

打針也講政治

作者：張志剛 一國兩制研究中心總裁、全國政協委員

文章刊載於《明報》2021年6月24日

近周各大商會和企業，陸陸續續推出獎勵計劃，吸引香港市民注射新冠肺炎防疫針，獎勵包括黃金和住宅，馬上引起哄動，接種的人數也有所上升。但是，如果看客觀的數字，獎金獎品的「谷針」作用一定有，但就未必可以藉此來達到目標。最主要的是目前的接種率，和目標（如八成）仍然有非常大的距離。

單日接種數字下滑似是走勢

按照政府香港新冠疫苗接種資料的公布，至6月22日，已經接種兩針的人口大約有130萬，接種率是19.2%；已經接種第一針的有大約200萬，接種率29.4%，如果以八成接種率為目標，完成接種兩針的還需要410多萬人，就算以一針計，也需要多340多萬人接種。但以周二的單日接種數字4萬針多一點，比過去7天移動平均值4.3萬針，已經少了2000多針。徐徐下滑似乎已經是走勢軌跡，下滑的速度有多快很難判斷，但要達到八成的接種率，這種徐徐向下的走勢，要達標肯定是百上加斤。以獎金獎品去利誘市民打針的效用，可簡單從獎勵計劃推出前後接種人數的變動計算出來。但這是一個非常表面的數據，因為獎金和獎品可能讓一些已經準備打針的市民加快前往接種，又或者推動一些邊緣觀望的市民行動起來。任何刺激接種計劃，其最大功用，是把一些不打算接種的市民說服加入接種行列，那才可以達到八成這個超高的目標。

對比1月民調與近況

一國兩制研究中心一直有追蹤市民接種疫苗的意願。在本年1月21日筆陣專欄，個人已經引述了調查的結果，表示「一定會」接種的市民佔24%，「可能會」的有29%，「可能不會」的有20%，「一定不會」的有21%。我們進一步分析，表示「一定會」打針的24%，其中56%會選擇在3個月內打，另有兩成四選擇了3至6個月打，11%選擇6至12個月內打。而選擇「可能會」的29%，計劃注射的時段剛好和「一定會」打的市民倒轉過來，超過一半選擇在6到12個月內注射。

如果這個調查可以準確反映市民的「打針」意願的話，到近日已經注射兩針的人數尚未達到兩成，比之前調查表示「一定會」的兩成四，還少了5個百分點，和「一定會」以及「可能會」的逾50%，距離就更大。真正要達標八成，把那兩成「可能不會」的市民也說服過來還未夠數，那6%「無意見」的市民也要收納過來，那才勉強強過關。

5 月民調：表態「定不打針」者創新高

單單看 1 月份的調查，防疫注射達標已經非常具挑戰性，如果看其發展趨勢，就更令人擔心。我們在 5 月中下旬再進行調查，其結果如附表，表示「一定會（包括已經接種）」的增加到 28%，但「可能會」的就只有約 21%，加起來只有 49.7%，那是一半也不到，相比 1 月的調查少了近 4 個百分點。更麻煩的是，表示「一定不會」打針的創了新高，佔 26.8%。如果調查準確反映市民意願，那其餘市民全都接種，也只有七成三，無法達到八成這目標。

打針意願和政治光譜幾乎一樣

如果我們把受訪者的打針意願，和他們的政治取態關連起來，那就有一個非常有趣的現象浮現出來，那打針意願就和我們慣常見到的政治光譜幾乎是一模一樣，按「一定會」打和「可能會」打的比例順序排出來，民建聯和其他建制如工聯會、新民黨支持者最高，分別佔 68.1% 和 69.2%，民主黨支持者排第三，佔 48.3%，公民黨佔 46.4%，社民連、人力、民協、工黨等佔 32%，青政、眾志等本土派佔 21.6%。而沒有政黨支持背景的有 48.8%，和全體香港市民平均的大約 49.7% 差不多。

要「谷針」去到八成接種率，最關鍵的目標一定是那四成四傾向不打針的市民，而不打針又和他們的政治傾向有相關，那只靠黃金、住宅抽獎，又是否可以吸引他們過來打針呢？

● 接種新冠疫苗民意調查

問：政府正安排市民接種新冠肺炎疫苗，請問你會唔會喺未來一年/半年內*接種肺炎疫苗呢？係一定會、可能會、可能不會，還是一定不會接種呢？

(以下數字為百分點，有效樣本除外)

調查日期 (2021年)	1月11 至 17日	2月22 至 26日	3月15 至 19日	4月12 至 18日	5月18 至 26日
一定會 (包括 已接種)	24.2	32.9	24.1	25.5	28.1
可能會	29.0	28.3	32.2	27.0	21.6
小計	53.2	61.2	56.3	52.5	49.7
可能不會	20.0	15.0	15.1	16.5	17.0
一定不會	20.6	16.9	22.5	23.6	26.8
小計	40.6	31.9	37.6	40.1	43.8
唔知/難講 /未決定	6.2	6.9	6.1	7.4	6.5
有效樣本	1,001	1,209	1,008	1,023	1,032

調查機構：一國兩制研究中心

* 有部分調查詢問受訪者一年內意願；另有部分調查詢問半年內意願

明報製圖

(文章僅代表個人立場)