

投稿類別-各類議題

民眾對縮水性通膨與剋扣性通膨之反應研究

作者

花蓮縣立自強國中 七年一班 張睿心  
花蓮縣立自強國中 七年一班 許以非

指導老師:  
呂柏辰 老師

## 壹·前言

### 一、研究動機

有一次，我們去福利社買零食，結果打開後發現雖然包裝看起來小小的，裡面的餅乾卻很多，連我們的碗都裝不下。這時我們聯想到，如今便利商店所賣的餅乾，明明看起來很大一包，裡面卻有三分之二都是空氣。我們對此現象感到好奇，因此便上網搜尋相關的文獻，發現這種情形稱為「縮水性通膨(shrinkflation)」，是指商品的價錢不變，但是內容物的量減少。此外，查詢資料後，我們還發現另一種相似的現象，是在價錢不變的情況下，內容物品質降低或是服務項目減少，而這種情形稱為「剋扣性通膨(skimpflation)」。由於我們認為這兩種漲價的方式，都比單純的價格上升來的不易察覺，因此，我們想了解民眾對「縮水性通膨」及「剋扣性通膨」是否有所感受，以及民眾對於此類漲價方式的觀感與購買意願。

### 二、研究目的

- (一)比較縮水性通膨及剋扣性通膨的異同
- (二)研究縮水性通膨及剋扣性通膨是否不易被民眾發現
- (三)研究縮水性通膨及剋扣性通膨的觀感
- (四)找出讓民眾能夠更明智的消費策略

### 三、研究流程：

我們的研究分為四個步驟，第一步驟為擬定主題與研究目的；第二步驟為文獻蒐集與探討；第三步驟為問卷調查法，首先根據研究目的設計問卷，接著發放問卷，最後再針對收回問卷的統計資料進行討論與分析；第四步驟為整理結論並撰寫成研究報告。



## 貳·正文

### 一、文獻探討

#### (一)名詞介紹：

##### 1. 通貨膨脹：

通貨膨脹原是指流通的貨幣數量增加，也是指物價水準持續的上升，或者人們的購買力持續下降的經濟現象。簡單的說，就是指東西變貴或是錢可以買到的東西變少。而通貨膨脹的發生，主要是因為經濟環境影響了貨幣和物價。可能受到成本變動而反映出來，或是受到供給需求的影響。通膨率的計算方式有以下三種：

(1)單純計算商品物價：物品通膨率

(2)計算每年平均通膨：每年平均通膨率

(3)去年和今年的通膨率差距：CPI 指標

(CPI:消費者物價指數，主計處每年都會公布「當年度的 CPI」給民眾參考與比較每年的數量變化)

##### 2. 縮水性通膨：

縮水性通膨是指商品的價錢不改變，但是商品內容物的量減少，可能是個數減少、淨重變輕、容量變小等情形。在知名電視節目艾倫秀中，主持人艾倫對縮水性通膨有十分精闢的說明：「價格因為通貨膨脹而上漲，企業為了想讓產品維持在同樣不變的價位，因此提供的內容物變得更少了。」

以實例來說，在價格不變的情況下，洋芋片的包裝內有許多的空氣；衛生紙每包所含的抽數變少；飲料杯的容量變小等等，諸如此類的情況皆可稱為縮水性通膨。

##### 3. 剋扣性通膨：

剋扣性通膨是指商品的價錢不變，但是商品的品質降低或是服務的項目減少。由於物價上漲的關係，商人為降低成本，可能會使用較低價的原物料進行替代，或是取消某些原本有提供的服務項目，藉此降低人力成本或是運費。

以實例來說，在價格不變的情況下，餐點的味道改變；茶類飲料變淡或更換了茶葉種類；遊樂園或百貨公司取消接駁車等等，諸如此類的情況皆可稱為剋扣性通膨。

#### (二)縮水性通膨與剋扣性通膨的長期化：

長期化常發生於縮水性通膨與剋扣性通膨。當通貨膨脹趨緩時，漲價的情況可能會反轉，價格會下降並且回穩。不過卻鮮少有縮水的商品因通貨膨脹趨緩而增加變回原本的量；而品質下降的商品或是已終止服務的項目，更是不容易回歸成原先的情況，這樣的現象就稱為縮水性通膨與剋扣性通膨的「長期化」。

(三)比較漲價、縮水性通膨、剋扣性通膨：

通膨類型	共通點	差異
漲價	1.當民眾發現時，都會影響到購買意願。	1. 商品數量與品質不變。 2. 較為明顯、易於發覺。 3. 不易有長期化問題。
縮水性通膨	2.都是受到物價上漲的影響所造成的。	1. 價格不會有所變動。 2. 商品的數量減少。 3. 較不明顯、不易發覺。 4. 容易有長期化問題。
剋扣性通膨	3.近年來受到 covid-19 的影響，所以變得更嚴重。	1.價格不會有所變動。 2.商品的品質下降。 3.非常不明顯、幾乎不會被發覺。 4.容易有長期化問題。

(四)縮水性通膨的實際例子

根據美國《美聯社》的報導，美國近期常常發生商品價錢不變，但內容物減少的案例。我們剛好看到了這篇新聞，而報導中提到消費者權益的倡議者、麻州前助理檢察長--德沃斯基 (Edgar Dworsky)，在他架設的網站 Consumer World 中，供消費者投稿自己所發現的縮水商品，標題為：「**此處皆是為了隱藏價格上升而偷偷縮水的商品**」，下圖即為網站中的圖片。



- 上圖為開特力 Gatorade 公司生產的運動飲料，可發現舊包裝 32oz，新包裝縮水為 28oz，縮水了 12.5%。



- 上圖為多芬 DOVE 公司生產的沐浴乳，可發現舊包裝 24oz，新包裝縮水為 22oz，縮水了約 8.3%。



- 上圖為哈瑞寶 Haribo 公司生產的小熊軟糖，可發現舊包裝 5oz，新包裝縮水為 4oz，縮水了 20%。
- 上圖為 Cottonelle 公司生產的廁用衛生紙，可發現舊款的單張衛紙的長和寬為 4.2 英吋、4.0 英吋，新款的為 4.0 英吋、3.86 英吋，縮水了：  

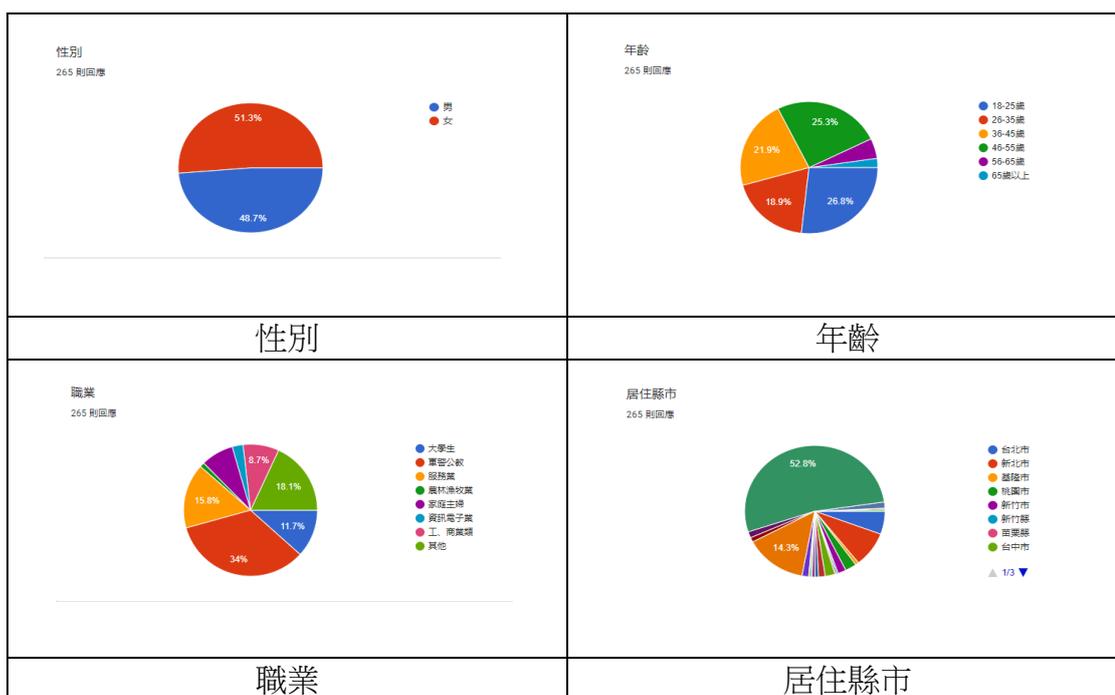
$$((4.2 \times 4) - (4 \times 3.86)) \div (4.2 \times 4) = 8.1\%$$

## 二、研究方法

### (一)問卷調查法

本研究為了解民眾對於縮水性通膨及剋扣性通膨的感受度與觀感，採自編問卷的方式擬定。問卷內容分別針對民眾對於縮水性通膨及剋扣性通膨的感受情形及平日購物的消費習慣進行調查，並採用 google 表單的形式進行。我們在 2022 年 9 月 9 日至到 9 月 12 日將問卷放在網路上供成年消費者填寫，例如請老師和親友們透過 Facebook 與 Line 將問卷分享出去。

經過 4 天的填答，我們共收集了 265 份問卷。本次問卷調查研究對象的基本資料如下圖：



總共收回 265 張有效問卷，其中有 51.3%為女性、48.7%為男性；年齡層分布主要為 18~25 歲 26.8%、次之為 46~55 歲 25.3%、36~45 歲 21.9%、26~35 歲 18.9%；職業大部分為軍警公教業 34%、次之為服務業 15.8%、大學生 11.7%、其他行業 18.1%；居住縣市主要為花蓮 52.8%、次之為高雄市 14.3%，此外全臺 22 縣市均有有效問卷回復。

#### 四、研究結果與分析

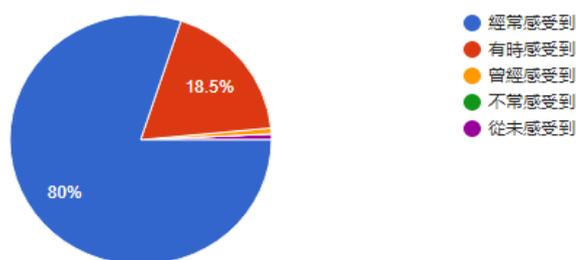
本研究問卷共有十一題，分為兩部分，第一部分為民眾對於縮水性通膨與剋扣性通膨的感受度，共七題；第二部分為民眾對於此類通膨的觀感，共四題。以下為問卷調查的結果：

##### 第一部分

##### 問題一：您是否有感覺到物價正在上漲？

1.您是否有感覺到物價正在上漲？

265 則回應

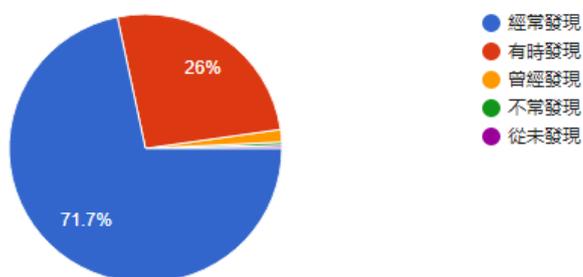


結果：有 80%的人經常感受到物價正在上漲、18.5%的人有時感受到物價上漲。

##### 問題二：您是否發現自己購買過的商品價格上漲？

2.您是否有發現自己購買過的商品價格上升？

265 則回應

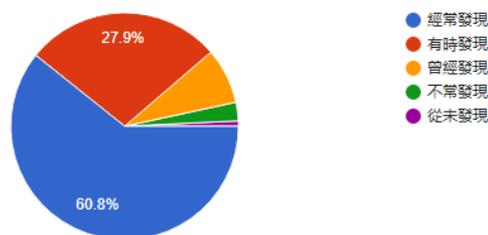


結果：有 71.7%的人經常發現自己購買過的商品價格上漲、26%的人有時感受到自己購買過的商品價格上漲。

### 問題三：您是否有曾經發現商品的價格不變，但內容物變少(輕)的經驗？

3.您是否有曾經發現商品的價格不變，但內容物變少(輕)的經驗呢？(例如洋芋片價格沒改變，但裡頭只剩半包的量)

265 則回應



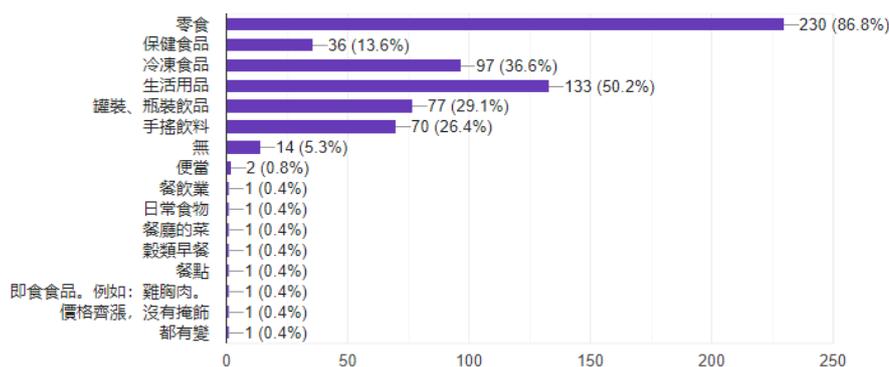
結果：有 60.8%經常發現商品價格不變，但是內容物減少、27.9%有時發現商品價格不變，但是內容物減少。

### 問題四：呈上題，您曾經發現過下列哪一類商品，出現價格不變，但是內容物變少(輕)的情形？

4.呈上題，您曾經發現過下列哪一類商品，出現價格不變，但內容物變少(輕)的情形呢？(可複選)



265 則回應

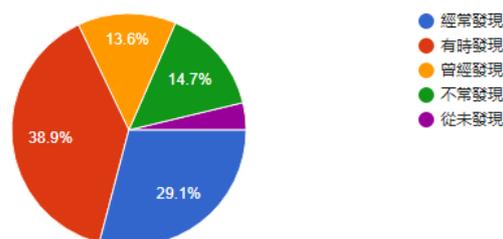


結果：最多人填寫的為零食 230 人(86.8%)，次之為生活用品 133 人(50.2%)，接著為冷凍食品 97 人(36.6%)、罐裝與瓶裝飲品 77 人(29.1%)、手搖飲料 70 人(26.4%)、保健食品 36 人(13.6%)。

### 問題五：您是否曾經發現商品價格不變，但內容物品質下降的經驗？

5.您是否有曾經發現商品的價格不變，但內容物的品質下降的經驗呢？(例如食物的味道改變、衣服質料變薄等.....)

265 則回應



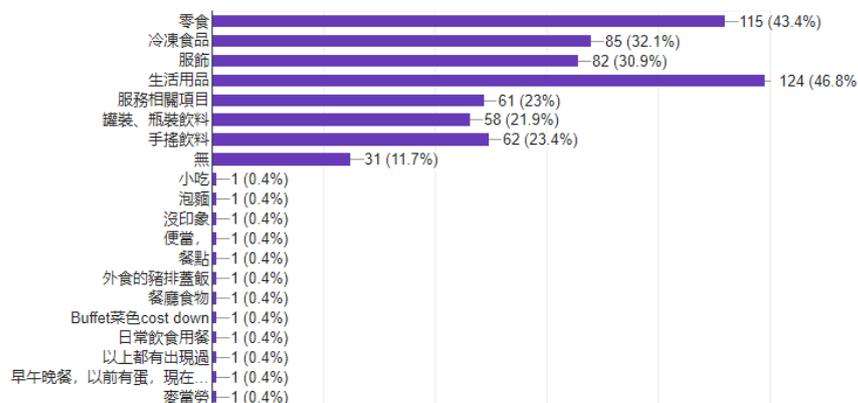
結果：有 29.1%的人經常發現商品價格不變，但是內容物品質下降、有 38.9%的人有時發現商品價格不變，但是內容物品質下降。

### 問題六：呈上題，您曾經發現過下列哪一類商品，有出現價格不變，但內容物品質下降的情形？

6.呈上題，您曾經發現過下列哪一類商品，出現價格不變，但內容物品質下降的情形呢？  
(可複選)



265 則回應



結果：最多人填選的為生活用品 124 人(46.8%)，次之為零食有 115 人(43.4%)，接著是冷凍食品 85 人(32.1%)、服飾 82 人(30.9%)、服務相關項目 61 人(23%)、手搖飲料 62 人(23.4%)、瓶(罐)裝飲料 58 人(21.9%)，最後有 31 人(11.7%)從未發現過此現象。

### 問題七：在購物時，您會注意商品的哪些細節？

7.在購物時，您會注意商品的哪些細節(可複選)?



265 則回應



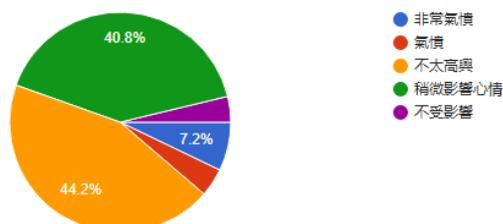
結果：有 248 人(93.6%)在購物時，會注意商品的價格，次之為 214 人(80.8%)人會注意商品有效期限，接著有 169 人(63.8%)會注意商品的淨重。

## 第二部分

### 問題一：假如你經常購買的一個商品，有一天發現商品價格不變，但內容物減少，你的心情是？

1.假如你經常購買的一個商品，有一天發現商品的價格雖未改變，但內容物減少了，你的心情是？

265 則回應

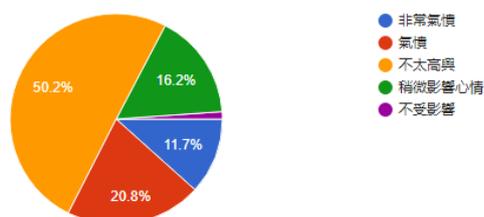


結果：有 44.2% 的人感到不太高興，次要 40.8% 的人稍微影響心情，7.2% 的人非常氣憤。

問題二：假如你經常購買的一個商品，有一天發現商品價格不變，但內容物品質下降，你的心情是？

2. 假如你經常購買的一個商品，有一天發現商品的價格雖未改變，但內容物的品質降低了，你的心情是？

265 則回應

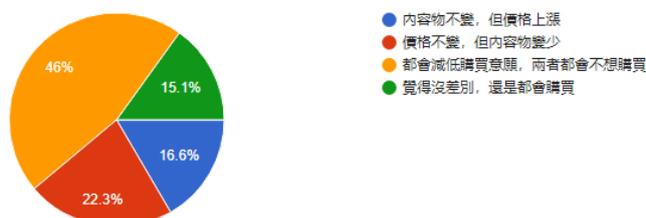


結果：有 50.2% 的人不太高興，次要 16.2% 的人稍微影響心情，接著 20.8% 的人感到氣憤，11.7% 的人感到非常氣憤。

問題三：漲價與內容物減少，哪一個更會降低您的購買意願？

3. 漲價與內容物減少，哪一個更會減低您的購買意願？

265 則回應

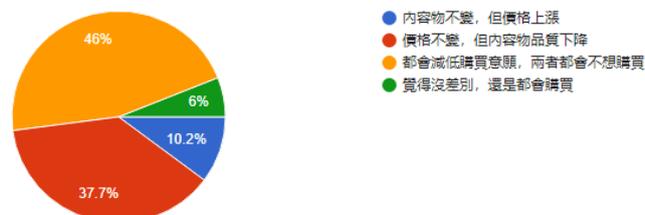


結果：有 46% 的人都會降低購買意願，兩種都不買、22.3% 的人是內容物減少更會降低購買意願、16.6% 的人覺得價格上漲更會降低購買意願，最後有 15.1% 的人覺得兩者沒有區別，都會購買。

問題四：漲價與內容物品質下降，哪一個會降低您的購買意願？

4. 漲價與內容物品質下降，哪一個更會減低您的購買意願？

265 則回應



結果：有 46% 的人都會降低購買意願，兩種都不買、37.7% 的人是內容物品質下降會更降低購買意願、10.2% 的人覺得價格上漲更會降低購買意願，最後有 6% 的人覺得兩者沒有區別，都會購買。

## 參·結論

- 一、幾乎所有民眾皆有發現物價正在上漲。且民眾發現物價上漲的原因大部分來自商品價格提升，一些人是因為有縮水性通膨的現象，少部分的人是因為有剋扣性通膨的現象。
- 二、民眾發現最常出現縮水性通膨現象的商品是零食，第二常發現的商品種類是生活用品，第三常發現的是冷凍食品；民眾發現最常出現剋扣性通膨現象的商品是生活用品，第二常發現的商品種類是零食，第三常發現的是冷凍食品。
- 三、民眾因為剋扣性通膨而感到不高興的人比因為縮水性通膨而感到不高興的人多，氣憤的程度也較高，由此可知，民眾對於剋扣性通膨的觀感較縮水性通膨不佳。
- 四、在民眾知情的情況下，最容易降低購買意願的是剋扣性通膨，次之是縮水性通膨最後才是漲價，但是由於剋扣性通膨及縮水性通膨不易察覺，民眾仍有可能在未察覺的情況下持續購買此類商品。
- 五、從這次的研究中，我們發現大部分民眾購物時，會先注意商品價格，再來會注意有效期限，還會注意商品淨重，根據這項調查，我們有一些消費建議想提供給民眾，如下：
  - (1) 在購物時，注意商品的價格、淨重、保存期限之餘，內容物也可以仔細查看，因為剋扣性通膨的線索可能顯示在內容物中。此外，不要盲目相信商品的包裝，一定要確認過是否與商品內容相符。
  - (2) 在購物前，可多參考新聞報導，了解最近物價上漲的情形，與上漲的原物料種類，在購買時對此類商品要更細心的檢視與篩選，並且在比價時，以每單位的價格下去做比較。

## 肆·引註資料

- 1.聯合新聞網-廠商悄悄營造縮水通膨，讓消費者對漲價較「無痛」  
<https://udn.com/news/story/6811/6373799>
- 2.周商-價格不變、分量減少，「縮水性通膨」怎麼運作？  
<https://www.businessweekly.com.tw/international/blog/3008332>
- 3.聯合新聞網-價格不變品質下降，剋扣式通膨可能長期化  
[https://udn.com/news/story/6811/6515297?from=udn-referralnews\\_ch2artbottom](https://udn.com/news/story/6811/6515297?from=udn-referralnews_ch2artbottom)
- 4.投資小學堂-通貨膨脹是什麼？通膨有什麼意思？通會膨脹又該如何計算？  
<https://www.cmoney.tw/learn/course/cmoney/topic/94>
- 5.ABC NEWS-What to know about 'shrinkflation' and how to avoid sneaky price hikes  
<https://ssur.cc/HJsnmDWaq>
- 6.有沒有「商品價格一樣但內容縮水」的八卦？英文把這叫做"shrinkflation"  
<https://ssur.cc/JLfgH4NSs>

(艾倫秀艾倫原話：「 Because of inflation, prices are going up, but then companies want to keep their products at the same price, so they are giving you less. 」 )

7.通貨膨脹是什麼？影響是什麼？為什麼通膨與升息有關係？-

<https://ssur.cc/JW55oBNCz>

8.價格不變品質下降，剋扣式通膨可能長期化

<https://money.udn.com/money/story/5599/6515297>

9.Consumer world-shrinkflation

<https://www.mouseprint.org/category/downsiz/>

(Edgar Dworsky 的 Consumer World 網站原標題：Here are products that have shrunk in size as a sneaky way for manufacturers to pass on a hidden price increase.)

10.Mark Mobius(2019)-通膨的真相