

男生女生 Pay！我國男女信用卡消費樣態差異分析

（聯卡中心信用卡大數據平臺）

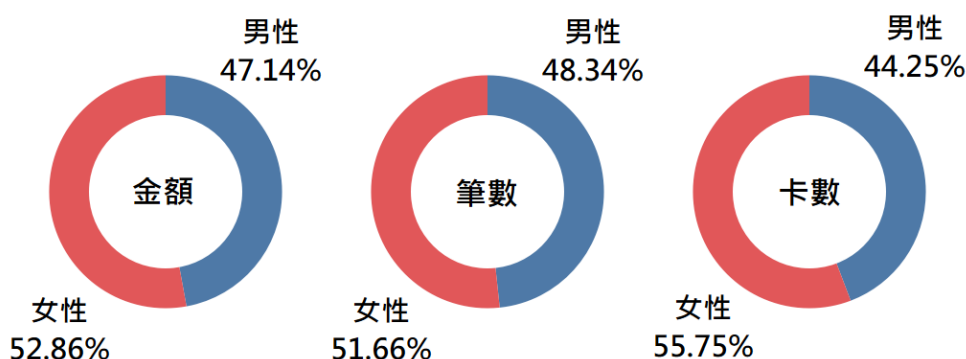
前言

在講究性別平權的今日，男、女性在教育、職場與家庭角色功能上的界線日益模糊，而這樣的轉變是否也反映在日常的消費行為之中？透過聯卡中心信用卡大數據的分析發現，男、女性在消費行為上則存在各具特色的消費樣態。本中心撈取自 2024 年 7 月至 2025 年 6 月間我國男女性持卡人的信用卡消費數據，從整體規模、交易結構、年齡與地區分布、產業別偏好，以及網購與便利商店等通路場景，呈現男女性消費樣貌的異同，提供社會觀察與產業應用之參考。

一、女性的消費能力與男性不分軒輊，甚至超前：信用卡消費金額、筆數及卡數全面領先

1.1 女性刷卡金額占 52.86%、刷卡筆數占 51.66%、消費卡數占 55.75%，皆高於男性

觀察近一年（2024 年 7 月至 2025 年 6 月）我國信用卡消費情形，女性持卡人的刷卡總金額占整體 52.86%（圖一），高於男性的 47.14%；在刷卡筆數方面，女性占 51.66%，亦高於男性的 48.34%。無論從消費金額或交易筆數來看，女性皆展現出較高的信用卡消費動能。進一步比較男、女性刷卡消費的總卡數，女性占比達 55.75%，同樣高於男性的 44.25%，女性更習慣使用不同卡片進行消費，是信用卡市場中最重要的主力刷卡族群。




圖一、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人之刷卡總金額、總筆數及消費總卡數占比





1.2 男性平均每卡年消費次數、金額均高於女性，平均每卡年消費金額為 70,383 元，高出女性約 7 千元

我們進一步依交易金額級距進行分析，男性在金額 500 元以下的交易，其次數占比近 65%（表一），高於女性的 60.64%，男性在小額消費的頻率較女性高，但其他金額級距的消費次數占比，皆是女性較高。而從平均單筆刷卡金額來看（表二），整體女性為 1,499 元，略高於男性的 1,429 元，在金額中位數上亦呈現相同趨勢，顯示女性單筆消費金額普遍較高。就每張卡片的年平均使用情形來看，男性平均每卡年刷卡金額為 70,383 元，高於女性的 62,629 元，差距約 7,700 元；男性平均每卡年刷卡筆數為 49 筆，高於女性的 42 筆。整體而言，男性傾向於集中使用較少張的信用卡進行消費，女性則傾向依消費場景及回饋使用不同卡片。

表一、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人於各金額級距消費之筆數占比

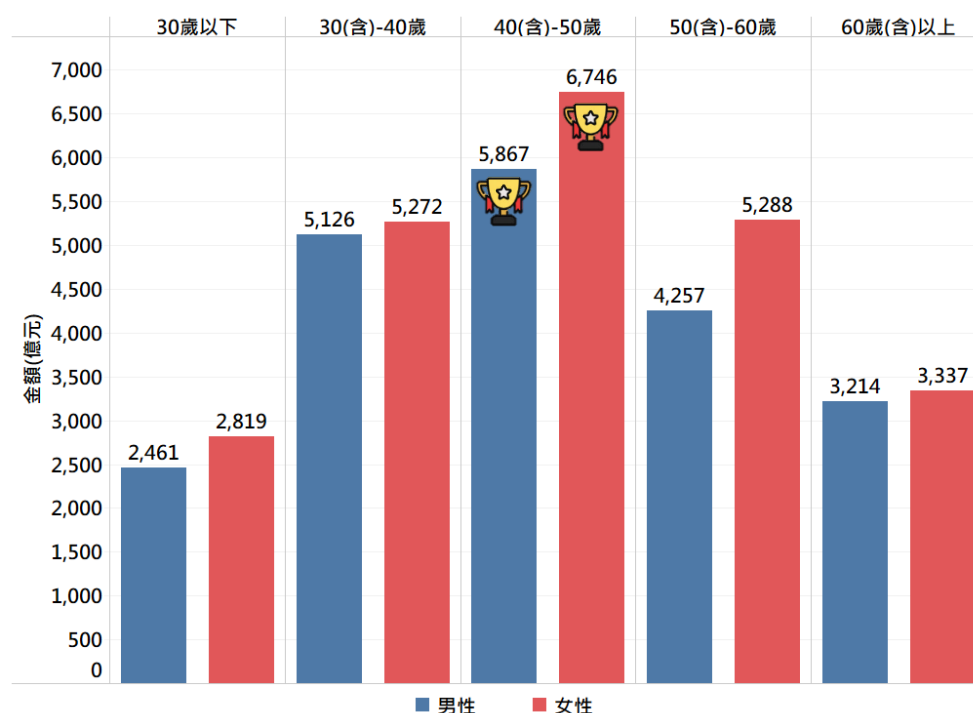
交易金額級距	男性	女性
未滿500元	64.73% 	60.64%
500(含)~1,000元	14.24%	15.83%
1,000(含)~3,000元	14.67%	15.93%
3,000(含)~5,000元	2.70%	3.28%
5,000(含)~10,000元	1.84%	2.24%
10,000(含)元以上	1.82%	2.08%

表二、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人之平均單筆刷卡金額、刷卡金額中位數、平均每卡年刷卡金額和平均每卡年刷卡筆數

	平均單筆刷卡金額	金額中位數	平均每卡年刷卡金額	平均每卡年刷卡筆數
男性	1,429元	271元	70,383元 	49筆 
女性	1,499元 	320元 	62,629元	42筆

1.3 男、女性消費力最強皆在 40-50 歲年齡層，女性在各年齡層消費金額皆高於男性

以各年齡層刷卡金額來看，各年齡層皆呈現「女性高於男性」的現象(圖二)，且男、女性刷卡金額最高的區間同樣集中於 40-50 歲。然而，第二高年齡層的分布呈現不同：女性第二高為 50-60 歲，男性第二高則為 30-40 歲。換言之，男性刷卡金額相對集中於 30-50 歲的青壯年階段，女性消費高峰則延伸至 40-60 歲。這也顯示女性在職涯後段乃至中高齡階段，在生活與家庭支出方面，較常扮演家庭採購支出的角色。



圖二、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國各年齡層男、女性持卡人之刷卡金額

1.4 全國地區僅新竹縣市呈現男性之消費金額領先女性

從各地區男、女性持卡人刷卡金額占比來看(表三)，全國多數地區皆由女性刷卡金額領先，僅新竹縣、新竹市是少數例外，男性刷卡金額高於女性。男性刷卡金額占比最高的地區集中於新竹市、新竹縣與金門縣，而女性占比最高的前三名為台東縣、澎湖縣及屏東縣，其中台東縣女性刷卡金額占比達 58.37%。整體而言，新竹縣市的男性刷卡優勢，與高科技產業聚集、產業結構與薪資水準等因素具關聯性，使當地形成較鮮明的男性消費市場；其餘多數地區則仍以女性為主要刷卡消費者。

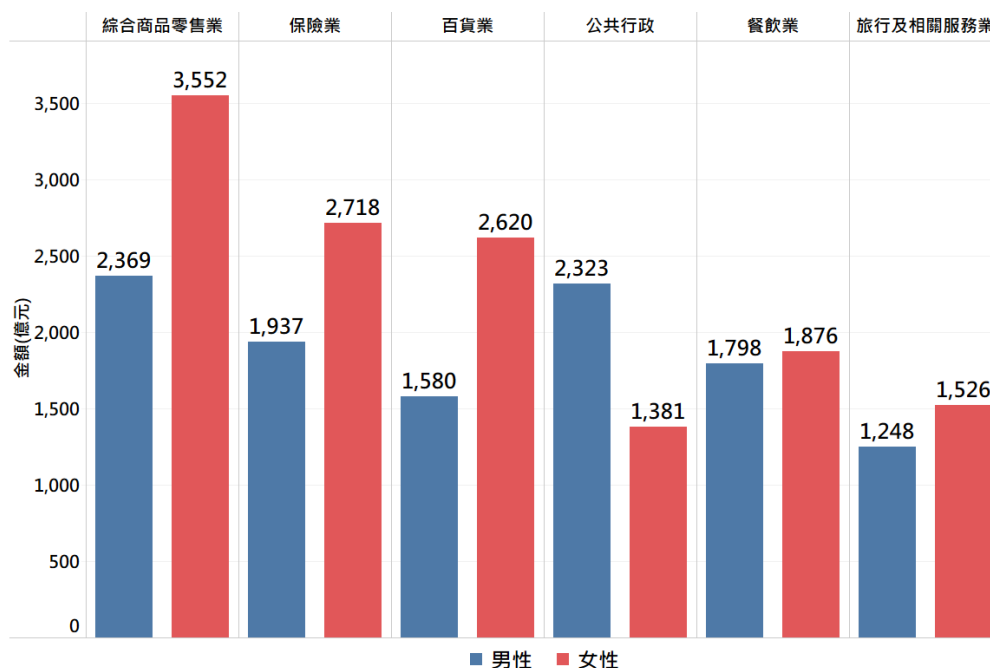
表三、2024 年 7 月至 2025 年 6 月各地區之男、女性持卡人刷卡金額占比

持卡人帳單地	女性	男性	持卡人帳單地	女性	男性
台東縣	58.37%	41.63%	南投縣	54.12%	45.88%
澎湖縣	58.30%	41.70%	台南市	53.30%	46.70%
屏東縣	58.01%	41.99%	彰化縣	53.26%	46.74%
花蓮縣	57.67%	42.33%	新北市	52.87%	47.13%
嘉義市	56.14%	43.86%	桃園市	52.11%	47.89%
高雄市	55.53%	44.47%	苗栗縣	52.00%	48.00%
連江縣	55.32%	44.68%	台北市	51.47%	48.53%
宜蘭縣	55.30%	44.70%	基隆市	50.96%	49.04%
嘉義縣	54.92%	45.08%	金門縣	50.47%	49.53%
雲林縣	54.38%	45.62%	新竹縣	47.33%	52.67%
台中市	54.17%	45.83%	新竹市	47.05%	52.95%

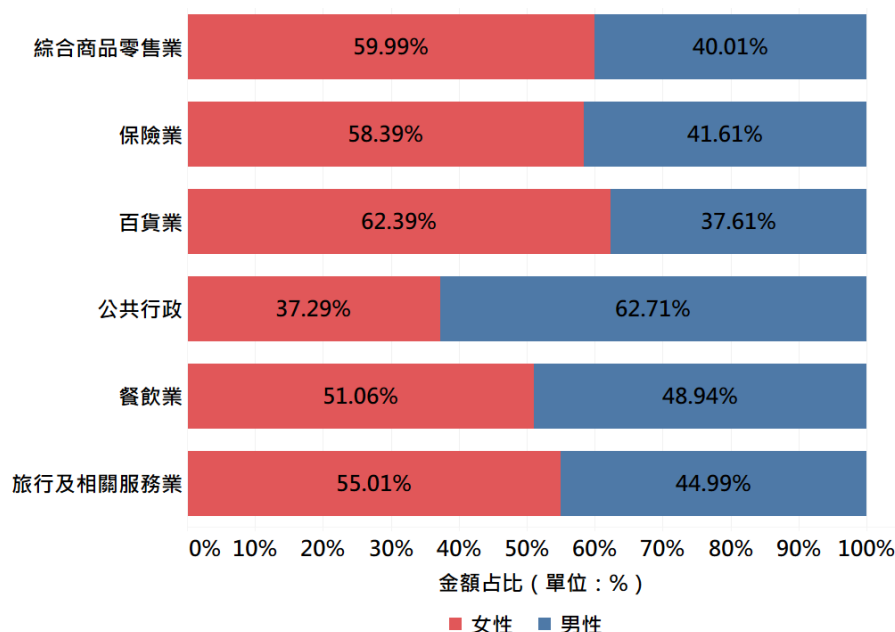
二、購物型消費由女性帶動，公共行政支出則由男性支撐

從近一年男、女性持卡人的刷卡主要行業分布來看(圖三)，兩性前六大消費行業別一致，僅排序有所差異，主要集中於零售、保險、百貨、公共行政、餐飲及旅行業等民生及公共相關產業。但在消費金額上，性別差異相當明顯。女性在綜合商品零售業及百貨業的刷卡金額均較男性高出 1,000 億元以上，呈現在購物相關消費的高度參與；相較之下，男性在公共行政的刷卡金額則高於女性近 1000 億元，呈現不同的支出重心。

若再從金額占比觀察(圖四)，女性在百貨業的刷卡金額占比達 62.39%，於綜合商品零售業亦接近六成，顯示購物型消費市場明顯由女性帶動；而公共行政類別男性消費占比達 62.71%，這反映家庭財務分工上的差異：女性較常承擔日常採購與生活開銷，男性在繳稅與公共費用等支出上比重較高。



圖三、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人刷卡金額前六名行業別及刷卡金額



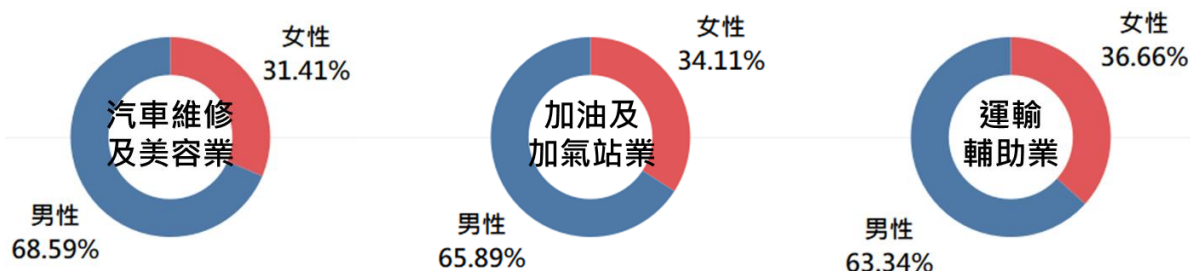
圖四、2024 年 7 月至 2025 年 6 月刷卡金額前六名行業別之男、女性刷卡金額占比

三、傳統偏好仍在，男性愛車，女性愛美，但界線正在鬆動

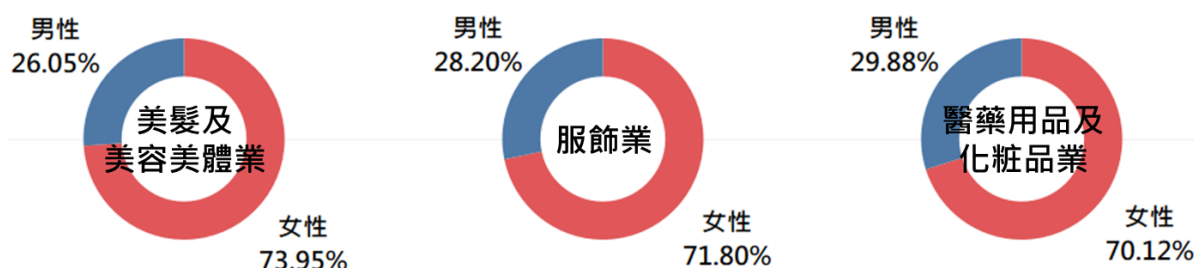
3.1 男性在交通相關行業的筆數占比超過 60%，女性在服飾美容的占比高達 70%以上

另依各行業信用卡消費資料分析，男、女性消費筆數占比進行排序（圖五），男性消費筆數占比最高的前三大行業，依序為汽車維修及美容業、加油業及運輸輔助業，上述行業中男性消費筆數占比皆超過 60%，且多屬交通與車輛使用相關，顯示男性在車輛保養、燃料支出及交通服務等面向的消費較多。

相較之下，女性消費筆數占比最高的行業為美髮及美容美體業，占比高達 73.95%（圖六），其次為服飾業以及醫藥用品及化妝品業，其消費筆數占比皆超過 70%。這凸顯女性在穿搭、保養與美容相關支出上的投入，也顯示美麗經濟在女性市場的長期需求與成長潛力。



圖五、 2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男性刷卡筆數占比最高的前三名行業

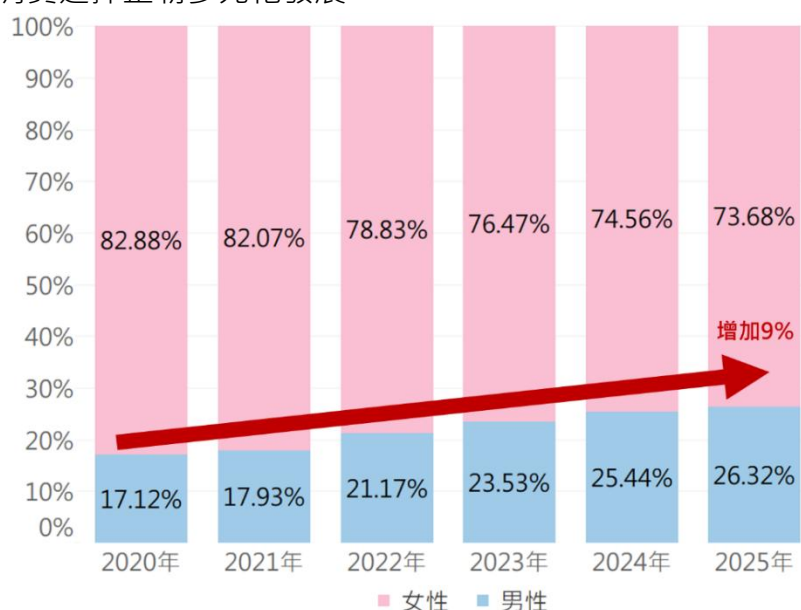


圖六、 2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國女性刷卡筆數占比最高的前三名行業

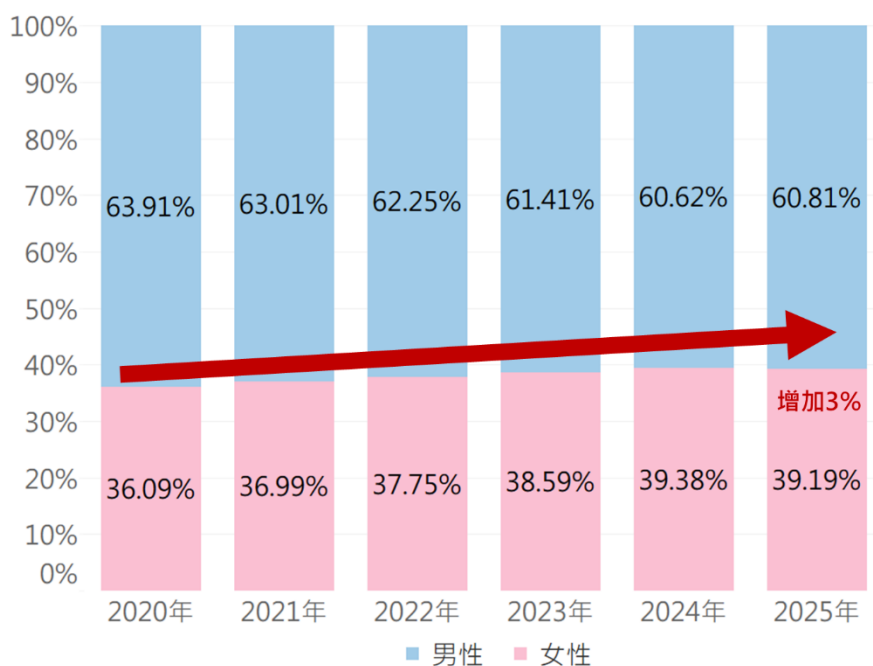
3.2 性別消費界限逐漸模糊：男性美容、女性車輛相關消費占比同步上升

隨著生活型態與社會角色的轉變，男、女性的消費行為亦呈現逐步調整的趨勢。進一步分析近六年男、女性於美髮及美容美體業的消費筆數占比變化（圖七），男性占比由 2020 年的 17.12% 穩定上升至 2025 年的 26.32%，增加約 9 個百分點，顯示現代男性對於個人外表管理與美容相關服務的需求持續提升。

另一方面，女性在傳統以男性為主的汽機車及其零件用品業中，消費筆數占比亦呈現緩步成長趨勢，由 2020 年的 36.09% 提升至 2025 年的 39.19%，約增加 3 個百分點（圖八）。儘管增幅相對有限，但已顯示女性逐漸增加對車輛相關消費。整體而言，男、女性在部分傳統由性別主導產業中的消費界線正逐漸模糊，消費選擇正朝多元化發展。



圖七、近六年我國男、女性持卡人於美髮及美容美體業的消費筆數占比（2020 年 1 月至 2025 年 6 月）

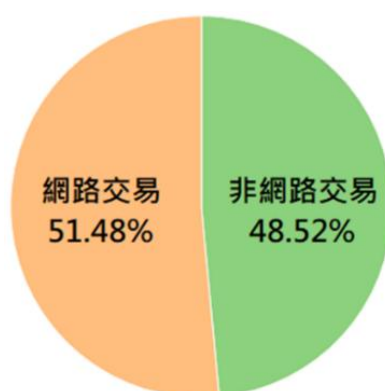


圖八、近六年我國男、女性持卡人於汽機車及其零件用品業的消費筆數占比 (2020 年 1 月至 2025 年 6 月)

四、網路交易已成為生活日常，整體網路交易仍以女性為主

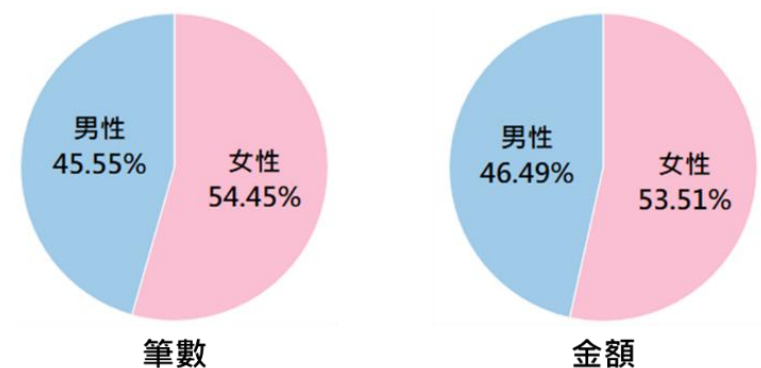
4.1 女性在各年齡層網路交易的參與度均較男性高

網路交易憑藉便利與價格優勢特性，近年來已經高度生活化，網路消費的筆數占整體刷卡總筆數超過 5 成 (圖九)，已成為民眾日常用品採買主要通路之一。而以男、女性在網路交易的筆數占比來看，女性占 54.45%，男性占 45.55% (圖十)，女性的刷卡金額占比亦達 53.51%，女性在網路交易不僅刷得廣也刷得多。另從各年齡層男、女性網路交易的筆數占比來看，女性於各年齡層皆高於男性 (圖十一)，尤其以 50-60 歲女性占比最高，女性在網路通路參與度更高。在消費金額占比方面，除了在 60 歲以上的男性較女性有更高的占比外，其他年齡層也都由女性領先。

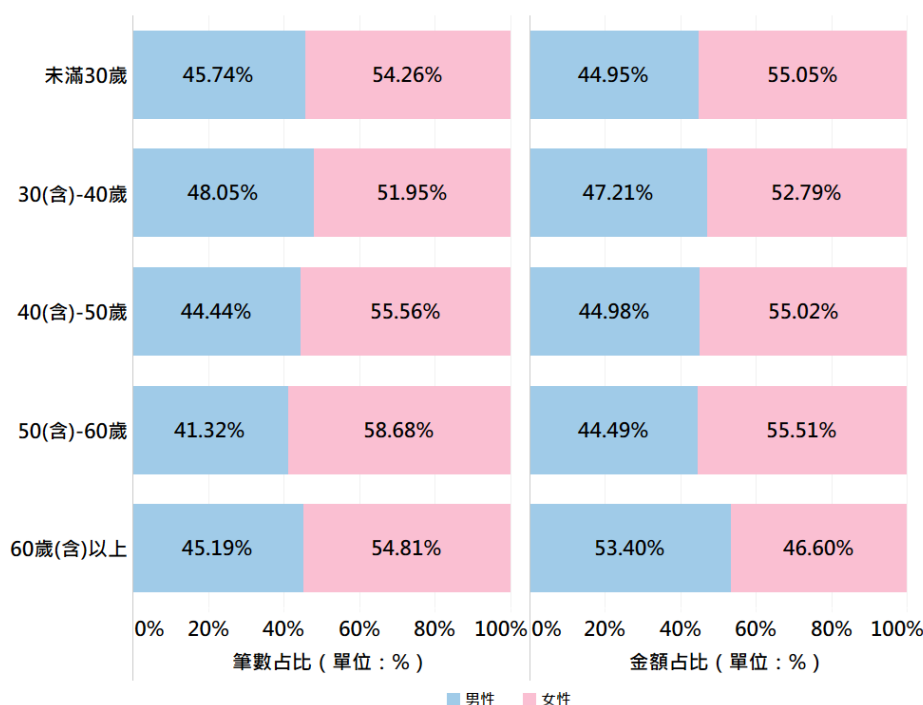


圖九、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國持卡人使用網路交易筆數占比

註：本文網路交易包含網路購物消費交易及電子錢包交易



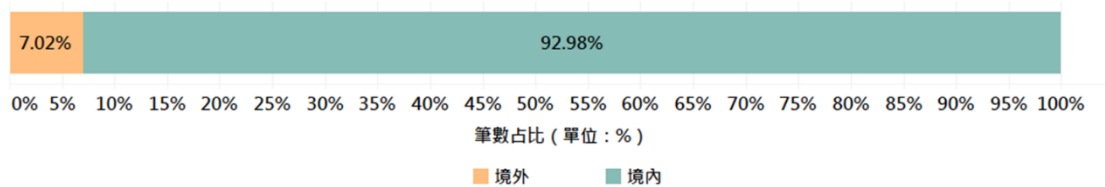
圖十、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人網路交易的筆數及金額占比



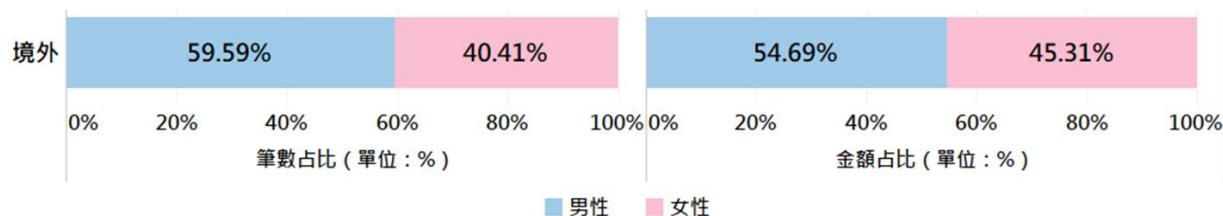
圖十一、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國各年齡層男、女性持卡人網路交易筆數及金額占比

4.2 男性在國外網路交易勝過女性，而女性則在國內網路交易取得領先

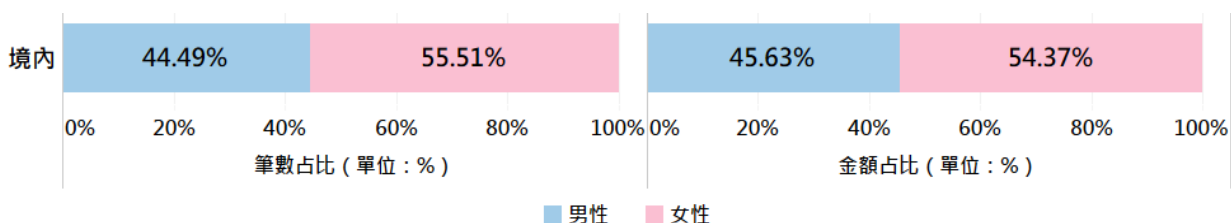
近年來跨境網購風潮逐漸興起，跨境網購雖具商品特殊性與區域價格優勢，但目前國外網路交易筆數僅占整體網路交易的 7% (圖十二)，民眾仍以國內網路交易為主。我們進一步把網路交易市場區分國內外，可以發現男性是國外網路交易的愛好者，其交易筆數占比近六成 (圖十三)，金額占比也近 55%，雙雙領先女性。而國內網路交易仍由女性保持優勢，筆數及金額占比約在 55% (圖十四)。跨境網路交易更偏向「產品功能及價格差異化」的消費，男性參與更積極，而國內網路交易則更貼近日常採買，仍由女性主導。跨境網路交易，主要集中於 Google、Apple 等科技零售、Amazon、淘寶等大型跨境電商及 Agoda 等 OTA 旅遊業者。而國內消費則以 MOMO、蝦皮等大型電商平臺及 Uber Eats、Foodpanda 等餐飲外送平台。



圖十二、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國持卡人國內外網路交易消費筆數占比



圖十三、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人國外網路交易消費的筆數及金額占比



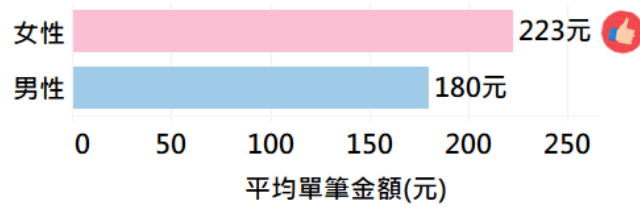
圖十四、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人國內網路交易消費的筆數及金額占比

五、男性更常在便利商店消費，筆數占比達 55.48%，40 歲以下男性更為明顯

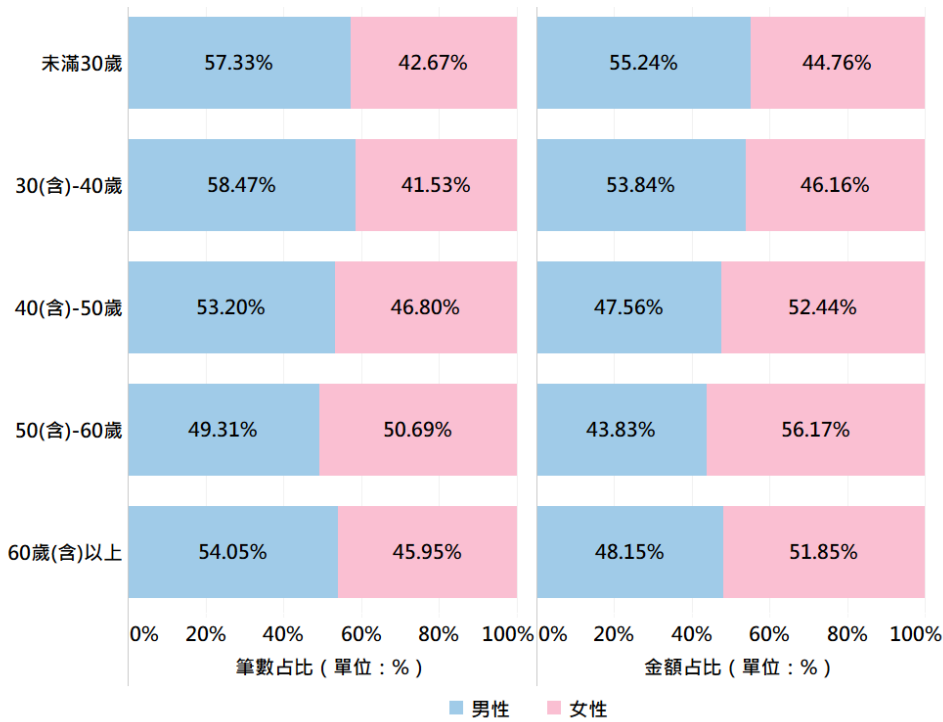
便利商店不僅只是零售通路，更結合餐飲、物流與數位服務，已成為民眾高度依賴的生活平台。在便利商店通路中，男性整體消費筆數占比達 55.48% (圖十五)，高於女性。但女性平均單筆消費金額為 223 元，高於男性的 180 元 (圖十六)，因此，男女性消費金額占比接近 50%，表現相當。再看年齡分布 (圖十七)，除 50–60 歲年齡層男性消費筆數占比略低於女性外，其餘年齡層男性筆數占比皆高於女性，尤以 30 歲以下及 30–40 歲男性占比接近六成，顯示 40 歲以下男性更喜愛在便利商店消費；而金額占比方面，男性僅在 30 歲以下與 30–40 歲超越女性，其餘年齡層女性占比較高。



圖十五、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人在便利商店的消費筆數、金額占比



圖十六、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國男、女性持卡人在便利商店的平均單筆消費金額



圖十七、2024 年 7 月至 2025 年 6 月我國各年齡層男、女性持卡人在便利商店的消費筆數、金額占比

結論

從聯合信用卡處理中心信用卡數據平臺資料顯示，男女性在整體信用卡消費規模、使用型態與支出重心上，仍呈現出部分差異。女性在刷卡金額、交易筆數與消費使用卡數上表現較為突出，顯示其在日常採購與生活型消費中，仍扮演主要推動角色；男性則在公共行政、交通及與部分特定消費場景如便利商店及國外網購中占有較高比重，反映不同性別在生活與財務分工上的角色不同。值得注意的是，部分由傳統性別愛好主導的產業，其消費結構已出現變化，顯示性別消費界線正逐步鬆動，消費選擇朝向更為多元的方向發展。整體而言，信用卡消費行為不僅反映兩性偏好，更映照出家庭角色與生活型態的變遷，提供了解社會結構的具體觀察視角。