

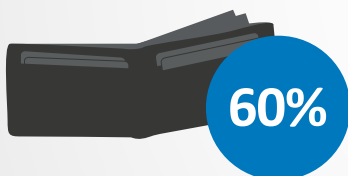
疫情消费指南： 囤货需求多元，社区团购复兴

2022年中国疫情爆发，在居家隔离和快递外卖受限的日子里，中国餐饮市场消费者的消费心态和行为会有哪些变化？新的消费模式是否将常态化？我们将帮助您更好地抓住市场契机，**请细看以下观点与数据：**

收入减少：外食花费预期紧缩

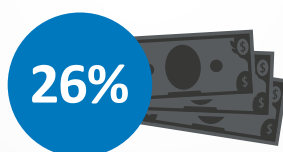
超过6成消费者表示

本轮疫情使得
收入减少

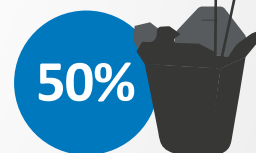


其中26%表示

未来较长一段时间内
收入会保持较低水平



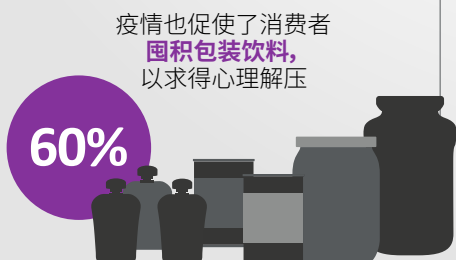
超过一半的消费者表示至少
在今年会**减少外食与外卖的花费**，
其中二线城市比一线城市
预算更为吃紧



囤货习惯持续

疫情期间，
预包装品类(冷冻或者常温)
成为了消费者团购囤货的首选

比之2020年，**近60%的消费者**
表示，在今年疫情期间会更多地
囤货预包装食品



警惕增加： “用餐安全”又成热点

在疫情更加严重的一线城市，
消费者十分关注**外食的可靠性**。

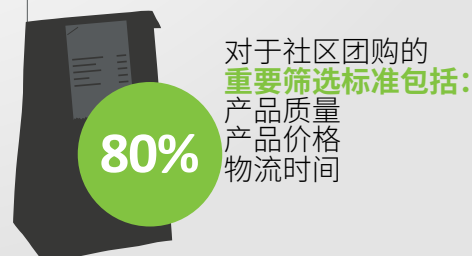
其中包括：

对品牌连锁的偏好，
该餐厅的防疫措施，
外卖员的健康状态。



社区团购兴起

此次疫情期间
采购的受限使得
社区团购大兴其道
近80%的消费者
表示在2022年3、4月份
参与过食品团购



对于社区团购的
重要筛选标准包括：
产品质量
产品价格
物流时间

关于本次疫情期间的更多消费者新趋势，我们准备了丰富的洞察与资料，期待与您更进一步的接触与商议。

数据来源：The NPD Group/China Sentiment Study, 2022年3-4月。



如有疑问，或需专业助力，请联络Felicia Ke。
电话：+86 (21) 62753222转302 或电邮：
felicia.ke@npd.com

