中央大學台灣經濟發展研究中心

十月份消費者信心指數

(Consumer Confidence Index or CCI)

新聞稿

發布時間：102 年 10 月 29 日上午 十 時

十月份消費者信心指數上升

上升幅度最大為「投資股票時機」

上升幅度最小為「家庭經濟」

一〇二年十月消費者信心指數(CCI)調查的總數為 78.47 點，與上月比較上升 1.97 點(102/9：76.50)。本次調查中，六項指標全數上升：投資股票時機、物價水準、就業機會、耐久性財貨時機、國內經濟景氣及家庭經濟狀況。

上升幅度第一的指標是「未來半年投資股票時機」，本月調查為 71.40 點，較上個月調查上升 8.00 點(102/9：63.40)；上升幅度第二的指標是「未來半年購買耐久性財貨時機」，本月調查結果為 101.25 點，較上個月調查上升 2.20 點(102/9：99.05)；上升幅度第三的指標「未來半年國內物價水準」，本月調查結果為 48.15 點，與上個月調查上升 1.10 點(102/9：47.05)。

上升幅度第四的指標是「未來半年國內就業機會」，本月調查為 106.35 點，與上月調查上升 0.20 點(102/9：106.15)；同為上升幅度第四的指標是「未來半年國內經濟景氣」，本次調查結果為 71.20 點，較上月的調查上升 0.20 點(102/9：71.00)；上升幅度最小的指標是「未來半年家庭經濟狀況」，本月調查結果為 72.45 點，較上個月的調查上升 0.10 點(102/9：72.35)；

從絕對水準來看，六項指標中有「未來半年國內就業機會」及「未來半年購買耐久性財貨時機」呈偏向樂觀，其餘四項皆呈現「偏向悲觀」。(CCI 子指標分數在 100 至 200 之間屬於「偏向樂觀」，CCI 子指標分數在 0 至 100 之間屬於「偏向悲觀」)。

一〇二年十月份消費者信心指數調查是由中央大學台灣經濟發展研究中心主辦，輔仁大學統計資訊系調查，台灣綜合研究院協辦，調查是於 102 年 10 月 19 日至 22 日，以電話訪問的方式進行，採電腦隨機抽樣，共訪問 2429 位台灣地區 20 歲以上的民眾，在 95%的信心水準下抽樣誤差為正負 2.0 個百分點。

主辦單位：中央大學台灣經濟發展研究中心

調查單位：輔仁大學統計資訊系

協辦單位：台灣綜合研究院

詳細資料請查詢網站：http://rcted.ncu.edu.tw