

溫故2020 展望2021！

2020 – 2021Q1 消費速報

E-Newsletter | Apr. 2021



鼎鼎聯合行銷股份有限公司

顧客經營業務部 / 顧客洞察分析暨市調處

HAPPYGO



為瞭解消費大眾對大環境經濟景氣、消費市場的感受和看法，民眾目前主要擔憂的生活市場議題、家庭開支增減項目，並且更深入調查5G市場現況；及消費者通常在哪些實體和線上通路消費，和主要購買的食品和非食品品項，GO SURVEY透過線上調查，即時掌握最新消費市場景氣與趨勢。

GO SURVEY此次分享「2020消費速報」，解析民眾在2020的消費動態，溫故2020，展望2021。

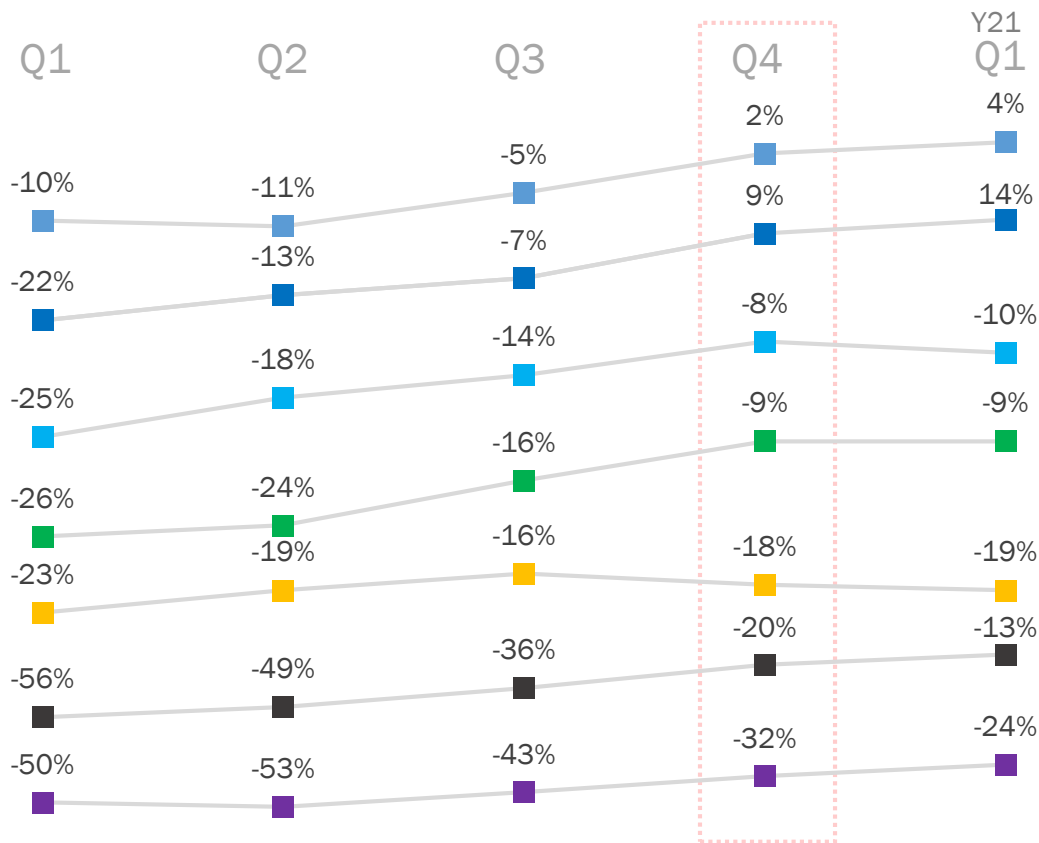
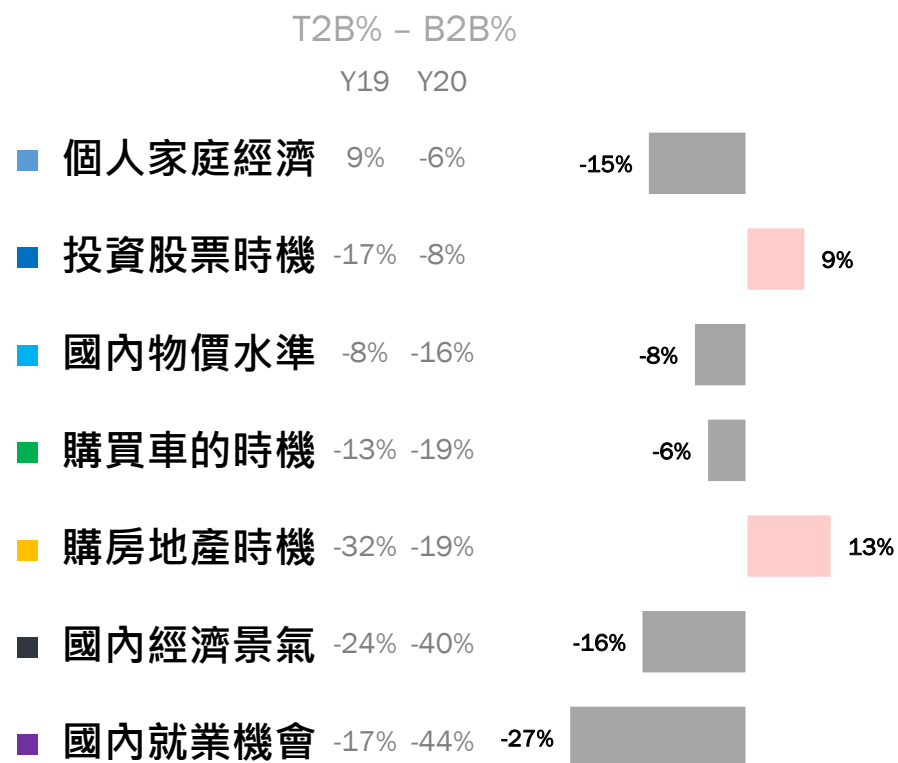
於2020年起，在 GO SURVEY平台上每月執行線上網路調查，每月皆回收600-800份樣本，持續追蹤12個月，總共回收了9,933份樣本，受訪者條件為18~70歲過去一個月有在百貨、量販、超市或線上平台消費的HAPPY GO卡友。



2020年民眾對股票、和房地產投資市場看法較前一年還樂觀

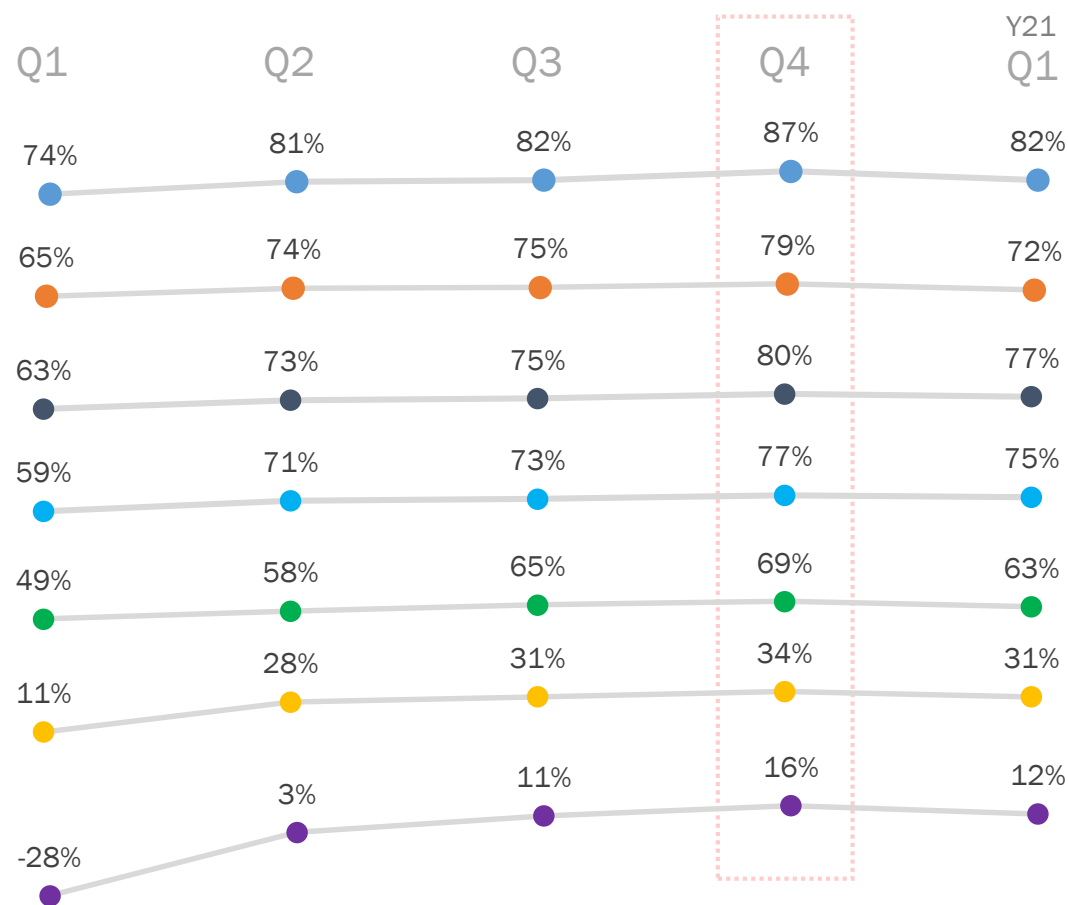
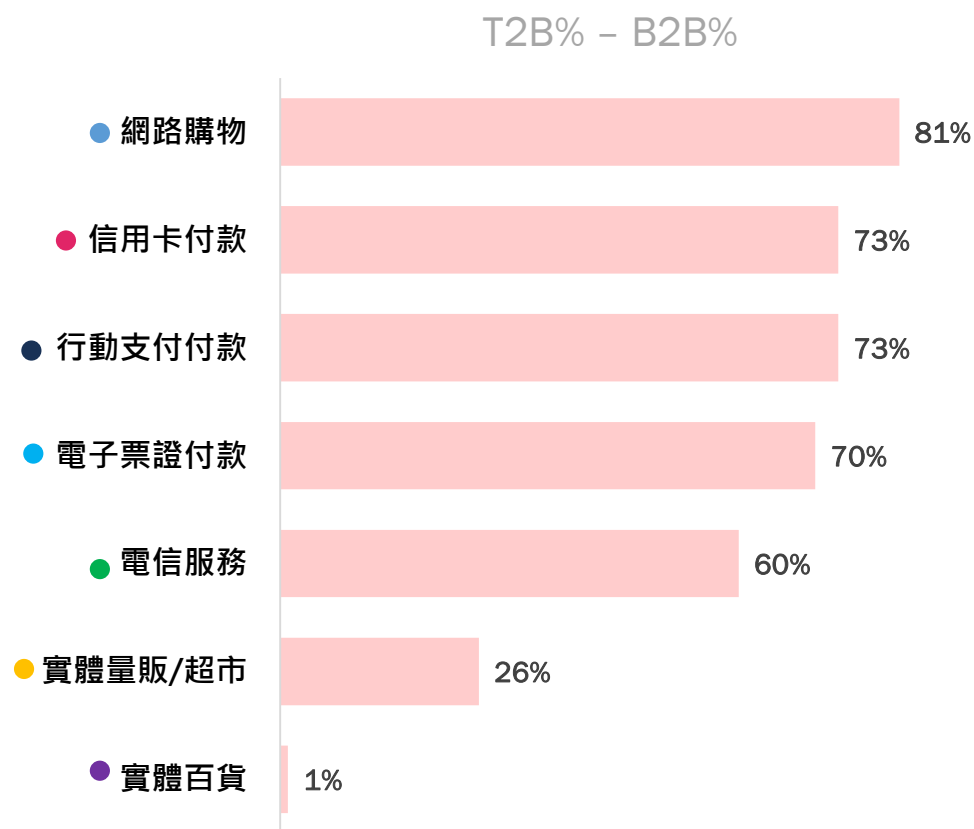
消費者對國內就業市場、國內經濟景氣、個人家庭經濟看法較悲觀，但在Q4起已逐漸回暖。

未來半年經濟景氣、就業情況與個人財務看法



2020年民眾對整體消費環境看法呈先悲後樂，下半年各季呈上揚； Q4漲幅最顯著，顯示民眾具消費信心，然2021Q1熱度回穩

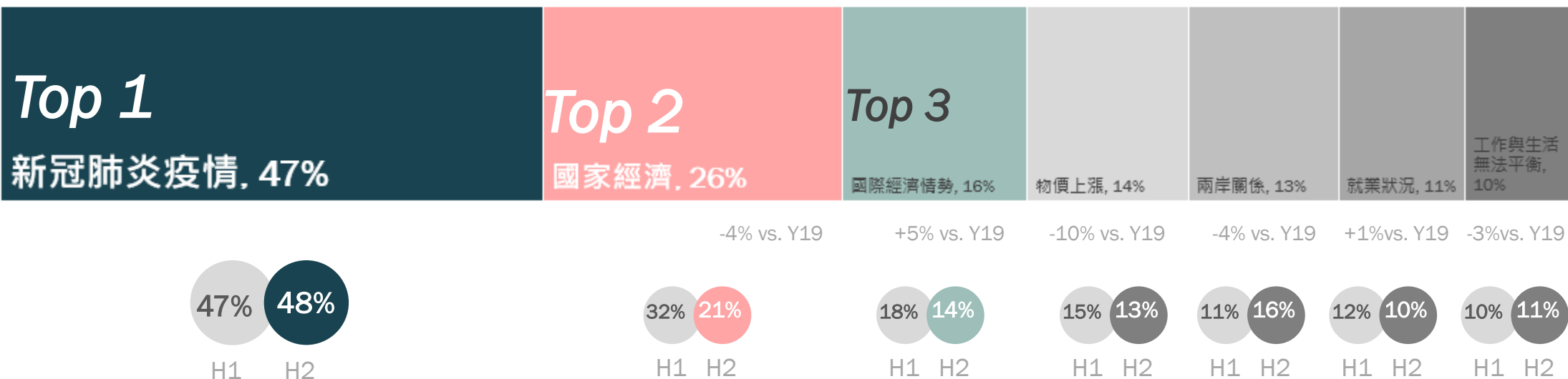
對未來半年整體消費環境看法



Covid-19疫情為2020年民眾最擔憂的議題， 同時帶動國際經濟情勢的擔憂程度提升

兩岸關係雖擔憂程度較去年下滑，但在2020下半年擔憂程度大幅提高，顯示共機持續擾台已造成民眾關注點之一。

未來半年擔憂的議題



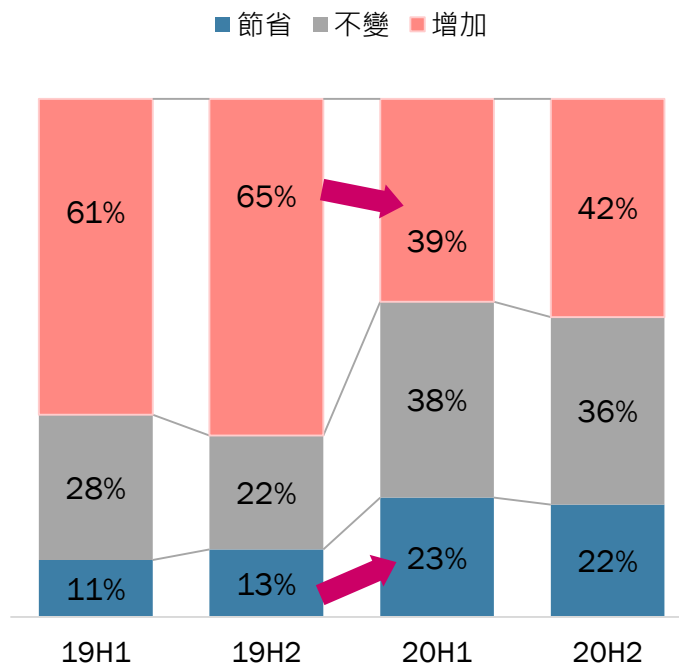
2020年家庭開支大幅緊縮；開支不變(+14%)、節省(+9%)比例增加

戶外、或室內休閒娛樂和美食是2020年主要縮減開支處；
另外，因疫情影響，國人也大幅減少排假(無論長短假期)。

2020家庭開支增加處

水電瓦斯	-4%	(37% → Y20: 33%)
房貸、保險、信用卡	-3%	(35% → Y20: 32%)
替換主要家庭用品	+2%	(28% → Y20: 30%)
更換3C商品	-6%	(34% → Y20: 28%)
小孩花費	+1%	(26% → Y20: 27%)
美食	-10%	(37% → Y20: 27%)
其他醫療照護	+1%	(20% → Y20: 21%)
投資理財	+1%	(19% → Y20: 20%)
戶外休閒	-9%	(27% → Y20: 18%)

2020家庭開支增減



2020家庭開支減少處

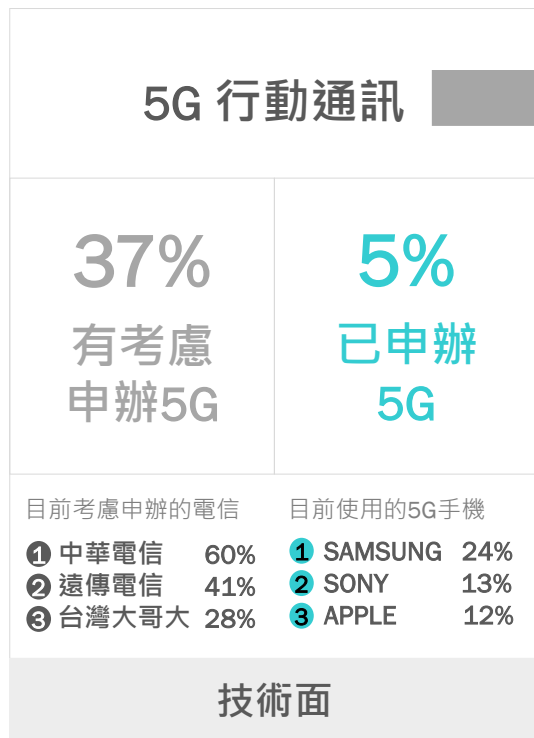
戶外休閒	+21%	(59% → Y20: 80%)
美食	+11%	(40% → Y20: 51%)
服飾配件	-9%	(59% → Y20: 50%)
精品	-3%	(41% → Y20: 38%)
延遲更換3C商品	-19%	(56% → Y20: 37%)
休年度長假	+13%	(24% → Y20: 37%)
室內休閒	+12%	(24% → Y20: 36%)
轉移至較便宜雜貨食品品牌	-16%	(39% → Y20: 23%)
延遲替換主要家庭用品	-9%	(32% → Y20: 23%)
短暫休假/休息	+4%	(17% → Y20: 21%)

註：括號內() 數字，代表Y2019數據 → Y2020數據。

5%民眾已申辦5G；資費高和無換手機規劃是目前5G申辦率低主因

高畫質影音傳輸和物聯網/智慧家電是民眾最期待未來的5G運用，其次是遠端醫療/照護/救災/教學運用。

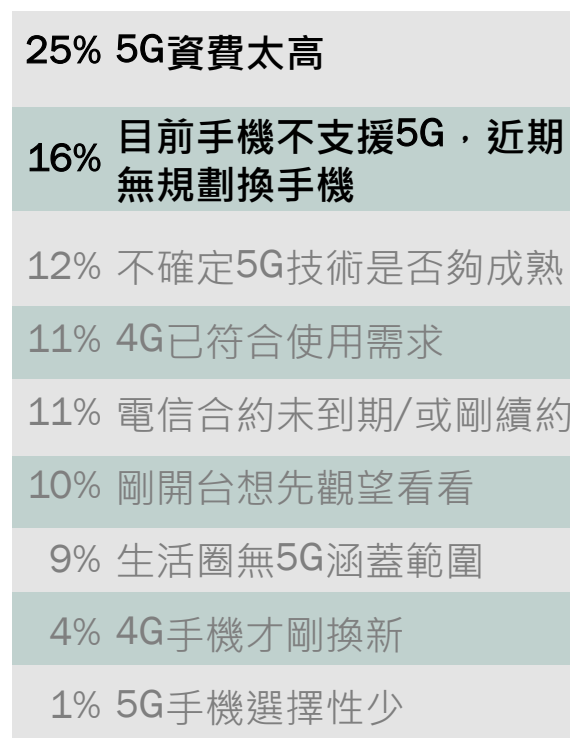
98% 聽過5G



期待5G的運用((Top2Box)



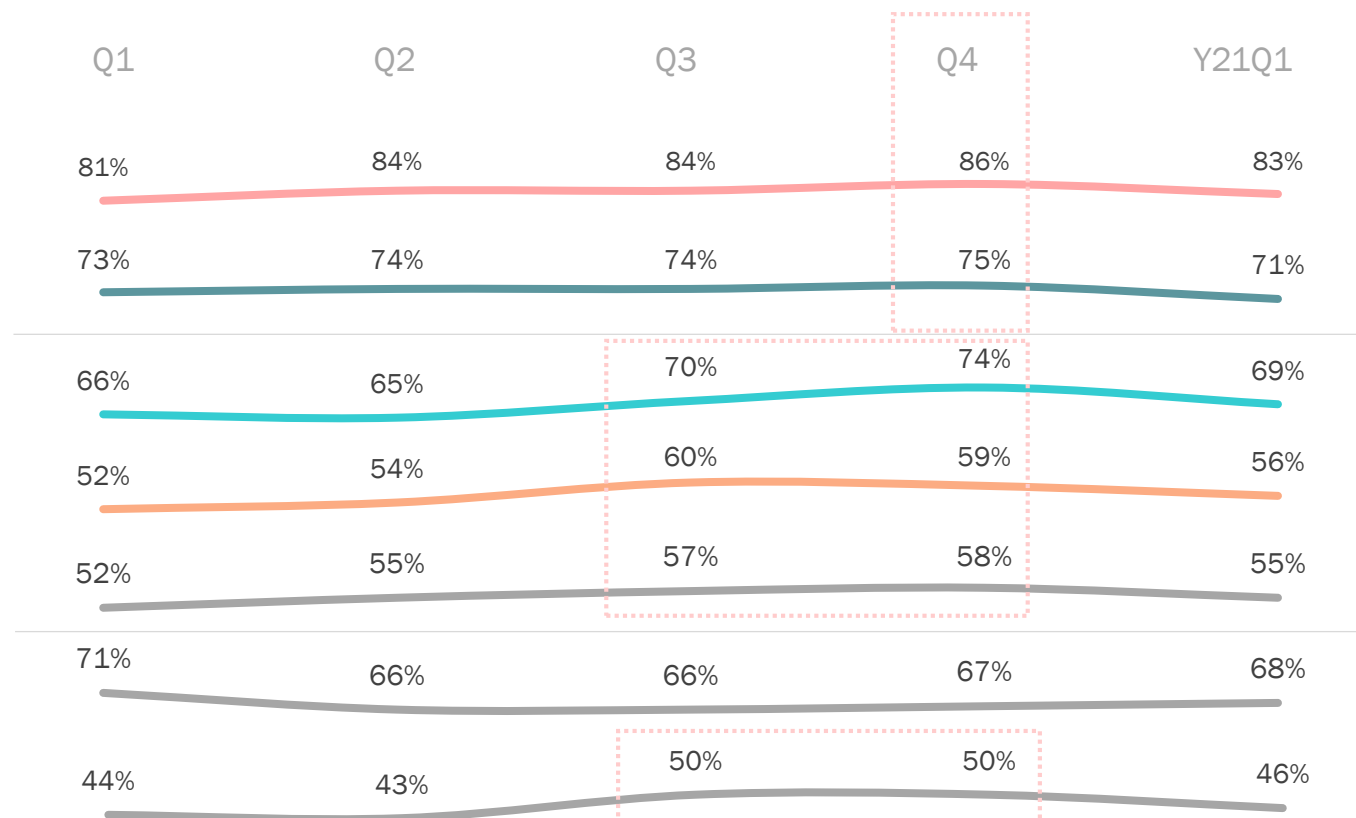
現階段不考慮升級 5G 的「主要」原因



2020年，**超商、和超市**較前一年成長5%，各季人流穩定，Q4達高點；**百貨餐飲**持平，在Q3和Q4大幅成長且超越2019年，但Y21Q1已回穩；購物中心較去年下滑5%，在Q3和Q4略為回溫

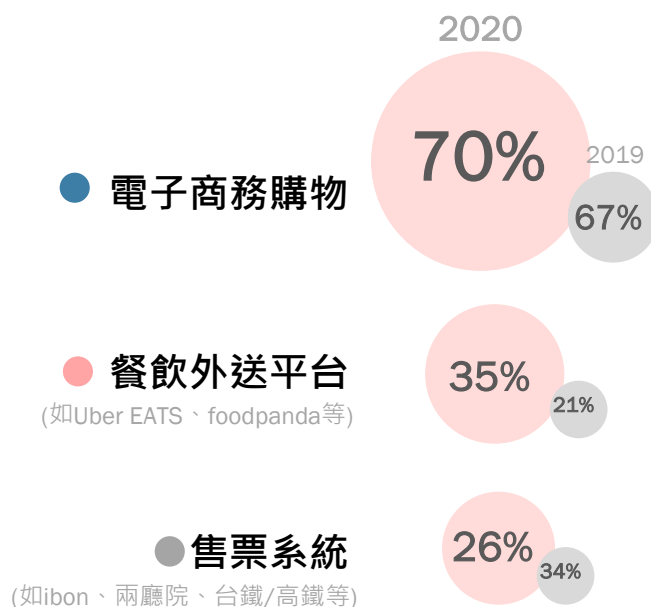
上個月曾在哪些「實體通路」消費

		Y19	Y20
↑ 成長	便利商店	79%	84%
	超市	69%	74%
持平	百貨公司	69%	69%
	餐廳	56%	56%
	小吃店	54%	55%
	量販店	74%	68%
	購物中心	52%	47%

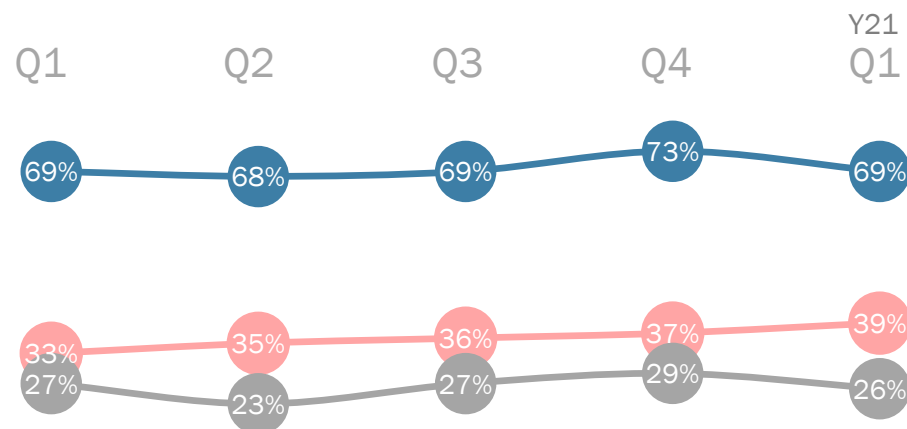


2020年，**網購**較去年+3%，於Q4因雙11/12促動成長最顯著；
外送平台大幅成長(+14%)，各季呈穩定成長，在Y21Q1達近4成使用率；
售票系統較去年下滑(-8%)，在Q4略為回溫

上個月曾在哪些「線上通路」消費



分季觀察



餐飲、超市、熟食仍是吸引消費者到百貨消費的主要品項

電影和男性衣著消費動能較去年大幅下滑

百貨購買品項TOP12

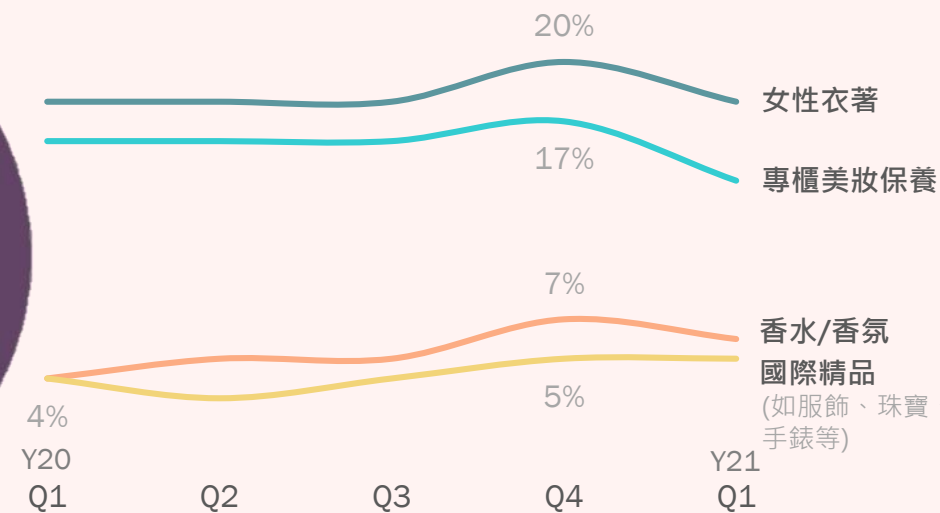
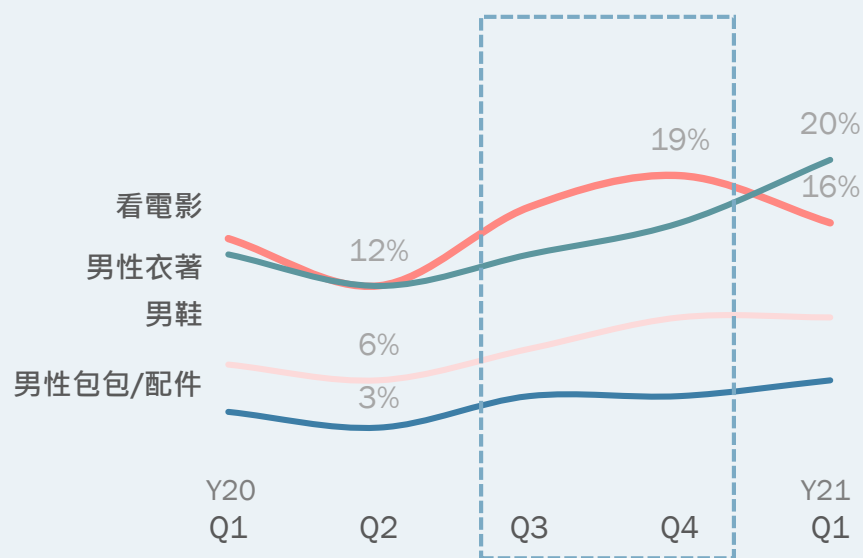
前3類：餐飲、超市、熟食

												
	晚餐	午餐	超市	熟食/甜點 飲料/伴手禮	女性衣著	專櫃美妝 保養	居家 生活用品	看電影	下午茶	男性衣著	米麵/休閒 零食/罐裝食品	女鞋
Y2020	37%	35%	32%	27%	19%	16%	16%	16%	14%	14%	12%	11%
	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Y2019	38%	36%	32%	25%	19%	17%	16%	23%	13%	19%	11%	11%
vs. LY	0%	-1%	0%	2%	-1%	0%	0%	-7%	1%	-5%	0%	0%

男性衣著/鞋/包在Q3和Q4慢慢回溫；

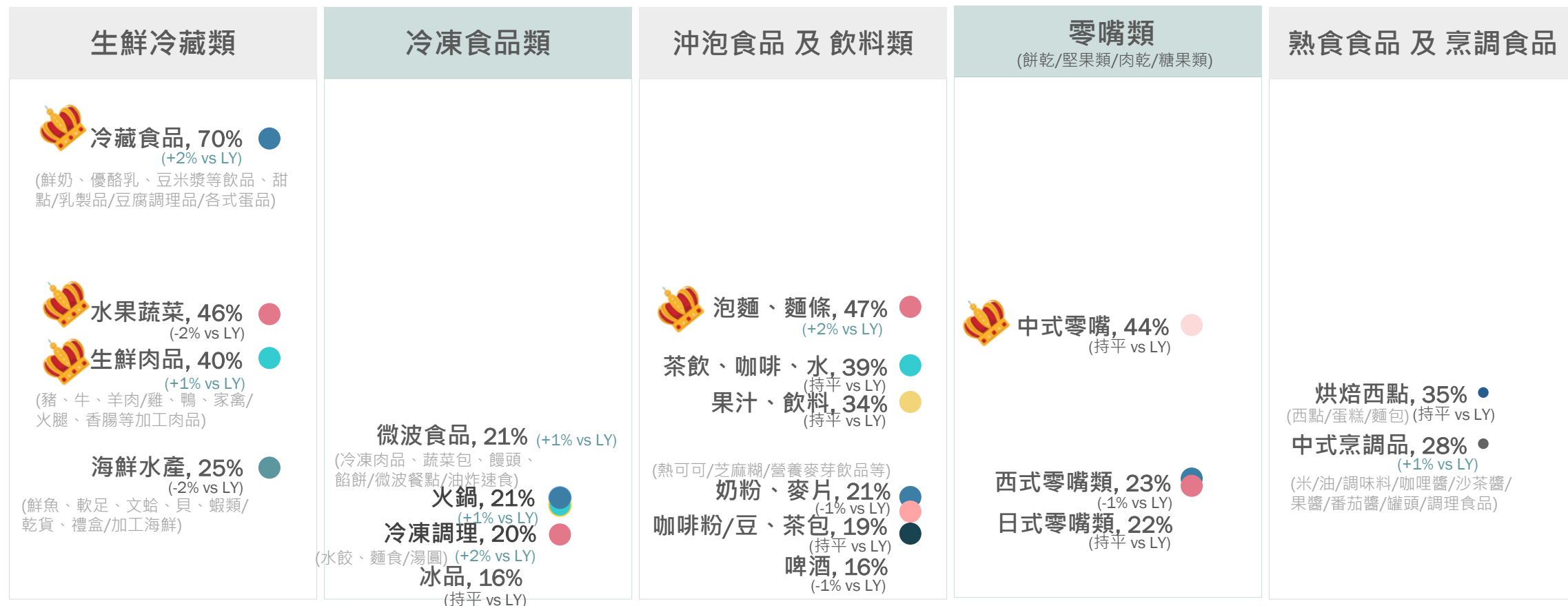
女性衣著、專櫃美妝保養品、香水/香氛、國際精品受惠Q4百貨周年慶檔期帶動業績

百貨購買品項 x 季觀察



奶蛋、泡麵、蔬果、零嘴、生鮮肉品吸引消費者進量販超市的食品； 奶蛋類、冷凍調理和泡麵消費動能較去年成長(+2%)

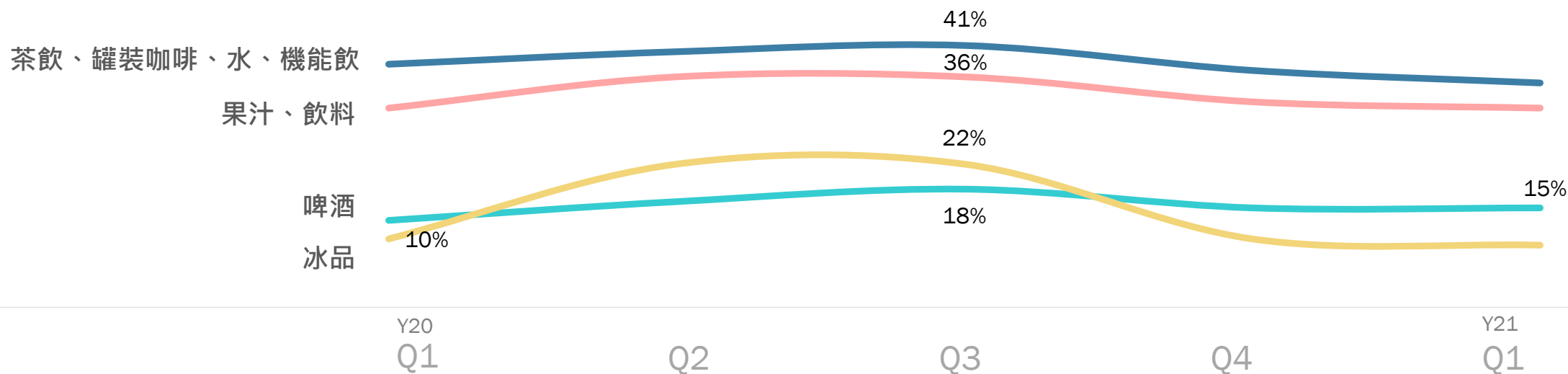
量販超市購買品項 – 食品類 TOP19



量販超市在Q3迎來飲品和冰品的銷售旺季； 在Q4及Q1迎來暖冬商品如火鍋、湯圓的銷售旺季

量販超市 食品類 x 季觀察

飲品、冰品



暖冬商品



衛生紙、家庭清潔、個人清潔、女性衛生是主要吸引消費者進 量販超市的非食品類；非食品類消費動能較去年下滑，推測民眾轉移至網路 購買，提供線上購買管道是實體量販超市業者重大挑戰

量販超市購買品項 – 非食品類 TOP12

日用百貨

衛生紙, 45%
(-9% vs LY)

家庭清潔, 36%
(-8% vs LY)

衛浴用品, 12%
(-4% vs LY)
(毛巾/浴袍、浴帽/衛浴配件等等)

餐廚配備、器具, 5%
(-2% vs LY)

美妝護理

個人清潔, 33%
(-7% vs LY)
(口腔清潔用品/刮鬍用品/隱形
眼鏡用品等)

女性衛生, 29%
(-2% vs LY)
(衛生棉/棉條/保養洗護)

美妝保養, 8%
(-2% vs LY)
(染髮劑、防曬等)

服飾鞋包 及 生活休閒

男女內著, 7%
(-3% vs LY)
文具、玩具、圖書, 5%
(-3% vs LY)
運動休閒、旅行用品, 5%
(-2% vs LY)
服飾、服飾配件, 5%
(-1% vs LY)

母嬰保健

沐浴護膚, 12%
(-3% vs LY)
(潤膚、爽身等)

2020家庭開支縮減，但股票和房地產投資仍樂觀！
疫情重挫國外旅遊、衝擊國際經濟，國人排休大幅減少！

2020 市場景氣概況

- 😊 股票和房地產投資市場樂觀
國內就業市場、國內經濟景氣、個人家庭經濟看法較為悲觀，但已在Q4逐漸回暖

2020 家庭開支

- 😞 家庭開支大幅緊縮，休閒娛樂面和外食是主要縮減部分
- 😞 大幅減少安排年度長假或短暫休假

2020 擔憂議題

- 😞 疫情成最擔憂的議題，亦帶動國際經濟情勢擔憂程度提升
- 😞 民眾關注兩岸關係，擔憂程度在後半年大幅提高



利用行銷大檔、季節性商品操作，帶動銷售高峰，轉移非食品類商品至線上消費

通路端	線上	餐飲外送平台・消費商機再升級 - 電子網購較去年成長3%，於Q4因雙11/12促動成長最顯著 - 外送平台較去年大幅成長(+14%)，各季均呈穩定成長
	線下	百貨/餐飲受疫情影響，消費在下半年回溫 - 超商和超市較去年成長5%，各季持續成長 - 百貨餐飲與去年持平，但卻在Q3和Q4大幅成長且超越2019年，而Y21Q1已回穩
商品面	消費商品@百貨	
	消費商品@量販/超市	
商品面	周年慶檔期活動帶業績 餐飲、超市、熟食帶客 - 電影和男性衣著/鞋/包相關品項在Q2觸底，在Q3和Q4已慢慢回溫 - 百貨周年慶檔期帶動女性衣著、專櫃美妝保養品、香水/香氛、國際精品業績	
	非食品類動能大幅下滑，轉移線上消費 - 奶蛋、泡麵麵條、蔬果、零嘴、生鮮肉品、飲料、西點等食品類消費動能穩定 - 關注冷藏/冷凍食品和泡麵麵條半成品消費動能(較去年成長+2%) - 衛生紙、家庭/個人清潔、女性衛生品是主要吸客進量販超市的非食品類；然其消費動能較去年下滑，推測民眾轉移至網購，提供線上購買管道是實體量販超市業者重大挑戰	



THANKS!



HAPPYGO
快樂多一點

GC SURVEY
市場研究顧問

分析調研內容主編

Christina Wang

顧客洞察分析暨市調處

分析調研業務聯絡人

Krysten Lu

顧客洞察分析暨市調處 市調主任

Tel +886 2 7711-3636 #533

Email krystenlu@ddim.com.tw