

Q5. 為什麼消費者物價指數反映的物價變動和民眾感受有落差？

- 一、 消費者物價指數(CPI)為一般家庭購買各種商品及服務價格變動的平穩情況，共選查食衣住行育樂等 370 個項目群，約 2,000 種不同規格花色的商品或服務，每月調查 1 次(價格較穩定者，如衣著、汽車)至 3 次(價格較敏感者，如蔬果、水產品)。
- 二、 由於總指數係由眾多商品平均計算，整體漲幅通常較個別品項變動和緩，加上每個家庭購買的內容及頻度不同，且可能差異懸殊，導致總指數的變動幅度與個人對物價漲跌的感受常有落差，此種現象各國皆然。依國外(日本、歐盟、加拿大、英國等)研究結果顯示，一般民眾對購買頻度較高商品之價格漲跌感受較為深刻，例如食物類價格上揚，多數家庭時有感受，至於跌幅甚大之 3C 電子產品，則因久久才購買一次，容易忽視。
- 三、 為彌補 CPI 總指數層層平均造成與民眾感受差異的缺失，本市除發布總指數外，亦將各大(7 個)、中(40 個)類指數，及民眾經常關心之漲跌較顯著項目列示於新聞稿及網站供各界應用。
- 四、 若觀察購買頻度較高的相關分類指數，漲跌幅通常較總指數明顯。