創市際雙週刊
第一二四期

發刊日：2019年01月03日

IX 視覺觀點

壞習慣小調查

壞習慣小調查

即使知道明天要早起，卻還是捨不得放下手邊的事物，一回神又過了半個小時；趕著出門卻一直找不到鑰匙，反而被揚起的灰塵弄得噴嚏連連.....你有過這樣的情境嗎？

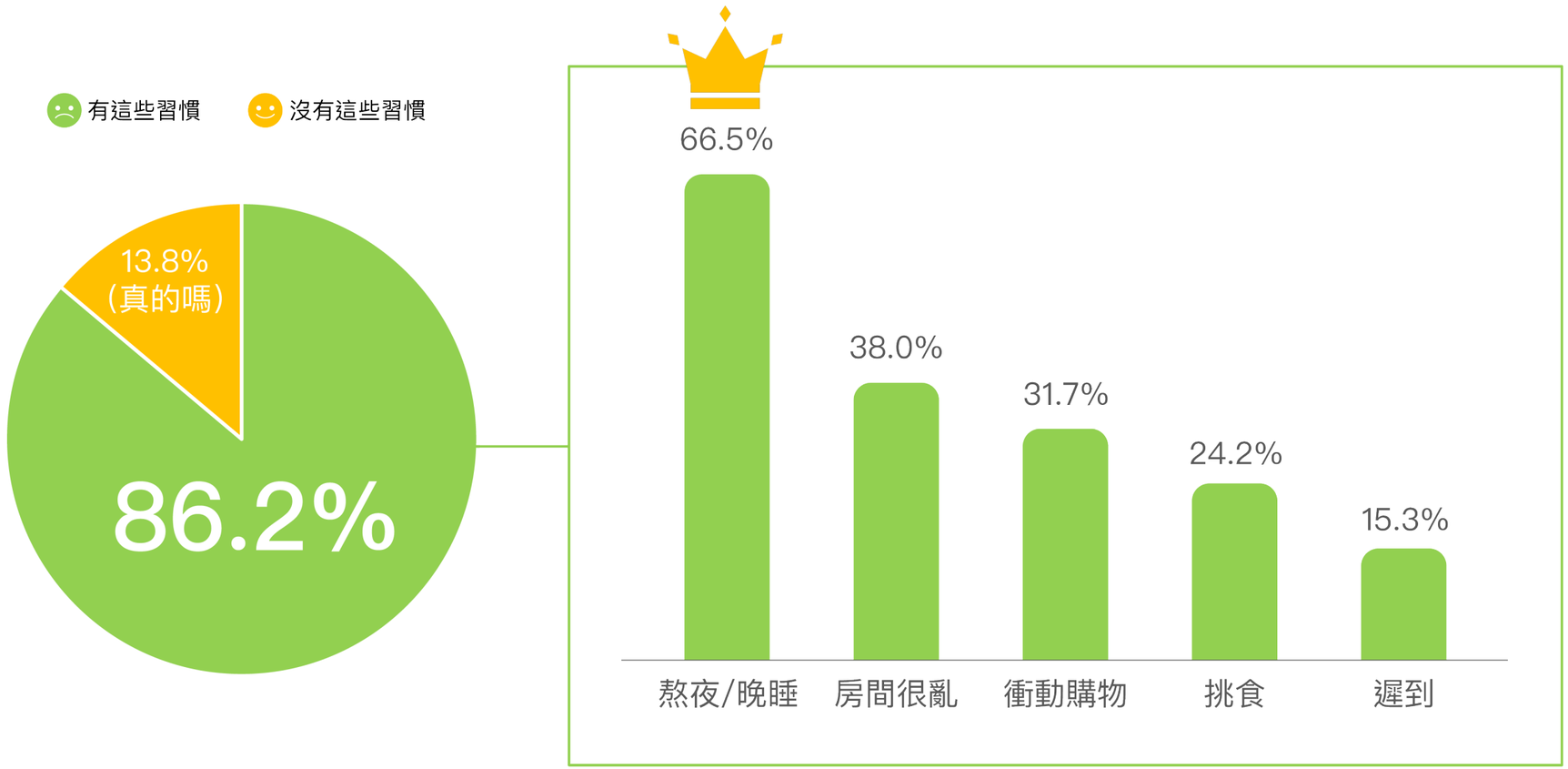
壞習慣是一種不好的習慣、負面的行為模式。熬夜、不整理房間等大大小小的壞習慣充斥在生活中，有些會傷害個人形象、人際關係，甚至可能影響健康。你生活中的困擾，有多少是壞習慣直接或間接造成的呢？有需求就有供給，近年各種書籍、課程以及app開始興起，為了改掉壞習慣而誕生的服務形成了一種新的商機。

為瞭解台灣網友的壞習慣概況，創市際市場研究顧問在 2018 年 12 月 12 日至 12 月 17 日，針對 15-64 歲台灣網友進行了「壞習慣小調查」，共計回收 2,120 份有效問卷。

看到大家都保有壞習慣，就覺得新年仍有希望呢。

壞習慣排行-成功不必在我，但墮落一定有我

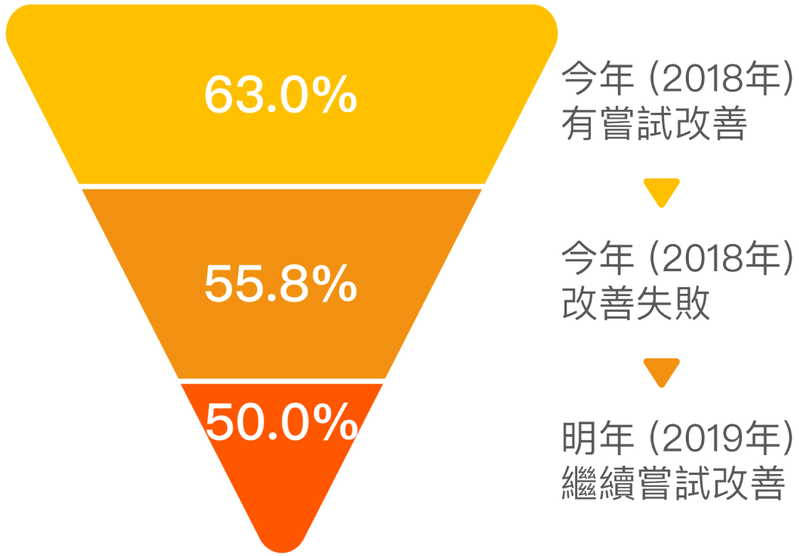
在常見的五項壞習慣中，有 86.2% 的網友至少中了一項，13.8% 的網友則一項都沒有。其中，最熱門的壞習慣是熬夜/晚睡。

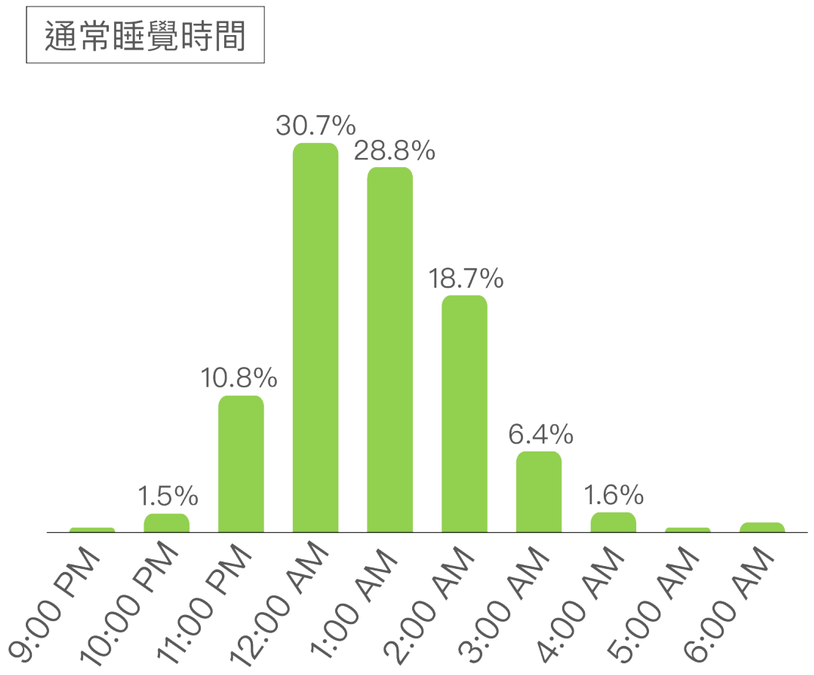


Base：全體受訪者 N=2120
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

熬夜/晚睡-別聊作息了，你聽過晨昏性動物嗎？

調查顯示，會熬夜/晚睡的網友中，12:00 AM 後才睡的人佔了 87.3%。而今年有嘗試改善的人有 63.0%，但這當中仍有 55.8% 的人維持這個習慣。要改變作息是不是比想像中難呢？

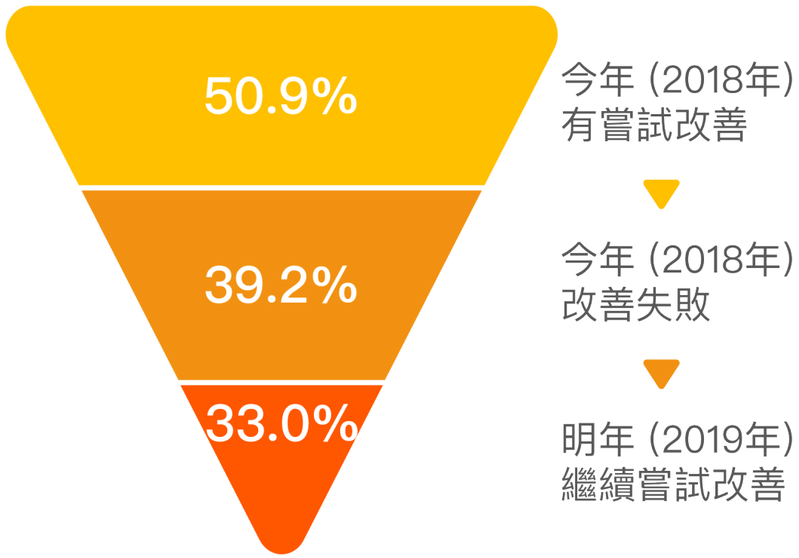




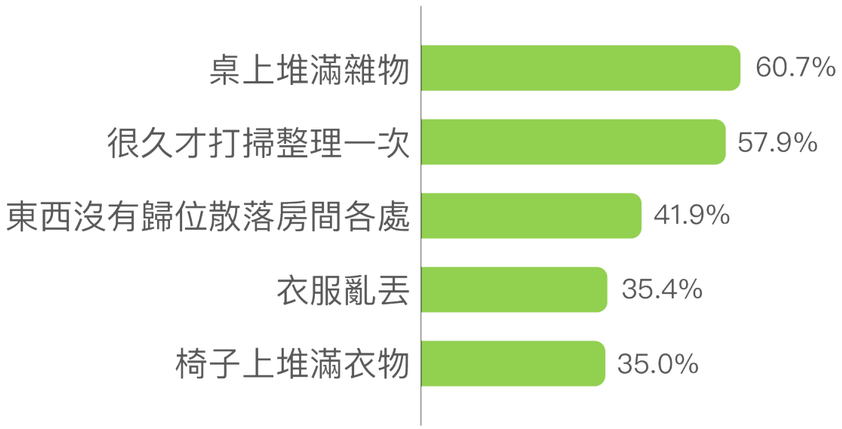
Base：有熬夜/晚睡習慣的受訪者 N=1410
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

房間很亂-其實很整齊，只是不明顯而已

有 60.7% 的網友有張堆滿雜物的桌子，還有 41.9% 是東西散落在房間各處的類型。值得一提的是，有 57.9% 的網友很久才打掃整理一次，這些網友的房間與其說亂，不如說有點髒啊？



房間亂的風格

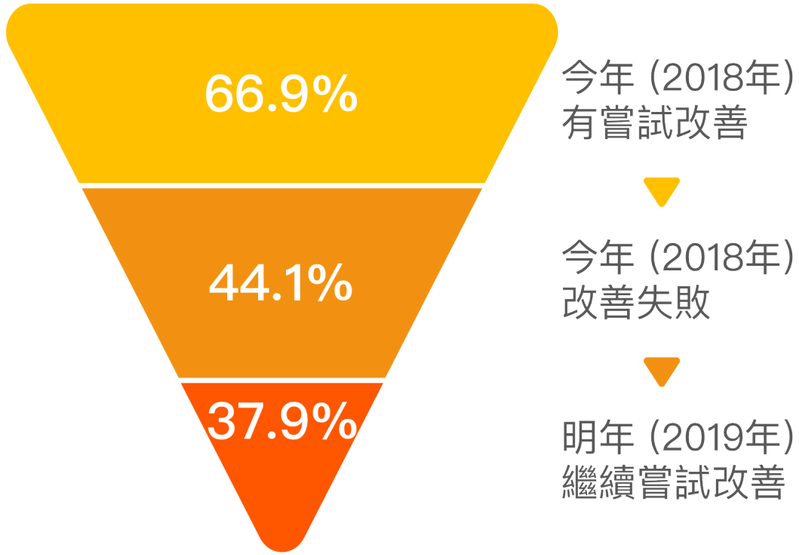


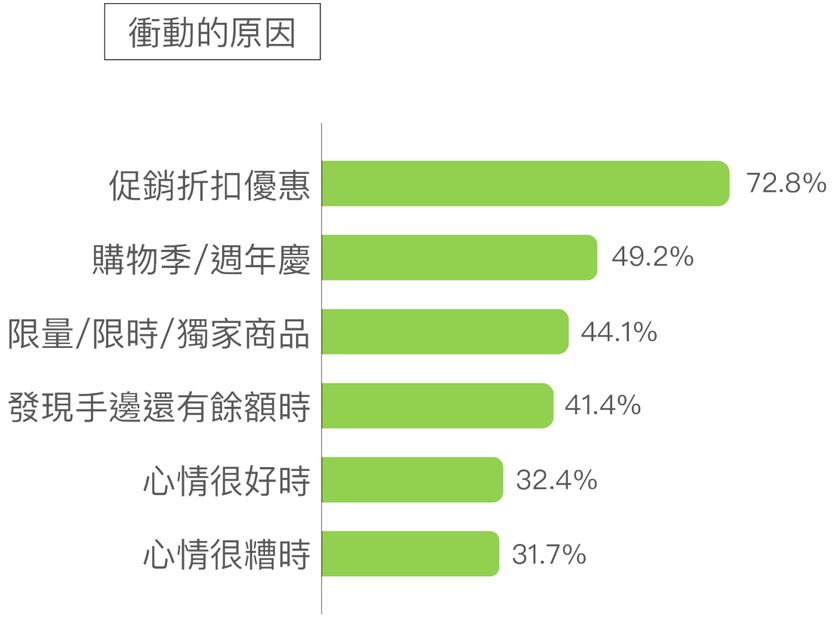
Base：有房間凌亂習慣的受訪者 N=806
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

衝動購物-人生短短幾個秋，不買不罷休

你會因為什麼樣的原因衝動購物呢？高達 72.8% 的網友都會受促銷折扣優惠影響，反觀購物季/週年慶、限量/限時/獨家商品等，皆未超過五成。

另外，有 32.4% 的網友會因為心情很好而衝動、31.7% 則是因為心情很糟而衝動，看來無論好壞、心情都可以是購物的好理由呢。

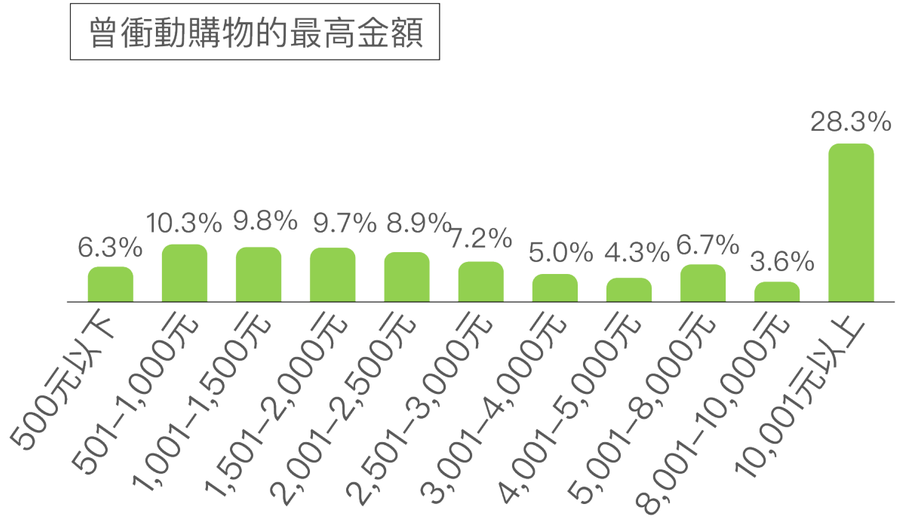




Base：有衝動購物習慣的受訪者 N=672
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

衝動購物-看來是真的很衝動

據調查結果，有 28.3% 的人曾經衝動購物的最高金額超過 10,001 元。進一步詢問網友最近一次的衝動購物品項，以「衣服」居冠，依序還有「零食」、「保養品」、「包包」等。

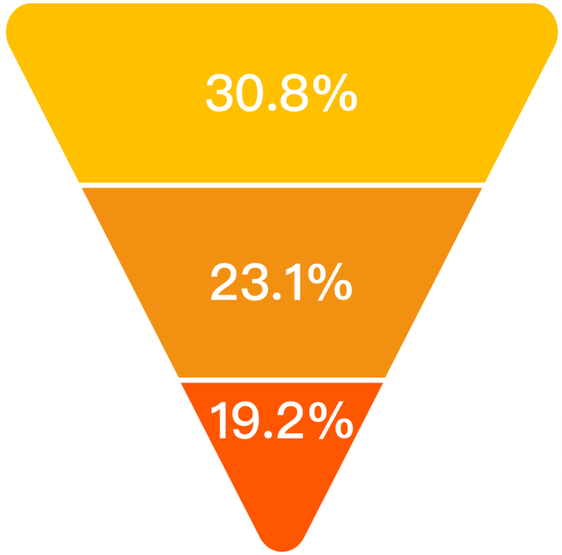


Base：有衝動購物習慣的受訪者 N=672
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

挑食-只是對吃比較講究

大家最不喜歡吃的是什麼呢？分析結果顯示，人緣最差的就是「苦瓜」，其次「茄子」與「青椒」難分高下，但不止蔬菜，「魚」也是有相當高的名次。

討厭的原因以氣味特殊 64.5%、口感不佳 60.2%占大宗。



今年 (2018年)
有嘗試改善

今年 (2018年)
改善失敗

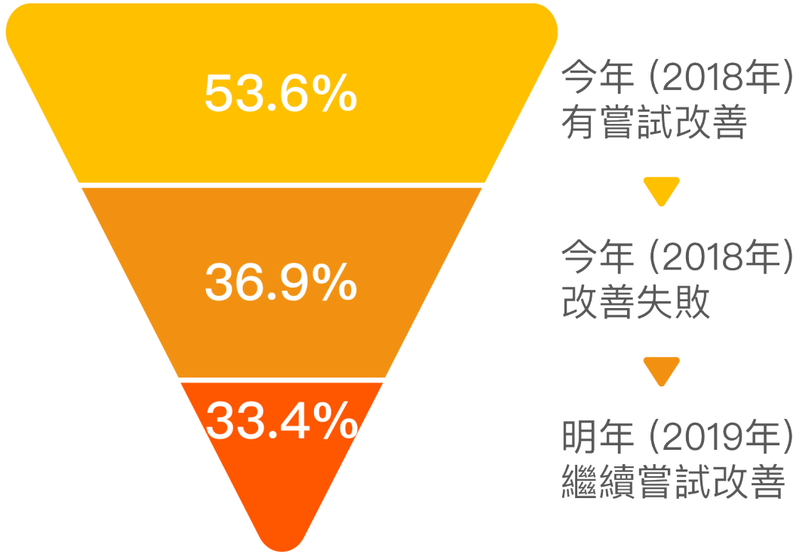
明年 (2019年)
繼續嘗試改善

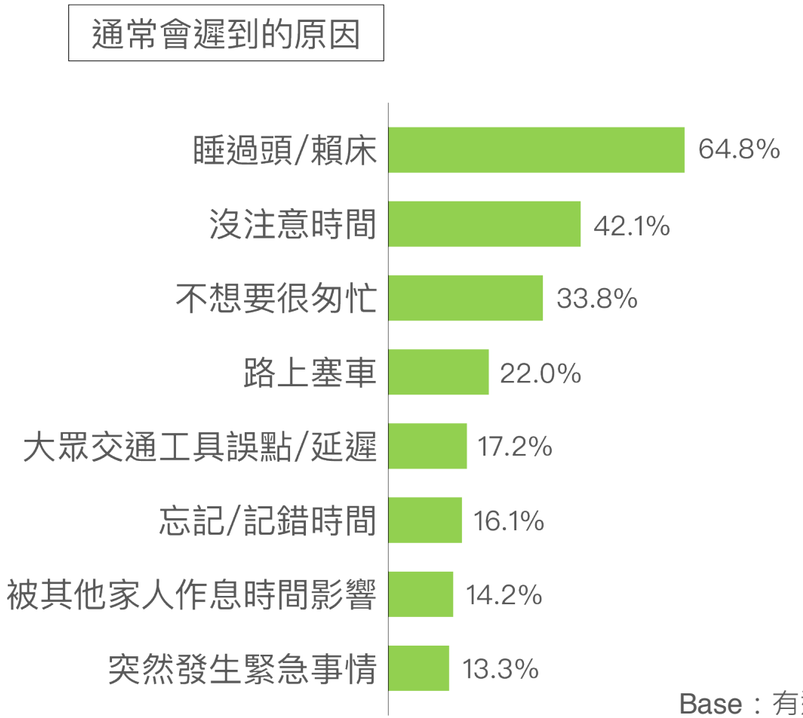
Base：有挑食習慣的受訪者 N=513
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

遲到-我的心在不同時區

有遲到習慣的人在上班/上課時遲到的比例高達 71.9%，第二名與朋友有約時剩 48.8%，第三名與另一半約會時更降為 19.5%。

遲到原因則以睡過頭/賴床 64.8% 奪冠，其次是沒注意時間 42.1%、不想要很匆忙 33.8%。因為睡過頭/賴床而遲到的人平均會按掉 3.09 次鬧鐘。常聽到交通出狀況或臨時有事等原因，究竟是不是真的呢？





Base：有遲到習慣的受訪者 N=325
資料來源：創市際市場研究顧問 Dec. 2018

研究觀察分享

- 熬夜/晚睡是五項壞習慣中佔比最高的，有這項壞習慣的網友平均在 12:50 AM 睡。
- 房間很亂的網友平均 3個月又23天整裡一次房間，希望大家在房間裡還有路可以走呢。
- 有衝動購物習慣的網友，今年有嘗試改善的比例最高有 66.9%，其次則是熬夜/晚睡 63.0%。
- 網友曾經衝動購物的最高金額平均為 3945 元，各金額中以 10,001 元以上占比最高。從結果看來，好像真是蠻衝動的啊。
- 說到討厭的食物，不喜歡的程度平均高達 8.81 分！而最先想到討厭的食物以「苦瓜」為首，整體而言蔬果佔了較高的比例。
- 有遲到習慣的網友雖然在上班/上課的遲到比例高達七成，但與長輩有約時僅剩 11.8% 的遲到率。長輩們看到這結果有感到開心嗎？

更多視覺性數據作品：IX視覺觀點

把數據變得有趣又好懂，認識 創市際 BeamMedia 創媒體

研究摘要

研究方法：

IX Survey 專業網路調查

研究對象與來源：

樣本來源為創市際iX:Panel大型樣本群，針對15-64歲台灣地區網友進行隨機抽樣

研究期間：

2018/12/12～2018/12/17

有效樣本數：

共計回收 2,120 份有效樣本，在95%信心水準下，抽樣誤差為±1.76%。再依照行政院主計處2018年06月台灣地區內政部人口之性別及年齡人口結構進行加權

		個數	百分比
性別	男性	1060	50.0%
	女性	1060	50.0%
年齡	15-19歲	165	7.8%
	20-24歲	196	9.3%
	25-29歲	198	9.4%
	30-34歲	206	9.7%
	35-39歲	252	11.9%
	40-44歲	233	11.0%
	45-49歲	223	10.5%
	50-54歲	226	10.6%
	55-59歲	224	10.5%
	60-64歲	197	9.3%
居住地	北部	972	45.8%
	中部	557	26.3%
	南部	591	27.9%

- 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

marcom@ixresearch.com