



中央大學台經中心發表消費者信心指數調查成果。溫立安攝。

一〇六年六月消費者信心指數(CCI)調查的總數為77.76點，與上月相較下降0.35點(106/5：78.11)。

本次調查中，三項指標(國內物價水準、耐久性財貨時機及國內經濟景氣)上升；三項指標(投資股票時機、就業機會及家庭經濟狀況)下降。

上升幅度最大的指標為「未來半年國內物價水準」，本月調查結果為45.45點，與上個月調查結果相較上升1.45點(106/5：44.00)；上升幅度第二的指標是「未來半年購買耐久性財貨時機」，本月調查為84.85點，較上月調查結果上升0.70點(106/5：84.15)；上升幅度最小的指標為「未來半年國內經濟景氣」，本月調查結果為71.60點，較上個月上升0.05點(106/5：71.55)。

下降幅度第一的指標為「未來半年投資股票時機」，本次調查結果為88.00點，與上個月調查結果相較下降2.50點(106/5：90.50)；下降幅度第二的指標是「未來半年國內就業機會」，本月調查為100.40點，較上月調查結果下降1.30(106/5：101.70)；下降幅度最小的指標是「未來半年

家庭經濟狀況」，本次調查結果為76.25點，與上月的調查結果相較下降0.50點(106/5：76.75)。

從絕對水準來看，六項指標中僅有「未來半年國內就業機會」呈現偏向樂觀，其餘五項亦呈現「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」)。

一〇六年六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及台灣綜合研究院主辦，臺北醫學大學管理學院暨大數據研究中心調查，調查期間為106年6月19日至23日，以電話訪問的方式進行，採電腦隨機抽樣，共訪問2416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。

相關連結：<http://rcted.ncu.edu.tw/>