

昆山蓝领工人消费行为调查

An Investigation on the Consumption Behaviors
of the Blue-collar workers in Kunshan

U-corp @我的打工网

Duke Kunshan University

2022. 11.25

Jiaying Li, Yifei Luo, Ziqi Li

目录

Overview

01

研究框架
Research Structure

02

文献综述
Literature Review

03

研究方法
Research Method

04

调查结果
Research Results

05

数据分析
Data Analysis

06

结论与启示
Conclusion & Insights

PART

01

研究框架

Research
Structure

DKU Ucorp@wodedagongwan.com Rights Reserved

研究问题：探究蓝领工人的消费行为特点，背后原因，及其影响

Investigating the Consumption Behaviors of the Blue-collar workers in Kunshan

消费者个体 \Leftrightarrow 社会环境

Consumer \Leftrightarrow Environment



消费者肖像



消费原因



消费行为



如何影响消费者和消费行为



如何被消费者反向影响

PART 02

文献综述

- 社会环境
- 个体消费原因
- 身份认同
- 消费特点

Social Environment

Individual Reason

Self-Identification

Consumption Features

消费原因

Consumption
Reasons

01

社会环境

social environment

- 国家政策导向
- 城市文化刺激

02

个人原因

Individual Reason

- 职业需求
- 素质提升
- 关系建构
- 内生性认同
- 情感宣泄
- 炫耀示差



消费认同:

- 二元身份认同
- 消费社会价值: 社会地位, 他人认同, 自身定位和角色的接受
- 消费符号

通过向社会彰显自己的**消费实践**, 主动选择“向市民靠拢的”城市生活方式, 来增强身份认同并争取社会承认。

消费特点

Consumption
Feature

观念 Notion

后卫→→前卫
趋于城镇化



水平 Level

更敢于在城市打工，在城市消费
消费场所层次提高



工具 Tool

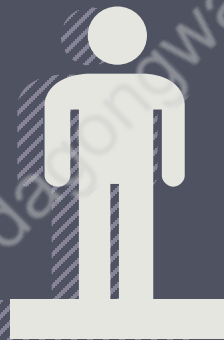
传统→→现代



结构和内容 Pattern

简单→→多元

- 两栖消费
- 身体消费
- 手机消费



PART 03

研究方法

定向研究
Qualitative
Research

实地考察 Field Observation

采访 Interview

定量研究
Quantitative
Research

问卷 Survey

研究方法思路

Research Methods

问卷 Survey

通过线上问卷了解蓝领工人的个人信息，消费特点及消费原因。

By making and distributing online surveys to investigate blue-collar workers' consumption characteristics and structure.

实地考察 Field Observation

通过对“仁宝”、“富士康”等厂区的周边商铺和宿舍区的实地考察了解蓝领工人的消费场所及消费环境。

Through field observation of the surrounding shops and dormitories of Compal, Foxconn, and other factories to investigate the consumption places and consumption environment of blue-collar workers.

采访 Interview

在博悦集散中心进行现场采访，更深入地了解蓝领工人的生存状况，生活方式，和就业情况。

Conduct on-site interviews in Boyue Distribution Center to have a deeper understanding of the living conditions, lifestyle, and employment of blue-collar workers.

PART 04

调查结果

定向研究
Qualitative
Research

实地考察 Field Observation

采访 Interview

定量研究
Quantitative
Research

问卷 Survey

DKU Ucorp@wodedagongwo.com Rights Reserved

实地考察 Field Observation - 商铺 shops

- 娱乐场所
 - KTV
 - 美甲店
 - 美容按摩店
 - 理发店
- 餐饮
 - 小饭馆
 - 烧烤店
 - 小吃店
 - 奶茶店
- 日杂店



实地考察 Field Observation

- 住宿 Residence

- 租房小区
- 厂区宿舍
- 日结房



实地考察 Field Observation - 疫情 Covid-19

- 对商铺
 - 关门
 - 营业时间
- 对蓝领工人
 - 接单少
 - 工作难找



采访 Interview - 培训机构 Training Institution

- 培训类别
 - 学历提升
 - 高级技师
- 培训费用
 - 四千到一万
- 培训时间
 - 三个月一年
- 培训原因
 - 个人
 - 工厂



采访 Interview - 博悦集散中心 Terminal Market

- 生活方式
 - 住房
 - 吃饭
 - 购物
- 就业预期
 - 工资
 - 时长
- 应聘者/消费者
 - 年龄
 - 性别
 - 家庭



问卷 Survey

切换主题 游客模式

新市民消费行为调查

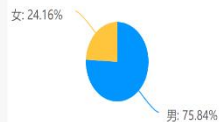
最近更新日期

2022-10-25 20:42

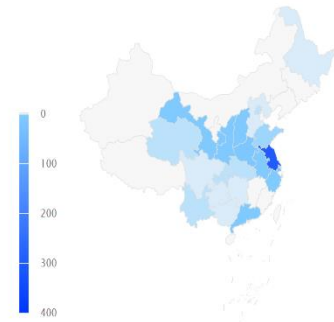
答卷总数

389

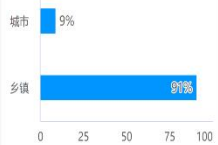
1.您的性别:



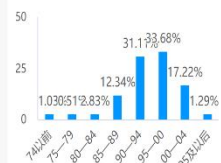
位置分布



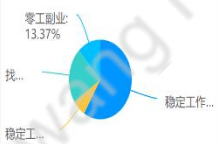
3.户口



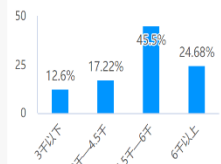
2.出生时间



4.是否有稳定工作



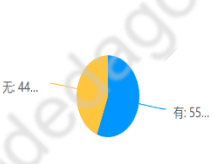
5.月收入



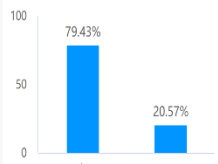
6.平均年收入



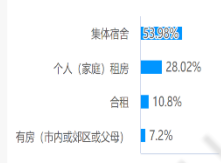
7.每年有无储蓄结余



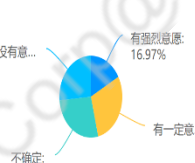
8.有无储蓄计划



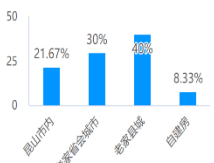
9.城市住宿



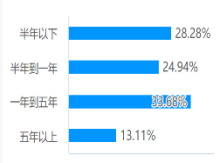
10.购房意向



11.具体理想的购房地点



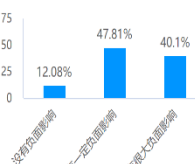
12.在本地居住了多长时间了



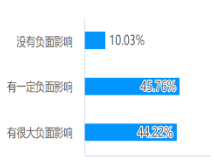
13.有无落户意愿



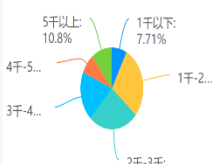
14.疫情对工作的影响



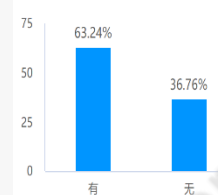
15.疫情对收入的影响



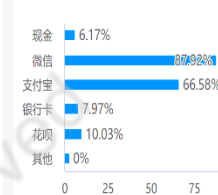
16.月支出



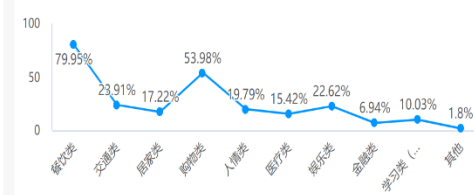
17.有无支出计划



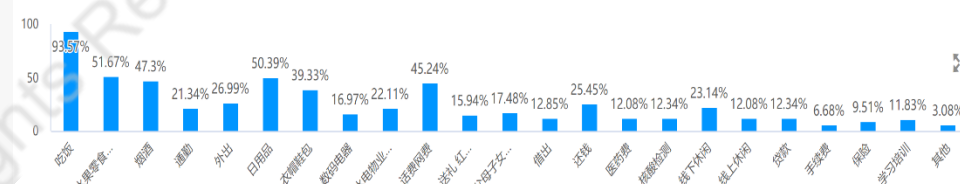
19.您消费时主要使用的支付工具是:



20.以下哪几类消费让你觉得投入的支出太多了



18.以下哪几项消费,在您的月支出中占比较多



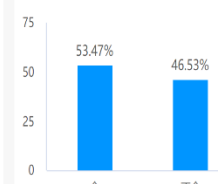
21.虽然现在觉得花多了,但当时消费的原因是



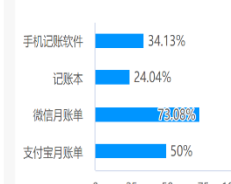
22.后悔消费后采取的行动:



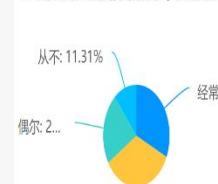
23.是否会复盘总结月支出走向



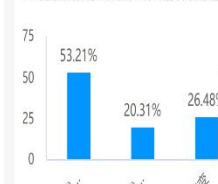
24.适用什么方式总结



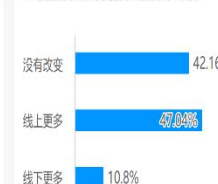
25.是否会对自己的消费进行管理(比如适当控...)



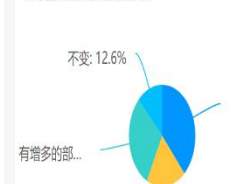
26.疫情是否影响了您线上线下消费平台的选择



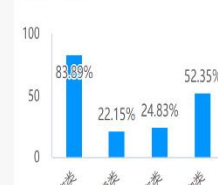
27.疫情后您的主要消费平台是否发生改变



28.疫情是否影响了您的月支出



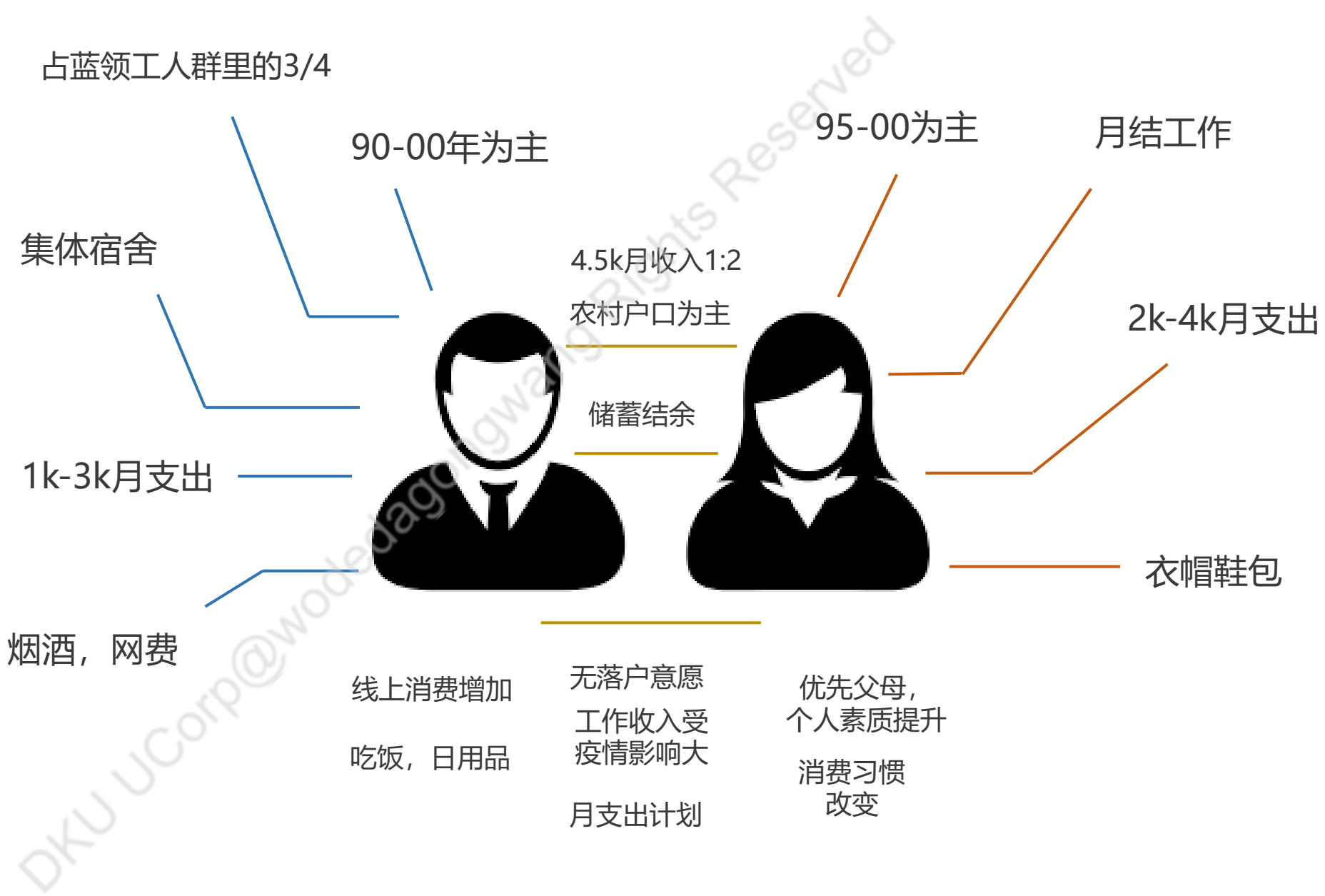
29.哪方面增多



30.哪方面减少



消费者肖像 Consumer Portrait



问卷与实地调查的差异

Differences between survey and field work



水果零食饮料：少VS多



储蓄计划：无VS有



线下休闲：少VS多



后悔后的举动：丢掉VS退货



复盘月支出走向：无VS有



学习培训(个人技能提升):
无vs有

DKU US Corp @ wodedagongwang Rights Reserved

PART

05

数据分析

Data
Analysis

DKU Ucorp@wodedagongying Rights Reserved

消费原因

Consumption Factor

1) 生活必须 (被动消费)	145人
2) 喜欢 无法控制 (主动消费)	91人
3) 不知道自己怎么就消费了	13人
4) 认为自己没有过多的消费	5人
5) 学习培训未来 (长远目标)	6人

- 年龄 (80-84, 90-00)
- 月收入 (6k+)
- 月支出 (1k-, 4k+)
- 住宿 (个人租房)
- 来昆山时长 (1年以上)



数据分析				
服装 Clothes	70%女性	20%在找工作中 20%没有明确购房意愿	70%认为在学习技能上 花费过多	80%认为疫情 对找工作 没有负面影响
水电物业房租 Utility bills	10%男性	10%住集体宿舍	60%没有落户意愿	10%月支出<2000
烟酒 Tobacco Alcohol	70%男性	70%认为在娱乐上 消费过多的人	70%日结零工找工作中	
家人 Family	50% 85-89年	30% 认为在人情消费上 支出过多		

数据分析				
保险 Insurance	30%月支出>5000的人	20%月支出<1000		
学习培训 Learning	20%觉得在休闲娱乐上 花费过多的人	30%觉得在金融上 花费过多的人	30%觉得在医疗费上 花费过多的人	
网费话费 Net charge	10%<1000	70%在昆山居住 5年以上的人	70%认为在娱乐上 消费过多的人	70%认为在医疗保健 上支出过多的人
日用品 Daily necessity	70%女性 49%男性	70%认为在医疗保健上 支出过多的人		

数据分析			
核酸 Covid Test	30%认为疫情对找工作有影响的人		
红包 Red Packet	月支出 < 5000	工资 3000~6000	
借钱 Borrow Money	普遍不愿意借钱, 尤其是5000以下	在昆山居住 > 5年	
医药费 Medical Fee	20%觉得在学习和技能方面花多了的人	60% 75-79年的人	

PART

06

启示与建议

Insight &
Suggestion

DKU UCorp@wodedagongwang Rights Reserved

启示 Insight

蓝领工人消费行为结构中不利于长期发展的部分及原因？



学习和培训技能不被重视→没有学习和增长技能的意识→缺乏上升空间



无法控制支出，保险金融投入较少→没有理财意识和消费管理意识→月光族，没有结余，无法应对突发状况



短期娱乐性消费过多→没有长期目标→不利于个人价值的实现，心理状态迷茫

启示 Insight

蓝领工人群体发展路径?

Ideal future path for blue-collar workers?



了解学习和培训的重要性以及紧迫性 → 工作被替代, 失业生存危机 → 培养学习主动性








培养理财意识 → 应急费用及突发状况对生活的影响 → 主动存钱购买保险和理财产品



寻找长期目标 → 明确的个人规划 → 积极的生活状态

启示 Insight

社会环境及企业能够如何引导蓝领工人发展？
How environment induce the development of blue-collar worker?

-  引导减少刻板印象 (e.g. 厂内氛围改善)
-  更多关注蓝领工人的生存状况和生活状态
-  鼓励学习和技能培养 (e.g. 基于补贴, 升职机会, 经纪人引导等)
-  鼓励查看月账单复盘月支出 (e.g. 激励短信, 月 (周) 账单发送)
-  鼓励制定短期目标和长期目标 (e.g. 经纪人沟通, 鼓励同行的工人互相督促)

建议 Suggestions

Future Research

- 1) 找工作的时间：一段工作结束后，是否会立刻找工作，还是先休息一段时间，休息时间里会干什么，花销如何？
- 2) 购房意愿：是否在来昆山的日子里发生变化，为什么
- 3) 支出大头：话费网费，还钱（非花呗），线下休闲（具体）
- 4) 月支出走向：如何复盘
- 5) 疫情购物影响：吃饭和购物的具体增多减少
- 6) 消费变化：具体的改变和改变的原因

Thank You for Listening !

DKU UCorp@wodedagongwang Rights Reserved