

大四工工專題摘要

11	女性睡衣市場行銷策略之分析與探討—以某公司為例
指導教授	洪一峰 博士
參與學生	u940819 倪詩昀 u940828 呂宜穎 u940831 許嘉蘭 u940855 熊星怡
摘 要	
題目的由來 由於台灣品牌服飾業發展較晚，一直以來，國內成衣業大多以接單生產為主；但近年來物價上漲，布料成本提升，導致接單生產的利潤漸漸縮減，加上服飾業趨於飽合，讓服飾業者體悟到創立品牌的重要性，本組將藉由某成衣公司，創立自有女性睡衣品牌為例，分析並探討女性睡衣市場的行銷策略。 題目的描述 經濟快速成長的環境下，消費者對服裝的需求已經超越生理、安全…等基本的需要，達到需求層級最高的需求—自我實現的需求，他們希望能藉由服飾展現自己、傳達意象；因此，服飾業者必須設法創造商品的差異化，建立品牌、設計服飾，以滿足不同消費者的需求。 然而，傳統成衣業轉型，創立自有品牌相當具有挑戰性，並須確定自己的目標市場，並找出正確的產品定位，才不會被市場淘汰。本組以某成衣公司創立自有女性睡衣品牌為例，發現其品牌的經營遭遇許多困難，像是庫存過多造成的經濟壓力、銷售規模過小導致成本太高、網路拍賣的行銷方式不夠理想……等問題，都是本組分析及探討的內容。 解決的方法 1. 藉由問卷分析女性對睡衣市場的看法。 2. 找出其面臨的庫存問題並建議可行的解決方案。 3. 分析其成本結構，找出且避免不必要的浪費。 4. 找出應採取的行銷策略：找出產品的定位、目標市場，並擬定其相對的行銷策略。 5. 通路模式是否適當的探討：網路拍賣的分析及銷售建議。	

研究的成果

1. 了解品牌的經營模式，了解女性睡衣的市場結構及其目標市場的需求。
2. 利用分析市場結構、品牌定位建議其品牌未來的定位，以及銷售策略。
3. 利用分析虛擬和實體的通路模式建議其品牌的通路策略。
4. 利用分析庫存問題、成本問題建議其品牌的生產模式。