

香港女性成就感亞洲排行第二 MasterCard Worldwide公佈最新「MasterIndex™ 女性成就指數」

整體女性成就指數受經濟影響大幅下滑 對出任管理職位信心下降

香港, 2008年6月6日 – MasterCard Worldwide今天發表了第四屆「MasterIndex™ 女性成就指數」。2008年亞太地區的13個市場之整體女性成就指數從2007的73.24滑落至今年的70.38。

研究結果由MasterCard Worldwide 亞太區公關部副總裁陳俐仙(Georgette Tan)於越南河內所舉行之全球女性高峰會議中公佈。

「MasterIndex™ 女性成就指數」使用四項指標以計算女性與男性的社會經濟地位比較，這四項重要指標包括：

- 其中兩項指標依據國家統計單位的資料計算，顯示女性與男性「**勞動市場參與度**」及「**高等教育水平**」之比例。
- 另外兩項根據問卷調查資料，計算女性與男性對於其「**出任管理職位**」以及「**高於中位數水平收入**」的態度。這些主觀因素顯示受訪者對其工作情況好壞的感受。

調查將以上四項指標所得出的分數作綜合計算，顯示在各市場中男性及女性各方面的比較。100分以下表示該地區男性較女性有優勢；100分以上則代表女性較有優勢；如果分數為100分，則顯示兩性正處於平等狀態。

在亞太區的13個市場中，日本的分數最低，只有49.83。菲律賓的分數最高，得86.82；香港佔第二名得77.37分；馬來西亞得76.89分，佔據第三。

東南亞地區的女性對自身地位的感覺明顯地比較正面。調查範圍內的六個國家中，馬來西亞、印尼、泰國以及越南2008年的整體分數皆超越了2007年，餘下的菲律賓及新加坡，在同期則錄得些微下降。

在亞太區的七個市場當中，其中五個的分數皆見下降，其中下降最明顯的是紐西蘭、中國及台灣，顯示這些地區的女性對其地區的正面感覺開始減弱。相比之下，香港及日本的分數取得輕微的提高。

今年亞太區的指數大幅下滑，主要是由於今年較少女性認為其工作屬於「管理職位」或是其收入「高於中位數」。2008年，在亞太區內每100名女性只有53名認為自己的職位為管理職位，相對2007年的56名為低。另外，每100名女性，只有59名認為其收入高於中位數的女性，較2007年的68名下降不少。

MasterCard Worldwide 亞太區公關部副總裁陳俐仙表示：「雖然女性在勞動市場參與度及高等教育水平方面皆持續追上男性，但是女性在管理職位以及高於中位數收入等的主觀因素則連續兩年下降，表示女性對其地位缺乏自信。不論這是基於政治、經濟或是社會因素影響，這亦直接讓男性的自信及成就感上升。」

她亦指出：「在女性持續進入勞動市場並取得高等教育的同時，她們將會找到更多新的就業機會及事業發展。可是 2008 年的調查卻發現，女性認為自己所獲得的機會不如男性。這個情況再加上經濟環境的變遷，造成了女性負面的自我意識，使得MasterIndex™女性成就指數的分數下降。」

MasterCard Worldwide 爲了更深入認識亞太地區女性市場，投入了大量的資源以作研究。今屆結果顯示，亞太區的女性自我成就感還有許多發展的空間。

MasterCard Worldwide 致力協助提升女性地位。2006 年，MasterCard 舉辦了 U21 Global 旅遊業女性菁英獎學金計劃(U21 Global Scholarship for Women in Travel and Tourism)，目的在於推動女性菁英走在業界尖端，徹底發揮其於旅遊業之潛能。此計劃共選出 20 位女性獎學金得主，提供其可銜接 University of Nottingham 的旅遊管理碩士課程之證書。

MasterCard Worldwide同時推出一系列有關女性消費者及遊客的相關報告。有關研究報告可於MasterCard Worldwide的網上資料庫www.MasterIntelligence.com查詢。

- 續 -

「MasterIndex™女性成就指數」之主要結果

勞動市場參與度

- 亞太區女性就業率高達男性的四分之三，這四年以來MasterIndex™女性成就指數的統計結果中發現，亞太地區各個市場的女性勞動參與數字都有些微的增加，由 2005 年的 75.07 提升至 2008 年的 76.78。
- 越南的經濟成長可能都是女性的貢獻，因為越南女性的勞動市場參與指標數字於 2008 年達到了 93.77，顯示越南每 100 名男性加入勞動市場就有 94 名女性同樣參與勞動市場，是亞太區男女差別最小的市場。
- 紐西蘭的女性勞動市場參與數字為亞太區第二位，今年達到了 88.29。這說明紐西蘭每 100 名男性勞動參與就有 88 名女性也同時加入勞動；相對來說，馬來西亞的女性勞動參與率最低，每 100 名男性勞動參與只有 59 名女性也同時加入勞動。

高等教育水平

- 今年亞太區整體女性參與高等教育的數字為 93.15，換句話說，每 100 名男性獲得高等教育就有 93 名女性也同時獲得高等教育。2008 年這部份的數字有逐漸增長的趨勢，表示女性受高等教育的人數與男性不相伯仲。
- 值得注意的是馬來西亞有關高等教育的情況，每 100 名男性接受高等教育就有 135 名女性同時獲得高等教育；同樣地，菲律賓也有非常正面的數據，每 100 名男性接受高等教育就有 116 名女性也獲得高等教育；泰國則是每 100 名男性接受高等教育就有 103 名女性獲得高等教育。

出任管理職位

- 在亞太區市場中，女性對出任管理職位之感覺自 2006 年起普遍低落，今年的整體指數則為 52.85。換句話說，2008 年在亞太地區與男性相比，僅有過五成女性認知到她們的管理位階。
- 在亞太地區 13 個市場中，7 個市場的女性對她們出任管理職位的自我認知感下降(澳洲、紐西蘭、中國、香港、南韓、菲律賓及新加坡)；其餘 6 個市場則有上升(台灣、日本、馬來西亞、印尼、泰國及越南)。
- 中國女性「出任管理職位」指數的滑落最引人注目，數字從 2007 年的 71.27 下降至今年的 55.94。這代表了中國在 2008 年，相對 100 個男性認同自己為管理階層，只有約 56 名中國女性持相同想法。

高於中位數收入

- 亞太區的女性認為其收入高於中位數的數字有所降低。2007 年亞太地區之整體指數為 67.8，即每 100 名男性認為其收入高於平均值，就有 68 名女性也持同樣想法，但在 2008 年已降低至 59 名女性。
- 台灣對於固定收入的指數滑落最大，2007 年的結果顯示每 100 名男性認為其固定收入高於市場中位數，有 113 名女性持同樣想法；但 2008 年卻大幅滑降至 68 名女性。
- 紐西蘭也有同樣的下降，2007 年其指數為 97.46，即每 100 名男性認為其收入高於中位數，就有近 98 名女性也持同樣想法；今年卻下降至 42。

編輯啓：

致編輯：本新聞稿與隨附的列表一起發佈。該列表顯示各市場的「MasterIndex™ 女性成就指數」。各市場就四項指標所取得的指數及報告全文可於網頁 www.masterintelligence.com 瀏覽。

市場	MasterIndex™ 女性成就指數			
	2005	2006	2007	2008
澳洲	68.19	89.80	77.05	71.69
紐西蘭	71.66	77.61	84.02	67.66
中國大陸	79.50	87.67	80.08	70.99
香港	65.83	73.92	76.90	77.37
台灣	73.23	73.11	83.50	73.2
日本	54.68	46.35	47.24	49.83
南韓	44.78	64.37	64.47	60.58
馬來西亞	97.73	93.59	72.07	76.89
印尼	58.37	69.88	62.30	68.23
菲律賓	74.92	91.88	88.12	86.82
新加坡	60.97	83.73	75.65	74.96
泰國	87.50	79.13	72.88	74.03
越南	76.36	70.86	72.21	72.99
亞太區	70.43	77.20	73.24	70.38

關於MasterIndex™ 研究項目

「MasterIndex™女性成就指數」為MasterCard Worldwide於亞太區進行之MasterIndex研究之其中一項，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」已成為金融機構、政府機關、跨國公司內的分析師、學者及決策者緊隨的參考要項。

「MasterIndex™旅遊指數」就 12 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，並涵蓋亞太區內中產階級的商務及個人旅遊趨勢調查。

「MasterIndex™零售指數」是就 12 個亞太區主要市場的零售增長走勢作出短期的預測，包括：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。該預測每年進行兩次，提供權威性的市場預測資訊，對批發零售業、娛樂業、餐飲業、旅遊業及消費產品生產行業均具有重大意義。

關於 MasterCard Worldwide

MasterCard Worldwide為全球的金融機構、商業機構、持卡人及商戶提供一個重要的經濟網絡，促進全球商業發展。MasterCard作為一個特許經營商、交易處理商及顧問，致力發展及推廣付款解決方案，每年處理超過 160 億項交易，為其金融機構客戶及商戶提供領先業界的分析及顧問服務。透過旗下的品牌，包括MasterCard®、Maestro® 及Cirrus®，MasterCard Worldwide服務超過 210 個國家及地區的消費者與商業機構。有關MasterCard的更多資料，請查閱網站：<http://www.mastercardworldwide.com>。

###

媒體垂詢

盧愷欣 (Helen Lo) : (852) 2533 9955, helo@webershandwick.com

任浩明 (Terence Yam): (852) 2533 9900, tyam@webershandwick.com