

網購盛行每人平均月花近1,200元 14%人買上癮變「網癮」

 hk.news.appledaily.com/local/realtime/article/20171130/57524020

網上購物已是全球大趨勢，購物更方便，同時卻帶來不必要的浪費。東華學院的最新研究顯示，消費者的理財素養（financial literacy），影響他們的網購行為，理財素養的水平越高，即有策略地儲蓄、有完整理財概念，出現問題網購行為的風險越低。

東華學院在今年1至3月透過網上研究調查公司，以問卷形式訪問來自60個國家及地區、18至60歲的997位受訪者，分析其理財態度、網購習慣、頻率和金額等。結果發現，近三成受訪者每星期網購數次，平均在線時間為8.6小時，每月平均消費152美元（折合約1,186元），最常購買時裝、健康產品及美容產品。在這批受訪者中，有14%被歸類為有問題網購行為的高風險人士。調查另發現，理財知識及素養與出現問題網購行為的風險成反比。林德明指，每個月有儲蓄不代表理財素養佳，而是需要有策略的儲蓄計劃，或有較完整的理財概念。林指問題網購行為是「網癮」的一種，嚴重者會影響消費者的日常生活、工作能力，甚至人際關係。他建議政府積極向公眾宣傳正確的消費和理財概念，提高市民的理財素養，從而防止出現問題網購行為。中大商學院最近亦聯同美國密芝根大學羅斯商學院市場學系發表研究，題目為《電腦界面和直接觸摸效應剖析：用iPad點餐會否增加可口食物被選中的機會？》，探討使用數碼裝置點餐對顧客挑選食物帶來怎麼樣的影響。結果發現，觸控屏幕有助促進消費者與產品之間的心理互動，促使他們選擇較可口及賣相較佳而捨棄較重視健康的食物，研究人員稱這種現象為「直接觸摸」效應。 