

警告：切勿侵犯版權

閣下將瀏覽的文章／內容／資料的版權持有者為消費者委員會。除作個人非商業用途外，閣下不得以任何形式傳送、轉載、複製或使用該文章／內容／資料，如有侵犯版權，消費者委員會必定嚴加追究法律責任，索償一切損失及法律費用。

《消費者委員會條例》第二十條第(1)款其中有規定，任何人未經委員會以書面同意，不得發布或安排發布任何廣告，以明示或默示的方式提述委員會、委員會的刊物、委員會或委員會委任他人進行的測試或調查的結果，藉以宣傳或貶損任何貨品、服務或不動產，或推廣任何人的形象。有關該條文的詳情，請參閱該條例。

本會試驗的產品樣本由本會指定的購物員，以一般消費者身份在市面上購買，根據實驗室試驗結果作分析評論及撰寫報告，有需要時加上特別安排試用者的意見和專業人士的評論。對某牌子產品的評論，除特別註明外，乃指經試驗的樣本，而並非指該牌子所有同型號或不同型號的產品，也非泛指該牌子的所有其他產品。

本會的產品比較試驗，並不測試該類產品的每一牌子或同牌子每一型號的產品。

本會的測試計劃由本會的研究及試驗小組委員會決定，歡迎消費者提供意見，但恕不能應外界要求為其產品作特別的測試，或刊登其他非經本會測試的產品資料。

住戶開支統計調查上月展開

助編製消費物價指數



近年，市民都非常關注通脹問題，例如牛肉價格於2012年急劇上升，直至去年升幅才放緩，市民購買牛肉作菜餚時也能體會一二。日常購買和使用的消費商品及服務繁多，價格又不時變動，政府統計處編製的「消費物價指數」運用客觀數據反映整體物價變動情況。在編製「消費物價指數」時，除了透過「零售物價統計調查」每月搜集各種商品和服務的實質價格變化外，「住戶開支統計調查」也不可或缺。

每5年一次進行統計調查

由於各類消費項目佔住戶的開支比重各有不同，其價格變動對住戶會有不同程度的影響，佔的開支比重越大，影響亦會越大。舉例說，住戶購買豬肉的開支較牛肉高出5倍，即使豬肉及牛肉價格升幅相同，豬肉價格上升對住戶的影響會較牛肉價格上升的影響為大。因此，在編製「消費物價指數」時，必須制訂一組開支權數，顯示住戶在各商品和服務的開支比重。

因應住戶收入水平和社會經濟特徵改變，以及市場上的商品和服務不斷推陳出新，住戶開支比重會隨時間逐漸轉變，「消費物價指數」有必要定期作出更新，因此，政府統計處每5年進行一次「住戶開支統計調查」，搜集住戶開支模式的最新資料。

2009/10年統計：幼童遊戲小組學費和迷你倉開支比重上升

除了開支權數外，「消費物價指數」所採用的消費籃子亦會因應調查結果而作出修訂。以上一輪2009/10年的統計調查為例，新加入消費籃子的商品及服務項目包括幼童遊戲小組學費和迷你倉，而雪櫃與音響器材的修理費用則被剔除。統計調查亦發現，住戶在2009/10年間用於住屋

及食品的開支比重較2004/05年間為高，前者的開支比重升幅亦較為顯著（見圖）。

2014/15年住戶開支統計調查

新一輪的住戶開支統計調查的數據搜集工作於2014年9月底至2015年12月間進行。政府統計處按地區及房屋類型分層抽選約12,000個住址，邀請有關住戶參與統計調查。

由於消費者在不同月份的開支模式會受季節性因素影響而變化，所以統計調查有需要預時一年進行。整個統計調查分為26個雙周期進行，即每一周期為14天，政府統計處會在每個周期前向抽樣選中的住戶發出信件，信內列明將到訪的訪問員姓名和查詢電話。訪問員在探訪住戶時，

會攜帶工作證件。住戶如對訪問員的身份有疑問，可致電3586 3600向該處查詢。調查是根據《普查及統計條例》的規定進行，個別住戶所提供的資料將絕對保密。

受訪住戶須填寫「開支日記」

統計調查採用填寫開支日記的形式進行，住戶成員須將14天統計期內的所有開支項目，包括購買的商品或服務、支出金額及光顧的零售商店類別等細節，填寫在「開支日記」內。此外，住戶亦須填報定期繳付的款項（例如租金、電費等）及非經常性開支（例如購買電器、往境外旅行團等）。

新一輪統計調查的主要結果及以2014/15年為基期的消費物價指數將於2016年年中發布。

2009/10年住戶開支統計調查得出綜合消費物價指數開支權數（括弧內為2004/05年度數字）

