

毛小孩與主人服飾創作實務

The fur child and its owner's clothing creation practice

郭淨汝¹/美和科技大學美容系寵物美容造型組/四技生

邵昱綾²/美和科技大學美容系寵物美容造型組/四技生

李宛庭³/美和科技大學美容系寵物美容造型組/四技生

蔣歆晨⁴/美和科技大學美容系寵物美容造型組/四技生

葉思屏⁵/美和科技大學美容系寵物美容造型組/四技生

薛惠瑛^{*}/美和科技大學美容系/助理教授

摘要

寵物產業因應消費者需求改變，提供的服務已從滿足寵物生理的基本需求轉向滿足飼主的心理需求，其中寵物服飾占了寵物市場的百分之十五，寵物市場越來越大，消費者對於購買意願也越來多，特別是寵物服飾。故本研究根據上述研究背景與動機，將進行以下之研究：1. 調查寵物服飾市場現況 2. 探討毛小孩與主人親子裝的價值與意義 3. 進行寵物服裝及飾品設計實務。利用 1. 文獻分析法：透過專書、論文、網際網路及書報雜誌查詢相關資訊分析、歸納、統整 2. 問卷調查法：調查寵物服飾市場現況，探討毛小孩與主人親子裝的價值與意義，藉由不同年齡層之人群填寫蒐集反饋，探討分析主人與毛小孩服飾配件搭配相關問題與反饋 3. 依據問卷親子服飾滿意度結果，進行實務製作。

本研究經問卷調查發現大多數飼主比較能接受 T 恤、襯衫、飾品為親子服飾，所以本研究選擇製作 T 恤跟襯衫與配飾類產品。在問卷調查中發現飼主有意願和寵物穿親子裝，親子裝的定義並不限在服裝，可以是同款的耳環或是別針，或是更多元化的變化方式。透過本研究給予寵物市場和飼主開拓新的寵物親子服飾視野，願意嘗試親子服飾的穿搭，帶動親子寵物服飾流行。

關鍵詞：寵物服飾、親子裝、寵物飾品

Abstract

In response to changes in consumer demand, the pet industry has shifted its services from meeting the basic physiological needs of pets to satisfying owners.

Psychological needs, among which pet clothing accounts for 15% of the pet market. The pet market is getting bigger and bigger, and consumers are more and more willing to buy, especially pet clothing. Therefore, based on the above research background and motivation, this study will conduct the following research: 1. Investigate the current situation of the pet clothing market 2. Explore the value and significance of parent-child clothing for fur babies and owners 3. Conduct pet clothing and accessories design practices. Utilization 1. Document analysis method: Analyze, summarize, and integrate relevant information through special books, papers, the Internet, and books, newspapers, and magazines 2. Questionnaire survey method: Investigate the current situation of the pet clothing market, and explore parent-child clothing for furry children and owners The value and significance of the questionnaire are collected through feedback from people of different age groups, and the problems and feedback related to the matching of clothing and accessories for furry children are

discussed and analyzed. 3. Based on the results of the parent-child clothing satisfaction questionnaire, practical production is carried out.

This study's questionnaire survey found that most pet owners are more accepting of T-shirts, shirts, and accessories as parent-child clothing, so this study chose to produce T-shirts, shirts, and accessories. In the questionnaire survey, it was found that pet owners are willing to wear parent-child clothing with their pets. The definition of parent-child clothing is not limited to clothing. It can be earrings or brooches of the same style, or more diversified variations. Through this research, the pet market and owners will be able to open up new perspectives on pet parent-child clothing, be willing to try parent-child clothing, and promote the popularity of parent-child pet clothing.

Keywords: Pet clothing, parent-child clothing, pet accessories

第一章緒論

一、研究背景與動機

根據資料統計，台灣 15 歲以下小孩數量，每年以 4% 速度減少，貓犬數量則以超過 6% 的速度逐年上升，2020 年養育貓犬數量預估超過 15 歲以下人口，根據 2019 年調查台灣寵物市場產值共約 511 億元，推估 2025 年全球寵物行業預計收入約 2030 億美元，可見寵物市場產值有多夯。隨著寵物數量增加，主人疼愛貓犬有加，把毛小孩視為自己的親人，擴大對寵物的關愛，除了滿足寵物基本的生理需求外，也會注重貓犬外在的美觀，例如送貓犬去寵物美容公司進行洗澡美容造型外，也會購買衣服、頭飾、胸背帶及寵物相關用品。根據本研究調查，目前市場上還不太流行主人與毛小孩的親子裝，如果有的話大多是單價高與訂製時間長或是成品效果不佳，所以本次研究將設計並製作出寵物親子裝，給市場帶動流行，刺激買氣，增進毛小孩與主人感情與互動。

二、研究目的

寵物產業因應消費者需求改變，提供的服務已從滿足寵物生理的基本需求，轉向滿足飼主的心理需求，其中寵物服飾占了寵物市場的百分之十五，寵物市場越來越大，消費者對於購買意願也越來越多，特別是寵物服飾。

故本研究根據上述研究背景與動機，將進行以下之研究：

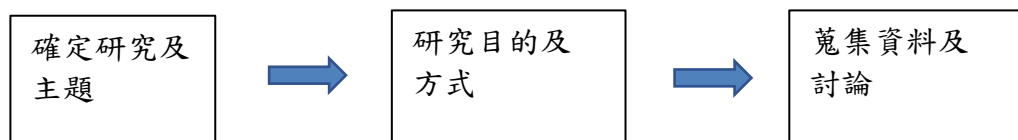
1. 調查寵物服飾市場現況。
2. 探討毛小孩與主人親子裝的價值與意義。
3. 進行寵物服飾設計實務。

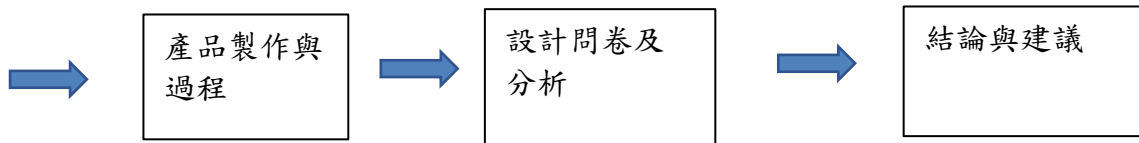
三、研究方法

本研究採取以下三種方式進行研究：

1. 文獻分析法：透過專書、論文、網際網路及書報雜誌查詢相關資訊且分析、歸納、統整。
2. 問卷調查法：分析前面文獻發現有關毛小孩與主人的服飾和配件相關搭配問題，製作相關問題之問卷供不同年齡層之人群填寫蒐集反饋，探討且分析主人與毛小孩服飾配件搭配相關問題與反饋，設法從他們的反饋找出問題點，並設法解決。
3. 親子服飾設計實務：本研究將進行二套不同風格的親子服，然後進行問卷調查，測試消費者對本研究所設計的親子服之滿意度。

四、研究流程：



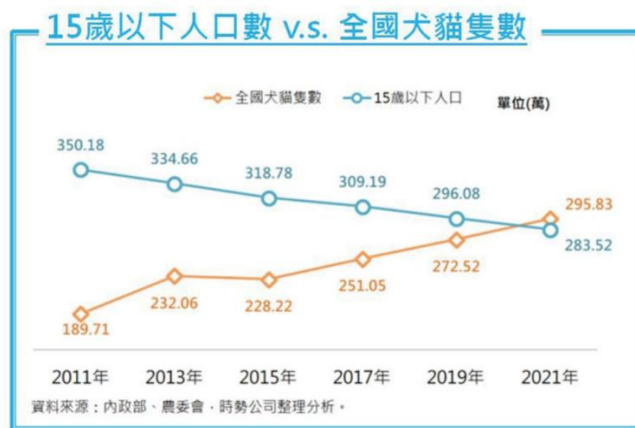


第二章文獻探討

一、市場分析：

(1) 寵物市場的佔比：

本研究發現從 2011 年至 2021 年台灣逐漸人口少子化，但近年來毛小孩口數卻不斷增加(如下圖)，所以寵物產業的市場遠比以前多了許多，寵物店近年來也正在慢慢擴大商機，從以前的小店家，慢慢地到現在有許多大間連鎖寵物店的增加，例如路上常看到的奧斯卡跟東森寵物雲以及寵物公園都是近幾年快速增加分店的寵物店以及商機。



資料來源：內政部、農委會、時勢公司整理分析

(2) 探討寵物服飾市面上的商機：

近年來，街頭服飾的潮流也從成人時尚品牌流行到了寵物服飾，街頭潮流風格的寵物服飾在近年的銷售增長十分迅速。隨著養寵物的人不斷增多，人們對寵物也不再是僅僅停留於給它們吃喝的層次，還熱衷於給寵物穿衣打扮。寵物服飾多種多樣，有帶帽防寒服、防水皮夾克、帽子、公主裙、毛衣、旗袍、頭飾、領結等等。在台灣飼養寵物的人群不斷擴大、寵物消費市場規模不斷擴大的同時，寵物服飾在市面上的占比也得到不斷地提高，但在台灣寵物店賣寵物服飾的旺季約有 40 幾天的銷售時間，大部分是在第一次寒流來到過完年假止，過完年，會替寵物買服飾的飼主明顯減少許多。寵物服飾在台灣很不好做的原因是，一年大約只能做一批的生意，因為在台灣寵物穿衣服只有冬天期間比較常見，一年其他期間在台灣有穿衣服的寵物畢竟是少數。

各類別銷售比例

類別	銷售比例
衣服	60%
飼料	20%
寵物用品	20%

資料來源：

https://www.shop123.com.tw/special_column.php?special_column_classify_sn=44&special_column_sn=332

(3) 寵物商品消費市場：

若僅看寵物貓犬類數量，依據農委會的統計，2010年台灣家貓及家犬的總數約為150萬。在家犬數量方面，2009年有些許減少，但至2011年，則恢復成長；家貓數量方面，則是保持微幅增加。根據2008年台北市動物衛生檢驗所調查，台北市飼主每月支出寵物狗貓餵養之金額分別是2,091元及1,307元，年成長約7%與8%。因此，可推估成長至今，狗貓餵養之支出分別達2,740元及1,778元。而「台中市家計單位對寵物消費支出之實證分析」統計顯示，飼養寵物分別為固定性支出（飼料）、以及非固定性支出（零食、服裝、玩具、美容等）與不確定性支出（疾病治療、施打晶片和預防注射）三類，將這些支出按月攤平之後，一個月約需花費新台幣2,000至3,000元左右。由以上述資料推估，台灣一年的寵物市場規模至少有400億元之譜。在日本最大的寵物連鎖店集團AHB（Animal HumanBond）於2008年針對台灣寵物市場調查報告中指出，台灣約有12%家庭飼養寵物，其中包括醫療、美容、住宿及商品等營收約占80%，另外20%則是寵物買賣與喪葬。而寵物商品一般可分別為上游寵物活體繁殖與買賣市場、中游寵物食品、藥品及用品市場以及下游寵物服務業分三大類。（如下圖）



資料來源：行政院農業委員會

二、探討毛小孩與主人親子裝的定義：

本研究注意到現在許多養寵物的人都把寵物當作為自己的小孩，所以也會想跟毛小孩們穿類似的衣服當作親子裝，當然也很多時候都是怕毛小孩會曬傷或者怕冷，如果這時候有適合毛小孩跟主人的親子裝那就更好了，既可以保護到毛小孩也可以讓主人開心。寵物親子裝能表達“我們是親密的一家人”的情感，也是現在的趨勢，不少飼主想要和毛小孩穿一樣

的服飾、戴類似的飾品，與毛小孩一同出遊玩樂，留下美好的回憶。

三、探討毛小孩穿著服飾的意義：

夏天大部分的飼主都會把毛小孩的毛剪短，毛小孩的皮膚更容易被太陽曬傷或者被刺傷，穿衣服能夠幫助毛小孩保護皮膚，因毛小孩的皮膚比較敏感，所以夏天的服裝需要注意透氣，適當的給毛小孩穿上透氣性良好的衣服，毛小孩也不會覺得熱。

給毛小孩穿上衣服，可以避免毛小孩的口水流到它身上，毛小孩有時會流口水，弄髒毛。大部份的人都覺得動物的毛就是牠們的衣服，所以冬天的時候並不會給毛小孩穿衣服。有一些飼主，在潮溼的陰雨天陪毛小孩散步時，要給它穿上雨衣、雨靴，否則回到家還得給毛小孩洗腳，收拾起來有些麻煩。除了這些客觀上的需求，多半毛小孩穿服裝基本上是為了滿足主人的心理需求。之前任職無錫犬業協會副會長的劉立春律師，是資深的寵物愛好者。他說：

“真正愛寵物的人是出於對寵物的愛，把寵物當成自己的孩子來養，當成自己的 孩子來打扮的”。國內的寵物消費也在向中高端發展。除了上面提到的毛小孩服裝，與之相配套的還有毛小孩的鞋子，以及領帶、領結、項鍊、頭花等各種裝飾品。此外，牽引帶、頸圈、胸背帶以及狗窩、貓窩、毛小孩玩具等延伸產品也被一併歸在“寵物服飾”一類。

寵物產業因應消費者需求改變，提供的服務已從滿足寵物生理的基本需求，轉向滿足飼主的心理需求。

其中，介於飼主喜歡將寵物擬人化，以人類的觀點去給予動物最好的服務，加上寵物日漸取代了孩子和另一半的角色，促使台灣寵物用品朝高設計感、高科技、環保三大方向發展。此外，也有業者追求精緻化，朝向寵物客製化經營，提供不同飼主更多的選擇。其中，因寵物的壽命往往較人類短，因此相繼發展出客製仿真寵物的項鍊、擺飾、服飾等小物供飼主留念，甚至發展出獸醫師到府看診服務。

嚴冬降臨，人們自己穿上了滑雪衫，就非要四處也給自己的寵物找一件滑雪衫不可。狗毛小孩的服裝相當講究，生產製作越來越精細化，不僅在款式上要求時尚新穎，還要求實用健康。據本專題的調查有許多公司的服飾都銷往歐洲、美國、日本、新加坡等地，其中出口美國的狗狗服裝要求最高，需要經過面料質地、拉力強度、褪色與否等多道檢測；在款式上各個國家要求也各不相同，美國、歐洲以簡潔大氣為主，日本則偏好溫婉可愛，每年還要根據人的服裝流行色和款式來更新變化。

第三章 寵物服飾實務製作

本研究經問卷調查發現大多數飼主較為接受 T 恤、襯衫、飾品類為親子服飾，所以本研究選擇製作 T 恤跟襯衫與配飾類產品

一、概念：

主要概念為使用兩種相近或類似顏色的布組合而成類似於拼布的概念，既顯得不會略為單調又不會很無趣，襯衫使用了花朵別針及耳飾來做搭配，T 恤的刺繡元素使用到了花園、狗與女孩代表的是我們與寵物；別針及耳飾都是屬於可另外搭配小配飾，適合一部分的社恐人士來做搭配。

二、採買：

本研究採用純棉或棉麻材質的布料，選擇比較柔軟且親膚的材質避免後續過敏的問題。

三、製作過程：

(一)、圓領上衣：

1、整布：將布重新燙整，再裁布及定點時能保持布的平整(圖 3-1，圖 3-2)。



圖 3-1 整布燙平



圖 3-2 整理經緯線

2. 打版：

(1) 畫線將襯衫紙型固定於布上，將其描邊與畫出縫份(圖 3-3)。

(2) 剪裁：將剛畫的前片、後上、下片、兩個袖子及包邊的布條圖形沿著縫份剪下(圖 3-4)。



圖 3-3 打版



圖 3-4 剪裁

3. 拷克：將剪下的毛邊經過拷克處理避免布脫線或是縫合時脫線(圖 3-5)。



圖 3-5 拷克

4. 拼接：

- (1) 將前、後片的肩線及側邊正對正縫合。
- (2) 將袖子的下襬正對正縫合。
- (3) 將袖子內側與前、後片的袖口縫合。
- (4) 用剛剪下的包邊布條以三折式包住領口、袖口及下擺。



圖 3-6 拼接

5. 刺繡：概念為花邊及狗與女孩。



圖 3-7 刺繡草圖



圖 3-7 刺繡狗狗圖案



圖 3-8 刺繡女孩圖案

(二) 襯衫：

1. 整布：將布重新燙整，再裁布及定點時能保持布的平整。



圖 3-9 襯衫整布

2. 打版：

(1) 畫線將襯衫紙型固定於布上，將其描邊與畫出縫份(圖 3-10)。

(2) 剪裁：將剛畫的前片、後上、下片、兩個袖子、袖口面料、領子、口袋及包邊的布條圖形沿著縫份剪下(圖 3-11)。



圖 3-10 襯衫打版



圖 3-11 襯衫剪裁

3. 拷克：將剪下的毛邊經過拷克處理避免布脫線或是縫合時脫線(圖 3-12)。



圖 3-12 拷克

4. 領結製作：

(1) 裁出領結布料需要大小。

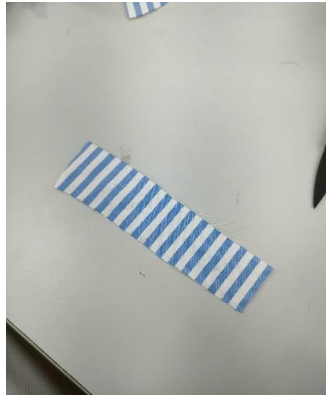


圖 3-13、圖 3-14 裁出領結所需布料大小

(2) 將邊縫合，留一個反口翻面(圖 3-15、圖 3-16)。



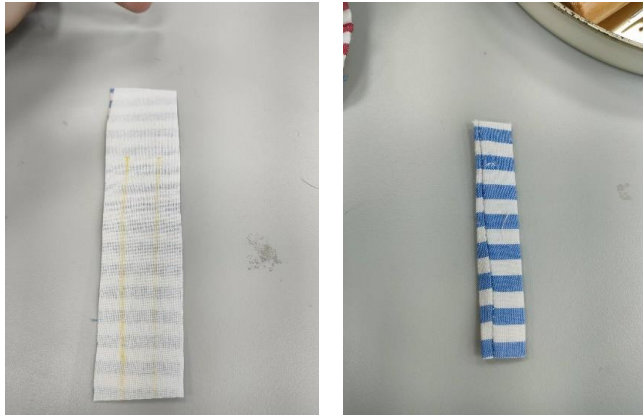
圖 3-15、圖 3-16 將邊縫合，留一個反口翻回正面

(3) 藏針縫合後燙平(圖 3-17、圖 3-18)。



圖 3-17、圖 3-18 藏針縫合後燙平

(4) 領結中間部分，先將布襯貼合，邊縫合後翻面(3-19、圖 3-20)。



3-19、圖 3-20 領結中間部分，先將布襯貼合，邊縫合後翻回正面
 (5)紅色布對折再對折，最後將藍色布條中間接合完成(圖 3-21、圖 3-22)。



圖 3-21、圖 3-22 紅色布對折再對折，最後將藍色布條中間接合完成

5、拼接(圖 3-23、圖 3-24)：

- (1) 將口袋縫在前片正面的左上方。
- (2) 將後上片及後下片縫合。
- (3) 將前、後片的肩線及側邊正對正縫合。
- (4) 將袖子的下襬正對正縫合，在標記好的開岔處剪開包邊、標記褶出對線縫合，將袖口面料與袖子袖口於三折式縫合，將袖子內側與前、後片的袖口縫合。
- (5) 將領面與領做縫合、壓邊後將領子與後片正對正縫合、壓線。
- (6) 縫釦處向外對摺尾端壓一條線後翻正，下擺往內對折縫合。
- (7) 量好扣子距離開釦孔與縫上扣子。(狗之襯衫前片為縫合所以不需要開釦孔及縫扣子)
- (8) 狗之襯衫將暗釦與蝴蝶結縫上接合在領子中央。



圖 3-23 拼接襯衫



圖 3-24 將蝴蝶結固定在襯衫領口

(三)飾品花朵耳環、別針:

1. 打版:

- (1)畫出五個大小一致的圓形(圖 3-25)。
- (2)剪出五個大小一致的圓形(圖 3-26)。



圖 3-25 畫出五個大小一致的圓形 圖 3-26 剪出五個大小一致的圓形

2. 花瓣製作:將其對折,平針縫合後拉緊,重複此步驟五次,最後得到五朵花瓣。



圖 3-27 將花瓣對折 圖 3-28 平針縫合後拉緊 圖 3-29 重複此步驟五次最後得到五朵花瓣

3. 花蕊製作:用布將扣子包住,剪掉後面多餘的布並縫合。

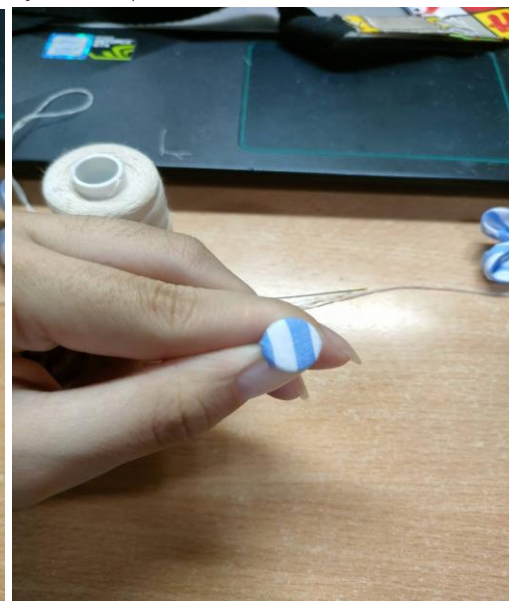


圖 3-30 用布將扣子包住

圖 3-31 剪掉後面多餘的布並縫合

4. 接合:將花蕊和花瓣縫合接上。



圖 3-32 花朵縫製完成

5. 耳飾背面裝飾:塗樹脂凝膠及黏鑽後，照燈固定。



圖 3-32 耳飾背面塗樹脂凝膠



圖 3-33 黏鑽



圖 3-34 照光療燈固定亮鑽

6. 耳飾最後步驟:用錐子戳出洞，裝上開口環及耳鉤。



圖 3-34 用錐子戳出洞



圖 3-35 裝上開口環及耳鉤，完成花朵耳環

7. 別針最後步驟:在別針上塗上熱熔膠把花朵粘上去。



圖 3-36 用熱熔膠黏上別針



圖 3-37 完成胸花別針

四、作品展示：

(一)T 恤：



圖 3-38、圖 3-39 毛小孩與主人穿著 T 恤親子裝

1. 刺繡部分：



圖 3-40 女孩刺繡圖案



圖 3-41 狗狗刺繡圖案

(二)襯衫：



圖 3-42、圖 3-43 毛小孩與主人穿著襯衫親子裝

1. 花朵別針：



圖 3-44 花朵別針：

2. 花朵耳環：



圖 3-45 包釦花朵耳環



圖 3-46 亮鑽花朵耳環

第四章分析問卷之問題及反饋

本研究主要針對調查寵物用品及服飾花費與是否願意與寵物穿親子裝，其寵物相關之需求的問卷調查及進行統計分析。

根據本研究的調查問卷發放、收集資料總數收回來為 61 份，發現大多數飼養的寵物多為狗和貓，且由圖 4-1 看狗的佔比 (62.3%) 明顯大於貓的佔比 (26.2%)，其他類型的寵物佔比於 6.4%，沒養寵物的佔比於 3.2%。經查後發現飼養犬隻的飼主比例多過於養貓咪的飼主，原因是由於犬隻大多比貓咪更容易親近飼主，以至於飼養犬隻的人數較多。

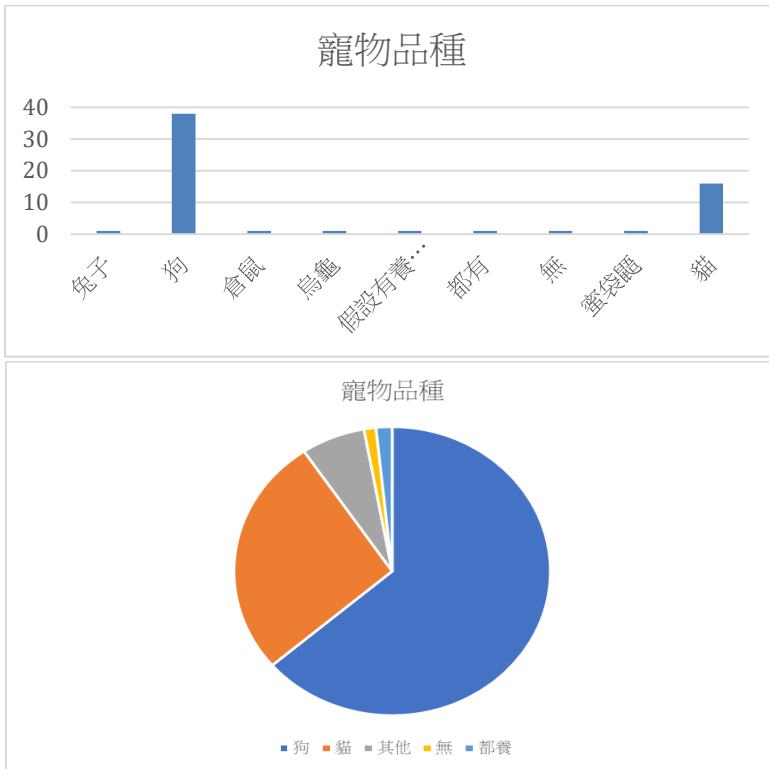


圖 4-1 飼養寵物品種的比例圖

經由圖 4-2 發現飼主對於寵物服飾購買動機上，可以發現有購買意願的飼主占比(77%)，而另外沒有購買動機的飼主占比(23%)，少數飼養寵物的飼主沒有意願購買寵物用品及服飾給自家寵物使用，可能是經濟能力不足或者少數年紀較大的長輩觀念不同，認為寵物不需要購買寵物用品及服飾，而大多飼主還是有意願購買寵物用品及服飾讓自己的寵物使用。

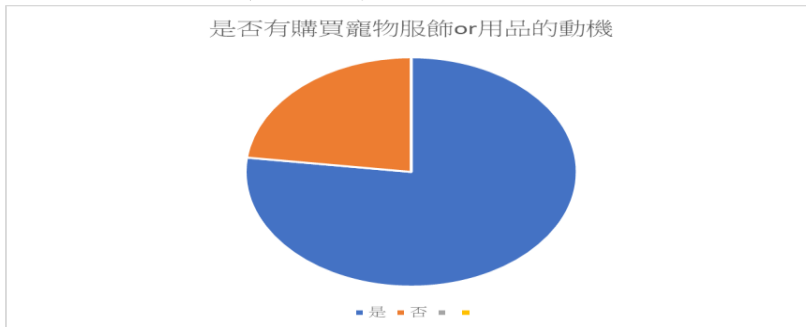


圖 4-2 是否購買寵物服飾或用品動機比例圖

下圖表（圖 4-3）為有意願在寵物用品身上花費金錢的比例圖表上，可以發現將近快半成的人願意在寵物用品方面花費 1000 至 3000，第二多的人只願意花費不到 1000 的金額來購買寵物用品，只有少數飼主願意花費 3000 以上的金額購買用品，和少數幾位不考慮在用品上花費任何金額的飼主。

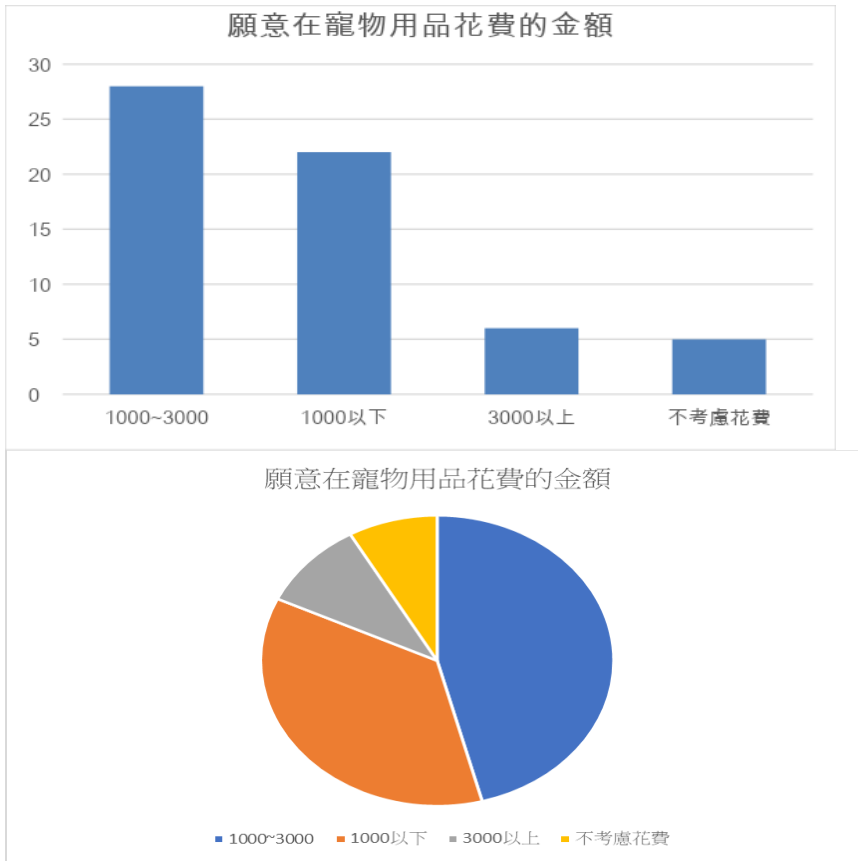


圖 4-3 願意在寵物用品花費的金額比例圖

下圖（圖 4-4）為年齡層消費範圍統計圖，本研究發現大多為 30 歲以下的飼主比較願意在寵物用品上花錢，也因此判斷出這個年齡層的人大多都是有工作者所以在金錢方面也願意花錢，30 歲以上飼主對於金濟上的壓力會比較大，所以在寵物用品的花費較多為 3000 以下，而 50 歲以上的飼主大多為退休人，從表圖可以發現比較多願意花費在 1000 以下。

年齡層落在 21~40 歲的飼主願意在寵物用品上花費 1000 至 3000 元，而基本上 21~40 歲的飼主剛步入社會經濟收入上也逐漸穩定下來，也可能是由於少子化的關係，把原本要養小孩存的錢都轉移到了寵物身上，把寵物當成自己的孩子，用品幾乎都是盡量用好的及自己能負擔的起的價格去購買。

年齡層 41 歲以上的飼主願意在寵物用品上花費多半都落在 0~3000 元之間的原因可能是由於有些飼主覺得不需要，但有些飼主覺得寵物就是自己的家人，因此也都給寵物用到最好的，主要是希望寵物可以陪自己久一點，不希望寵物太早離開自己。

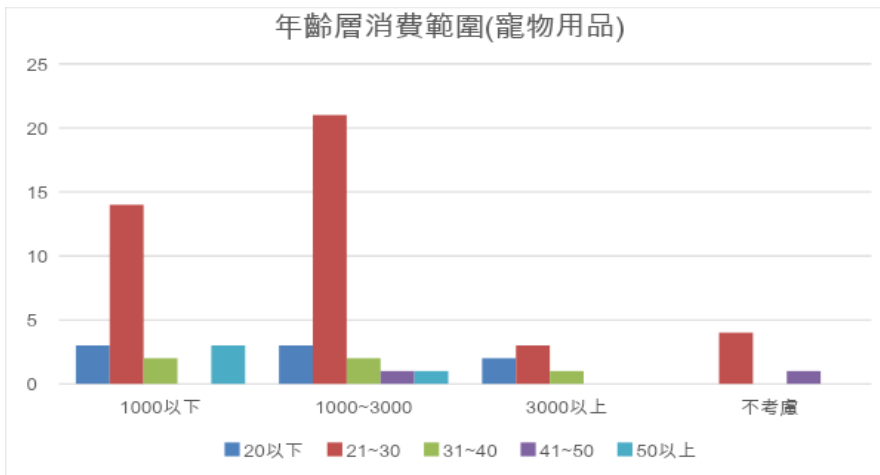


圖 4-4 寵物用品各年齡層消費範圍比例圖

由下圖(圖 4-5)發現年齡層消費範圍裡五十歲以上飼主,占較多的比率不考慮購買寵物服飾,但服飾價錢在 450 元以上時,但還是有少數五十歲以上的飼主會願意購買,而二十一到三十歲之間的飼主們,在各個價位的選擇都占最高,其中最高的價位是在 150~250 元,本研究調查發現二十一歲到三十歲間的飼主,大多都是經濟剛開始或穩定時,於是如有多的錢就會想幫寵物買個服飾,反之如果沒那麼多多餘的錢,又想幫寵物買衣服時就會選擇 150~250 之間,價錢便宜又能滿足幫寵物穿衣服的需求,二十歲以下的飼主大多沒有經濟來源,想給寵物購買服飾的飼主,則會選擇較為便宜的 150~250 的價錢,在願意購買寵物服飾的部分,20 歲以下的飼主大多都願意花費 150~250 元在寵物服飾上,主要原因是由於 20 歲以下的飼主大多都沒有經濟來源,想給寵物買服飾的飼主,則會選擇價格較低的寵物服飾去購買。21~30 歲的飼主願意花費 150~250 元在寵物服飾上,大多都是經濟剛開始或穩定的時候,反而就沒有多餘的錢購買,但又想幫寵物購買服飾時就會選擇價格較低的。31~40 歲的飼主們大部份經濟條件已經穩定,因此能做的選擇就比較多元,也不是每一個飼主都養犬貓,也有養其他許多品種的動物,例如:兔子、倉鼠、烏龜、蜜袋鼯...等,而選擇不考慮的飼主們可能養的是貓狗以外的動物,也有可能部分飼主觀念不同認為貓狗不需要穿著衣服所以不選擇購買。

選擇 450 元以上的飼主們可能是住的地方氣溫多變,想給寵物買保暖衣物或者防曬上的衣物,加上經濟條件上的予許所以要買就買好一點的,讓寵物不僅穿漂亮又能穿的材質較好且又能長久的衣服。選擇 350~450 元的飼主是因為以市面上的價錢偏中上,衣服品質方面較好款式較多選擇性高。選擇 250~350 元的飼主多半經濟穩定想要給寵物穿好一點的衣服,可是又不想買太高價格的衣服,所以選擇 250~350 元間的價格,能讓寵物穿的既好看又可愛價錢也不會太高,對經濟上有多餘金錢的飼主們來說是個不錯的選擇。選擇 150~250 元的飼主可能會為了拍照而買的,或者是需要特殊場合時能拍照留念,基本上也都穿一兩次而已,所以不選擇較貴的衣服。

41~50 歲的飼主多半都是選擇 250~350 元與 350~450 元這兩個價位,可能由於品質高選擇性高,價錢偏中下或中等也能穿的長久。50 歲以上的飼主都選擇 0~450 元的價格,由於多半沒有經濟上的壓力,部分飼主非常願意花錢在寵服飾上,也有部分飼主不願意在寵物服飾上花錢,由於觀念上的不同有些飼主認為寵物不需要穿著服飾。

在文獻探討和問卷調查發現寵物服飾需求量及飼主對於購買寵物服飾的動機不多的原因大多是由於飼主覺得寵物本身有毛髮且毛髮等於寵物的衣服加上本身台灣天氣較炎熱,因此部分飼主覺得不需要也不必要購買寵物服飾。

部分飼主購買寵物服飾的動機，多半都是由於覺得寵物穿起來好看又可愛且適合上鏡。

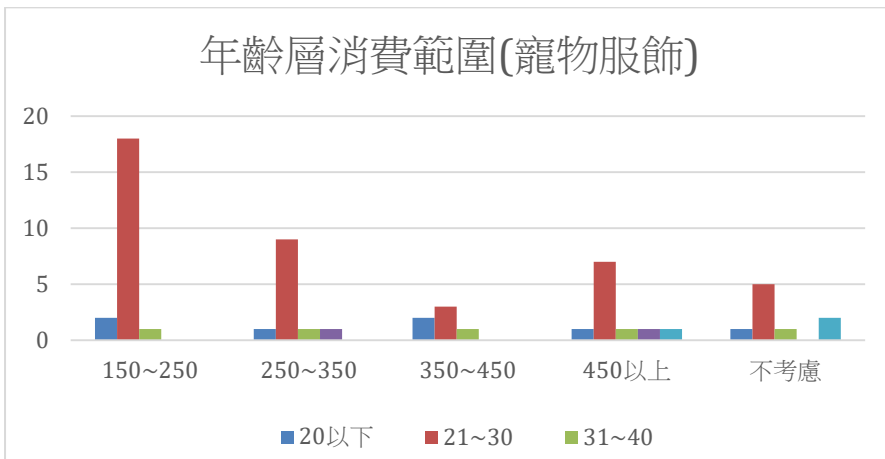


圖 4-5 寵物服飾各年齡層消費範圍比例圖

由下圖表(圖 4-6)可以發現多數飼主比較願意花費 150~250 的金額在寵物服飾上，有些飼主願意花費 450 以上在寵物服飾的單件算是研究中的意外發現，另外發現 250~350 金額的飼主比例和價位 450 以上的飼主差不多，只有少數幾位飼主考慮花費金額在 350~450

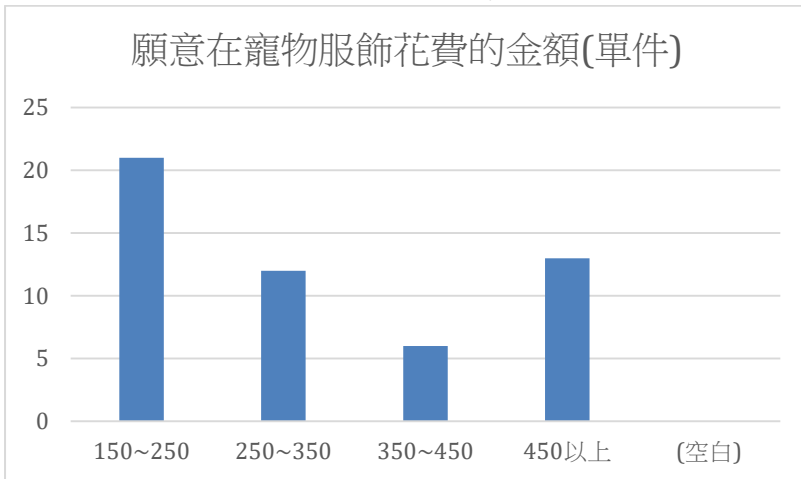


圖 4-6 願意在寵物服飾花費的金額比例圖

調查統計出圖 4-7 可看出主要購買動機分了三項，其中好看及可愛佔裡面的 63%，保暖佔 15%，沒有考慮購買佔 23%，大多飼主的想法多半為"穿著可愛或好看的服飾，拍照出會好看"或著是"為了好看及保暖而買"。

且圖 4-8 能看出飼主大多沒有考慮和毛小孩穿親子裝，調查表單中可以發現大多飼主給的答覆是只想看牠們穿居多，而有考慮的大多比較能接受，方便穿著的 T 恤和飾品類，有鈕扣的襯衫反而沒有太多的意願。

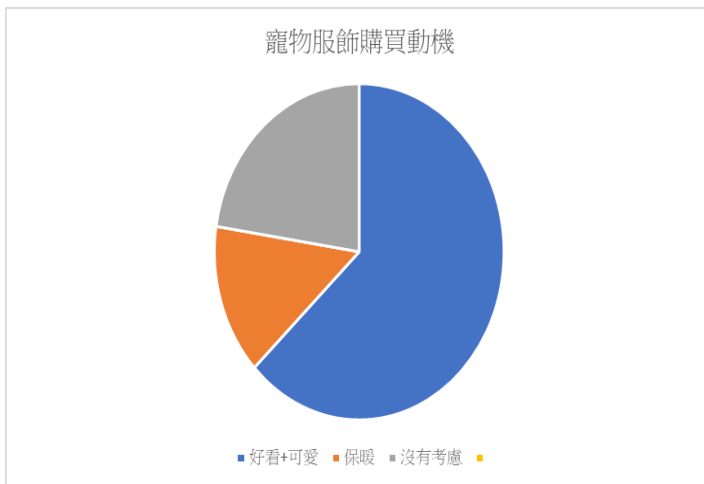


圖 4-7 寵物服飾購買動機比例圖

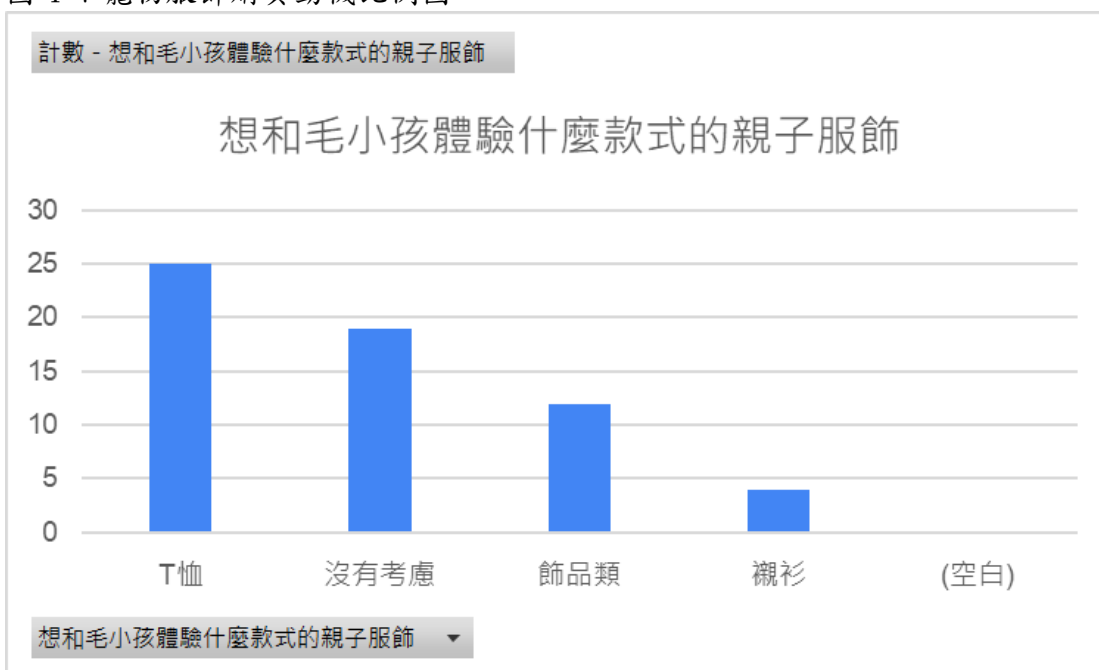


圖 4-8 想和毛小孩體驗親子服飾比例圖

本研究調查後發現現在的飼主願意在寵物身上花的現金高出很多預估，從而注意到飼主開始會在寵物身上花時間裝飾他們，從一開始的牽繩逐漸頻繁上升到寵物服飾，也由於飼主對於寵物的態度及觀念的轉變，調查中也觀察到飼主對於與寵物穿親子裝的意願非常之高，但在其中圖表調查中可以發現到大多飼主會比較偏向在寵物的基本用品上，將寵物服飾和用品做個比對，可以發現飼主比起寵物服飾的需求，大數人會更偏向寵物基本用品，既實用又每天用的到例如：玩具 碗 撿便袋 尿布墊 外出籠 水壺……等。

本研究的問卷調查結果發現大多飼主較喜歡T恤、飾品及襯衫的主要原因是由於款式較多樣化，也能方便的穿脫，則飾品的部分是許多飼主認為飼養在家中的寵物不需要穿衣服，就會選擇飾品這一類的，例如：項圈、領巾、帽子、髮圈……等。

第五章 結論

研究這份專題，最初的概念純粹是出於當時有接觸到寵物服飾的課程，隨之聯想到人都有親子裝了，那麼寵物親子裝應該也是好的市場，因此在本研究中意外發現到寵物親子裝市面上雖然也有，但非常少數因此能夠發現飼主在網路上的選擇非常的少，且數量少單價也提高款式也單調。

研究期間遇到了很多的問題跟挫折，包括最一開始的文獻資料查詢和服飾製作還有最後的問卷調查與分析，我們做的主題比較特殊，因此在最開始的文獻資料方面，花了很多的時間在尋找資料和調查。

由於本研究不知道有養寵物的飼主是否有意願穿寵物親子裝，因此本研究在調查中意外發現滿多飼主願意花錢在自己寵物身上，後續的問題調查發現大多飼主都非常有意願和寵物穿親子裝，大多飼主都選擇 t 恤、襯衫還有飾品，可能的原因是由於寵物穿脫方便，而最一開始是沒有飾品製作的這個想法，由於問卷調查的分析出來，發現許多人會偏向於喜歡飾品類的親子服飾，因此調查問卷中也發現了許多不成立的問題，最終決定下來在問卷調查中加入別針跟耳飾的調查與分析，由於問卷的調查有不完整，因此本研究重新製作一份問卷，雖然填寫的人數只有 61 位但是還是成功的完成了調查在分析上面也花了很多時間在做分析跟探討。對於寵物親子裝，多數人都喜歡給寵物穿可愛的衣服，哪怕只是個帽子或領結，都可以讓飼主感到內心的滿足，親子裝的定義並不侷限在服裝，可以是同款的耳環或是別針，更多元化的變化方式，像是有些飼主在過年期間都會給毛小孩在過年的時候穿上大紅的衣服，以及過年期間給毛小孩繫上個小紅包袋，整體看起來就會非常可愛，還可以一起參與到過年的氛圍中。為了知曉人群的喜好以及寵物的一些基本觀念，在問卷調查中觀察到飼主對於寵物的看法，想要給寵物穿衣服的飼主大多都是追求外表上的滿足以及保暖，而沒有想過要給寵物穿衣服的飼主會有寵物自身毛髮就是衣服的觀念，理論上雖然沒問題，不過在寒冷的冬天給寵物擁有一件可愛溫暖的衣服也是一種愛的表現。

在製作寵物親子裝同時，可以發現問題一直出現，遇到尺寸錯誤需要修改或是寵物模特更換，這些都是研究的變數，在研究期間由於人和寵物的構造不同衣服的製作的細節也隨之不同，再試做的過程中，研究從布料開始下手，有的布料雖然手感很好，缺點就是太薄容易破，非常不適合本研究，由於研究不只要配合飼主和寵物各個方面，因此太薄的布料並不考慮在製作寵物身上，加上本研究也不希望製作出來的衣服太過單調，因此本研究採取了使用兩種相近色的布料方式讓親子裝多一些不同和亮點，因此隨著一次次的嘗試，也跟著找到最佳的縫紉方式，製作服裝的同時也會一直湧出點綴衣服的靈感，製作的過程是辛苦歡樂的，在一切都完成後成品是讓人最開心的部分，以及穿上衣服的人擁有了屬於自己與毛孩子的專屬回憶，這就是讓人開心的事情。

參考文獻

1. 李知秀，2011. 10. 1 幫狗狗做衣服和玩具。朱雀文化事業有限公司。
2. 了戒加壽子，2013. 2. 26，自己設計狗狗的衣服&用品&玩具，邦聯文化事業有限公司。
3. 李知修，2017. 12. 6，手縫 OK! 超簡單寵物衣飾手作：36 種貓咪狗狗衣服 x 玩具 x 趣味飾品，四塊玉文創有限公司。
4. Dog Paws，2010. 10. 7，狗爸狗媽一定要會作的可愛寵物裝，雅書堂文化事業有限公司。

網站：

1. <https://karos-brand.com/2021pets/>
2. <https://petbird.tw/article9467.html>
3. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/75217311>
4. <https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2446815>
5. <https://www.cherryknow.com/pet/69971.html>
6. https://www.hotpets.com.tw/2021_6th_pmr/
7. <https://blog.goldenseal.com.tw/pet-industry>
8. <https://stylewikipw.com/results/9715d17ff31f531046>
9. https://read01.com/zh-tw/4G5kQ3J.html#.YdyXN_5BxPY
10. https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2446815&RWD_mode=Y
11. <https://www.bnext.com.tw/article/59088/pet-market-2020>
12. <https://www.logisticnet.com.tw/publicationArticle.asp?id=269>
13. <https://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/12693?issueID=691>
14. <https://www.shs.edu.tw/works/essay/2017/11/2017110711161866.pdf>
15. <https://branding-now.com/case-study/marketing-strategy/pats-economics/>
16. <https://www.cio.com.tw/outbreak-accelerates-global-pet-economic-development/>
17. https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202101151450898873_1.pdf?1610718668000.pdf
18. http://dba.nkust.edu.tw/uploads/bulletin_file/file/5dd2d212841a8e348800004c/119_346686f9.pdf
19. https://www.shop123.com.tw/special_column.php?special_column_classify_sn=44&special_column_sn=332
20. <https://ican168blog.pixnet.net/blog/post/17273449-%e5%af%b5%e7%89%a9%e5%ba%97%e8%b3%a3%e5%af%b5%e7%89%a9%e6%9c%8d%e9%a3%be%e7%9a%84%e5%95%86%e6%a9%9f->
21. <https://xgxinwen.com/2020/10/20/%E5%AE%A0%E7%89%A9%E6%9C%8D%E8%A3%85%E5%B8%82%E5%9C%BA%E6%B4%9E%E5%AF%9F%E3%80%81%E8%B6%8B%E5%8A%BF%E3%80%81%E5%85%A8%E7%90%83%E9%9C%80%E6%B1%82%E5%8F%8A%E4%B8%9A%E5%8A%A1%E5%88%86%E6%9E%902020/>
22. <https://www.hk01.com/%E5%AF%B5%E7%89%A9/261862/%E5%AF%B5%E7%89%A9%E8%A1%8C%E8%A1%97%E8%A1%97-%E5%8C%97%E6%AD%90-%E6%97%A5%E6%9C%AC%E9%9D%9A%E5%B8%83%E9%80%A0%E5%B1%B1%E7%B3%BB%E8%A6%AA%E5%AD%90%E8%A3%9D->
23. <https://www.buyandship.com.tw/blog/2019/04/24/%E3%80%90%E6%AF%94%E4%B8%BB%E4%BA%E9%82%84%E8%A6%81%E8%AC%9B%E7%A9%B6%E7%9A%84%E9%9F%93%E5%9C%8B%E5%AF%B5%E7%89%A9%E6%9C%8D%E9%A3%BE%E5%93%81%E7%89%8C%E3%80%91tr-ois-point-%E6%A5%B5%E8%87%B4/>
24. <https://sme.hket.com/article/2983520/%E3%80%90%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%A3%BD%E9%>

[80%A0%E3%80%91%E8%BE%AD%E8%81%B7%E6%88%90%E5%AF%B5%E7%89%A9%E6%9C%8D%E9%A3%BE%E8%A8%AD%E8%A8%88%E5%B8%AB%20%E5%A5%B3%E7%94%9F%E5%A0%85%E6%8C%81%E3%80%8C%E9%A6%99%E6%B8%AF%E8%A3%BD%E9%80%A0%E3%80%8D%E6%8C%AF%E8%88%88%E6%9C%AC%E5%9C%B0%E8%A3%BD%E8%A1%A3%E6%A5%AD](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.biotaiwan.org.tw/mag/image_d oc/60/02%25E6%2588%2591%25E5%259C%258B%25E4%25BC%25B4%25E4%25BE%25B6%25E5%258B%2595%25E7%2589%25A9%25E4%25BF%259D%25E5%2581%25A5%25E7%2594%25A2%25E6%25A5%25AD%25E7%2599%25BC%25E5%25B1%2595%25E7%258F%25BE%25E6%25B3%2581%25E8%2588%2587%25E8%25B6%25A8%25E5%258B%25A2.pdf&ved=2ahUKEwjwu42xwJ70AhU4slYBHfyMAFYQFnoECAQQAQ&usg=AOvVaw2hii5c0II1dGbY-SvpgC8N)
25.https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.biotaiwan.org.tw/mag/image_d oc/60/02%25E6%2588%2591%25E5%259C%258B%25E4%25BC%25B4%25E4%25BE%25B6%25E5%258B%2595%25E7%2589%25A9%25E4%25BF%259D%25E5%2581%25A5%25E7%2594%25A2%25E6%25A5%25AD%25E7%2599%25BC%25E5%25B1%2595%25E7%258F%25BE%25E6%25B3%2581%25E8%2588%2587%25E8%25B6%25A8%25E5%258B%25A2.pdf&ved=2ahUKEwjwu42xwJ70AhU4slYBHfyMAFYQFnoECAQQAQ&usg=AOvVaw2hii5c0II1dGbY-SvpgC8N

附件 1
調查問卷

2022/12/22 晚上11:19

毛小孩與主人服裝之問卷調查

毛小孩與主人服裝之問卷調查

*必填

1. 年齡*

單選。

- 20歲以下
- 21~30歲
- 31~40歲
- 41~50歲
- 50以上

2. 寵物品種*

單選。

- 狗
- 貓
- 其他： _____

3. 是否有購買寵物衣服or飾品的動機*

單選。

- 是 跳到第 4 題。
- 否 跳到第 5 題。

購買動機

4. 呈上題，購買動機為何？*

毛小孩與主人服裝之問卷調查

5. 願意在寵物用品花費的金額 *

單選。

- 1000以下
- 1000~3000
- 3000以上
- 不考慮花費

6. 是否願意在寵物服飾上花費 *

單選。

- 是 跳到第7題。
- 否 跳到第8題。

跳到第7題。

毛小孩與主人服裝之問卷調查

7. 願意在寵物服飾花費的金額(單件) *

單選。

- 150以下
- 150~250
- 250~350
- 350~450
- 450以上

跳到第8題。

毛小孩與主人服裝之問卷調查

8. "是" "否" 想與寵物穿親子裝(類似服飾) ? 原因為何 *

9. 想和毛小孩體驗什麼款式的親子服飾

單選。

- 襯衫
 - T恤
 - 飾品類
 - 沒有考慮
-

Google 並未認可或建立這項內容。

Google 表單