

香港研究協會

問卷名稱：市民對利是錢及新年消費的意見調查（2014）

調查期間：2014年1月14日至21日

有效問卷數目：1218份

調查對象：全港市民

調查方法：以隨機抽取電話號碼作全港性電話調查

調查目的：派利是及「搵利是」是中國傳統習俗之一。於農曆新年來臨前進行調查，並透過與過去數年的調查結果作比較以了解市民對利是錢及新年消費的意見及其變化，從而反映香港經濟環境對市民新年消費行為的影響。

樣本加權：數據按香港統計處2012年13歲或以上市民的性別及年齡分佈作加權（weighting）處理。

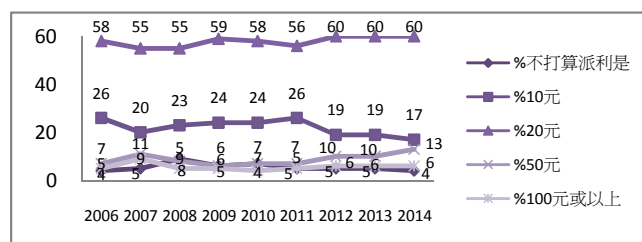
1 受訪者於過年期間的角色

	百分比
派利是	69%
收利是	31%

2 受訪者今年平均每封利是的金額

	2013	2014	最新變化
不打算派利是	5%	4%	-1%
10元	19%	17%	-2%
20元	60%	60%	0%
50元	10%	13%	3%
100元或以上	6%	6%	0%

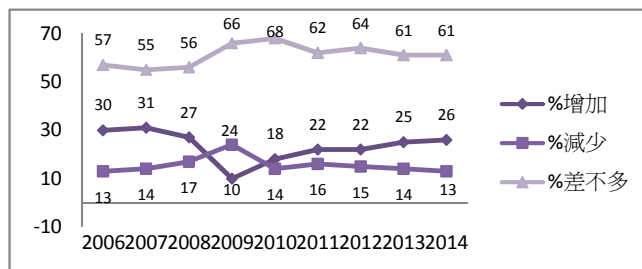
樣本：以屬於派利是的受訪者計算



3 受訪者今年派利是總金額與去年的比較

	2013	2014	最新變化
增加	25%	26%	1%
減少	14%	13%	-1%
差不多	61%	61%	0%

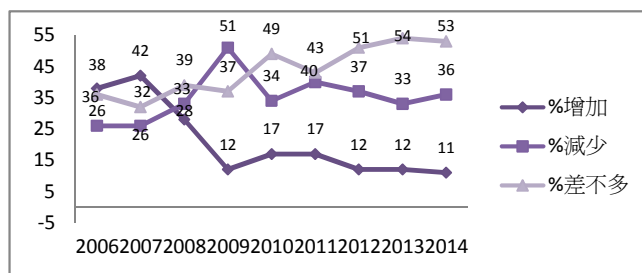
樣本：以屬於派利是的受訪者計算



4 受訪者預計今年收到利是錢金額與去年的比較

	2013	2014	最新變化
增加	12%	11%	-1%
減少	33%	36%	3%
差不多	54%	53%	-1%

樣本：以屬於收利是的受訪者計算



5 受訪者預計今年過年開支最大的項目

	2013	2014	最新變化
孝敬長輩	18%	21%	3%
封利是	24%	28%	4%
個人服務	8%	6%	-2%
娛樂	8%	6%	-2%
旅遊	8%	7%	-1%
餐飲	7%	8%	1%
購物	11%	10%	-1%
其他	6%	5%	-1%
無意見	11%	9%	-2%

6 受訪者預計今年會在家還是出外吃團年飯的評估

	2013	2014	最新變化
在家	54%	55%	1%
出外	31%	34%	3%
未決定／無意見	16%	11%	-5%

7 受訪者會在家吃團年飯的最主要原因

	2013	2014	最新變化
未能負擔出外用膳的費用	19%	21%	2%
有溫馨的家庭氣氛	49%	48%	-1%
價錢較為實惠	20%	20%	0%
其他	10%	9%	-1%
無意見	2%	3%	1%

樣本：以預計今年會在家吃團年飯的受訪者計算

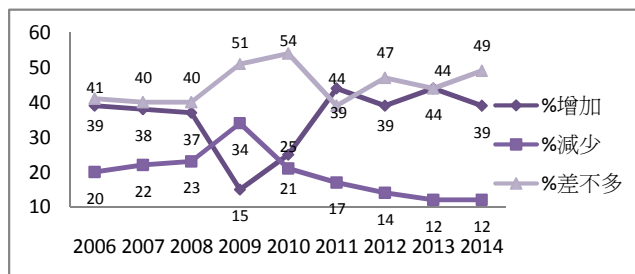
8 受訪者會出外吃團年飯的最主要原因

	2013	2014	最新變化
方便快捷	41%	44%	3%
家裡地方狹窄	28%	31%	3%
經濟條件改善	5%	3%	-2%
其他	19%	15%	-4%
無意見	7%	6%	-1%

樣本：以預計今年會出外吃團年飯的受訪者計算

9 受訪者預計今年新年消費與去年的比較

	2013	2014	最新變化
增加	44%	39%	-5%
減少	12%	12%	0%
差不多	44%	49%	5%



10 影響受訪者消費意欲的最主要因素

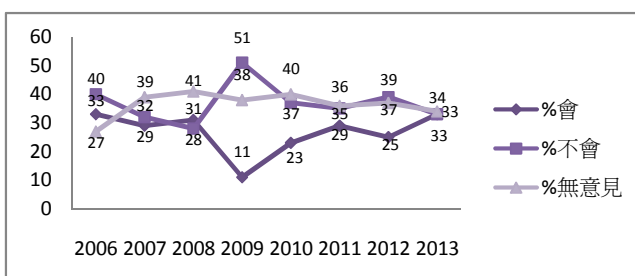
	2013	2014	最新變化
物價水平	33%	29%	-4%
個人收入	21%	23%	2%
個人需要	23%	24%	1%
節日氣氛	6%	8%	2%
經濟前景	7%	7%	0%
其他	3%	4%	1%
無意見	6%	6%	0%

11 受訪者今年過年開支對其財政負擔造成多大壓力的評估

	2013	2014	最新變化
很大壓力	14%	15%	1%
頗大壓力	17%	15%	-2%
少許壓力	36%	34%	-2%
沒有壓力	26%	29%	3%
無意見	7%	7%	0%

12 受訪者對2014年會否加薪的評估

	2013	2014	最新變化
會	33%	33%	0%
不會	33%	36%	3%
無意見	34%	31%	-3%



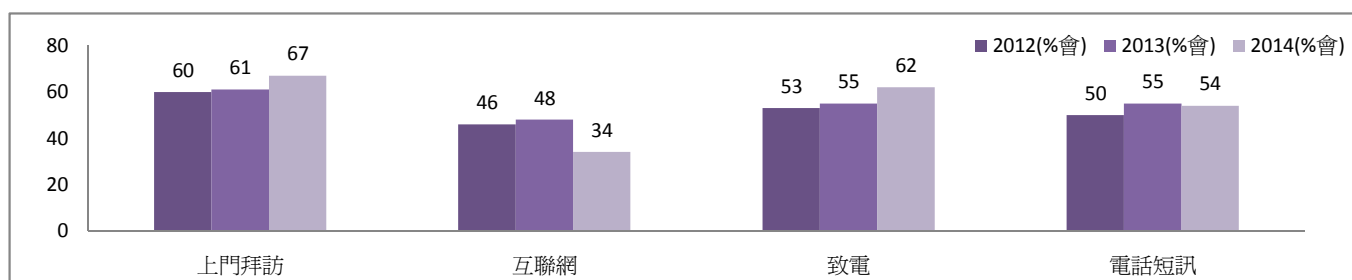
受訪者預計在過農曆新年時會否進行以下各項活動的評估

	會	不會	不知道	無意見
13 自製賀年食品	29%	48%	14%	9%
14 添置新衣	48%	32%	14%	6%
15 親身向長輩拜年	68%	17%	11%	5%
16 回鄉探親	24%	54%	14%	8%

回想童年，受訪者或其家人在過農曆新年時會否進行以下各項活動的評估

	會	不會	不記得	無意見
17 自製賀年食品	55%	31%	8%	6%
18 添置新衣	64%	23%	7%	6%
19 親身向長輩拜年	78%	12%	6%	3%
20 回鄉探親	31%	52%	11%	7%

	會			不會			無意見/未決定		
	2013	2014	變化	2013	2014	變化	2013	2014	變化
21 上門拜訪	61%	67%	6%	13%	18%	5%	26%	15%	-11%
22 互聯網	48%	34%	-14%	30%	50%	20%	23%	16%	-7%
23 致電	55%	62%	7%	26%	25%	-1%	19%	13%	-6%
24 電話短訊	55%	54%	-1%	27%	32%	5%	18%	14%	-4%



25 受訪者的性別

	加權前樣本 分配	加權後樣本 分配
男	34%	46%
女	66%	54%

26 受訪者的年齡組別

	加權前樣本 分配	加權後樣本 分配
13至18歲	9%	6%
18至30歲	22%	20%
31至40歲	16%	17%
41至50歲	22%	19%
51至60歲	18%	18%
61歲或以上	12%	20%

27 受訪者的學歷

	百分比
未受教育/學前教育	3%
小學	7%
初中	16%
高中	24%
預科	8%
文憑/證書課程	9%
副學位課程	3%
學位課程	30%

28 受訪者的家庭月入範圍

	百分比
10000元以下	13%
10000至19999元	24%
20000至29999元	19%
30000至39999元	12%
40000至49999元	8%
50000至59999元	4%
60000元或以上	11%
不知道	10%

29 受訪者自稱的社會階層

	百分比
上層	2%
中上層	7%
中層	23%
中下層	42%
下層	18%
不知道	8%

30 受訪者的職業

	百分比
管理及行政人員	10%
專業及輔助專業人員	17%
文員、服務及銷售人員	27%
勞動工作者	7%
家庭主婦	10%
退休人士	14%
待業人士	3%
學生	7%
其他	4%

交叉分析

	自稱社會階層														
	上層及中上層			中層			中下層			下層			不知道		
	2013	2014	變化	2013	2014	變化	2013	2014	變化	2013	2014	變化	2013	2014	變化
<u>今年平均每封利是的金額</u>															
不打算派利是	5%	12%	7%	4%	4%	0%	5%	1%	-4%	9%	6%	-3%	2%	5%	3%
10元	8%	6%	-2%	15%	14%	-1%	20%	14%	-6%	36%	35%	-1%	19%	25%	6%
20元	57%	33%	-24%	63%	58%	-5%	65%	70%	5%	46%	49%	3%	63%	63%	0%
50元	18%	22%	4%	13%	21%	8%	8%	9%	1%	3%	7%	4%	11%	5%	-6%
100元或以上	12%	28%	16%	6%	3%	-3%	3%	5%	2%	6%	3%	-3%	5%	3%	-2%
<u>預計今年新年消費與去年的比較</u>															
增加	41%	47%	6%	41%	43%	2%	45%	38%	-7%	51%	37%	-14%	39%	32%	-7%
減少	16%	16%	0%	11%	7%	-4%	10%	10%	0%	18%	20%	2%	6%	15%	9%
差不多	43%	37%	-6%	49%	50%	1%	45%	53%	8%	31%	43%	12%	56%	53%	-3%
<u>對2014年會否加薪的評估</u>															
會	38%	32%	-6%	37%	39%	2%	34%	35%	1%	25%	30%	5%	26%	19%	-7%
不會	22%	37%	15%	28%	31%	3%	40%	34%	-6%	43%	44%	1%	20%	35%	15%
無意見	40%	32%	-8%	35%	30%	-5%	27%	31%	4%	32%	26%	-6%	54%	46%	-8%
合計	100%	100%		100%	100%		100%	100%		100%	100%		100%	100%	

(註：由於四捨五入關係，個別項目的百分率數字加起來可能不等於百分之一百。)