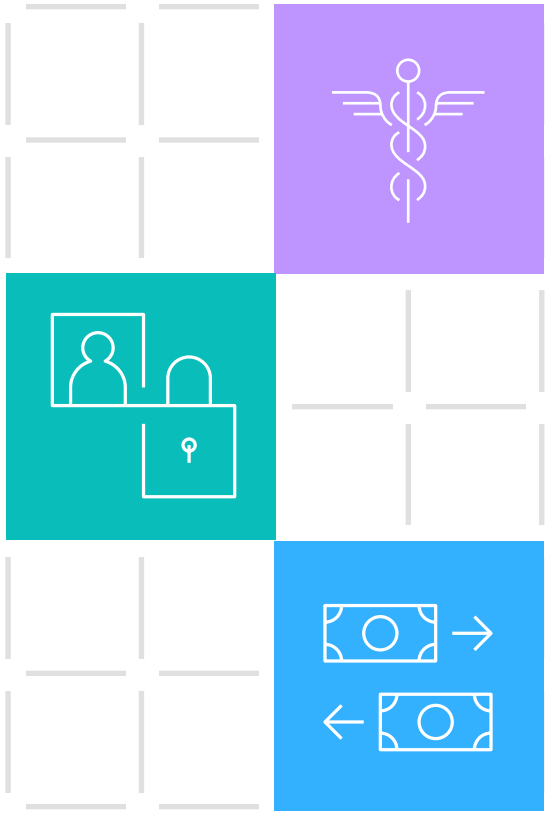
研究报告



新冠病毒疫情三难困境之权衡

我们的持续研究重点揭示消费者的矛盾心理

IBM 商业价值研究院

新冠病毒疫情三难困境之权衡

信任危机

新冠病毒疫情让全世界的人们陷入对三难困境的深深忧虑。全美国的民众普遍担忧：(1) 个人健康与安全；(2) 经济前景与就业保障；(3) 个人隐私与自由。

IBM 商业价值研究院在 2020 年 4 月至 7 月间开展了一项持续调研，在美国共采访了 54,000 多位受访者 [1]，结果表明，人们的这些担忧似乎没有任何缓解迹象。

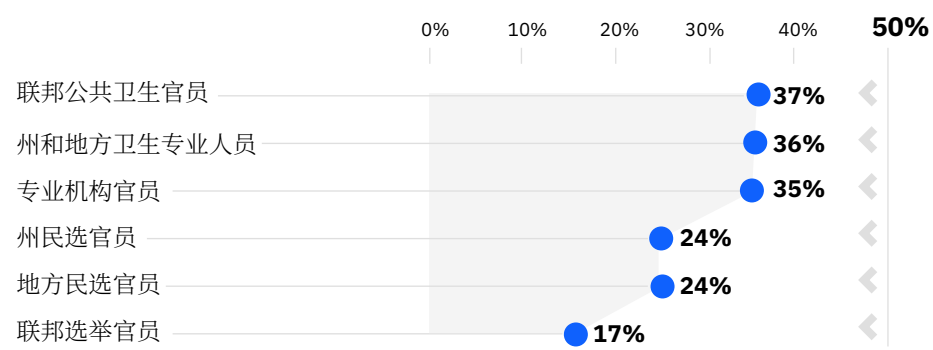
尽管全社会已开始进行调整，适应新常态，但 2/3 的受访者担心，2020 年下半年会爆发第二波新冠疫情。60% 以上的受访者预计未来数月乃至数年将会爆发更多与新冠病毒相似的全球性疫情。

民众对于掌握我们未来命运的领导精英普遍缺乏信心，这使得上述担忧进一步加剧。仅有不足半数的受访者表示，政府领导和自己的雇主在应对新冠病毒疫情时措施合理而且方法得当。在有关符合道德规范的返岗复工决策方面，大多数受访者对雇主、民选官员和各级公共卫生官员缺乏信任（见图 1）。

图 1

反对率

不足半数的受访者表示，政府领导和雇主在应对新冠病毒疫情时采取合理措施，方法得当。



美国消费者不得不权衡面对三重困境

为更深入地洞察人们在预防疾病、发展经济和保护隐私这三重困境之间的权衡，我们对这三个方面进行两两比较，并要求受访者选择他们认为领导层在应对新冠病毒疫情这样的重大公共卫生事件时，将哪些因素视为相对重要的因素。

尽管大多数受访者将大众生命与健康放在首位，但仍有 1/5 的受访者表示，在做出与疫情相关的决策时会优先考虑经济发展、个人隐私与自由等社会因素（见图 2）。自 4 月至今，上述调研结果基本保持一致。

当问及究竟是保持低感染率和死亡率更重要，还是保障短期经济强劲势头更重要时，超过 40% 的受访者选择健康，而超过 20% 的受访者选择经济。

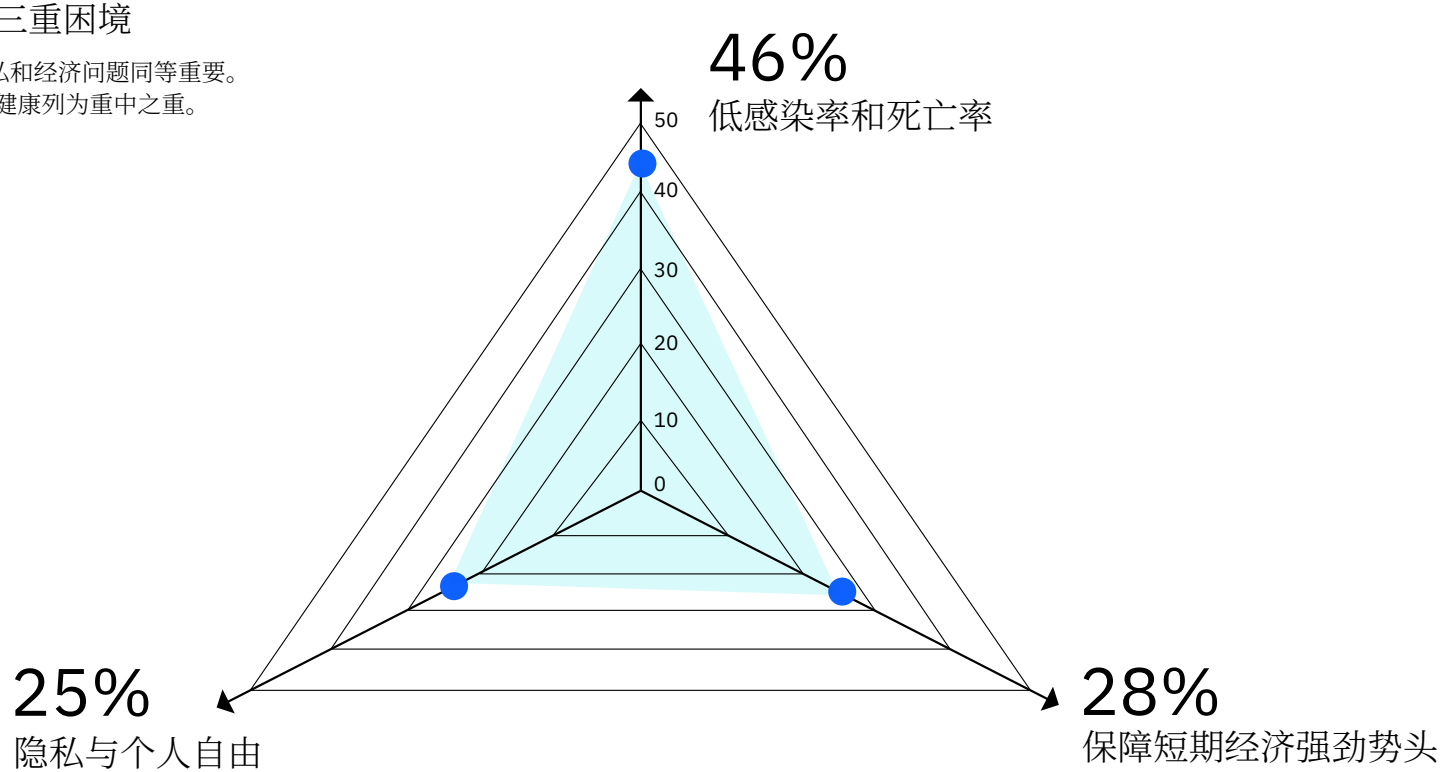
在权衡究竟是优先保持低感染率和死亡率还是保障个人隐私与自由时，近半数受访者选择健康，而超过 20% 的受访者支持保障隐私。

有趣的是，约有 1/3 的受访者难以抉择这三个方面中究竟哪个更为重要，因此选择三者同等重要。

图 2

新冠病毒疫情带来的三重困境

约 1/3 的受访者认为健康、隐私和经济问题同等重要。
在剩余的受访者中，近半数将健康列为重中之重。



人们仍持续担忧新冠病毒疫情的影响

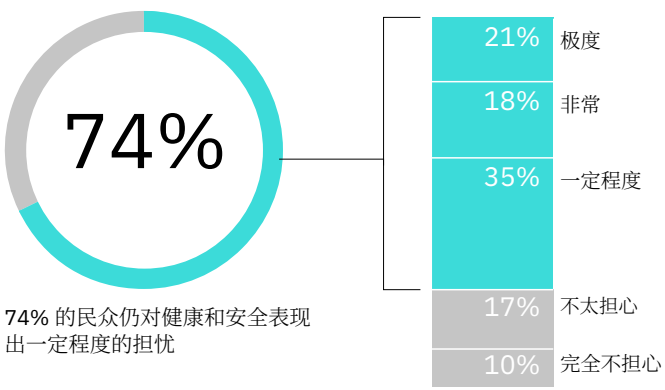
尽管社会已逐渐重新开放，复工复产，但对于近期能否迅速恢复正常秩序，大多数受访者并不乐观。超过 68% 的受访者表示，现在比以往更关注家人的安全与健康，10% 的受访者称家中有人检测结果呈阳性或出现新冠病毒肺炎症状。近 40% 的受访者非常或极度担心本人或家庭成员感染病毒并因此引发重症。仅 10% 的受访者完全不担心（见图 3）。62% 的受访者预计将来会持续出现类似的大流行病。不到半数的受访者表示，政府官员以及自己的雇主采取充分措施应对新冠病毒疫情。

近 60% 的民众担心取消居家隔离限制将导致居住地的新冠病毒疫情死灰复燃，2/3 的民众担心 2020 年下半年居住地会再次遭受病毒袭击。

图 3

健康怀疑主义

随着社会开始重新开放，复工复产，消费者普遍对家人的健康和安全表示担忧。



74% 的民众仍对健康和安全表现出一定程度的担忧

人们开始恢复出行，寄希望于企业采取措施，降低感染风险

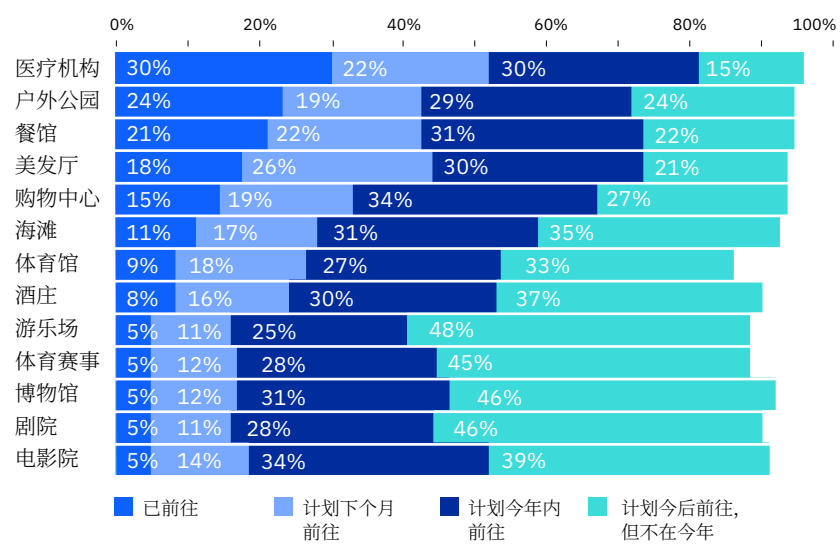
尽管仍非常担心健康和安全，但大量民众已开始外出，重返工作岗位，出入公共场所。截至 2020 年 6 月底，30% 的民众到过诊所或看过牙医，近 1/4 的民众去过户外公园，1/5 的民众前往餐馆或酒吧用餐消遣。

尽管许多地区尚未完全取消社交距离及其他一些限制措施，但部分民众已经前往人群聚集区，仍有很多人拒绝密集接触。超过半数的受访者表示计划前往购物中心。大量民众预计今年内会去体育馆锻炼 (45%)、参观博物馆 (43%) 或去现场观看体育赛事 (40%)。36% 的民众计划前往游乐场（见图 4）。

图 4

户外活动

下个月，包括餐馆、美发厅和购物中心在内的商业场所的客流有望回升。



大封锁让旅行计划成为泡影

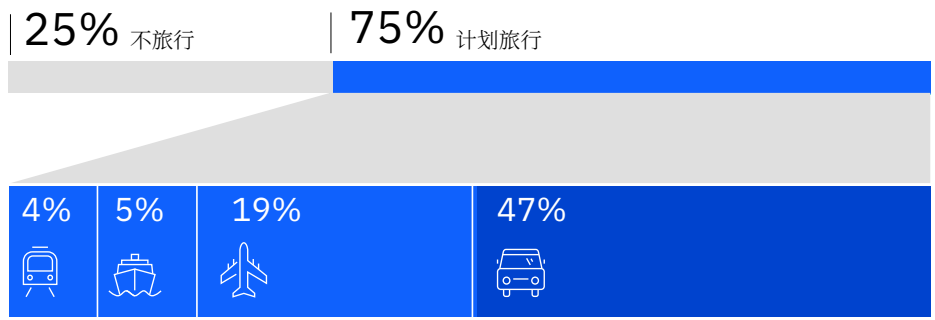
对于休假而言，希望出游的人务必从长计议，因为前景并不明朗。尽管被封锁了数月之久，但 1/4 的受访者表示较长的一段时间内仍没有任何旅行计划。近半数 (47%) 的受访者似乎渴望进行自驾游。而仅有 1/5 的受访者希望搭乘飞机旅行，计划乘坐火车或游轮旅行的受访者仅占 5% 甚至更低（见图 5）。

2021 年之前，许多酒店以及其他住宿场所很难再现旅客爆满的场面。不到 40% 的受访者表示可能会出去度长假，在“居家隔离”令取消后的前六个月去酒店、度假区或度假屋。约 1/4 的受访者预计明年出去旅游，而超过 1/3 的受访者无长假计划。

图 5

旅行计划

大多数受访者计划在未来三个月外出旅行，但近半数受访者希望自驾出行。



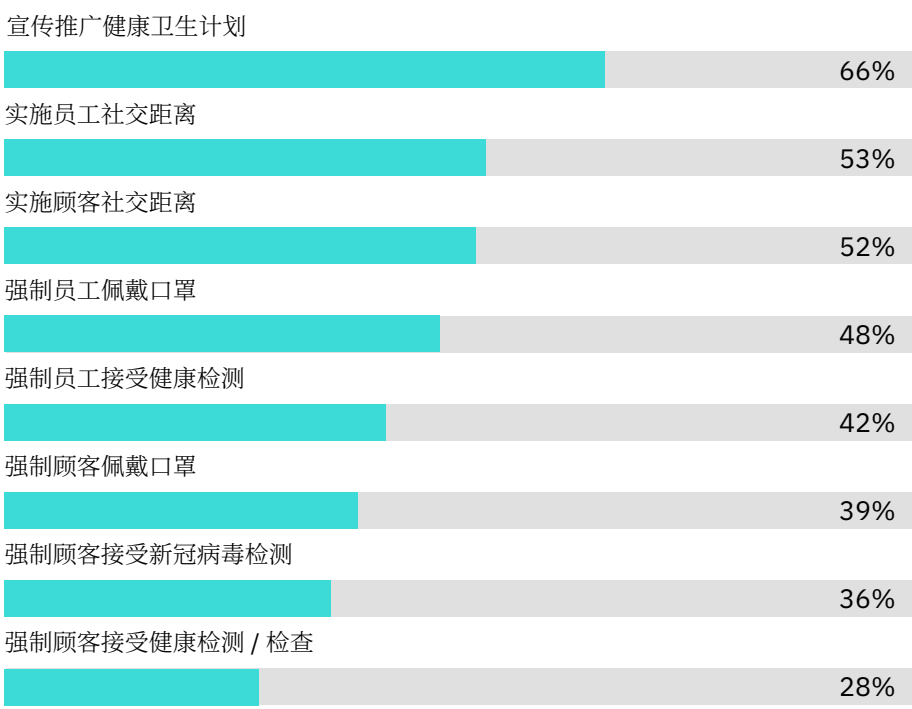
希望获得保护措施

随着社会开始重新开放，许多受访者希望企业和场所提供保护措施，这样身在其中才会感到安全和放心。2/3 的受访者期望出台明确的健康卫生计划，并积极进行宣传推广。半数受访者表示，希望对员工与顾客实施社交距离令。48% 的受访者指出，如果员工佩戴口罩，他们会更加放心（见图 6）。

图 6

安全第一

受访者选择令自己放心前往企业或商业场所的保护措施。



返岗复工所面临的独特机遇和挑战

新冠病毒疫情让人们切实开始担忧自己的未来。近 40% 的受访者表示，疫情的肆虐令自己担忧就业安全。

20% 的美国受访者表示，自己要么暂时离岗，要么永久失业，新冠病毒疫情带来的这个直接结果并不让人感到惊讶。4% 的员工表示已经失业，15% 的员工表示尽管保留了职位，但雇主不再支付薪资。

员工对于雇主在应对新冠病毒危机以及关爱员工方面的表现褒贬不一。只有不足 1/4 的工作者相信，雇主在返岗复工期间做出了明智而且合乎道德的决策，不仅考虑了经济影响，还顾及个人健康与福祉。

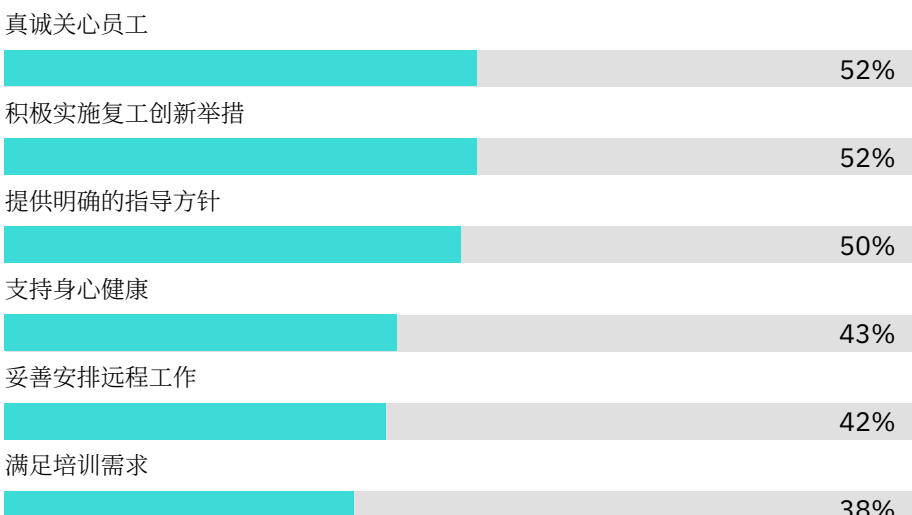
约半数的受访员工表示雇主真诚地关心员工，他们收到了明确的指导方针，而且雇主正积极采取创新举措，保障企业正常运转。

但是，大多数员工表示，雇主在满足培训需求、安排远程工作或支持员工身心健康方面，做得还不够（见图 7）。

图 7

返岗复工

员工对于雇主应对新冠病毒疫情的表现褒贬不一。



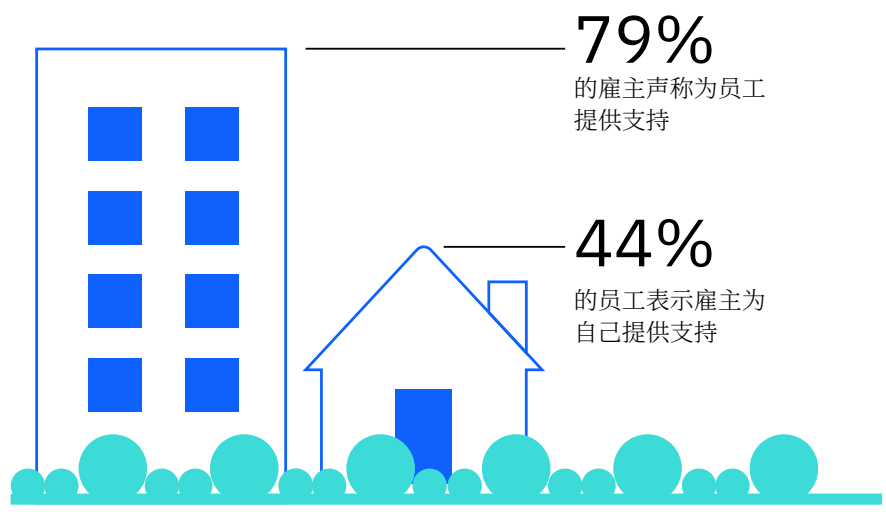
有趣的是，尽管 3/4 的高管表示自己成功帮助员工掌握新型业务模式所需的各项技能，但仅有 1/3 的员工赞同这一说法。

与此类似，79% 的雇主表示自己充分支持员工队伍的身心健康，然而仅有 44% 的员工认同这一点（见图 8）。

图 8

探寻观点脱节

雇主普遍表示积极支持改善员工福祉，但员工并不总是认同。



员工明确希望保障工作场所的健康与安全

当问及雇主应采取哪些措施以恢复正常运营时，许多受访者强烈希望雇主采取一系列广泛而积极的措施，保护员工远离病毒威胁，同时出台灵活机制，保障员工的身心健康。

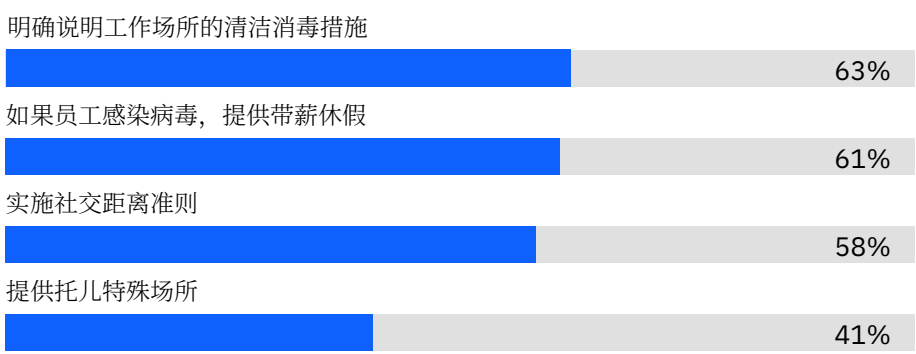
超过半数的受访者表示，必须出台明确的沟通机制，向员工说明工作场所采取的卫生和消毒措施。另外，半数受访者还表示，雇主应明确制定用于应对疫情二次爆发的计划，同时为感染病毒或出现症状的员工提供带薪休假。

与此同时，近半数的受访者希望雇主在工作场所继续推行社交距离令，近 1/3 的受访者强烈要求雇主提供特殊场所，满足托儿需求（见图 9）。总体而言，随着越来越多的企业相继复工，受访者的要求似乎越来越高。以下数据反映了 2020 年 7 月的调研结果。

图 9

高期望值

员工希望雇主采取一系列广泛的措施，保障员工的人身安全与健康，避免感染新冠病毒。



远程工作选项日益受到欢迎

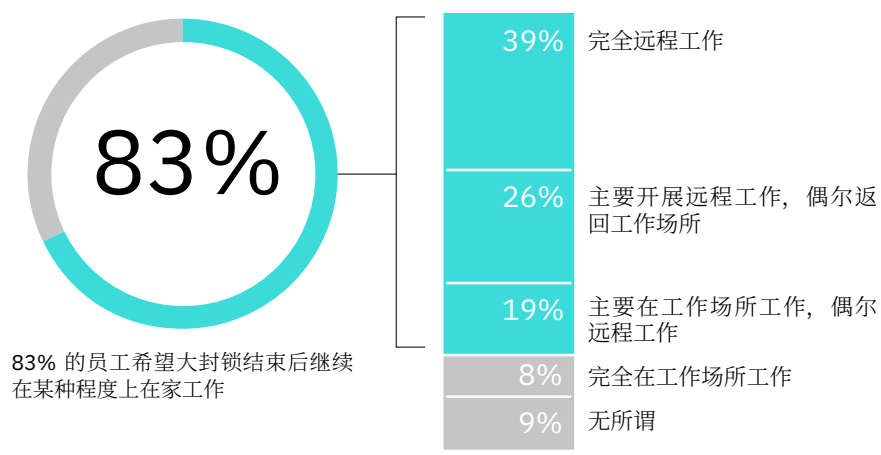
在新冠病毒疫情大封锁之前，仅有 10% 的员工在家工作。而截至 2020 年 7 月，在家工作的比例翻了两番，猛增至近 45%。

尽管员工对雇主处理疫情的表现褒贬不一，但有一点或许对大多数员工都非常有吸引力，那就是继续提供在家工作选项。目前远程工作的员工中，有 80% 表示希望至少继续偶尔在家工作，而 58% 的受访者则希望将远程工作作为主要工作模式（见图 10）。事实上，在目前开展远程工作的全职员工中，仅有 1/10 表示希望完全返回工作场所工作。

图 10

虚拟现实

疫情激发了人们对于远程工作的渴望。



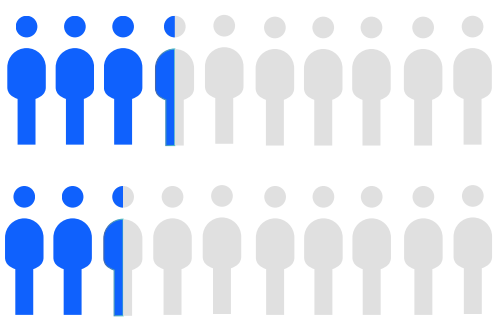
不到 1/5 的在家工作的员工表示存在技术和管理难题，但超过 1/3 的受访者将担心家人和自己的健康视为在家工作所面临的最大挑战。在这些受访员工中，有 1/4 提到心理健康影响（如孤独感、隔绝感及缺乏动力）以及履行家庭和育儿义务方面的挑战。

约 1/3 的受访者表示，在新冠病毒疫情爆发之前，每天与其他人的互动非常少。在家工作必然会加剧独居人士的隔绝感。18% 的美国受访者表示自己独自生活，超过 10% 的受访者的孤独感甚至更加强烈：独居而且没有宠物陪伴。1/4 的受访者表示大封锁令他们倍感孤独，缺乏工作动力（见图 11）。

图 11

社交距离影响

在家工作会加剧健康恐惧感、隔绝感或孤独感。



35%
担心自己和家人的健康

25%
存在孤独感或隔绝感

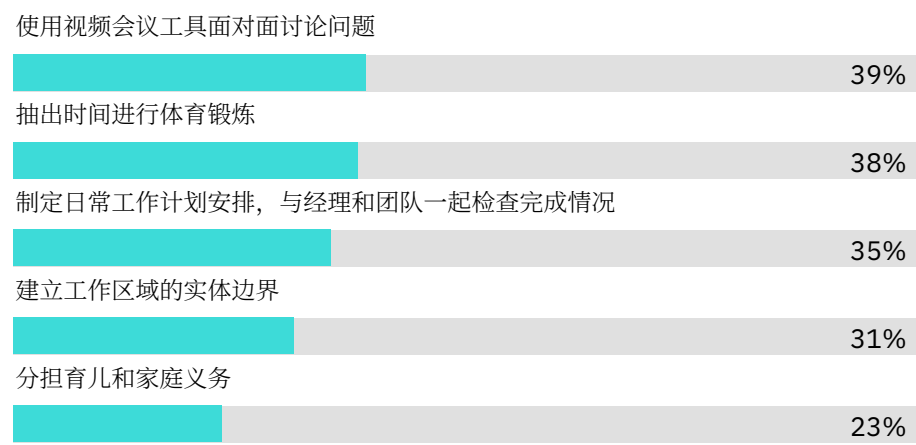
IBV 之前开展的一项研究表明，无论年龄或性别，独居人士出现常见心理健康失调问题的比例更高，这在很大程度上或许可以用孤独来解释。[2]

为尽量缓解这些担忧，越来越多的员工想方设法改善人际互动，营造独处时间 / 个人空间，分担家庭责任（见图 12）。

图 12

重新定义工作 / 生活平衡

随着在家工作渐成常态，员工充分发挥自己的创造力，既加强与他人的联系，同时又设定工作区域的边界。



密切接触者追踪获得广泛支持

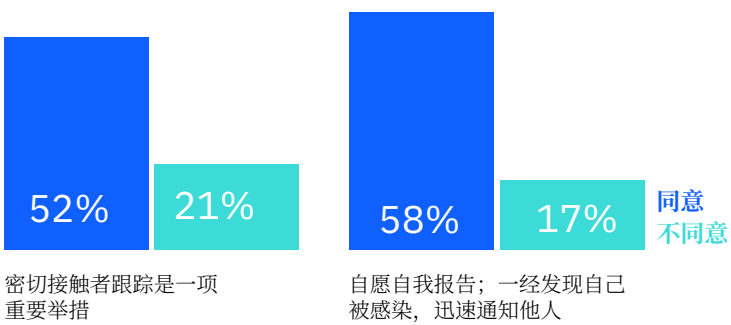
由于大多数人都预计，新冠病毒疫情短期内不会销声匿迹，而且极有可能在未来再次爆发，因此大多数人至少在概念上支持跟踪密切接触者就不足为奇了。尽管如此，由于存在重大的信任问题，因此在美国广泛实施这项措施势必会引起摩擦。

大多数民众表示，跟踪密切接触者是防止新冠病毒疫情传播的一项重要举措，而且大多数人都表示自愿共享数据以支持跟踪。超过半数受访者表示，密切接触者追踪是有效控制新冠病毒疫情传播的一项重要措施（见图 3）。45% 的受访者表示，希望雇主制定明确的密切接触者追踪计划，为返岗复工保驾护航。

图 13

病毒溯源

大多数受访者认为有必要实施密切接触者跟踪，而且自愿共享数据以支持这项举措。

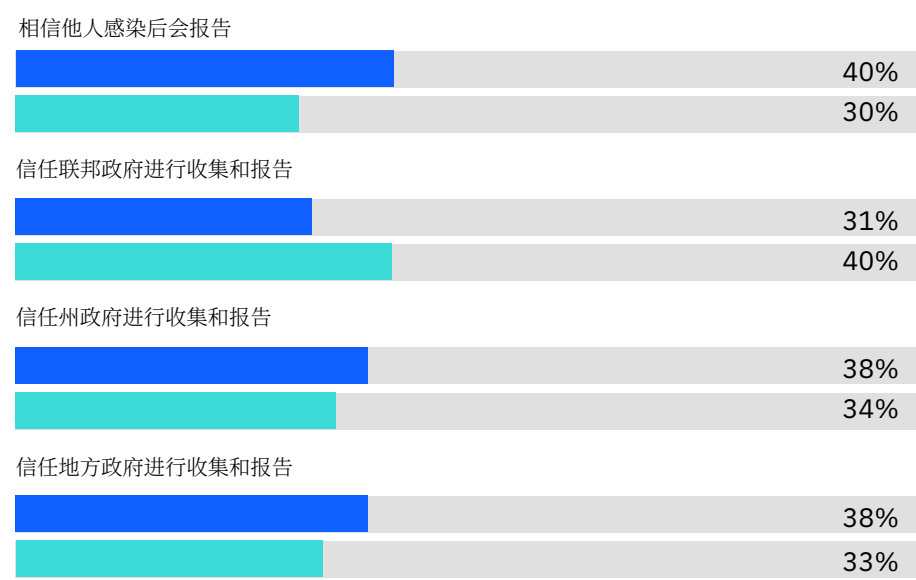


然而，相较于其他国家或地区，在美国由于存在信任问题，因此实施密切接触者跟踪的难度更大。虽然近 60% 的受访者表示自愿自我报告，但是仅有 40% 的受访者表示相信其他人能够做到这一点。美国政府是所获得信任度最低的政府实体，仅有 31% 的受访者认为联邦政府值得信任，支持政府出于密切接触者跟踪的目的收集和保护个人信息和数据。人们对私营企业的信任度仅仅比联邦政府机构好一点点 (32%)。州政府和地方政府的结果最好，但也只有 38% 的受访者表示这些实体值得信赖（见图 14）。

图 14

信任问题

美国民众对政府及彼此都缺乏信任，很可能导致密切接触者跟踪陷入困境。



本 IBV 消费者研究仍在继续，预计将来还会增加新的问题。显而易见，“照常运营”已一去不复返，必须适应新常态。为了为将来做好充分准备，帮助领导驾驭颠覆大潮，我们将继续提供商业洞察。请访问新冠病毒疫情研究文集（网址：ibm.co/covid-19-trilemma），了解最新研究成果。

作者



Cindy Anderson
IBM 商业价值研究院
互动与卓越运营全球负责人
linkedin.com/in/clwanderson480/
Cindy.W.Anderson@ibm.com



Dave Zaharchuk
IBM 商业价值研究院
研究主任
linkedin.com/in/david-zaharchuk-59564519/
david.zaharchuk@us.ibm.com

选对合作伙伴，驾驭多变的世界

在 IBM，我们积极与客户协作，运用业务洞察和先进的研究方法与技术，帮助他们在瞬息万变的商业环境中保持独特的竞争优势。

IBM 商业价值研究院

IBM 商业价值研究院 (IBV) 隶属于 IBM Services，致力于为全球高级商业主管就公共和私营领域的关键问题提供基于事实的战略洞察。

了解更多信息

欲获取 IBM 研究报告的完整目录，或者订阅我们的每月新闻稿，请访问：ibm.com/iibv

访问 IBM 商业价值研究院中国网站，免费下载研究报告 : https://www.ibm.com/ibv/cn

备注和参考资料

1 IBM Institute for Business Value Market Research Insights Survey of more than 54,000 adults, April-July 2020.

2 Fraser, Heather and Palmarini, Nicola.“孤独感与老龄化之殇：企业和政府如何应对持久的危机”，IBM 商业价值研究院，2020 年 3 月，https://www.ibm.com/downloads/cas/JWYGQ6NO

© Copyright IBM Corporation 2020

国际商业机器中国有限公司
北京朝阳区北四环中路 27 号
盘古大观写字楼 25 层
邮编：100101
美国出品
2020 年 7 月

IBM、IBM 徽标及 ibm.com 是 International Business Machines Corp. 在世界各地司法辖区的注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 ibm.com/legal/copytrade.shtml 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本文档为自最初公布日期起的最新版本，IBM 可能会随时对其进行更改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有产品或服务。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类（无论是明示的还是默示的）的保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据的协议条款和条件获得保证。

本报告的目的仅为提供通用指南。它并不旨在代替详尽的研究或专业判断依据。由于使用本出版物对任何企业或个人所造成的损失，IBM 概不负责。

本报告中使用的数据可能源自第三方，IBM 并未对其进行独立核实、验证或审查。此类数据的使用结果均为“按现状”提供，IBM 不作出任何明示或默示的声明或保证。

扫码关注 IBM 商业价值研究院

官网　微博　微信　微信小程序

75034275CNZH-01