

# 二種購物模式 反思消費意義

一校一姿采

仁濟醫院王華湘中學

## 超市巧布促銷陣

仁濟醫院王華湘中學四位同學，分別是陳沛賢、陳豐璇、尹嘉寶、吳倩程，以作品「暗藏玄機的擺位」，得到高級組最佳表達方式獎。同學追蹤不同超級市場顧客的購物路線、逗留時間和購買物品，揭示他們的購物「焦點位」、「冷門位」、「衝動區」等，隨着每次的消費目的、購買習慣而變化。踏進超級市場，貨架的布局、貨品的陳列，探討商家精心策劃的消費旅程。

尹嘉寶表示，作品設計理念假定超市有焦點位、冷門位，然後對消費者進行一個簡單的訪問，去超市拍照，發覺有不同的格局，對此研究。第三步，他們做了超市路線圖的解構。「我們讓不同消費者去畫他們的購物路線，了解他們的消費習慣，再分析超市的焦點位和冷門位。」

### 藉節日推銷不同商品

嘉寶說，靈感來源於生活，大家都有逛超市的習慣。在逛的過程中，發現超市放商品的格局設計，商家在不同節日會有不同的商品推銷。發現了這個玄機，想深入了解，於是選這個作為考察報告的題目。針對將軍澳區超市，選擇了其中一間作為重點研究。

尹嘉寶表示，商家在超市的銷售手法，是市場學的一種，她們去找資料，進行分析研究。「作為一個消費者，了解商家的銷售手法，可以更加理性地消費。同時亦發現商家的銷售手法仍有不足之處，我們想了幾個提議改善。我們觀察到超市的後排，在走廊處，放了一輛購物車，其中放了一些優惠的貨品。因為這些貨品接近過期，所以商家想促銷這些貨品。然後，我們訪問消費者，但他們也沒有發現這輛購物車的存在。所以，啟發我們去想，可能這輛購物車的位置不恰當，未必達到促銷的效果。我們建議把購物車放在收銀處附近，可能會有更多消費者看到。」

陳沛賢發現，顧客有家庭主婦、青少年等不同的人，消費者的消費習慣因人而

異，大部分人都能理性消費。尹嘉寶指，小時候常常跟媽媽到超市購物，到了自己有零用錢到超市消費，看到促銷優惠很吸引，都會不能自制地購買。

他們建議商家可在超市門口設立一個電子版，讓消費者進超市前去查看購物路線圖，方便購物。「理性的消費者會分清什麼是需要和想要，在購物前會有一個清單，不會多買。」老師欣賞他們有反思的能力，去分析超市的焦點位和冷門位。最後，發現消費者的購物習慣因人而異。



▲周曉昕老師（右）欣賞同學有反思的能力，懂得分析超市的焦點位和冷門位。



▲仁濟醫院王華湘中學四位同學（左起：陳沛賢、陳豐璇、尹嘉寶、吳倩程），以作品「暗藏玄機的擺位」，得到高級組最佳表達方式獎。

由消費者委員會與教育局合辦，「第二十一屆消費文化考察報告獎」網上直播頒獎典禮於去年十月底順利進行。很多同學藉此機會重新審視過去、現在及未來的消費模式，重新建構可持續的消費態度。

教育佳訪問了三間得獎中學，分別是聖公會陳融中學，作品「人靠衣裝，『靚』靠化妝？」反思外在美與內在美的消費意義。另一間是仁濟醫院王華湘中學，作品「暗藏玄機的擺位」，透過觀察超市貨品的不同擺位，研究消費者購物路線圖，反思如何理性消費。最後是協恩中學的作品「那些『求誇』+跟風的小心思」，解釋他們對於「誇誇群」消費模式的理解，提醒在社交平台上的人去思考誇獎和其行為原本的意義。

| 教育佳記者 韓玉琮

## 聖公會陳融中學

## 「美」可以怎樣買？

聖公會陳融中學的李嘉逸同學以自己作示範，作品名稱為「人靠衣裝，『靚』靠化妝？」得了高級組最佳表達方式獎、傑出作品獎。作品透過一位中五女生，仿網上開「LIVE」分享「美的消費」。表達化妝品可以買，「美」可以怎樣買？她在疫情下宅在家，多喝了媽媽的愛心湯水、多看了幾本書，發現鏡子倒影了自己另一種美善。

帶領李嘉逸做這個考察報告的施富強老師指，嘉逸參加了這個比賽超過四屆，在中二時，她已對此有興趣。

李嘉逸用了兩個月做報告，過程最困難是自己對自己有很高要求，而考察對象設定了是自己，主要探討外在美與內在美的問題。

李嘉逸表示，這份作品源於，她發現自己有很多化妝品，慢慢地就思考到底美的定義是什麼？「我自己想，可能美的定義是我那天到街外，用了

什麼化妝品，價值多少。或是我去見我的親友，為什麼會化不同的妝？為什麼見某些人會化妝，而見某些人又不化妝，為什麼有差別？所以就做了一個價錢上的對比。

## 飲湯看書亦可變靚

後來疫情期間發現，媽媽煲的愛心靚湯，可以令自己變靚。而自己也看了多書，增值自己，也是一些不同的變靚方法。」

「靈感來源在於自己看了很多短片，另外，發現自己愈長大，買化妝品的數目愈多。發現有些廣告會告訴你，用了什麼產品才是美。如果要做一個明星，一定要臉瘦眼大，化妝才美。」

然後她去思考，內在美是透過與人去相處，去發掘。即使一個人有很好的外表，但心地不善良，人們也不會覺得這個人是美的。



▲聖公會陳融中學的李嘉逸同學的作品以自己作示範，得了高級組最佳表達方式獎、傑出作品獎。左起：施富強老師、李嘉逸、李綺祈老師。

▼施富強老師表示，嘉逸參加了這個考察報告比賽超過四屆。



## 協恩中學

## 我們都是「誇誇群」

協恩中學的作品「那些『求誇』+ 跟風的小心思」，奪得高級組季軍、優異選題獎。作品設計理念想表達求誇的心理可以說是人人都有，只是有些人更熱衷於追求這些誇讚。他們希望藉作品解釋對於「誇誇群」消費模式的理解，提醒在社交平台上的大家，思考誇獎和其行為原本的意義。

## 花錢呢like 荒謬又瘋狂

他們的靈感源於其中一個組員是「誇誇群」，發現很多人原來願意以金錢買誇讚，他們認為既瘋狂又有趣。後來聯繫到社交平台上的買讚、呢like，以至疫情以來興起的行山、弄蛋撻等熱潮，發覺原來這種看似瘋狂，但更似病態的求誇心理，其實離大家不遠。

在合作的時候，他們也遇到不少難題。「我們搜集誇誇群資料時發現多只停留在去年三月份，在



▲協恩中學三位同學（左起：劉曉曼、吳洛喬、李柏妍）的作品，設計理念想表達求誇的心理人皆有之，只是有些人更熱衷追求這些誇讚。

淘寶上搜索商品又已不見蹤跡，導致一度不知應從何着手。有老師建議我們呈現自己的誇誇群，雖然最後並沒有嘗試到，但令我們清楚地看到誇誇群的荒謬，於是好奇心更甚。」協恩中學同學分享。

同學覺得自己作品比人優勝之處在於主題的特別，「誇誇群」看上去荒謬又瘋狂，但這種心理卻能從大部分人身上窺見。「問每次出post的自己：是否介意無人like？答案是肯定的，我相信大部分人的答案都如此。其實承認這件事，感覺又有些無面，這樣的心思有些偷偷摸摸而又不好意思。這種心理是小心翼翼而有趣的，我們戳穿這一點，是我們的優勝之處。」

他們認為作品對未來生活有啟發，在每個人都用社交平台的現今和未來，他們希望以該作品改變一些過分追求誇張和「營業」主頁的人。「誇誇群」是這種病態心理的實例，大家都覺得可笑。他們希望告訴大家，社交平台所分享的，從來都應該是自己的想法，自己的生活。其實也不僅限於社交平台，在生活的方方面面也一樣。比起迎合，做自己不會那麼累。