

# 中央大學台灣經濟發展研究中心

十一月份消費者信心指數

(Consumer Confidence Index or CCI)

新聞稿

發布時間：102年11月 日上午十時

十一月份消費者信心指數下降

上升幅度最大為「耐久性財貨時機」

上升幅度最小為「投資股票時機」

一〇二年十一月消費者信心指數(CCI)調查的總數為78.43點，與上月比較下降0.04點(102/10：78.47)。本次調查中，六項指標四項上升：就業機會、耐久性財貨時機、國內經濟景氣及家庭經濟狀況；二項下降：投資股票時機及物價水準。

上升幅度第一的指標是「未來半年購買耐久性財貨時機」，本月調查結果為102.70點，較上個月調查上升1.45點(102/10：101.25)；上升幅度第二的指標是「未來半年國內經濟景氣」，本次調查結果為71.70點，較上月的調查上升0.50點(102/10：71.20)；同為上升幅度第二的指標是「未來半年家庭經濟狀況」，本月調查結果為72.95點，較上個月的調查上升0.50點(102/10：72.45)。

上升幅度第三的指標是「未來半年國內就業機會」，本月調查為106.50點，與上月調查上升0.15點(102/10：106.35)；下降幅度第一的指標是「未來半年投資股票時機」，本月調查為69.00點，較上個月調查下降2.40點(102/10：71.40)；下降幅度較小的指標「未來半年國內物價水準」，本月調查結果為47.75點，與上個月調查下降0.40點(102/10：48.15)。

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」)。

一〇二年十一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11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2426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>