

寵物文創商品市場分析與品牌行銷策略

—以「𠄎」工作室為例

壹、摘要

𠄎是一家新成立的寵物織品工作室，提供兼具實用與特色的寵物文創商品。近年市場對寵物相關產品和服務的需求日益擴大，特別是寵物文創商品的競爭力也逐漸上升。

本研究透過高中所學的行銷分析工具，包括PEST分析、SWOT分析、STP分析、商業模式九宮格…等，幫助個案明確品牌定位，並根據市場需求制定有效的行銷計劃，並利用行銷4P進行實作，包含產品線增加、故事行銷、定價策略調整等實作，希望有效幫助個案進行品牌推廣。

因屬於品牌規劃初期，因此本組加入成管會分析，確保在推廣品牌的同時，能夠有效控制成本，提供具吸引力的價格方案。本研究將幫助𠄎工作室在快速發展的市場中立足，並在競爭激烈的寵物文創商品市場中獲得成功。

貳、研究動機

一、研究背景與動機

隨著生活型態的轉變，寵物已不再是陪伴動物，而是家庭的一份子。台灣寵物市場呈現爆炸性成長，根據農業部（2024）統計，2023年全台家犬、家貓數量合計約280萬隻，其中家貓數量更較前一年大幅成長50%。寵物飼養風潮不僅帶動了寵物相關產業的蓬勃發展，也衍生出龐大的寵物文創市場。

文創產業近年來在台灣發展迅速，每逢假日文創市集的人潮總是絡繹不絕，2022年整體產業規模更創下歷史新高。代表消費者對具有獨特設計與情感價值的商品有著高度需求。然而，寵物文創市場仍屬於新的文創市場。

𠄎工作室以獨特的手工簇絨織品，打造出繽紛活潑的品牌風格，深受部分消費者喜愛。然而，作為新興品牌，𠄎工作室在品牌定位、市場拓展以及訂價策略上仍面臨挑戰。

本研究想要深入探討寵物文創市場的現況與發展趨勢，並以𠄎工作室為個案，分析其品牌定位與消費者需求。透過文獻探討、訪談問卷調查及行銷分析工具，本研究將為𠄎工作室提供一套完整的品牌推廣策略，協助其在競爭激烈的市場中脫穎而出

二、研究目的

（一）、利用文獻探討寵物市場與文創市場發展現況，評估整體市場環境。