

中小學生購買開學用品 貨比三家

關心流行趨勢、顧慮家裡經濟不再堅持買貴東西

【法新社巴黎三十日電】「一隻原子筆要賣三十二法郎！而且不一定比其他便宜一點的好！」這是一個十歲出頭的小男孩在巴黎一家百貨公司裡評論他預備買的文具，也反映出一九九五年的小學生們是精於比較商品的消費者。

他們很關心流行的趨勢，非常注意「別人買些什麼」，但也很清楚家裡的負擔，不會堅持要一些太貴的東西。

供應商們亦幫著他們保持頭腦冷靜。名牌的廠商雖然始終在推出流行貨色，今年轉為採取樸素實用的風格。相反的，生產平價商品的廠商在設計上多有改善，增加了實用之外的美觀。法國家庭總會注意到這種趨勢，並說消費者大可購買後一種商品而無需「汗顏」。

但是對一個十歲或十五歲的孩子，拿著學校開的單子，瀏覽百貨公司的陳列架時，很難不為一個或兩個流行商品動心。

今年流行的是名模特兒，筆記本或講義架上印了香貝爾或艾文吉莉斯塔的肖像，是初高中的學生們很引為得意的一件事。

小學生方面，華特迪士尼始終是大家的最愛，但今年其他的漫畫人物，如丁丁、狗兒斯諾比，或玩偶芭比，以及蠟燭俠等，將迅速竄升。而費多、恐龍，或電視連續劇「艾倫和男孩們」中的人物，都已過時了。

除了這些低年級學生特別感興趣的「英雄」之外，今年開

學的時尚毫無疑問的是「民族色彩」：非洲或印度的圖案、棕或綠等天然顏色，表現一種歸真返璞的傾向，和名牌品的樸素風格相吻合。市面上甚至可以找到用綜合樹脂製成的鉛筆，價格和一般的木頭鉛筆一樣。

我們無法知道被這類產品所吸引的到底是家長還是孩子，但母親們表示贊同的眼光，對孩子的選擇必定很有影響。蘇格蘭花紋今年亦很流行，這也是母親們不會反對的。

有的小學生和初中生喜歡的品牌，開學時能做到全年營業額的一半，今年它們力求簡樸，商標的大小和位置都比較隱密，有時僅以顏色取勝，以紅和黑為最多。

書包方面，在校內推行的交通安全宣導活動產生了效用，一個六歲的小女孩說：「我要一個上面有反光條的書包，這樣別人晚上可以看見我。」據估計，開學時賣出的書包有八百萬個之多。家長們對其品質要求甚高，他們知道裡面要裝幾公斤的東西讓孩子揹著。今年的新花樣是：一個書包由廠商保險六個月，包括摔撞、水浸或火燒等項目。

歐洲日報 84年9月1日

BB19950029C1