



# 台灣消費趨勢洞察

數據觀察疫情影響下的消費行為變化

Vpon 威朋 Money 錢

聯名數據報告

- 01** | 風暴來襲，對消費造成了什麼影響？ / P.4  
2020消費趨勢總覽
- 02** | 消費行為出現了什麼樣的變化？ / P.9  
食、衣、住、行、育、樂 - 六大指標拆解消費行為
- 03** | 消費場景移轉，「人」與「錢」往哪邊去？ / P.20  
拆解未來企業如何佈局，行銷人員如何接觸目標對象

# 前言

Vpon 威朋

Money 錢

2021年5月，COVID-19新冠肺炎疫情於毫無預警下再次席捲全台，隨著疫情的快速擴散與三級警戒的發佈，短暫終結了台灣一年多以來有如與世隔絕般的正常生活。

相比2020年與疫情的初接觸，今年的我們少了當初的恐慌與措手不及，更多的是沈著與冷靜面對。回顧這一年多的時間，疫情來襲下對消費造什麼什麼樣的衝擊，衝擊之下產生了哪些結構性變化，而變化之下的我們又該如何與生活「新常態」共處。

Vpon威朋作為數據應用分析顧問，這次找來投資理財指標性媒體「Money錢」共同推出「台灣消費趨勢洞察 - 數據觀察疫情影響下的消費行為變化」數據報告，藉由2020整年度的消費數據與花費行為回顧，觀察與探討疫情爆發前後的消費者行為模式與數位足跡變化，一同跟上數位化時代快速改變的消費者需求。



# 01

風暴來襲，對消費造成了什麼影響？

2020消費趨勢總覽

# 疫情風暴來襲下的年度消費趨勢變化

2020年首度面對全球爆發的COVID-19疫情，觀察疫情衝擊下對台灣整體消費的影響



2020年一月台灣COVID-19疫情出現確診首例，三月疫情影響達到第一波高峰，數據看出整體消費一路隨著人民的恐慌與重視於四月盪到了谷底。而後隨著疫情獲得控制，消費也大舉出現回溫。

2020總體花費金額走勢

# 進一步透過數據，觀察在疫情爆發下的消費傾向

類別大震盪，疫情前熱門消費品過半成主要衰退品項，家居與清潔用品則需求大躍進

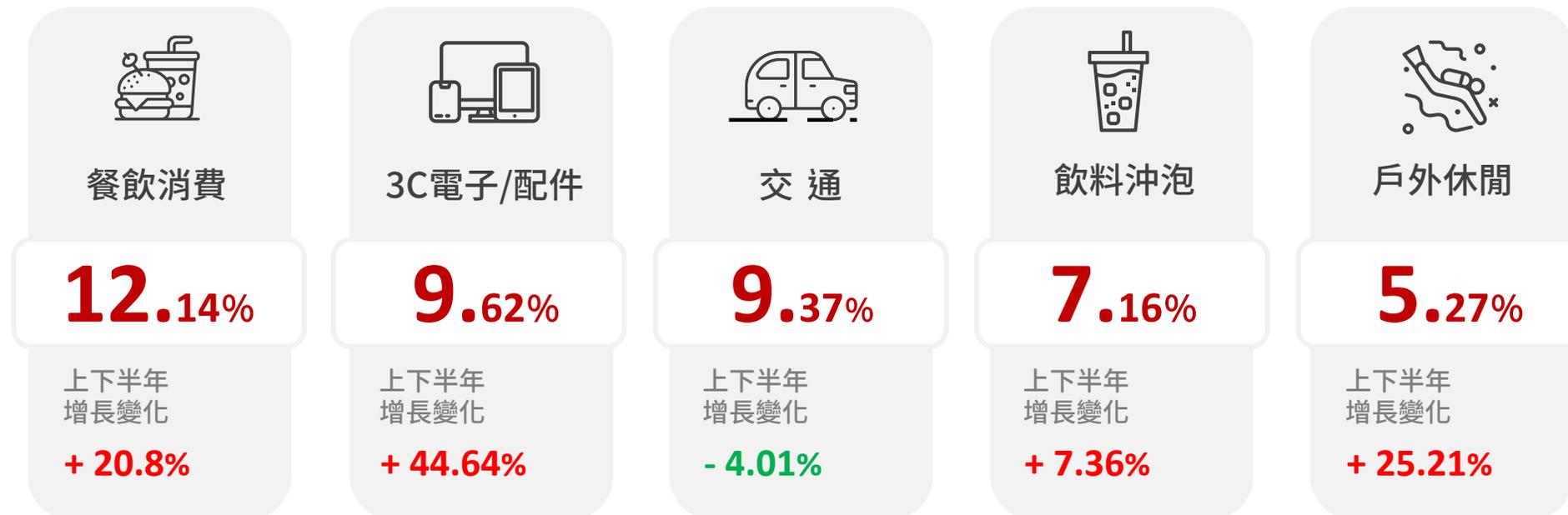


- 3C電子/配件
- 大型家電/視聽影音
- 戶外休閒
- 交通
- 居家清潔
- 服飾與配件精品
- 泡麵罐頭
- 美容沐浴
- 書籍
- 傢俱寢飾
- 鍋具.廚具.濾水

# 劇烈的消費震盪下，對各消費類別造成了什麼影響？

從加總佔比近5成的「台灣2020全年度Top5 消費類別」解析上下半年消費變化

2020整年度前五大消費類別



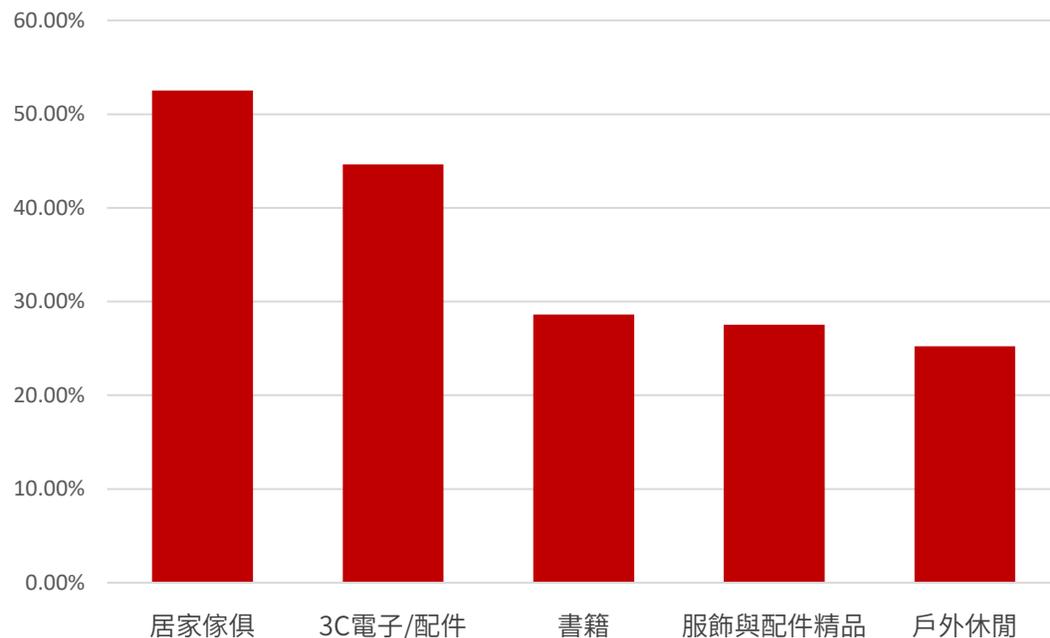
數據看出不論上下半年，台灣消費皆由五大類別主宰（佔整體近五成）

觀察疫情前後的消長，「3C電子/配件」為五大類中下半年消費增幅最大類別

而「交通」類別反應人們於疫情趨緩時外出盛行，隨著大眾運輸搭乘的頻次持續增加，微幅影響了自駕的消費

# 從下半年消費增長前五類別，總結疫情爆發前後消費變化

## 解析下半年整體消費 - 成長幅度最多的五大類別



書籍一路從疫情爆發後成為民眾常態性消費品



戶外休閒、服飾與配件精品雖於疫情爆發當下需求下跌，但隨著疫情趨緩，下半年則顯著回升



宅經濟與房市熱絡，帶動居家傢俱於下半年成為最顯著成長的消費品類



3C電子/配件為台灣2020年五大消費品類中下半年消費增長最大類別



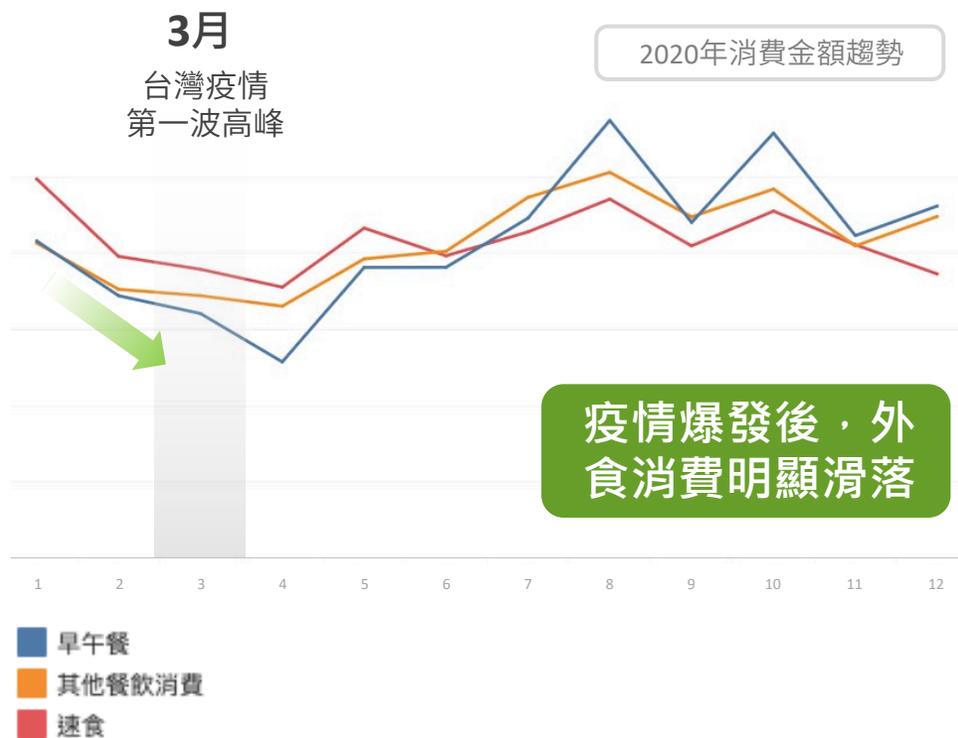
## 02

### 消費行為出現了什麼樣的變化？

隨著消費類型的翻轉與震盪，進一步我們也細從食衣住行育樂角度，探索更細微的消費趨勢洞察

# 零接觸經濟與宅經濟崛起，外送服務成疫情中贏家

相比外食消費的滑落與復甦，外送需求則持續性增長

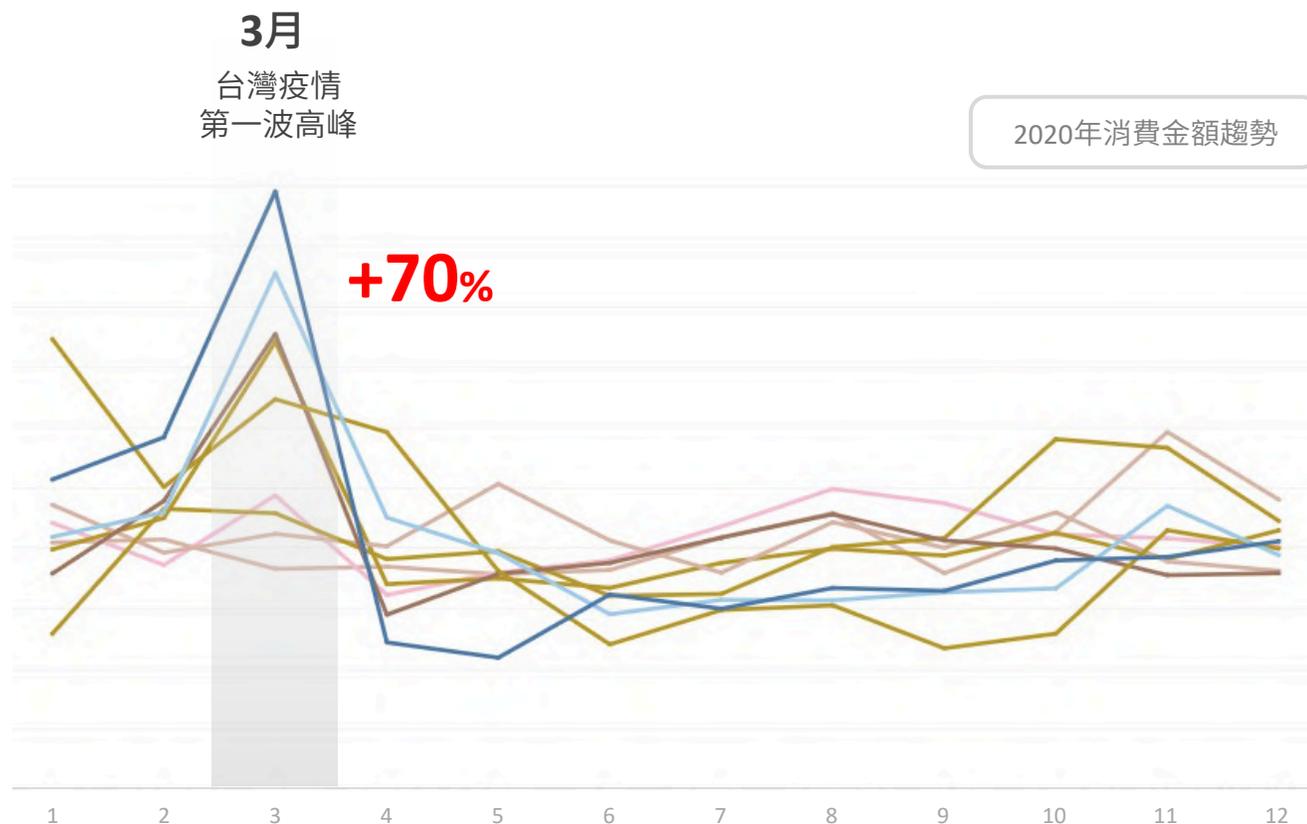


數據看出疫情牽動著飲食行為的改變，而外送服務，更在疫情爆發後大幅滲透進人們的生活，成為疫情爆發後普及的飲食消費新模式。



# 「鍋具類」成長70% 為疫情爆發當下消費增幅最大類別

疫情推動自煮風氣盛行，人們更重視養生與健康觀念



外食的減少，亦帶動自煮風氣的盛行，疫情高峰當下人們開始更加重視飲食的健康與安全，短時間也帶動「各式鍋類」大補貨。

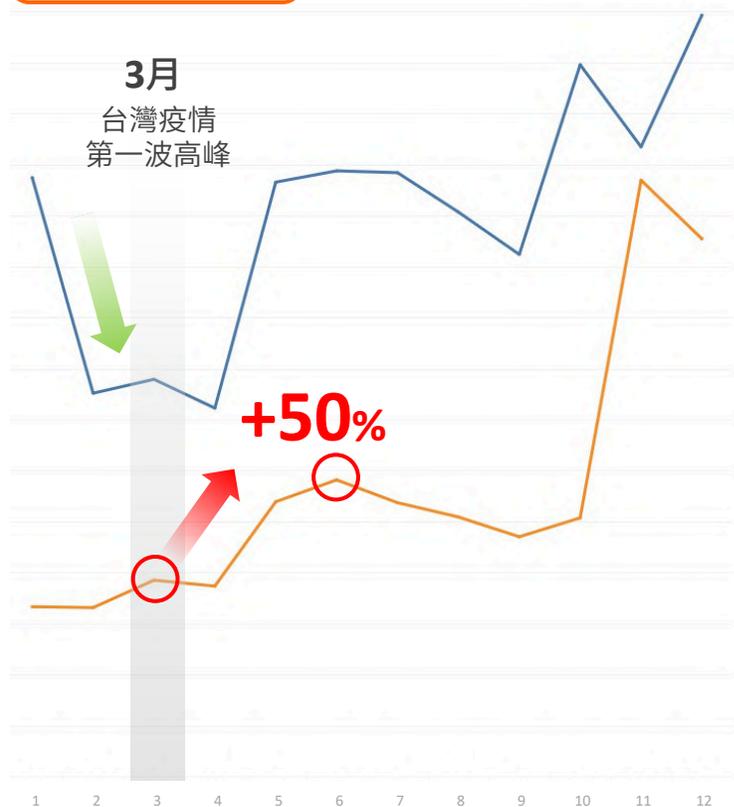
- 各式功能鍋具
- 各式平底鍋
- 各式炒鍋
- 其他鍋具.廚具.濾水
- 杯.壺
- 食物保存用品
- 廚房用品.廚房收納
- 餐盤
- 濾水壺/淨水器/濾心



# 線下服飾消費縮水，線上消費則急起直追

消費場景移轉，無法出門還是要購物，線上消費次數於疫情高峰時更一度超越線下

商品銷售趨勢



發票數趨勢



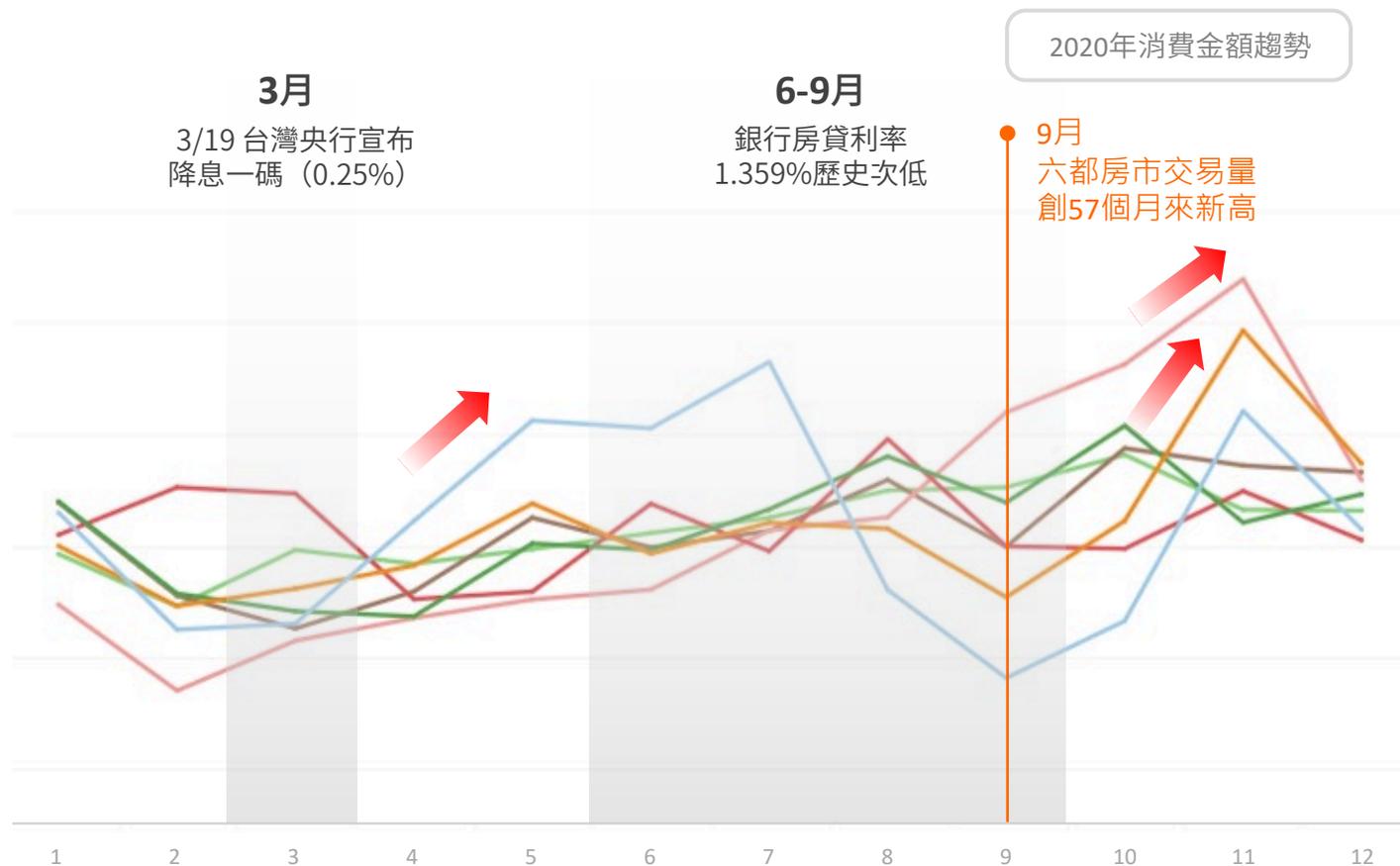
數據看出疫情爆發後，「**服飾與配件精品**」整體消費衰退31.24%為需求大幅減少的主要類別，細從消費通路觀察，**主要影響為實體通路消費**。疫情爆發下，人們減少外出，帶動線上消費興起，隨著疫情日漸穩定，雙管齊下也帶動服飾類於下半年竄升消費成長Top5類別。

■ 線下消費  
■ 線上消費



# 疫後房市回溫，政府降息推動危機入市？

透過數據觀察【家居相關用品】是否因房市回溫而崛起



隨著政府補助買房相關政策推行- 降息與房市利率降低，台灣房市交易於2020下半年一路熱絡，從「居家相關用品」觀察，2020下半年不論家電與傢俱的消費皆顯著增長。



# 從居家生活常備品觀察，政府防疫措施牽動著消費行為

【居家清潔用品】需求增，口罩於實名制解禁後消費增長1612%帶動補貨潮



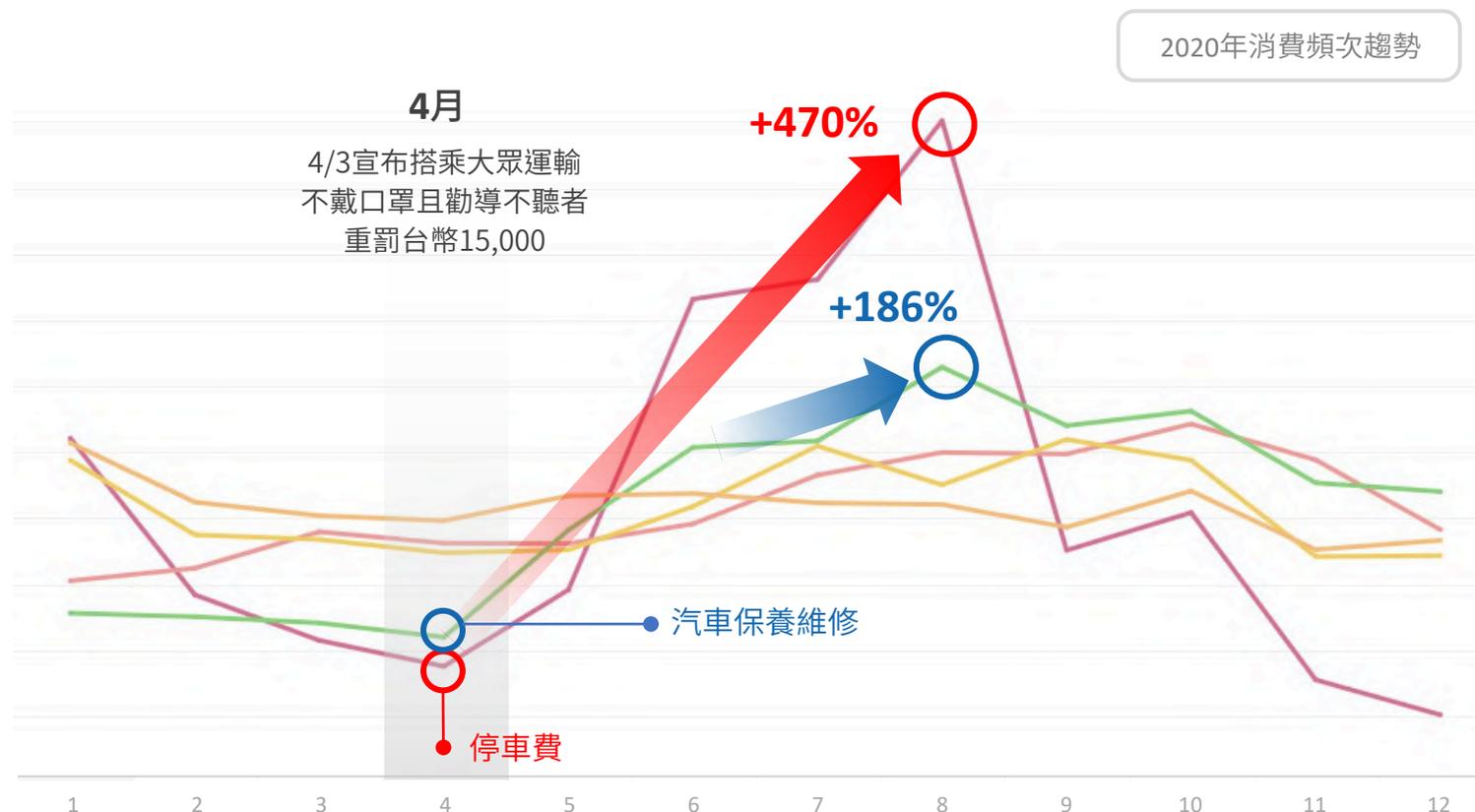
供給大幅增加與開放廠商自由販售口罩後，全民大補貨推動「衛生護理」類整體消費金額成長**1257%**成居家清潔類別中成長最顯著項目。

- 成人紙尿褲
- 衣物清潔
- 其他居家清潔
- 家庭清潔
- 清潔用具
- 衛生紙 / 濕紙巾
- 衛生護理



# 交通也防疫，從停車費增長觀察自駕增加比率

疫情爆發後自駕人數增加，每月停車費消費頻次大幅上升

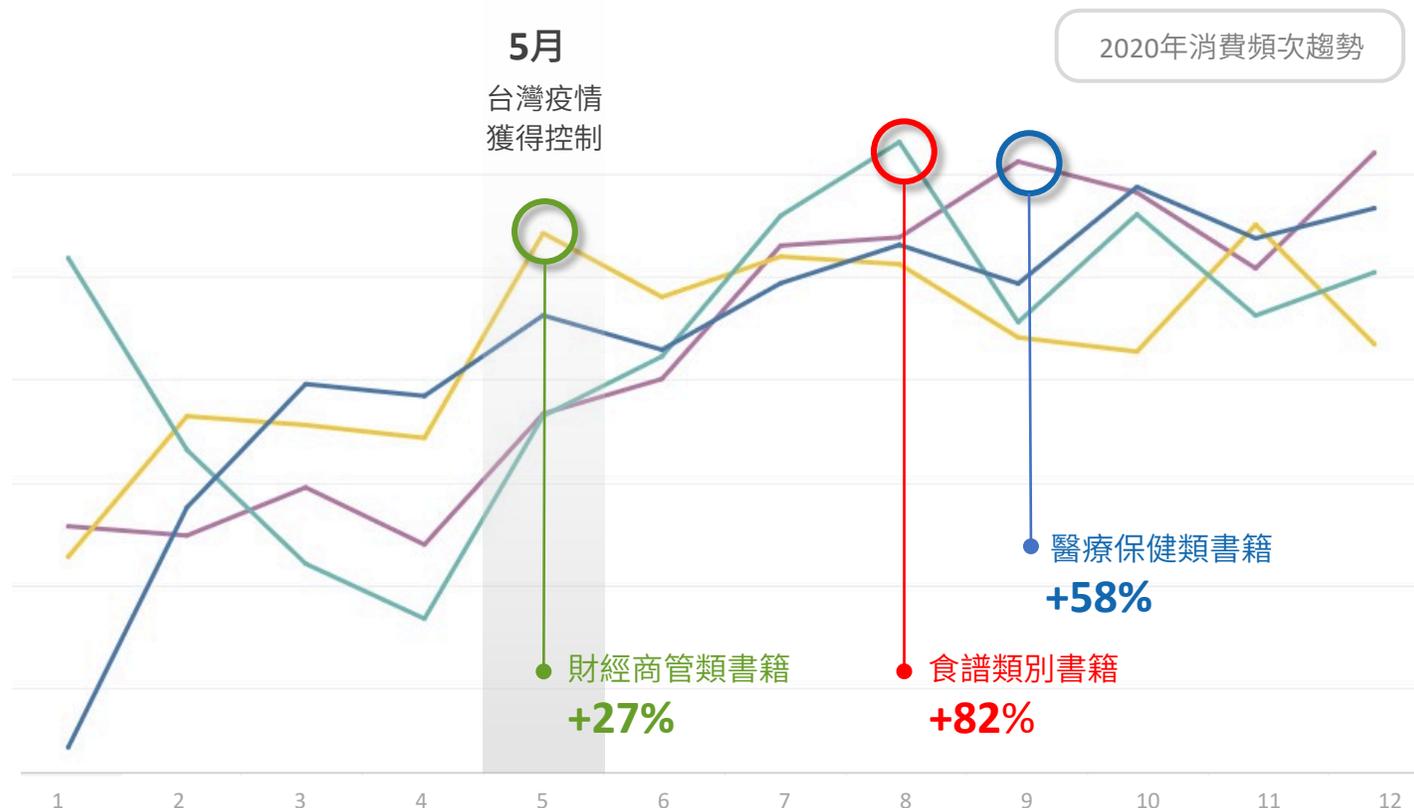


- 選擇騎車開車人數增加  
停車費在4月到8月  
**消費頻次成長470%**最顯著
- 自駕風氣帶動養車需求，  
汽機車維修保養消費一路  
攀升，**消費頻次成長186%**



# 危機就是轉機，宅在家推動閱讀新風氣

待在家時間變長，各類學習性書籍的消費頻次明顯增加

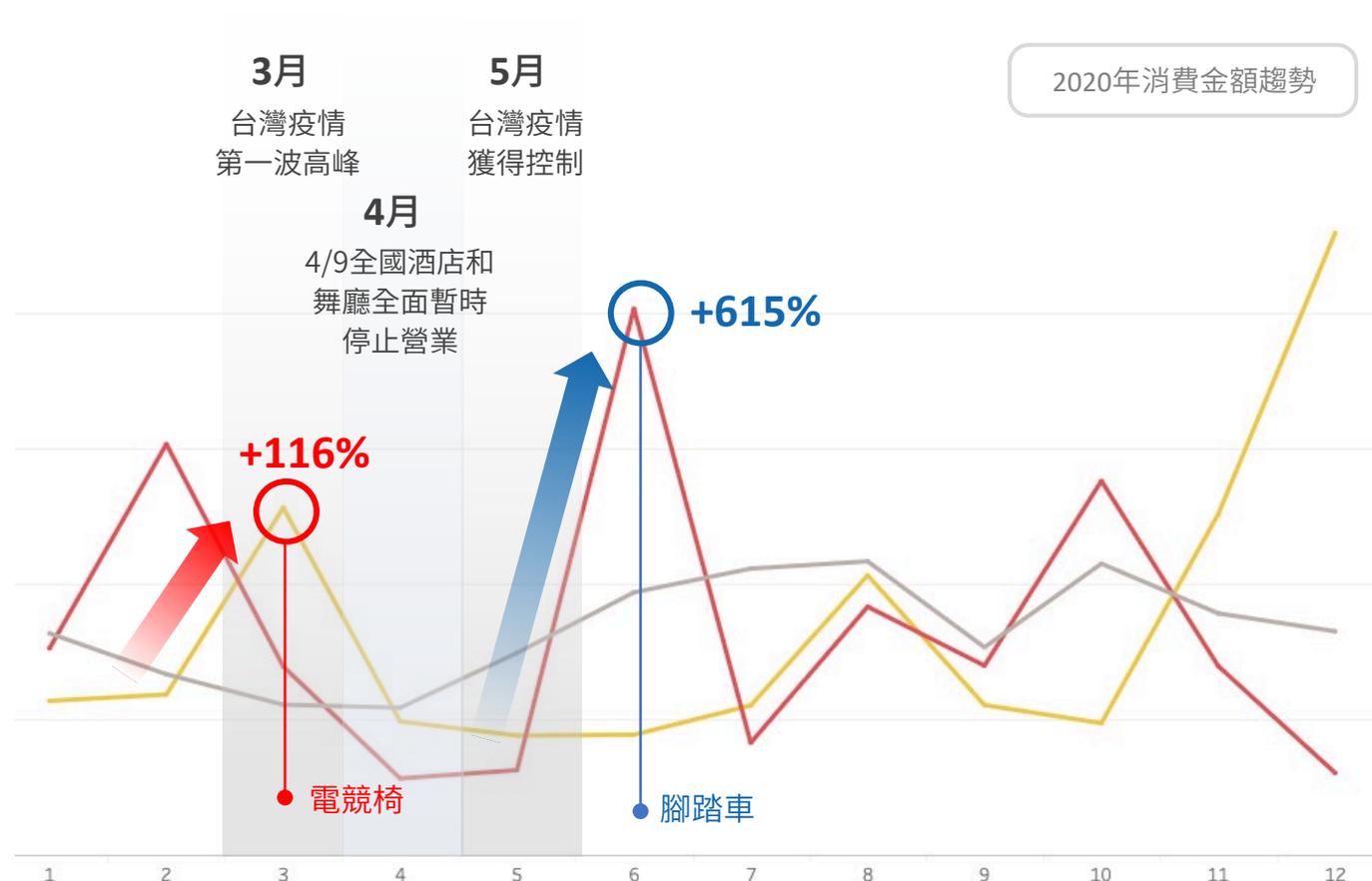


- 在家自己煮正夯，食譜類別書籍於疫情回穩後仍持續正成長，消費頻次成長82%最顯著
- 「防疫」於未然，養生與健康風氣帶動醫療保健類書籍需求一路增加，消費頻次成長58%
- 全民瘋投資理財，財經商管類書籍於疫情爆發後消費持續居高不下。



# 室內外休閒趨勢消長，疫情爆發前後娛樂大不同

零接觸經濟崛起，兼顧休閒與保持社交距離的戶外活動成為新時尚



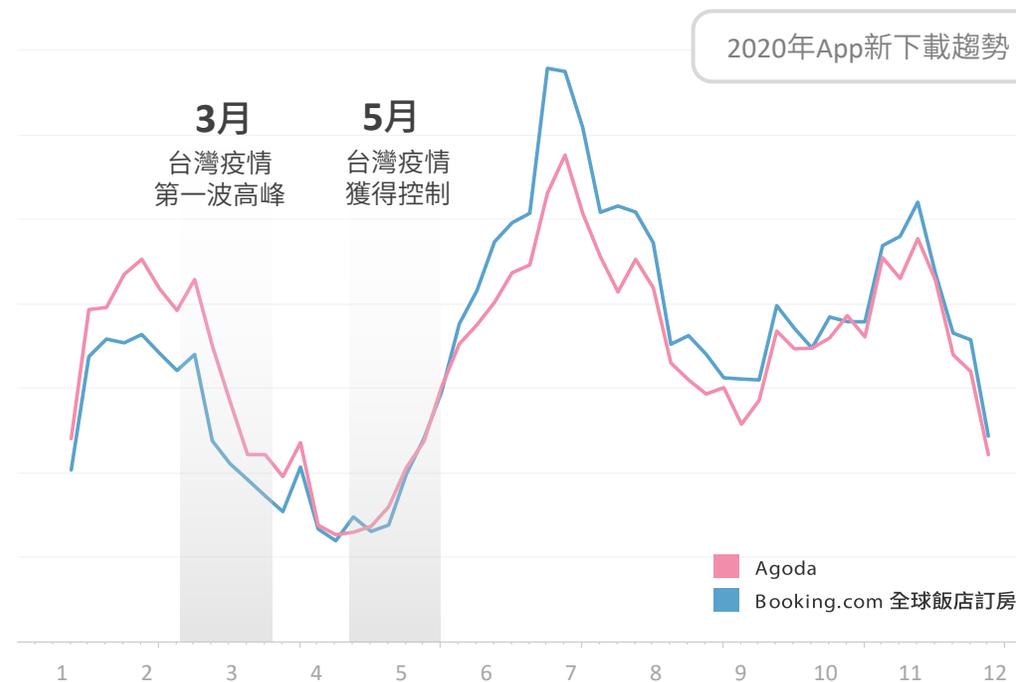
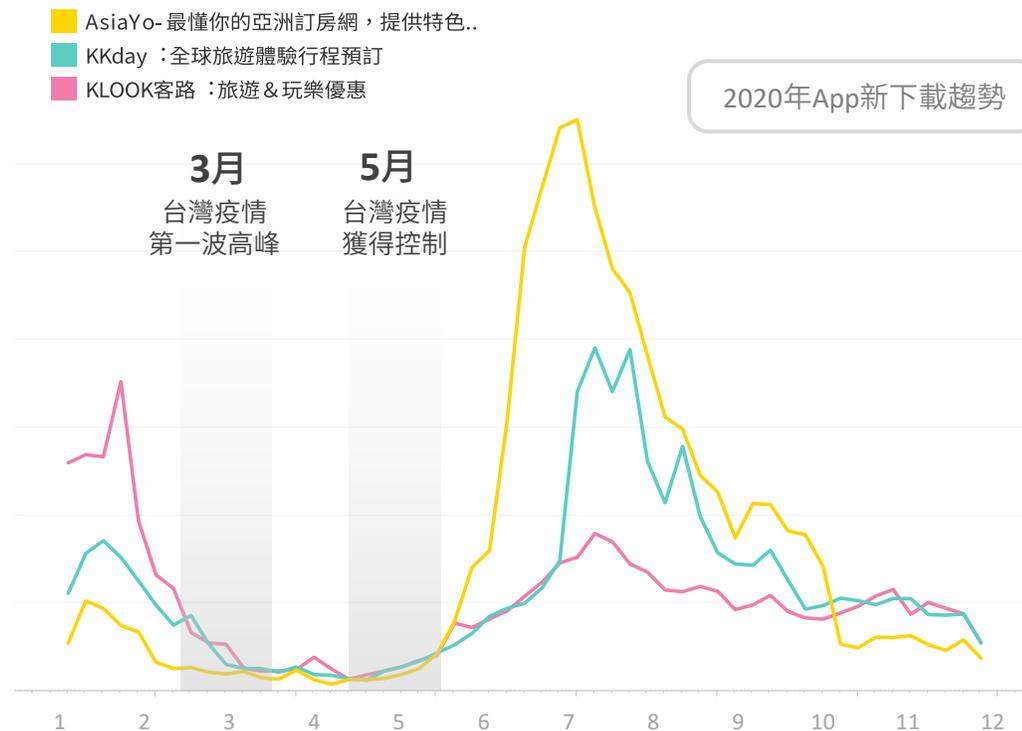
- 在家時間增加，買張好椅子善待自己，電競椅類別消費金額成長**116%**
- 保持社交距離成為新時尚，戶外休閒類以腳踏車為首消費金額成長**615%**



數據來源：Vpon DMP

# 疫情穩定後報復性旅遊熱，數據看出全民瘋國旅

2000%+ 新下載增長看出下半年旅遊風氣回升，國旅相關App與消費連帶竄起



疫情回溫後國旅興盛，報復性旅遊帶動旅遊相關消費於下半年顯著提升。

另從主流的訂房與旅遊票卷類服務的應用程式下載趨勢觀察，疫情爆發期間，旅遊需求降至低點，回溫後的下半年則帶來明顯的新下載增長。



# 疫情翻轉消費行為 全民擁抱生活新常態



## 【宅經濟延續】

外送成生活中不可獲缺選項  
居家傢俱、書籍與生活用品成  
疫後消費贏家



## 【報復性消費熱】

疫情回溫後錢大舉回流，主要反應  
在三大類別：3C電子/配件、戶外  
休閒與餐飲消費



## 【零接觸拉升線上消費依賴度】

消費場景與模式移轉，數位轉型與線上  
通路佈局成品牌重點關注議題



# 03

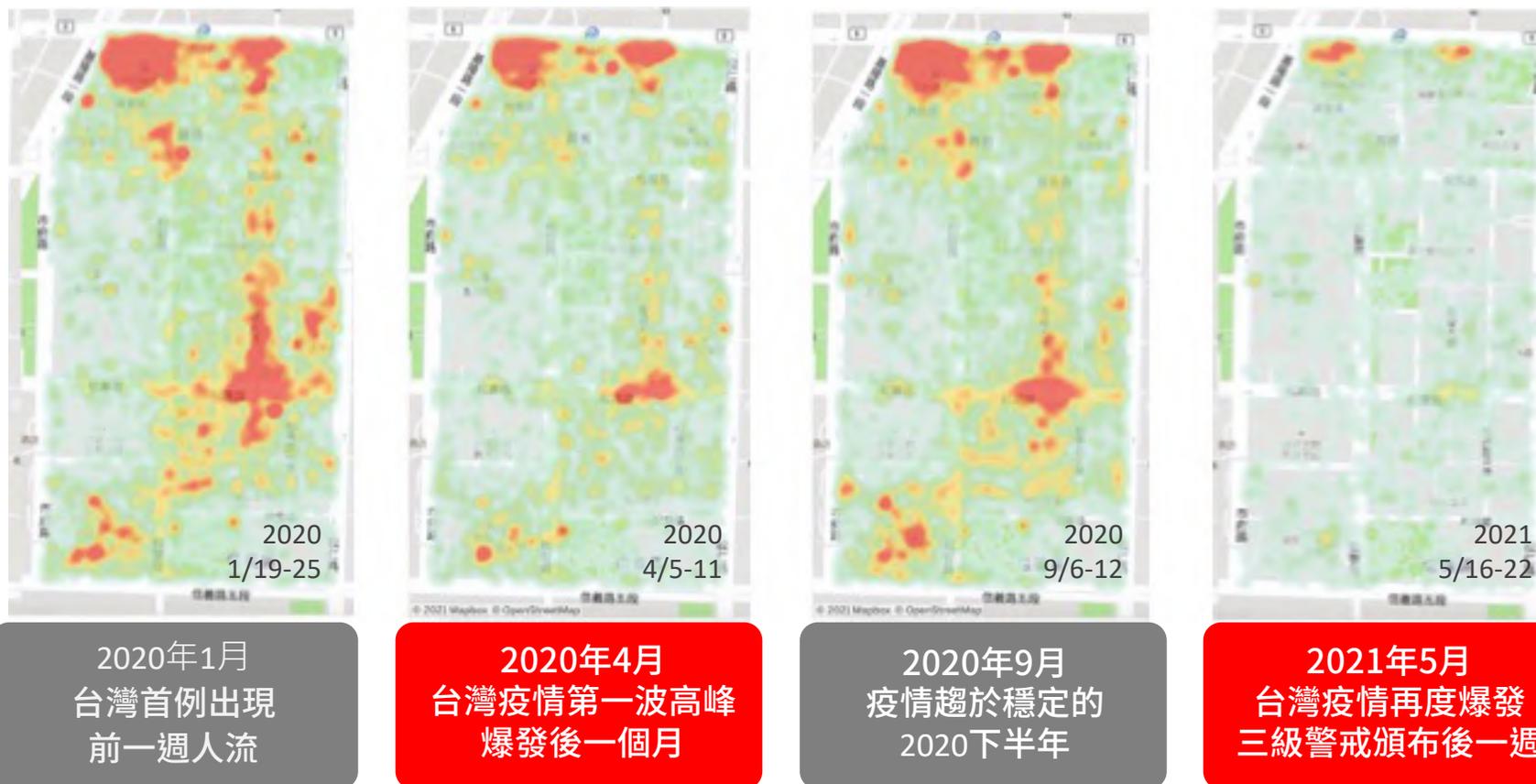
消費場景移轉，「人」與「錢」往哪邊去？

拆解未來企業如何佈局，行銷人員如何接觸目標對象

# 從「人流」觀察線下消費動向

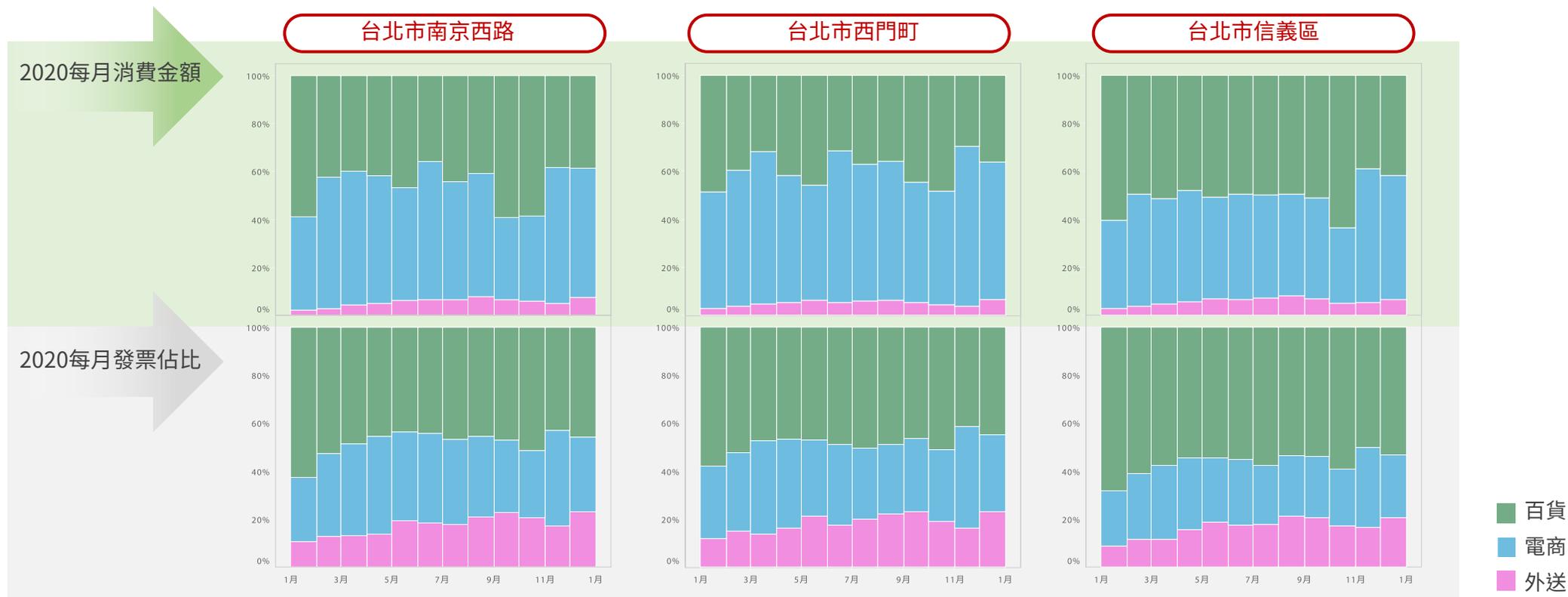
線下商場是否因疫情受到影響，疫情穩定後是否產生復甦？

以百貨一級戰區「台北信義商圈」觀察，線下人流明顯受到疫情的影響，人流熱度隨著疫情的惡化與好轉有著對應的變化而數據更看出疫情再度大舉重創台灣的2021年5月，全民「自主封城」下商圈人流明顯消失，自主抗疫讓一級商圈宛如空城



# 從「通路」觀察線上線下消費模式

以台北主流商圈為例，觀察線上線下消費變化



- 隨著商圈人流的減少，從通路消費看出疫情爆發後更多的消費轉往線上，百貨商場消費明顯受影響
- 外送於疫情爆發後成為人們標準飲食消費習慣，消費頻次與金額都帶來倍數以上增長

# 從「線上通路」觀察主流網購消費品項

疫情驅動線上消費活絡，數據解析線上購物的消費趨勢

## 2020整年度網購消費佔比Top 5類別

- Top 1 居家傢俱
- Top 2 小家電專區
- Top 3 大型家電/視聽影音
- Top 4 傢俱寢飾
- Top 5 嬰幼兒與孕婦

網路購物雖於疫情爆發後大為盛行，隨著疫情趨於穩定，網購佔比衰退品項看出部分購物類別回歸實體通路消費。可見**大型家電、傢俱與嬰幼兒等用品**，消費者仍習慣於線下進行體驗式消費。

## 2020下半年網購消費增長Top 5

- 
 Top 1 居家清潔 **153.49%**
- 
 Top 2 小家電專區 **105.52%**
- 
 Top 3 服飾與配件精品 **57.1%**
- 
 Top 4 美容沐浴 **52.93%**
- 
 Top 5 交通 **43.43%**

## 2020下半年網購消費衰退Top 5

- 
 Top 1 大型家電/視聽影音 **-44.62%**
- 
 Top 2 嬰幼兒與孕婦 **-31.71%**
- 
 Top 3 居家傢俱 **-20.34%**
- 
 Top 4 冷凍食品 **-18.82%**
- 
 Top 5 生鮮冷藏 **-16.34%**

# 從「財經」趨勢關注人們資金流向

數據觀察疫情爆發前後「財經」類App竄紅變化

## 2020 第一波疫情爆發當下

2020 Q1 App新下載竄紅榜



## 2020 Q1財經類App竄紅榜

1.  勞保局行動服務
2.  三竹股市
3.  集保e存摺
4.  股市爆料同學會
5.  艾蜜莉定存股



股票投資熱潮開展  
數位金融服務加速進行



# 疫情讓整個產業變得不確定 借力數據讓整個世界變得有跡可循

## 【疫情過後的企業新思維】

在不確定的世代，舊經驗趕不上環境與消費者行為的快速變遷

「擁抱變化，快速應變」成為疫後時代必備的能力

借力數據，有效輔助企業快速掌握消費者行為並做出有效應變與決策

Vpon 威朋 x Money 錢