

未來致勝關鍵 —— 品牌如何在不斷變化的時代中穩步前行

文 | Teresa Chao, 益普索專案經理 Ipsos Project Manager

當提到 Z 世代，許多人可能會認為他們特立獨行，重視自我價值。然而，這種特質不僅屬於 Z 世代，而是在當今這個充滿不確定性的時代中普遍存在的變化。面對充滿挑戰和壓力的世界，人們開始專注於自己能掌控的唯一事物：自己。在這樣的大環境下，品牌應如何掌握吸引消費者的關鍵？

面對社會政治動盪、氣候威脅以及對未來的擔憂，個人主義在過去十年中持續受到關注。益普索的全球趨勢調查（Ipsos Global Trend）顯示，個人主義已然成為當今最具影響力的價值。這一趨勢的出現主要來自於其他價值觀上的改變，如對社會地位的追求、對新體驗的好奇心，以及面對這些追求所帶來的壓力 —— 人們試圖回歸基礎。

許多人對成功的定義回歸到自主決定生活方式、平衡自我和塑造命運的能力。這種對個人的關注也加強了對個人自主權的多樣化理解。年輕一代比年長群體更可能相信，物質財富代表成功。然而，尋找自我生活及成功的過程對許多人來說同樣困難。益普索的調查指出，全球有 61% 的人因面臨過多資訊和選擇而感到不知所措，這驅使人們渴望簡單、控制和安全的選擇。

在益普索的調查中，縱然外面的世界千變萬化，透過良好的品質打造值得信賴的品牌依舊能夠吸引到更多的消費者。全球有高達 63% 的消費者願意為了更好的體驗支付更高的價格。從品牌角度來看，品質與信賴是提供消費者安全感和提升品牌考慮的關鍵。除此之外，在調查的數十種品牌形象中，能夠讓消費者展現自我、表達個人意志的品牌形象，對提升品牌考慮的影響力僅次於品質及信賴。縱觀益普索在不同品類的調查中，市場主流品牌的成功往往在於能透過品質和信賴提供簡單、安全的選擇，同時賦予消費者依個人意志選擇和表達的自由。

總結來看，益普索的調查揭示了當今世界的個人主義趨勢，這不僅僅是對於 Z 世代的觀察，而是一種更廣泛的時代變革。面對社會政治動盪和氣候變遷等挑戰，人們愈發重視掌控自身命運的能力，這也促使品牌在吸引消費者時需要強調品質與信賴。消費者期望品牌不僅能提供簡單且安全的選擇，還需賦予他們表達個人意志的自由。對於品牌而言，如何在提供卓越體驗的同時，兼顧消費者的個性化需求，將是未來致勝的關鍵。

Ipsos 益普索市場研究

Ipsos 是全球頂尖的專業市場調查研究機構，在全球九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗，執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。

想了解更多資訊，請參考 <https://www.ipsos.com/en-tw/solution/overview#category3>

或洽詢我們的研究團隊

資深研究經理 Christine Hung 洪巧庭

02 2701-7278 ext.127

christine.hung@ipsos.com

專案經理 Teresa Chao 趙勻

02 2701-7278 ext.134

teresa.chao@ipsos.com