社区生活报告

寻找我们的幸福之所

2024年2月

© Ingka Centres Holding B.V. 2024
部分图片由Inter IKEA Systems B.V.提供

目录

当今世界的现状

社区正在发生什么?

变化中的面孔

共同的需求

在一起，更美好

此刻的平静

寻找更好的平衡

未来的趋势

展望未来

总结

附录

社区正在发生什么?

社区景象的变更

近年来，社区及其居民的需求发生了不少变化。

一方面，我们的寿命越来越长。越来越多的人摆脱了贫困，人们的生活质量不断提高。另一方面，我们生活在一个动荡的时代，环境恶化和经济挑战并存，人们的钱包也在不断缩水。大众生活环境的城市化水平不断提升，但许多人却经历着孤独和隔阂。

我们的需求变化

为了应对这些变化，我们愈发依赖社区来寻求稳定、支持和安慰。我们渴望通过友善、热闹和集体性的乐趣来保持积极乐观的生活态度。在不同地方，人们的具体做法各不相同。但在全球范围，酒店和零售领域的活动更受大众的偏爱。

各个年龄群体都在寻找新的方式来放松、休息和与家以外的人们建立联系。过去，人们通过诸如宗教崇拜、外出就餐等活动来获得社区归属感。现在，探索小众的活动和一起锻炼对于建立此类社区联系同样重要。

此外，我们也在追求生活的平衡，既要热闹，也要享受平静。当生活变得混乱，超出我们的掌控时，我们会加入书友会，在休息室放松，或在大自然中寻找慰藉。我们要保护自己，并找到自己的“安全空间”——但与此同时，我们希望能与有相同需求的人建立联系。

所有这一切都是为了更好地平衡我们的身心健康。越来越多的人开始重视身心健康，因为我们知道，只有照顾好自己，我们才能更好地照顾他人。

场所的演变

在家以外，我们与他人的互动方式以及我们对这类互动空间的看法出现了变化，这意味着我们的聚会场所也必须相应地演变。

无论是室内或户外，实体空间都必须更加努力发挥作用，为社区的蓬勃发展提供所需的支持和养分。

在本报告中，我们收集了来自五个国家（包括瑞典、波兰、西班牙、美国和中国）超过5000人的意见，通过定性和定量研究相结合的方式，深入探讨了他们的社区体验。

完整研究方法请参阅附录。

英格卡购物中心所说的社区是指什么？

英格卡购物中心认为“社区”的概念由一群人聚在一起时激发的归属感和凝聚力而形成。

社区的规模各不相同，既可以是仅有五人的小团体，也可以是覆盖整个街区的广泛社群。比起人数规模，更重要的是社区所共有的强烈身份认同、目标和/或兴趣。

变化中的面孔

社区往往非常繁忙。以下三个典型人物*的故事可以帮助你更好地理解本次研究，以及我们的研究成果可以对他们的生活方式产生何种影响。

Clara

亲子家庭

年龄	**34**
地点	**巴塞罗那郊区**
家庭组成	**Mario（伴侣）、Maya（女儿）和Luis（儿子）**
最快乐的时刻	**置身于大自然中**
放松方式	**在网上与好友和家人保持联系**

Clara一家的生活充满活力，有时甚至稍显混乱，常常要兼顾学校的跑步训练和各种课后活动。

他们喜欢全家人一起外出和购物，尤其是看电影或品尝美食，对他们来说更是乐趣无穷。然而，Clara和她的家人最喜欢的还是去公园或海滩——尤其是当孩子可以和其他小朋友一起玩，而大人则可以和其他父母聊聊天。

待孩子上床睡觉后，Clara喜欢在网上聊天。作为一位忙碌的母亲，这无疑是她与朋友和家人维系关系最简单且经济的方式。对于Clara来说，一个理想的空间应能够同时激励不同年龄段的人放肆玩耍，还有专门的区域可供活动后的休息放松。

*请注意，图片为模特，仅作说明之用

Lian

都市年轻人

年龄	**26**
地点	**北京**
家庭组成	**单身**
最快乐的时刻	**保持良好的平衡心态**
放松方式	**锻炼，包括去健身房、在攀岩中心运动和跑步**

Lian生活忙碌，她努力在保持健康、维系友情和寻求新鲜体验之间找到平衡，与此同时，她在职场上表现出色，以争取获得晋升的机会。工作占据了Lian大部分时间，所以她喜欢混合办公方式：有时在办公室，有时在家中，或者有时在充满温馨气息的共享办公空间。

Lian觉得运动可以帮助自己放松。她还喜欢购物，以及在工作日下班后与朋友在餐厅或酒吧见面。当她不想线下聚会时，她会选择呆在家里，通过游戏与朋友保持联系。

对Lian来说，在自我发展和与他人共处之间取得适当的平衡很重要。Lian总是寻找机会尝试新鲜事物。无论是面对面还是线上体验，只要是易于获取、充满包容性和可持续的事物，她都乐于去尝试。

*请注意，图片为模特，仅作说明之用

Burt

空巢老人

年龄	**66**
地点	**旧金山湾区**
家庭组成	**Diane（妻子）**
最快乐的时刻	**在家附近的咖啡馆与其他常客聊天**
放松方式	**散步或骑自行车，然后在餐厅用餐**

Burt最近退休了。他很享受自己现在新的生活方式，他有更多的空闲时间与Diane和他三个已经成年的孩子相处，他的孩子有时会来探望他。他们一家人更喜欢见面，因为视频通话总感觉不够特别。

对于Burt来说，大多数早上，他都会先去家附近的一家咖啡馆。这间咖啡馆有一个很棒的户外休息区，不太拥挤，也不嘈杂。Burt尽量避开人多的地方，因为他仍然担心新冠，因为几年前Diane感染后病得很严重。

现在Burt和Diane有了更多的时间，他们想多花点时间探索湾区周围的大自然。Burt非常重视身心健康，因此外出活动对他来说很重要。

这三个人的情况迥然不同。但他们之间也有很多相似之处。继续阅读，了解我们可以如何让社区更好地为世界各地的人们服务，并应对许多社区所面临的全球性挑战。

*请注意，图片为模特，仅作说明之用

在一起，更美好

我们很多人都喜欢让家以外的时光保持忙碌充实。但事实上，我们发现并非参与的每一项活动都能来社区般的归属感。我们其实还是局限在自己的世界里，做着自己的事情。

这与很多人的愿望背道而驰。人们渴望通过一些新颖、小众且不同的活动来建立联系，这些活动让人们得以聚在一起，成为集体的一部分。然而，很多因素阻碍了我们做到这一点，比如活动成本太高，组织起来太困难，或者大家都太忙，没时间。

我们聚在一起做什么

在家以外，人们与他人一起做的最多的三项活动是购物、去餐馆/酒吧/咖啡馆和亲近大自然。超过**2/5**的人每月都会与他人一起购物或去餐馆、酒吧或咖啡馆。

右侧图表显示了所有国家/地区的总人数比例。但是，不同市场之间存在很大差异。例如，在所有国家/地区中，中国最活跃，而瑞典最不活跃。在波兰，人们更喜欢进行户外活动，而在西班牙，人们更热衷于社交活动。在美国，人们在各类活动中的参与度相对平均。

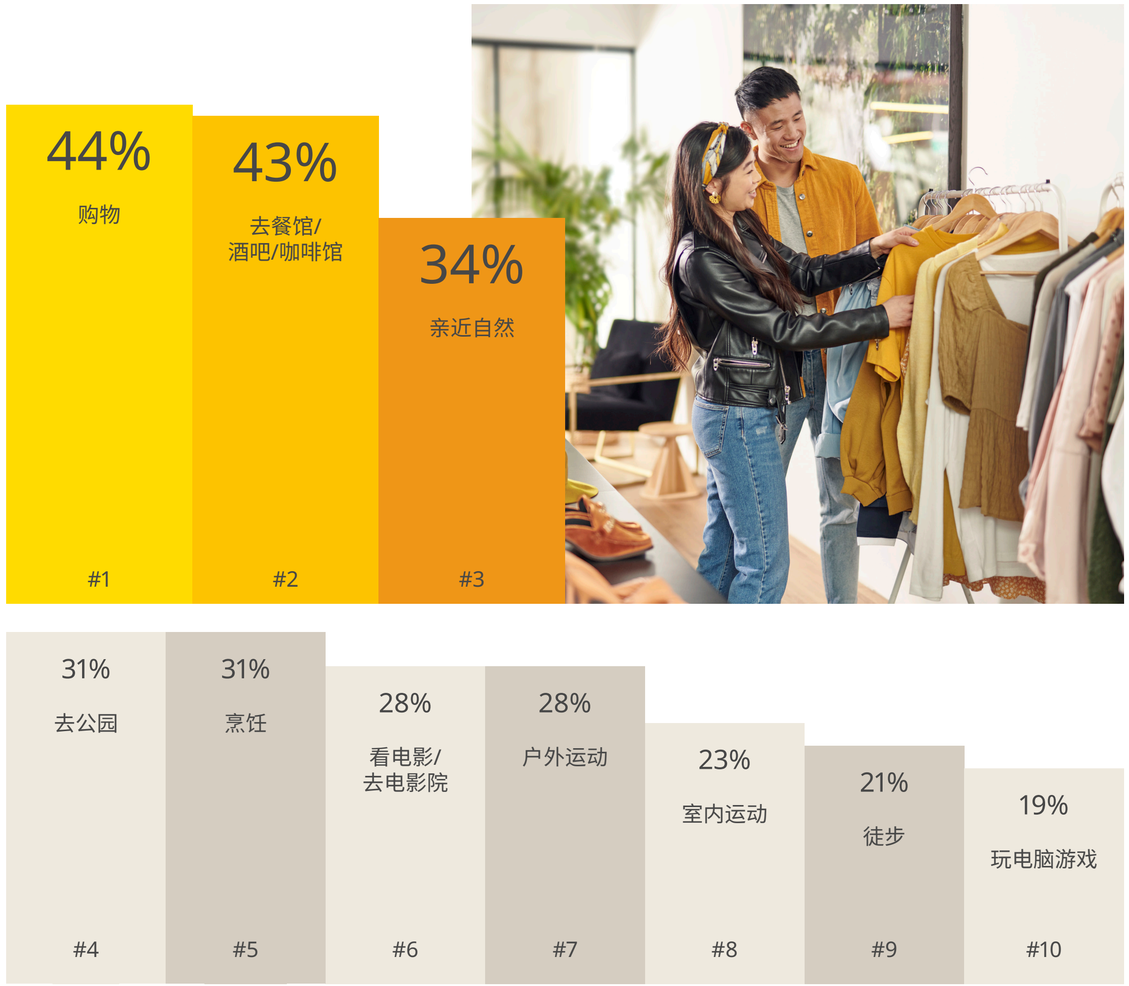
在比较人们进行的不同活动时，我们发现去餐馆、酒吧或咖啡馆是人们最能获得社区归属感的活动。

与他人一起购物是最常见的活动，但这是我们最难获得社区归属感的活动。虽然慈善工作、志愿者服务、政治和宗教活动在参与人数方面属于较小众的活动，但这些基于身份认同的活动更有可能让人们获得社区归属感。

2/3

从事慈善工作、志愿者服务、去宗教场所或从事政治活动的人同时也会认为自己是这些社区的一分子。

在家以外与他人一起做的前10类活动



寻找乐趣、身心健康和更深层次的联系

家是我们的大本营。但是，走出家门对我们来说也是一件好事。

我们参与家以外的活动，主要因为我们乐在其中**(80%)**。然而，享受娱乐**(76%)**、支持身心健康**(74%)**以及摆脱繁杂的日常生活**(73%)**也是较多人选择的原因。

但是，我们社交的目的不仅仅是为了寻找乐趣。当我们与他人一起活动时，可以感觉到自己与志趣相投的人在一起，能够与他人建立联系。

近

8/10

像Clara这样有孩子的家庭认为，前往实体空间参与活动可以获得更丰富的体验。

然而，对于面对面的线下会面，一个潜在障碍是人们普遍认为这种方式花费昂贵。对于家庭来说尤其如此。

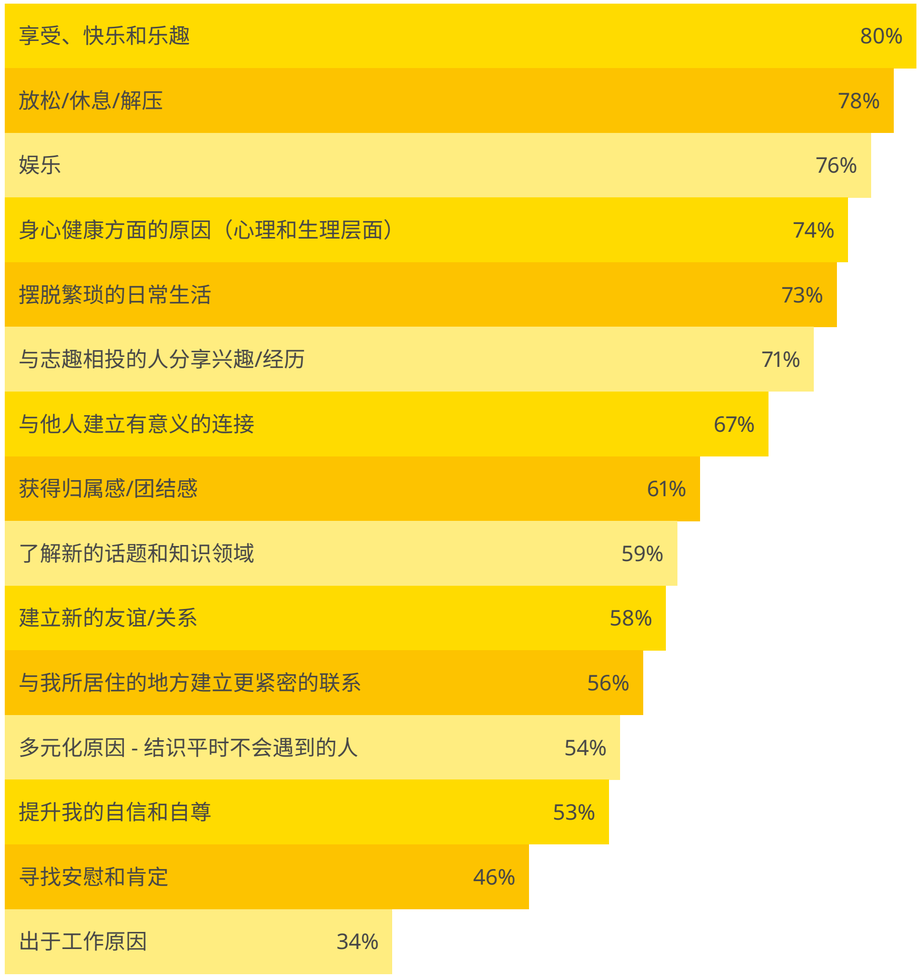
一起享受快乐时光

在各个国家和地区，享受快乐时光是人们与家庭以外的人互动联系的首要动机。

研究范围内的欧洲国家普遍遵循这一趋势，但其中也存在一些值得关注的特例。瑞典人更倾向于为了获得归属感或团结感而参与活动。相比之下，西班牙人则更多地受乐趣和享受所驱动。

中国的受访者表示，他们参与活动的动机是多方面的。尽管追求乐趣等动机是他们参与社交活动的重要原因，但与认同感相关的动机也同样重要，例如，与志趣相投的人相处，以及能与他人互动交流。

与他人一起参与活动的动机



电竞游戏：鼓励社区参与游戏

2023年，英格卡购物中心与瑞典电子竞技联合会(SESF)合作，在瑞典多个城市举办了一系列有趣的电竞节日活动。

通过这些活动，鼓励当地社区的大众走出家门，在公共场所与他人见面、一起打游戏并了解更多关于电竞游戏的信息。

多功能空间的兴起

为单一用途而设计的聚会空间已经不合时宜。如今，人们期望聚会空间能够满足多种需求。

近**1/5(17%)**的受访者表示，聚会空间应该具有灵活的多功能性，适合进行各种活动，而**29%**的受访者则表示，室内和室外空间都应该具备。

对于聚会空间而言，满足人们的情感需求是确保其成功的最重要因素，但除此之外，还有一个功能需求尤为突出：提供美味的餐饮选择！

超过

1/3

的受访者表示，理想的聚会场所应具备优质的餐饮选择

但是，人们不希望需要长途跋涉才能到达聚会空间。四分之一的受访者表示，聚会空间与家庭或工作地点的实际距离近一些非常重要。

年轻人的专属空间

在波兰卢布林市，30岁以下的人口占全市人口的**35%**。

在卢布林市2023年欧洲青年之都庆祝活动期间，SKENDE购物中心以满足年轻人的需求为出发点，创建了一个名为“Miejscówka”的专属空间。

该空间包括一个工作坊、自拍亭、电竞游戏区和一个画廊，旨在促进来自波兰、乌克兰和其他周边国家的年轻人之间的交流和联系。

能够拥有独自做事的自由固然是一件好事，但越来越多人渴望寻找与他人共事的机会。毕竟，这能让我们充满活力，为我们带来归属感，并增添生活的乐趣。我们需要的是减少共处的障碍。

此刻的平静

许多人都向往充满活力、热闹繁荣的社区空间。但与此同时，人们也需要和平与安宁，一个人们可以逃离喧嚣、沉浸在自我世界的空间。

生活在这个充满不确定性的时代，我们渴望平静、舒适与温馨的空间。我们希望在这些私密空间里享受慢节奏的生活，玩玩棋盘游戏、从事手工项目，或者在大自然中放松身心，投入到任何可以帮助我们恢复和放松的事物中。

没错，我们在家里也可以做这些“舒适”之事。但是，当我们走出家门，与他人共同体验这些活动时，我们往往更有安全感，与他人的联系更紧密，从而更好地理解世界。

满足情感需求的空间

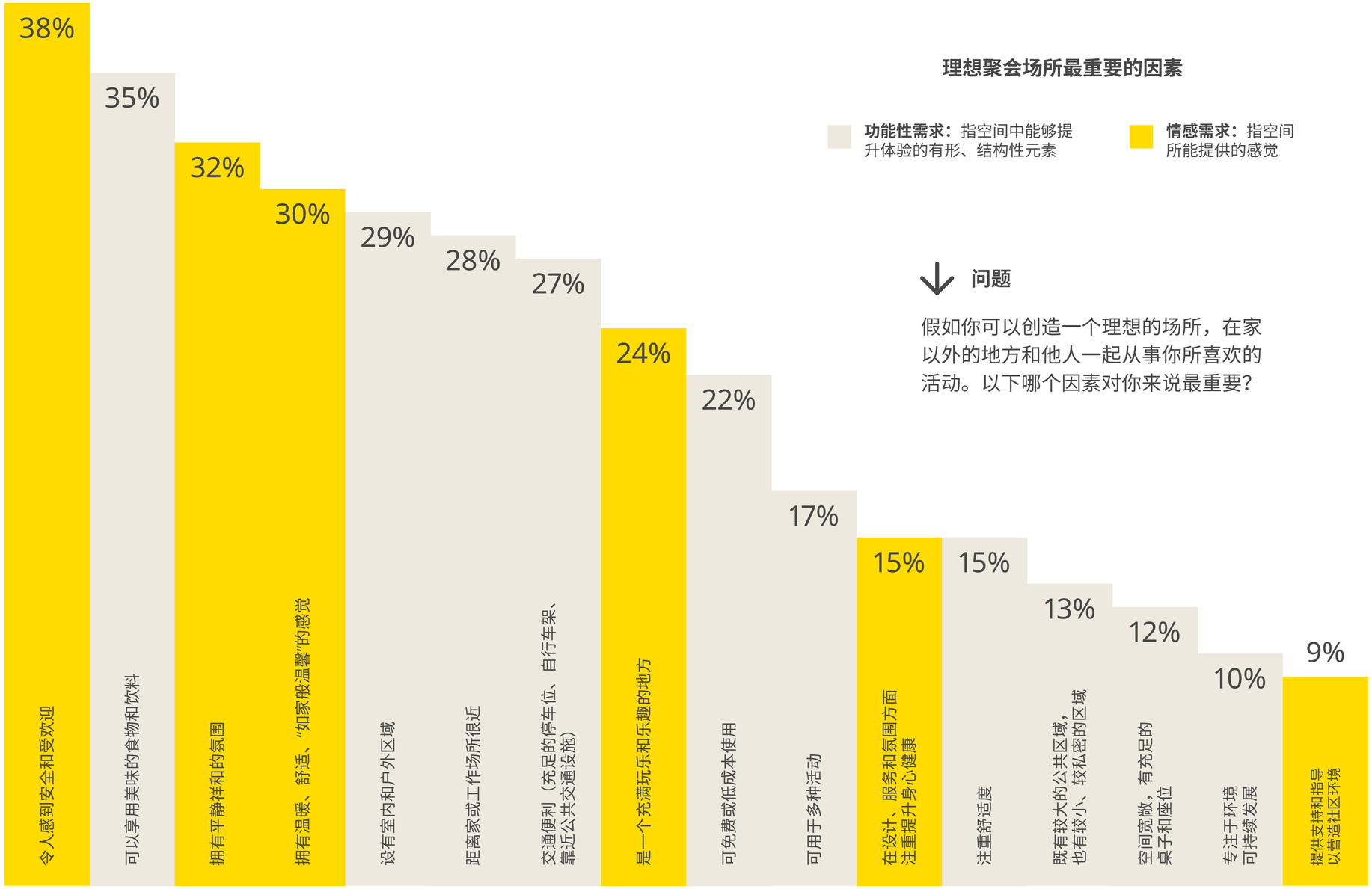
聚会场所应能够满足所在社区的各种情感和功能需求。但我们发现，情感需求是最重要的。

- 空间的**体验感**远比其功能性因素更为重要。
- 一个新的社区空间必须让每个人都感到**包容开放和受欢迎**
- 新空间应尽可能满足**多种活动**需求
- 对于新空间，与家和其他常去目的地（比如工作场所）的**近便程度**是最重要的因素

理想聚会场所最重要的因素

功能性需求：指空间中能够提升体验的有形、结构性元素

情感需求：指空间所能提供的感觉



问题

假如你可以创造一个理想的场所，在家以外的地方和他人一起从事你所喜欢的活动。以下哪个因素对你来说最重要？

放松身心的角落

一个理想的聚会场所应能够让我们感到安全和受欢迎。除此之外，还需要为我们提供能够放松的空间。毕竟，当我们能在公共场所放松时，才能在彼此身边放松下来。这样，我们才能找到一个家外之家。

在所有参与调查的国家/地区中，放松身心的空间被列为理想聚会场所里最重要的组成部分。其中，波兰、西班牙和美国的受访者对这一点的重视程度特别高。

对于像Burt这样的空巢老人来说，理想的聚会场所需要设有放松的区域。

超过

1/3

的受访者表示，理想的聚会场所应该让人感到安全和受欢迎

在波兰和西班牙，平静祥和、“如家般温馨”的感觉对于理想的聚会场所尤为重要

在大自然中放松

我们在家内外都在寻求更加宁静和温馨的环境。对于许多人来说，大自然拥有强大的滋养力量。大约**40%**的受访者表示，包括室内和户外绿化区域在内的放松空间是理想聚会场所的重要组成部分。

因为事实证明，大自然不仅能带来平静感。还有助于创造一个能为我们带来强烈社区归属感的空间。

对于像Lian这样的都市年轻人来说，户外运动和亲近大自然是他们最能获得社区归属感的方式。

位于华沙，不算秘密的花园

2020年，华沙Wola Park购物中心向公众开放了乌瑞克公园(Ulrich Park)中的每日花园(Everyday Garden)。该空间欢迎所有人参与水果、香草和蔬菜种植过程，并学习如何过上更健康、更可持续的生活。

Z世代的理想空间

当被问及理想聚会场所最重要的特征时，Z世代受访者表示：

28%
教育和娱乐空间

23%
供个人使用的灵活空间

24%
包容性环境

25%
可通过公共或个人交通工具到达

多样化的餐饮选择**(18%)**

可持续的解决方案**(15%)**

以及提供便于协作的共享办公空间**(16%)**也被视为关键考虑因素。

第三空间的兴起

我们生活在一个忙碌而喧嚣的世界。根据Future Forum的一项研究，全球有**42%**的工作者出现了职业倦怠——这是有史以来的最高比例。因此，找到一个既宁静又舒适的聚会场所，正是我们许多人的需求。这些空间存在于家庭和工作空间之外，因此被称为“第三空间”，而与以往相比，现在这些空间需要发挥更大的作用。

如何实现聚会场所的舒适感：

- 弧形墙壁和极简的内饰
- 自然纹理和柔和色彩
- 丰富的绿色植物
- 围绕睡眠和冥想的科技

我们都需要在生活中找到宁静。而大自然是创造这种平衡的好方法。这对于城市生活尤为重要，因为许多人住在狭小的公寓里，难以接触到开放的绿色空间。

当我们与自然和谐相处时，独行还是共处都显得不那么重要。

当我们感到平静和安宁，我们可以留出更多心理空间来与社区中的其他人建立更紧密的联系。

寻找更好的平衡

社区对我们的身心健康有很大的影响。社区可以为我们提供支持、人际关系和指引。所有这些都有助于提升我们的个人韧性。没有社区，许多人会感到孤立无助。

然而，这种关系是双向的。在社区支持我们的同时，我们也助力加强社区建设。在当地购物、做志愿者和参与本地事务是我们许多人都可以参与的一些活动，而这些活动都有助于加强社区联系。但是，只有当我们身心健康时，我们才有能力参与这些活动。

这意味着我们与社区之间是共生的关系。社区空间有责任从精神和身体层面帮助人们改善身心健康。同时，为了保持社区繁荣，我们在家里及家外都需要照顾好自己的健康。

融合数字和实体空间

我们需要考虑的不仅仅是实体空间，还需要考虑线上的社区和聚会空间。有超过四分之一**(26%)**的受访者更喜欢线上交流，而大约四分之三的受访者更喜欢面对面交流。

但我们都不能仅存在于线上的网络世界或线下的现实世界。在这个现代化时代，这两个世界对我们来说都不可或缺。

随着网络世界在人们生活中的比重越来越大，人际接触和互动的减少将推动人们追求更多感官和触觉体验。爱立信的一项全球研究发现，到2030年，大多数消费者预期我们的嗅觉将在互联网体验方面发挥关键作用。

成功的聚会场所需要能够吸引所有感官。

扩展现实(XR)是增强现实、虚拟现实和混合现实的统称。结合6G等网络技术，这些数字现实技术将有望解锁本体感觉——即所谓隐藏的“第六感”，这是一种帮助我们感知运动、动作和位置的感觉。未来的数字社区将深深扎根于实体空间之中。

这种沉浸体验式环境预示着我们将迎来激动人心的未来。但聚会场所需要让每个人都能感觉宾至如归。这意味着，这些空间对于它们所服务的社区而言必须价格合理、易于获取、充满包容性，且具备适应性。

Z世代与线下社交的魅力

尽管Z世代在社交媒体的陪伴下成长，但他们更渴望与人见面，其中**66%**的受访者表示这是他们首选的见面方式。

但这并不是说他们不上网。和每代人一样，Z世代的行为受到成长环境的影响。在过去的几年里，Z世代更有可能加入更多的线上社区，也会玩更多的网络游戏。

然而，出人意料的是，他们也更有可能参加更多线下的面对面的活动。这也解释了为什么Z世代希望有更多的公共场所可以聚会，以平衡他们线上和线下的生活。

Z世代中，**66%**的人更喜欢与朋友进行线下社交(IRL)，而不是在网上见面和社交。尽管他们精通各类电子数码产品，但他们认为，面对面的相处有助于建立信任**(65%)**，并带来更有意义的相处时间**(66%)**。

投资自己

超过三分之一的受访者表示，在过去几年里，个人身心健康变得更加重要。

此外，我们关心是否能享受户外时光，在波兰（**32%**的受访者认同这点）和中国（**40%**的受访者认同这点），这一点尤其突出。

虽然这可能反映了我们许多人在新冠疫情后正在经历的新现实，但也可能揭示了经济变动，或是人们对气候问题的重新关注。

心理健康方面也存在分歧。一部分人现在喜欢花更多时间独处，这一点在波兰（**33%**的受访者认同这点）和美国（**36%**的受访者认同这点）尤为显著；而另一部分人则重新燃起了与他人交流互动的渴望（尤其是在西班牙和中国）。

42%

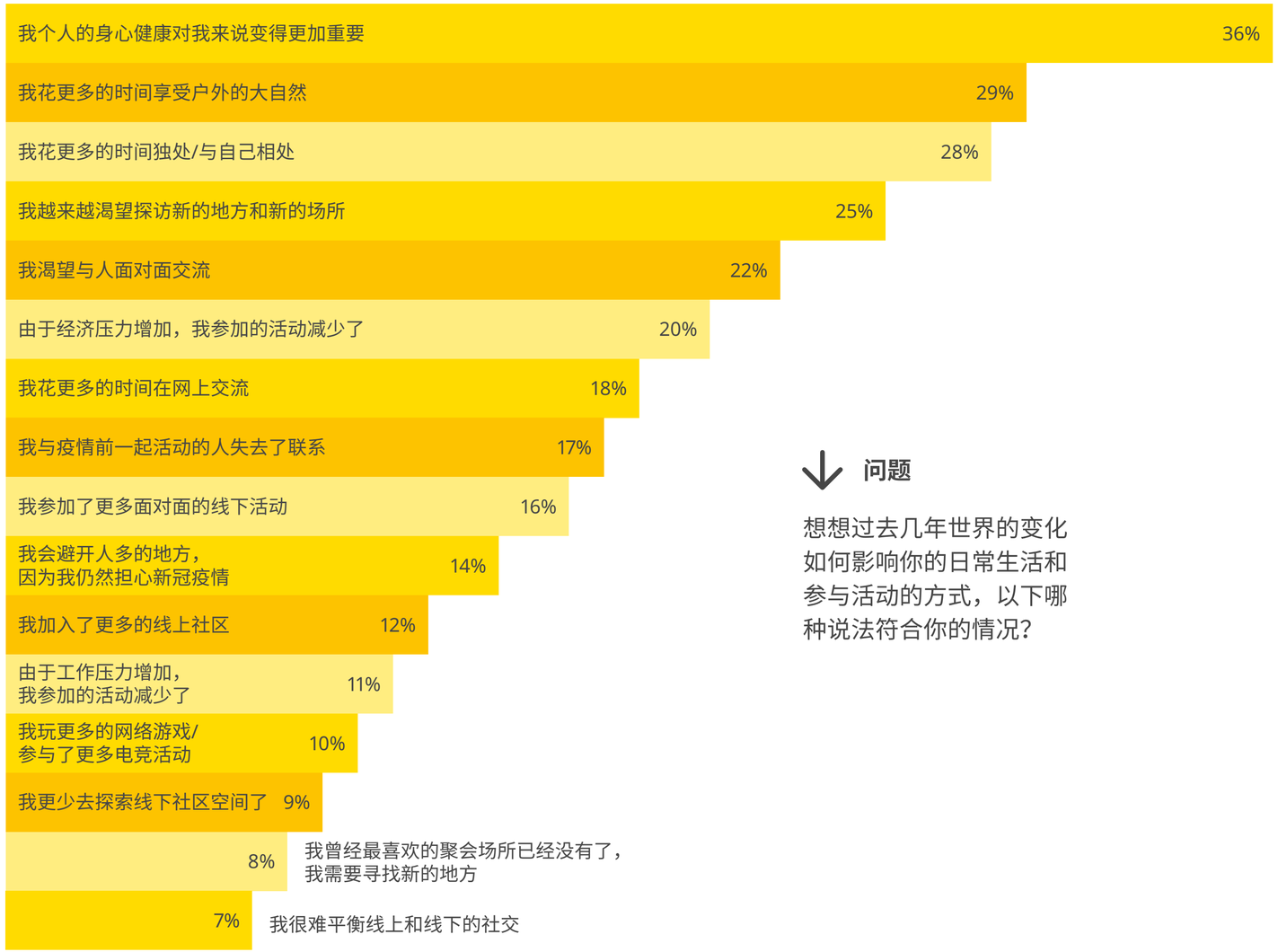
像Burt这样的空巢老人表示，他们的个人健康（包括身体和精神层面）对他们来说变得更为重要

超过

1/3

的受访者表示，个人身心健康在其日常生活中变得更为重要

近几年全球变化导致的日常生活变化



问题

想想过去几年世界的变化如何影响你的日常生活和参与活动的方式，以下哪种说法符合你的情况？

享受独处，还是共处以繁荣发展？

身心健康对我们所有人来说都非常重要，并且在过去几年中变得愈发重要。但我们中可以划分为两个阵营：一种喜欢独处以保持身心健康，另一种则通过与他人共处来保持活力。

有超过**1/4**的受访者花更多时间独处，有**1/5**的受访者由于经济压力，参加的活动变少了。然而，有**1/4**的受访者越来越渴望探访新的地方和新的场所，大约**1/5**的受访者渴望与人面对面交流。

对于**28%**表示会“花更多时间独处/与自己相处”的人来说，他们也更可能表示：

身心健康变得更加重要

由于经济压力，参加的活动减少了

我与疫情前认识的人失去了联系

我更倾向于线上交流，而非线下交流（在社区方面）

对于**25%**表示“越来越渴望探访新的地方和新的场所”的人来说，他们也更可能表示：

身心健康变得更加重要

参加了更多面对面的线下活动

渴望与人面对面交流

享受更多户外时光

我减少了线上交流（并且更少感到线上和线下社交之间的平衡是问题）

无论我们更喜欢独自行动，还是与他人聚会共处，个人身心健康始终是我们最关注的重点。这意味着，要确保空间能满足我们的需求，就需要更加精心地策划和考虑。充满温馨和放松氛围、易于到达、价格合理的空间仍然会对我们充满吸引力。

展望未来

社区空间的未来看起来一片光明。随着人们继续寻求片刻的生活出口，归属感和快乐将成为关键的主题。

致力于打造根植于社区内的聚会体验中心，英格卡购物中心将继续通过倾听、了解和升级聚会体验中心的模式，满足大众不断变化的需求。

包括探索传统零售空间所提供的产品和服务之外的可能，吸引更多人前来。多感官环境、店内课程以及互动活动等线下专属体验将成为帮助人们获得社区归属感和幸福感的关键。

展望未来五年

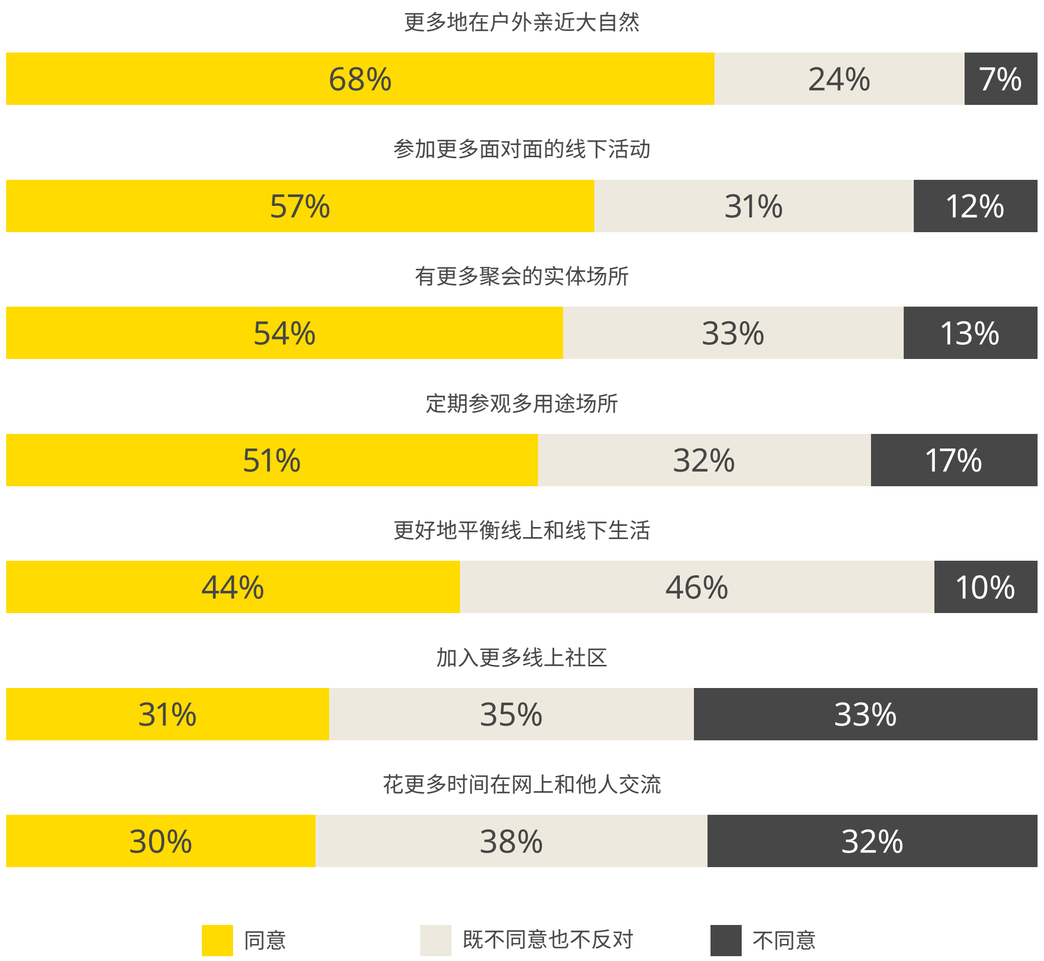
展望未来几年，聚会场所将不断演变，以满足人们不断变化的需求。超过一半**(57%)**的受访者表示，我们将更多地参与线下聚会，利用公共空间，享受面对面的共处时光。与此同时，有**68%**的受访者预测，我们将更多地亲近大自然，在户外度过更多时间。

那么，我们的线上生活又将如何呢？人们对此的观点各不相同，有**30%**的受访者认为，我们将花更多时间在网上交流。

问题

想想五年后的生活，你认为自己将如何参与社区生活——特别是在与他人一起参加活动方面？

未来五年的社区活动参与情况

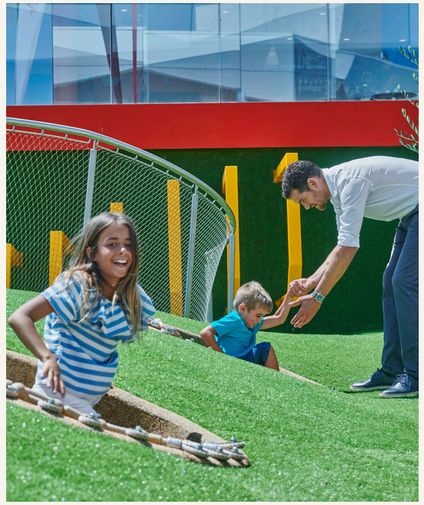


全球范围的未来展望

→ 在**瑞典**，人们将继续探索如何平衡线上与线下的互动

→ 在**西班牙**，户外时光和面对面的活动将在社区生活中占据更重要的地位。

→ 在**波兰**，大多数人将享受更多户外时光



→ 在**美国**，线上与线下社区互动将达到更好的平衡

→ 在**中国**，各种社区活动将更加丰富多彩！

英格卡购物中心的观点

显然，无论何时，人们始终需要家以外的实体空间来聚会、放松和享受彼此的陪伴。零售空间具有巨大的潜力来满足这一需求——对于那些在工作、休闲和健康领域寻求便利性和可达性的人来说，零售空间可以成为他们聚会场所的首选。

这样一来，购物中心可以成为促进人们过上美好生活的空间，而其业务也能获得蓬勃发展并进而回馈社区。

然而，前方还有很长的路要走。在世界各地，人们渴望寻找既舒适又温馨、既有趣又负担得起的场所。玩乐仍然是跨世代、跨国界的通用语言。与此同时，身心健康对每个人来说仍然至关重要。

一刀切的方法是行不通的。英格卡购物中心一直努力确保我们的聚会体验中心可以为人们提供过上更健康、更快乐和更可持续的生活的选择。我们的团队将继续创造符合当地需求的空间，并将社区认同感纳入设计考量范畴。我们将继续探索和尝试各种新颖、鼓舞人心的方式，帮助全球各地的社区聚会、购物和联系。

此外，我们也在寻找合作伙伴，共同创造人们喜爱的体验。我们秉持高度本地化和灵活适应的态度，并希望找到其他志同道合的合作伙伴。毕竟，正如我们在访谈中所获得的社区反馈，我们需要在所做的一切中加入更多的灵活性、实验性和趣味性。

英格卡购物中心概念空间，面向未来设计

Circuit, Birsta City：一个为访客精心策划的社区中心，访客可以在这里学习如何修理、再利用、租赁和回收各类产品

Saluhall，旧金山：一家以可持续发展、植物基食品和北欧美食为主题的美食广场

Hej!Workshop，斯德哥尔摩：一个灵活方便的共享工作空间，目前正在全球其他地点进行落地

总结

如今，生活、工作和娱乐已逐渐告别单一功能的专属空间。取而代之的是更流动多变、可共享和多用途的空间。因此，我们的聚会场所需要反映这一新的现实。

作为社区，我们有很多共同点：价值观、纽带、联系。但我们同时又是各不相同的群体。因此，聚会场所必须能够灵活满足我们的特定需求，无论我们是想寻求小众和激动人心的集体娱乐，还是渴望舒适和温馨地待在一起。聚会场所应有助于营造人们所渴望的社区归属感，同时允许我们按照自己喜欢的方式与空间互动。

本地化也很重要。这些空间必须能够反映每个社区独特的文化、身份和传统，这有助于确保空间始终成为社区的核心。此外，合适的建筑、室内设计、娱乐和餐饮选择也有所裨益。

世界将继续运转。社区也将不断变化。要始终保持切合时宜，聚会场所必须不断适应、演变和发展，以满足人们的需求和愿望——无论是情感或功能需求，还是线上或线下生活需求。或者，最有可能的是各种层面的需求兼而有之，或介于两者之间。

附录

研究方法

“社区生活报告”是一个由YouGov代表英格卡购物中心开展的项目，分两个阶段进行，旨在探索和更好地了解我们周围的社区。

在第一阶段，通过定性研究方法探索了以下内容：

- 消费者对社区的认知、使用和需求
- 构建、形成和维持社区的因素和需求
- 社会变化和对社区的影响
- 线上和线下的互动方式——以及这些互动的利弊
- 理想的聚会空间应该是什么样的？包括一般的聚会空间，以及购物中心这类空间

基于定性研究的结果，第二阶段进行了定量调查，以量化和验证相关结果，并评估英格卡购物中心的潜力。

定量调查方法

本报告基于定量调查结果，其中包括在五个国家/地区进行的5000多次访谈

数据采集

这些调查以在线调查（CAWI，计算机辅助网络访谈）的形式在瑞典、波兰、西班牙和美国的YouGov受访者群体以及中国的YouGov合作伙伴受访者群体中进行。

数据收集时间为2023年10月30日至11月19日。在所有国家，调查问卷均使用当地语言。

目标群体和样本量

瑞典、波兰和西班牙：18岁以上的男性和女性，在性别、年龄和地区方面具有全国代表性。

美国：旧金山湾区18岁以上的男性和女性。

中国：无锡和北京18岁以上的男性和女性。

在瑞典、波兰、西班牙和中国各进行了1000次访谈，在美国进行了1007次访谈。

数据加权

对于瑞典、波兰和西班牙的数据，基于各个国家/地区统计局的理想权重，按照性别、年龄和地区的维度对数据进行了加权，使结果能够代表18岁以上人口的总体情况。

对于美国的数据，基于美国统计局的理想权重，按照性别、年龄、教育和种族的维度对数据进行了加权。

对于中国的数据，基于中国统计局对网民群体的理想权重，按照性别和年龄的维度对数据进行了加权。

在地理范围上，美国的样本仅限于旧金山湾区，而中国的样本仅限于北京和无锡。在这两个国家，这与英格卡购物中心的服务覆盖范围相对应，因此其结果不能代表总人口。

无锡/北京的样本主要集中在网民群体，因此18-54岁年龄组是样本中数量最多的部分。

样本说明

区域	性别	年龄组	家中是否有儿童	收入水平	城市化程度
中国	**女性**	**年轻组**	**家中有儿童**	**低收入**	**城市**
波兰	**男性**	18-34岁	家中至少有一个0-17岁的儿童	低于中位数的75%	**城镇或郊区**
美国					**农村**
西班牙		**中年组**	**家中无儿童**	**中等收入**	
瑞典		35-54岁	家中没有0-17岁的儿童	中位数的75%至200%之间	
		老年组	*分组不包括信息不全的受访者*	**高**	
		55岁及以上		高于中位数的200%	
				分组不包括信息不全的受访者	

社区生活报告

2024年2月

谢谢！

www.ingkacentres.com