

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

投稿類別：本土關懷類

篇名：

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

作者：

莊呈浩 海星國小 六年忠班

陳品睿 海星國小 六年忠班

吳柏滄 海星國小 六年仁班

葉品杰 海星國小 六年仁班

指導老師：

蔡淑娟 老師

李冠勳 老師

## 壹、前言

### 一、研究動機

社會課時我們學到「生產與消費」和「理財與投資」單元時讓我們更了解金錢的運用。最近常聽爸媽談論每天買菜或飲食的花費增加許多，讓荷包縮水了。當我們到超市購物時常常發現蛋架上的蛋早已淨空，蛋價也飆升不已。買飲料時雖然價格不變飲料杯卻變瘦了，於是引發我們想研究物價上漲對我們生活的影響。

### 二、研究目的

- (一)了解物價上漲的因素
- (二)了解物價變動的情形。
- (三)探討物價上漲對生活的影響。

## 貳、正文

### 一、物價上漲的原因

台灣近幾年似乎隔一段時間就會出現「物價之亂」。2021 年的衛生紙之亂，2022 年過年的雞蛋之亂，尤其是 2022 年初到現在，各項民生物資價格更是齊聲上揚。

我們在新聞及網路中查詢了許多資料後發現，物價上漲是由多項因素造成。當需求大於供給造成通貨膨脹以外，另一個成因就是「生產成本上漲」。台灣倚賴國外進口原料加工生產是主要的經濟來源。舉凡工業原料、半導體原料到民生必需品，樣樣幾乎都仰賴海運、空運進口。近兩年來因為塞港、塞船、缺櫃導致運輸不順，加上全世界因為天候狀況頻頻，導致農糧短缺效應，在在影響到原物料的進口價格居高不下，銷售價格自然也壓不下來，2022 年初軍公教調薪、勞工基本工資的調漲，也都助長了成本的上升。

消費者物價指數反映生活成本。當消費者物價指數上升時，一般家庭需要花費更多的金錢才能維持相同的生活水準。物價持續上升、生活成本提高，則不僅購買力受到影響，也將打亂對未來經濟活動的規劃，造成有感的經濟傷害。

### 二、名詞解釋

- (一)通貨：反映整體經濟活動情況的重要指標。
- (二)通貨膨脹：本意為貨幣流通數量增加，但也指整體物價水準持續上漲，人們的購買力下降的經濟現象。
- (三)消費者物價指數：反映與居民生活有關的產品及勞務價格統計出來的物價變動指標，以百分比變化為表達形式，它是衡量通貨膨脹的主要指標之一。
- (四)購買力：取得貨幣收入之後購買貨品和服務的能力。
- (五)生產成本：企業為生產產生而發生的成本。

## 參、研究方法

### 一、研究架構



### 二、研究方法及對象

## 後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

### (一)研究對象

- 1.花蓮餐飲店家。
- 2.花蓮地區民眾為主要調查對象。

### (二)研究方法

- 1.圖書館查找資料。
- 2.上網蒐集相關資訊。
- 3.市場行情調查。
- 4.設計問卷，問卷調查及分析。

## 肆、研究分析與結果

### 一、花蓮物價變動情形調查

#### (一)物價變動的情形

我們以花蓮代表性的餐飲業為主要調查對象，進行網路資料蒐集及實際採訪。我們將調查對象分類為早餐、小吃、便當、餐館、甜點飲料、伴手禮六類。調查結果如表 1。

表 1：花蓮代表性餐飲業價格變動調查表

序	類別	店名	代表品項	漲調前價格／元	現在價格／元	漲幅%
1	早餐	後山老張燒餅店	鹹酥餅	12	15	25%
2	早餐	春龍福(慈惠堂米粉炒)	炒米粉(大)	50	55	10%
3	早餐	美崙紅茶	紅茶(大)	25	30	20%
4	早餐	美崙紅茶	原味蛋餅	25	25	0%
5	早餐	美崙紅茶	高麗菜蛋餅	30	35	17%
6	早餐	張瑋烤肉蛋吐司	總匯烤肉蛋吐司	75	80	7%
7	早餐	錢記早餐	炒麵(小)	40	50	25%
8	小吃	大同蘭陽米粉羹	米粉羹	40	45	13%
9	小吃	帝君廟米粉羹	米粉羹	35	40	14%
10	小吃	帝君廟米粉羹	茶葉蛋	10	15	50%
11	小吃	公正街包子	小籠包	5	5	0%
12	小吃	炸蛋蔥油餅 黃車	炸蛋蔥油餅	35	40	14%
13	小吃	海埔蚵仔煎	蚵仔煎	60	70	17%
14	小吃	福建街香腸	香腸	25	25	0%
15	小吃	福建街香腸	糯米腸	50	50	0%
16	小吃	蔣家棺材板	鳳梨蝦球	65	70	8%
17	小吃	玉里橋頭臭豆腐	臭豆腐	15 元/塊	20 元/塊	33%
18	小吃	花蓮廟口素食臭豆腐	臭豆腐	50	55	10%
19	便當	台富便當	梅花豬排便當	85	90	6%
20	便當	悟饕池上飯包	招牌飯包	75	80	7%

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

序	類別	店名	代表品項	漲調前價格／元	現在價格／元	漲幅%
21	便當	悟饕池上飯包	炸雞腿便當	95	110	16%
22	便當	熱海排骨大王	排骨便當	85	95	12%
23	便當	麗池飯包	招牌飯包	90	95	6%
24	餐館	山西刀削麵食館	牛肉炒麵	90	100	11%
25	餐館	日式鐵道拉麵/咖哩	炸豬排咖哩飯	170	180	6%
26	餐館	田村壽司	綜合花壽司	70	75	7%
27	餐館	河南砂鍋手工扯麵	番茄蛋麵	50	55	10%
28	餐館	液香扁食	扁食湯	70	75	7%
29	餐館	單一純賣雞湯小卷米粉	雞湯小卷米粉	90	100	11%
30	餐館	進豐街古早麵	乾意麵	45	50	11%
31	餐館	溪村的家	大肉燥飯+蛋	60	60	0%
32	餐館	慶豐麵店	慶豐麵	75	80	7%
33	餐館	膝蓋麵店	鹹豬肉炒飯	90	90	0%
34	餐館	鄭師父	臘味炒飯	100	110	10%
35	餐館	鵝肉先生	鵝肉	480/斤	480/斤	0%
36	餐館	滇緬玉美食	椒麻雞簡餐	120	130	8%
37	甜點飲料	三立冰淇淋	黑糖剉冰	50	60	20%
38	甜點飲料	三立冰淇淋	綜合冰淇淋	120	150	25%
39	甜點飲料	弘宇蛋糕專賣店	經典芋泥奶酪	300	300	0%
40	甜點飲料	向日葵手工粉圓	芋頭沙牛奶	55	65	18%
41	甜點飲料	向日葵手工粉圓	黑糖鮮奶珍珠	55	55	0%
42	甜點飲料	明新冰菓店	三豆冰	50	55	10%
43	伴手禮	花蓮郭火腿	手工煙燻火腿 900g	600	690	15%
44	伴手禮	郭榮市手工火腿	手工火腿 1200g	920	970	5%
45	伴手禮	曾記麻糬	手工麻糬（紅豆/花生）	18	19	6%

我們一共調查了 45 家店家，調查結果發現漲幅最高為茶葉蛋的 50%，橋頭臭豆腐次之為 33%。在每日的飲食中蛋幾乎是不可或缺的，而 50% 的漲幅，讓我們更能深刻地感受到物價的波動。在表 1 中也可以發現其中有 9 家店家並未漲價，但我們實地去購買時發現有些店家價格雖未上漲卻把量減少了。我們實地的訪問店家，詢問有關漲價的因素，店家表示市場緊張造成原物料短缺價格上揚，成本增加就會反應到售價上了。

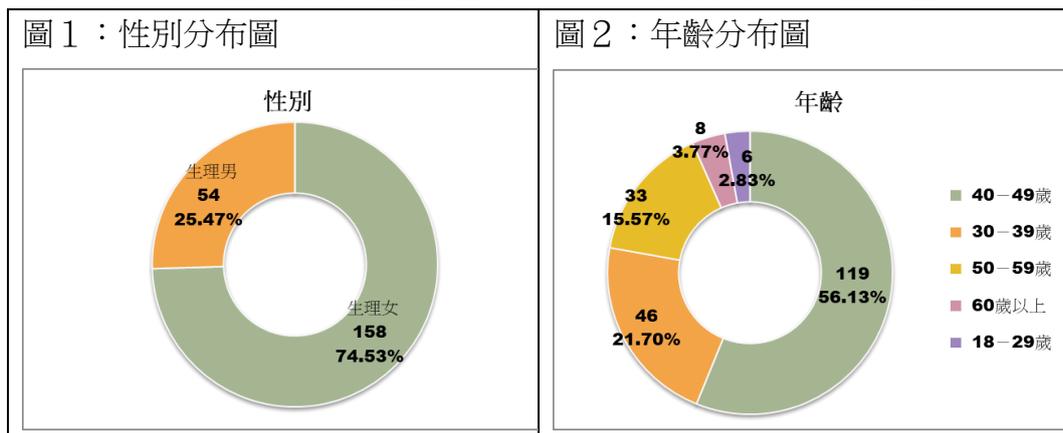
## (二)物價上漲對花蓮民眾生活的影

為了瞭解物價變動對花蓮地區民眾生活的影響，我們針對以花蓮為主要生活區域之 18 歲以上民眾進行了問卷調查，於 2022 年 9 月 12 日至 9 月 16 日期間，共收集 214 份問卷，扣除非調查對象之間卷後，得 212 份有效問卷，有效樣本比率為 99%，統計資料分析與結果、意義如後。

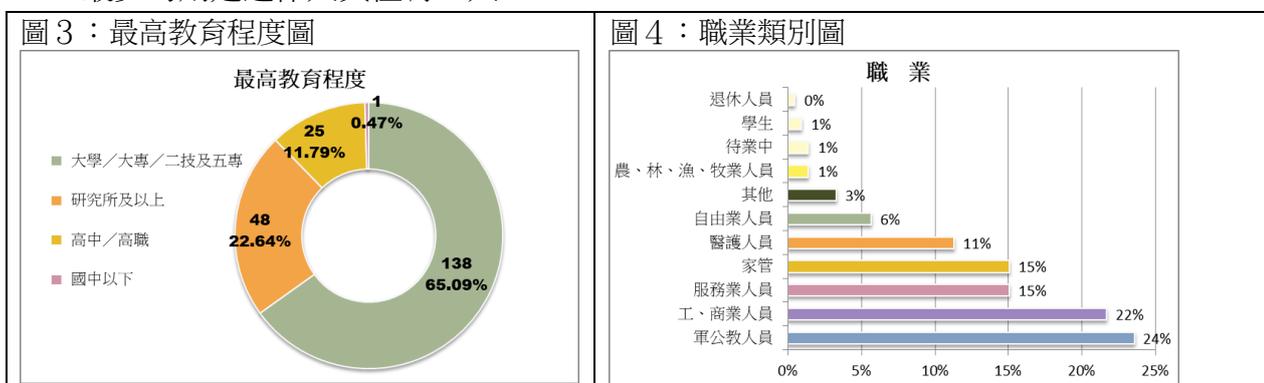
### 1. 第一部分——受訪者基本資料

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

- (1) 性別：樣本中生理女性樣本有 158 位，占總樣本數的 74.53%；生理男性有 54 位，占總樣本數的 25.47%。
- (2) 年齡：以 40-49 歲的樣本為主，占了 56.13%；其次為 30-39 歲，占 21.7%。

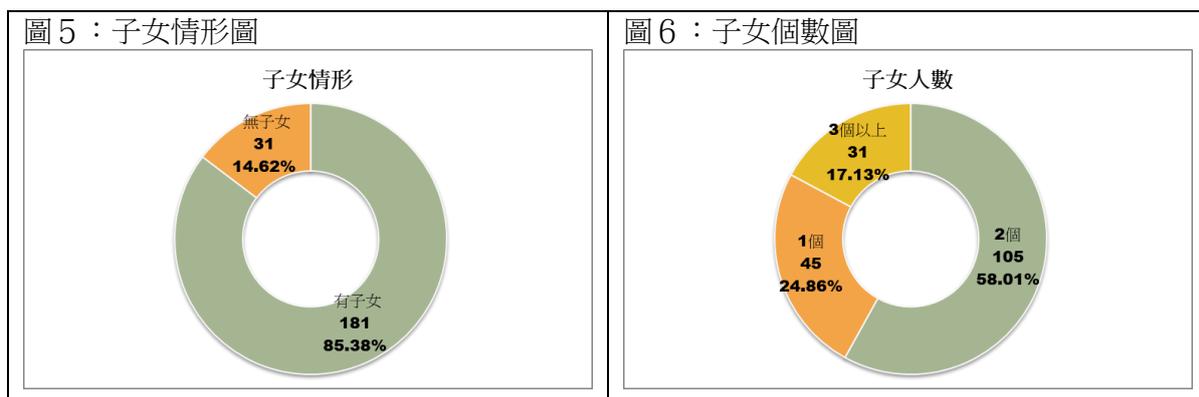


- (3) 最高教育程度：以大學／大專／二技及五專學歷最多占 56.09%，其次為研究所以上的占 22.64%。
- (4) 職業：以軍公教人員 40~49 數為最多占 23.58%，其次為工商業人員占 21.7%，最少的則是退休人員僅有 1 人。



- (5) 婚姻狀態：已婚者占 83.96%；單身者占 16.04%。
- (6) 子女情形：不論已婚或單身者，有子女者為 181 位占 85.38%，無子女者 31 位占 14.62%；其中 181 位有子女者，以 2 名子女占多數 58.01%，其次為 1 名子女占 24.86%，3 名子女則占 17.13%。

在基本資料中發現，受訪者較多的是女性，其中 40~49 歲最多，次之為 30~39 歲的，第三為 50~59 歲，這些正是主要社會階層中主要的勞動人口，而且大多為家中的經濟分配者，所以更能深刻的感受物價的波動。



後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

第二部分--物價上漲對花蓮民眾日常花費及消費行為模式之影響

- (1) 請問您是否感受到近期物價上漲？
- (2) 請問您日常花費主要是用於下列哪些項目？（複選）

圖 7：物價上漲感受圖

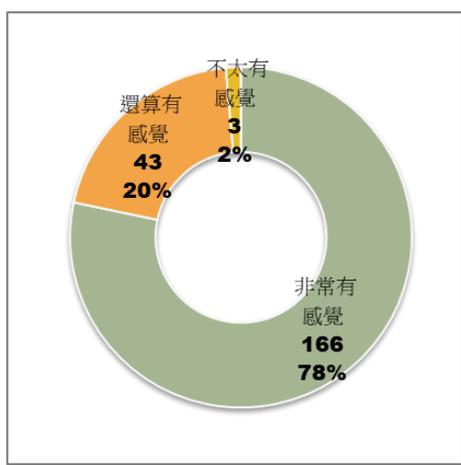
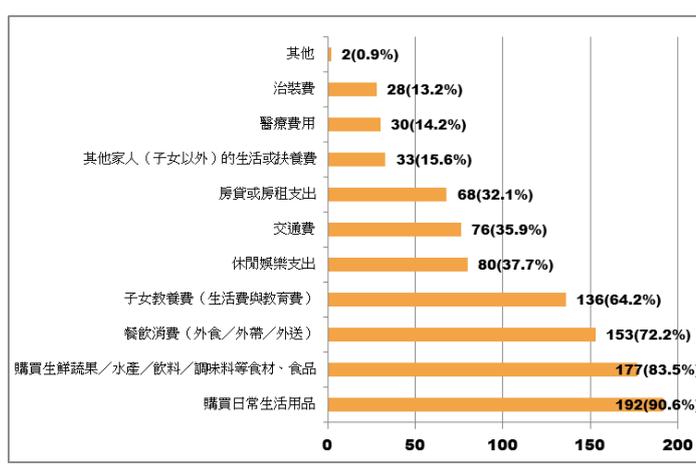


圖 8：日常花費項目圖



調查結果顯示，民眾日常較主要的花費項目前三大項分別是「購買日常生活用品」(90.6%)、「購買生鮮蔬果/水產/飲料/調味料等食材、食品」(83.5%)以及「餐飲消費(外食/外帶/外送)」(72.2%)。這些消費項目都是近期物價頻頻上漲的類別，也因此與民生如此貼近的情況下，78%民眾對於近期物價的上漲非常有感覺。

- (3) 請問您半年內曾有哪些大型的消費支出？（複選）
- (4) 請問與半年前相比，您每月總支出是否有增加？

圖 9：大型消費支出圖

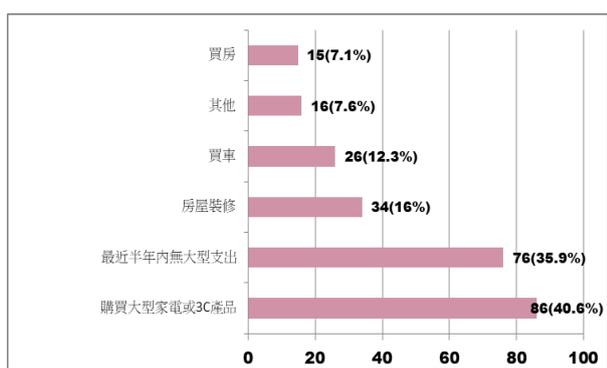
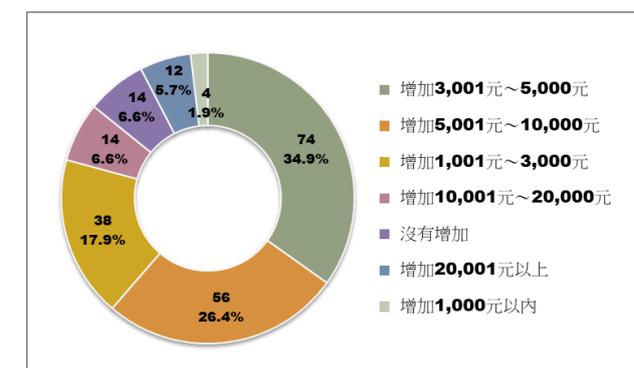
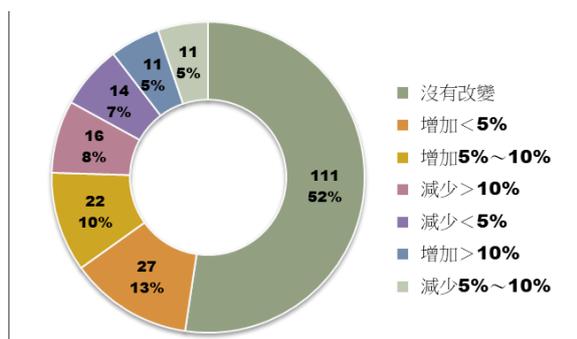


圖 10：每月總支出增加圖



- (5) 請問與半年前相比，您每月總收入是否有增減？

圖 11：總收入增減圖



調查結果也指出，若與半年前相比，不到一成（8.5%）民眾每月總支出沒有

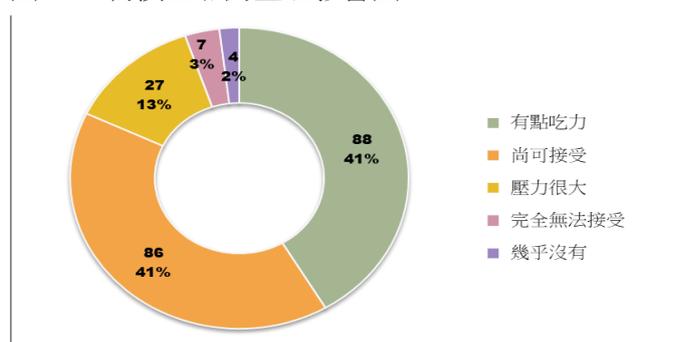
後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

增加或增加在 1000 元以下（沒有增加 6.6%、增加 1000 元以內 1.9%）；高達九成以上花蓮民眾近半年每月總支出增加超過 1000 元，而 3001 元~5000 元為最多數每月總支出所增加的金額，占比 34.9%；其次依序為 5001 元~10000 元（26.4%）、1001 元~3000 元（17.9%）、10001 元 ~20000 元（6.6%）與 20001 元以上（5.7%）。

若再從由民眾每月總收入增減情形來看，近半年內只有 28% 民眾每月總收入有增加，而增加幅度多在 5% 以內（13%），高達七成民眾（72%）每月總收入為維持不變或減少（沒有改變 52%、減少 20%），顯示多數花蓮民眾每月總收入在維持不變甚至減少的情況下，因物價上漲而需增加支出費用。

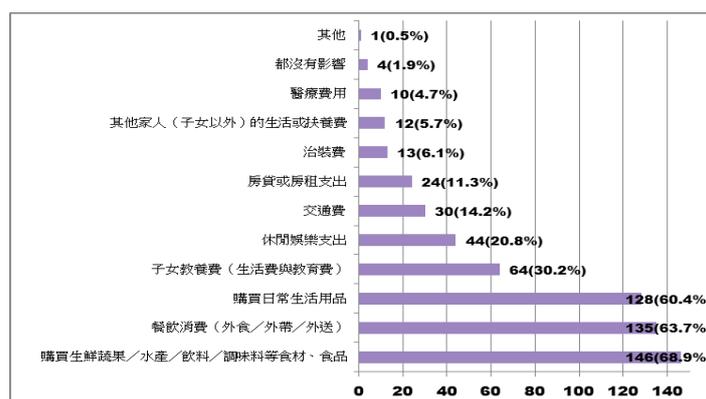
(6) 請問物價上漲對於您的生活是否有影響？

圖 12：物價上漲對生活影響圖



(7) 就您的自身感受來說請問您目前哪些消費行為受物價影響較大？(複選)

圖 13：消費行為圓餅圖受物價影響圖

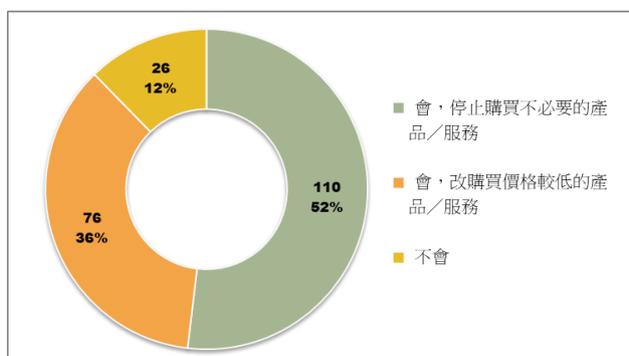


對於物價持續上漲，將近六成民眾表示生活受到影響（完全無法接受 3%、壓力很大 13%、有點吃力 41%）；而民眾普遍認為受物價影響較大的前三項消費行為依序為購買生鮮蔬果/水產/飲料/調味料等食材或食品（68.9%）、餐飲消費（63.7%）、購買日常生活用品（60.4%）；影響最小的消費為醫療費用（4.7%）；僅 1.9% 民眾認為物價對消費行為沒有影響。

(8) 請問您是否會減少部分支出，來維持收支平衡？

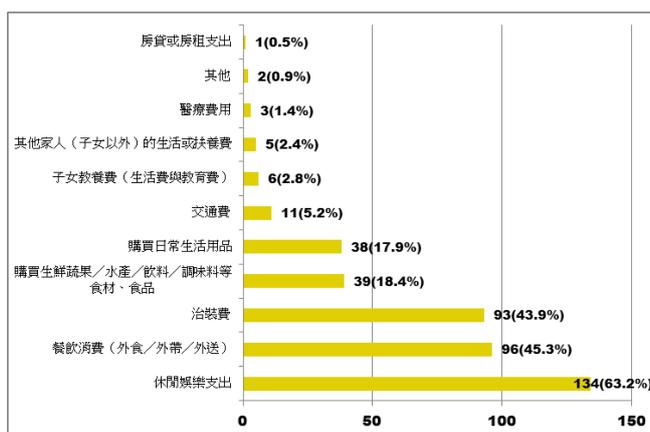
圖 14：是否減少部分支出，維持收支平衡圖

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）



(9) 若要減少支出，請問您會選擇減少以下那些花費？（複選）

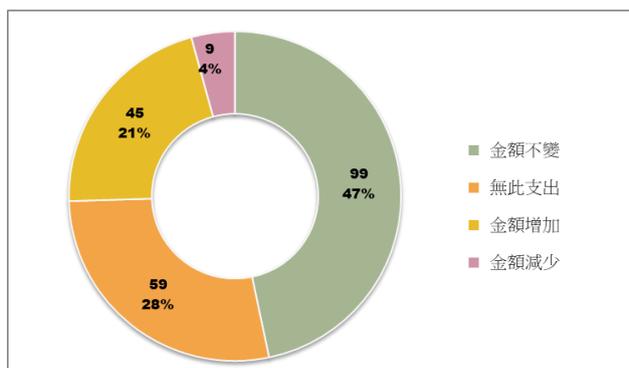
圖 15：減少支出，會選擇減少那些花費圖



面對物價的上漲與家庭支出，88%民眾表示會改變消費行為（包括停止購買不必要的產品/服務 52%、改購買價格價低的產品/服務 36%）以減少部分支出，維持收支平衡，調整的消費類別主要以「休閒娛樂支出」（63.2%）占比最高，其次為「餐飲消費(外食/外帶/外送)」（45.3%）、「治裝費」(43.9%)、「購買生鮮蔬果/水產/飲料/調味料等食材、食品」（18.4%）與「購買日常生活用品」（17.9%）。

(10) 與半年前相比，您是否因為物價變化而調整「子女補習班/才藝班」費用支出？

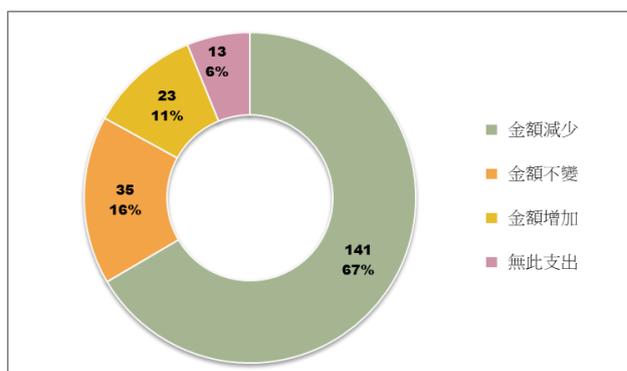
圖 16：是否因為物價變化而調整「子女補習班/才藝班」費用支出圖



(11)與半年前相比，您是否因為物價變化而調整「休閒娛樂」費用支出？

圖 17：是否因為物價變化而調整「子女補習班/才藝班」費用支出圖

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）



(12)與半年前相比，您是否因為物價變化而改變下列行為？

圖 18：因為物價變化而改變行為圖

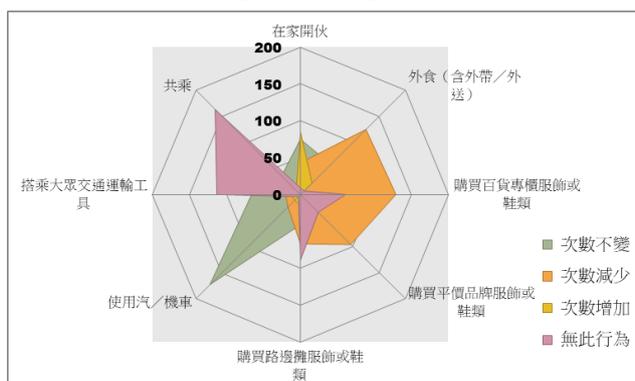
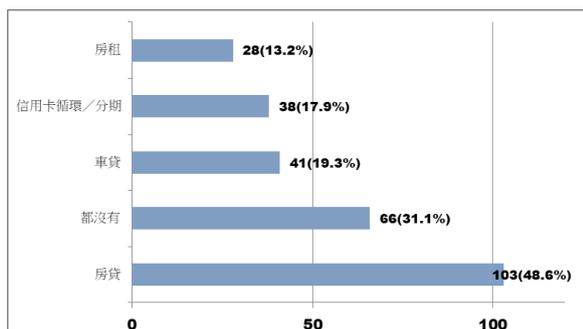


表 2：因物價變化而改變行為的比率

項 目		次數減少	無此行為	次數不變	次數增加
購買百貨專櫃服飾或鞋類	樣本數	129	61	22	0
	比例%	60.85%	28.77%	10.38%	0.00%
購買平價品牌服飾或鞋類	樣本數	96	55	34	27
	比例%	45.28%	25.94%	16.04%	12.74%
購買路邊攤服飾或鞋類	樣本數	89	67	41	15
	比例%	41.98%	31.60%	19.34%	7.08%
使用汽／機車	樣本數	173	24	11	4
	比例%	81.60%	11.32%	5.19%	1.89%
搭乘大眾交通運輸工具	樣本數	113	66	20	13
	比例%	53.30%	31.13%	9.43%	6.13%
共乘	樣本數	163	36	8	5
	比例%	76.89%	16.98%	3.77%	2.36%

(13)請問您目前是否需負擔任何的房租或房貸費用？（複選）

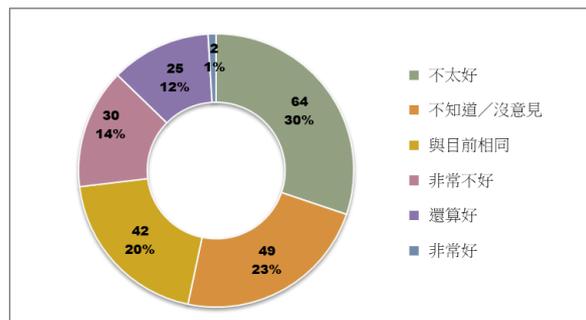
圖 19：需負擔任何的房租或房貸費用圖



(14)請問您認為未來半年是否為購買「房地產」的好時機？

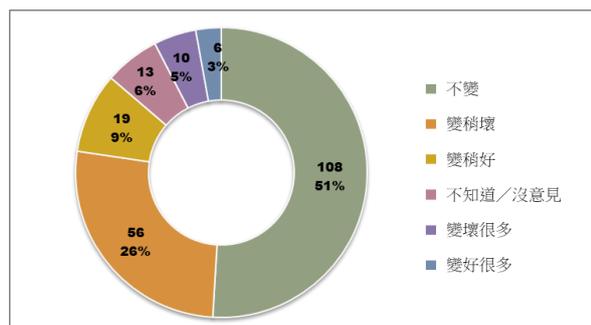
後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

圖 20：認為未來半年是否為購買「房地產」的時機圖



(15)請問您認為未來半年，您的「家庭經濟狀況」與目前比較會有何種變化？

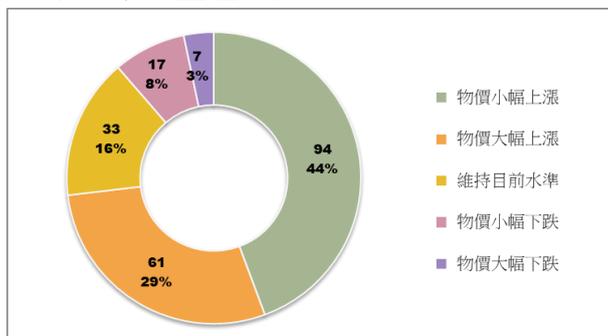
圖 21：認為未來半年家庭經濟狀況圖



在「家庭經濟狀況」的預期調查中，有 51% 民眾認為，未來半年與目前相比不會改變；31% 民眾認為會變壞（變壞很多 5%、變稍壞 26%）；僅 12% 民眾認為未來半年會變好（變好很多 3%、變稍好 9%）；另有 6% 民眾表示不知道或沒意見。

在物價上漲但收入不變的情況下，花蓮地區有超過五成民眾的家庭經濟狀況不會改變，主要因為受訪對象的職業以軍公教人員人數為最多占 23.58%，收入相對穩定；其次為工商業人員占 21.7%，多以家族式經營為主，較不受影響。

(16)您對未來一年內整體物價的預期為何？



## 參、研究結論與建議

### 一、研究結論

通貨膨脹導致物價上漲，極端氣候與國與國的政治權衡影響下，使得生產成本跟著飆高，物價高居不下，甚至在 2020 年開始的新冠疫情衝擊下，各國開始印鈔以緩解國內人民需求，點燃通貨膨脹這顆大炸彈。因此各國在觀察到這個現象後，紛紛祭出相關因應政策，例如美

後疫情時代物價上漲對民眾的影響（以花蓮地區民眾為例）

國採用逐步升息的方式來抑制通膨，而我國也受美國政策影響進而跟進作為。但是通膨的衝擊仍遠高於抑制的政策效果，身處在花蓮縣的環境中，並非如直轄市般的高所得，卻有著觀光區的高物價。

依我們此次的調查，受訪的數花蓮民眾多數的每月總收入常維持著固定且無變動的狀況，但因物價上漲而需增加支出費用，變相形成薪資不增反減的現象，故會停止購買不必要的產品，並以「需要」做為金錢花費的主要考量，並須進行更加精細的取捨。其中以休閒娛樂及服飾花費為首要減少的項目。故我們推論在習慣改變狀況下，勢必會經歷一段苦痛的時期，使我們生活的幸福感下降，進而可能減低工作意願與效率。

此外，花蓮地區交通不如都市便利，居民移動絕大部分都是倚賴個人汽車、機車來做為首選交通工具，故燃料的支出雖然是每天的固定支出，雖想省但卻也無法忽略，這樣的壓力也會導致許多外出行動受到限制。這次研究讓我們發現到，生活中許多大小事物常會受國際現象的快速衝擊，卻有著非常遲緩的政策相應，希望這次的研究成果所顯示的狀況，能使更多人重視這次的通膨衝擊。

#### 肆、參考資料

- 一、鄭在恩（2005）。《MONEY 家族—小學生應該知道的經濟常識》。學研館。
- 二、曹為忠（2002）。《豆芽菜變貴了？經濟一點也不難》。泛亞文化。
- 三、鄭南求（2007）。《富爸爸，從小學起》。時報文化
- 四、李惠鎮（2003）。《猶太人為什麼有錢》。稻田
- 五、BBC NEWS 中文（2022年3月31日）。物價整體上漲：關於通貨膨脹 你需要了解的幾個基本問題。<https://www.bbc.com/zhongwen/trad/business-60931971>
- 六、聯合新聞網（2022年6月24日）。台灣下半年經濟展望：抑制物價上漲 提升民間消費是首要之務。<https://udn.com/news/story/6871/6409983>
- 七、經濟日報（2021年10月8日）。物價上漲成最有感經濟傷害。  
<https://money.udn.com/money/story/5628/5801231>
- 八、中時新聞網（2022年6月30日）。工商社論—通貨膨脹緩和的判斷與展望。  
<https://wanrich.chinatimes.com/news/20220630900008-420101>