

港人憂通脹 消費信心跌

41%關注食品漲價 比率冠全球 比去年多一倍

追潮流購買力強

60後撐起市道

香港文匯報訊(記者 聶曉輝、鄭佩琪) 股市波動下,香港第三季消費信心指數未有大幅下挫,只輕微下跌至104。香港尼爾森副總裁梁麗明相信,由於40歲至49歲受訪者的財富未有「縮水」,在經濟環境不明朗的情況下仍捨得消費,支持整體消費市道。有零售商亦認為,40歲至49歲消費者喜「追潮流」,未有因經濟環境而變得審慎消費。

梁麗明指出,消費者信心指數直接受股市影響,香港股市於過去數季的波幅較大,調查更發現受訪者的平均流動資產,由今年首季的30.4萬元跌至第二季的28.8萬元,第三季更進一步跌至28.4萬元。

40歲至49歲消費意欲增

但調查發現,40歲至49歲受訪者最為富有,平均流動資產為38.1萬元,他們的消費意欲高達54%,按季急增8個百分點;21歲至29歲受訪者的消費意欲亦不跌反升,由47%微升至49%。然而,30歲至39歲及50歲至59歲受訪者的消費意欲,卻分別由52%及49%同樣急跌至41%。

名牌手袋專門店米蘭站營銷總監陳漢量表示,相比年輕消費者,40歲至49歲消費族群有一定經濟基礎,購買能力較強,每次消費動輒數萬元,部分更是逾10萬元「起跳」,當中不乏商人或企業管理層。本港近月出現通脹壓力、股市波動等不明朗現象,市民消費時變得謹慎,惟陳漢量說,近期生意未有明顯變化,40歲至49歲「捧場客」未受市況影響,「她們要追潮流、要換新款,每月都會來光顧」。

祥龍汽車執行董事江日雄指出,40歲至49歲消費者事業有成,較年輕「打工一族」有較強經濟能力,也願意消費享受生活,一般花費30萬至逾百萬元買車。江日雄表示,今年中歐債危機出現後,部分消費者買車時顯得審慎,會多看幾次才「撲鑊」購買,「畢竟汽車不是必需品,可有可無,汽車市場市道如何,都是視乎經濟環境」。

香港消費者信心指數

季度	指數
2009年第一季	70
2009年第二季	79
2009年第三季	93
2009年第四季	100
2010年第一季	99
2010年第二季	101
2010年第三季	103
2010年第四季	99
2011年第一季	107
2011年第二季	107
2011年第三季	104

資料來源:尼爾森

製表:香港文匯報記者 聶曉輝



尼爾森最新網上消費者報告顯示,本港今年第3季的消費信心指數為104,按季下跌3點。

香港文匯報訊(記者 聶曉輝) 環球經濟前景未明朗,市民的消費意欲持續審慎。尼爾森最新的消費者網上調查報告顯示,本港今年第三季的消費信心指數為104,按季下跌3點,與內地並列全球第七;全球平均消費信心指數則由89跌至88。調查更發現,受訪港人3大最擔憂的問題,首要關注食品價格上漲(41%),其次是公用服務開支增加(38%),最後才是經濟前景(35%),港人對通脹的擔憂不單遠比經濟衰退為大,比率更冠絕全球受訪者。

消費者未來半年最擔心事項

排名	2010年第三季	2011年第三季
1	經濟(37%)、工作及生活平衡(37%)	食品價格上漲(41%)
2	—	公用服務開支增加(38%)
3	健康(30%)	經濟(35%)
4	食品價格上漲(18%)	就業(17%)
5	子女的教育及福利(16%)、父母的福利及快樂(16%)	健康(15%)
6	—	工作及生活平衡(13%)
7	就業(14%)	全球暖化(6%)、政治(6%)、負債(6%)
8	公用服務開支增加(9%)	—
9	全球暖化(7%)	—
10	負債(5%)	父母的福利及快樂(5%)

資料來源:尼爾森

製表:香港文匯報記者 聶曉輝

市場調查公司尼爾森今年8月30日至9月16日期間,透過互聯網訪問全球56個國家或地區,合共逾2.8萬名網上用戶,香港佔500戶。調查發現,印度為全球消費信心指數最高的國家,指數為121;香港及內地俱為104,並列全球第七。

就業前景信心跌拖累指數

調查顯示,香港消費信心指數下跌,主因是受港人對未來12個月的就業前景及個人財政狀況信心下跌所拖累,前者由第二季的62%跌至最新的55%;後者則由66%跌至59%。香港尼爾森董事總經理樂是得指出,消費者對就業前景及個人財政狀況的信心大幅下跌,但未來12個月的整體消費意欲卻維持平穩,只較去季下跌1個百分點至47%,主要是由於40歲至49歲受訪者的消費意欲高企支持。

調查發現,本港消費者未來6個月最關注的事項包括,41%受訪者擔心食品價格上漲,比率較去年同期急增23個百分點,名列榜首;38%受訪者對公用服務開支增加表示關注,更按年上升29個百分點,2項憂慮均冠絕全球受訪者。至於去季最令港人擔憂的經濟狀況及工作與生活平衡,則由37%分別跌至35%及13%。

節衣減娛樂 7成冀儲蓄

為對抗通脹,66%受訪者表示會減少娛樂;60%減少添置新衣,比率俱按季上升10個百分點;另有45%受訪者表示會延遲升級個人電腦及手提電話等科技產品。調查同時指出,71%受訪者表示會把餘錢作儲蓄之用,按季上升6個百分點,比率更為全球最高。另一方面,39%本港消費者最希望生產商能推出經濟包裝,以減輕經濟負擔。

樂是得指出,本港經濟下半年有放緩跡象,加上股市波動,令消費者信心相繼下跌,但當前的市場環境依然充滿商機,尤其是大量內地客湧港消費,帶動整體本港零售市場。他指出,市務人員緊繫內地客帶來的商機同時,亦需進一步了解本港消費者的購物模式,迎合需要,抓住市場上每個機會。

迪園試新遊戲 排1小時玩1分鐘

香港文匯報訊(記者 林曉晴) 亞洲區獨有的香港迪士尼樂園「反斗奇兵大本營」擴展園區將於本月18日正式開幕,3大機動遊戲,包括「冲天遙控車」、「轉轉彈弓狗」及「玩具兵團跳降傘」同步啟用。昨日樂園特地邀請傳媒及部分公眾人士試玩,但有人批評3大機動遊戲刺激度不足,遊戲時間短促,吸引力有限。此外,園

方表示擴建工程的合約採用固定成本釐定造價,避免「超支」,暫也未有加價壓力。

「反斗奇兵大本營」佔地約1公頃,區內3大機動遊戲中,以「冲天遙控車」相對地刺激,遊客坐在遙控車廂內,於高27米的「U形」路軌上極速奔馳,遙控車在路軌最高處衝下時恍如垂直墜下,極盡官能刺激。另一個機動遊戲是「玩具兵團跳降傘」,乘客可在25米高空隨降傘來回升降,更可从高空欣賞新園區全貌。而「轉轉彈弓狗」則讓乘客坐於以巨型彈弓狗為造型的車上,體驗急速轉圈快感。

除了機動遊戲,園內亦有不少拍照點,如入口的6米高胡迪人像,主角胡迪及翠絲亦會於園內與遊客拍照。香港園區獨有的機械人「轉轉玩具體」和玩具兵團亦會與遊客進行互動遊戲。

遊客嫌速度慢不夠刺激

香港迪士尼樂園度假區行政總裁金民豪表示,園內3大機動遊戲是針對年輕及愛刺激的遊客而設計。但昨日有試玩的遊客認為,花1小時輪候機動遊戲,但遊戲時間僅1分鐘,十分費時;而且刺激度不足,吸引力有



港迪園擴建首個落成主題園區「反斗奇兵大本營」,昨招待市民試玩。

限。「正式開幕後,冲天遙控車會出現大批人龍,排隊時間長,卻只能玩1分鐘,感覺相當不划算。」至於「玩具兵團跳降傘」和「轉轉彈弓狗」,大部分試玩人士認為速度過慢,刺激度欠奉。

此外,金民豪指,樂園與擴建工程承建商簽訂的合約採用固定成本,即使通脹令建築物料及其他成本上漲,但整體成本未受影響,亦暫未有加價壓力。

STATELYHOME 獨家代理 SOLE AGENT
山頂貝瑤道4號裕照園 No. 4 Peel Rise, Peak, Hong Kong

山頂私泳別墅 · 獨家典藏
大地靈氣在此圍攏 · 生生不息

樓齡: 1992(19年)
面積: 洋房約4307' + 花園1147' + 後庭100' + 露台115' + 平台184' + 天台1066'
總面積: 約6919'
景觀: 山景及海景(面向東南)
設施: 私家泳池、天台花園
間格: 4套房、獨立客廳、娛樂及家庭廳

尊貴預約熱線: 莊小姐 Polly 9491 9573 羅先生 Howard 6888 0688
山頂南區中環分行 Peak and South Central Branch 2801 7618

迪園「反斗奇兵大本營」內的3大機動遊戲中,以「冲天遙控車」最刺激。

香港文匯報記者梁祖彝攝

「玩具兵團跳降傘」可讓遊客從高空欣賞新園區全貌。(右圖)玩具兵團會在園區內與遊客玩互動遊戲。

香港文匯報記者梁祖彝攝

小火車明擬重開

香港文匯報訊(記者 林曉晴) 迪士尼樂園早前一列觀光小火車發生出軌意外。樂園度假區行政總裁金民豪表示,爭取小火車於明天重開,他指出園內共有3列火車頭,但後備車頭運送需時,而車頭與車身連接後亦需進行不同的安全測試,不排除會延期重開。

金民豪強調,樂園一向有對外公布事故的機制,但認同機制仍有改善空間,包括如何將資料整合及何時公布。對於有指樂園以「粉飾設施」向遊客交代停駛原因,有隱瞞意外之嫌,金回應稱,「粉飾」是配合樂園主題的用語,日後會考慮採用令大眾更易明白的字詞,重申並非刻意隱瞞。