

珠三角地區網購網民 消費習慣研究



吳瀚博士

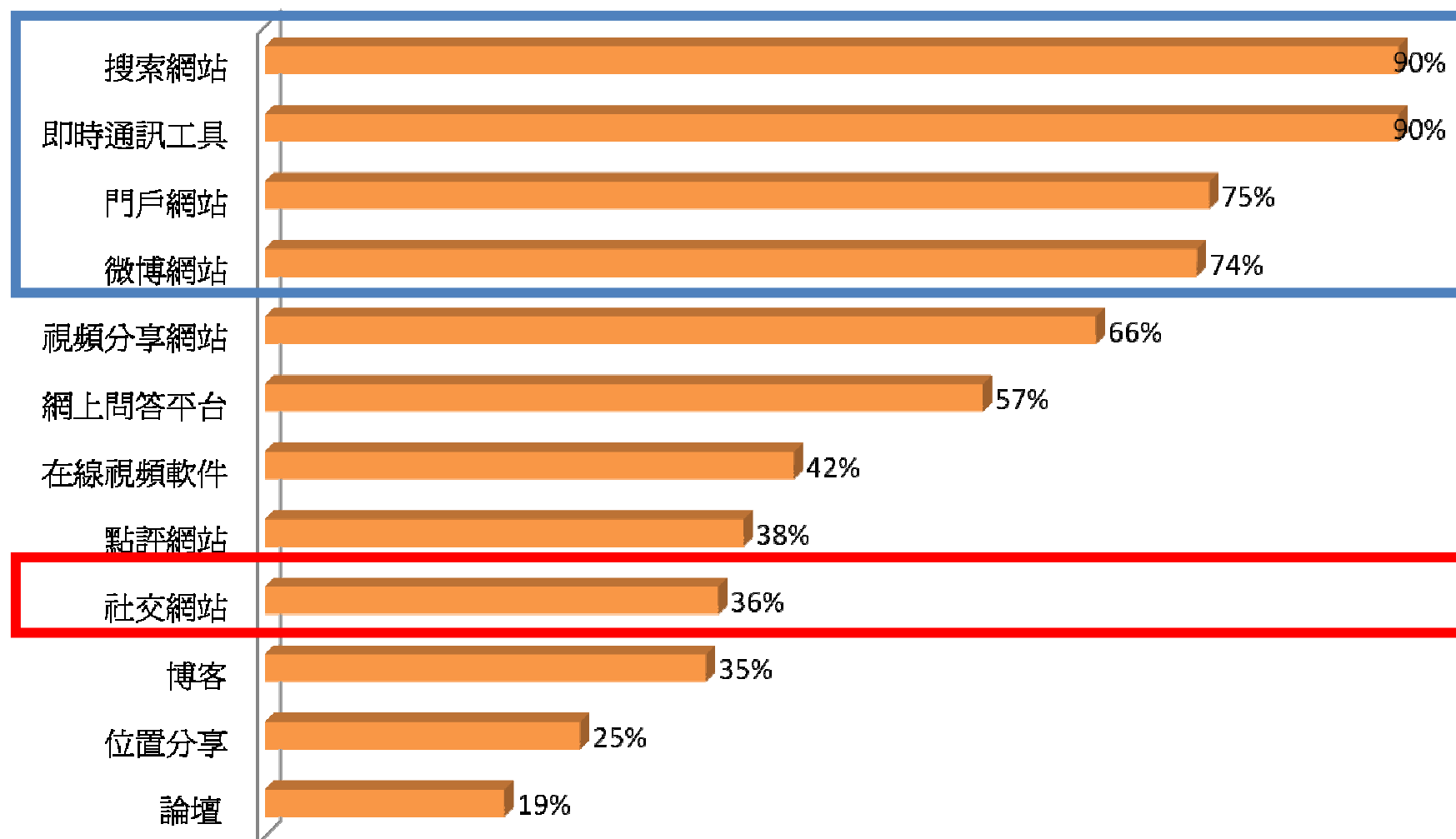
香港生產力促進局高級顧問

調査

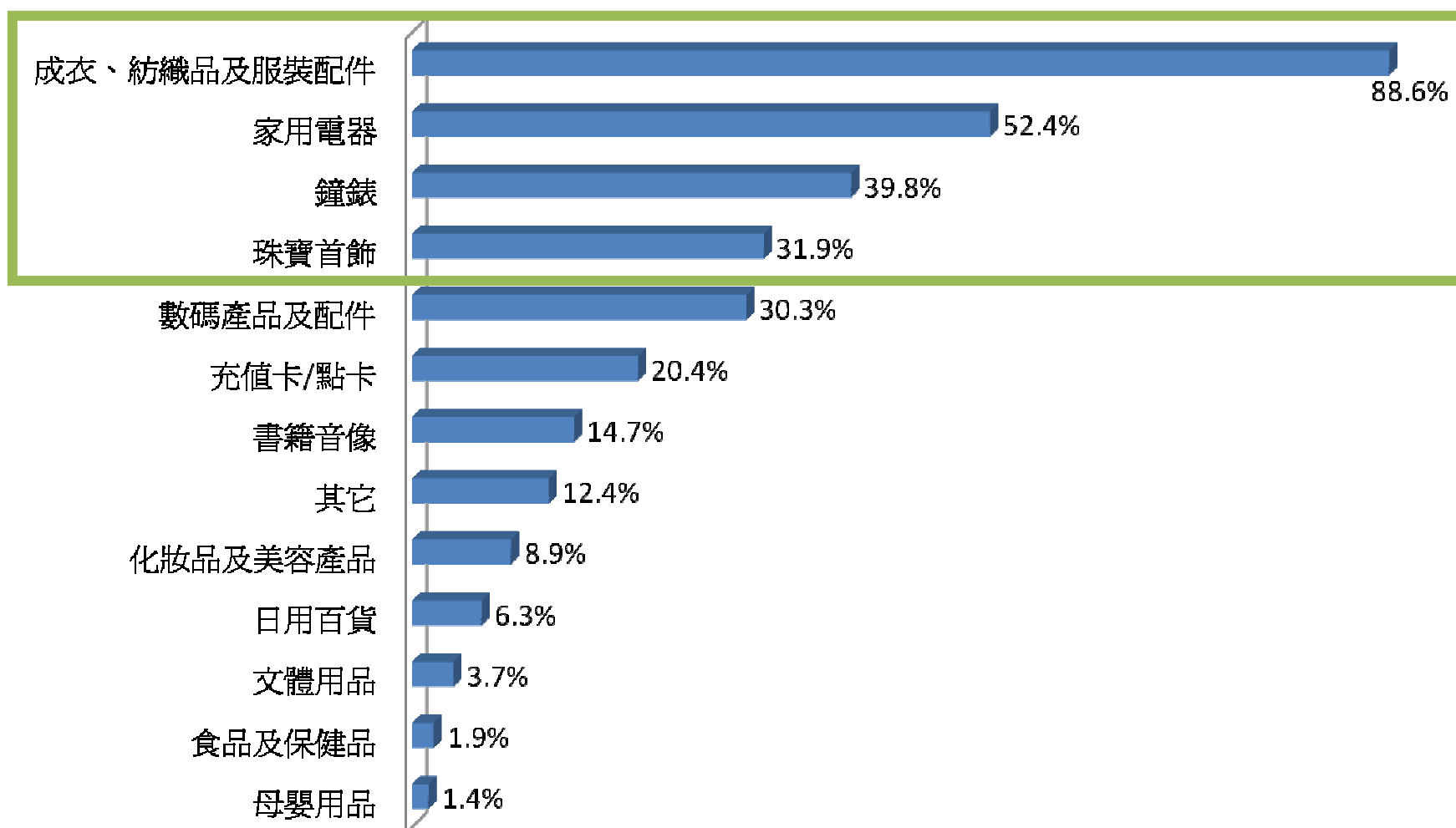
調査人数: **1,000**

調査時間: **2012年1月至2月**

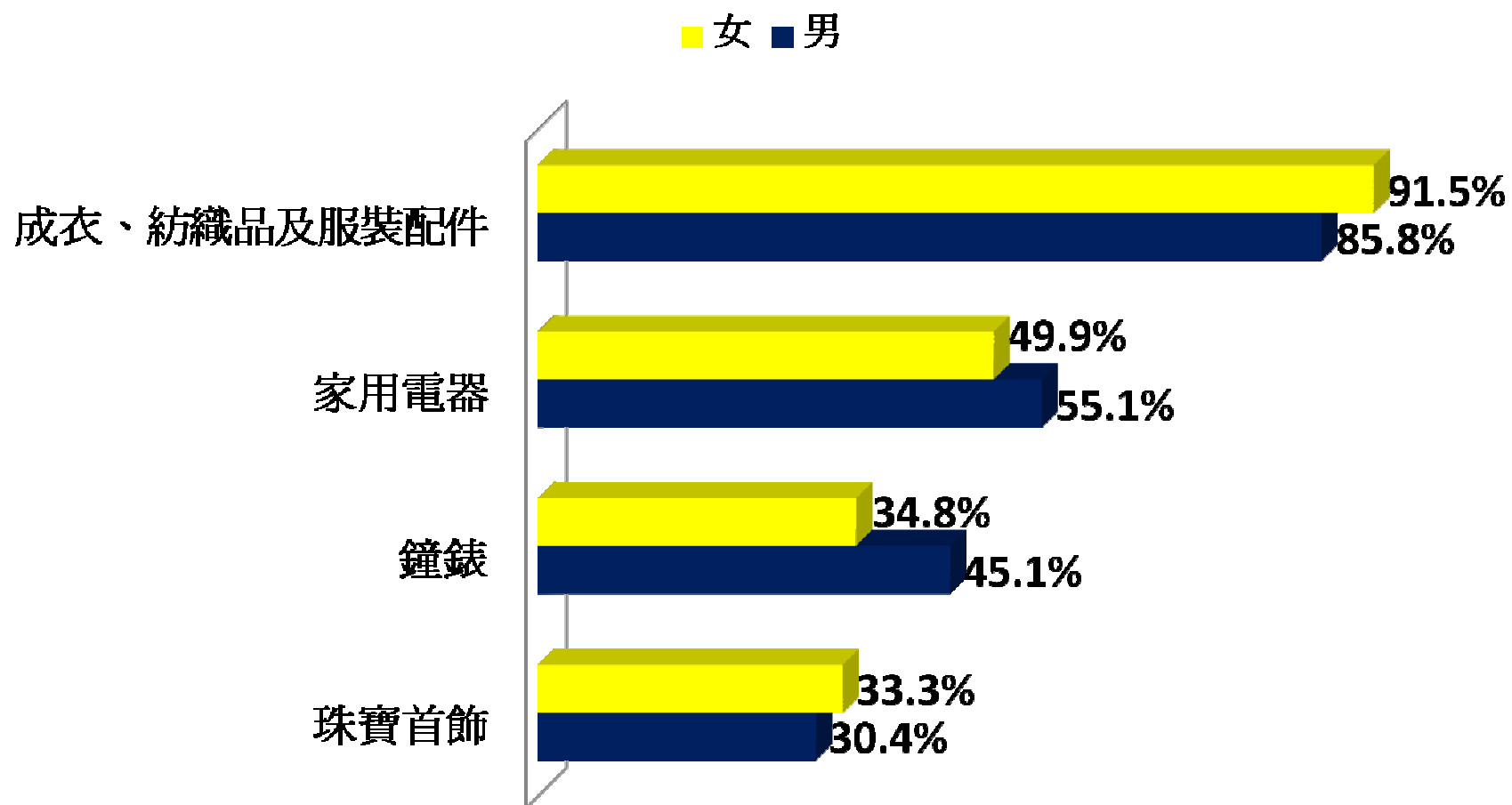
國內網上渠道使用比率



網購熱門貨物排行榜



性別分佈



廣告效用

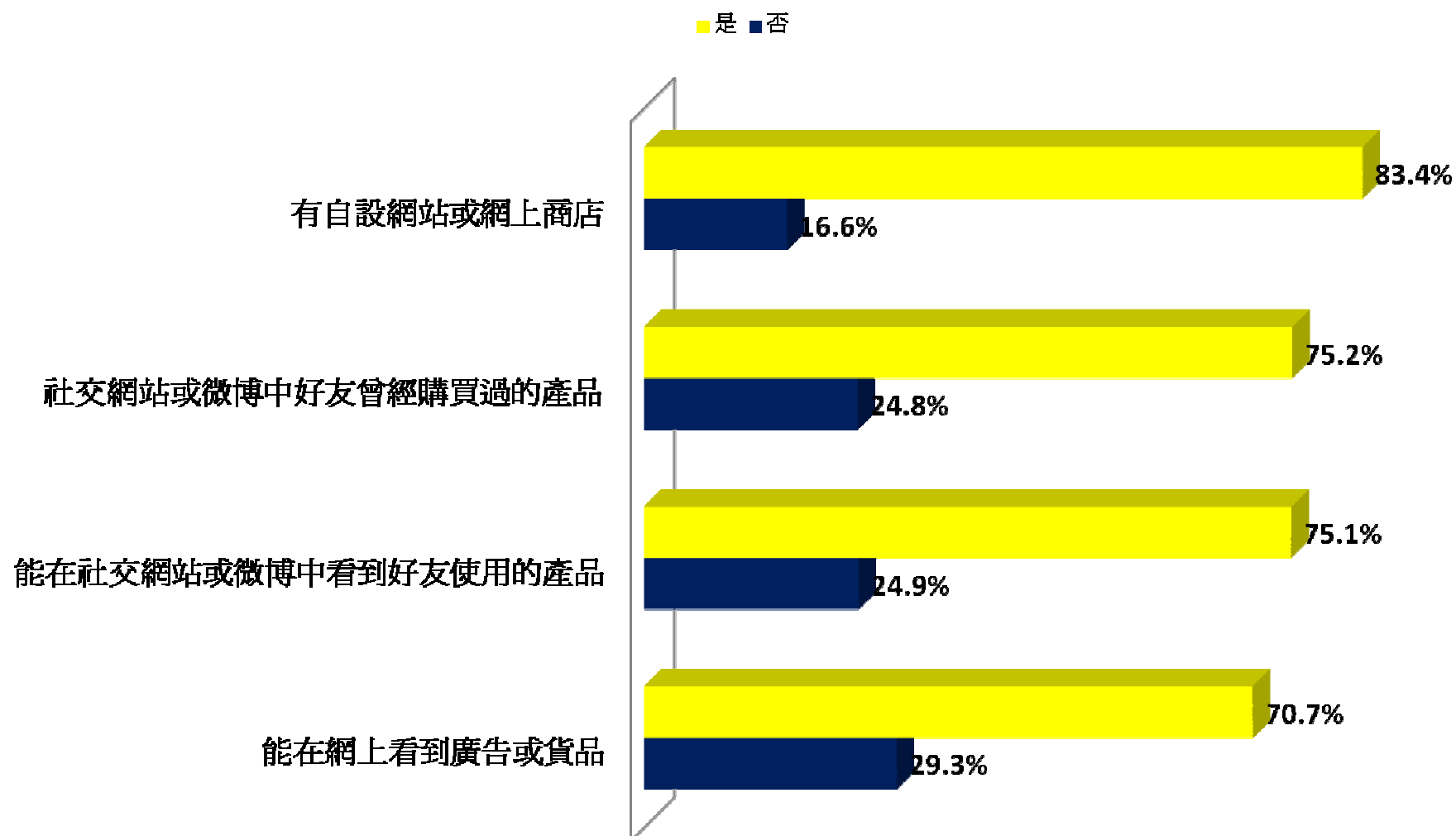


看到廣告後會有興趣到**實體店**購買(65%)

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

