

投稿類別：商業類

篇名：

無所不用其「集」--7-11 與全家集點行銷策略與秀峰高中生參與之研究

作者：

李聿晨。新北市立秀峰高中。高二 2 班

王芊雨。新北市立秀峰高中。高二 2 班

楊涵崴。新北市立秀峰高中。高二 2 班

指導老師：

滕彩靜老師

壹●前言

一、研究動機

隨者時代的變遷，凡事講求迅速與便捷，於是興起便利商店的市場，「**臺灣便利超商密度位居世界第一**」(註 1)，各家便利超商互相競爭，為了營業額各自推陳出新促銷活動，尤其以集點活動最吸引消費者。班上同學下課時也在討論便利商店的集點活動，會向同學詢問是否有集點貼紙，甚至於會問老師是否有集點的習慣，或者有沒有多餘貼紙可以分享，看到同學如此熱衷集點活動，因此想研究 7-11 與全家便利商店之集點行銷策略與集點對秀峰高中生有多大的影響，以及為什麼學生熱衷於集點。

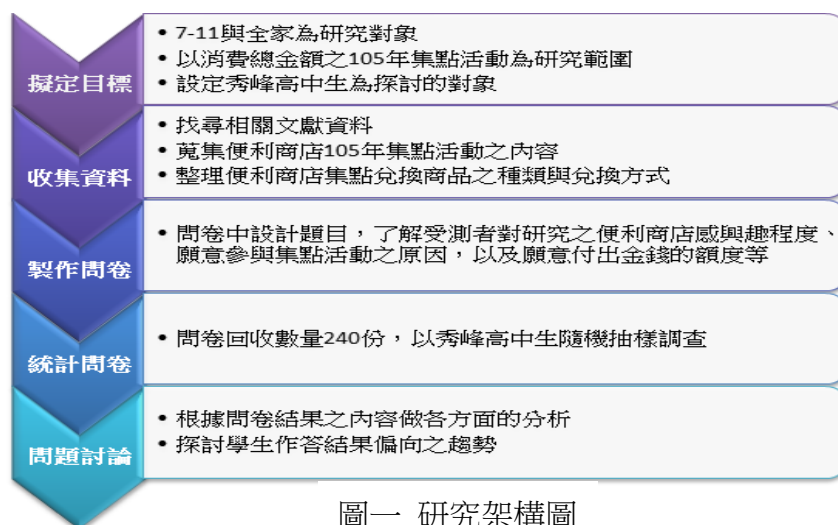
二、研究目的

- (一) 分析 7-11 與全家便利商店集點行銷策略。
- (二) 探討 105 年 7-11 與全家便利商店集點活動之內容。
- (三) 探究學生對集點活動參與動機之因素。
- (四) 了解集點活動對學生消費行為之影響。
- (五) 根據此研究結果，供企業於未來規劃集點活動之參考。

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：彙整書籍，並探討 7-11 與全家集點行銷活動之概況。
- (二) 問卷調查法：本研究透過隨機抽樣問卷調查法，分析秀峰高中生對集點活動的興趣、原因及消費行為。

四、研究架構



圖一 研究架構圖

貳●正文

一、行銷的定義

「近年來行銷觀念已盛行於國內的連鎖企業」（註 2），尤其以服務業為主的社會，凡事講求效率，行銷更是重要的角色。如何將一個產品或是服務項目順利的在市場上流通，是目前企業須探討的課題。「一般而言「銷售」的範圍較為狹窄（註 3），無法應付目前這複雜又日新月異的多變性，所以企業常以消費者購物的習慣為基礎來做分類」（註 4），不僅增加營業額，也讓民眾對企業喜好程度提升。

譽為現代行銷學之父的菲利普·科勒特博士認為：「行銷管理是一門選擇目標市場，並且透過創造、溝通、傳送優越的顧客價值，以獲取、維繫、增加顧客的藝術和科學。」行銷的工作是把人們經常變動的需求轉換成獲利的機會。「行銷的目標就是藉由提供更優越的解決方案、節省買主尋找和交易的時間與投入、提供整個社會更高的生活標準來創造價值」（註 5）。

二、7-11 與全家的起源

（一）7-11

1927 年創立於美國德州達拉斯的 7-ELEVEN，主要零售冰品、牛奶、雞蛋。1946 年，推出當時便利服務的「創舉」，將營業時間延長為早上 7 點到晚上 11 點，自此，「7-ELEVEN」傳奇性的名字於是誕生。

1978 年統一企業集資成立統一超商，將整齊、開闊、明亮的 7-ELEVEN 引進台灣，掀起台灣零售通路的革命。走過艱辛的草創初期，統一超商堅持 7 年終於轉虧為盈，在積極展店和創新行銷下一直穩居台灣零售業龍頭領導地位。

（二）全家

1988 年從日本引進台灣。從 1988 至 1997 年為期 10 年的創業時間，全家在台灣島內共計開設 500 家分店，隨後進入快速成長期，公司全力拓展加盟的速度，以每 3 年 500 家為規模。2000 年 7 月成功進軍中國大陸，成為國內便利商店系統第一家登「陸」企業。

三、集點活動的起源

十二年前，7-ELEVEN 率先推出 Hello Kitty 磁鐵集點送，業績增幅高達 14.7%。7-ELEVEN 集點送 Hello Kitty 磁鐵開創新營業額，全家則推出神奇寶貝磁鐵與之抗衡，從此正式掀起台灣「集點經濟年代」，不僅各大超商爭相模仿，連量販店、超市、美妝、百貨等通路也跟進此活動。

早期超商採「集點送」，以免費贈送磁鐵、別針、吊飾等小禮物的方式吸引客人上門，目的是為了「集客」，而非營利。但隨著熱潮漸退，超商改以「集點加價購」達到吸引客和營利兼具的雙重功能，集點商品更精美、實用、吸引客人不惜資金加價購買。

如今超商進化到第三階段，全家於今年 4 月起不再發送集點貼紙，改用集點 App，集點活動全面數位化。7-ELEVEN 日前嘗試與喬治傑生（Georg Jensen）等品牌合作推出限量精品，只要集點加價就能輕鬆擁有，滿足消費者不斷求新求變的消費心理。

四、7-11 與全家集點活動

（一）本研究整理 7-11 與全家集點行銷策略的差異：

表一 7-11 與全家集點行銷策略

	7-11	全家
活動時間	為期約一個月。	為期約兩個月。
贈品主題人物	大多以三麗鷗、拉拉熊等日系卡通人物為主。	大多以宇宙人、阿朗基等近期較受年輕喜愛的卡通人物為主。
贈品種類	餐盒、餐具等實用性質的贈品	吊飾、玩偶等療癒可愛的贈品
行銷手法	邀請藝人代言、與知名企業合作（如：Starbucks、Cold Stone）、使用 I - c a s h 可獲得點數、限量兌換或是以預購方式兌換、買特定商品可加贈一點。	集點金額低，容易吸引消費者、與實用性企業推出午餐和晚餐的優惠（如：吉野家、福勝亭）、至超商歸還圖書，可獲得一點。

資料來源：本小組自行整理

（二）7-11 105 年集點活動與兌換商品整理：

表二 7-11 集點活動贈品

活動時間	兌換商品	兌換方式
2016/1/20(三) ~ 2016/2/28(日)	限量耐熱玻璃瓶	滿 79 元，即可獲得 1 點（每

<p>共度美好食光集點送，Hello Kitty x LINE FRIENDS 聯名款</p> 		<p>35 元再多 1 點) 6 點+69 元 集滿 70 點</p>
<p>2016/3/9(三) ~ 2016/4/24(日) 集點送 SNOOPY 變身系列</p> 	<p>限量絨毛玩偶</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+299 元</p>
<p>2016/3/9(三) ~ 2016/4/24(日) 集點送 SNOOPY 變身系列</p> 	<p>心情變色大杯碗</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+88 元 集滿 84 點</p>
<p>2016/4/27(三) ~ 2016/6/5(日) 集點送 SNOOPY 變身系列</p> 	<p>浪漫隨變雙面袋(限量)</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+199 元</p>
<p>2016/4/27(三) ~ 2016/6/5(日) 集點送法拉利超跑精品系列</p> 	<p>精品鑰匙圈(限量)</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+79 元 集滿 72 點</p>
<p>2016/6/8(三) ~ 2016/7/17(日) 哆啦 A 夢樂遊一夏集點送</p> 	<p>證件套(限量)</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+129 元</p>
<p>2016/6/8(三) ~ 2016/7/17(日) 哆啦 A 夢樂遊一夏集點送</p> 	<p>漫畫風玻璃便當盒</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+100 元 集滿 90 點</p>
<p>2016/7/20(三) ~ 2016/9/11(日) 小小兵夏日之旅集點送</p> 	<p>鐵三角耳機</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 35 元再多 1 點) 6 點+399 元</p>
<p>2016/7/20(三) ~ 2016/9/11(日) 小小兵夏日之旅集點送</p>	<p>公仔杯蓋或杯墊</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 39 元再多 1 點) 6 點+50 元 集滿 45 點</p>
<p>2016/7/20(三) ~ 2016/9/11(日) 小小兵夏日之旅集點送</p>	<p>公仔風扇(限量)</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每 39 元再多 1 點) 6 點+109 元 集滿 90 點</p>
<p>2016/9/14(三) ~ 2016/10/30(日)</p>	<p>立體公仔剪刀</p>	<p>滿 79 元，即可獲得 1 點 (每</p>

<p>三麗鷗明星上班趣 FUN 集點送</p>  <p>立體公仔剪刀 共3款 原價 6點 + 89元 或 80點免費送一款 尺寸：長19.5 x 寬5.5 x 高3.7cm</p>	<p>39元再多1點) 6點+89元 集滿80點</p>	<p>39元再多1點) 6點+89元 集滿80點</p>
<p>2016/11/9(三)~ 2016/12/18(日) 卡娜赫拉集點送</p>  <p>粉紅兔兔款 6點+349元 P助款 持卡+349元 獨家好禮(內附100000卡娜赫拉限定版一張)</p>	<p>立體公仔釘書機</p>	<p>滿79元，即可獲得1點 (每39元再多1點) 6點+89元 集滿80點</p>
	<p>夢幻暖腳套(限量)</p>	<p>滿79元，即可獲得1點 (每39元再多1點) 6點+349元</p>

資料來源：Google 圖庫與 oneLife.tw

(二) 全家 105 年集點活動與兌換商品整理：

表三 全家集點活動贈品

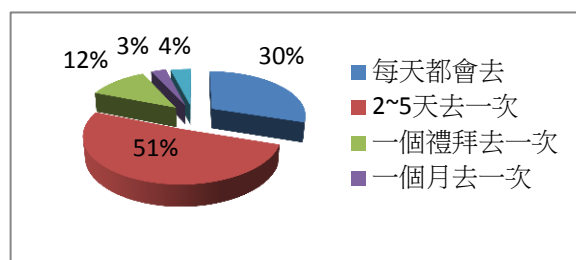
活動時間	兌換商品	兌換方式
<p>2016/2/17(三) ~ 2016/4/12(二) 可愛萬物論</p> 	<p>可愛帆布袋</p>	<p>滿69元，即可獲得1點 4點+89元贈送 集滿50點贈送</p>
<p>2016/3/2(三) ~ 2016/4/12(二) 可愛萬物論第二波</p> 	<p>輕巧摺疊傘</p>	<p>滿69元，即可獲得1點 4點+229元贈送</p>
<p>2016/3/16(三) ~ 2016/4/12(二) 可愛萬物論第三波</p>	<p>可愛雙夾組</p>	<p>滿69元，即可獲得1點 4點+59元贈送 集滿40點贈送</p>
	<p>絨毛玩具組</p>	<p>滿69元，即可獲得1點 4點+199元贈送</p>

		
<p>2016/4/13(三) ~ 2016/6/7(二) TSUM TSUM 就愛 FUN 一起</p> 	<p>疊疊磁鐵公仔</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+99 元贈送 集滿 70 點贈送</p>
<p>2016/6/8(三) ~ 2016/8/23(二) 蛋黃哥蛋定好食光</p> 	<p>紓壓捏捏樂</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+69 元贈送 集滿 50 點贈送</p>
<p>2016/8/17(三)~ 2016/10/11(二) 阿朗基一起怪美 der</p> 	<p>常笑保濕面膜</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+99 元贈送 集滿 70 點贈送</p>
<p>北京市衛安字第 105080648 號</p> 	<p>妝笑顏化妝包</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+199 元贈送</p>
	<p>耍 LINE 貼圖 (限 Android 系統)</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 1 點+10 元贈送 10 點贈送</p>
	<p>嘴嘟嘟潤唇膏</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+149 元贈</p>
<p>2016/10/12(三)~2016/11/22(二) 復刻新浪潮</p> 	<p>小學課本磁鐵組</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 1 點+19 元贈送 20 點贈送</p>
<p>FamilyMart</p> 	<p>參噶收納包</p>	<p>滿 69 元，即可獲得 1 點 4 點+249 元贈送</p>

資料來源：Google 圖庫與 oneLife.tw

四、問卷統計與分析

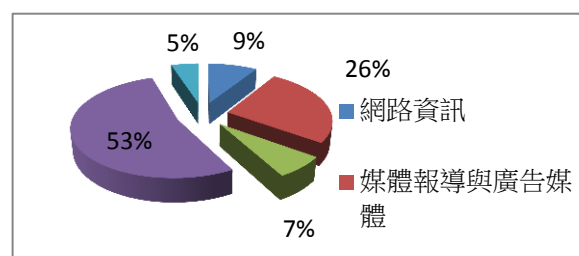
1、請問您多久去一次便利商店？



圖二 您多久去一次便利商店

經過問卷結果分析，發現有 30%的學生每天都會去便利商店，51%的 2~5 天去一次，12%一個禮拜去一次，4% 沒有固定，3%一個月去一次，由結果可知現今學生對便利商店的依賴程度很高。

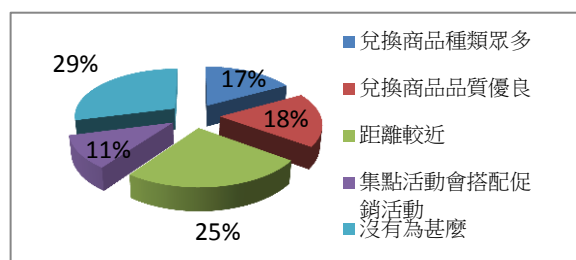
2、您是如何得知集點活動？



圖三 您是如何得知集點活動

經過問卷結果分析，發現有 53%的學生是買東西無意間發現的，26%透過媒體報導與廣告媒體，9%網路資訊，7%親朋好友推薦，5%不知道集點活動，由此可知便利商店並沒有對集點活動做過多的宣傳，大多為店內宣傳而已，因此僅有 26%的學生是從廣告媒體得知此訊息。

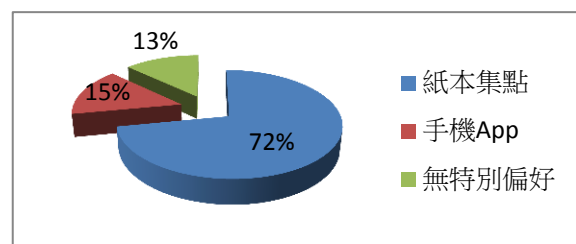
3、請問您選擇 7-11 與全家消費的原因？



圖四 您選擇 7-11 與全家消費的原因

經過問卷結果分析，有 29%的學生沒有原因的偏好，25%選擇距離較近，18%依兌換商品品質優良，17%是以兌換商品種類眾多，11%集點活動會搭配促銷活動，由此可知超商的形象以無形的建立在學生心中。

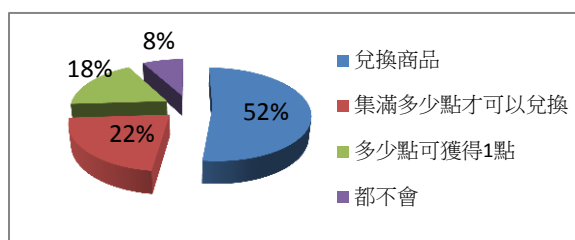
4、請問您偏好哪一種集點方式呢？



圖五 您偏好哪一種集點方式

經過問卷結果分析，發現有 72%的學生偏好紙本集點，15%手機 App，13% 無特別偏好，由結果得知現今網路媒體雖然發達，但是對於學生的集點方式仍沒有影響，學生依舊較偏好使用紙本集點來收集點數。

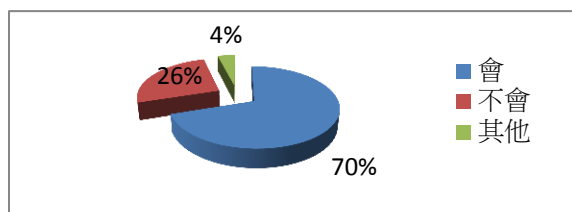
5、請問哪些因素影響您對集點活動的參與？



圖六 哪些因素影響您對集點活動的參與

經過問卷結果分析，有 52% 的學生因兌換商品不同而影響對活動的參與，22% 因集滿多少點才可兌換，18% 因多少元可獲得 1 點，8% 沒有任何原因會影響，可知學生參與集點活動之主因為兌換商品的種類。

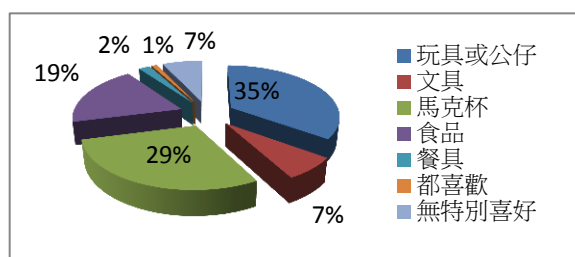
6、您會因差幾元多一點，增加消費嗎？



圖七 您會因差幾元多一點，增加消費嗎？

經過問卷分析，有 70% 的學生會因差塊錢少拿到 1 點點數而多購買一件商品，26% 不會，4% 依情況而定，可得知多數的學生會為了點數而提高消費金額。

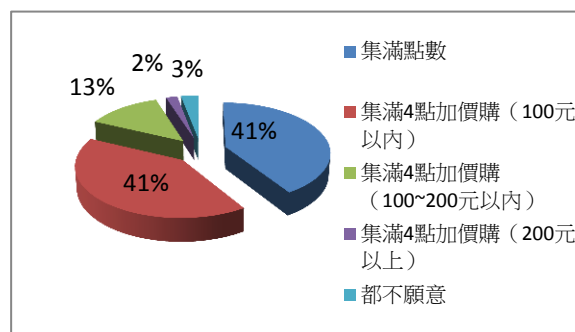
7、請問您較喜歡下列何種兌換商品？



圖八 您較喜歡下列何種兌換商品

經過問卷結果分析，發現有 35% 的學生偏好玩具或公仔，29% 馬克杯，19% 食品，7% 文具，7% 無特別偏好，2% 餐具，1% 都喜歡，由此可知可愛、療癒性的玩具及公仔較受學生的歡迎，實用性質的商品非學生主流。

8.請問您願意累積多少點數來兌換商品？



圖九 您願意累積多少點數來兌換商品

經過問卷結果分析，發現有 41% 的學生願意集滿點數和集滿 4 點加價購（100 元以內），13% 集滿 4 點加價購（100~200 元以內），3% 都不願意，2% 集滿 4 點加價購（200 元以上），由結果可得知目前學生因經濟能力有限，無法加價購太貴的兌換商品，因此以 200 元以下最為適合。

參●結論

一、結論

根據上述的文獻資料可以得知，在集點活動內容中，7-11 與全家有著些微的異同，7-11 的集點活動為期都是 1 個月為主，全家活動時間則較長，以 2 個月為主。在贈品主題中，兩家商店都以可愛、流行的卡通人物為主。儘管兩家超商的主題類似，但贈品內容卻是截然不同的，7-11 趨於實質性的物品，如：餐具、餐盒等；全家則是以吊飾、玩偶等療癒性的物品為主打。

然而，在集點的行銷策略中，兩家超商曾推出許多手法，與企業合作是兩家超商相同的手法之一，但兩家超商在合作的企業上也又有些不同，7-11 常與形象良好且較受大眾歡迎的企業，如：Starbucks、Cold Stone，全家則傾向於與餐廳等店家合作。此外，7-11 推出使用 I-cash 可獲得一點或是以限量換購等等，全家結合北市圖書館推出至還書服務 1 件，加贈 5 點。在這之後，全家在今年推出別於以往集點卡的集點方式，只要智慧型手機，就可以把點數儲存在網路上，若是沒有智慧型手機的人，也可向超商索取條碼集點卡。如此一來，大幅降低點數遺失的風險，也減少集點卡的印製。

在問卷的分析中，我們可得知兌換商品的種類深深地影響學生對於集點活動的參與，其中，像是玩具或公仔等較偏向流行與可愛的物品對學生來說是較具吸引的。而這項活動對於學生的消費行為也有所影響，大部分的學生皆會因為差幾塊錢而無法獲得點數而增加消費金額，加價購的部分也有八成的學生表示金額若在 200 元以下就可能加價購，由此看來，加價購與多少元一點的集點行銷手法在集點活動中有達到超商的目的。

二、相關建議

在這次研究中，我們發現學生當中以公仔與玩具最受歡迎，學生仍可以接受在兩百元以內的加購價兌換商品。因此，就學生而言，喜好贈品的內容是吸引他們參與活動的主因。倘若兩家便利超商可以針對兌換商品以可愛、流行等兩大因素為主，想必學生的參與、投入程度也會持續提高，而加購價的部分，若是能把加價購的價格降低，同時增加內容兌換選擇性，如：一百元以下可以換購的商品從原本三項變成五至八項，相信學生會更加著迷。

經歷一連串的討論與研究，另外還翻閱許多關於行銷方面的書籍，這項看似簡單的集點活動，在背後卻有著複雜的行銷策略，使其學生著迷投入。隨處可見的便利商店中，集點活動是超商為了賺取營利的行銷策略之一，而在參與活動的過程中，學生更應審慎的思考兌換商品有沒有實質上的作用，而非盲目的跟從流行與沉迷可愛的兌換商品中，以免於此活動中浪費太多金錢，盼便利商店業者與學生都能達到雙贏的結果。

肆●引註資料

註 1 中時電子報 (2014.2.17)

註 2 片山又一郎 (1992)。實踐行銷。台北市：洪建全基金會

註 3 片山又一郎 (1992)。實踐行銷。台北市：洪建全基金會

註 4 Philip Kotler (1990)。行銷管理分析規劃與控制 下冊。台北市：曉園

註 5 張振明 (譯) (2004)。行銷是甚麼。台北市：商周

表二圖片來源：

共度美好食光集點送，Hello Kitty x LINE FRIENDS 聯名款

<http://blog.7-11.com.tw/upload/2016011801/01.jpg>

集點送 SNOOPY 變身系列

<http://blog.7-11.com.tw/upload/2016030701/02.jpg>

集點送法拉利超跑精品系列

<http://blog.7-11.com.tw/upload/2016042501/01.jpg>

哆啦 A 夢樂遊一夏集點送

https://c2.staticflickr.com/8/7639/27484535146_77873d1839_o.png

小小兵夏日之旅集點送

<http://blog.7-11.com.tw/upload/2016071401/01.png>

三麗鷗明星上班趣 FUN 集點送

http://www.cardu.com.tw/image_upload/images/Cardu20160913_23520219.png

卡娜赫拉集點送

<http://i0.wp.com/cdn.kikinote.com/wp-content/uploads/2016/11/dd9d130eee5b07e5ad1591a4749a6f481478499781.png?resize=600%2C445>

表三圖片來源：

可愛萬物論

http://b.rimg.com.tw/s1/c/1a/97/21607824218775_955_m.jpg

可愛萬物論第二波

http://twcoupon.com/couponimage/179238_n.jpg

可愛萬物論第三波

<http://onelifetw/images/a/10175.jpg>

TSUM TSUM 就愛 FUN 一起

https://pic.pimg.tw/summer1205tw/1462115978-822032905_n.jpgpg

蛋黃哥蛋定好食光

https://c2.staticflickr.com/8/7500/27458157121_0987466024_o.png

阿朗基一起怪美 der

<http://onelifetw/images/a/10264b.jpg>

復刻新浪潮

http://twcoupon.com/couponimage/200219_n.jpg