

# 为什么口香糖总放在超市收银台旁？

## 政经入门课

到便利店或者超市购物时，同学们有没有注意过一个现象——口香糖总会放置在收银台旁，供顾客挑选购买。这并非偶然，其背后，藏着精妙的经济学逻辑与消费心理学设计。

### 口香糖放在收银台旁的原因

- 1、利用顾客结账等待时间触发冲动消费。
- 2、优化空间利用率，放置小体积商品。
- 3、对目标消费群体的精准定位。



制图 王思祺

#### 对冲动消费的精准把控

在超市收银台排队结账时，等待的焦虑感往往会催生即兴购买行为。经济学中将这种现象称为“冲动消费效应”，而口香糖正是精准瞄准这一效应的典型商品。

从消费者决策模型来看，口香糖单价低，属于“低决策成本商品”，消费者无需进行复杂的价格对比和需求评估。同时，其体积小、购买流程简单，不会增加购物负担，这种“轻量级消费”恰好匹配了排队时的碎片化决策场景。

放置在收银台的口香糖销量往往比放在零食区的高，这是超市对消费者边际效用的精准把控：当购物篮已经装满刚需商品时，增加一件低价商品带来的效用损失几乎可以忽略不计，但却能为超市创造额外收益。这种盈利策略，在经济学上被称为“长尾收益最大化”，即通过海量低客单价商品的累积，最终形成可观的利润增量。

#### 货架资源的黄金分配

超市的货架空间是稀缺资源，其分配遵循“坪效最大化”原则——即每平方米货架产生的销售额越高，资源配置越合理。与占据大面积货架的粮油、生鲜等刚需商品不同，口香糖体积小，若单独设置陈列区，单位面积的收益效率极低。而收银台区域作为消费者必经的“流量咽喉”，本身不产生仓储功能，将其转化为陈列空间，相当于零成本拓展了销售渠道。

从机会成本角度分析，收银台区域若不陈列口香糖等小商品，也无法用于放置大型商品。而通过陈列口香糖，超市仅需支付商品采购成本，就能获得额外销售收入，这种“零机会成本+高转化率”的组合，成为超市优化空间资源的经典案例。此外，收银台陈列还能降低库存管理成本，因为口香糖保质期长、周转速度快，无需投入过多的仓储管理资源。



#### 细分市场的经济学智慧

口香糖的核心消费群体与超市收银台的目标人群高度重合。家长带孩子结账时，孩子往往会被收银台的糖果、口香糖吸引，家长可能便会满足其购买需求，这部分消费被称为“亲子冲动消费”；年轻上班族在匆忙结账时，可能会想起需要补充口香糖清新口气，这类“即时性需求消费”也成为重要增长点。

从价格歧视角度看，超市通过将口香糖与高客单价商品在收银台关联展示，间接提升了消费者对其价格的接受度。当消费者刚刚支付数百元的购物款后，对几元钱的口香糖价格敏感度会显著降低，这种“锚定效应”进一步提高了购买转化率。同时，口香糖的包装设计通常色彩鲜艳、造型精致，在收银台的灯光照射下更易吸引注意力，这种“视觉营销”策略有效降低了消费者的决策阻力。

因此，口香糖放置在收银台，并非随意之举，而是一场基于消费心理、空间效率与人群策略的精密“合谋”。这小小一盒口香糖的陈列艺术，恰是商业智慧在细微之处的生动演绎。

华西都市报-封面新闻记者 杨旭斌  
综合大众科普网