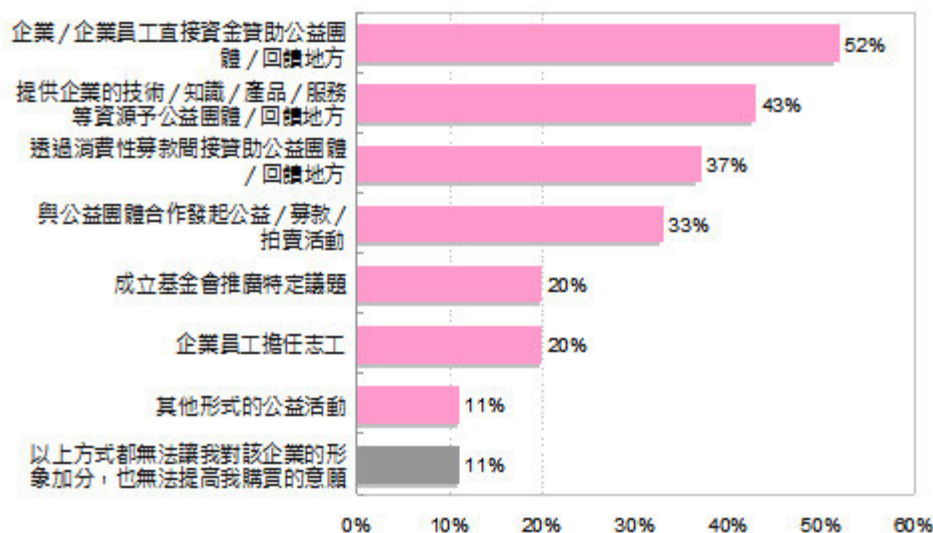


## 「你消費我捐款」 是善心還是謀利？

（9月8日台北訊）熾熱的八月艷陽下，第十九屆飢餓三十活動剛剛落幕，即使經過一段時間飢餓，參與者的精神與笑容似乎比艷陽還燦爛。共襄盛舉的不僅是民眾與非營利機構，還有來自許多企業的關懷與支持。企業參與公益除了善盡社會責任，同時也是傳達品牌精神、提昇形象，甚至增加業績的機會；「公益行銷」將企業和消費者的資源連結，並且幫助非營利機構和弱勢團體，可謂是創造三贏的行銷策略，也是近年行銷人員關心的熱門議題。

根據tns模範市場研究公司透過EmailCash進行的一項網路調查發現，近九成的受訪者表示如果企業參與公益，可以提升企業形象，甚至提高他們購買該企業產品或服務的意願。其中企業以「資金」或「人力、技術資源」直接贊助公益團體的形式較受肯定；此外，「你消費我捐款」、「捐出固定消費比例的金額」等方式，或是「募款、拍賣」也都有不錯的正面效果。

### 18-54歲網友對於企業公益行銷的看法



以上百分比為同意該方式可以同時提升企業形象和消費者購買意願的受訪者比例

6<sup>th</sup>dimension tns

近年來，越來越多企業採用「你消費我捐款」的公益行銷方式，但是許多消費者對於這種方式提出了一些質疑，因此tns透過本次調查進一步瞭解消費者的看法，並且依照民眾的態度歸納出「共有共好」、「精打細算」和「企業陰謀論」三種類型：

抱持「共有共好」態度的消費者認為，「消費性募款」提升了他們對於該企業的好感和購買該企業服務、產品的意願；他們認為在日常的基本消費中，可以兼做善事，即使捐款金額不大，對公益團體也不無小補，這種方式不但提供了實質的幫助，也創造出鼓勵民眾參與公益的氛圍，企業、消費者、公益團體各取所需，達成三贏的平衡，何樂而不為？

抱持「精打細算」態度的消費者基本上認同「消費性募款」的美意和效用，但是這種方式不一定能影響他們對於該企業的觀感和購買意願，他們期待企業付出更多。除了消費性募款贊助之外，還希望企業能提供公益團體更豐富且持續性的資源。例如：除了消費者捐款部分，企業本身也提撥捐款，或是企業捐贈自家的產品、服務或是人力資源來援助公益團體；這群消費者希望企業謹慎選定贊助對象之後，長期積極地提供贊助。

還有一群消費者對「消費性募款」保持「企業陰謀論」的想法，他們認為這只是企業假借公益之名，求取曝光、促進消費或避稅的手段。對這群消費者而言，「消費性募款」對企業形象不僅沒有加分，反而造成負面效果。他們建議企業選擇適合自身形象、品牌精神的議題或公益團體，採用「無條件、無對價」的方式，直接贊助、參與公益活動，實際展現有心作公益的誠意，才能避免「消費公益」、「偽善」的質疑。



#### 共有共好

“可以幫助人又能刺激消費，且也能讓企業更願意做公益，可謂一舉三得。”

(24歲高雄縣男性)



#### 精打細算

“企業消費性募款間接贊助公益團體，企業的規模、商品價格與回饋金額比例要具相當性，才能表現出企業回饋社會誠意，也才有意義。”

(34歲台北縣男性)



#### 企業陰謀論

“那只是企業的宣傳手法，用來增加企業的財富和收入，就算他們打著每筆捐x元，賺最多的還是企業。我覺得他們只是利用消費者的同情心和公益團體的名號在賺錢，讓人覺得不恥和厭惡，令我更不想買他們的產品！”

(25歲台中縣女性)

6<sup>th</sup> dimension tns

tns研究員黃品瑜分析指出，「消費性募款」本著社會公益的初衷，結合企業資源和民眾廣大消費力之後，確實可以給與社福公益團體一些幫助。然而企業在規劃「消費性募款」活動時，第一原則絕對是抱持善意與誠意，另外還必須注意「資訊透明」和「無損捐助人原本利益」兩大重點，才能鞏固消費者對於企業的信任基礎。有了堅實的互信基礎之後，企業應該長期且有計畫性地回饋社會，真正發揮公益行銷三贏的價值。

#### 編輯說明：

本調查是tns模範市場研究顧問公司於2008年8月29日~9月1日間，透過Emailcash台灣電子郵件市調網合作執行台灣民眾對於公益行銷的看法調查，透過6<sup>th</sup> Dimension網路調查方式收集資料。研究對象為台灣18~54歲的網路使

用者，有效樣本共19,743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](http://www.tnsglobal.com)

台灣官網：[www.tns-global.com.tw](http://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](mailto:roger.pang@tns-global.com)