



调查显示：对于消费者来说，使用不干胶薄膜标签的瓶装餐具洗涤剂产品具有更强的货架吸引力。



市场研究和消费者理念调查公司 Firefly Millward Brown 曾在 2013 年 6 月进行过一次调查，调查人员让一支由 125 名消费者组成的样本小组分别对餐具洗涤剂产品的以下三种不同包装形式作出比较：不干胶 (PS) 标签、收缩套标包装与瓶身直接印刷。调查的目的是为了了解对于不同包装形式的喜好，是否会影响到消费者选购餐具洗涤剂产品的决定。

不干胶标签在不同包装类别中脱颖而出

调查发现，在所有包装元素中，消费者最在意的是包装的印刷质量、颜色、品牌凸显度和标签粘合力。

总体而言，消费者更加喜欢包装透明的洗涤剂，因为相对于不透明的包装瓶，透明的包装显得更加时尚、清爽、有个性。结果表明，不管是单独评价还是偏好比较，不干胶标签和收缩套标在外观和性能上旗鼓相当。但如果是非透明瓶身，66% 的受调查消费者都更喜欢不干胶标签，说明无论是透明还是非透明洗涤剂产品包装，不干胶标签都是理想的解决方案。相比较而言，不同瓶身的所有包装中，在瓶身上直接印刷产品信息的包装方式给消费者的观感最差。

不干胶可重贴标签可以有效防止产品泄漏。对于拉链式或者硬质包装，用后再封口时，消费者通常会感到很难将它们完全封好，如果掉到地上，就会弄得一团



糟。不干胶可重贴标签包装简单易用，让重复封口变得更加方便。另外，艾利丹尼森还提供跌落分析测试，以保证产品包装的强度和柔韧性可以经受跌落冲击。

品牌推广、货架吸引力、使用体验和价差接受度

当被问及产品联想对餐具洗涤剂产品偏好的影响时，评价非透明瓶身包装的消费者认为不干胶标签在品牌推广、货架吸引力、使用体验和价差接受度四个产品属性方面表现更加出色。在“方便手持”和外观“优质”等特征方面，他们给了不干胶标签更高的评价。

不管对哪一种瓶体，消费者都认同贴不干胶标签的产品价格应该要高出7个百分点。这一发现证实了相对于使用其他标签形式的洗涤剂产品，零售商可以因不干胶标签产品包装卖得更高的价格。

不干胶标签提升货架吸引力

调查人员发现消费者对于餐具洗涤剂产品包装瓶的评价主要基于以下三个方面：“清爽”或者“清洁彻底”等产品属性，产品包装的外观和它给消费者留下的印象，或者说包装可以引起怎样的联想。

对两种不同的包装瓶而言，不干胶标签更受消费者欢迎的首要原因是它的外观，更确切地说就是“标签上的字清晰易辨”。而从产品层面而言，不干

相对于其他标签的洗涤剂产品，零售商可以从使用不干胶标签的产品包装中卖得更高的价格。

胶标签的优势在不透明的洗涤剂产品包装上表现得尤为明显，因为消费者感觉不干胶标签能够更加清楚地传递重要产品信息。由于上文所述不干胶标签可以更清晰地传递产品信息，再加上消费者认为不干胶标签产品的价格更高，都说明了无论是哪种包装瓶，使用不干胶标签的产品都具有更强的货架吸引力。

抓住消费者眼球

预计有76%的消费者的购买决定都是在商店货架边上作出的，这也让产品的标签和包装成为影响消费者购买决定的首要因素。通过简单生动地在非透明包装上传递产品的重要信息，让消费者产生共鸣，从而提升销售量，不干胶标签的包装方式让快速消费品品牌经理在餐具洗涤剂产品类别中占有显著优势。

查看更多白皮书

联系我们

© 2014 艾利丹尼森公司。艾利丹尼森的品牌、产品名称和产品编号均为艾利丹尼森公司的商标。其他所有品牌和产品名称为其各自所有者的商标。



Label and
Packaging Materials

label.averydennison.cn