

# 高雄市消費者物價調查實施計畫

## 一、調查之目的

為衡量本市一般家庭為消費需要，日常生活所需購買之商品及服務價格的平均變動情形，提供政府有關施政決策之參考，辦理高雄市消費者物價調查（以下簡稱本調查）。

## 二、調查對象及區域範圍

本市所轄行政區域內提供一般家庭消費之零售商及服務業者。

## 三、調查項目、單位及調查表式

（一）調查項目：以民國逢 0、5 之年高雄市家庭收支調查之消費型態為基準，選取代表性商品為查價項目。

（二）調查單位：以交易場所為調查單位。

（三）調查表式：詳「高雄市消費者物價調查查報表」（如附件）。

## 四、調查資料時期

（一）蔬菜、水果及水產品等價格較易變動項目：分 5 組，每月共查 15 次，查價日為每旬逢 2、5、8 之日（逢 2 及 8 日查 2 組、逢 5 日查 1 組）。

（二）米、食用油等價格較具穩定性項目：分 5 組，查價日為每旬逢 5 之日（上旬及下旬查 2 組、中旬查 1 組）。

（三）學雜費除公私立幼兒園學雜費應視班期長短，於實際開班時查價外，其餘於每年 9 月學校註冊時查價乙次、隔年 2 月需再次確認下學期價格是否有異動。

（四）為了解特殊事故（如天災或價格波動頻繁情況）發生後物價之變動，以利隨時提供政府決策及各界參考，遇特殊事故時，得配合行政院主計總處視實際需要增加查價次數。

## 五、實施調查期間及進度

（一）按月逢調查日派員實地訪問調查，查價資料於調查翌日中午前完成電腦登錄，下班前完成審核，於行政院主計總處規定期限前報送。

（二）各月指數應於當月結束後 5 個工作日內（如遇春節或較長連假，

將酌予調整，發布日期同行政院主計總處)編算完成並公布，年指數隨同當年12月指數同時發布。

#### 六、調查方法及抽樣方法

採立意抽樣訪問調查，由調查員依據營業額、總樓地板面積及受僱員工人數選定具代表性零售商店訪問調查，於每月既定日期、時間，訪查相同規格花色的商品或服務，以反映純粹價格變動。原則上採實地訪問調查，以電話訪問、網路調查為輔。

#### 七、調查人力來源

人力來源為高雄市政府主計處約僱調查人員及行政院主計總處派駐本市之約僱統計調查員。

#### 八、結果表式及整理編製方法

(一) 編算本市消費者物價指數，包括總指數、7大分類指數、40中分類。(調查結果表式如附件)。

(二) 基期：以民國逢0、5之年為基期。

(三) 計算公式：採用拉氏公式之變式。

(四) 權數：

1. 項目權數：以民國逢0、5之年本市家庭消費結構為權數。

2. 購買點權數：將查價廠商區分成8種型態(百貨公司、超市、量販店、連鎖便利商店、市場、特定商店、其他實體商店、網路商店)，並以民國逢0、5之年臺灣地區家庭平均每戶購買各查價項目之該8種廠商型態消費金額結構為權數。

(五) 指數之編製方法：月指數以月平均價比加權計算，年指數以月指數簡單平均計算，各類指數一律採用2位小數，其第3位小數四捨五入。

#### 九、主辦機關

高雄市政府主計處。

#### 十、所需經費及來源

本調查所需經費由高雄市政府主計處循年度預算程序於「經濟統計」預算項下編列支應，且因業務安排需要，與本市營造工程物價調查共同運用預算編列經費，經費明細表詳如附件。

#### 十一、其他必要之事項

本調查實施計畫奉核定後實施。