

澳門消費者信心指數

——兩岸四地消費者信心指數（2009 年第 4 季）

前言

澳門科技大學可持續發展研究所於 2009 年 12 月利用電話訪問系統 (CATI)，成功訪問了 1,106 名 18 歲或以上的澳門居民。

本次調查均由澳門基金會贊助、澳門科技大學可持續發展研究所負責執行。參與調查的研究人員包括：項目負責人澳門科技大學副校長、行政與管理學院院長（兼）、可持續發展研究所所長（兼）陳乃九教授、行政與管理學院劉成昆副教授、可持續發展研究所項目統籌楊日科先生。

數據彙報及分析

項目	分指數				
	2009 年第 1 季	2009 年第 2 季	2009 年第 3 季	2009 年第 4 季	升降點數
本地經濟	77.49	92.86	111.35	116.58	↑ (5.23)
就業狀況	68.25	75.49	95.70	103.96	↑ (8.26)
物價水平	77.60	73.41	72.02	63.75	↓ (8.27)
生活水準	97.34	97.30	100.88	101.40	↑ (0.52)
購買住宅	59.60	61.64	49.72	44.41	↓ (5.31)
投資股票	72.08	86.42	92.77	91.22	↓ (1.55)
總指數	<u>75.39</u>	<u>81.19</u>	<u>87.07</u>	<u>86.89</u>	↓ (0.18)

註：評分由 0 至 200，分數越高越正面，高於 100 表示有信心，低於 100 表示信心不足

從上表對比分析這四次調查的結果可見：

1. 從絕對水準上看，四次調查的總指數和分指數均顯示澳門消費者處於“信心不足”的區間；

2. 從變化趨勢上看，今年第四季總指數 (86.89) 較上一季 (87.07) 下降了 0.18 ；
3. “就業狀況”首次超過 100 點 ；
4. 消費者對“就業狀況”的信心上升最高，其次為“本地經濟” ；
5. 消費者對“物價水平”的信心下降最大，其次為“購買住宅” ；
6. 消費者對“本地經濟”表示最有信心，其次為“就業狀況” ；
7. 消費者對“購買住宅”表示最缺乏信心，其次為“物價水平”。

另外，調查結果還顯示：教育程度越高其信心指數越高；50 至 59 歲群體較其它年齡層消費信心最低；大致上月收入越高的群體其消費信心越高。

結語

進入 2009 年第 4 季，澳門消費者信心指數總體略微下降，本地經濟和就業狀況信心上升，物價水平和購買住宅呈現下降，反映了未來澳門就業市場繼續回暖，經濟復甦有望持續有力；同時消費者對未來物價和房價的上漲開始出現擔憂，通脹預期有所抬升。