

消費者脈搏 — 2024 年第二季

零售業見解

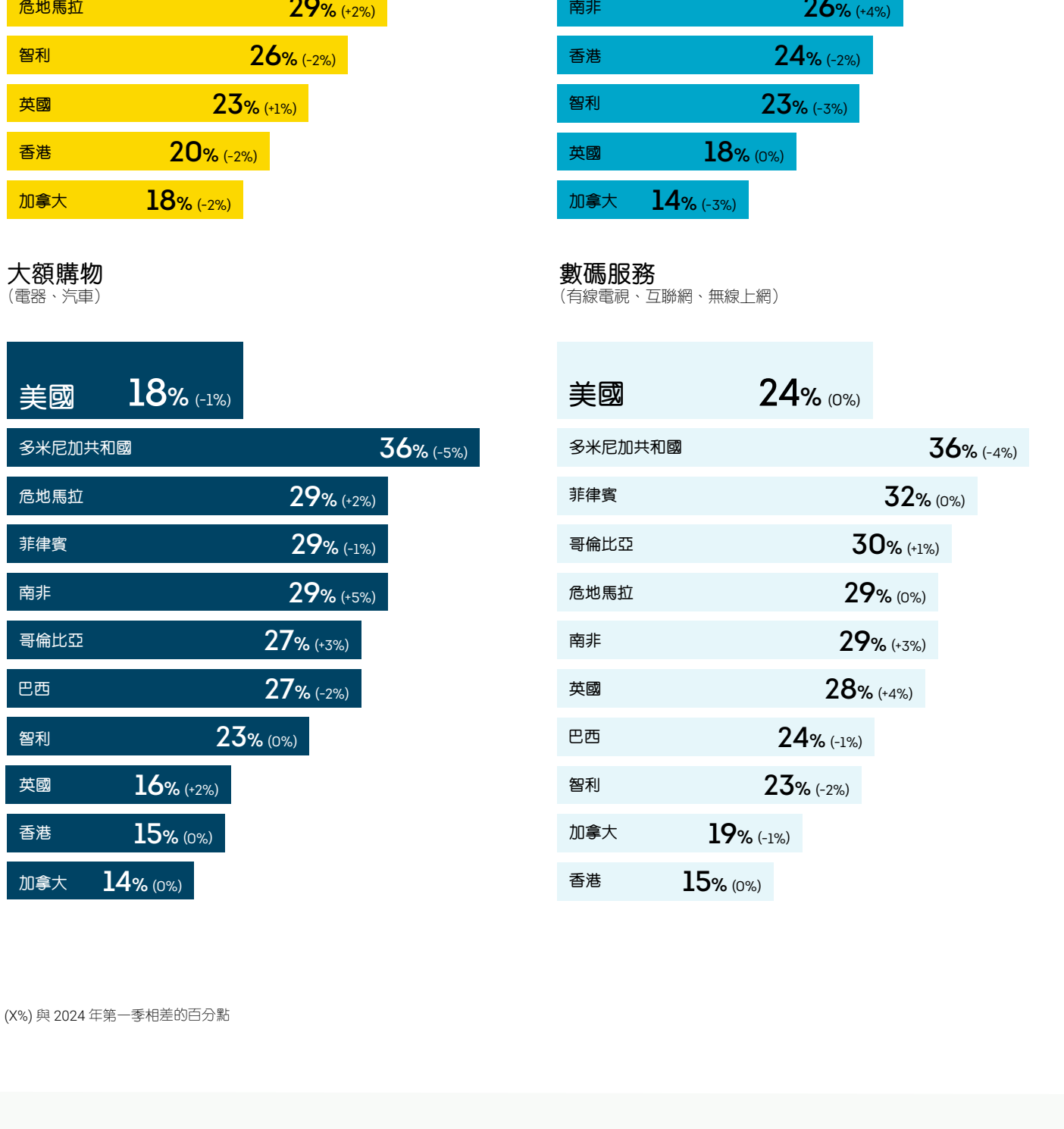
消費者對於家庭預算、支出及詐騙的行為與態度

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

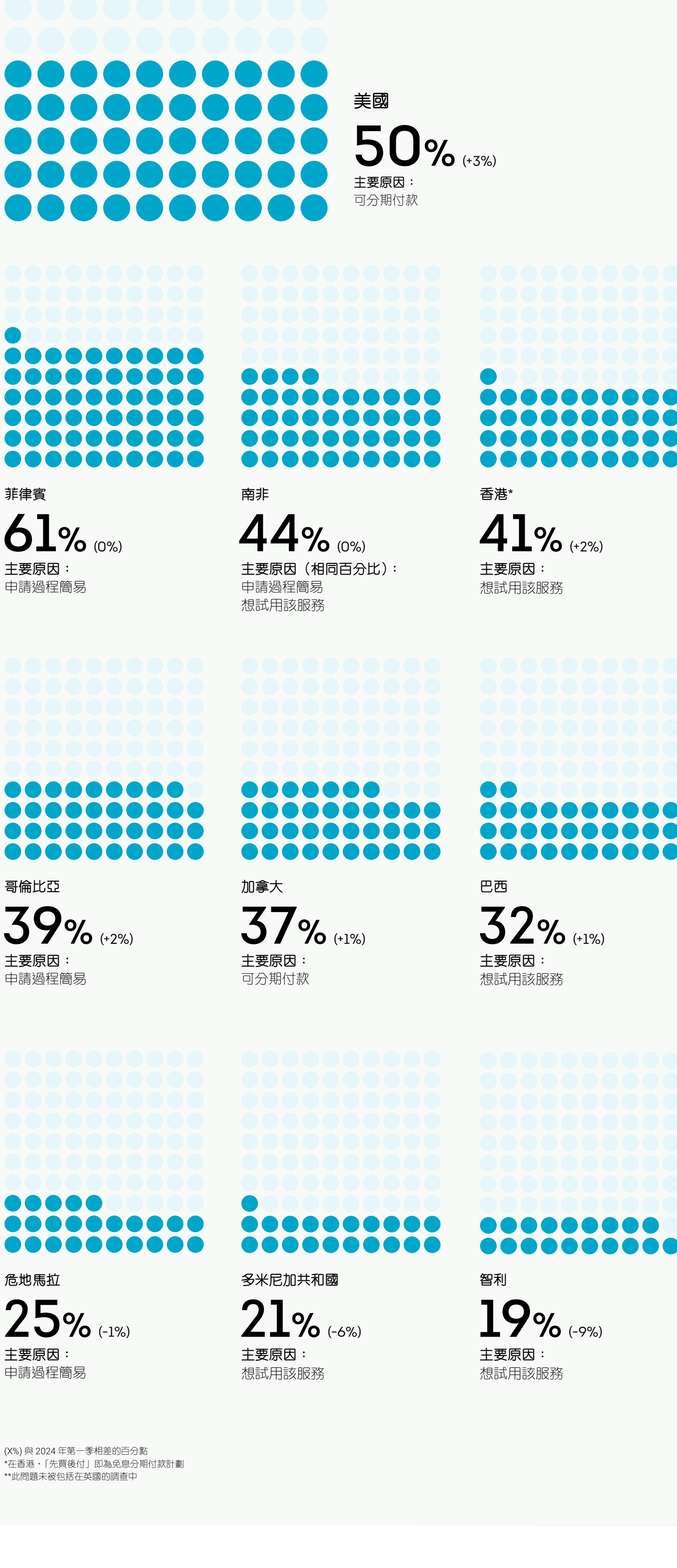
表示會在不同生活層面上增加支出的消費者百分比



(%) 與 2024 年第一季相差的百分點

「先買後付」的使用狀況

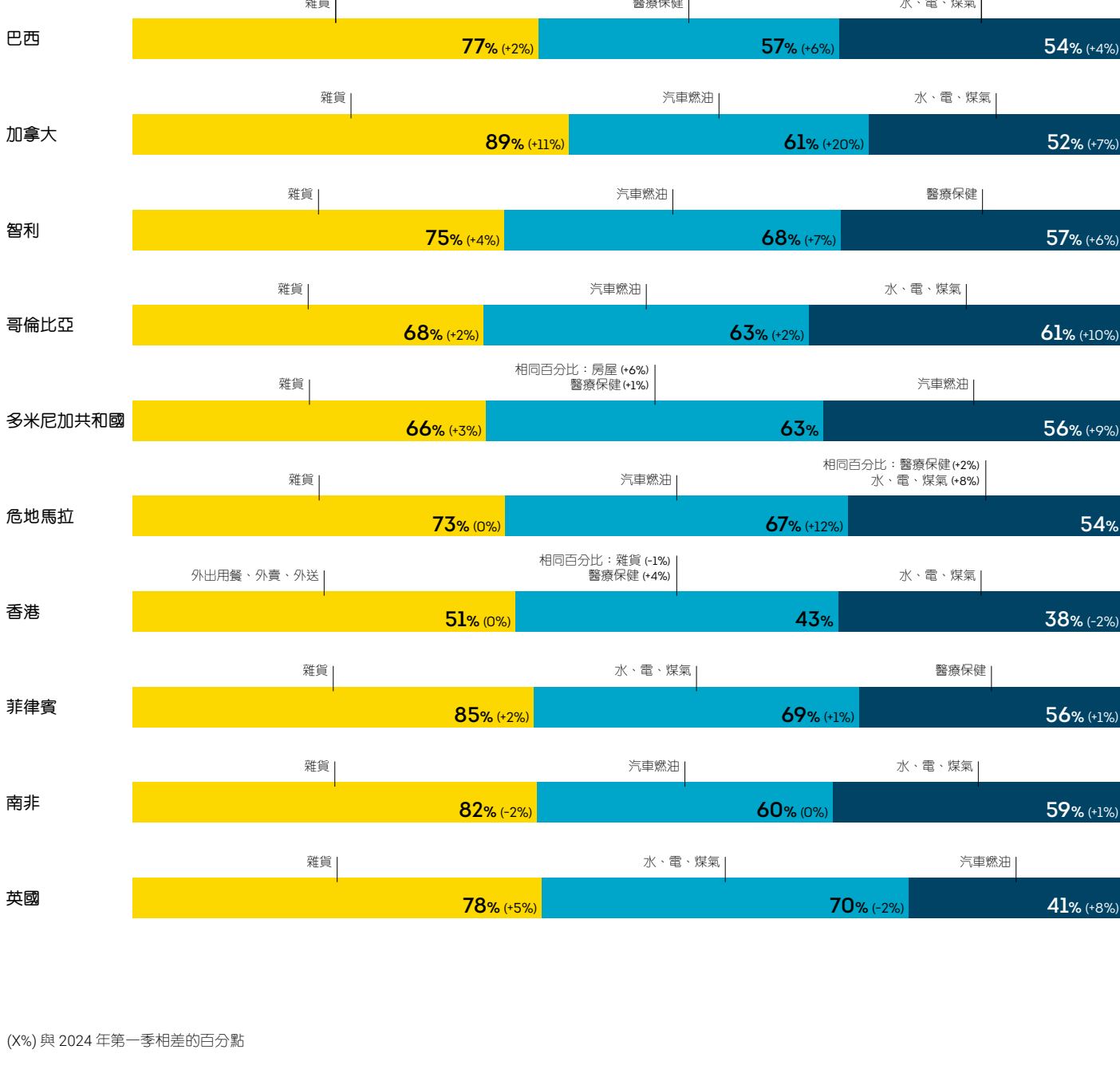
聲稱曾經使用過「先買後付」(BNPL) 的消費者百分比，以及主要原因



(%) 與 2024 年第一季相差的百分點
*在香港，「先買後付」認為免息分期付款計劃
**此問題未就包括在英國的調查中

對於價格上漲的憂慮

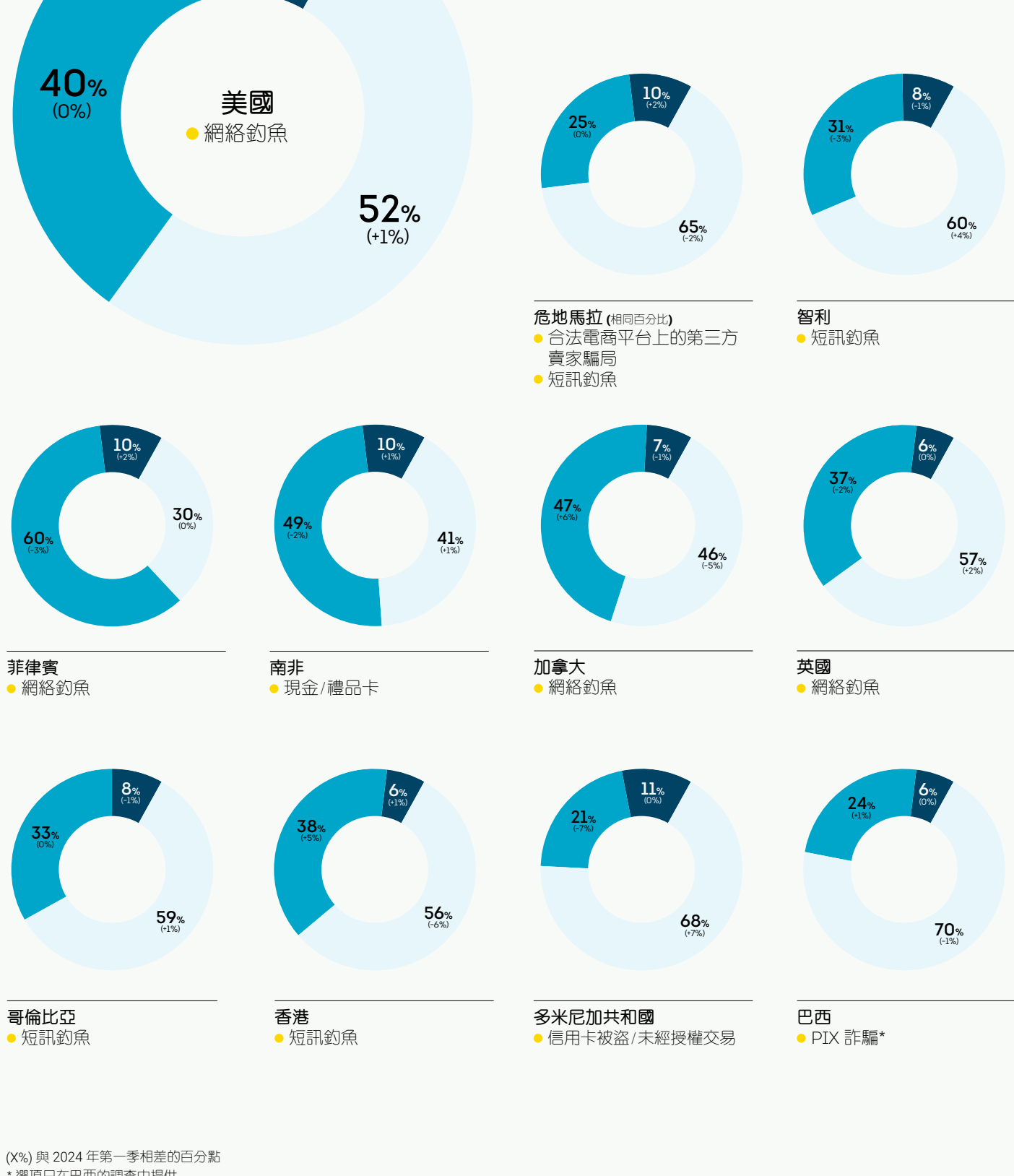
首三類消費者正在經歷的價格上漲及其百分比



(%) 與 2024 年第一季相差的百分點

成為詐騙目標的消費者

在 2024 年 1 月至 2024 年 5 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，以及當中常見的騙案類型



(%) 與 2024 年第一季相差的百分點
* 惡類只在巴西的調查中提供

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 2024 年 4 月 29 日至 5 月 13 日對 11,639 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、智利、哥倫比亞、多米尼加共和國、危地馬拉、香港、菲律賓、南非、英國和美國的 19 歲或以上成人進行調查。調查問題以英語、中文(香港)、法語(加拿大)、法語(加拿大)、葡萄牙語(巴西)及西班牙語(智利、哥倫比亞、多米尼加共和國及危地馬拉)進行。為了提高當地人口整體和計數的代代表性，調查抽樣將會在年齡、性別、家庭收入及地區設有權衡，以確保人口普查統計數據一致。世代定義如下：Z 世代：18 至 26 歲；千禧世代：27 至 42 歲；X 世代：43 至 58 歲；嬰兒潮：59 歲及以上。由於數據經過四捨五入或問題接受受過高答案，部分圖表的百分比總和可能不等於 100%。

如欲知悉更多關於環聯如何透過不同渠道協助企業了解、接觸及保障消費者的資訊，請瀏覽：
transunion.hk/zh/consumer-pulse-study

