



探討高雄市老人物價指數可行性研究

高雄市即將面對老人占總人口比率高達 2 成的「超高齡社會」，為充實老人相關統計，本文研擬試編高雄市老人物價指數，以瞭解老人家庭所面臨的物價壓力。

王妍榛、楊欣穎、王柏欽（高雄市政府主計處科長、科員、前股長（現任南投縣審計室審計員））

壹、前言

高雄市 65 歲以上老年人口占比已於 106 年超越過聯合國定義之「高齡社會」門檻值 14%，在醫療技術日益進步，平均生存年齡增加，及總人口數逐漸減少下，至 111 年底本市老年人口占比已達 18.33%，預估將於 113 年底再達「超高齡社會」門檻值 20%，比國發會預估全國老年人口提早一年，可見老年人口對本市發展的重要性。

現行按月發布之消費者物

價指數（CPI，以下簡稱物價指數）係衡量一般家庭購買消費性商品及服務之價格水準變動情形，為能觀察老人族群其所面對之生活物價變化狀況，本文透過檢視家庭收支調查中相關消費支出，研編老人物價指數之可行性。考量家庭收支調查主係呈現家戶之消費型態，若戶內有非老人成員，消費支出較難完整呈現老人家庭須面對之物價波動情勢，故本分析以全戶皆為 65 歲以上之老人家庭消費支出作為彙編老人物價指數之依據。

貳、老人家庭與其他類型家庭消費支出結構的差異

為探討新增編製老人物價指數之必要性，以下就本市家庭收支訪問調查樣本全體家庭（以下簡稱一般家庭）中，分成戶內皆 65 歲以上老人家庭（老人家庭）、戶內無老人家庭（無老人家庭）及戶內同住有 65 歲以上及未達 65 歲之人口家庭（與老人同住家庭）三類型家庭（例如 110 年調查樣本結果，下頁圖 1），檢視戶

內老人家庭消費支出是否具有差異。

一、老人、無老人及與老人同住家庭之總消費支出有差異

經統計檢定老人、無老人及與老人同住家庭三類家庭總消費支出，彼此總消費支出皆

具有差異。(表 1)

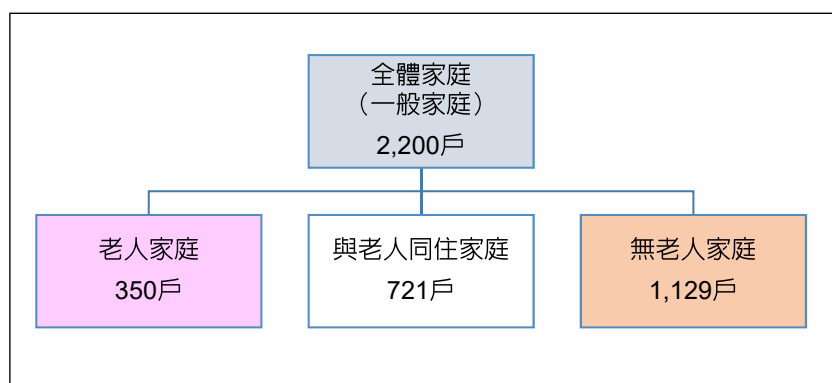
二、老人家庭 12 大類消費支出結構，統計上確實和無老人、與老人同住家庭有差異

檢視 110 年編製本市物價指數一般家庭 12 大類消費支出占比，及老人、無老人、與老

人同住家庭彼此消費支出占比差異性，經 T 檢定結果，三者於 12 大類中「什項消費」占比無差異，且老人和與老人同住家庭於「食品及非酒精飲料」、「家具設備及家務維護」、「休閒與文化」三項消費支出亦無差異外，餘皆有差異，顯示家庭戶內至少有 1 位老人同住時，消費支出型態與戶內無老人時多有差異。考量去除單一年度的誤差，進一步比較 105 至 109 年家庭收支調查結果，老人家庭總消費支出和無老人、與老人同住家庭檢定結果皆有差異。

綜觀 105 至 110 年老人和一般、無老人、與老人同住家庭 12 大類消費支出占比亦多有差異，老人家庭在「食品及非酒精飲料」、「住宅服務、水電瓦斯及其他燃料」、「醫療保健」及「什項消費」等 4 大類占比均較其他類型家庭為高，而在「衣著鞋襪及服飾用品」、「交通」、「通訊」、「休閒與文化」、「教育」及「餐廳及旅館」等 6 大類占比均較低，另無老人家庭則與之呈現

圖 1 110 年高雄市家庭收支訪問調查樣本戶分類



資料來源：110 年高雄市家庭收支訪問調查。

表 1 各類型家庭總消費支出 T 檢定

| H ₀ ：兩組平均值無差異 | | | α=0.05 |
|---------------------------|----|---------|---------------------|
| H ₁ ：兩組平均值存在差異 | | | |
| 兩兩組別檢定 | | | 檢定結果 |
| 老人家庭 | VS | 無老人家庭 | P-value=0.00 有差異 |
| 老人家庭 | VS | 與老人同住家庭 | P-value=0.00 有差異 |
| 無老人家庭 | VS | 與老人同住家庭 | P-value=0.00 有差異 |

資料來源：本分析由「110 年高雄市家庭收支訪問調查」樣本戶資料整理。

論述》統計・調查

相反態勢，顯示老人家庭之消費型態確實與其他類型家庭有明顯的差異性。（表 2）

參、老人物價指數試編結果

家庭收支調查中消費支出分類係依聯合國 2000 年版用途別個人消費分類（Classification of Individual

Consumption according to Purpose, COICOP），以用途作為分類基礎，將消費支出分成 12 大類，但為編製各類家庭物價指數，本文進一步整併或拆分為物價指數七大基本分類，如「食品及非酒精飲料」、「菸酒及檳榔」及「餐廳及旅館」中餐廳部分為「食物類」等，七大類老人家庭與一般家庭權

數之比較如下頁表 3。整體而言，老人家庭在食物、居住、醫藥保健類的占比高於一般家庭。

由家庭收支調查統計之各類型家庭消費支出狀況，依據 105 年基期配置本市一般家庭物價指數權重方式，配置老人、無老人、與老人同住物價指數之七大類及各項目權重，

表 2 各類型家庭 12 大類消費支出占比

| 12 大類消費支出 | 一般家庭 | | 老人家庭 | | 無老人家庭 | | 與老人同住家庭 | |
|-------------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|---------|---------------|
| | 110 年 | 105 - 110 年平均 | 110 年 | 105 - 110 年平均 | 110 年 | 105 - 110 年平均 | 110 年 | 105 - 110 年平均 |
| 總計 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| 1. 食品及非酒精飲料 | 14.49 | 14.40 | 16.56 | 16.80 | 12.62 | 12.72 | 16.55 | 16.50 |
| 2. 菸酒及檳榔 | 1.10 | 1.14 | 0.52 | 0.59 | 1.31 | 1.26 | 0.98 | 1.09 |
| 3. 衣著鞋襪及服飾用品 | 2.35 | 2.38 | 1.48 | 1.46 | 2.64 | 2.65 | 2.19 | 2.19 |
| 4. 住宅服務、水電瓦斯及其他燃料 | 21.82 | 21.44 | 28.19 | 29.04 | 22.07 | 21.37 | 19.74 | 19.71 |
| 5. 家具設備及家務維護 | 2.73 | 2.45 | 2.36 | 2.39 | 3.10 | 2.65 | 2.31 | 2.14 |
| 6. 醫療保健 | 19.64 | 16.41 | 26.73 | 22.07 | 16.15 | 14.31 | 22.60 | 18.36 |
| 7. 交通 | 8.75 | 10.72 | 5.81 | 8.22 | 9.89 | 11.35 | 7.95 | 10.32 |
| 8. 通訊 | 2.82 | 3.17 | 1.88 | 1.82 | 3.04 | 3.47 | 2.76 | 3.03 |
| 9. 休閒與文化 | 2.59 | 4.14 | 2.03 | 3.46 | 2.92 | 4.63 | 2.28 | 3.52 |
| 10. 教育 | 3.22 | 3.61 | 0.01 | 0.03 | 4.48 | 4.62 | 2.34 | 2.86 |
| 11. 餐廳及旅館 | 15.66 | 15.26 | 9.27 | 8.64 | 17.02 | 16.33 | 15.52 | 15.17 |
| 12. 什項消費 | 4.81 | 4.88 | 5.17 | 5.49 | 4.77 | 4.64 | 4.77 | 5.11 |

說明：1. 本表為推估後各類型家庭消費支出占比。

2. 紅字為老人家庭相較各類型家庭該項消費收支占比最高，藍字則為最低。

資料來源：本分析由「105-110 年高雄市家庭收支訪問調查」結果統計整理。

與 107 至 111 年各月查價項目價格資料加權計算，即可得各類型家庭物價指數試編結果，以下分別就指數走勢及年增率變化簡要說明。

一、各類物價指數走勢 (圖 2)

107 至 111 年一般與無老人家庭物價總指數及七大類指數變動趨勢，幾乎重疊；而與老人同住物價指數因戶內至少有 1 位老人且組成多樣，部分受到老人消費特性影響，及老人與年輕家人同住消費支出習慣有所交互作用，在「交通及通訊類」、「醫藥保健類」、「教養娛樂類」及「雜項類」方面由曲線圖顯示出物價指數走勢有所差異。

老人物價總指數相較於一般家庭波動區間相對較大，主因「食物類」、「醫藥保健類」及「教養娛樂類」走勢影響。

(一) 食物類

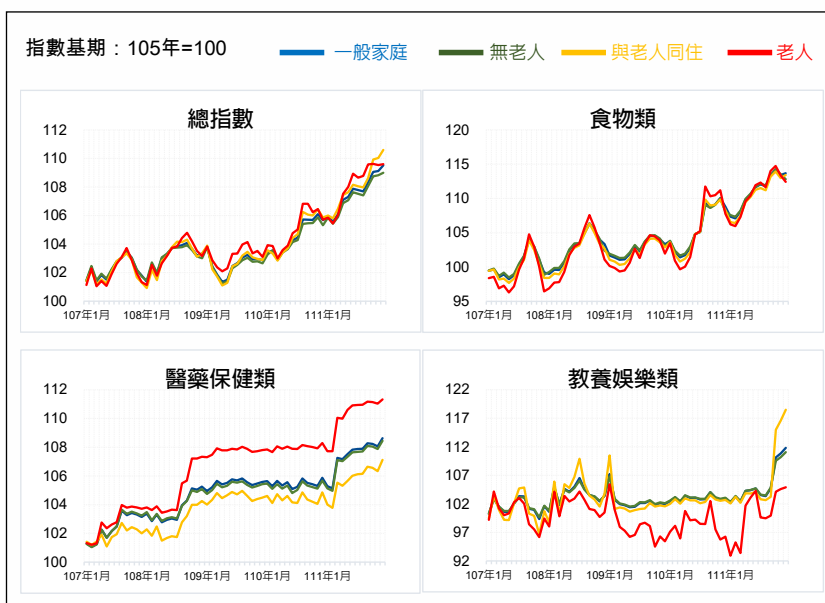
老人食物類物價指數於「肉類」、「水產品」、「蔬菜」及「水果」類等季節性商品權重占比相對較高，受

表 3 老人與一般家庭物價指數權重差異項目

| 類別項目 | 老人物價權重占比高於一般家庭之項目 | 老人物價權重占比低於一般家庭之項目 |
|----------|----------------------------|--|
| 總指數 | 食物類、居住類、醫藥保健類 | 衣著類、交通及通訊類、教養娛樂類、雜項類 |
| 一、食物類 | 肉類、水產品、蔬菜、加工蔬菜、水果、食用油、調理食品 | 穀類及其製品、肉類製品、加工水產品、加工水果、乳類、酒、非酒精性飲料及材料、外食費、其他食品 |
| 二、衣著類 | 鞋類 | 成衣 |
| 三、居住類 | 房租、住宅維修費 | 家庭用品、家庭管理費用、水電燃氣 |
| 四、交通及通訊類 | 交通及通訊設備、交通服務及維修零件 | 油料費 |
| 五、醫藥保健類 | 醫療費用 | 藥品及保健食品、醫療保健器材 |
| 六、教養娛樂類 | 娛樂費用 | 教養費用 |
| 七、雜項類 | 美容及衛生用品、個人服務、理容服務費 | 香菸及檳榔、個人隨身用品、其他 |

說明：本表有差異之項目若高低超過 1 個百分點分別以紅字或藍字表示。
資料來源：作者自行整理。

圖 2 107 至 111 年各類型家庭物價指數



資料來源：一般家庭指數為「高雄市物價月報」發布，餘物價指數為作者自行編算整理。

論述》統計・調查

生鮮農漁產品產季產量價格影響較大，指數變動起伏較大。

(二) 醫藥保健類

老人醫藥保健類物價指數中「醫療費用」權重占比

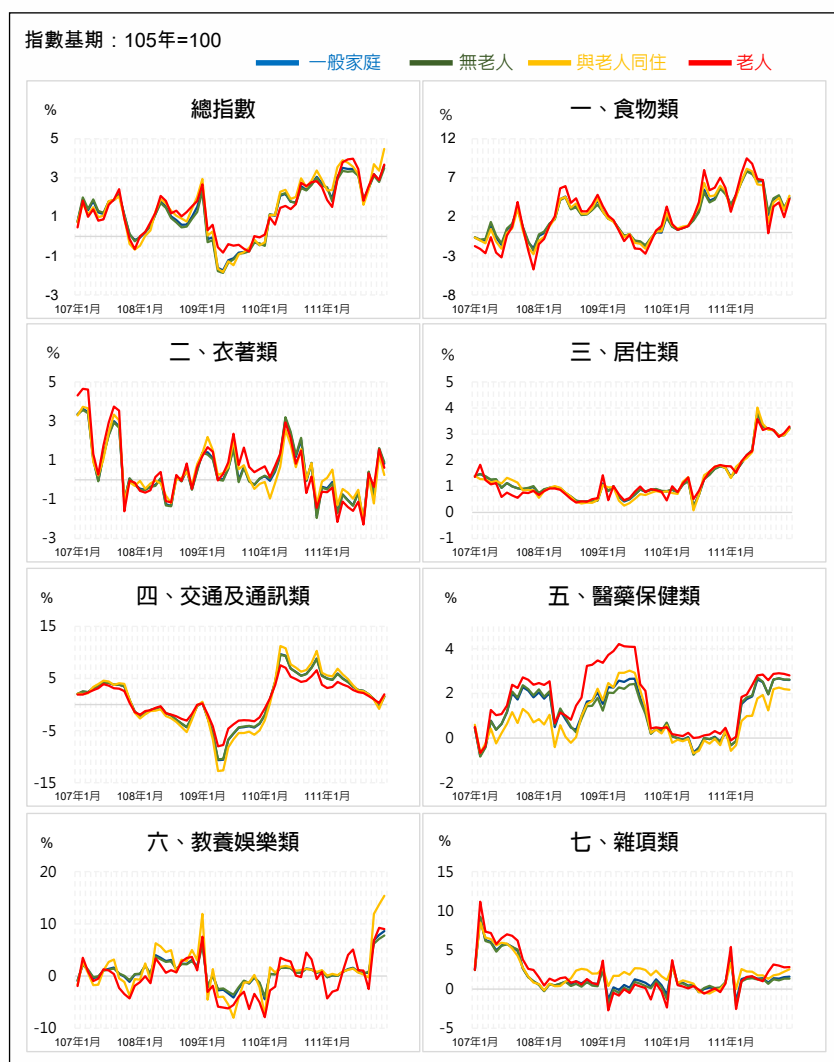
相對較高，因病房自付費等醫療費用調漲，拉高指數水準。

(三) 教養娛樂類

老人教養娛樂類物價指數權重中幾乎九成爲「娛樂費用」，而自 109 年實施 COVID-19 疫情防疫封控措施以來，旅遊娛樂產業低迷，相關費用較低或促銷，致老人物價指數相較一般家庭低。

樂費用」，而自 109 年實施 COVID-19 疫情防疫封控措施以來，旅遊娛樂產業低迷，相關費用較低或促銷，致老人物價指數相較一般家庭低。

圖 3 107 至 111 年各類型家庭物價指數年增率



說明：本表 107 年各月年增率係設定各類型物價指數 106 年各月指數皆相同之基準計算。
資料來源：一般家庭指數年增率為「高雄市物價月報」發布，餘指數為本分析編算整理。

二、各類物價指數年增率

就 107 至 111 年各類型家庭物價指數年增率觀察（圖 3、下頁表 4）：

(一) 無老人與一般家庭物價年增率變動幅度相近，但老人、與老人同住及一般家庭物價則呈現較有差異變動情勢。比較老人家庭與一般家庭物價指數 107 至 111 年平均年增率，老人家庭平均漲 1.37%，較一般家庭之 1.28% 略高 0.09 個百分點，其中以醫藥保健類高 0.54 個百分點、雜項類高 0.21 個百分點，及教養娛樂類低 1.02 個百分點，差異較大。

(二) 醫藥保健類受醫療費用價格僵固性影響，價格

上漲後不易下跌，年增率呈現持續數月高漲幅之現象。老人醫藥保健類物價因受醫療費用影響較大，致年增率 1.70%，明顯高於一般家庭之 1.16%。

(三) 教養娛樂類因老人家庭教養娛樂類於「娛樂費用」權重相對較高，受 109 年疫情嚴重期間價格下跌，致老人家庭此類物價平均年增率 -0.15%，遠低於一般家庭之 0.87%。

(四) 雜項類因老人物價「理

容服務費」及「個人服務費」權數較大，受到年節及節慶加價影響程度高，特定時期漲跌幅明顯，致老人物價平均年增率 1.73%，高於一般家庭之 1.52%。

肆、結語

本分析以家庭收支調查戶內皆 65 歲以上老人家庭之消費支出結構為權數，加權各查價項目價格資料，提供試編本市「老人物價指數」的一種可行做法，有助外界觀察本市老人家庭面對的物價狀況。

本研究試編結果顯示由於老人家庭與一般家庭消費結構不同，107 至 111 年平均物價指數之年增率相差 0.09 個百分點，影響此段期間差異主要為醫藥保健、教養娛樂及雜項類。

本研究之試編方法及結果雖深具參考價值，惟僅以 300 多個樣本戶的消費支出結構為權數依據，是否妥適，值得進一步探究。另試編之老人物價指數與一般家庭物價指數皆以相同價格變動資料編算，未考量部分項目如保險費、遊樂場所票價、交通票價等，老人與一般家庭市民定價策略多有不同，調漲幅度不一定相同之實際狀況，也有檢討精進的空間。



表 4 107 至 111 年各類型家庭物價指數平均年增率

單位：%

| 項目 | 一般家庭物價指數 | 老人物價指數 | 無老人物價指數 | 與老人同住物價指數 |
|----------|----------|--------|---------|-----------|
| 總指數 | 1.28 | 1.37 | 1.23 | 1.36 |
| 一、食物類 | 2.05 | 2.00 | 2.05 | 1.96 |
| 二、衣著類 | 0.41 | 0.54 | 0.39 | 0.45 |
| 三、居住類 | 1.27 | 1.25 | 1.27 | 1.26 |
| 四、交通及通訊類 | 0.77 | 0.74 | 0.79 | 0.63 |
| 五、醫藥保健類 | 1.16 | 1.70 | 1.13 | 0.85 |
| 六、教養娛樂類 | 0.87 | -0.15 | 0.85 | 1.06 |
| 七、雜項類 | 1.52 | 1.73 | 1.38 | 2.08 |

資料來源：作者自行整理。