

新春亲情礼品消费

心理研究手册

目 录

一、 本次项目基本状况

1、 项目研究背景

2、 项目研究措施

3、 样本构成状况

4、 有关特殊阐明

二、 2023 年春节亲情礼品消费特性分析

1、 礼品消费行为分析

2、 礼品消费决策分析

3、 礼品消费的决策主体

4、 礼品消费的决策模式

5、 礼品消费的决策过程

三、 2023 年春节亲情礼品消费特性分析

1、 礼品消费的消费预期

2、 礼品选择偏好分析

3、 礼品选择动机分析

4、 礼品选择的影响原因

5、 促销对于礼品消费的影响程度

四、本次项目重要结论与思索

第一部分、本次项目基本状况

1、项目研究背景

中国是一种礼仪之邦，自古崇尚"来而不往非礼也"，13 亿人口的礼品市场有着巨大的市场容量和增长空间。据有关资料表明，中国每年的礼品消费超过 600 亿元，并且伴随中国入世和申奥成功以及人们生活水平的提高，礼品市场将会在一种长时期内保持稳定高速增长。

在这样的背景下，筹划产品的礼品概念已经成为各大厂商竞相追逐的营销时尚。在某种程度上，产品的礼品概念需要可以引导消费时尚，迎合消费需求。本次根据椰岛安徽分企业的需求，针对春节礼品市场的消费心理进行研究，我们在消费者礼品消费行为的基础上，结合消费者的详细背景，去透析埋藏在这些消费行为背后的消费动机和消费心理，从而揭示出礼品消费的消费模式，为客户运作安徽市场提供战略思索和方略支持。

2、项目研究措施

为保证研究的科学性，项目的研究措施是首先采用目的消费者量化调查，然后在此基础上针对经典的有代表性的目的消费者，采用单面镜质化座谈的措施深入挖掘目的消费者消费心理以及对电视广告片的认知状况。

目的消费者量化调查重要是探索性、描述性研究，用于打听消费者在春节期间的礼品消费行为和消费特性。通过详细的调查和分析，对消费者

进行客观的描述，并对这些资料进行分析，揭示出春节亲情礼品消费的消费趋势和时尚。

单面镜质化座谈重要是因果性研究。描述性调研可以阐明某些现象之间的互有关系，但要阐明那种现象是决定性原因，就要用到因果性调研。因果性调研的目的就是找出关联现象或变量之间的因果关系，它是在描述性调研的基础上深入分析问题发生的因果关系，弄清原因和成果之间的数量关系，要揭示和鉴别某种变量的变化究竟受哪些原因的影响，以及多种影响原因的变化，对变量产生影响的程度。

数据分析措施是运用 SPSS 专业数据分析软件进行分析记录。

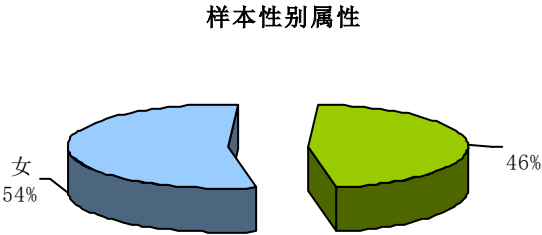
3、样本构成状况

1) 量化调查

■ 样本量：总样本量为 160 名，有效样本 158 名。

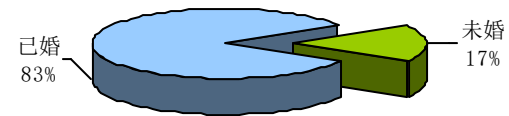
■ 抽样措施：定点拦截

✓ 样本的性别构成



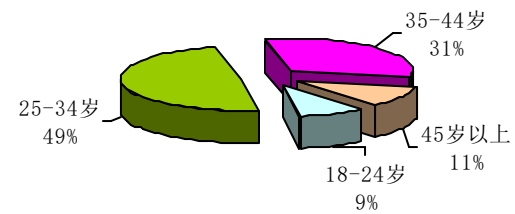
✓ 样本的婚姻状况

样本婚姻状况



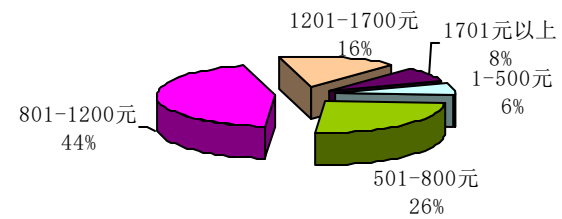
✓ 样本的年龄构成

样本年龄构成情况

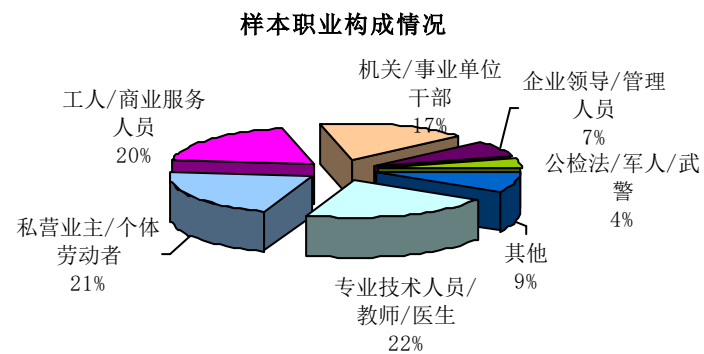


✓ 样本的月收入构成

样本月收入构成情况



✓ 样本的职业分布状况



2) 质化调查:

■ 样本量: 8 名

■ 抽样措施: 采用目的遴选的措施从目的消费群样本库中选择样本。

4、调查的有关特殊阐明

1) 本次项目调研的范围实在合肥市区进行。

2) 被调查者本人及家人没有在如下单位工作的:

市场研究企业 / 广告企业 / 民意调查机构/保健品生产企业或销售企业

3) 本次项目的调研截止时间为 2003 年 11 月 5 日。

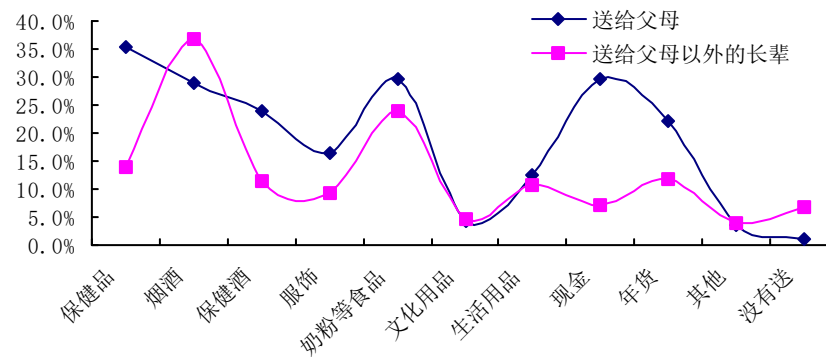
第二部分、2023 年春节亲情礼品消费特性分析

1、2023 年春节亲情礼品消费的行为分析

礼品消费和我们平常的一般生活性消费的有着一定的差异性，礼品消费更多的是一种情感消费，不同样的对象，不同样的环境，不同样的背景都会导致礼品消费的差异性。首先我们从消费者的消费行为入手进行研究，系统分析去年春节消费者在亲情礼品消费方面的特性和趋势。

1) 根据受礼对象的不同样，消费者选择礼品的差异性分析

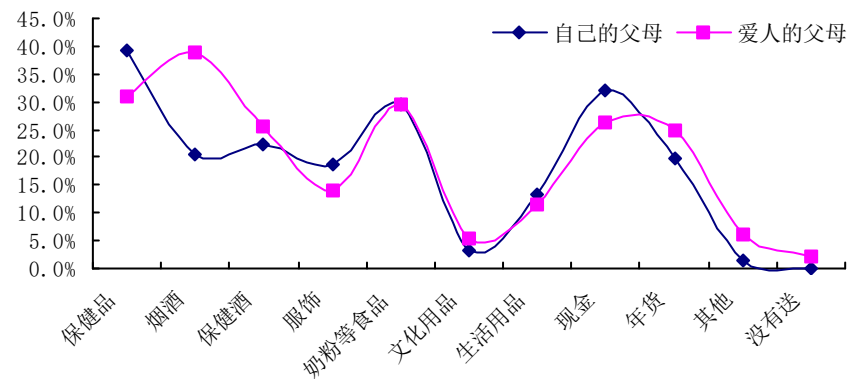
■ 送给父母和长辈时所选礼品的差异性



图表显示:

- ✓ 送给父母,消费者选择的礼品依次是保健品、奶粉等食品和现金等;
- ✓ 送给父母以外的长辈,选择的礼品依次是烟酒、奶粉和保健品等;
- ✓ 相对而言消费者在选择礼品时,送给父母的相对选择的品种较多;

■ 送给自己的父母和爱人的父母所选礼品的差异性

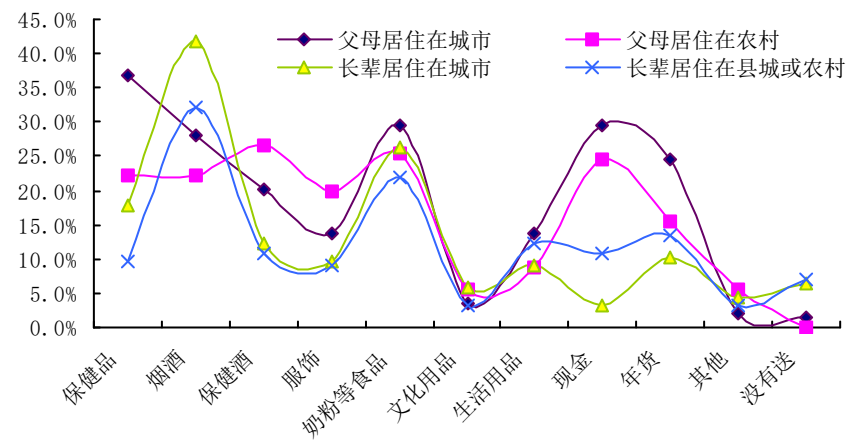


图表显示:

- ✓ 消费者在给自己的父母送礼时,选择比较多的礼品依次是保健品、现金和奶粉等食品;

✓ 消费者在给爱人的父母送礼时，选择比较多的礼品依次是烟酒、保健品和奶粉等食品。

■ 送给都市、乡镇和农村的父母长辈所选礼品的差异性



图表中反应：

✓ 父母居住在都市的，消费者选择比较多的依次是保健品、现金和奶粉等食品；

✓ 父母居住在乡镇或者农村的，消费者选择比较多的依次是保健酒、奶粉等食品和现金等；

✓ 长辈居住在都市的，消费者选择比较多的依次是烟酒、奶粉等食品和保健品；

✓ 长辈居住在乡镇或者农村的，消费者选择比较多的依次是烟酒、奶粉等食品和年货等。

小结：

✓ 送礼对象的不同样，消费者对于礼品的选择也体现出很大的差异性，总体上，保健品、烟酒、奶粉等食品和现金是消费者在春节期间馈赠父母长辈的重要礼品。

✓ 相对而言，消费者在送礼给父母时，所选择的礼品相对比较丰富。而馈赠长辈时则相对比较简朴。

✓ 父 母 居 住 在 农 村 的 ， 相 对 而 言 选 择 保 健 酒 的 比 例 最 高 。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/647155131103006113>

✓