



創市際雙週刊 第一五五期

發刊日：2020年06月01日

IX 視覺觀點

共 感 - 台灣人疫情感受篇

共 感 - 疫情感受篇

誰都無法預料，原本快速運行的現代世界，居然讓一場突如其來的瘟疫打亂了計劃、甚而停擺，國界邊境封鎖，口罩成為必須，每張臉都只剩眼睛，人與人的物理距離必須相隔 1.5 米，瞬時之間，熟悉的一切得重新熟悉。

台灣十分幸運擁有敏感負責任的防疫團隊，搶先疫情大爆炸之前快速部署，台灣於是成為整個地球上，極少數在疫情期間，大多數人得以維持作息的地方。但無論身心靈，都已然有許多細節在這幾個月的時間裡改變了，我們透過創市際市場研究顧問的 IX Survey 線上研究整合系統於 2020 年 5 月 15 日至 5 月 17 日，針對台灣網友進行了「疫情感受調查」，總計回收 1,393 份有效問卷。

創市際視覺團隊 BeamMedia 創媒體以數據為本，將訊息化繁為簡，過去三年我們企劃製作了數個內容小網站：生活單位用詞「[日常單位](#)」、厭世程度量測「[厭世詞選](#)」、時代物件認知程度的「[時物招領](#)」，今年以影像形式發佈數據內容，在劇烈動盪而漸歸平靜的生活中，回放日常。

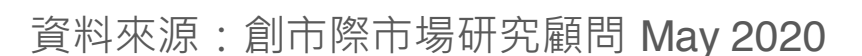
共 感

台灣人 疫情感受調查

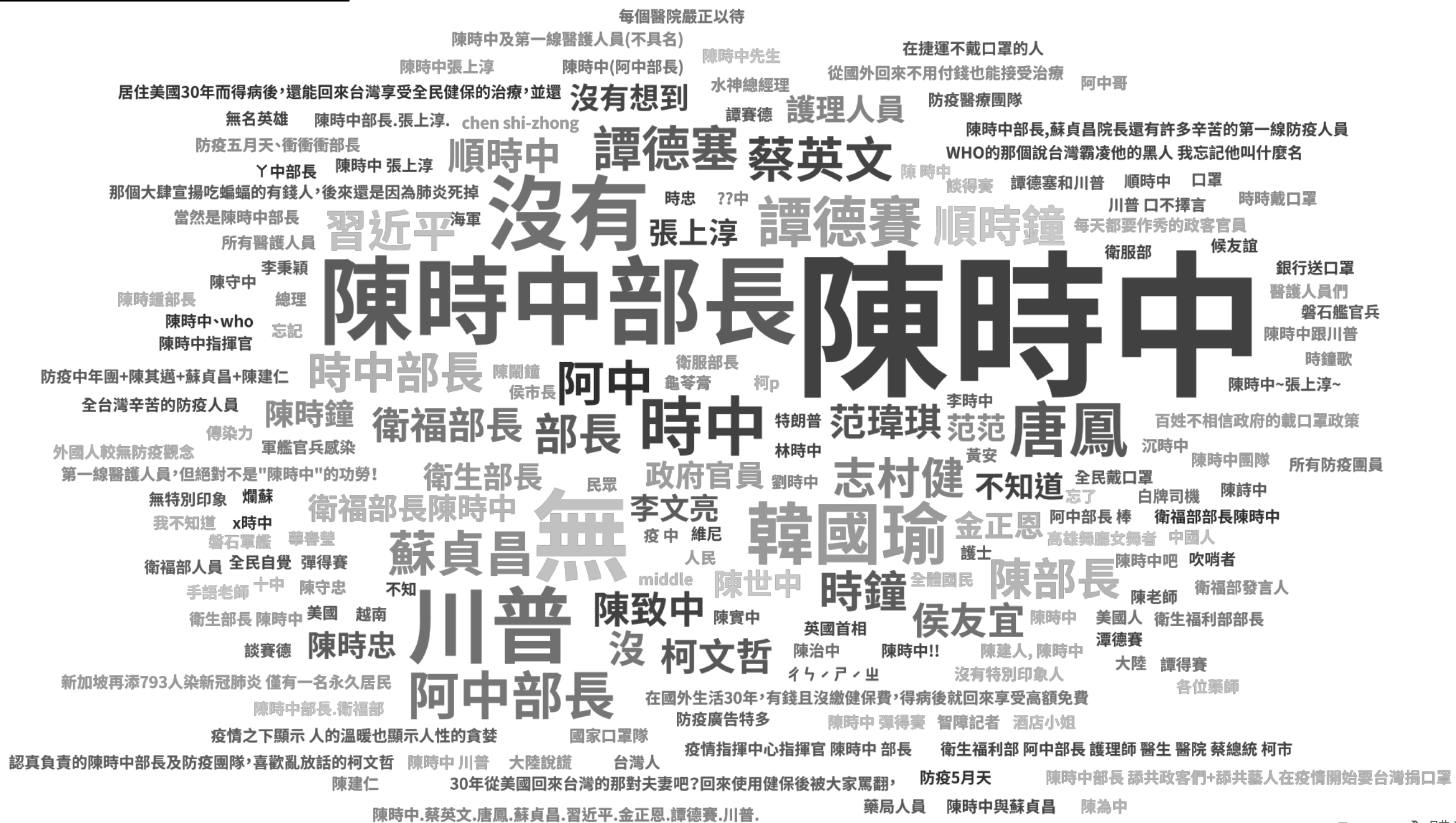
「共 感：台灣人疫情感受調查」短片 <https://www.youtube.com/watch?v=8boyOotB798>

研究觀察分享

- 首先是定義的部份，在與親友聊天時，多數人表示會以「**武漢肺炎**」來稱呼這次的疫情。
- 疫情影響廣泛，僅有 **2%** 的人認為自己完全沒有受到影響，而受到影響的程度，以滿分十分來看，平均影響分數為 **6.14** 分。
- 疫情影響範圍略分為工作與生活兩部份。因為台灣疫情防制得當，工作方面有 **55.6%** 的台灣人表示沒有變化，其他人則面臨**取消出差或延期、分批上班、居家辦公...** 等措施，而在本次疫情中受到高度討論，甚而有些單位計劃未來持續進行的是**居家辦公**，**134** 位在疫情中曾居家辦公的台灣人，對此的喜好程度，打上 **7.18** 分。
- 台灣防疫表現優異，滿分 **10** 分，台灣人打了 **8** 分的高分，其中更有超過二成的人給予滿分的鼓勵。在防疫期間，印象最深刻的人物是每天開記者會衛福部**陳時中**部長，後期更「轉型」成為最強業配網紅，但調查顯示，因為收看直播而特別去購買相關商品的人，只佔了約一成。
- 疫情期間，**41.6%** 的台灣人主要關注疫情的資訊來源是**電視新聞**，其次為**網路新聞**，佔了近兩成。另有 **14.7%** 則是以**通訊軟體**為主。
- 疫情結束後第一件想作的事，多數人表達強烈的**出國、旅遊**意願，另有許多台灣人表示**不想再戴口罩**了。



這次疫情中，印象最深刻的人



Base: 全體受訪者 N=1,393

資料來源：創市際市場研究顧問 May 2020

疫情結束後第一件想作的事



Base: 全體受訪者 N=1,393

資料來源：創市際市場研究顧問 May 2020



研究摘要

研究方法：

線上調查（IX Survey線上研究整合系統）

研究對象與來源：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對台灣地區 15 – 64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2020/05/15 ~ 2020/05/18

有效樣本數：

N=1,393 份成功樣本（在 95% 的信心水準下，抽樣誤差約正負 2.63%，再依照 2019 年 12 月台灣地區上網人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。）



- ▶ 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。

m marcom@ixresearch.com