

【新聞稿】

市民聖誕消費意欲連續兩年上升

聖誕節是傳統的消費旺季，香港研究協會就此於 12 月 8 至 14 日展開全港隨機抽樣電話訪問，成功訪問了 1079 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. 市民表示節日氣氛濃厚的比例連續兩年上升

四成六受訪者認為今年市面聖誕節的節日氣氛「一般」，較去年調查跌百分之七；表示「濃厚」的佔兩成六，較去年升百分之六；其比例連續兩年錄得上升，相信與今年市道較去年暢旺，商戶紛紛添置聖誕裝飾吸引人流，令市民倍感節日氣氛有關；而表示「不濃厚」的則佔一成半，較去年跌百分之四；

2. 市民最想與家人同度聖誕

五成半受訪者表示最想與「家人」同度聖誕節，表示與「伴侶」的佔一成九，而表示與「朋友」的則佔一成二，反映大部分市民十分希望與家人分享聖誕佳節的歡樂。

3. 市民選購聖誕禮物注重實用性

另外，合共四成六受訪者表示「一定會」及「多數會」購買聖誕禮物贈送予他人，表示「多數不會」及「一定不會」的合共佔三成九，而表示「未決定」的則佔一成二，反映較多市民希望透過送贈聖誕禮物表達對親友的祝福。在表示「一定會」及「多數會」購買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」(49%)，其次是「價錢」(26%)，再次是「外觀」(8%)，而表示是「潮流性」的則佔百分之五，反映多數市民選購禮物的態度較為務實。

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」(45%)，其次是「置之不理」(17%)，再次是「轉售」(10%)，而表示「棄置」的則佔百分之六。值得注意的是，合共兩成三受訪者表示會棄置及置之不理一些不合心意的聖誕禮物，反映部分市民在這方面的環保意識較為薄弱，難免造成浪費。

4. 餐飲成市民聖誕消費最大開支項目

最多受訪者預期今年聖誕消費最大的開支項目是「餐飲」(25%)，其次是「購物」(18%)，再次是「娛樂」(16%)，表示是「旅遊」的佔一成二，而表示是「個人服務」的則佔百分之五，相信飲食業將會是今年聖誕消費市道最受惠的行業。

5. 市民表示聖誕節會出外旅遊的比例有所上升

另外，七成一受訪者表示今年聖誕節期間會「留港度過」，較去年調查跌百分之二；表示會「出外旅遊」的佔一成二，較去年升百分之二；而表示「未決定」的則佔一成二，較去年跌百分之一。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」(54%)，較去年升百分之四；其次是東南亞(12%)，較去年跌百分之三；再次是「日韓」(11%)，較去年跌百分之六；表示是「歐美」的佔百分之七，較去年升百分之三；而表示是「澳紐」的則佔百分之二，較去年跌百分之一。值得注意的是，表示會到歐美地區的比例出現上升趨勢，反映受惠於經濟復甦，部分市民外遊過節時會選擇前往較高消費的旅遊點；而表示會到日韓旅遊的比例出現最大跌幅，相信與兩韓局勢緊張及日元持續高企皆影響市民前往兩地旅遊的意欲有關。

6. 市民聖誕消費意欲連續兩年上升

五成受訪者預期自己今年聖誕節的消費會較去年「差不多」，較去年調查升百分之八；表示「增加」的佔兩成四，較去年升百分之三；而表示「減少」的則佔一成四，較去年大幅下跌一成四；結果發現，表示聖誕會增加消費的比例連續兩年上升，反映今年市民聖誕消費的意欲持續增強。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 元以下」及「500 至 1000 元以下」(各佔 21%)，其次是「不

會花錢」及「1000 至 1500 元以下」(各佔 13%)，再次是「1500 至 2500 元以下」(10%)，表示會花「5000 元或以上」的佔百分之八，而表示會花「2500 至 3500 元以下」及「3500 至 5000 元以下」的則分別佔百分之四及百分之三。

7. 市民表示現時經濟環境較去年好的比例有所上升

四成二受訪者認為現時經濟環境與去年同期比較「差不多」，較去年調查跌百分之四；表示「較差」的佔兩成半，較去年跌百分之一；而表示「較好」的則佔兩成三，較去年升百分之二。結果反映雖有部分市民率先受惠於經濟復甦，但仍有部分市民未能受惠於經濟向好，對現時經濟環境持悲觀態度。

8. 八十後最想與伴侶同度聖誕

調查進一步以受訪者的年齡組別進行交叉分析，結果顯示：最多受訪青年（18 至 29 歲組別）表示最想與伴侶同度聖誕，而其他年齡組別人士則最想與家人同度聖誕，結果反映在浪漫的節日氣氛下，情人是八十後共度佳節的首選對象，而其他年齡組別人士則多以家庭為重有關。

對於聖誕消費最大的開支項目，最多受訪青年表示是娛樂，而其他年齡組別人士則以餐飲為主，相信與青年在節日期間較多參加聖誕派對有關。此外，兩成八受訪青年預期自己今年聖誕節的消費會較去年增加，其比例是各年齡組別之冠，相信與八十後較重視聖誕節，其聖誕消費亦較為「手鬆」有關。

9. 兩成四基層人士表示今年會縮減聖誕開支

調查亦進一步以受訪者自稱的社會階層進行交叉分析，結果顯示：三成四受訪中層人士預期自己今年聖誕節的消費會較去年增加，而兩成四受訪下層人士則對此表示會減少，各比例皆是不同社會階層之冠，前者相信與部分中產人士受惠於經濟復甦的程度較大，令其消費意欲有所上升有關，而後者則相信與部分基層人士的預期收入不會明顯增加，因而縮減節日開支有關。

另外，三成半受訪上層及中上層人士認為現時經濟環境較去年同期好，而有三成八受訪下層人士則表示較差，各比例皆是不同社會階層之冠，進一步反映基層人士受惠經濟復甦程度較其他階層人士弱。

10. 結語

香港研究協會負責人指出，在環球經濟逐漸走向復甦的情況下，預期訪港旅客數目將進一步改善，加上大部分市民選擇留港過節，市民的消費意欲亦連續兩年上升，預料今年聖誕消費市道將較去年暢旺。香港研究協會負責人呼籲政府、商界，藉聖誕的消費黃金檔期，積極營造更佳的節日氣氛，進一步刺激本地的消費市道，促進本港旅遊業發展，與市民及訪港旅客共度歡樂聖誕。

附件：調查結果分析圖表（共兩頁）

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：2010 年 12 月 20 日

聯絡人：麥燕薇小姐