

突破機構青年研究網絡 大專生的網上購物模式及影響調查 研究數據及圖表

由突破機構【青年研究網絡工作小組】於 2011 年 12 月至 2012 年 2 月期間進行了「大專生的網上購物模式」調查。結果發現六成四大專生在過去半年曾參與網上購物，當中主要透過「團購」進行網購，而購買物品則以衣物為主；調查亦發現，近六成半參與網購的青少年表示因網購而提高網絡安全意識。有別於一般印象，參與網購的青少年有良好的個人資料保護意識。

I. 調查背景

近年，網上購物（下稱「網購」）大行其道，網購的模式亦多元化，是次研究目的主要是了解大專生的網購模式。

II. 樣本背景

是次研究對象為就讀本地大專院校的學生。研究以自填問卷方式進行，結果收回有效問卷共 517 份。66.5%受訪者年齡集中於 19-21 歲。受訪者男女比例接近（男：44.3%；女：55.7%），逾六成（64.4%）為學士學生。

III. 個人資料

性別

男	44.3%
女	55.7%
總數	100.0%

(N=517)

年齡

≤ 18	5.2%
19-21	66.5%
22-24	24.1%
25-27	2.3%
≥ 28	1.9%
總數	100.0%

(N=519)

出生地點

香港	75.6%
內地	22.6%
澳門	0.4%
台灣	0.0%
其他	1.3%
總數	100.0%

(N=464)

居港年期

< 1 年	4.7%
1-5 年	4.3%
6-10 年	1.8%
11-15 年	9.4%
16-20 年	38.4%
21-25 年	39.0%
> 25 年	2.5%
總數	100.0%

(N=513)

主修學系

社會科學	24.8%
文學	18.5%
工商管理/商業	17.9%
理學	11.3%
工程	8.6%
教育	9.9%
醫學	3.3%
設計	2.1%
法律	0.8%
建築	1.0%
牙醫	0.0%
其他	1.8%
總數	100.0%

(N=512)

就讀年級

一年級	41.5%
二年級	32.4%
三年級	20.1%
四年級	4.4%
五年級	0.2%
其他	1.4%
總數	100.0%

(N=518)

即將取得學歷

AD	19.7%
HD	9.7%
學士	64.4%
碩士	5.0%
博士	0.8%
其他	0.4%
總數	100.0%

(N=517)

就讀院校 (專上/學士學位)

理大	17.5%
教院	12.4%
樹仁	10.5%
城大	9.9%
浸大	9.3%
中大	9.1%
公開大學	8.0%
科大	7.6%
港大	5.4%
明愛	5.4%
嶺大	2.1%
IVE	1.4%
其他	1.4%
總數	100.0%

(N=515)

宗教

無宗教	64.7%
基督教	30.0%
天主教	3.1%
佛、道教	1.7%
回教	0.0%
其他	0.4%
總數	100.0%

(N=516)

IV. 研究數據 (Descriptive Data)
第一部份 網上購物習慣
A. 整體

1. 過去半年曾否參與網上購物 (下稱「網購」)

曾	63.5%
否	36.5%
總數	100.0%

(N=518)

1.1. 不使用網購的原因 [最多選 3 項]

選項	頻數	樣本百分比 (N=189)
a. 對網購沒信心	79	41.8%
b. 不懂使用	41	21.7%
c. 訂購過程複雜	59	31.2%
d. 擔心受騙	65	34.4%
e. 網上無合適貨品	25	13.2%
f. 沒有信用卡	60	31.7%
g. 因不能觸摸商品，覺得沒有實際購物的意義	40	21.2%
h. 朋輩或家人反對	9	4.8%
i. 身邊人沒有網購習慣	18	9.5%
j. 沒網站所需付款戶	41	21.7%
k. 其他	8	4.2%

2. 進行第一次網購後有否繼續使用這服務

有	91.8%
否	8.2%
總數	100.0%

(N=330)

2.1. 你不繼續使用網購的原因

選項	頻數	樣本百分比 (N=27)
a. 貨不對辦	4	14.8%
b. 對網購沒有信心	4	14.8%
c. 沒有購物感覺	7	25.9%
d. 逾期交貨	0	0.0%
e. 個人資料被泄	0	0.0%
f. 貨品質素參差	10	37.0%
g. 沒有合適東西	2	7.4%
h. 沒有興趣 / 麻煩	4	14.8%
i. 沒需要	3	11.1%
j. 其他	3	11.1%

B. 團購網站

3. 過去半年曾否使用團購網站網購

曾	61.3%
否	38.7%
總數	100.0%

(N=328)

4. 主要使用的團購網站 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=202)
a. uBuyiBuy	9	4.5%
b. GrouponHK	93	46.0%
c. GoBuya 夠買網	15	7.4%
d. Group Buyer	16	7.9%
e. BeeCrazy (蜂買團購)	63	31.2%
f. 淘寶團購網	84	41.6%
g. Yahoo 團購	83	41.1%
h. FunShare	4	2.0%
i. 團購皇	0	0%
j. Couppie	7	3.5%
k. WeBuy	0	0%
l. 其他	4	2.0%

5. 主要購買的物品或服務 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=203)
a. 衣物	90	44.3%
b. 飾物	31	15.3%
c. 手袋、銀包、行李箱	32	15.8%
d. 電子產品	12	5.9%
e. Apps	1	0.5%
f. 樂器	3	1.5%
g. 文儀用品	20	9.9%
h. 書籍、雜誌	18	8.9%
i. 運動用品	7	3.4%
j. 家具	6	3.0%
k. 食品	35	17.2%
l. 影音產品	10	4.9%
m. 美容產品或服務	19	9.4%
n. 玩具	16	7.9%
o. 旅遊	21	10.3%
p. 各類門券	37	18.2%
q. 課程	7	3.4%
r. 優惠券	--	--
1. 食品/餐飲	98	48.3%
2. 其他優惠券	2	1.0%
s. 其他	0	0.0%

6. 主要付款方式 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=200)
a. 由他人代付	65	32.5%
b. 親到店鋪	4	2.0%
c. Paypal	27	13.5%
d. 銀行過數	44	22.0%
e. 郵寄	2	1.0%
f. 信用卡	108	54.0%
g. 相約面交	17	8.5%
h. 指定付款卡	27	13.5%
i. 其他	1	0.5%

7. 影響你選擇使用團購網站購物的因素

	非常大	大	小	非常小	無影響	總計
a. 網站提供的交貨、付款方式選擇多 (N=202)	15.3%	43.1%	26.2%	6.9%	8.4%	100.0%
b. 能與賣方商量付款或交貨方式 (N=203)	10.8%	36.5%	25.1%	16.3%	11.3%	100.0%
c. 便宜 (N=202)	52.0%	41.1%	5.0%	0.5%	1.5%	100.0%
d. 貨品種類多 (N=203)	29.1%	48.8%	14.8%	3.4%	3.9%	100.0%
e. 產品質素好 (N=203)	31.5%	39.4%	20.7%	5.4%	3.0%	100.0%
f. 售後服務佳 (N=203)	24.6%	33.0%	26.6%	10.8%	4.9%	100.0%
g. 該網站具權威、口碑 (N=203)	31.5%	48.3%	12.8%	3.9%	3.4%	100.0%
h. 其他 (N=6)	50.0%	33.3%	0	16.7%	0	100.0%

8. 你未來會否繼續在團購網站購物？

會	92.8%
不會	7.2%
總數	100.0%

(N=180)

C. 拍賣網站

9. 過去半年曾否使用拍賣網站購物

曾	48.5%
不曾	51.5%
總數	100.0%

(N=340)

10. 主要使用的拍賣網站 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=166)
a. Yahoo 拍賣	137	82.5%
b. ebay	16	9.6%
c. 拍拍網	0	0%
d. 淘寶拍賣網	72	43.4%
e. Go2HK	0	0%
f. 其他	1	0.2%

11. 主要購買的物品或服務 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=166)
a. 衣物	101	60.8%
b. 飾物	30	18.1%
c. 手袋、銀包、行李箱	35	21.1%
d. 電子產品	19	11.4%
e. Apps	3	1.8%
f. 樂器	6	3.6%
g. 文儀用品	25	15.1%
h. 書籍、雜誌	25	15.1%
i. 運動用品	7	4.2%
j. 家具	2	1.2%
k. 食品	3	1.8%
l. 影音產品	11	6.6%
m. 美容產品或服務	13	7.8%
n. 玩具	29	17.5%
o. 旅遊	3	1.8%
p. 各類門券	17	10.2%
q. 課程	0	0.0%
r. 優惠券	--	--
1. 食品/餐飲	10	6.0%
2. 其他優惠券	0	0%
s. 其他	2	1.2%

12. 主要付款方式 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=166)
a. 由他人代付	40	24.1%
b. 親到店鋪	13	7.8%
c. Paypal	10	6.0%
d. 銀行過數	83	50.0%
e. 郵寄	4	2.4%
f. 信用卡	20	12.0%
g. 相約面交	92	55.4%
h. 指定付款卡	23	13.9%
i. 其他	0	0.0%

13. 影響你選擇使用拍賣網站購物的因素

	非常大	大	小	非常小	無影響	總計
a. 網站提供的交貨、付款方式選擇多 (N=166)	16.3%	48.2%	18.1%	9.0%	8.4%	100.0%
b. 能與賣方商量付款或交貨方式 (N=166)	22.9%	44.6%	19.3%	4.2%	9.0%	100.0%
c. 便宜 (N=166)	44.0%	38.0%	12.0%	3.6%	2.4%	100.0%
d. 貨品種類多 (N=166)	34.3%	45.2%	14.5%	3.6%	2.4%	100.0%
e. 產品質素好 (N=166)	30.1%	36.7%	19.3%	9.6%	4.2%	100.0%
f. 售後服務佳 (N=166)	21.7%	30.7%	29.5%	9.6%	8.4%	100.0%
g. 該網站具權威、口碑 (N=164)	29.9%	42.1%	14.6%	7.3%	6.1%	100.0%
h. 其他 (N=3)	0%	33.3%	0%	66.7%	0%	100.0%

14. 你未來會否繼續在拍賣網站購物？

會	97.3%
不會	2.7%
總數	100.0%

(N=150)

D. 品牌官方網站

15. 過去半年曾否使用品牌官方網站購物

曾	15.3%
不曾	84.7%
總數	100.0%

(N=340)

16. 主要使用的品牌官方網站 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=49)
a. 衣飾 (如：Converse)	17	34.7%
b. 電子產品 (如：Sony)	29	59.2%
c. 旅遊 (如：Air Asia)	8	16.3%
d. 娛樂 (如：UA Cinema)	14	28.6%
e. 美容產品 (如：Sasa)	2	4.1%
f. 其他	1	2.0%

17. 主要購買的物品或服務 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=52)
a. 衣物	14	26.9%
b. 飾物	3	5.8%
c. 手袋、銀包、行李箱	3	5.8%
d. 電子產品	24	44.2%
e. Apps	7	13.5%
f. 樂器	0	0%
g. 文儀用品	1	1.9%
h. 書籍、雜誌	2	3.8%
i. 運動用品	1	1.9%
j. 家具	0	0%
k. 食品	0	0%
l. 影音產品	4	7.7%
m. 美容產品或服務	3	5.8%
n. 玩具	1	1.9%
o. 旅遊	6	11.5%
p. 各類門券	14	26.9%
q. 課程	1	1.9%
r. 優惠券	--	--
1. 食品/餐飲	2	3.8%
2. 其他優惠券	0	0%
s. 其他	0	0%

18. 主要付款方式 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=52)
a. 由他人代付	1	1.9%
b. 親到店鋪	3	5.8%
c. Paypal	6	11.5%
d. 銀行過數	8	15.4%
e. 郵寄	2	3.8%
f. 信用卡	40	76.9%
g. 相約面交	0	0%
h. 指定付款卡	2	3.8%
i. 其他	0	0%

19. 影響你選擇使用品牌官方網站購物的因素

	非常大	大	小	非常小	無影響	總計
a. 網站提供的交貨、付款方式選擇多 (N=52)	25.0%	28.8%	25.0%	5.8%	15.4%	100.0%
b. 能與賣方商量付款或交貨方式 (N=52)	13.5%	15.4%	26.9%	17.3%	26.9%	100.0%
c. 便宜 (N=52)	26.9%	21.2%	25.0%	13.5%	13.5%	100.0%
d. 貨品種類多 (N=52)	26.9%	25.0%	26.9%	5.8%	15.4%	100.0%
e. 產品質素好 (N=52)	46.2%	23.1%	17.3%	1.9%	11.5%	100.0%
f. 售後服務佳 (N=52)	36.5%	30.8%	13.5%	3.8%	15.4%	100.0%
g. 該網站具權威、口碑 (N=52)	51.9%	36.5%	3.8%	3.8%	3.8%	100.0%
h. 其他 (N=2)	100%	0%	0%	0%	0%	100.0%

20. 你未來會否繼續在品牌官方網站購物？

會	100%
不會	0%
總數	100.0%

(N=44)

E. 「網上百貨」

[註：「網上百貨」指集合不同網上商品，讓個人以非競投及非團購方式購買的網站，如淘寶網]

21. 過去半年曾否使用「網上百貨」網物

曾	43.8%
不曾	56.2%
總數	100.0%

(N=340)

22. 主要使用的「網上百貨」 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=149)
a. 淘寶網	137	91.9%
b. Amazon	27	18.1%
c. 攜程旅行網	10	6.7%
d. 博客來	5	3.4%
e. 當當網	15	10.1%
f. 凡客誠品 (Vancl)	6	4.0%
g. 樂天 (Rakuten)	3	2.0%
h. PChome 線上購物	0	0%
i. 金石堂網絡書店	1	0.7%
j. 其他	7	4.7%

23. 主要購買的物品或服務 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=149)
a. 衣物	114	76.5%
b. 飾物	42	28.2%
c. 手袋、銀包、行李箱	43	28.9%
d. 電子產品	8	5.4%
e. Apps	4	2.7%
f. 樂器	5	3.4%
g. 文儀用品	37	24.8%
h. 書籍、雜誌	38	25.5%
i. 運動用品	12	8.1%
j. 家具	3	2.0%
k. 食品	4	2.7%
l. 影音產品	10	6.7%
m. 美容產品或服務	6	4.0%
n. 玩具	17	11.4%
o. 旅遊	11	7.4%
p. 各類門券	10	6.7%
q. 課程	0	0%
r. 優惠券		
1. 食品/餐飲	8	5.4%
2. 其他優惠券	1	0.7%
s. 其他	3	2.0%

24. 主要付款方式 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=148)
a. 由他人代付	62	41.9%
b. 親到店鋪	3	2.0%
c. Paypal	6	4.1%
d. 銀行過數	18	12.2%
e. 郵寄	2	1.4%
f. 信用卡	35	23.6%
g. 相約面交	8	5.4%
h. 指定付款卡	66	44.6%
i. 其他	2	1.4%

25. 影響你選擇使用「網上百貨」購物的因素

	非常大	大	小	非常小	無影響	總計
a. 網站提供的交貨、付款方式選擇多 (N=149)	15.4%	53.0%	18.1%	6.0%	7.4%	100.0%
b. 能與賣方商量付款或交貨方式 (N=147)	15.0%	42.2%	23.1%	9.5%	10.2%	100.0%
c. 便宜 (N=149)	52.3%	33.6%	9.4%	2.0%	2.7%	100.0%
d. 貨品種類多 (N=147)	43.5%	45.6%	6.8%	1.4%	2.7%	100.0%
e. 產品質素好 (N=149)	32.9%	36.2%	20.1%	6.7%	4.0%	100.0%
f. 售後服務佳 (N=148)	20.9%	27.0%	32.4%	12.2%	7.4%	100.0%
g. 該網站具權威、口碑 (N=149)	36.9%	37.6%	15.4%	5.4%	4.7%	100.0%
h. 其他 (N=3)	0%	33.3%	0%	66.6%	0%	100.0%

26. 你未來會否繼續在「網上百貨」購物？

會	93.9%
不會	6.1%
總數	100.0%

(N=147)

第二部份

27. 過去半年，你平均每月瀏覽網購網站時數 (小時)

	> 7	6-7	5-6	3-4	1-2	< 1	沒瀏覽	總計
a. 團購網站 (N=323)	2.2%	1.9%	4.3%	14.2%	17.0%	36.5%	23.8%	100.0%
b. 拍賣網站 (N=325)	2.2%	2.5%	5.8%	10.2%	17.2%	30.5%	31.7%	100.0%
c. 品版官方網站 (N=322)	0.6%	1.2%	1.6%	7.5%	9.3%	26.7%	53.1%	100.0%
d. 「網上百貨」 (N=325)	1.8%	4.6%	6.5%	11.4%	13.5%	19.4%	42.8%	100.0%

28. 過去半年，你平均每月在網購網站購物的次數 (次)

	> 7	6-7	5-6	3-4	1-2	< 1	沒瀏覽	總計
a. 團購網站 (N=316)	1.3%	1.3%	0.6%	8.9%	25.3%	27.2%	35.4%	100.0%
b. 拍賣網站 (N=314)	0.3%	1.0%	1.0%	4.8%	22.6%	24.5%	45.9%	100.0%
c. 品版官方網站 (N=316)	0.3%	0.9%	0.3%	2.8%	7.3%	12.3%	75.9%	100.0%
d. 「網上百貨」 (N=321)	0.3	1.2%	1.2%	6.2%	16.5%	22.1%	52.3%	100.0%

29. 過去半年，你平均每月在網購網站的支出

	> \$500	\$401-500	\$301-400	\$201-300	\$101-200	≤\$100	沒參與	總計
a. 團購網站 (N=320)	0.6%	3.4%	2.8%	9.1%	20.9%	26.9	36.3%	100.0%
b. 拍賣網站 (N=317)	0%	2.8	3.5%	6.0%	16.1%	20.8%	50.8%	100.0%
c. 品版官方網站 (N=315)	5.1%	1.3%	1.9%	3.2%	2.9%	7.0%	78.7%	100.0%
d. 「網上百貨」 (N=323)	1.2%	4.0%	4.3%	9.9%	12.1%	14.2%	54.2%	100.0%

30. 過去半年，你在網購網站的支出佔每月網購支出的百分比

	> 50%	41-50%	31-40%	21-30%	11-20%	≤10%	沒參與	總計
a. 團購網站 (N=316)	10.1%	8.9%	0.6%	7.0%	6.0%	29.4%	38.0%	100.0%
b. 拍賣網站 (N=316)	7.0%	7.6%	3.5%	2.2%	6.3%	22.2%	51.3%	100.0%
c. 品版官方網站 (N=319)	6.3%	3.1%	0.9%	0.9%	0.9%	9.1%	78.7%	100.0%
d. 「網上百貨」 (N=322)	10.2%	7.5%	3.7%	4.7%	4.7%	14.6%	54.7%	100.0%

31. 過去半年，你在網購網站的支出佔每月總收入的百分比

	> 50%	41-50%	31-40%	21-30%	11-20%	≤10%	沒參與	總計
a. 團購網站 (N=314)	0%	0%	0.3%	2.2%	12.1%	47.5%	37.9%	100.0%
b. 拍賣網站 (N=312)	0%	0%	1.0%	2.9%	10.6%	34.6%	51.0%	100.0%
c. 品版官方網站 (N=313)	1.3%	1.3%	1.0%	2.9%	4.5%	10.2%	78.9%	100.0%
d. 「網上百貨」 (N=321)	0.3%	0%	1.6%	5.0%	11.8%	25.5%	55.8%	100.0%

第三部份

32. 參與網上購物的原因

32.1. 社交樂趣

32.1.1. 能結交新朋友

非常同意	0%
同意	3.0%
不同意	47.4%
非常不同意	49.5%
總數	100.0%

(N=329)

32.1.2. 購買方式相當有趣

非常同意	3.0%
同意	25.5%
不同意	45.0%
非常不同意	26.4%
總數	100.0%

(N=329)

32.1.3. 要增加與朋友間的話題

非常同意	3.4%
同意	31.4%
不同意	47.9%
非常不同意	17.4%
總數	100.0%

(N=328)

32.1.4. 網購也是一種休閒活動

非常同意	8.5%
同意	52.1%
不同意	27.4%
非常不同意	11.9%
總數	100.0%

(N=328)

32.1.5. 親朋好友推薦

非常同意	4.9%
同意	45.4%
不同意	36.3%
非常不同意	13.4%
總數	100.0%

(N=328)

32.1.6. 周遭的人大多有網購的經驗

非常同意	6.4%
同意	42.5%
不同意	34.9%
非常不同意	16.2%
總數	100.0%

(N=327)

32.1.7. 可以使自己心情愉快

非常同意	4.6%
同意	46.8%
不同意	34.3%
非常不同意	14.4%
總數	100.0%

(N=327)

32.2. 產品特點

32.2.1. 可以用較低價格買到較多份量的產品

非常同意	30.2%
同意	58.5%
不同意	8.2%
非常不同意	3.0%
總數	100.0%

(N=328)

32.2.2. 可以節省開支

非常同意	17.1%
同意	55.7%
不同意	20.8%
非常不同意	6.4%
總數	100.0%

(N=327)

32.2.3. 有多元化的產品類型可以選擇

非常同意	23.2%
同意	63.7%
不同意	11.3%
非常不同意	1.8%
總數	100.0%

(N=328)

32.3. 網上購物模式

32.3.1. 取貨及送貨服務方便

非常同意	16.1%
同意	57.8%
不同意	20.4%
非常不同意	5.8%
總數	100.0%

(N=329)

32.3.2. 沒有時間限制

非常同意	30.6%
同意	56.9%
不同意	10.4%
非常不同意	2.1%
總數	100.0%

(N=327)

32.3.3. 想要有不受打擾的購物環境

非常同意	14.6%
同意	58.5%
不同意	21.0%
非常不同意	5.8%
總數	100.0%

(N=328)

32.3.4. 可以買到所有我需要的產品

非常同意	17.4%
同意	64.8%
不同意	14.4%
非常不同意	3.4%
總數	100.0%

(N=327)

33. 結識新朋友

33.1. 透過網上購物結識，並至少連續 3 個月有接觸的新朋友

有	2.5%
沒有	97.5%
總數	100.0%

(N=323)

33.2. 與他們溝通的方法 [最多選 3 項]

選項	頻數	樣本百分比 (N=17)
a. 網上購物網站附帶的通訊工具	8	47.1%
b. SMS、Whatsapp 等短訊工具	3	17.6%
c. 電郵、書信	4	23.5%
d. 家用、手提電話	1	5.9%
e. 網上聊天工具	7	41.2%
f. 相約見面	3	17.6%
g. 網上論壇	2	11.8%
h. 其他	0	0%

33.3. 主要談及的話題 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=17)
a. 有關網上購物的事情	12	70.6%
b. 閒聊	5	29.4%
c. 個人私事或心事	2	11.8%
d. 其他	0	0%

34. 網購影響

34.1. 你因網上購物而增加和朋友之間的話題

非常同意	2.5%
同意	40.8%
不同意	37.4%
非常不同意	19.3%
總數	100.0%

(N=326)

34.2. 過去半年，從未使用或認為沒用的已購買貨品的百分比

< 50%	0.3%
41-50%	0.3%
31-40%	0.9%
21-30%	8.5%
11-20%	8.2%
1-10%	28.3%
從來沒有	53.5%
總數	100.0%

(N=329)

34.3. 你因網上購物後多收有關網購的廣告電郵而感到滋擾

非常同意	14.2%
同意	33.3%
不同意	42.3%
非常不同意	10.2%
總數	100.0%

(N=324)

34.4. 網購時遇上的情況

	經常	頗多	間中	甚少	完全沒有	總計
a. 購買的物品與宣傳描述不符 (N=327)	1.2%	11.3%	45.3%	29.4%	12.8%	100.0%
b. 逾期交貨 (N=327)	0.3%	5.5%	22.3%	47.7%	24.2%	100.0%
c. 購買品質欠佳的产品 (N=326)	2.8%	14.1%	37.7%	29.4%	16.0%	100.0%
d. 被賣家欺騙 (N=326)	0.3%	1.8%	9.2%	39.2%	48.8%	100.0%
e. 個人資料遭盜用 (N=326)	0.6%	2.5%	4.6%	21.8%	70.6%	100.0%

34.5. 你有否因網上購物而加強對個人資料的保護意識？

有	63.4%
沒有	36.6%
總數	100.0%

(N=298)

34.5.1. 網上購物時保護個人資料的方法 [可多選]

選項	頻數	樣本百分比 (N=327)
a. 不會保護	47	14.4%
b. 經常更換電郵帳戶/信用卡密碼	45	13.8%
c. 使用電腦他刪除瀏覽記錄	95	29.1%
d. 不透過公眾電腦/別人提供的熱點進行網上購物	224	68.5%
e. 安裝防毒軟件/防火牆	210	64.2%
f. 其他	3	0.9%

第四部份

35. 消費觀

	過度消費 (N=513)	享樂型消費 (N=509)	實際型消費 (N=513)
平均分	1.69	2.45	2.87
標準誤差 (SD)	0.02	0.02	0.02

第五部份

36. 每月收入、開支

36.1.1. 每月平均收入

\$ 1- 1000	7.1%
\$ 1000 – 1999	23.2%
\$ 2000 – 3999	43.5%
\$ 4000 – 5999	15.1%
\$ 6000 – 7999	3.2%
\$ 8000 – 9999	1.4%
\$ 1000 – 14999	2.8%
\$ 15000 – 19999	0.8%
≥ \$ 20000	0.8%
無收入	2.2%
總數	100.0%
中位數	2000.00
標準誤差(SD)	3249.25

(N=504)

36.1.2. 每月平均開支

\$ 1 – 1000	34.1%
\$ 1000 – 1999	29.1%
\$ 2000 – 3999	30.3%
\$ 4000 – 5999	3.6%
\$ 6000 – 7999	0.8%
\$ 8000 – 9999	0.0%
\$ 1000 – 14999	0.8%
\$ 15000 – 19999	0.0%
≥ \$ 20000	0.2%
無收入	1.0%
總數	100.0%
中位數	1000.00
標準誤差(SD)	1848.37

(N=501)