維他命C對消化系統的不良影響，可見這類免費刊物有其潛在的危險。

「免費」的宣傳資訊，畢竟主要目的還是在於宣傳！資訊的素質嘛，可要消費者自行小心判斷了！

於超市進行的訪問中，發現某品牌粟粉縱使價錢較同類產品貴得多，但包裝盒上刊登的各種食譜，確能吸引到主婦因此而購買。

有受訪的同學曾因為單張上教導如何裝飾家居的建議，而改變家具的擺設方法，甚至是改變主意，另買別的家

這類「軟推銷」的刊物種類繁多，產品包括食品、化妝品、家具。有些擺放在商店，有些放在屋苑入口供索取，也有郵寄的。為了吸引消費者，還會以明星作封面。這是



《「宣傳翼」》組員
指導老師：李頌楷老師
組員（中六同學）：
陳靈蔚、李明心、倪智承、
陳玉峰、王露影