

# 台灣消費八大族群消費行為報告

## — 務實愛家族篇

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

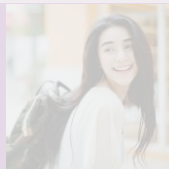
傳統居家族



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



## 務實愛家族



我年紀稍長，已婚有小孩，我有個美滿的家庭，購物以實用為主，主要選購居家生活/飲食等品項，有需求才會引發我下手購物，較常去量販/便利商店/超市。

### 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](mailto:GS_Service@gosurvey.com.tw)