

訂製婚紗概念漸興 美夢成真代價不低

近期最受眾人關注的兩場世紀婚禮莫過於偉玲戀修成正果和鴻海郭董覓得第二春。兩對佳偶的婚禮日期、場地、來賓名單都是媒體爭相探詢的焦點，此外，婚紗業者和時尚名人也相當好奇兩位新娘訂製的婚紗款式，將會如何襯托出兩位新嫁娘的美貌與氣質。而看著這些新聞的妳是否也幻想過：那我的理想婚紗呢？

TNS模範市場研究公司，透過EmailCash進行了一項網路調查，總共訪問了5,150位16~40歲的未婚台灣女性，並且根據他們對於理想婚紗的需求和看法，將他們區分為三大族群。

(一) 購買量身訂製的婚紗 (29%) — 她們希望擁有自己的專屬婚紗

“我參加過太多婚禮了，婚紗也是會撞衫的！我不只一次看過不同新娘穿同一件婚紗，我不希望這種情形也發生在我身上。” (32歲 陳小姐 創意產業)

“結婚那天我希望自己是最特別的，我希望打造一件100%完美又屬於我的婚紗，而且會把這件婚紗留給女兒，這是非常有意義的一件事情。” (20歲 李姓大學生)

(二) 租借婚紗而且不接受二手婚紗 (38%) — 她們希望租借婚紗，而且這件婚紗從來沒有被別的新娘穿過

“新出爐的婚紗樣式比較新穎，而且不怕沒洗乾淨。” (30歲 林小姐 工商服務業)

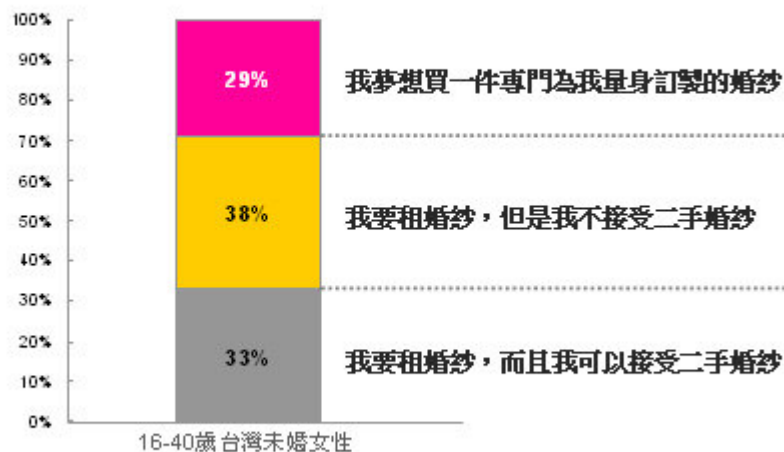
“我總覺得別人穿過的婚紗髒髒的，而且婚紗一定要用租的呀！不然我也不知道買了之後，什麼時候還會再穿耶！” (16歲 李姓高中生)

(三) 租借婚紗且可接受二手婚紗 (33%) — 她們希望租借婚紗，而且可以接受這件婚紗有別的新娘穿過

“婚紗說穿了就是一件衣服，我買衣服，不會介意有沒有別人試穿過！這是一樣的道理。” (25歲 平小姐 教育工作)

“我覺得婚紗造型最重要，只要能夠挑到中意的款式就好了。” (35歲 吳小姐 室內設計師)

台灣地區16-40歲未婚女性的理想婚紗類型



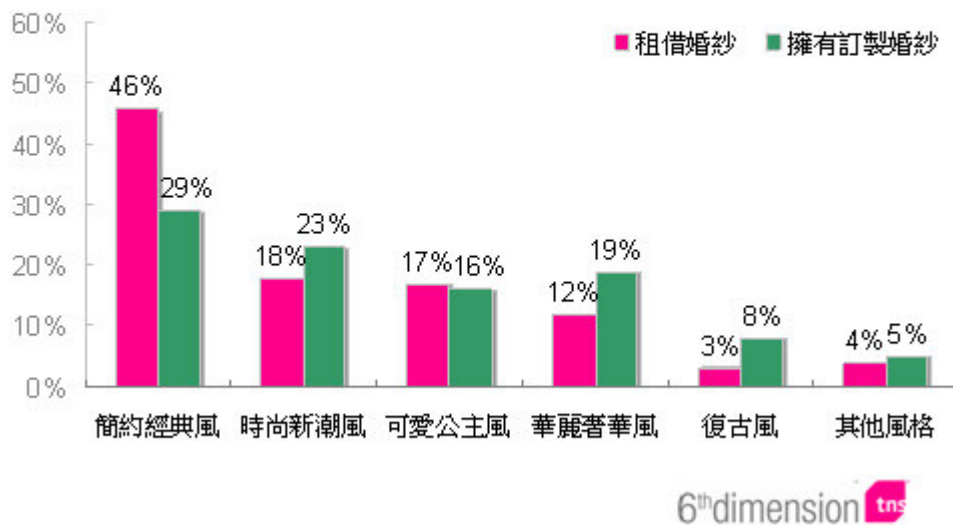
6th dimension tns

近三成的未婚女性內心深處懷抱著訂製婚紗的浪漫夢想，然而，這是不是意味著訂製婚紗的市場潛力無窮？TNS進一步探討這群夢想購買訂製婚紗的女性願意付出的代價，結果發現有只有五分之一的受訪者願意支付台幣十萬元以上的金額來實現擁有專屬婚紗的美夢。如果換算成整體市場來說，只有5%的未婚女性希望擁有量身訂製的專屬婚紗，而且願意付出接近市場行情（約10萬元）的代價。

西敏英國手工婚紗設計師Michelle紀小姐指出，有意訂製專屬婚紗的台灣新娘多半曾於國外居住或求學，受到歐美女性擁有專屬婚紗的文化影響。然而，會讓她們打退堂鼓的原因不外乎價格昂貴、長輩親友建議把預算花費在其他婚禮開銷上，以及台灣氣候潮濕不利婚紗長期保存。

究竟哪種類型的婚紗最能打動台灣女孩呢？TNS發現「簡單、典雅」的設計風格最受青睞。值得注意的是，對於想要訂製專屬婚紗的女性來說，雖然「簡約經典風格」也很受歡迎，但是「華麗奢華風格」（19%）和「新潮時尚風格」（23%）也都有不少支持者。由此可見，這群準新娘可能更希望把握一生難得的美麗機會，展現自己獨特、時尚的一面。

台灣地區16~40歲未婚女性理想婚紗的設計風格



TNS研究員傅其頤表示，本次調查證明台灣女性訂製婚紗的概念漸興，許多女孩內心憧憬擁有專屬的婚紗，但是最後礙於預算考量而無法圓夢。如果業者計劃開發訂製婚紗的市場，可能得先嚴格控制設計費用與物料成本，將價格門檻降低，然後精準掌握準新娘的心理，提供適當風格的設計建議，才有機會讓訂製婚紗這門生意成為真正的圓夢事業。

編輯說明：

本調查是tns模範市場研究顧問公司於2008年6月30日~7月4日間，透過Emailcash台灣電子郵件市調網合作執行台灣16~40歲未婚女性理想婚紗的調查，透過6th Dimension網路調查方式收集資料。研究對象為台灣16~40歲的未婚女性網路使用者，有效樣本共5,150份。

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／廣播視聽率調查服務。t

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