

## 可持續發展研究所 The Institute for Sustainable Development

### 科大『澳門消費者信心指數 2015 年第 4 季』調查

(2016 年 1 月 8 日)

澳門科技大學自 2009 年 1 月起首次推出『澳門消費者信心指數』(CCI) 以來，於 2016 年 1 月 8 日連續第 29 個季度公佈有關結果。調查由澳門基金會贊助，澳門科技大學可持續發展研究所負責執行。參與研究人員包括項目負責人澳門科技大學可持續發展研究所所長陳乃九教授、商學院劉成昆副教授、可持續發展研究所項目統籌朱深勇先生。

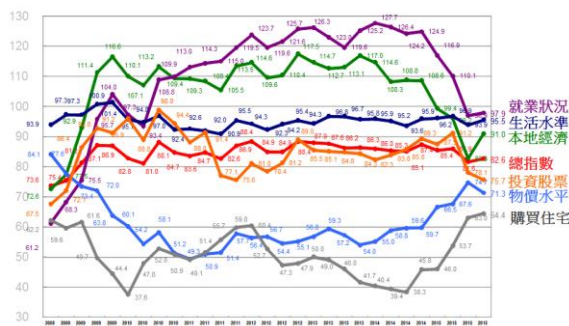
『消費者信心指數』是綜合反映並量化消費者個人對當前經濟形勢強弱看法的指標。指數包括消費者對目前及未來三個月社會經濟、就業、物價、家庭消費、股票及購買耐用品的主觀感受。它常被用作預測經濟走勢和消費趨勢的一個先行指標。

澳門科技大學可持續發展研究所透過下設的市場調查中心，於 2015 年 12 月 4 至 15 日利用所擁有的電話訪問系統 (CATI)，成功訪問了 1,003 名 18 歲或以上的澳門居民。受訪者以 1 至 200 分評分，小於 100 表示“信心不足”、大於 100 表示“有信心”。指數問卷調查評分標準根據被訪者對各問卷問題的評價而定。



『澳門消費者信心指數 2015 年第 4 季』新聞發佈會現場

2015 年第 4 季澳門消費者信心總指數為 82.64。從相對標準來看，本季總指數與上季(81.57)比較，上升 1.31%。



項目	現況指數	預期指數	分指數	升降點數 (與上季比較)	升降百分比 (與上季比較)
本地經濟	92.9	89.8	91.0	↑ 8.2	↑ 9.9%
就業狀況	103.6	94.1	97.9	↑ 1.0	↑ 1.1%
物價水平	60.0	78.8	71.3	↓ 3.4	↓ 4.5%
生活水準	98.1	93.8	95.5	↑ 1.6	↑ 1.7%
購買住宅	60.2	67.2	64.4	↑ 1.3	↑ 2.1%
投資股票	72.4	77.9	75.7	↓ 2.4	↓ 3.0%
總指數	81.2	83.6	82.6	↑ 1.1	↑ 1.3%

### 『澳門消費者信心指數 2015 年第 4 季』調查結果

本季調查結果需要特別關注的主要有五點：

一是“本地經濟”分指數止跌回升。

2015 年第 3 季本地生產總值按年實質收縮 24.2%，經濟下行速度較第 2 季的-26.4%有所減慢，2015 年首三季經濟實質收縮 25.0%。12 月份澳門博彩收入為 183.4 億澳門元，同比下降 21.2%，為連續第 19 個月下降，但較上季（164.3 億）有所回升，收窄了跌幅。

從以往調查來看，消費者對本地經濟的信心連續 22 季維繫在 100 以上，即表示有信心；2015 年每季的“本地經濟”分指數均在 100 以下，即表示信心不足。但本季（第 4 季）“本地經濟”分指數較上季（第 3 季）有所回升，顯示消費者對宏觀經濟的悲觀看法開始緩和。“本地經濟”與去年同季相比，仍大幅下降 16.19%。

二是“就業狀況”分指數亦止跌回升。

2015 年 9 月至 11 月的失業率為 1.9%，與上一期（8 月至 10 月）持平。

從以往調查來看，上季（第 3 季）“就業狀況”分指數終結了前期連續 20 個季度“有信心”（即大於 100）的走勢，本季的就業信心依然在 100 以下，但較上季仍有回升，顯示消費者對就業的悲觀情緒亦有緩和。“就業狀況”與去年同季相比，仍大幅下降 21.61%。

三是“物價水準”分指數有所下跌。

2014 年第 1 季以來，“物價水準”分指數連續上升，本季未能延續前期 7 季的升勢，顯示消費者對通脹預期仍有擔憂。但較去年同季仍大幅上升 19.50%。

四是“購買住宅”分指數繼續上升。

近期購買住宅的量價齊跌，消費者購買住宅的信心指數延續了上季的升勢，較去年同季更是大幅上升 40.62%。

五是就受訪者的背景

- A. 教育程度-----最高信心的分指數為“就業狀況”，最低分指數為“購買住宅”；
- B. 個人收入-----0~4,999、15,000~19,999 和 20,000 及以上的群體最高信心的分指數為“就業狀況”，5,000~9,999 和 10,000~19,999 的群體最高信心的分指數為“生活水準”；個人收入群體的最低分指數為“購買住宅”；
- C. 年齡群體-----18~19 歲、20~29 歲、30~39 歲和 60 歲或以上的群體最高信心的分指數為“就業狀況”，40~49 歲和 50~59 歲的群體最高信心的分指數為“生活水準”；18~19 歲、40~49 歲、50~59 歲和 60 歲或以上的群體最低分指數為“購買住宅”，20~29 歲和 30~39 歲的群體最低分指數為“物價水平”。

本季澳門消費者總體信心上升，消費者對澳門的整體經濟信心及就業狀況信心止跌回升，物價水準信心穩中有跌，生活水準信心基本穩定，購買住宅信心延續升勢，投資股票信心下降。故促進經濟適度多元化、深化區域合作、減低外來經濟不確定因素的影響、鞏固通脹治理成效、預防通縮風險，引導住宅市場供求均衡、及鼓勵青年創業，是提高澳門消費者信心的必由之路。

自 2008 年第 4 季創立以來，澳門消費信心指連續 29 季都顯示出學歷越高，信心越高。故注重教育、加強培訓、激勵市民持續學習，是提高澳門消費者信心的根基。**Education, Education, Education!**

澳門科技大學  
可持續發展研究所  
2016 年 1 月 8 日