

零售業見解

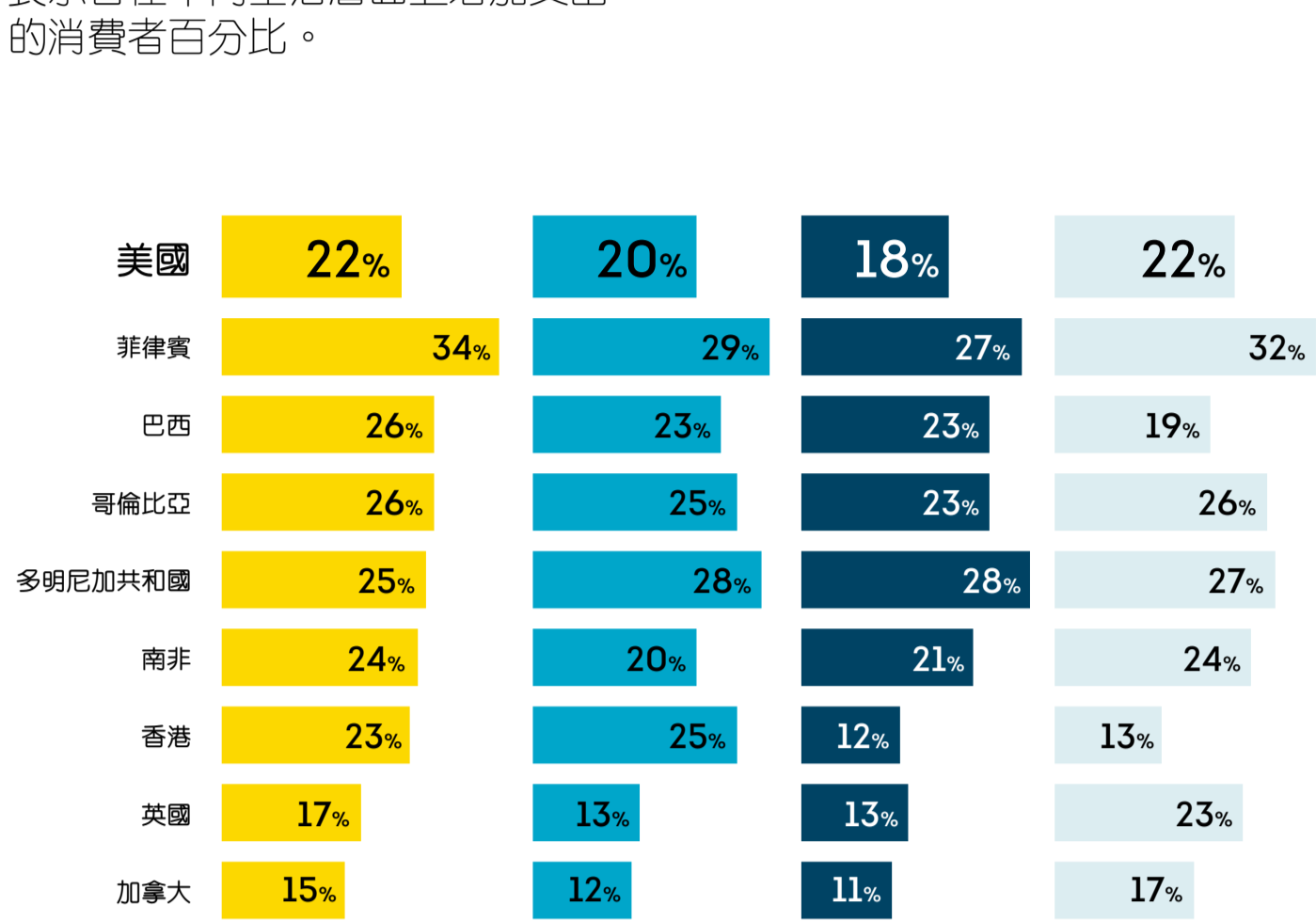
消費者對於家庭預算、支出及詐騙的行為與態度

我們的季度消費者脈搏調查旨在探討消費者個人財務與詐騙經歷，以及預期未來會發生的財務變化。

以下是最新調查結果的概覽。

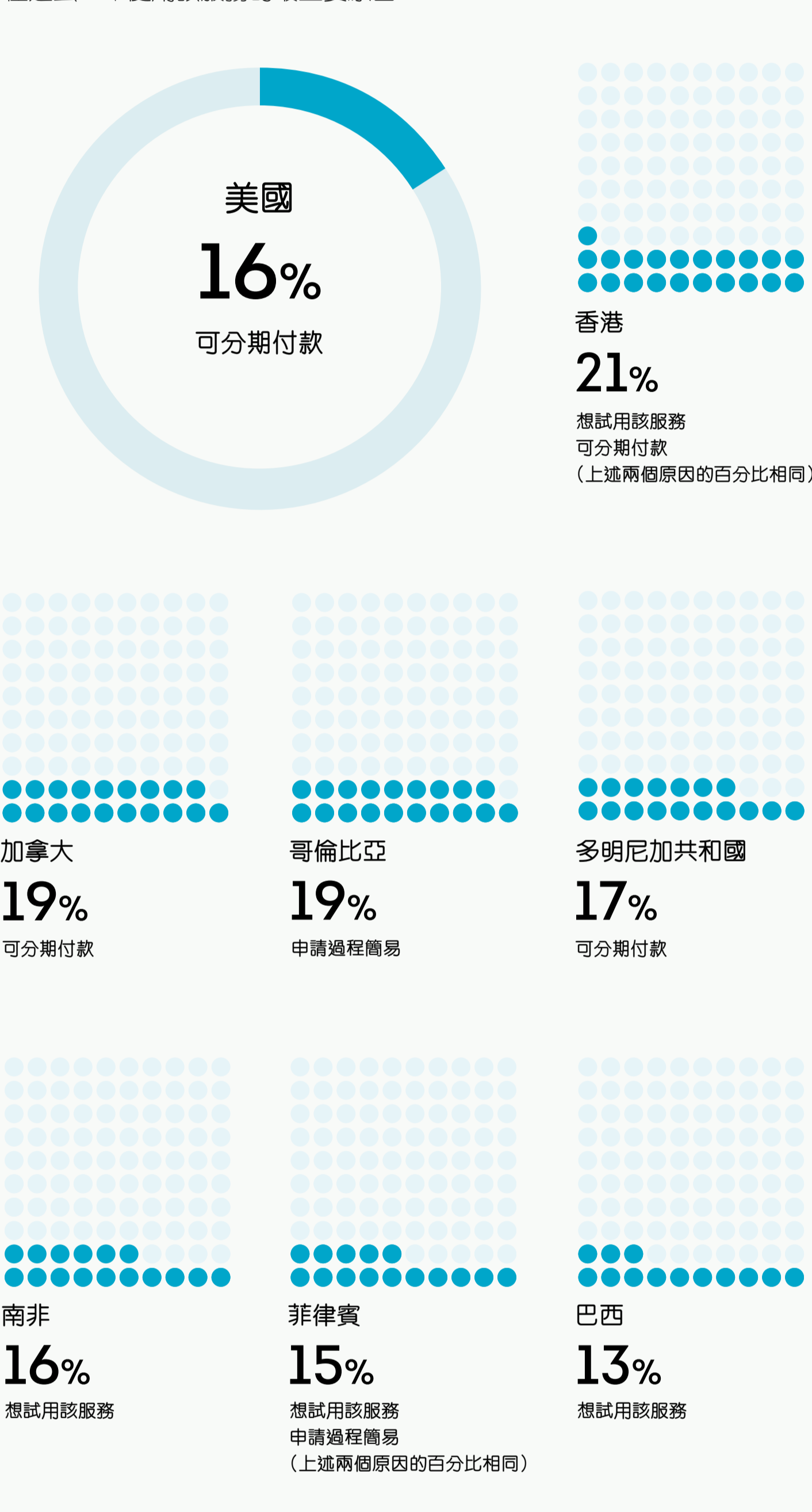
預期支出增長

表示會在不同生活層面上增加支出的消費者百分比。



「先買後付」的使用狀況

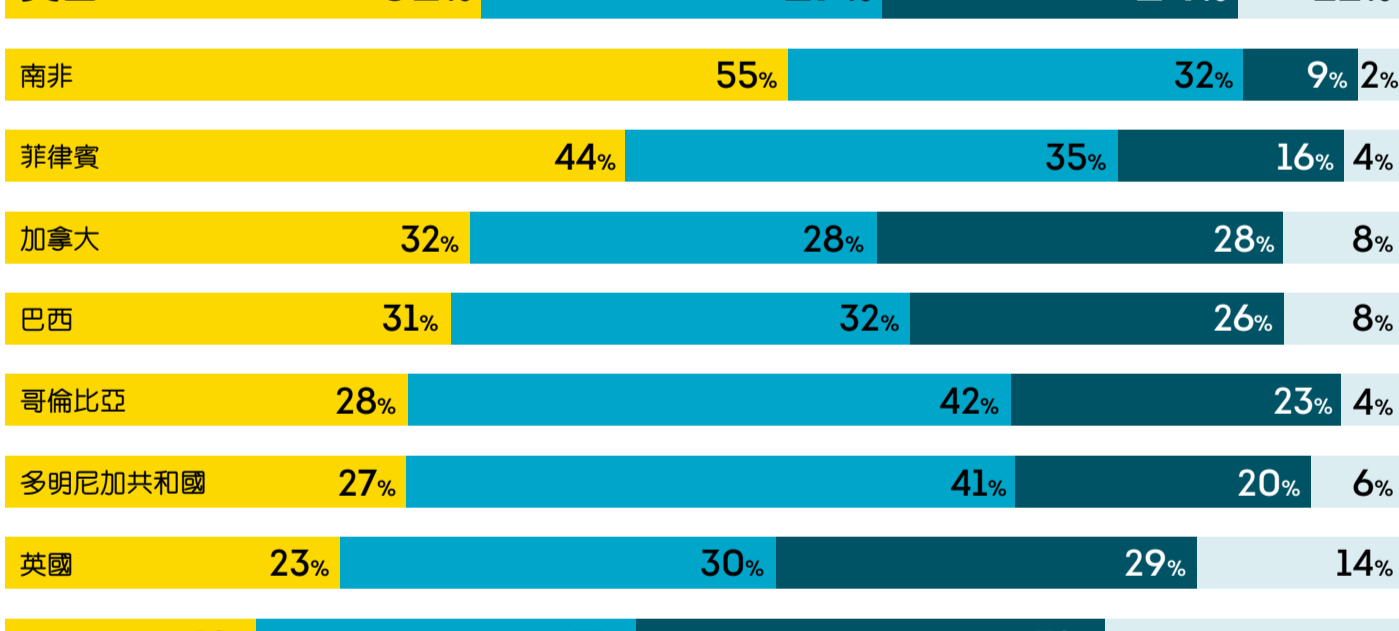
各國家及地區的消費者表示在過去一年使用該服務的最主要原因。



* 此問題未被包括在英國的調查中

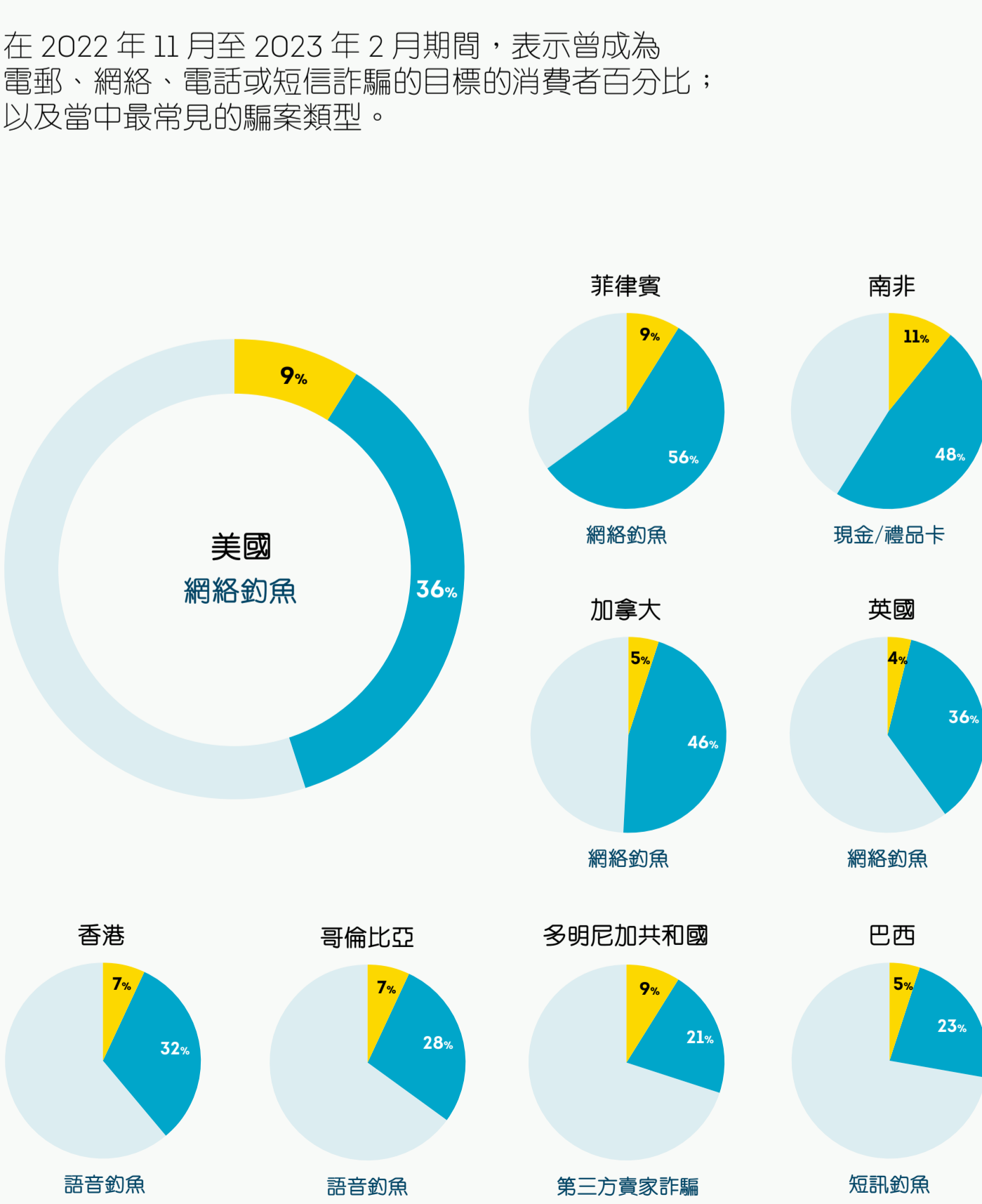
對於通脹的憂慮

表示對通脹感到憂慮的消費者百分比，按憂慮程度分類。



成為詐騙目標的消費者

在 2022 年 11 月至 2023 年 2 月期間，表示曾成為電郵、網絡、電話或短信詐騙的目標的消費者百分比；以及當中最常見的騙案類型。



環聯的消費者脈搏調查由環聯與第三方研究服務供應商 Dynata 合作，於 2023 年 2 月 6 日至 24 日對 9,550 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、多明尼加共和國、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（哥倫比亞及多明尼加共和國）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 1995-2005 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。由於數據經過四捨五入或問題接受多個答案，部分圖表的百分比總和可能不等於 100%。

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

transunion.hk/zh/consumer-pulse-study

