

# 中国人喜欢谁？

——31 国国家形象大比拼

中国人喜欢哪些国家？他们最喜欢购买哪个国家的产品？最想去哪个国家旅游和度假？他们心中的投资、留学、移民天堂又各是哪里？这些问题的答案都可以从捷思市场研究及顾问有限公司于今日（2008 年 6 月 4 日）公布的国家形象调查报告中找到。捷思市场研究及顾问有限公司是一家全方位的市场研究公司，也是 IriS（由各国领先的独立市场研究公司组成的联盟，其成员来自全球 30 个国家和地区）在中国地区的唯一代表。2007 年年底，捷思在北京，上海，广州，成都和武汉这五大城市的 1056 个被访者中进行了一次调研，结果显示，中国人心中有把“秤”，大部分国家的形象各异，个性鲜明。

	总体印象	排名
瑞士	31%	1
法国	29%	2
德国	25%	3
澳大利亚	25%	4
新加坡	24%	5
美国	19%	6
加拿大	18%	7
英国	12%	8
韩国	12%	9
新西兰	10%	10
希腊	7%	11
荷兰	7%	12
意大利	6%	13
挪威	6%	14
奥地利	6%	15
俄罗斯	5%	16
日本	4%	17
基数	1056	1056

## Ø 总体印象：发达国家受宠 瑞士排名第一

在全部 31 个被研究的国家中，位列前十的基本都是老牌西方发达国家，其中瑞士以其“富有”“安静”“高贵”和“友好”的国家形象，被超过三成的被访者选为印象最好的国家，法国，德国，澳大利亚和新加坡紧随其后。有超过一成的国人表示喜欢韩国，却只有不到 4% 的被访者喜欢同为东亚邻国的日本。虽然多数被访者认为日本人“勤勉”“创新”和“谨慎”，但仅有 4% 的被访者认为日本“友好”，这一数据在全部 31 个国家中最低。

## Ø 购买倾向：民族情感 VS. 实用主义

就各国产品的购买倾向而言，德国产的汽车最受中国人欢迎（72%），随后是美国（56%）和日本（48%）。虽然大多数中国人并不认为日本“友好”，日本的好感排名也偏后，但这并不影响他们渴望购买日本产品。在最希望购买的数码产品中，74% 的被访者希望购买日本货，遥遥领先于其他任何国家。将近一半的被访者将日本汽车作为最想购买的产品。同样令人惊讶的是，大部分被访者对于“老对头”美国持有非常正面的形象，认为美国在改善全球贫困和环境问题，甚至是维护世界和平方面处于领导地位。西方经常批评中国过分“民族主义”，但从数据上看，实用主义在中国似乎占了上风。

## Ø 旅游度假：血拼，还是看风景？

调研发现，三成的被访者表示法国，澳大利亚，美国和瑞士是他们旅游度假的首选，随后则是以风光古迹著称的希腊，埃及和新西兰。可见，“纸醉金迷”的花花世界和纯粹的自然风光、古迹名胜成为吸引国内游客的两大卖点。而兼具“血拼天堂”和风光名胜于一身的法兰西自然成为了国人心中的旅游圣地。

## Ø 投资、移民和教育：发达国家仍是主流 金砖国家成投资新宠

本次调查表明，美国，澳大利亚，加拿大以及新西兰仍是中国人投资和移民首选的“第一梯队”。巴西，俄罗斯和印度等新兴的“金砖国家”则是中国人考虑投资的“第二梯队”。在教育方面，近 70% 和 60% 的被访者毫不犹豫的将美国和英国作为出国留学的首选，领先第二梯队的德国和法国四十个百分点。

## Ø 文化娱乐：男人哈日，女人哈韩，老人哈法？

70% 的被访者认为美国的娱乐文化最发达，这一数据遥遥领先其他国家。随后是日本（42%），法国（28%）和韩国（24%）。有趣的是，将近一半的男性被访者喜爱日本的娱乐，而韩国文化的崇拜者中女性较多。另一个有趣的现象是，年龄越小的越倾向于日韩，而年纪越大则越关注法国文化。

总体而言，此次研究最主要的发现之一是：大多数形象排名靠前的国家都是与中国来往频繁，双边贸易发达的国家，如法国，德国，澳大利亚，加拿大等，这也说明接触才能增进了解，而了解又有助于国家形象的改善和提升。2008 北京奥运会以及 2010 上海世博会的举办正提供了这样一个机会，让世界看中国的同时，也让中国零距离看世界。