

突破機構
香港青少年媒體使用情況 2016
主要研究數據及圖表

是次研究對象為本地 10-29 歲青少年，以街頭問卷形式於不同地區訪問 10-29 歲的年輕人，成功收回 567 份有效問卷。受訪男性為 45.6%、女性則為 54.4%，平均年齡 19.0 歲。6 成 8（67.7%）受訪者是學生。

I. 研究方法、抽取樣本、成功率、樣本誤差

- 研究以街頭訪問形式進行，訪問對象為本地 10-29 歲青少年。
- 突破事工研究及發展部於香港港九、新界人流量高的地點進行街頭訪問。
- 突破機構之訪問員於 2016 年 2 月 25 日至 2016 年 4 月 21 日期間致電進行街頭訪問。

I. 進行研究區域

	百份比
港島區	25.0%
九龍區	41.7%
新界區	33.3%
總計 (N=567)	100%

II. 受訪者個人資料

性別

	百份比
男	45.6%
女	54.4%
總計 (N=566)	100%

年齡

	百份比
10-14 歲	7.2%
15-19 歲	55.3%
20-24 歲	24.7%
25-29 歲	12.7%
平均年齡(歲)	19.0
標準誤差(SD)	4.0
總計 (N=566)	100%

教育程度

	百份比
小學或以下	0.7%
初中	13.2%
高中／預科／毅進計劃	44.4%
專上非學位／副學士	12.2%
學位	27.9%
學位以上	1.6%
總計 (N=567)	100%

現時在職／在學狀況

	百份比
讀書（全職）	67.7%
半工讀	9.5%
做野（全職）	20.1%
工作（兼職）	1.8%
待業／失業	0.9%
總計 (N=566)	100%

出生地點

	百份比
香港	86.9%
國內	11.1%
海外或其他	2.0%
總計 (N=567)	100%

宗教信仰

	百份比
無宗教信仰	73.6%
基督教	20.9%
天主教	2.3%
佛教／道教	2.8%
其他	0.4%
總計 (N=565)	100%

居住區域

	百份比
中西區	3.5%
灣仔	4.1%
東區	17.1%
南區	4.6%
九龍城	3.2%
黃大仙	3.2%
觀塘	5.8%
油尖旺	5.1%
深水埗	2.8%
荃灣	9.2%
葵青	2.6%
西貢	5.3%
沙田	19.0%
大埔	2.6%
北區	3.0%
屯門	2.8%
元朗	3.7%
離島	2.1%
內地	0.2%
總計 (N=567)	100%

III. 研究數據

第一部份 問卷數據

1. 每日使用的媒體 [可多選]

	頻次	百分比	
		頻次百分比	樣本百分比 (N=567)
Whatsapp 類軟件溝通	492	12.9%	86.8%
聽歌	458	12.0%	80.8%
睇短片	362	9.5%	63.8%
瀏覽社交網站、討論區	322	8.4%	56.8%
睇新聞	320	8.4%	56.4%
check Email	293	7.7%	51.7%
傾電話	291	7.6%	51.3%
睇電視	272	7.1%	48.0%
打機	234	6.1%	41.3%
睇書、小說、雜誌	219	5.7%	38.6%
社交網寫 status	171	4.5%	30.2%
網購	99	2.6%	17.5%
聽電台	86	2.3%	15.2%
寫文章	61	1.6%	10.8%
拍片	40	1.0%	7.1%
改圖	38	1.0%	6.7%
作歌	32	0.8%	5.6%
改歌	27	0.7%	4.8%
其他	1	0.0%	0.2%
總計	3818	100%	

1.1. 每日使用的媒體 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 樣本百分比	2016 (N=567) 樣本百分比
Whatsapp 類軟件溝通	89.9%	86.8%
聽歌	67.7%	80.8%
睇短片	58.0%	63.8%
瀏覽社交網站、討論區	80.4%	56.8%
睇新聞	67.7%	56.4%
Check Email	62.3%	51.7%
傾電話	80.5%	51.3%
打機	69.1%	41.3%
睇書、小說、雜誌	41.4%	38.6%

註：

1. 只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%
2. 項目可多選

1.2. 每日使用媒體種類

	頻次	百分比
1	19	3.4%
2-4	153	27.0%
5-8	240	42.3%
9-11	80	14.1%
12 或以上	75	13.2%
總計	567	100%
平均數 (種)	6.7 (SD=3.6)	

2. 擁有電子器材種類

2.1. 手機

	頻次	百分比
0	1	0.2%
1-2	556	98.1%
3-4	8	1.4%
≥5	2	0.4%
總計	567	100%
平均數 (部)	1.1 (SD=0.4)	

2.2. 手提電腦

	頻次	百分比
0	237	42.4%
1-2	316	56.5%
3-4	6	1.1%
總計	559	100%
平均數 (部)	0.6 (SD=0.6)	

2.3. 桌上電腦

	頻次	百分比
0	232	41.6%
1-2	324	58.1%
3-4	2	0.4%
總計	558	100%
平均數 (部)	0.6 (SD=0.6)	

2.4. 平板電腦

	頻次	百份比
0	306	54.0%
1-2	250	44.9%
3-4	1	0.2%
總計	557	100%
平均數 (部)	0.5 (SD=0.6)	

2.5. 擁有電子器材種類 (與 2013 年對比)

	2013 部 (平均數)	2016 部 (平均數)
手機	1.1 (N=514; SD=0.4)	1.1 (N=567; SD=0.4)
桌上電腦	1.0 (N=513; SD=0.6)	0.6 (N=558; SD=0.6)
手提電腦	0.7 (N=514; SD=0.7)	0.6 (N=559; SD=0.6)
平板電腦	0.4 (N=513; SD=0.6)	0.5 (N=557; SD=0.6)

2.6. 媒體種類組合

	2013 百分比	2016 百分比
手機、桌上電腦	125 (24.5%)	115 (20.3%)
手機、手提電腦	50 (9.8%)	102 (18.0%)
手機、平板、桌上、手提電腦	60 (11.8%)	101 (17.8%)
手機、平板、手提電腦	27 (5.2%)	64 (11.3%)
手機、桌上、手提電腦	107 (21.0%)	63 (11.1%)
手機、桌上、平板電腦	35 (6.9%)	55 (9.7%)
手機、平板電腦	17 (3.4%)	41 (7.2%)
手機	34 (6.7%)	25 (4.4%)
其他	59 (11.5%)	1 (0.2%)
總計	511 (100%)	567 (100%)

3. 受訪者平均每日上網時數

	2013 樣本 (百份比)	2016 樣本 (百份比)
0 - 1 小時	34 (12.8%)	40 (7.1%)
1.1 - 4 小時	223 (44.4%)	324 (57.3%)
4.1 - 8 小時	89 (17.7%)	133 (23.5%)
8.1 - 23.9 小時	57 (11.4%)	68 (12.0%)
24 小時	69 (13.8%)	0 (0.0%)
總計	503 (100%)	565 (100%)
平均時數	7.2 (SD=4.0)	4.5 (SD=3.1)

註：2013 年的上網時數包括待機時間

4. 遇到唔識既嘢，一般情況下你會上網，定係用傳統方法（如：問朋友，搵書）搵答案？

	頻次	百份比
上網	464	83.5%
傳統方法	90	16.2%
其他	2	0.4%
總計	556	100%

5. 你會經常上社交網站（如：Facebook、Instagram）定 Whatsapp 類軟件？

	頻次	百份比
兩者都經常	381	67.4%
Whatsapp 類軟件	130	23.0%
社交網站	47	8.3%
兩者皆不用	7	1.2%
總計	565	100%

6. [Q5 選第 1、2 項者] 你用 Whatsapp 類軟件時會做 D 咩？[可多選]

	頻次	頻次百分比	百份比 樣本百分比 (N=567)
溝通（如：傾電話、whatsapp、於社交網寫 status）	506	79.3%	89.2%
媒體使用（如：聽歌、睇短片、睇轉載文章）	93	14.6%	16.4%
網絡上載創作（如：寫文章、拍片、改圖）	37	5.8%	6.5%
其他	2	0.3%	0.4%
總計	638	100%	

7. [Q5 選第 1、3 項者] 你上社交網站時會做 D 咩？[可多選]

	頻次	頻次百分比	百份比 樣本百分比 (N=567)
溝通（如：傾電話、whatsapp、於社交網寫 status）	160	25.9%	28.2%
媒體使用（如：聽歌、睇短片、睇轉載文章）	353	57.1%	62.3%
網絡上載創作（如：寫文章、拍片、改圖）	71	11.5%	12.5%
其他	2	0.3%	0.4%
純粹無聊	32	5.2%	5.6%
總計	618	100%	

A. 新聞資訊

8. 你主要係透過傳統媒體，定網絡新媒體接觸新聞資訊（包括文字、聲畫）呢？

	頻次	百份比
網絡新媒體	402	72.6%
傳統媒體	134	24.2%
唔睇	18	3.2%
總計	554	100%

9. 你主要喺咩媒體睇／聽新聞資訊？[排序，1 為最主要，2 為次主要，最多選 3 項]

	最主要			次主要			第 3 主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
蘋果	209	37.9%	36.9%	69	16.2%	12.2%	20	6.9%	3.5%
TVB	113	20.5%	19.9%	74	17.4%	13.1%	36	12.4%	6.3%
明報	46	8.3%	8.1%	45	10.6%	7.9%	14	4.8%	2.5%
100 毛	29	5.3%	5.1%	53	12.5%	9.3%	55	18.9%	9.7%
東方	19	3.4%	3.4%	11	2.6%	1.9%	9	3.1%	1.6%
星島	12	2.2%	2.1%	15	3.5%	2.6%	6	2.1%	1.1%
高登	11	2.0%	1.9%	12	2.8%	2.1%	17	5.8%	3.0%
熱血時報	9	1.6%	1.6%	14	3.3%	2.5%	17	5.8%	3.0%
立場新聞	9	1.6%	1.6%	12	2.8%	2.1%	8	2.7%	1.4%
有線電視	9	1.6%	1.6%	8	1.9%	1.4%	8	2.7%	1.4%
獨立媒體	9	1.6%	1.6%	5	1.2%	0.9%	6	2.1%	1.1%
Now TV	8	1.5%	1.4%	7	1.6%	1.2%	9	3.1%	1.6%
信報	7	1.3%	1.2%	4	0.9%	0.7%	1	0.3%	0.2%
Yahoo News	7	1.3%	1.2%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
頭條	6	1.1%	1.1%	21	4.9%	3.7%	12	4.1%	2.1%
太陽	5	0.9%	0.9%	3	0.7%	0.5%	2	0.7%	0.4%
SCMP	5	0.9%	0.9%	1	0.2%	0.2%	2	0.7%	0.4%
港台	4	0.7%	0.7%	23	5.4%	4.1%	14	4.8%	2.5%
BBC	3	0.5%	0.5%	7	1.6%	1.2%	17	5.8%	3.0%
AM730	3	0.5%	0.5%	6	1.4%	1.1%	5	1.7%	0.9%
商台	3	0.5%	0.5%	6	1.4%	1.1%	2	0.7%	0.4%
港人講地	2	0.4%	0.4%	2	0.5%	0.4%	4	1.4%	0.7%
壹週刊	2	0.4%	0.4%	0	0.0%	0.0%	2	0.7%	0.4%
經濟	1	0.2%	0.2%	5	1.2%	0.9%	5	1.7%	0.9%
新城	1	0.2%	0.2%	4	0.9%	0.7%	3	1.0%	0.5%
香港討論區	1	0.2%	0.2%	2	0.5%	0.4%	4	1.4%	0.7%
ViuTV	1	0.2%	0.2%	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%
網台	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%	1	0.3%	0.2%
明週	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%	1	0.3%	0.2%
香港電視	0	0.0%	0.0%	3	0.7%	0.5%	2	0.7%	0.4%
CNN	0	0.0%	0.0%	2	0.5%	0.4%	4	1.4%	0.7%
Times	0	0.0%	0.0%	2	0.5%	0.4%	1	0.3%	0.2%
文匯	0	0.0%	0.0%	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%
亞洲週刊	0	0.0%	0.0%	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%
樂視	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	1	0.3%	0.2%
ATV	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
其他	15	2.7%	2.6%	6	1.6%	1.2%	3	1.0%	0.5%
總計	551	100%		425	100%		291	100%	

(N=567)

9.1. 常用途徑 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 樣本 (百份比)	2016 (N=567) 樣本 (百份比)
報紙／報紙網站	186 (35.8%)	399 (70.4%)
電視	146 (28.1%)	261 (46.0%)
網絡媒體	198 (38.2%)	80 (14.1%)
電台	11 (2.1%)	59 (10.4%)
討論區 (如：高登)	8 (1.5%)	45 (7.9%)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

10. 你有無主動睇唔同立場既媒體報導？

	頻次	百份比
有	335	61.0%
沒有	214	39.0%
總計	549	100%

B. 電視

11. 每日睇電視

	頻次	百份比
有	380	67.4%
沒有	184	32.6%
總計	564	100%

11.1. 你每日用幾多時間睇電視？

	頻次	百份比
1 小時或以下	230	60.4%
1.1-2 小時	100	26.2%
2.1-3 小時	33	8.7%
3.1-5 小時	14	3.7%
5.1-8 小時	1	0.3%
>8 小時	3	0.8%
總計	381	100%
中位數 (小時)	1.6 (SD = 1.40)	

(N=381)

12. 你有無返屋企就開電視既習慣？

	頻次	百份比
有	121	21.3%
無	446	78.7%
總計	567	100%

13. [每日睇電視者] 屋企人有無返屋企就開電視既習慣？

	頻次	百份比
有	232	60.7%
沒有	146	38.2%
沒有，自己住	4	1.0%
總計	382	100%

14. [習慣返屋企開電視者] 你通常睇開咩電視台？

	頻次	百份比
TVB	103	85.1%
NowTV	7	5.8%
有線電視	2	1.7%
ATV	1	0.8%
香港電視 (HKTV)	1	0.8%
其他	7	5.8%
總計	121	100%

15. [每日睇電視者] 你睇電視既習慣係點樣？

	頻次	百份比
開電視機：免費電視 (TVB)	280	75.3%
開電視機：收費電視	24	6.5%
網絡轉載：Facebook	19	5.1%
電視台網站 (myTV 等)、apps：重溫	18	4.8%
電視台網站 (myTV 等)、apps：直播	11	3.0%
網絡轉載：Youtube	9	2.4%
網絡轉載：Instagram	5	1.3%
中介網站	2	0.5%
討論區	0	0.0%
私人網站	0	0.0%
其他	4	1.1%
總計	372	100%

15.1. 常用途徑 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 樣本 (百份比)	2016 (N=567) 樣本 (百份比)
電視機	418 (81.3%)	304 (53.6%)
電視台網站	27 (5.3%)	29 (5.1%)
Youtube 等短片網站	22 (4.3%)	9 (1.6%)
社交網站	0 (0.0%)	24 (4.2%)
討論區	0 (0.0%)	0 (0.0%)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

16. [每日睇電視者] 你主要睇咩類型既節目？ [排序，1 為最主要，2 為次主要，最多選 3 項]

	最主要			次主要			第 3 主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
劇集	160	41.8%	41.8%	62	19.9%	16.2%	19	9.3%	5.0%
新聞報導	89	23.2%	23.2%	76	24.4%	19.8%	44	21.6%	11.5%
綜藝	47	12.3%	12.3%	61	19.6%	15.9%	29	14.2%	7.6%
電影	23	6.0%	6.0%	34	10.9%	8.9%	32	15.7%	8.4%
體育	19	5.0%	5.0%	14	4.5%	3.7%	22	10.8%	5.7%
時事資訊	15	3.9%	3.9%	27	8.7%	7.0%	21	10.3%	5.5%
旅遊	12	3.1%	3.1%	14	4.5%	3.7%	19	9.3%	5.0%
音樂	8	2.1%	2.1%	7	2.3%	1.8%	10	4.9%	2.6%
動畫、卡通	3	0.8%	0.8%	12	3.9%	3.1%	8	3.9%	2.1%
記錄片	2	0.5%	0.5%	2	0.6%	0.5%	0	0.0%	0.0%
其他	5	1.3%	1.3%	2	0.6%	0.5%	0	0.0%	0.0%
總計	383	100.0%		311	100%		204	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 383

16.1. 節目類型 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 樣本 (百份比)	2016 (N=567) 樣本 (百份比)
劇集	306 (59.5%)	241 (42.5%)
新聞報導	164 (31.9%)	209 (36.9%)
綜藝 (包括娛樂、旅遊、音樂)	126 (24.5%)	207 (36.5%)
電影	30 (5.8%)	89 (15.7%)
體育	24 (4.7%)	55 (9.7%)
時事資訊	56 (10.9%)	63 (11.1%)
動畫、卡通	42 (8.2%)	23 (4.1%)
記錄片	46 (8.9%)	4 (0.7%)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

C. 電影

17. 睇戲

	頻次	百份比
睇	546	97.2%
唔睇	16	2.8%
總計	562	100%

17.1. 睇戲途徑 [排序，1 為最主要，2 為次主要，最多選 3 項]

	最主要			次主要			第 3 主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
戲院	390	71.3%	68.8%	50	12.9%	8.8%	22	12.6%	3.9%
影片網站：線上看	79	14.4%	13.9%	127	32.8%	22.4%	35	20.1%	6.2%
影片網站：下載	20	3.7%	3.5%	45	11.6%	7.9%	27	15.5%	4.8%
免費電視台	17	3.1%	3.0%	36	9.3%	6.3%	16	9.2%	2.8%
影片網站：Youtube	11	2.0%	1.9%	59	15.2%	10.4%	41	23.6%	7.2%
光碟	9	1.6%	1.6%	42	10.9%	7.4%	11	6.3%	1.9%
收費電視台	9	1.6%	1.6%	5	1.3%	0.9%	3	1.7%	0.5%
影片網站：電視台網站、apps	7	1.3%	1.2%	15	3.9%	2.6%	9	5.2%	1.6%
影片網站：買、租	1	0.2%	0.2%	8	2.1%	1.4%	3	1.7%	0.5%
中介網站	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%	4	2.3%	0.7%
私人網站	1	0.2%	0.2%	0	0.0%	0.0%	3	1.7%	0.5%
其他	2	0.4%	0.4%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
總計	547	100%		387	100%		174	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

17.2. 途徑 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 樣本 (百份比)	2016 (N=567) 樣本 (百份比)
戲院	353 (68.8%)	462 (81.5%)
Youtube	68 (13.2%)	111 (19.6%)
影片網站	189 (36.8%)	312 (55.0%)
光碟	51 (9.9%)	62 (10.9%)
電視台	78 (15.2%)	111 (19.6%)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

D. 短片

18. 你本身係唔係 Youtuber ?

	頻次	百份比
係，有 follow	25	4.4%
係，無 follow	4	0.7%
唔係，有 follow	380	67.1%
唔係，無 follow	157	27.7%
總計	566	100%

19. 你有無參與過短片製作（如：剪輯、做 Live、惡搞）？

	頻次	百份比
有	178	31.6%
無	386	68.4%
總計	564	100%

20. [參與短片製作者] 呢 D 短片主要以咩類型居多？ [排序，1 為最主要，2 為次主要，最多選 3 項]

	最主要			次主要			第 3 主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
微電影	44	24.7%	24.7%	11	20.8%	6.2%	0	0.0%	0.0%
宣傳片	38	21.3%	21.3%	6	11.3%	3.4%	1	11.1%	0.6%
教學	22	12.4%	12.4%	5	9.4%	2.8%	1	11.1%	0.6%
個人生活 記錄	18	10.1%	10.1%	7	13.2%	3.9%	2	22.2%	1.1%
音樂	14	7.9%	7.9%	10	18.9%	5.6%	2	22.2%	1.1%
剪輯片	12	6.7%	6.7%	6	11.3%	3.4%	1	11.1%	0.6%
惡搞	12	6.7%	6.7%	3	5.7%	1.7%	1	11.1%	0.6%
評論	5	2.8%	2.8%	4	7.5%	2.2%	0	0.0%	0.0%
其他	13	7.3%	7.3%	1	1.9%	0.6%	1	11.1%	0.6%
總計	178	100%		53	100%		9	100%	

註：樣本百分比的樣本數量為 178。

21. [參與短片製作者] 呢 D 短片製作主要喺邊度發布？[可多選]

	頻次	頻次百分比	樣本百份比 (N=178)
Youtube	91	43.3%	51.1%
Facebook	52	24.8%	29.2%
學校	15	7.1%	8.4%
Instagram	14	6.7%	7.9%
私人網站	13	6.2%	7.3%
Whatsapp 類軟件	7	3.3%	3.9%
其他	7	3.3%	3.9%
唔發布	11	5.2%	6.2%
總計	210	100%	

22. [參與短片製作者] 短片發布的對象主要係咩人？

	頻次	百份比
公開	84	49.7%
朋友	47	27.8%
指定對象	37	21.9%
其他	1	0.6%
總計	169	100%

E. 書籍

23. 最近半年，你睇過幾多本書（唔計課本／參考書）？

	2013 百份比	2016 百份比
有睇	84.6% (N=435)	82.4% (N=467)
無睇	12.8% (N=66)	16.4% (N=93)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

23.1. [睇書者] 數量

	頻次	百份比
1-6 本	352	75.4%
7-12 本	70	15.0%
13-24 本	27	5.8%
≥25 本	18	3.9%
總計	467	100%

23.1.1. [睇書者] 數量(與 2013 年對比)

	本 (中位數)
2013 (N=405)	6.0
2016 (N=467)	4.0

24. 最近半年，你有無睇／寫網絡小說？

24.1. 睇網絡小說

	頻次	百份比
有	189	33.8%
無	371	66.3%
總計	560	100%

(N=567)

24.1.1. 數量

	頻次	百份比
1-6 本	144	76.2%
7-12 本	23	12.2%
13-24 本	10	5.3%
≥25 本	12	6.3%
總計	189	100%
中位數 (本)	2.0 (SD=16.7)	

24.2. 寫網絡小說

	頻次	百份比
有	15	2.7%
無	539	97.3%
總計	554	100%

(N=567)

24.2.1. 數量

	頻次	百份比
1-6 本	14	93.3%
7-12 本	0	0.0%
13-24 本	0	0.0%
≥25 本	1	6.7%
總計	15	100%
中位數 (本)	2.0 (SD=25.0)	

25. 最近半年，你睇過幾多本電子書（唔計課本／參考書）？

	頻次	百份比
有	147	26.1%
無	416	73.9%
總計	563	100%

(N=567)

25.1. [睇電子書者] 數量

	頻次	百份比
1-6 本	119	81.0%
7-12 本	15	10.2%
13-24 本	5	3.4%
≥25 本	8	5.4%
總計	147	100%
中位數（本）	2.0 (SD=16.5)	

26. 最近半年，有無買過電子書？

	頻次	百份比	
有	23	4.1%	
無	只睇免費	89	15.8%
	完全無睇	450	80.1%
總計	562	100%	

● 買電子書者 ...

26.1. [買電子書者] 數量及花費

	頻次	百份比
1-6 本	17	73.9%
7-12 本	5	21.7%
13-24 本	1	4.3%
≥25 本	0	0.0%
總計	23	100%

26.1.1. 數量及花費 (與 2013 年對比)

	本（中位數）	花費（中位數）
2013 (N=27)	2.0 (SD=7.0)	54.2 (SD=593.7)
2016 (N=23)	3.0 (SD=4.4)	155.0 (SD=430.0)

F. 雜誌

27. 最近半年，你睇過幾多本雜誌？

	2013 百份比	2016 百份比
無	38.2% (N=194)	50.8% (N=285)
有	61.8% (N=314)	49.2% (N=276)
總計	100% (N=508)	100% (N=561)

27.1. [睇雜誌者] 數量

	頻次	百份比
1-6 本	203	73.6%
7-12 本	34	12.3%
13-24 本	25	9.1%
≥25 本	14	5.1%
總計	276	100%
中位數 (本)	4.0 (SD=15.5)	

28. 最近半年，你睇過幾多本電子雜誌或電子雜誌內的專題？

28.1. 睇電子雜誌

	2013 百份比	2016 百份比
有	9.6% (N=49)	11.3% (N=62)
無	90.4% (N=464)	88.7% (N=489)
總計	100% (N=513)	100% (N=551)

28.2. [睇電子雜誌者] 數量

	頻次	百份比
1-6 本	54	87.1%
7-12 本	5	8.1%
13-24 本	1	1.6%
≥25 本	2	3.2%
總計	62	100%

28.3. 電子雜誌專題

	頻次	百份比
有	83	15.3%
無	458	84.7%
總計	541	100%

28.3.1. [睇電子雜誌專題者] 數量

	頻次	百份比
1-20 篇	62	74.7%
21-40 篇	4	4.8%
41-60 篇	5	6.0%
≥61 篇	12	14.5%
總計	83	100%
中位數 (篇)	8.0 (SD=99.6)	

29. 最近半年，有無買／租過電子雜誌？

		頻次	百份比
買電子雜誌	有	7	1.2%
	無	560	98.8%
總計		567	100%
租電子雜誌	有	1	0.2%
	無	566	99.8%
總計		567	100%
只睇免費		101	17.8%
總計		567	100%

● 買電子雜誌者 ...

29.1. [買電子雜誌者] 數量及花費

	頻次	百份比
1-6 本	4	80.0%
7-12 本	0	0.0%
13-24 本	0	0.0%
≥25 本	1	20.0%
總計	5	100%
中位數 (本)	2.0 (SD=15.1)	
花費 (中位數)	140 (SD=389.1)	

29.1.1. 數量及花費 (與 2013 年對比)

	本 (中位數)	花費 (中位數)
2013 (N=15)	1 (SD=5.5)	\$87.3 (SD=532.9)
2016 (N=5)	2.0 (SD=15.1)	\$140.0 (SD=389.1)

G. 漫畫

30. 途徑 (與 2013 年對比)

	2013 百份比	2016 百份比
私人網站、apps	24.7% (N=128)	34.6% (N=195)
印刷本	15.8% (N=82)	9.2% (N=52)
發行商網站	1.7% (N=9)	2.8% (N=16)
唔睇	55.9% (N=290)	53.3% (N=300)
總計	100% (N=509)	100% (N=563)

H. 動畫

31. 睇動畫

	頻次	百份比
有	344	61.6%
無	214	38.4%
總計	558	100%

31.1. [睇動畫者] 途徑

	最主要			次主要			第 3 主要		
	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比
影片網站：線上看	173	50.9%	30.5%	36	22.4%	6.3%	7	9.6%	1.2%
影片網站：Youtube	44	12.9%	7.8%	48	29.8%	8.5%	19	26.0%	3.4%
免費電視台	34	10.0%	6.0%	11	6.8%	1.9%	11	15.1%	1.9%
影片網站：電視台網站、apps	30	8.8%	5.3%	12	7.5%	2.1%	4	5.5%	0.7%
戲院	28	8.2%	4.9%	13	8.1%	2.3%	10	13.7%	1.8%
影片網站：下載	18	5.3%	3.2%	26	16.1%	4.6%	6	8.2%	1.1%
光碟	6	1.8%	1.1%	7	4.3%	1.2%	6	8.2%	1.1%
收費電視台	2	0.6%	0.4%	4	2.5%	0.7%	0	0.0%	0.0%
中介網站	2	0.6%	0.4%	2	1.2%	0.4%	3	4.1%	0.5%
私人網站	2	0.6%	0.4%	0	0.0%	0.0%	4	5.5%	0.7%
影片網站：買、租	0	0.0%	0.0%	2	1.2%	0.2%	3	4.1%	0.4%
其他	1	0.3%	0.2%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
總計	340	100%		161	100%		73	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

I. 音樂

32. 你平時聽歌的習慣係點？

	2013 百份比	2016 百份比
網上聽（串流，如：Youtube、Sportify）	61.1% (N=314)	58.7% (N=331)
網站下載	47.7% (N=245)	25.5% (N=144)
由碟轉至其他裝置（如：智能電話）	3.3% (N=17)	10.6% (N=60)
聽碟	18.3% (N=94)	3.0% (N=17)
聽電台節目	4.3% (N=22)	0.2% (N=1)
唔聽	3.5% (N=18)	2.0% (N=11)
總計	100% (N=710)	100% (N=564)

註：2013 年受訪者 (N=514) 最多選 3 項答案，2016 年則為單選

33. 作、改、演繹歌

33.1. 你會唔會透過網絡分享？

	頻次	百份比
會	52	9.2%
唔會	511	90.8%
總計	563	100%

34. [會透過網絡分享者] 你會將 D 歌同 D 咩人分享？

	頻次	百份比
公開	19	35.2%
朋友	31	57.4%
指定對象	4	7.4%
總計	54	100%

J. 電台

35. 聽電台

	2013 百分比	2016 百份比
會	45.5% (N=234)	37.3% (N=209)
唔會	54.5% (N=280)	62.7% (N=352)
總計	100% (N=514)	100% (N=561)

35.1. [聽電台者] 途徑

	最主要			次主要			第3主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
商業二台	49	23.7%	8.6%	10	14.5%	1.8%	3	15.0%	0.5%
RTHK 1	47	22.7%	8.3%	10	14.5%	1.8%	1	5.0%	0.2%
商業一台	44	21.3%	7.8%	13	18.8%	2.3%	3	15.0%	0.5%
新城知訊台	23	11.1%	4.1%	6	8.7%	1.1%	5	25.0%	0.9%
RTHK 2	15	7.2%	2.6%	11	15.9%	1.9%	1	5.0%	0.2%
外地電台	11	5.3%	1.9%	3	4.3%	0.5%	2	10.0%	0.4%
熱血時報	3	1.4%	0.5%	4	5.8%	0.7%	1	5.0%	0.2%
校園電台	2	1.0%	0.4%	4	5.8%	0.7%	1	5.0%	0.2%
謎米	2	1.0%	0.4%	0	0.0%	0.0%	1	5.0%	0.2%
新城財經台	1	0.5%	0.2%	2	2.9%	0.4%	1	5.0%	0.2%
D100	1	0.5%	0.2%	2	2.9%	0.4%	0	0.0%	0.0%
民間電台	0	0.0%	0.0%	2	2.9%	0.4%	1	5.0%	0.2%
其他	9	4.3%	1.6%	2	2.9%	0.4%	0	0.0%	0.0%
總計	207	100%		69	100%		20	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

35.2. 途徑 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 百份比	2016 (N=567) 百份比
商業二台	17.7% (N=91)	10.9% (N=62)
RTHK 1	5.0% (N=26)	10.2% (N=58)
商業一台	4.3% (N=26)	10.6% (N=60)
新城知訊台	20 (N=3.9%)	6.0% (N=34)
RTHK 2	6.3% (N=32)	4.8% (N=27)
D100、網台 (如：謎米、熱血時報)	1.4% (N=7)	2.8% (N=16)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

36. [聽電台者] 參與電台製作

	頻次	百份比
有		
校園電台	23	11.1%
傳統電台	7	3.3%
網台	3	1.4%
無	174	84.1%
總計	207	100%

K. 打機

37. 你有無打機既習慣？

		頻次	百份比
有	無聊、打發時間	242	42.8%
	經常打	85	15.0%
無		239	42.2%
總計		566	100%

37.1. 打機習慣 (與 2013 年對比)

	2013 百份比	2016 百份比
有	76.5% (N=393)	57.8% (N=327)
無	22.7% (N=117)	42.2% (N=239)
總計	100% (N=510)	100% (N=566)

38. [打機者] 途徑

	最主要			次主要			第3主要		
	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比	頻次	頻次 百分比	樣本 百分比
手機	190	58.1%	33.5%	48	32.7%	8.5%	1	16.7%	0.2%
手提／桌上電腦	96	29.4%	16.9%	52	35.4%	9.2%	2	33.3%	0.4%
電子遊戲機 (如：PS3、 Xbox、Wii)	30	9.2%	5.3%	29	19.7%	5.1%	2	33.3%	0.4%
平板電腦	11	3.4%	1.9%	18	12.2%	3.2%	1	16.7%	0.2%
總計	327	100%		147	100%		6	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

38.1. 途徑 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 百份比	2016 (N=567) 百份比
手機／平板電腦	52.1% (N=268)	44.1% (N=250)
手提／桌上電腦	26.3% (N=135)	26.5% (N=150)
電子遊戲機 (如：PS3、Xbox、Wii)	12.3% (N=63)	10.8% (N=61)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

39. [打機者] 你會唔會因打機而喺網上識到朋友？

	頻次	百份比
會	130	39.8%
唔會		
自己一個打	102	31.2%
只同朋友打	95	29.1%
總計	327	100%

L. 網購

40. 網購習慣

	頻次	百份比
只買某類商品	135	23.9%
特定情況 (如：團購、減價) 才買	135	23.9%
大部份商品都會透過網購買	43	7.6%
無網購	253	44.7%
總計	566	100%

40.1. 網購習慣 (與 2013 年對比)

	2013 百份比	2016 百份比
有	60.3% (N=310)	55.3% (N=313)
無	39.5% (N=203)	44.7% (N=253)
總計	100% (N=513)	100% (N=566)

41. [網購者] 所購物品

	最主要			次主要			第3主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
衣物	155	49.7%	27.3%	36	20.0%	6.3%	11	12.9%	1.9%
玩具、文具	35	11.2%	6.2%	22	12.2%	3.9%	10	11.8%	1.8%
鞋包配飾	33	10.6%	5.8%	48	26.7%	8.5%	20	23.5%	3.5%
電子產品	19	6.1%	3.4%	14	7.8%	2.5%	7	8.2%	1.2%
運動用品	18	5.8%	3.2%	18	10.0%	3.2%	8	9.4%	1.4%
日用品	12	3.8%	2.1%	14	7.8%	2.5%	11	12.9%	1.9%
書籍、雜誌	9	2.9%	1.6%	4	2.2%	0.7%	6	7.1%	1.1%
食品	7	2.2%	1.2%	4	2.2%	0.7%	1	1.2%	0.2%
影音產品	6	1.9%	1.1%	9	5.0%	1.6%	2	2.4%	0.4%
優惠券	5	1.6%	0.9%	4	2.2%	0.7%	4	4.7%	0.7%
家具	1	0.3%	0.2%	3	1.7%	0.5%	1	1.2%	0.2%
門券	1	0.3%	0.2%	1	0.6%	0.2%	2	2.4%	0.4%
課程	0	0.0%	0.0%	2	1.1%	0.4%	0	0.0%	0.0%
其他	11	3.5%	1.9%	1	0.6%	0.2%	2	2.4%	0.4%
總計	312	100%		180	100%		85	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

41.1. 所購物品 (與 2013 年對比)

	2013 (N=514) 百分比	2016 (N=567) 百分比
衣物	31.9% (N=164)	35.6% (N=202)
鞋包配飾	13.2% (N=68)	17.8% (N=101)
玩具、文具	5.3% (N=27)	11.8% (N=67)
運動用品	1.4% (N=7)	7.8% (N=44)
電子產品	8.4% (N=43)	7.1% (N=40)
書籍、雜誌	3.9% (N=20)	3.4% (N=19)
影音產品	3.5% (N=18)	3.0% (N=17)
優惠券	5.6% (N=29)	2.3% (N=13)
食品	2.1% (N=11)	2.1% (N=12)
家具	2.3% (N=12)	0.9% (N=5)
門券	1.2% (N=6)	0.7% (N=4)

註：只列出可供比較之項目，故項目百分比總和不一定等於 100%

42. [網購者] 途徑

	頻次	百份比
網上百貨（如：淘寶）	191	62.0%
社交網站專頁	44	14.3%
團購網站（如：Groupon）	22	7.1%
拍賣網站	15	4.9%
品牌網站（如：Nike）	13	4.2%
私人網站	5	1.6%
討論區	2	0.6%
朋友專頁	0	0.0%
其他	16	5.2%
總計	308	100%

43. [網購者] 消費（與 2013 年對比）

	2013 (N=227)	2016 (N=277)
花費	\$250.0 (SD=2019.5)	\$300.0 (SD=1215.9)

44. 你有無喺網上賣嘢？

	頻次	百份比
無	445	79.2%
有	117	20.8%
總計	562	100%

45. [網上售賣者] 售賣貨品種類

	最主要			次主要			第3主要		
	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比	頻次	頻次百分比	樣本百分比
衣物	31	26.1%	5.5%	5	11.9%	0.9%	1	12.5%	0.2%
玩具、文具	18	15.1%	3.2%	4	9.5%	0.7%	2	25.0%	0.4%
鞋包配飾	17	14.3%	3.0%	12	28.6%	2.1%	1	12.5%	0.2%
書籍、雜誌	12	10.1%	2.1%	3	7.1%	0.5%	1	12.5%	0.2%
運動用品	10	8.4%	1.8%	1	2.4%	0.2%	0	0.0%	0.0%
電子產品	9	7.6%	1.6%	5	11.9%	0.9%	0	0.0%	0.0%
影音產品	7	5.9%	1.2%	0	0.0%	0.0%	2	25.0%	0.4%
日用品	4	3.4%	0.7%	2	4.8%	0.4%	1	12.5%	0.2%
門券	3	2.5%	0.5%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
食品	1	0.8%	0.2%	3	7.1%	0.5%	0	0.0%	0.0%
優惠券	0	0.0%	0.0%	1	2.4%	0.2%	0	0.0%	0.0%
家具	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
課程	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%
其他	7	5.9%	1.2%	6	14.3%	1.1%	0	0.0%	0.0%
總計	119	100%		42	100%		8	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

46. 你有無習慣喺網上分享、發布自己製作既嘢（如：翻譯歌詞、剪輯片段、改圖、手作、網上教學、個人心得（飲食、旅遊等）、惡搞、二次創作等）？

	頻次	百份比
有	138	24.4%
無	428	75.6%
總計	566	100%

(N=567)

47. [習慣網上分享／發布者] 你發布既多數係 D 乜嘢？

	頻次	百份比
個人心得	43	31.6%
手作	25	18.4%
改圖	24	17.6%
剪輯片段	11	8.1%
改歌	5	3.7%
網上教學	5	3.7%
作歌、作詞	4	2.9%
惡搞	4	2.9%
翻譯歌詞	3	2.2%
歌譜變結他譜	3	2.2%
其他	9	6.6%
總計	136	100%

48. [習慣網上分享／發布者] 你會同 D 咩人分享？

	頻次	百份比
公開	52	37.7%
朋友	84	60.9%
指定對象	2	1.4%
總計	138	100%

49. 你有幾經常接觸到二次創作既作品？

	頻次	百份比
經常	193	34.4%
頗多	132	23.5%
間中	151	26.9%
很少	57	10.2%
完全沒有	28	5.0%
總計	561	100%

50. 你有幾經常參與二次創作（如：cap 圖、改歌）既製作？

	頻次	百份比
經常	13	2.3%
頗多	14	2.5%
間中	57	10.1%
很少	124	22.0%
完全沒有	356	63.1%
總計	564	100%

51. 原創與二次創作都值得支持及重視。

	頻次	百份比
非常同意	252	44.8%
同意	295	52.5%
唔同意	10	1.8%
非常唔同意	5	0.9%
總計	562	100%

52. 你知唔知道有《2014 年版權（修訂）條例草案》（俗稱「網絡 23 條」）呢條草擬中既法例

	頻次	百份比
知道	523	92.7%
唔知道	41	7.3%
總計	564	100%

53. [知道「網絡 23 條」者] 你認為草案對二次創作沒有足夠的豁免。

	頻次	百份比
非常同意	128	25.0%
同意	296	57.8%
唔同意	75	14.6%
非常唔同意	13	2.5%
總計	512	100%

54. 草案日後會成為政府打壓異見人士的工具。

	頻次	百份比
非常同意	172	33.5%
同意	290	56.4%
唔同意	50	9.7%
非常唔同意	2	0.4%
總計	514	100%

55. 就算社會未有共識，也應先立法後討論細節。

	頻次	百份比
非常同意	11	2.1%
同意	76	14.6%
唔同意	239	46.0%
非常唔同意	194	37.3%
總計	520	100%

56. 媒體生產與消費

56.1. 媒體生產者

	頻次	百份比
否	277	48.9%
是	290	51.1%
總計	567	100%

註：生產者，即乎合「屬 Youtuber」、「製作短片」、「透過網絡分享作品」、「參與校園、網台製作」、「間中至經常參與二次創作」、「寫網絡小說」中最少一項者。

56.2. 生產性消費者

	頻次	百份比
否	277	48.9%
是	290	51.1%
總計	567	100%

註：生產性消費者，即每日使用至少一種媒體，以及是媒體生產者之受訪者。

-- 完 --

[僅供內部使用]

57. 想問你有無接觸過「突破」既嘢，包括書、雜誌、短片、節目、禮品等？

	頻次	百份比
有	333	58.8%
無	233	41.2%
總計	566	100%

58. 最近 3 個月接觸的項目 [可多選]

	頻次	頻次百分比	樣本百份比
書	106	26.5%	18.7%
買精品（如：火柴人、Bond of love、小喬）	84	21.0%	14.8%
Breakazine! 雜誌：睇（包括社交網專頁）	45	11.3%	7.9%
短片（「突破影像」VBREAK）	28	7.0%	4.9%
參與突破搞的活動、課程、工作坊、輔導	27	6.8%	4.8%
影音產品（包括：電影、電視節目、通識短片）	26	6.5%	4.6%
Breakazine! 雜誌：買	25	6.3%	4.4%
參與有突破同工為嘉賓講座、分享會、講道	25	6.3%	4.4%
「一小步」（Little Post）網站、社交網專頁	18	4.5%	3.2%
收「突破 serve club」會員通訊	16	4.0%	2.8%
總計	400	100%	

註：樣本百分比之樣本數量為 567

59. 最近 3 個月接觸的項目

	頻次	百分比
曾接觸至少一項	454	80.6%
全部皆沒有	109	19.4%
總計	563	100%

60. 你喺咩途徑接觸既？ [最多選 3 項]

	頻次	頻次百分比	樣本百份比
社交網站	72	20.5%	12.7%
書店	50	14.2%	8.8%
學校（包括講座、書展）	37	10.5%	6.5%
印刷廣告、單張	30	8.5%	5.3%
書	28	8.0%	4.9%
家人、朋友介紹	19	5.4%	3.4%
書展	17	4.8%	3.0%
報章	14	4.0%	2.5%
雜誌	11	3.1%	1.9%
電視	10	2.8%	1.8%
教會	8	2.3%	1.4%
突破中心／書廊	6	1.7%	1.1%
電台	5	1.4%	0.9%
討論區	4	1.1%	0.7%
突破青年村	4	1.1%	0.7%
Roadshow	3	0.9%	0.5%
Whatsapp 類軟件	3	0.9%	0.5%
私人網站、網誌	3	0.9%	0.5%
官網	3	0.9%	0.5%
圖書館	2	0.6%	0.4%
教科書	1	0.3%	0.2%
訂閱書籍	1	0.3%	0.2%
電郵	0	0.0%	0.0%
其他	21	6.0%	3.7%
總計	352	100%	

(N=333)

61. 最近 3 個月你有無喺網絡同其他人提及突破既資訊／製作？

	頻次	百份比
有	11	3.3%
無	322	96.7%
總計	333	100%

(N=333)

曾使用突破媒體的 10-29 歲青少年所佔的比率 ¹						
突破媒體	2007 年 3 月		2010 年 5 月		2013 年 6 月	
	過往曾經接觸	近 3 個月有接觸	過往曾經接觸	近 3 個月有接觸	過往曾經接觸	近 3 個月有接觸
1. 突破出版書籍	34.7%	12.2%	37.0%	12.2%	75.2%	9.3%
2. a) 買過 Breakazine	不適用	不適用	7.2%	3.2%	14.6%	2.7%
2. b) 睇過 Breakazine					33.1%	6.2%
3. 突破影音產品	6.9%	4.5%	17.9%	6.6%	33.3%	5.8%
4. Youtube 突破短片 / VBreak	不適用	不適用	5.6%	2.7%	18.1%	4.2%
5. Uzone21 網	7.9%	3.3%	8.5%	2.8%	19.0%	3.5%
6. 突破電台節目	3.7%	3.2%	3.3%	1.3%	11.8%	1.6%
7. 購買突破精品(LSP)	18.6%	13.2%	28.4%	14.0%	62.0%	11.5%
8. 收突破框框會員通 訊	2.9%	3.4%	6.2%	2.5%	11.8%	1.8%
9. 參加突破活動或課 程	7.9%	0.9%	8.0%	2.0%	13.0%	1.0%
1. 曾接觸突破至少一 項媒體	73.9%	43.2%	67.5%	28.7%	72.4%	25.4%
A) 無接觸過以上任何 一項	26.1%		32.5%		27.6%	

¹ 2007 年 3 月、2010 年 5 月之研究受訪者為 10-29 歲青少年；2013 年 6 月之研究受訪者為 15-29 歲青少年。

曾使用突破媒體的 10-29 歲青少年所佔的比率 ² (續)				
突破媒體	2013 年 6 月 (N=1002)		2016 年 5 月 (N=567)	
	過往曾經接觸	近 3 個月有接觸	過往曾經接觸	近 3 個月有接觸
1. 突破出版書籍	75.2%	9.3%	--	18.7%
2. a) 買過 Breakazine	14.6%	2.7%	--	4.4%
b) 睇過 Breakazine	33.1%	6.2%	--	7.9%
3. 突破影音產品	33.3%	5.8%	--	4.6%
4. Youtube 突破短片/VBreak	18.1%	4.2%	--	4.9%
5. 「一小步」(Little Post) 網站、 社交網專頁	--	--	--	3.2%
6. Uzone21 網	19.0%	3.5%	--	--
7. 突破電台節目	11.8%	1.6%	--	--
8. 購買突破精品(LSP)	62.0%	11.5%	--	14.8%
9. 收突破框框會員通訊	11.8%	1.8%	--	2.8%
10. 參加突破活動或課程	13.0%	1.0%	--	4.8%
11. 參與有突破同工為嘉賓講座、分 享會、講道	--	--	--	4.4%
2. 曾接觸突破至少一項媒體	72.4%	25.4%	58.8%	36.7%
B) 無接觸過以上任何一項	27.6%		41.2%	

² 2013 年 6 月之研究受訪者為 15-29 歲青少年；2007 年 3 月、2010 年 5 月、2016 年 5 月之研究受訪者為 10-29 歲青少年；。

1. 過往曾接觸突破媒體的青少年

曾接觸任何突破媒體人士 (合共 567 人)，在 10-29 歲各年齡組別所佔的比率					
突破媒體	10-29 歲	10-14 歲	15-19 歲	20-24 歲	25-29 歲
1. 突破出版書籍	18.7%	14.6%	20.1%	16.4%	19.4%
2. a) 買過 Breakazine	4.4%	7.3%	3.8%	3.6%	6.9%
b) 睇過 Breakazine	7.9%	7.3%	7.7%	7.1%	11.1%
3. 突破影音產品	4.6%	2.4%	4.5%	5.0%	5.6%
4. Youtube 突破短片/VBreak	4.9%	4.9%	6.1%	2.9%	4.2%
5. 「一小步」(Little Post) 網站、社交網專頁	3.2%	0.0%	3.5%	3.6%	2.8%
6. Uzone21 網	--	--	--	--	--
7. 突破電台節目	--	--	--	--	--
8. 購買突破精品(LSP)	14.8%	7.3%	15.3%	13.6%	19.4%
9. 收突破框框會員通訊	2.8%	2.4%	2.9%	2.9%	2.8%
10. 參加突破活動或課程	4.8%	0.0%	6.4%	3.6%	2.8%
11. 參與有突破同工為嘉賓講座、分享會、講道	4.4%	0.0%	5.1%	5.0%	2.8%
A) 曾接觸突破至少一項媒體	58.8%	24.4%	42.2%	30.0%	33.3%
無接觸過以上任何一項	41.2%	62.5%	41.9%	35.7%	36.1%