



# 一罐作风

科技发达的社会，人人做事以方便为先，连吃饭亦求方便。罐头的出现为人类的饮食文化带来冲击。罐头在我们日常生活中已非常普及，究竟在罐头的消费文化里，消费者是如何作出选择的呢？

本文由「第五届消费文化考察报告奖」高级组杰出作品奖、优异选题奖得主民生书院同学提供

我们9个中四同学去年便以罐头作为消费文化的研究主题。这次调查扭转了不少我们以往「想当然」的想法哩！

我们首先以电子问卷形式访问了118人，搜集了一些基本的罐头消费概况。根据问卷，最多消费者购买的罐头类型为汤类、午餐肉及鱼类，我们的观察和调查便集中在这三类罐头。我们分别于两个星期六共三个时段到同一间超级市场，记录同一种罐头的价格和消费者购买的情况，得出了一些有趣的发现。

## 优惠价必然促销？

我们发现，加\$1可多购一罐的汤类罐头，其销售情况较没有优惠的同类罐头佳。而同一种罐头有「加\$1」优惠时，亦较正价出售时售出更多。此外，特价罐头的销售量也比正价的好。

有趣的是，我们观察到有一些品牌的

罐头，即使有优惠或特价都没有人购买。当其他同类型罐头有优惠价，大多数消费者都只会买回平日惯常买的牌子，为甚么呢？被访的消费者表示是因为「食开有感情」，而且对其品质较有信心。有消费者则表示由于未吃过，超级市场突然减价令他对这个品牌有所怀疑。

## 品牌是重要考虑？

另一方面，汤类罐头有很多不同的品牌，但在我们三次观察中，售出的汤类罐头几乎全属同一品牌。而午餐肉类同样是在数十种品牌中，只有四个品牌的罐头售出。鱼类罐头情况亦大致相同。

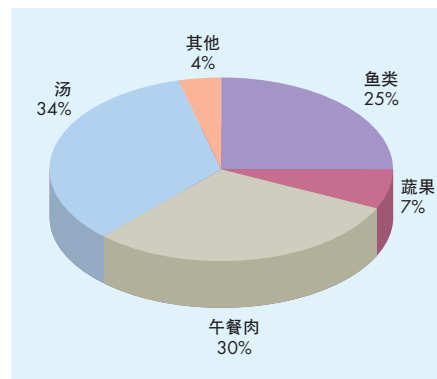
由此，我们认为大部分消费者只选择自己常吃的品牌。消费者对习惯的品牌有信心，令老字号、口碑佳的罐头品牌占有优势。对于同类型而未试过的罐头，消费者普遍不会选择。原来，「特价优惠」和「品牌」

是消费者购买罐头时考虑的两大因素。

## 外国货较受欢迎？

罐头的消费因有上述特性，不少既有的想法只是「想当然」而已。一般而言，来自欧美或日本等地的货物较受欢迎，而且价格较高。在罐头方面，「外国货」的罐头同样是价格较高，但并不一定较受欢迎。反而因

被访者购买的罐头类型

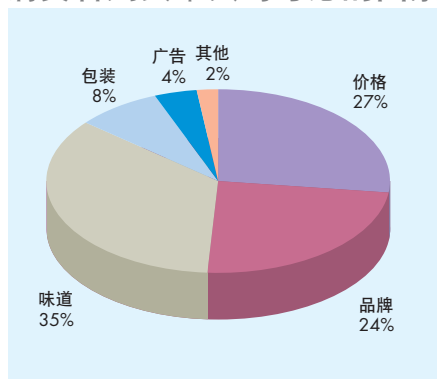


价格较高又较少广告，消费者对其认识较少，导致销量较低。我们两天的观察中，很多外国罐头都没有人购买，反而本港或内地的罐头销量较好。

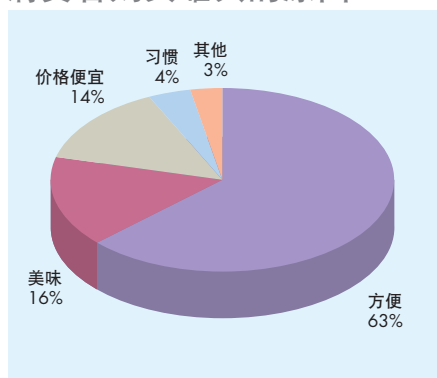
## 包装精美、卡通人物也帮不上？

包装精美的罐头没错是能提高购买意欲，但对消费者的影响不大。有些包装非

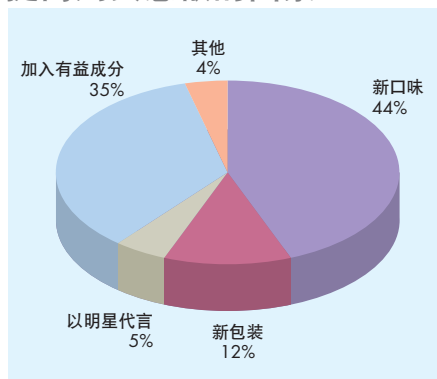
### 消费者购买罐头时考虑的因素



### 消费者购买罐头的原因？



### 提高购买意欲的因素



常精美的罐头，如加入了熟悉的卡通人物包装，在两天观察中都没有卖出。

## 明星代言万试万灵？

广告和明星代言是惯常的推销法，但这些方法在罐头上并不普遍，只有少数的大公司会以广告形式推销罐头。有广告宣传的罐头会否售出更多？以汤类罐头为例，有广告的罐头销量远比没有广告的罐头高。但是广告对于罐头的销量不一定有很大效用。有些鱼类罐头都有以广告宣传，但成效不大。而以明星代言的罐头更是难找。原来，广告和以明星代言的推广手法并非适用于所有货品的。



## 健康成分我所欲也？

根据问卷调查的结果，强调成分健康的罐头能提高消费意欲。但我们观察所得却非如此。以同一品牌的两款火腿午餐肉为例，价钱只相差一角，但声称低脂而较健康的一款反比一般成分的售出较少。在汤类罐头方面，同一品牌，价钱相若，但低脂系列的销售情况同样不见得较好。

## 摆放位置影响销情？

放置罐头的位置绝对影响销售情况。从观察中发现，同一品牌、成分类似而且价格相若的罐头，放在容易拿到的位置比放在最低处的较多人购买。

最初拟题时，我们有不少想法和假设，例如：广告、包装、外国货、健康成分等，是有效的潮流促销手法。但在我们的观察中，这些「想当然」的想法通通被推翻。原来罐头的消费文化有不少是有别于其他货品的。



预告

「消费文化考察报告奖」第五届得奖作品已报道完毕，下期起将接续介绍第六届的概况和作品。