

# 金融海嘯改變購物模式

## 罐頭、急凍食品、自家品牌需求增加

(2009年4月2日, 香港訊) 惠康從顧客的購物模式以及尼爾森(香港)有限公司零售市場追蹤資訊的市場數據中, 發現金融海嘯下顧客的購物模式與1998年亞洲金融風暴後的情況相若, 均顯示經濟疲弱下, 顧客對方便煮食的食品如罐頭及急凍食品、自家品牌、經濟裝貨品的需求有上升的趨勢。

### 惠康緊貼市場動向 回應顧客需求

惠康超級市場市務董事趙敏表示:「惠康見證香港的成長及變遷, 與市民共歷經濟起伏, 我們很了解大眾的需求。面對金融海嘯, 惠康將貫徹低價承諾, 推出各種推廣優惠及經濟裝貨品, 以回饋市民。此外, 隨著市民購物模式的改變, 惠康推出更多元化的貨品種類, 以及配合不同顧客群需要的自家品牌貨品, 為顧客提供更多物超所值的優質選擇。」

### 罐頭及急凍食品需求增加

近年市民的煮食選料以方便、烹調容易為主, 對即食及即煮食品包括罐頭及急凍食品如餃子等的需求大增, 正如尼爾森數據顯示, 2008年12月至2009年2月期間, 全港罐頭及急凍食品的銷量較2007/08年同期分別上升5% (近120噸) 及10% (近180噸)。而惠康的罐頭及急凍食品之貨品數目及種類, 亦因應市場所需, 有所增加; 而且有關貨品的價格亦因應市場通縮而回落, 下調幅度達7至11%, 緊貼市場變化。(詳見附件簡佈內容)

### 自家品牌成不同顧客群的購物新選擇

尼爾森數碼住戶購物研究結果顯示, 顧客於2008年第四季度對自家品牌的需求增加; 尤其是對生活有要求的顧客群, 對自家品牌的需求增幅更為明顯, 反映不少顧客雖面對金融海嘯, 但仍重視貨品的質素, 購物時會作出明智選擇。而惠康的三個自家品牌 **First Choice**、御品皇及特惠牌, 正配合市場所需, 提供逾1,800件優質貨品。(詳見附件簡佈內容)

### 經濟裝貨品需求增加

尼爾森的數據顯示, 經濟裝貨品如隨包送禮品裝、買一送一等貨品等在金融海嘯的影響下, 於2008年9月以後始出現銷量增長的趨勢。惠康2008售賣的經濟裝及優惠裝貨品之數目, 對比2007年, 由3,330種增加至3,769種, 上升13%, 回應顧客對經濟裝貨品需求的增加。(詳見附件簡佈內容)

### 惠康增加價錢的透明度，物價一目了然

金融海嘯下，顧客對物價更為敏感。惠康一直以「為市民提供低價承諾」為宗旨，除於報章及店內海報刊登熱賣貨品價格，更利用惠康網站作另一參考渠道，提升貨品價格透明度。

### 惠康回饋市民的推廣優惠

惠康迎合顧客對罐頭及經濟裝貨品的需求，推出以下各種購物優惠，與顧客共同實踐『慳得一文得一文』：

推廣期	優惠
2009年4月3日至9日	港人最喜愛罐頭食品半價起
2009年4月3日至16日	全線紅/白餐酒買滿\$300再85折
即日起至4月23日	儲印花換 Kappa 旅行系列：購物每滿\$50，送1個印花；買「印花精選」貨品多獲1個印花；星期六、日買滿\$300享雙倍印花
每月3、23日	以恒生 enJoy 卡購物可享95折
長期優惠	「八達通日日賞」：購物滿\$200賺取日日賞\$1；日日賞\$可作現金使用

### 關於惠康

惠康超級市場於1945年成立，現為本港最具規模及歷史最悠久的超級市場連鎖集團。自1964年起，惠康已成為牛奶有限公司的全資附屬公司。惠康擁有約5000名員工，旗下現有超過250間分店，遍佈於香港每一個角落。惠康每月為超過1,400萬名顧客服務，一直秉承為顧客提供一站式購物便利及以客為尊的服務承諾。惠康將繼續為顧客提供更多購物樂趣、更多物超所值的貨品及更佳的服務。有關惠康的資料可瀏覽 <http://www.dairyfarmgroup.com> 及 <http://www.wellcome.com.hk>。

傳媒查詢，請聯絡：

#### 惠康超級市場

市務總監 冼碧筠 (Annie Sin)  
電話：2299-3458 / 9612-1777  
電郵：[asin@dairy-farm.com.hk](mailto:asin@dairy-farm.com.hk)

市務董事 趙敏 (Diane Chiu)  
電話：2299-3899 / 9612-0057  
電郵：[dchiu@dairy-farm.com.hk](mailto:dchiu@dairy-farm.com.hk)

#### 萬博宣偉國際公關顧問有限公司

黃樂熙 (Bonica Wong)  
電話：2533-9911 / 9369-0455  
電郵：[bwong@webershandwick.com](mailto:bwong@webershandwick.com)

陳詩雅 (Christy Chan)  
電話：2533-9983 / 9621-9081  
電郵：[chchan@webershandwick.com](mailto:chchan@webershandwick.com)