

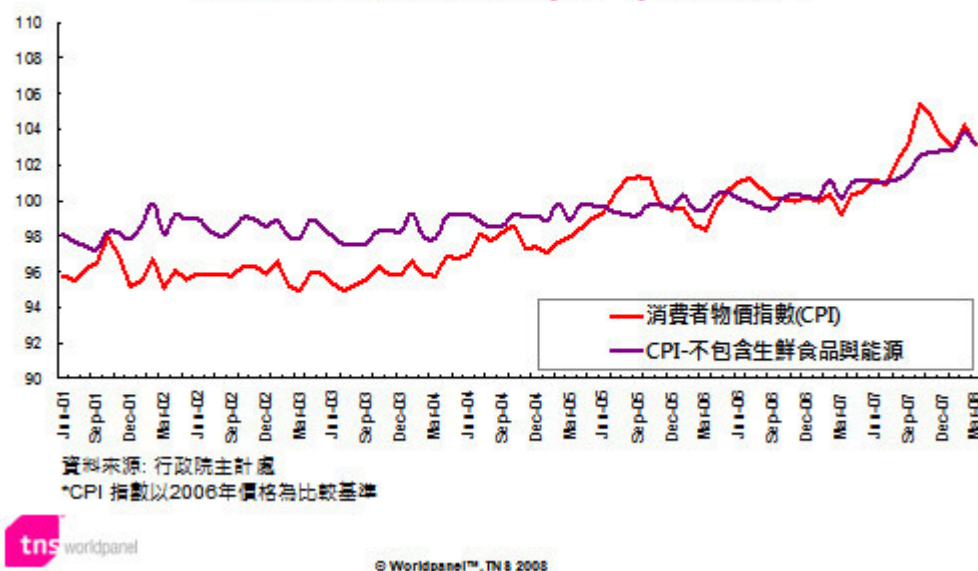
News Express

tns Taiwan

薪水「錢」面縮水 消費信心有待回升

台灣在面臨國際油價及主食（米、麵粉等）價格高漲的成本壓力之下，通貨膨脹成長的速度遠大於民眾薪資成長的幅度，除了造成可支配所得減少外，也使民眾對當前的經濟環境逐漸失去信心。

消費者物價指數 (CPI) 走勢圖



在此同時，台灣的消費者為因應物價高漲的環境，開始改變以往的消費優先順序，而這樣的情形反應在各類民生消費品上，許多商品的消費趨勢逐漸受到影響。

沒有沒關係，擁有更開心!

TNS資深客戶經理貝乃莉指出，在經濟穩定的情況下，非民生必需品的市場才能有長足的成長空間。母乳哺育率在長期鼓勵教育母乳的好處後已逐漸提高，近來更在奶粉漲價的情況下更顯增加，顯示嬰兒奶粉的購買由免費且更具營養價值的母乳所取代。在中國製品含三聚氰胺事件爆發後，母乳哺育率攀升的狀況更加明顯。

同樣地，專櫃保養品市場等高單價品因消費行為的轉變而遭受衝擊，觀察購買者縮減經費或是更集中在促銷期間購買。此外，健康食品則受可支配所得減少的影響，市場銷售（特別在送禮市場）呈現下滑走勢。

生鮮產品，「月」買「月」貴

像是鮮奶及新鮮食品這樣的生活必需品，因為不容易被取代，縱使價格不斷上漲導致必須支付更多金額，消費者們仍然必須維持跟以往差不多的消費量。

日常用品，多買多賺!

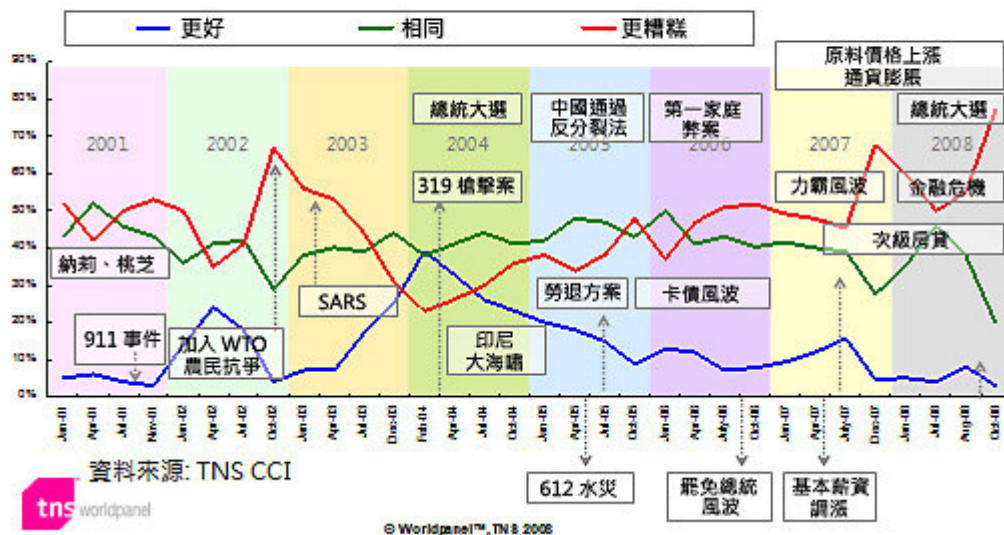
在漲價的消息宣佈後，囤貨的狀況開始出現，最明顯的例子就是民眾普遍開始囤積衛生紙、奶粉及牙膏等日常用品。

其它的替代選擇

在這一波漲價的情況下，那些能取代高價消費品的品類因而受惠；舉例來說，食用油的成長主要受惠於消費者減少外食改為自己開伙；而高價的護髮產品也取代了過去民眾去沙龍護髮的消費行爲。

台灣民眾的信心因股災而備受打擊，根據今年10月份TNS CCI (消費者信心指數)資料顯示，台灣民眾消費信心指數降至48.2分，為近五年來最低點；77%的台灣民眾覺得台灣現在的整體經濟情況比半年前差，對於政府能使經濟「馬上好」的希望破滅，認為自己現在過的比去年更糟糕。

與去年相比，您與您家人的財務狀況是變的更好、相同，或是更糟糕？



TNS CCI 10月份的調查也指出，大部分的台灣民眾都不認為目前的經濟情況會馬上好轉，只有21%的民眾相信經濟在未來六個月內會變好，而43%的人則認為未來的經濟環境會變得更糟。

受到國際金融風暴波及，台灣目前又面臨「通貨緊縮」的顧慮。10月份消費者物價年增率2.93%，雖然仍呈正向，但增長幅度已創近14個月以來新低。國際油價回跌、食品價格壓力趨緩、低信心導致的低股價、以及台灣經濟的急劇減速，引發了強大的降價壓力。以日本為例，在經濟泡沫破裂後的近十年間，通貨緊縮一直是一大問題。因此，通貨緊縮是經濟泡沫將要破裂的警訊，台灣必須正視通貨緊縮的議題以防範市場在未來受到嚴重衝擊。

編輯說明：

本文相關數據資料來自TNS模範市場研究公司消費者指數研究處，目前TNS於全球52個國家均提供此研究服務。消費者指數研究為『Consumer Panel』的中文翻譯，此研究方法已有超過半世紀的歷史之久，主要為針對一具代表性的樣本群進行持續性的觀察，以推論研究母體的變化。

消費者指數在台灣由TNS於1997年設立至今，依研究母體的不同，所提供的產品包含『Worldpanel 家戶消費指數』（現有樣本群2,500個家戶）、『Worldpanel Beauty女性消費指數』（現有樣本群3,000位女性）、『Worldpanel Baby嬰兒消費指數』（現有樣本群90位母親）、『Worldpanel Impulse個人消費指數』（現有樣本群4,800位個人）。

關於TNS

TNS 為一全球性集團，專長於市場資訊與消費者洞察。

TNS的目標是成為全球市場資訊的領導者，提供具有附加價值的資訊與洞察，以協助客戶作出更有效的決策。TNS集團藉由遍佈全球80餘國的分公司，傳遞創新的思維與最佳的服務。TNS並以建立夥伴關係來服務客戶，提供高品質的資訊、分析及洞察，讓客戶更加瞭解消費者行爲。

TNS為全球領先的專案市場研究集團，能夠完整結合產業知識與研究專業 - 包括對新產品開發研究、品牌暨廣告溝通研究、企業利害關係人管理研究、零售市場及消費者研究洞察等領域。同時，TNS集團旗下的服務也涵蓋消費者指數研究、媒體研究以及網路／電視／廣播收聽率調查服務。

TNS is the sixth sense of business.™

全球官網：www.tnsglobal.com

台灣官網：www.tns-global.com.tw

關於Kantar集團

Kantar集團是全世界最大的市場研究、消費者洞察、以及顧問服務提供的集團之一。藉由整合旗下超過20家專精於不同領域的公司 – 包括最近加入的TNS，Kantar集團的目標是成為世界首屈一指的供應商，提供全球企業信服及可付諸行動的消費者洞察。Kantar集團於全球80餘國擁有26,500名員工，其專業遍及所有市場研究與顧問諮詢服務領域，其多樣化的人才使Kantar集團能夠為客戶提供任何消費環節上所需要的商業洞察。Kantar集團相關的服務為超過半數的世界500大公司所採用。Kantar集團是WPP集團旗下完全控股的分支機構。如需更多相關資訊，請至www.kantargrouptns.com查詢。

如欲查詢更多資料，請聯絡：

龐睿智 02-2577-5505 ext.145, roger.pang@tns-global.com

如欲查詢更多有關Worldpanel消費者指數研究資料，請聯絡：

邵正文 – TNS模範市場研究顧問公司，消費者指數研究處 新事業開發部總監

02-2577-5505 ext.314, vincent.shao@tns-global.com