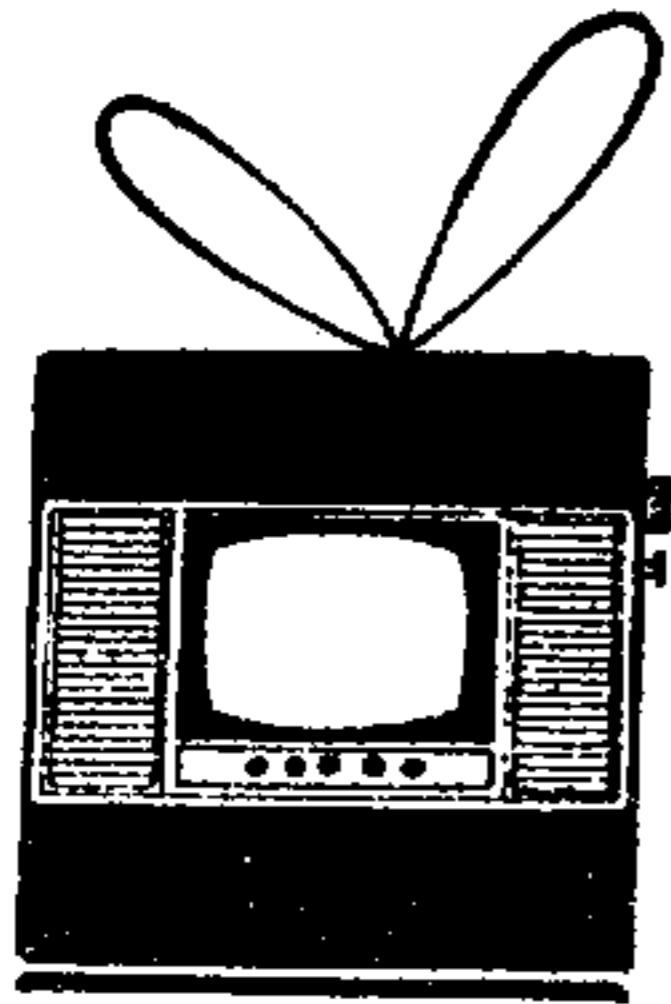


# 日本盛行電視購物



馬全鈞

臺灣經濟研究所通訊研究員

## 一、前言

所謂電視購物 (Television Shopping)，係指消費者看到電視介紹商品後，立即以電話或明信片訂購，一至三星期內該商品就可以寄達消費者手裏的一種新式推銷方式。

據悉目前已有少數日商，利用電視購物方式推銷臺灣產寶石、雕刻品及中國仿古書畫，成績斐然，所以電視購物亦可視為我國商品推銷日本有效途徑之一。茲特介紹日本電視購物現況及今後展望，供請讀者參考運用。

## 二、電視購物已成為重要推銷手段之一

日本著名的家庭電氣用品連鎖商店第一家庭電器公司東京本店五樓會議室專設五十部專線電話，每一部電話機由一位訓練有素的服務小姐服務，排整空白訂購單，握着筆嚴陣以待。當該公司推銷手提電唱收音機的一分鐘電視廣告一放完，五十部電話機幾乎同時響起鈴聲，尤其是在電視廣告放映後的十五分鐘內，電話鈴聲更是響個不停，不但是服務小姐忙碌，連課長、經理也全部動員，喊出沙啞聲音，爭取訂單。放映廣告的第一天，在一日內共出售手提電唱體收音機2,700臺。

第一家庭電器公司係自去年八月開始參與電視購物推銷活動。八、九、十的三個月每月試驗一次，發

現成效斐然。因此從十一月開始大規模推行，目前利用日本四大電視臺，每週放映商品廣告12至18次。

受到第一家庭電器公司刺激，上新電機公司（大阪地區最大的家庭電器零售店）、榮電社「名古屋地區）、BEST電器公司（九州地區）等著名家庭電器專門零售店均已自今年起相繼參與電視購物推銷活動。

對於電視購物較有經驗的各百貨公司，今年均已加強廣告節目以利拓銷。大丸百貨公司除現有每週四次的兩分鐘廣告節目外，已自五月起另試放九十秒鐘廣告節目，如反應良好，當再擴大推行。西武百貨公司鑑於該公司過去實施電視購物，在五年內銷售增加一倍，因此今年已在家庭連續劇節目中增播電視購物節目。其他如高島屋百貨公司、松坂屋百貨公司等均已加強電視購物節目。

## 三、電視購物盛行原因

從消費者來說，電視購物是坐着看電視，打電話就可以買到想要的商品，所以確實方便。電視購物所以能盛行，與消費者的生活方式變化及商品情報的普及甚有密切關係。如共同在外工作的夫妻增加、道路交通混雜紊亂、停車場難找、住宅遠離百貨公司、人口向郊區擴散、消費多樣化等均為造成電視購物盛行的原因。消費者對於通信販賣逐漸習慣，節省購物時間，以增加休閒活動，有些家庭主婦甚至以收視電視