參、專題分析

臺灣消費者預期和政策反應調查[1]

楊淑珺、張俊仁、林常青

1. 前言

中央研究院經濟研究所自民國 112 年 10 月起, 試辦每半年一次的「臺灣消費者預期與政策反應調查」。在彙整各方意見並調整調查內容後, 自今年（民國 115 年）起改為按季辦理, 固定於每年 3 月、6 月、9 月及 12 月進行。本調查涵蓋兩大面向: 一是消費者預期, 二是消費者對多數民眾切身相關經濟政策的反應。其中, 消費者預期主要聚焦於通膨預期, 亦包括房價與利率預期; 建立具代表性可供長期追蹤的消費者通膨預期量化資料, 是本調查最主要的目的。

配合調查制度的調整, 除提高調查頻率外, 我們亦參考目前主要消費者通膨預期調查的作法（例如密西根大學的 Surveys of Consumers）, 將主要調查方式由傳統電話調查改為網路調查。為維持調查方式轉換前後資料的可比較性, 並觀察不同調查方式可能造成的差異, 本年度 3 月及 6 月仍同步辦理電話調查。本報告除普發現金相關議題同時呈現電話與網路調查結果外, 其餘部分均以網路調查結果為主。

通膨預期會影響家庭的消費與儲蓄決策、企業的投資與定價行為, 以及勞工的薪資要求與企業的薪資調整, 進而影響實際通膨走勢。因此, 掌握通膨預期對貨幣政策決策與維持物價穩定相當重要。許多先進經濟體已陸續建立定期調查消費者通膨預期的制度。例如, 美國密西根大學自 1946 年起長期辦理 Surveys of Consumers; 此外, 多家中央銀行或中央銀行體系機構亦定期

[1] 本網路調查感謝中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心協助執行, 並感謝研究助理林靜宜與陳筠淇投入相關工作。

進行相關調查, 包括紐約聯邦準備銀行的 Survey of Consumer Expectations、英格蘭央行的 Inflation Attitudes Survey、加拿大央行的 Canadian Survey of Consumer Expectations、日本央行的 Opinion Survey on the General Public's Views and Behavior、韓國央行的 Consumer Tendency Survey, 以及歐洲央行的 Consumer Expectations Survey。這些調查均涵蓋消費者對物價或通膨的看法與預期, 並提供中央銀行研判通膨預期變化的重要資訊, 同時也成為分析家庭經濟決策、預期形成及貨幣政策傳遞的重要研究資料。

相較之下, 目前臺灣中央銀行尚未定期辦理發布具全國代表性的消費者通膨預期調查。現有少數由非官方機構進行的相關調查, 在調查設計與樣本代表性方面仍各有侷限。部分調查主要衡量消費者對未來物價變動的方向與程度, 未直接蒐集預期通膨率的具體數值; 另有調查雖提供量化的通膨預期資料, 但受訪對象來自特定機構的客戶。因此, 現有資料雖具有一定參考價值, 但在建立長期一致的時間序列、進行跨期比較, 以及支援政策與學術分析方面, 仍存在一定限制。為填補此一資料缺口, 本調查定期以量化方式衡量消費者通膨預期, 並透過抽樣與加權, 使樣本在性別、年齡及地區等主要人口特徵上的分布接近臺灣 20 歲以上母體人口結構, 以建立可供長期追蹤與跨期比較的消費者通膨預期資料, 作為相關政策分析與學術研究之基礎。

通貨膨脹是消費者最能直接感受到的總體經濟現象之一。然而, 民眾主觀感受到的物價漲幅有時高於依據主計總處消費者物價指數（CPI）所衡量的通膨率。造成此一落差的原因可能包括: 消費者經常購買的商品與服務漲幅較大, 使其對價格上漲的感受較為強烈; 不同家庭的消費結構與 CPI 所採用的一籃子商品及服務權重不盡相同; 消費者對近期漲價或漲幅較大的商品往往較為敏感; 在居住成本方面, CPI 並不直接反映房價變動, 而主要透過房租及自有住宅設算租金衡量住宅服務成本, 因此房價上漲對民眾造成的負擔感受未必能充分反映於 CPI; 此外, CPI 在編製過程中亦會針對商品與服務品質及規格的變化進行調整, 因此未必與消費者直接觀察到的價格變化完全一致。

生活成本與 CPI 雖然都與家庭所面對的物價及支出有關, 但所衡量的概念並不完全相同。CPI 主要衡量在商品與服務的數量及品質大致維持不變的情況下, 一籃子消費性商品與服務在不同時期的平均價格變動; 相較之下, 生

活成本除反映價格變動外, 也可能受到消費數量、品質選擇、家庭需求及消費行為改變等因素影響。有鑑於此, 本調查分別衡量消費者對未來生活成本變化與 CPI 年增率的預期。兩者雖有所不同, 但均可提供消費者通膨預期的相關訊息。

在詢問受訪者對未來 CPI 年增率的預期幅度時, 為協助受訪者了解近期 CPI 通膨率的水準, 本調查提供最近兩個月的平均 CPI 年增率的訊息,[2] 並據此形成其對未來一年及三年後 CPI 年增率的預期。作答方式分為兩個階段: 第一階段先以質性問題詢問預期變化的方向;[3] 第二階段則結合區間選擇與開放式填答, 進一步詢問預期變化的幅度。[4] 藉由同時調查上述兩項預期, 本調查得以比較消費者根據日常生活經驗形成的支出預期, 與其對官方 CPI 變化預期之間的差異。

本調查的完整結果刊載於中央研究院經濟研究所出版的《臺灣經濟預測與政策》。每年 3 月及 6 月辦理的調查, 刊載於同年 10 月出版的期刊; 每年 9 月及 12 月辦理的調查, 則刊載於次年 3 月出版的期刊。此外, 部分主要的調查結果會在調查完成後約兩個月, 發布於中央研究院經濟研究所「經濟預測與資料平台」（https://forecast.econ.sinica.edu.tw/), 供各界查詢與使用。

---

[2] 在累積足夠多期調查資料後, 提供受訪者近期實際通膨資訊的設計, 可供分析此類資訊與其通膨預期之間的關係。相關研究亦常透過資訊處理分析通膨資訊對預期及經濟行為的影響。例如, Coibion et al.（2022）在家戶調查中對部分受訪者隨機提供通膨相關資訊, 以分析由此引發的通膨預期變動對消費行為的影響。

[3] 與加拿大央行的 Canadian Survey of Consumer Expectations、德國央行（Deutsche Bundesbank）的 Survey on Consumer Expectations, 以及紐西蘭央行的 Household Expectations Survey 類似, 第一階段質性問題是詢問受訪者未來預期可能出現通膨或通縮（inflation or deflation）。

[4] 在通膨預期的量化提問方面, 本調查採區間選擇與開放式填答相結合的方式: 受訪者先由預設區間中選擇其預期的 CPI 年增率範圍; 若選擇 3% 以上, 則進一步要求填答具體數值。國際間對量化通膨預期的提問方式並不完全一致。例如, 英格蘭銀行的 Inflation Attitudes Survey 主要採區間式選項; 紐約聯邦準備銀行的 Survey of Consumer Expectations 則要求受訪者填答預期通膨或通縮率的具體數值, 並另以預設區間蒐集其對不同通膨結果的主觀機率分布; 日本銀行的 Opinion Survey on the General Public's Views and Behavior 亦要求受訪者填答預期物價變動的具體百分比。

2. 調查方法

本調查採網路問卷方式進行, 樣本取自中央研究院人文社會科學研究中心建置的網路調查會員樣本庫, 會員組成為居住於臺灣各縣市、年滿 20 歲以上之消費者。抽樣採輪替式追蹤樣本設計, 每期完成約 2,000 份有效樣本, 每位受訪者最多追蹤四期。第一期作為起始調查, 自第二期起進行樣本輪替, 原則上每期規劃約 1,500 份追蹤樣本及 500 份新增樣本, 以兼顧追蹤樣本的延續性與整體樣本的適度更新。[5]

各期調查樣本均隨機分為兩批, 分別於中央銀行理監事會議前後進行。此設計係考量央行理監事會議所發布之政策訊息, 可能影響消費者對通膨、房價及利率的預期。第一期（115 年 3 月）調查期間為 115 年 3 月 11 日至 29 日, 第一批有效樣本共 1,123 份, 第二批共 1,201 份, 總計有效樣本為 2,324 份; 第二期（115 年 6 月）調查期間為 115 年 6 月 9 日至 28 日, 第一批有效樣本為 1,186 份, 第二批為 1,052 份, 總計有效樣本為 2,238 份。[6] 其中, 第二期有效樣本中有 1,707 人曾參與第一期調查, 另有 531 人為第二期新加入樣本。

由於網路調查會員樣本庫中的受訪者具有不同的中選機率, 且調查無反應亦可能造成樣本偏誤, 本研究採取兩階段加權。第一階段依受訪者中選機率的倒數建構不等機率權數, 以校正抽樣設計所造成的中選機率差異。第二階段依內政部民國 114 年單一年齡年終人口靜態統計資料, 以性別、年齡及地區為校準變項, 採多變項反覆加權法（raking）進行事後校準, 使加權後的樣本分布更接近母體人口結構。反覆加權的收斂標準設定為各校準變項邊際比例差異小於 0.01%, 或達最高疊代次數 20 次時停止。此外, 本研究另以卡方適合度檢定檢視各校準變項之加權樣本分布與母體分布的差異, 並以 $P > 0.05$ 作為兩者分布無顯著差異之判定標準。

最後, 為避免少數極端權數降低估計效率, 本研究亦檢視權數分布及加權

[5] 樣本替換對象包括主動流失樣本與被動替換樣本。前者係指前一期因故未完成調查者; 後者則包括完成四期追蹤後依設計退出者, 以及經隨機抽取而替換者。

[6] 民國 115 年中央銀行上半年的理監事會議分別在 3 月 19 日和 6 月 18 日。

所產生的設計效果, 並視需要進行適度的權數調整, 以降低加權所增加的估計變異。民國 115 年 3 月調查的加權設計效果為 1.13; 民國 115 年 6 月調查的加權設計效果為 1.10。

3. 民國 115 年 3 月調查結果

本期調查期間為民國 115 年 3 月 11 日至 29 日, 共計完成 2,324 份有效問卷。以下為加權處理後之結果, 詳見上章之調查方法。[7]

I. 目前生活成本相關問題

Q1. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月的房租或房屋貸款, 大約是多少元?

圖 1 呈現不同房租或房貸支出群組的比例。消費者每月房租或房屋貸款的整體平均支出為 13,528 元, 而在有房租或房貸負擔的消費者中, 每月平均支出則為 22,004 元。

Q2. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月在食物經常性開銷, 包含外食與自己煮的, 大約是多少元?

圖 2 呈現消費者在食物支出方面不同花費群組的比例。消費者每月食物上的經常性開銷（包括外食）整體平均為 16,538 元。

Q3. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月在交通與能源經常性開銷, 包含油錢、通勤搭車、水電瓦斯等, 大約是多少元?

圖 3 呈現消費者在交通與能源支出方面不同花費群組的比例。消費者每月交通與能源的經常性開銷（包括油錢、通勤搭車、水電瓦斯等）整體平均為 5,511 元。

---

[7] 以下生活成本與 CPI 預期變化幅度的統計結果均排除極端值。極端值係指依受訪者填答計算所得的生活成本變化率或 CPI 預期變化率超過 100% 者。為避免極端值對平均數估計造成過度影響, 各題在計算平均變化率時, 均依該題的填答結果個別判定並排除極端值。

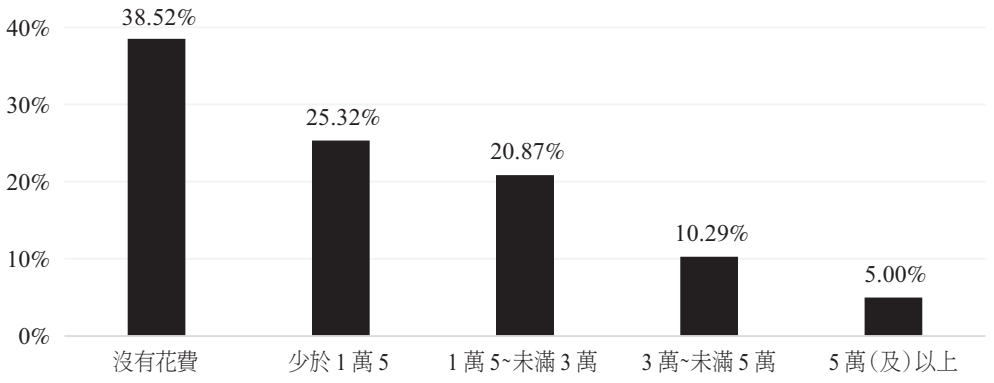


圖 1　消費者每個月在房租或房屋貸款開銷的分布

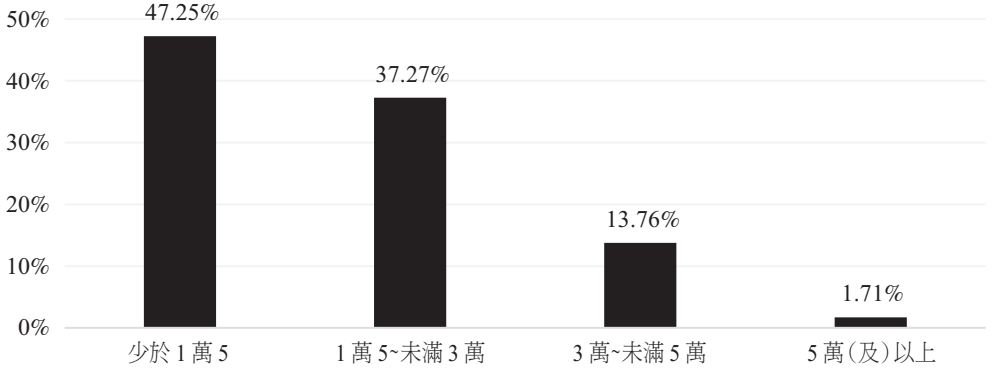


圖 2　消費者每個月在食物經常性開銷的分布

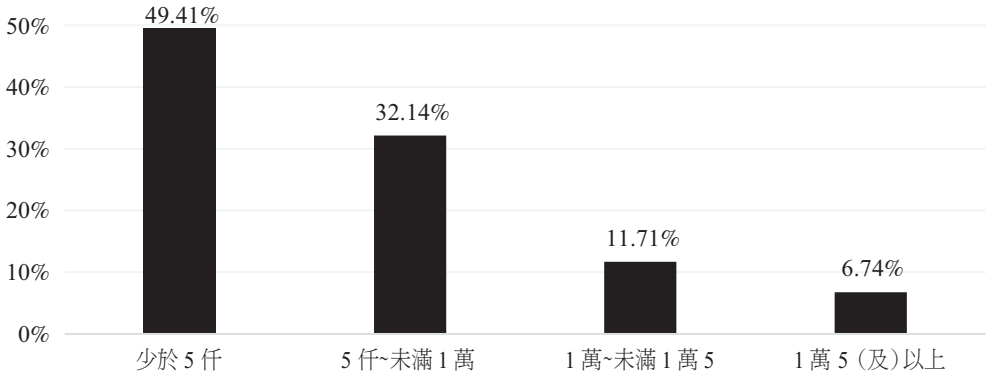


圖 3　消費者每個月在交通與能源經常性開銷的分布

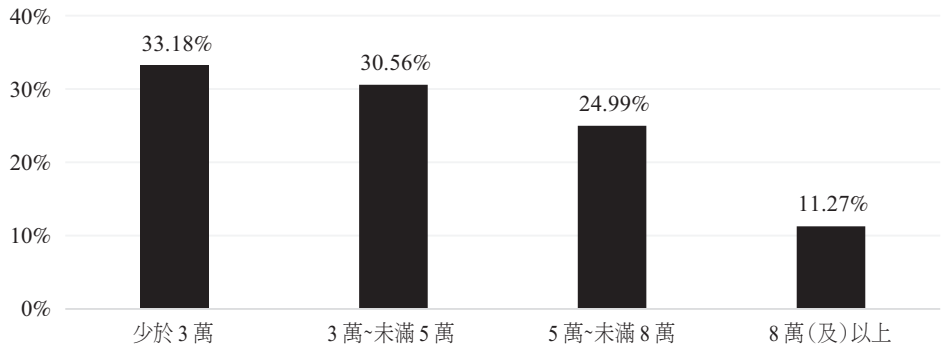


圖 4　消費者每個月在整體生活經常性開銷的分布

Q4. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月在生活經常性的整體開銷, 包含房租、貸款、水電、吃飯、交通、娛樂等等, 大約是多少元?

圖 4 呈現消費者在生活經常性整體支出方面不同花費群組的比例。消費者每月整體生活成本開銷（包括房租、貸款、水電、飲食、交通與娛樂等）整體平均為 46,480 元。

II. 生活成本預期變化的相關問題

Q5. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月在「房租或房屋貸款」, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q6A.B. 承上題, 您預期一年後房租或房屋貸款會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 5 呈現消費者對一年後每月房租或房屋貸款支出, 相較於接受調查時的預期變化。調查結果顯示, 超過六成消費者預期一年後每月房租或房屋貸款支出將大致不變, 認為支出增加與減少者則分居其次。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月房租或房屋貸款支出將增加 1,123 元。

考量近四成消費者目前並無房租或房屋貸款支出, 回答「大致不變」者中, 多數來自此一族群。[8] 排除目前無房租或房屋貸款支出的消費者後, 仍有

[8] 在目前房租或房屋貸款支出為 0 的 889 位受訪者中, 有 683 位預期一年後房租或房屋貸款支出將大致不變, 佔 76.83%。

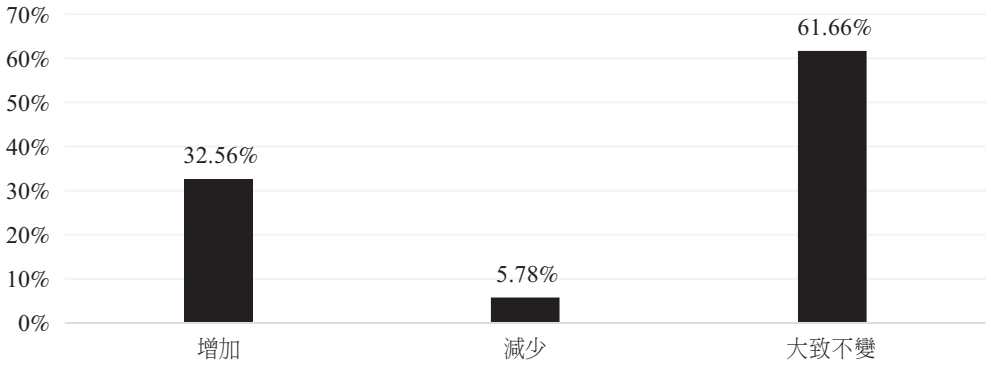


圖 5　消費者預計在一年後, 每個月在房租或房屋貸款變化比例的分布

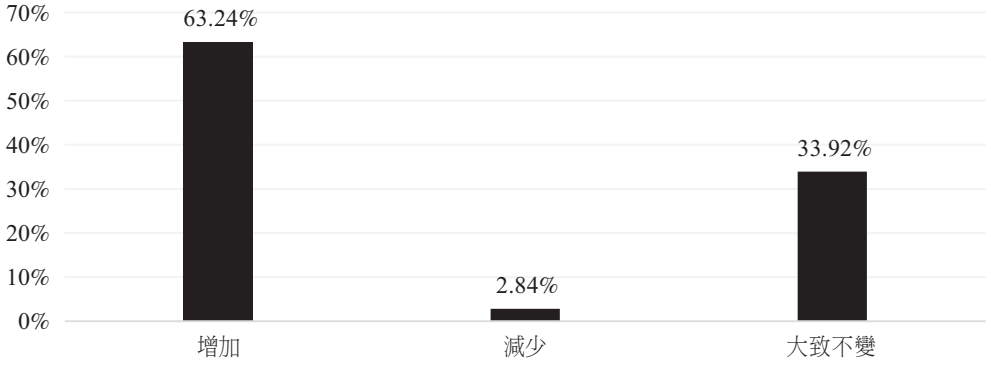


圖 6　消費者預計在一年後, 每個月在食物經常性開銷變化比例的分布

52.20% 的消費者預期一年後每月房租或房屋貸款支出將大致不變, 38.40% 預期支出增加, 另有 9.40% 預期支出減少。

Q7. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月在「食物經常性開銷」, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q8A.B. 承上題, 您預期一年後食物經常性開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 6 呈現消費者對一年後每月食物經常性開銷, 相較於接受調查時的預期變化。調查結果顯示, 超過六成消費者預期一年後每月食物經常性開銷將增加, 約三成認為將大致不變, 其餘則預期減少。若將預期支出增加、減少及

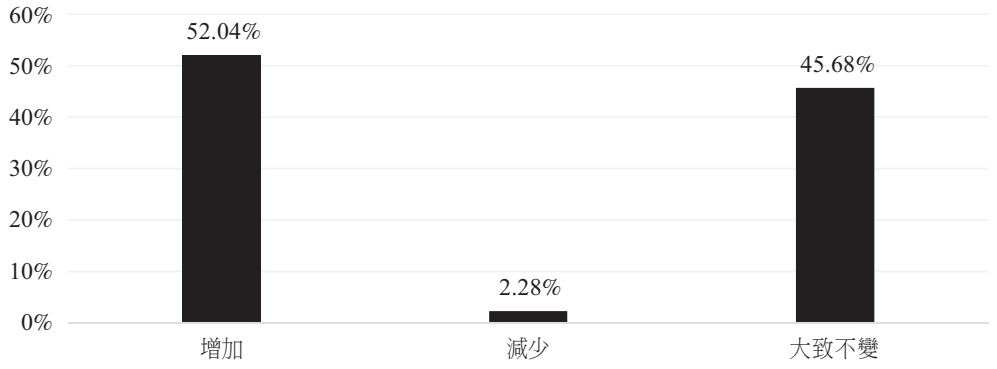


圖 7　消費者預計在一年後, 每個月在交通與能源經常性開銷變化比例的分布

大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月食物經常性開銷將增加 1,849 元。

Q9. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月在「交通與能源經常性開銷」（如油錢、通勤搭車、水電瓦斯等）, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q10A.B. 承上題, 您預期一年後交通與能源經常性開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 7 呈現消費者對一年後每月交通與能源經常性開銷, 相較於接受調查時的預期變化。調查結果顯示, 超過半數消費者預期一年後每月交通與能源經常性開銷將增加。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月交通與能源經常性開銷將增加 807 元。

Q11. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月在「生活經常性的整體開銷」（包含房租、貸款、水電、吃飯、交通、娛樂等等）, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q12A.B. 您預期一年後生活經常性的整體開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少錢?

圖 8 彙整消費者對一年後每月整體生活經常性開銷, 相較於接受調查時的預期。調查結果顯示, 多數消費者認為未來整體生活成本仍將上升, 大致不變者次之, 預期下降者比例最低。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪

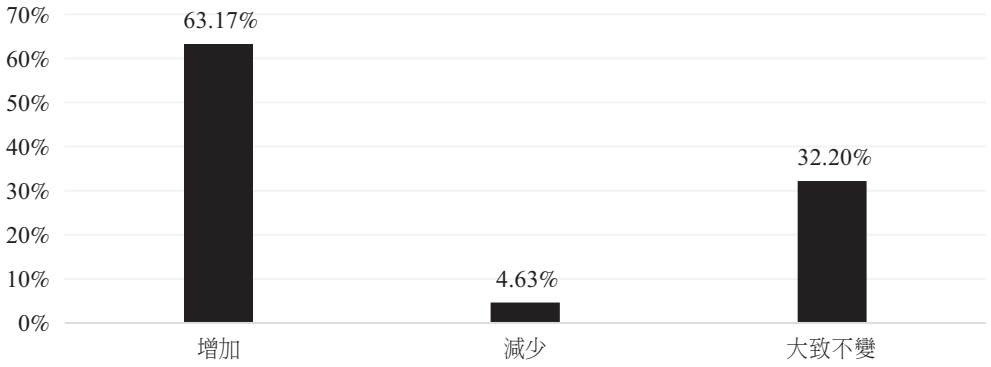


圖 8　消費者預計在一年後, 每個月在整體生活經常性開銷變化比例的分布

者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月生活經常性的整體開銷將增加 3,298 元。

III. 物價預期的相關問題

Q13. 您預期在一年後, 臺灣消費者物價指數與這一兩個月相比, 會上升、下降、還是大致不變?

Q14. 承上題, 根據主計總處發布 115 年 1、2 月平均消費者物價指數（CPI）較去年同期上漲 1.23%。請問您預期在一年後, 臺灣 CPI 年增率大約會落在哪個區間?

圖 9 與圖 10 分別呈現消費者對一年後消費者對 CPI 變化方向及預期年增率區間的分布。調查結果顯示, 超過九成的消費者認為一年後 CPI 將上升。整體而言, 預期 CPI 年增率平均為 2.12%, 中位數為 1.75%。[9]

Q15. 請問您認為一年後消費者物價指數上漲的最主要原因是下列哪一個?

圖 11 呈現消費者認為一年後消費者物價指數上漲的主要原因之群組比例。預期大宗原物料價格可能會上漲為多數消費者認為的最主要因素, 其次是美國關稅政策實施所帶來的後續影響。

[9] 115 年 7 月 13 日記者會中公布之 3 月調查一年後 CPI 年增率平均為 2.20% 為誤植, 應為 2.12%。

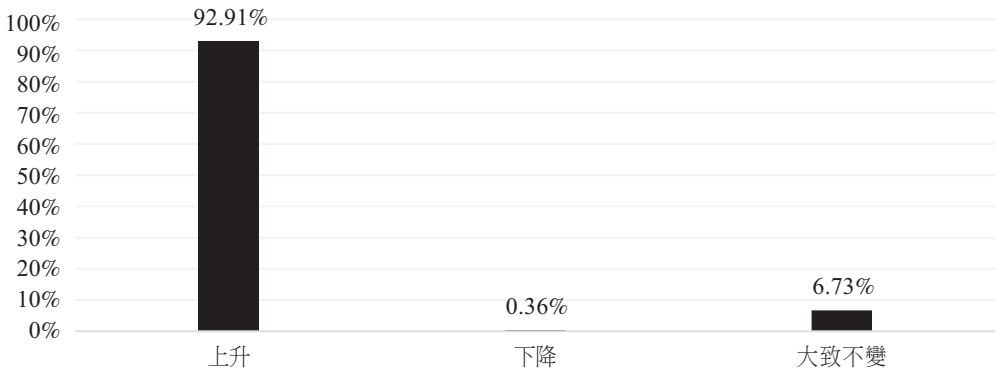


圖 9　消費者在一年後, 臺灣消費者物價指數預期的變化趨勢分布

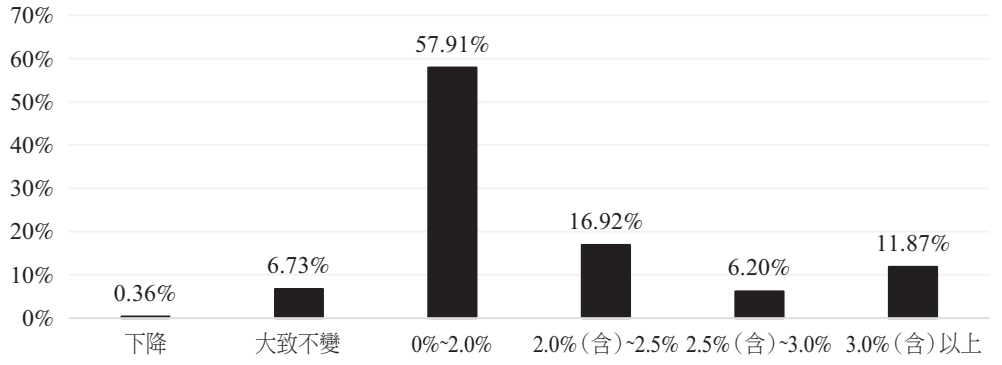


圖 10　消費者在一年後, 臺灣消費者物價指數年增率預期區間分布

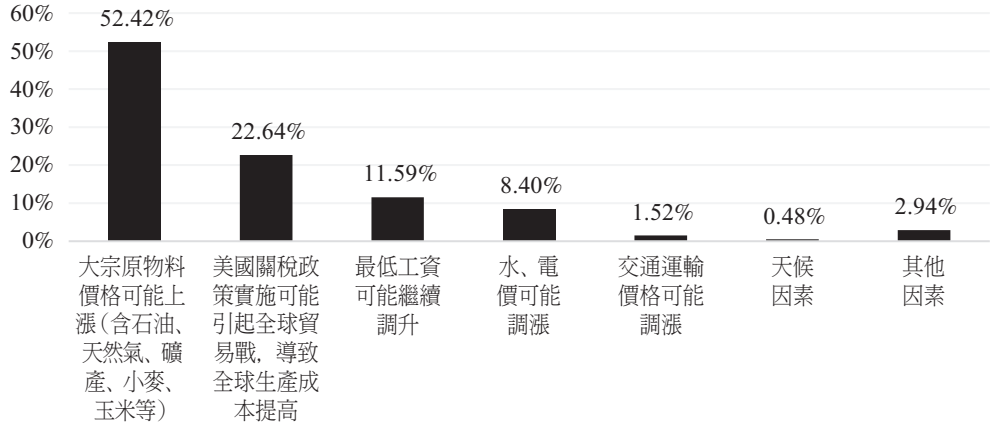


圖 11　消費者認為一年後消費者物價指數上漲的最主要原因分布

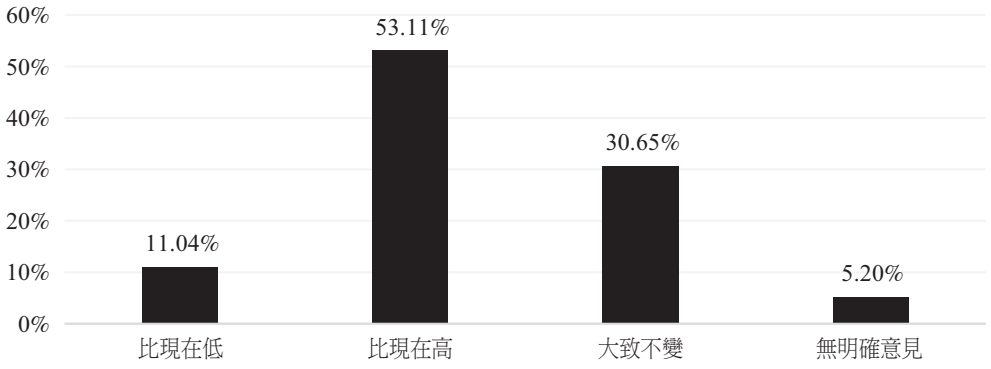


圖 12　消費者預期半年後房價的變化趨勢分布

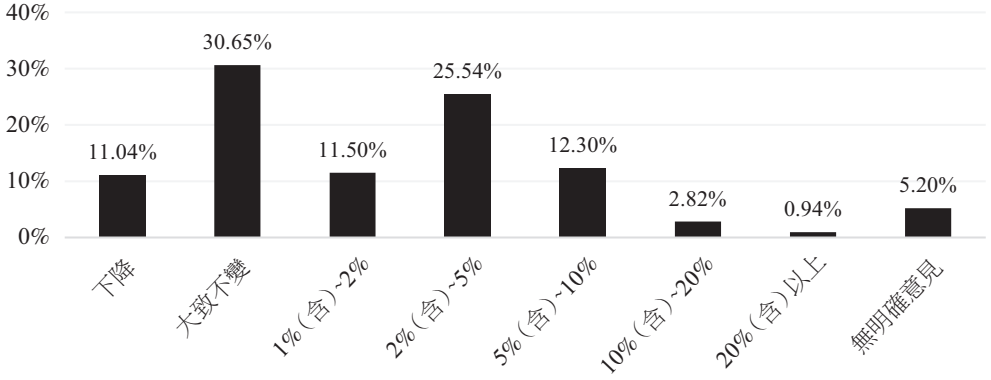


圖 13　消費者預期半年後房價的變化區間分布

IV. 房價預期的相關問題

Q16. 請問您認為在您的居住城市, 預期在未來半年後, 房價會比現在低還是高？

Q17A.B. 承上題, 請問您預期半年後, 房價平均大致會比現在低（漲）多少百分比?

圖 12 與圖 13 呈現消費者預期半年後的房價變化趨勢與漲跌幅區間的預期。調查結果顯示, 約有五成的消費者認為相較於三月調查時, 半年後房價仍將上漲, 僅有約一成認為會下跌。若將預期上漲、下跌及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 半年後整體房價預期平均上升幅度為 2.04%。

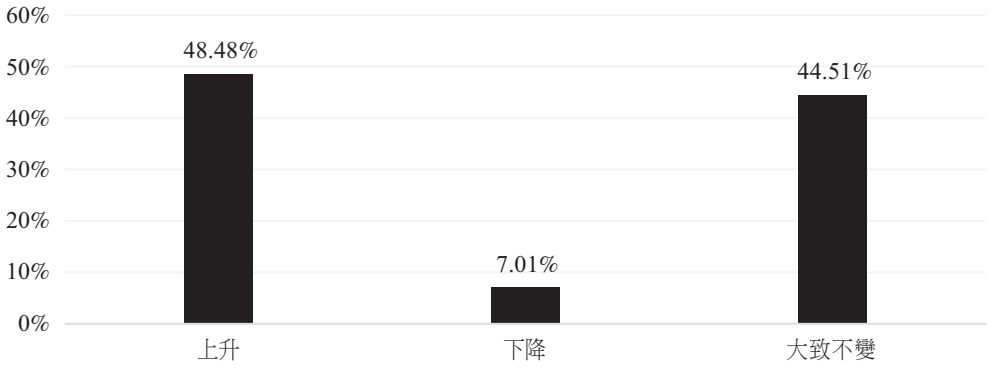


圖 14　消費者預期一年後利率的變化趨勢分布

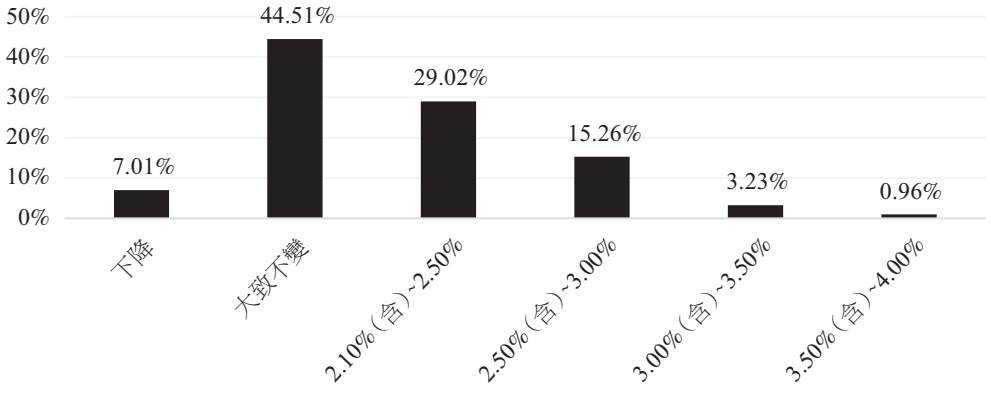


圖 15　消費者預期一年後利率的變化區間分布

V. 利率預期的相關問題

Q18. 央行發布 115 年 1 月本國五大公股銀行新承做放款加權平均利率為 2.091%。您預期在一年後, 臺灣平均借貸利率與這一兩個月相比, 會上升、下降、還是大致不變?

Q19A.B. 承上題, 115 年 1 月本國五大公股銀行新承做放款加權平均利率為 2.091%。請問您預期在一年後, 平均借貸利率相較這一兩個月, 會落在哪個區間?

圖 14 與圖 15 分別呈現消費者對一年後利率變化方向及預期落點區間的分布。調查結果顯示, 預期一年後利率上升的消費者比例略高於認為利率

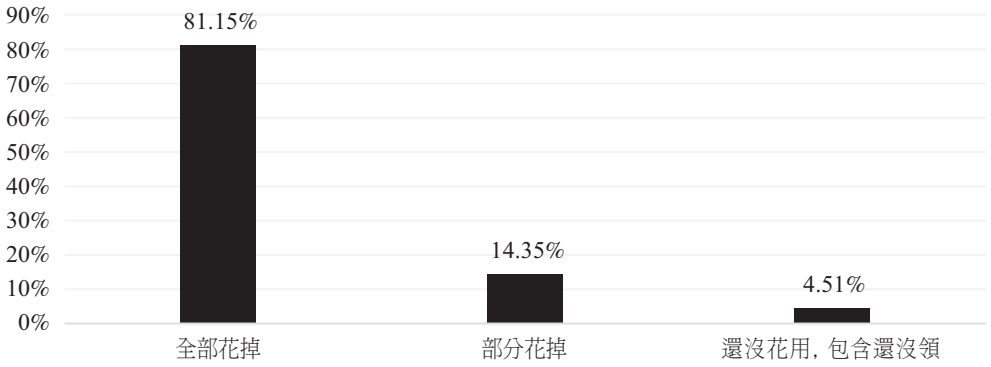


圖 16　普發現金 10,000 元的使用情形分布

將維持不變者。整體而言，若將預期上漲、下跌及大致不變的受訪者一併計入，一年後利率預期平均水準為 2.23%。

VI. 政策相關問題

近年來，全球經濟持續受到地緣政治衝突及美國關稅政策調整等因素影響。為因應國際情勢變化，政府在 114 年 9 月修正《因應國際情勢強化經濟社會及民生國安韌性特別條例》，其中包括從 114 年 10 月至 115 年 4 月發放每人新臺幣一萬元現金。本次政策調查針對消費者對普發現金一萬元之使用情況。[10]

Q20. 政府去年 11 月開始普發現金給每人 10,000 元，這 10,000 元您本人是已經全部花掉？部分花掉？還沒花用或還沒有領？

圖 16 呈現消費者對普發現金 10,000 元的使用情形。調查結果顯示，超過八成消費者已將普發現金全部花完，明顯高於僅花用部分金額及尚未花用或尚未領取者。

Q21. 這 10,000 元當中，您本人有沒有計畫或已經使用在「原本沒有打算買的東西或活動」？例如，原本沒有打算旅遊或買鞋，因為這 10,000 元而安排旅遊或買了新鞋？

[10] 本次為「臺灣消費者預期和政策反應調查」第二次針對普發現金政策進行調查，第一次調查是針對 112 年全民共享普發現金 6,000 元。調查結果請參閱《臺灣經濟預測與政策》第 54 卷第 2 期「臺灣消費者預期和政策反應調查」。

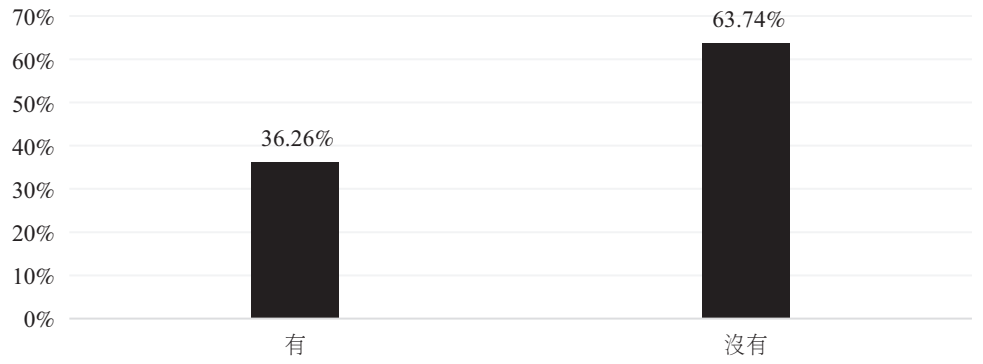


圖 17　普發現金導致新增消費計畫或行為之比例分布

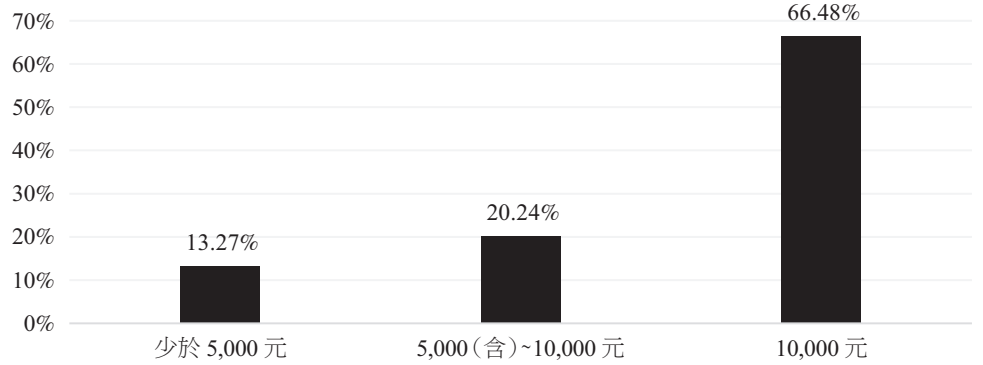


圖 18　消費者因普發現金增加之額外支出金額區間分布

Q22. 承上題, 請問您本人計畫或已經花了多少錢在「原本沒有打算買的東西或活動」?

圖 17 呈現消費者因普發現金而有新增消費計畫或行為的比例, 圖 18 呈現有額外支出的消費者消費金額的分布。調查結果顯示, 有超過半數的消費者沒有因為普發現金而改變消費行為或計畫。在有用普發現金在「原本沒有打算買的東西或活動」的消費者中, 有六成消費者額外支出的金額已達一萬。

Q23. 除了用於消費或支付日常開銷, 您有沒有計畫或已經將這 10,000 元使用於其它用途。例如, 存起來、投資、買保單、繳稅, 或是其它?

圖 19 呈現消費者對於普發現金的其他用途。有超過三成多的消費者將普發現金用於儲蓄、投資或買保單。

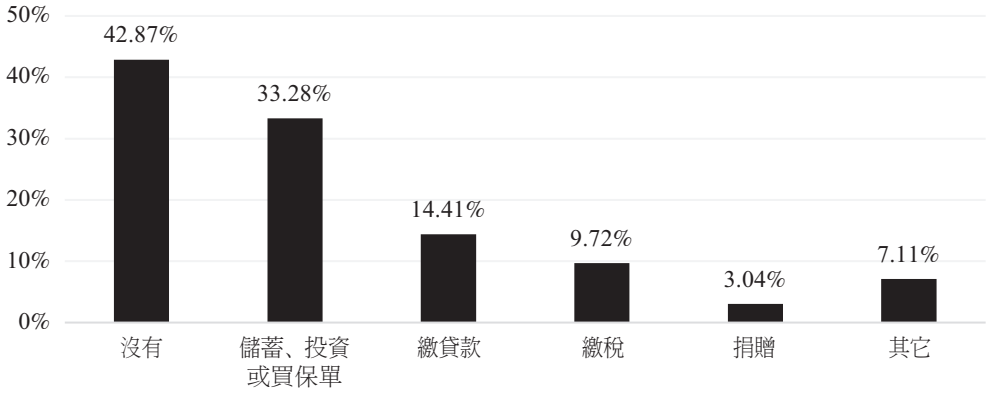


圖 19　普發現金的其他用途分布

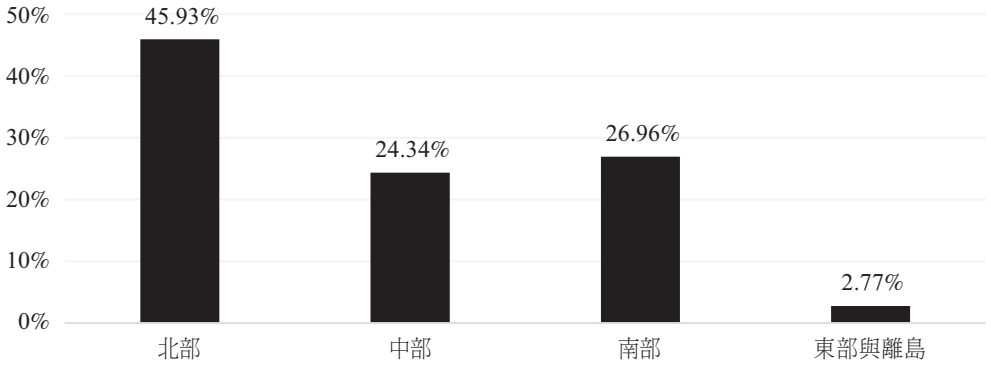


圖 20　消費者居住縣市分布

VII. 基本資料

以下為接受本網路調查的消費者基本資料。

Q24. 請問您目前居住在哪一個縣市?

圖 20 呈現各地區消費者居住地的比例分布, 北部佔 45.93%、南部 24.34%、中部 26.96% 以及東部與離島 2.77%。

Q25. 請問您是民國幾年出生?

圖 21 呈現消費者年齡的比例分布。本次調查中, 消費者多集中於 60 歲至 64 歲（15.35%), 其次是介於 65 歲至 69 歲（10.13%)。

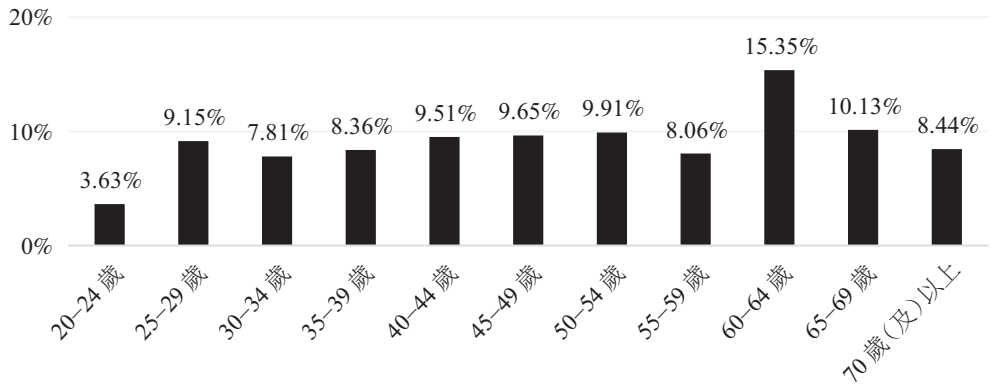


圖 21　消費者年齡分布

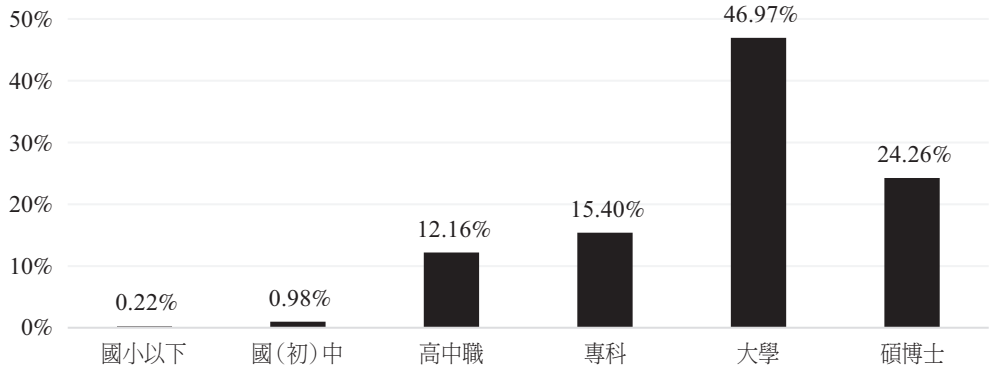


圖 22　消費者教育程度分布

Q26. 請問您的最高學歷是什麼?（含肄業及就學中）

圖 22 呈現消費者的教育程度比例分布。本次調查中, 受訪最高學歷以大學佔比最高（46.97%）, 其次為碩士及博士（24.26%）。

Q27. 請問您個人（或同住家人的家庭）每月經常性收入大約是在以下哪個範圍?

圖 23 呈現消費者每個月經常性收入群組的比例分布。本次調查中, 消費者每月經常性收入多集中於 3 萬（含）至 6 萬（40.27%）, 其次為 6 萬（含）至 10 萬（29.01%）。

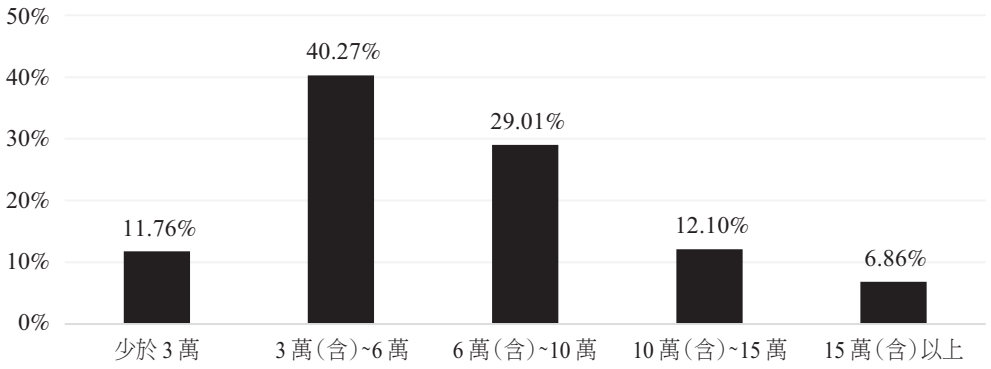


圖 23　消費者每月經常性收入分布

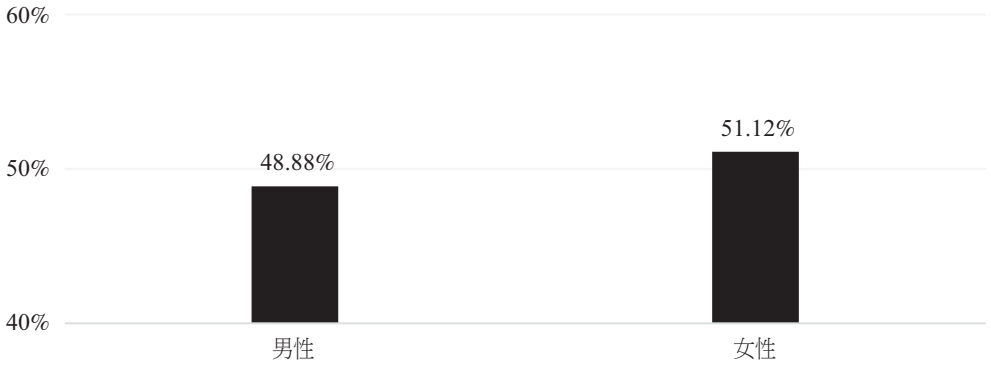


圖 24　消費者性別分布

Q28. 消費者性別

圖 24 呈現消費者的性別比例分布。本次調查中, 有 48.88% 的男性及 51.12% 的女性。

4.　民國 115 年 6 月調查結果

本期調查期間為民國 115 年 6 月 9 日至 28 日, 共完成 2,238 份有效問卷。以下結果均經加權處理, 相關調查方法請詳見第二章。自民國 115 年 6 月起, 有關生活成本預期的各項問題改依主計總處 CPI 七大基本分類, 分別調查受訪

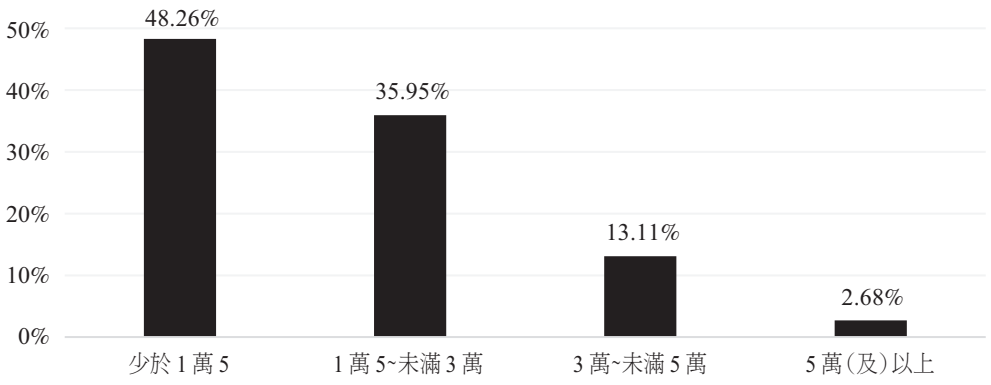


圖 25　消費者每個月在食物開銷的分布

者對各類別相關生活支出未來變化的預期。其中, 在居住相關生活成本方面, 3 月調查包含房屋貸款支出; 6 月調查則配合主計總處 CPI「居住類」的分類內容進行調整, 涵蓋房租、住宅維修、家庭用品及水電燃氣等支出, 但不包括房屋貸款。至於 CPI、房價與利率預期相關問題, 以下將 3 月與 6 月調查結果一併呈現, 以利比較兩期之間的變化。此外, 本期新增較長期的 CPI 預期問題, 詢問消費者對三年後 CPI 年增率的預期, 未來亦將持續追蹤其變化。

在一年後利率預期的調查方面, 3 月調查以五大公股銀行新承做放款加權平均利率作為受訪者判斷的參考（見第三章 Q18、Q19AB）。考量消費者實際借貸時所面對的利率主要為各類消費性貸款利率, 例如汽車貸款、就學貸款及信用卡循環信用利率等, 本期調查改為提供消費性貸款利率相關資訊作為參考, 使受訪者對未來利率變化的判斷更貼近其實際借貸經驗。

I. 目前生活成本相關問題

Q1. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之食物開銷, 包含外食與自己煮的, 大約是多少元?

圖 25 呈現消費者在食物支出方面不同花費群組的比例, 消費者每月食物開銷（包括外食）平均支出為 16,609 元。

Q2. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之衣著開銷, 大約是多少元?

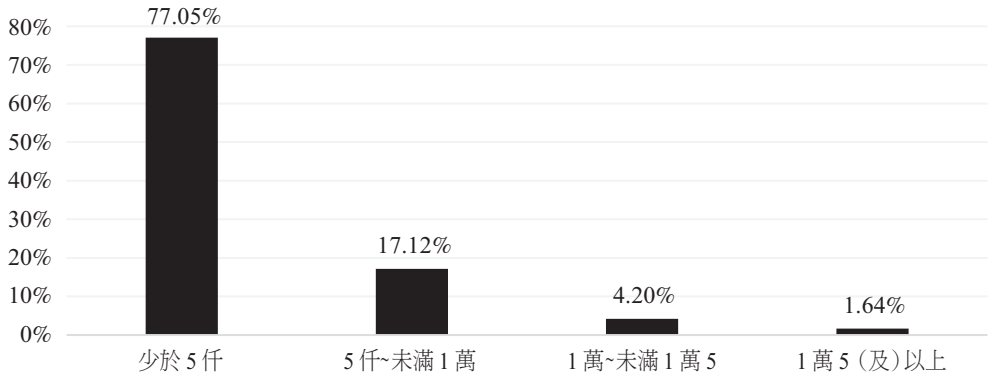


圖 26　消費者每個月在衣著開銷的分布

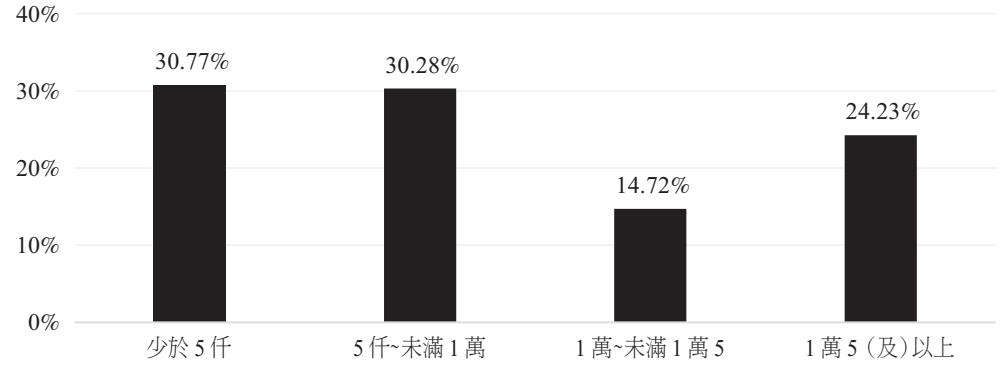


圖 27　消費者每個月在居住開銷的分布

圖 26 呈現消費者在衣著方面不同花費群組的比例, 消費者每月衣著開銷平均支出為 2,983 元。

Q3. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之居住開銷, 包含房租、住宅維修、家庭用品、水電燃氣, 大約是多少元?

圖 27 呈現消費者在居住方面不同花費群組的比例, 消費者每月居住開銷（含房租、住宅維修、家庭用品、水電燃氣）平均支出為 10,775 元。

Q4. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之交通及通訊開銷, 包含交通工具、油料費、運輸費、通訊費, 大約是多少元?

圖 28 呈現消費者在交通及通訊支出方面不同花費群組的比例, 消費者每

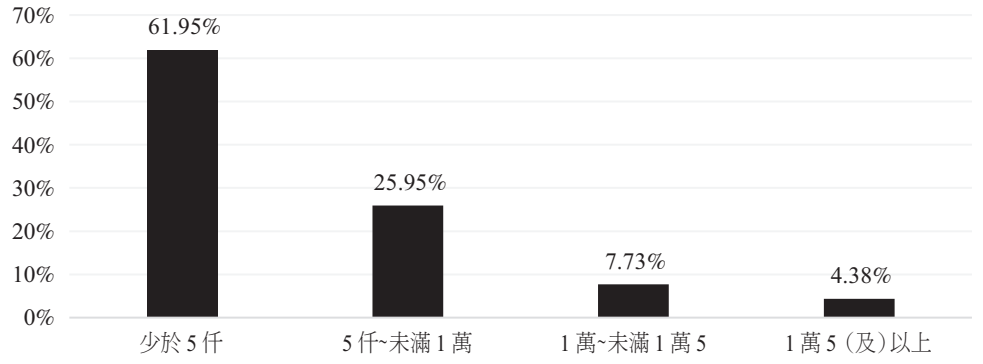


圖 28　消費者每個月在交通及通訊開銷的分布

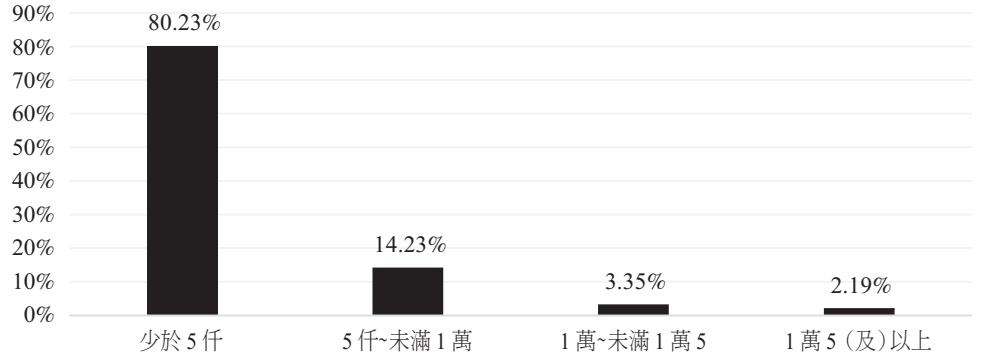


圖 29　消費者每個月在醫藥保健開銷的分布

月交通及通訊開銷（含交通工具、油料費、運輸費、通訊費）平均支出為 4,509 元。

Q5. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之醫藥保健開銷, 包含醫療費用、保健食品、醫療保健器材, 大約是多少元?

圖 29 呈現消費者在醫藥保健支出方面不同花費群組的比例, 消費者每月醫藥保健開銷（含醫療費用、保健食品、醫療保健器材）平均支出為 2,940 元。

Q6. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之教養娛樂開銷, 包含補習費、學雜費、娛樂服務等, 大約是多少元?

圖 30 呈現消費者在教養娛樂支出方面不同花費群組的比例, 消費者每月教養娛樂開銷（含補習費、學雜費、娛樂服務）平均支出為 5,657 元。

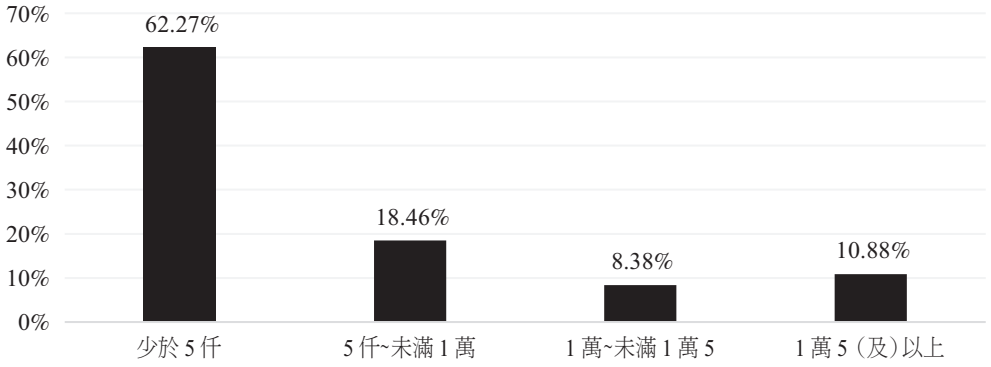


圖 30　消費者每個月在教養娛樂開銷的分布

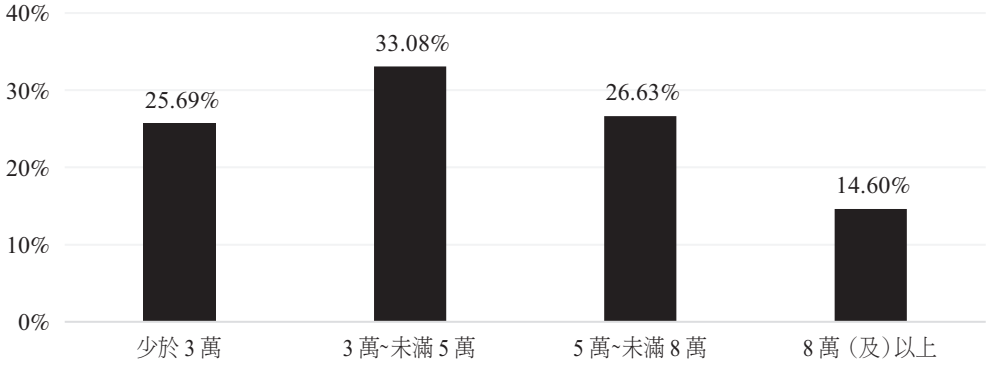


圖 31　消費者每個月在生活成本開銷的分布

Q7. 請問您個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之「經常性整體開銷」, 大約是多少元?

圖 31 呈現消費者在生活成本方面不同花費群組的比例。消費者每月生活成本開銷（含食物、衣著、居住、交通及通訊、醫療保健、教養娛樂及其他經常性開銷等）平均支出為 50,119 元。

II. 生活成本預期變化的相關問題

Q8. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之食物開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

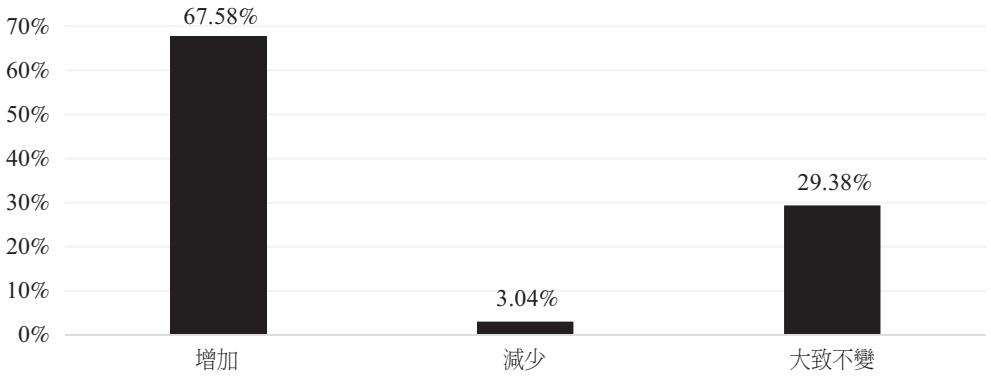


圖 32　消費者預計在一年後, 每個月在食物開銷變化比例的分布

Q9A.B. 承上題, 您預期一年後生活成本之食物開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 32 呈現消費者對一年後每月食物開銷, 相較於接受調查時的增減預期。調查結果顯示, 超過六成消費者預期一年後每月食物開銷將增加。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月食物開銷將增加 1,744 元。

Q10. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之衣著開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q11A.B. 承上題, 您預期一年後衣著開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 33 呈現消費者對一年後每月衣著開銷, 相較於接受調查時的增減預期。調查結果顯示, 有兩成五消費者預期一年後每月衣著開銷將增加。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月衣著開銷將增加 154 元。

Q12. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之居住開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q13A.B. 承上題, 您預期一年後居住開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 34 呈現消費者對一年後每月居住開銷, 相較於接受調查時的增減預

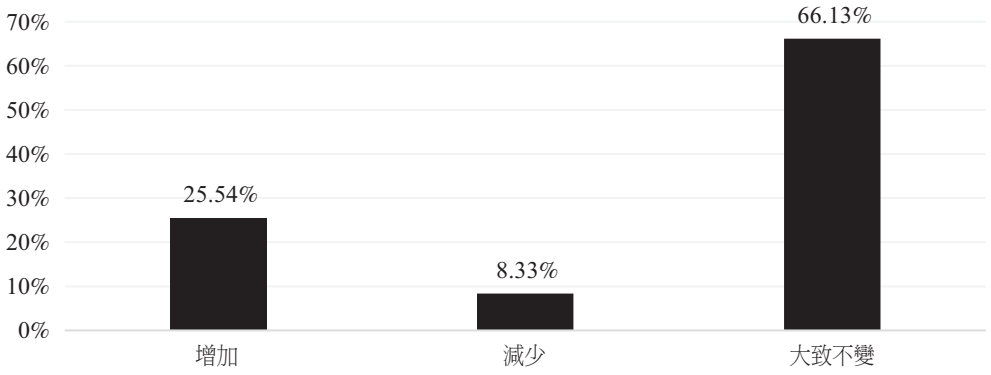


圖 33　消費者預計在一年後, 每個月在衣著開銷變化比例的分布

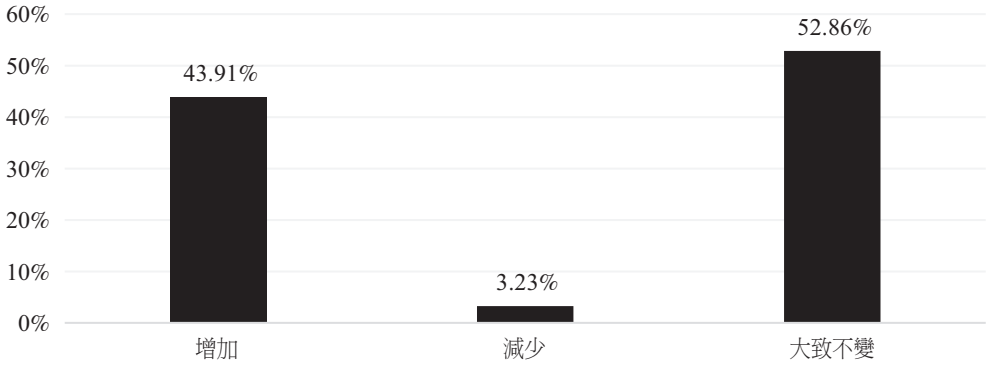


圖 34　消費者預計在一年後, 每個月在居住開銷變化比例的分布

期。調查結果顯示, 有四成消費者預期一年後每月居住開銷將增加, 五成認為將大致不變, 其餘則預期減少。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月居住開銷將增加 722 元。

Q14. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之交通及通訊開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q15A.B. 承上題, 您預期一年後交通及通訊開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 35 呈現消費者對一年後每月交通及通訊開銷, 相較於接受調查時的增減預期。調查結果顯示, 有三成消費者預期一年後每月交通及通訊開銷將增

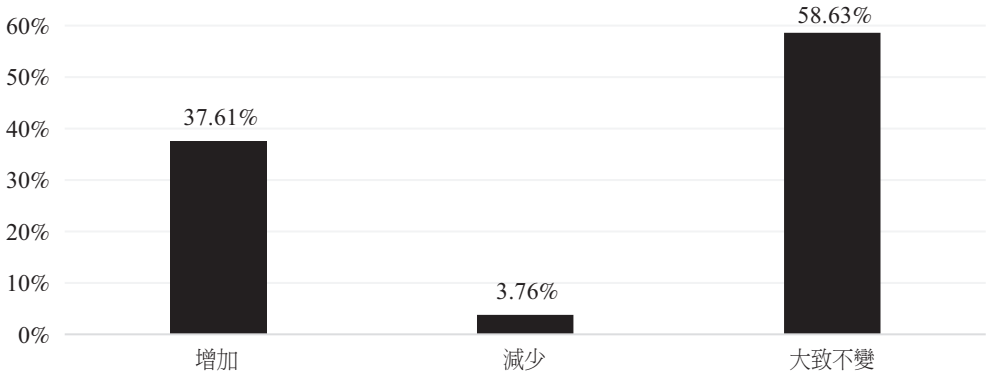


圖 35　消費者預計在一年後, 每個月在交通及通訊開銷變化比例的分布

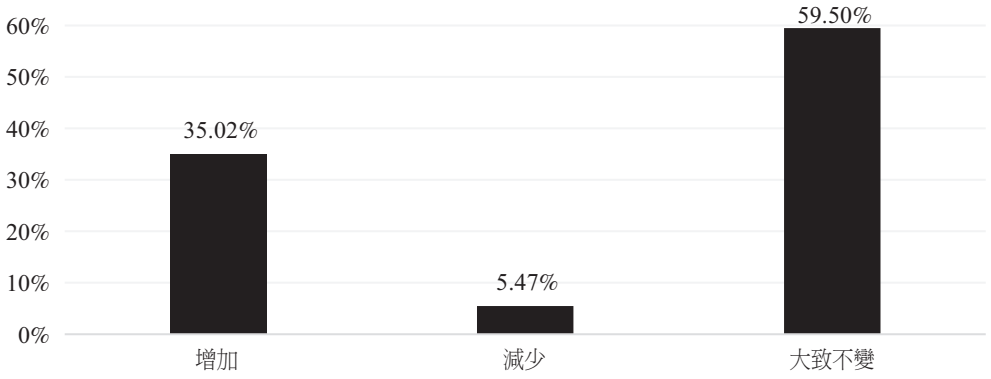


圖 36　消費者預計在一年後, 每個月在教養娛樂開銷變化比例的分布

加。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月交通及通訊開銷將增加 396 元。

Q16. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之教養娛樂開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q17A.B. 承上題, 您預期一年後教養娛樂開銷會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少元?

圖 36 呈現消費者對一年後每月教養娛樂開銷, 相較於接受調查時的增減預期。調查結果顯示, 有三成消費者預期一年後每月教養娛樂將增加, 近六成認為將大致不變。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平

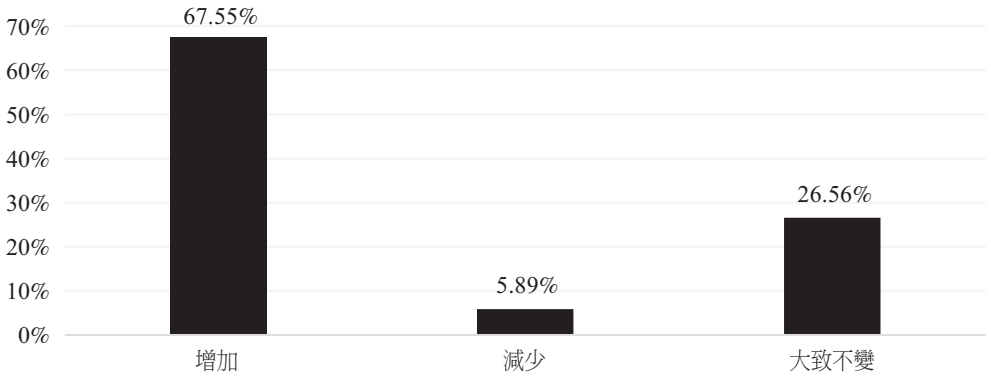


圖 37　消費者預計在一年後, 每個月在整體生活成本開銷變化比例的分布

均而言, 消費者預期一年後每月教養娛樂將增加 618 元。

Q18. 請問您預計在「一年後」, 個人（或同住家人的家庭）每個月生活成本之經常性整體開銷, 與目前每個月相比, 會有什麼變化?

Q19A.B. 您預期一年後生活成本會增加（減少）, 請問相較於目前每個月, 大約會增加（減少）多少錢?

圖 37 呈現消費者對一年後每月整體生活成本, 相較於接受調查時的增減預期。調查顯示, 預期未來整體生活成本上升仍佔多數。若將預期支出增加、減少及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 消費者預期一年後每月整體生活成本開銷將增加 3,883 元。

III. 物價預期的相關問題

Q20. 您預期在一年後, 臺灣消費者物價指數與這一兩個月相比, 會上升、下降、還是大致不變?

圖 38 呈現臺灣消費者物價指數預計在一年後, 與這一、兩個月相比上升或下降的比例。與 3 月調查時相比, 預期 CPI 將會上升者下降 2.03 個百分點, 預期大致不變或下降者分別上升 1.88 及 0.15 個百分點。

Q21. 承上題, 根據主計總處發布 115 年 4、5 月平均消費者物價指數（CPI）較去年同期上漲 1.97%。請問您預期在一年後, 臺灣 CPI 年增率大約會落在哪個區間?

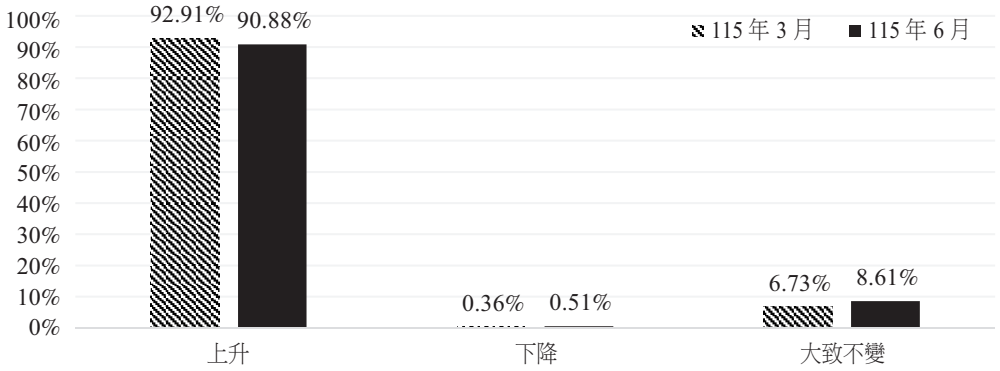


圖 38　消費者在一年後, 臺灣消費者物價指數預期的變化趨勢分布

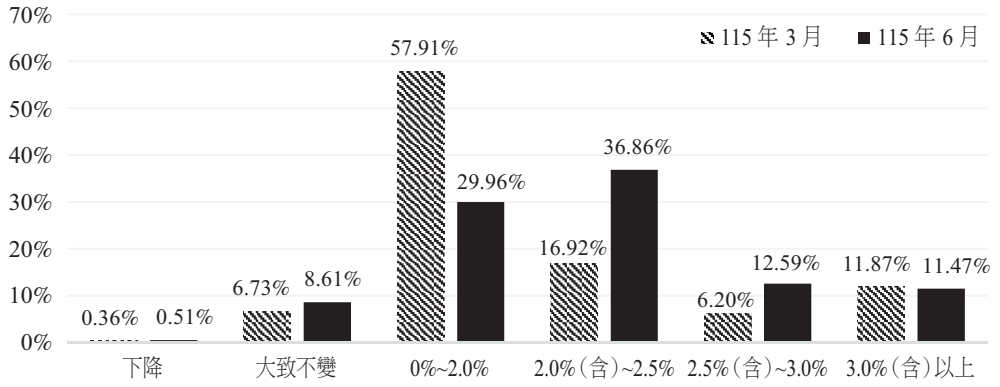


圖 39　消費者在一年後, 臺灣消費者物價指數年增率預期區間分布

圖 39 呈現消費者在一年後對消費者物價指數年增率的預測落點區間。與 3 月調查時相比, 預期 CPI 年增率將落於 2%（含）至 2.5% 區間的消費者比例明顯上升, 從 3 月的 16.92%, 上升至 36.86%。6 月調查時 CPI 年增率預期平均為 2.29%, 中位數為 2.25%。

Q22. 請問您認為一年後消費者物價指數上漲的最主要原因是下列哪一個?

圖 40 呈現消費者認為一年後消費者物價指數上漲之主要原因的群組比例。與 3 月調查結果類似, 6 月調查中, 消費者認為一年後 CPI 上漲的兩項主要原因仍為大宗原物料價格可能上漲, 以及美國關稅政策實施所帶來的後續

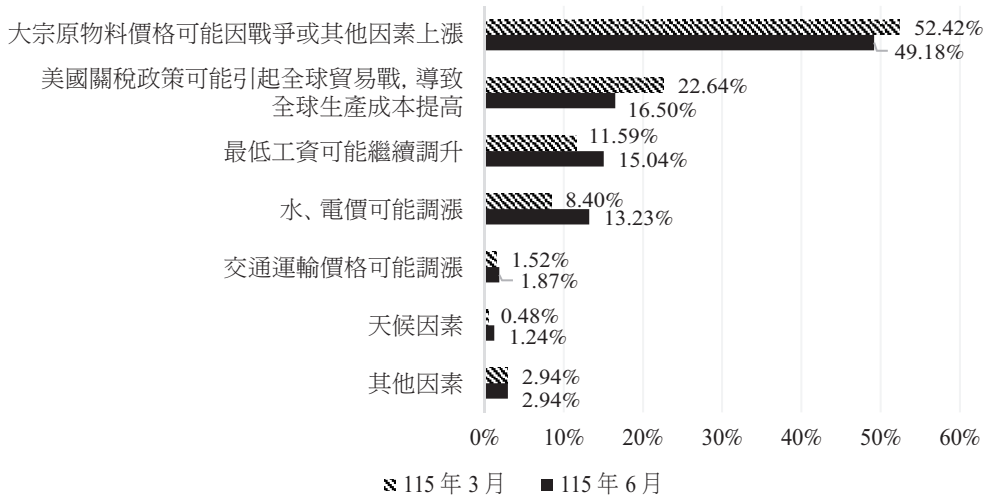


圖 40　消費者認為一年後消費者物價指數上漲的最主要原因分布

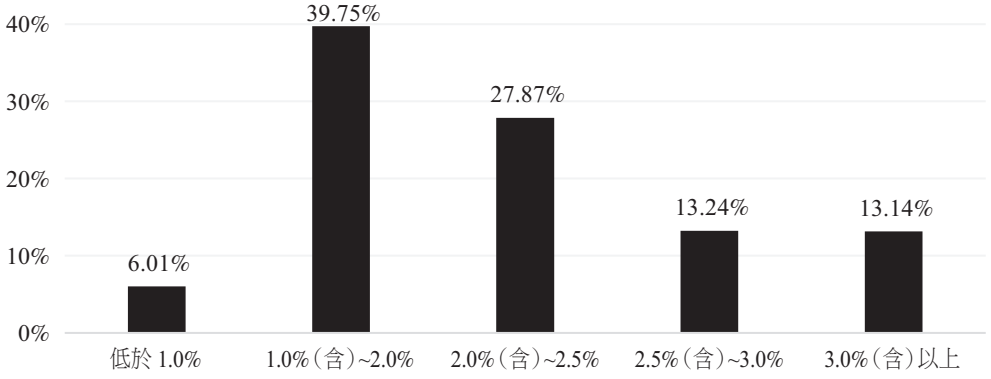


圖 41　消費者在三年後, 臺灣消費者物價指數年增率預期區間分布

影響。[11]

Q23. 114 年消費者物價指數的年增率為 1.66%, 請問您預期在三年後, 消費者物價指數年增率將落在哪個區間?

圖 41 呈現消費者在三年後對消費者物價指數年增率的預測落點區間。

[11] 6 月調查中, 問卷選項有做更改。原先 3 月調查為「大宗原物料價格可能上漲（含石油、天然氣、礦產、小麥、玉米等）」, 6 月時改為「大宗原物料價格（含石油、天然氣、礦產、小麥、玉米等）可能因戰爭或其它因素上漲」。

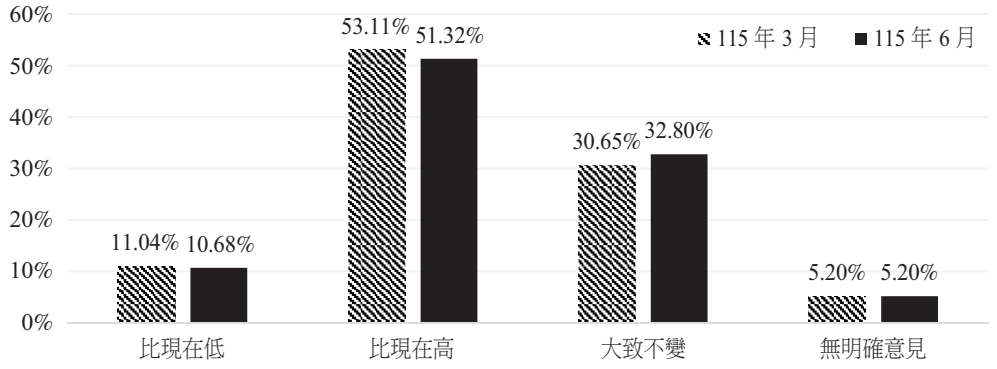


圖 42　消費者預期半年後房價的變化趨勢分布

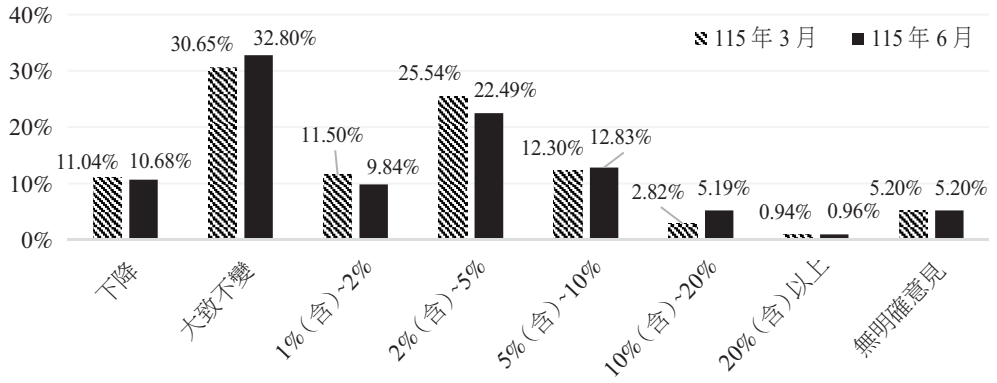


圖 43　消費者預期半年後房價的變化區間分布

CPI 年增率預期平均為 2.32%, 中位數為 2.25%。

IV. 房價預期的相關問題

Q24. 請問您認為在您的居住城市, 預期在未來半年後, 房價會比現在低還是高?

Q25A.B. 承上題, 請問您預期半年後, 房價平均大致會比現在低（漲）多少百分比?

圖 42 與圖 43 呈現消費者預期半年後的房價變化趨勢與預期變化幅度區間。與 3 月調查時結果相似, 仍是有五成左右的消費者預期半年後房價比調

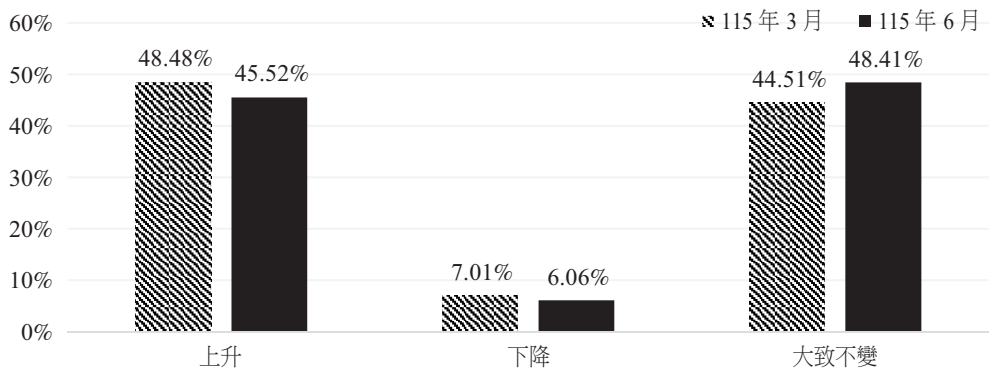


圖 44　消費者預期一年後利率的變化趨勢分布

查時高。將預期上漲、下跌及大致不變的受訪者一併計入, 平均而言, 半年後整體房價預期平均上升幅度為 2.43%。

V. 利率預期的相關問題

Q26. 央行發布 115 年 4 月消費性貸款利率（如, 車貸、學貸、信用卡循環信用利率等）為 2.634%。請問您預期在一年後, 消費性貸款利率與近期相比, 會上升、下降、還是大致不變?

圖 44 呈現消費者預期一年後的利率變化。兩次調查中, 都有超過四成消費者預期一年後利率會上升, 也有四成預期大致不變。

VI. 政策相關問題

近年來, 少子女化已成為攸關臺灣國家安全、人口結構與經濟發展的重要政策議題。政府陸續推動鼓勵生育與支持育兒的相關措施, 包括提高生育補助、育兒津貼、托育補助及育嬰留職停薪津貼等, 期望減輕家庭的生育與養育負擔, 進而提升生育意願。然而, 根據國家發展委員會人口推估的中推估情境, 民國 115 年臺灣總生育率預估僅為 0.87 人, 顯示低生育率問題仍相當嚴峻。有鑑於此, 本次政策調查旨在了解影響民眾生育與養育意願的主要因素, 並探討消費者對各項生育及育兒支持措施的態度, 以及相關補助需達到何種程度, 方能形成實質的生育誘因, 以作為未來政策規劃與制度設計的參考。

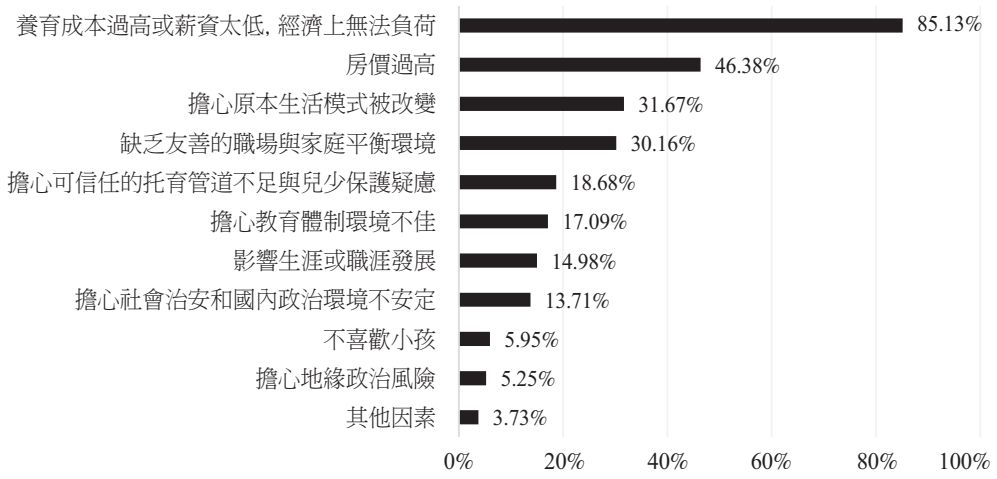


圖 45　消費者認為會影響生養原因的主要因素分布

Q27. 根據內政部統計, 臺灣 114 年總生育率約為 0.7 人（指女性一生平均生 0.7 個小孩）。依照您個人或身邊親友在育齡範圍內（20–50 歲）的情況, 您認為選擇不願意生養的原因為何?（多選題, 最多選三項）

圖 45 呈現消費者認為影響生養意願的主要因素。調查結果顯示, 超過八成消費者認為養育成本過高或薪資太低, 經濟上無法負荷是主因之一, 遠高於其他因素。其次有四成多的消費者認為房價過高是主因之一, 另有約三成消費者認為擔心原本生活模式被改變及缺乏友善的職場與家庭平衡環境亦是重要因素。

Q28. 請問下列哪三項政策最可能提高您或育齡範圍親友的生育意願?

圖 46 呈現消費者認為未來可規劃之提高生育意願的政策措施。調查結果顯示, 前三項最可能提高生養意願的政策為: 提供 5 歲以上至 18 歲的長期育兒津貼與教育補助、改善職場友善措施與落實房市調控及住宅政策。因消費者作答可選三項政策, 故各項政策比例加總大於 100%。

Q29. 115 年起中央一次性生育補助為 10 萬, 加計各縣市平均 1 至 4 萬元, 每胎合計可領約 11 至 14 萬元。在考量政府財政資源有限, 且提高一次性補助可能排擠其它育兒支持政策的情況下, 您認為一次性生育補助總額至少應提高至多少, 方能有生育誘因?

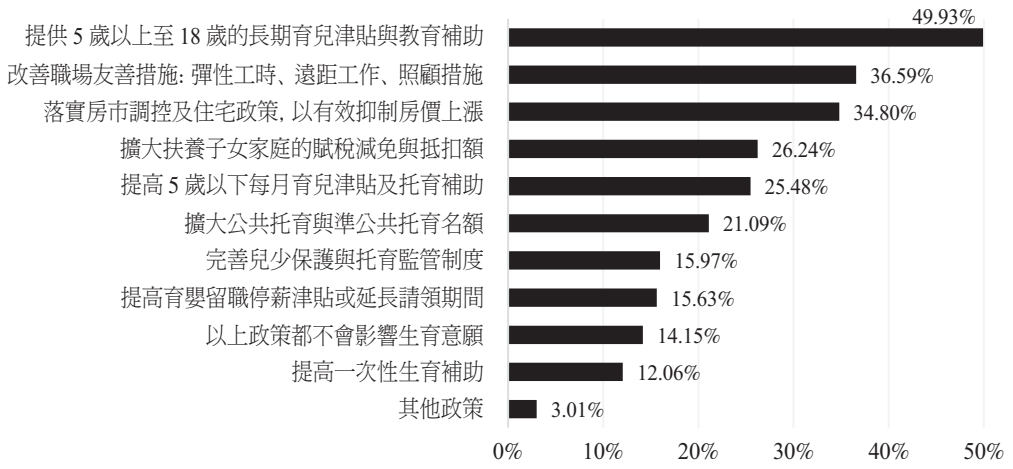


圖 46　消費者認為未來可規劃之提高生育意願的政策措施分布

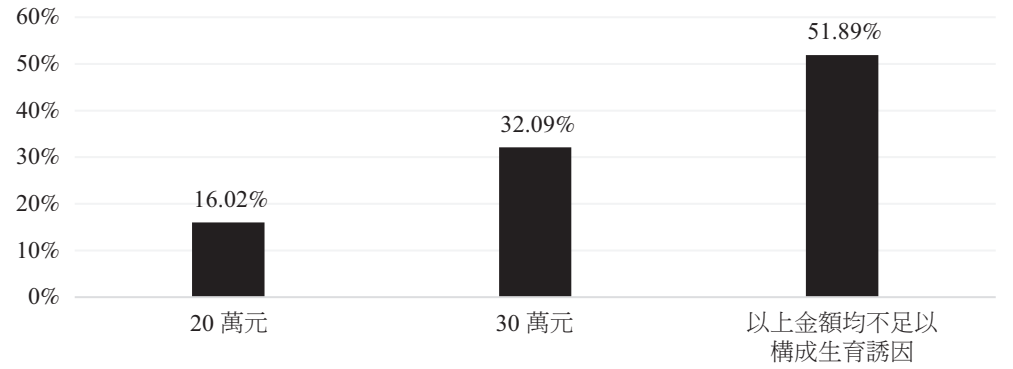


圖 47　消費者認為可刺激生育誘因的一次性生育補助金額

圖 47 顯示消費者對一次性生育補助金額的看法。逾半數認為一次性生育補助提高至 30 萬元仍不足以構成刺激生育的誘因。

Q30. 目前由中央與地方政府提供之 5 歲以下每月育兒津貼與托育補助, 合計約在 6,000 元至 2 萬元之間(視托育方式、胎次及各縣市而定)。在考量政府財政資源有限, 且提高每月補助可能排擠其它育兒支持政策的情況下, 您認為 5 歲以下, 每月育兒津貼及托育補助, 每月補助金額至少應提高至多少, 方能有生育誘因?

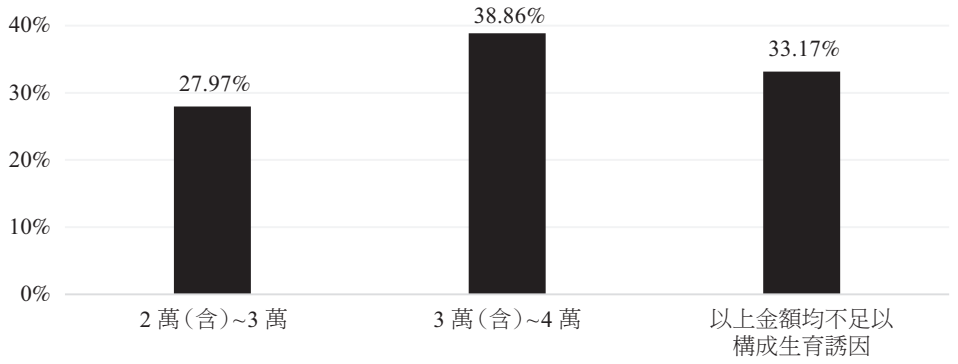


圖 48　消費者認為能刺激生育誘因的每月育兒津貼及托育補助金額（5 歲以下）

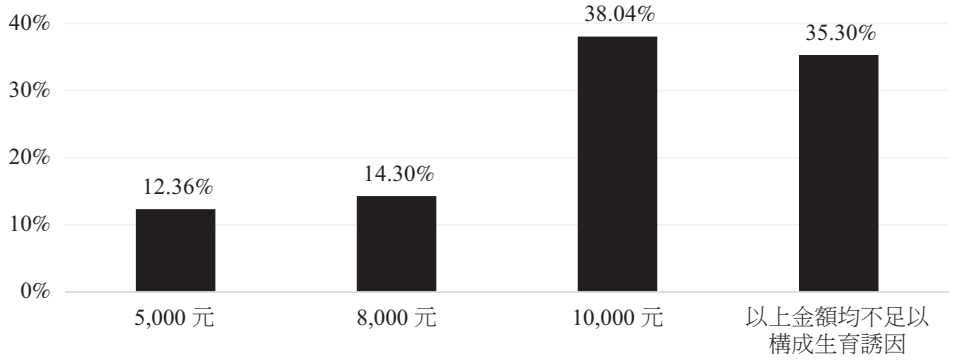


圖 49　消費者認為可能刺激生育誘因的每月固定補助金額（延長至 18 歲）

圖 48 呈現消費者認為可能刺激生育誘因的每月育兒津貼及托育補助金額（5 歲以下）。調查結果顯示, 約三成消費者認為每月津貼提高至 4 萬元仍不足以構成生育誘因。

Q31. 目前育兒津貼與托育補助多集中於 6 歲學齡前階段。在考量政府財政資源有限, 且提高每月補助可能排擠其它育兒支持政策的情況下, 若將補助延長至 18 歲, 每月固定補助多少金額, 方能有生育誘因?

圖 49 呈現消費者認為每月固定補助（持續至子女 18 歲）需達到何種金額, 方能提高生育意願。調查結果顯示, 約三成消費者認為每月補助 1 萬元可形成生育誘因; 另有約三成則認為, 即使每月補助至 1 萬元, 仍不足以構成生育誘因。

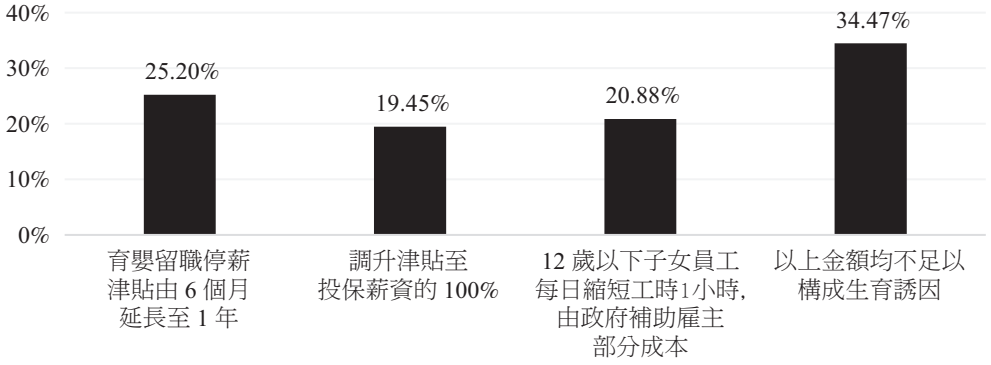


圖 50　消費者認為可能提高生育意願的育嬰留職停薪相關措施

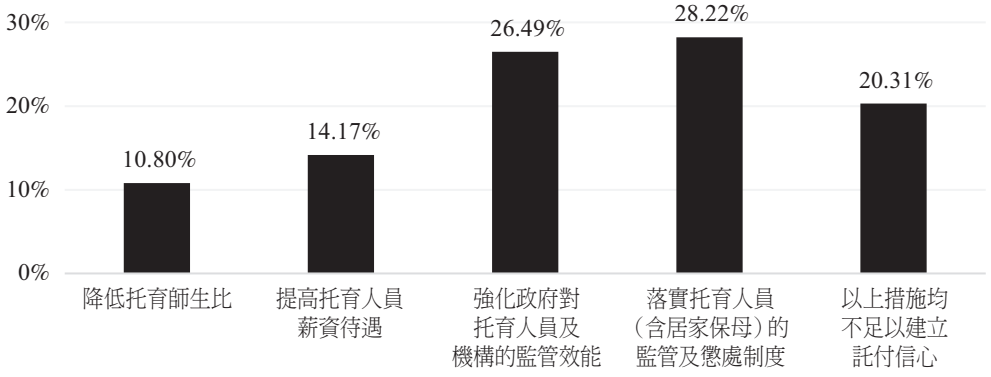


圖 51　消費者認為能建立托付信心之托育環境相關措施

Q32. 目前育嬰留職停薪津貼為投保薪資的 80%, 每一子女合計最長領 6 個月, 下列哪項津貼的措施, 最能有生育誘因?

圖 50 呈現消費者認為較能提高生育意願的育嬰留職停薪相關措施。調查結果顯示, 約兩成五的消費者認為, 將育嬰留職停薪津貼延長至 1 年, 是所列措施中最能形成生育誘因的政策; 然而, 有超過三成的消費者認為, 本調查所列的三項育嬰留職停薪相關措施均不足以構成生育誘因。

Q33. 針對現行托育環境, 您認為下列哪項政策的落實最能建立您的託付信心?

圖 51 呈現消費者認為最能提升托育信任的相關措施。調查結果顯示, 均有超過四分之一的消費者認為,「落實托育人員監管與懲處制度」以及「強化

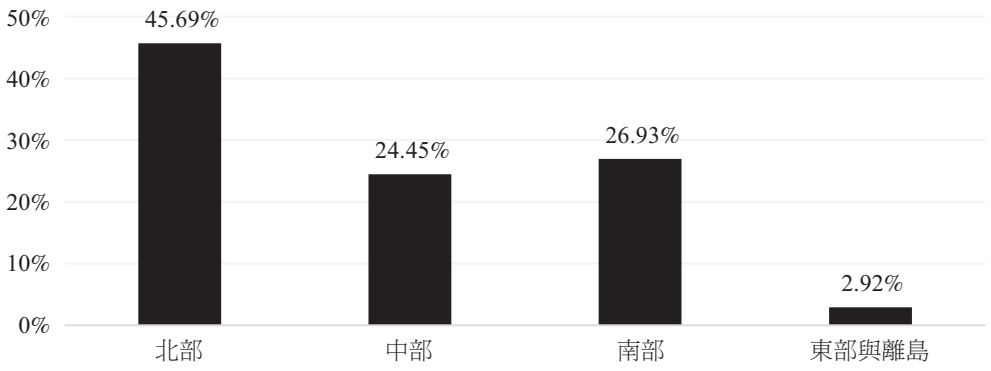


圖 52　消費者居住縣市分布

政府對托育人員及機構的監管效能」最能提升其對托育環境的信任。然而, 仍有約兩成的消費者認為, 本調查所列的四項托育環境相關措施均不足以建立其託付信心。

VII. 基本資料

以下為接受本網路調查的消費者基本資料。

Q34. 請問您目前居住在哪一個縣市?

圖 52 呈現各地區消費者居住地的比例分布, 北部佔 45.69%、南部 26.93%、中部 24.45% 以及東部與離島 2.92%。

Q35. 請問您是民國幾年出生?

圖 53 呈現消費者年齡的比例分布。本次調查中, 消費者多集中於 65 歲至 69 歲（13.33%), 其次為 70 歲（及）以上（10.60%)。

Q36. 請問您的最高學歷是什麼?（含肄業及就學中）

圖 54 呈現消費者的教育程度比例分布。本次調查中, 受訪最高學歷以大學佔比最高（47.80%), 其次為碩士及博士（25.93%)。

Q37. 請問您個人（或同住家人的家庭）每月經常性收入大約是在以下哪個範圍?

圖 55 呈現消費者每個月經常性收入群組的比例分布。本次調查中, 消費者每月經常性收入多集中於 3 萬至 6 萬（37.92%), 其次為 6 萬至 10 萬（28.96%)。

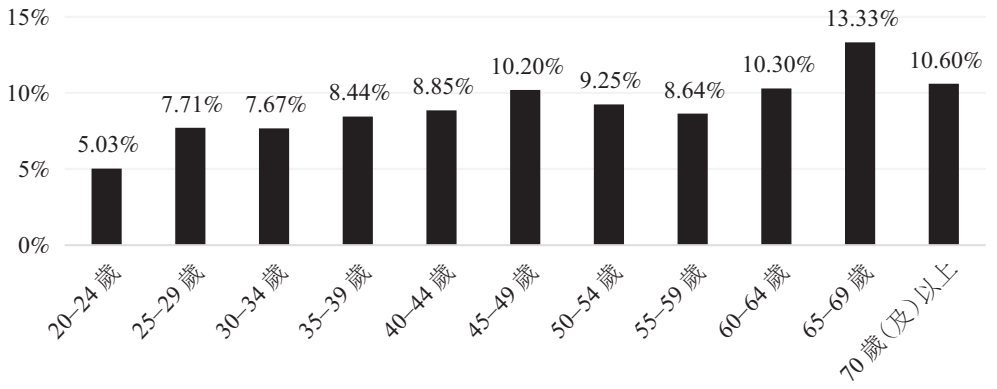


圖 53　消費者年齡分布

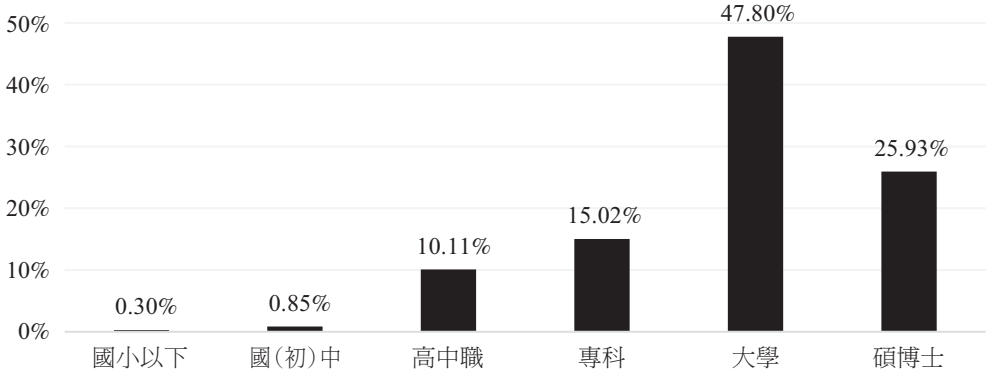


圖 54　消費者教育程度分布

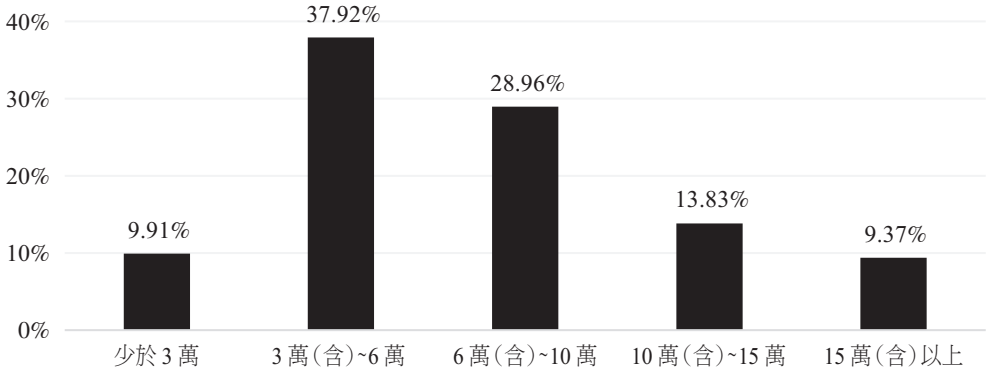


圖 55　消費者每月經常性收入分布

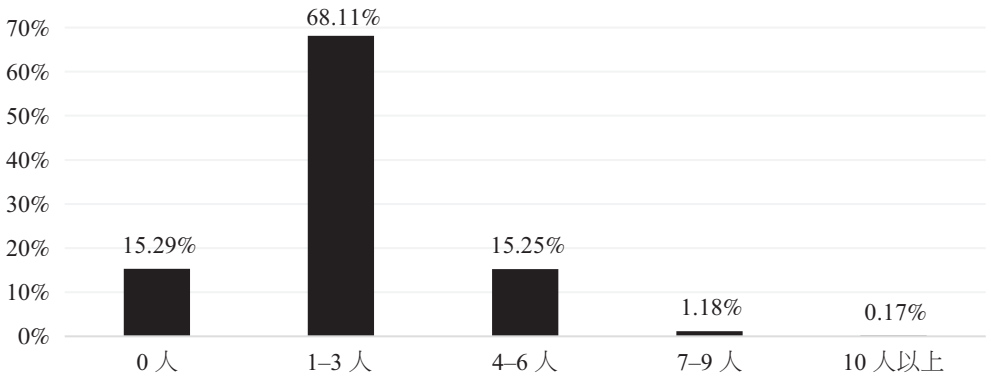


圖 56　消費者同住家人數量比例分布

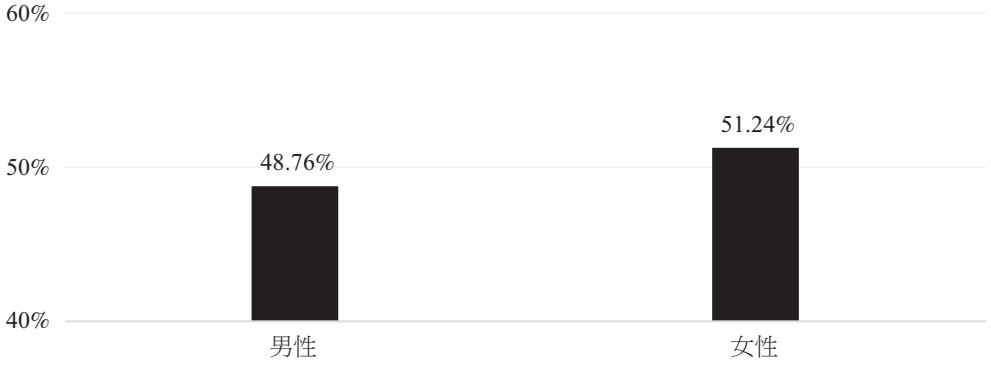


圖 57　消費者性別分布

Q38. 請問與您同住的家人有幾位?

圖 56 呈現消費者同住家人數量比例分布。本次調查中, 有 1 至 3 位同住家人的消費者居多（68.11%), 其次為自己住（15.29%)。

Q39. 消費者性別

圖 57 呈現消費者的性別比例分布。本次調查中, 有 48.76% 的男性及 51.24% 的女性。

Q40. 請問您目前的婚姻狀態?

圖 58 呈現消費者的婚姻狀態比例分布。本次調查中, 最多消費者是已婚（54.98%), 其次是從未結婚（35.51%)。

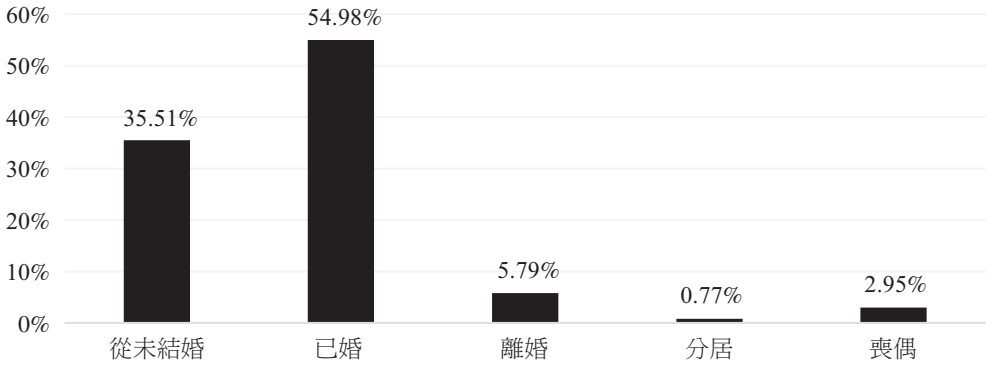


圖 58　消費者婚姻狀態分布

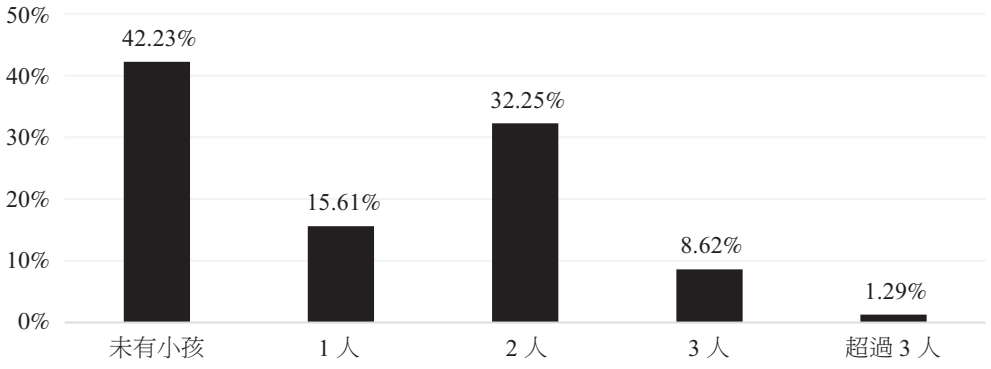


圖 59　消費者小孩人數分布

Q41. 請問您有幾位小孩?

圖 59 呈現消費者的小孩人數比例分布。本次調查中, 最多消費者是未有小孩(42.23%), 其次是 2 個小孩(32.25%)。

5.　初步分析

I. 通膨預期

115 年 3 月與 6 月的調查結果顯示, 預期一年後生活成本將增加的消費者比例皆超過六成, 預期一年後 CPI 指數會上升的比例也均超過九成。兩次調查

對一年後生活成本的預期平均變動率分別為 8.77% 與 8.68%（圖 60), 而消費者對一年後 CPI 年增率的平均預期則由 3 月的 2.12% 上升至 6 月的 2.29%。為呈現上述估計值的統計不確定性, 本調查進一步估計 95% 信賴區間。如圖 61 與圖 62 所示, 兩次調查對一年後整體生活成本平均變動率的信賴區間高度重疊, 而 CPI 預期年增率則呈現較明顯上升。

為檢視兩期調查生活成本與 CPI 預期平均變動是否存在統計上顯著差異, 本研究進一步比較 115 年 3 月與 6 月兩次調查之加權平均數。分析採 Bootstrap 方法檢定兩期加權平均數之差是否顯著異於零。考量部分受訪者於兩期調查中重複受訪, 重抽樣以受訪者 ID 為單位進行, 以反映同一受訪者跨期回答可能存在之相關性。若兩期平均數之差之 95% 信賴區間不包含零, 則判定該項預期指標於 5% 顯著水準下, 在兩次調查間存在統計上顯著之變化。

檢定結果顯示, 115 年 3 月與 6 月兩期調查之一年後生活成本預期變化差異未達 5% 顯著水準; 相對地, 6 月調查之一年後 CPI 預期變化則顯著高於 3 月調查。油價雖自 6 月初起自今年 4、5 月每桶百元以上之高點回落, 惟近期國際能源價格波動仍大, 加以原物料成本可能延遲反映至終端售價, 消費者通膨預期仍可能維持於較高水準, 甚或持續升溫, 此一態勢與本調查兩期 CPI 預期變化呈現之上升趨勢相符。

II. 房價預期

在房價預期方面, 儘管房市在第七波信用管制後明顯降溫, 房價漲勢反轉, 但跌幅及市場走勢仍存在明顯區域差異。在 3 月與 6 月的調查中, 皆有過半數消費者認為未來半年房價將較調查時點上漲（圖 42), 預期下跌的消費者仍是少數 — 約一成左右。此結果顯示, 雖然近期房市交易迅速降溫、房價鬆動, 但消費者對未來房價的預期尚未呈現相同幅度的轉變。

III. 普發現金

3 月調查政策分析聚焦於普發現金 1 萬元政策, 探討該政策是否改變消費者原有的消費行為與消費計畫。調查結果顯示, 有 36.26% 的消費者規劃或已將普發現金花費於原先未規劃的用途（圖 17), 其餘 63.74% 的消費者則未因普

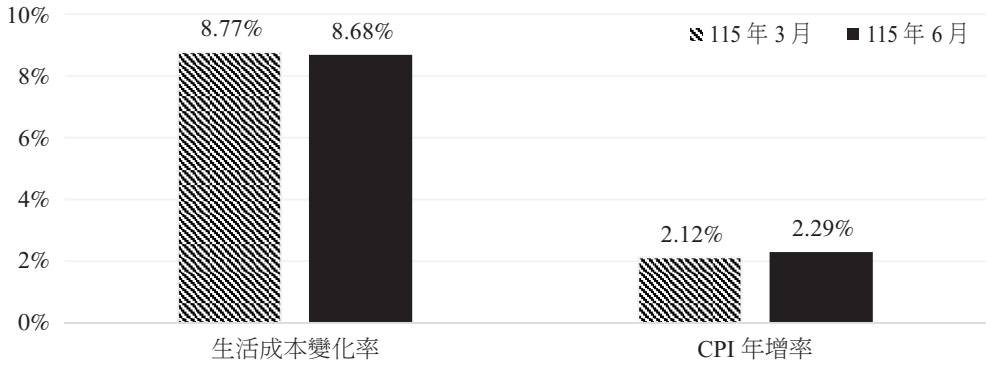


圖 60　消費者預期一年後生活成本變化率與 CPI 年增率



圖 61　消費者預期一年後生活成本變化率平均數與 95% 信賴區間

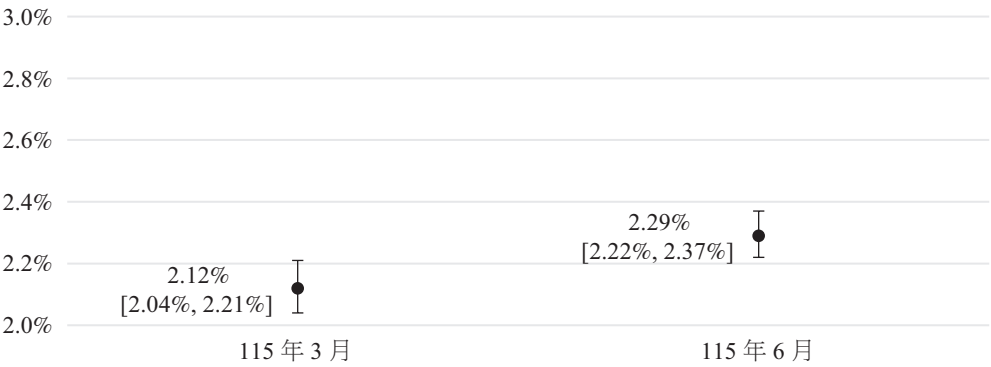


圖 62　消費者預期一年後 CPI 年增率平均數與 95% 信賴區間

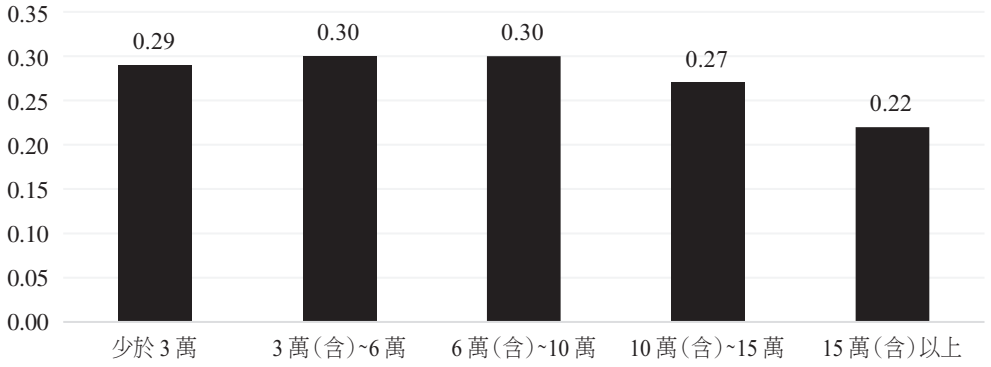


圖 63　消費邊際傾向 MPC（所得別）

發現金而改變原有消費決策, 據此估計網路調查之邊際消費傾向（MPC）為 0.29。[12] 本次同步進行的市話手機之傳統電話訪問調查（有效樣本數 2,216）估計 MPC 為 0.15, 與 112 年 10 月普發現金 6,000 元調查（有效樣本數 2,200, 亦為市話手機之調查方法）之 0.16 相近。整體而言, 兩次普發現金的 MPC 均遠低於 1, 顯示普發現金對刺激消費或擴大內需的效果可能相對有限。

從所得差異觀察, 不同所得族群的邊際消費傾向存在差異（圖 63）。月所得未滿 10 萬元的消費者, MPC 皆維持在 0.29 至 0.30 之間, 差異不大。惟月所得達 10 萬元以上後, MPC 呈現下降趨勢, 其中月所得 10 萬（含）至 15 萬元者為 0.27, 15 萬元以上者則降至 0.22。此結果顯示, 所得較高的消費者較傾向將普發現金用於儲蓄、投資或替代原有支出, 而非新增消費, 因此普發現金對高所得族群的消費刺激效果相對有限。

IV. 生養意願與少子化政策

6 月政策調查聚焦於消費者對低生育現象的看法, 並詢問受訪者本人或其身邊親友不願生育或養育子女的主要原因。整體而言,「養育成本過高或薪資太低, 經濟上無法負荷」是各族群最主要的考量, 其次為「房價過高」, 顯示經濟負擔仍是影響生育意願的重要因素。此外, 生活型態改變、工作與家庭平衡,

[12] 邊際消費傾向（marginal propensity to consume, MPC）係指每增加可支配所得一元, 而增加的消費幅度。

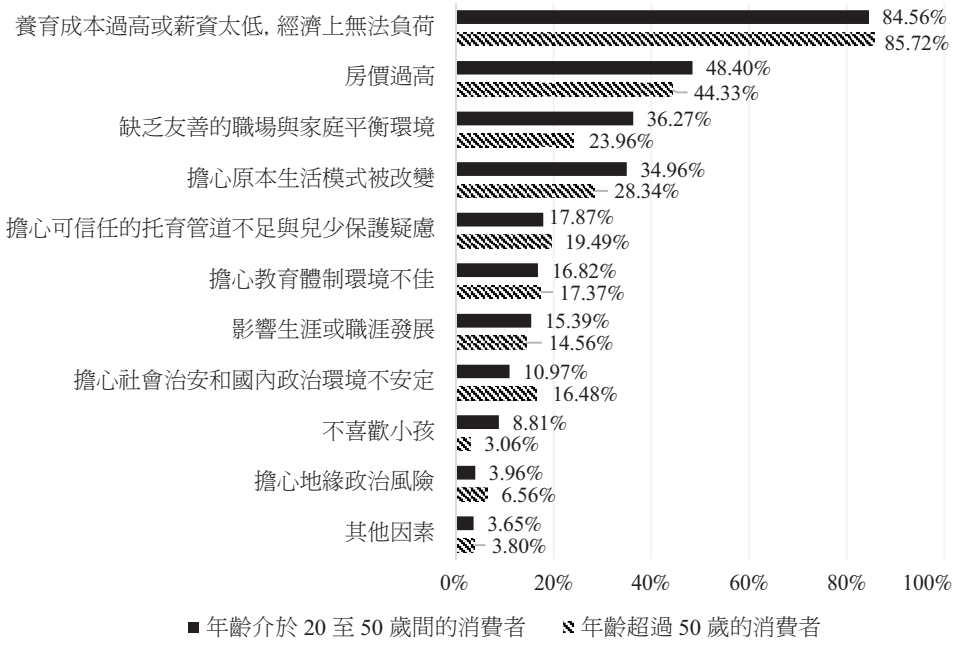


圖 64　不願意生養原因分布: 依年齡別

以及托育環境等因素亦具有一定影響, 反映低生育現象除涉及經濟條件外, 也與生活方式、職場環境及育兒支持等多重面向有關。

為進一步了解不同受訪群體不願生養的原因, 本調查依年齡層、子女數及婚姻狀態進行分組統計, 結果詳見圖 64 至圖 66。雖然不同族群對各項原因的排序不盡相同, 但「養育成本過高或薪資太低, 經濟上無法負荷」與「房價過高」普遍位居前兩項。整體結果顯示, 生育決策受到多重因素共同影響, 未來相關政策的規劃與評估, 宜綜合考量不同族群所面臨的經濟、職場、托育及家庭支持需求。

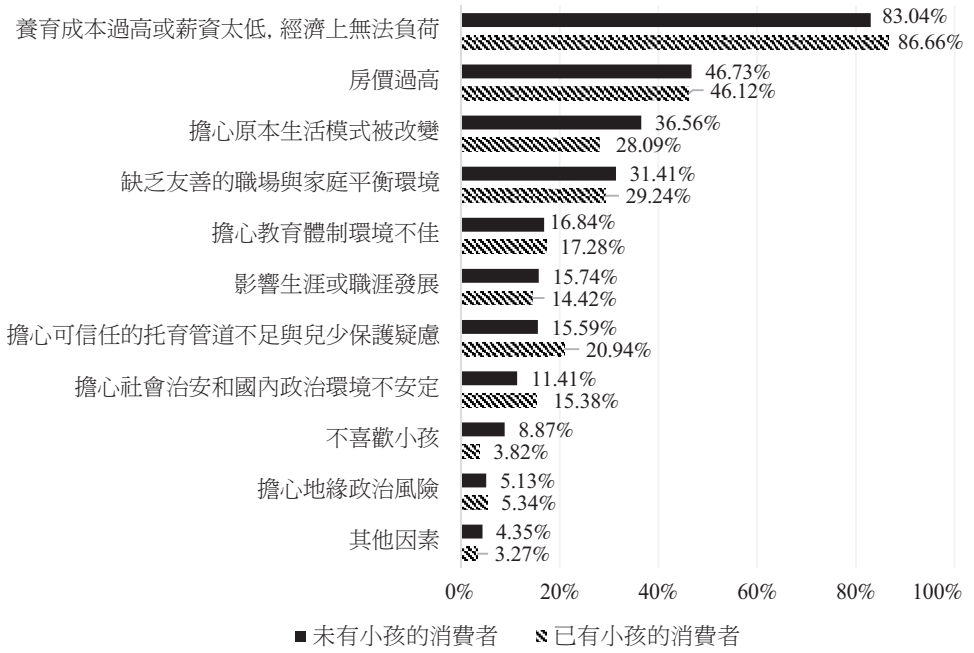


圖 65　不願意生養原因分布: 依子女數

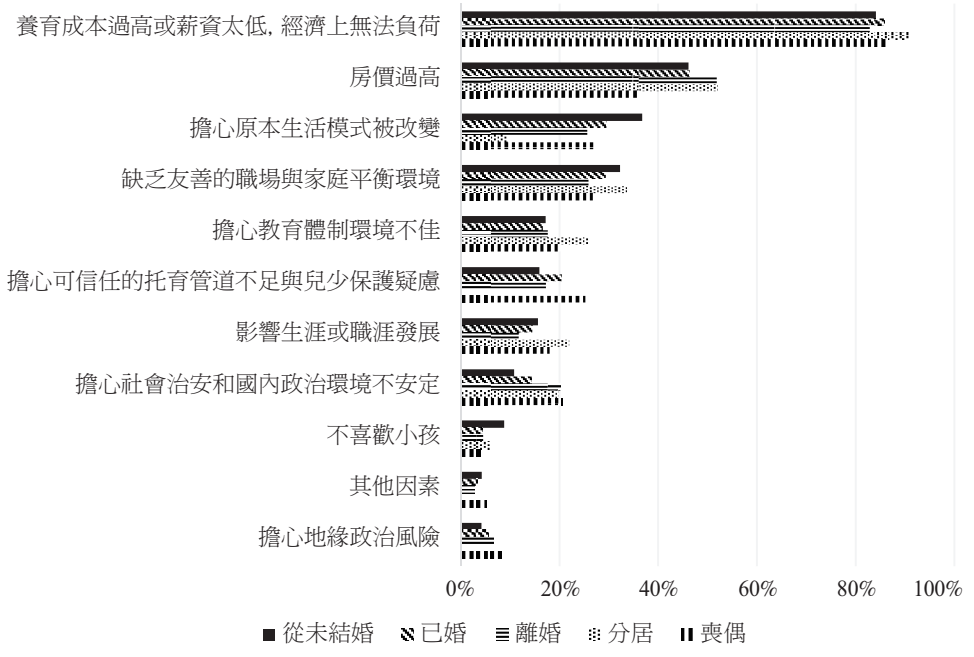


圖 66　不願意生養原因分布: 婚姻別

參考文獻

Coibion, O., Y. Gorodnichenko, and M. Weber (2022), "Monetary Policy Communications and Their Effects on Household Inflation Expectations," *Journal of Political Economy*, 130(6), 1537–1584.

【本調查爲永豐金控贊助與中央研究院經濟研究所之產學合作計畫】