

【新聞稿】

市民今年聖誕消費意欲更趨審慎

聖誕節是傳統的消費旺季，香港研究協會就此於 12 月 6 至 13 日展開全港隨機抽樣電話訪問，成功訪問了 1077 名十八歲或以上市民，以了解市民對聖誕消費的意見。調查亦與過去同類調查結果作比較，以進一步了解市民對聖誕消費意見的變化。

調查結果顯示：

1. 市民最想與家人同度聖誕

最多受訪者表示最想與「家人」同度聖誕節 (60%，+3%)，其次是「伴侶」(18%，比例維持不變)，再次是「朋友」(11%，-3%)，反映在佳節氣氛下，市民希望與家人分享聖誕佳節歡樂的觀念持續加強。

2. 會贈送禮物的比例連續兩年下降

合共四成受訪者表示「一定會」及「多數會」購買聖誕禮物贈送予他人，較去年調查跌百分之四；表示「多數不會」及「一定不會」的合共佔四成一，較去年升百分之五；而表示「未決定」的則佔一成四，較去年跌百分之一；表示會贈送禮物的比例連續兩年下降，反映部分市民對贈送聖誕禮物的觀念有所轉變。在表示「一定會」及「多數會」贈送聖誕禮物的次樣本中，最多受訪者表示選購聖誕禮物時除考慮贈送對象的喜好外，最主要的考慮因素是禮物的「實用性」(48%，-4%)，其次是「價錢」(28%，-1%)，再次是「外觀」(8%，比例維持不變)，而表示是「潮流性」的則佔百分之七，較去年升百分之三。

當問及受訪者如何處理一些不合心意的聖誕禮物時，最多受訪者表示會「轉贈他人」(48%)，其次是「置之不理」(16%)，再次是「轉售」(8%)及「棄置」(4%)，各比例與去年相若；反映市民的環保意識維持較高水平。

3. 聖誕最大開支項目：餐飲 比例升至三年新高

最多受訪者預期今年聖誕消費最大開支的項目是「餐飲」(28%，+4%)，其次是「購物」(15%，-4%)，再次是「旅遊」(14%，比例維持不變)及「娛樂」(13%，-2%)，而表示是「個人服務」的則只佔百分之四，比例同樣維持不變；聖誕餐飲開支比例升至三年新高，部分原因相信是和親友聚餐是不少港人聖誕佳節必備的環節，部分亦相信與食材價格持續高企，相關開支水漲船高有關。

4. 前往日韓及內地旅遊的比例按年跌幅最大

七成半受訪者表示今年聖誕節期間會「留港度過」，表示會「出外旅遊」的佔一成，而表示「未決定」的則佔百分之九，各比例與去年相若。在表示出外旅遊的次樣本中，最多受訪者表示出外旅遊的地方是「內地」(43%，-6%)，其次是東南亞(24%，+8%)，再次是「日韓」(11%，-6%)，隨後的分別是「歐美」(7%，+1%)及「澳紐」(2%，-2%)；前往內地及日韓旅遊的比例出現最大跌幅，前者相信與近期人民幣升值影響港人前往的意欲有關，而中日領土爭議及日本 3·11 大地震陰霾未消相信是影響市民前往日本的主要因素。

5. 市民今年聖誕消費意欲更趨審慎

五成二受訪者預期自己今年聖誕節的消費會較去年「差不多」，較去年調查跌百分之一；表示「增加」的佔兩成，較去年跌百分之二；而表示「減少」的則佔一成七，較去年升百分之一。結果發現，雖然消費意欲仍偏向正面（表示「增加」的比例較「減少」為多），但需要注意的是，表示會減少聖誕消費的比例連續兩年錄得溫和升幅，而表示會增加消費的比例則連續兩年錄得下跌，反映市民消費意欲更趨審慎，相信今年本地聖誕消費市場增長將有所放緩。

調查亦問及受訪者預計會花多少錢過聖誕，最多受訪者表示會花「500 至 1000 元以下」(佔 24%，比例維持不變)，其次是「500 元以下」(21%，比例維持不變)，再次是「不會花錢」(17%，+2%)，隨後的是「1000 至 1500 元以下」(10%，-1%)，而「1500 至 2500 元以下」(8%)及「5000 元或以上」(6%)、「2500 至 3500 元以下」(4%)及「3500 至 5000 元以下」(3%)的比例皆維持不變；結果顯示不會為聖誕消費的比例有輕微增加，而較高消費金額的比例有些微下降，反映部分市民今年聖誕消費態度偏向保守。

6. 市民對來年經濟評估審慎偏負面

四成半受訪者認為現時經濟環境與去年同期比較「差不多」，較去年調查升百分之二；表示「較差」的佔三成八，較去年跌百分之二；而表示「較好」的則佔一成，較去年跌百分之一，比例跌至四年以來新低。至於展望香港未來一年的經濟狀況，三成八受訪者認為會較現時「差不多」，較去年升百分之三；表示「變差」的佔三成七，較去年跌百分之五；而表示「變好」的則佔一成，較去年升百分之二；結果反映部分市民對來年本地經濟展望有些微改觀，但整體態度仍然審慎，有相當一部分市民的評估更是悲觀，相信與近期美國及內地經濟雖有所改善，但市場仍不時受歐元區主權債務危機及美國財政懸崖等負面消息困擾有關。

7. 富人聖誕消費意欲跌幅最顯著

調查進一步以受訪者自稱的社會階層進行交叉分析，結果顯示：兩成半受訪基層人士預期自己今年聖誕節的消費會較去年減少，較去年升百分之二，繼續成為唯一一個消費意欲淨值錄得負數（表示減少比例較增加的多）的社會階層，反映基層人士消費意欲持續疲弱，相信與各項生活成本持續高企有關。而消費意欲變化最大的是「上層及中上層」人士，其消費意欲淨值較去年錄得明顯跌幅；消費金額方面，「上層及中上層」人士中較高消費金額的比例有所下降，而較低消費金額的比例則有所上升；而對來年經濟評估方面，五成二受訪「上層及中上層」人士對此表示會變差，比例是各社會階層之冠；以上結果皆反映大部分「上層及中上層」人士對實體經濟不抱樂觀，環球經濟復甦形勢仍處於較不穩定的狀態相信是部分富人的聖誕消費態度較為保守的主要原因。

8. 結語

香港研究協會負責人指出，一成九受訪者認為今年市面聖誕節日氣氛「濃厚」，較去年調查跌百分之八，而表示「不濃厚」的則佔一成八，較去年升百分之五，反映部分市民感受到的節日氣氛較去年有所退卻。香港研究協會負責人建議政府、社會各界及商戶，把握佳節時機，加大力度營造更佳的節日氣氛，創造更多消費亮點，與市民共度一個普天同慶的聖誕節。

附件：調查結果分析圖表（共三頁）

發稿機構：香港研究協會
電郵：info@rahk.org
聯絡人：麥燕薇小姐

電話：3119 8883
網址：www.rahk.org

傳真：2137 3839
發稿日期：2012年12月19日