

美2017年假期珠寶銷售額獲5.9%增長

2018年1月2日

資料來源：JCK Online

萬事達旗下顧客分析工具SpendingPulse於12月26日發表調查結果，與2016年同期相比，2017年消費者的假期間的平均花費增加4.9%。該數據為自2011年起同比最大增幅。

研究同時指出，網上購物的收益亦較2016年增加18.1%，主要受年終折扣所推動。受惠於Amazon及其他網上商店巨頭所提供的速遞服務，消費者於節日前的最後衝刺不再受實體店舖的限制。

相較2016年的數據，今年消費者於最後一刻為節日禮物的張羅大大推動珠寶的銷售。本季度的珠寶銷售增加5.9%，增幅主要來自最後階段的銷情。

萬事達市場策略高級副經理Sarah Quinlan指：

「本年度零售業造好，除了受美國利好經濟推動外，亦有賴於零售商為吸引消費者的新銷售策略。」

