

红木消费者调研线上问卷 (执行日期：2025 年 11 月)

执行方式：线上调研

样本配额：共需 1500 个有效样本，分两期投放。

- ✓ 第一期 (随机样本)：给 16 个城市每个城市各投放 50 份问卷，在性别及年龄范围内随机投放，共计 800 份；

| 配额类型 | 配额分配 | 每城市样本量 (第一期) |
|--------------|-----------------|--------------|
| 性别配额 | 男性 | 25 |
| | 女性 | 25 |
| 年龄配额 | 40 岁或以下 | 25 |
| | 41 岁或以上 | 25 |
| 品类配额 (复选) | 购买大型家具的消费者 | 随机, 统计发生率 |
| | 购买小型物品 (如手串、摆件) | 随机, 统计发生率 |

- ✓ 第二期 (追加样本)：根据第一期数据情况，将余下的 700 份问卷追加给想进一步重点了解的人群 (未来 12 个月潜在消费者) 及城市。

尊敬的女士/先生，您好！

您好，我们诚挚地邀请您参与一项关于**红木消费态度与需求**的调查。整个调查大约需要 15 分钟，您的宝贵经验对我们至关重要，我们希望能听取您的看法。

在开始之前，请您知悉：

自愿参与：本次调查完全自愿，您有权在任何时候退出，您的权益不会受到任何影响。

隐私保护：本问卷采用匿名方式，**不收集您的姓名、电话、住址等个人身份信息**。所有数据仅作整体统计分析之用，我们将对您的答案严格保密，绝不单独披露。

数据使用：研究成果将用于为红木行业规范和发展提供相应建议，推动红木可持续贸易的相关工作。

风险告知：本研究不会为您带来可预见的风险。

请勾选以下选项以表示您知情并同意：

我已阅读并理解上述说明，并自愿参与本次调查。

(只有勾选后，才能进入答题页面)

甄别部分

S1. 您目前最常居住的城市是？【单选题】【选项随机，“其他”置底，“其他”终止访问】

| | | | |
|-----|----------------------|----|------|
| 第一类 | 北京 | 1 | 继续访问 |
| | 上海 | 2 | |
| | 广州 | 3 | |
| | 深圳 | 4 | |
| 第二类 | 杭州 | 5 | |
| | 苏州 | 6 | |
| | 成都 | 7 | |
| | 武汉 | 8 | |
| | 天津 | 9 | |
| | 青岛 | 10 | |
| 第三类 | 南宁 | 11 | |
| | 福州 | 12 | |
| | 昆明 | 13 | |
| | 温州 | 14 | |
| | 东莞 | 15 | |
| 第四类 | 长春 | 16 | |
| 其他 | 其他城市（请说明）： _____【置底】 | 97 | 终止访问 |

S2. 您的性别是？【单选题】

| | | |
|----|---|------|
| 女性 | 1 | 检查配额 |
| 男性 | 2 | 检查配额 |

程序员设置配额：每城市男性 vs. 女性=1:1

S3. 您的实足年龄是？记录具体年龄并圈录对应选项。【单选题】

| | | |
|---------|---|------|
| 18-30 岁 | 1 | 检查配额 |
| 31-40 岁 | 2 | |
| 41-50 岁 | 3 | 检查配额 |
| 51-60 岁 | 4 | |
| 61 岁及以上 | 5 | |

程序员设置配额：每城市 18-40 岁 vs. 41 岁或以上=1:1

S4. 您或您的家庭是否拥有**任何红木产品（指任何红木制成的产品）**？这里所说的“拥有红木产品”包括您自行购买的、他人赠送的或通过其他任何方式获得的。【单选题】

| | | |
|----------------------------|---|-------|
| 有，都是自己购买的 | 1 | 续问下一题 |
| 有，都是他人赠送的或通过其他方式获得的 | 2 | |
| 有，既有自己购买的，也有他人赠送或通过其他方式获得的 | 3 | |
| 没有 | 4 | 跳到 S8 |

S4-1. 【针对 S4=1 或 2 或 3 提问】您或您的家庭拥有多少件**大型红木产品（如床、衣柜、桌子、椅子等）**？
 请注意：一套 3 件套沙发应计为 3 件。【单选题】

| | |
|----------------|----|
| 0 件 | 1 |
| 1 件 | 2 |
| 2 件 | 3 |
| 3 件 | 4 |
| 4 件 | 5 |
| 5 件 | 6 |
| 6 件或以上 | 7 |
| 其他（请说明）： _____ | 97 |

S4-2. 【针对 S4=1 或 2 或 3 提问】您或您的家庭拥有多少件**小型红木产品（如手串、小摆件、装饰品、小餐具等）**？【单选题】

| | |
|----------------|----|
| 0 件 | 1 |
| 1-3 件 | 2 |
| 4-6 件 | 3 |
| 7-10 件 | 4 |
| 11-15 件 | 5 |
| 16-20 件 | 6 |
| 21 件或以上 | 7 |
| 其他（请说明）： _____ | 97 |

S5. 【针对 S4=1 或 3 提问】新冠疫情后（即从 2023 年开始），您或您的家庭是否购买过**任何红木产品**？
 【单选题】

| | |
|---|---|
| 是 | 1 |
| 否 | 2 |

S6. 【针对 S4=1 或 3 提问】您本人**购买红木产品的频率**是？【单选题】

| | |
|--------------|---|
| 一年多次 | 1 |
| 一年一次 | 2 |
| 每 2-4 年一次 | 3 |
| 每 4-6 年一次 | 4 |
| 距上次购买已超过 6 年 | 5 |

S7. 【针对 S4=1 或 3 提问】请回想您上一次购买红木产品的情景，**当时您如何做出购买决定**？【单选题】

| | |
|---------------------|----|
| 冲动型：看到心仪产品后当即购买 | 1 |
| 简单计划型：做过一些功课再买 | 2 |
| 深度研究型：深思熟虑后才决定 | 3 |
| 他人影响型：朋友说好，我就买了 | 4 |
| 其他（请说明）： _____ 【置底】 | 97 |

S8. 未来 12 个月, 您**购买任何红木产品的可能性**是怎样的? 【单选题】

| | |
|-------|---|
| 肯定会买 | 5 |
| 可能会买 | 4 |
| 不确定 | 3 |
| 可能不会买 | 2 |
| 肯定不会买 | 1 |

程序员注意: 受访者符合以下任一条件均可继续访问: S4=1 或 3、S8=4 或 5;

S9. 【隐藏题】程序员: 根据 S4、S5 和 S8 题答案, 将受访者归入对应种类: 【单选题】

| | |
|-------------------------------|---|
| 曾经消费者: S4=1 或 3 且 S5=2 | 1 |
| 近期消费者: S4=1 或 3 且 S5=1 | 2 |
| 潜在消费者: S4≠1 且 S4≠3 且 S8=4 或 5 | 3 |

程序员注意: 第一期随机访问统计发生率, 第二期重点找潜在消费者。

主体问卷

红木产品消费障碍 (针对未来 12 个月不考虑购买红木产品的人提问)

程序员注意: 该部分针对 S8=1/2/3, 未来 12 个月不考虑购买红木产品的受访者提问。

B1. 您未来 12 个月**不考虑购买**红木产品的原因可能是? 请选择最重要的 5 个原因, 并按重要性从 1(最重要)到 5 进行排序。【排序题】【选项随机, “其他”置底】

| | |
|-------------------------------------|----|
| 价格过高或性价比不足 | 1 |
| 我对产品的真伪或质量缺乏信心 | 2 |
| 产品设计不符合我的品味 | 3 |
| 我已经拥有我想要的红木产品, 无需再购买另一件 | 4 |
| 我希望通过减少红木使用来保护自然资源 | 5 |
| 缺乏摆放的空间/地方 | 6 |
| 我觉得红木制品过于传统, 不符合当代审美 | 7 |
| 对红木行业非法采伐的担忧/可持续来源验证困难 | 8 |
| 维护保养困难 (如雕刻处的积灰难以清洁; 对温湿度变化敏感, 易开裂) | 9 |
| 我更倾向选择其他材质相近的替代品 | 10 |
| 我更偏好现代或极简风格, 而非传统雕花款式 | 11 |
| 其他原因 (请说明): _____ 【置底】 | 97 |

红木产品购买考虑 (针对未来 12 个月考虑购买红木产品的人提问)

程序员注意: 该部分针对 S8=1/2/3, 未来 12 个月考虑购买红木产品的受访者提问。

B2. 您未来 12 个月**考虑购买**红木产品的原因可能是？请选择最重要的 5 个原因，并按重要性从 1（最重要）到 5 进行排序。【排序题】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|-------------------------------------|----|
| 送礼需求 ：我买来作为礼品送人 | 1 |
| 艺术审美 ：我欣赏红木的自然美感—独特的纹理、色泽和质感 | 2 |
| 天然材质 ：我偏爱天然材质，红木能让我感受到与自然的联结 | 3 |
| 地位象征 ：我认为拥有红木代表社会地位、成功与财富 | 4 |
| 投资收藏 ：我认为红木制品具有收藏增值潜力 | 5 |
| 信仰/运势 ：我相信红木可以改善运势（风水） | 6 |
| 信仰/健康 ：我认为红木的特殊气味有益身心并能避免甲醛 | 7 |
| 社会影响 ：家人/朋友/同事/商业伙伴推荐购买 | 8 |
| 生活品质 ：我认为红木能提升我的生活品质 | 9 |
| 文化传承 ：我认为红木承载着中国文化，值得世代相传 | 10 |
| 工艺价值 ：我欣赏传统榫卯工艺或手工雕刻的传承价值 | 11 |
| 其他原因（请说明）： _____ 【置底】 | 97 |

B3. 那么，您未来 12 个月更倾向购买哪种类型的**红木产品**？【单选题】

| | |
|--------------------------|---|
| 大型红木产品（如床、衣柜、桌子、椅子等） | 1 |
| 小型红木产品（如手串、小摆件、装饰品、小餐具等） | 2 |
| 大型和小型红木产品均有购买意向 | 3 |
| 不确定 | 4 |

B4. 您更倾向通过哪些渠道去了解“**最佳**”**红木产品的信息**？【可多选】【选项随机，“其他”置底】

B5. 在这些渠道中，您认为哪个渠道的信息**最可信**？【单选题】【显示 B5 选择的渠道】

| | 通常 | 最可信 |
|---|----|-----|
| 大型家居展会 | 1 | 1 |
| 古玩城/文玩市场 | 2 | 2 |
| 线下实体店（如家具店、木材市场、小型艺术和珠宝店等） | 3 | 3 |
| 搜索攻略、知识科普的社交媒体（如小红书等） | 4 | 4 |
| 休闲娱乐、刷视频的社交媒体（如抖音等） | 5 | 5 |
| 综合性视频平台（如 Bilibili/B 站） | 6 | 6 |
| 专业论坛（如红木斋）和社群（如 QQ/微信群） | 7 | 7 |
| 境外网站或社交平台（如 Instagram, Facebook, YouTube） | 8 | 8 |
| 电商平台（如淘宝、天猫、京东等）的商品评价和问答 | 9 | 9 |
| 搜索引擎搜索（如百度、谷歌） | 10 | 10 |
| AI 智能对话与问答平台（如 DeepSeek、ChatGPT 等） | 11 | 11 |
| 文玩电商平台（如微拍堂、天天鉴宝） | 12 | 12 |
| 亲友、同事等熟人的直接推荐 | 13 | 13 |
| 行业协会专家 | 14 | 14 |
| 专业书籍、杂志 | 15 | 15 |

| | | |
|----------------------|----|----|
| 电视节目 | 16 | 16 |
| 楼宇电梯/公交或地铁广告 | 17 | 17 |
| 户外广告 | 18 | 18 |
| 其他原因（请说明）： _____【置底】 | 97 | 97 |

B6. 您更倾向通过什么渠道购买**红木产品（指任何红木制成的产品）**？请选择所有符合的选项。【可多选】
【大 NET 及 NET 内选项随机，“其他”置底】

| | |
|--------------------------|----|
| NET 线下渠道 | |
| 大型家居展会 | 1 |
| 古玩城/文玩市场 | 2 |
| 家具市场/家具商城品牌专卖店 | 3 |
| 木材市场定制加工 | 4 |
| 边境地区的木材分销中心 | 5 |
| 小型艺术和珠宝店 | 6 |
| 非摊贩的个体（如朋友/同事） | 7 |
| 乐器店 | 8 |
| NET 线上渠道 | |
| 综合电商平台（如京东、淘宝/天猫、拼多多等） | 11 |
| 视频类电商平台（如抖音等） | 12 |
| 社交类电商平台（如小红书、微博等） | 13 |
| 海淘/跨境电商（如亚马逊等） | 14 |
| 微信（微店/公众号/小程序/微信直播/视频号等） | 15 |
| 文玩/收藏网站 | 16 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |
| 没有购买过，他人赠送或通过其他方式获得【置底】 | 99 |

态度与认知（问所有人）

C1-1. 您认为**红木的价值体现在哪些方面**？【可多选】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|-----------------------|----|
| 文化与历史意义（如传统工艺、传承价值） | 1 |
| 奢华与地位象征（高端家具、收藏品） | 2 |
| 耐用性和质量（使用寿命长、精细木工特性） | 3 |
| 投资增值（因稀缺性导致的价格上涨） | 4 |
| 审美吸引力（独特的纹理、颜色和质地） | 5 |
| 政策与法规带来的增值（贸易限制增加稀有性） | 6 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |

C1-2. 在考虑购买红木制品时，**下列哪些因素对您最为重要**？请选择最重要的 5 个因素，并按重要性从 1（最重要）到 5 进行排序。【排序题】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|--------------------|----|
| 价格 | 1 |
| 树种 | 2 |
| 颜色深浅 | 3 |
| 纹理图案 | 4 |
| 生长区域 | 5 |
| 砍伐年份 | 6 |
| 硬度 | 7 |
| 密度 | 8 |
| 油性 | 9 |
| 干燥度（脱水程度） | 10 |
| 风格/设计 | 11 |
| 工艺水准 | 12 |
| 品牌 | 13 |
| 生产商/制造商/加工产地 | 14 |
| 合法来源认证 | 15 |
| 气味 | 16 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |

C2. 您认为**未来市场对红木制品的需求将如何变化**？【单选题】

| | |
|------|---|
| 增加 | 1 |
| 减少 | 2 |
| 保持不变 | 3 |
| 不确定 | 4 |

C3. 您认为哪些因素**最能影响消费者对红木制品需求的变化**？【可多选】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|----------------------------------|----|
| 奢侈品家具市场的增长/衰退 | 1 |
| 文化/传统价值的提升/降低 | 2 |
| 投资/投机需求的增加/减少 | 3 |
| 红木价格的变化 | 4 |
| 政府政策的变化（如进出口法规等） | 5 |
| 代际更替（随着消费主体的新老更迭，带来价值主张与市场规则的改变） | 6 |
| 消费者环保意识的变化 | 7 |
| 替代材料的普及程度 | 8 |
| 经济环境变化与个人可支配收入水平的变化 | 9 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |

C4. 您认为哪些因素阻碍了中国消费者购买红木产品？【可多选】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|---|----|
| 经济萧条 | 1 |
| 法律与环境顾虑 | 2 |
| 文化转变 | 3 |
| 产品真实性问题（如假冒伪劣） | 4 |
| 替代品的竞争 | 5 |
| 消费者偏好变化（如年长者偏爱红木，而年轻人缺乏情感依附；城市居民更重视功能性和空间效率，而非传统工艺） | 6 |
| 政策和治理（如八项规定及其他反腐败活动的影响） | 7 |
| 技术和零售挑战（如电子商务的局限性：在线平台难以传达质量和真实性，阻碍高价产品的购买） | 8 |
| 维护顾虑（红木产品需要专业的护理，使时间有限的消费者望而却步） | 9 |
| 质量和工艺问题，比不上以前的工匠 | 10 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |

C5. 您会如何描述世界范围内红木树种的丰富程度？【单选题】

| | |
|-------|---|
| 非常丰富 | 1 |
| 丰富 | 2 |
| 适中 | 3 |
| 匮乏 | 4 |
| 非常匮乏 | 5 |
| 完全不了解 | 6 |

C6. 根据您的经验，您有多大可能会向家人、朋友或同事/商业伙伴推荐红木产品？【单选题】

| | |
|-------|---|
| 非常有可能 | 5 |
| 可能 | 4 |
| 不确定 | 3 |
| 不太可能 | 2 |
| 非常不可能 | 1 |

C7. 当您准备购买红木家具时，如果您的家人被其他木材制成的家具所吸引，您最可能会怎么做？【单选题】

| | |
|-------------|---|
| 为家人放弃红木家具 | 1 |
| 说服他/她购买红木家具 | 2 |
| 重新考虑 | 3 |

可持续性与环保 (问所有人)

E1. 若某些红木树种需数十年甚至数百年方能成材，且过度采伐已危及其生存。如果上述陈述属实，您减少红木消费的可能性是？【单选题】

| | |
|-------|---|
| 非常有可能 | 5 |
| 可能 | 4 |
| 不确定 | 3 |
| 不太可能 | 2 |
| 非常不可能 | 1 |

E2. 如果告诉您“由于消费者的巨大需求，红木树种面临风险，随之而来的森林砍伐已影响到原料来源国的环境和生计”，您仍会购买红木产品的可能性是？【单选题】

| | |
|-------|---|
| 非常有可能 | 5 |
| 可能 | 4 |
| 不确定 | 3 |
| 不太可能 | 2 |
| 非常不可能 | 1 |

E3. 如果告诉您“某些红木产品是由非法来源的木材制成的”，这将如何影响您的购买决策？【单选题】

| | |
|---------------------|----|
| 不再购买 | 1 |
| 购买前会询问木材来源 | 2 |
| 仅购买经过认证的红木产品，即使价格更高 | 3 |
| 无论来源如何仍会购买 | 4 |
| 其他（请说明）： _____【置底】 | 97 |

E4. 您是否愿意鼓励您的家人或朋友购买经过验证的合法红木产品？【单选题】

| | |
|---|---|
| 是 | 1 |
| 否 | 2 |

E5. 对于带有合法性或可持续性认证或标识的红木产品，您愿意多支付多少费用？【单选题】

| | |
|--|---|
| 不，我不接受因认证而涨价 | 1 |
| 我能接受不超过 10%的价格涨幅 | 2 |
| 我能接受 10% - 20%的价格涨幅 | 3 |
| 我能接受 21% - 50%的价格涨幅 | 4 |
| 我能接受 51% - 100%的价格涨幅 | 5 |
| 我能接受超过 100%的价格涨幅 | 6 |
| 无论是否认证，我都不会再购买红木产品【程序员：针对 S6#4 或 5 显示】 | 7 |

E6. 如果您想确认一件红木产品的合法性, **您最希望获得以下哪些信息?** 【可多选】 【选项随机, “其他”置底】

| | |
|-----------------------|----|
| CITES 进出口许可证 | 1 |
| 树种拉丁学名 | 2 |
| 原产地证明 | 3 |
| 品牌商的可持续发展承诺 | 4 |
| 可信赖的第三方认证机构的基于专业标准的报告 | 5 |
| 其他 (请说明) : _____ 【置底】 | 97 |

E7. 您或您身边的人在购买红木产品时, **对该木材树种是否受保护或濒危的关注程度是?** 【单选题】

| | |
|-------|---|
| 非常关注 | 5 |
| 比较关注 | 4 |
| 无所谓 | 3 |
| 不太关注 | 2 |
| 完全不关注 | 1 |

E8. 您觉得在什么情况下, 您或您身边的人会**停止购买**红木产品? 【可多选】 【选项随机, “其他”置底】

| | |
|---------------------------|----|
| 违反法律、法规 | 1 |
| 产品价格虚高 | 2 |
| 产品来源不透明 (非法走私或盗采) | 3 |
| 产品品质缺陷 (材质虚假) | 4 |
| 产品设计风格不符合我的审美 | 5 |
| 朋友或家人建议不购买 | 6 |
| 社会成功人士/专家呼吁不购买 | 7 |
| 红木滥伐, 破坏环境并对红木物种的生存情况造成威胁 | 8 |
| 其他 (请说明) : _____ 【置底】 | 97 |

E9. 以下是一些关于红木的潜在宣传信息及宣传者. **以下哪项最能影响您购买红木的想法?** 请对以下影响力选项进行排序, 选出前 5 名, 从 1 到 5: 1-影响力最大; 5-影响力不大。 【排序题】 【选项随机, “其他”置底】

| | |
|------------------------------|----|
| 法律与政策--国内政策 | 1 |
| 法律与政策--国际公约 | 2 |
| 非政府组织--关于 环境保护 的宣传 | 3 |
| 非政府组织--关于 文化传承 的宣传 | 4 |
| 非政府组织--关于 可持续消费理念 的宣传 | 5 |
| 政府机构--关于 环境保护 的宣传 | 6 |
| 政府机构--关于 文化传承 的宣传 | 7 |
| 政府机构--关于 可持续消费理念 的宣传 | 8 |
| 有数据支持的报道/研究 | 9 |
| 广告 | 10 |
| 著名收藏家/投资者的建议 | 11 |
| 朋友的建议 | 12 |
| 名人的建议 | 13 |
| 宗教领袖的建议 | 14 |
| 红木行业权威人士 | 15 |
| 其他 (请说明) : _____ 【置底】 | 97 |

E9-1. 以下是一些红木广告的宣传形式。请问哪种广告形式最能影响您对于红木购买的想法？【NET 内选项随机，“其他”置底】

| 新媒体 【单选】 | |
|----------------------------|----|
| 微信公众号/视频号：发布深度文章、系列海报和短视频 | 1 |
| 抖音/快手：短小精悍、视觉冲击力强的短视频 | 2 |
| 微博：与权威媒体、明星、科普 KOL 合作发布倡议 | 3 |
| 小红书：与知名博主合作制作精美图文笔记/视频 | 4 |
| 搜索引擎：优化“濒危红木植物名录”等关键词 | 5 |
| 生活服务 APP：如推出“认养一棵树”等公益合作项目 | 6 |
| 其他（请说明）： _____ 【置底】 | 97 |
| 无【置底】 | 99 |

| 线下及传统媒体 【单选】 | |
|--|----|
| 植物园、公园、自然保护区：在售票处、导览图、休息区甚至植物铭牌上设置二维码或温馨提示牌，实现场景化教育。 | 7 |
| 学校、图书馆、科技馆、红木相关市场：举办主题展览、讲座，并发放带有公益广告标识的文创产品 | 8 |
| 住宅区/社区公告栏：投放与社区绿化相关的保护广告 | 9 |
| 共享单车：在车篮或车身上粘贴简洁的公益广告贴纸 | 10 |
| 电视广告 | 11 |
| 广播电台 | 12 |
| 公交或地铁广告 | 13 |
| 楼宇电梯广告 | 14 |
| 户外楼宇广告 | 15 |
| 其他（请说明）： _____ 【置底】 | 97 |
| 无【置底】 | 99 |

E10. 如果红木家具产品不可得，哪种产品可能提供类似的功能或满足感？请选择最重要的 5 个选项，并按重要性从 1（最重要）到 5 进行排序。【排序题】【选项随机，“其他”置底】

| | |
|------------------------------------|----|
| 由其他热带深色硬木（非红木）制成的家具（如非洲柚木，非洲桃花心木等） | 1 |
| 由温带硬木制成的家具 | 2 |
| 由针叶林树种制成的家具 | 3 |
| 由 FSC 可持续森林认证的木材（包括红木）制成的家具 | 4 |
| 由竹子或藤材制成的家具 | 5 |
| 由皮革制成的家具 | 6 |
| 由织物材料制成的家具（如羊毛、亚麻等） | 7 |
| 由非红木但外观相似木材制成的家具 | 8 |
| 仍然购买一些小件红木作为装饰和收藏品（如雕像、餐具、乐器和手链等） | 9 |
| 没什么能替代红木：红木不可替代【置底，该项与其他项互斥】 | 10 |
| 其他（请说明）： _____ 【置底】 | 97 |

背景资料 (问所有人)

P1. 您目前的最高**教育水平**是? 【单选题】

| | |
|----------|---|
| 小学 | 1 |
| 初中 | 2 |
| 高中/中专/技校 | 3 |
| 大专 | 4 |
| 本科 | 5 |
| 研究生或以上 | 6 |

P2. 下列哪项最符合您目前的**职业状况**? 【单选题】

| | |
|---------------------|---|
| 全职工作 (每周 40 小时或以上) | 1 |
| 兼职工作 (每周少于 40 小时) | 2 |
| 自由职业者 / 个体经营 (非企业主) | 3 |
| 企业主 | 4 |
| 全日制学生 | 5 |
| 待业/失业 | 6 |
| 已退休 | 7 |

P3. 您/您的家庭拥有的**最大房产面积**是多少? 【单选题】

| | |
|-------------|---|
| 无房产 | 1 |
| 50 平方米以下 | 2 |
| 50-100 平方米 | 3 |
| 101-150 平方米 | 4 |
| 151-200 平方米 | 5 |
| 201-250 平方米 | 6 |
| 251-300 平方米 | 7 |
| 300 平方米及以上 | 8 |

P4. 您的**个人月总收入 (税前)** 是? 【单选题】

| | |
|----------------------|---|
| 人民币 8000 元以下 | 1 |
| 人民币 8000 元至 9999 元 | 2 |
| 人民币 10000 元至 14999 元 | 3 |
| 人民币 15000 元至 19999 元 | 4 |
| 人民币 20000 元至 29999 元 | 5 |
| 人民币 30000 元至 39999 元 | 6 |
| 人民币 40000 元至 49999 元 | 7 |
| 人民币 50000 元及以上 | 8 |

【结束语: 访问到此介绍, 再次衷心感谢您抽出宝贵时间完成这份问卷! 您的每一个答案都极具价值。祝您生活愉快! 】