

# 中央大學台灣經濟發展研究中心

## 二月份消費者信心指數 (Consumer Confidence Index)

### 新聞稿

發布時間：112年3月1日上午十時

二月份消費者信心指數上升

上升最多為「購買耐久財」

上升最少為「物價水準」

國立中央大學台灣經濟發展研究中心調查一一二年二月消費者信心指數(CCI)總指數為62.47點，與上個月比較上升2.74點(112/1：59.73)。

本次調查六項分項指標，六項指標上升(購買耐久財、國內經濟景氣、家庭經濟狀況、就業機會、投資股市時機、物價水準)。上升幅度最多的指標是「未來半年購買耐久性財貨時機」，本月調查結果為108.05點，較上個月上升7.45點(112/1：100.6)。上升幅度第二的指標是「未來半年投資股票時機」，本月調查為24點，與上個月調查結果相較上升3.2點(112/1：20.8)。上升幅度第三的指標是「未來半年國內就業機會」，本月調查結果為63.4點，與上個月調查結果相較上升2.05點(112/1：61.35)。上升幅度第四的指標是「未來半年國內經濟景氣」，本月調查結果為78.7點，與上個月調查結果相較上升1.85點(112/1：76.85)。上升幅度第五的指標是「未來半年家庭經濟狀況」，本次調查結果為73.5點，與上個月調查結果相較上升1.75點(112/1：71.75)。上升幅度最少的指標是「未來半年國內物價水準」，本次調查結果為27.15點，較上個月調查結果上升0.15點(112/1：27)。

從絕對水準來看，六項指標有五項偏向悲觀，僅有「購買耐久性財貨」指標呈現樂觀。

「購買房地產時機」指標部分，本月調查結果為102.8點，較上月的調查結果上升1.8點(112/1：101)。「目前健康狀況」指標部分，本月調查結果為90.35點，較上月的調查結果上升0.9點(112/1：89.45)。「預期健康狀況」指標部分，本月調查結果為80.85點，較上月的調查結果上升0.45點(112/1：80.4)。

一一二年二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 AI 人工智慧發展中心、健康力股份有限公司與台灣房屋集團調查協辦，調查期間為112年2月18日至21日，以電話訪問的方

式進行，採電腦隨機抽樣，共訪問2894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  
調查及協辦單位：輔仁大學 AI 人工智慧發展中心  
健康力股份有限公司  
台灣房屋集團

詳細資料請查詢：<http://rcted.ncu.edu.tw>