



新聞稿

如欲垂詢，歡迎聯絡：

Keres Lee, 香港益普索

電話: + 852 9378 7974, 電郵: keres.lee@ipsos.com

## 即時發放

### 感覺不一定是現實：大眾對世界的誤解

益普索最近發表的“感覺的危險”調查報告反映了 40 個國家的民眾對於關鍵的全球問題和他們國家人口特徵的誤解。

主要發現：

- 大多數國家高估了穆斯林在自己國家人口中的比例，而且他們認為穆斯林人口以極高速增長
- 所有國家均低估了他們的快樂程度
- 大多數國家低估了大眾對同性戀、墮胎和婚前性行為的接受程度
- 幾乎所有國家都高估了財富均勻分配的情況

在香港，雖然有些情況與我們的想像有一段距離，但我們有些想法是與現實相符的。

1. **目前的穆斯林人口：**我們大大高估了穆斯林在香港人口中的比例 — 我們認為 10% 的香港人是穆斯林，而實際上只有 2% (1.8%)。
2. **未來的穆斯林人口：**儘管嚴重高估了穆斯林人口，我們認為未來的穆斯林人口將保持穩定，而且到 2020 年時，穆斯林會佔香港人口的 10%。然而，皮尤研究中心預測屆時穆斯林大約只佔香港人口的 2.1%。
3. **快樂程度：**香港人相信現時只有 28% 的人感到快樂。是次研究與 2013 年的“世界價值觀調查”進行比較，發現香港人現時的快樂程度只是當時的 89%。因此，我們相信香港人並沒有完全誤解真實情況，因為調查結果顯示香港人在過去數年來的快樂程度快速下降。
4. **同性戀：**受訪者也嚴重低估了香港人對同性戀的接受程度。受訪者認為近一半 (49%) 的香港人在道德上不接受同性戀，但實際情況只有 32%，比想像中的少三分之一。
5. **婚前性行為：**我們對婚前性行為的看法稍為過份悲觀 — 我們估計三分之一 (34%) 的香港人會認為婚前性行為在道德上是不可接受的，而實際情況只有 23%。

6. **墮胎**：我們還高估了反對墮胎的人數 — 我們估計一半（50%）的人會認為墮胎在道德上是不可接受的，但實際上只有三分之一（33%）的人反對。
7. **業主**：對於香港的自置居所水平，我們評估得最準確。我們認為少於一半的香港家庭（46%）擁有自己的住宅，而實際情況有 50%。也許不足為奇的是，在所調查的 40 個國家中，只有兩個國家的實際自置居所水平比香港低：哥倫比亞（39%）和德國（45%）。
8. **保健支出**：我們估計的保健支出是實際的四倍。我們認為香港人把 21% 的本地生產總值用於保健支出（包括私人醫療保健和公共醫療保健計劃），而實際上我們只花費 5%。
9. **目前的人口**：像許多其他國家的情況一樣，我們對香港人口的估算相當準確 - 我們的平均猜測是 800 萬，而實際人口約為 731 萬。
10. **未來的人口**：然而，我們對於預測人口增長稍為過分自信。我們認為到 2050 年香港人口將有 1000 萬，但聯合國預測我們只有 815 萬。
11. **特朗普**：是次調查是在美國總統大選前一個月進行的，因此我們問及受訪者認為誰會勝出。我們和絕大多數國家以及權威人士都一樣估計錯誤：61% 的人認為希拉莉會贏，只有 16% 的人認為特朗普會勝出。香港也不例外，73% 的人認為希拉莉會贏。

然而，香港在識別現實和預測未來方面的表現並不是最差。事實上，我們的“無知指數”在 40 個國家中排名第 24 位。看看受訪的 40 個國家，會發現更多的誤解...

1. **目前的穆斯林人口**：許多國家均大大高估了穆斯林在他們國家的人口。例如，在法國，受訪者平均猜測穆斯林佔總人口的 31%，而實際上是 7.5%。其他西歐國家如德國、意大利和比利時估計的人口也是遠遠多於實際情況。美國和加拿大同樣不準確，平均猜測為 17%，但實際數字分別為 1% 和 3.2%。另一方面，穆斯林人口極高的國家卻低估了該數字：例如，在土耳其，穆斯林的實際人口為 98%，但平均估計為 81%。
2. **未來穆斯林人口**：這些國家亦嚴重高估了未來四年穆斯林人口的增長水平。在法國，受訪者平均猜測穆斯林在 2020 年會佔總人口的 40%，實際預測為 8.3%（從目前 7.5% 的水平僅增加 0.8%）。意大利、比利時和德國也大大高估了穆斯林人口的增長。美國亦有相似的情況，平均猜測為 23%，而實際預測為 1.1%。
3. **快樂程度**：全球的受訪者對快樂程度的看法均非常悲觀。在受訪的 40 個國家中，人們平均猜測 44% 的人口感到快樂，但實際數字是 86%，幾乎是前者的兩倍。韓國的平均猜測（24%）更處於令人難以置信的低水平，但最近的一個調查則指出實際上有 90% 的人感到快樂。
4. **同性戀**：人們傾向低估大眾對同性戀的接受程度，特別是在歐洲國家。在荷蘭，受訪者平均猜測 36% 的人口認為同性戀在道德上是不可接受的，但實際上只有 5%。在捷克共和國、德國和西班牙也有類似的發現。在印尼，人們幾乎普遍反對同性戀（93%），但受訪者平均猜測 79% 的人不接受同性戀，比實際數字少 14%。對於同性戀的接受程度，研究反映了國家之間廣泛的意見，不但顯示了人們對該地區人口想法

的猜測，而且透露了實際情況。例如，在俄羅斯，受訪者猜測 79% 的人認為同性戀是不可接受的，而實際數字為 72%。相反，在挪威，受訪者平均認為只有 22% 的人口不接受同性戀（實際數字低得多，為 5 %）。

5. **婚前性行為：**荷蘭人最有可能低估了他們的國家對婚前性行為的接受程度。他們平均猜測 34% 的人會認為婚前性行為在道德上是不可接受的，而實際數字只有 5%。在土耳其，反對婚前性行為的實際人口非常高（91%），但平均猜測則相當低，只有 72%。
6. **墮胎：**當受訪者估計在道德上不接受墮胎的人口比例時，他們傾向高估了該數字。例如，在荷蘭，人們猜測 37% 的人口會認為墮胎在道德上是不可接受的，而實際上只有 8%。美國則出乎意料地估計得非常準確：他們猜測有 48% 的人反對墮胎，而實際數字是 49%，這可能是因為美國人對墮胎的高調討論，才有如此準確的估計。
7. **業主：**全球的受訪者均傾向嚴重低估擁有或將會購買住宅的家庭數目。英國人認為只有 49% 的人擁有或將會購買住宅，實際上有 68% 的人是業主。印度的猜測是最不準確的，他們認為只有 44 % 的人擁有/將會購買住宅，而實際上是 87%。這可能反映了網上問卷調查的性質：在印度中產階級的市中心置業的壓力不斷有顯著增長，但在市中心外的置業率卻是非常高。
8. **保健支出：**一般來說，人們高估了國家的保健支出。在研究的所有國家中，我們認為 21% 的國內生產總值會用於保健支出，而實際只有 8%。估計最不準確的國家是印尼和馬來西亞，他們均認為 30% 以上的國內生產總值會用於保健，但實際數字是單位數，例如印尼只有 3%。
9. **目前的人口：**在是次研究中，受訪者對於幾個方面的估計非常準確，其中包括估計國家總人口。在大多數情況下，人們的估計數字與實際數字的差距在 5% 以內，而德國的受訪者普遍均能確定他們的實際人口為 8200 萬。
10. **未來的人口：**雖然受訪者一般都能非常準確地猜測國家目前的人口數字，但卻未能準確預測 2050 年的人口。例如，台灣的受訪者預計總人口將在 2050 年顯著增加，但聯合國則預測當地的人口會縮減，而台灣人的預計比聯合國預期的數字多 32%。另一方面，美國未來人口的增長則超過美國人的預期：聯合國估計，到 2050 年美國將有 3.89 億人，但受訪者平均猜測屆時只有 3.51 億人，比聯合國預測少 10%，即 3800 萬人。只有英國和菲律賓能作出準確預測：例如，英國預計其人口將從目前的約 6300 萬增長到 7500 萬，與聯合國的預測相同。
11. **特朗普：**只有三個國家有更多的人預計特朗普會在總統大選中勝出：俄羅斯、塞爾維亞和中國。俄羅斯的受訪者特別肯定特朗普會獲勝：50% 的人選擇特朗普，只有 29% 選擇希拉莉。世界各地的人最終對選舉結果感到震驚，其實是不足為奇的，因為其他國家有不少人都認為希拉莉會獲勝：在墨西哥、哥倫比亞、智利、韓國和挪威，有多於 80% 的人預計希拉莉會勝出。雖然美國預測希拉莉會獲勝的比率在這些國家中是最低，但認為希拉莉會獲勝的人（50%）依然是特朗普（26 %）的兩倍。

對於現實情況的五個問題，我們發現看法準確的國家有明確的特徵。為了更清晰顯示結果，我們計算了益普索的“無知指數”，如下表所示。

印度對這些問題的看法最不準確的，而中國和美國也位於前列。荷蘭則是最準確的，其次是英國，韓國排名第三。

| 排名 | 國家       |      |
|----|----------|------|
| 1  | 印度       | 最不準確 |
| 2  | 中國       |      |
| 3  | 台灣       |      |
| 4  | 南非       |      |
| 5  | 美國       |      |
| 6  | 巴西       |      |
| 7  | 泰國       |      |
| 8  | 新加坡      |      |
| 9  | 土耳其      |      |
| 10 | 印尼       |      |
| 11 | 墨西哥      |      |
| 12 | 加拿大      |      |
| 13 | 蒙特內哥羅共和國 |      |
| 14 | 俄羅斯      |      |
| 15 | 塞爾維亞     |      |
| 16 | 菲律賓      |      |
| 17 | 香港       |      |
| 18 | 以色列      |      |
| 19 | 丹麥       |      |
| 20 | 阿根廷      |      |
| 21 | 法國       |      |
| 22 | 越南       |      |
| 23 | 秘魯       |      |
| 24 | 西班牙      |      |
| 25 | 智利       |      |
| 26 | 匈牙利      |      |
| 27 | 日本       |      |
| 28 | 比利時      |      |
| 29 | 波蘭       |      |
| 30 | 哥倫比亞     |      |
| 31 | 瑞典       |      |
| 32 | 挪威       |      |
| 33 | 意大利      |      |
| 34 | 德國       |      |
| 35 | 澳洲       |      |
| 36 | 馬來西亞     |      |
| 37 | 捷克共和國    |      |
| 38 | 韓國       |      |
| 39 | 英國       |      |
| 40 | 荷蘭       | 最準確  |

## 倫敦益普索 — 莫里公司社會研究機構董事總經理杜菲 (Bobby Duffy) 表示：

「在是次研究的 40 個國家中，每個國家的人都有很多錯誤的想法。我們通常會對媒體廣泛討論的議題產生錯誤認知，例如穆斯林的人口比例和貧富不均等問題。我們從以前的研究中知道這是因為我們放大了自己擔心的問題。

在這項新的研究中，我們也發現大眾對快樂程度，以及一些具爭議性的問題如同性戀、婚前性行為和墮胎的看法過份悲觀。在許多國家，特別是在西方，人們傾向認為大眾過著悲慘的生活和不曾包容他人。這點是很重要的，因為這樣的想法會影響到他們對其他事情的看法和行為。

我們亦有一些錯誤的想法，導致我們較注意某些問題：例如，我們傾向低估大眾的自置居所水平。我們清楚知道在許多國家，人們負擔房屋的壓力是一個嚴重的問題，但我們低估了有多少人仍然有能力置業。

有多種原因導致這些錯誤：如簡單的數學和比例問題、媒體報導的問題、社會心理學上的心理捷徑或偏見等。從我們的“無知指數”中也可以清楚看到，表現差的國家的互聯網滲透率相對較低。鑑於是次研究是以網絡問卷作調查，這將反映可以使用網絡的中產階級認為他們國家其餘的人的情況更貼近現實。」

### 【給編輯的話】

- 如需更多資訊，請聯絡 Hannah Millard，電話：0203 059 4646。

### 技術說明：

- 以上是益普索 — 莫里 (Ipsos MORI) 2016 年“感覺的危險”調查報告的調查結果，是次調查於 2016 年 9 月 22 日至 11 月 6 日間進行了 27,250 次訪問。
- 調查透過益普索網上系統在世界 40 個國家進行，包括阿根廷、澳洲、比利時、巴西、加拿大、智利、中國、哥倫比亞、丹麥、法國、德國、英國、香港、匈牙利、印度、印尼、以色列、意大利、日本、馬來西亞、墨西哥、秘魯、菲律賓、波蘭、俄羅斯、新加坡、南非、韓國、西班牙、瑞典、台灣、泰國、土耳其、美國、越南。以下國家則使用網上問卷或面對面訪問形式：包括捷克共和國、蒙特內哥羅共和國、荷蘭、挪威、塞爾維亞。
- 大約有 1000 名年齡為 16-64 歲或 18-64 歲的受訪者在澳洲、巴西、加拿大、中國、法國、德國、英國、意大利、日本、西班牙和美國接受了訪問；大約 800 名年齡為 18-64 歲的受訪者在蒙特內哥羅共和國、荷蘭、挪威和塞爾維亞接受了訪問。在其餘國家中調查了大約 500 名年齡為 16-64 歲或 18-64 歲的受訪者。
- 每個問題的“實際”數據取自各種經過實證的資料來源，包括世界價值觀調查和皮尤研究中心。完整的資料來源/實際數據可以在這裡找到。
- “取態”數據是在 2016 年 9 月至 11 月期間進行的不同的個別調查中收集得來（目前未有提供資料來源）。所有數據使用了網上、電話或面對面訪問的形式收集。
- 如果數據結果總和不等於 100，可能是由於計算機捨入問題、受訪者選取了多個答案或排除了回答“不知道”的回應或“沒有回應”。
- 數據經過加權以配合整體的人口結構。

## 關於益普索

益普索 (Ipsos) 是一間由研究專業人士擁有並管理的獨立市場研究集團。1975 年成立於法國巴黎，益普索 (Ipsos) 已發展為全球研究集團，在世界各個主要市場佔一席位，成為全球第三大國際市場研究公司。

益普索 (Ipsos) 目前於全球 87 個國家設有分公司，於五大研究範疇包括品牌, 廣告及媒體，顧客忠誠，市場營銷，公共事務研究及問卷管理上提供具洞察力的專業服務。

益普索 (Ipsos) 研究人員評估市場潛力及詮釋市場趨勢。我們發展及擴大品牌，為客戶建立與顧客的長遠關係。我們測試廣告效力，研究大眾對不同媒體的反應，並於世界各地評估公眾意見。

益普索 (Ipsos) 於 1999 年在巴黎上市，並於 2015 年獲得€17.853 億的全球收益 (\$19.81 億)。

如欲進一步認識益普索，請瀏覽 [www.ipsoshk.com](http://www.ipsoshk.com)。