

臺北市府研究發展考核委員會

臺北市府研究發展考核委員會新聞稿〈共3頁〉

臺北市府108年4月份民意調查結果說明

新聞聯絡人：黃鳴鴻 主任

聯絡電話：27208889轉2258；0937931597

本案承辦人：張嘉宇 企劃師

聯絡電話：27208889轉2270

壹、商圈消費次數仍較網路購物為多

根據臺北市府研考會108年4月進行的網路購物、商圈消費行為民意調查，發現八成三的台北市受訪者，和五成九的新北受訪者，在過去一年曾經去過台北市各商圈。另外，有五成八的台北市受訪者，和五成二的新北市受訪者有網路購物習慣。總體而言，網路購物迅速興起，已成為主要的購物行為之一，但逛商圈仍是比較多的，金額則是商圈和網路大致相當。

	台北市受訪者	新北市受訪者
過去一年有逛台北市商圈	83.1%	58.6%
平均每月逛商圈消費金額	2,497元	1,904元
過去一年有網路購物	57.7%	52.2%
平均每月網路購物金額	2,298元	1,915元

就交通行為而言（由於樣本台北和新北各僅約800餘份，抽樣誤差較大，僅供參考），本次受訪對象包含雙北市民，結果顯示五成八台北受訪者、二成六新北受訪者，在平常日周一至周五在台北市上班或上學，台北通勤捷運和機車各約三成，另有兩成為公車；新北通勤族四成搭乘捷運進入台北市、三成八騎乘機車。

		台北市受訪者	新北市受訪者
<u>在台北就業就學</u>	<u>週間</u>	58.4%	25.7%
	<u>週末</u>	0.6%	1.4%
	<u>非台北就業就學</u> <u>或未就業未就學</u>	40.6%	72.5%
<u>主要通勤工具</u> 僅追問有在台北市有就業就學者	捷運	28.5%	40.0%
	機車	29.2%	37.8%
	公車	19.7%	7.8%
	自用車	13.5%	9.1%

臺北市政府研究發展考核委員會

貳、網路購物超過五成

網路購物議題方面，台北市受訪者有五成七網路購物習慣，二成九是每個月至少購物1次以上，平均購物金額約為2,298元，購物內容前5項分別為「服裝、配件」(44%)、「廚具、衛浴、清潔」(44%)、「食品、飲料、餐券」(31%)、「書籍、文具、DVD」(25%)、「電腦、電腦週邊、軟體」(22%)。有三成六受訪者曾經在實體店面體驗商品，然後在網路上購買，顯示網路購物確實影響實體店面的消費模式。

就新北市受訪者部分，有五成二有網路購物習慣，二成三是每個月至少購物1次以上，平均購物金額約為1,915元，購物內容前5項分別為「服裝、配件」(43%)、「廚具、衛浴、清潔」(29%)、「食品、飲料、餐券」(23%)、「電腦、電腦週邊、軟體」(19%)、「美妝、保健」(19%)。蠻類似台北市的受訪者，新北市有三成八曾在實體店面體驗商品，然後在網路上購買。

平常會不會在實體店面體驗商品，然後在網路上購買

	總是如此	經常	偶而/有時候	很少	不一定	從來都沒有
台北市	1%	8%	17%	8%	2%	64%
新北市	1%	8%	15%	13%	1%	62%

從台北市和新北市的民調數據顯示，曾經網路購物的受訪者都超過五成，且也都有超過三成五去實體店面體驗商品後，再到網路上購買。這顯示網路購物已經影響到受訪者的消費模式。

參、商圈議題

在商圈議題方面，八成三台北市受訪者過去1年有去過台北市各商圈，在去過的受訪者678人中，有六成三每個月至少去過一次，平均每月消費金額為2,497元；五成九新北市受訪者過去1年有去過台北市各商圈，在去過的受訪者483人中，有四成八每個月至少去過一次，平均每月消費金額為1,904元。

就商圈輔導而言，台北市、新北市受訪者皆有五成三以上，認為政府有必要對商圈進行輔導，應優先輔導項目比例最高者皆為環境衛生及食安問題，其次為交通規劃和停車空間，人行環境改善、特色型塑等也頗重要。

要特別說明的是，本次研究為求周全，將各生活區域知名商圈或夜市皆放入選項中，惟受訪者恐怕較難清楚了解商圈定義，到訪經驗也不易回憶，或不知道到訪處即為某商圈，因此相關分析僅供參考，或許無法反映實際到訪率。

臺北市政府研究發展考核委員會

最後，就東區商圈議題，五成二台北市受訪者、三成三新北受訪者過去一年曾到訪過東區商圈。對於政府是否該介入店租或空店，受訪者意見參半，四成八台北市受訪者、四成一新北市受訪者認為「店面租金最好讓市場自己決定，政府不用管太多」；三成七台北市受訪者、三成五新北市受訪者認為「空店面太多會連帶影響商圈人潮，政府應該介入」。台北市政府已成立商圈專案小組，商圈也成立自治組織，研考會將持續追蹤商圈購物、網路購物等議題。

附錄、民調相關資訊

108年4月電話調查於108年4月29日至5月6日晚間進行，成功訪問18歲以上台北市民815人、新北市民824人，各有768人、972人拒訪（此為嚴格拒訪，包括一接電話就拒訪，以及中途拒訪），在95%信心水準下，抽樣誤差各在正負3.43個百分點、正負3.41個百分點以內，調查方式皆以系統內建台北市、新北市住宅電話為母體，作系統加尾數2碼隨機代換電話抽樣調查，並以性別、年齡及戶籍地作為加權變數分別進行樣本加權。