

《香港銀髮市場調查報告》

香港社會服務聯會
2014/3/3

調查對象及方式

□ 長者

- 被訪者年齡達**55**歲或以上
- 被訪者必須是香港永久居民

□ 調查方式

- 被訪者於問卷填寫意見

□ 抽樣方式

- 非概率抽樣法

調查流程及時間

□ 流程

- 社聯向長者單位派發問卷
- 長者單位向符合調查對象要求的長者派發問卷
- 統計期內，被訪者完成問卷填寫後，長者單位代為收集已填妥的問卷，社聯於調查期後，回收所有問卷並分析資料。

□ 調查期

- 2013 年12 月2日至2014 年1 月31日

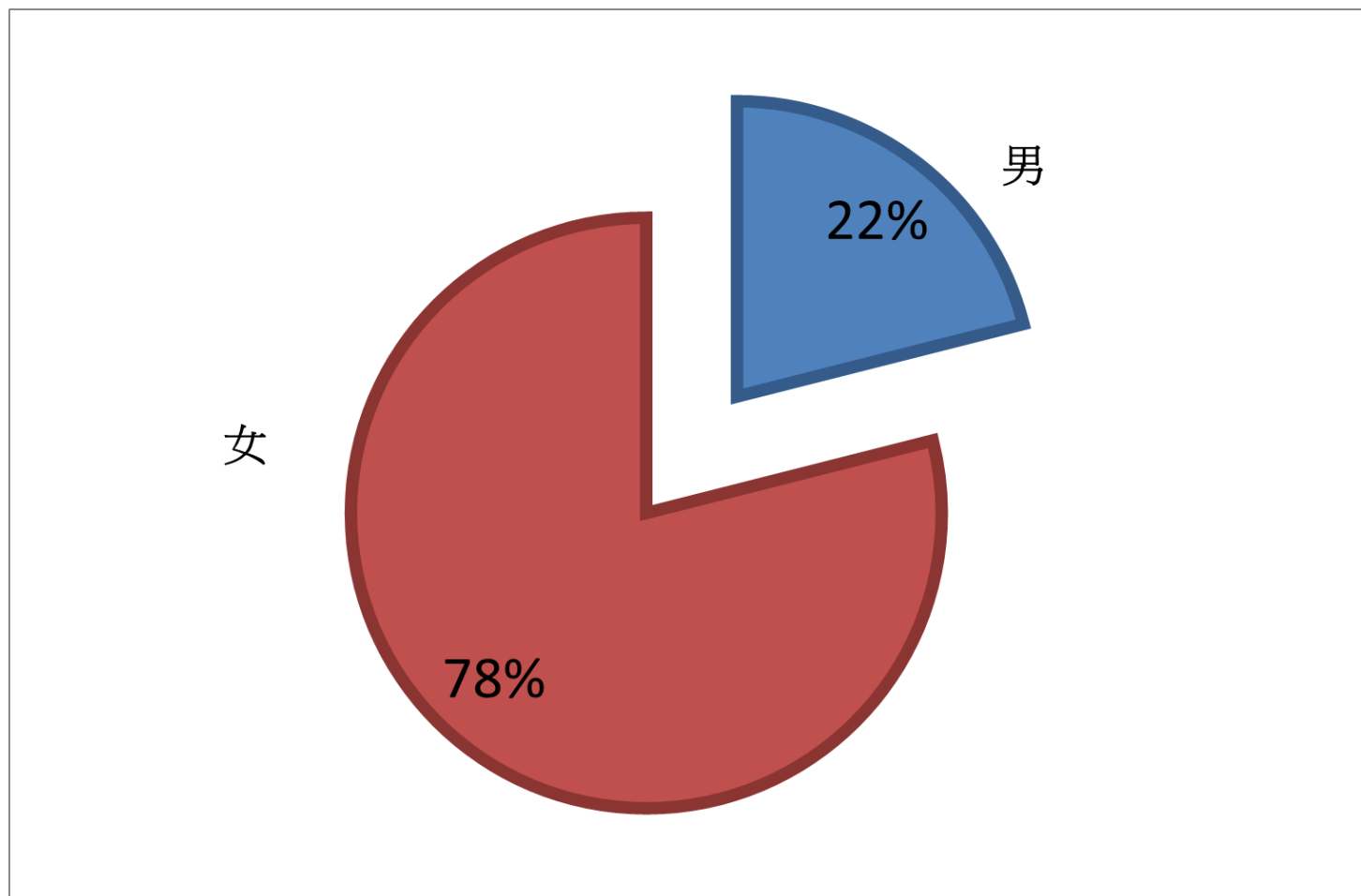
□ 共收回問卷: 517 份

調查目的

- 探討長者對銀髮市場看法及他們消費的考慮
- 探討長者對市場產品和服務的期望
- 了解長者對促進香港銀髮市場發展的意見

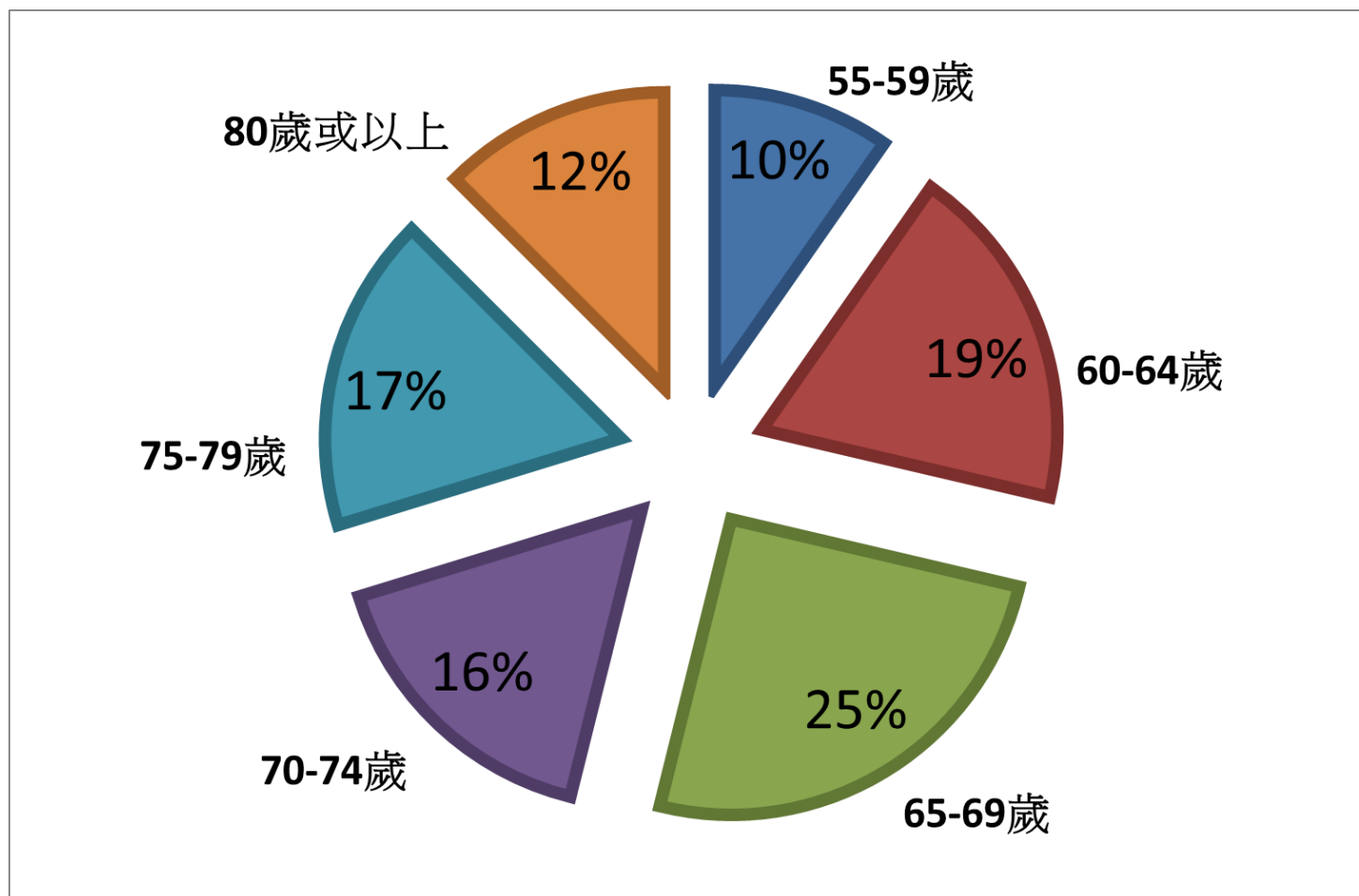
受訪者性別分布

N = 459



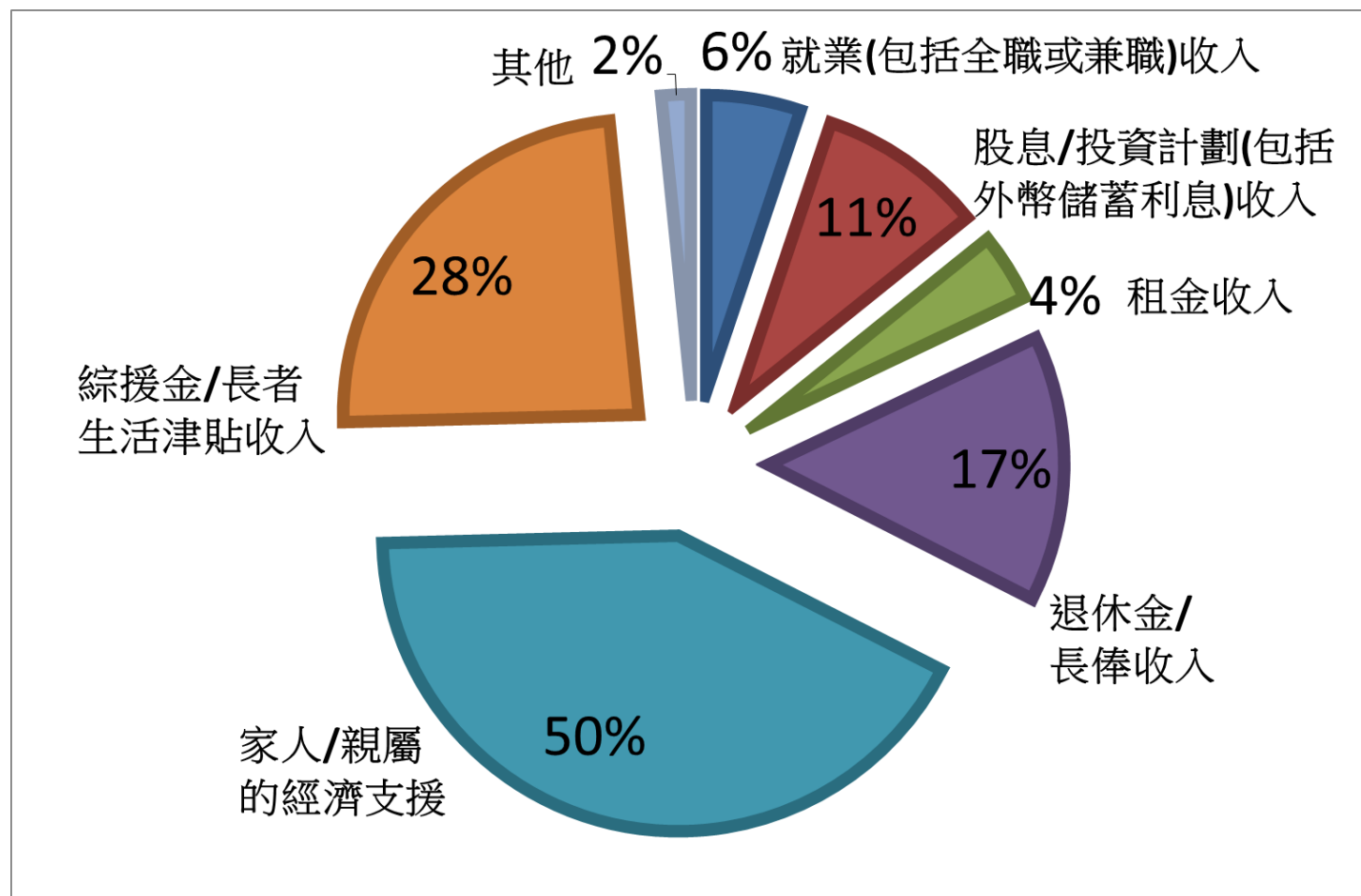
受訪者年齡分布

N = 466



受訪者收入來源（可選多於一項）

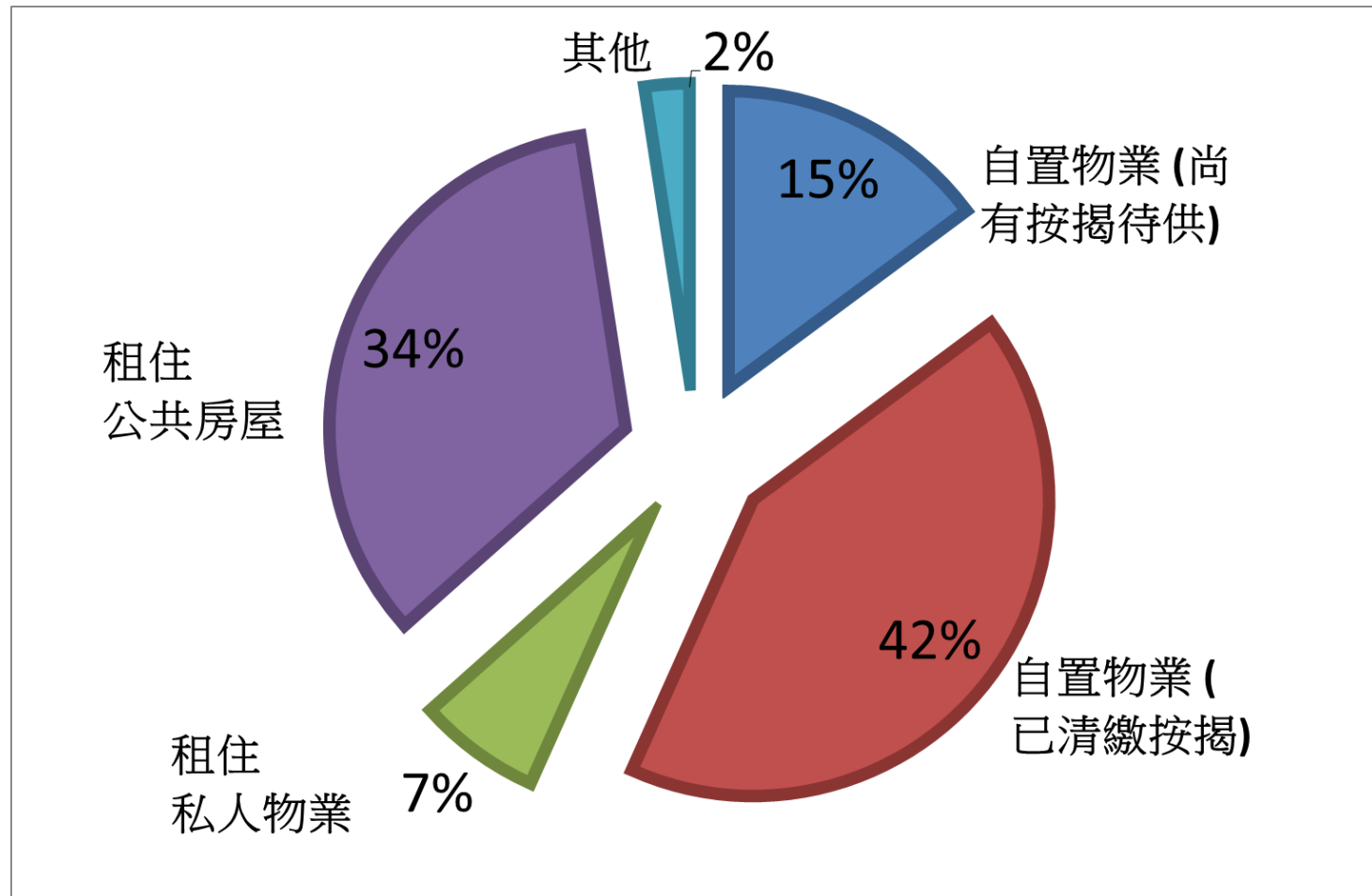
N = 471



N = 該題目中共有多少有效答案

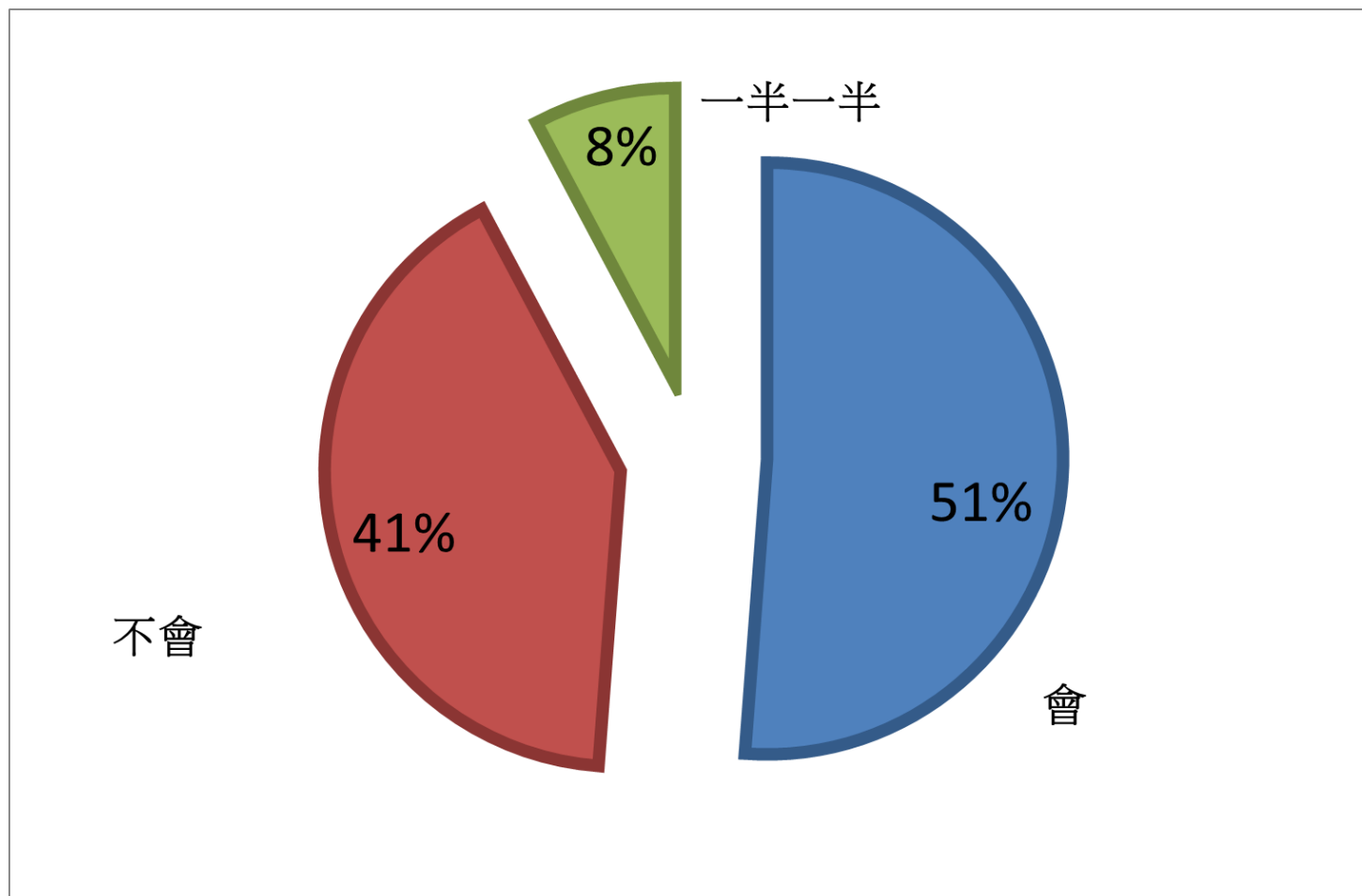
受訪者現居房屋類型

N = 492



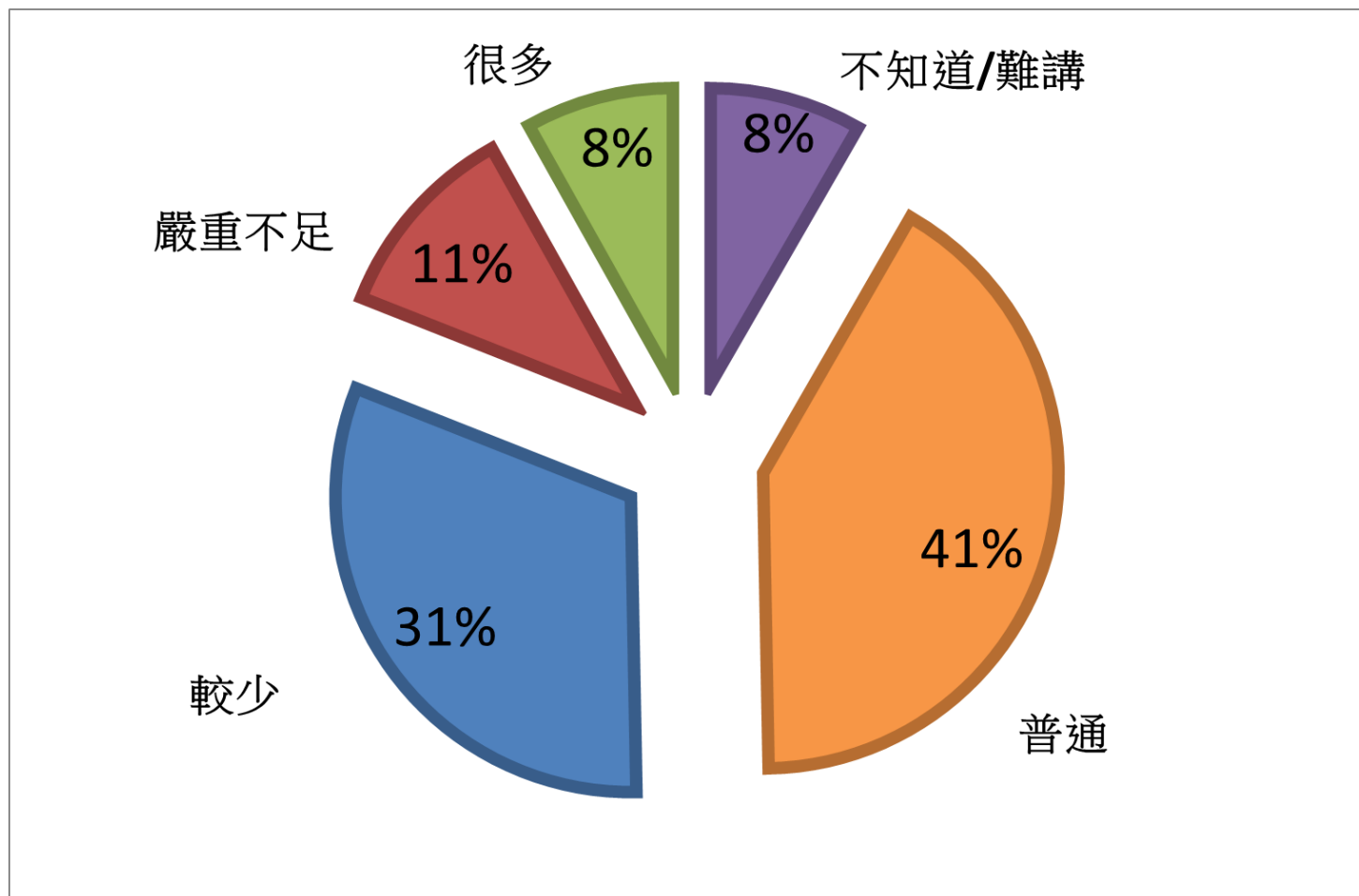
產品或服務標榜專為長者而設對受訪長者選購該產品或服務會否增加信心

N = 504



現時市場專為長者設計的產品或服務的選擇 多寡

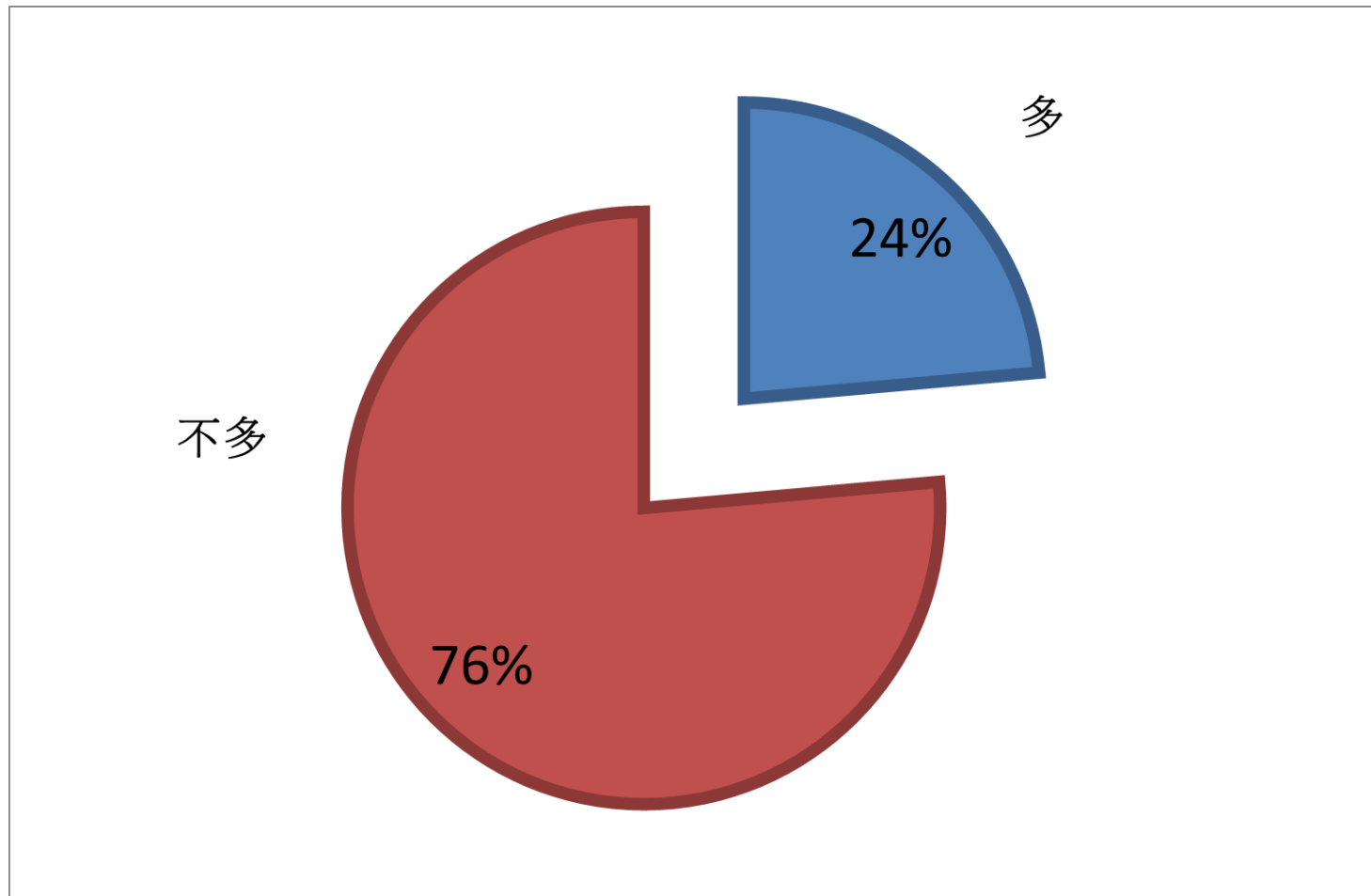
N = 506



N = 該題目中共有多少有效答案

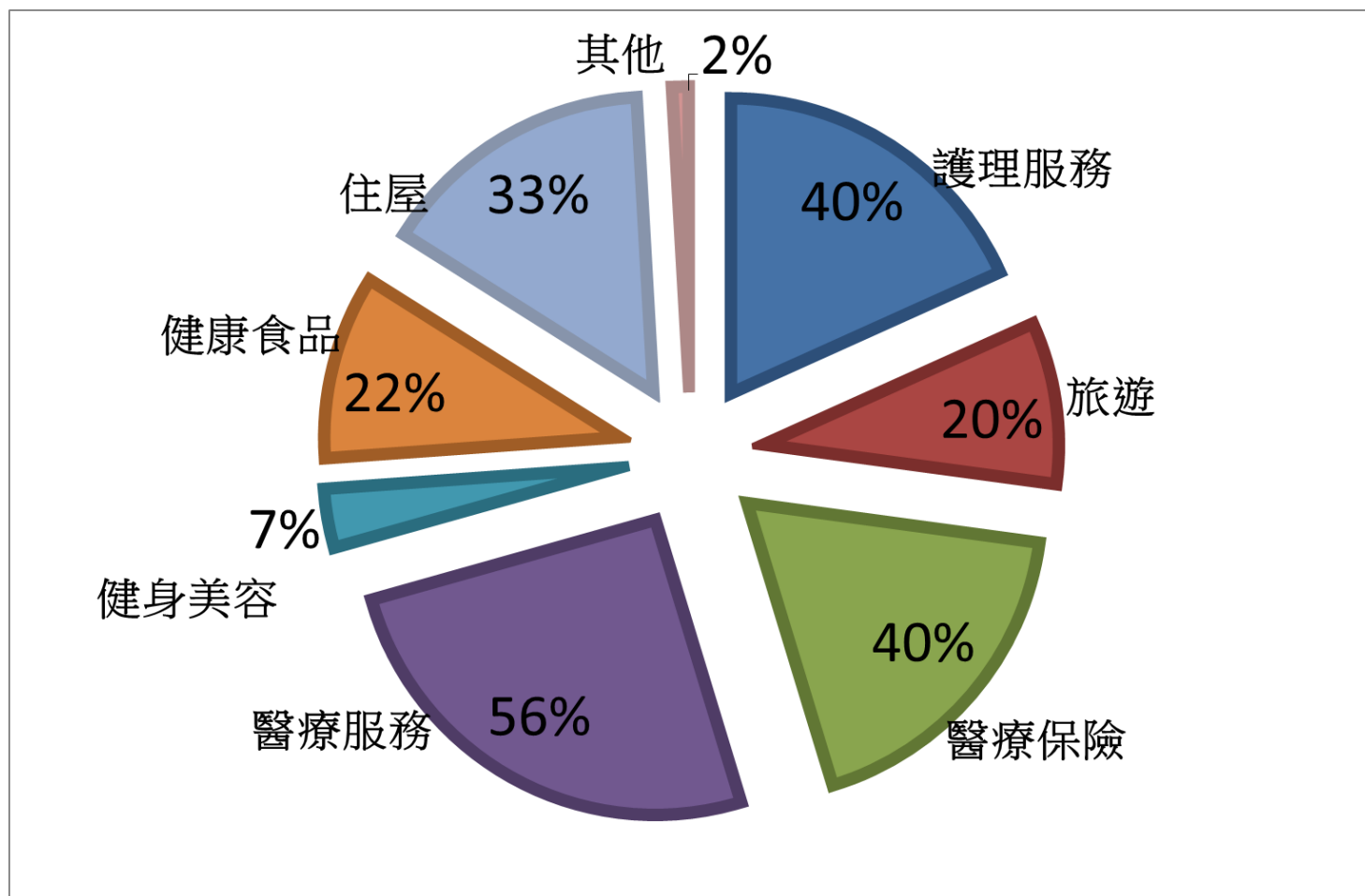
市場上長者有需要的產品或服務的 供應量多寡

N = 465



受訪長者認為在市場上的供應不足的產品或服務（可選多於一項）

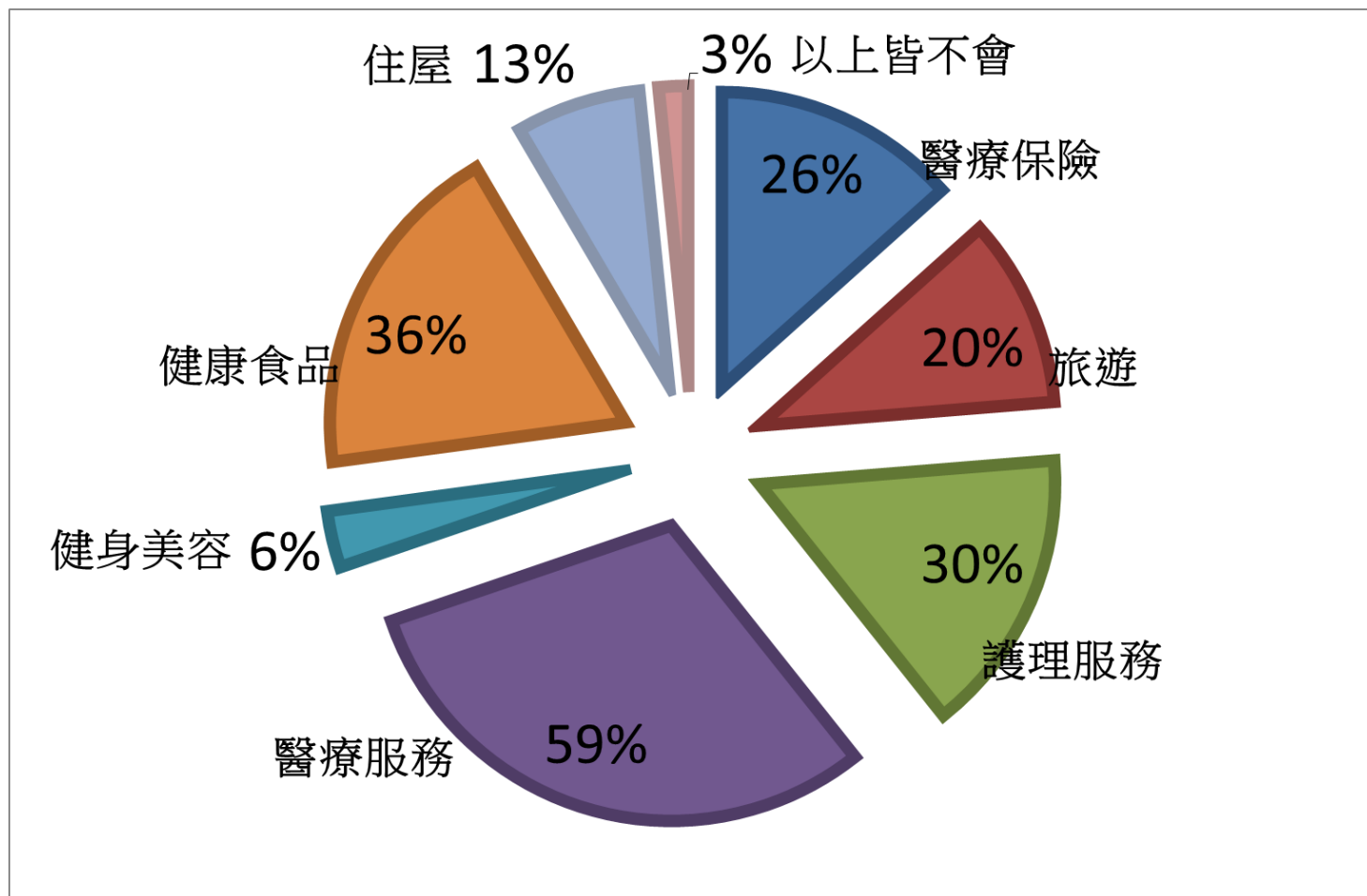
N = 448



N = 該題目中共有多少有效答案

未來兩年，受訪長者會增加消費的產品或服務（可選多於一項）

N = 485



N = 該題目中共有多少有效答案

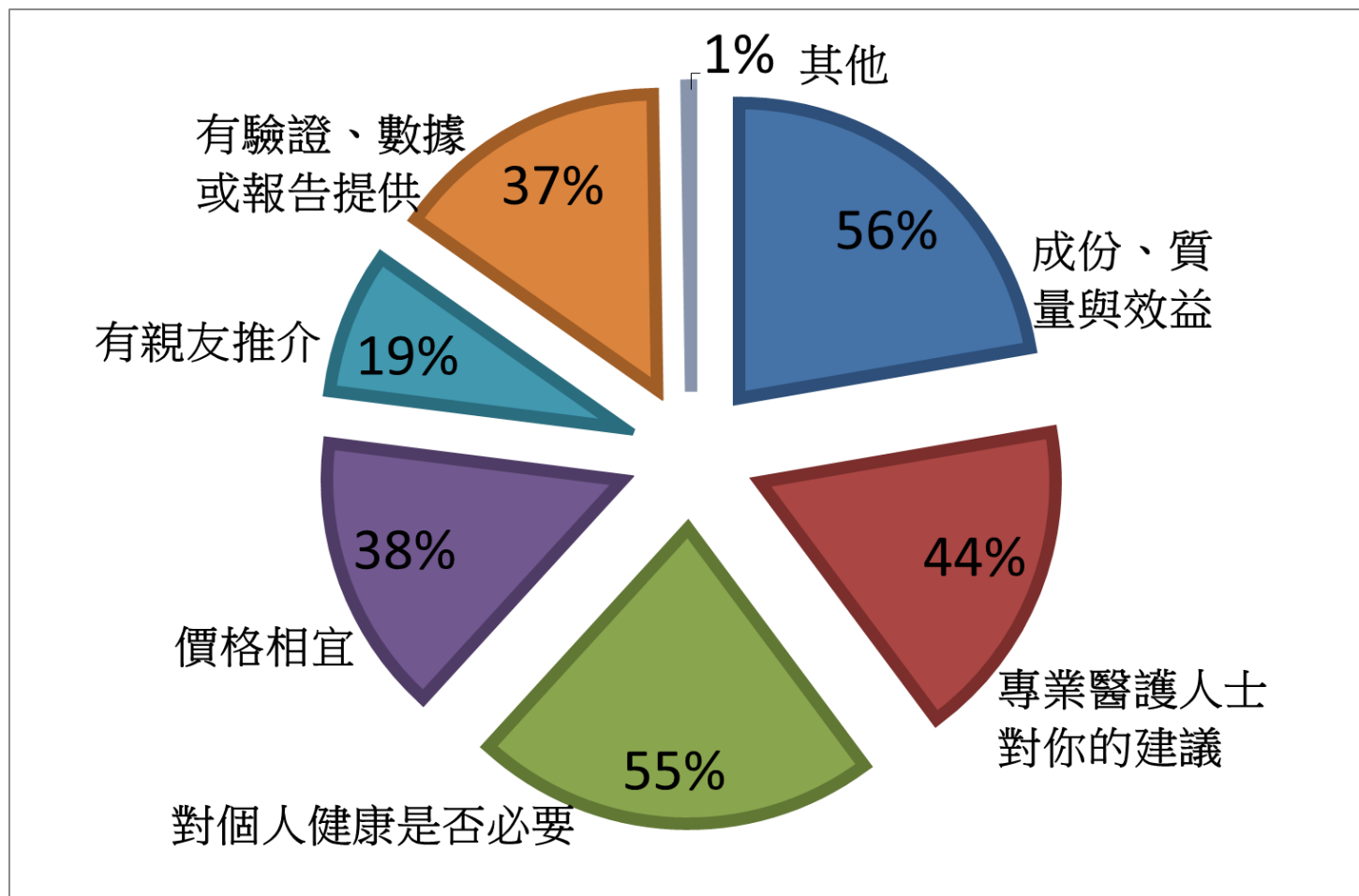
未來兩年，受訪長者會增加消費的產品或服務（可選多於一項）

N = 485

產品或服務	市場供應不足	將會增加消費
醫療保險	40%	30%
旅遊	20%	20%
護理服務 (包括復康用品)	40%	30%
醫療服務 (包括一般或專科服務)	56%	59%
健身美容	7%	6%
健康食品	22%	36%
住屋	33%	13%

受訪長者選購健康食品時的重要考慮因素（可選多於一項）

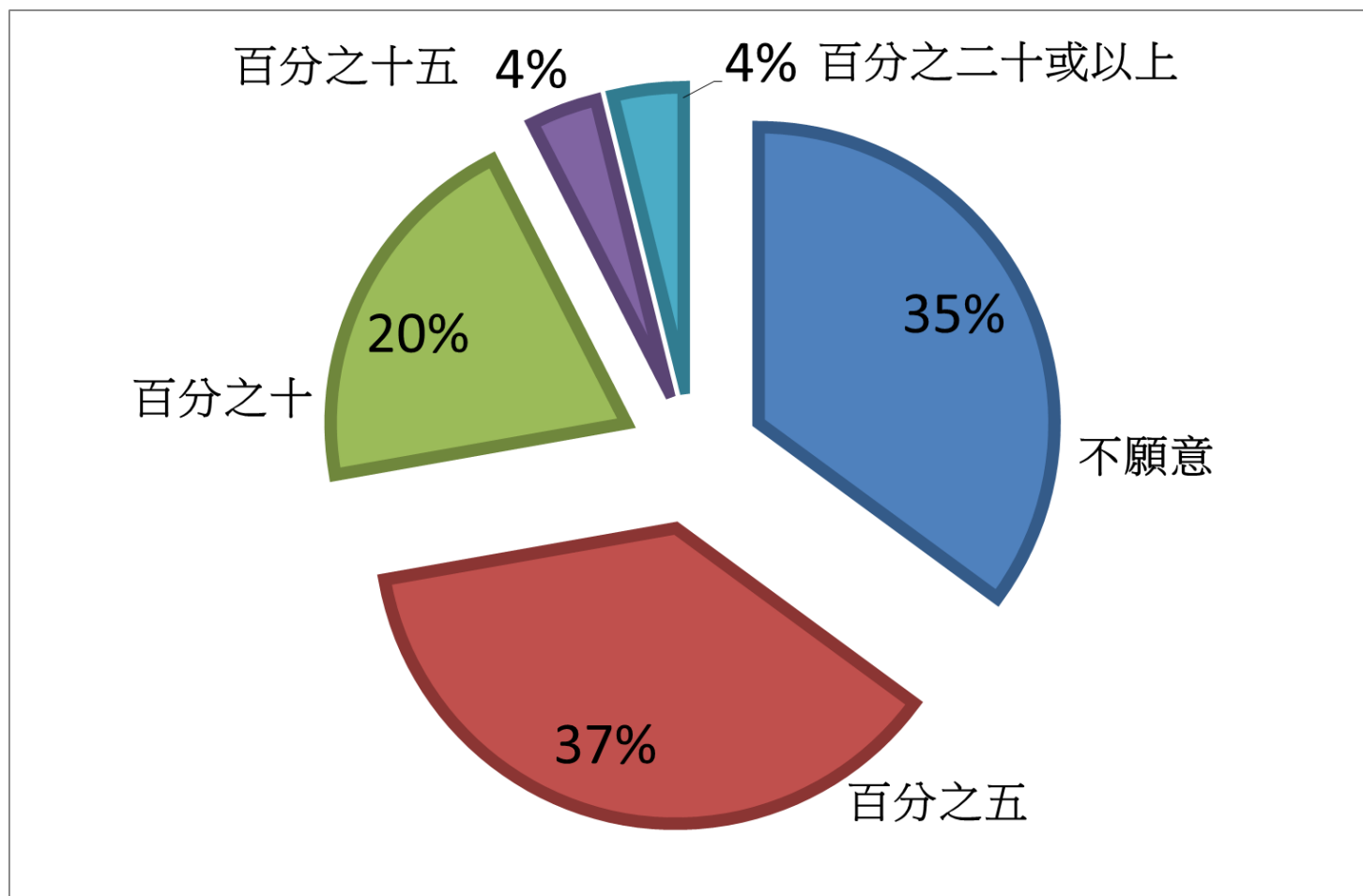
N = 499



N = 該題目中共有多少有效答案

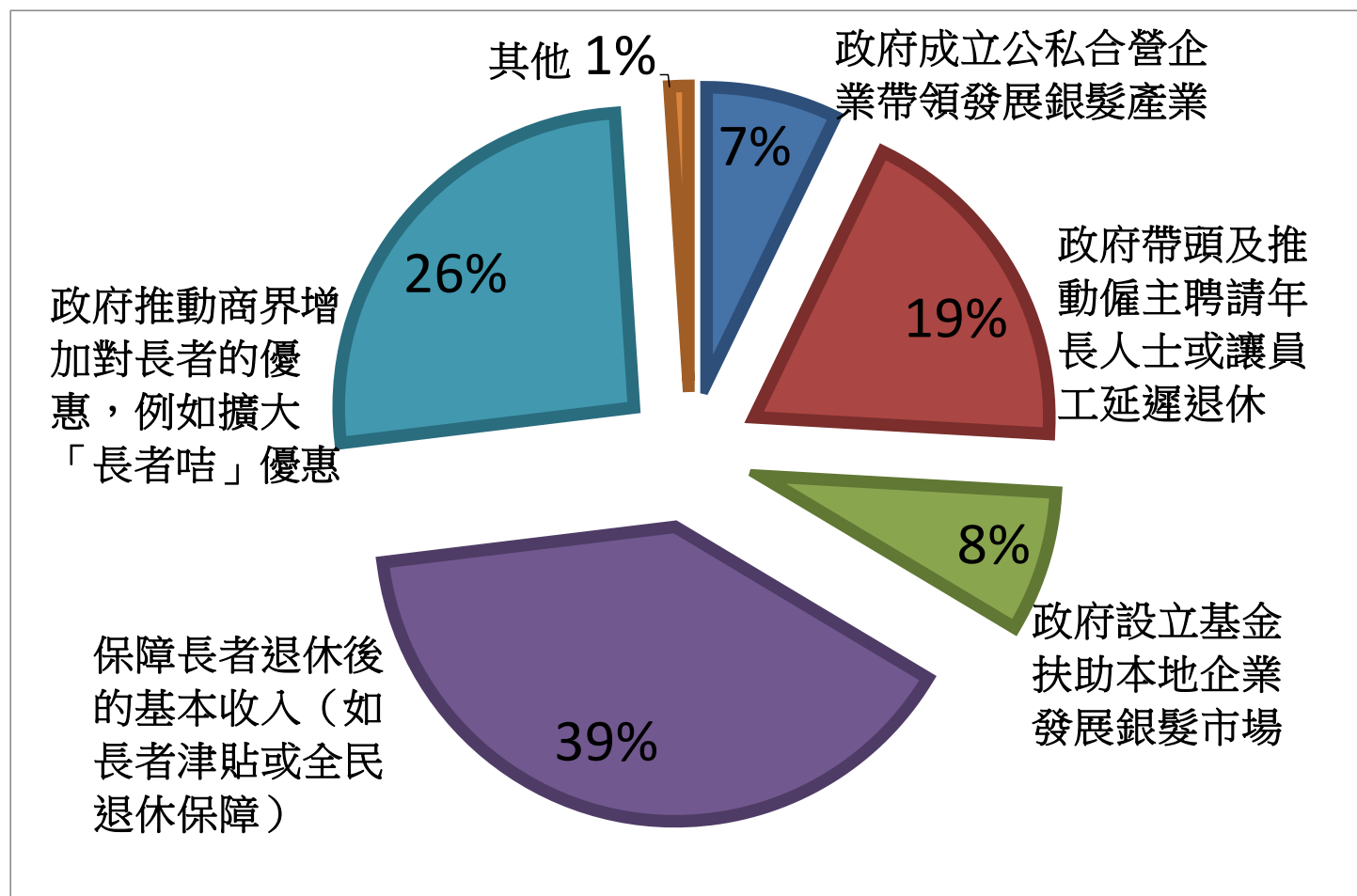
受訪長者選購健康食品時，較選購一般同類食品多付的意願

N = 490



受訪長者認為「最」能促進香港銀髮市場發展的政策措施（選擇『一』項）

N = 390



按現居房屋類型劃分受訪者會於未來兩年增加消費的產品或服務*

	自置	租住
醫療保險	24%	15%
旅遊	28%	9%
護理服務	27%	27%
醫療服務	55%	49%
健身美容	5%	8%
健康食品	33%	31%
住屋	14%	12%
以上皆不會	2%	5%

*只包含自置房屋及租住房屋兩類

按現居房屋類型劃分受訪者在選購健康食品時多付錢的意願*

	自置	租住
不願意	25%	41%
5%	39%	31%
10%	26%	21%
15%	4%	3%
20% 或以上	5%	4%

*只包含自置房屋及租住房屋兩類

按收入來源劃分受訪者會於未來兩年增加消費的產品或服務

	有直接收入	依靠支援
醫療保險	23%	20%
旅遊	24%	17%
護理服務	28%	30%
醫療服務	46%	59%
健身美容	8%	6%
健康食品	29%	36%
住屋	9%	15%
以上皆不會	3%	4%

「依靠支援」：指長者的收入來源只有「家人/親屬的經濟支援」和/或「綜援金/長者生活津貼收入」而沒有下面提及的其他來源；

「有直接收入」：指長者的收入來源包括有「就業收入」、和/或「股息/投資計劃(包括外幣儲蓄利息)收入」、和/或「租金收入」、和/或「退休金/長俸收入」。

按收入來源劃分受訪者在選購健康食品時多付錢的意願

	有直接收入	依靠支援
不願意	21%	40%
5%	39%	34%
10%	31%	18%
15%	5%	4%
20% 或以上	5%	5%

「依靠支援」：指長者的收入來源只有「家人/親屬的經濟支援」和/或「綜援金/長者生活津貼收入」而沒有下面提及的其他來源；

「有直接收入」：指長者的收入來源包括有「就業收入」、和/或「股息/投資計劃(包括外幣儲蓄利息)收入」、和/或「租金收入」、和/或「退休金/長俸收入」。

建議一

- 企業和商戶應多聆聽長者的需要，積極行動為長者提供更多專為他們而設的產品和服務。

建議二

- 提供準確服務和產品資訊，是企業開發銀髮市場時必不可少的策略。
- 以最大的產品透明度贏取長者長期信任與支持，產品資訊表達亦要做到長者友善。

建議三

- 基層長者數目多，企業可考慮開發大眾化路線的長者產品和服務，擴大市場和經營規模。

□ 提問時間

在此刊物上/活動內 (或項目小組成員) 表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署及中小企業發展支援基金及發展品牌、升級轉型及拓展內銷市場的專項基金（機構支援計劃）評審委員會的觀點。