

致理技術學院應用日語系

102 學年度畢業實務專題報告

探討日本自創品牌的成功之道及

在台商機—以若槻千夏 W♥C 品牌為例

指導老師：陳彥碩老師

組員：19922231 蘇綺淋

19922217 李思詩

19922218 鄭雅元

19922242 羅喻芳

19922142 黃苡華

19922152 黃幼昕

19922153 張子庭

2013 年 10 月

目錄	
謝辭.....	I
摘要.....	II
目錄.....	III
表目錄.....	V
圖目錄.....	VI
緒論.....	I
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究方法.....	2
第三節 研究目的.....	3
第四節 研究架構與流程.....	3
第二章 相關文獻探討.....	6
第一節 品牌.....	6
第二節 自創品牌.....	8
第三節 服飾自創品牌.....	10
第三章 研究方法與設計.....	15
第一節 問卷調查.....	15
第二節 個案研究.....	16
第三節 與W♥C相似品牌之比較.....	28
研究結果與分析.....	34
第一節 訪談信內容摘錄.....	34
第二節 市場問卷-受訪者基本資料.....	35
第三節 市場問卷-分析圖表.....	38
第四節 市場問卷-SWOT 分析.....	53
市場問卷-結論分析.....	56
研究個案行銷策略分析.....	56
結論與建議.....	63
第一節 結論.....	63
第二節 後續建議.....	65
參考文獻.....	66
附錄 A 市場調查問卷.....	70
附錄 B 專家訪談信.....	74
附錄 C 專家訪談信回函.....	75
組員工作分工表.....	76

表目錄

表 2-1-1 品牌定義整理

表 2-2-1 自創品牌之定義整理

表 2-2-2 自創品牌的來源形式

表 3-2-1 W♥C 分店介紹

表 3-2-2 個案 W♥C 品牌的沿革與發展

表 3-2-3 W♥C 熊週邊商品

表 3-3-1 EMODA 分店據點

表 3-3-2 W♥C 與 EMODA 之比較

表 4-2-1 性別分佈

表 4-2-2 年齡層分佈

表 4-2-3 職業分佈

表 4-2-4 每月平均收入分佈

表 4-2-5 每月治裝費分佈

表 4-3-1 問卷回收份數及其百分比

表 4-4-1 該品牌 SWOT 分析

圖目錄

圖 1-4-1 研究流程圖

圖 3-2-1 W♥C 熊 涉谷旗艦店

圖 3-4-1 產品策略圖

圖 3-4-2 定價策略與方法步驟圖

圖 4-3-1 是否購買過此品牌分佈圖

圖 4-3-2 從何得知此品牌分佈圖

圖 4-3-3 最常（最想）購買此品牌何種商品分布圖

圖 4-3-4 每月購買此品牌之平均花費分布圖

圖 4-3-5 購買該品牌之方式與地點

圖 4-3-6 多久一次購買該品牌商品分布圖

圖 4-3-7 希望該品牌推出何種商品

圖 4-3-8 願意購買該品牌之首要因素分布圖

圖 4-3-9 顧客是否看過該品牌之相關商品分布圖

圖 4-3-10 顧客是否願意購買該品牌商品分布圖

圖 4-3-11 顧客偏好之商品項目分布圖

圖 4-3-12 顧客希望在台販售之周邊商品價格分布圖

圖 4-3-13 顧客是否希望該品牌在台開設分店分布圖

圖 4-3-14 台灣分店之顧客消費意願分布圖