

珠三角地區網購網民 消費習慣研究



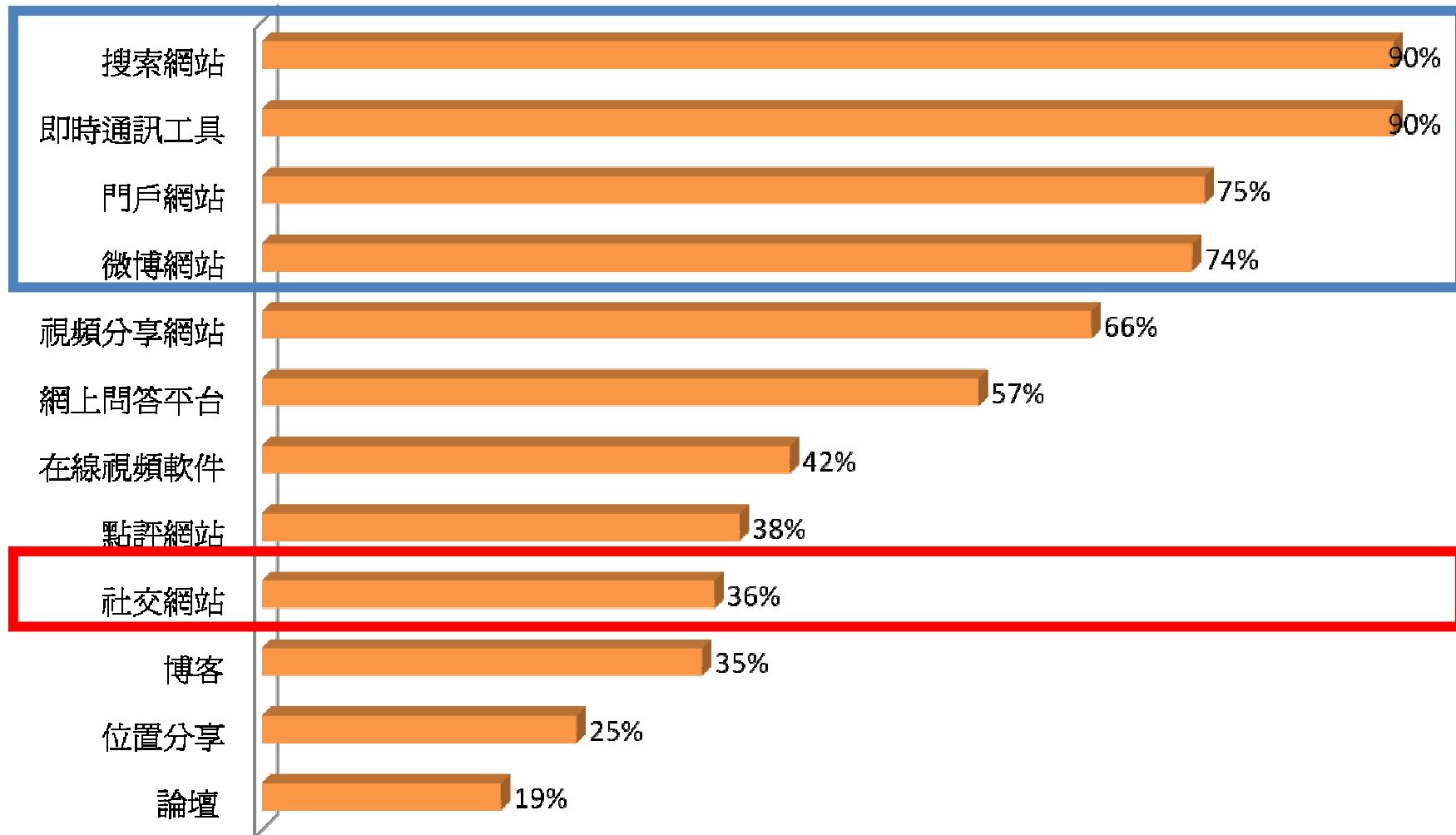
吳瀚博士
香港生產力促進局高級顧問

調查

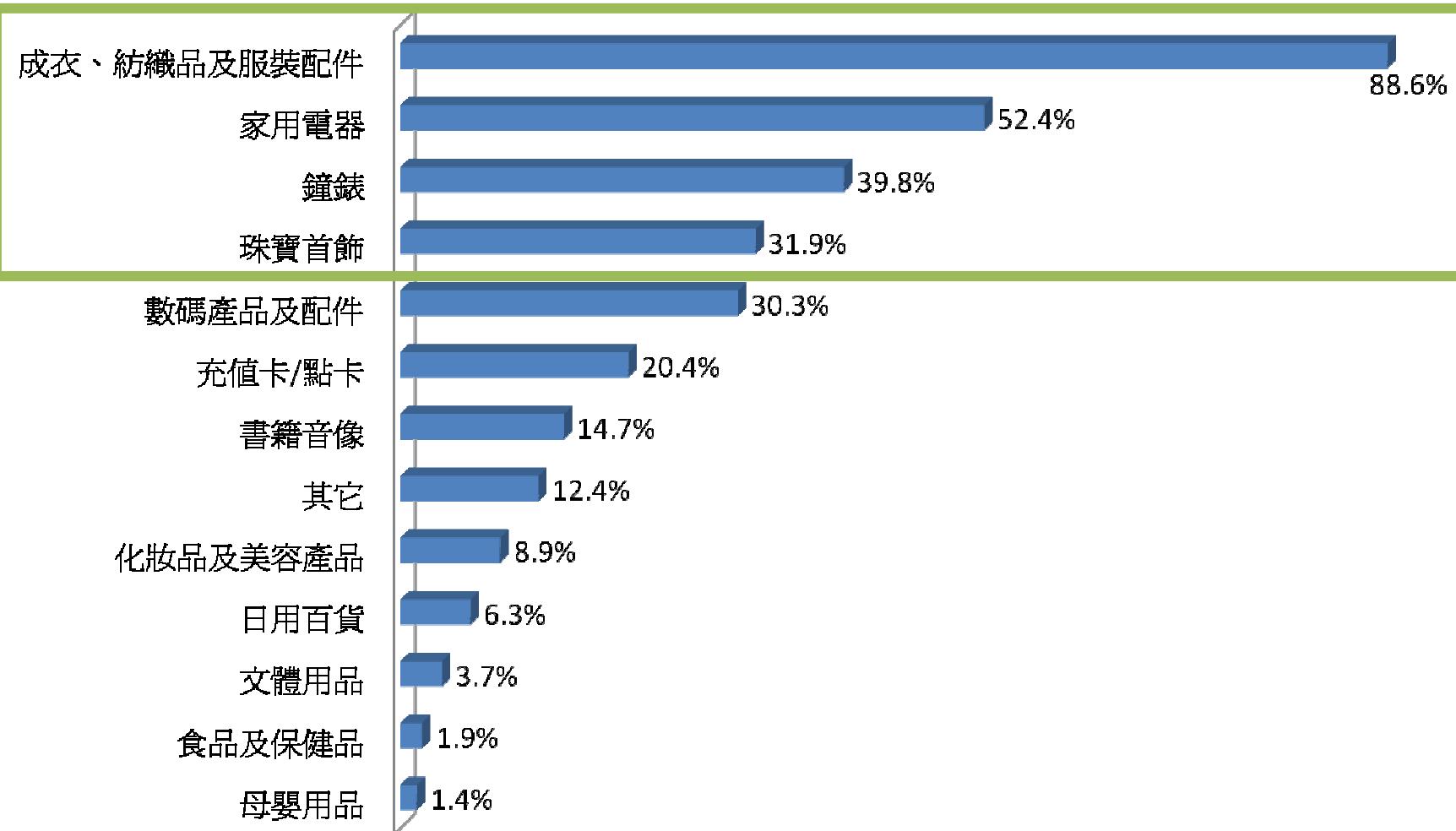
調查人數: 1,000

調查時間: 2012年1月至2月

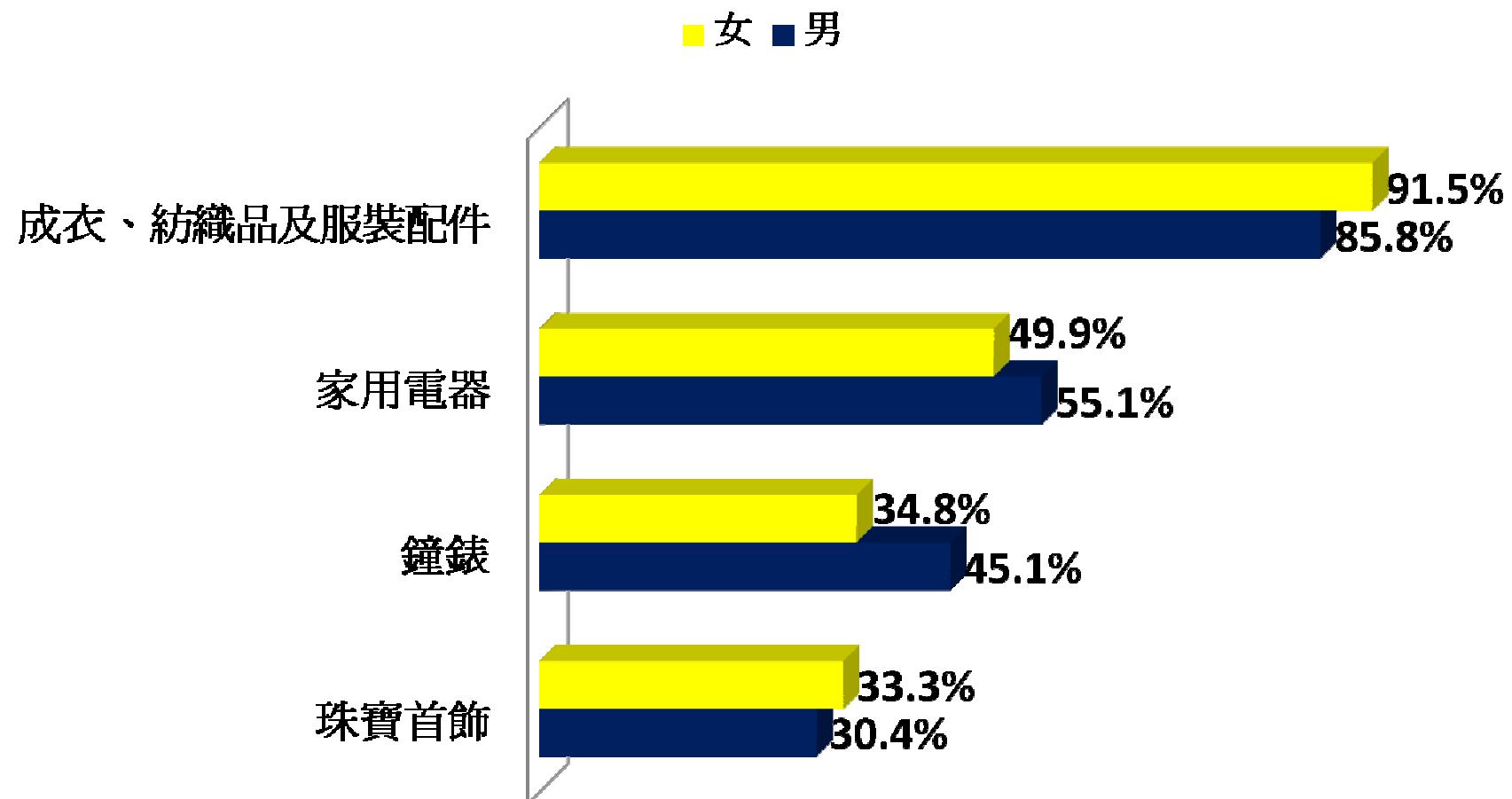
國內網上渠道使用比率



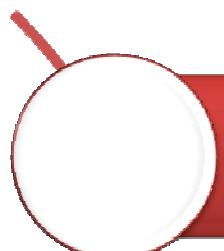
網購熱門貨物排行榜



性別分佈



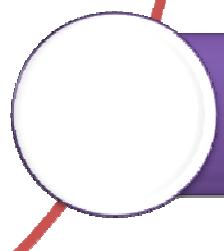
廣告效用



看到廣告後會有興趣到實體店購買(65%)

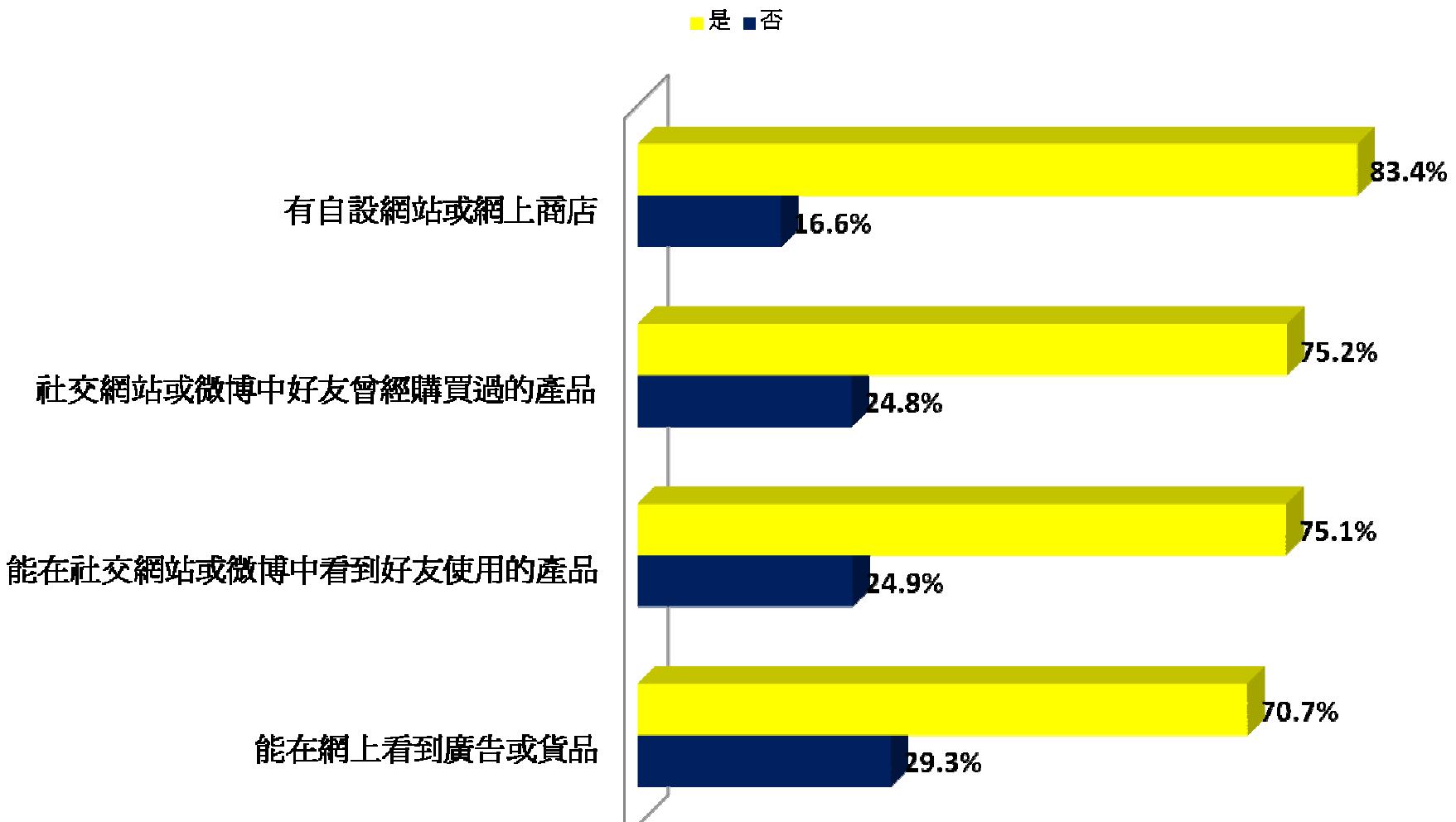


看到廣告後會有興趣到網上商店購買(74%)



有興趣購買由關注對像轉發的產品(75%)

信心要素



購買慾要素

