

2020年4月16日

博报堂生活综研(上海)【关于新冠肺炎流行下的生活者意识调查】

积极乐观的中国生活者

- 74%的被访者回答：「变得更想要珍惜家人了」
- 「开始想重新审视自己的生活方式 (57.2%)」 > 「对未来的生活会感到不安 (35.8%)、对现在的生活会感到不满足 (30.9%)」
- 「更关注在家里烹饪的方法和菜单了 (57.4%)」 > 「吃速冻食品的频率增加了 (28.1%)」
- 「看智能手机的时间增加了 (70%)」，其中「在社交平台上看其他人的信息变多了 (51%)」

博报堂生活综研(上海) (以下简称生活综研(上海)) 于2月24日~3月4日期间对中国生活者的意识、消费行为等进行了【关于新冠肺炎流行下的生活者意识调查】的研究，并对本次研究结果进行了总结。

4月8日，湖北省武汉市在时隔75天后解封，以此为开端，中国整体正在逐步恢复疫情前的状态。2012年成立并展开研究活动的博报堂生活综研(上海)，对为防御新冠肺炎而选择长期居家隔离的中国生活者，进行了生活方式、消费意识及行为变化的问卷调查，并总结了相关结果。

【生活意识·行为的变化】

- 随着居家时间的增加，「变得更想要珍惜家人了」的回答人数(74%)居首位。
- 健康意识不断上升，「开始有健康意识地进行饮食生活了」(63%)、「为了健康有意识地进行运动了」(62%)的回答人数继「家人」后居第2、3位。
- 相比「对未来的生活感到不安」(35.8%)与「对现在的生活感到不足了」(30.9%)的消极回答，「开始想重新审视自己的生活方式了」(57.2%)的积极回答占比较高。

【消费意识·行为的变化】

- 在长期无法外出就餐的情况下，「更关注在家里烹饪的方法和菜单了」(57.4%)、「吃冷冻食品等速食的频率增加了」(28.1%)的回答人数较多。
- 「比起外出娱乐，在家里娱乐/休闲的机会增加了」(63.4%)、「在网上超市购物的机会增加了」(56.2%)、「使用电商购物的机会增加了」(54.6%)的回答占据前列，催生新“室内消费”的萌芽。相反，「利用外卖的机会增加了」(31.7%)的回答并无太大增加。
- 「购物时尽可能地注重节约了」(49.2%)、「冲动购买变少了」(45.1%)、「购物时更花时间选择了」(41.1%)等谨慎消费态度占比相对偏高。

【信息意识·行为的变化】

- 「看智能手机的时间增加了」的回答占 69.7%，其中 50.8% 的回答者认为「在社交平台上看其他人的信息变多了」。
- 在线上服务/APP 使用中、「短视频」(53.4%)、「网络购物」(51.5%)、「O2O 服务平台(网上超市)」(50.5%) 利用增加的回答人数位居前列。

本次报告中，介绍了新冠肺炎流行下中国生活者的意识和行为的变化。生活综研(上海)将持续捕捉并分析新冠疫情所带来的中国生活者意识、行为的变化，支援各界企业展开市场营销活动。

【关于本信息的咨询】

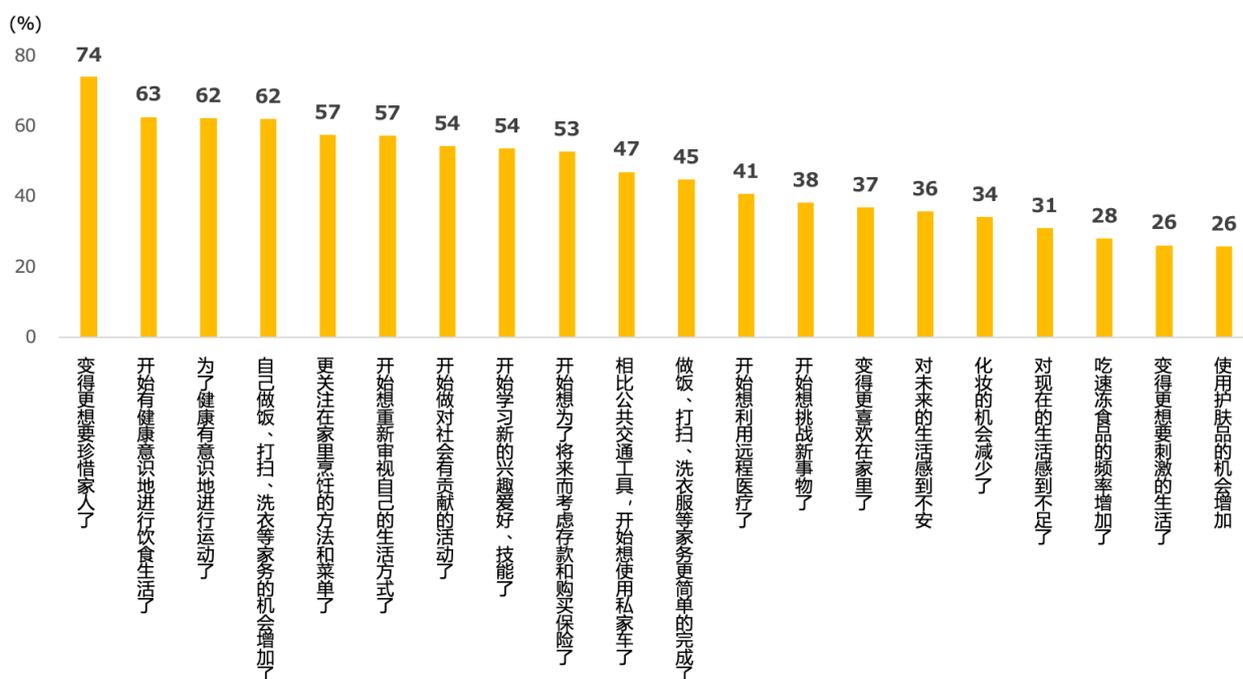
博报堂生活综研(上海) : news@hakahodo-shzy.cn

(参考数据)

■生活意识·行为的变化：数据①

- 「变得更想要珍惜家人了」(74%)回答人数居首位。
- 健康意识不断上升,「开始有健康意识地进行饮食生活了」(63%)、「为了健康有意识地进行运动了」(62%)的回答人数继「家人」后居第2、3位。

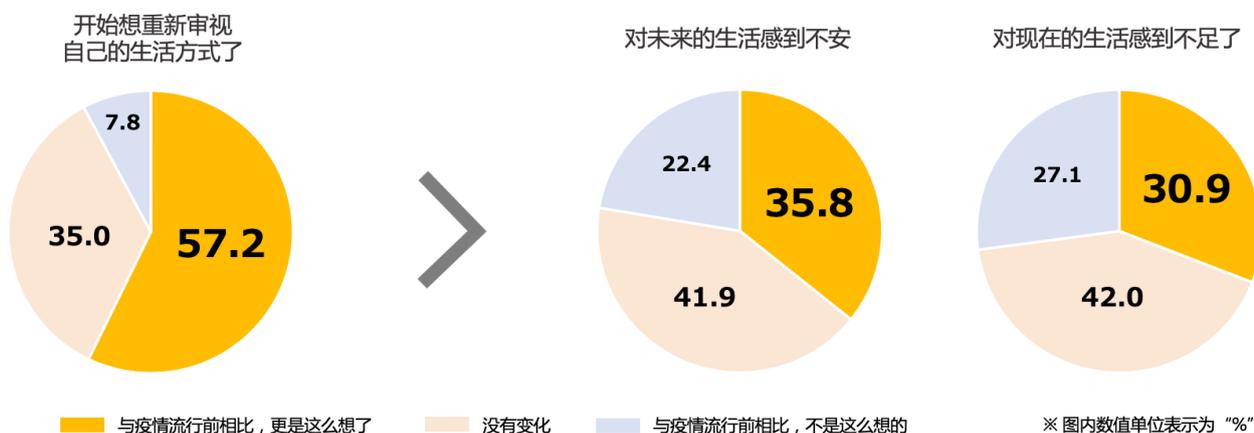
Q: 在当前流行的“新冠肺炎”影响中,您自身的生活有新的变化和行动吗?请具体说明不超过5个的例子。



■生活意识·行为的变化：数据②

相比「对未来的生活感到不安」(35.8%)与「对现在的生活感到不足了」(30.9%)的消极回答,「开始想重新审视自己的生活方式了」(57.2%)的积极回答占比较高。

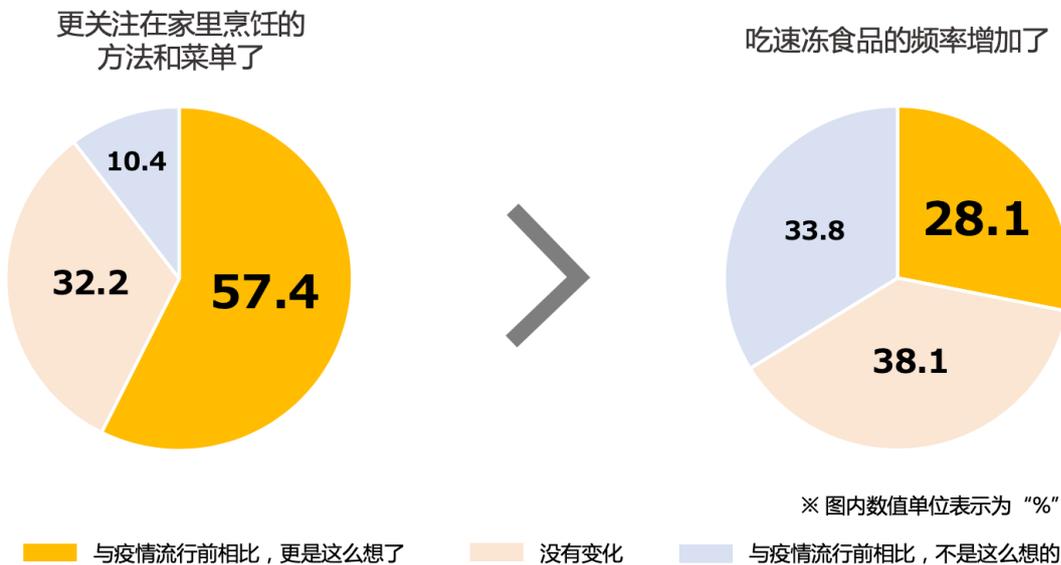
Q:与新冠肺炎流行前相比,您自身的生活意识和行为发生了变化吗?请选出最符合的一个答案。(单选)



■消费意识·行为的变化：数据①

在长期无法外出就餐的情况下，「更关注在家里烹饪的方法和菜单了」(57.4%)、「吃冷冻食品等速食的频率增加了」(28.1%) 的回答人数较多。

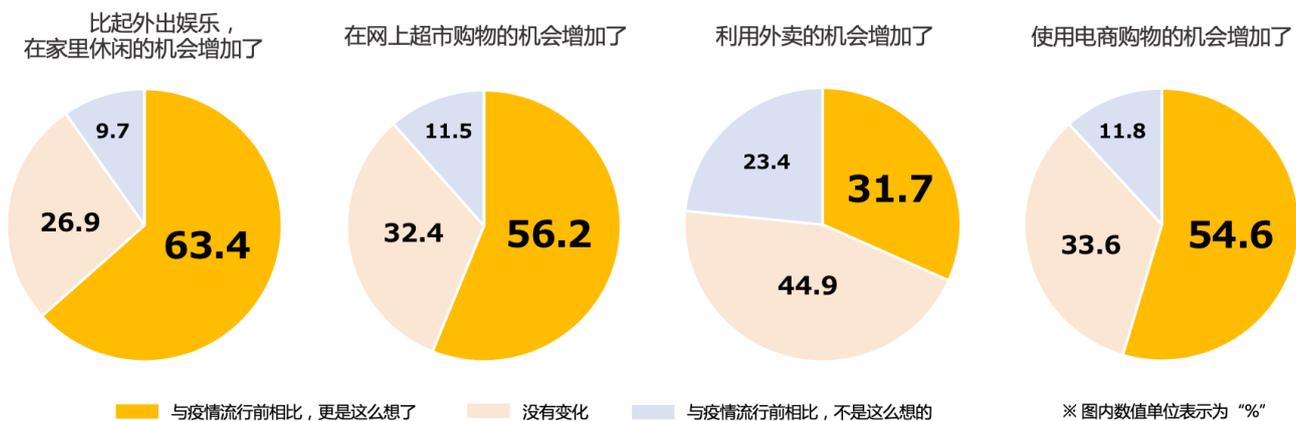
Q: 与新冠肺炎流行前相比，您自身的消费意识和行为发生了变化吗？请选出最符合的一个答案。(单选)



■消费意识·行为的变化：数据②

「比起外出娱乐，在家里娱乐/休闲的机会增加了」(63.4%)、「在网上超市购物的机会增加了」(56.2%)、「使用电商购物的机会增加了」(54.6%) 的回答占据前列，催生新的“室内消费”的萌芽。相反，「利用外卖的机会增加了」(31.7%) 的回答并无太大增加。

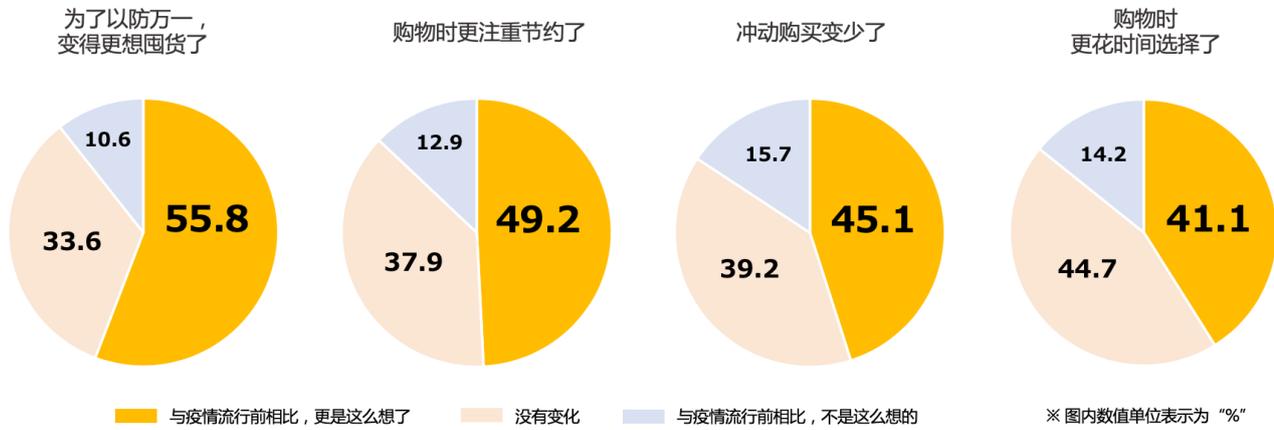
Q: 与新冠肺炎流行前相比，您自身的消费意识和行为发生了变化吗？请选出最符合的一个答案。(单选)



■消费意识·行为的变化：数据③

「购物时尽可能地注重节约了」(49.2%)、「冲动购买变少了」(45.1%)、「购物时更花时间选择了」(41.1%)等谨慎消费态度偏高。

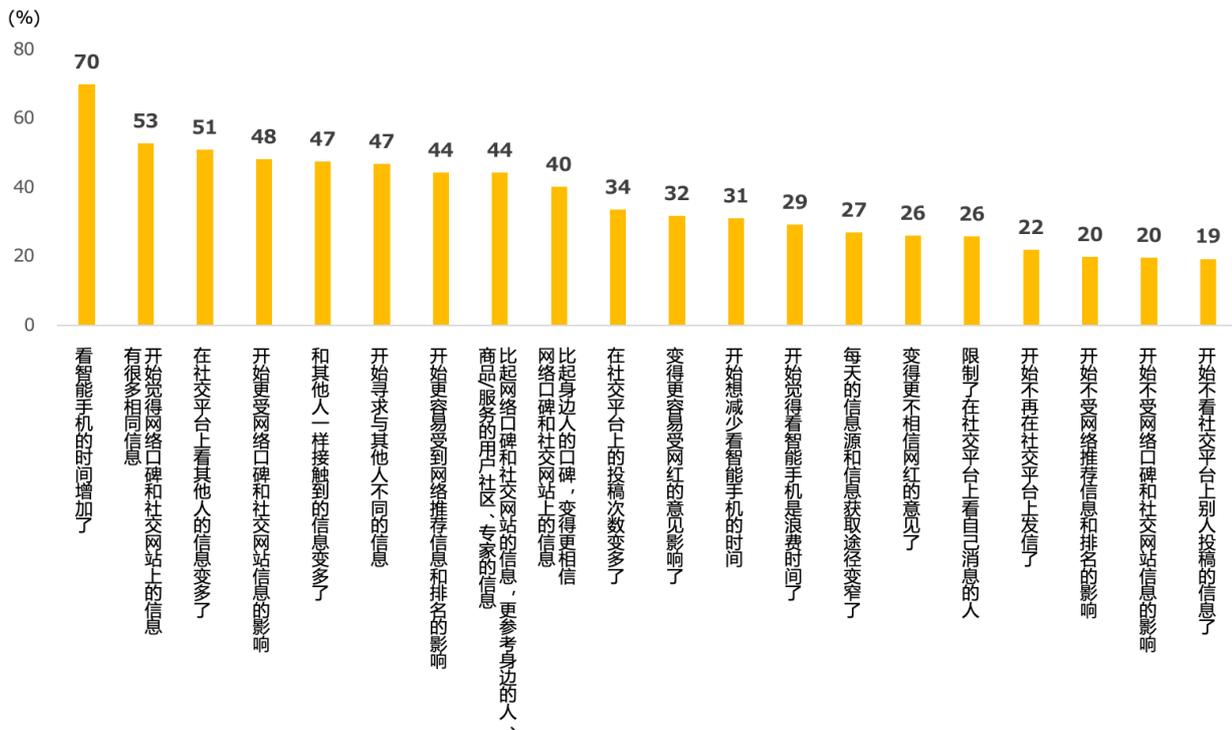
Q: 与新冠肺炎流行前相比，您自身的消费意识和行为发生了变化吗？请选出最符合的一个答案。(单选)



■信息意识·行为的变化：数据①

「看智能手机的时间增加了」的回答占70%，其中51%的回答者认为「在社交平台上看其他人的信息变多了」。

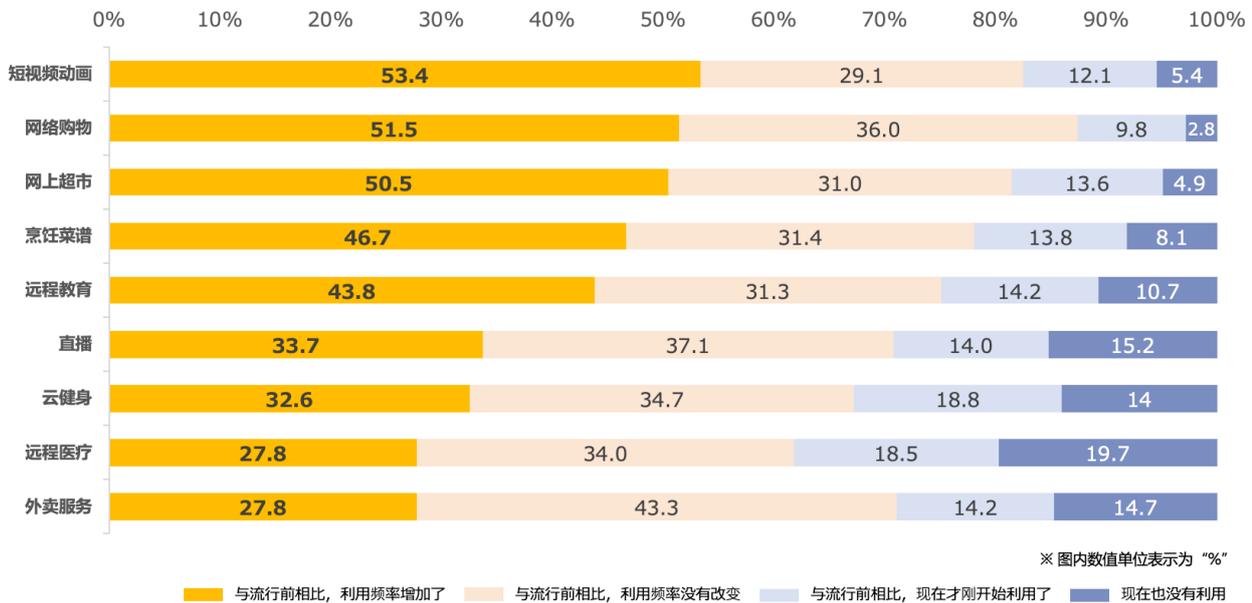
Q: 与新冠肺炎流行前相比，您自身的信息意识和行为发生了变化吗？请选出最符合的一个答案。(单选)



■信息意识·行为的变化：数据②

· 在线上服务/APP 使用中、「短视频」(53.4%)、「网络购物」(51.5%)、「O2O 服务平台 (网上超市)」(50.5%) 利用增加的回答人数位居前列。

Q: 与新冠肺炎流行前相比，您自身的的信息意识和行为发生了变化吗？请选出最符合的一个答案。(单选)



【調查概要】

新冠肺炎影响把握调查 (2020 年 2 月)

调查手法： 网络调查

调查区域： 1 线城市 (北京、上海、广州、深圳)

新 1 线城市 (天津、青岛、南京、苏州、杭州、郑州、武汉、长沙、东莞、成都、重庆、西安)

调查对象： 20~59 岁男女 1440 人

调查时间： 2020 年 2 月 24 日 ~ 3 月 4 日

■博報堂生活綜研(上海)

Hakuhodo Institute of Life and Living Shanghai

博报堂生活综研(上海)是株式会社博报堂的全资子公司，2012 年成立于上海。作为博报堂中华地区的智囊机构组织，公司基本定位是：通过有效运用日本方面积累的各项生活者研究成果和经验，在为各界企业的营销活动提供协助的同时，积极提供针对生活者的洞察解读和方案建议，为中国生活者的未来带来更多的可能性。

目前的主要业务内容如下所示：

- 旨在洞察生活者本质欲求并做出有关新生活方式建议的“生活者洞察”
- 为支援各界企业的营销活动而实施的“新手法开发”
- 志在为生活者或市场的解读工作提供新观点的“新视点提案”

上述业务成果均可通过博报堂旗下各分支机构提供给广大客户。此外，部分研究成果还将会通过发布会，生活综研(上海)的官方网站及出版物等渠道对外公开发表。