



香港銀髮經濟消費者調查

研究報告

2024年12月

目錄

- 研究目的與方法
- 摘要
- 詳細結果
 - 1. 年長消費者的財務狀況
 - 2. 整體消費模式
 - 3. 消費態度和觀點
 - 4. 在本地的消費體驗
 - 5. 在大灣區的消費體驗
 - 6. 網購體驗
 - 7. 數碼理財體驗
 - 8. 香港及大灣區不同行業的評分比較
- 總結
- 受訪者的人口特徵
- 附錄 — 抽樣方法

研究目的與方法

研究目的

- 「香港銀髮經濟消費者調查」(「調查」)旨在了解香港年長消費者在本地及內地，尤其是粵港澳大灣區(「大灣區」)的消費模式及行為。
- 消費者委員會期望透過是次調查，提高商界對銀髮經濟的市場潛力及年長消費者需求的認識，從而推動一個對年長消費者更友善的消費環境。



研究方法

目的

- 評估年長消費者在香港及大灣區的消費模式、開支分佈、消費態度及行為；
- 識別年長消費者的需求及其背後的驅動因素；
- 了解年長消費者對香港和大灣區消費環境的滿意程度；
- 認識年長消費者在香港和大灣區遇到的問題及消費經驗。

目標受訪者

年齡介乎 60-79 歲，以香港為經常居住地的香港居民。

抽樣方法

是次調查參考政府統計處發表的《2021 年人口普查》（見附錄），根據年齡、性別、居住地區、住戶每月收入及教育程度設定樣本配額。

為了進一步了解消費者的消費模式和消費能力，以下兩組受訪者皆設定了最小樣本數作次群組分析：

	目標樣本數目 (n)	最終樣本數目 (n)
過去 18 個月內曾在大灣區消費的年長消費者 (大灣區的訪客)	≥300	687
每月個人開支 (不包括住屋開支) 超過 7,000 港元的年長消費者 (富裕年長消費者*)	≥300	375

*「富裕年長消費者」是根據多個可靠來源的參考資料定義，包括政府統計處、滙豐銀行和投資者及理財教育委員會。

研究方法

數據收集方法

- 在全港 18 區進行面對面的街頭訪問。
- 每個訪問需時 20-30 分鐘。

數據收集日期

2024年7月17日至8月11日

樣本數目

成功完成N=1,003個訪問

閱讀本報告要注意事項

- 「富裕年長消費者」指每月消費超過7,000港元（不包括住屋開支）的年長消費者。
- 「大灣區訪客」指在過去18個月內曾到訪大灣區的人士。
- 「大灣區常客」指在過去18個月內每月最少到訪大灣區一次的人士。
- ↑ / ↓表示次群組的數字在 95% 的置信水平下明顯高於 / 低於總體樣本。
- 由於四捨五入的誤差，總百分比可能不等於100.0%。
- # 表示基數少於（<n=30）

摘要

年長消費者的特徵



截至 2024 年的長者人口
(60-79 歲) * :

1,959,800
(香港總人口的26%)

*政府統計處數據

平均每月支出 (本地)

7,785 港元

富裕年長消費者：13,649 港元
一般年長消費者：4,284 港元

首三大消費類別



零售購物
(每月2,106港元)



外出餐飲
(每月1,661港元)



消閒娛樂
(每月1,163港元)

財政能力



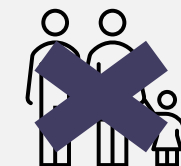
41.5% 擁有多於1百萬
港元的個人流動資產；
42.6% 少於 50萬港元



63.0% 在任何
地方擁有物業

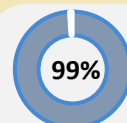


其中 **95.9%** 物業
已完成按揭供款

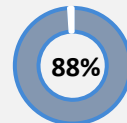


98.8% 不需要供養子女

獨立性和積極性



同意他們可以獨立自主地決定自己的消費



同意他們會盡量多出外走走，不會只留在家裡

到訪大灣區

68.5% 在過去18個月曾到訪大灣區
約3個月到訪大灣區1次
(每次消費1,742港元)



香港和大灣區的消費情況一覽表

	香港	大灣區
消費支出 (不包括住屋)	每月7,785 港元	每次1,742 港元 (約平均每三個月一次， 或每月 0.36 次)
首三大消費類別	零售購物 (27.0%) 外出餐飲 (21.3%) 消閒娛樂 (14.9%)	消閒娛樂 (30.4%) 外出餐飲 (25.4%) 零售購物 (21.2%)
消費考慮因素	價錢和優惠 (79.8%) 產品 / 服務的質素 (67.1%) 商戶聲譽 / 口碑 (46.4%)	價錢和優惠 (84.9%) 產品 / 服務的選擇多樣性 (56.3%) 獨特的產品 / 服務 (26.1%)
消費滿意度最高的行業 (滿分 10 分)	日常交通 (7.8) 醫療服務 (7.6) 銀行服務 (7.5)	外出餐飲 (8.6) 零售購物 (8.2) 消閒娛樂 (8.2)
付款方式	八達通、現金、支付寶	現金、支付寶、微信支付
預期來年消費支出的改變	+1.6% 不變 (68.0%)	+5.8% 不變 (61.6%)
增加消費開支的原因	產品 / 服務有更多優惠 / 折扣 (64.4%) 隨年齡增加，對相關產品 / 服務的需求 上升 (54.8%) 通脹 (37.0%)	產品 / 服務價格較低 (83.9%) 產品 / 服務選擇越來越多 (65.9%) 交通變得方便 (58.7%)

本地消費 (1)

1. 年長消費者最願意在「零售購物」方面消費

- **零售購物 (27.0%)**、**外出餐飲 (21.3%)** 及 **消閒娛樂 (14.9%)** 是首三項最大的消費類別。
- 整體每月平均開支 (不包括住屋開支) 為 7,785 港元。
 - 在職人士：12,544 港元
 - 富裕人士：13,649 港元
 - 月入 80,000 港元以上人士：14,643 港元

2. 價格仍是大多數年長消費者消費時最重要的考慮因素

- 首三大消費考慮因素包括 **價錢和優惠 (79.8%)**、**產品 / 服務質素 (67.1%)** 及 **商戶聲譽 / 口碑 (46.4%)**。
- 富裕的年長消費者較不關心價錢和優惠 (58.4%)，他們認為產品 / 服務的質素最為重要 (72.8%)。

3. 大部分年長消費者都認為他們可以獨立做出消費決定，而且生活積極活躍

- 年長消費者表示他們都能獨立決定如何消費 (99%)。
- 只有少於一半的消費者 (46.4%) 表示他們會為供養子女 / 兒孫而減少消費。
- 少於半數消費者 (44.9%) 在購物時受廣告影響。相反，經濟狀況較佳的消費者在購買時較傾向受廣告驅使。
- 88.2% 受訪者表示他們會外出，而不是只留在家中。

本地消費 (2)

4. 網上購物在年長消費者中仍未普及

- 在過去 18 個月內，只有一半 (49.8%) 年長消費者曾網上購物。
 - 較年輕和富裕的年長消費者的網上購物頻率較高。
- 約一半 (51.1%) 評價他們自己網上購物體驗的滿意程度為「一般」(10分之中有 6-7分)。
- 多數受訪者擔心貨不對辦 (88.3%) 的問題。
- 他們較關注「辦理退款、退換貨等手續複雜」(43.1%)、「送貨延誤」(32.0%) 及「個人資訊外洩」(30.3%)。

5. 年長消費者不太滿意在本地消費的體驗

- 大多數受訪者 (87.4%) 在本地購物時遇到不同問題，而問題主要集中在消費期間和消費後的階段：
 - 消費前：誇張 / 失實的宣傳手法 (12.9%)、產品 / 服務資訊不足 / 不清楚 (11.7%)。
 - 消費期間：商戶職員的態度欠佳 (62.1%)。
 - 消費後：產品 / 服務質素欠佳或不符預期 (65.4%)。
- 大多數的問題與「零售購物」(86.1%) 及「外出餐飲」(82.6%) 有關。

6. 年長消費者經常到大灣區一日遊

- 受訪者 (n=687 , 68.5%) 在過去 18 個月內平均造訪大灣區 **6.4** 次。
 - 較年輕 (60 多歲) 、居住在新界的消費者到訪次數較高。
- **41.6%** 受訪者每 2-3 個月造訪大灣區一次 ; **31.9%** 約每 6 個月造訪一次。
 - 60 多歲的年輕長者族群頻率較高。
 - **74.1%** 為即日來回。
- 深圳是受訪者最常到訪和消費的大灣區城市 , 其次是廣州和澳門。
- 受訪者大多乘搭地鐵 (**57.4%**) 前往口岸 , 其次是巴士 (**52.4%**) 。

7. 年長消費者造訪大灣區的主要目的是「外出餐飲」和「零售購物」

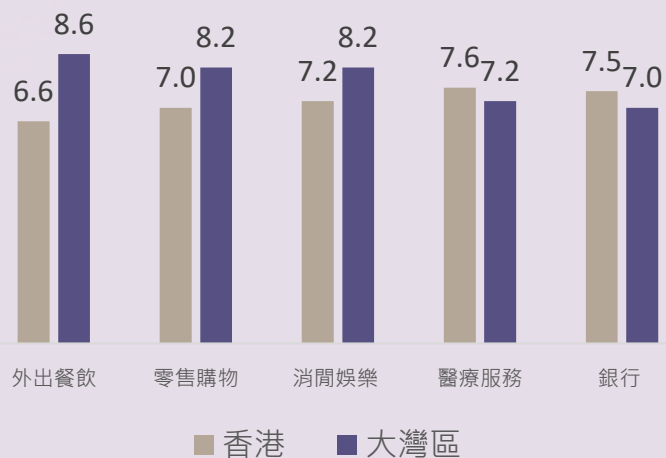
- 受訪者前往大灣區主要是為了「外出餐飲」 (**96.1%**) 和「零售購物」 (**71.6%**) 。
- 在大灣區的每次平均消費為**1,742**港元 , 主要用於「消閒娛樂」 (佔每次消費的 **30.4%**) 、「外出餐飲」 (**25.4%**) 及「零售購物」 (**21.2%**) 。
- 受訪者大多從家人、親戚或朋友身上獲得與大灣區有關的消費資訊。
 - 較年輕和富裕的年長消費者較多從網上或社交媒體獲得資訊。

8. 價格低廉的產品 / 服務是最吸引年長消費者的因素

- **84.9%** 受訪者認為大灣區產品 / 服務的價格低廉 , **56.3%** 認為產品 / 服務選擇多。
- **26.1%** 認為大灣區的產品 / 服務富特色 , 而**24.3%** 認為大灣區的職員服務態度良好。

消費滿意度與期望

9. 年長消費者對大灣區的「外出餐飲」、「零售購物」及「消閒娛樂」滿意度相對較高



註：評分以 10 分為滿分

10. 年長消費者預期未來開支維持穩定

- 來年的消費開支不變：
 - 香港：68.0%
 - 大灣區：61.6%
- 上升 10% 或以上：
 - 香港：7.3%
 - 大灣區：32.4%

原因：

- 產品 / 服務價格較低 (83.9%)
- 有更多的消費選擇 (65.9%)
- 交通變得方便 (58.7%)

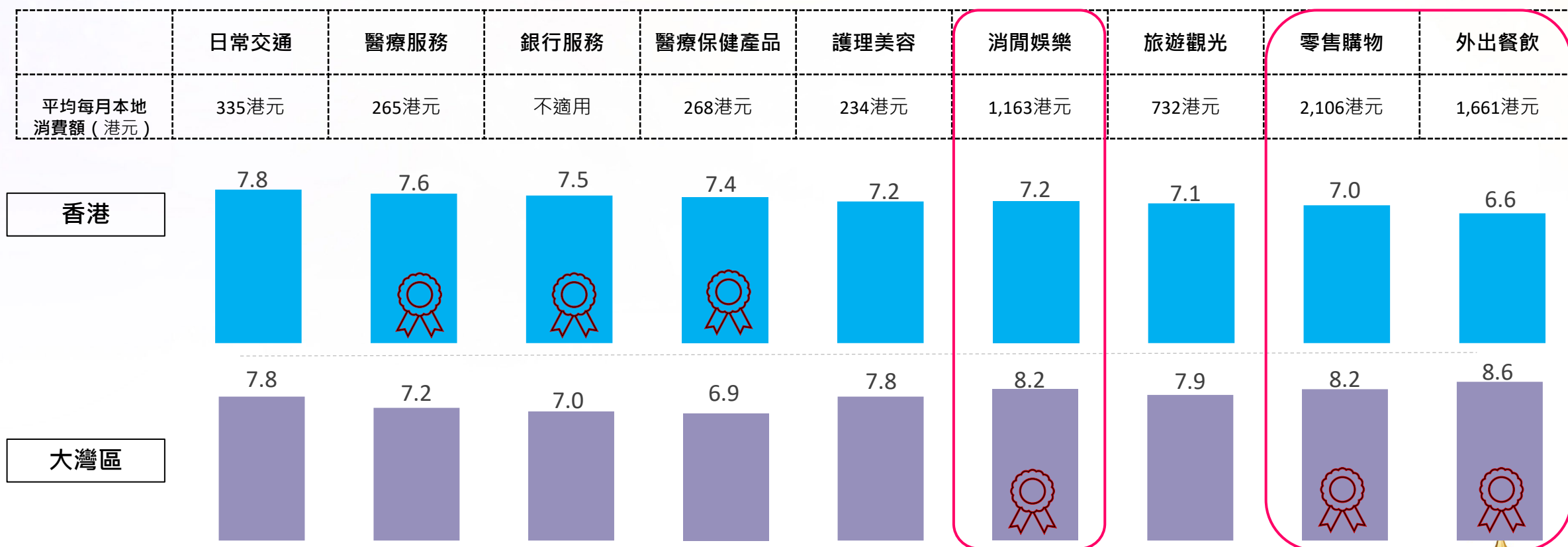
11. 商戶可採取措施，以吸引年長消費者在本地消費

- 年長消費者建議吸引他們在本地消費的方法：
 - 提供長者專享推廣優惠和折扣 (81.3%)
 - 商戶提升產品 / 服務質素 (54.0%)

不同行業的消費比較

年長消費者對本地首三大消費類別的評分為：「零售購物」（7.0）、「外出餐飲」（6.6）及「消閒娛樂」（7.2），均低於大灣區。

對香港及大灣區各行業的評分



註：評分以 10 分為滿分

詳細結果

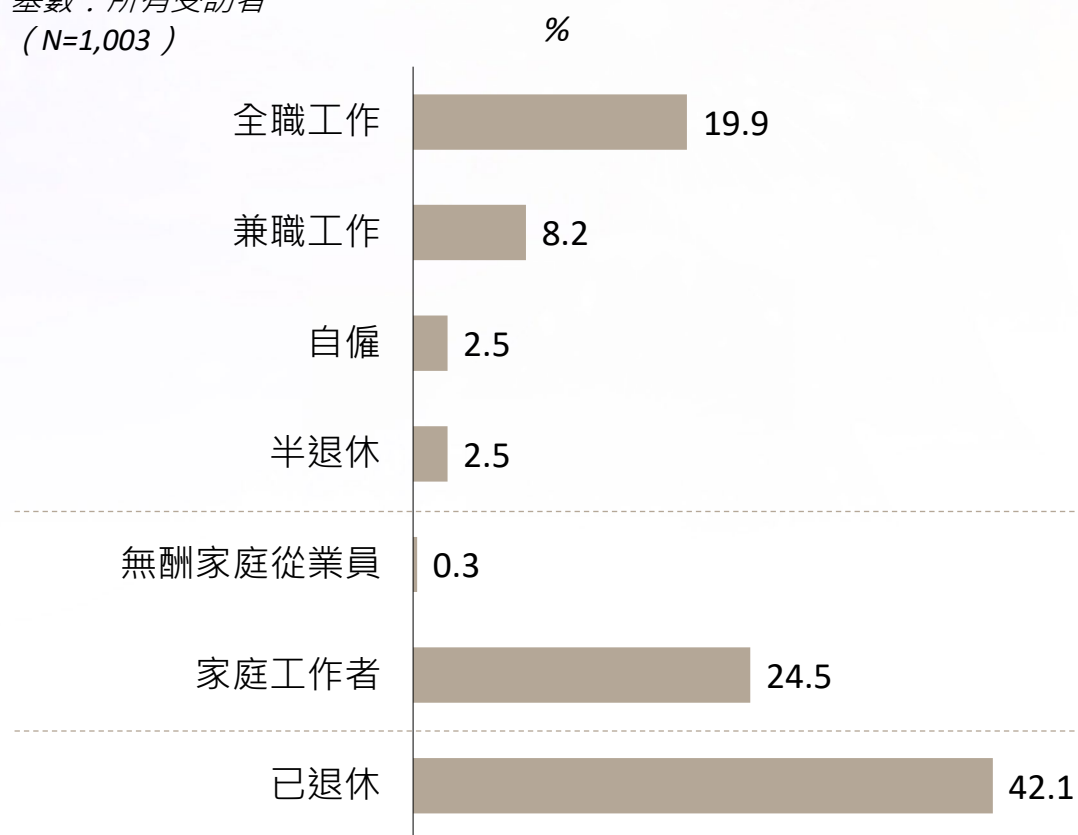
1. 年長消費者的財務狀況

1.1 工作狀況及生活費用來源

工作狀況

- 約三分之一受訪者尚在工作。

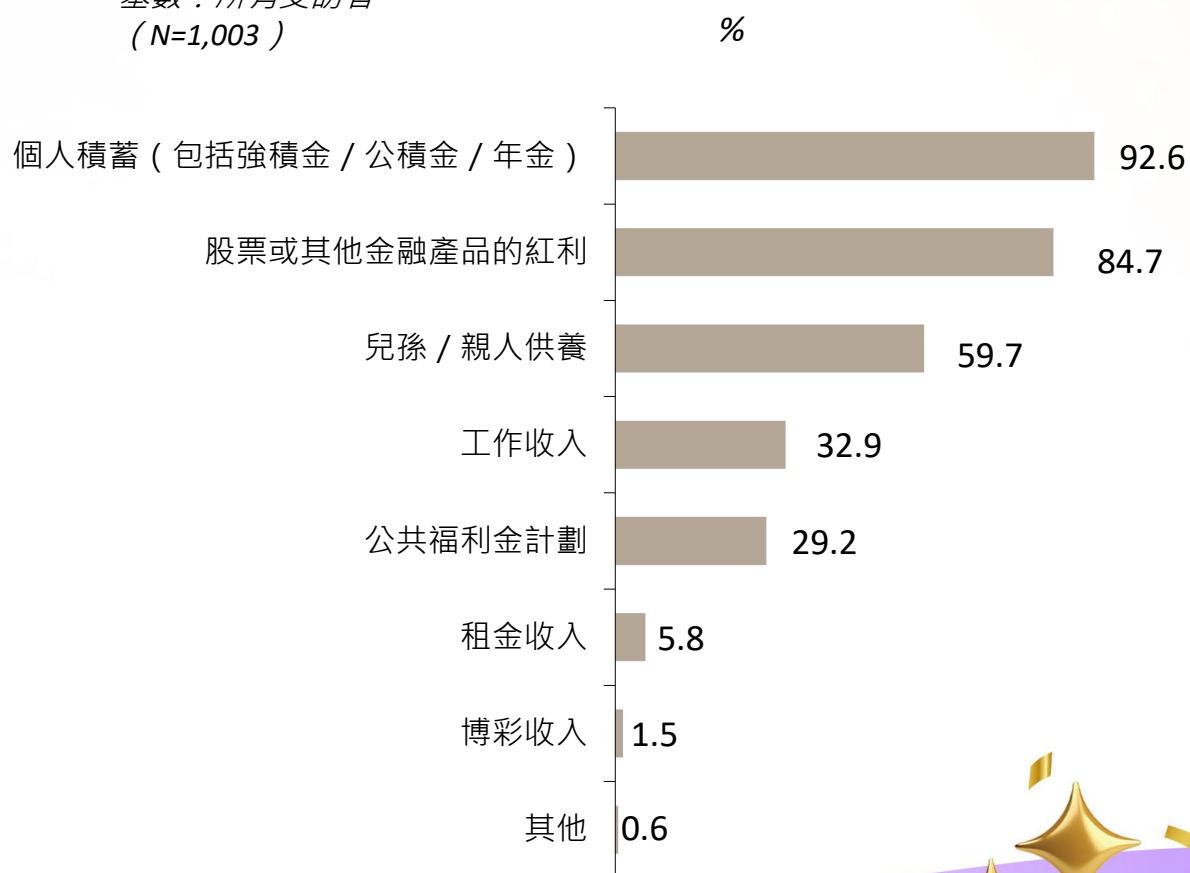
基數：所有受訪者
(N=1,003)



生活費用來源

- 個人積蓄及投資是受訪者生活費用的主要來源。

基數：所有受訪者
(N=1,003)



相關問題

G1：你現時的工作狀況是？

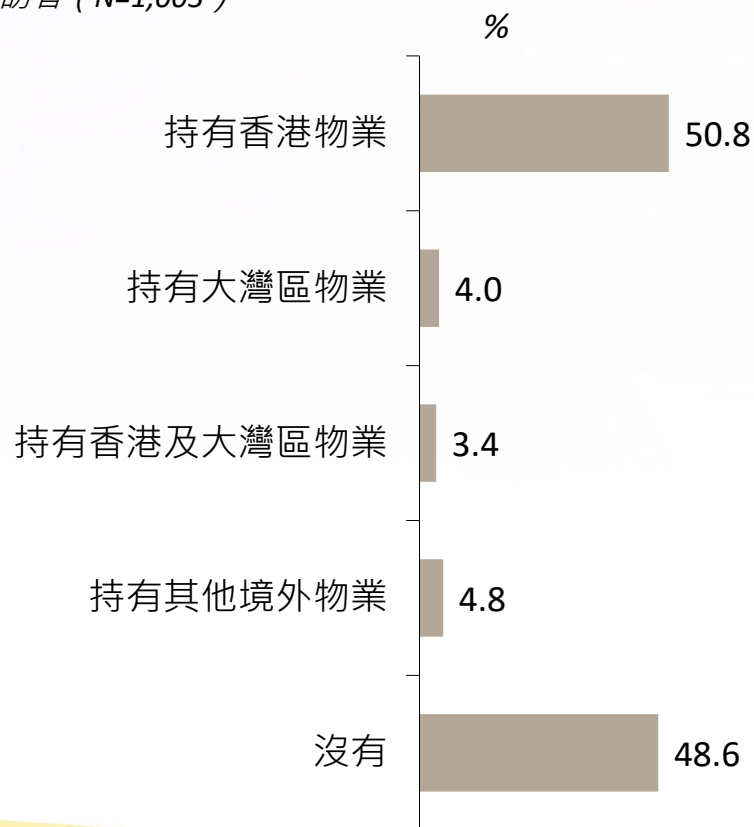
G2：你現時生活費用的主要來源是？

1.2 擁有物業的情況

擁有物業的情況

- 約一半受訪者擁有香港物業；只有4%在大灣區擁有物業。

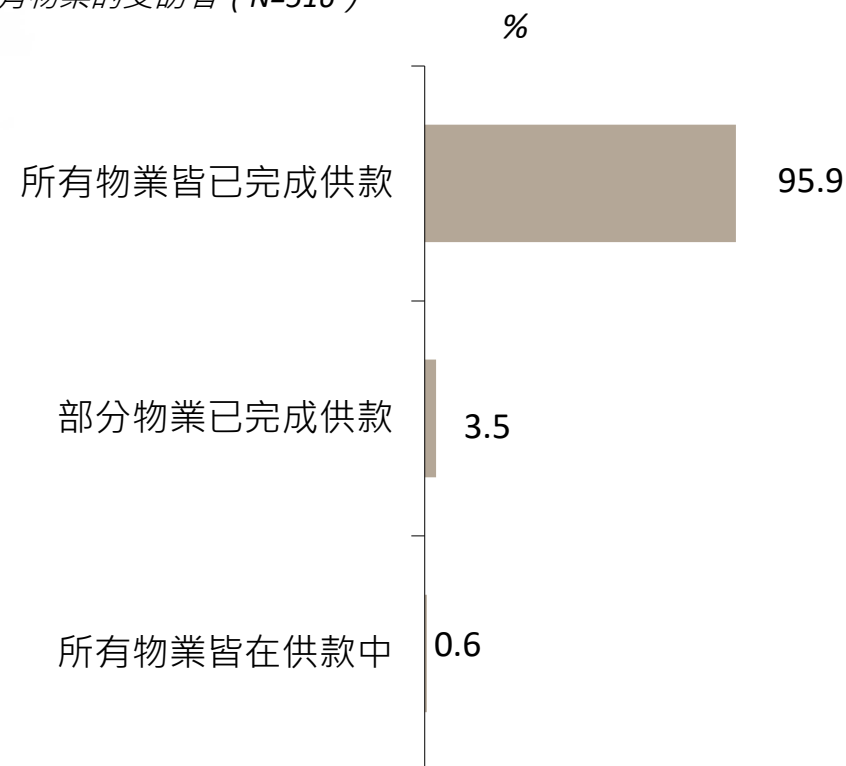
基數：所有受訪者 (N=1,003)



供款情況

- 幾乎所有擁有的物業已完成供款；財務自由度理應較高。

基數：擁有物業的受訪者 (N=516)



相關問題

G3：你現時有沒有持有任何物業？

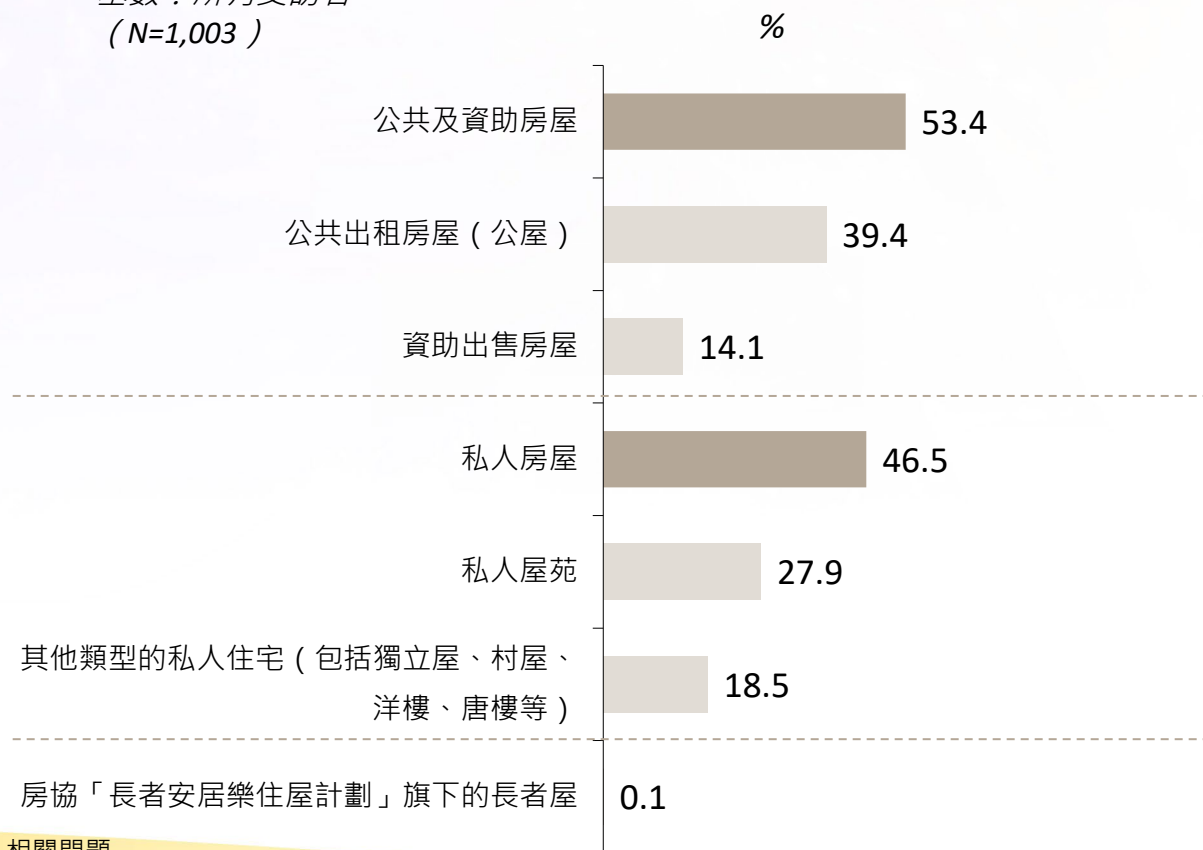
G4：有關物業的供款情況是如何？

1.3 居住的物業類型及個人流動資產值

居住物業類型

- 多於半數長者居住在公共及資助房屋；少於一半居住在私人房屋。

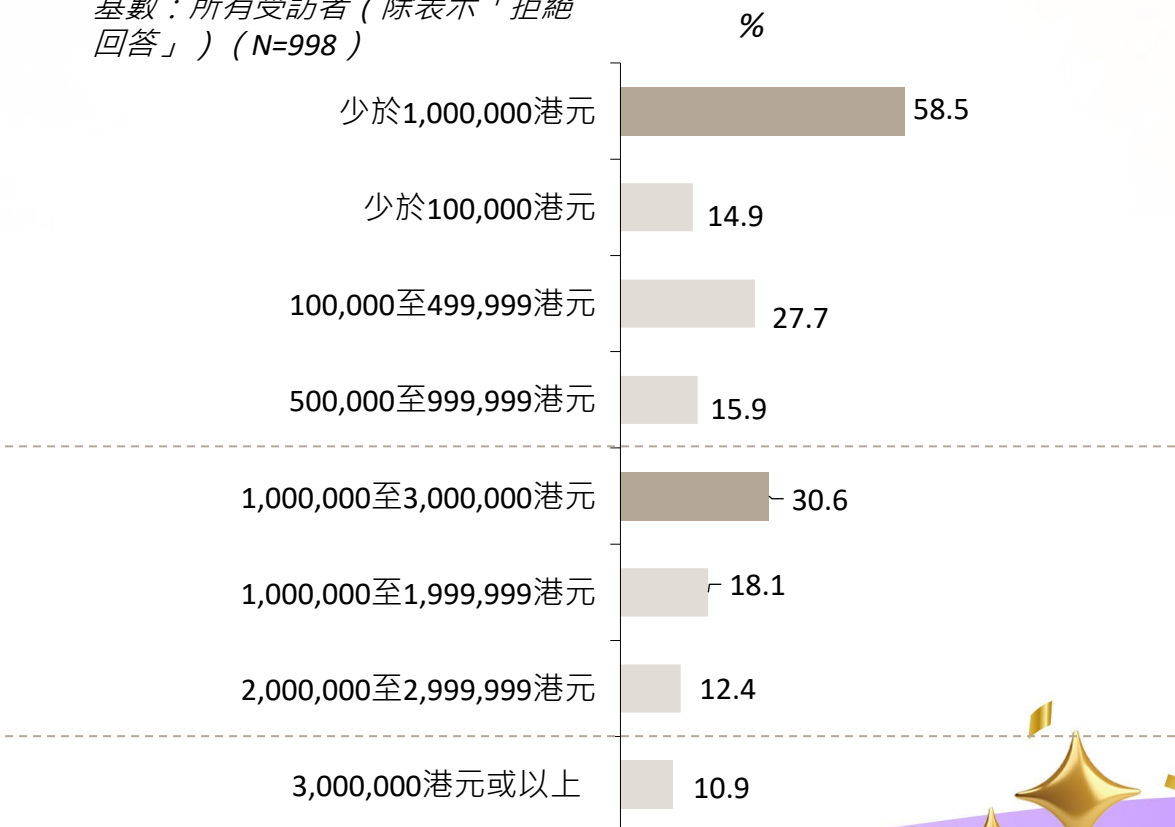
基數：所有受訪者
(N=1,003)



個人流動資產值

- 58.5%受訪者擁有少於1百萬港元流動資產，其中 42.6% 擁有少於500,000港元流動資產；30.6% 擁有1百萬至3百萬港元；10.9% 擁有多於3百萬港元。

基數：所有受訪者 (除表示「拒絕回答」) (N=998)



相關問題

G5：你現時居住的物業類型是？

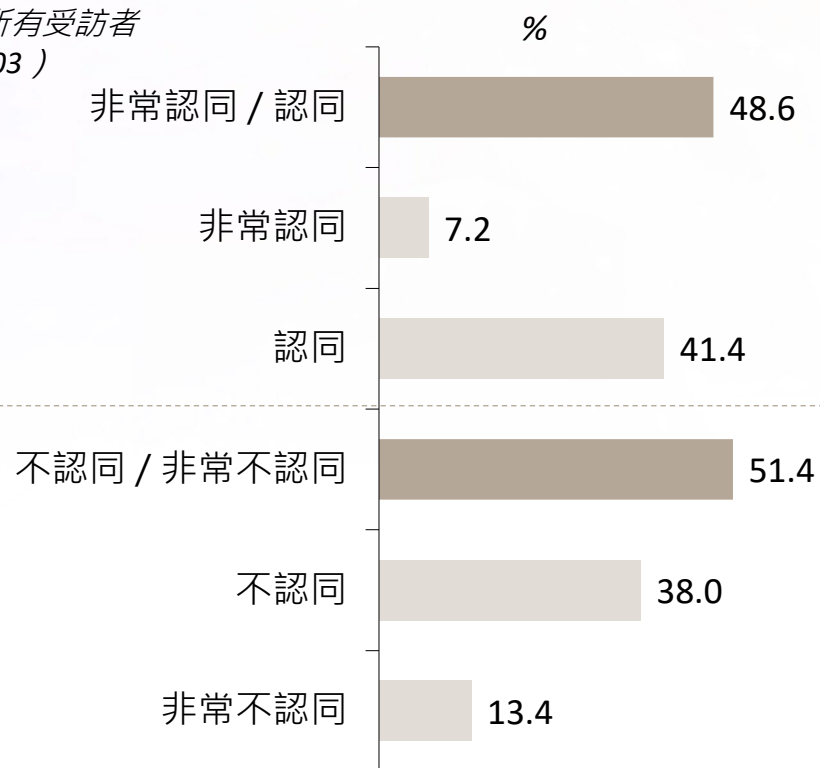
G6：你的個人流動資產價值屬於以下哪個組別？

1.4 財務及健康狀況

現時的財務是否足以支持現時 / 日後的退休生活

- 略低於一半受訪者認為自己的財務充裕，足以應付退休生活所需。

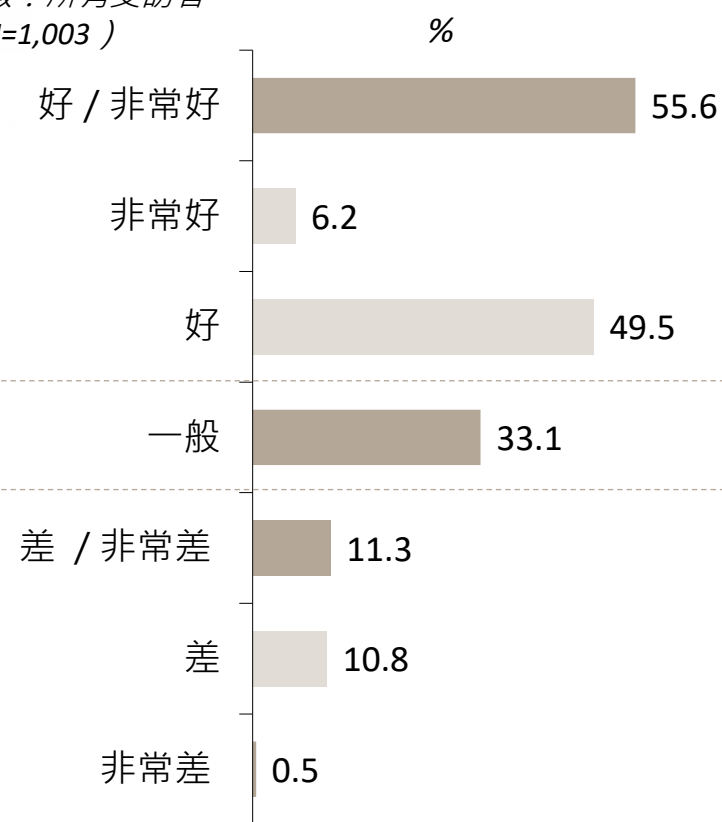
基數：所有受訪者
(N=1,003)



現時健康狀況

- 大多數受訪者認為自己的健康狀況好 / 非常好。

基數：所有受訪者
(N=1,003)



相關問題

G7：你認同自己現時的財務充裕度能足以支持你現時 / 日後的退休生活嗎？

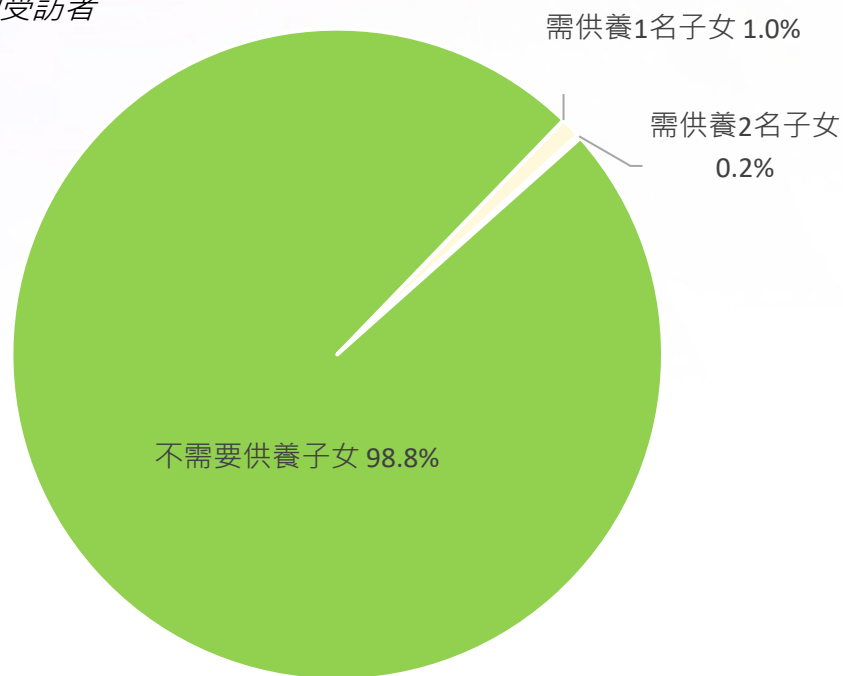
G8：你認為自己現時的健康狀況是如何？

1.5 財務自主狀況

是否需要供養子女

- 絕大多數受訪者沒有需要供養子女。

基數：有子女的受訪者
(N=977)



相關問題

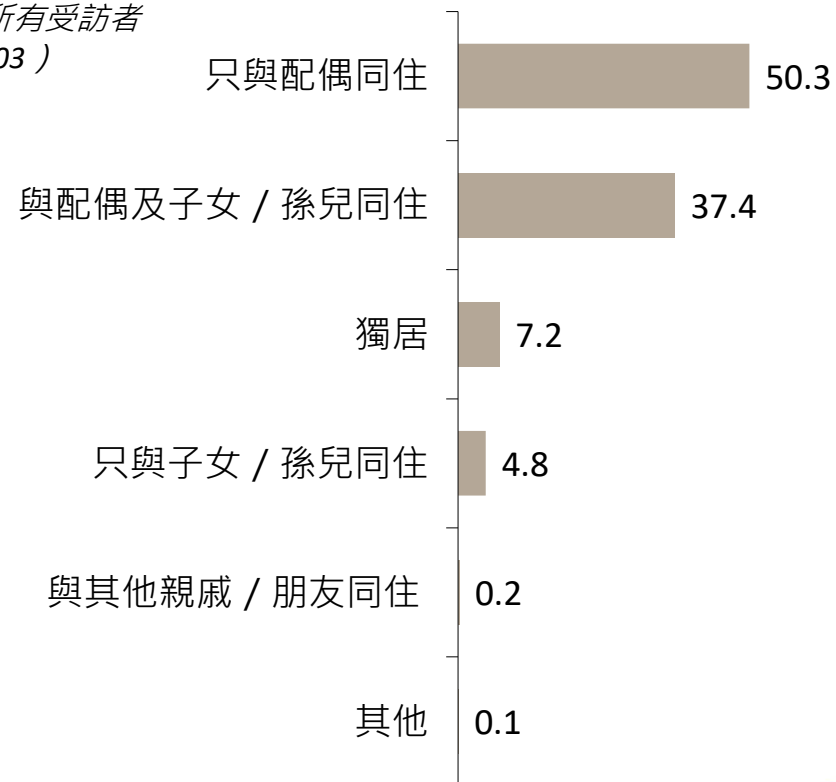
G11：你現時需要供養子女嗎？

G12：你現時的居住狀況是？

現時的居住狀況

- 大多受訪者只與配偶同住 (50.3%)，或與配偶及子女 / 孫兒同住 (37.4%)。

基數：所有受訪者
(N=1,003)



2. 整體消費模式

2023年1月到2024年6月期間 (自香港從疫情復常後)

章節摘要

- 本地錢包份額：年長消費者的每月平均開支為**7,785**港元（不包括住屋開支）
 - 首三大消費類別（63.3%）為：
 - 外出餐飲：2,106港元
 - 零售購物：1,661港元
 - 消閒娛樂：1,163港元
 - 較年輕（60-69歲）、富裕及有到訪大灣區的長者在所有類別的消費都較高。
 - 經濟狀況較佳的長者（有工作、擁有較多個人流動資產及個人每月收入較高者）傾向在「日常交通」、「醫療保健產品」、「醫療服務」及「護理美容」方面花費較多。
- 到訪大灣區：由於距離較近和交通方便，年長消費者在過去18個月平均到訪大灣區**6.4**次。
 - 較年輕（60多歲）、健康狀況較佳及居住在新界的消費者到訪次數較高。

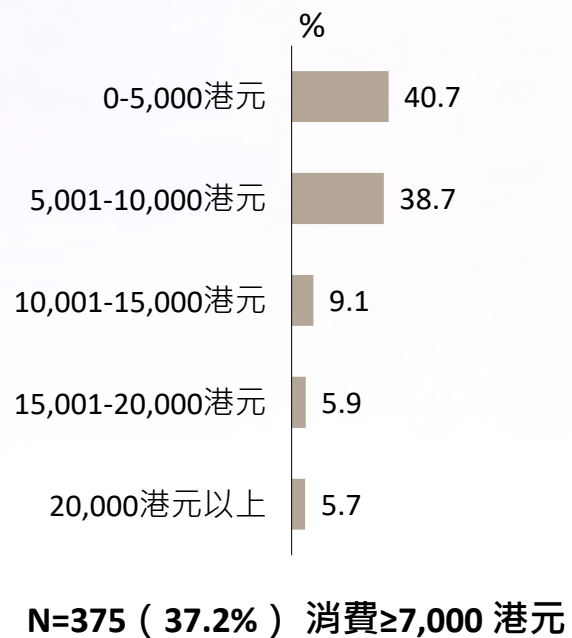
整體	年齡				居住地區			自我認知的健康狀況	
	60-64	65-69	70-74	75-79	香港島	九龍	新界	非常好 / 好 / 一般	非常差 / 差
1,003	366	294	222	121	180	298	525	890	113
6.4	7.5	7.3	3.5↓	3.2↓	4.1↓	5.1↓	7.9↑	6.6	2.2↓

2.1 按消費類別劃分的每月本地平均開支（不包括住房開支）

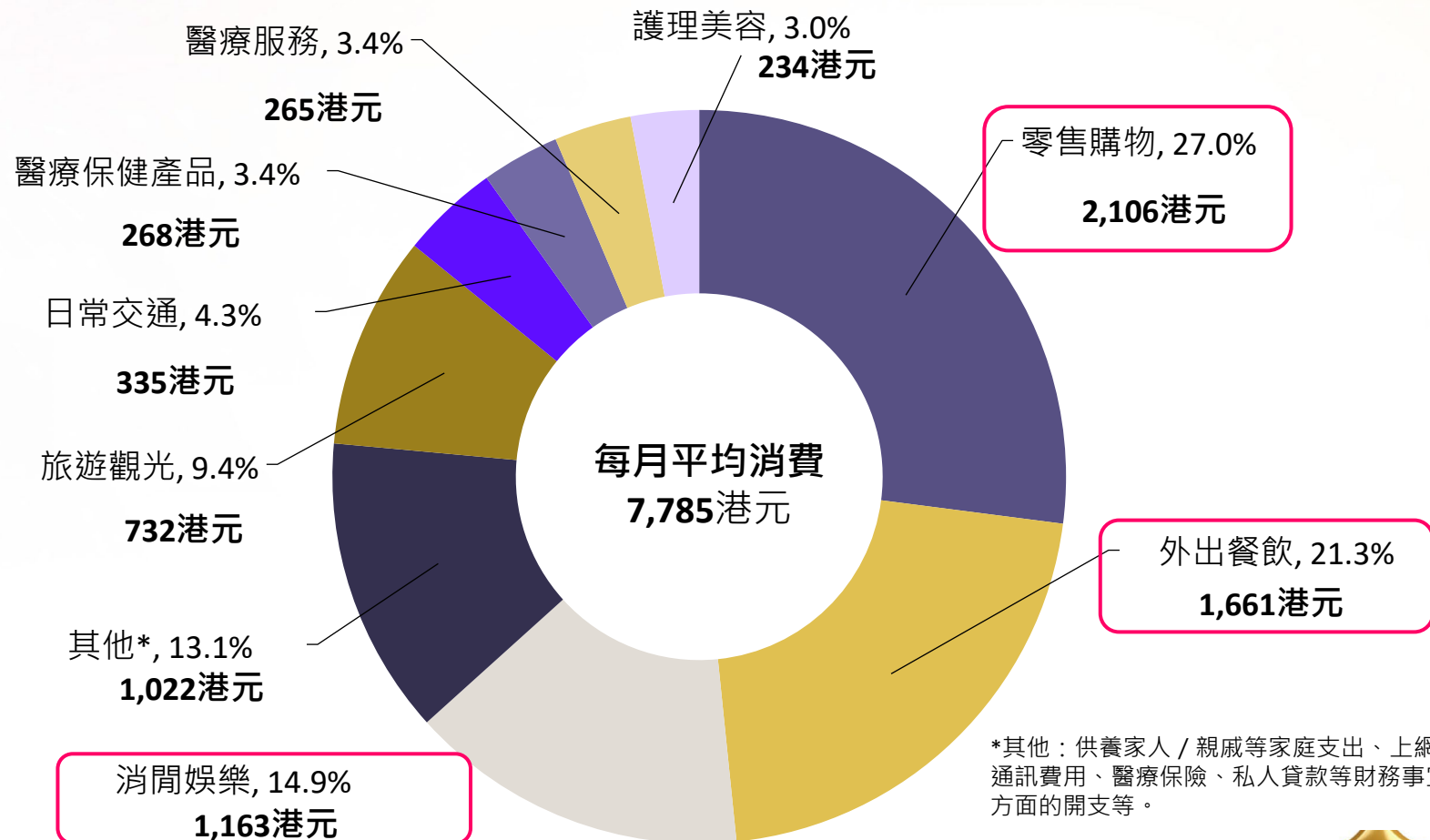
- 每月平均開支（不包括住房開支）為7,785港元，其中「零售購物」（2,106港元，27.0%）、「外出餐飲」（1,661港元，21.3%）及「消閒娛樂」（1,163港元，14.9%）的開支較高。

基數：所有受訪者（N=1,003）

總開支（不包括住房開支）



開支（按消費類別劃分）



2.1 按消費類別劃分的每月本地平均開支 — (a) 按年齡及到訪大灣區的次數分析

- 較年輕 (60-69 歲) 以及有到訪大灣區的長者在所有消費類別中都花費較多。

	整體 1,003 港元	年齡		到訪大灣區	
		60-69 660 港元	70-79 343 港元	是 687 港元	否 316 港元
<i>基數：所有受訪者</i>					
總開支 (包括住房開支)	10,938	13,689	5,644	12,243	8,100
總開支 (不包括住房開支)	7,785	9,621	4,253	8,643	5,921
住屋	3,153	4,068	1,391	3,600	2,179
零售購物	2,106	2,444	1,455	2,185	1,933
外出餐飲	1,661	2,011	985	1,802	1,353
消閒娛樂	1,163	1,391	726	1,352	754
其他	1,022	1,385	325	1,246	536
旅遊觀光	732	998	219↓	807↑	567↓
日常交通	335	456↑	104	390↑	216↓
醫療保健產品	268	333↑	142↓	309↑	179↓
醫療服務	265	304↑	189↓	286↑	219↓
護理美容	234	299↑	109↓	266↑	164↓

2.1 按消費類別劃分的每月本地平均開支 — (b) 按財務狀況分析

- 經濟狀況較佳者（包括有工作、擁有較多個人流動資產及每月個人收入較高者）傾向花較多金錢在「日常交通」、「醫療保健產品」、「醫療服務」及「護理美容」上。

	整體	平均每月消費		個人流動資產			每月個人收入				就業狀況		
		富裕	非富裕	少於1 百萬港 元	1百萬至3 百萬港 元	3百萬港 元 或更多	少於20,000 港元	20,000- 49,999港 元	50,000- 79,999港 元	80,000港 元 或更多	有工作	退休或 半退休	其他*
基數：所有受訪者	1,003 港元	375 港元	628 港元	584 港元	305 港元	109 港元	378 港元	336 港元	157 港元	132 港元	307 港元	447 港元	249 港元
總開支（包括住房開支）	10,938	20,252	5,376	6,981	14,660	21,118	5,623	9,918	16,972	21,577	19,565	6,573	8,138
總開支（不包括住房開支）	7,785	13,649	4,284	5,129	9,818	16,064	4,350	7,283	11,366	14,643	12,544	5,343	6,302
住屋	3,153	6,603	1,093	1,852	4,842	5,054	1,273	2,635	5,606	6,934	7,021	1,230	1,835
零售購物	2,106	2,995	1,575	1,690	2,401	3,442	1,619	2,097	2,414	3,154	2,467	1,625	2,524
外出餐飲	1,661	2,658	1,065	1,175	2,016	3,244	1,099	1,636	2,188	2,702	2,329	1,382	1,337
消閒娛樂	1,163	2,099	605	807	1,401	2,386	597	1,113	1,673	2,308	2,215	800	518
其他	1,022	2,243	293↓	521↓	1,606	2,005	297↓	891	1,973	2,301	2,422	367↓	473
旅遊觀光	732	1,538	250↓	326↓	900	2,391	256	641	1,360	1,577	1,185	499↓	591
日常交通	335	715↑	108↓	129↓	515↑	933	107	209↓	544↑	1,065	791↑	137	131↓
醫療保健產品	268	496↑	131↓	167	352↑	572↑	131↓	258↓	427↑	494↑	369↑	187↓	288↑
醫療服務	265	483↑	134↓	171	298↑	649↑	141↓	228↓	387↑	567↑	389↑	196↓	234↓
護理美容	234	423↑	121	145	330↑	442↑	103	210↓	399↑	475↑	378↑	151↓	206↓

相關問題 B2：若按消費範疇劃分，過去18個月內，你在以下範疇的每月平均開支大約是多少？

*其他包括無薪家庭工作者和家庭主婦。

2.2 過去18個月內外遊次數 — (a) 按年齡、居住地區和到訪地區分析

- 由於距離較近及交通方便，年長消費者在過去 18 個月平均到訪大灣區 6.4 次，遠高於內地其他城市（1.6 次）及其他國家 / 地區（1.9 次）。
- 可能是由於交通較為方便，居住在新界的受訪者前往大灣區的次數較多（7.9）。
- 沒有到過大灣區的旅客則較多到訪其他國家或地區（2.2）。

	整體	年齡				居住地區			到訪大灣區	
		60-64	65-69	70-74	75-79	香港島	九龍	新界	是	否
基數：所有受訪者	1,003	366	294	222	121	180	298	525	687	316
大灣區	6.4	7.5	7.3	3.5↓	3.2↓	4.1↓	5.1↓	7.9↑	6.4	0
內地其他城市	1.6	1.6	1.7	1.2↓	1.7	1.5	1.6	1.6	1.6	1.4↓
其他國家 / 地區	1.9	2.0	1.9	1.5↓	1.8	2.0	1.8	1.9	1.8	2.2↑

2.2 過去18個月內外遊次數 — (b) 按財務狀況分析

- 財務狀況較佳的消費者，包括富裕的年長消費者、個人流動資產達3百萬港元或以上的消費者，以及個人每月收入超過5萬港元的消費者，到訪其他內地城市及其他國家或地區的次數較多。

	整體	平均每月消費		個人流動資產			每月個人收入			
		富裕	非富裕	少於1百萬港元	1百萬至3百萬港元	3百萬港元或更多	少於20,000港元	20,000-49,999港元	50,000-79,999港元	80,000港元或更多
基數：所有受訪者	1,003	375	628	584	305	109	378	336	157	132
大灣區	6.4	6.5	6.3	5.7	7.5	6.5	6.2	6.4	7.4	5.8
內地其他城市	1.6	1.7↑	1.3↓	1.4↓	1.6	2.0↑	1.4↓	1.3↓	1.9↑	1.8↑
其他國家 / 地區	1.9	2.2↑	1.4↓	1.4↓	1.9	2.7↑	1.3↓	1.7↓	2.3↑	2.3↑

3. 消費態度和觀點

章節摘要

首三個主要的消費考慮因素：

- 價錢和優惠 (79.8%)
- 產品 / 服務質素 (67.1%)
- 商家的聲譽 / 口碑 (46.4%)

富裕的年長消費者較不着重價錢和優惠 (58.4%)，反而認為產品 / 服務的質素 (72.8%) 最為重要。

香港的長者傾向：

- 獨立 — 自主地決定自己的花費
- 理性 — 消費前會考慮自己的需求
- 願意多花錢在質素較佳的或感興趣的產品 / 服務上
- 積極 — 盡量多出外
- 對網上購物興趣不大

	整體 1,001-1,003 %
非常同意+同意 %	
<i>基數：所有受訪者 (除表示「不知道」)</i>	
我可以獨立自主地決定自己的花費。	99.0
我在消費前會先仔細考慮自己對產品 / 服務的需求。	96.7
我樂意多花一點錢在我感興趣的產品 / 服務上。	96.3
我樂意多花一點錢在質素較佳的產品 / 服務上。	95.4
我會盡量多出外走走，不會只留在家裡。	88.2
我對與樂齡科技相關的產品 / 服務感興趣。	77.5
我樂意嘗試新的產品 / 服務。	76.3
為供養兒孫或為其日後生活着想，我會盡量減少自身消費。	46.4
我容易受廣告或宣傳驅使而消費。	44.9
我最近多了網上購物。	14.3

3.1 消費的主要考慮因素

- 產品 / 服務的價錢和優惠 (79.8%)、產品 / 服務質素 (67.1%) 及商家的聲譽 / 口碑 (46.4%) 是年長消費者購物及消費的首三個主要考慮因素。
- 富裕的年長消費者尤其認為產品 / 服務質素最為重要 (72.8%)，而在經常到訪大灣區的長者中，有較高比例重視產品 / 服務選擇的多樣性 (32.1%)。

基數：所有受訪者 (N=1,003)

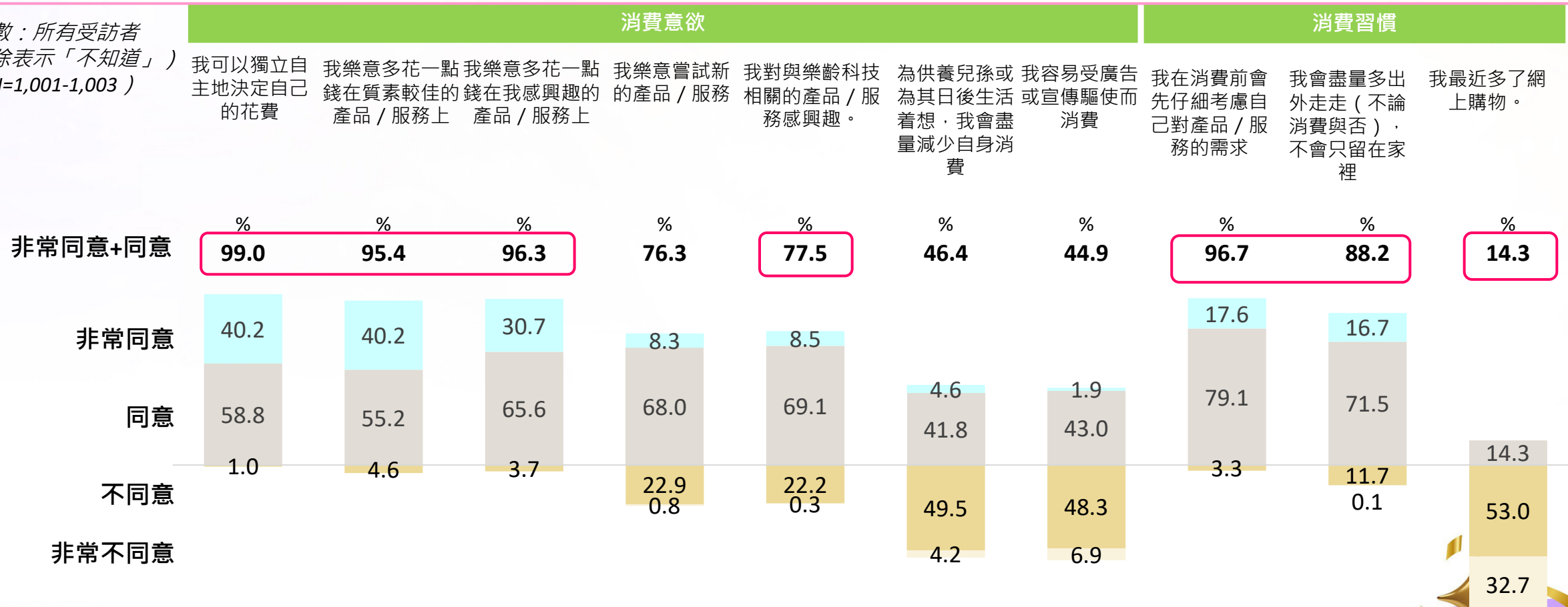
	%	年齡		到訪大灣區		平均每月消費	
		60-69 660 %	70-79 343 %	是 687 %	否 316 %	富裕 375 %	非富裕 628 %
產品 / 服務的價錢和優惠	79.8	73.2↓	92.4↑	76.4	87.0↑	58.4↓	92.5↑
產品 / 服務的質素	67.1	71.7↑	58.3↓	67.5	66.1	72.8↑	63.7
商家的聲譽 / 口碑	46.4	53.0↑	33.5↓	47.9	43.0	66.1↑	34.6↓
產品 / 服務的產地 / 來源	27.2	33.3↑	15.5↓	30.0	21.2↓	39.8↑	19.7↓
商戶地點 / 位置	22.7	13.9↓	39.7↑	19.4	30.1↑	7.5↓	31.8↑
商戶內產品 / 服務的選擇多樣性	19.7	19.1	21.0	18.6	22.2	17.1	21.3
商戶職員的服務態度	18.3	18.9	17.2	21.4	11.7↓	20.5	17.0
消費者保障	4.6	5.9	2.0↓	4.9	3.8	6.9	3.2
購物環境和設施	3.3	3.8	2.3	3.8	2.2	4.3	2.7
商戶的宣傳推廣	2.7	2.4	3.2	3.5	0.9	1.9	3.2
沒有特定因素	0.1	0.2	-	0.1	-	0.3	-

大灣區常客：
32.1↑

3.2 消費態度 — (a) 整體情況

- 年長消費者傾向獨立消費 (99.0%)、願意花更多金錢以換取質素較佳的產品 (95.4%) 及他們感興趣的產品 (96.3%)。
- 與此同時，77.5%的長者對樂齡科技的產品 / 服務感興趣。
- 他們在購物前會考慮自己的需要 (96.7%)，並希望盡量出外 (88.2%)，顯得較為理性和積極。
- 然而，網上購物在年長消費者中仍未普及 (只有 14.3% 同意他們較常網上購物)。

基數：所有受訪者
(除表示「不知道」)
(N=1,001-1,003)



3.2 消費態度 — (b) 按年齡與財務狀況分析

- 經濟狀況較佳的年輕長者，包括富裕、擁有較高個人流動資產及每月家庭收入較高的一群，傾向在質素較佳、感興趣和新產品 / 服務上花更多金錢。
- 他們也嘗試盡量多出外，而不只是待在家裡，並且較常網上購物。
- 廣告或宣傳更能吸引較年輕、經濟狀況較佳的長者消費。

	整體	年齡		平均每月消費		個人流動資產			每月個人收入				
		60-69	70-79	富裕	非富裕	少於1百萬 港元	1百萬至 3百萬港 元	3百萬港 元或更 多	少於20,000 港元	20,000- 49,999港 元	50,000- 79,999港 元	80,000港 元或更多	
非常同意+同意 %	1,003 %	660 %	343 %	375 %	628 %	584 %	305 %	109 %	378 %	336 %	157 %	132 %	
<i>基數：所有受訪者 (除表示「不知道」)</i>													
消費意欲	我可以獨立自主地決定自己的花費。	99.0	99.5	98.0	99.5	98.7	98.3	100.0	100.0	97.9	99.4	100.0	100.0
	我樂意多花一點錢在質素較佳的產品 / 服務上	95.4	98.2↑	90.1↓	99.5↑	93.0↓	92.5↓	99.7↑	99.1	91.0↓	97.0	98.7	100.0↑
	我樂意多花一點錢在我感興趣的產品 / 服務上	96.3	98.2↑	92.7↓	100.0↑	94.1↓	94.2↓	99.0↑	100.0↑	92.6↓	97.3	100.0↑	100.0↑
	我樂意嘗試新的產品 / 服務。	76.3	87.1↑	55.6↓	89.6↑	68.4↓	65.4↓	90.8↑	94.5↑	61.8↓	81.8↑	89.8↑	87.9↑
	我對與樂齡科技相關的產品 / 服務感興趣。	77.5	78.6	75.5	81.1	75.4	74.8	83.9↑	74.3	71.7↓	77.6	87.9↑	81.8
	為供養兒孫或為其日後生活着想，我會盡量減少自身消費。	46.4	48.9	41.4	38.7↓	51.0	51.5↑	43.3	26.6↓	48.1	51.5	36.9↓	39.4
消費習慣	我容易受廣告或宣傳驅使而消費。	44.9	52.0↑	31.2↓	59.7↑	36.0↓	36.6↓	54.8↑	60.6↑	34.4↓	46.4	58.0↑	55.3↑
	我在消費前會先仔細考慮自己對產品 / 服務的需求。	96.7	95.9	98.2	93.9↓	98.4↑	97.3	96.4	94.5	98.4	96.1	94.3	96.2
	我會盡量多出外走走 (不論消費與否) ，不會只留在家裡。	88.2	92.6↑	79.9↓	94.9↑	84.2↓	83.9↓	93.1↑	97.2↑	80.4↓	89.9	98.1↑	94.7↑
	我最近多了網上購物。	14.3	20.3↑	2.6↓	28.8↑	5.6↓	7.9↓	20.0↑	30.3↑	6.6↓	14.0	25.5↑	23.5↑

4. 在本地的消費體驗

章節摘要

問題及處理方法：大部分年長消費者（87.4%）在本地購物時，於不同階段都會遇到問題：

- 消費前：誇張 / 失實的宣傳手法，產品 / 服務資訊不足 / 不清楚
- 消費期間：商戶職員的態度欠佳
- 消費後：產品 / 服務質素欠佳或不符預期
- 大多受訪者，尤其是 60-64 歲及富裕的一群，傾向與商戶當面溝通及據理力爭，而 70 歲或以上的長者受訪者則傾向不了了之。

消費趨勢：富裕（+2.1%）及沒有到過大灣區的年長消費者（+2.5%）預期未來一年在本地的消費有較高增幅，主要是因為他們預期產品 / 服務有更多優惠 / 折扣。

付款方式：本地購物時最常使用的付款方式包括：

實體八達通（86.8%）

- 70歲或以上長者尤甚（99%）

現金（78.5%）

- 70歲或以上長者尤甚（97.5-98.6%）

虛擬付款方式（53.7%）

- 60-64歲（80.6%）及富裕（73.9%）的年長消費者尤甚

期望：在提高本地消費意欲的各項措施中，最多受訪者提及的是：

- 提供長者專享推廣優惠和折扣（70歲或以上長者尤其支持）
- 舉辦更多盛事活動，且期望改善商戶職員的服務態度（有較多富裕的長者提及）

4.1 本地消費時遇到的問題 — (a) 以消費階段分析

大部分的年長消費者 (87.4%) 在本地購物時，在不同階段都會遇到問題：

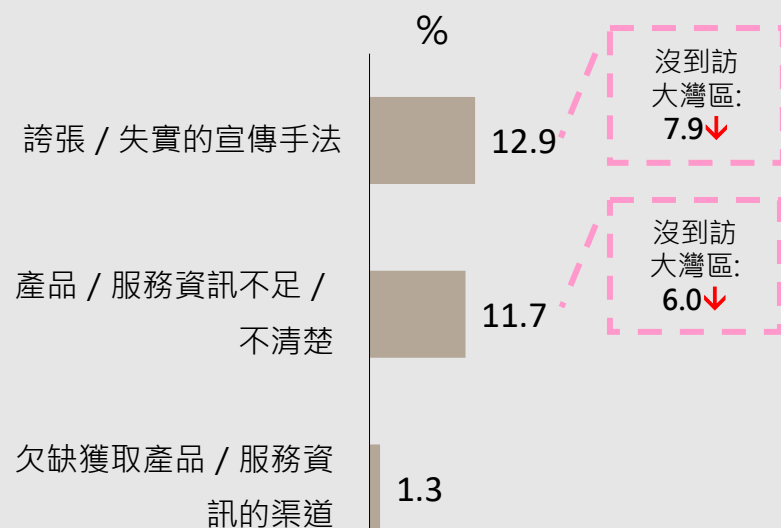
- 消費前：誇張 / 失實的宣傳手法，產品 / 服務資訊不足 / 不清楚
- 消費期間：商戶職員的態度欠佳
- 消費後：產品 / 服務質素欠佳或不符預期

基數：所有受訪者 (N=1,003)

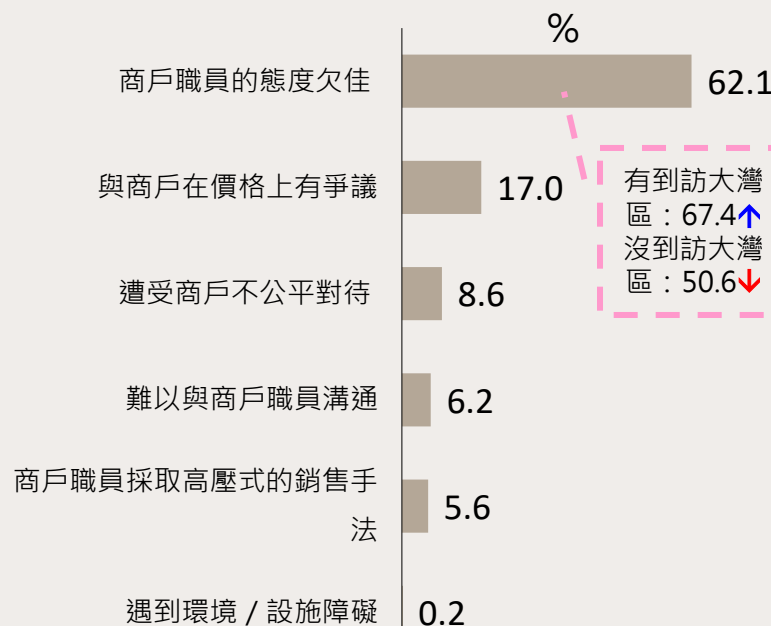
遇到問題：87.4%
(平均遇到的問題數目：2.3)

從沒遇到問題：12.6%

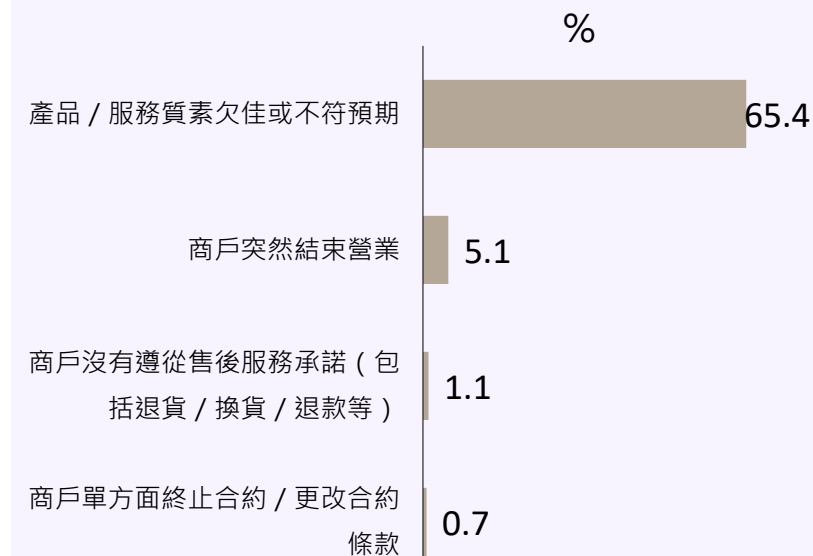
消費前



消費期間



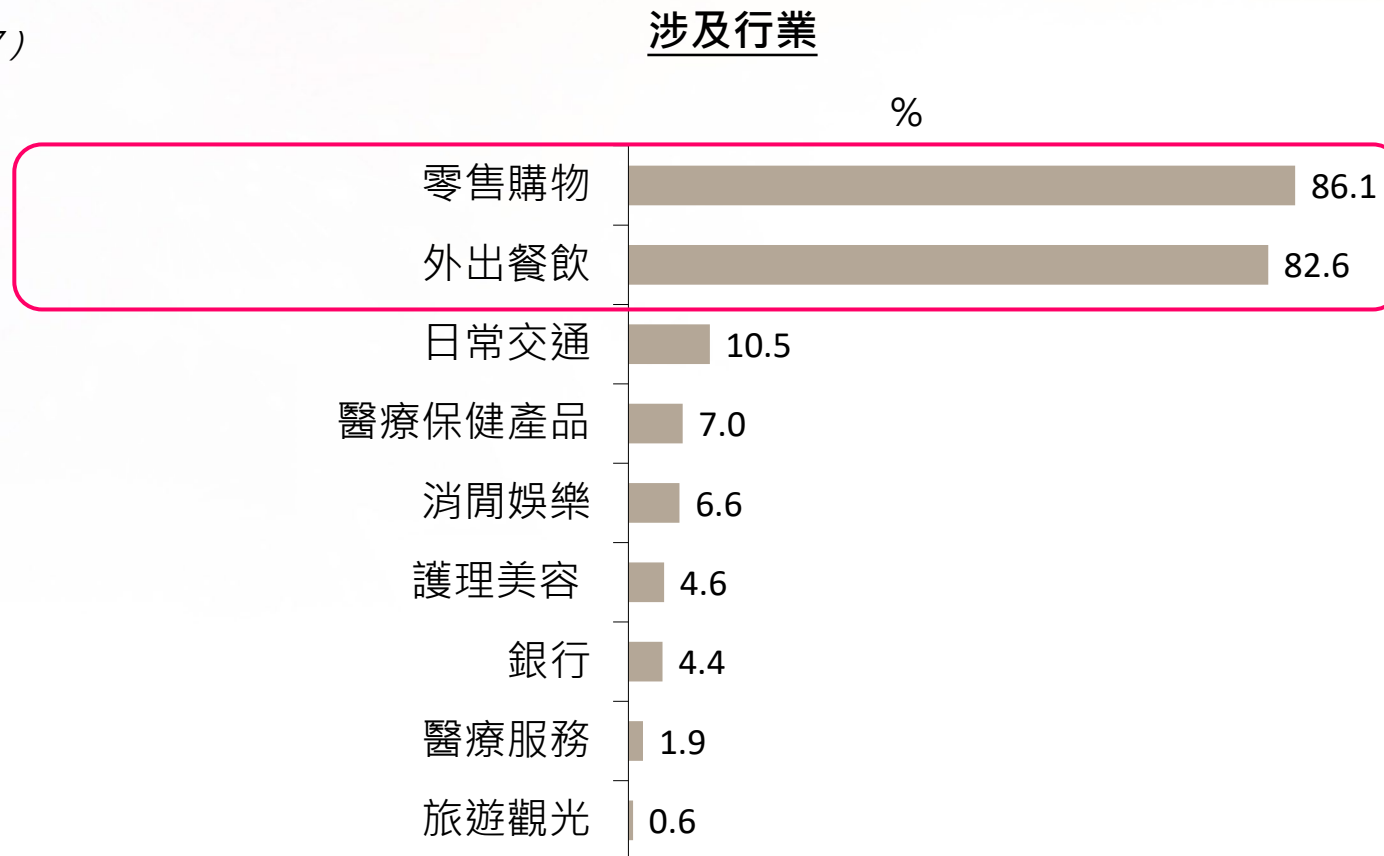
消費後



4.1 本地消費時遇到的問題 — (b) 以行業分析

- 消費者遇到的問題大多與「零售購物」(86.1%)和「外出餐飲」(82.6%)有關。

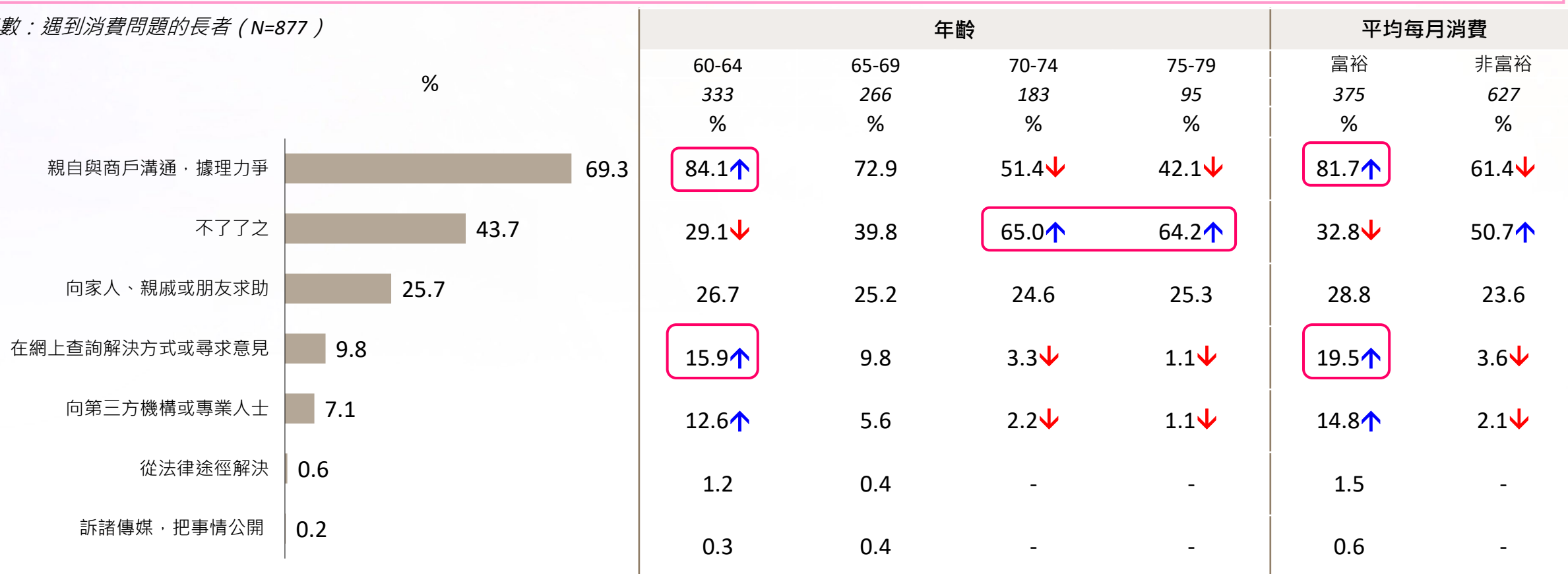
基數：遇到消費問題的受訪者 (N=877)



4.2 處理消費問題的方法

- 當年長消費者遇到消費問題時，約七成（69.3%）傾向與商戶當面溝通及據理力爭，當中以60-64歲（84.1%）及富裕的年長消費者（81.7%）尤甚，而70歲或以上的受訪者則傾向不了了之（64.2%-65.0%）。
- 在年齡介乎60-64歲的較年輕長者（15.9%）及富裕的年長消費者（19.5%）中，有較高比例傾向上網查詢解決方法或尋求意見。

基數：遇到消費問題的長者 (N=877)



4.3 預計在本地實體商戶的開支變化

- 68% 的年長消費者預期未來一年在本地實體商店的消費「不會改變」。
- 富裕 (+2.1%) 及沒有到過大灣區的年長消費者 (+2.5%) 預期在本地的消費會有較高的增幅。
- 大灣區常客則預計開支輕微減少1.7%。

基數：所有受訪者
(除表示「沒有意見」) (N=1,002)

	整體	年齡				平均每月消費		到訪大灣區		大灣區常客
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	是	否	
	1,002	365	294	222	121	375	627	687	315	56
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
上升										
10%-29%	7.3	7.9	7.8	6.3	5.8	11.2↑	4.9	6.0	10.2↑	5.4
<10%	19.4	27.4↑	17.3	11.7↓	14	23.2	17.1	18.9	20.3	7.1↓
不會改變	68.0	58.1↓	68.7	77.5↑	78.5↑	58.7↓	73.5↑	68.4	67	69.6
下降										
<10%	2.2	2.2	2.0	2.7	1.7	2.1	2.2	2.3	1.9	-
10% - 29%	3.1	4.1	4.1	1.8	-	4.5	2.2	4.2↑	0.6	16.1↑
30% - 49%	0.1	0.3	-	-	-	0.3	-	0.1	-	1.8↑
平均：	+1.6%	+1.9%	+1.6%	+1.1%	+1.5%	+2.1%	+1.3%	+1.2%	+2.5%	-1.7%

4.4 本地消費最常用的支付方式

- 實體八達通卡和現金是年長消費者在本地購物時最常使用的付款方式，在70歲或以上的年長消費者間尤其普遍。
- 較多 60-64 歲及富裕的年長消費者使用支付寶、微信支付、手機八達通、PayMe 及 Apple Pay 等虛擬支付方式。



4.5 增加長者在香港本地消費意欲的措施

- 大部分年長消費者希望商戶為長者提供專享的推廣及折扣優惠 (81.3%)，當中以70歲或以上的年長消費者尤其支持。
- 較富裕的年長消費者建議舉辦更多盛事活動，並希望改善商戶職員的服務態度。

	整體 1,001 %	年齡				平均每月消費	
		60-64 365 %	65-69 294 %	70-74 222 %	75-79 121 %	富裕 375 %	非富裕 627 %
提供長者專享推廣優惠和折扣	81.3	72.4↓	79.6	93.7↑	90.0↑	67.5↓	89.6↑
提升產品 / 服務素質	54.0	61.5↑	55.1	45.7↓	44.2↓	57.1	52.2
改善商戶職員的服務態度	22.7	26.5	24.1	16.3↓	19.2	29.3↑	18.7
產品 / 服務更具本地特色	11.0	13.7	14.6	5.4↓	4.2↓	15.5↑	8.3
引入更多內地或海外品牌	9.0	16.9↑	7.8	1.4↓	1.7↓	17.9↑	3.7↓
商戶出售更多樣的產品 / 服務	5.6	6.3	5.8	5.4	3.3	8.0	4.2
建立更舒適 / 對長者友善的購物環境	5.1	4.4	5.4	5.4	5.8	6.7	4.2
把更多商戶設在鄰近社區	4.1	2.5	3.4	6.3	6.7	2.4	5.1
舉辦更多盛事活動	5.7	9.3↑	4.1	3.6	2.5	10.4↑	2.9
開發更多景點	1.6	2.2	2.0	0.5	0.8	2.9	0.8

5. 在大灣區的消費體驗

章節摘要

到訪模式：

- 在過去 18 個月內曾到訪大灣區的人士（大灣區訪客）中，**超過 40% 每 2-3 個月到訪大灣區一次**。60 多歲的年輕長者群到訪大灣區頻率較高。

- 深圳是長者最常到訪並消費的大灣區城市**，尤其受 60-64 歲、富裕的長者歡迎。其次是廣州（30.7%）、澳門（27.7%）、珠海（14.7%）和中山（14.1%）。
- 到訪大灣區的特點：
 - 逗留時間：多數為即日來回
 - 到口岸的交通：港鐵、巴士
 - 到訪目的：飲食及購物
 - 平均消費：每次**1,742**港元，主要用於「消閒娛樂」（529 港元）、「餐飲」（442 港元）及「零售購物」（370 港元）。年齡介乎 60-64 歲的較年輕長者和富裕的長者，在大多數消費類別中都會花費較多。

- 整體而言，**超過六成長者**，尤其是 75-79 歲的一群，**預期他們來年在大灣區的消費「不變」**。而 60-64 歲、富裕，及經常到訪大灣區的長者則傾向來年在大灣區將有 6% 至 7% 消費增長。

支付方式：

- 較多 60 多歲的年輕長者和富裕的長者在 大灣區使用**支付寶**和**微信**。而 70 多歲及非富裕的長者則繼續使用現金。

資訊來源：

- 長者大多從**家人、親戚或朋友**獲得與大灣區消費相關的資訊。60-64 歲較年輕和富裕的長者使用**網上媒體和社交媒體**的比例較高。70 歲或以上和非富裕的長者則傾向從**傳統媒體**（電視和廣播）獲取資訊。

5.1 前往大灣區消費的頻密度

- 超過 40% 的受訪者每兩三個月會到訪大灣區一次 (41.6%) 。
- 60 多歲的較年輕長者和富裕的長者到訪大灣區的頻率較高 。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)



5.2 經常到訪的大灣區城市

- 在過去18個月內，深圳（84.3%）是長者最常到訪和消費的大灣區城市，當中60至64歲、較富裕，以及經常往返大灣區的長者更常到訪深圳。其次是廣州（30.7%）、澳門（27.7%）、珠海（14.7%）和中山（14.1%）。

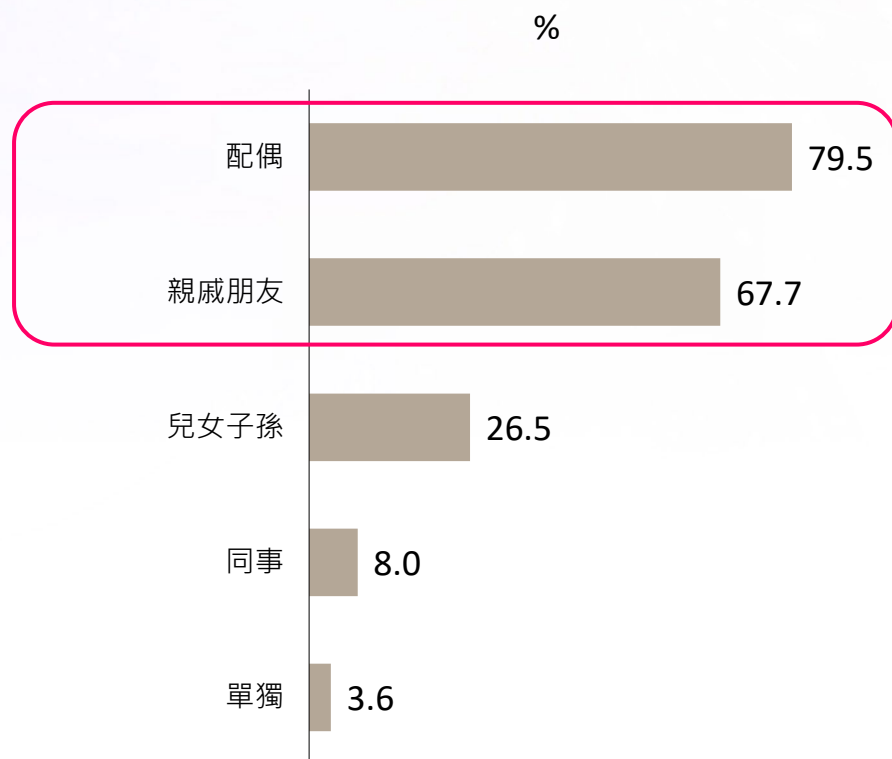
基數：過去18個月有到訪大灣區（N=687）

	%	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
		304 %	210 %	127 %	44 %	297 %	390 %	56 %	631 %
深圳	84.3	91.1↑	85.7	74.0↓	60.9↓	89.2↑	80.5	98.2↑	83.0
廣州	30.7	32.2	29.0	29.1	32.6	35.0	27.4	44.6↑	29.5
澳門	27.7	34.5↑	29.0	13.4↓	15.2	43.1↑	15.9↓	30.4	27.4
珠海	14.7	20.4↑	13.3	4.7↓	10.9	24.6↑	7.2↓	25.0↑	13.8
中山	14.1	17.8	15.7	7.1↓	2.2↓	20.9↑	9.0↓	26.8↑	13.0
東莞	8.7	11.8	5.2	7.1	8.7	11.1	6.9	10.7	8.6
惠州	6.1	5.3	5.7	8.7	6.5	7.1	5.4	10.7	5.7
佛山	2.5	2.0	5.2↑	-	-	4.0	1.3	7.1↑	2.1
肇慶	1.5	0.7	2.9	1.6	-	1.7	1.3	7.1↑	1.0
江門	1.5	1.0	1.9	0.8	4.3	1.7	1.3	1.8	1.4

5.3 前往大灣區消費的伙伴

- 受訪者主要與配偶 (79.5%) 一起前往大灣區，其次是親戚朋友 (67.7%)。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)

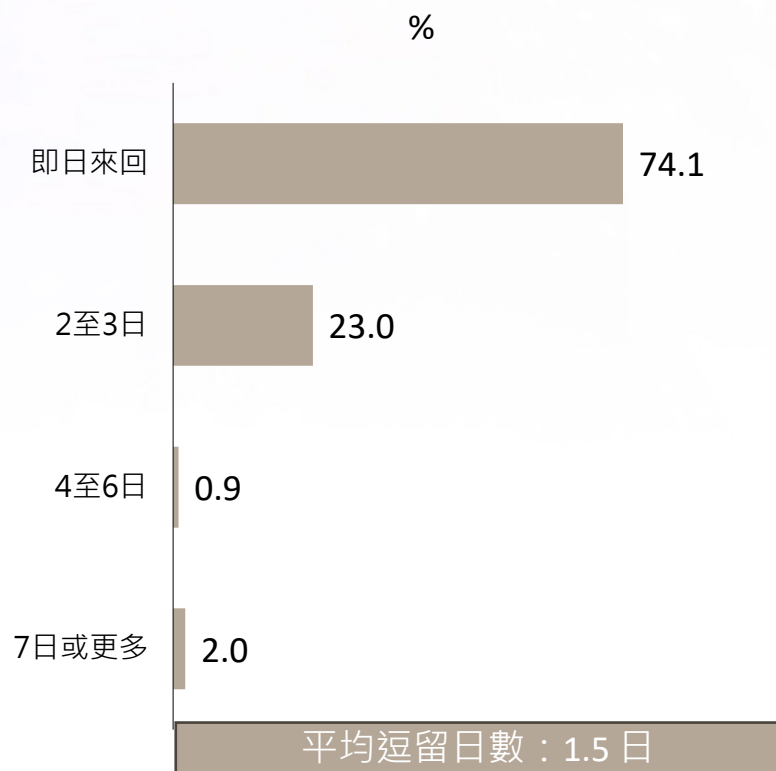


	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
人數	304	210	127	44	297	390	56	631
百分比	%	%	%	%	%	%	%	%
到訪率	80.3	81.0	78.7	69.6	78.8	80.0	80.4	79.4
消費率	73.4	72.9	50.4↓	54.3	72.7	63.8	76.8	66.9
兒女子孫	20.4↓	24.3	36.2↑	50.0↑	20.9	30.8	28.6	26.3
同事	15.5↑	3.3↓	0.8↓	-	15.8↑	2.1↓	12.5	7.6
單獨	2.3	4.8	3.9	6.5	3.0	4.1	7.1	3.3

5.4 在大灣區消費的平均逗留日數

- 大多數的年長消費者 (74.1%) 都會即日來回大灣區。至於 75-79 歲的年長消費者，他們每次到訪大灣區的逗留時間較長。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)

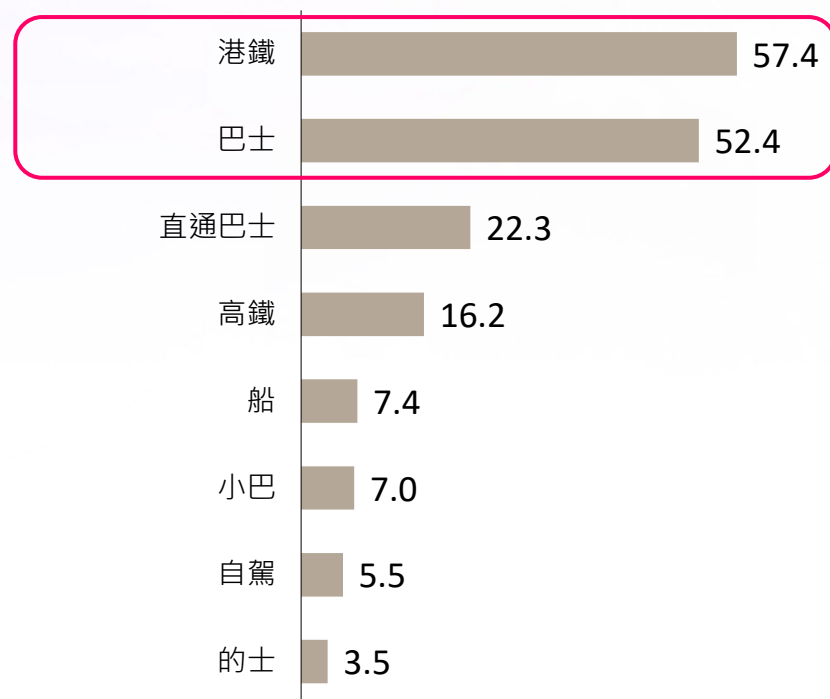


	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
	304 %	210 %	127 %	44 %	297 %	390 %	56 %	631 %
	80.6↑	76.2	64.6↓	47.8↓	71.7	75.9	83.9	73.2
	19.1	21.0	29.9	39.1↑	27.6	19.5	16.1	23.6
	-	0.5	2.4	4.3↑	0.3	1.3	-	1.0
	0.3↓	2.4	3.1	8.7↑	0.3↓	3.3	-	2.2

5.5 前往口岸的交通工具

- 港鐵 (57.4%) 是年長消費者前往口岸的主要交通工具，其次是巴士 (52.4%) 。
- 與整體相比，較富裕的年長消費者較多使用高鐵 (22.6%) 、自駕 (12.5%) 及的士 (7.4%) 。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)

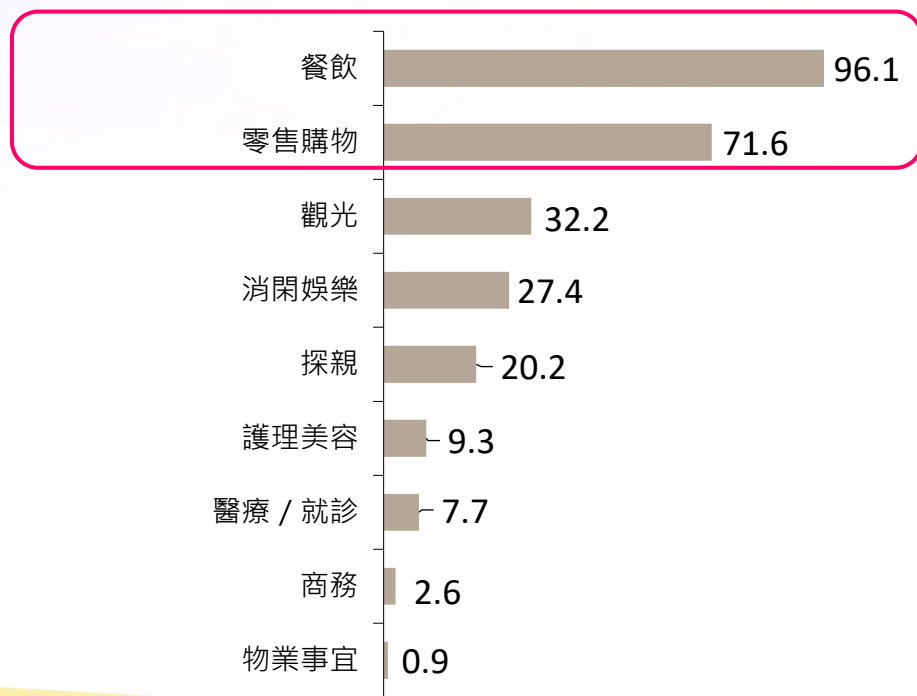


年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
304	210	127	44	297	390	56	631
%	%	%	%	%	%	%	%
62.2	54.3	52.0	54.3	55.9	58.5	44.6	58.5
52.3	58.6	45.7	43.5	52.9	52.1	78.6↑	50.1↓
16.8↓	25.7	28.3	26.1	14.8↓	27.9↑	7.1↓	23.6
18.4	14.8	14.2	13.0	22.6↑	11.3↓	16.1	16.2
9.2	7.6	4.7	2.2	8.4	6.7	1.8	7.9
7.6	7.6	5.5	4.3	8.4	5.9	25.0↑	5.4
9.5↑	3.8	-	2.2	12.5↑	0.3↓	1.8	5.9
4.9	3.3	1.6	-	7.4↑	0.5↓	1.8	3.6

5.6 前往大灣區的目的

- 「餐飲」(96.1%)是年長消費者前往大灣區的主要目的，其次是「零售購物」(71.6%)。
- 年齡介乎60-64歲的較年輕長者則較為「消閒娛樂」(36.8%)而前往大灣區。
- 至於年齡介乎70-79歲的長者，他們較多前往大灣區探親。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)



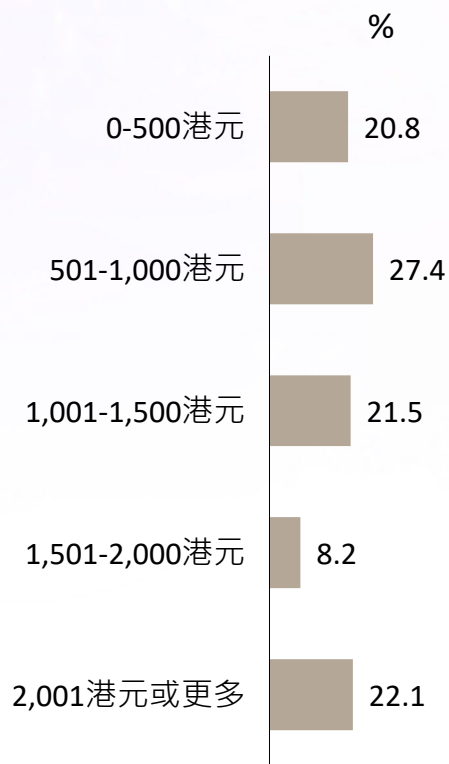
年齡	平均每月消費		到訪大灣區的頻率					
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
	304	210	127	44	297	390	56	631
	%	%	%	%	%	%	%	%
	98.0	97.1	92.1	89.1↓	98.3	94.4	100.0	95.7
	75.3	74.3	63.8	56.5↓	71.4	71.8	82.1	70.7
	32.6	32.9	30.7	30.4	39.1↑	26.9	23.2	33.0
	36.8↑	24.3	12.6↓	19.6	41.1↑	16.9↓	30.4	27.1
	12.5↓	16.7	35.4↑	45.7↑	12.1↓	26.4↑	16.1	20.6
	12.8	10.0	3.1↓	-	9.4	9.2	21.4↑	8.2
	10.5	8.6	1.6↓	2.2	9.8	6.2	17.9↑	6.8
	5.6↑	0.5	-	-	6.1↑	-	3.6	2.5
	0.7	1.9	-	-	1.3	0.5	5.4↑	0.5

5.7 每次到訪大灣區的平均消費

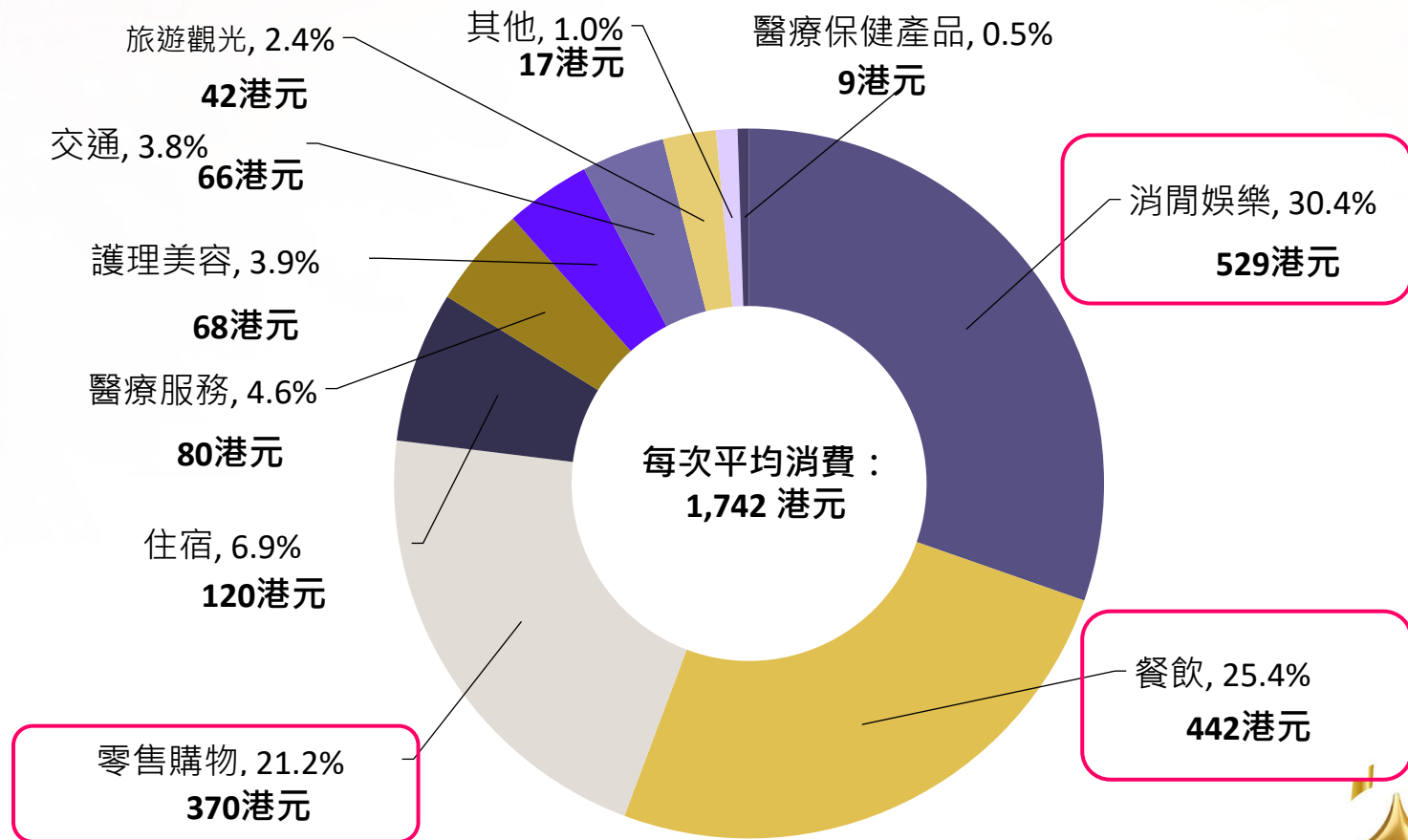
- 年長消費者每次到訪大灣區的平均消費為1,742 港元，主要用於「消閒娛樂」（529 港元）、「餐飲」（442 港元）及「零售購物」（370 港元）。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (N=687)

每次到訪大灣區的平均消費



開支 (按消費範疇劃分)



5.8 每次到訪大灣區的平均消費 — (a) 按年齡、財務狀況及到訪次數分析

- 與整體消費行為相似，年齡介乎 60-64 歲的較年輕長者和富裕的長者，在大多數消費類別中都會花費較多。

基數：過去18個月有到訪大灣區	整體 687 港元	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
整體	1,742	2,010	1,668	1,313	1,495	2,502	1,164	1193	1791
消閒娛樂	529	648	472	377	413	812	313	220	556↑
餐飲	442	525↑	384↓	342↓	433	642	290↓	357	450↑
零售購物	370	389↑	376↑	319↓	364	422↑	331↓	300↓	376↑
住宿	120	151↑	102↓	83↓	104↓	211↑	51	49↓	126
醫療服務	80	61↓	159↑	19	12↓	121↑	49	113↑	77
護理美容	68	92↑	70↑	24↓	23↓	106↑	39	81↑	67
日常交通	66	72↑	55↓	58↓	95↑	91↑	46	41↓	68
旅遊觀光	42	49↑	33↓	45↑	28↓	75↑	17	8↓	45
醫療保健產品	9	11↑	10↑	4	0	13↑	5	15↑	8
其他	17	12	7	41↑	24↑	7	24↑	10↓	18

5.9 最吸引長者前往大灣區消費的因素

- 最能吸引長者前往大灣區消費的因素是「產品 / 服務價格便宜」(84.9%)，其次是「商戶或產品 / 服務選擇多」(56.3%)。

基數：過去18個月有到訪大灣區 (除表示「不知道」)	整體	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
	682	304	208	126	44	297	385	56	626
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
商戶或產品 / 服務	98.8	99.7	99.5	96.0↓	97.7	100.0	97.9	100.0	98.7
產品 / 服務價格便宜	84.9	82.9	85.6	89.7	81.8	79.1↓	89.4↑	89.3	84.5
商戶或產品 / 服務選擇多	56.3	55.3	61.5	54.0	45.5	50.5	60.8	66.1	55.4
產品 / 服務富特色	26.1	28.9	26.0	20.6	22.7	31.3	22.1	17.9	26.8
職員服務態度良好	24.3	25.7	28.4	17.5	15.9	27.6	21.8	30.4	23.8
產品 / 服務質素高	22.7	23.7	22.1	23.0	18.2	22.2	23.1	35.7↑	21.6
出售的產品 / 服務多樣	13.2	17.4	8.7	8.7	18.2	19.2↑	8.6↓	8.9	13.6
經常有優惠 / 折扣	11.9	11.5	11.5	12.7	13.6	10.1	13.2	14.3	11.7
購物環境舒適 / 對長者友善	2.3	2.0	2.4	3.2	2.3	3.0	1.8	1.8	2.4
整體配套	39.4	41.8	37.5	36.5	40.9	43.4	36.4	33.9	39.9
交通方便	18.2	20.7	13.0	19.8	20.5	19.2	17.4	26.8	17.4
大灣區政府為港人提供的便利措施及福利	12.2	9.2	16.8	10.3	15.9	12.1	12.2	3.6	12.9
娛樂活動眾多	8.9	11.2	7.7	6.3	6.8	10.8	7.5	3.6	9.4
景點 / 打卡位眾多	4.5	5.9	3.8	4.0	-	6.7	2.9	1.8	4.8
可探親戚	0.3	-	-	1.6	-	-	0.5	-	0.3

5.10 預計來年在大灣區開支的變化

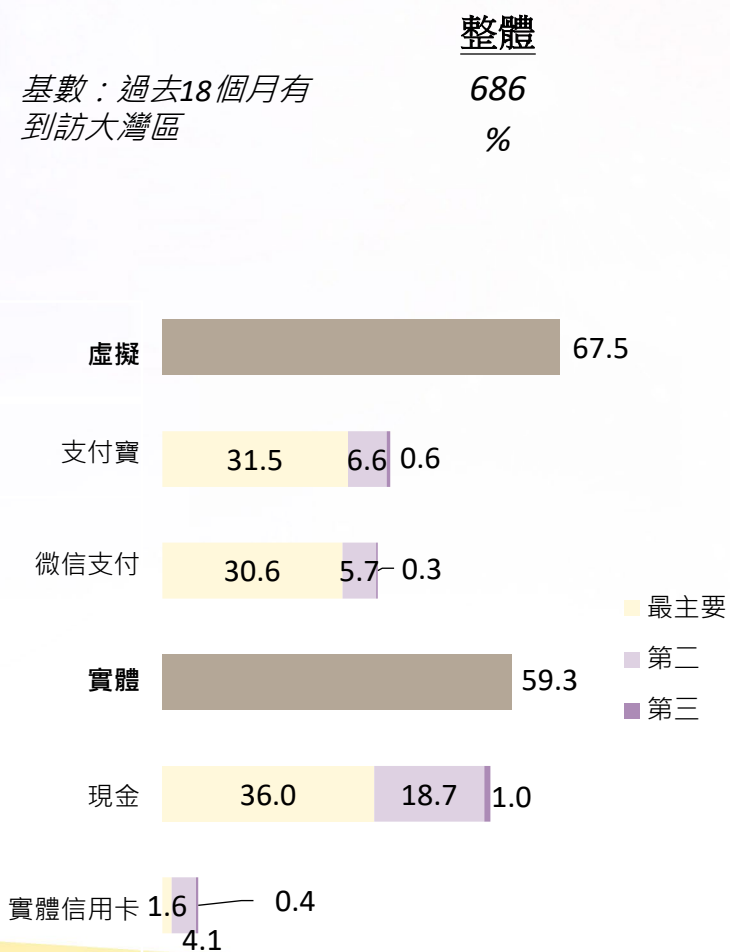
- 整體而言，六成的長者預期他們來年在大灣區的消費維持「不變」，當中75至79歲的長者比例更高。
- 60-64歲以及富裕的長者則表示來年在大灣區將有6%-7%消費增長。

基數：過去18個月有
到訪大灣區

	整體	年齡				平均每月消費		到訪大灣區的頻率	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕	經常到訪	非經常到訪
	687	304	210	127	46	297	390	56	631
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
增加									
>50%	1.0	0.3	2.9	-	-	0.7	1.3	-	1.1
30%-49%	2.6	2.6	2.4	3.1	2.2	3.0	2.3	1.8	2.7
10%-29%	28.8	36.8↑	24.8	21.3	15.2↓	35.7↑	23.6	35.7	28.2
<10%	4.1	5.9	2.9	2.4	2.2	4.7	3.6	-	4.4
不變	61.6	53.3↓	66.2	69.3	73.9↑	54.9↓	66.7	62.5	61.5
減少									
<10%	0.1	-	-	0.8	-	-	0.3	-	0.2
10% - 29%	1.7	1.0	1.0	3.1	6.5	1.0	2.3	-	1.9
平均：	+5.8%	+6.9%	+6.4%	+3.6%	+1.7%	+6.9%	+4.9%	+6.9%	+5.7%

5.11 通常在大灣區使用的支付方式

- 60多歲的年輕長者和富裕的長者較多在大灣區使用虛擬支付，包括支付寶和微信。
- 70多歲及非富裕的長者較多使用現金。



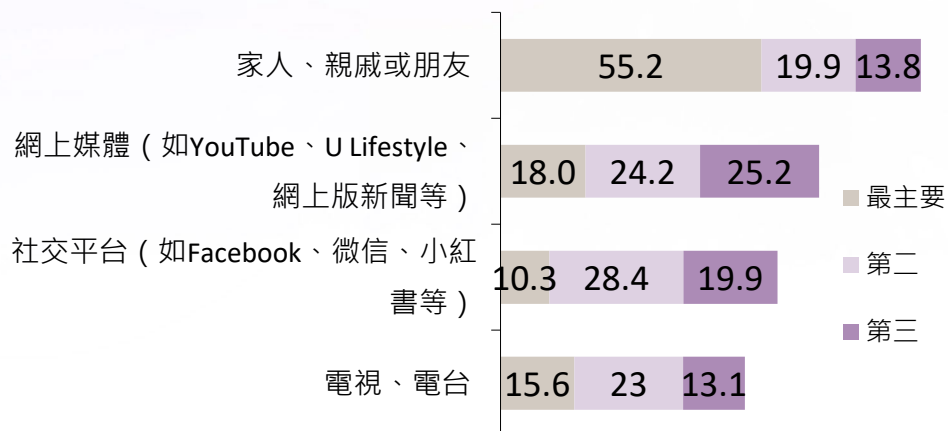
	年齡				平均每月消費	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
	304 %	210 %	127 %	45 %	297 %	389 %
虛擬	86.8↑	67.1	37.0↓	24.4↓	83.8↑	55.0↓
支付寶	50.3↑	37.6	20.5↓	15.6↓	50.2↑	29.8↓
微信支付	47.4↑	38.1	17.3↓	11.1↓	48.1↑	27.8↓
實體	47.0↓	62.4	74.8↑	84.4↑	50.8↓	65.8↑
現金	40.8↓	60.5	73.2↑	84.4↑	43.1↓	65.3↑
實體信用卡	8.9	4.8	3.1	2.2	12.1↑	1.5↓

5.12 獲取與大灣區消費相關資訊的渠道

- 長者大多從家人、親戚或朋友（88.9%）獲取與大灣區消費相關的資訊。
- 60-64 歲較年輕和富裕的長者使用網上媒體和社交媒體的比例較高。
- 70 歲或以上和非富裕長者則傾向從傳統媒體（電視和廣播）獲取資訊。

基數：過去18個月有
到訪大灣區

整體
687
%



		年齡				平均每月消費	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
		304	210	127	46	297	390
		%	%	%	%	%	%
家人、親戚或朋友		85.5	87.1	96.9↑	97.8	84.8	92.1
網上媒體 (如YouTube、U Lifestyle、網上版新聞等)		85.2↑	67.6	34.6↓	39.1↓	83.8↑	54.9↓
社交平台 (如Facebook、微信、小紅書等)		78.0↑	53.3	29.9↓	34.8↓	74.7↑	46.4↓
電視、電台		35.2↓	57.6	75.6↑	67.4↑	39.1↓	61.3↑

6. 網購體驗

章節摘要

網購情況：

- 網上購物在香港年長消費者中仍未普及，只有約一半（49.8%）的年長消費者在過去18個月內曾網上購物。較年輕及富裕的長者網上購物的頻率較高。

滿意度：

- 受訪者對網上購物的滿意度不高（7.4分，滿分10分），只有不到一半的受訪者給予8-10分的評價。約有一半的受訪者表示他們的網上購物經驗僅為「一般」（6-7分）。

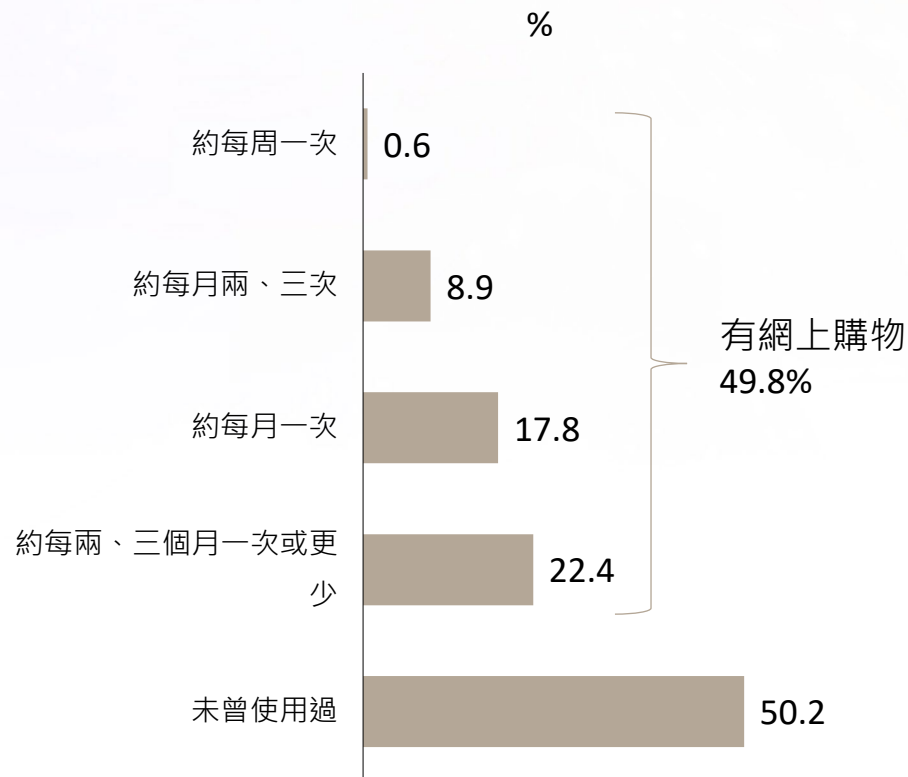
憂慮：

- 對網上購物的主要憂慮是：
 - 貨不對辦（88.3%）
 - 辦理退款、退貨及換貨手續複雜（43.1%）
 - 送貨延誤（32.0%）
 - 個人資訊外洩（30.3%）

6.1 網上購物的頻密度

- 只有約一半的年長消費者在過去 18 個月內有網上購物。較年輕的長者及富裕的長者網上購物的次數更多。

基數：所有受訪者 (N=1003)

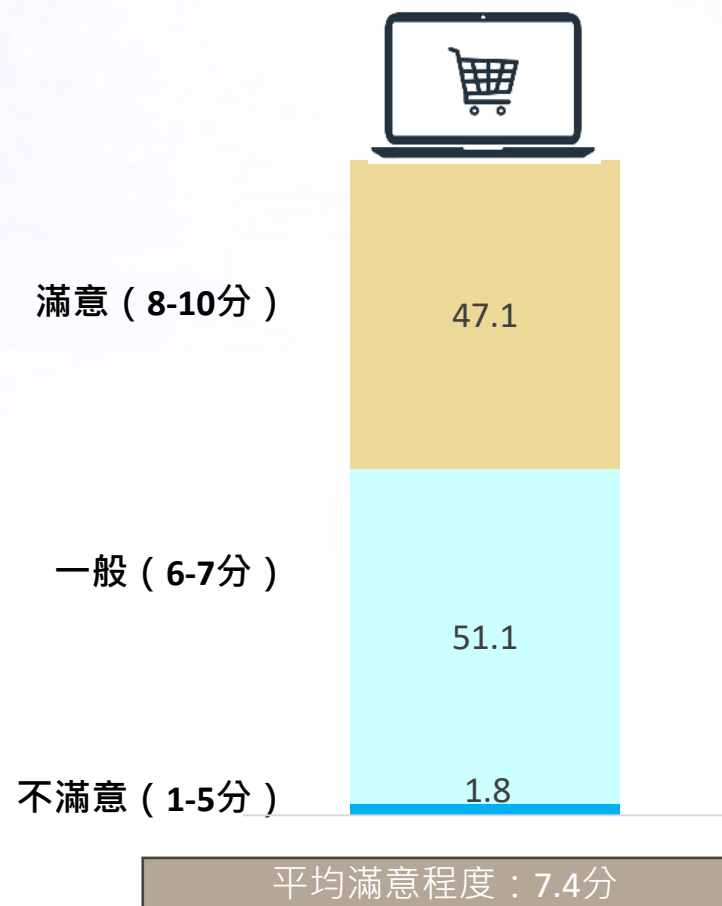


	年齡				平均每月消費	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
人數	366	294	222	121	375	627
百分比	%	%	%	%	%	%
有網上購物	1.1	0.7	-	-	1.1	0.3
約每周一次	18.0↑	6.8	1.4↓	-	19.5↑	2.5↓
約每月兩、三次	33.1↑	16.3	3.6↓	1.7↓	34.1↑	8.1↓
約每月一次	34.7↑	27.6	5.9↓	3.3↓	28.0↑	19.1
約每兩、三個月一次或更少	13.1↓	48.6	89.2↑	95.0↑	17.3↓	69.9↑

6.2 對網上購物的滿意程度

- 受訪者對網上購物的滿意度不高（7.4分，滿分10分），只有不到一半的受訪者給予8-10分的評價。
- 約半數受訪者表示他們的網上購物經驗「一般」（6-7分）。

基數：過去18個月內曾在網上購物（N=499）

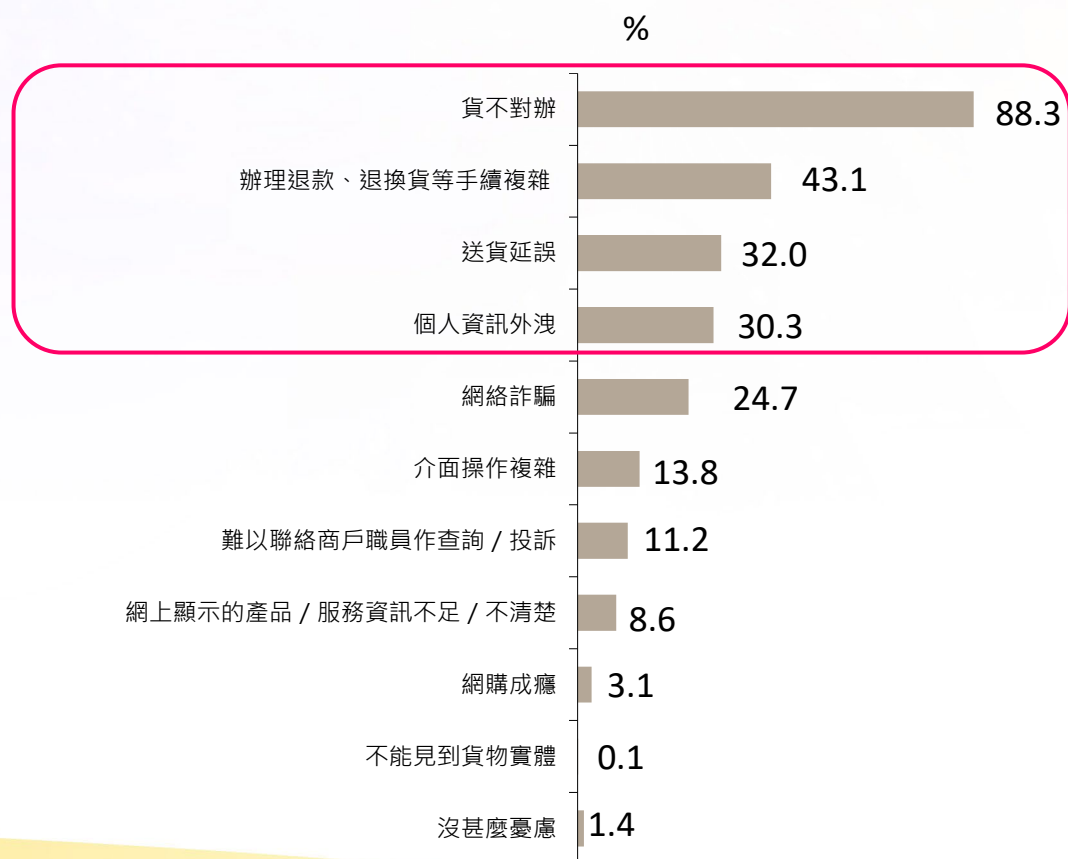


		年齡				平均每月消費	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
	318	151	24	6	310	189	
	%	%	%	%	%	%	
	52.8	35.8↓	37.5	66.7	51.6	39.7	
	45.9	62.3↑	54.2	33.3	47.4	57.2	
	1.2	2.0	8.3	-	0.9	3.1	

6.3 對網上購物的憂慮

- 對網上購物的主要憂慮是「貨不對辦」(88.3%)，其次是「辦理退款、退貨及換貨手續複雜」(43.1%)、「送貨延誤」(32.0%)及「個人資訊外洩」(30.3%)。

基數：所有受訪者 (N=1,003)



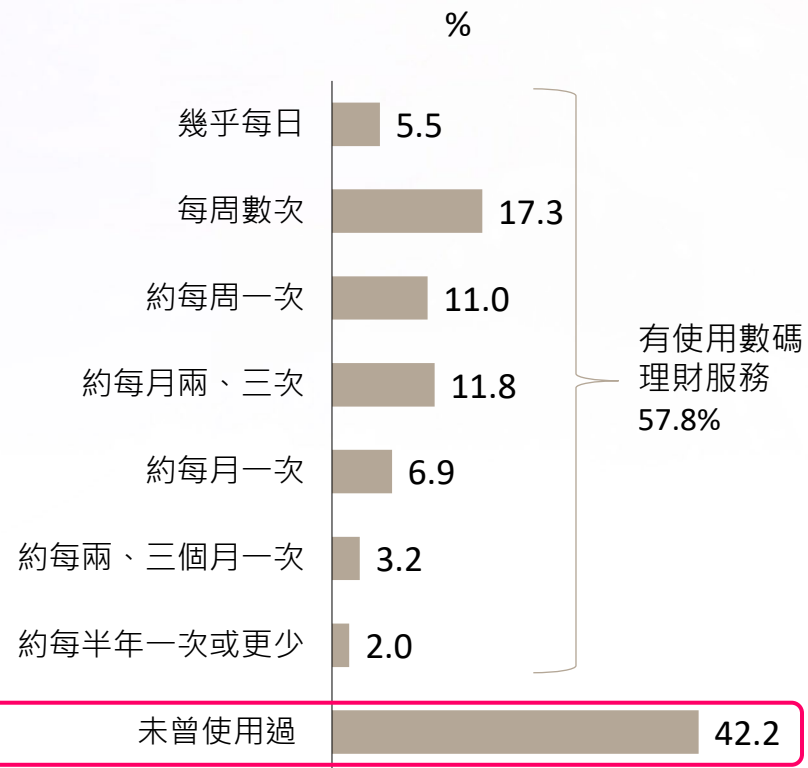
	年齡				平均每月消費	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
	366	294	222	121	375	628
	%	%	%	%	%	%
	92.9↑	91.8	82.9↓	76.0↓	92.3↑	86.0
	56.0↑	42.9	26.1↓	35.5	50.4↑	38.7
	49.7↑	33.7	14.0↓	7.4↓	46.1↑	23.6↓
	21.3↓	31	43.7↑	31.4	24.3↓	33.9↑
	9.6↓	22.8	38.7↑	49.6↑	11.5↓	32.6↑
	4.1↓	10.5	24.3↑	31.4↑	6.1↓	18.3↑
	13.7	10.9	10.4	5.8	13.3	9.9
	12.3↑	10.9	3.2↓	1.7↓	13.9↑	5.4↓
	5.7↑	2	1.4	0.8	6.1↑	1.3↓
	-	-	0.5	-	-	0.2
	0.8	1	2.3	2.5	1.1	1.6

7. 數碼理財體驗

7.1 使用本地銀行數碼理財服務的頻密度

- 42.2% 從未使用本地銀行提供的數碼理財服務。
- 年齡介乎 60-64 歲的較年輕長者及富裕長者較常使用數碼理財服務。

基數：所有被問及此題的受訪者 (N=346)

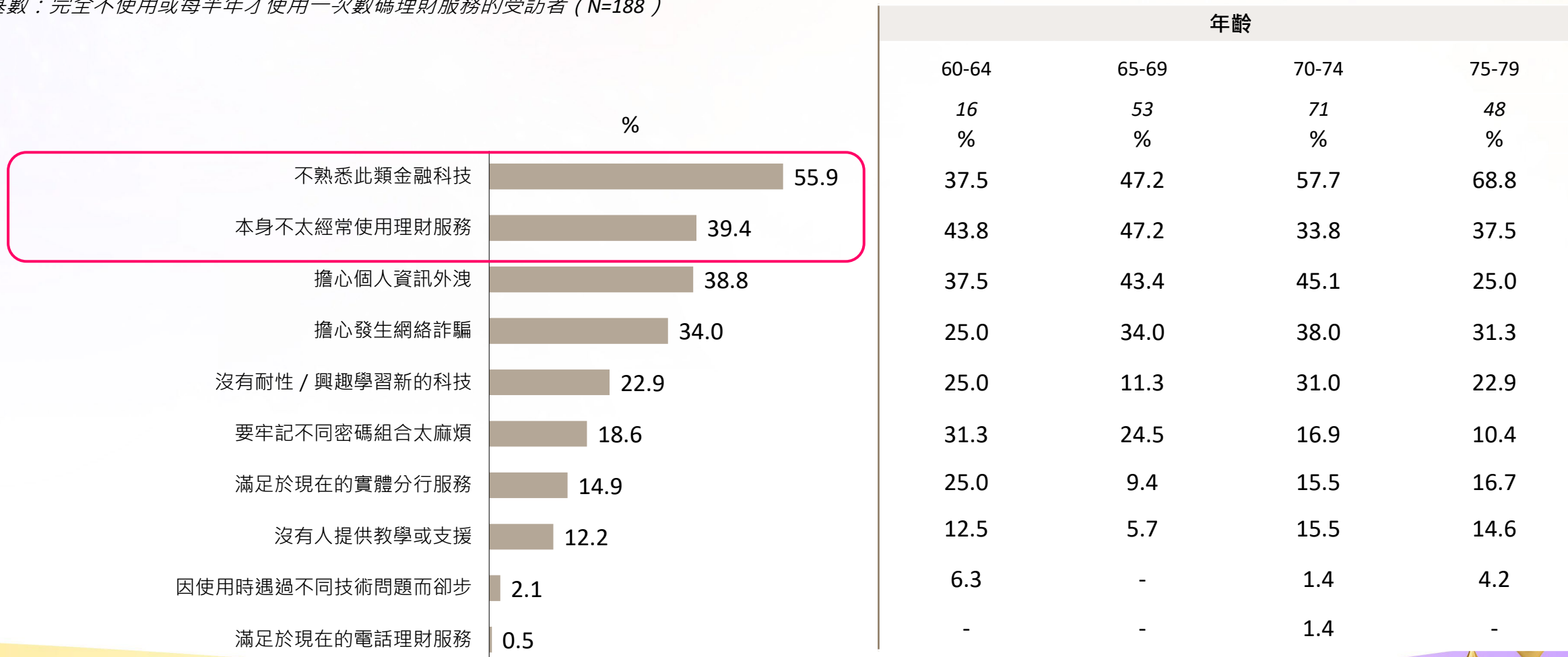


	年齡				平均每月消費	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
樣本數	115	105	77	49	120	226
百分比	%	%	%	%	%	%
使用頻度	11.3↑	5.7	-	-	15.8↑	-
每周數次	37.4↑	13.3	2.6↓	2.0↓	39.2↑	5.8↓
約每周一次	17.4	14.3	3.9	-	18.3↑	7.1
約每月兩、三次	20.0↑	16.2	1.3↓	-	10.8	12.4
約每月一次	4.3	14.3↑	5.2	-	4.2	8.4
約每兩、三個月一次	0.9	2.9	5.2	6.1	1.7	4.0
約每半年一次或更少	1.7	3.8	-	2.0	0.8	2.7
未曾使用過	7.0↓	29.5↓	81.8↑	89.8↑	9.2↓	59.7↑

7.2 不使用數碼理財服務的原因

- 不使用數碼理財服務的主要原因為不熟悉金融科技 (55.9%) 。

基數：完全不使用或每半年才使用一次數碼理財服務的受訪者 (N=188)



7.3 銀行長者友善措施的認知度

- 大部分年長消費者都知悉本地銀行提供「分行長者優先櫃位」（77.5%）及「豁免戶口服務費」（70.5%）。

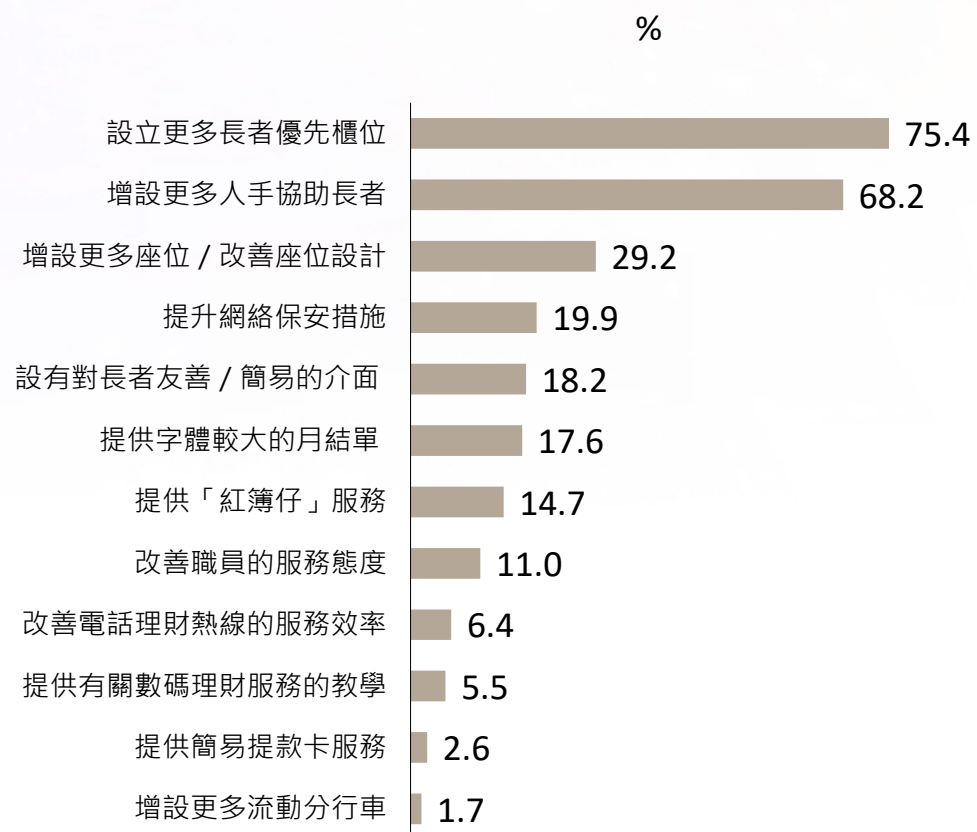
基數：被問及此題的訪者 (N=346)

	%	年齡				平均每月消費	
		60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
		115	105	77	49	120	226
		%	%	%	%	%	%
分行長者優先櫃位	77.5	86.1↑	79.0	68.8	67.3	89.2↑	71.2
豁免戶口服務費	70.5	68.7	76.2	70.1	63.3	71.7	69.9
分行專職協助長者的服務主任	19.7	20.0	18.1	20.8	20.4	23.3	17.7
簡易版手機或網上理財	19.1	33.9↑	21.0	6.5↓	-	31.7↑	12.4↓
購買投資產品的保障措施 (如落單冷靜期等)	15.0	20.0	20.0	7.8	4.1↓	28.3↑	8.0↓
簡易提款卡服務	8.1	15.7↑	6.7	1.3↓	4.1	18.3↑	2.7↓
流動分行車	5.5	7.0	5.7	3.9	4.1	10.8↑	2.7
電話理財長者專線	1.4	0.9	1.9	-	4.1	3.3	0.4
以上皆否	1.4	0.9	1.0	2.6	2.0	0.8	1.8

7.4 可提升銀行服務滿意程度的措施

- 大部分 (75.4%) 的消費者希望銀行為長者提供更多優先櫃檯及更多人手協助他們處理財務事宜 (68.2%) 。
- 60-64 歲較年輕及富裕的年長消費者希望銀行改善網絡保安措施。
- 較多 75-79 歲的長者希望銀行提供存摺服務 (26.5%) 。

基數：被問及此題的訪者 (N=346)

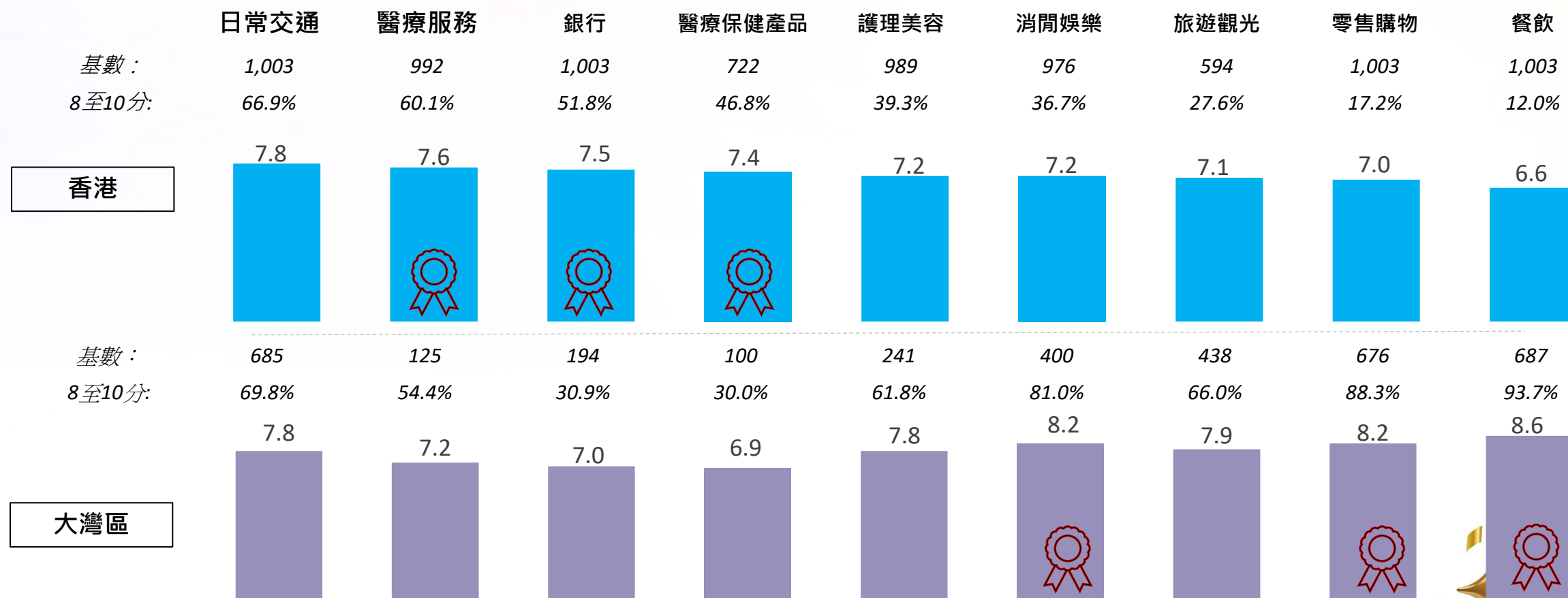


	年齡				平均每月消費	
	60-64	65-69	70-74	75-79	富裕	非富裕
	365	294	222	121	375	627
	%	%	%	%	%	%
	71.3	70.5	81.8	85.7	67.5	79.6
	60.0	70.5	70.1	79.6	61.7	71.7
	24.3	24.8	39.0	34.7	33.3	27.0
	30.4↑	28.6	5.2↓	-	29.2↑	15.0
	25.2	26.7	7.8↓	-	26.7↑	13.7
	23.5	17.1	14.3	10.2	22.5	15.0
	9.6	11.4	19.5	26.5↑	7.5↓	18.6
	14.8	11.4	6.5	8.2	13.3	9.7
	10.4	3.8	3.9	6.1	10.0	4.4
	10.4	3.8	3.9	-	10.0	3.1
	4.3	3.8	-	-	3.3	2.2
	1.7	3.8	-	-	2.5	1.3

8. 香港及大灣區不同行業的評分比較

8.1 香港及大灣區不同行業的評分比較

- 香港在「醫療服務」、「醫療保健產品」及「銀行」方面具備高水平的專業知識及操守，所獲評分較大灣區高。
- 大灣區城市在服務和旅遊相關類別則獲得較高評分，特別是「餐飲」、「零售購物」和「消閒娛樂」的得分均超過8分。



相關問題 F15：以下展示了一連串你在香港本地及大灣區（如適用）消費時，較常接觸到的行業。請按你過去18個月內的消費體驗為不同行業評分，0分最低分；10為最高分。

總結

總結

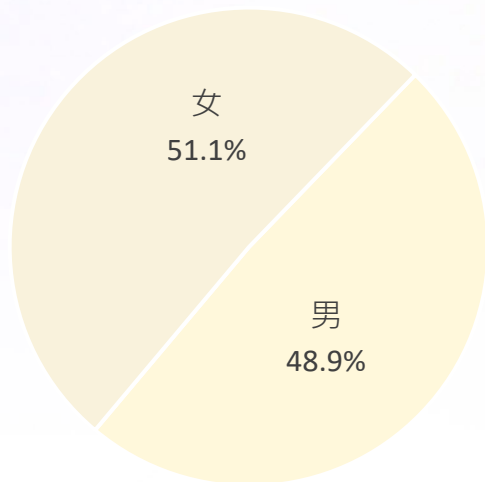
- 根據是次調查結果，香港年長消費者在本地的每月平均開支（不包括住屋）**高達7,785港元**。「零售購物」（27.0%）、「外出餐飲」（21.3%）及「消閒娛樂」（14.9%）是首3個主要的消費類別。
- 「**價錢和優惠**」（79.8%）是消費者最重要的考慮因素，其次是「**產品 / 服務的質素**」（67.1%）。
- 年長消費者表示他們有獨立的消費決定權（99%）。他們願意花較多金錢在質素較佳（95.4%）及感興趣的產品 / 服務上（96.3%）。
- 年長消費者（687個樣本）在過去**18個月**平均到訪大灣區**6.4次**，主要目的為「餐飲」（96.1%）及「零售購物」（71.6%）。
- **產品 / 服務的價格**是最吸引年長消費者到訪大灣區的因素。84.9%受訪者認為大灣區的產品 / 服務價格便宜，56.3%受訪者認為大灣區的商戶及產品 / 服務的選擇眾多。
- 年長消費者對香港的「醫療服務」、「醫療 / 保健產品」及「銀行服務」方面的滿意度均高於大灣區，在這些行業，**高水平的專業知識及操守是關鍵**。另一方面，年長消費者對大灣區城市在「餐飲」、「零售購物」、「消閒娛樂」等服務滿意度則較高。
- 大部分年長消費者在本地購物時都遇過不快經驗，特別是商戶職員態度欠佳（62.1%）及產品 / 服務質素低於預期（65.4%）。
- 至於刺激長者在本地消費的措施方面，大部分長者希望商戶提供長者專享的推廣及折扣優惠（81.3%），以及改善產品 / 服務質素（54.0%）。

受訪者的人口特徵

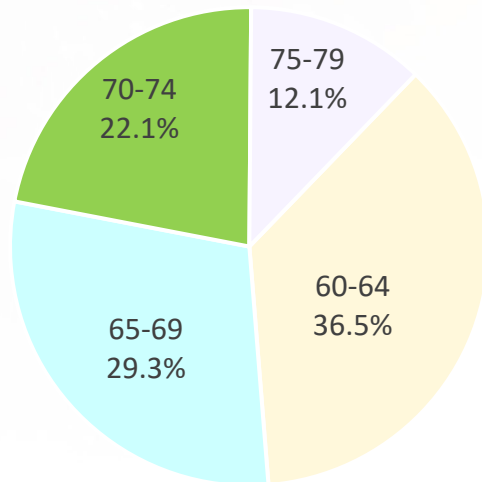
人口特徵

基數：所有受訪者
(N=1,003)

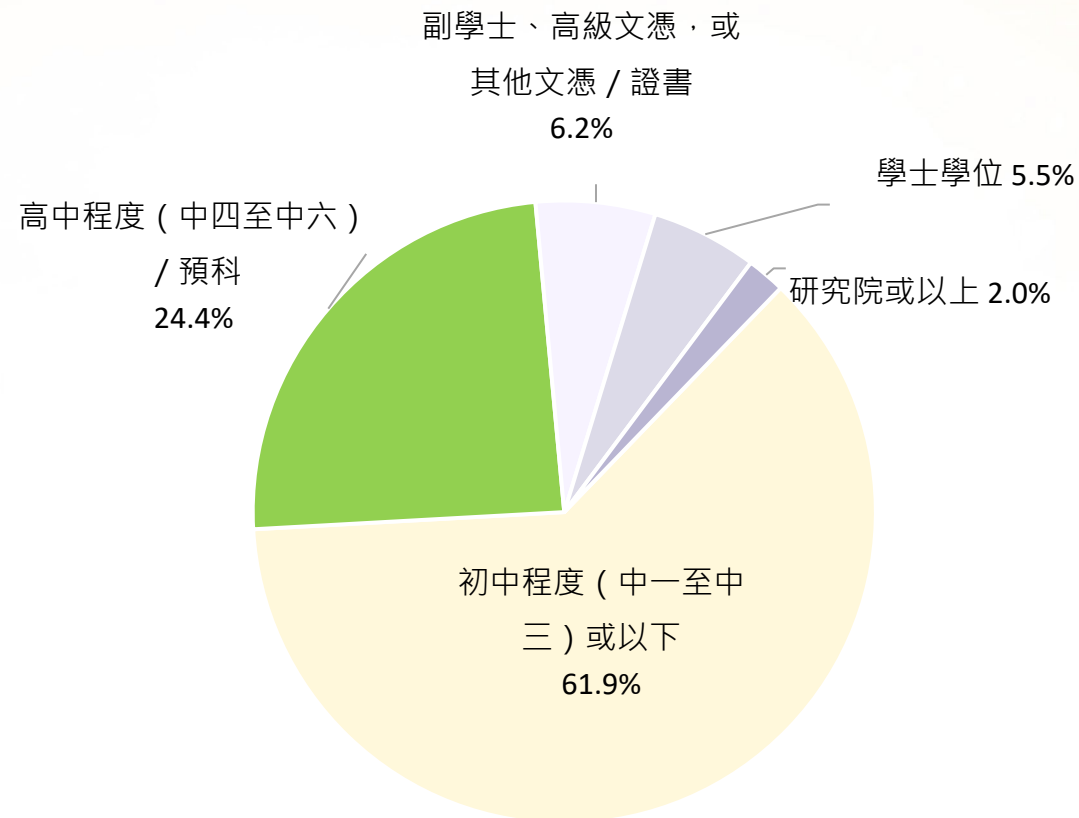
性別



年齡組別



教育程度



相關問題

A1：記錄性別

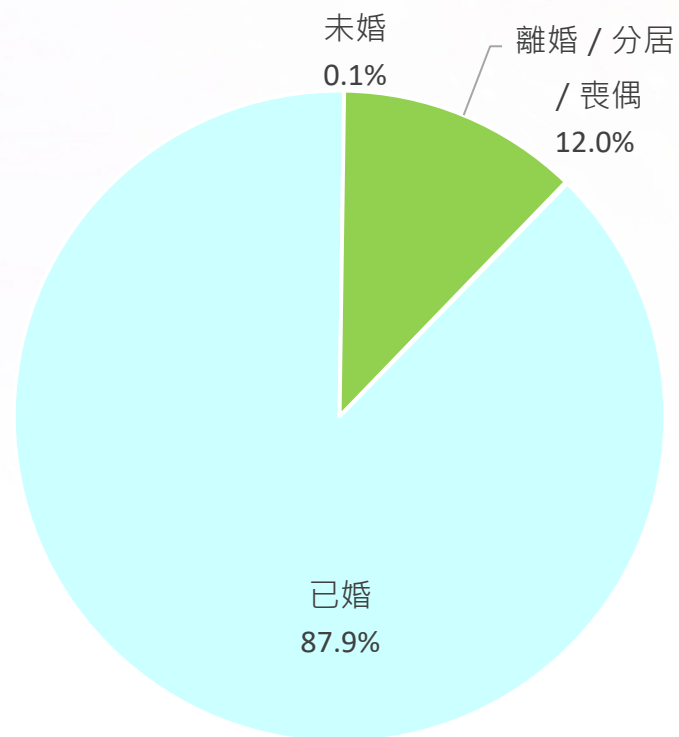
A2：請問你屬於以下哪個年齡組別？

A5：請問你的教育程度是？

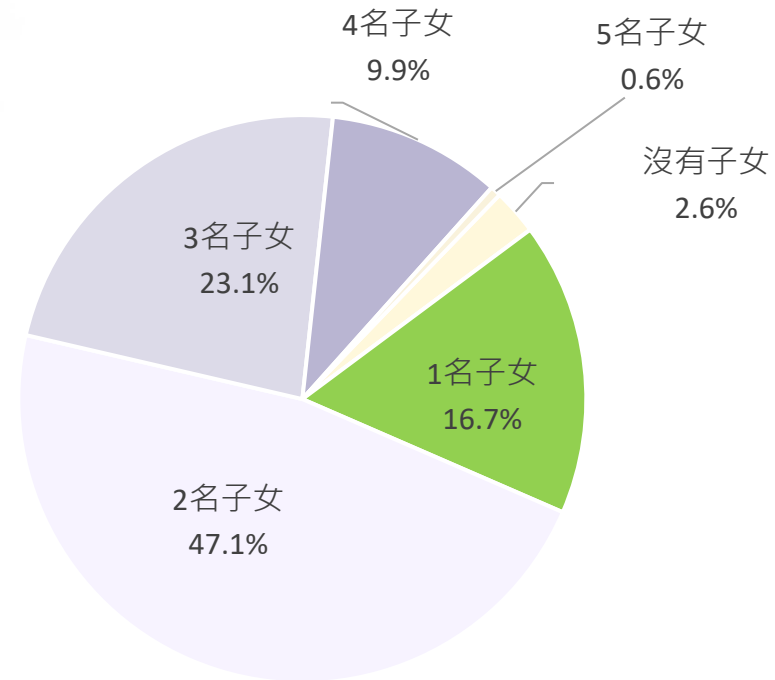
人口特徵

基數：所有受訪者
(N=1,003)

婚姻狀況



子女數目



相關問題

G9：你現時的婚姻狀況是？

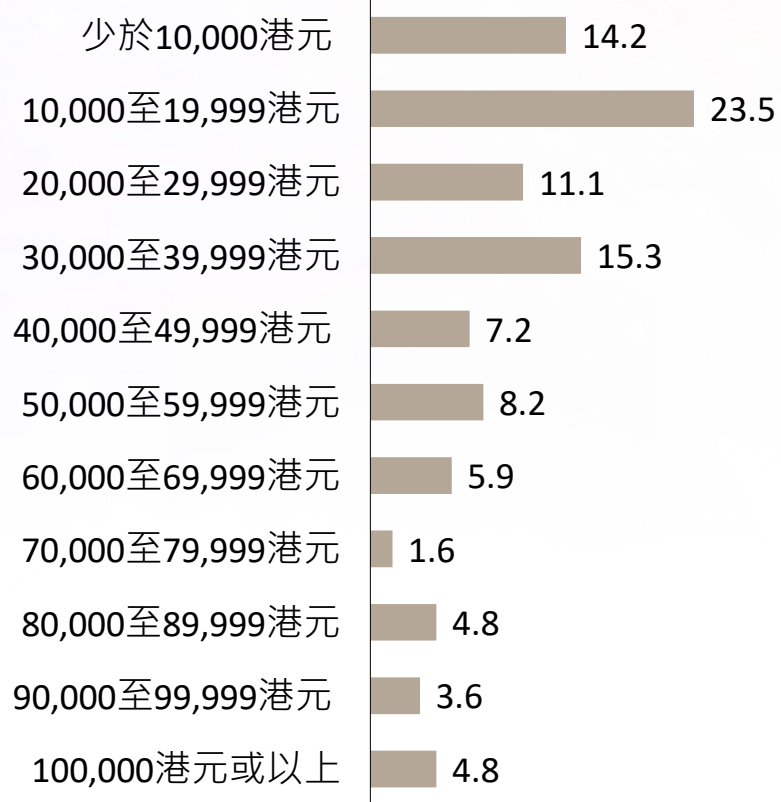
G10：你現時有多少名子女？

人口特徵

每月家庭總收入

基數：所有受訪者
(N=1,003)

%



居住地區

基數：所有受訪者
(N=1,003)

居住地區	%
港島	17.9
九龍	29.7
九龍東	20.0
九龍西	9.7
新界	52.3
新界東	23.5
新界西	28.8

相關問題

A4：請問你的每月家庭總收入屬於以下哪個組別？

A6：請問你的居住地區是？

附錄 — 抽樣方法

抽樣方法

本研究根據香港特別行政區政府統計處發佈的《2021年人口普查》主要結果，按受訪者的人口統計資料進行配額抽樣。每個配額的最低樣本數量將相等於最理想樣本數量的-5%，而每個配額類別中，最多允許5%的受訪者拒絕回答。

1. 年齡及性別配額 (interlocking)

年齡及性別	人口數		取樣百分比		配額 (n)	
	男	女	男	女	男	女
60-64歲	300,222	313,580	18%	19%	179	187
65-69歲	239,557	252,678	14%	15%	143	151
70-74歲	181,929	188,822	11%	11%	109	113
75-79歲	96,666	100,476	6%	6%	58	60
小計	818,374	855,556	49%	51%	489	511
總共	1,673,930		100%		1,000	

2. 每月家庭收入配額

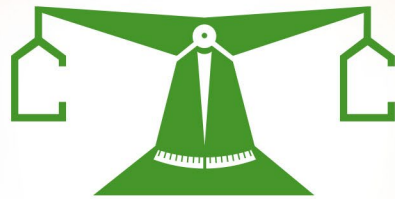
每月家庭收入	人口數	取樣百分比	理想樣本數量	最少樣本數量
20,000港元以下	1,011,748	38%	378	359
20,000-39,999港元	703,261	26%	263	250
40,000-79,999港元	610,649	23%	228	217
80,000港元或以上	348,503	13%	131	124
拒絕回答				50 (最多)
總共	2,674,161	100%	1,000	1,000

3. 教育程度配額

教育程度	60-79歲人口數		理想樣本數量	最少樣本數量
	人口數	百分比		
未受正式教育 / 小學程度	129,696	8%	77	73
小學程度	544,864	33%	325	309
初中程度	367,351	22%	219	208
高中程度	407,260	24%	243	231
專上教育：文憑 / 證書	70,683	4%	60	57
專上教育：副學士	29,432	2%		
專上教育：學士學位	124,644	7%	74	70
拒絕回答				50 (最多)
總共	1,673,930	100%	1,000	1,000

4. 居住地區配額

居住地區	人口數	取樣百分比	理想樣本數量	最少樣本數量
港島	1,270,876	18.0%	180	171
九龍東	1,419,686	20.1%	201	191
九龍西	688,733	9.7%	97	93
新界東	1,667,887	23.6%	236	224
新界西	2,023,206	28.6%	286	272
拒絕回答				50 (最多)
總共	7,070,388	100.0%	1,000	1,000



消費者委員會
CONSUMER COUNCIL