

# Поведение китайских потребителей после эпидемии COVID-19

— Это «потребление как ответный удар».  
Как это отразится на вашей товарной категории?

В сравнении с 2019, изменения в намерениях совершить покупку после эпидемии

■ увеличилось ■ осталось на том же уровне ■ снизилось

