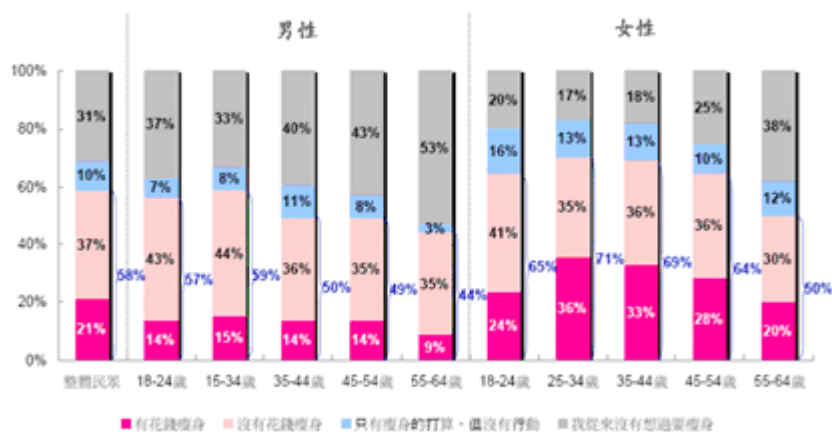


花錢享瘦 瘦的是身材還是荷包？

炎熱的七月夏季即將來到，脫下厚重的冬衣，開始誠實面對冬令進補在自己身上所留下的痕跡，以及親朋好友對你「年年減肥年年肥」結果的質疑，您是不是已經忍不住要大喊「受不了瘦不了！」，並且馬上開始計畫瘦身呢？面對市面上五花八門的瘦身方法，有人吃的抹的樣樣來，也有人專心一致的遵守「少吃多動」的基本功，到底什麼方法才能有效、徹底「享瘦」呢？

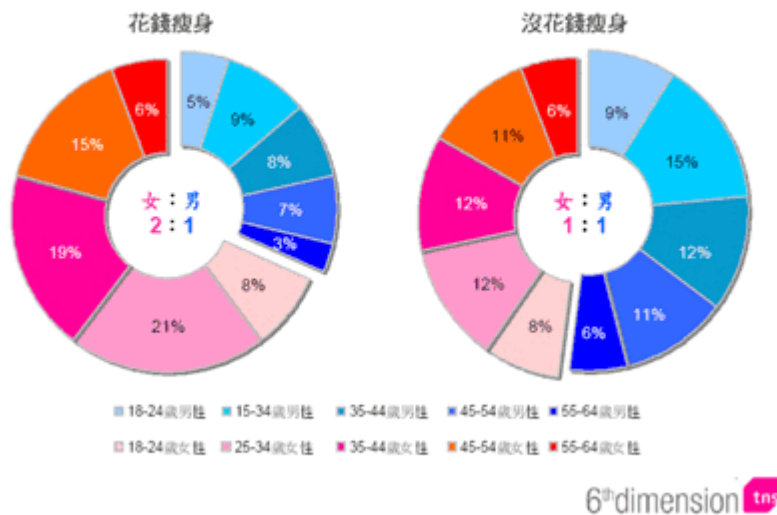
根據動腦網站協同tns模範市場研究公司，透過EmailCash所進行的瘦身經驗調查顯示，台灣地區18-64歲的民眾中，超過三成的人有瘦身的經驗。其中，輕熟女（25~34歲）和熟女（35-44歲）們曾經減肥瘦身的比例竟高達七成，願意花錢購買各式各樣的瘦身輔助品者即佔了三分之一。

台灣成年民眾的瘦身經驗

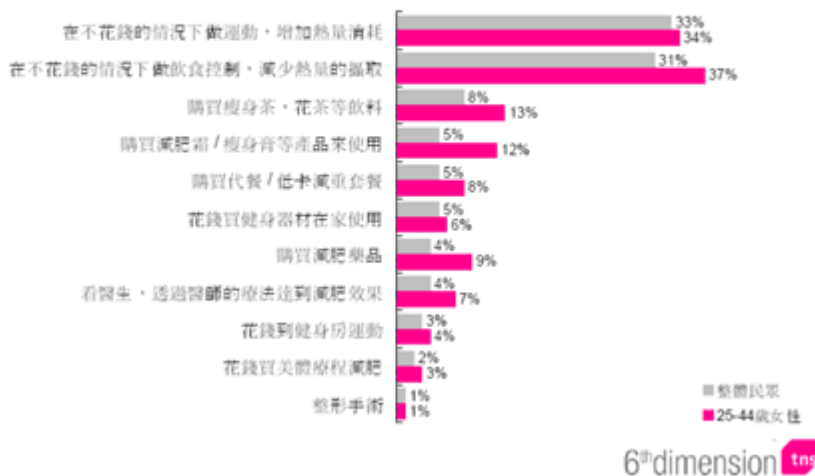
6th dimension tns

從瘦身的各種方式也發現，輕熟女和熟女們（25-44歲）正是瘦身輔助品市場最大的消費群，約佔40%。在她們花錢購買的瘦身輔助品之中，最多人用的產品分別是「瘦身茶」（13%）和「減肥霜或瘦身膏」（12%）；雖然採取「吃減肥藥」（9%）、「代餐」（8%）和「看醫生」（7%）等方式的比例相對較低，但是輕熟女和熟女們使用這些方式瘦身的情形仍比一般民眾略高，再次證明她們就是這些瘦身產品、方法的主力客群。

花錢和不花錢瘦身的族群結構

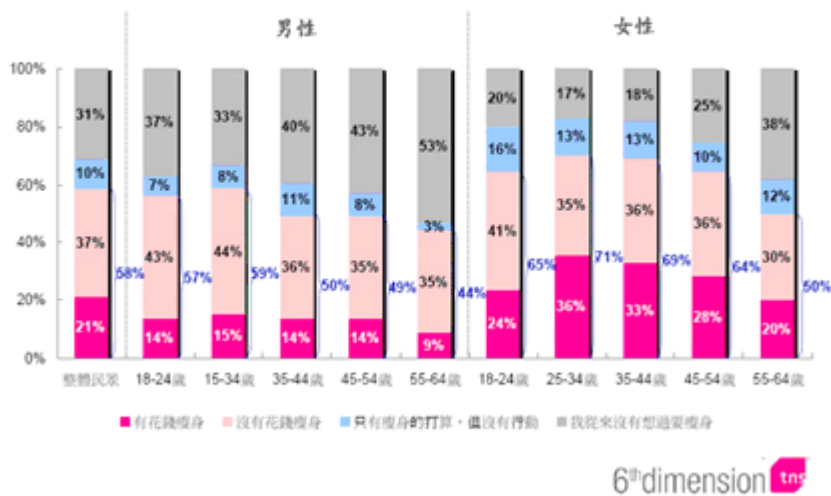


台灣成年民眾最近一次的瘦身方式



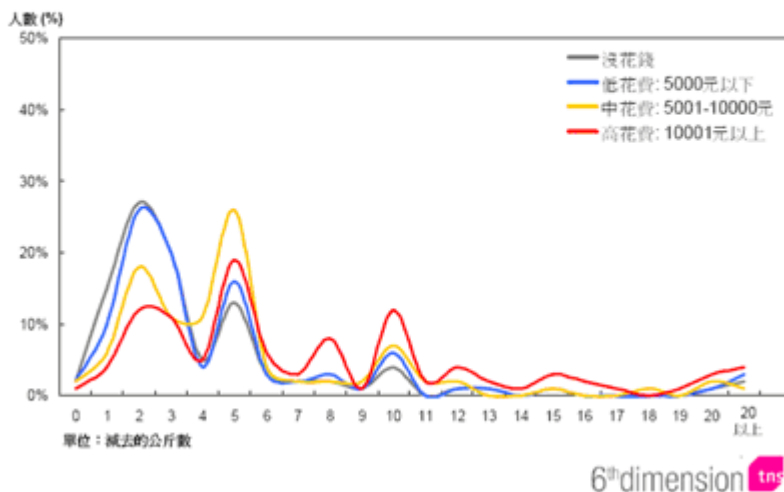
tns進一步了解這群願意「花錢享瘦」的輕熟女和熟女們的消費金額，結果顯示在一次瘦身的過程中，至少花掉5千元以上的人就佔了三分之一。如果以平均月薪三萬元來計算，這群願意「花錢享瘦」的輕熟女和熟女們瘦一次身，就可能花掉自己六分之一的月薪。

台灣成年民眾的瘦身經驗



荷包失血之後，惱人的肥肉是不是也跟著消失了呢？還是只換來無盡的唏噓和怨嘆？tns根據輕熟女和熟女們的瘦身金額和實際減重成果繪製了一組曲線，結果發現，不花錢減重（0元）和低花費（1~5,000元）的瘦身效果差異不大，而中高花費的瘦身效果雖然略較前兩者明顯，但是也沒有業者所宣稱的神奇效果。

25-44歲輕熟女和熟女們花錢瘦身的成果曲線



tns研究員吳婷涵指出，在目前窈窕曼妙、身軀纖細的女性身為主流價值的社會中，25~44歲的輕熟女和熟女們擁有金錢自主權，為了追求理想中的身材，甘願花錢瘦身的結果並不令人意外。但是，從她們為了瘦身所花費的金額來看，願意花費五千元以上的人高達三分之一，可見瘦身輔助品的市場規模仍非常具有開發價值。

不過，受訪民眾的親身成果也顯示，雖然花錢瘦身的效果可能比較明顯，但是也沒有令人驚奇的表現。愛美的民眾仍需衡量自己的期待與花費，並兼顧身體的健康，來選擇正確的瘦身方式。

編輯說明：

本調查是tns模範市場研究顧問公司於2008年6月14日~6月17日間，透過Emailcash台灣電子郵件市調網合作執行台灣網友瘦身經驗的調查，透過6th Dimension網路調查方式收集資料。研究對象為台灣18~64歲的網路使用者，有效樣本共28,772份。

關於動腦：

動腦數位平台整合了Brain.com、動腦每日報、動腦雜誌，定期與專業的市場調查公司合作，為廣告傳播圈找出各種市場商機，及消費者內心的需求。這項調查每週更新一次，歡迎各媒體運用。

動腦Brain.com | 行銷·廣告·傳播·創意數位平台www.brain.com.tw

如有任何問題，歡迎E-mail至askbrain@brain.com.tw

關於台灣EmailCash：

「EmailCash台灣電子郵件市調網」源自於澳洲，目前會員數約40萬，為台灣目前最大的會員獎勵網站，創新並成功的結合公司、廠商及會員的三贏模式，無論是網路問卷、電子郵件廣告、或是特約商家拆帳，EmailCash都會將由市調、廣告、及購物所得到的收入，以利益共享的方式回饋給會員，回饋方式是以EmailCash專屬的虛擬貨幣「e元」支付給會員，當會員累積到一定數量的e元時，除了參與e元競標外，亦可拿來兌換現金或獎品。如此創新的網路模式不但讓創辦人鄭言立先生榮獲台灣政府所頒發的海外華人創業楷模獎，同時也讓EmailCash在台灣的會員人數直線攀升，會員忠誠度更是在台灣網站中名列前茅，在未來EmailCash會推出更多創新的會員獎勵方式，繼續滿足台灣網友，讓會員享有世界級獎勵網站的待遇。同時我們也期許自己，讓「EmailCash」成為台灣網路公司響譽國際的品牌。

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，以協助客戶做出更有效的決策。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為。

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／廣播視聽率調查服務。

TNS is the sixth sense of business™.

全球官網：www.tnsglobal.com

台灣官網：www.tns-global.com.tw

如欲查詢更多資料，請聯絡：

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