

【新聞稿】

## 四成四市民會增加新年消費 重返 2011 年水平 六成市民主要封 20 元利是

農曆新年將至，派利是及「掙利是」是中國傳統習俗之一，香港研究協會於 1 月 26 日至 2 月 1 日展開全港隨機抽樣電話訪問，成功訪問了 1251 名市民（62%屬派利是，38%屬收利是），以了解市民對利是錢及新年消費的意見，從而反映香港經濟環境對市民的影響。調查亦透過與過去同類調查結果作比較，以進一步了解市民對利是錢及新年消費意見的變化。

調查結果顯示：

### 1. 增加派利是總金額的比例按年升百分之三 比例升至五年新高

在自稱屬於派利是的次樣本中，最多受訪者表示打算今年平均每封利是封「20 元」（60%），其次是「10 元」（19%），再次是「50 元」（10%），表示是「100 元或以上」的佔百分之六，而表示「不打算派利是」的佔百分之五，各比例維持不變。

對於派利是的總金額，兩成半受訪者預計今年會較去年「增加」（+3%），比例升至五年新高，表示「減少」的佔一成四（-1%），而表示「差不多」的則佔六成一（-3%）；結果發現：在平均每封利是的金額維持不變的情況下，估計今年派利是的封數會有所增加。

### 2. 市民對今年利是「收穫」持審慎態度

在自稱屬於收利是的次樣本中，一成二受訪者預計今年收到的利是錢會較去年「增加」，比例維持不變；表示「減少」的佔三成三（-4%），而表示「差不多」的則佔五成四（+3%），反映市民對今年利是「收穫」持審慎態度。

### 3. 四成四市民會增加新年消費 比例重返 2011 年水平

另外，四成四受訪者預計今年新年消費會較去年「增加」（+5%），表示「減少」的佔一成二（-2%），而表示「差不多」的則佔四成四（-3%）。表示會增加新年消費的比例重返 2011 年水平（自調查以來的最高水平），而表示減少的比例則創八年新低，反映在環球經濟情況有所好轉，本港市道尚算不俗的情況下，市民今年新年消費意欲有所回升。值得注意的是，進一步交叉分析顯示：會增加消費的受訪者中，四成半表示影響其消費意欲的最主要因素是物價水平，反映相當一部分的消費增長主要是受到物價上升所帶動。

當問及受訪者預計今年過年開支最大項目時，合共四成二受訪者表示是「封利是」及「孝敬長輩」（-3%），而表示是用於消費（個人服務、娛樂、旅遊、餐飲及購物）的則合共佔四成二（+5%）。至於今年過年開支對受訪者財政負擔造成多大壓力，合共三成一受訪者表示有「很大壓力」及「頗大壓力」（-1%），而表示有「少許壓力」及「沒有壓力」的則合共佔六成二（+2%），反映在經濟條件相對充裕的情況下，市民面對的經濟壓力有所紓緩。

### 4. 市民偏好在家吃團年飯

調查亦問及受訪者預計今年會在家還是出外吃團年飯，五成四受訪者表示「在家」（-1%），其最主要原因依次為：「有溫馨的家庭氣氛」（49%，+2%）、「價錢較為實惠」（20%，-1%）及「未能負擔出外用膳的費用」（19%，比例維持不變）；而表示「出外」吃團年飯的則佔三成一（-2%），其最主要原因依次為：「方便快捷」（41%，-3%）、「家裡地方淺窄」（28%，比例維持不變）及「經濟條件改善」（5%，+2%）。

### 5. 市民今年加薪預期大幅改善

對於今年會否加薪，三成三受訪者預計 2013 年「會」加薪（+8%），而表示「不會」的則佔三成三（-6%），反映市民今年加薪預期大幅改善，相信與去年本地就業市場維持暢旺，在通脹效應下，部分市民對加薪的預期轉趨樂觀有關。

## 6. 採用電子化方式拜年的市民明顯上升

農曆新年期間，最多受訪者表示最喜歡進行「個人消閒活動，如上網、在家休息等」（30%，+3%），其次是「拜年」（24%，+2%），再次是「行年宵花市」（13%，+1%），隨後的分別是「出外探親」（11%，-1%）、「旅行」（7%，-1%）及「集體消閒活動，如打麻雀、唱卡拉OK等」（6%，-3%），反映新年偏好個人消閒活動的市民愈來愈多。

至於市民在農曆新年期間向親友拜年的方式，最多受訪者表示會「上門拜訪」（61%，+1%），其次是「電話短訊」（55%，+5%）及「致電」（55%，+2%），再次是「互聯網」（48%，+2%），反映市民拜年的方式愈趨電子化。

## 7. 基層市民的消費增長主要受通脹帶動

進一步交叉分析顯示，五成一受訪基層人士表示今年新年消費會較去年增加，比例是各社會階層之冠；然而，同樣有五成一受訪基層人士表示過年開支對其財政負擔造成明顯壓力，比例亦是各社會階層之冠。綜合以上結果分析，反映大部分基層市民的消費增長主要受通脹所帶動，相信與近期租金及食品價格持續上升有關，顯示基層市民生活質素未見明顯改善，情況值得關注。

調查亦進一步對受訪者會否加薪的評估進行交叉分析，結果顯示：基層「打工仔」加薪期望遠較中產及高收入人士為差，相信兩者的薪酬差距將進一步拉闊。

## 8. 結語

香港研究協會負責人指出，受外圍氣氛持續回暖所帶動，相當一部分市民今年新年消費意欲有所回升。然而，調查亦顯示部分市民，特別是基層市民的消費能力未有進一步增強，生活質素未見改善。農曆新年是重要的傳統節日，香港研究協會負責人建議政府及社會各界，除籌辦全港大型慶祝活動外，積極推出更多關愛社區的賀年活動，營造更濃厚祥和的節日氣氛，與市民一同歡度農曆新年。

### 附件：調查結果分析圖表（共四頁）

發稿機構：香港研究協會

電話：3119 8883

傳真：2137 3839

電郵：info@rahk.org

網址：www.rahk.org

發稿日期：2013年2月6日

聯絡人：麥燕薇小姐