

主辦:



明愛向晴軒

危機專線及教育中心

Caritas Family Crisis Line & Education Centre

贊助



李嘉誠基金會

LI KA SHING FOUNDATION

教育 · 醫療 · 文化 · 公益

因消費而欠債人士的狀況研究

明愛向晴軒—理財及債務專線：3161 2929

網址：<http://debt.caritas.org.hk>

facebook:明愛向晴軒智慧理財及債務輔導服務

二零一二年五月十三日

專題報告撮要—因消費而欠債人士的狀況研究

一、調查背景

明愛向晴軒是香港目前唯一一間 24 小時一站式的家庭危機支援中心，讓因家庭衝突、危機困境或創傷的人士及家庭入住，作短期緩衝避靜，並即時提供危機輔導，以協助有關的人士及家庭能夠舒緩負面情緒，緩和緊張衝突關係及提升抗逆和危機應變的能力，因而避免悲劇或慘劇的發生。

社會學家布希亞指出現代人藉著消費尋求或建構個人身份的認同，社會地位，而他們購買衣服飾物，並不是商品那麼簡單，當中實在包含著一種符號價值。近年，求助個案中的過度消費不斷增加，為了解他們的消費模式及不同性別的消費情況，故進行一個有關過度消費研究。

二、調查目的

- 1) 探討因消費而欠債人士的狀況。
- 2) 探討兩性消費而欠債的情況。

三、研究結果

由 2007 年至 2011 年，我們共接獲 **1444** 個因消費而欠債的個案，分析如下：

3.1 性別

一向以來，人們總以為因消費人士皆以女性為主，但在我們的熱線中發現因消費而欠債一族中，男女性別比例差不多各佔一半。總結過去五年的平均數字，我們發現男性求助者佔的平均百分比為 52%，而女性則佔 48%，男性因消費而欠債比女性求助多 4%。故男性因消費而欠債的問題，是不容低估。

3.2 年齡

在年齡分佈資料中，年青一族 18-30 歲因消費而欠債的組群佔最多，平均佔 35%，其次 31-40 歲的人士，平均佔 29%；而年青一族因消費而欠債的增幅亦顯著，在 2011 年的增幅比 2010 年增加 20%；年青一群，由 2007 起穩定地佔人數的三成，這亦顯示過度消費有年青化的情況。

3.3 婚姻狀況

婚姻狀況方面，過去五年，因消費而欠債的一族，平均超過五成(51.4%)為單身人士，而已婚人士的平均接近四成(39%)；結果顯示，單身人士未如想像中有較為健康的財務狀況，估計單身人士有可能因為沒有家庭負擔，因而在使用金錢方面變得更為寬鬆闊綽，因而出現過度消費的問題。

3.4 子女數目

在子女數目方面，有八成以上的求助者(2010, 89%; 2011, 84.8%)擁有一名或兩名子女人士，沒有子女的求助者則平均有 8%，這顯示有子女是會佔據家庭的一項重大開支。

3.5 學歷

平均有七成(70%)因消費而欠債一族的求助者其學歷為中一至中五程度，不容忽視的是有大學程度的人士欲逐年增加，至 2011 年甚至佔總人數的兩成半，為此，高學歷的人士因消費而欠債有增加的趨勢。

3.6 職業狀況

職業方面，因消費而欠債的一族中，就前文所述，有七成(70%)因消費而欠債人士為中一至中五程度，他們的工作多為文職、服務及零售行業，當中各佔一成半(15%, 16%)；而專業人士(指有專業資格的工種，如經理、教師、銀行等)，平均佔 3%，估計從事基層的市民，因工資較低及通帳水平上升，但又抵抗不到商品的吸引，因而要使用信用卡消費而欠債；相比之下，專業人士相信因為有較高收入，所以會有較充裕的收入作消費。

3.7 收入

收入方面，因消費而欠債一族，其個人收入\$5,000-\$15,000，平均合共佔五成半(56%)，而收入為 10,001-\$20,000 平均佔 26%，而收入 20,001 或上的則佔 7%；而收入為 30,000 至 50,000 欲每年有明顯的增加。

四、總結

- 男性的求助者與女性的求助者人數相若，這打破我們一直以為消費問題是女性的專利，而在這五年的趨勢上可見男性穩定地有五成，是不容低估。

- 年齡為 18-30 歲青成人(young adult)組群於近年有顯著增幅，比較平均過去四年(2007 至 2011)的 26.5%至 2011 年的 36.9%，其升幅達 39%，可見因消費而欠債一族中有年輕化的現象，所以，過度消費年輕化的問題更需要重視。
- 從近年趨勢顯示，單身人士求助者在過去四年(2007-2010 年)平均佔 45.7%，而 2011 年的 51.4%作比較，其升幅達 12.5%；已婚而未有子女的求助者，由 2010 年 5.9%攀升至 2011 年 10.2%，其增幅亦達 73%；可見求助者中的單身人士或是未有子女的負擔，反而會令他們將收入用作更多的消費項目，而未有提早未雨綢繆。
- 在研究中亦發現，雖然大部份的求助者平均有七成(70%)只有中一至中五程度的學歷，但近年是有下跌的情況；但求助者有大學程度的組群，卻有顯著增幅，在過去四年(2007-2010 年)有平均為 9.7%，升至 2011 年的 24.5%，升幅達 60.4%，這反映了擁有高學歷的人士雖有學識，但同樣可以出現有過度消費問題，相信與社會消費文化及個人因素有莫大的關係，而消費亦非單純是一個理性問題。
- 在職業方面，表示自己為專業人士的求助者在過往四年(2007-2010 年)平均佔 2.4%升至 2011 年 5.6%，增幅達 57.1%，因此專業外同樣難免因消費出現財務問題。
- 高收入的一群其因消費而欠債亦有明顯增加，過去四年(2007-2010 年)的求助者其月入為 20,000-30,000 平均佔 3.3，而月入為 30,001-50,000 的求助者平均佔 1%，但在 2011 年前者升至 2%，而後者升至 3.9%，升幅達 50%及 48.7%，可見高薪人士會出現因過度消費而欠債的問題。

五、消費而欠債的模式

男性的消費模式	女性的消費模式
<p>1 專家心態</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 男性的求助者中，有不少人花費在一項特定及高技術或高科技的專業產品上，例如智能手機、平板電腦、相機及相機鏡頭等。為了追求最新的型 	<p>1. 收藏家心態</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 女性求助者會花費在衣服及化妝品，有不少個案的求助者甚至會收集某品牌化妝品全線共數十種不同顏色的眼影，她們表示實在不會用所有眼色的眼

<p>號，他們會花費動輒數千，當中男士表示差不多 3 個星期便會轉智能手機一次，要快人一步，買了手機後，會立刻在網上討論區，了解手機的性能及特性，更甚會花數晚的時間，將手機的介面轉為獨特個人化介面，目的是挑戰難度，獲得成功感。</p> <p>2 娛樂消費</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 男性的消費高危一族中，除了消費在一些專門的科技產品上，亦有不少男性求助者表示會花費在「吃、喝、玩、樂」之上，他們表示喜與友人在較高級的餐廳用膳，以及喜與友人飲酒作樂，每次消費接近數千。 	<p>影，但享受收藏的感覺，以此為樂。亦有不少的女士，喜歡收藏鞋，她們認為鞋佔用的空間少，容易貯存，為此，有求助者更表示家中的鞋超過 50 對。</p> <p>2 難於拒絕</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 另一類女性求助者的模式，是難於拒絕售貨員，曾有求助者表示她走入護膚品櫃台，原本無意購買任何產品，售貨員表示可免費協助她分析肌膚，之後售貨員表示已幫她調配獨特的護膚品，若不購買，售貨員就未能交待，求助者表示見那售貨員可憐的模樣，便簽咭買下。又有一些求助者，在美容院做最後一次套票(Package)護理，經售貨員極力推薦及游說，會掏銀包，繼續購買美容套票。問及是否實際需要，求助者認為是怯於拒絕。
--	---

六、消費的原因

6.1 獲得他人認同

男性購買高科技及專業的產品，很多時都會與其他同事在工作間作分享，好讓同事認為他是「手機博士」，當有任何與手機有關的問題，都向他們請教，令他們在朋輩間得到認同及尊重。此外，男性求助者因「面子」而有請客心態，他們認為這些「吃、喝、玩、樂」可以與他人建立關係，這亦有助他們「埋堆」，以更能融化在朋友或同事的圈子內。女性方面，則以減肥瘦身為主，認為「瘦」=「美」，加上香港男少女多，女性在未找到伴侶時有很多負面的標籤，例：中女，為此，女士們都希望打扮出眾，以得到異性的認同。

6.2 工作壓力大

專業人士工作壓力大，不單應付達至銷售達標的要求、顧客的需要、管理下屬等，來自各方的壓力及要求不少，加上工時長(10小時或以上及加班工作)，由於他們有較高的收入，他們願意花費在「吃、喝、玩、樂」之上，用以減壓。

6.3 空洞生活

如上述所言，城市人工作壓力大且工時長，每天只埋首在工作堆中，生活乏味枯燥，致使心靈虛空。求助者以為購買不同的產品，可以填補內心的空虛及打發時間。加上消費主義盛行，產品都以不同的宣傳手法，打造成為我們的「需要」，擁有產品，就可以自我感覺良好。例如某牌子的運動衫及波鞋，及各大電訊公司的手機上網計劃及手提電話等。曾有男性求助者表示，他每天都會往商場走一次，他總會每天給自己買最少一樣物品，無論是書籍、衣服或是零食，他表示物品並非實際需要，只享受那「擁有」的感覺。

6.4 缺乏消遣活動

空洞的生活中，都市人同時缺乏健康的消遣活動，從前的人較多以群體及郊外作休閒消遣活動，例如：遠足、踢波、打籃球或到球場觀看足球賽事。現在大部份人將時間花在上網、玩「面書」等。少了與人聯繫的機會，更遑論在群體生活中，獲得他人的認同，疏離及空虛感更悠然而生。

6.5 消費文化主導

現今社會消費文化盛行，現代人每天離不開消費，日常「衣、食、住、行」皆要用錢。只要在商場逛一逛，你便會發現周遭人士，都會手持他們的「戰利品」。不少人認為消費就是通往快樂生活的途徑。漸漸地，人們接受了消費不單是滿足個人生活基本需要，商人將我們的基本需要「衣、食、住、行」，建立成高消費活動，如近日樓盤廣告，每每打造成「給你一個五星級的家」，「需要」及「想要」概念越趨模糊；且將消費活動，視為生活中重要的一部份，甚至建立了特別的價值觀，例如出現了「早買，早享受」、「先洗未來錢」的觀念。

6.6 電子貨幣、信用咭簽賬分期，易墜債網

社會科技進步，人們的消費模式已由現金消費進入電子貨幣及信用咭年代。八達通消費固然方便，無論搭車、在大型食肆肆進膳

或是超市消費，也可運用，「啱一啱」即可，惟現在八達通以信用咭過數，不知不覺間，消費了不少。曾有例子，求助者每月差不多用\$4000多元信用咭簽賬額作八達通增值，問及他花費的主要項目，求助者也不自知。

加上不少人會以分期形式，以購買心頭好，他們往往持一種觀念「每個月都只供數百元，可以負擔得起」，可是他們也在不知不覺間，需要應付數筆分期付款。再者，現時流行使用信用咭，出現了「先洗未來錢」的狀況。我們曾在輔導熱線中接獲求助，當工作人員建議他不要再依賴使用信用咭的時候，案主斷言拒絕，並表示使用信用咭已是日常生活習慣。故此，他們會簽下龐大的數額用於消費項目上，因未有能力付清咭數，也只好先付最低還款。

6.7 追求良好感覺

在繁瑣及緊張的生活，很多人都感受到生活不受自己所控制，例：人際關係、家庭關係等，為此，產生不少負面情緒，例：委屈、憤怒、無奈……等，因此，在購買不同的東西，求助者在過程中能有一份自己「掌握及控制」的良好感覺。

七、 建議

7.1 鼓勵市民接受理財教育，不論年齡、收入及教育程度，應學習基本理財概念，認識理財的原則及金錢觀念，學習如何控制物慾，以及學習為自己及家庭作出財務上的預算，並且徹實執行。

7.2 中、小及大學應設立基礎的理財教育課程，以學習如何計劃個人的基本開支預算，以及學習如何控制自己的物慾及建立儲蓄習慣。

7.3 面對因消費而欠債，男女都要認清債務背後的問題，不要只處理債務而忽略處理債務背後的壓力管理，如何建立良好的自我認同感及如何與他人建立關係等等問題。

7.4 提醒自己不以消費來減壓或建立關係，而應尋找及建立有的意義生活及興趣作工餘活動。