



Press Release

聯絡人
張懷堅, MasterCard International
(852) 2588 8303
danny_cheung@mastercard.com

蘇嘉敏, 萬博宣偉國際公關顧問有限公司
(852) 2533 9916
pso@webershandwick.com

MasterCard 「MasterIndex™零售指數」預測

2006年上半年亞太區零售業增長將放緩

亞太區十二個市場中，只有香港及日本兩個市場的按年增長率將有改善

2006年3月27日，香港訊 — 根據 MasterCard International 公布的最新一期「MasterIndex 零售指數」(MasterIndex™ of Retail)，預計2006年上半年亞太區零售業的增長將放緩。亞太區十二個市場當中，只有香港及日本零售業的按年增長率將有改善，分別上升**4.2%**及**3%**；報告中的其餘十個市場於2006年上半年的增長將減慢。

香港的零售業將按年增長**4.2%**，2006年上半年之預測零售業銷售額為**1,030.9 億港幣**。同期的香港「MasterIndex消費者信心指數」維持在85.8的非常樂觀水平。由於消費者信心強勁、就業情況改善及旅客數目上升，帶動私人消費增加。預計2006年本地生產總值的實質增長將達4.8%。

另外，中國及菲律賓的零售業將以雙位數字增長領先亞太區，預測上半年的按年增長率均為12%；馬來西亞(8.8%)及新加坡(7.5%)則緊隨其後。其他增長較少的市場包括泰國(4%)、印尼(3.9%)、紐西蘭(3.6%)、台灣(2.9%)、澳洲(2.5%)及韓國(2.3%)。

MasterCard International亞太區經濟顧問王月魂博士表示：「隨著利率不斷上升、全球原油價格高企，以及禽流感和恐怖襲擊威脅所帶來的持續不明朗因素影響，預測顯示亞太區零售業增長將放緩並不是令人驚訝的消息。」王博士續說：「利率週期可望於2006年年中見頂，我們可望於年終見到零售業的銷售額增強。」

「MasterIndex 零售指數」對於2006年上半年之零售業預測資料列表如下：

	2005年實際數字	2006年上半年之預測數字	
	按年增長率	零售業銷售額	按年增長率
澳洲*	3.8%	874.2 億澳元	2.5%
中國	13.2%	3.32 兆人民幣	12.0%
香港*	3.4%	1,030.9 億港幣	4.2%
印尼	14.6%	169.84 兆盧比	3.9%
日本*	1.5%	57.42 兆日元	3.0%
韓國*	4.5%	67.23 兆韓圓	2.3%

馬來西亞	10.5%	334.9 億林吉特 (馬幣)	8.8%
紐西蘭*	6.5%	169.2 億紐元	3.6%
菲律賓	14.5%	3,912.8 億比索	12.0%
新加坡**	8.4%	156 億新加坡幣	7.5%
台灣*	5.8%	15,782.8 億新台幣	2.9%
泰國	5.3%	5,397.2 億泰銖	4.0%

(*預測不包括酒店業、餐飲業及汽車銷售業)

(**預測不包括酒店業及餐飲業，包括汽車銷售業)

其餘各市場的零售業於 2006 上半年度表現預測如下：

(報告全文刊登於網頁 www.mastercard-masterindex.com)

- 中國的零售業預期將按年增長**12%**，預計2006年上半年零售業銷售額將達**3.32 兆人民幣**，主要由強勁的本地需求帶動。預計中國本地生產總值的穩健增長將達7%至8%。

中國的「MasterIndex消費者信心指數」仍保持於 82.3 的水平。消費者對經濟、固定收入、生活質素及就業均非常樂觀，股票市場(53.9)及就業(78.9)的信心指數平均增加3 點。

- 預測台灣零售業將按年增長**2.9%**，預測上半年之零售業銷售額為**15,782.8 億新台幣**，預計2006年本地生產總值的實質增長將減慢至1.6%。

台灣的「MasterIndex消費者信心指數」繼續下跌12點至26.6 水平，是三年以來新低。消費者對就業表示最悲觀，其餘要素均低於40點。

- 預測澳洲的零售業將較去年增長**2.5%**，2006年上半年之預測零售業銷售額為**874.2 億澳元**。由於家庭開支及住宅建設減慢，本地生產總值實質增長將放緩至1.2%。

「MasterIndex消費者信心指數」¹顯示澳洲的消費者信心(49.8)持續下跌，指數更是自2003年以來首次由樂觀水平下跌至低於50的中性水平。消費者信心對固定收入的跌幅最大，其次是經濟，唯他們對股票市場感到進一步樂觀。

- 印尼 2006年上半年的零售業將按年增長**3.9%**，達**169.84 兆盧比**。預測由去年投資所帶動的經濟發展將減慢，預計2006年本地生產總值的實質增長為4%。

印尼的「MasterIndex消費者信心指數」大幅滑落 31.8 點至39.0，退回至兩年前的悲觀水平，主要由於在反對聲音下撤銷燃料補貼。消費者只對固定收入表示樂觀，對其餘經濟要素均顯得悲觀。

¹ MasterIndex 消費者信心指數，以回答百份比數為基礎，指數由0至100，五項被衡量的經濟要素分別為就業、經濟、固定收入、股票市場及生活質素，以0代表最悲觀。50代表中立態度，高於50代表樂觀，低於50為悲觀。

- 預測日本零售業將較去年增長**3.0%**，達**57.42 兆日元**。由於私人消費、薪酬與就業率上升，促使2005年經濟增長。該增長將持續，預計2006年本地生產總值的實質增長為2%。

日本的「MasterIndex消費者信心指數」上升17.6點至63點水平，是自從該調查十二年前推出以來，首次錄得樂觀水平。升幅最大的經濟要素為生活質素，其次是經濟、就業及固定收入。

- **韓國**上半年的零售業將增長**2.3%**，達**67.23 兆韓圓**，預計2006年本地生產總值的實質增長為4.8%，主要由於出口改善及私人消費復甦。

韓國的「MasterIndex消費者信心指數」自上次調查大幅上升25點後，是次消費者信心輕微下跌6.7點至47.5點水平。消費者對經濟信心大幅滑落，其次是就業，消費者對固定收入及股票市場則仍然樂觀。

- **馬來西亞**上半年的零售業將按年增長**8.8%**，達**334.9 億林吉特(馬幣)**。本地需求上升，加上私人消費持續強勁，均帶動本地生產總值增長，預計本地生產總值的實質增長為4.1%。

馬來西亞的「MasterIndex消費者信心指數」自過去兩年下降趨勢中穩定下來，指數上升至68.7，主要由於消費者對經濟、固定收入及股票市場的信心均錄得升幅。

- **紐西蘭** 2006年上半年的零售業將按年增長**3.6%**，零售業銷售額將達**169.2 億紐元**。由於本地需求增長減弱，預計本地生產總值的實質增長將減慢至2.2%。

紐西蘭最新一期的「MasterIndex消費者信心指數」下跌至42.5。由於預計來年的經濟將放緩，故消費者信心是五年以來首度降至悲觀水平。

- **菲律賓** 2006年上半年的零售業將穩健增長**12.0%**，2006年上半年之預測零售業銷售額為**3,912.8 億比索**。私人消費繼續主力推動菲律賓的經濟增長，但預計本地生產總值的實質增長將減慢至2.6%。

菲律賓的「MasterIndex消費者信心指數」結束了兩年以來不斷下降的趨勢，以28.9處於12年來最低水平。消費者只對固定收入(56.5)表示樂觀，對其他經濟要素則仍處於悲觀水平。

- **新加坡**的零售業將按年增長**7.5%**，2006年上半年之預測零售業銷售額為**156 億新加坡幣**。隨著強勁的零售業及旅遊業，預計2006年本地生產總值的實質增長為4.5%。

新加坡的「MasterIndex消費者信心指數」持續上揚至74.8，更是自2000年終以來最高水平。就業(81.3)及股票市場(78.1)的升幅最顯著。

- **泰國**的零售業將按年增長**4.0%**，上半年之預測零售業銷售額為**5,397.2 億泰銖**。預測本年泰國本地生產總值的實質增長將減慢至3%，主要由於家庭開支、家庭貸款及私人消費放緩。

泰國的「MasterIndex消費者信心指數」下跌12.5點至47.9，是自2001年以來首次下跌至悲觀水平。消費者對就業、股票市場、經濟及生活質素的信心均下降，固定收入是唯一一項處於樂觀水平的要素。

致編輯：有關「MasterCard 零售指數」研究報告全文及「MasterIndex 消費者信心指數」，請瀏覽網頁 www.mastercard-masterindex.com。

###

關於「MasterIndex零售指數」調查

「MasterIndex零售指數」是就十二個亞太區主要市場（澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣和泰國）的零售額作出的短期預測。調查每年舉行兩次，分別在6月和12月進行。該預測提供權威性的市場預測資訊，不僅對批發零售業具有重大意義，對其他行業也極具參考價值，這些行業包括娛樂業、餐飲業、酒店和休閒業，以及消費品生產業等。

「MasterIndex零售指數」將「MasterIndex消費者信心指數」與零售業銷售統計資料聯繫起來，通過科學的分析和研究得出。「MasterIndex消費者信心指數」調查結果用作為評定消費者未來六個月的零售消費行為的主導指標，從而在消費者情感和實際消費行為之間建立起聯繫。

「MasterIndex零售指數」為MasterCard於亞太區進行之MasterIndex研究項目之一，其他主要MasterIndex研究包括：

- 最具權威性的「MasterIndex™ 消費者信心指數」— 亞太區最廣泛、歷史最悠久之消費者觀點調查。十三年來，萬事達卡消費者信心指數展現了其精確的預測並且被認可為亞太區最能掌握消費者心態的調查。今日，「MasterIndex 消費者信心指數」已是金融機構、政府機關、跨國公司內的分析師、學者及決策者參考的要項。
- 「MasterIndex™ 旅遊指數」就十二個市場（澳洲、中國、香港、印尼、日本、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣及泰國）未來六個月的外遊趨勢預測，更包括亞太區中產階級的商務及個人旅遊趨勢調查。
- 「MasterIndex™ 亞太區女性成就指數」— 調查就亞太區十三個市場女性與男性的社會及經濟地位，以四項參考指標進行比較及組合而成，包括：勞動市場參與度、高等教育水平、出任管理層職位，以及高於中位數水平收入。

MasterIndex 資料只作分析旅遊及消費者經濟趨勢之用，並不構成MasterCard Incorporated 或其附屬機構的商業或財政表現之預測。

MasterCard International – 第5頁

MasterCard 「*MasterIndex*TM 零售指數」預測2006年上半年亞太區零售業增長將放緩
2006年3月27日

關於MasterCard International

MasterCard International是一間全球領先的付款解決方案公司，為我們的全球會員信貸、存款存取、電子現金、商對商及相關付款計劃提供各種創新服務。MasterCard International管理一系列家喻戶曉、使用廣泛的付款卡品牌，包括MasterCard®、Maestro®及Cirrus®等，服務210個國家及地區的金融機構、消費者和企業。屢獲殊榮的MasterCard「真情無價」(Priceless®)電視廣告現時在全球105個國家、以48種語言播放，令MasterCard品牌家喻戶曉、風靡全球，傲視同儕。有關MasterCard的更多資料，請查閱網站：www.mastercardinternational.com。