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（2012）
調查期間　：2012年1月3日至12日
有效問卷數目：1085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「逗利是」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的影響。

1 受訪者於過年期間的角色

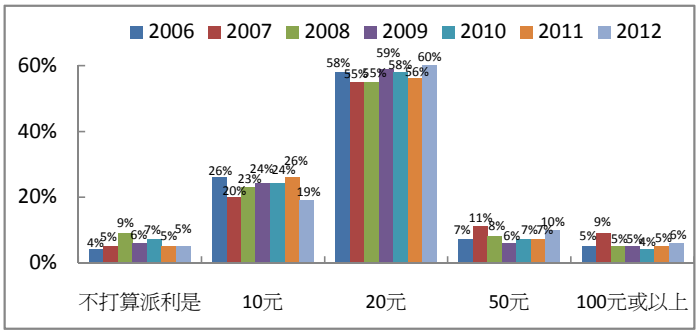
派利是　（轉答第2題）	55%
收利是　（轉答第4題）	45%

（去年調查日期:2011年1月17日至24日）

2 受訪者對今年平均每封利是會封多少金額的評估

	去年調查	今年調查	最新變化
不打算派利是	5%	5%	--
10元	26%	19%	-7%
20元	56%	60%	+4%
50元	7%	10%	+3%
100元或以上	5%	6%	+1%

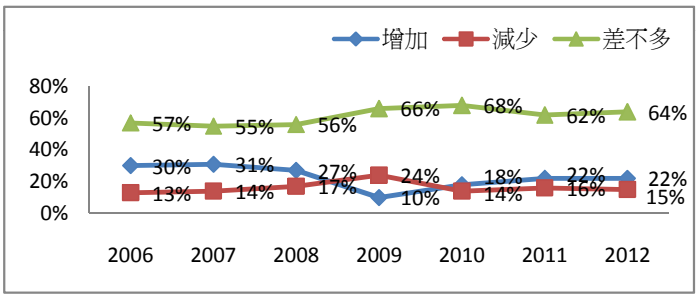
（去年調查日期:2011年1月17日至24日）



3 受訪者今年派利是總金額與去年的比較（轉答第5題）

	去年調查	今年調查	最新變化
增加	22%	22%	--
減少	16%	15%	-1%
差不多	62%	64%	+2%

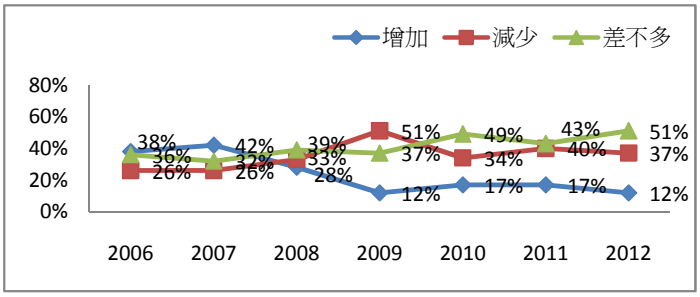
（去年調查日期:2011年1月17日至24日）



4 受訪者預計今年收到利是錢金額與去年的比較

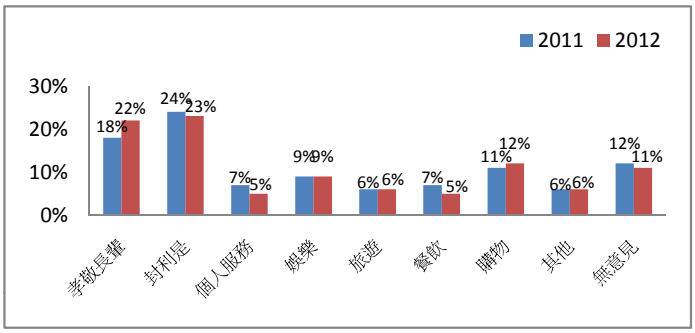
	去年調查	今年調查	最新變化
增加	17%	12%	-5%
減少	40%	37%	-3%
差不多	43%	51%	+8%

（去年調查日期:2011年1月17日至24日）



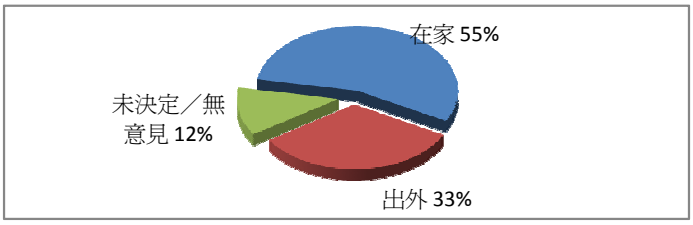
5 受訪者預計今年過年開支最大的項目

	去年調查	今年調查	最新變化
孝敬長輩	18%	22%	+4%
封利是	24%	23%	-1%
個人服務	7%	5%	-2%
娛樂	9%	9%	--
旅遊	6%	6%	--
餐飲	7%	5%	-2%
購物	11%	12%	+1%
其他	6%	6%	--
無意見	12%	11%	-1%



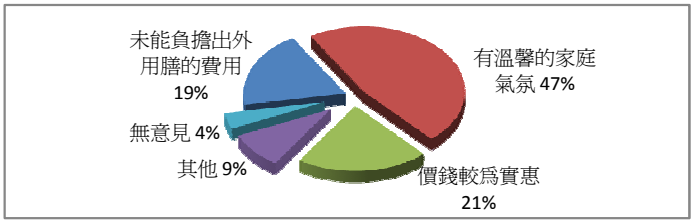
7 受訪者預計今年會在家還是出外吃團年飯的評估

在家　（轉答第8題）	55%
出外　（轉答第9題）	33%
未決定／無意見(轉答第10題)	12%



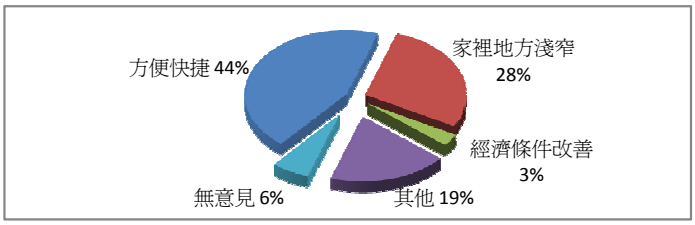
8 受訪者會在家吃團年飯的最主要原因（轉答第10題）

未能負擔出外用膳的費用	19%
有溫馨的家庭氣氛	47%
價錢較為實惠	21%
其他	9%
無意見	4%



9 受訪者會出外吃團年飯的最主要原因

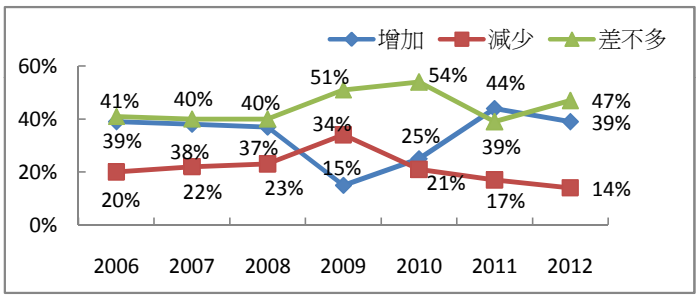
方便快捷	44%
家裡地方淺窄	28%
經濟條件改善	3%
其他	19%
無意見	6%



10 受訪者預計今年新年消費與去年的比較

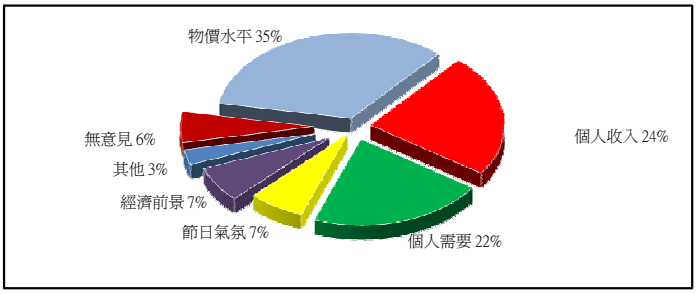
	去年調查	今年調查	最新變化
增加	44%	39%	-5%
減少	17%	14%	-3%
差不多	39%	47%	+8%

（去年調查日期:2011年1月17日至24日）



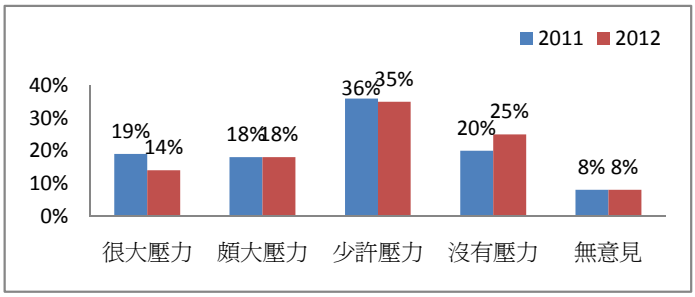
11 影響受訪者消費意欲的最主要因素

物價水平	35%
個人收入	24%
個人需要	22%
節日氣氛	7%
經濟前景	7%
其他	3%
無意見	6%



12 受訪者對今年過年開支對其財政負擔造成多大壓力的評估

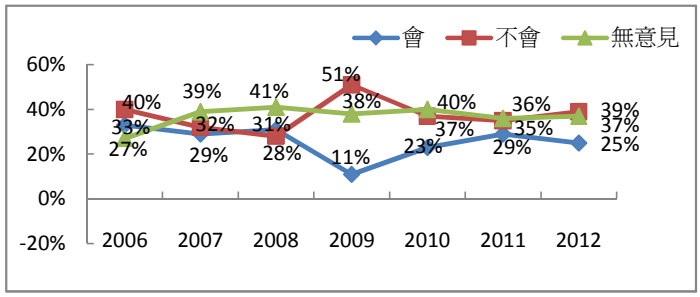
	去年調查	今年調查	最新變化
很大壓力	19%	14%	-5%
頗大壓力	18%	18%	--
少許壓力	36%	35%	-1%
沒有壓力	20%	25%	+5%
無意見	8%	8%	--



13 受訪者對2012年會否加薪的評估

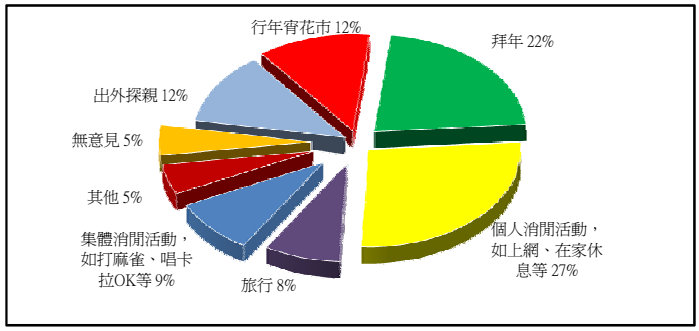
	去年調查	今年調查	最新變化
會	29%	25%	-4%
不會	35%	39%	+4%
無意見	36%	37%	+1%

（去年調查日期:2011年1月17日至24日）



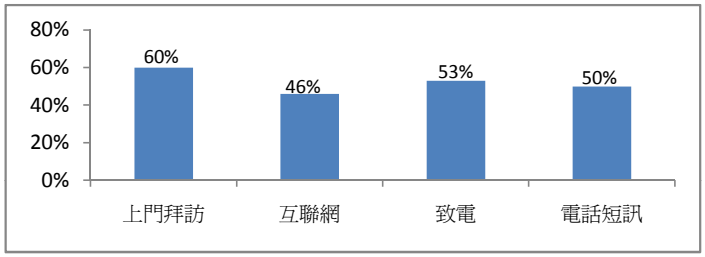
14 農曆新年期間，受訪者最喜歡進行的活動

出外探親	12%
行年宵花市	12%
拜年	22%
個人消閒活動，如上網、在家休息等	27%
旅行	8%
集體消閒活動，如打麻雀、唱卡拉OK等	9%
其他	5%
無意見	5%



農曆新年期間受訪者向親友拜年的方式之評估

		會	不會	無意見／未決定
15	上門拜訪	60%	16%	24%
16	互聯網	46%	34%	21%
17	致電	53%	29%	18%
18	電話短訊	50%	32%	19%



19 受訪者的性別

男	36%
女	64%

20 受訪者的年齡

18歲或以下	18%
18至29歲	22%
30至49歲	31%
50至64歲	21%
65歲或以上	7%

21 受訪者的學歷

未受教育／學前教育	4%
小學	8%
初中	19%
高中	29%
預科	7%
文憑／證書課程	10%
副學位課程	2%
學位課程	20%

22 受訪者自稱的社會階層

上層	3%
中上層	8%
中層	25%
中下層	40%
下層	13%
不知道	11%

23 受訪者的職業

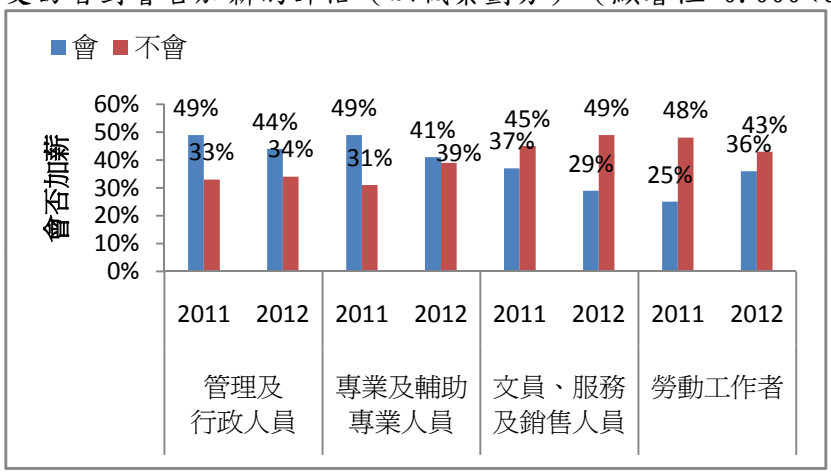
管理及行政人員	10%
專業及輔助專業人員	11%
文員、服務及銷售人員	26%
勞動工作者	6%
家庭主婦	13%
退休人士	9%
待業人士	1%
學生	20%
其他	3%

交叉分析

受訪者新年消費金額的變化與影響其消費意欲的最主要因素（顯著性=0.000<α=0.05）

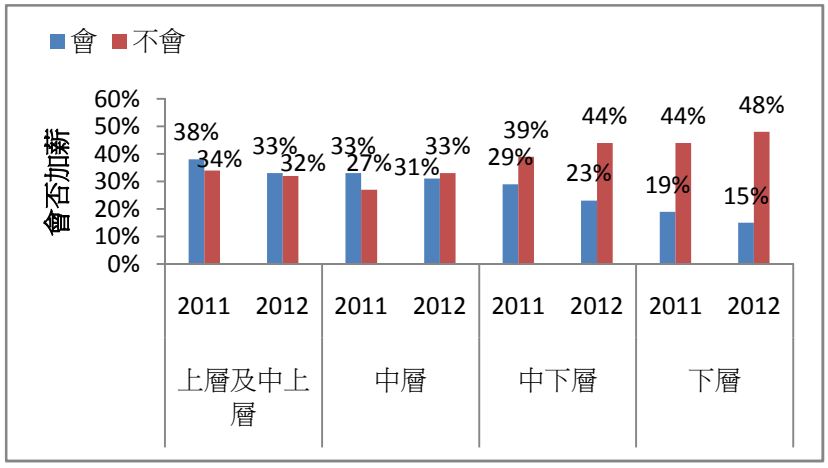
	新年消費金額的變化			整體
	增加	減少	差不多	
影響其消費意欲的最主要因素				
物價水平	45%	44%	25%	35%
個人收入	18%	29%	18%	24%
個人需要	18%	10%	29%	22%
節日氣氛	8%	1%	8%	7%
經濟前景	5%	9%	7%	7%
其他	2%	4%	4%	3%
無意見	4%	4%	9%	6%
合計	100%	100%	100%	100%

受訪者對會否加薪的評估（以職業劃分）（顯著性=0.000<α=0.05）



註：上述職業劃分並不包括表示非從事經濟活動、待業及其他的受訪者。

受訪者對會否加薪的評估（以自稱的社會階層劃分）（顯著性=0.000<α=0.05）



註：自稱所屬社會階層為「上層」和「中上層」的受訪者被重組為「上層及中上層」。

註：上述的自稱社會階層劃分並不包括表示不知道的受訪者

（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。）P.4