

2015年3月25日

博报堂生活综研发布日本与中国的生活者的购物意识比较

『中日购物意识比较』



株式会社博报堂（东京都港区、代表取缔役社长：户田 裕一）的智囊团“博报堂生活综合研究所”（所长：嶋本達嗣）与对中国的生活者进行实态调查 / 分析的智囊团“博报堂生活综研（上海）”发布了日本与中国的生活者的购物意识※1 比较『中日购物意识比较』，并在生活综研与博报堂生活综研（上海）的官方网站上公开。（<http://www.shenghuozhe.cn/index.php/content/inner/7/355>）

这个报告是以掌握中日生活者的消费意识和生活实态为目的开展的“东京—上海协作报告”的第三代※2。这次比较了中日的购物意识的不同点，并对结果作了分析。

另外，生活综研（上海）的研究员还对为什么日本与中国的购物意识有差别进行了观察和分析。

※1 关于“购物意识”，日本在1992年开始，中国在2005年开始的《生活定点调查》中下列的问题被反复提及。

Q. 请问你平时购物的时候怎样的判断决定会比较多？

1. 凭当时的知觉来判断决定的较多
2. 整体考虑东西好坏后，理性判断的比较多
3. 根据自己的喜好来判断的比较多

※2 以前的报告请参照此处（博报堂生活综研（上海）HP）

第一代报告《中日6大城市消费意识比较》 <http://www.shenghuozhe.cn/index.php/content/inner/3/212>

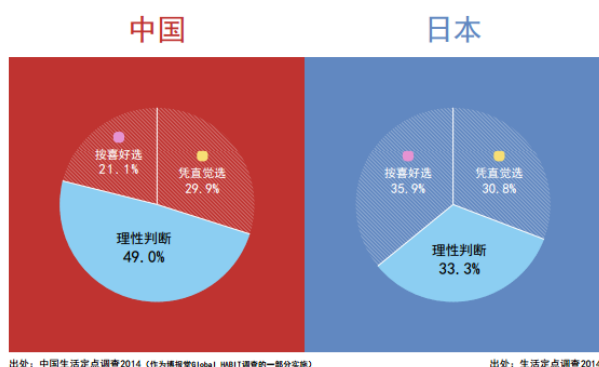
第二代报告《中日6大城市消费变化比较》 <http://www.shenghuozhe.cn/index.php/content/inner/3/250>

关于本信息咨询

博报堂 广报室 (koho.mail@hakuhodo.co.jp)

■ 调查报告的要点

1. 中国“理性购物者”居多，约为日本 1.5 倍

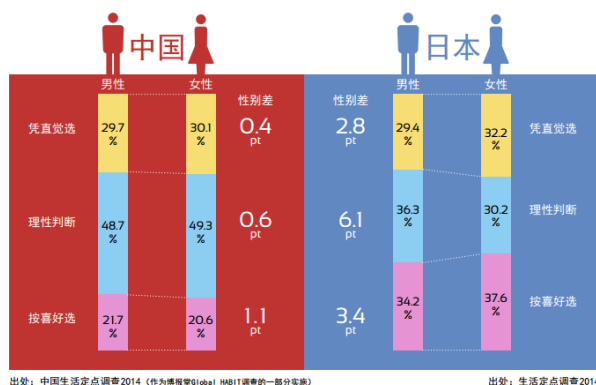


出处：中国生活定点调查2014（作为博报堂Global HABIT调查的一部分实施）

出处：生活定点调查2014

中国生活者中“理性判断”的人最多，占比高达半数左右，几乎相当于日本的 1.5 倍。这个有些出人意料的结果似乎表明，消费意欲旺盛、喜欢“尝鲜”的中国生活者们，即便在强劲的消费势头的影响下，仍能不忘保持“最初的理性”。

2. 日本购物消费意识层面的性别差异较为明显

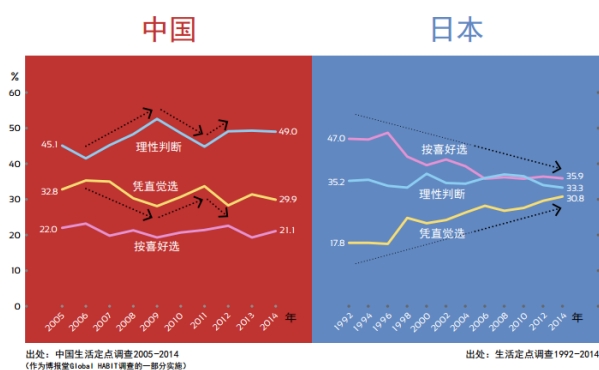


出处：中国生活定点调查2014（作为博报堂Global HABIT调查的一部分实施）

出处：生活定点调查2014

中国无论哪个选项都未显示出明显的性别差异。这一结果与生活综研在两国分别定期开展的消费意欲指数调查所得基本一致。日本则是男性更倾向于“理性判断”，而女性“凭直觉选”或“按喜好选”的人居多，购物意识层面的性别差异较大。也就是说，就购物消费意识层面而言，日本的性别差异显然较为明显。

3. 中国“理性”与“直觉”此涨彼落，联动变化渐成趋势。



出处：中国生活定点调查2005-2014（作为博报堂Global HABIT调查的一部分实施）

出处：生活定点调查1992-2014

随着时间的推移，两国生活者在购物意识层面也分别有了相应的变化。日本的变化趋势是22年间“按喜好选”的人有所减少，“凭直觉选”的人有所增加。而中国则是“理性判断”和“凭直觉选”此涨彼落，呈互相联动变化态势。

※关于各项目的详细情况，在博报堂生活综研（上海）HP 中公开

(<http://www.shenghuozhe.cn/index.php/content/inner/7/355>)