

香港電台
突破機構

「一屋買家 – 香港青少年消費取向調查」
研究

新聞發佈會
(二零零九年八月二十八日)

香港電台與突破機構合作

「一屋買家 – 香港青少年消費取向調查」研究

- ❖ 研究目的：瞭解青少年的消費文化與行為
- ❖ 2009年7月23日至8月23日進行
- ❖ 對象：全港10至24歲青少年
- ❖ 是次調查以網絡問卷形式進行，問卷上載至港台網站、突破網站、Uzone21網站等
- ❖ 成功訪問：452人

「一屋買家 – 香港青少年消費取向調查」研究

受訪對象資料

性別	男 (41.7%) 女 (58.3%)
年齡	18歲以上 (53.4%)
在學/就業情況	全日制學生 (71.1%) 全職工作 (15.4%)

→青少年消費行為傾向實際

購買衣著飾物時，最主要考慮：	表示會考慮的受訪者比率(%)
稱身舒適	76.1%
價錢便宜	62.6%

→青少年消費行為傾向實際

受訪者購買電子產品時：	表示會考慮的受訪者比率(%)
擁有多項功能	71.7%
耐用因素	69.2%

→青少年消費行為傾向實際

如果想買一件超出自己財政能力的心頭好，你會：	受訪者比率(%)
嘗試忘記那物品	46.4%
問父母長輩給更多零用錢	17.9%

→情緒主導消費行為

情緒主導消費行為 包括：

「因為心情不佳而購物」

「購物會令自己感到開心」

「見到新款衣飾或電子產品，就會想辦法去擁有」

「沒穿戴名牌衣飾會令自己於友儕間感到壓力」

「穿了名牌子會令自己於友儕間受歡迎」

「沒有新款電子產品會影響友儕間交往」

「擁有新款產品則會提升友儕間形象」

消費行為傾向情緒主導

	上頁最少一項表示 同意的比率
情緒主導消費行為	63.9%

→ 女性較受影響的情緒主導消費行為

消費行為	分數，5分為滿分
因為心情不佳而購物	女：2.39，男：1.87
覺得購物會令自己感到開心	女：3.78，男：3.26
見到新時款衣飾，就會想辦法去擁有。	女：2.89，男：2.61

*1分代表「十分不同意」、5分代表「十分同意」

→ 男性較受影響的情緒主導消費行為

消費行為	分數，5分為滿分
見到最新的電子產品，就會想辦法去擁有	女：2.40，男：3.02
如果你沒有某些電子產品，會影響你與朋友間的交往	女：2.29，男：2.73

*1分代表「十分不同意」、5分代表「十分同意」

→18歲以上受訪者擁有信用卡情況

信用卡數目	比率(%)
沒有信用卡	41.8%
1-3張信用卡	48.1%

*平均每人擁有1.18張信用卡

分析：超過六成受訪者在消費行為中皆具有情緒因素，由於：

- ❖ 藉消費滿足自我，獲得愉悅的感覺；
- ❖ 在友儕間獲得被肯定的感覺。
- ❖ 影響：當消費行為更多受情緒影響，持多張信用卡的人可能面對超出個人還款能力數倍的威脅。

- 完 -