

天山路街道市民消费意向调查 制度

长宁区天山路街道办事处制定

2021 年 9 月

本调查制度根据《中华人民共和国统计法》的有关规定制订

《中华人民共和国统计法》第七条规定：国家机关、企业事业单位和其他组织以及个体工商户和个人等统计调查对象，必须依照本法和国家有关规定，真实、准确、完整、及时地提供统计调查所需的资料，不得提供不真实或者不完整的统计资料，不得迟报、拒报统计资料。

《中华人民共和国统计法》第九条规定：统计机构和统计人员对在统计工作中知悉的国家秘密、商业秘密和个人信息，应当予以保密。

本制度由长宁区天山路街道办事处负责解释。

目 录

一、总说明.....	1
二、报表目录.....	2
三、调查表式.....	3
天山路街道市民消费意向调查	3-5
四、附录	6
第一部分 抽样方案说明.....	6
第二部分 部分术语解释	6

一、总 说 明

为及时了解、准确地搜集、整理本街道居民的消费行为特征，为《天山路街道人口结构特征和商圈升级导向研究》的人口普查专项课题提供依据，依照《中华人民共和国统计法》等规定，结合本市实际特制定本调查制度。

（一）调查对象

本制度的统计调查对象是第七次全国人口普查时居住在天山路街道的常住人口。

（二）调查范围、内容及原则

1.调查范围。

在第七次全国人口普查调查时点，居住在天山路街道辖区内 16 周岁及以上常住人口（按 1%随机抽样）、以及目前部分商圈内的随机消费者。

2.调查内容

本制度的统计调查内容是调查对象的消费行为和消费意向。

3.统计原则

本制度市民为原则统计，调查对象以在第七次全国人口普查时点不居住在本辖区范围的为主，商圈随机消费者为辅。

（三）调查方法

以上海市市长宁区天山路街道第七次全国人口普查数据库为样本框，按 16 周岁及以上常住人口的人口年龄和人口性别结构，以 1%的抽样比例，采用随机抽样方式抽取本次调查的调查样本为主，商圈随机消费者为辅。

（四）本制度各报表的报送时间、报送方式、填报方法、各级验收截止时间及其他有关事项，请按照制度中各项具体说明和规定执行。

（五）联系方式

联系单位：天山路街道营商环境办公室

联系地址：天山二村 64 号乙 306 室

邮政编码：200051

联系电话： 62336927

联 系 人： 周老师

传 真： 62744291

二、报表目录

表号	表 名	报告 期 别	填报范围	调查单位 报送日期和方式	数据审核、验收截止时间	页码
	天山路街道市民消费意向调查	一 次 性	辖区内 16 周岁及以上常住人口（按 1%随机抽样）	2021 年 10 月 10 日 24 时前 纸质问卷填报	2021 年 10 月 15 日 24 时前	3

三、调查表式

天山路街道市民消费意向调查表

表 号:

制定机关: 上海市长宁区天山路街道办事处

批准机关: 上海市长宁区统计局

批准文号: 长统审字〔2021〕1号

有效期至: 2021年 12月

第一部分 基本信息(本部分由工作人员填写)

题号	题项
1	您的性别 ☐ A.男 ☐ B.女
2	您的年龄 ☐ A.16-20岁 ☐ B.21-30岁 ☐ C.31-40岁 ☐ D.41-50岁 ☐ E.51-60岁 ☐ F.61岁及以上
3	您的民族 ☐ A.汉族 ☐ B.其他
4	您的户口登记地 ☐ A.本市 ☐ B.外省市
5	您的受教育程度 ☐ A.小学及以下 ☐ B.初中 ☐ C.高中 ☐ D.大专 ☐ E.本科 ☐ F.硕士 ☐ G.博士

第二部分 消费行为和消费意向

题号	题项
6	您以线上消费为主还是以线下消费为主(单选) ☐ A.线上消费 ☐ B.线下消费 ☐ C.基本持平 ☐ D.不确定
7	您线下消费的大致频率(单选) ☐ A.非常频繁(如每天1次或多次) ☐ B.比较频繁(如每周3-4次) ☐ C.一般(如每周1-2次) ☐ D.较不频繁(如每月1-2次) ☐ E.基本无线下消费
8	您选择线下消费的主要原因(限选五项) ☐ A.商圈知名度 ☐ B.商圈特色主题(如亲子主题等) ☐ C.地理位置(如交通便捷等) ☐ D.消费环境(如停车方便、布局合理、导向标识清晰、配套设施齐全等) ☐ E.信誉口碑 ☐ F.促销活动力度 ☐ G.创新业态(如网红店) ☐ H.商品或服务品质 ☐ I.商品或服务价格 ☐ J.商品或服务更新频率 ☐ K.服务人员业务能力 ☐ L.服务人员服务态度 ☐ M.售后和退换货保障 ☐ N.支付安全性 ☐ O.其他_____
9	您线下消费的主要消费类别(限选五项) ☐ A.生鲜食品 ☐ B.休闲食品 ☐ C.其他食品 ☐ D.家居用品 ☐ E.服饰鞋帽 ☐ F.大家电 ☐ G.小家电 ☐ H.数码产品 ☐ I.运动用品 ☐ J.婴童用品 ☐ K.专业用品(如汽车配件、建材、五金等)

	☐ L.奢侈品 ☐ M.轻奢品 ☐ N.餐饮 ☐ O.休闲娱乐（电影、KTV 等） ☐ P.文化教育（图书、早教、语言或兴趣培训等） ☐ Q.个人护理（化妆品、护肤品、美容美发等） ☐ R.健康管理（健身、保健商品或服务） ☐ S.其他_____
10	您线下消费的主要消费时间段（不定项） ☐ A.周一到周五白天 ☐ B.周一到周四晚上 ☐ C.周六到周日白天 ☐ D.周五到周日晚上 ☐ E.节假日（如寒暑假、国庆节、春节等）白天 ☐ F.节假日（如寒暑假、国庆节、春节等）晚上 ☐ G.不定期 ☐ H.基本无线下消费
11	您线下消费的主要消费场所（限选三项） ☐ A.综合商场或购物中心 ☐ B.大型超市 ☐ C.旗舰店或专卖店 ☐ D.会员店 ☐ E.连锁便利店 ☐ F.社区小型超市 ☐ G.沿街门店 ☐ H.沿街小摊 ☐ I.菜场或菜店 ☐ J.其他_____
12	您线下消费更喜欢的促销方式（限选三项） ☐ A.打折 ☐ B.满减 ☐ C.赠送优惠券 ☐ D.赠送小礼品 ☐ E.积分/集点兑换或抽奖 ☐ F.免费试用 ☐ G.限量特供 ☐ H.会员特价 ☐ I.其他_____
13	您线下消费更喜欢的支付方式（单选） ☐ A.现金 ☐ B.银行卡 ☐ C.微信或支付宝 ☐ D.其他_____
14	您的主要消费习惯（不定项） ☐ A.按需求或按计划消费 ☐ B.提倡节俭消费 ☐ C.注重消费档次 ☐ D.跟潮流或按推荐消费（如网红商品、网红店等） ☐ E.随心消费 ☐ F.冲动型消费 ☐ G.无特定消费习惯

第三部分 消费数字化转型意向（该部分题项均为单选，51 岁及以上受访者免填）

题号	题项
15	您对于“商圈通过官方社交账号（如微博、微信、抖音、小红书等）提供丰富的商品或服务信息（如优惠促销活动、图文介绍、直播推荐等）”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
16	您对于“商圈在线上或线下使用数字化技术提供多种交互功能（如 VR 试穿、聊天机器人、定制化推荐）”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
17	您对于“商圈以赠品等方式鼓励消费者通过个人社交账号分享商圈消费体验”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
18	您对于“商圈在消费者订阅其官方社交账号后定期个性化推送商品或服务信息”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
19	您对于“线下服务人员使用数字化工具（如 iPad 等）为消费者详实介绍商品或服务信息，并根据消费者在商圈内的历史购买记录推荐个性化商品或服务”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
20	您对于“商圈推出更多概念店（采用全程顾问销售模式）、快闪店（在商圈内设置临时性铺位），通过 AR（即增强现实技术）、VR（即虚拟现实技术）等技术展示商品或服务信息”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓

21	您对于“商圈推出多种数字化售前、售后服务（如在线咨询、在线预约、线上礼品等）”的支持程度 ☐ A.支持 ☐ B.一般 ☐ C.不支持 ☐ D.无所谓
22	您对于“商圈推行数字化转型举措能够提升商品或服务经济价值（如性价比等）”的认同程度 ☐ A.认同 ☐ B.一般 ☐ C.不认同 ☐ D.不确定
23	您对于“商圈推行数字化转型举措能够提升商品或服务的功能价值（如品质、可用性等）”的认同程度 ☐ A.认同 ☐ B.一般 ☐ C.不认同 ☐ D.不确定
24	您对于“商圈推行数字化转型举措能够提升商圈的品牌价值（如知名度、独特性、文化认同等）”的认同程度 ☐ A.认同 ☐ B.一般 ☐ C.不认同 ☐ D.不确定
25	您对于“商圈推行数字化转型举措能够提升商圈的社会价值（如社会认同、社会效益等）”的认同程度 ☐ A.认同 ☐ B.一般 ☐ C.不认同 ☐ D.不确定

除以上选项，其它关于商圈消费升级意向的意见和建议：

四、附录

第一部分 抽样方案说明

以上海市长宁区天山路街道第七次全国人口普查数据库为样本框，按 16 周岁及以上常住人口的人口年龄和人口性别结构，以 1% 的抽样比例，采用随机抽样方式抽取本次调查的调查样本。

第二部分 部分术语解释

消费行为 指消费者的需求心理、购买动机、消费意愿等方面心理的与现实诸表现的总和。

消费意愿 指在当前物价、利率以及收入水平等各种情况的考虑下，消费者倾向于消费的程度。

线上消费 指消费者在非实体店消费，即在软件或者网上的消费。

线下消费 指消费者在实体店消费。

商圈 指商店以其所在地点为中心，沿着一定的方向和距离扩展，吸引顾客的辐射范围。

冲动型消费 指消费者在外界因素促发下所进行的事先没有计划或者意识的购买行为。

超前型消费 指消费者当下的收入水平不足以购买现在所需的产品或服务,以分期付款,预支形式进行消费。

数字化转型 指建立在数字化转换、数字化升级基础上，进一步触及企业核心业务，以新建一种商业模式为目标的高层次转型。

概念店 指风格独特、具专业化、创意鲜明的店铺，在品牌文化的基础上融会更多的创意理念和生活倡导的店铺。

快闪店 指在商业发达的地区设置临时性的店铺，供零售商在比较短的时间内推销其品牌，抓住一些季节性的消费者。

AR 技术 即增强现实技术，指实时地计算摄影机影像的位置及角度并加上相应图像，将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术，这种技术的目标是在屏幕上把虚拟世界套在现实世界并进行互动。

VR 技术 即虚拟现实技术，指依赖于三维实时图形显示、三维定位跟踪、触觉及嗅觉传感技术、人工智能技术、高速计算与并行计算技术以及人的行为学研究等多项关键技术的多媒体技术的终极应用形式。