

# 2024年度調查報告

## Z世代財務行為與消費能力報告

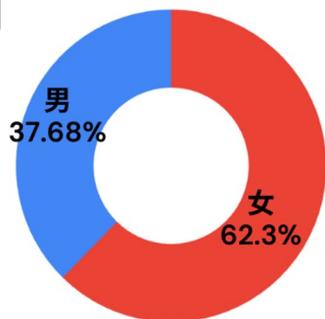
Z世代 | 1990 年代末出生的數位原住民，Z世代 ( Generation Z ) 係指1990 年代末期 ( 1997 年 ) 到 2010 年代初期的出生的人群，他們的行為及生活習慣深受網路科技影響

問卷發放時間：113年10月21日~11月10日

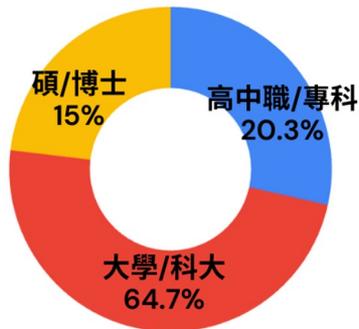
有效問卷：超過5,000份



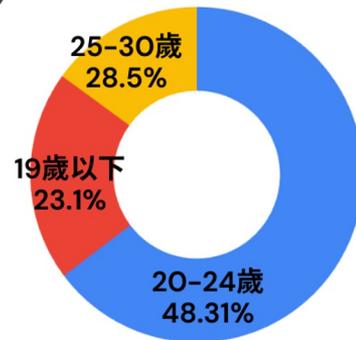
## 性別



## 學歷



## 年齡





① 洞察Z世代財務分配 & 消費能力

② 解密Z世代網路購物渠道  
及消費行為分析

③ Z世代品牌偏好度調查

# 01

## 洞察Z世代財務支配 與消費能力

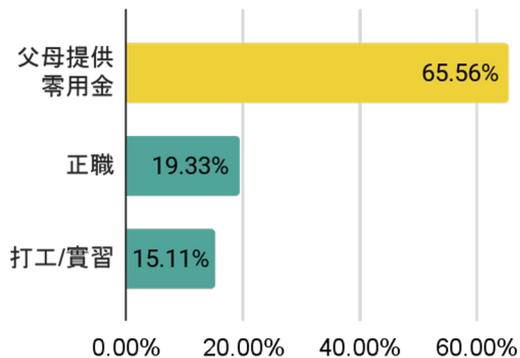


高中、大學生零用金來源？

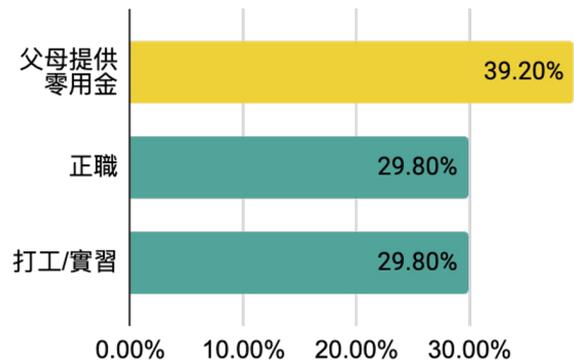
大學生的零用金來自父母的比例相較高中生下降26%

## 近六成靠自己賺取

少子化趨勢持續擴散，高中升大學後經濟自主持續攀高，大學生由家長提供零用金比例相較於高中生下降了將近三分之一，大學生近6成零用金靠自己賺得(正職 / 打工 / 實習)。



▲ 高中(職)零用金來源

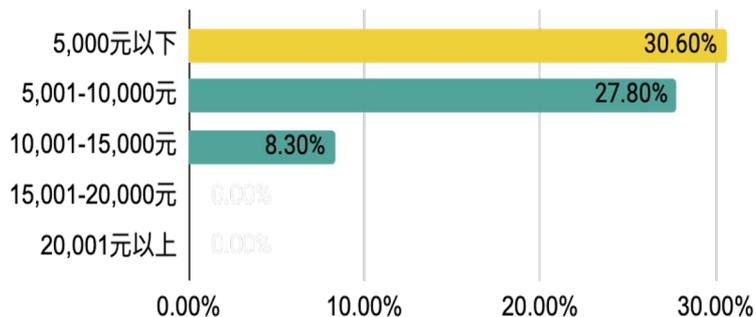


▲ 大學/碩(博)士零用金來源

高中、大學生每個月零用金額？

「高中生多數在5,000以下」

「大學生多數介於5,001-10,000元」



▲ 高中(職)每個月零用金額



▲ 大學/碩(博)士每個月零用金額

每月在食、衣、住、行、娛樂上的消費佔比

## Z世代月消費觀偏向享樂主義，理財較弱。

其消費力道聚焦，廣告主的多元行銷是關鍵。

Z世代消費最大佔比在飲食 (35%)，其次則是娛樂 (30%)。雖然 Z 世代在全人口佔比不高，但是消費力道的聚焦性十分強勁。在餐飲業競爭激烈、娛樂產業蓬勃發展下，針對 Z 世代設計多元行銷活動，例如學生優惠方案，甚至是走出餐飲娛樂場所，前進校園做積極的推廣（例如校園大使推廣），有助於產業競爭下殺出重圍。



**35%**



**30%**



**15%**



**12%**



**8%**

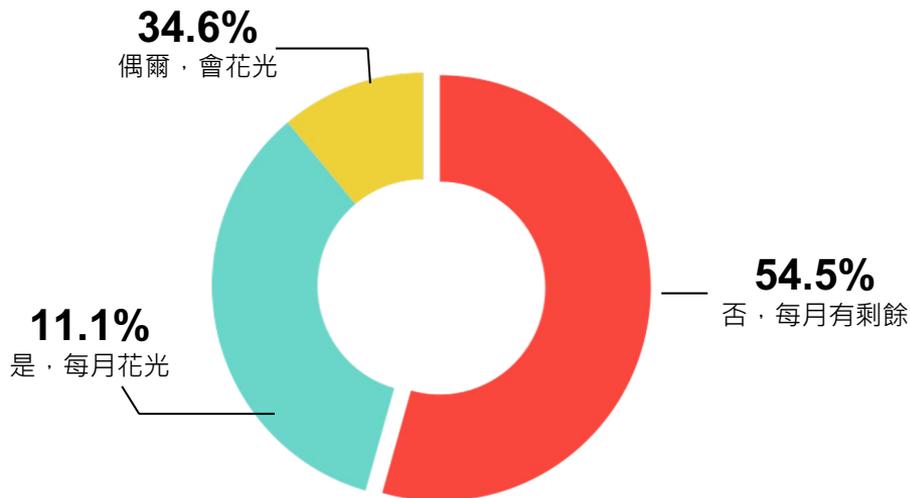


**5%**

你是月光族嗎？

## 超過一半的 Z 世代 (54.5%) 每月零用金有餘額

飲食支出佔比最高(35%)，反映Z世代重視飲食體驗。娛樂支出次之(30%)，顯示休閒娛樂在Z世代生活中的重要性。必需支出(衣物、交通、住宿)比例相對較低，體現即時消費特性。理財支出佔比最低(5%)，顯示Z世代儲蓄與理財意識較弱。



月底將至即將花光零用錢，你會採取哪些行動？

調查顯示38.1%會做節流的動作

顯示 Z 世代並非完全都是月光族。

8.1% 的人在即將用完零用金時會有意識地減少花費，顯示 Z 世代具備一定的財務管理意識。

早期偏好使用的信用卡小額信貸比例下降至 9.3%，相對地動用積蓄 (17.5%) 及臨時兼職工作 (11.9%) 成為更常採取的應對方式。此現象與人力市場「縫隙工作平台」興起互相呼應，值得產業思考人力對應的佈局。

**38.1%**

減少不必要支出

**23.2%**

尋求家人朋友  
財務支援

**17.5%**

提前動用儲蓄

**11.9%**

臨時兼職工作

**9.3%**

信用卡代墊

如果每個月仍有積蓄，你會選擇哪些類型投資？

**少年股神當道**，股票最受青睞 (37.13%)，投資多元配置，擁抱風險。

Z 世代投資多元，涵蓋定存、基金、股票、加密貨幣等，甚至將感情視為一種投資。  
其中，股票投資最受青睞 (37.13%)，顯示 Z 世代願意承擔較高風險以追求更高報酬。

股票



37.13%

定存



27.43%

基金



16.46%

加密貨幣、債券、黃金  
NTF和保險佔比低

投資頻率與金額？

一半受訪者每月定期定額投資 (51.10%)，且金額多落在 5,000 元以下 (50.40%)投資呈現積極且穩定的態勢。



定期定額  
51.10%



投資金額  
\$5,000以下  
50.40%



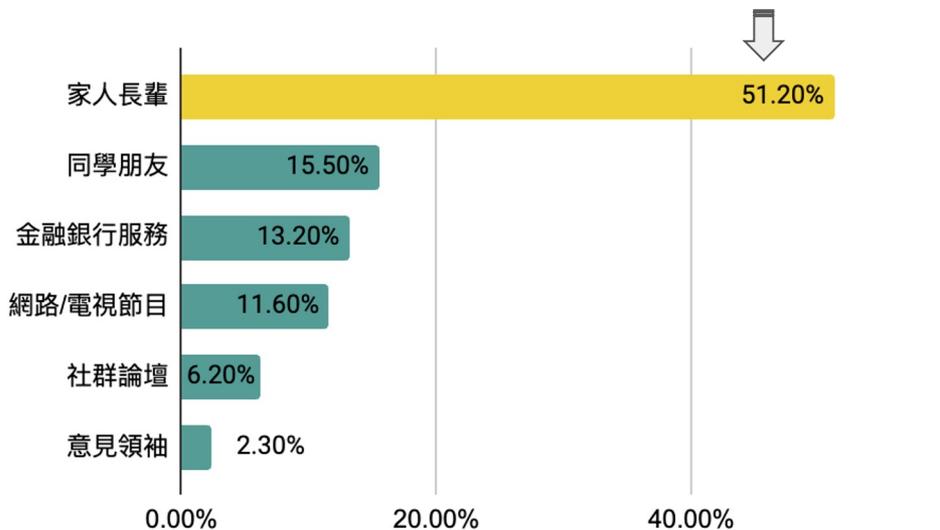
圖片來源：Meteor學生社群 米特真心話

影響投資選擇的關鍵是？

## 受家人長輩影響最大 (51.2%)， 其次為同學朋友 (15.5%) 與金融銀行服務 (13.2%)，兩者比例相近。

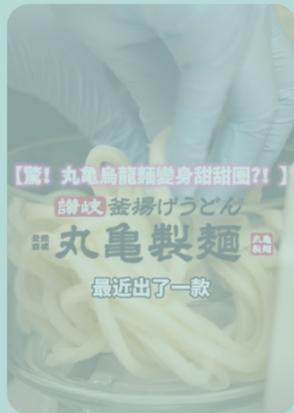
Z 世代雖然有投資行為，但主要還是受到家人長輩的影響。

這也暗示著金融機構或投資平台可以透過與 Z 世代的家人長輩合作，來影響 Z 世代的投資決策。



# 02

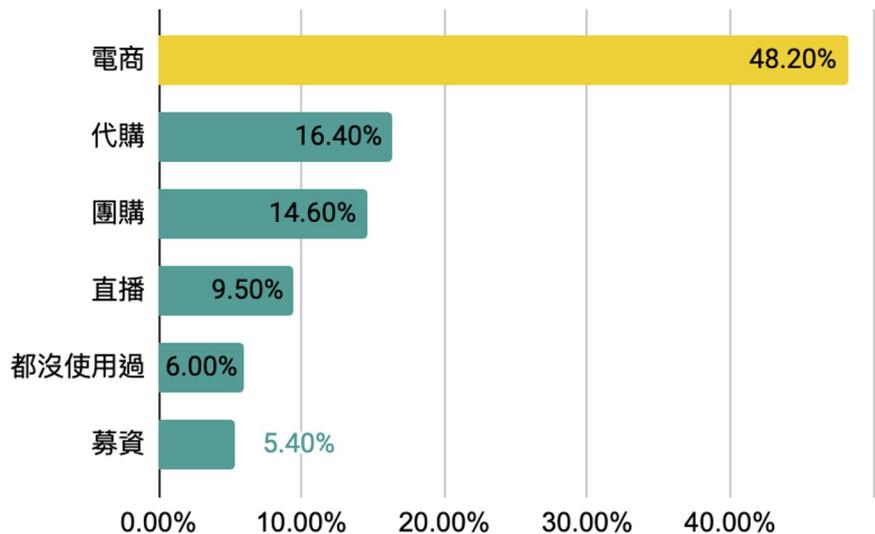
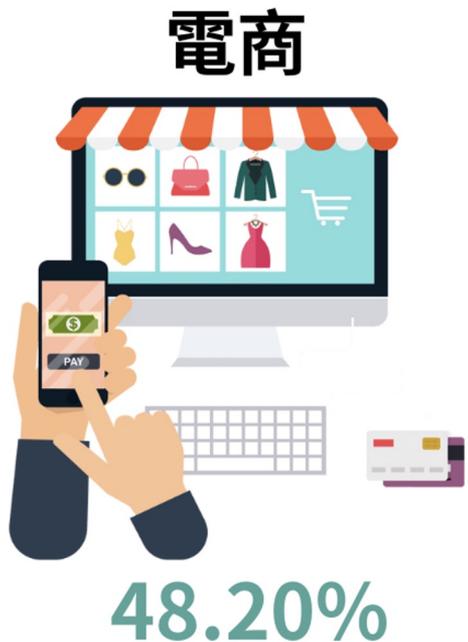
## 解密Z世代網路購物渠道 及消費行為價值分析



網路購物行為偏好？

網購途徑近半數選擇**電商(48.25)** > **代購(16.4%)** > **團購(14.6%)**

Z世代電商普及，依賴網路，提倡隨時隨地能下單，追求取貨方便。



電商平台首選？

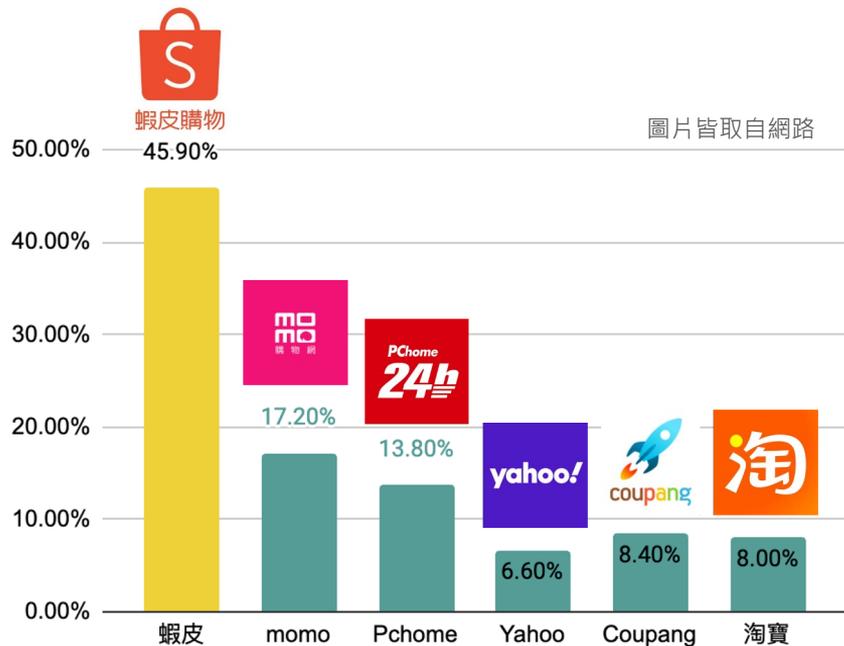
蝦皮(45.9%) > momo(17.2%) > PChome(13.8%)

蝦皮、momo購物主打免運、節日優惠折扣及多種取件方式。

PChome購物、酷澎主打快速配送，隔日到貨，省下等候時間，滿足購物急件需求。



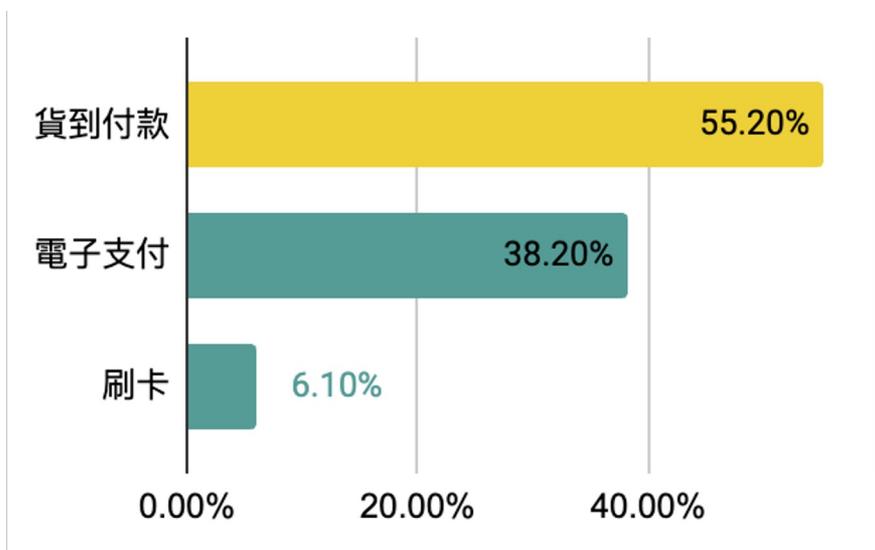
蝦皮購物



網購支付方式的偏好？

## 選擇貨到付款(55.2%)過半，電子支付(38.2%)次之。

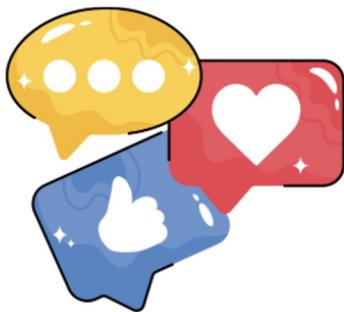
貨到付款能降低下單成本，在網路詐騙盛行的情況下，收到貨後付款最為安全。



影響網購下單的主要關鍵？

## 運費(26.6%)成為網購下單主因

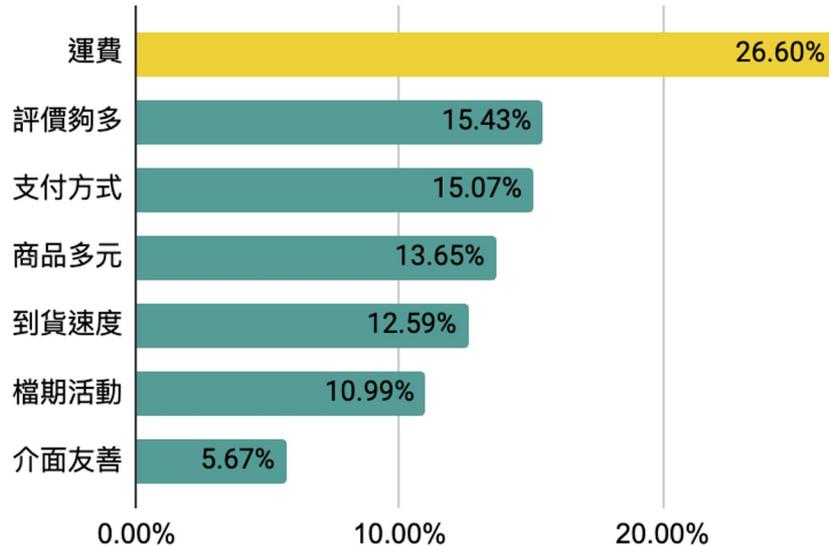
市場價格相近時，運費高低會影響購買意願，評價因素位居第二。  
品牌靠運費讓利的同時，更不可忽視評論數及優化口碑其帶來的長遠影響力。



好口碑



評論數



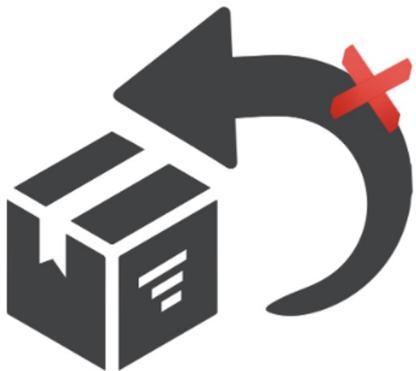
網路購物買貴會退貨嗎？

各電商主打「買貴退貨」的保證，

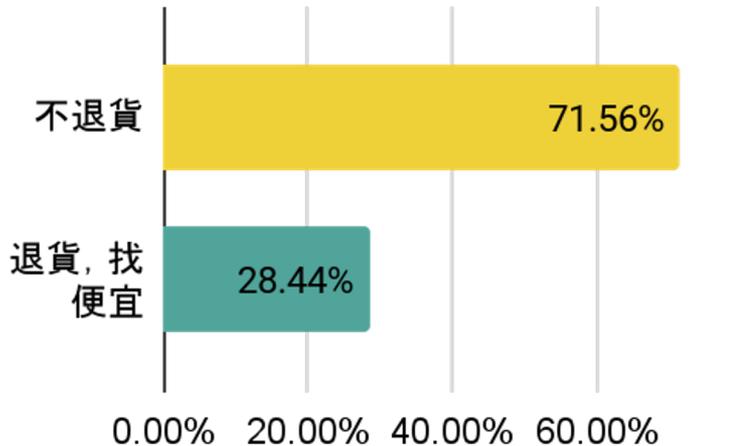
實際調查：有 **71.56%** 的人選擇保留商品不退貨。

Z世代購物的心態更在乎即時滿足想要及需要，商品的即時性及無誤兩相比較下更甚於買貴的結果。

## 買貴不退貨



**71.56%**



網路購物會退貨的原因？

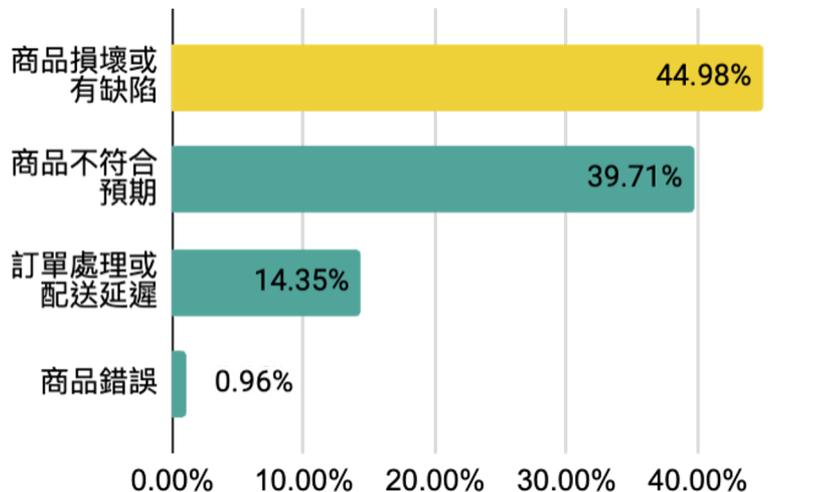
商品損害或有缺陷(44.98%)或不符合期待(39.71%)會提升退貨率。

**Z世代對於質量的要求甚於配送延遲問題。**

## Z世代價值觀



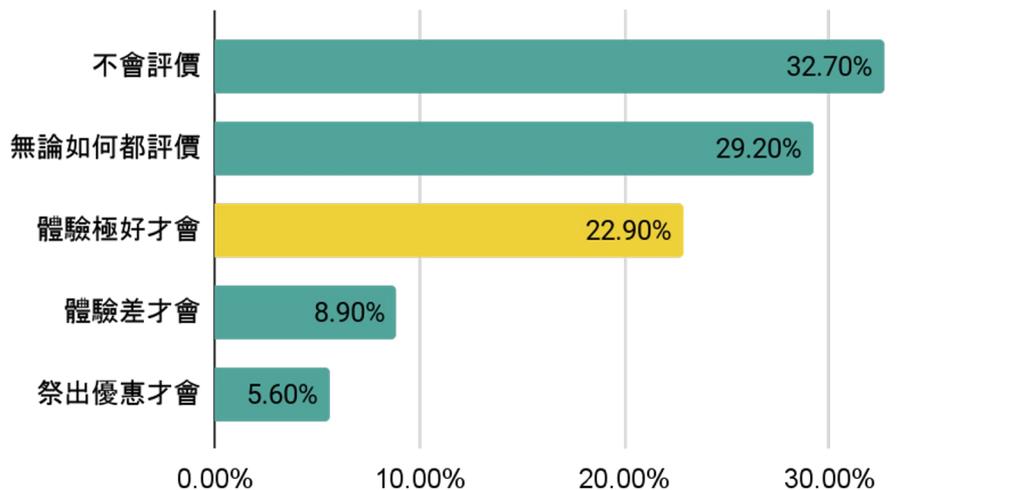
**價值 > 價錢**



網路購物不管體驗好壞都會不吝給出評價嗎？

## 在體驗好的時候 Z 世代不吝於給出評價

比體驗差時更願意分享他們的看法。



網路購物誰會是影響你決策的人？

**親友推薦 (34.10%)** 是影響 Z 世代購買決策的最重要因素，其次廣告宣傳或促銷活動 (23.0%)、品牌信任 (23.0%) 和網紅藝人代言 (19.8%)

Z世代重視親友，親友為其生活重心。親友之間信任度高，互相推薦的影響力大。

親友推薦



34.10%

廣告促銷



23.0%

品牌信任



23.0%

網紅藝人代言



19.8%

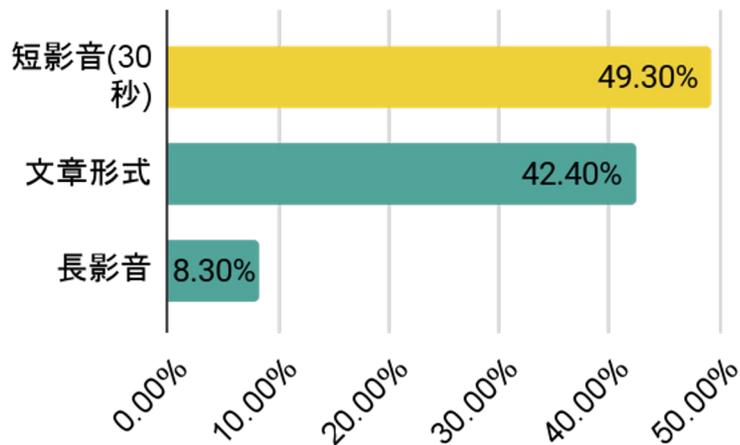
最吸引你的內容模式？

## 短影音 (49.30%) 和文章形式 (42.40%)

是最吸引Z世代的營銷方式，長影音 (8.30%) 的吸引力最低。

Z世代為手機長時間使用者，喜歡透過大量快速滑動的內容去得到大量資訊及娛樂。

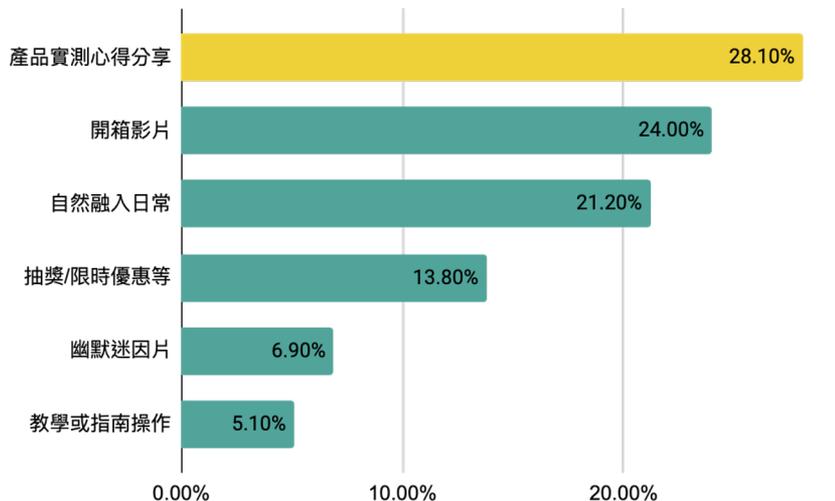
### 短影音世代



你認為KOL的哪種廣宣形式最能打動你？

產品實測心得分享 (28.10%) 和開箱影片 (24.00%)  
是最成功的形式，其次是自然融入日常 (21.20%)。

Z世代注重「真實、共感」的互動，好奇實測結果及開箱效果。



# 03

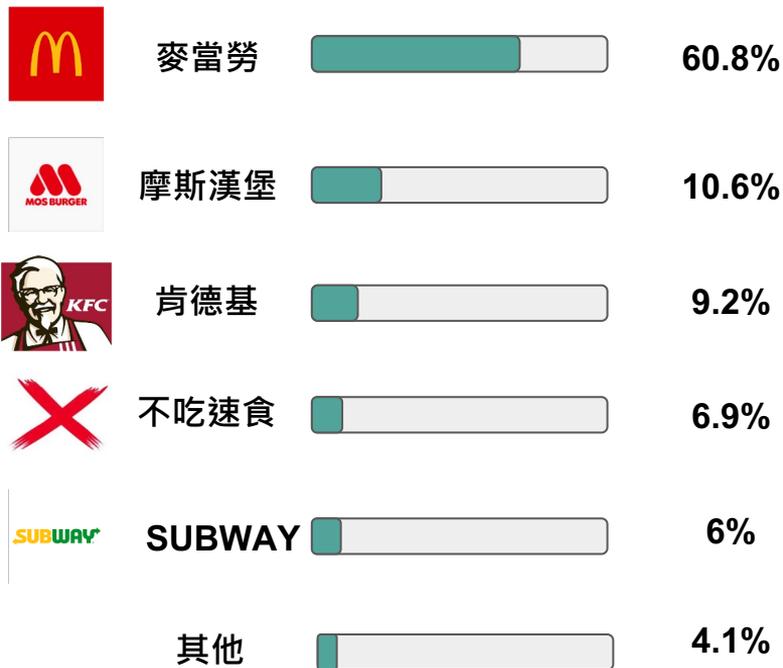
## Z世代品牌偏好度調查



# 最喜歡的速食店品牌？



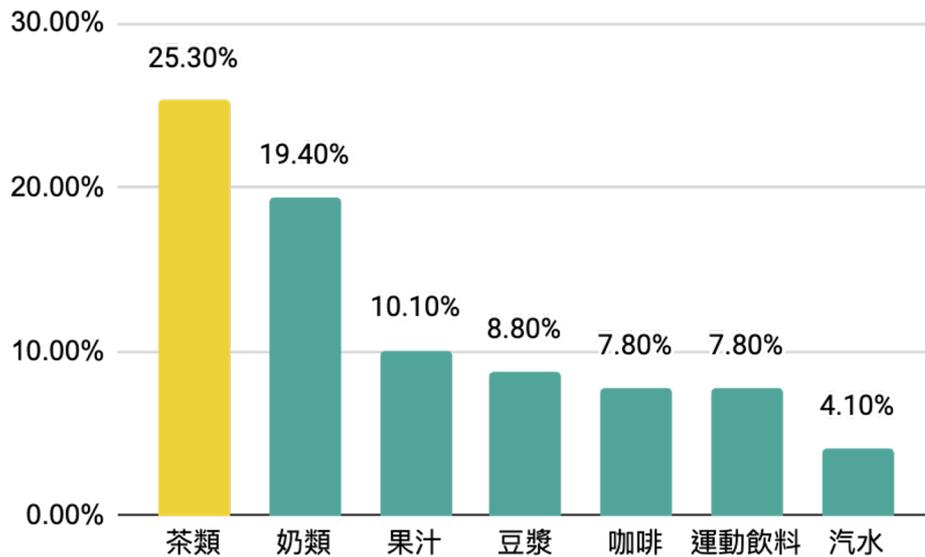
Z世代最愛速食店  
麥當勞



# 最喜歡的飲料品類？



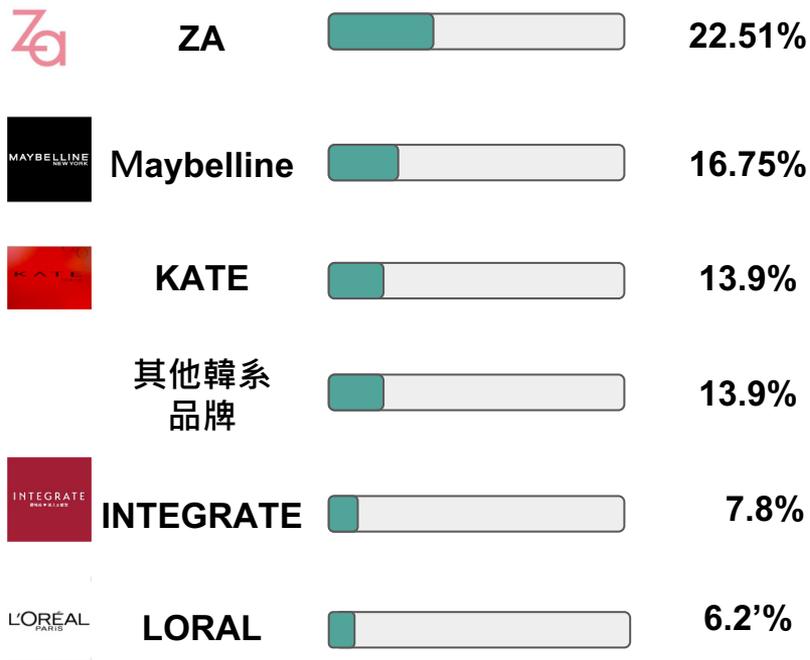
Z世代最愛飲料品項  
茶類飲品



# 最喜歡的開架式美妝？

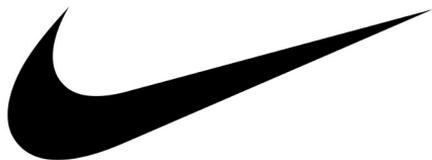


Z世代最愛彩妝品牌  
ZA



其他日系 ( 5.7% ) 、戀愛魔境 ( 4.7% ) 、KISS ME ( 4.7% ) 、BIRO ( 3.15)

# 最喜歡的運動品牌？



Z世代最愛的運動品牌  
NIKE



NIKE



35.6%



new balabce



19.5%



adadas



15.4%



FILA



7.1%



PUMA



5.7%

沒特別關注



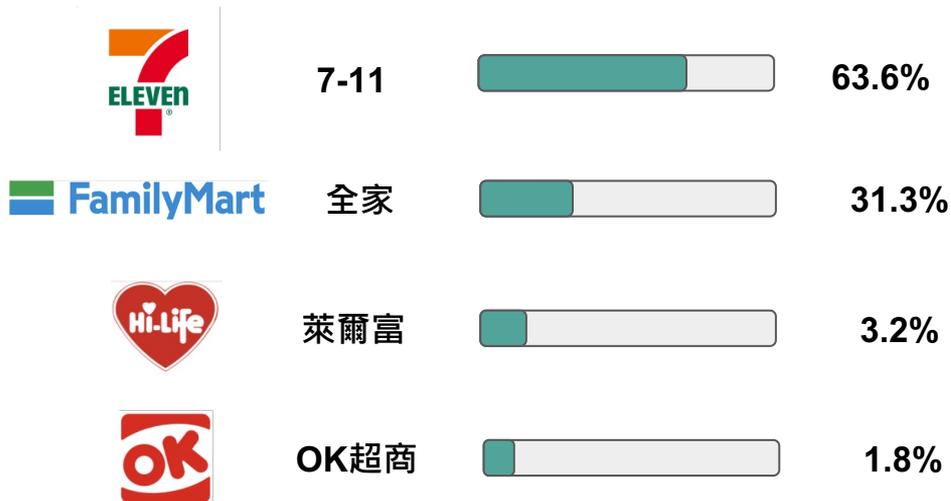
4.9%

REEBOK ( 3.8% ) 、 Under Armour ( 2.4% )

# 最喜歡的便利商店？



Z世代最愛便利商店  
7-11



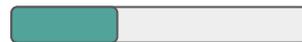
# 最喜歡的筆電品牌？



Z世代最愛筆電品牌  
ASUS



ASUS



36.9%



Apple



27.6%



acer



12.9%



msi

MSI微星



5.5%



HP



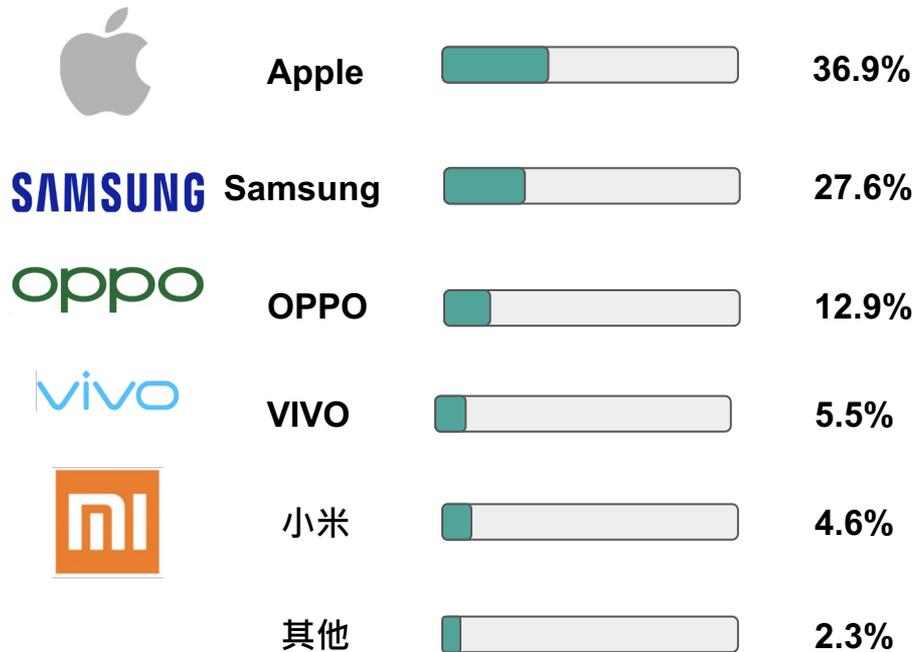
4.6%

Lenovo聯想 ( 3.7% ) 、Surface ( 3.2% ) 其他 ( 2.3% )

# 最喜歡的手機品牌？



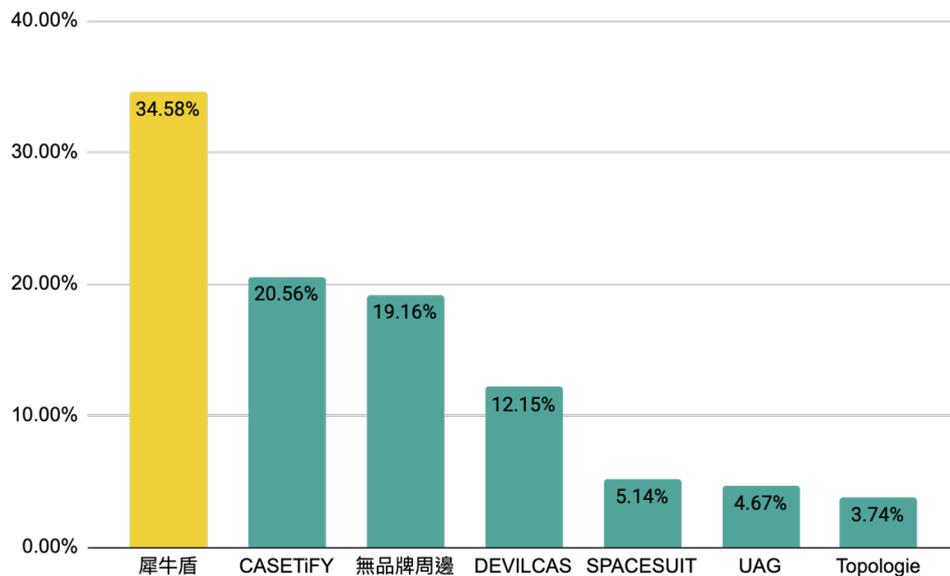
Z世代最愛手機品牌  
Apple



# 最喜歡的手機周邊品牌？

 RHINOSHIELD 犀牛盾

Z世代最愛手機周邊品牌  
犀牛盾





**Thank You.**

 Meteor  
全台最大學生社群

課業的、生活的、感情的  
娛樂的、交友的、政治的  
全方位最懂學生社群平台  
動員力最強的校園大使團

商業合作請洽：

Email：

[meteor@batmobile.com.tw](mailto:meteor@batmobile.com.tw)

電話：(02)2712-9191



了解更多