

两岸四地消费者信心指数的比较与启示

谢邦昌 魏瑾瑞 朱建平*

在短期,按照主流的宏观经济理论,需求是影响经济的主要因素。凯恩斯强调拉动有效需求,其主要渠道是通过财政政策,一方面减税拉动私人消费;另一方面,加大政府支出(公共消费)。而消费者信心是影响消费行为的关键前置变量。目前在我国扩大内需调整经济结构的背景下,消费者信心指数的作用日趋凸显。

信心(预期)是可以自我实现的,即乐观的预期可以带来乐观的结果,悲观的预期可以加剧经济萧条。微观经济学研究的是稀缺资源有效配置,但从现代观点来看,它更象是一门行为科学。更恰当地说,人是经济活动的主体,微观经济学就是研究人的经济行为的科学。经济学假定经济人(agent)^[1]都是理性的,而理性人通常是根据预期来行动的——他需要对各种不确定性因素进行预测,进而最优化自己的行为。比如,产权界定之所以重要,正是因为它界定了人们受损或受益的权力,能使一个人形成他与别人进行交易时的合理预期,从而减少交易成本。从宏观经济学的视角来考察,消费行为会影响消费需求及其结构变动,从而作用于经济增长。作为一个先行指标,消费者信心指数对经济发展走向有很好的短期指示作用,可以在一定程度上反映消费者对经济环境的信心强弱。

一、消费者信心指数概要

消费者信心指数(Consumer Confidence Index, CCI),也称为消费者情绪指数(Index of Consumer Sentiment, ICS),最初由美国密西根大学调研中心SRC(Survey Research Center)于20世纪40年代首先提出,其初衷是为了研究消费需求对经济周期的影响。CCI由消费者满意指数(Index of Current Economics Condition, ICC)^[2]和消费者预期指数(Index of Consumer Expectation, ICE)构成,前者权重一般为40%,反映消费者对当前各种经济状况的感受,后者权重一般为60%,反映消费者对未来收入和经济走势的判断^[3]。与密西根大学SRC消费者信心不同的是欧盟消费者信心指数仅指消费者预期指数,并不包含消费者满意度指数。

一般而言,CCI的取值在0-200之间,以100为中立水平,如果得分大于100,表明多数人对经济发展形势持乐观看法,指数越高说明持乐观看法的人数比例越高,也就是说消费者信心越强。

对消费者信心的调查通常采用问卷调查法,其中,ICC和ICE分别由一些二级指标构成,包括经济发展形势、家庭收入、消费支出、就业状况等方面,每一方面由两类问题构成,对现状的看法和对未来(半年或一年)的预期。但是考虑到民风不同,两岸四地的问卷与调查项目略有差异(详见下表1、2所列)。不过为了让比较的基准更为准确,在每一季进行有关两岸四地之消费者信心指数的部份,台湾方面的指标也经过调整与更新计算方式,同时采用加权的方式(指数计算同样将目前状况占四成比重,而未来三个月的状况六成比重来进行加权)。但实际上,与其他指标相似,消费者信心指数仍应以长期的趋势比较来做经济发展之判断,而非以单次的调查数据做比较,才能更加准确。

中国国家统计局景气监测中心于1997年12月开始编制中国消费者信心指数;台湾地区始于2000年;

* 谢邦昌为台湾辅仁大学统计资讯学系教授、厦门大学经济学院计划统计系讲座教授、博士生导师;魏瑾瑞为厦门大学经济学院计划统计系博士研究生;朱建平为厦门大学经济学院计划统计系、厦门大学数据挖掘研究中心教授,博士生导师。

香港特别行政区和澳门特别行政区 2008 年开始编制本地区的消费者信心指数。2002 年北京在省市一级率先建立了消费者信心指数调查制度;上海财经大学 2007 年开始编制上海消费者信心指数;2009 年海峡两岸四地开始共同发布消费者信心指数^[4],该指数由中国人民大学中国调查与数据中心主办,首都经济贸易大学统计学院、中央财经大学统计学院、香港城市大学管理科学系及统计咨询中心、澳门科技大学可持续发展研究所、台湾辅仁大学统计资讯系联合协办;同年,海西消费者信心指数^[5]也由厦门大学经济学院计划统计系、台湾辅仁大学统计资讯系和北京商智通信息技术有限公司联合调查推出。

表 1 两岸四地消费者信心指数问项内容之比较

项目地区	经济状况	就业状况	物价水平	家庭经济	股票投资	耐用性货品	房产指数	其它
大陆	○	○	○	○	○	×	○	家庭收入、家庭储蓄、房价走势、社会保险
香港	○	○	○	○	○	×	○	
台湾	○	○	○	○	○	○	×	
澳门	○	○	○	○	○	○	○	汽车指数

表 2 两岸四地消费者信心指数调查方式之比较

	共同点	不同点
大陆、香港、澳门、台湾	CCI 分值意义 总指数等权计算	台湾以一个问题计算一个分指数,而其它地区以现时及将来(两条问题)加权计算;总指数中:内地、香港、澳门以目前 0.4,未来 0.6 进行加权计算,台湾未问当前项。

二、消费者信心指数的经济含义

萨伊定律的观点是,供给可以自动创造需求,在这种情况下,市场总是出清的,政府自然也无需干涉。而凯恩斯经济学的逻辑恰好相反,他认为市场在短期并没有出清,因而需要政府干预以拉动“有效需求”。事实上,市场机制并不担心会出现需求超过供给($D > S$)这种现象,它唯一担心的是, $D < S$,即有效需求不足(有钱不花或没钱花),或者相对的,生产相对过剩(马克思所谓的经济危机的根源)^[6]。也就是说,供求矛盾的严重性主要在于后者。尽管凯恩斯之后有来自内部的争论(新古典综合学派与新剑桥学派)和外部的冲击(供给学派和货币主义,以及基于货币主义的新古典宏观经济学),但以下结论得到基本一致的肯定:

短期中,总需求 $\xrightarrow{\text{影响}}$ 物品与劳务的产量

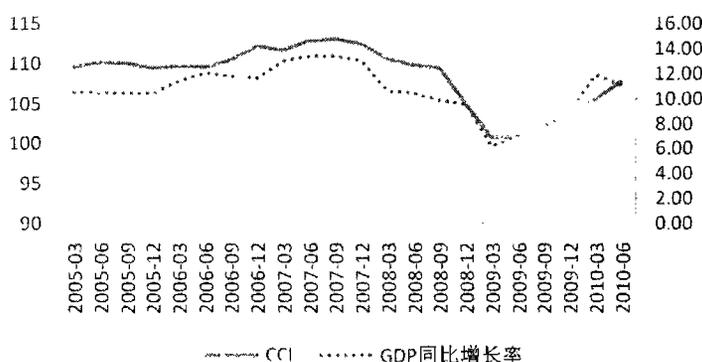
相对来讲,外需的不确定性要大一些,而内需才是根本。其中,内需包括投资和消费两个大的方面,正在发展中的国家可能更多仰赖于投资的驱动,而成熟的发达国家的消费占比则比较高。譬如在美国,消费者支出占经济总值的三分之二,所以可作为判读消费者支出意愿趋向的消费者信心指数倍受经济学家重视。消费者信心指数反映了消费者对经济前景的展望,在成熟的发达国家,消费者信心指数是预测短期经济波动的重要参考指标。消费者信心指数显示 2010 上半年 OECD 国家的经济复苏步调放缓。

2003 年至 2007 年我国经济快速发展,但内需与外需失衡,以及内需中的投资与消费失衡的现象已经引起各界广泛关注。国家统计局姚景源(2010)分析认为,当前的经济增长,90% 以上靠投资拉动,而投资中又主要依靠政府投资,经济增长内生动力不足。另一方面,产能过剩(产能利用率低)的判读也支撑了需求不

足的观点。需求不足的最重要的表现就是产能过剩。事实上,自 1998 年以来,需求不足就已经开始被广泛热议了,然而这么多年来需求不足的问题并没有得到明显的改善。当时产能过剩并没有十分明显,其中一个很重要的原因是外贸比较好,过剩产能通过外需渠道被消化了。而这次金融危机对中国经济的冲击最重要表现就是外需的大幅度波动,所以,产能过剩问题凸显。下图显示了我国消费者信心指数与经济增长之间的紧密关系。

GDP、通货膨胀率和失业率是三个主要的宏观经济变量,其中,CCI 与 GDP 的关系由图可鉴;有学者考察了 CCI 对 CPI 变动的预警;消费者对就业状况是非常敏感的,而失业率属于落后指标,企业为求自保,以裁员来降低人事成本,于是原本有工作的人因此失业,所以,失业问题通常在企业生存不易之后才会明显反映出生长的趋势,但是就业信心则参杂民众对于就业市场的信心与态度。消费者信心指数作为一个先行指标,对经济前景预测有一定的参考价值。

图 1 大陆消费者信心指数与经济周期的共变性关系



数据来源:清华金融研究数据库,其中,CCI 为月度数据的平均,GDP 为季度数据

三、台湾消费信心指数调查内容及两岸四地的比较

台湾最早(自 1987 年起)由《工商时报》以邮寄方式按月举办“消费者信心调查”,直到 1995 年因故停办。这期间,“行政院主计处”因业务需要于 1993 年起以邮寄方式按季举办。由于邮寄问卷调查回收率偏低、统计时效性差,“行政院主计处”于 1997 年开始采用“计算机辅助电话调查系统”(Computer Assisted Telephone Interviewing System, CATI),直到 2000 年 10 月,因调查受非经济因素干扰甚大,不够客观,故转由东森民调中心和辅仁大学依据主计处的调查设计承接,并改季度调查为月度调查。

表 3 邮寄调查与电话调查基本问项的比较

邮寄调查阶段问项	电话调查阶段问项
最近家庭财务状况	未来半年国内物价水平
未来六个月家庭财务状况	未来半年家庭财务状况
未来六个月国内就业环境	未来半年国内就业环境
未来六个月国内经济景气	未来半年国内经济景气
	未来半年投资股票时机
购买耐久性家庭设备时机	未来半年购买耐久性财货时机

邮寄调查与电话调查不仅在调查方法上有异同之处,而且问项内容和指数的计算也不尽相同。比如在邮寄调查中,问项尚询问最近家庭财务状况,而电话调查则都只询问未来半年的情形,且多加了“未来半年物价水平”、“未来半年投资股票时机”两个问项。另外,邮寄调查以指数方式计算消费者动向,以起始年(1992)为100;电话调查的消费者动向则视各问项的性质而给予不同权数。因此两套数列因包含的内容和计算方法不同,不能直接拿来作比较。

如前文所述,各地区调查问卷、本土文化及社会情况不尽相同,然而信心指数反映当地居民对当前及未来经济建设以及家庭等情况的信心,所以从这个角度来讲,对大陆及台港澳地区的消费者信心指数的比较具有一定的借鉴意义。

与2010年一季度相比,大陆、香港、澳门以及台湾等地区的消费信心指数在第二季度环比下降,分别降低2.5、1.7、1.8和1.4。同比2009年第二季度,大陆消费者信心指数降低9.3,但仍为四地最高;香港和澳门信心指数分别降低1.1和0.2;台湾则大幅提高15.7。从最近一年消费者信心指数的走势来看(详见附录),随着全球经济形势的好转,大陆、香港和澳门消费者信心指数震荡企稳,台湾消费者信心指数则由低位回升。但从消费者信心的各项分指数来看,物价、投资等方面仍值得进一步关注。

表4 大陆消费者信心指数

项目	2009年 第一季度	2009年 第二季度	2009年 第三季度	2009年 第四季度	2010年 第一季度	2010年 第二季度
经济发展	115.9	119.7	124	125.5	121.9	117.0
就业	91.6	92.9	99.3	97.8	96.9	94.2
物价	98.2	88.1	80.4	68.8	70.5	76.4
生活	122.7	124.5	123.9	122.4	119.3	116.9
购房	82.3	80.7	78.5	68.2	62.9	69.0
投资	87.3	88.9	85.2	87.0	82.6	65.1
总指数	99.7	99.1	98.6	95.0	92.3	89.8

数据来源:大陆及台港澳地区消费者信心指数调查

表5 香港消费者信心指数

项目	2009年 第一季度	2009年 第二季度	2009年 第三季度	2009年 第四季度	2010年 第一季度	2010年 第二季度
经济发展	65.4	85.1	99.4	102.3	102.9	98.0
就业	56.5	74.8	88.9	97.7	99.1	91.0
物价	83.6	81.9	76.2	67.3	66.8	65.2
生活	104.3	106.4	109.2	107.9	108.4	109.4
购房	84.6	88.2	75.5	66.3	58.1	90.8
投资	78.1	88.3	92.7	88.9	93.0	63.4
总指数	78.8	87.5	90.3	88.4	88.1	86.4

数据来源:大陆及台港澳地区消费者信心指数调查

表6 澳门消费者信心指数

项目	2009年 第一季度	2009年 第二季度	2009年 第三季度	2009年 第四季度	2010年 第一季度	2010年 第二季度
经济发展	77.5	92.9	111.4	116.6	110.1	107.1
就业	68.3	75.5	95.7	104.0	97.3	93.4
物价	77.6	73.4	72.0	63.8	60.1	54.2
生活	97.3	97.3	100.9	101.4	95.7	94.8

续表

项目	2009年 第一季度	2009年 第二季度	2009年 第三季度	2009年 第四季度	2010年 第一季度	2010年 第二季度
购房	59.6	61.6	49.7	44.4	37.5	88.8
投资	72.1	86.4	92.8	91.2	95.9	47.8
总指数	75.4	81.2	87.1	86.9	82.8	81.0

数据来源:大陆及台港澳地区消费者信心指数调查

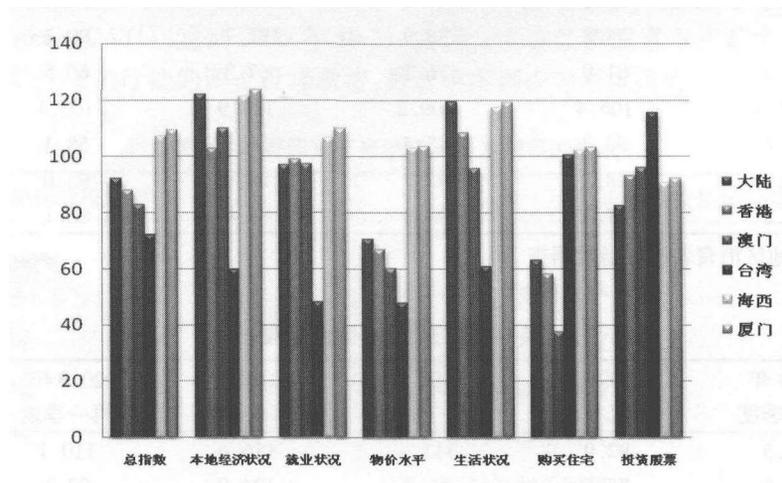
表7 台湾消费者信心指数

项目	2009年 第一季度	2009年 第二季度	2009年 第三季度	2009年 第四季度	2010年 第一季度	2010年 第二季度
经济发展	45.5	51.6	54.9	57.1	59.9	60.3
就业	40.2	41.4	40.2	43.6	48.3	49.8
物价	35.8	38.7	39.3	38.3	47.7	47.3
生活	46.7	53.5	56.4	58.4	60.8	61.7
购房	82.1	87.0	87.9	97.8	100.7	107.7
投资	53.6	57.5	88.5	104.6	115.6	85.8
总指数	50.6	55.0	61.2	66.6	72.1	70.7

数据来源:大陆及台港澳地区消费者信心指数调查

考虑到海峡西岸经济区^[7]在海峡两岸重要的纽带关系,故将海峡西岸经济区和厦门的消费信心指数纳入一比较是有益的。2010年第二季度,大陆、香港、澳门、台湾、海峡西岸经济区和厦门的消费者信心指数分别为89.8、86.4、79.3、81.0、104.59和104.58。如下图所示,2010年第二季度,海西和厦门消费信心总指数最高,台湾最低;在本地经济状况以及生活状况方面,海西和厦门消费者与大陆消费者信心指数得分接近,高于香港、澳门和台湾,这在一定程度上表明,内地居民对经济的发展较为有信心;海西和厦门消费者对于未来半年内的就业状况以及物价水平的乐观程度均高于大陆、香港、澳门以及台湾;而在购买住宅方面,海西和厦门消费者与台湾消费者的信心接近,高于大陆、香港和澳门;但在金融投资方面,大陆消费者相对于香港、澳门和台湾来说更为谨慎保守,台湾地区金融投资信心指数最高。

图2 2010年二季度海峡大陆及台港澳地区及海峡西岸经济区消费信心指数比较



数据来源:厦门大学数据挖掘研究中心课题组

四、小结

消费是需求的重要组成部分,因而对一个国家或地区短期经济景气变动的的影响较大。事实上,消费者信心指数与三个关键的宏观经济变量 GDP、通货膨胀率和失业率都有十分密切的关系,并且作为一个构成经济景气指数的先行指标,无论在哪个国家或地区,它都是值得特别关注的。

台湾地区历史数据显示,电话调查结果与当期实际民间消费年增率非常吻合,但不是与未来半年的经济状况接近。即,虽然问题是未来半年的经济状况,但受访者似乎还是以当时的感受来回答。所以,消费者信心指数可以作为企业经营策略和政府财政政策在短期的参考和依据,而在长期的作用需要进一步评估。或者换言之,如何区分消费者信心指数是对当前还是未来经济状况的指示需要进一步辨识。

正如前文所述,消费者信心指数亦称“消费者情绪指数”,是对消费者的主观感受的问卷调查,因而受消费者的情绪影响较大,在经济状况突然发生急剧变化时,容易出现异常或误导。此外,消费者对物价的感受或许也需要做分类处理,以便更准确反映现实状况。事实上,在众多的环境因素中,以劳动市场状况与股市表现对消费者信心指数的影响力最深,消费者对两者都有较敏感的反应。但随着人口老龄化的加剧,人们对于所拥有的资产与退休金重视的程度也将逐渐增加。因此,未来人们关注的重点,可能会从劳动市场所得的不确定性移转至其资产未来报酬的不确定性。由于人们提高其对资产未来报酬不确定的关注,将使人们在退休之前增加预防性储蓄。因此,人们对于健康、寿命、退休金等方面的预期在影响消费行为上将扮演愈来愈重要的角色,建议增加有关这些方面的问题。

注释:

[1] 经济人是发生经济活动的社会基本单位,他可以是一个个人、一个家庭、一个集团或者一个组织,具有独立的决策机构或中心,这个机构或中心决定和指挥着它的一切经济活动。经济人概念的关键,在于经济人能够独立决策。

[2] 符国群(2004)介绍了美国消费者满意指数的相关原理与方法,但该指数通过建立 ACSI 模型主要测量的是消费者对某种产品(或品牌)的整体满意感,是从质的方面对产出的一种估计。

[3] 相对于此,根据中国国家统计局公布的数据来看,似乎分配给当前的权重比 40% 稍多一些。

[4] 海峡两岸四地消费者信心指数编制的主要特点有:(1)与国际惯例接轨,保证指数的科学性和可比性;(2)充分考虑两岸四地各自的特点,保证数据可互换并提供相互支持;(3)做到科学研究与实际测算相结合,由高等院校独立进行编制,保证数据的公正性和客观性,(4)保证两岸四地消费者信心指数的开放性和可持续性。

[5] 与国家统计局的调查不同的是海西消费者信心指数调查更加全面,内容涉及了物价水平、经济景气、生活状况、就业、耐用品购买、海西建设信心、房地产、旅游、金融投资等方面,参考欧盟消费者信心指数,仅编制消费者预期指数,并不调查消费者满意度指数。调查采用雅典娜电话调查系统(AthenaCATI)以电脑随机抽样的方式对海峡西岸经济区 20 岁以上居民进行调查,调查范围是海西 23 个城市。

[6] 我们知道,在非凯恩斯主义经济波动理论中也有类似的争论模式,比如(1)消费不足论(德尔宾)认为,消费不足即储蓄太多,一方面减少了需求,另一方面增加了供给(更多投资带来更多的商品),于是 $S > D$ 。(2)投资过度论(哈勃勒,1937,《繁荣与萧条》)认为,经济繁荣的时候,资本品的增长 $>$ 消费品;经济衰退的时候,资本品的减少 $>$ 消费品。所以,资本品投资导致了经济波动。这两种观点其实讨论的就是投资与消费的不和谐,投资 $>$ 消费。

[7] 海峡西岸经济区,简称“海西”,是指台湾海峡西岸,以福建为主体包括周边地区,南北与珠三角、长三角两个经济区衔接,东与台湾岛、西与江西的广大内陆腹地贯通,具有对台工作、统一祖国,并进一步带动全国经济走向世界的特点和独特优势的地域经济综合体。它是一个涵盖经济、政治、文化、社会等各个领域的综合性概念,总的目标任务是“对外开放、协调发展、全面繁荣”,基本要求是经济一体化、投资贸易自由化、宏观政策统一化、产业高级化、区域城镇化、社会文明化。截止目前海峡西岸经济区扩张,包括福建周边的浙江温州、丽水、衢州、金华、台州;江西上饶、鹰潭、抚州、赣州;广东梅州、潮州、汕头、汕尾、揭阳以及福建福州、厦门、泉州、漳州、龙岩、莆田、三明、南平、宁德共计 23 市。

(责任编辑 胡石青)