

台灣地區麥當勞價格 全球最低的解讀

文 | 劉憶如 台灣大學財務金融系兼任教授

許多人可能不知道，台灣地區麥當勞價格不但比美國便宜許多，甚至是全球最低價。對照台灣地區和美國的大麥克售價，特別容易讓人感受到兩地價格的差距。一個大麥克在美國目前售價6.6美元，折合213元新台幣，是台灣地區大麥克價格80元的兩倍半。同樣的麥當勞產品，巨大的價格差異反映什麼訊息？

自1986年以來，英國《經濟學人》雜誌每半年公布一次“大麥克指數(Big Mac Index)”，將全球各地麥當勞大麥克售價以當時匯率換算成美元後進行比價，又常被稱之為“漢堡經濟學”。雖然經濟學人提醒大眾不要對“大麥克指數”的結果做出過多引申，但種種原因之下，大麥克指數卻仍往往被用來推論一個國家和地區的幣值是否高估或低估的情況；尤其大麥克指數顯示亞洲國家和地區普遍價格較低，也因此常被解讀為亞洲貨幣存在低估現象。

依據《經濟學人》今年2月20日發布的2024上半年大麥克指數，在78個計算的國家和地區當中，瑞士的大麥克價格再度蟬聯全球最高，較美國的售價高出44%；台灣地區的大麥克價格也再度蟬聯全球最低，較美國的售價便宜58%。若以目前新台幣兌美元匯率來計算(2024年5月22日，1美元兌換32.28元新台幣)，台灣地區的大麥克價格更較美國便宜62%之多。

大麥克指數的結果之所以被解讀為幣值高估或低估，是因為依據經濟學上的“購買力平價理論”：

“藉着自由交易市場機制，相同產品在各地的售價應大致相同”。依此原則，若多個國家和地區的大麥克是“相同產品”，則台幣須升值至極為誇張的1美元兌12元新台幣，才能讓6.6美元的美國售價等於80元新台幣的售價。基於台灣地區大麥克價格全球最低，即使沒有人真的認為新台幣應如此巨幅升值，但“新台幣被強烈低估”的質疑，卻在每次大麥克指數公布時，就再次在國際上被提出。

但這種質疑其實並不合理。這是因為依據“購買力平價”的主張，如果有自由交易市場機制且交易成本極低(例如免運費)，則同一個產品在不同地區的差價，會藉由買低賣高的交易行為而彌平。概念上，購買力平價的成立因此須建構在幾項必要前提上，但大麥克並不符合這些前提條件。

例如，雖同為“麥當勞的大麥克”，但全球各地的大麥克並非真是“相同產品”，尤其會因為麥當勞地點、環境、設備不同而異。也因此，各地大麥克價格除了受其各自飲食偏好需求及供給成本影響，也與多個國家和地區稅負及所得水平高低相關。更重要的，多個國家和地區跨境的大麥克產品並不存在一個“自由交易市場”，各地價格差異的長期存在，自然也就不足為奇，因此價格的高低並不能代表幣值的高估或低估。

觀察其他類似指數，也可看見確實不宜用大麥克指數來解讀匯率水平。例如依據《華爾街日報》建立的“中杯星巴克拿鐵指數(Tall Latte Index)，在其計算的2023年星巴克拿鐵價格中，瑞士價格最高為7.17美元，土耳其價格最低1.31美元，美國均價3.26美元，許多亞洲國家和地區的價格都高於美國，例如越南3.42美元、日本3.57美元、韓國4.11美元、台灣地區4.86美元、中國香港5.52美元；但此指數僅做為多個國家和地區星巴克價格的對照，並未成為長期匯率高估或低估的指標(這是2023年均價，至今一年來價格變化頗大，已與這些調查數據有一些差距)。若比照大麥克指數，據此推論亞洲貨幣普遍高估，不但與大麥克指數背道而馳，也不符合一般認知。以單一產品建立的指數，除了比價效果外，確實如《經濟學人》所說，不宜過度解讀。📖



掃碼聆聽原文



掃碼閱讀原文