

## MasterCard 調查報告：中國消費者的消費意慾繼續增強

### 家庭開支增加可望帶動持續的經濟復甦

香港，2009年9月21日 – MasterCard Worldwide 最新公佈的《中國政府刺激經濟措施與消費者的反應 – 未來增長的啓示》（*Government Stimulus and Consumer Response in China – Implications for Future Growth*）調查報告顯示，中國政府推動投資的措施有效帶動國內城市及農村地區的家庭開支增加。但若期望私營產業投資能夠回復，以帶動持續的經濟復甦，仍需靠結構性的改革，以提高農村地區的生產力、開放市場，並須改善其社會福利措施和關懷服務的質素。

MasterCard Worldwide對中國家庭開支的調查結果顯示，41%城市家庭及59%農村家庭計劃在未來12個月增加家庭開支（與12個月前的水平比較）。

是次中國家庭開支的調查共訪問了 6,300 位來自六個中國城市及農村地區的受訪者，探討影響中國家庭開支的因素，並評估中國政府為刺激家庭開支和刺激私營產業恢復投資以帶動持續經濟復甦而推行的措施成效。報告顯示農村家庭比城市家庭對未來消費較為樂觀，主要由於農村家庭對未來收入增加的期望（81%農村家庭表示有此期望）。其他原因包括他們對農村經濟前景感到樂觀（44%）、已清償房屋貸款（31%），以及中央和地區政府政策有效鼓勵他們消費（30%）。

至於城市家庭方面，對未來穩定就業的期望（53%）是他們在未來 12 個月增加家庭開支的最主要原因，其次為對未來收入增加的期望（51%）、對經濟前景感到樂觀（39%）及已清償房屋貸款（35%）。

在政府多項刺激家庭消費的措施中，分別有 55%城市家庭及 69%農村家庭認為改善社會福利是對他們最有影響力的措施。除此之外，限制樓房價格（51%）亦是影響城市家庭消費的其中重要因素；而改善基礎建設（57%）則會有效推動農村家庭的消費。

**MasterCard Worldwide 亞太區首席經濟顧問王月魂博士**表示：「無論是城市或農村地區的中國家庭，都明顯地對政府推動經濟復甦的政策出現相應的反應。其中，銀行業激增的貸款已達到創造就業及增加收入的預期效果，尤其以農村地區更為顯著。由於大部份銀行貸款都用作支持地方政府的一系列基礎建設項目，此短至中期的就業及收入刺激措施將有望成就長遠的結構性改善，從而進一步提升國內，尤其在農村地區的家庭開支。」

「從結構性的角度分析，農村地區基礎建設的改善顯然有利於家庭開支的增加。而提供更好的社會福利亦能針對城市及農村家庭認為會影響他們作消費決定的結構性因素。同時，如果政府提供的醫療保障、教育及長者服務質素在未來數年出現可見的改善，家庭的預防性儲蓄將會減少，因此他們的非必需消費亦可大大提高。若綜

合上述各項發展，相信家庭開支將會開始成為強健的推動力，有助帶動未來數年的經濟增長。」王月魂博士補充說。

是項有關中國家庭開支的調查在 2009 年 7 月至 8 月期間進行，以面對面形式訪問共 6,300 位國內能代表整個家庭作財政決定的家庭決策者。當中包括 4,500 位來自國內三大城市 – 北京、上海及廣州 – 的城市家庭，每個城市的受訪家庭數目各為 1,500；另外 1,800 則來自三個農村地區的家庭，分別為位於江蘇省毗鄰上海的昆山、沿海北部山東省的萊西市、及西北部陝西省的神木縣；用以作出城市及農村地區的比較。受訪者被問及他們會否增加未來 12 個月的家庭開支（與 12 個月前比較）、增加或減少開支的原因、以及他們對政府為鼓勵消費而推出的措施的反應。

最新的《中國政府刺激措施與消費者的反應 – 未來增長的啓示》（*Government Stimulus and Consumer Response in China – Implications for Future Growth*）調查報告亦比較了城市及農村家庭截然不同的反應模式。有關報告詳情可瀏覽：[www.masterintelligence.com](http://www.masterintelligence.com)

### **MasterCard Worldwide及其研究報告系列**

MasterCard過去曾發表多項有關亞洲區富裕族及奢華品市場的研究報告，內容包括亞太區的奢華品市場需求，以至中國富裕族消費模式分析等。MasterCard亦曾推出由亞太區首席經濟顧問王月魂博士(Dr. Yuwa Hedrick-Wong)所撰寫的著作

《Succeeding Like Success》(由John Wiley & Sons出版)。而本報告是王博士所撰寫的亞洲消費者分析系列四篇專文之一。

此外，MasterCard積極在區內進行一系列有關市場趨勢、商業動態、金融政策及監管活動的研究和分析。其中包括「MasterCard消費者購買傾向調查」、「MasterCard Worldwide消費者購買適應力指數」、「MasterCard Worldwide消費者信心指數」及「MasterCard Worldwide女性成就指數」等。自2004年，MasterCard Worldwide已發表超過60份報告。

有關 MasterCard Worldwide 指數及調查報告，可瀏覽：[www.masterintelligence.com](http://www.masterintelligence.com)。

### **有關 MasterCard Worldwide**

MasterCard Worldwide (NYSE:MA)，為金融機構、與數以百萬的企業、持卡人、和特約商店提供領導全球性的商務連結。透過支付加盟、處理中心、與顧問服務，建構了結合便利、安全、與眾多附加價值的支付方案，每年處理約210億筆交易，並率先提供產業分析與顧問服務，促進會員銀行與特約商店之業務成長。透過 MasterCard Worldwide的全球網路及旗下完整的產品組合，包括：MasterCard、Maestro及Cirrus等，MasterCard Worldwide為全球超過210個國家和地區的消費者及企業提供服務。MasterCard Worldwide 全球資訊網首頁網址為：[www.mastercard.com](http://www.mastercard.com)。

###

### **媒體垂詢**

蘇嘉敏 (Pamela So) : (852) 2533 9916, [ps@webershandwick.com](mailto:ps@webershandwick.com)

張沛瑜 (Bonnie Cheung) : (852) 2533 9975, [bcheung@webershandwick.com](mailto:bcheung@webershandwick.com)