



青少年消費心態 調查報告

陳可勇

在本刊上一期的問卷調查，對象是高小學生和初中學生，從中我們了解到少年人多是傾向消費、追潮流、打機、上網，不在意父母、師長是否關顧他們。為進一步了解本港青少年的成長，今期我們特別向就讀中四至中七的學生進行問卷調查。我們相信，在現今的消費社會，青少年已成為主要之消費族群，而他們的思想、價值觀或多或少被消費潮流文化所影響。故此，我們今次的問卷調查，關注青少年之



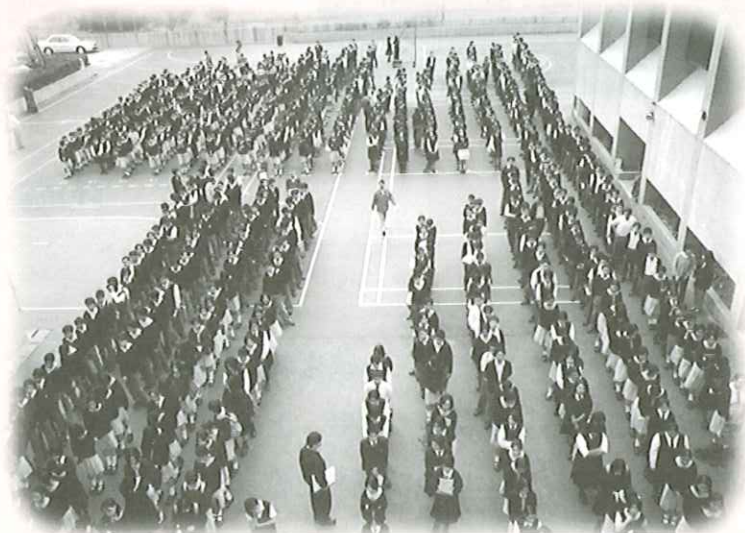
消費心態、消費行為與模式，特別關注的是青少年之消費取向如何影響他們與父母、師長之相處。

我們向青少年發放的問卷，提出下列一連串問題：青少年的零用錢，最多用於哪方面？青少年的零用錢從哪裡得來？面對心愛的物品，青少年會否忍耐一下，嘗試抑制購買的念頭？要是買不起想購買的物品，青少年會如何做？消費過後，令他們最感滿足的是甚麼？青少年決定購買某物品/服務，是受了誰/甚麼的影響？在學校讀書，青少年會否覺得自己是一個消費者？父母或師長會否教導他們有關消費的原則？青少年有否因為購物/消費而與家人衝突？

我們在十月、十一月，分別向就讀於大埔區、沙田區、屯門區、九龍區的中四、中五、中六、中七年班學生，進行問卷調查，成功收回 2061 份問卷（學生年班、性別、人數見表一）。

表一 學生年班人數、性別一覽表

年級 / 性別	中四年班	中五年班	中六年班	中七年班	全共人數
男	354	307	141	122	924
女	323	418	215	181	1137
全共人數	677	725	356	303	2061



這一代的青少年，
關心甚麼？
將注意力投放在甚麼地方？



表二 青少年的零用錢，最多用於哪方面？（最多選五項）

青少年的零用錢， 最多用於哪方面？	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
吃東西	534	58%	812	71%	1346	65%
衣服、髮型(包括鞋類)	353	38%	772	68%	1125	55%
隨身袋(包括書包、 背囊、手袋、手提包)	143	15%	438	39%	581	28%
唱K	143	15%	378	33%	521	25%
飾物	75	8%	427	38%	502	24%
看電影	219	24%	275	24%	494	24%
買潮流/消費雜誌	193	21%	276	24%	469	23%
買CD/VCD/DVD	166	18%	172	15%	338	16%
潮流玩物	79	9%	224	20%	303	15%
補習	118	13%	179	16%	297	14%
買化粧品/護膚品	19	2%	252	22%	271	13%
買電子遊戲機或 有關軟件	222	24%	43	4%	265	13%
on-line game 點數卡	145	16%	32	3%	177	9%
買手提電話	82	9%	72	6%	154	7%
買MP3 機	79	9%	63	6%	142	7%
上網吧	116	13%	26	2%	142	7%
益智課外讀物	88	10%	51	4%	139	7%
換電腦(upgrade 電腦)	50	5%	84	7%	134	7%
賭波	105	11%	17	1%	122	6%
瘦身	58	6%	15	1%	73	4%

表二顯示，我們的青少年將零用錢用在「吃東西」、買「衣服、鞋物」、「隨身袋」、「飾物」、「潮流玩物」、「化粧品/護膚品」及「唱K」等項目。女生在上述項目所花的零用錢明顯比男生多。而「買電子遊戲機或有關軟件」、「on-line game點數卡」、「換電腦(upgrade 電腦)」等項目的消費中，男生所花的零用錢則明顯比女生多。這種消費模式的分別，令我們相信女生比較關心自己之外表、儀容，肯花零用錢在個人裝扮上；而男生多沉迷在玩電子遊戲機、玩on-line game、上網吧等活動上。這些分別，相信頗能反映出青少年因性別差異，而



有不同之消費傾向。雖然傾向有不同，但多數青少年的零用錢是花費在吃喝玩樂、裝扮自己、尋求官能刺激上。

值得注意的是，只有不足7%（139人）之青少年會將零用錢用在購買「益智課外讀物」，但卻有23%（469人）之青少年會「買潮流雜誌／消費雜誌」，這反映我們之青少年之閱讀習慣是傾向庸俗化、享樂化；這種閱讀傾向令人擔憂。近年，潮流雜誌、消費雜誌的內容，除了不斷鼓吹個人消費享樂之外，更有不少內容是專以揭露別人陰私，渲染不正常的男女關係為焦點，又或鼓吹以擁有多少物質來衡量人的成敗，且不少圖文是夾雜色情成分的。青少年吸收了這些負面之資訊後，他們會受不良意識影響而不自知，誤以為消費享樂、聲色犬馬之生活就是人生，就是理想生活。

表三 青少年的零用錢從哪裡得來？（可選多項）

零用錢從哪裡來	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
父母	864	94%	1072	94%	1936	94%
兼職	106	11%	130	11%	236	11%
父母以外的長輩	89	10%	126	11%	215	10%
賭博	48	5%	15	1%	63	3%



各適其適，總之男女青少年都愛消費。



表三顯示，高達94%（1936名）青少年的零用錢來自他們的父母，這反映青少年仍是非常倚靠父母的支持，來滿足他們的物質需要。然而，仍有236名（11%）青少年是以兼職來獲取零用錢。他們是在高中的學習階段，功課應該較繁重、考試壓力亦應不輕。何以他們仍要做兼職以賺取零用錢？是青少年父母給他們的零用錢太少？還是，他們之消費欲太強？

衝動的消費者

表四 面對心愛的物品，青少年會否忍耐一下，嘗試抑制購買的念頭？（可選多項）

青少年會否忍耐	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
否	148	16%	138	12%	286	14%
會	756	84%	987	88%	1743	86%
一週	100	13%	153	16%	253	15%
一個月	131	17%	215	22%	346	20%
三個月	75	10%	96	10%	171	10%
半年或以上	109	14%	61	6%	170	10%
直至購買的念頭消失	269	36%	410	42%	679	39%
其他	72	10%	52	5%	124	7%

表四顯示，有286名（14%）青少年表示，面對心愛的物品時，不會嘗試抑制購買的念頭，這反映他們是很衝動的消費者。若把只會忍耐「一週」、「一個月」的青少年計算在內，有多達44%的青少年在面對消費誘惑時，無法抗拒，或忍耐力不足，衝動消費。難怪近年青少年成為商人之主要銷售對象。青少年想買就買之心態，明顯反映時下流行價值：「想做就做」。



表五 要是買不起想購買的物品，青少年會如何?(可選多項)

要是買不起想購買的物品時	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
做兼職賺錢	150	16%	148	13%	298	14%
請求父母代為付款	270	29%	454	40%	724	35%
請求父母以外的長輩付款	48	5%	69	6%	117	6%
更努力讀書，以求日後賺到更多錢	85	9%	120	11%	205	10%
放棄購買的念頭	338	37%	560	49%	898	44%
賭博	31	3%	14	1%	45	2%
先用信用卡付款	9	1%	12	1%	21	1%
借錢	60	6%	63	6%	123	6%
從事違法行為以獲取金錢	22	2%	14	1%	36	2%
慢慢儲錢直到有能力購買	532	58%	688	61%	1220	59%
其他	12	1%	14	1%	26	1%



青少年如何面對欲望？

我們可有為他們提供正確的價值觀，教他們面對？



表五顯示，為購得心頭好，有不少青少年會「請求父母代為付款」（724人/35%），又或會「慢慢儲錢直到有能力購買」（1220人/59%）。此外，亦有298位（14%）青少年表示會「做兼職賺錢」，以滿足消費欲望。做「兼職」對青少年之生活，特別是學習生活有甚麼影響？這值得我們日後進一步思考、研究。

表六 消費過後，令你最感滿足的是甚麼？（可選多項）

	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
覺得自己能緊貼潮流	86	9%	117	10%	203	10%
覺得自己擺脫了舊有的形象	101	11%	147	13%	248	12%
覺得增加了自信	111	12%	148	13%	259	13%
覺得自己成為群眾的焦點	18	2%	22	2%	40	2%
覺得表現了自己的個性	74	8%	100	9%	174	8%
覺得自己買了耐用的東西	140	15%	192	17%	332	16%
能擁有自己想擁有的東西	532	58%	789	69%	1321	64%
能與朋友更投契	55	6%	46	4%	101	5%
其他	31	3%	15	1%	46	2%

青少年的自信從消費而來

表六顯示，有高達1321名（64%）青少年表示因「能擁有自己想擁有東西」而得到消費後之滿足。這種「擁有」意識，充分反映香港人是以外在擁有物質為榮、為樂的。值得注意的是，有259名（13%）青少年認為消費會令他們增加自信。當青少年之自信要從消費，從擁有而來，這種自我觀念是非常幼稚、扭曲的。

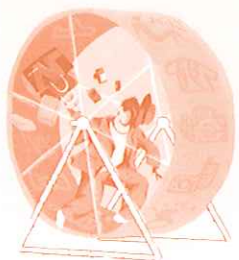


表七 青少年決定購買某物品 / 服務，往往受了誰的影響？

	男生人數	百分比	女生人數	百分比	總人數	百分比
朋友	512	55%	745	66%	1257	61%
家人	146	16%	216	19%	362	18%
老師	26	3%	28	2%	54	3%
有關消費的刊物	255	28%	430	38%	685	33%
廣告	184	20%	296	26%	480	23%
其他	31	3%	9	1%	40	2%

教師對青少年的行為影響力偏低

表七顯示，在作消費決定時，有 1257 名 (61%) 青少年表示受「朋友」影響。這反映青少年是互為影響、互相認同的。值得注意的是，有 685 名 (33%) 青少年受「有關消費的刊物」影響，480 名 (23%) 青少年則受「廣告」影響他們之消費行為。在現今市場文化、廣告文化大行其道的情況下，青少年之消費決定受著消費雜誌廣告所影響，這是可理解的。然而，只有 54 名 (3%) 青少年稱在做購物決定時，是受老師影響的。這便值得我們關注。青少年在求學階段，應受老師影響；但只得那麼少的青少年表示受老師影響。這反映了甚麼？是老師對學生之影響力，只能局限在課堂上之知識傳授，而在消費方面則對青少年沒有影響力？又或是老師對青少年的行為，真的近乎沒有影響力？這值得我們關注。



表八 在學校讀書，青少年會否覺得自己是一個消費者？

在學校讀書，會否覺得自己是一個消費者？	人數	百分比
A. 否	1191	60%
B. 覺得	800	40%
i 有選擇的自由	435	54%
ii 有投訴的權利	235	29%
iii 正在接受服務	305	38%
iv 可以評核老師表現	96	12%
v 有付學費	67	8%
vi 其他	10	1%

四成學生認為自己在學校是消費者

表八顯示，多達800位(40%)之青少年是覺得自己是一個消費者。在他們當中，高達435名(54%)青少年認為自己「有選擇的自由」，有305名(38%)表示自己在學校「正在接受服務」，這些態度清楚反映青

少年在學校以消費者自居，接受老師所給予的服務，可以自由選擇學甚麼！可以選擇跟誰學！可以選擇那一種教育方式！「可以評核老師表現」(235名/29%)！以往，是由老師



當青少年已幾乎視老師為商品，任由選擇，
那會尊師重道、虛心學習？



來評核學生之表現，但在消費意識高漲下，學生被捧為消費者，老師變成服務提供者 (service provider)。這樣一來，學生可以名正言順投訴老師、評核老師的表現，而不再「尊師重道」，虛心向老師學習。當老師對學生有要求時，極可能要面對學生反過來投訴他過份嚴苛。這趨勢，相信會為老師帶來壓力、無奈。這樣發展下去，老師如何能以積極的態度，專心教學呢！

表九 青少年的父母或師長會否教導他們有關消費的原則？

青少年的父母或師長會否教導他們有關消費的原則 / 青少年的反應	人數	百分比
A. 不會	801	40%
B. 會	1202	60%
接受	592	49%
不耐煩	162	13%
與他們討論	427	36%
其他	24	2%

表九顯示，有高達801名(40%)之青少年表示父母或師長不會教導他們有關消費的原則。這是否顯示父母疏忽了對子女在這方面之教導？



就連買小吃都一窩蜂，青少年真能做「明智」的消費者嗎？



然而，當父母、師長教導青少年有關消費的原則，有162名(13%)青少年表示「不耐煩」，427名(36%)表示會「與父母／師長討論」。當我們參考表十所顯示之數據，多達898名(45%)青少年表示會因購物而與家人衝突。若以此而推論，青少年在「與父母討論」時，極可能進而與父母發生衝突。

女生比男生容易因消費行為與家人衝突

表十 青少年有否因為購物／消費而與家人衝突(可選多項)

青少年有否因為購物／消費而與家人衝突	總人數	百分比
A. 不會	1110	55%
B. 會	898	45%
被指用錢太多	650	72%
購買的東西不合自己心意	111	12%
購買的東西不合家人心意	311	35%
購物前沒有與家人商量	178	20%
短期內購買同一類產品	84	9%
很快貪新忘舊	278	31%
想退學，出來工作	40	4%
其他	25	3%

表十顯示，有650名(72%)之青少年表示，因「用錢太多」而與家人在消費事上發生衝突。此外，「購買的東西不合家人心意」(311人/35%)、在「購物前沒有與家人商量」(178人/20%)、「很快貪新忘舊」(278人/31%)，這些都是令青少年與家人起衝突之原因。還有這些現象，反映青少年傾向自把自為，漠視父母之意見，令兩代之間出現相處的問題。



表十一 男女青少年因為購物/消費而與家人衝突(可選多項)

	男生人數	百分比	女生人數	百分比
會	333		565	
被指用錢太多	241	72%	409	72%
購買的東西不合自己心意	40	12%	71	13%
購買的東西不合家人心意	119	36%	192	34%
購物前沒有與家人商量	73	22%	105	19%
短期內購買同一類產品	26	8%	58	10%
很快貪新忘舊	76	23%	202	36%
想退學，出來工作	15	5%	25	4%
其他	16	5%	9	2%

表十一顯示，因消費而與家人起衝突，是男女有別的。有565名女青少年是會因個人消費而與家人發生衝突，這明顯較只得333名男青少年多；還有202名(36%)女青少年是因「很快貪新忘舊」而與家人起衝突，而男青少年則只有76名(23%)有此問題，兩者相差甚遠。在這方面，男女間的差異，是意味甚麼呢？這值得我們日後進一步探究。

結語

是次調查結果顯示，大多青少年受訪者，心態仍是頗幼稚，喜歡消費、喜歡吃東西、喜歡買追上潮流之衣著、服飾、隨身袋，喜歡唱K、喜歡打機。青少年之消費心態、行為完全反映主導香港之市場意識、消費意識、享樂意識。生活在重消費之社會，時刻接收無孔不入之廣告、觀看五花八門之消費雜誌，青少年是容易認同消費價值，視自己為消費者。

正因為青少年深被消費意識影響，他們雖然仍在求學階段，且要面對頗沉重之考試壓力，但為了買得心頭好、為了取得朋友之接受與認同，有不少青少年樂意去兼職賺錢。學生應該好好珍惜學習機會，享受校園生活，但他們卻為了消費而花時間在兼職上，豈不因小而失大嗎？

更甚者，有不少青少年已把消費意識帶入校園。他們認為自己





四處都鼓勵消費、吹捧消費；我們如何能扭轉青少年的消費者心態？

「付學費」，視自己是學校的「消費者」，是在學校接受老師服務。故此，可以自由選擇想做甚麼，就做甚麼，可以投訴老師，甚至「可以評核老師表現」。

青少年在學校有此消費者之心態，已是非常普遍。難怪近年有不少報導、研究調查，皆指出老師所面對的壓力非常沉重。當學生以消費者自居，他們在學校已不再是求學問，而是買服務、買知識。如此下去，老師根本不能再如以往講「師道莊嚴」、講「身教言教」；老師只能講符合學生心意之知識教育、只能照顧學生品味、依照學生要求來提供「服務」。唯有如此，才能令「顧客」滿意、才能在競爭激烈之市場保住一教席，相信這是我們教育制度之哀歌！亦是我們這一代青少年之悲哀！

誰甘願讓這困局延續下去？誰甘心我們的下一代繼續流於膚淺、流於幼稚、流於消費？願有識之士同來反省、同來批判、同來革新這時代之病。



* 作者為本刊特約研究員，資深社會工作者，社會學博士。

