

# 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：114年2月27日上午十時

上升最多為「國內經濟景氣」

下降最多為「物價水準」

國立中央大學台灣經濟發展研究中心調查一一四年二月消費者信心指數(CCI)總指數為72.59點，與上個月比較上升0.05點(114/1：72.54)。

本次調查四項分項指標上升(家庭經濟狀況、國內經濟景氣、就業機會、購買耐久性財)。上升幅度最多的指標為「未來半年國內經濟景氣」，本月調查為87.41點，較上個月調查結果上升幅度0.57點(114/1:86.84)。上升幅度第二的指標為「未來半年購買耐久性財」，本月調查為102.79點，較上個月調查結果上升幅度0.3點(114/1:102.49)。上升幅度第三的指標為「未來半年就業機會」，本月調查為75.78點，較上個月調查結果上升幅度0.17點(114/1:75.61)。上升幅度最少的指標為「未來半年家庭經濟狀況」，本月調查為82.63點，較上個月調查結果上升幅度0.09點(114/1:82.54)。下降幅度最多的指標為「未來半年物價水準」，本月調查為36.46點，較上個月調查結果下降幅度0.79點(114/1:37.25)。下降幅度最少的指標為「未來半年投資股票時機」，本月調查為50.48點，較上個月調查結果下降幅度0.05點(114/1:50.53)。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100.28點，與上月的調查結果相較上升0.31點(114/1：99.97)。「目前健康狀況」指標部分，本月調查結果為90.25點，較上月的調查結果上升0.23點(114/1：90.02)。「預期健康狀況」指標部分，本月調查結果為83.87點，與上個月的調查結果相較上升0.06點(114/1：83.81)。

一一四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114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3051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>