



行銷管理系

實務專題研究成果報告

○○○○

指導老師：○○○

學生：○○○ F10010001 ○○○ F10010004

○○○ F10010002 ○○○ F10010005

○○○ F10010003 ○○○ F10010006

中 華 民 國 ○ ○ ○ 年 ○ ○ 月

實務專題指導老師同意審核書

書面報告及電子檔，經審議給予通過

指導老師： ○○○

目 錄

| | |
|----------------------------|----------|
| 第一章 機會與構想 | 1 |
| 一、背景與機會 | 1 |
| 二、產品構想 | 1 |
| 第二章 市場與競爭環境分析 | 2 |
| 一、市場特性與規模 | 2 |

表 目 錄

| | |
|-------------------|---|
| 表 1 消費性產品購買率..... | 2 |
|-------------------|---|

圖目錄

| | |
|---------------|---|
| 圖 1 銷售業績..... | 2 |
|---------------|---|

第一章 機會與構想

一、背景與機會

臺灣近年來受到環保意識抬頭的影響，還有保護地球環境，不管是吃的、用的、保養、清潔用品，都強調「天然」尚好」。

現在的消費者對於購買的商品，都會先觀察商品的成份，看有無化學成份的存在，還有符合自己所要的需求，價格則是其次的考量。

二、產品構想

以講求的是天然產品為構想、無化學成份、符合個別需求，還有合理價格，主打的產品是.....。

天然的產品沒有加入化學的成分，由於萃取方面較為嚴苛，需花費的時間和金錢也相對於較高.....。

第二章 市場與競爭環境分析

一、市場特性與規模

(一)、市場分析

臺灣在油電雙漲、薪資漲幅遲緩的趨勢下，在 101 年時統計，消費者在購買消費性產品購買率.....。(資料來源:全球意向 lifewin 線上市調網)

表 1 消費性產品購買率

| 消費類別 | 購買率(%) |
|-------|--------|
| 清潔用品 | 56.34% |
| 口腔保健 | 29.12% |
| 臉部保養 | 12.97% |
| 身體保養 | 11.94% |
| 髮妝/香水 | 11.59% |

在每月的收入方面都可以有盈餘沒有虧損，另外能把成本壓到最低，使得銷售的價格變便宜，以價格戰的方式來拉距與競爭者之間的距離，並且達到價格比其他家便宜又可以用得安心、放心為導向，來增加客源。預測趨勢：以春、夏、秋、冬做區隔.....

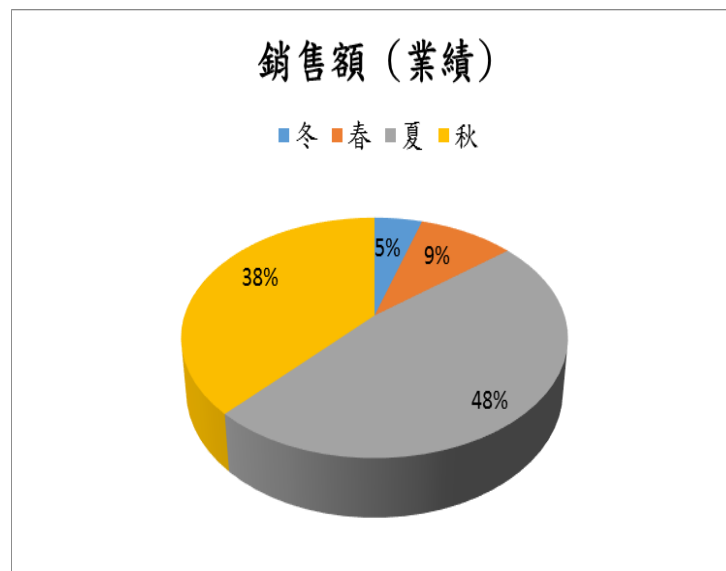


圖 1 銷售業績