

台灣消費八大族群消費行為報告

— 傳統居家篇

您了解台灣消費者在想什麼？
購物背後所隱藏的思考模式？

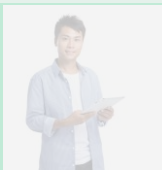
今年GO SURVEY結合市調及Data Mining，
將全台消費者進行消費行為分群，
深度了解各群消費者的生活型態、價值觀，
及購物、社群、科技等等面向的偏好，
輔以企業端精準洞察目標客群。

GO SURVEY於2018/1/26 -2018/06/02執行線上網路調查，
共回收11,523份樣本，
受訪者條件為18-70歲且過去一年有消費的HAPPY GO卡友

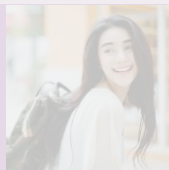
傳統居家族



科技潮人



創新樂享族



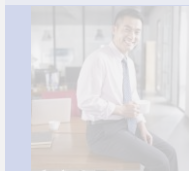
愛美衝購族



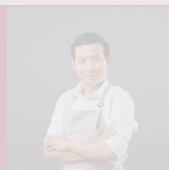
健康理性族



樂活理財族



務實愛家族



網購社媒OL



傳統居家族



我有份穩定的工作，在公務單位服務，已婚有小孩
個性比較內向保守謹慎，安分守己遵循傳統觀念
不喜改變，較少享樂、社交
安定的工作與結婚生子是我的人生目標

內容大綱 (共25頁)

- 組成輪廓
- 消費力
- 上網裝置與上網活動
- 社群行為
- 網路購物經驗
- 社群購物經驗
- 行動支付經驗
- 銀行信用卡
- 實體店消費偏好
- 休閒娛樂
- 訊息媒體

想購買此份報告嗎？

趕快洽詢 **GO SURVEY**
GS_Service@gosurvey.com.tw