

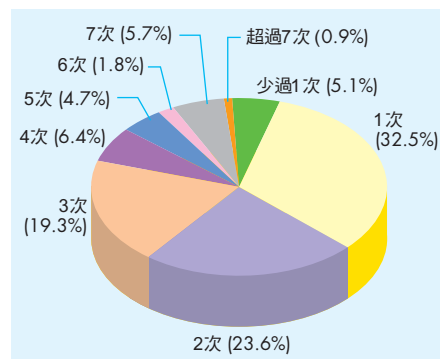
# 超市減價刺激購物欲

電視、報章不時有超市貨品減價優惠的宣傳廣告，標榜將貨品價格降到「至平」、「至抵」，又提供五花八門的減價優惠，例如：買一送一、送禮券或贈品，究竟消費者的購物習慣是怎樣？超市提供的不同優惠對他們有多重要？

## 消費者意見調查

本會於2月透過電話訪問，在1,855個有效樣本中，成功訪問了1,009位18歲或以上、曾在過去半年到超市購物的消費者的意見，瞭解他們在超市的購物習慣，以及不同超市減價優惠對他們的重要性，成功回覆率為54.4%。

圖一：每星期到超市購物的次數



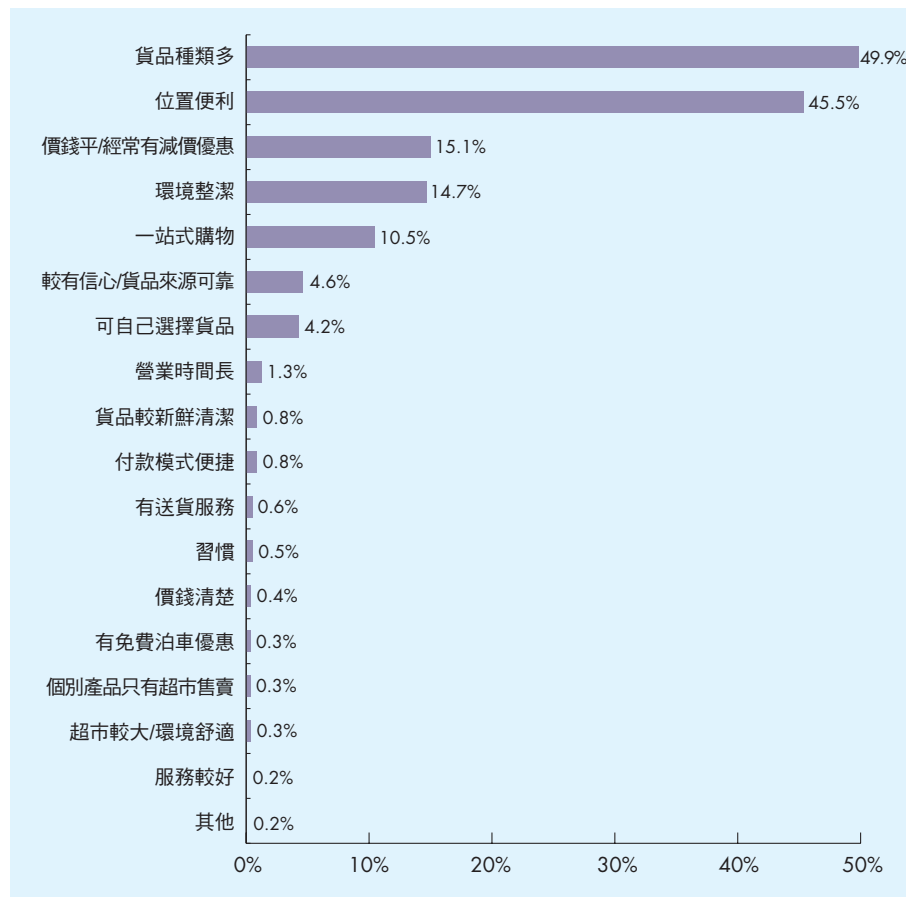
## 平均每星期到超市購物2.5次

調查發現，受訪者平均每星期到超市購物約2.5次，當中七成五受訪者每星期到超市購物1至3次，少過1次的則有5.1%。（圖一）

## 超市貨品種類多、位置便利

受訪者選擇到超市購物，主要是因為「貨品種類多」（49.9%）、「位置便利」（45.5%），

圖二：選擇到超市購物的原因



其次是「價錢平/經常有減價優惠」(15.1%)、「環境整潔」(14.7%)和「一站式購物」(10.5%)。(圖二)

## 多從報章廣告、超市店內獲得減價資訊

當受訪者被詢問會否經常留意超市貨品減價優惠,有 24.5% 受訪者表示「經常」留意、37.7%「間中」留意,回答「好少」或「從不留意」的則分別有 22.1% 和 15.7%。換言之,超過六成的受訪者(「經

常」及「間中」) 頗留意超市貨品減價優惠。而受訪者獲得有關超市減價優惠的途徑,主要是「報章廣告」(56.6%) 和「超市店內」(55.7%)。(圖三和圖四)

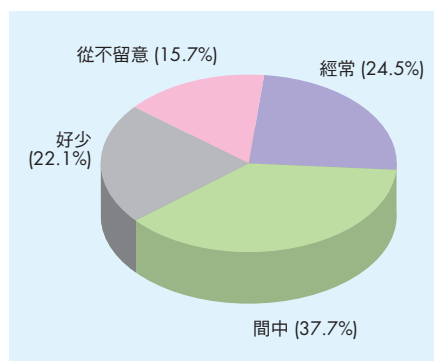
## 多數買減價貨品

當受訪者被詢問在超市購物時,較多買正價貨品抑或減價優惠貨品,近六成受訪者表示通常較多買減價優惠貨品,另有36%表示「一半一半」,而表示較多買正價貨品的受訪者則只有4.8%。結果反映消費者傾向購買超市的減價優惠貨品。(圖五)

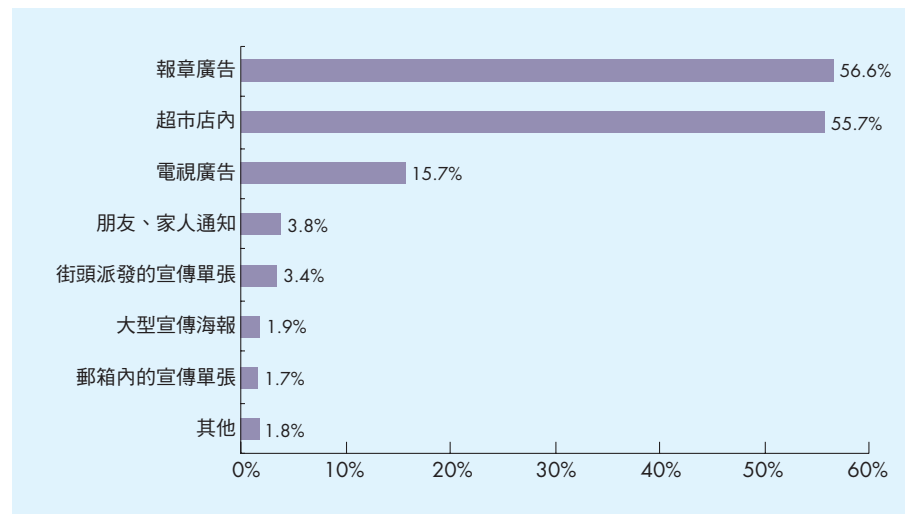
## 直接減價較重要

為瞭解哪種減價優惠形式對消費者的購物決定影響較大,調查向被訪者詢問五種較常見的超市減價優惠的重要性,結果顯示,七成五消費者認為超市提供「直接減價」較重

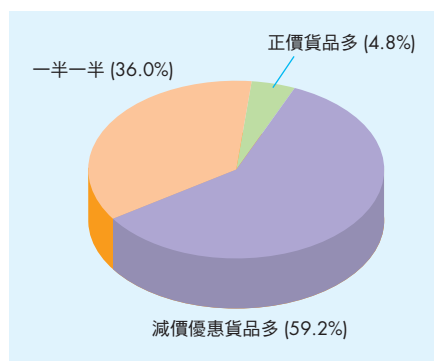
圖三：會否經常留意超市減價優惠的資訊？



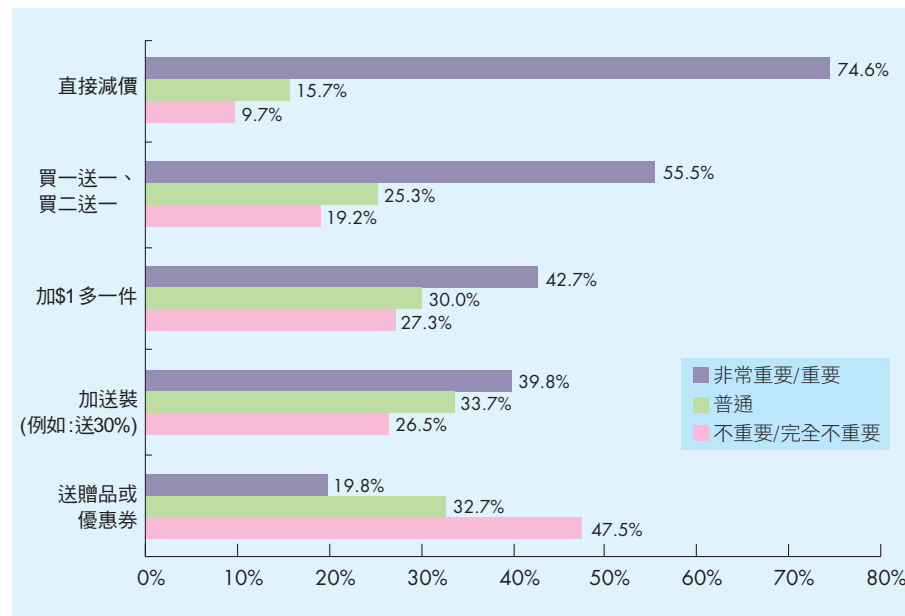
圖四：獲取超市減價資訊的渠道



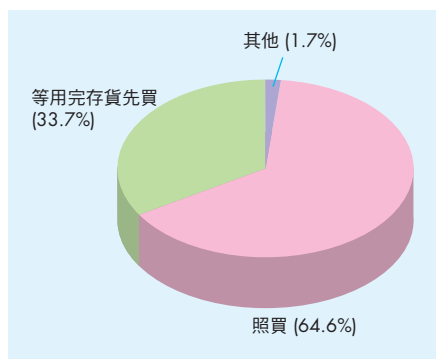
圖五：通常買較多正價貨品抑或減價優惠貨品？



圖六：各種減價優惠對消費者的重要性



圖七：會否因減價優惠而購買無即時需要的貨品？



要，次為「買一送一、買二送一」(55.5%)；而較不重要的減價優惠則是「送贈品或優惠券」(19.8%)。(圖六)

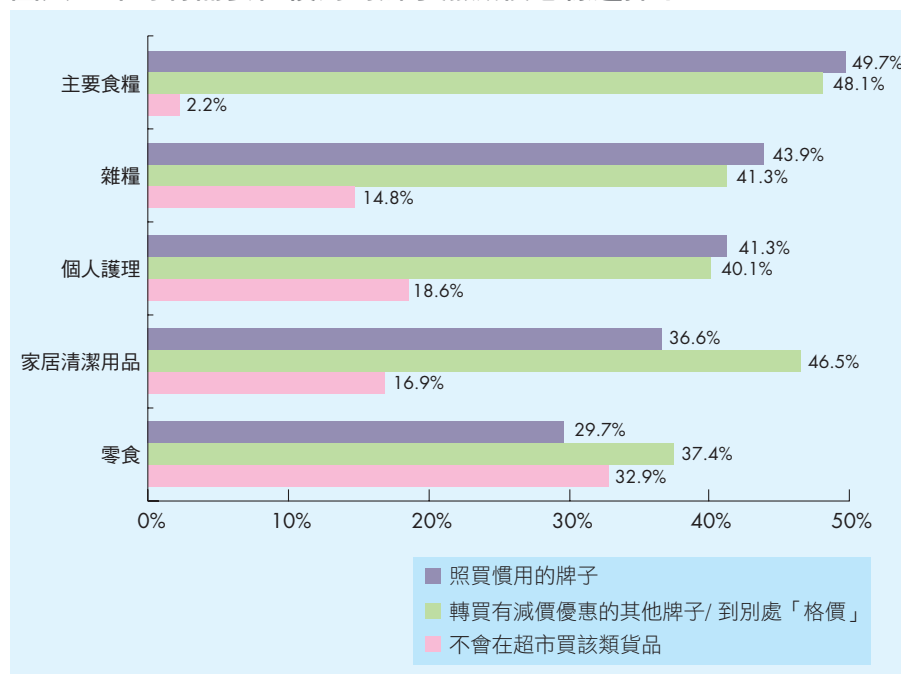
## 六成五受訪者無即時需要亦買減價貨品

為了進一步瞭解超市減價優惠對消費者的影響，調查又詢問受訪者假如在超市內見到平日慣用的貨品正在減價或有其他優惠，而優惠又吸引，自己卻沒有即時購買這些貨品的需要，會如何作出決定？結果有六成五受訪者表示「照買」，33.7%則「等用完存貨先買」，其餘受訪者表示要視乎貨品類別、存放期限或存貨有多少等才可決定。(圖七)

## 即時需要某貨品但慣用牌子無減價又如何？

換一個角度看，如受訪者要到超市買即時需要的貨品，但平日慣用的貨品牌子卻沒有減價優惠，會如何作出決定呢？調查分別以五類貨品作對照，包括：「主要食糧」（如米、油等）、「雜糧」（如即食麵、罐頭等）、「零食」（如薯片、糖果等）、「個人護理」（如洗頭水、皂液等），以及「家居清潔用品」（如洗衣精、洗潔精等）。結果顯示，對於「主要食糧」、「雜糧」和「個人護理」這三類貨品，分別有49.7%、43.9%和41.3%的受訪者表示因有即時需要，仍會購買平時慣用牌子

圖八：即時有需要但慣用的牌子無減價怎樣選擇？



的相關貨品，但亦有相若百分比的受訪者表示會轉購有減價的其他牌子或先到別處「格價」才決定是否購買；至於「家居清潔用品」和「零食」類別，表示仍會購買慣用但無減價牌子的百分比則較低（分別是36.6%和29.7%），相對地較多受訪者表示會轉買有減價優惠的其他牌子貨品或到別處「格價」（分別是46.5%和37.4%）。(圖八)

## 新模式收集超市價格

以上調查結果顯示大部分受訪者最少每星期到超市購物一次，通常較多買減價貨品，如遇上吸引的減價優惠亦會多買貨品；對於有即時需要的貨品，例如：主要食糧和雜糧，有不少人依舊購買沒有減價的慣用牌子貨品，但亦有相若百分比的人會轉買其他有減價的牌子，或到別處「格價」，反映超市減價優惠對消費者作出購物決定有相當程度的影響。

大部分超市每星期將貨品價格調整，推出不同的減價優惠，為反映消費者在超市購物的實際消費情況，本會在過去一段時間以新的模式收集超市貨品每星期的掃描數據 (scan data)，分析一籃子超市貨品價格的變動情況。

## 更能反映消費實況

本會以往的超市價格調查，是由本會職員每月兩次到本港三間大型超市記錄指定貨品的價格資料，記錄的是貨架上標示的價格。新收集的掃描數據是消費者在超市購物付款時，在收銀處經編碼掃描系統計算並收錄的貨品售價資料，即消費者實際所支付的金額；除了記錄三間大型超市每間分店每天的總銷貨價值 (sales value)，亦記錄了每天貨品在超市內的總銷售量 (sales volume)，從而計算出各項貨品的平均售價 (總銷貨價值 ÷ 總銷售量)。因此，有關數據更能反映出消費者在超市的消費實況，有利消費者掌握更有用的資訊。請讀者拭目以待以新數據為分析基礎的超市購物消費調查。