

最新「MasterCard Worldwide 女性成就指數」指出 香港女性較六個月前顯著悲觀 社會經濟地位亦見下降

〔2009年2月27日，香港〕— MasterCard Worldwide 今天公布的第五屆「MasterCard Worldwide 女性成就指數」指出，香港 2009 年的女性成就指數由去年的 81.7 下降至今年的 76.5，在亞太區市場當中排名第六。

香港的「MasterCard Worldwide 女性成就指數」今年下跌了 5.2 點，主要由於香港在「高於中位數水平收入」方面的女性與男性比率下降，由 2008 年的 80 比 100 下跌至今年的 49 比 100。

香港的其餘三個指標均較去年為高。「勞動市場參與度」的女性與男性比率由去年的 81 比 100，微升至今年的 82 比 100。而「高等教育水平」的女性與男性比率則由去年的 108 比 100，上升至今年的 110 比 100。在「出任管理職位」方面，女性與男性比率則由去年的 58 比 100，躍升至今年的 65 比 100。

展望未來六個月，香港女性比半年前表現顯著悲觀〔43.1 相對六個月前的 86.4〕。她們在「生活質素」〔55.7 相對 86.4〕、「股票市場」〔21.1 相對 75.5〕、「固定收入」〔67.7 相對 94.2〕、「經濟」〔29.7 相對 90〕以及「就業情況」〔41.2 相對 91.5〕等方面的信心都大大下降。

可是與香港男性〔40.9〕相比，香港女性〔43.1〕對未來六個月的展望卻較為樂觀。她們在「生活質素」〔55.7 相對男性的 42.6〕、「固定收入」〔67.7 相對 65.4〕及「經濟」〔29.7 相對 27.2〕等方面都比男性樂觀。而在「股票市場」〔21.1 相對 26.9〕及「就業情況」〔41.2 相對 42.2〕這兩方面，女性卻比男性較不樂觀。

「MasterCard Worldwide 女性成就指數」就四項主要指標進行比較，以研究女性與男性的社會及經濟地位：

- 其中兩項指標以個別市場的國家人口統計資料為參考，從而計算出「勞動市場參與度」及「高等教育水平」的女性與男性比率。
- 其餘兩項則以調查資料為基礎，計算出女性與男性受訪者對「出任管理職位」及「高於中位數水平收入」的觀感。這兩項主觀因素反映了受訪者對其職場地位的觀感。

綜合這四項指標得出的數字顯示了每個市場中的女性與男性在社會及經濟上的地位差距：指數低於 100 則表示在男性在兩性中佔優，指數超過 100 即顯示女性在兩性中較有優勢，指數為 100 代表兩性平等。

* 該指數及相關報告並不代表 MasterCard 之財務表現。

亞太區十四個市場¹的整體女性成就指數由去年的 71.6 上升至今年的 72.4。得分最高的市場則為澳洲〔96.1〕，其次是泰國〔91.5〕及紐西蘭〔90.5〕。

新加坡「出任管理職位」的女性與男性比率排行第一〔86 名女性比 100 名男性〕，其次是中國〔75〕及澳洲〔74〕。在「高於中位數水平收入」方面，新加坡亦領先其他亞太區市場，認為其收入高於中位數的女性與男性比率高達 98 比 100，其次是澳洲〔92〕及泰國〔83〕。

其他報告重點：

十四個亞太區市場之研究結果：

- 澳洲的女性成就指數今年躍升幅度最大，其次是泰國、紐西蘭、新加坡及中國。其餘亞太區市場的指數均見下降。
- 菲律賓的女性成就指數跌幅最大，其次是台灣、韓國及日本。
- 在「勞動市場參與度」及「高等教育水平」方面，女性與男性比率最高的市場為紐西蘭〔154 比 100〕，其次是澳洲〔132〕及馬來西亞〔131〕。
- 在「勞動市場參與度」方面，女性與男性比率最高的市場為紐西蘭〔89〕、其次是泰國〔88〕及澳洲〔87〕。
- 在受訪的十四個亞太區市場裡，其中八個市場中超過一半的受訪女性認為自己是家庭中大多數主要財務決定的決策人。分數最高的市場為泰國〔77.8%〕，其次是韓國〔74.4%〕、中國〔73.2%〕、越南〔68.8%〕、印尼〔59.6%〕、菲律賓〔57.6%〕、日本〔54.4%〕、台灣〔54.2%〕及紐西蘭〔50.5%〕。
- 在消費者信心方面，在受訪的十四個亞太區市場裡，其中七個市場的女性比男性對未來六個月的整體展望表示較為樂觀，包括：香港、印度、日本、馬來西亞、菲律賓、新加坡及越南。

MasterCard Worldwide 亞太區中東及非洲地區傳訊部副總裁陳俐仙〔Georgette Tan〕表示：「『MasterCard Worldwide 女性成就指數』經已踏入第五年。香港在過去數年在勞動市場參與度、高等水平教育、出任管理職位及收入高於中位數水平方面的變化皆值得我們關注。我們很高興看到近年來，認為自己出任管理職位的女性與男性比率越來越高。女性市場對很多公司來說都非常重要；我們很樂意提供相關的見解及分析，協助企業更深入地了解這個重要的目標群。」

MasterCard Worldwide 致力透過不同項目協助提升女性的社會及經濟地位。例如，MasterCard 於 2006 年起推出的 U21 Global 旅遊業女性菁英獎學金計劃，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。此獎學金計劃提供之 U21Global 商業管理行政文憑更可銜接諾丁漢大學〔University of Nottingham〕的旅遊管理碩士課程。

¹ 亞太區市場包括澳洲、中國、香港、印度、印尼、日本、南韓、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、台灣、泰國及越南。

最新「MasterCard Worldwide 女性成就指數」指出
香港女性較六個月前顯著悲觀 社會經濟地位亦見下降
第3頁

MasterCard 積極研究亞太區、中東及非洲地區的女性市場，並且定期公布各類型有關女性的消費及市場趨勢研究。有關研究報告可於 MasterCard Worldwide 的網上資料庫 www.MasterIntelligence.com 查閱。

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「MasterCard Worldwide 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。

亞太區市場

市場	MasterCard Worldwide 女性成就指數			
	2006	2007	2008	2009
澳洲	96.1	83.9	79.1	96.1
中國	88.3	81.5	73.3	82.3
香港	77.4	80.8	81.7	76.5
印度	N/A	39.1	39.4	37.8
印尼	69.2	61.0	66.4	62.7
日本	59.8	60.7	63.4	54.5
南韓	61.4	61.6	57.7	45.2
馬來西亞	92.9	71.3	76.0	69.9
紐西蘭	90.1	96.5	80.0	90.5
菲律賓	92.8	89.2	88.0	70.4
新加坡	86.6	78.7	78.1	88.3
台灣	77.2	86.8	76.0	60.3
泰國	79.6	77.2	78.4	91.5
越南	67.4	68.6	69.2	65.9
亞太區	79.0	73.8	71.6	72.4

有關 MasterCard Worldwide 研究項目

「MasterCard Worldwide 女性成就指數」為 MasterCard Worldwide 於亞太區進行的研究之一，其他主要研究包括「MasterCard Worldwide 消費者信心指數」、「MasterCard Worldwide 消費者購買傾向指數」、「MasterCard Worldwide 消費者購買適應力指數」、「MasterCard Worldwide 全球商務中樞研究」及「MasterCard Worldwide 新興市場指數」。除了這些研究之外，MasterCard 亦不時發布不同的研

最新「MasterCard Worldwide 女性成就指數」指出
香港女性較六個月前顯著悲觀 社會經濟地位亦見下降
第4頁

究報告及分析，以探討亞太地區的商業環境、財政政策及規劃活動。自2004年以來，MasterCard已經發布了超過60份研究報告。

* 各項指數及研究報告並不代表MasterCard之財務表現。

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，每年處理約二百一十億筆交易，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的全球網絡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。

###

媒體垂詢

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

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