臺南市公有市場消費結構暨性別分析

臺南市政府經濟發展局
111 年 6 月

摘　　要

為了解傳統市場消費族群的消費結構及習慣，臺南市市場處(以下簡稱本處)針對佳里中山市場、六甲市場、白河市場等 10 處市場採隨機方式抽問消費者回收的 548 份有效問卷，分析發現：

一、民眾消費結構：其中 30-39 歲占 17.5%、40-49 歲占 26.1%、50-59 歲占 27.6%，以上中壯年族群(30-59 歲)合計占七成以上的比例，且以 50-59 歲的消費族群為主要對象；女性比占 62.2%、男性比占 37.8%，女性明顯多於男性；採買的時段以早上 7 時-早上 8 時最多；一周採買次數為 1-2 次的比例占一半以上(56.4%)，每次買菜花費金額則以 401-600 元比例最高(25.4%)、其次為 601-800 元(19%)，統計每次消費 400 元以上的比例高達 75.2%。

二、民眾喜愛之活動方式：大部分的消費者認為辦理「消費滿額摸彩」活動可增加進入公有市場消費的頻率、「消費贈送小禮品」其次。又 50-59 歲消費者較偏好消費滿額摸彩活動、40-49 歲消費者則較喜愛消費贈送小禮品的促銷活動。

三、民眾喜歡傳統市場或超級市場消費之分析：民眾喜歡至傳統市場採買的前兩項原因分別為「貨品較新鮮」及「較有人情味」；喜歡至超級市場採買的前兩項原因分別為「貨品陳列整齊」及「環境較乾淨明亮貨品有明確標價」。

綜上，未來本處將朝著「改善市場周邊交通」、「加強市場的環境清潔及燈光明亮度」，再加上輔導「攤商思維稍加改變」，如「學習超商的貨品陳列方式」、以及「將商品標上明確標價」等，將增加傳統市場競爭力，吸引年輕人進入傳統市場消費採買。

目 錄

壹、前言 1

貳、民眾到訪公有市場採購消費結構分析 2

一、民眾消費結構 2

二、民眾喜愛之活動方式 3

三、民眾喜歡傳統市場或超級市場消費之分析 5

參、結語 6

肆、附錄-問卷 8

壹、前言

市場是每一座城市發展的中心，舉凡飲食文化、交易習慣、盛行產業、宗教信仰等等，皆蘊含在傳統市場裡，而當時代推進、科技進步，傳統市場的經營方式也必須有所改變，才能讓文化走得更深更遠。

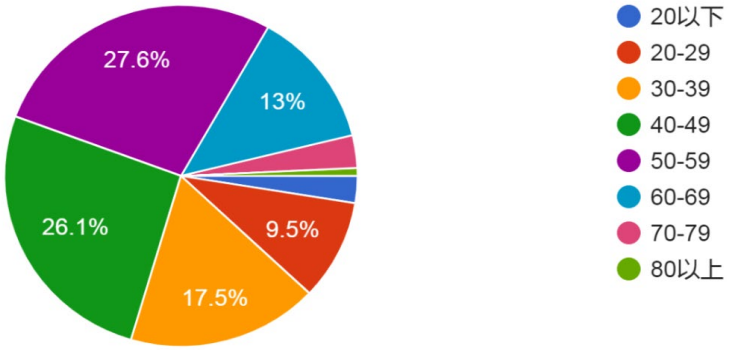
臺南市市場處近年來努力改善市場設備、服務、品質等，除了希望硬體部分可以達到美觀、實用、乾淨、舒適等條件，在軟體部分更希望攤商能擁有現代經營頭腦，將攤位的特色與在地文化結合，學習顧客經營，讓傳統市場能在競爭激烈的現今社會中永續經營。

為了解傳統市場消費族群的消費結構及習慣，本次於 111 年 4 月份發放統計問卷調查，共回收 548 份，參與本次問卷調查的公有市場計有佳里中山市場、六甲市場、白河市場、麻豆市場、西港市場、玉井市場、新營第一市場、隆田市場、善化市場、下營市場等共 10 處市場採隨機方式抽問消費者。希透過本次的調查對來傳統市場消費的民眾有更多的了解，以利後續公有市場的經營管理。

貳、民眾到訪公有市場採購消費結構分析

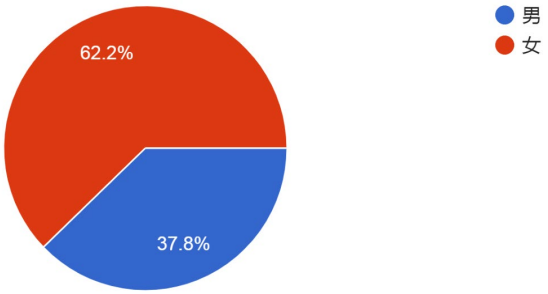
一、民眾消費結構

傳統市場販售種類多元，包含蔬果、魚肉、禽畜肉、食品及其他日常用品等等，為社區居民家庭消費重要的商業零售採購場所。在本次台南公有市場問卷調查中，抽樣樣本於年齡的組成方面，以統計資料來看，30-39 歲占 17.5%、40-49 歲占 26.1%、50-59 歲占 27.6%，以上中壯年族群合計占七成以上的比例，而又以 50-59 歲的消費族群為主要對象。

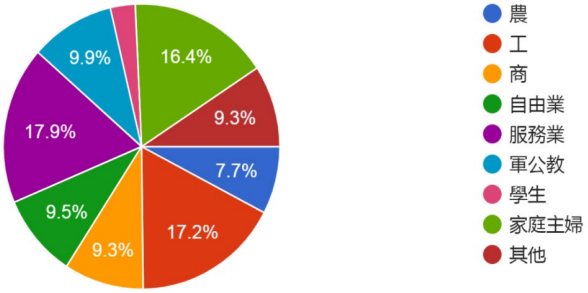


<圖一：依年齡分析>

在性別的組成方面，以統計資料來看，女性比占 62.2%、男性比占 37.8%，女性明顯多於男性，可見得傳統市場提供民眾日常採買的場所，女性仍是主要的消費對象。而該份問卷調查結果採買民眾職業以服務業、工業、家庭主婦為前三大比重，可推測除家庭主婦外，平日有工作的民眾進傳統市場採買的比例也不低。

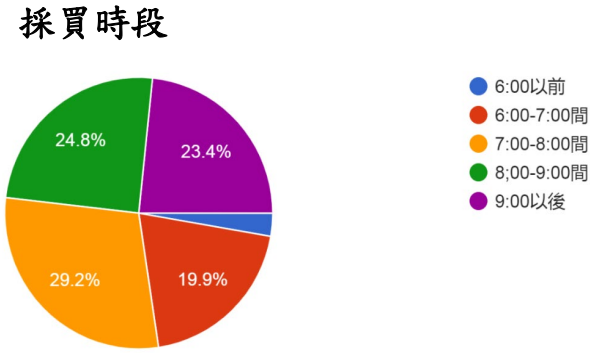


<圖二：依性別分析>

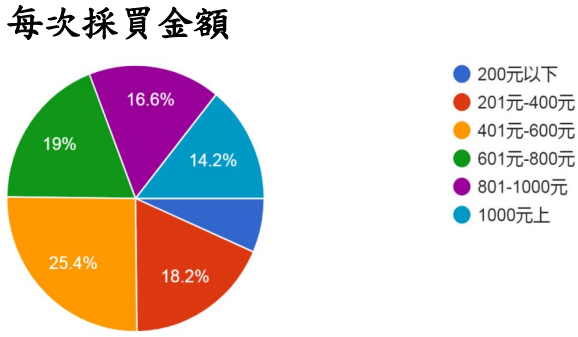


<圖三：依職業分析>

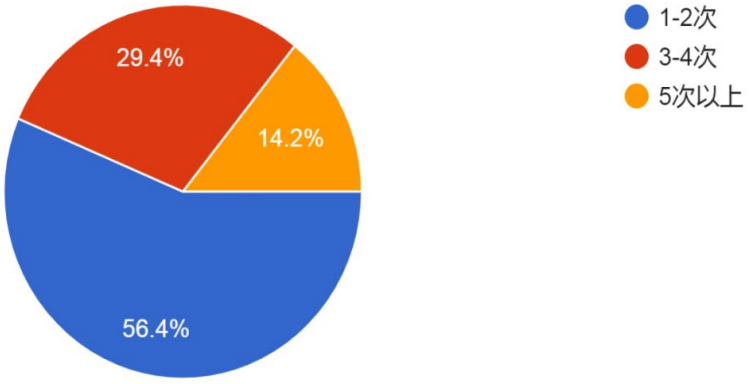
另民眾至市場採買的時段以早上 7 時-早上 8 時最多，一周採買次數為 1-2 次的比例占一半以上(56.4%)，每次買菜花費金額則以 401-600 元比例最高(25.4%)、其次為 601-800 元(19%)，統計每次消費 400 元以上的比例高達 75.2%，而以每次消費 200 元以下比例最低只占了 6.6%，可見民眾至傳統市場大多會消費一定金額以上。



<圖四：依採買時段分析>



<圖五：依每次採買金額分析>



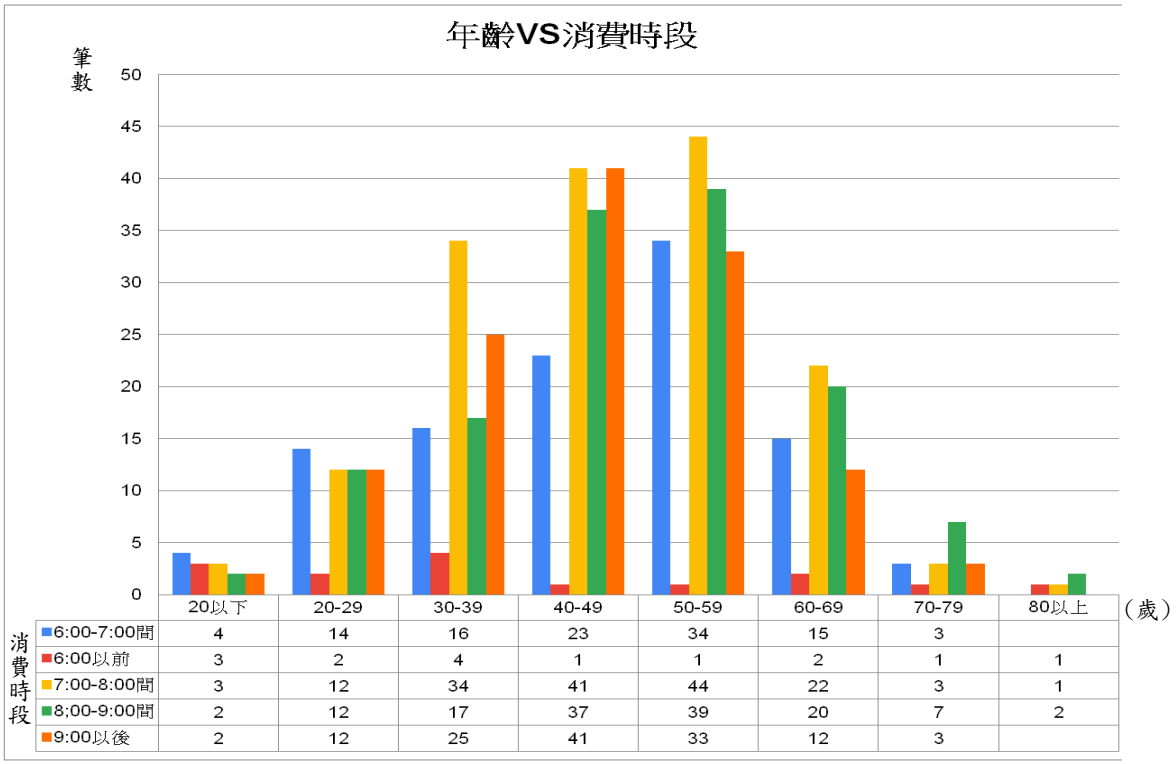
<圖六：依每周採買次數分析>

二、民眾喜愛之活動方式

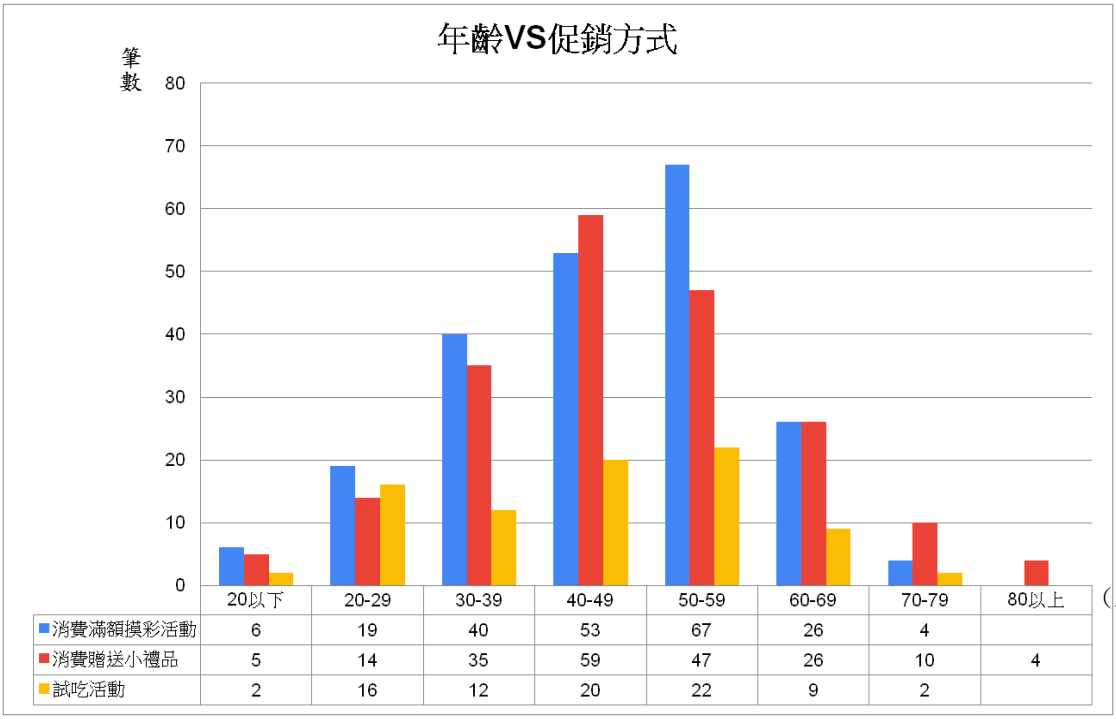
整體來說，大部分的消費者認為辦理消費滿額摸彩活動可增加進入公有市場消費的頻率、消費贈送小禮品其次。

又以本次數據來看民眾消費結構年齡以 40-49 歲及 50-59 歲為大宗，經統計分析，50-59 歲消費者之消費時段以早上 7 時-8 時為主，該年齡消費者較偏好消費滿額摸彩活動；40-49 歲消費者之消費時段以早上 7 時-8 時及 9 時以後為多數，而經調查該年齡的消費者則較喜愛消費贈送小禮品的促銷活動。

故如有辦理市場活動時，可辦理消費滿額摸彩活動以吸引民眾進市場消費，增加消費頻率。又如辦理限時快閃促銷活動，則可排 7-8 時的時段來辦理，可達較高效益。



<圖七：各消費時段年齡層分析>



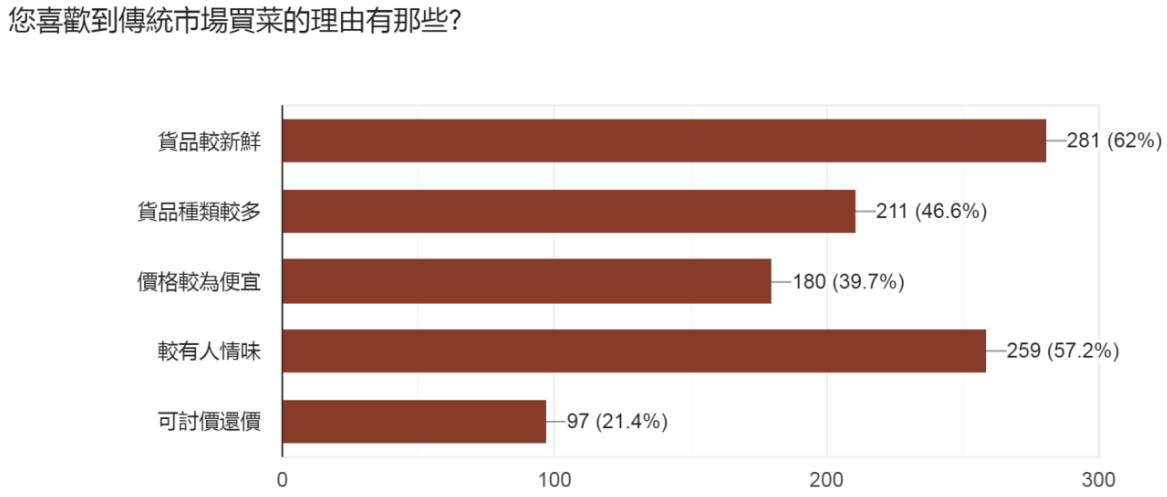
<圖八：促銷方式與年齡層的關係>

三、民眾喜歡傳統市場或超級市場消費之分析

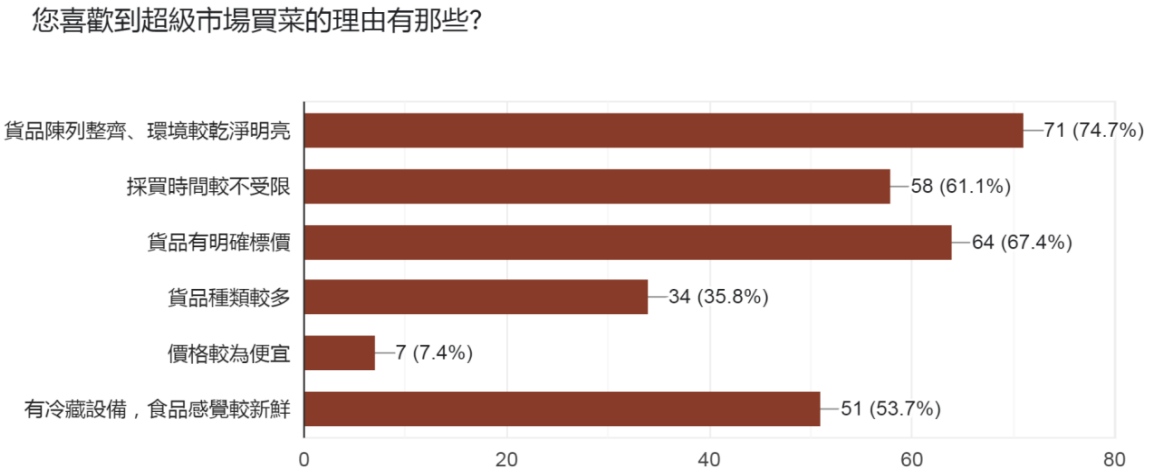
經本次問券訪查民眾喜歡至傳統市場採買的前兩項原因分別為「貨品較新鮮」及「較有人情味」；喜歡至超級市場採買的前兩項原因分別為「貨品陳列整齊」及「環境較乾淨明亮貨品有明確標價」。

而「貨品新鮮」及「人情味」這兩項為傳統市場獨有的文化特色，是一般超級市場較無法取代的特性之一，可見傳統市場在社會中仍有不可取代的重要性。

另民眾喜歡至超級市場採購的理由則是傳統市場可以加以學習的項目，如貨品陳列整齊、貨品明確標價，攤商可效訪超市商品陳列的模式及將商品標上價格，可增加民眾對傳統市場的喜愛增加傳統市場競爭力；另傳統市場的環境整潔也是重要的一環，將環境打掃整齊及增加市場的明亮度亦可增加民眾對傳統市場的喜愛，吸引更多民眾走入市場。



<圖九：民眾至傳統市場消費理由>



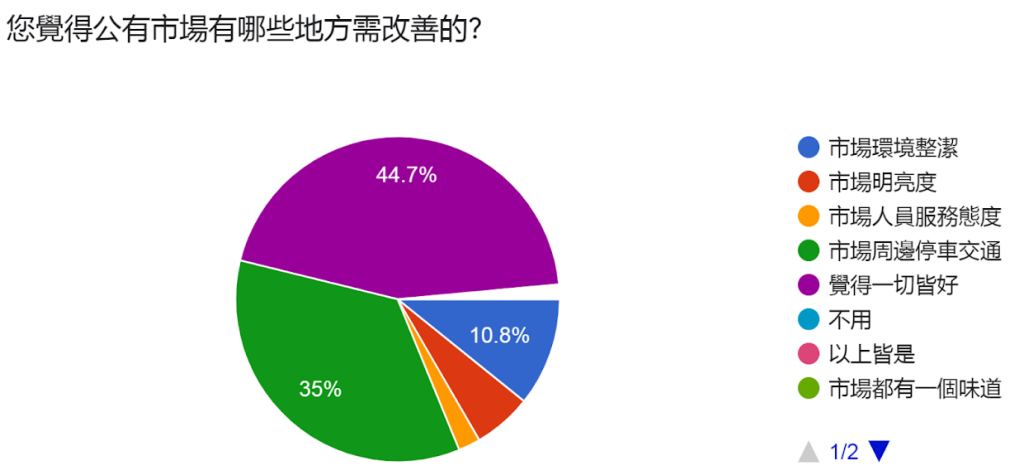
<圖十：民眾至超級市場消費理由>

參、結語

隨著大賣場、連鎖超商的快速興起，民眾採買的選擇則越來越多元，加上民眾消費習慣的改變，傳統市場勢必跟著改善，才能增加競爭力，經本次問卷調查有 35%的民眾認為傳統市場周邊的停車交通需要改善、10.8%的民眾認為公有市場的環境整潔需改善、5.8%的民眾認為公有市場的明亮

度需做改善，然也有 44.7%的民眾認為整體公有市場給他們的感覺是不錯的。

綜上，如能改善市場周邊交通、加強市場的環境清潔及燈光明亮度，在加上如果攤商思維能做改變，如學習超商的貨品陳列方式、以及將商品標上明確標價，將增加傳統市場競爭力，吸引年輕人進入傳統市場採買。此外，臺南市市場處近年也創新積極推出傳統市場的外送服務，建立外送平台網站，與計程車業者合作，在疫情中幫助攤商拓展新銷售管道，增加傳統市場銷售的競爭力。另也今年辦理多場行銷活動如 50 元市場券的快閃活動、集戳抽好禮雙重送活動、外送平台拉霸活動等等，希透過多元面向的改善創新以吸引更多消費者進入傳統市場採買，讓民眾更加了解市場的文化。



<圖十一：民眾對公有市場改善建議>

肆、附錄-問卷

台南公有市場消費結構調查

您好：

臺南市市場處，感謝您前來公有零售市場消費，希望您有愉快的消費過程。為使市場能更加進步，協請您撥空填寫本問卷，再次謝謝您！

一、基本資料

1. 您今日於哪個公有市場採買?：

□佳里中山市場 □六甲市場 □白河市場 □麻豆市場 □西港市場
□新營市一市場 □玉井市場 □隆田市場 □善化市場 □下營市場

2.您的性別是?

□女性 □男性

3.請問您的年齡是幾歲：

□20 歲以下 □20-29 歲 □30-39 歲 □40-49 歲 □50-59 歲
□60-69 歲 □70-79 歲 □80 歲以上

4.您的職業是?：

□農 □工 □商 □自由業 □服務業 □軍公教 □學生 □家庭主婦
□其他_____

5. 您通常進市場採買的時段為?

□6:00 以前 □6:00-7:00 間 □7:00-8:00 間 □8:00-9:00 間
□9:00 以後

6. 您通常每周買菜幾次?：

□1-2 次 □3-4 次 □5 次以上

7. 您買菜每次花費約多少金額?:
□200 元以下 □201-400 元 □401-600 元 □601-800 元 □801-1000 元
□1000 元以上

8.您覺得公有市場有哪些地方需改善的?
□市場環境整潔 □市場明亮度 □市場人員服務態度
□市場周邊停車交通 □覺得一切皆好

9. 請問舉辦何種活動會增加您至傳統市場消費頻率?
□消費滿額摸彩活動 □試吃活動 □消費贈送小禮品 □其他

10.您較喜歡至傳統市場或超市市場買菜?
□傳統市場(請接續小 1 題) □超市市場(請接續小 2 題)

(1)您喜歡到傳統市場買菜的理由有那些?
□貨品較新鮮 □貨品種類較多 □價格較為便宜 □較有人情味
□可討價還價

(2)您喜歡到超市市場買菜的理由有那些?
□貨品陳列整齊、環境較乾淨明亮 □採買時間較不受限
□貨品有明確標價 □貨品種類較多 □價格較為便宜
□有冷藏設備，食品感覺較新鮮

感謝您的回答~