

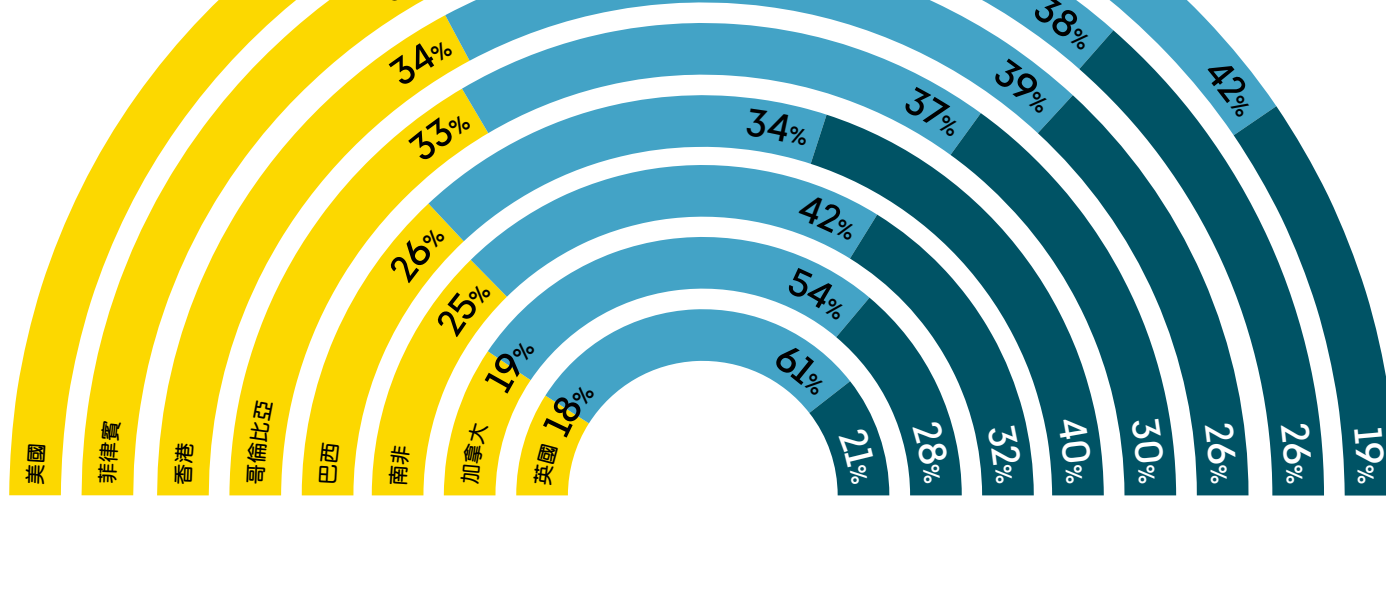
消費者對於家庭預算、支出及債務的行為與態度

我們的季度調查旨在探討消費者個人財務狀況的變化以及他們預期未來會發生甚麼變化。

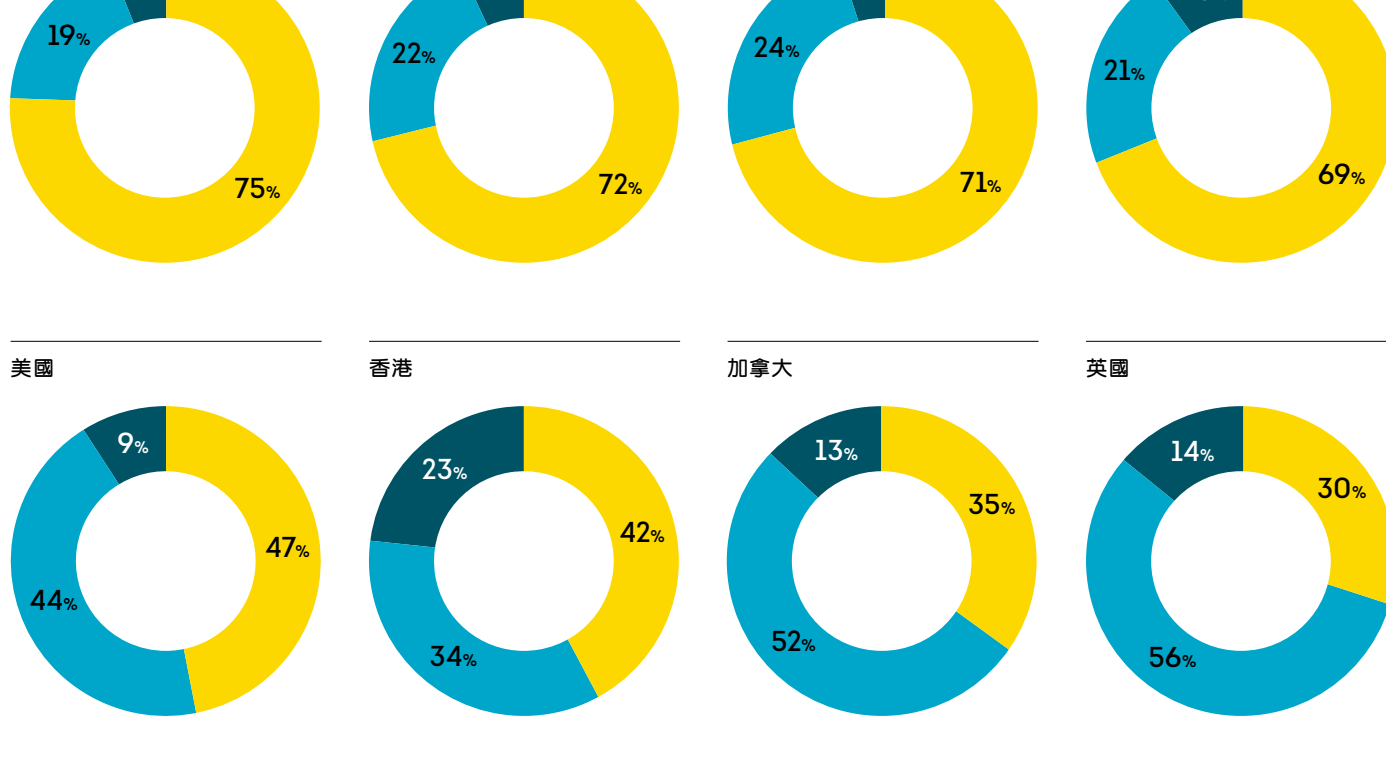
以下是我們調查結果的概覽。若想查閱完整市場報告，請瀏覽：

transunion.hk/zh/consumer-pulse-study

過去3個月收入的變化狀況

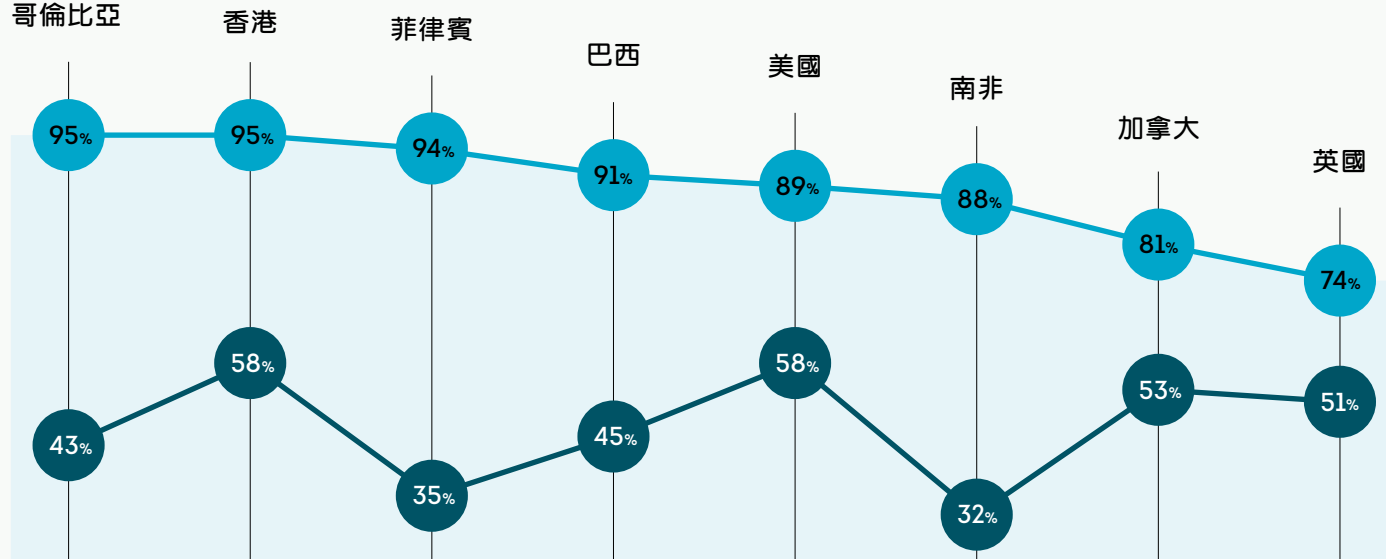


預期未來12個月的家庭收入變化



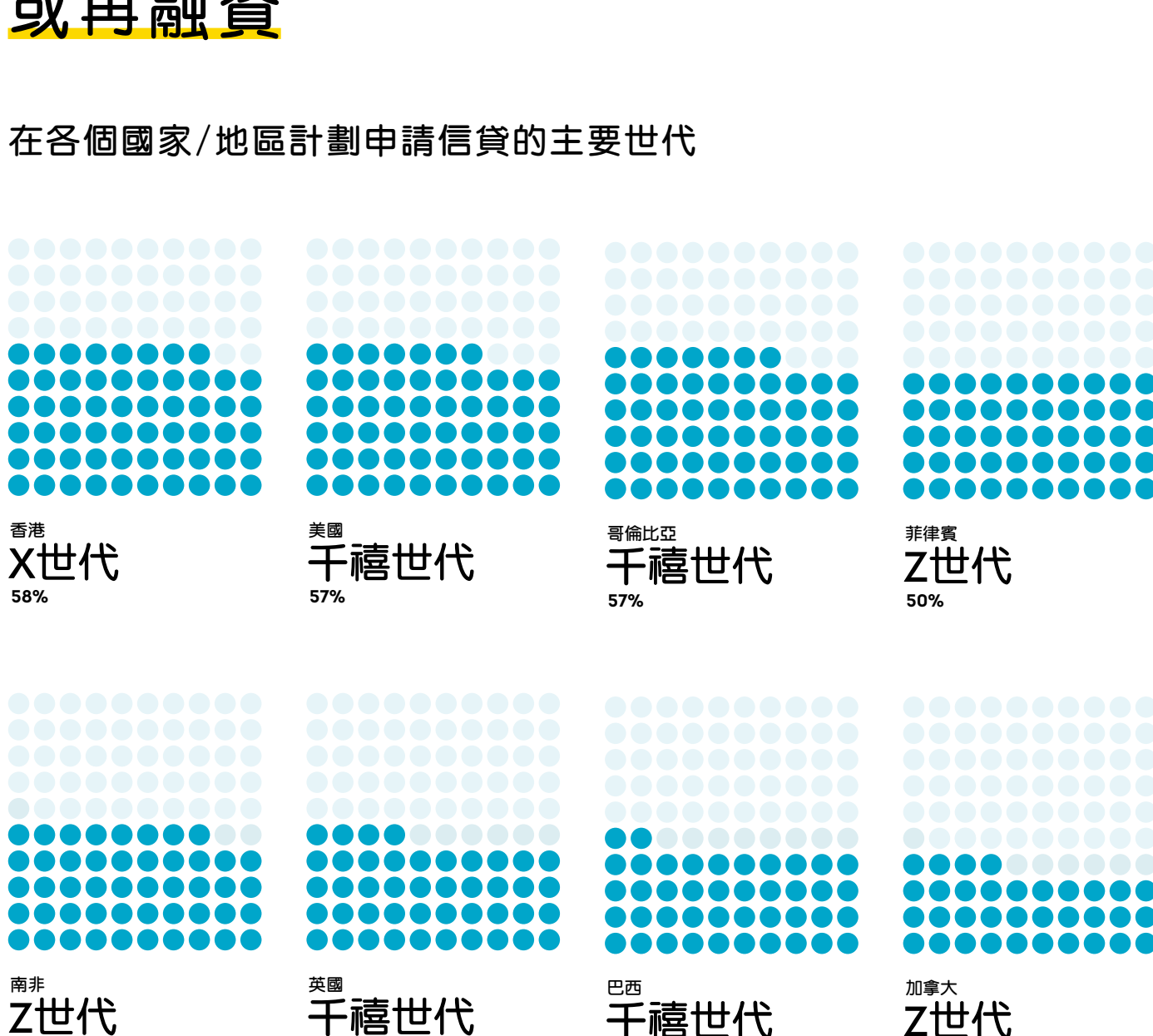
相信獲得信貸相當重要與相信擁有充足的渠道獲得信貸的對比

● 相信獲得信貸及貸款產品對於實現財務目標而言相當重要
● 相信擁有充足的渠道以獲取信貸及借貸產品



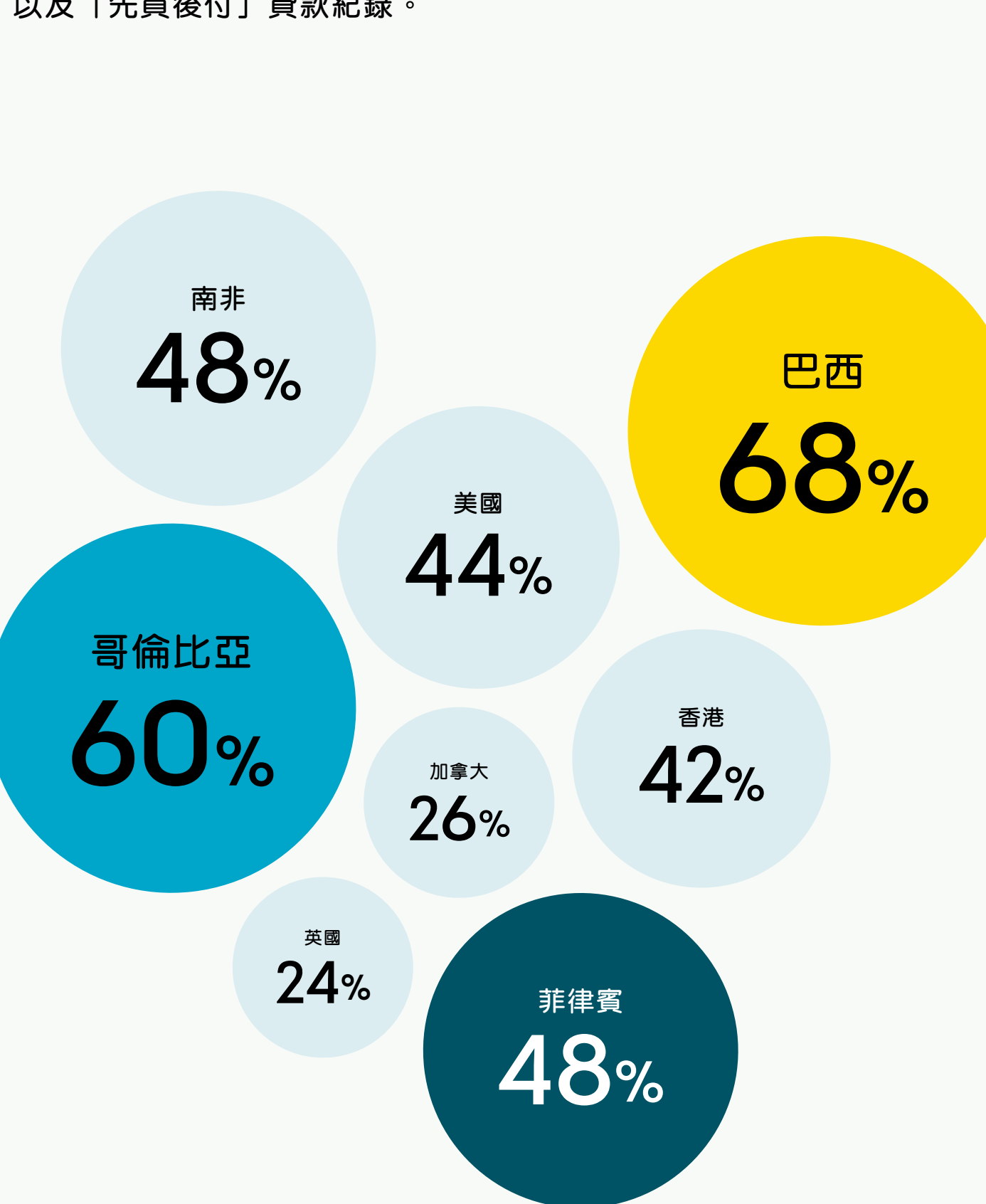
計劃在未來一年申請新的信貸或再融資

在各個國家/地區計劃申請信貸的主要世代



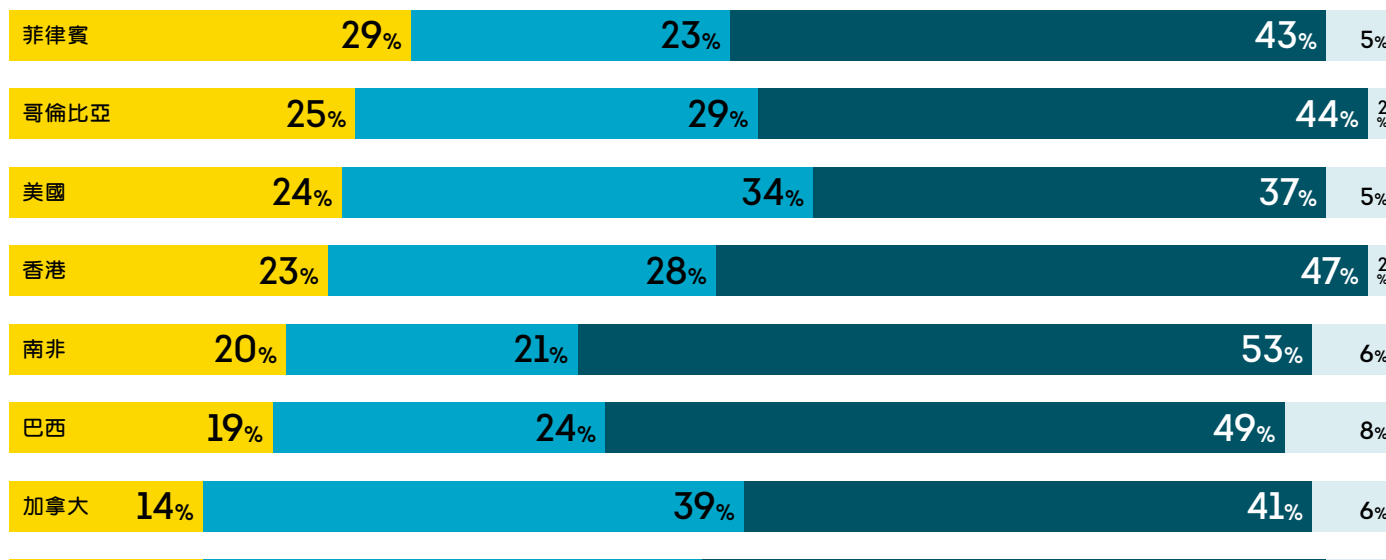
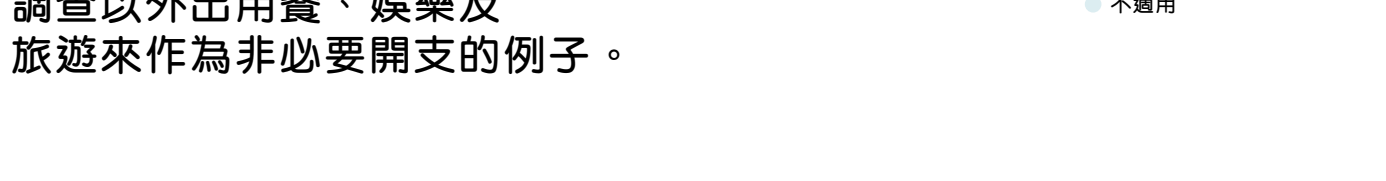
認為信貸評分會因為企業利用標準信貸報告以外的資訊而提高

所提供的例子包括租金支付紀錄、健身室會費支付紀錄、短期（發薪日）貸款紀錄以及「先買後付」貸款紀錄。



預期未來3個月非必要開支的變化

調查以外出用餐、娛樂及旅遊來作為非必要開支的例子。



表示大部分交易均在網上進行的消費者百分比



環聯的消費者脈博調查由環聯與第三方研究服務供應商Qualtrics® Research Services合作，於2022年2月7日至23日對10,391名成人進行調查。當中以網上研究小組的方式，透過電腦、手機及平板電腦，對居住在巴西、加拿大、哥倫比亞、香港、菲律賓、南非、英國和美國的18歲或以上成人進行調查。調查問題以中文（香港）、英語、法語（加拿大）、葡萄牙語（巴西）及西班牙語（哥倫比亞）進行。為了提高當地人口整體統計數據的代表性，調查抽樣時會在年齡、性別、家庭收入及地區設有配額，以確保與人口普查統計數據一致。世代定義如下：Z世代：出生於1995-2004年；千禧世代：出生於1980-1994年；X世代：出生於1965-1979年；嬰兒潮：出生於1944-1964年。以上研究結果未加權，並在統計學意義上具有95%的置信度，其中誤差幅度在±0.96個百分點以內。

如欲知悉更多相關市場中有關家庭預算、支出及債務如何隨時間變化的調查結果，請瀏覽：

transunion.hk/zh/consumer-pulse-study

