

消費者脈搏 — 2024 年第四季

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

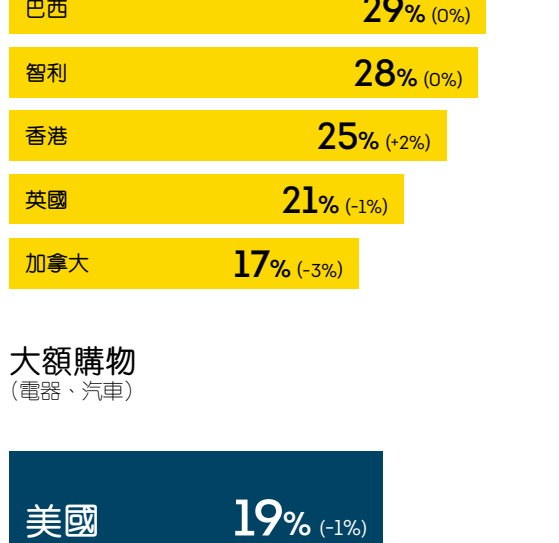
我們的季度消費者脈搏調查旨在探討消費者個人財務與詐騙經歷，以及預期未來會發生的財務變化。

以下是最新調查結果的概覽。

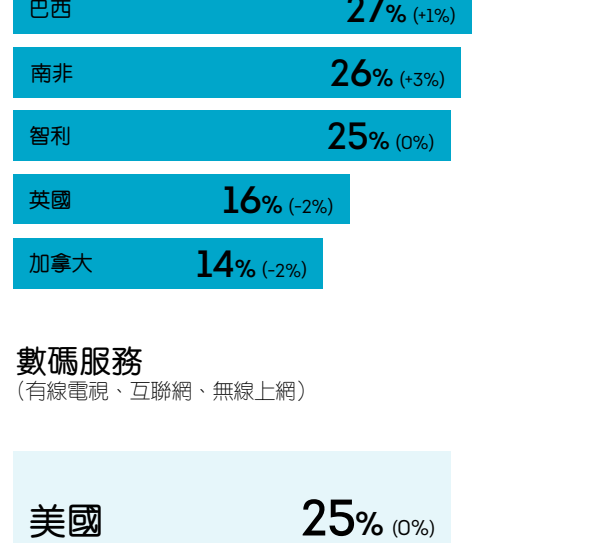
預期支出增長

表示會在不同生活層面上增加支出的消費者百分比

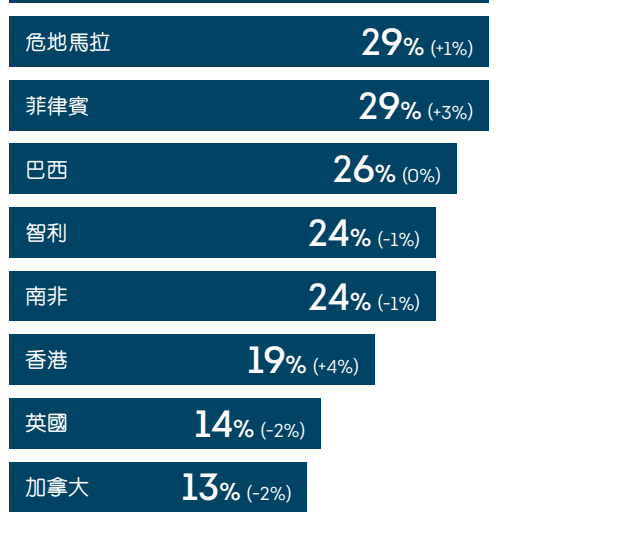
零售：於實體店或網店購物 (服裝、電子產品)



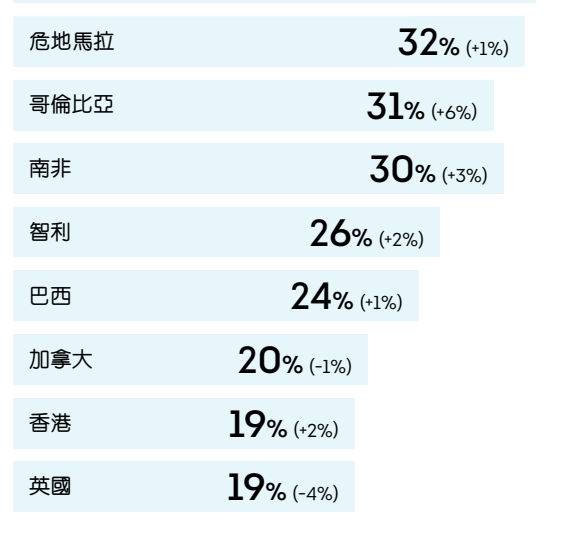
非必要個人開支 (外出用膳、娛樂、旅遊)



大額購物 (電器、汽車)



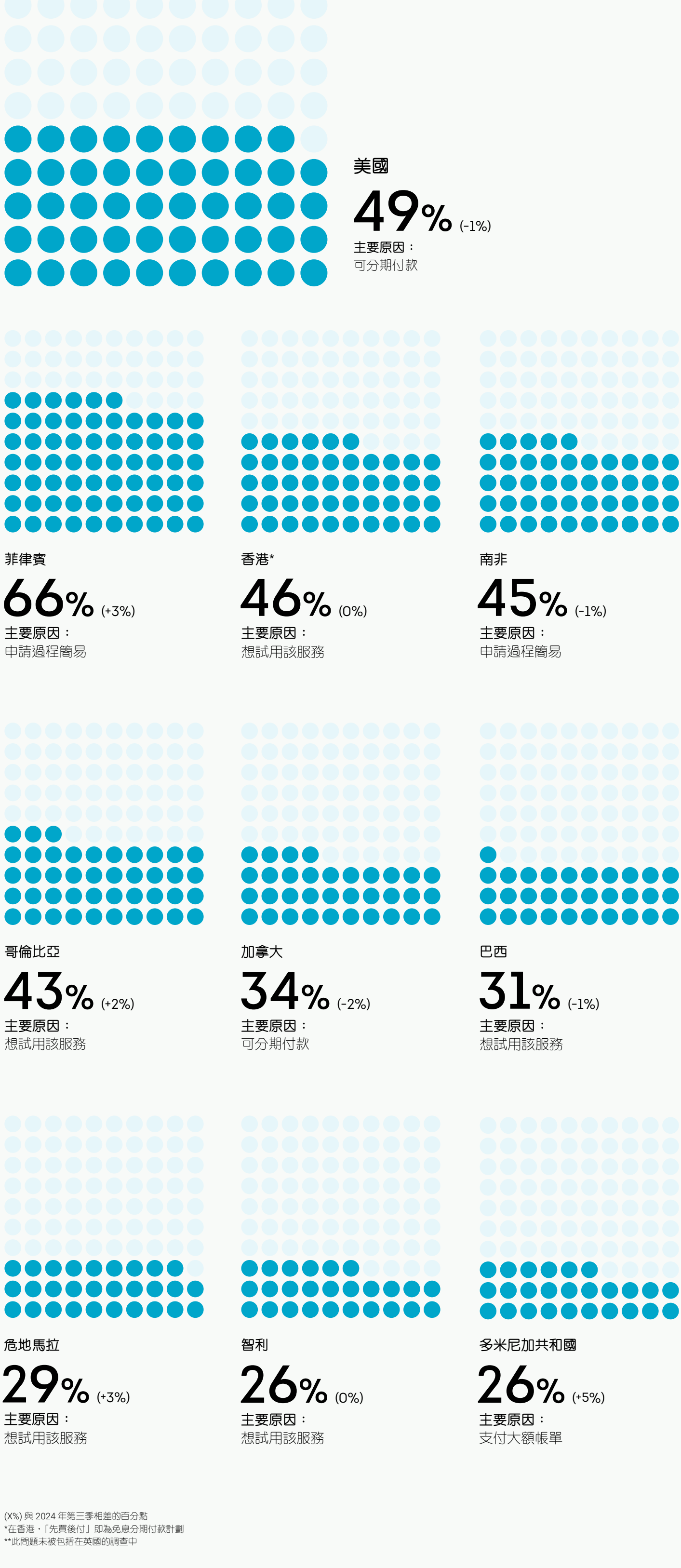
數碼服務 (有線電視、互聯網、無線上網)



(%) 與 2024 年第三季相差的百分點

「先買後付」的使用狀況

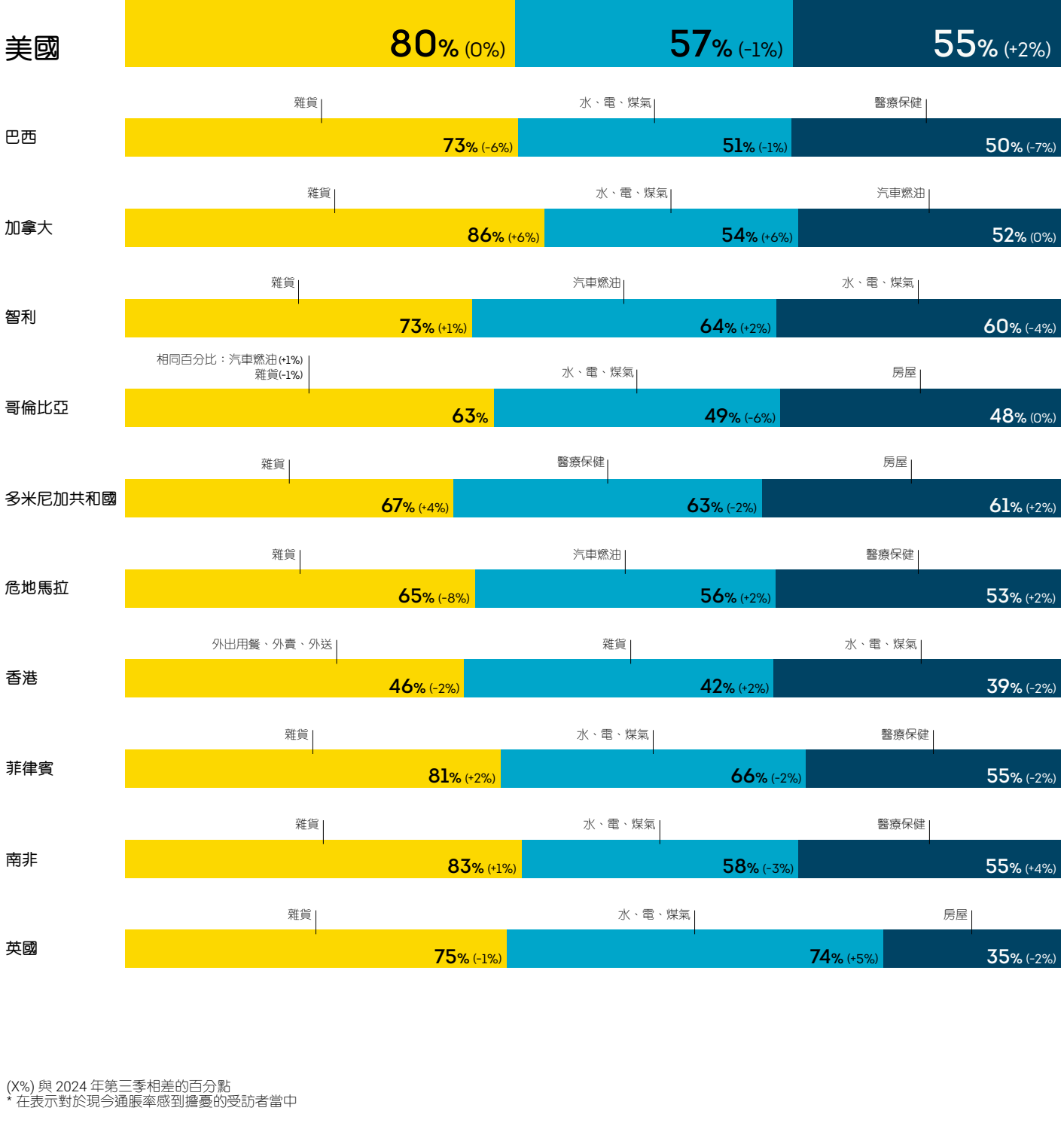
聲稱曾經使用過「先買後付」(BNPL) 的消費者百分比，以及主要原因



(%) 與 2024 年第三季相差的百分點
 *在香港，「先買後付」認為是分期付款計劃
 **此問題亦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*

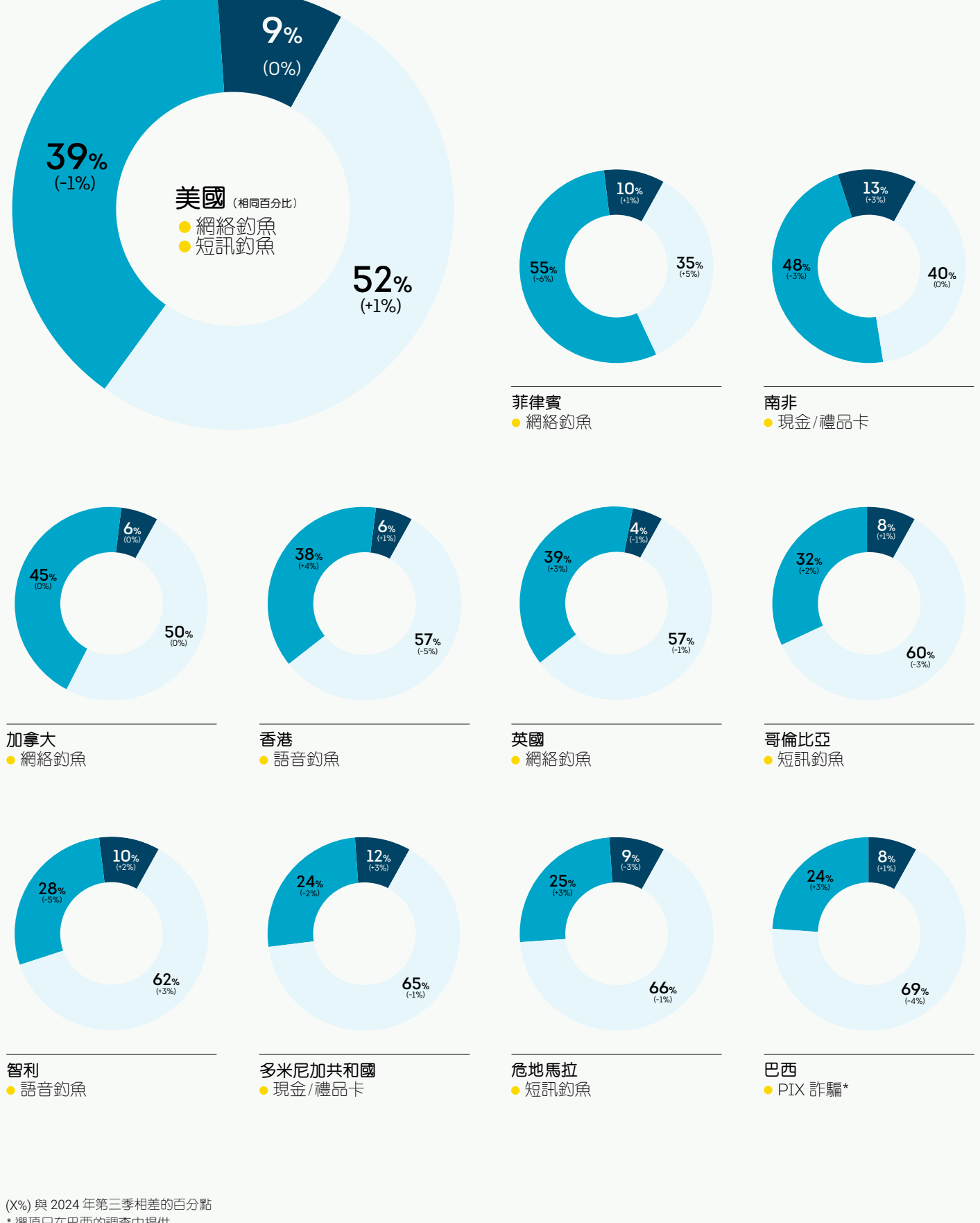


(%) 與 2024 年第三季相差的百分點
 *在表示對於與步過漲幅最嚴重的受訪者當中

成為詐騙目標的消費者

- 被騙徒訂上並成為受害者
- 被騙徒訂上但沒有成為受害者
- 沒有成為騙徒目標
- 最常見的騙案類型

在 2024 年 6 月至 10 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



(%) 與 2024 年第三季相差的百分點
 * 專指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 9 月 25 日至 10 月 18 日對 11,749 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 18 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)、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統計數據的代表性，調查抽樣將會在年齡、性別、家庭收入及地區設有權重，以確保與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四捨五入接受多過答案，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

