

萬事達卡愛情指數

情人節鮮花及首飾消費金額逆勢成長 為台灣情侶送禮最愛 近3成亞太區消費者在最後一刻秒刷情人節禮物表愛意

發稿日期：2019年2月14日

【台北訊】甫過完農曆新年，一年一度的情人節就在眼前，為了向心儀的另一半表達愛意，情侶們無不使出渾身解數浪漫慶祝。根據2018年萬事達卡「愛情指數」統計資料顯示，在情人節的慶祝方式及行程安排上，與情人共赴餐廳吃大餐跟到旅館慶祝情人節相較，台灣情侶更願意花錢購買鮮花以及首飾來取悅情人，2018年台灣民眾在情人節購買鮮花與首飾的刷卡金額與前次報告相較，分別成長了10%與15%。

從萬事達卡「愛情指數」也發現，近3成亞太地區民眾在情人節當天才選購情人節禮物；在情人節禮品項上，亞太地區的情侶則最愛和情人在旅館來歡度浪漫夜晚，旅館消費金額位居2018年亞太區情人節送禮品項榜首，其次為餐廳吃大餐與旅行的交通支出。

支付科技發達 驅動刷卡購物大幅成長

從萬事達卡「愛情指數」統計數據中發現，2016年至2018年情人節期間，全球感應式支付的交易金額的成長率，大幅增加229%，而交易占比也成長193%。台灣地區的增長率更是驚人，3年間使用感應式支付交易金額與交易占比分別巨幅成長1188%以及619%。

另外，隨著網路購物的快速到貨優勢，在情人節當天為情人創造驚喜，變得易如反掌，民眾不僅可以透過便捷的網路購物，即時與愛人浪漫慶祝情人節的到來，共享美妙體驗。和前次報告相較，2018年全球情人節線上購物交易量也大幅成長76%。

最後一刻秒刷愛的禮物 近三成亞太區民眾在情人節當天選購情人節禮物

台灣地區因情人節恰巧落在農曆新年小年夜，返鄉潮沖淡情人節的影響，2018年情人節總消費金額不增反減，和前次報告相較，整體情人節消費金額減少11%。受惠於網路購物快速到貨的優勢，近3成的亞太區民眾於情人節當天才秒刷愛的禮物。2018年亞太區情人節線上網購禮物交易訂單量，和前次報告相較則是成長32%。

###

萬事達卡及其相關研究

亞太地區的萬事達卡指數包括的消費者信心指數，及女性進步指數，金融指標指數，和全球主要城市指數。除了前述指數外，萬事達卡的相關研究還包括一系列消費者調查，包括網上購物，道德消費和一系列消費者優先支出項目（包括旅遊，餐飲和娛樂，教育，資金管理，奢侈品和一般購物）。

關於萬事達卡 About Mastercard

萬事達卡（紐約證券交易所代碼：MA），www.mastercard.com，為全球領先的科技支付品牌。營運全世界最快速的支付處理網路，萬事達卡連結超過 210 個國家和地區的消費者、金融機構、商家、政府和企業。萬事達卡的產品和解決方案，使日常商業活動一如購物、旅遊、企業經營和財務管理—更便捷、更安全、更有效率。欲瞭解萬事達卡，請上 Twitter [@MastercardAP](https://twitter.com/MastercardAP) 與 [@MastercardNews](https://twitter.com/MastercardNews)，亦可參與 [Cashless Pioneers Blog](#) 進行討論，或至 [新聞中心](#) 並 [訂閱](#) 最新相關資訊。

新聞聯絡人：

萬博宣偉公關

林書仔 2722-5779#606 / 0937-976-670

ELin@webershandwick.com

黃志浩 2722-5779#129 / 0930-933-857

KHuang2@webershandwick.com