



# 新聞稿 - 即時發放

## 香港人大大低估年輕人的自殺率

### Ipsos 益普索「感覺的危險」2017 全球調查報告

香港，2017 年 12 月 6 日 — 益普索最近發表的「感覺的危險」調查報告顯示受訪的亞太地區包括新加坡、中國、香港、南韓、馬來西亞、日本、印尼、印度、菲律賓、澳洲和紐西蘭。

香港益普索董事總經理 Mick Gordon 表示：「香港在多方面的表現，例如謀殺、恐怖襲擊的死亡率、青少年懷孕和市民健康情況都較受訪者預期的好，香港人亦能準確預計一些重要問題，但他們遠低估了本地的自殺情況。」

1. **良好健康**：香港人低估了自己的健康情況。我們覺得 41%的人認為自己的健康良好或非常好，但實際上有 58%的人認為自己的健康良好或非常好。亞太地區平均有 55%的人認為自己的健康良好或非常好，而認為自己健康差的有 9%。
2. **青少年懷孕**：我們遠高估了亞太區 15-19 歲少女的懷孕率。香港人認為 15-19 歲少女的懷孕率有 10%，但實際上只有 0.3%。
3. **面書用戶**：所有地區都高估了面書的用戶數量。大家估計有 82%的 13 歲或以上的香港市民是面書用戶，但實際上只有 65%。亞太區則是 71%。
4. **汽車**：大部分地區都高估了每 100 名中擁有已登記車輛的人數。香港人認為是 33%，但實際上只有 7%。亞太區則平均是 84%。
5. **自殺**：香港人大大低估了年輕人自殺死亡的比率。香港人估計因自殺而亡的 15-24 歲年輕女性有 14%，但實際上有 50%；香港人估計因自殺而亡的年輕男性有 14%，但實際上有 38.4%。
6. **疫苗**：亞太地區對疫苗與自閉症的關聯的認知有差異。在香港，儘管以下的說法備受質疑，但有 22%的人認為「在健康的兒童身上，疫苗與自閉症是有關聯」這說法是對的，50%的人說不知道，28%的人認為是錯的；在亞太地區則有 22%的人認為這是對的，36%的人認為是錯的。
7. **相信天堂、地獄和神**：在宗教信仰方面，各地區的意見不一。香港人較預期中虔誠。我們認為 41%的香港人相信神，實際數字則是 49%。亞太區則平均有 60%的人相信神。

欲知有關香港的詳細結果，請瀏覽 [www.perils.ipsos.com](http://www.perils.ipsos.com)

亞太地區的一些重要結果如下：

- 只有 17%的人認為自己國家的謀殺率較 2000 年的低。但實際上，大部分地區的謀殺率都有顯著的下跌，平均下跌了 49%。
- 只有 19%的人認為在過去 15 年間因恐怖襲擊而死亡的個案較 15 年前少。其實，在 11 個受訪的亞太地區中，這些個案減少了 15%。
- 大部分人都高估了自己國家外國囚犯的數字。大家平均估計有 22%，但實際上只有 9%。
- 大部分人都遠高估了青少年懷孕的情況。整體來說，大家平均估計每年有 21%的少女懷孕，但實際數字則是不足 2%。菲律賓少女懷孕的情況是在受訪地區中最嚴重的。菲律賓人估計每年有 40%少女懷孕，但實際只有 6.3%。
- 在亞太地區中，每 10 個人中有 6 個人不肯定或相信在健康的兒童身上，疫苗與自閉症是有關聯的，儘管這說法備受質疑。只有 36%的人認為這說法是錯的。
- 亞太區受訪者認為美國是酗酒最嚴重的國家，但美國只是排行 13。只有很少人選擇比利時為酒精消費量最高的國家。澳洲與南韓人都覺得自己的國家是酗酒的國家，幾乎每 10 個人中就有 6 個人選擇自己的國家是頭三個酒精消費量最高的國家。
- 大家都準確地選擇美國為最嗜甜的國家，調查結果大幅拋離其他國家。
- 大家都高估了大家與科技的聯繫。大家平均估計亞太區 71%的人有面書帳戶，但其實只有 42%的人有（中國除外）。
- 所有人都高估了自己國家糖尿病的情況。亞太區的受訪者認為當地有 35%的人患有糖尿病，但實際只有 8%。
- 香港與南韓都大大低估了當地青少年自殺的嚴重性。

全球的重要結果如下：

- 只有 7%人認為自己國家的謀殺率較 2000 年的低。但實際上，大部分地區的謀殺率都有顯著的下跌，平均下跌了 29%。
- 只有 19%的人認為在過去 15 年間因恐怖襲擊而死亡的個案較 15 年前少。其實，在大部分地區，因恐怖襲擊而死亡的個案大幅下降，只是 15 年前的一半。
- 大部分人都高估了自己國家外國囚犯的數字。大家平均估計有 22%，但實際上只有 15%。
- 大部分人都遠高估了青少年懷孕的情況。整體來說，大家平均估計每年有 20%的少女懷孕，但實際數字只是 2%。有些國家的人估計每年有大概 50%的少女懷孕，但最高的統計數字只有 6.7%。
- 每 10 個人中有 6 個人不肯定或相信在健康的兒童身上，疫苗與自閉症是有關聯，儘管這說法備受質疑。只有 42%的人認為這說法是錯的。
- 俄羅斯被選為酗酒最嚴重的國家，但俄羅斯只是排行第 7。只有很少人選擇比利時為酒精消費量最高的國家。
- 大家都準確地選擇美國為最嗜甜的國家，調查結果大幅拋離其他國家。
- 大家都高估了大家與科技的聯繫。大家平均估計有 75%的人有面書帳戶，但其實只有 46%的人有。

欲知詳細結果，請瀏覽 [www.perils.ipsos.com](http://www.perils.ipsos.com)

對於現實情況的七個問題，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。

在亞太區，菲律賓對這些問題的看法最不準確，新加坡則是最準確的。

38 個國家排名	亞太區排名	國家	
3	1	菲律賓	最不準確
5	2	印度	
6	3	印尼	
14	4	日本	
15	5	馬來西亞	
17	6	南韓	
19	7	紐西蘭	
21	8	香港	
26	9	澳洲	
27	10	中國	
28	11	新加坡	最準確

整體上，南非對這些問題的看法最不準確，巴西與印度都位居前列；瑞典則是最準確的，緊接挪威，丹麥第三。

排名	國家	
1	南非	最不準確
2	巴西	
3	菲律賓	
4	秘魯	
5	印度	
6	印尼	
7	哥倫比亞	
8	墨西哥	
9	土耳其	
10	沙特阿拉伯	
11	阿根廷	
12	意大利	
13	智利	
14	日本	

15	馬來西亞	
16	法國	
17	南韓	
18	匈牙利	
19	紐西蘭	
20	荷蘭	
21	香港	
22	波蘭	
23	美國	
24	俄羅斯	
25	德國	
26	澳洲	
27	中國	
28	新加坡	
29	以色列	
30	英國	
31	比利時	
32	加拿大	
33	塞爾維亞	
34	蒙特內哥羅共和國	
35	西班牙	
36	丹麥	
37	挪威	
38	瑞典	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 38 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，例如恐怖襲擊的死亡率、謀殺率、移民與青少年懷孕。有多種原因導致這些錯誤，從基本的數學與比例問題，到媒體涵蓋範圍，以至社會心理學上的心理捷徑或偏見都是原因之一。我們從以前的研究中知道這部分是因為我們放大了自己擔心的問題。該議題的涵蓋面愈大，我們就會認為該議題愈普遍，特別是當那問題會對我們構成威脅時。我們的大腦處理負面信息時，負面信息會長期影響我們對現實的觀感。我們會更加擔心自己國家的情況及改變。有些觀感也會影響我們的決定，例如，當我們不肯定「在健康的兒童身上，疫苗與自閉症是有關聯，儘管這說法備受質疑。」是否正確時，這會影響我們的決定，因此，市民的健康情況亦受影響。同時，我們對其他國家的觀感與現實都出現偏差：俄羅斯與美國被視為酗酒國，大多是被因為在電影或其他娛樂產業中見到的影響，而比利時則是因甚少特寫酒精而沒被選擇。但當然也有觀感與現實相符的時候，例如：美國被選為最嗜甜的國家。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。」

技術說明：

- 以上是益普索 2017 年「感覺的危險」調查報告的調查結果，是次調查於 2017 年 9 月 28 日至 10 月 19 日間進行了 29,133 次訪問。
- 調查透過益普索網上系統在世界 38 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、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、沙特阿拉伯、新加坡、南非、南韓、西班牙、瑞典、土耳其、英國、美國。以下國家則使用網上問卷或面對面訪問形式：包括蒙特內哥羅共和國、荷蘭、挪威和塞爾維亞。
- 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、香港、印尼、意大利、日本、蒙特內哥羅共和國、挪威、俄羅斯、塞爾維亞、西班牙、英國和美國接受了訪問；大約 2000 名年齡為 16-64 歲的受訪者在德國接受了訪問。在其餘國家中調查了大約 500 名年齡為 16-64 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。完整的資料來源或實際數據可以在這裡找到 [www.perils.ipsos.com](http://www.perils.ipsos.com)
- 如果數據結果總和不等於 100，可能是由於電腦捨入問題、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)是全球領先的市場研究集團，於1975年成立於法國巴黎，1999年在巴黎上市，是全球唯一由研究專業人士擁有並管理的市場研究集團。

益普索(Ipsos)於2011年10月收購思緯(Synovate)，成為全球第三大國際市場研究公司，目前擁有約16,000名員工，5,000多個客戶，每年在全球84個國家和地區開展超過7千萬次的訪問、執行100,000多個項目。

益普索(Ipsos)亞太區在大中華區、東北亞、東南亞、印度、新西蘭及澳洲等地區設有分公司，擁有超過4,000名專業人員，並正迅速擴展網絡。

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