

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

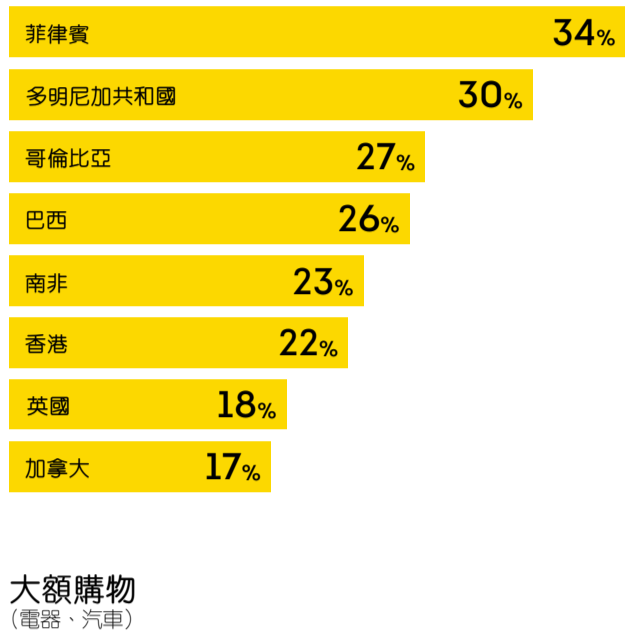
我們的季度消費者脈搏調查旨在探討消費者個人財務與詐騙經歷，以及預期未來會發生的財務變化。

以下是最新調查結果的概覽。

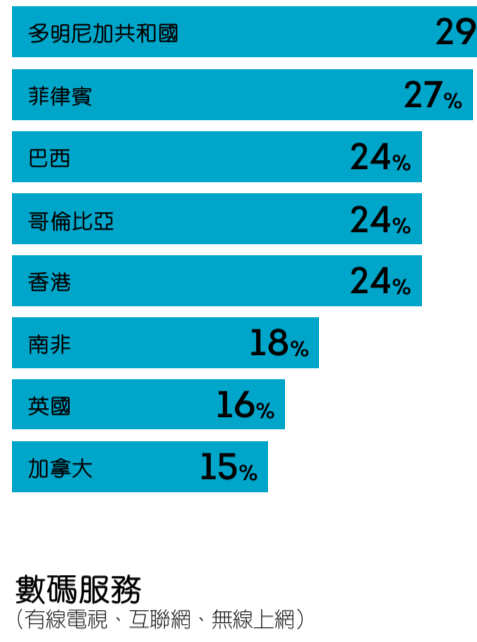
## 預期支出增長

表示會在不同生活層面上增加支出的消費者百分比。

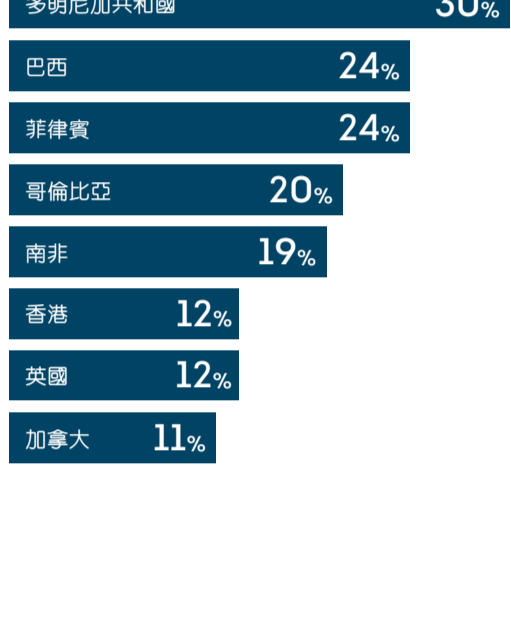
### 零售：於實體店或網店購物 (服裝、電子產品)



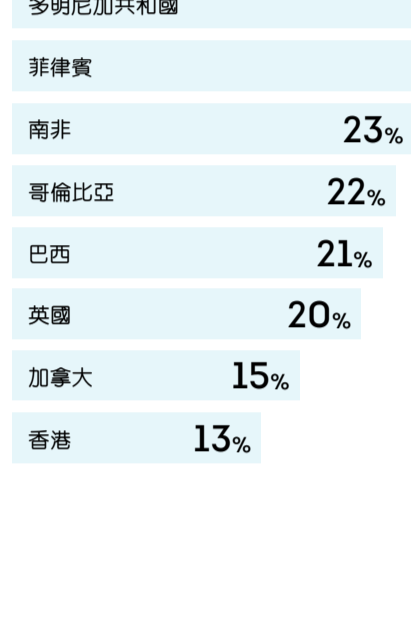
### 非必要個人開支 (外出用餐、娛樂、旅遊)



### 大額購物 (電器、汽車)

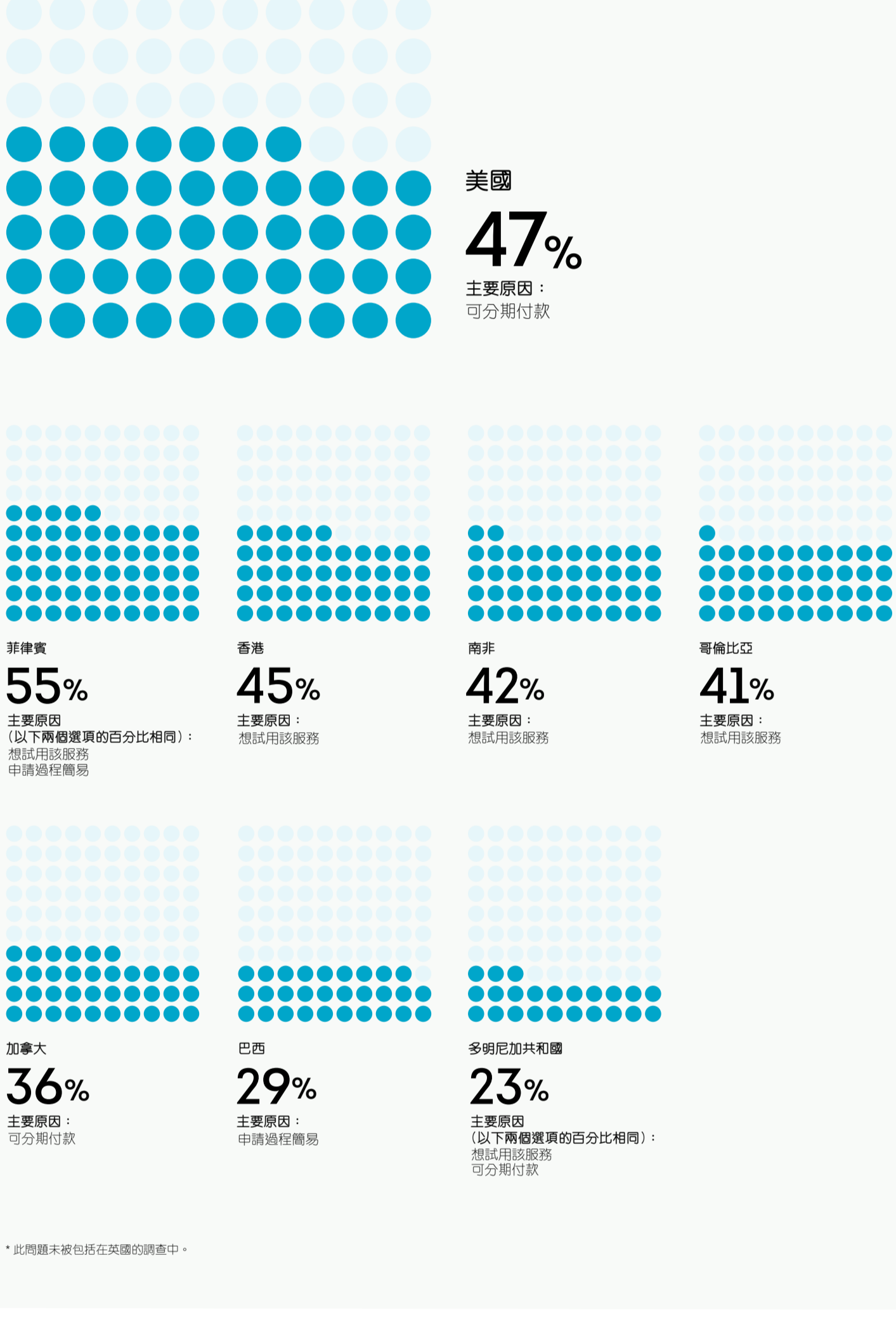


### 數碼服務 (有線電視、互聯網、無線上網)



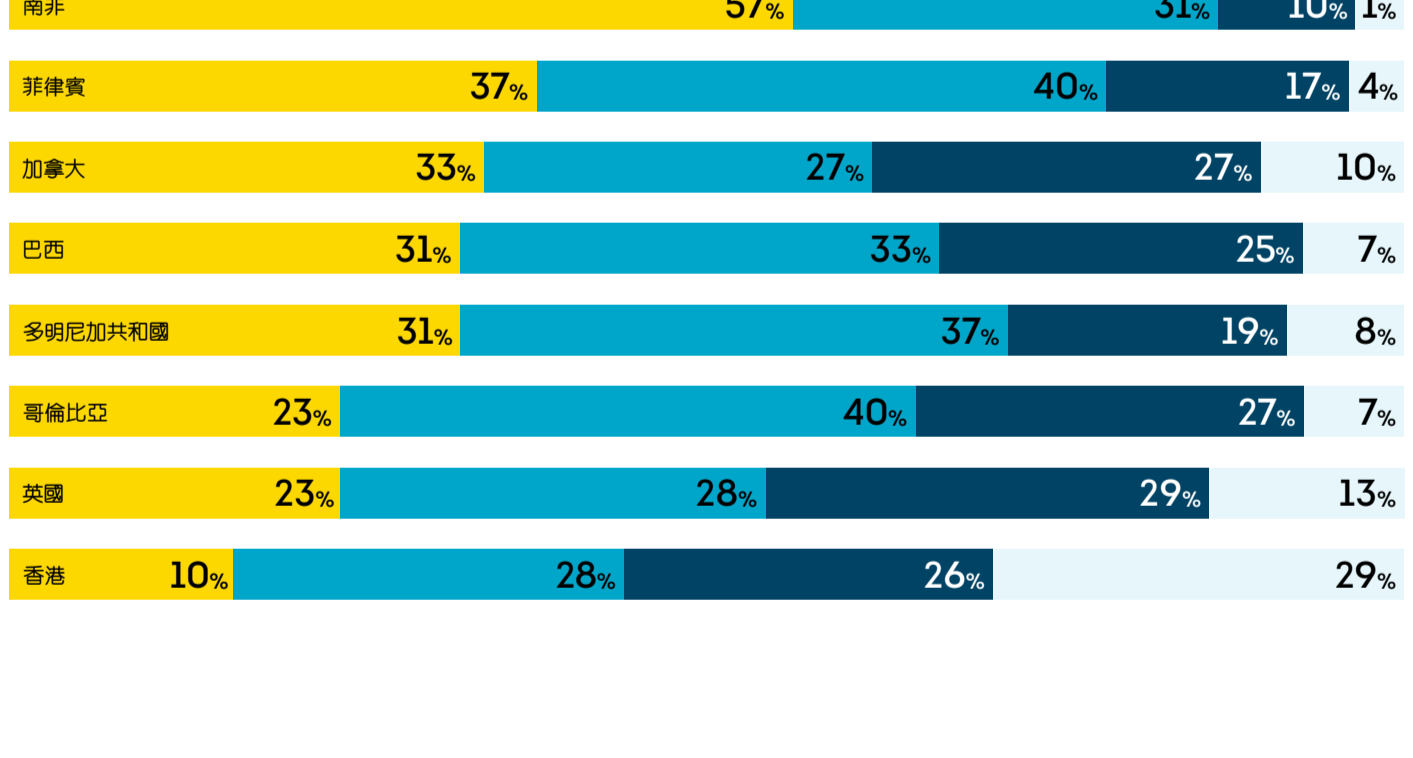
## 「先買後付」的使用狀況

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。



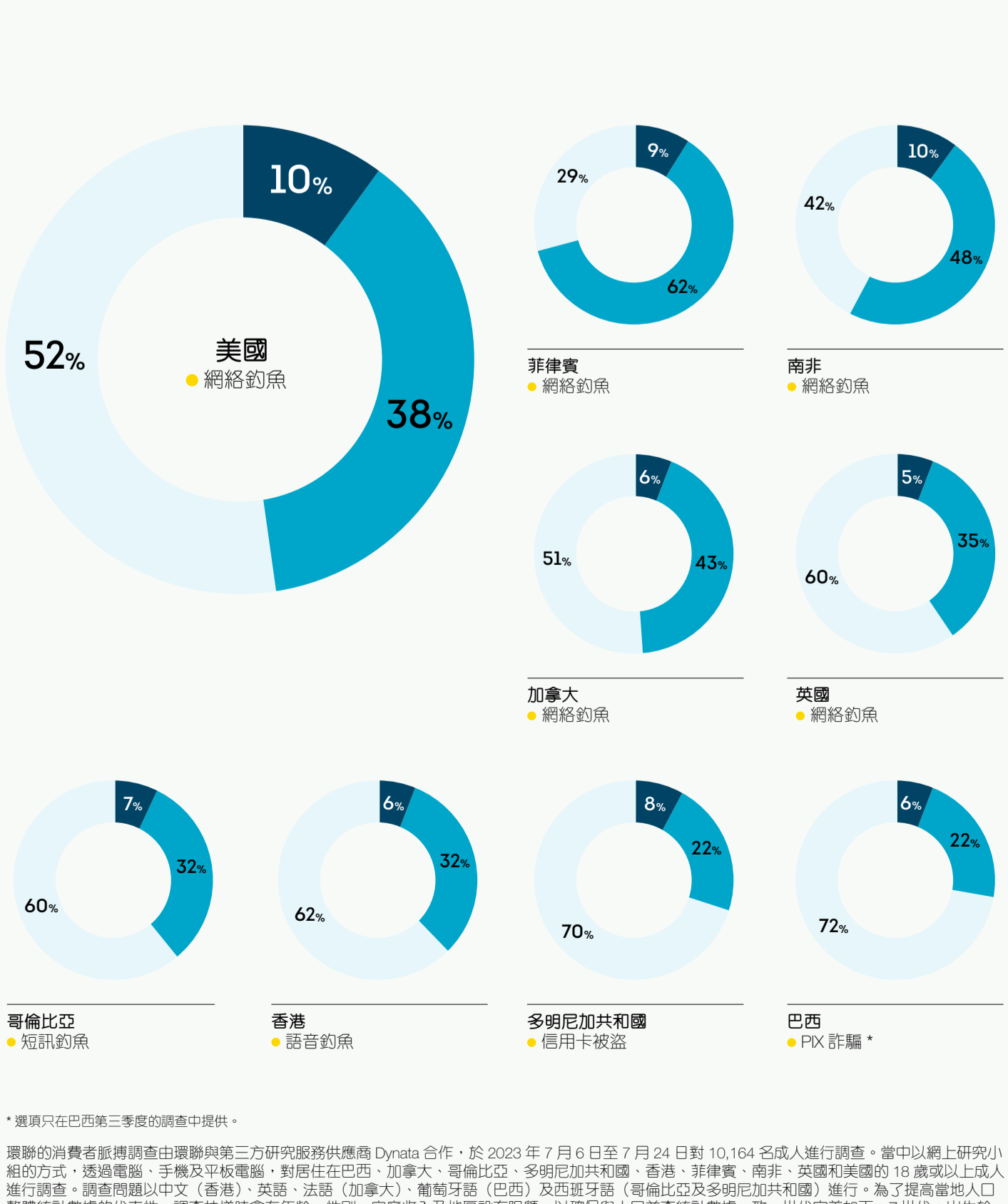
\* 此問題未被包括在英國的調查中。

## 對於通脹的憂慮



## 成為詐騙目標的消費者

在 2023 年 4 月至 7 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。



\* 這項只在巴西第三季度的調查中提供。

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 2023 年 7 月 6 日至 7 月 24 日對 10,164 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%。