

2013 BRANDSPARK 中国购物人群调研



BrandSpark 首届中国购物人群研究于2013年1月与天猫、财经网以及触动传媒合作，研究与<消费者的选择>评选同时进行。超过60,000名的中国消费者参与了调查，内容涉及他们的日常采购决策，是针对中国快速消费品而进行的最全面的消费者调查之一。调查结果显示购物者所关心的内容包括食品和营养，健康和美容，影响购买决策的因素有关以及新科技。研究的目的是提供中国的品牌营销人员有关消费趋势的信息，并指导和促进对消费者有意义的创新。

调研显示的中国消费者购物趋势包括：

消费者喜爱创新—72%的中国消费者喜爱新产品和创新产品。

72%的消费者对他们会寻找创新产品的观点表示认同，67%的消费者承认他们在购物时会积极寻找新的与众不同的产品。对厂商的利好消息是，81%的人说如果创新产品比目前市面产品要好时，他们愿意多支付一点。

- 消费者更倾向于购买他们所认识品牌的新产品：84%说他们会尝试从他们最信任的品牌中寻找新产品。
- 当消费者对购买的品牌缺乏体验时，第三方的建议有十分重要的意义：10个消费者中有7个人愿意相信并接受消费者评选奖项的建议。

价格和性能—中国的购物者看重价格但更不想在质量上妥协。

87%的消费者说，购买的产品时他们更注重质量而不是数量，而88%的消费者“感觉到自己钱的价值有很好体现时会感到自豪。”这些消费者希望产品做到价廉物美。

- 不同于北美的消费者，中国消费者不会经常尝试商店自有品牌去省钱：只有37%认为商店自有品牌性价比高，只有61%的人在过去一年中购买过商店自有品牌的产品，而北美和欧洲10个人中有9个人购买过。随着商店自有品牌的继续发展，也许商店自有品牌的购买人群会逐渐增加，但就目前而言厂商品牌仍占主导地位。

宣传单页重要性 存在一单页是消费者购物计划的首要信息来源。

10个中国消费者中有6个说会从单页那里得到日常购物的想法。然而，这个相比较于北美消费者中10个有9个会经常阅读单页的比例来说还是相差甚远的。

- 39%的人说也会从其他家庭成员那里得到购买的主意或购买要求。
- 45%的女性和57%的男性说与他们的配偶一起进行日常采购。

手机购物—通过智能手机购物的消费者在增加

75%的智能手机用户表示会使用应用程序去查询天气和地图以及玩游戏。61%的人说他们在购物时用手机查看过产品信息。60%的人则表示看过了产品的在线评论。

- 10个人中有7个人表示实际上他们在商店时，使用他们的智能手机获取产品信息并且通过这些信息做出不同的购买决策，而美国和加拿大10个人中只有4个人会这么做。

健康问题—中国消费者对体重和健康问题很敏感。

中国的消费者主要关心的健康问题是癌症，肥胖，糖尿病和心脏病。54%的人认为自己超重，这和全球消费者的想法相符合。58%的人说他们经常尝试减肥。同时，营养很关键，86%的人认为“我们可以更多地尝试通过食品和营养来预防疾病”。

- 10个人中只有4个人认为他们对营养信息灵通，这与美国和加拿大的数据一致。

BrandSpark 中国购物人群研究还包括广泛的消费者对食品饮料，美容及个人护理以及家用品的消费态度。

食品饮料

- 63%的中国消费者认为在食品饮料中所含的维生素 C, E, B, A 和 D 是重要的营养。
- 有一些营养成分，中国消费者不像北美以及欧洲人对它们的重视程度：与美国的 79%和加拿大的 72%相比，只有 12%的中国购物者认为欧米茄 3 是很重要的，同时与美国的 85%和加拿大的 66%相比，只有 19%的中国消费者认为抗氧化剂是重要的。

美容和个人护理产品

- 个人护理产品的购买者在脸部清洁产品（58%），洗发水和护发素（57%）有较强的品牌偏好。
- 美容产品的用户最喜欢皮肤护理产品中含有的有益成分是维生素 E（61%），胶原蛋白（54%），橄榄油（49%）、芦荟（43%）。而在美国和加拿大，对芦荟的关注度是排名第一的，分别达到了 66%和 70%。

家用品

- 79%的人变得越来越关注家用产品中所含的化学成分，77%的人表示正试图购买天然的家用品。
- 然而 90%的人希望家用产品尽可能地更有效，天然产品也需要提供消费者所需要的性能。
- 2个人中有超过 1个人避免使用具有氯漂白剂和染料的产品。

想要获取更多关于 BrandSpark 中国购物人群研究的信息，请联系：

王敏

中国总监，*消费者的选择* 评选项目

LWang@ChineseConsumersChoice.com

关于2013 BrandSpark 中国购物人群调研

2013 BrandSpark 中国购物人群调研在2013年1月获得了超过60,000个全国受访者。调查样本根据全国范围的主要日常购物人群的比例加权 - 民族，性别和地区等。The BrandSpark 购物人群研究在加拿大有十余年的历史，在美国运作共五年。合作性调查广泛覆盖了阿根廷，巴西，智利，哥伦比亚，法国，德国，墨西哥，土耳其和英国。

关于 BrandSpark International

BrandSpark International 是一个领先的聚焦营销和创新产品研究的市场调研公司。其综合性和创新性的研究方法洞悉消费者的心里，挖掘行为背后的真正原因和驱动力，以及厂商可以如何更好地满足消费者的需求。

BrandSpark拥有零销和休闲类的专业调研经验，同时对消费者的选择项目（中国以外称“最佳新产品”评选）的全权负责。此外，不同于任何其他研究公司的是，BrandSpark在创新的驱动力上有独特而有深度的全球视角。更多信息，请浏览www.BrandSpark.com



BrandSpark
International

INSIGHTS INSPIRING INNOVATION