

# 疫情與香港市民消費行為 —— 調查報告 ——

2022年11月15日



香港中文大學  
傳播與民意調查中心



領展資產管理有限公司

## 目錄

---

行政摘要	P. 4
1. 前言	P. 8
2. 調查方法	P. 9
3. 調查結果	
<u>3.1 香港市民的消费情况</u>	
3.1.1 每月购买商品和服务的花费	P. 11
3.1.2 疫情平復後，預計消費情况會否改變	P. 15
3.1.3 難以出境旅行對本港購物消費的影響	P. 17
<u>3.2 香港市民的購物模式</u>	
3.2.1 網上購物和親身到店舖購物的比例	P. 20
3.2.2 疫情平復後，親身到店舖購物比例會否改變	P. 22
<u>3.3 香港市民對實體店消費的意見</u>	
3.3.1 傾向親身到店舖購買的商品類型	P. 24
3.3.2 實體店舖能否被取代	P. 26
3.3.3 到實體店消費時最著重的因素	P. 27
3.3.4 是否較喜歡到店舖挑選後才購買	P. 29
3.3.5 電子落單同電子支付會否令人更安心消費	P. 30
3.3.6 會否較以往更注重購物體驗	P. 31
3.3.7 會否注重店舖是否支持環保及企業社會責任	P. 32
<u>3.4 新冠疫情有否改變香港市民的消费觀念或習慣</u>	
3.4.1 疫情有否改變市民的消费觀念	P. 33

3.4.2 疫情有否改變市民的購物偏好	P. 35
<u>3.5 香港市民對購物場所的意見</u>	
3.5.1 希望增加的商品類型	P. 40
3.5.2 希望增加的服務類型	P. 42
3.5.3 希望增加的品牌地來源	P. 45
3.5.4 對體驗式店舖的意見	P. 46
附錄一：問卷（廣東話）	P. 47
附錄二：抽樣及回應率概況	P. 64
附錄三：受訪者基本資料	P. 66
附錄四：次組分析數據表	P. 69

## 行政摘要

---

領展委託香港中文大學傳播與民意調查中心，進行一項「疫情與市民消費行為意見調查」，旨在了解以下事宜：

- 香港市民的消費情況
- 香港市民的購物模式
- 香港市民對實體店消費的意見
- 新冠疫情有否改變香港市民的消費觀念或習慣
- 香港市民對香港購物場所的意見

本調查以電話訪問形式進行，在 2022 年 6 月 1 日至 22 日期間，訪問了 1,005 名 15 至 75 歲、能操粵語的香港市民。以下簡述主要調查結果：

### 香港市民的消費情況

1. 受訪者被問及在新冠疫情下，每月在四類商品及服務上的消費情況，分別為 (1)購買日常必需生活用品、(2)購買非必需品、(3)使用餐飲服務、(4)休閒娛樂服務及體驗。在新冠疫情下，受訪者較多花費在日常必需生活用品和餐飲服務上，約五成(52.1%)受訪者每月在日常必需生活用品的花費約 1,000 至 4,999 元，以及三成多(32.1%)的花費達 5,000 元或以上，而有六成(62.0%)受訪者每月在餐飲服務的花費約 1,000 至 4,999 元，以及一成人(10.0%)的花費達 5,000 元或以上。受訪者在一些非必要消費方面的花費較少，過半數每月在購買非必需品(50.8%)和休閒娛樂服務及體驗(81.7%)的花費少於 1,000 元，甚至沒有相關花費。
2. 當疫情平復後，在這四類商品及服務方面，近六成受訪者預計在餐飲服務(59.9%)和休閒娛樂服務及體驗(58.4%)的消費會增加，而約三成受訪者預計購買日常生活必需品(27.0%)和非必需品(35.1%)的消費會增加。此外，過半受訪者(55.9%)預期他們的整體消費意欲會增加。
3. 在疫情下，市民較難出境旅行，六成多(67.9%)受訪者表示沒有因此增加了在

港購物消費，而三成(31.4%)受訪者則表示在港購物消費有所增加。表示在港購物消費有所增加的受訪者中，較多受訪者表示增加購買了「食物或飲品」(53.3%)和「生活雜貨」(37.6%)。

### **香港市民的購物模式**

4. 在疫情下，有近三成(29.3%)受訪者表示完全沒有在網上購物。整體而言，受訪者網上購物與親身到店舖購物的比例平均大約為三成(29.4%)次數會在網上購物，七成(70.6%)次數會到店舖購物。
5. 當疫情平復後，近六成(59.0%)受訪者預計他們親身到店舖購物的比例不會改變，近四成(38.3%)表示會增加，只有少數(2.2%)表示會減少。然而，在疫情下較少到店舖購物的人，過半數預計在疫情平復後會增加到實體店舖購物。

### **香港市民對實體店消費的意見**

6. 對於有甚麼商品是傾向親身到店舖購買多過在網上購買，過半受訪者表示「食物或飲品」(57.5%)和「服裝或鞋類」(53.2%)，其餘商品類型大約有兩成至三成受訪者選擇。另外，只有少數受訪者(0.7%)表示沒有商品是寧願到店舖購買多於在網上購買。
7. 對於網上購買能否取代實體店舖，四成多(43.1%)受訪者表示「一般」。此外，三成多(32.4%)受訪者認為網上購買不能夠(「完全不能夠」和「頗不能夠」)取代實體店舖，多於認為能夠(「完全能夠」和「頗能夠」)的兩成多(22.4%)受訪者。
8. 針對到實體店消費，最多受訪者(51.9%)表示最著重「購物體驗」，其次是「價格」(39.3%)、「貨品種類」(32.4%)和「服務態度」(29.2%)。另外，一成多受訪者著重「品牌選擇」(18.1%)、「衛生環境」(17.1%)和「企業形象」(14.1%)，較少人(2.4%)著重「店舖有打卡熱點」。
9. 對於是否同意「比較中意到店舖挑選產品後才購買」，七成(71.0%)受訪者傾向同意(給予4分或5分)，較少(5.2%)受訪者表示不同意(給予1分或2分)，

給予 3 分的則約兩成多(23.7%)。平均數為 4.02 分。

- 10.對於是否同意「疫情後多了店舖使用電子落單和電子支付，令他們更安心到實體店消費」，四成半(46.4%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)，傾向表示不同意(給予 1 分或 2 分)的則有兩成(20.6%)，給予 3 分的則有三成(31.4%)，平均數為 3.38 分。
- 11.對於是否同意「到店舖消費時，會比以往要注重購物體驗」，過半數(57.3%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)，只有約一成(11.7%)受訪者表示不同意(給予 1 分或 2 分)，給予 3 分的則有三成(30.2%)。平均數為 3.69 分。
- 12.對於是否同意「到店舖消費時，會注重店舖是否支持環保及企業社會責任」，過半數(56.7%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)，只有一成多(12.8%)受訪者表示不同意(給予 1 分或 2 分)，給予 3 分的則約三成(29.8%)。平均數為 3.66 分。

### **新冠疫情有否改變香港市民的消費觀念或習慣**

- 13.約三成半(36.0%)受訪者表示，經歷疫情後，他們的消費觀念沒有改變。而表示消費觀念有所改變的受訪者當中，較多表示會比以往更加著重「價錢」(28.0%)，其次是「衛生環境」(25.6%)、「購物便利性」(23.8%)、「貨品或服務質素」(23.7%)、以及「購物體驗」(17.3%)。相對較少受訪者表示比以往更加著重「品牌」(7.2%)。
- 14.另外，過半數(53.0%)受訪者表示，疫情沒有影響他們的購物偏好。而四成多(46.3%)受訪者則表示有所改變。在這些改變當中，較多受訪者表示傾向買多些「生活雜貨」(34.1%)和「食物或飲品」(31.7%)，以及傾向買少些「服裝或鞋類」(27.8%)。

### **香港市民對購物場所的意見**

- 15.最後，調查問及受訪者希望香港購物場所增加各種消費項目。在希望增加的商品類型方面，最多受訪者希望增加「生活雜貨」(43.3%)和「食物或飲品」(39.6%)，較少受訪者希望增加「化妝品或美容及護理產品」(4.3%)和「珠寶、鐘錶或飾物」(3.6%)。另外，有一成半(15.2%)受訪者認為，現時香港購物場所沒有需要增加商品類型。
- 16.在希望增加的服務類型方面，較多受訪者希望增加「室內運動場所，例如溜冰場、室內滑雪或攀石等」(41.6%)，以及「消閒活動，例如手作工作坊、親子烘焙中心等」(34.4%)，其次是「親子樂園」(25.1%)、「咖啡店或新派茶飲」(20.8%)、和「食肆或酒吧」(20.1%)。另外，約一成(11.3%)受訪者認為沒有需要增加服務類型。
- 17.在希望增加的品牌方面，最多受訪者希望增加「本地品牌」，比例高達七成(73.2%)。希望增加「亞洲品牌」(30.0%)和「歐美品牌」(26.4%)的比例相若。另外，少數(6.2%)受訪者認為沒有需要增加現時商品或服務的品牌選擇。
- 18.對於現時一些新興體驗式店舖，四成多(43.9%)受訪者認為，體驗式店舖有吸引力(「非常吸引」和「頗吸引」)，同時也有四成多(43.7%)受訪者認為「一般」，約一成(11.3%)受訪者認為沒有吸引力(「非常不吸引」和「不太吸引」)。

# 1. 前言

---

領展委託香港中文大學傳播與民意調查中心，進行一項「疫情與市民消費行為意見調查」，旨在了解以下事宜：

- 香港市民的消費情況
- 香港市民的購物模式
- 香港市民對實體店消費的意見
- 新冠疫情有否改變香港市民的消費觀念或習慣
- 香港市民對香港購物場所的意見



## 2. 調查方法

---

### 2.1 調查方式

本調查以電腦輔助電話訪問 (Computer Assisted Telephone Interview, CATI) 的形式，直接由訪問員進行訪問。

### 2.2 調查時期

電話訪問在 2022 年 6 月 1 日至 22 日期間，於晚上 6 時 30 分至 10 時 30 分進行。

### 2.3 目標對象

合資格的受訪者為 15 至 75 歲，操廣東話的香港居民。

### 2.4 問卷設計

問卷以廣東話口語設計。除卻受訪者基本資料，問卷內有 27 條封閉式的題目，以及 1 條開放式題目。問卷樣本見附錄一。

### 2.5 抽樣及回應率

本調查成功訪問 1,005 位受訪者，當中 502 位是透過固網電話，而 503 位是透過手提電話。本調查的整體回應率為 43%。在 95% 的置信水平下，百分比抽樣誤差在  $\pm 3.1\%$  以內。詳細的抽樣情況及回應率的計算方法詳見附錄二。另外，受訪者的個人背景資料詳見附錄三。

### 2.6 加權處理

在進行分析前，所有數據都經加權處理，藉以矯正因成功訪問樣本的性別

年齡和教育程度分佈偏離全港真實情況所引致的偏差。權數的計算是以統計處公佈的全港 15 至 75 歲或以上的總體人口，按其性別、年齡和教育程度的分佈情況為參照。加權前和加權後的受訪者基本資料見附錄三。

## 2.7 數據分析

本報告會以頻數(Frequency)、百分比(Percentage)和平均數(Mean)來顯示题目的統計結果，並會進一步了解不同背景人士的意見，次組分析結果詳見附錄四。由於進位關係，統計表內個別項目加起來可能會與總和略有出入。

## 3. 調查結果

---

### 3.1 香港市民的消費情況

#### 3.1.1 每月購買商品和服務的花費

首先，本調查問及受訪者在新冠疫情下，每月在四類商品及服務上的消費情況。(表 3.1.1)

在購買日常必需生活用品，例如糧食、家居用品等，少數受訪者(1.8%)沒有相關消費。約一成(9.0%)受訪者每月購買日常必需生活用品的花費少於 1,000 元。約五成(52.1%)受訪者每月在這方面的花費約 1,000 至 4,999 元。三成多(32.1%)的花費達 5,000 元或以上。

在購買非必需品，例如服飾、電子產品、娛樂或遊戲產品等，兩成多(22.6%)受訪者沒有相關消費。近三成(28.2%)受訪者每月購買非必需品的花費少於 1,000 元。四成(41.5%)受訪者每月的花費約 1,000 至 4,999 元。約半成(5.8%)受訪者的花費達 5,000 元或以上。

在餐飲服務，包括堂食及外賣的消費上，少於一成受訪者(6.9%)沒有這方面的花費。兩成(19.8%)受訪者每月在餐飲服務上的花費少於 1,000 元。六成(62.0%)受訪者每月的花費約 1,000 至 4,999 元。一成人(10.0%)的花費達 5,000 元或以上。

在休閒娛樂服務及體驗，例如文化藝術、康體及影視娛樂等上，四成半(44.3%)受訪者沒有這方面的花費。三成半(37.4%)受訪者每月在休閒娛樂服務及體驗上的花費少於 1,000 元。一成半(16.8%)受訪者每月的花費約 1,000 至 4,999 元。非常少數(0.3%)的受訪者的花費達 5,000 元或以上。

**整體而言，在新冠疫情下，受訪者較多花費在日常必需生活用品和餐飲服務上**，有七成至八成人的人的花費是 1,000 元或以上。至於一些非必要消

費，例如購買非必需品、休閒娛樂服務及體驗，過半數(五成至八成)的受訪者在這些方面的花費較少(即是沒有花費或花費少於 1,000 元)。

表 3.1.1: 現時購買商品和服務的每月花費

	購買日常必需生活用品	購買非必需品	餐飲服務	休閒娛樂服務及體驗
	百分比	百分比	百分比	百分比
沒有	1.8	22.6	6.9	44.3
港幣\$1-99	0.5	2.4	0.8	2.7
港幣\$100-499	3.1	11.5	8.6	20.4
港幣\$500-999	5.3	14.4	10.4	14.3
港幣\$1,000-1,999	9.5	21.1	23.7	12.3
港幣\$2,000-2,999	13.9	12.8	16.4	3.2
港幣\$3,000-4,999	28.7	7.6	21.9	1.3
港幣\$5,000-6,999	16.3	3.3	7.7	0.1
港幣\$7,000-9,999	6.0	0.5	1.2	0.0
港幣\$10,000 或以上	9.9	2.0	1.2	0.2
無答案/拒答	5.0	1.9	1.2	1.2
總計(樣本人數)	100.0 (1005)	100.0 (1005)	100.0 (1005)	100.0 (1005)

### 次組分析

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別, 更多花費在購買日常必需生活用品 (每月港幣 5,000 元或以上) (詳情見附錄四—表 1):

- 35-54 歲人士 (37.0%)
- 中三或以下教育程度人士 (35.2%)

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別, 更多花費在購買非必需品 (每月港幣 5,000 或以上) (詳情見附錄四—表 2):

- 15-34 歲人士 (8.0%)
- 大專或以上教育程度人士 (7.9%)
- 在職人士 (8.3%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (16.2%)

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別, 更多花費在餐飲服務 (每月港幣 5,000 元或以上) (詳情見附錄四—表 3):

- 男性 (12.5%)
- 35-54 歲人士 (12.4%)
- 大專或以上教育程度人士 (12.8%)
- 在職人士 (12.7%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (20.7%)

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別, 更多花費在休閒娛樂服務及體驗 (每月港幣 1,000 元或以上) (詳情見附錄四—表 4):

- 男性 (21.5%)
- 15-34 歲人士 (23.0%)
- 大專或以上教育程度人士 (25.5%)
- 在職人士 (20.4%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (27.0%)

### 3.1.2 疫情平復後，預計消費情況會否改變

除了了解受訪者現時疫情下的消費情況外，調查同時請受訪者預計當疫情平復後，他們的消費情況會否改變。(表 3.1.2)

當疫情平復後，過半受訪者預計購買日常生活必需品(64.7%)和非必需品(55.7%)上的消費會保持不變。同時，約三成受訪者預計在這兩方面(27.0% 和 35.1%)的消費會增加。不足一成(7.2% 和 8.0%)表示消費會減少。

不過，受訪者卻表示，當疫情平復後，會增加其他方面的消費。近六成受訪者會增加花費在餐飲服務(59.9%)和休閒娛樂服務及體驗(58.4%)，少數約三成多受訪者則表示，這兩方面(34.6% 和 37.5%)的消費會保持不變。只有相當少數受訪者(5.0% 和 2.9%)預計相關消費會減少。

至於疫情平復後的整體消費意欲，過半(55.9%)受訪者預期會增加。近四成(38.8%)表示不變，而較少受訪者(3.9%)預期消費意欲會減少。

表 3.1.2: 疫情平復後，預計消費情況會否改變

	購買日常 必需生活 用品	購買非必 需品	餐飲服務	休閒娛樂 服務及體 驗	整體消費意 欲
	百分比	百分比	百分比	百分比	百分比
增加	27.0	35.1	<b>59.9</b>	<b>58.4</b>	<b>55.9</b>
不變	<b>64.7</b>	<b>55.7</b>	34.6	37.5	38.8
減少	7.2	8.0	5.0	2.9	3.9
無答案/拒答	1.0	1.2	0.5	1.2	1.3
總計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
(樣本人數)	(1005)	(1005)	(1005)	(1005)	(1005)

## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，當疫情平復後，預計會增加購買日常必需生活用品（詳情見附錄四—表 5）：

- 55-75 歲人士 (31.4%)
- 中三或以下教育程度人士 (33.3%)
- 非在職人士 (32.0%)
- 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (30.1%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，當疫情平復後，預計會增加購買非必需品（詳情見附錄四—表 6）：

- 35-54 歲人士 (39.1%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，當疫情平復後，預計會增加餐飲服務方面的消費（詳情見附錄四—表 7）：

- 女性 (64.1%)
- 35-54 歲人士 (62.8%)
- 大專或以上教育程度人士 (66.2%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (71.7%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，當疫情平復後，預計增加休閒娛樂服務及體驗方面的消費（詳情見附錄四—表 8）：

- 15-34 歲人士 (70.5%)
- 大專或以上教育程度人士 (73.5%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (75.1%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，當疫情平復後，預計整體消費意欲會增加（詳情見附錄四—表 9）：

- 35-54 歲人士 (60.0%)
- 大專或以上教育程度人士 (59.8%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (65.5%)



### 3.1.3 難以出境旅行對本港購物消費的影響

在疫情下，市民較難出境旅行。在這個情況下，六成多(67.9%)受訪者表示沒有因此增加了在港購物消費，而三成(31.4%)受訪者則表示在港購物消費有所增加。(表 3.1.3a)

那些表示在港購物消費有所增加的受訪者，被進一步問及增加購買了哪些類型的商品。最多受訪者表示是「食物或飲品」(53.3%)，其次是「生活雜貨」(37.6%)。另外，兩成至三成受訪者表示「服裝或鞋類」(28.0%)、「電子產品」(21.8%)和「戶外活動或運動用品」(18.7%)。較少受訪者表示在港增加購買了「化妝品或美容及護理產品」(12.7%)、「潮流玩具或模型」(9.5%)、「珠寶、鐘錶或飾物」(7.8%)和「其他類型的商品」(3.7%)。(表 3.1.3b)

表 3.1.3a: 依家因為疫情而較難出境旅行，你係香港嘅購物消費上有無因為咁而增加咗呢？

	頻數	百分比
有	316	31.4
沒有	682	67.9
無答案/拒答	7	0.7
總計	1005	100.0

[只問因難以旅行而在香港購物消費有所增加的受訪者]

表 3.1.3b: 「你主要多咗買邊啲類型嘅產品呢？1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他？可以揀多過一個答案。」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
食物或飲品	168	53.3
生活雜貨	119	37.6
服裝或鞋類	89	28.0
電子產品	69	21.8

戶外活動或運動用品	59	18.7
化妝品或美容及護理產品	40	12.7
潮流玩具或模型	30	9.5
珠寶、鐘錶或飾物	24	7.8
其他 (詳見表 3.1.3c)	12	3.7
無答案/拒答	3	1.1

註：有效樣本數是 316。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

表 3.1.3c: 其他類型的商品

	頻數
防疫用品	3
消閒/娛樂用品	2
保健/健康用品	2
中藥	1
嬰兒用品	1
汽車零件	1
奢侈品	1
各類型日本商品	1

### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別，較多表示因較難出境旅行而增加了在港購物消費(詳情見附錄四—表 10):

- 15-34 歲人士 (41.2%)
- 大專或以上教育程度人士 (38.4%)
- 在職人士 (35.3%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (43.3%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別，更多購買某些類型的產品(詳情見附錄四—表 11):

食物或飲品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中三或以下教育程度人士 (64.2%)</li> </ul>
服裝或鞋類	-----
珠寶、鐘錶或飾物	-----
化妝品或美容及護理產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (22.0%)</li> </ul>
電子產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (28.9%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (31.4%)</li> </ul>
潮流玩具或模型	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (13.7%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (16.3%)</li> </ul>
戶外活動或運動用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大專或以上教育程度人士 (22.9%)</li> </ul>
生活雜貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (44.9%)</li> </ul>

## 3.2 香港市民的購物模式

### 3.2.1 網上購物和親身到店舖購物的比例

近年網上購買越趨流行，然而在疫情下，有近三成（29.3%）受訪者表示完全沒有在網上購物。此外，六成多（63.7%）受訪者到店舖購物的比例多於網上購物（即到店舖購物的比例達 51%或以上），而兩成多（22.6%）受訪者則表示網上購買多於到店舖購物（即網上購物的比例達 51%或以上）。

整體而言，在疫情下，受訪者網上購物與親身到店舖購物的比例平均大約為三比七，即有三成（29.4%）次數會在網上購物，七成（70.6%）次數會到店舖購物。（表 3.2.1）

表 3.2.1：網上購物和親身到店舖購物次數的比例

	網上購物	親身到店舖購物
	百分比	百分比
0%	29.3	0.3
1-10%	15.7	2.2
11-20%	8.3	5.3
21-30%	7.0	9.7
31-40%	3.4	5.0
41-50%	13.5	13.6
51-60%	4.7	3.0
61-70%	9.7	6.8
71-80%	5.6	8.6
81-90%	2.0	9.5
91-100%	0.6	35.7
無答案/拒答	0.2	0.2
總計(樣本人數)	100.0 (1005)	100.0 (1005)
平均數(樣本人數)	29.4% (1003)	70.6% (1003)

註：「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多網上購物(詳情見附錄四—表 12):

- 15-34 歲人士 (平均數: 43.7%)
- 大專或以上教育程度人士 (平均數: 39.2%)
- 在職人士 (平均數: 35.2%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (平均數: 41.5%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多親身到店舖購物(詳情見附錄四—表 12):

- 55-75 歲人士 (平均數: 87.0%)
- 中三或以下教育程度人士 (平均數: 86.0%)
- 非在職人士 (平均數: 78.7%)
- 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (平均數: 81.8%)

### 3.2.2 疫情平復後，親身到店舖購物比例會否改變

調查同時請受訪者預計當疫情平復後，他們親身到店舖購物的比例會否改變。整體而言，近六成(59.0%)受訪者表示不會改變，近四成(38.3%)表示會增加，只有少數(2.2%)表示會減少。(表 3.2.2a)

若作進一步分析，現時親身到店舖購物比例只有五成或以下的人，以及網上購物比例多於五成的人，當疫情平復後，過半數(50.1%和 53.3%)表示會增加到店舖購物的次數。**簡單而言，在疫情下較少到店舖購物的人，不少人在疫情平復後有意願回到實體店舖購物。**(表 3.2.2b)

表 3.2.2a: 「當疫情平復後，你預計親身到店舖購物嘅比例會增加、減少，定係不變呢？」

	頻數	百分比
增加	385	38.3
不變	593	<b>59.0</b>
減少	22	2.2
無答案/拒答	5	0.5
總計	1005	100.0

表 3.2.2b: 「當疫情平復後，你預計親身到店舖購物嘅比例會增加、減少，定係不變呢？」  
(進一步分析)

	網上購物 51%或以上 的人	網上購物 50%或以下 的人	親身到店舖購物 51%或以上的人	親身到店舖購物 50%或以下的人
	百分比	百分比	百分比	百分比
增加	<b>53.3</b>	33.7	31.5	<b>50.1</b>
不變	43.3	<b>63.8</b>	<b>66.1</b>	46.8
減少	3.0	2.0	1.8	2.9
無答案/拒答	0.4	0.5	0.6	0.2

總計(樣本人數)	100.0 (227)	100.0 (776)	100.0 (640)	100.0 (362)
----------	-------------	-------------	-------------	-------------

### **次組分析**

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別較多表示當疫情平復後, 預計會增加親身到店舖購物 (詳情見附錄四—表 13):

- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (43.8%)

### 3.3 香港市民對實體店消費的意見

#### 3.3.1 傾向親身到店舖購買的商品類型

調查問及受訪者，有甚麼商品是傾向親身到店舖購買多過在網上購買。過半受訪者表示「食物或飲品」(57.5%)和「服裝或鞋類」(53.2%)。其餘商品類型大約有兩成至三成受訪者選擇，依次為「電子產品」(34.7%)、「珠寶、鐘錶或飾物」(30.8%)、「生活雜貨」(30.7%)、「化妝品或美容及護理產品」(28.2%)、「戶外活動或運動用品」(26.5%)和「潮流玩具或模型」(21.4%)。

另外，0.7%受訪者表示沒有商品是寧願到店舖購買多於在網上購買，而4.9%受訪者無法回答。（表3.3.1）

表 3.3.1: 「以下邊啲商品，係你寧願親身到店舖消費多於喺網上購買嘅呢？ 1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物 4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型 7.戶外活動或運動用品 8.生活雜貨 9.其他？可以揀多過一個答案」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
食物或飲品	578	57.5
服裝或鞋類	534	53.2
電子產品	349	34.7
珠寶、鐘錶或飾物	310	30.8
生活雜貨	308	30.7
化妝品或美容及護理產品	284	28.2
戶外活動或運動用品	267	26.5
潮流玩具或模型	215	21.4
其他（例如書、藥物）	3	0.3
沒有	7	0.7
無答案/拒答	49	4.9

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。



## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別，寧願親身到店鋪購買某些產品（詳情見附錄四—表 14）：

食物或飲品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 非在職人士 (62.3%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (62.3%)</li> </ul>
服裝或鞋類	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大專或以上教育程度人士 (61.1%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (57.5%)</li> </ul>
珠寶、鐘錶或飾物	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-54 歲人士 (36.4%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (37.3%)</li> <li>• 在職人士 (34.2%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (38.6%)</li> </ul>
化妝品或美容及護理產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (34.1%)</li> <li>• 35-54 歲人士 (32.6%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (34.0%)</li> </ul>
電子產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大專或以上教育程度人士 (39.5%)</li> </ul>
潮流玩具或模型	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (24.6%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (25.6%)</li> </ul>
戶外活動或運動用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大專或以上教育程度人士 (30.5%)</li> </ul>
生活雜貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (35.2%)</li> <li>• 非在職人士 (34.9%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (35.2%)</li> </ul>
沒有任何產品	-----

### 3.3.2 實體店舖能否被取代

對於網上購買能否取代實體店舖，四成多(43.1%)受訪者表示「一般」。此外，三成多(32.4%)受訪者認為網上購買不能夠(「完全不能夠」和「頗不能夠」)取代實體店舖，多於認為能夠(「完全能夠」和「頗能夠」)的兩成多(22.4%)受訪者。部份(2.1%)受訪者對此沒有意見。(表 3.3.2)

表 3.3.2: 「你認為網上購買能唔能夠取代實體店舖呢? 係完全能夠、頗能夠、一般、頗不能夠、定係完全不能夠?」

	頻數	百分比
完全能夠	22	2.2
頗能夠	203	20.2
一般	433	43.1
頗不能夠	164	16.4
完全不能夠	161	16.0
無答案/拒答	21	2.1
總計	1005	100.0

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多認為網上購買不能夠取代實體店舖 (詳情見附錄四—表 15):

- 55-75 歲人士 (40.2%)
- 中三或以下教育程度人士 (35.5%)
- 非在職人士 (37.3%)
- 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (37.7%)

### 3.3.3 到實體店消費時最著重的因素

針對到實體店消費，約半數(51.9%)受訪者表示最著重「購物體驗」，例如可以親身嘗試產品。其次近四成(39.3%)受訪者最著重「價格」，而約三成受訪者表示著重「貨品種類」(32.4%)和「服務態度」(29.2%)。一成多受訪者著重「品牌選擇」(18.1%)、「衛生環境」(17.1%)和「企業形象」(14.1%)。較少人(2.4%)著重「店舖有打卡熱點」。另外，少數(2.4%)受訪者沒有意見。(表 3.3.3)

表 3.3.3: 「當你到實體店消費，以下邊啲係你最著重嘅因素呢? 1.貨品種類、2.品牌選擇、3.價格、4.服務態度、5.衛生環境、6.店舖有打卡熱點、7.購物體驗，例如可以親身嘗試產品、8.企業形象，例如企業是否具環保觀念或社會責任? 最多可以選擇 3 項?」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
購物體驗	522	51.9
價格	395	39.3
貨品種類	326	32.4
服務態度	293	29.2
品牌選擇	181	18.1
衛生環境	172	17.1
企業形象	142	14.1
店舖有打卡熱點	24	2.4
無答案/拒答	24	2.4

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

## 次組分析

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別較多表示到實體店消費時, 會著重以下因素(詳情見附錄四—表 16):

貨品種類	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (36.1%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (39.3%)</li> </ul>
品牌選擇	-----
價格	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (43.7%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (43.8%)</li> <li>• 非在職人士 (47.9%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (46.5%)</li> </ul>
服務態度	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (32.4%)</li> </ul>
衛生環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (20.0%)</li> </ul>
店舖有打卡熱點	-----
購物體驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-34 歲人士 (59.0%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (65.6%)</li> <li>• 在職人士 (56.4%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (65.5%)</li> </ul>
企業形象	-----

### 3.3.4 是否較喜歡到店舖挑選後才購買

調查進一步問及受訪者到實體店舖消費的各種意見和體驗。受訪者就著對實體店消費的陳述句子，以 1 至 5 分表達他們是否同意句子，1 分代表「非常不同意」，5 分代表「非常同意」。

首先，七成(71.0%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)「比較中意到店舖挑選產品後才購買」，較少(5.2%)受訪者表示不同意(給予 1 分或 2 分)，給予 3 分的則約兩成多(23.7%)。另外，平均數為 4.02 分，反映受訪者整體傾向同意他們較喜歡到店舖挑選後才購買。(表 3.3.4)

表 3.3.4: 「『整體嚟講，你比較中意到店舖挑選產品後才購買』，你同唔同意？你俾幾多分？」

	頻數	百分比
1 分 非常不同意	19	1.9
2 分	33	3.3
3 分	238	23.7
4 分	336	33.5
5 分 非常同意	377	37.5
無答案/拒答	1	0.1
總計	1005	100.0
平均數(樣本人數): 4.02 分 (1004)		

註:「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較同意他們喜歡到店舖挑選後才購買(詳情見附錄四—表 17):

- 女性 (平均數: 4.10 分)
- 55-75 歲人士 (平均數: 4.12 分)
- 非在職人士 (平均數: 4.10 分)
- 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (平均數: 4.11 分)

### 3.3.5 電子落單同電子支付會否令人更安心消費

其次，四成半(46.4%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)「疫情後多了店舖使用電子落單和電子支付，令他們更安心到實體店消費」，傾向表示不同意(給予 1 分或 2 分)的則有兩成(20.6%)，另外三成(31.4%)受訪者給予 3 分。平均數為 3.38 分。(表 3.3.5)

表 3.3.5: 「『疫情後多咗店舖使用電子落單同電子支付，令你更安心到實體店消費』，你同唔同意？你俾幾多分？」

	頻數	百分比
1 分 非常不同意	95	9.5
2 分	111	11.1
3 分	316	31.4
4 分	254	25.3
5 分 非常同意	211	21.0
無答案/拒答	17	1.7
總計	1005	100.0
平均數(樣本人數): 3.38 分 (988)		

註:「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較同意電子落單和電子支付令他們更安心到實體店消費(詳情見附錄四—表 18):

- 35-54 歲人士 (平均數: 3.50 分)

### 3.3.6 會否較以往更注重購物體驗

前文提及購物體驗是受訪者到實體店舖消費時相對著重的因素，而當問及受訪者會否比以往注重購物體驗，過半數(57.3%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)，只有約一成(11.7%)受訪者表示不同意(給予 1 分或 2 分)，給予 3 分的則有三成(30.2%)。另外，平均數為 3.69 分。(表 3.3.6)

表 3.3.6: 「『你到店舖消費時，會比以往要注重購物體驗』，你同唔同意？你俾幾多分？」

	頻數	百分比
1 分 非常不同意	40	4.0
2 分	77	7.7
3 分	303	30.2
4 分	310	30.8
5 分 非常同意	267	26.5
無答案/拒答	8	0.8
總計	1005	100.0
平均數(樣本人數): 3.69 分 (997)		

註:「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較同意他們到店舖消費時，會比以往要注重購物體驗(詳情見附錄四—表 19):

- 55-75 歲人士 (平均數: 3.79 分)

### 3.3.7 會否注重店舖是否支持環保及企業社會責任

前文顯示，與其他因素相比，企業形象不算是受訪者到實體店舖消費時最著重的因素，然而這並不代表受訪者不注意企業形象。當問及受訪者會否注重店舖是否支持環保及企業社會責任，過半數(56.7%)受訪者傾向同意(給予 4 分或 5 分)，只有一成多(12.8%)受訪者表示不同意(給予 1 分或 2 分)，給予 3 分的則約三成(29.8%)。另外，平均數為 3.66 分。(表 3.3.7)

表 3.3.7: 「『你到店舖消費時，會注重店舖是否支持環保及企業社會責任』，你同唔同意？你俾幾多分？」

	頻數	百分比
1 分 非常不同意	43	4.3
2 分	85	8.5
3 分	300	29.8
4 分	307	30.6
5 分 非常同意	263	26.2
無答案/拒答	7	0.7
總計	1005	100.0
平均數(樣本人數): 3.66 分 (998)		

註:「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較同意他們到店舖消費時，會注重店舖是否支持環保及企業社會責任(詳情見附錄四—表 20):

- 女性 (平均數: 3.78 分)
- 55-75 歲人士 (平均數: 3.84 分)
- 中三或以下教育程度人士 (平均數: 3.96 分)
- 非在職人士 (平均數: 3.79 分)
- 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (平均數: 3.80 分)



## 3.4 新冠疫情有否改變香港市民的消費觀念或習慣

### 3.4.1 疫情有否改變市民的消費觀念

新冠疫情持續多時，調查問及受訪者經歷疫情後，有否改變他們的整體消費觀念。約三成半(36.0%)受訪者表示，他們的消費觀念沒有改變。

而表示消費觀念有所改變的受訪者當中，較多表示會比以往更加著重「價錢」(28.0%)，其次是「衛生環境」(25.6%)、「購物便利性」(23.8%)、「貨品或服務質素」(23.7%)、以及「購物體驗」(17.3%)。相對較少受訪者表示比以往更加著重「品牌」(7.2%)。(表 3.4.1)

表 3.4.1: 「經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體消費觀念，即係有無比以往變得更加著重以下因素呢？1.貨品或服務質素、2.品牌、3.價錢、4.購物便利性、5.衛生環境、6.購物體驗、抑或係無改變？可以揀多過一個答案。」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
價錢	281	28.0
衛生環境	258	25.6
購物便利性	239	23.8
貨品或服務質素	238	23.7
購物體驗	174	17.3
品牌	73	7.2
其他	0	0.0
沒有改變	361	36.0
無答案/拒答	6	0.6

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，經歷過疫情之後，他們比以往變得更加著重以下因素（詳情見附錄四—表 21）：

貨品或服務質素	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (26.8%)</li> <li>• 35-54 歲人士 (26.7%)</li> </ul>
品牌	-----
價格	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (32.1%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (34.5%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (34.2%)</li> </ul>
購物便利性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-54 歲人士 (29.8%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (31.3%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (29.4%)</li> </ul>
衛生環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (31.3%)</li> <li>• 35-54 歲人士 (28.3%)</li> </ul>
購物體驗	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-54 歲人士 (23.2%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (22.5%)</li> <li>• 在職人士 (20.6%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (23.2%)</li> </ul>
沒有改變	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (40.7%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (44.3%)</li> </ul>

### 3.4.2 疫情有否改變市民的購物偏好

此外，調查亦關注疫情有否改變受訪者的購物偏好。過半數(53.0%)受訪者表示，疫情沒有影響他們的購物偏好，而四成多(46.3%)受訪者則表示有所改變。另外，0.6%受訪者表示無法回答。(表 3.4.2a)

調查進一步詢問表示有所改變的受訪者，他們經歷疫情後，較以往傾向買多些或買少些哪類商品。較多受訪者表示傾向買多些「生活雜貨」(34.1%)和「食物或飲品」(31.7%)，而同時有近三成(27.8%)受訪者表示傾向買少些「服裝或鞋類」。(表 3.4.2b)

綜合而言，經歷疫情後，兩成半(26.1%)受訪者表示傾向買多些商品，與前文提及有三成受訪者因難以出境旅行而增加了在港消費的結果吻合。另外，表示會買多些某類商品而同時買少些其他商品的受訪者(9.7%)，與經歷疫情後而傾向買少些商品的受訪者(9.6%)，分別各有約一成。(表 3.4.2d)

表 3.4.2a: 「經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體購物偏好，即係有無比以往買多啲或者買少啲某類商品？」

	頻數	百分比
有	466	46.3
沒有	533	53.0
無答案/拒答	6	0.6
總計	1005	100.0

[只問購物偏好有改變的受訪者]

表 3.4.2b: 「請講下個轉變，即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品？」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
傾向買多些的商品類型		
生活雜貨	159	<b>34.1</b>
食物或飲品	148	<b>31.7</b>

服裝或鞋類	30	6.4
電子產品	23	5.0
潮流玩具或模型	12	2.5
化妝品或美容及護理產品	11	2.3
珠寶、鐘錶或飾物	5	1.1
戶外活動或運動用品	4	1.0
其他 (詳見表 3.4.2c)	79	16.9

註：有效樣本數是 466。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

[只問購物偏好有改變的受訪者]

表 3.4.2b: 「請講下個轉變, 即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品?」(續)

	頻數	基於有效樣本數 的百分比
傾向買少些的商品類型		
服裝或鞋類	130	<b>27.8</b>
電子產品	28	6.0
食物或飲品	26	5.5
珠寶、鐘錶或飾物	25	5.3
化妝品或美容及護理產品	24	5.2
生活雜貨	15	3.1
潮流玩具或模型	11	2.4
戶外活動或運動用品	10	2.1
其他 (詳見表 3.4.2c)	12	2.6
講不出	9	1.9
無答案/拒答	0	0.0

註: 有效樣本數是 466。由於受訪者可以選擇多於一個答案, 故百分比總和超過 100%。

表 3.4.2c: 買多了/買少了的其他商品

	頻數
買多了的其他商品:	
防疫用品	63
保健/健康產品	7
藥物	5
書	2
消閒/娛樂用品	1
汽車零件	1
買少了的其他商品:	
奢侈品	3
旅行用品	3
消閒/娛樂用品	3
防疫用品	1
買少了, 但說不出是那些類型的產品	2

[只問購物偏好有改變的受訪者]

表 3.4.2d: 「請講下個轉變，即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品？」(綜合)

	百分比	有效百分比
買多些商品	56.4	26.1
買少些商品	20.8	9.6
買多些某些商品，同時買 少些某些商品	20.8	9.7
講不出	1.9	0.9
不需要回答此問題	--	53.7
總計 (樣本人數)	100.0 (466)	100.0 (1005)

## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示疫情後，他們的購物偏好有所改變(詳情見附錄四—表 22)：

- 女性 (50.9%)
- 大專或以上教育程度人士 (47.2%)

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，經歷過疫情之後，購物偏好有以下的轉變(詳情見附錄四—表 23)：

買多了	食物或飲品	-----
	服裝或鞋類	-----
	珠寶、鐘錶或飾物	-----
	化妝品或美容及護理產品	-----
	電子產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (8.1%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (11.0%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (8.4%)</li> </ul>
	潮流玩具或模型	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-34 歲人士 (8.0%)</li> </ul>
	戶外活動或運動用品	-----
	生活雜貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大專或以上教育程度人士 (40.1%)</li> </ul>
買少了	食物或飲品	-----
	服裝或鞋類	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (33.7%)</li> </ul>
	珠寶、鐘錶或飾物	-----
	化妝品或美容及護理用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (8.7%)</li> </ul>
	電子產品	-----
	潮流玩具或模型	-----
	戶外活動或運動用品	-----
	生活雜貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中三或以下教育程度人士 (6.5%)</li> </ul>

## 3.5 香港市民對購物場所的意見

### 3.5.1 希望增加的商品類型

最後，調查問及受訪者對香港購物場所的意見，主要是了解他們希望增加各種消費項目。

首先問及受訪者希望增加的商品類型。最多受訪者希望增加「生活雜貨」(43.3%)和「食物或飲品」(39.6%)，比例約四成。其後，約有一成至兩成受訪者表示希望增加「戶外活動或運動用品」(18.1%)、「服裝或鞋類」(16.1%)、「電子產品」(12.1%)和「潮流玩具或模型」(10.0%)。相比之下，較少受訪者希望增加「化妝品或美容及護理產品」(4.3%)和「珠寶、鐘錶或飾物」(3.6%)這兩類商品。另外，有一成半(15.2%)受訪者認為，現時香港購物場所沒有需要增加商品類型。(表 3.5.1a)

表 3.5.1a: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅商品呢? 1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他? 可以揀多過一個答案。」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
生活雜貨	435	43.3
食物或飲品	398	39.6
戶外活動或運動用品	182	18.1
服裝或鞋類	162	16.1
電子產品	121	12.1
潮流玩具或模型	100	10.0
化妝品或美容及護理產品	43	4.3
珠寶、鐘錶或飾物	36	3.6
其他 (詳見表 3.5.1b)	46	4.5
沒有需要增加	153	15.2
無答案/拒答	16	1.6

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。



表 3.5.1b: 其他類型的商品

	頻數
書店	14
小店(非連鎖店舖)	7
香港品牌特色產品/本地設計產品	4
文化/藝術產品	4
懷舊/傳統產品	3
寵物用品	2
環保產品	2
精品店	2
防疫用品	2
CD 及影視用品	2

表 3.5.1b: 其他類型的商品(續)

	頻數
保健產品	1
有機產品	1
兒童用品	1
自創、舊式商品, 例如文具店。	1
藥物	1
出售外國產品專門店	1

### 次組分析

次組分析顯示, 以下組別顯著地比其他組別較多表示, 希望香港商場或購物場所增加以下類型的產品(詳情見附錄四—表 24):

食物或飲品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (42.9%)</li> <li>• 55-75 歲人士 (45.9%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (43.6%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (48.6%)</li> </ul>
服裝或鞋類	-----
珠寶、鐘錶或飾物	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在職人士 (4.9%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (6.5%)</li> </ul>

化妝品或美容及護理產品	-----
電子產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (18.3%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (16.7%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (16.3%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (16.7%)</li> </ul>
潮流玩具或模型	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (13.6%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (14.5%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (12.0%)</li> <li>• 在職人士 (12.3%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (14.0%)</li> </ul>
戶外活動或運動用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 男性 (21.5%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (22.1%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$30,000-59,999 的人士 (24.4%)</li> </ul>
生活雜貨	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (48.6%)</li> </ul>
沒有需要增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-54 歲人士 (17.1%)</li> </ul>

### 3.5.2 希望增加的服務類型

接著調查問及受訪者希望增加的服務類型，較多受訪者希望增加「室內運動場所，例如溜冰場、室內滑雪或攀石等」(41.6%)，以及「消閒活動，例如手作工作坊、親子烘焙中心等」(34.4%)。分別各有兩成多受訪者希望加增「親子樂園」(25.1%)、「咖啡店或新派茶飲」(20.8%)、和「食肆或酒吧」(20.1%)。另外，約一成(11.3%)受訪者認為沒有需要增加服務類型。(表 3.5.2a)

表 3.5.2a: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅服務呢? 1.食肆或酒吧、 2.咖啡店或新派茶飲、 3.室內運動場所，例如溜冰場、室內滑雪或攀石等、 4.消閒活動，

例如手作工作坊、親子烘焙中心等、5.親子樂園、6.其他? 可以揀多過一個答案。」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
室內運動場所	418	41.6
消閒活動	346	34.4
親子樂園	252	25.1
咖啡店或新派茶飲	209	20.8
食肆或酒吧	202	20.1
其他 (詳見表 3.5.2b)	16	1.5
沒有需要增加	114	11.3
無答案/拒答	25	2.5

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

表 3.5.2b: 其他類型的商品

	頻數
市集	3
寵物相關服務	2
戲院	2
桌遊店舖(可以購買或租借桌遊，並能在店舖內遊玩的店舖)	2
美容服務	1
旅行社	1
VR 體驗館	1
機舖	1
娛樂場所(卡拉 OK 等)	1
展覽會(產品推銷)	1
藝術元素服務	1

## 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示，希望香港商場或購物場所增加以下類型的服務(詳情見附錄四—表 25)：

食肆或酒吧	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (27.2%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (25.4%)</li> </ul>
咖啡店或新派茶飲	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-34 歲人士 (26.2%)</li> </ul>
室內運動場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15-34 歲人士 (58.7%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (52.4%)</li> <li>• 在職人士 (48.0%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (58.5%)</li> </ul>
消閒活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性 (40.5%)</li> <li>• 15-34 歲人士 (42.9%)</li> <li>• 大專或以上教育程度人士 (43.1%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (40.6%)</li> </ul>
親子樂園	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35-54 歲人士 (33.6%)</li> </ul>
沒有需要增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 55-75 歲人士 (19.1%)</li> <li>• 中三或以下教育程度人士 (15.5%)</li> <li>• 非在職人士 (13.9%)</li> <li>• 每月家庭收入 HK\$29,999 或以下的人士 (14.3%)</li> </ul>

### 3.5.3 希望增加的品牌地來源

最後調查問及受訪者希望增加哪些商品或服務的品牌，最多受訪者希望增加「本地品牌」，比例高達七成(73.2%)。希望增加「亞洲品牌」(30.0%)和「歐美品牌」(26.4%)的比例相若。另外，少數(6.2%)受訪者認為沒有需要增加現時商品或服務的品牌選擇。(表 3.5.3)

表 3.5.3: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲品牌嘅商品或服務呢? 1.本地品牌 2.亞洲品牌、3.歐美品牌? 可以揀多過一個答案。」

	頻數	基於有效樣本數的百分比
本地品牌	736	73.2
亞洲品牌	301	30.0
歐美品牌	265	26.4
沒有需要增加	62	6.2
無答案/拒答	24	2.4

註：有效樣本數是 1005。由於受訪者可以選擇多於一個答案，故百分比總和超過 100%。

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示希望香港商場或購物場所增加以下商品或服務的品牌(詳情見附錄四—表 26):

本地品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>15-34 歲人士 (77.2%)</li> </ul>
亞洲品牌	-----
歐美品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>15-34 歲人士 (32.5%)</li> <li>大專或以上教育程度人士 (31.5%)</li> <li>每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (33.4%)</li> </ul>
沒有需要增加	<ul style="list-style-type: none"> <li>55-75 歲人士 (9.1%)</li> </ul>

### 3.5.4 對體驗式店舖的意見

最後，調查問及受訪者對現時一些新興體驗式店舖的意見。有別傳統商店，這些體驗式商店提供了機會讓顧客親身參與商品製作或自由地體驗商品。有四成多(43.9%)受訪者認為，體驗式店舖有吸引力(「非常吸引」和「頗吸引」)，同時也有四成多(43.7%)受訪者反應「一般」。認為沒有吸引力(「非常不吸引」和「不太吸引」)的受訪者佔少數，比例約一成(11.3%)。(表 3.5.4)

表 3.5.4: 「依家新興一啲體驗式嘅店舖，即係可以俾顧客親身參與或體驗，例如顧客可以參與製作、或者可以自由地嘗試商品等，你認為呢啲體驗式嘅店舖有無吸引力呢？係非常吸引、頗吸引、一般、不太吸引、定係非常不吸引？」

	頻數	百分比
非常吸引	106	10.6
頗吸引	335	33.4
一般	440	43.7
不太吸引	82	8.1
非常不吸引	32	3.2
無答案/拒答	10	1.0
總計	1005	100.0

#### 次組分析

次組分析顯示，以下組別顯著地比其他組別較多表示體驗式店舖有吸引力(詳情見附錄四—表 27):

- 15-34 歲人士 (60.7%)
- 大專或以上教育程度人士 (55.9%)
- 每月家庭收入 HK\$60,000 或以上的人士 (57.8%)

## 附錄一：問卷（廣東話）

香港中文大學  
傳播與民意調查中心

「疫情與消費行為」意見調查

### 第一部份 抽樣及確定

#### 介紹

你好。呢度係 中文大學 傳播與民意調查中心 打嚟架，我哋做緊一項有關「疫情與消費行為」嘅意見調查，啲題目好簡單，麻煩你幫幫忙呀。

#### 抽樣

首先，我哋要係你屋企隨機抽一位成員做訪問。

請問你屋企，總共有幾多位 15 至 75 歲嘅成員呢？

【如果只有 1 位，便訪問這 1 位】

【如果多過 1 位，讀出「為咗隨機抽樣，我哋想訪問嚟緊最快生日嗰一位。」】

#### 確定

想確定一下，請問先生/小姐/女士 你依家係唔係 15 至 75 歲嘅香港居民呢？

1. 係
2. 唔係【讀出「唔好意思，我哋想訪問 15 至 75 歲嘅香港居民。」，重新抽樣】

DM1. 性別 【不用問】

1. 男
2. 女

**第二部份 問卷題目**

消費係包括購買商品同埋服務嘅。以下想了解你依家嘅疫情嘅消費情況。

**Q1. 你依家購買日常必需生活用品，例如糧食、家居用品等，嘅花費每月大約係幾多錢呢？**

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 0. 沒有                | 6. HK\$3,000 – 4,999 |
| 1. HK\$1 – 99        | 7. HK\$5,000 – 6,999 |
| 2. HK\$100 – 499     | 8. HK\$7,000 – 9,999 |
| 3. HK\$500 – 999     | 9. HK\$10,000 或以上    |
| 4. HK\$1,000 – 1,999 | 10. 無答案/拒絕回答         |
| 5. HK\$2,000 – 2,999 |                      |

**Q2. 你依家購買非必需品，例如服飾、電子產品、娛樂或遊戲產品等，嘅花費每月大約係幾多錢呢？**

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 0. 沒有                | 6. HK\$3,000 – 4,999 |
| 1. HK\$1 – 99        | 7. HK\$5,000 – 6,999 |
| 2. HK\$100 – 499     | 8. HK\$7,000 – 9,999 |
| 3. HK\$500 – 999     | 9. HK\$10,000 或以上    |
| 4. HK\$1,000 – 1,999 | 10. 無答案/拒絕回答         |
| 5. HK\$2,000 – 2,999 |                      |



**Q3. 你依家嘅餐飲服務，包括堂食及外賣，嘅花費每月大約係幾多錢呢？**

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 0. 沒有                | 6. HK\$3,000 – 4,999 |
| 1. HK\$1 – 99        | 7. HK\$5,000 – 6,999 |
| 2. HK\$100 – 499     | 8. HK\$7,000 – 9,999 |
| 3. HK\$500 – 999     | 9. HK\$10,000 或以上    |
| 4. HK\$1,000 – 1,999 | 10. 無答案/拒絕回答         |
| 5. HK\$2,000 – 2,999 |                      |

**Q4. 你依家嘅休閒娛樂服務及體驗，例如文化藝術、康體及影視娛樂等，嘅花費每月大約係幾多錢呢？**

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 0. 沒有                | 6. HK\$3,000 – 4,999 |
| 1. HK\$1 – 99        | 7. HK\$5,000 – 6,999 |
| 2. HK\$100 – 499     | 8. HK\$7,000 – 9,999 |
| 3. HK\$500 – 999     | 9. HK\$10,000 或以上    |
| 4. HK\$1,000 – 1,999 | 10. 無答案/拒絕回答         |
| 5. HK\$2,000 – 2,999 |                      |

**Q5. 當疫情平復後，你預計購買日常必需生活用品，例如糧食、家居用品等嘅消費係會增加、減少，定係不變？**

1. 增加

2. 減少
3. 不變
4. 無答案/拒絕回答

**Q6. 當疫情平復後，你預計購買非必需品，例如服飾、電子產品、娛樂產品等嘅消費係會增加、減少，定係不變？**

1. 增加
2. 減少
3. 不變
4. 無答案/拒絕回答

**Q7. 當疫情平復後，你預計使用餐飲服務，包括堂食及外賣嘅消費係會增加、減少，定係不變？**

1. 增加
2. 減少
3. 不變
4. 無答案/拒絕回答

**Q8. 當疫情平復後，你預計使用休閒娛樂服務及體驗，例如文化藝術、康體及影視娛樂等嘅消費係會增加、減少，定係不變？**

1. 增加

2. 減少
3. 不變
4. 無答案/拒絕回答

**Q9. 依家因為疫情而較難出境旅行，你嘅香港嘅購物消費上有無因為咁而增加咗呢？**

1. 有
2. 無(跳至 Q11)
3. 無答案/拒絕回答(跳至 Q11)

**Q10. 【只問 Q9 答有的被訪者】你主要多咗買邊啲類型嘅產品呢？ 1.食物或飲品、 2. 服裝或鞋類、 3.珠寶、鐘錶或飾物、 4.化妝品或美容及護理產品、 5.電子產品、 6.潮流玩具或模型、 7.戶外活動或運動用品、 8.生活雜貨、 9.其他？ 可以揀多過一個答案。**

**【可選多項】**

1. 食物或飲品
2. 服裝或鞋類
3. 珠寶、鐘錶或飾物
4. 化妝品或美容及護理產品
5. 電子產品
6. 潮流玩具或模型
7. 戶外活動或運動用品
8. 生活雜貨
9. 其他(請註明)
10. 無答案/拒絕回答

**Q11. 當疫情平復後，你預計你嘅整體消費意欲會增加、減少，定係不變？**

1. 增加
2. 減少
3. 不變

4. 無答案/拒絕回答

**跟住想了解你嘅購物模式。依家嘅疫情下，係網上購物同埋親身到店舖購物兩者之間，**

**Q12a. 網上購物嘅次數佔百分之幾呢？**

0 – 100%

999. 無答案/拒絕回答

**Q12b. 親身到店舖購物嘅次數佔百分之幾呢？**

0 – 100%

999. 無答案/拒絕回答

**Q13. 當疫情平復後，你預計親身到店舖購物嘅比例會增加、減少，定係不變呢？**

1. 增加

2. 減少

3. 不變

4. 無答案/拒絕回答

**Q14. 以下邊啲商品，係你寧願親身到店舖消費多於喺網上購買嘅呢？ 1.食物或飲品、  
2.服裝或鞋類、 3.珠寶、鐘錶或飾物、 4.化妝品或美容及護理產品、 5.電子產  
品、 6.潮流玩具或模型、 7.戶外活動或運動用品、 8.生活雜貨、 9.其他？ 可以揀  
多過一個答案。**

**【可選多項】**

1. 食物或飲品
2. 服裝或鞋類
3. 珠寶、鐘錶或飾物
4. 化妝品或美容及護理產品
5. 電子產品
6. 潮流玩具或模型
7. 戶外活動或運動用品
8. 生活雜貨
9. 其他(請註明)
10. 沒有
11. 無答案/拒絕回答

**Q15. 你認為網上購買能唔能夠取代實體店舖呢？ 係完全能夠、頗能夠、一般、頗不  
能夠、定係完全不能夠？**

1. 完全能夠
2. 頗能夠
3. 一般
4. 頗不能夠
5. 完全不能夠
6. 無答案/拒絕回答

**Q16. 當你到實體店消費，以下邊啲係你最著重嘅因素呢？1.貨品種類、2.品牌選擇、3.價格、4.服務態度、5.衛生環境、6.店舖有打卡熱點、7.購物體驗，例如可以親身嘗試產品、8.企業形象，例如企業是否具環保觀念或社會責任？最多可以選擇 3 項？**

**【最多選 3 項】**

1. 貨品種類
2. 品牌選擇
3. 價格
4. 服務態度
5. 衛生環境
6. 有打卡熱點
7. 購買體驗

8. 企業形象

9. 無答案/拒絕回答

以下我會讀出一啲句子，想知道你同唔同意？你可以俾 1 至 5 分，五分代表非常同意，一分代表非常不同意：

Q17. 「整體嚟講，你比較中意到店舖挑選產品後才購買」，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？

1 至 5 分

6. 無答案/拒絕回答

Q18. 「疫情後多咗店舖使用電子落單同電子支付，令你更安心到實體店消費」，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？

1 至 5 分

6. 無答案/拒絕回答

Q19. 「你到店舖消費時，會比以往注重購物體驗」，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？

1 至 5 分

6. 無答案/拒絕回答

Q20. 「你到店舖消費時，會注重店舖是否支持環保及企業社會責任」，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？



- 1 至 5 分                      6. 無答案/拒絕回答

以下想知道嘅疫情出現之後，有無改變到你嘅整體消費觀念或習慣，而你覺得呢啲改變係會持續落去嘅。

**Q21. 經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體消費觀念，即係有無比以往變得更加著重以下因素呢？1.貨品或服務質素、2.品牌、3.價錢、4.購物便利性、5.衛生環境、6.購物體驗、抑或係無改變？可以揀多過一個答案。**

【可選多項】

1. 貨品或服務質素
2. 品牌
3. 價錢
4. 購物便利性
5. 衛生環境
6. 購物體驗
7. 其他 (請註明)
8. 無改變
9. 無答案/拒絕回答

**Q22. 經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體購物偏好，即係有無比以往買多啲或者買少啲某類商品？**

1. 有
2. 沒有 (跳至 Q24)
3. 無答案/拒絕回答 (跳至 Q24)

**Q23. 【只問 Q22 答買多啲人】 請講下個轉變，即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品？**

**【不讀出答案】【可選多項】**

- |                   |                    |         |
|-------------------|--------------------|---------|
| 1. 買多啲食物或飲品       | 10. 買少啲食物或飲品       | 19. 講唔到 |
| 2. 買多啲服裝或鞋類       | 11. 買少啲服裝或鞋類       | 20. 拒答  |
| 3. 買多啲珠寶、鐘錶或飾物    | 12. 買少啲珠寶、鐘錶或飾物    |         |
| 4. 買多啲化妝品或美容及護理產品 | 13. 買少啲化妝品或美容及護理產品 |         |
| 5. 買多啲電子產品        | 14. 買少啲電子產品        |         |
| 6. 買多啲潮流玩具或模型     | 15. 買少啲潮流玩具或模型     |         |
| 7. 買多啲戶外活動或運動用品   | 16. 買少啲戶外活動或運動用品   |         |
| 8. 買多啲生活雜貨        | 17. 買少啲生活雜貨        |         |
| 9. 買多啲其他(請註明)     | 18. 買少啲其他(請註明)     |         |

最後想了解你對香港購物場所嘅意見。

**Q24. 你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅商品呢？1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他？可以揀多過一個答案。**

**【可選多項】**

1. 食物或飲品
2. 服裝或鞋類
3. 珠寶、鐘錶或飾物
4. 化妝品或美容及護理產品
5. 電子產品
6. 潮流玩具或模型
7. 戶外活動或運動用品
8. 生活雜貨
9. 其他(請註明)
10. 沒有需要增加
11. 無答案/拒絕回答

**Q25. 你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅服務呢？ 1.食肆或酒吧、 2.咖啡店或新派茶飲、 3.室內運動場所，例如溜冰場、室內滑雪或攀石等、 4.消閒活動，例如手作工作坊、親子烘焙中心等、 5.親子樂園、 6.其他？ 可以揀多過一個答案。**

**【可選多項】**

1. 食肆或酒吧
2. 咖啡店或新派茶飲
3. 室內運動場所，例如溜冰場、室內滑雪或攀石等
4. 消閒活動，例如手作工作坊、親子烘焙中心等
5. 親子樂園
6. 其他(請註明)
7. 沒有需要增加
8. 無答案/拒絕回答

**Q26. 你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲品牌嘅商品或服務呢？ 1.本地品牌、 2.亞洲品牌、 3.歐美品牌？ 可以揀多過一個答案。**

**【可選多項】**

- 1.本地品牌
- 2.亞洲品牌

3. 歐美品牌
4. 沒有需要增加
5. 無答案/拒絕回答

**Q27. 依家新興一啲體驗式嘅店舖，即係可以俾顧客親身參與或體驗，例如顧客可以參與製作、或者可以自由地嘗試商品等，你認為呢啲體驗式嘅店舖有無吸引力呢？係非常吸引、頗吸引、一般、不太吸引、定係非常不吸引？**

(若有需要，補充說明的例子：例如，親子玩樂、電子產品及運動產品體驗店、手工工作坊等)

1. 非常吸引
2. 頗吸引
3. 一般
4. 不太吸引
5. 非常不吸引
6. 無答案/拒絕回答

**第三部份 被訪者基本資料**

最後想問一啲基本資料，只係用嚟做統計分析。

**DM2. 請問你依家幾多歲呢？**

- |            |             |          |
|------------|-------------|----------|
| 1. 15 – 19 | 7. 45 - 49  | 13. 拒絕作答 |
| 2. 20 – 24 | 8. 50 - 54  |          |
| 3. 25 – 29 | 9. 55 - 59  |          |
| 4. 30 – 34 | 10. 60 - 64 |          |
| 5. 35 – 39 | 11. 65 - 69 |          |
| 6. 40 – 44 | 12. 70 - 75 |          |

**DM3. 請問你接受教育到乜嘢程度呢？**

1. 小學或以下
2. 中一至中三
3. 中四至中七
4. 專上 (非學位) (包括副學士)
5. 專上 (學位) 或以上
6. 拒答

**DM4. 請問你而家係在職人士、學生、家務料理者、退休人士，定係待業人士呢？**

1. 在職人士
2. 學生
3. 家務料理者
4. 退休
5. 待業
6. 其他非在職人士(例如傷殘、長期病患)
7. 拒答

**DM5. 請問你屋企每個月家庭總收入大約係幾多呢？**

1. HK\$9,999 或以下
2. HK\$10,000-19,999
3. HK\$20,000-29,999

4. HK\$30,000-39,999
5. HK\$40,000 - 49,999
6. HK\$50,000 - 59,999
7. HK\$60,000- 69,999
8. HK\$70,000- 99,999
9. HK\$100,000 或以上
10. 無答案 / 拒絕回答

**\*\* 「問卷已經完成，多謝你接受我哋嘅訪問，拜拜！」 \*\***

## 附錄二：抽樣及回應率概況

<b>調查方法</b>	以隨機抽樣的方式，利用電腦輔助電話訪問系統，由訪問員進行電話訪問	
<b>抽樣方法</b>	<p><b>固網電話：</b> 將通訊事務管理局已經發出的固網電話號段，做成一個電話號碼庫。從這個電話號碼庫中隨機抽出號碼，並跟據過往經驗盡量剔除無效號碼。 成功接觸住戶後，若其家中有多於一位合資格接受訪問的成員，便會採用「即將生日」的方式來選出一位最快到達生日日期的合資格成員進行訪問。</p> <p><b>手提電話：</b> 將通訊事務管理局已經發出的手提電話號段，做成一個電話號碼庫。從這個電話號碼庫中隨機抽出號碼，並跟據過往經驗盡量剔除無效號碼。</p>	
<b>電話號碼的處理方法</b>	<p>撥出的電話號碼若遇無人接聽、線路繁忙，或合適的被訪者不在家等，電腦系統會安排訪問員在不同日期或時段再次致電。</p> <p><b>固網電話：</b> 致電三次皆未能成功訪問，便會停止致電該號碼；但若有兩次被拒絕，便會立刻停止致電。</p> <p><b>手提電話：</b> 致電三次皆未能成功訪問，便會停止致電該號碼；但若有一次被拒絕，便會立刻停止致電。</p>	
<b>樣本數目</b>	502 (固網電話) + 503 (手提電話) = 1005 個成功個案	
<b>抽樣誤差</b>	± 3.1% 以內 (可信度設於 95%; 即代表有 95% 信心, 百分比誤差會在這範圍以內。)	
<b>回應率</b>	43%	
<b>以下為撥出電話號碼的情況，以及回應率的計算方法：</b>		
<b>撥出的電話號碼總數</b>		<b>62779</b>
<b>A. 確定不適合訪問的電話號碼數目 (Ineligibles)</b>		<b>35227</b>
A1. 無效號碼	32230	
A2. 非住宅 /商業電話	875	
A3. 傳真 / 數據機 / 傳呼機	1514	
A4. 無合適被訪者	608	
<b>B. 未確定有沒有合適被訪者的電話號碼數目 (Unknown)</b>		<b>26193</b>
B1. 無人接聽	12233	
B2. 線路繁忙	4690	
B3. 密碼阻隔	41	
B4. 語言不通	42	
B5. 掛線前仍未確定為住宅或合適被訪者	9080	
B6. 長途電話	107	



<b>C. 確定有合適被訪者的電話號碼數目 (Eligibles)</b>	<b>1359</b>
C1. 拒絕訪問 (包括訪問中途拒絕)	294
C2. 合適的被訪者未能在調查期間接受或完成訪問	60
C3. 成功訪問	<u>1005</u>

**回應率的計算方法如下:**

$$\text{Completed} / [\text{Eligibles} + \text{Unknown} \times \text{Eligibles} / (\text{Eligibles} + \text{Ineligibles})]$$
$$= 1005 / [1359 + 26193 \times 1359 / (1359 + 35227)]$$
$$= 0.4310 \text{ (即 43\%)}$$

## 附錄三：受訪者基本資料

### 性別

	加權前		加權後	
	頻數	百分比	頻數	百分比
男	442	44.0	477	47.5
女	563	56.0	528	52.5
總計	1005	100.0	1005	100.0

### 年齡

	加權前		加權後	
	頻數	百分比	頻數	百分比
15-19 歲	49	4.9	46	4.6
20-24 歲	60	6.0	64	6.4
25-29 歲	58	5.8	66	6.6
30-34 歲	73	7.3	75	7.4
35-39 歲	89	8.9	94	9.3
40-44 歲	92	9.2	88	8.7
45-49 歲	95	9.5	97	9.6
50-54 歲	121	12.0	112	11.1
55-59 歲	90	9.0	92	9.2
60-64 歲	90	9.0	88	8.8
65-69 歲	100	10.0	103	10.2
70-75 歲	79	7.9	73	7.3
拒答	9	0.9	7	0.7
總計	1005	100.0	1005	100.0

### 教育程度

	加權前		加權後	
	頻數	百分比	頻數	百分比
小學或以下	62	6.2	78	7.8
中一至中三	133	13.2	184	18.3

中四至中七	342	34.0	347	34.5
專上 (非學位) (包括副學士)	96	9.6	83	8.2
專上 (學位) 或以上	368	36.6	310	30.8
拒答	4	0.4	4	0.4
總計	1005	100.0	1005	100.0

**經濟活動身份**

	頻數	百分比
在職人士	587	58.4
學生	73	7.3
家務料理者	92	9.1
退休人士	199	19.8
待業人士	50	5.0
其他非在職人士 (例如傷殘、長期病患)	1	0.1
拒答	3	0.3
總計	1005	100.0

**每月家庭總收入**

	頻數	百分比
港幣 9,999 或以下	77	7.7
港幣 10,000 - 19,999	135	13.4
港幣 20,000 - 29,999	155	15.4
港幣 30,000 - 39,999	157	15.6
港幣 40,000 - 49,999	83	8.3
港幣 50,000 - 59,999	113	11.3
港幣 60,000 - 69,999	39	3.8
港幣 70,000 - 99,999	91	9.1
港幣 100,000 或以上	81	8.0
無答案/拒答	74	7.4
總計	1005	100.0

## 附錄四：次組分析數據表

表 1: 「你依家購買日常必需生活用品, 例如糧食、家居用品等, 嘅花費每月大約係幾多呢? 」

	沒有	HK\$1-999	HK\$1,000-4,999	HK\$5,000 或以上	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	1.8%	9.0%	52.1%	32.1%	5.0%	100% (1005)
<b>性別</b>						
男	2.2%	8.6%	50.3%	33.5%	5.4%	100% (477)
女	1.4%	9.4%	53.7%	30.9%	4.6%	100% (528)
<b>年齡*</b>						
15-34	2.9%	18.9%	54.5%	21.0%	2.8%	100% (251)
35-54	1.0%	6.1%	52.3%	37.0%	3.6%	100% (390)
55-75	1.9%	5.1%	50.0%	34.6%	8.3%	100% (357)
<b>教育程度*</b>						
中三或以下	1.6%	6.8%	47.4%	35.2%	9.0%	100% (262)
中四至中七	2.7%	6.9%	55.8%	30.6%	3.9%	100% (347)
大專或以上	1.0%	12.4%	51.6%	31.8%	3.2%	100% (392)
<b>身分</b>						
在職人士	1.9%	7.5%	53.6%	33.0%	4.0%	100% (587)
非在職人士	1.6%	10.9%	50.3%	30.6%	6.5%	100% (415)
<b>每月家庭總收入</b>						
HK\$29,999 或以下	2.1%	8.6%	55.3%	27.7%	6.3%	100% (366)
HK\$30,000-59,999	1.6%	7.9%	50.6%	36.4%	3.5%	100% (354)
HK\$60,000 或以上	0.5%	8.8%	51.2%	37.4%	2.2%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 2: 「你依家購買非必需品, 例如服飾、電子產品、娛樂或遊戲產品等, 嘅花費每月大約係幾多錢呢? 」

	沒有	HK\$1-999	HK\$1,000-4,999	HK\$5,000 或以上	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	22.6%	28.2%	41.5%	5.8%	1.9%	100% (1005)
<b>性別</b>						
男	19.8%	28.9%	44.5%	5.5%	1.4%	100% (477)
女	25.1%	27.6%	38.7%	6.2%	2.4%	100% (528)
<b>年齡*</b>						
15-34	9.6%	36.0%	46.3%	8.0%	0.0%	100% (251)
35-54	17.9%	23.2%	49.1%	7.3%	2.4%	100% (390)
55-75	36.2%	28.6%	30.1%	2.6%	2.5%	100% (357)
<b>教育程度*</b>						
中三或以下	39.4%	26.2%	29.8%	1.6%	3.0%	100% (262)
中四至中七	22.3%	30.9%	38.1%	6.8%	2.0%	100% (347)
大專或以上	11.4%	27.1%	52.5%	7.9%	1.1%	100% (392)
<b>身分*</b>						
在職人士	17.7%	24.5%	47.7%	8.3%	1.8%	100% (587)
非在職人士	29.7%	33.2%	32.9%	2.2%	2.0%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>						
HK\$29,999 或以下	35.9%	32.5%	28.4%	1.6%	1.7%	100% (366)
HK\$30,000-59,999	15.7%	28.5%	49.5%	4.5%	1.9%	100% (354)
HK\$60,000 或以上	8.1%	21.3%	54.1%	16.2%	0.3%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 3: 「你依家嘅餐飲服務, 包括堂食及外賣, 嘅花費每月大約係幾多錢呢? 」

	沒有	HK\$1-999	HK\$1,000- 4,999	HK\$5,000 或 以上	無答案 / 拒答	總計 (樣本人 數)
<b>整體</b>	6.9%	19.8%	62.0%	10.0%	1.2%	100% (1005)
<b>性別*</b>						
男	4.9%	13.5%	67.1%	12.5%	2.0%	100% (477)
女	8.7%	25.6%	57.4%	7.8%	0.6%	100% (528)
<b>年齡*</b>						
15-34	5.0%	24.9%	62.4%	7.7%	0.0%	100% (251)
35-54	4.7%	11.9%	69.5%	12.4%	1.4%	100% (390)
55-75	10.5%	25.3%	53.4%	8.9%	1.8%	100% (357)
<b>教育程度*</b>						
中三或以下	11.6%	26.2%	57.8%	3.3%	1.0%	100% (262)
中四至中七	6.3%	18.1%	62.3%	11.3%	1.9%	100% (347)
大專或以上	4.3%	17.4%	64.7%	12.8%	0.8%	100% (392)
<b>身分*</b>						
在職人士	3.9%	12.0%	70.1%	12.7%	1.4%	100% (587)
非在職人士	11.2%	30.6%	51.1%	6.0%	1.1%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>						
HK\$29,999 或以 下	11.2%	26.8%	57.2%	4.3%	0.5%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	3.9%	17.1%	67.3%	10.4%	1.4%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	3.2%	11.2%	64.9%	20.7%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度) 。

表 4: 「你依家嘅休閒娛樂服務及體驗, 例如文化藝術、康體及影視娛樂等, 嘅花費每月大約係幾多錢呢? 」

	沒有	HK\$1-999	HK\$1,000-4,999	HK\$5,000 或以上	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	44.3%	37.4%	16.8%	0.3%	1.2%	100% (1005)
<b>性別*</b>						
男	35.6%	41.4%	21.3%	0.2%	1.4%	100% (477)
女	52.2%	33.8%	12.7%	0.4%	0.9%	100% (528)
<b>年齡*</b>						
15-34	29.3%	47.7%	21.8%	1.2%	0.0%	100% (251)
35-54	43.6%	36.2%	18.7%	0.0%	1.6%	100% (390)
55-75	55.5%	31.8%	11.3%	0.0%	1.4%	100% (357)
<b>教育程度*</b>						
中三或以下	67.5%	23.9%	7.0%	0.0%	1.5%	100% (262)
中四至中七	45.4%	37.6%	14.9%	0.6%	1.5%	100% (347)
大專或以上	27.7%	46.3%	25.2%	0.3%	0.6%	100% (392)
<b>身分*</b>						
在職人士	40.5%	37.8%	20.2%	0.2%	1.4%	100% (587)
非在職人士	49.7%	37.0%	12.1%	0.2%	0.9%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>						
HK\$29,999 或以下	60.5%	31.6%	7.0%	0.0%	1.0%	100% (366)
HK\$30,000-59,999	35.4%	40.6%	22.9%	0.0%	1.1%	100% (354)
HK\$60,000 或以上	27.4%	45.5%	26.1%	0.9%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。



表 5: 「當疫情平復後, 你預計購買日常必需生活用品, 例如糧食、家居用品等嘅消費係會增加、減少, 定係不變? 」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	27.0%	64.7%	7.2%	1.0%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	24.5%	67.7%	6.6%	1.2%	100% (477)
女	29.3%	62.1%	7.8%	0.9%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	24.0%	67.5%	8.4%	0.0%	100% (251)
35-54	25.0%	65.4%	8.8%	0.8%	100% (390)
55-75	31.4%	61.7%	4.8%	2.1%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	33.3%	58.8%	4.6%	3.3%	100% (262)
中四至中七	30.0%	63.0%	6.7%	0.3%	100% (347)
大專或以上	20.4%	69.8%	9.5%	0.2%	100% (392)
<b>身分*</b>					
在職人士	23.4%	68.4%	7.4%	0.9%	100% (587)
非在職人士	32.0%	59.7%	7.1%	1.2%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	30.1%	62.7%	5.4%	1.9%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	24.4%	67.2%	7.9%	0.6%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	20.8%	70.0%	9.3%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 6: 「當疫情平復後, 你預計購買非必需品, 例如服飾、電子產品、娛樂產品等嘅消費係會增加、減少, 定係不變? 」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	35.1%	55.7%	8.0%	1.2%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	31.6%	58.9%	8.6%	0.9%	100% (477)
女	38.3%	52.9%	7.4%	1.4%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	35.2%	54.0%	10.7%	0.0%	100% (251)
35-54	39.1%	52.8%	6.9%	1.2%	100% (390)
55-75	30.6%	60.3%	7.4%	1.7%	100% (357)
<b>教育程度</b>					
中三或以下	32.9%	56.0%	8.4%	2.6%	100% (262)
中四至中七	33.1%	58.9%	7.2%	0.8%	100% (347)
大專或以上	38.3%	52.7%	8.5%	0.5%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	34.2%	56.6%	8.0%	1.2%	100% (587)
非在職人士	36.1%	54.7%	8.1%	1.2%	100% (415)
<b>每月家庭總收入</b>					
HK\$29,999 或以 下	33.5%	55.2%	9.6%	1.8%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	32.2%	59.5%	7.6%	0.8%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	42.1%	51.8%	6.0%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 7: 「當疫情平復後, 你預計使用餐飲服務, 包括堂食及外賣嘅消費係會增加、減少, 定係不變? 」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	59.9%	34.6%	5.0%	0.5%	100% (1005)
<b>性別*</b>					
男	55.3%	39.7%	4.2%	0.8%	100% (477)
女	64.1%	30.1%	5.6%	0.2%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	62.3%	31.4%	6.3%	0.0%	100% (251)
35-54	62.8%	33.6%	3.6%	0.0%	100% (390)
55-75	55.3%	37.7%	5.6%	1.4%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	52.3%	39.9%	6.2%	1.6%	100% (262)
中四至中七	58.4%	38.6%	3.1%	0.0%	100% (347)
大專或以上	66.2%	27.7%	5.8%	0.2%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	59.7%	35.5%	4.4%	0.4%	100% (587)
非在職人士	60.3%	33.3%	5.8%	0.6%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	51.9%	41.9%	5.6%	0.6%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	61.3%	32.1%	6.6%	0.0%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	71.7%	27.6%	0.7%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 8: 「當疫情平復後, 你預計使用休閒娛樂服務及體驗, 例如文化藝術、康體及影視娛樂等嘅消費係會增加、減少, 定係不變? 」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	58.4%	37.5%	2.9%	1.2%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	56.0%	39.4%	3.5%	1.1%	100% (477)
女	60.6%	35.8%	2.3%	1.3%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	70.5%	26.9%	2.6%	0.0%	100% (251)
35-54	63.7%	33.1%	2.7%	0.5%	100% (390)
55-75	44.1%	49.9%	3.2%	2.8%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	36.1%	57.0%	3.2%	3.7%	100% (262)
中四至中七	58.2%	37.9%	3.5%	0.5%	100% (347)
大專或以上	73.5%	24.2%	2.1%	0.2%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	61.2%	35.0%	3.1%	0.7%	100% (587)
非在職人士	54.1%	41.5%	2.6%	1.9%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	46.8%	49.2%	3.2%	0.9%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	62.2%	32.8%	4.0%	0.9%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	75.1%	24.0%	1.0%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 9: 「當疫情平復後, 你預計你嘅整體消費意欲會增加、減少, 定係不變?」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	55.9%	38.8%	3.9%	1.3%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	54.2%	40.4%	3.8%	1.7%	100% (477)
女	57.5%	37.5%	4.0%	1.0%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	50.2%	45.0%	4.7%	0.0%	100% (251)
35-54	60.0%	37.1%	1.7%	1.3%	100% (390)
55-75	55.5%	36.5%	5.9%	2.1%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	50.4%	41.5%	5.0%	3.1%	100% (262)
中四至中七	55.5%	40.0%	3.7%	0.9%	100% (347)
大專或以上	59.8%	36.2%	3.4%	0.6%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	56.6%	38.9%	3.4%	1.1%	100% (587)
非在職人士	54.6%	39.1%	4.7%	1.7%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	50.7%	42.9%	4.3%	2.1%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	57.6%	37.7%	3.3%	1.4%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	65.5%	31.5%	2.9%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 10: 「依家因為疫情而較難出境旅行, 你係香港嘅購物消費上有無因為咁而增加咗呢? 」

	有	沒有	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	31.4%	67.9%	0.7%	100% (1005)
<b>性別</b>				
男	31.7%	67.6%	0.7%	100% (477)
女	31.2%	68.1%	0.7%	100% (528)
<b>年齡*</b>				
15-34	41.2%	58.8%	0.0%	100% (251)
35-54	32.8%	66.7%	0.4%	100% (390)
55-75	23.0%	75.5%	1.5%	100% (357)
<b>教育程度*</b>				
中三或以下	24.7%	73.3%	2.1%	100% (262)
中四至中七	29.1%	70.6%	0.3%	100% (347)
大專或以上	38.4%	61.4%	0.2%	100% (392)
<b>身分*</b>				
在職人士	35.3%	64.2%	0.4%	100% (587)
非在職人士	25.9%	73.1%	1.1%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>				
HK\$29,999 或以下	24.7%	74.2%	1.1%	100% (366)
HK\$30,000-59,999	31.6%	68.2%	0.2%	100% (354)
HK\$60,000 或以上	43.3%	56.7%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 11:【只問答在港購物有增加的被訪者】「你主要多咗買邊啲類型嘅產品呢? 1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他? 可以揀多過一個答案。」

	食物或飲品	服裝或鞋類	珠寶、鐘錶或飾物	化妝品或美容及護理產品	電子產品	潮流玩具或模型	戶外活動或運動用品	生活雜貨	其他	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	53.3%	28.0%	7.8%	12.7%	21.8%	9.5%	18.7%	37.6%	3.7%	1.1%	(316)
<b>性別</b>											
男	54.5%	24.8%	6.8%	2.6%	28.9%	13.7%	20.5%	29.8%	2.0%	1.0%	(151)
女	52.2%	31.0%	8.6%	22.0%	15.4%	5.6%	17.0%	44.9%	5.2%	1.2%	(165)
<b>年齡</b>											
15-34	47.5%	34.5%	10.3%	15.7%	28.4%	16.3%	24.9%	30.5%	0.8%	0.0%	(103)
35-54	55.3%	26.9%	7.6%	11.4%	19.8%	8.3%	16.2%	43.8%	4.1%	0.6%	(128)
55-75	56.1%	22.5%	5.1%	10.1%	16.2%	3.0%	14.3%	37.3%	6.7%	3.2%	(82)
<b>教育程度</b>											
中三或以下	64.2%	29.0%	2.2%	9.7%	12.5%	2.4%	5.7%	38.7%	2.0%	1.7%	(65)
中四至中七	59.5%	27.0%	7.7%	14.3%	13.6%	13.8%	20.8%	35.4%	7.8%	0.8%	(101)
大專或以上	44.5%	28.3%	10.2%	12.9%	31.4%	9.6%	22.9%	38.7%	1.6%	1.0%	(150)
<b>身分</b>											
在職人士	54.0%	26.0%	9.4%	13.0%	25.3%	10.9%	18.4%	36.4%	3.3%	0.7%	(207)
非在職人士	51.3%	31.0%	4.7%	12.2%	15.4%	6.8%	19.5%	40.6%	4.3%	1.8%	(107)
<b>每月家庭總收入</b>											

HK\$29,999 或以下	58.7%	29.4%	4.0%	11.8%	21.1%	5.3%	13.7%	33.9%	6.2%	2.1%	(91)
HK\$30,000- 59,999	53.8%	24.3%	7.6%	9.3%	19.5%	10.1%	19.6%	38.2%	2.6%	0.7%	(112)
HK\$60,000 或以上	44.0%	31.5%	10.6%	17.2%	27.0%	12.5%	20.5%	38.5%	2.4%	0.0%	(91)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■ 卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。



表 12: 「依家嘅疫情下, 係網上購物同埋親身到店舖購物兩者之間, 網上購物嘅次數佔百分之幾呢? 親身到店舖購物嘅次數佔百分之幾呢? 」

	網上購物	親身到店舖購物
	平均數 (樣本人數)	平均數 (樣本人數)
<b>整體</b>	29.4% (1003)	70.6% (1003)
<b>性別</b>		
男	29.3% (475)	70.7% (475)
女	29.5% (527)	70.5% (527)
<b>年齡</b>		
15-34	43.7% (251)	56.3% (251)
35-54	35.4% (389)	64.7% (389)
55-75	13.0% (355)	87.0% (355)
<b>教育程度</b>		
中三或以下	14.0% (262)	86.0% (262)
中四至中七	30.1% (346)	69.9% (346)
大專或以上	39.2% (391)	60.8% (391)
<b>身分</b>		
在職人士	35.2% (586)	64.8% (586)
非在職人士	21.3% (413)	78.7% (413)
<b>每月家庭總收入</b>		
HK\$29,999 或以下	18.2% (365)	81.8% (365)
HK\$30,000-59,999	34.7% (352)	65.3% (352)
HK\$60,000 或以上	41.5% (211)	58.5% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). 「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

(3). ■ T 檢定/變異數分析顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度) 。

表 13: 「當疫情平復後, 你預計親身到店舖購物嘅比例會增加、減少, 定係不變呢?」

	增加	不變	減少	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	38.3%	59.0%	2.2%	0.5%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	35.0%	61.4%	3.1%	0.5%	100% (477)
女	41.3%	56.8%	1.4%	0.5%	100% (528)
<b>年齡</b>					
15-34	37.1%	59.7%	3.2%	0.0%	100% (251)
35-54	39.7%	58.9%	1.4%	0.0%	100% (390)
55-75	37.7%	58.7%	2.4%	1.1%	100% (357)
<b>教育程度</b>					
中三或以下	37.7%	59.1%	1.7%	1.5%	100% (262)
中四至中七	36.4%	60.9%	2.7%	0.0%	100% (347)
大專或以上	40.5%	57.1%	2.1%	0.2%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	37.3%	60.6%	1.8%	0.4%	100% (587)
非在職人士	39.7%	56.9%	2.8%	0.6%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	35.9%	60.1%	2.9%	1.1%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	38.1%	60.7%	1.2%	0.0%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	43.8%	53.2%	3.0%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 14: 「以下邊啲商品, 係你寧願親身到店舖消費多於係網上購買嘅呢? 1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他? 可以揀多過一個答案。」

	食物或飲品	服裝或鞋類	珠寶、鐘錶或飾物	化妝品或美容及護理產品	電子產品	潮流玩具或模型	戶外活動或運動用品	生活雜貨	其他	沒有	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	57.5%	53.2%	30.8%	28.2%	34.7%	21.4%	26.5%	30.7%	0.3%	0.7%	4.9%	(1005)
<b>性別</b>												
男	58.5%	52.2%	30.2%	21.7%	37.3%	24.6%	29.0%	29.6%	0.4%	0.3%	4.3%	(477)
女	56.7%	54.1%	31.4%	34.1%	32.3%	18.6%	24.3%	31.7%	0.2%	1.0%	5.4%	(528)
<b>年齡</b>												
15-34	56.2%	52.7%	24.6%	23.0%	31.4%	16.5%	23.2%	25.9%	0.9%	1.4%	0.0%	(251)
35-54	53.9%	56.2%	36.4%	32.6%	37.4%	23.9%	27.6%	29.8%	0.2%	0.2%	2.9%	(390)
55-75	62.1%	50.5%	28.8%	26.9%	33.9%	22.3%	27.9%	35.2%	0.2%	0.6%	10.2%	(357)
<b>教育</b>												
中三或以下	59.5%	43.8%	21.0%	21.3%	23.9%	15.0%	21.5%	32.1%	0.0%	0.9%	13.1%	(262)
中四至中七	58.2%	51.4%	31.3%	27.3%	37.8%	21.8%	25.7%	30.1%	0.0%	1.0%	2.9%	(347)
大專或以上	55.9%	61.1%	37.3%	34.0%	39.5%	25.6%	30.5%	30.4%	0.9%	0.2%	0.8%	(392)
<b>身分</b>												
在職人士	54.4%	55.2%	34.2%	28.5%	36.6%	22.6%	27.3%	27.9%	0.5%	0.6%	2.9%	(587)
非在職人士	62.3%	50.3%	26.0%	28.0%	32.2%	19.9%	25.6%	34.9%	0.1%	0.8%	7.3%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>												
HK\$29,999 或以下	62.3%	47.7%	23.4%	25.6%	31.8%	19.4%	23.2%	35.2%	0.2%	0.9%	9.1%	(366)

HK\$30,000-59,999	57.8%	56.2%	32.7%	27.5%	35.0%	21.3%	28.7%	30.3%	0.2%			(354)
HK\$60,000 或以上	50.4%	57.5%	38.6%	33.0%	39.1%	24.1%	28.5%	24.6%	0.5%	0.3%	1.5%	(211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■ 卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 15: 「你認為網上購買能唔能夠取代實體店舖呢? 係完全能夠、頗能夠、一般、頗不能夠、定係完全不能夠?」

	能夠	一般	不能夠	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	22.4%	43.1%	32.4%	2.1%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	24.1%	42.6%	30.4%	2.9%	100% (477)
女	20.8%	43.6%	34.2%	1.4%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	31.1%	40.4%	28.1%	0.5%	100% (251)
35-54	21.0%	49.7%	28.0%	1.3%	100% (390)
55-75	17.6%	38.0%	40.2%	4.3%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	12.5%	45.1%	35.5%	6.8%	100% (262)
中四至中七	20.9%	43.5%	35.3%	0.3%	100% (347)
大專或以上	30.5%	41.6%	27.4%	0.5%	100% (392)
<b>身分*</b>					
在職人士	24.3%	45.2%	29.1%	1.4%	100% (587)
非在職人士	19.9%	39.7%	37.3%	3.1%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	15.0%	43.2%	37.7%	4.1%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	24.7%	45.3%	29.3%	0.8%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	32.3%	43.3%	24.4%	0.0%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 16: 「當你到實體店消費，以下邊啲係你最著重嘅因素呢？1.貨品種類、2.品牌選擇、3.價格、4.服務態度、5.衛生環境、6.店舖有打卡熱點、7.購物體驗，例如可以親身嘗試產品、8.企業形象，例如企業是否具環保觀念或社會責任？最多可以選擇 3 項？」

	貨品種類	品牌選擇	價格	服務態度	衛生環境	店舖有打卡熱點	購物體驗	企業形象	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	32.4%	18.1%	39.3%	29.2%	17.1%	2.4%	51.9%	14.1%	2.4%	(1005)
<b>性別</b>										
男	30.9%	16.9%	38.5%	25.6%	13.9%	2.1%	51.5%	13.6%	2.3%	(477)
女	33.7%	19.1%	40.1%	32.4%	20.0%	2.7%	52.2%	14.6%	2.4%	(528)
<b>年齡</b>										
15-34	25.3%	16.2%	41.8%	29.5%	21.4%	3.6%	59.0%	15.4%	0.4%	(251)
35-54	33.4%	18.5%	33.2%	27.5%	15.9%	2.2%	58.6%	13.8%	1.7%	(390)
55-75	36.1%	19.1%	43.7%	30.4%	15.4%	1.8%	40.0%	13.9%	4.5%	(357)
<b>教育程度</b>										
中三或以下	39.3%	15.5%	43.8%	30.8%	17.8%	3.7%	40.8%	11.2%	4.7%	(262)
中四至中七	29.8%	21.0%	42.5%	29.6%	17.9%	0.9%	45.0%	13.6%	1.5%	(347)
大專或以上	30.4%	17.1%	33.7%	28.0%	16.1%	2.6%	65.6%	16.7%	1.4%	(392)
<b>身分</b>										
在職人士	31.6%	17.9%	33.4%	28.7%	15.6%	2.3%	56.4%	14.7%	1.8%	(587)
非在職人士	33.8%	18.2%	47.9%	29.6%	19.0%	2.2%	45.6%	13.4%	3.1%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>										

HK\$29,999 或以下	37.4%	16.6%	46.5%	28.5%	17.4%	2.8%	43.6%	11.7%	3.7%	(366)
HK\$30,000-59,999	29.8%	18.5%	37.7%	29.1%	17.2%	3.0%	55.2%	14.7%	0.0%	(354)
HK\$60,000 或以上	31.6%	17.1%	28.0%	29.3%	17.9%	1.3%	65.5%	17.3%	1.4%	(211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■ 卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 17: 「『整體嚟講，你比較中意到店舖挑選產品後才購買』，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？」(1 分代表「非常不同意」，5 分代表「非常同意」)

	平均數 (樣本人數)
<b>整體</b>	4.02 (1004)
<b>性別*</b>	
男	3.92 (475)
女	4.10 (528)
<b>年齡*</b>	
15-34	3.78 (251)
35-54	4.06 (390)
55-75	4.12 (355)
<b>教育程度</b>	
中三或以下	4.06 (260)
中四至中七	4.08 (347)
大專或以上	3.93 (392)
<b>身分*</b>	
在職人士	3.96 (587)
非在職人士	4.10 (413)
<b>每月家庭總收入*</b>	
HK\$29,999 或以下	4.11 (365)
HK\$30,000-59,999	3.96 (354)
HK\$60,000 或以上	3.93 (211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). 「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

(3). \*T 檢定/變異數分析顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。



表 18: 「『疫情後多咗店舖使用電子落單同電子支付, 令你更安心到實體店消費』, 你同唔同意? 1 至 5 分, 你俾幾多分? 」(1 分代表「非常不同意」, 5 分代表「非常同意」)

	平均數 (樣本人數)
<b>整體</b>	3.38 (988)
<b>性別</b>	
男	3.34 (469)
女	3.42 (519)
<b>年齡*</b>	
15-34	3.22 (249)
35-54	3.50 (387)
55-75	3.36 (345)
<b>教育程度</b>	
中三或以下	3.34 (249)
中四至中七	3.43 (346)
大專或以上	3.36 (389)
<b>身分</b>	
在職人士	3.43 (581)
非在職人士	3.30 (404)
<b>每月家庭總收入</b>	
HK\$29,999 或以下	3.33 (356)
HK\$30,000-59,999	3.36 (352)
HK\$60,000 或以上	3.53 (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). 「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

(3). \*T 檢定/變異數分析顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 19: 「『你到店舖消費時，會比以往要注重購物體驗』，你同唔同意？ 1 至 5 分，你俾幾多分？」 (1 分代表「非常不同意」，5 分代表「非常同意」)

	平均數 (樣本人數)
<b>整體</b>	3.69 (997)
<b>性別</b>	
男	3.63 (471)
女	3.74 (525)
<b>年齡*</b>	
15-34	3.39 (250)
35-54	3.78 (389)
55-75	3.79 (351)
<b>教育程度</b>	
中三或以下	3.72 (259)
中四至中七	3.70 (343)
大專或以上	3.64 (391)
<b>身分</b>	
在職人士	3.70 (584)
非在職人士	3.68 (409)
<b>每月家庭總收入</b>	
HK\$29,999 或以下	3.65 (361)
HK\$30,000-59,999	3.69 (354)
HK\$60,000 或以上	3.83 (211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). 「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

(3). \*T 檢定/變異數分析顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 20: 「『你到店舖消費時，會注重店舖是否支持環保及企業社會責任』，你同唔同意? 1 至 5 分，你俾幾多分?」(1 分代表「非常不同意」，5 分代表「非常同意」)

	平均數 (樣本人數)
<b>整體</b>	3.66 (998)
<b>性別*</b>	
男	3.54 (473)
女	3.78 (526)
<b>年齡*</b>	
15-34	3.35 (251)
35-54	3.71 (389)
55-75	3.84 (351)
<b>教育程度*</b>	
中三或以下	3.96 (258)
中四至中七	3.74 (345)
大專或以上	3.40 (392)
<b>身分*</b>	
在職人士	3.58 (581)
非在職人士	3.79 (414)
<b>每月家庭總收入*</b>	
HK\$29,999 或以下	3.80 (364)
HK\$30,000-59,999	3.65 (353)
HK\$60,000 或以上	3.52 (209)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). 「無答案/拒答」不列入平均數的計算範圍。

(3). \*T 檢定/變異數分析顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 21: 「經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體消費觀念，即係有無比以往變得更加著重以下因素呢？1.貨品或服務質素、2.品牌、3.價錢、4.購物便利性、5.衛生環境、6.購物體驗、抑或係無改變？可以揀多過一個答案。」

	貨品或 服務質素	品牌	價錢	購物便利性	衛生環境	購物體驗	其他	無改變	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	23.7%	7.2%	28.0%	23.8%	25.6%	17.3%	0.0%	36.0%	0.6%	(1005)
<b>性別</b>										
男	20.2%	6.1%	27.5%	24.2%	19.4%	15.5%	0.0%	40.7%	0.8%	(477)
女	26.8%	8.3%	28.4%	23.4%	31.3%	18.9%	0.0%	31.7%	0.3%	(528)
<b>年齡</b>										
15-34	14.5%	4.7%	18.7%	26.0%	19.3%	15.1%	0.0%	44.3%	0.0%	(251)
35-54	26.7%	8.3%	30.1%	29.8%	28.3%	23.2%	0.0%	29.0%	0.0%	(390)
55-75	26.6%	7.7%	32.1%	15.4%	27.2%	12.2%	0.0%	37.6%	1.6%	(357)
<b>教育程度</b>										
中三或以下	28.0%	7.2%	34.5%	13.0%	28.1%	13.3%	0.0%	36.9%	0.9%	(262)
中四至中七	22.0%	7.4%	29.9%	23.3%	23.9%	14.6%	0.0%	36.4%	0.5%	(347)
大專或以上	22.5%	7.2%	21.6%	31.3%	25.3%	22.5%	0.0%	35.0%	0.3%	(392)
<b>身分</b>										
在職人士	23.0%	6.7%	26.9%	25.0%	24.5%	20.6%	0.0%	35.6%	0.3%	(587)
非在職人士	24.8%	8.1%	29.7%	21.9%	27.1%	12.7%	0.0%	36.4%	1.0%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>										
HK\$29,999 或以下	25.8%	6.6%	34.2%	19.5%	23.4%	11.9%	0.0%	35.4%	0.8%	(366)

HK\$30,000-59,999	22.1%	7.6%	24.2%	24.5%	29.7%	20.9%	0.0%	35.2%	0.2%	(354)
HK\$60,000 或以上	25.3%	8.1%	26.4%	29.4%	24.7%	23.2%	0.0%	33.7%	0.0%	(211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■ 卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 22: 「經歷過疫情之後，有無改變到你嘅整體購物偏好，即係有無比以往買多啲或者買少啲某類商品？」

	有	沒有	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	46.3%	53.0%	0.6%	100% (1005)
<b>性別*</b>				
男	41.3%	58.1%	0.7%	100% (477)
女	50.9%	48.5%	0.6%	100% (528)
<b>年齡</b>				
15-34	44.4%	55.6%	0.0%	100% (251)
35-54	49.5%	50.1%	0.4%	100% (390)
55-75	44.3%	54.4%	1.3%	100% (357)
<b>教育程度*</b>				
中三或以下	46.5%	51.4%	2.1%	100% (262)
中四至中七	45.2%	54.6%	0.2%	100% (347)
大專或以上	47.2%	52.8%	0.0%	100% (392)
<b>身分</b>				
在職人士	45.1%	54.7%	0.3%	100% (587)
非在職人士	47.7%	51.2%	1.1%	100% (415)
<b>每月家庭總收入</b>				
HK\$29,999 或以下	44.4%	54.3%	1.3%	100% (366)
HK\$30,000-59,999	46.0%	53.5%	0.4%	100% (354)
HK\$60,000 或以上	50.0%	50.0%	0.0%	100% (211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 23:【只問答有改變的被訪者】「請講下個轉變, 即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品?」(不讀出答案)

	買多些									(樣本人數)
	食物或飲品	服裝或鞋類	珠寶、鐘錶或飾物	化妝品或美容及護理產品	電子產品	潮流玩具或模型	戶外活動或運動用品	生活雜貨	其他	
<b>整體</b>	31.7%	6.4%	1.1%	2.3%	5.0%	2.5%	1.0%	34.1%	16.2%	(466)
<b>性別</b>										
男	31.6%	7.1%	1.1%	1.5%	8.1%	4.1%	1.8%	31.5%	16.6%	(197)
女	31.8%	5.8%	1.1%	2.8%	2.8%	1.3%	0.3%	36.1%	15.9%	(269)
<b>年齡</b>										
15-34	25.1%	10.3%	2.8%	4.9%	11.0%	8.0%	0.8%	33.5%	20.1%	(111)
35-54	33.4%	3.9%	0.0%	1.7%	3.4%	0.8%	0.9%	39.8%	18.6%	(193)
55-75	34.0%	6.8%	1.3%	1.2%	3.0%	0.7%	1.1%	27.4%	10.2%	(158)
<b>教育程度</b>										
中三或以下	33.4%	6.2%	1.0%	3.1%	3.1%	0.9%	0.0%	21.6%	8.6%	(122)
中四至中七	29.9%	6.2%	0.5%	1.2%	2.6%	3.0%	0.6%	37.2%	18.4%	(157)
大專或以上	32.1%	6.7%	1.7%	2.6%	8.4%	3.1%	1.9%	40.1%	19.5%	(185)
<b>身分</b>										
在職人士	30.8%	6.0%	1.1%	2.6%	5.2%	2.5%	1.4%	37.5%	18.2%	(264)
非在職人士	33.5%	7.0%	1.1%	1.2%	4.9%	2.5%	0.4%	30.2%	13.3%	(198)

<b>每月家庭總收入</b>										
HK\$29,999 或以下	29.6%	4.9%	1.5%	3.5%	4.5%	2.0%	0.6%	29.5%	14.1%	(163)
HK\$30,000- 59,999	32.1%	5.7%	0.0%	1.0%	5.2%	1.8%	1.6%	38.0%	18.1%	(163)
HK\$60,000 或以上	38.5%	8.9%	2.6%	2.0%	6.6%	5.2%	0.8%	37.6%	18.1%	(105)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。



表 23: 【只問答有改變的被訪者】「請講下個轉變, 即係買多啲或者買少啲邊啲類型嘅商品?」(不讀出答案)(續)

	買少些									講不出	(樣本人數)
	食物或飲品	服裝或鞋類	珠寶、鐘錶或飾物	化妝品或美容及護理產品	電子產品	潮流玩具或模型	戶外活動或運動用品	生活雜貨	其他		
<b>整體</b>	5.5%	27.8%	5.3%	5.2%	6.0%	2.4%	2.1%	3.1%	2.6%	1.9%	(466)
<b>性別</b>											
男	6.5%	19.7%	4.3%	0.6%	7.6%	1.7%	2.4%	4.0%	2.3%	2.0%	(197)
女	4.8%	33.7%	6.0%	8.7%	4.9%	2.9%	1.9%	2.5%	2.9%	1.9%	(269)
<b>年齡</b>											
15-34	7.0%	20.9%	5.4%	6.7%	7.1%	4.5%	2.8%	1.9%	2.2%	0.9%	(111)
35-54	4.3%	27.7%	7.0%	4.6%	6.1%	2.7%	1.9%	5.0%	3.3%	1.6%	(193)
55-75	6.1%	32.8%	3.3%	5.2%	5.3%	0.6%	1.3%	1.8%	2.1%	3.1%	(158)
<b>教育程度</b>											
中三或以下	4.3%	33.9%	4.1%	6.5%	4.5%	1.2%	2.5%	6.5%	2.1%	4.5%	(122)
中四至中七	6.7%	29.6%	6.1%	4.4%	9.7%	2.7%	2.7%	2.7%	1.4%	1.8%	(157)
大專或以上	5.3%	21.8%	5.6%	5.2%	4.0%	3.0%	1.4%	1.3%	4.1%	0.4%	(185)
<b>身分</b>											
在職人士	4.9%	25.6%	5.7%	5.5%	7.3%	2.8%	2.6%	3.6%	3.3%	0.6%	(264)
非在職人士	5.7%	30.3%	4.9%	5.0%	4.4%	1.9%	1.5%	2.5%	1.7%	3.8%	(198)

每月家庭總收入											
HK\$29,999 或以下	6.6%	28.2%	5.5%	6.1%	5.7%	2.1%	2.6%	4.5%	2.3%	2.3%	(163)
HK\$30,000-59,999	5.4%	26.8%	3.9%	4.4%	8.0%	2.3%	2.2%	3.8%	1.6%	1.9%	(163)
HK\$60,000 或以上	2.6%	29.3%	8.0%	3.9%	2.2%	2.7%	1.1%	1.1%	3.2%	0.0%	(105)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 24: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅商品呢? 1.食物或飲品、2.服裝或鞋類、3.珠寶、鐘錶或飾物、4.化妝品或美容及護理產品、5.電子產品、6.潮流玩具或模型、7.戶外活動或運動用品、8.生活雜貨、9.其他? 可以揀多過一個答案。」

	食物或飲品	服裝或鞋類	珠寶、鐘錶或飾物	化妝品或美容及護理產品	電子產品	潮流玩具或模型	戶外活動或運動用品	生活雜貨	其他	沒有需要增加	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	39.6%	16.1%	3.6%	4.3%	12.1%	10.0%	18.1%	43.3%	4.5%	15.2%	1.6%	(1005)
<b>性別</b>												
男	36.0%	16.1%	4.3%	3.2%	18.3%	13.6%	21.5%	37.5%	4.4%	14.1%	2.4%	(477)
女	42.9%	16.1%	2.9%	5.2%	6.4%	6.6%	14.9%	48.6%	4.6%	16.2%	0.9%	(528)
<b>年齡</b>												
15-34	36.8%	17.8%	3.7%	5.8%	16.7%	14.5%	20.6%	45.4%	3.6%	10.2%	0.5%	(251)
35-54	35.5%	14.3%	3.1%	3.8%	11.6%	10.5%	17.4%	43.0%	5.7%	17.1%	2.2%	(390)
55-75	45.9%	17.0%	4.1%	3.8%	9.6%	6.2%	17.4%	42.4%	4.0%	16.2%	1.8%	(357)

<b>教育</b>												
中三或以下	43.6%	17.7%	3.1%	3.4%	8.4%	5.8%	14.6%	41.2%	2.7%	16.1%	3.7%	(262)
中四至中七	41.5%	14.9%	4.5%	5.1%	10.2%	10.9%	16.0%	43.4%	4.5%	14.7%	0.9%	(347)
大專或以上	34.8%	15.8%	3.1%	4.1%	16.3%	12.0%	22.1%	45.1%	5.8%	15.3%	0.9%	(392)
<b>身分</b>												
在職人士	37.7%	15.9%	4.9%	4.9%	13.2%	12.3%	19.3%	42.9%	5.3%	14.1%	2.1%	(587)
非在職人士	42.1%	16.3%	1.8%	3.4%	10.6%	6.7%	16.5%	44.2%	3.5%	16.6%	1.0%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>												
HK\$29,999 或以下	48.6%	16.5%	1.8%	3.3%	8.3%	6.9%	12.4%	42.1%	3.9%	15.5%	1.9%	(366)
HK\$30,000-59,999	36.9%	14.7%	3.2%	4.4%	13.0%	11.5%	24.4%	44.8%	3.9%	13.6%	1.0%	(354)
HK\$60,000 或以上	31.1%	15.5%	6.5%	3.9%	16.7%	14.0%	19.1%	43.9%	6.4%	14.3%	0.3%	(211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 25: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊啲類型嘅服務呢? 1.食肆或酒吧、2.咖啡店或新派茶飲、3.室內運動場所, 例如溜冰場、室內滑雪或攀石等、4 消閒活動, 例如手作工作坊、親子烘焙中心等、5.親子樂園、6.其他? 可以揀多過一個答案。」

	食肆或酒吧	咖啡店或新派 茶飲	室內運動場所	消閒活動	親子樂園	其他	沒有需要增加	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	20.1%	20.8%	41.6%	34.4%	25.1%	1.5%	11.3%	2.5%	(1005)
<b>性別</b>									
男	22.5%	20.0%	42.4%	27.6%	24.3%	2.0%	11.0%	2.5%	(477)
女	17.9%	21.5%	40.9%	40.5%	25.7%	1.1%	11.5%	2.5%	(528)
<b>年齡</b>									
15-34	13.8%	26.2%	58.7%	42.9%	18.9%	3.2%	5.9%	0.5%	(251)
35-54	17.4%	20.6%	47.9%	38.7%	33.6%	1.2%	7.6%	2.5%	(390)
55-75	27.2%	17.5%	23.1%	23.7%	20.5%	0.7%	19.1%	4.0%	(357)
<b>教育</b>									
中三或以下	25.4%	17.4%	21.3%	26.6%	27.0%	0.5%	15.5%	5.5%	(262)
中四至中七	19.7%	20.8%	44.8%	30.9%	26.9%	1.4%	11.4%	1.8%	(347)
大專或以上	16.4%	23.3%	52.4%	43.1%	22.5%	2.3%	8.5%	1.2%	(392)
<b>身分</b>									
在職人士	19.0%	21.7%	48.0%	35.6%	27.1%	1.9%	9.5%	2.1%	(587)
非在職人士	21.6%	19.4%	32.1%	32.8%	22.1%	1.0%	13.9%	3.0%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>									
HK\$29,999 或以下	22.4%	19.7%	27.0%	30.2%	25.2%	0.9%	14.3%	2.9%	(366)

HK\$30,000-59,999	17.5%	19.8%	47.4%	35.6%	26.5%	2.6%	10.0%	1.8%	(354)
HK\$60,000 或以上	20.8%	23.3%	58.5%	40.6%	24.1%	1.2%	6.2%	0.6%	(211)

註：(1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■ 卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 26: 「你希望香港商場或購物場所增加以下邊嘅品牌嘅商品或服務呢? 1.本地品牌、2.亞洲品牌、3.歐美品牌? 可以揀多過一個答案。」

	本地品牌	亞洲品牌	歐美品牌	沒有需要增加	無答案 / 拒答	(樣本人數)
<b>整體</b>	73.2%	30.0%	26.4%	6.2%	2.4%	(1005)
<b>性別</b>						
男	72.2%	28.2%	28.2%	6.0%	2.6%	(477)
女	74.1%	31.6%	24.7%	6.4%	2.1%	(528)
<b>年齡</b>						
15-34	77.2%	26.4%	32.5%	3.9%	0.5%	(251)
35-54	74.8%	33.8%	26.2%	5.2%	2.5%	(390)
55-75	68.4%	28.7%	22.1%	9.1%	3.6%	(357)
<b>教育程度</b>						
中三或以下	71.7%	25.8%	16.2%	8.1%	4.5%	(262)
中四至中七	71.0%	31.6%	28.6%	5.2%	1.3%	(347)
大專或以上	76.4%	31.7%	31.5%	5.4%	1.9%	(392)
<b>身分</b>						
在職人士	75.5%	30.0%	28.1%	5.1%	2.0%	(587)
非在職人士	70.1%	30.2%	24.1%	7.4%	2.9%	(415)
<b>每月家庭總收入</b>						
HK\$29,999 或以 下	71.2%	25.9%	22.0%	8.0%	2.9%	(366)
HK\$30,000- 59,999	76.7%	31.5%	25.5%	4.8%	1.0%	(354)
HK\$60,000 或以 上	74.9%	34.0%	33.4%	4.3%	1.1%	(211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). ■卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

表 27: 「依家新興一啲體驗式嘅店舖, 即係可以俾顧客親身參與或體驗, 例如顧客可以參與製作、或者可以自由地嘗試商品等, 你認為呢啲體驗式嘅店舖有無吸引力呢? 係非常吸引、頗吸引、一般、不太吸引、定係非常不吸引?」

	吸引	一般	不吸引	無答案 / 拒答	總計 (樣本人數)
<b>整體</b>	43.9%	43.7%	11.3%	1.0%	100% (1005)
<b>性別</b>					
男	41.2%	46.3%	11.2%	1.2%	100% (477)
女	46.4%	41.4%	11.4%	0.8%	100% (528)
<b>年齡*</b>					
15-34	60.7%	33.4%	5.9%	0.0%	100% (251)
35-54	43.2%	46.0%	9.5%	1.3%	100% (390)
55-75	33.2%	48.1%	17.4%	1.4%	100% (357)
<b>教育程度*</b>					
中三或以下	32.5%	51.7%	13.8%	2.0%	100% (262)
中四至中七	39.5%	47.1%	12.6%	0.8%	100% (347)
大專或以上	55.9%	35.2%	8.6%	0.3%	100% (392)
<b>身分</b>					
在職人士	46.3%	43.4%	9.6%	0.6%	100% (587)
非在職人士	40.7%	44.3%	13.6%	1.5%	100% (415)
<b>每月家庭總收入*</b>					
HK\$29,999 或以 下	36.3%	50.8%	12.0%	0.9%	100% (366)
HK\$30,000- 59,999	47.5%	43.4%	8.2%	0.8%	100% (354)
HK\$60,000 或以 上	57.8%	31.4%	10.3%	0.5%	100% (211)

註: (1). 背景資料並不包括「拒絕回答」人士。

(2). \*卡方檢驗顯示有關屬性與意見有明顯相關 (95% 置信度)。

— 報告完 —