

中央大學台灣經濟發展研究中心

一月份消費者信心指數

(Consumer Confidence Index)

新聞稿

發布時間：115年1月27日上午10時

上升最多為「物價水準」

上升最少為「就業機會」

國立中央大學台灣經濟發展研究中心調查一一五年一月消費者信心指數(CCI)總指數為67.16點，與上個月比較上升2.86 點(114/12：64.3)。

本次調查六項指標上升(物價水準、家庭經濟狀況、國內經濟景氣、就業機會、投資股票時機、購買耐久性財貨)。上升幅度最多的指標為「未來半年物價水準」，本月調查為37.34點，較上個月調查結果上升幅度4.52點(114/12:32.82)。上升幅度第二的指標為「未來半年投資股票時機」，本月調查為29.52點，較上個月調查結果上升幅度3.15點(114/12:26.37)。上升幅度第三的指標為「未來半年家庭經濟狀況」，本月調查為80.39點，較上個月調查結果上升幅度2.71點(114/12:77.68)。上升幅度第四的指標為「未來半年國內經濟景氣」，本月調查為83.69點，較上個月調查結果上升幅度2.3點(114/12:81.39)。上升幅度第五的指標為「未來半年購買耐久性財貨」，本月調查為98.2點，較上個月調查結果上升幅度2.26點(114/12:95.94)。上升幅度最少的指標為「未來半年就業機會」，本月調查為73.8點，較上個月調查結果上升幅度2.2點(114/12:71.6)。從絕對水準來看，六項指標偏向悲觀。

「購買房地產時機」指標部分，本月調查結果為94.95點，與上月的調查結果相較上升2.32點(115/12：92.63)。「目前健康狀況」指標部分，本月調查結果為87.06點，較上月的調查結果上升2.09點(115/12：84.97)。「預期健康狀況」指標部分，本月調查結果為81.17點，與上個月的調查結果相較上升2.16點(115/12：79.01)。

一一五年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 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115年1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2971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>