

投稿類別：商業類

篇名：

一起迎接毛小孩世界－遇見「Glocke Bakery 貓咪中途甜點店」

作者：

林筑鈞。台中市宜寧高中。資料處理科三年甲班。
曾怡蓁。台中市宜寧高中。資料處理科三年甲班。
楊美雯。台中市宜寧高中。資料處理科三年甲班。

指導老師：

陳曜如 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

台灣的經濟發展越來越蓬勃，因此人們會在維持自身溫飽之餘飼養毛小孩。在日積月累下，這些毛小孩漸漸成為我們人類最好的陪伴者與聆聽者。在傷心難過時，可以陪伴在身旁。無聊的時候，可以一起玩耍。即便毛小孩像家人一般陪伴在我們身邊，卻還是有許多毛小孩被拋棄流浪在外，造成牠們無家可歸。

在台中市北區的「Glocke Bakery 貓咪中途甜點店」是一間同時能讓人放鬆、享受甜點美食以及近距離接觸貓咪的好去處。它也擁有與其他一般甜點店的不同之處，除了經營方式和經營模式不同外，店裡也會維持八隻上下的貓陪伴顧客及認養。但他們貓咪的來源究竟是來自哪裡？是如何維持經營的利益？如何擴大店內的消費人數？因此本組希望藉由研究中途甜點店了解其行銷策略及經營利益的方法。

二、研究目的

我們想探討手做甜點工作室與貓咪結合的經營理念、行銷手法、未來願景。本專題研究目的分別如下：

- (一) 了解中途甜點店以何種方式吸引消費者。
- (二) 了解中途甜點店的經營理念與目的。
- (三) 了解中途甜點店遇到經營問題如何面對困難與解決方法。
- (四) 了解中途甜點店如何給貓咪一個舒適的生活環境。
- (五) 透過 SWOT 分析了解中途甜點店的內外部優劣勢。

三、研究方法

- (一) 文獻分析法：透過網際網路、書報雜誌、官方網站蒐集中途甜點店在行銷手法和店內環境相關資料並加以整理與分析。
- (二) 實地訪談法：組員們親自至實體店家與老闆面對面訪談，詢問店家相關的問題，也親自體驗店裡的環境，並了解其經營理念及動機和未來願景。

四、研究流程

中途之家已是大家愈來愈關注的事情，願意幫助中途的人逐漸增加，漸漸開始發展起與中途結合的甜點店、咖啡廳、餐廳，讓大家透過這些接觸到中途之家的毛小孩，本組透過網路找到了 Glocke Bakery，也透過實地訪談與老闆的 Q&A 來了解到中途之家與甜點的結合之行銷方式。

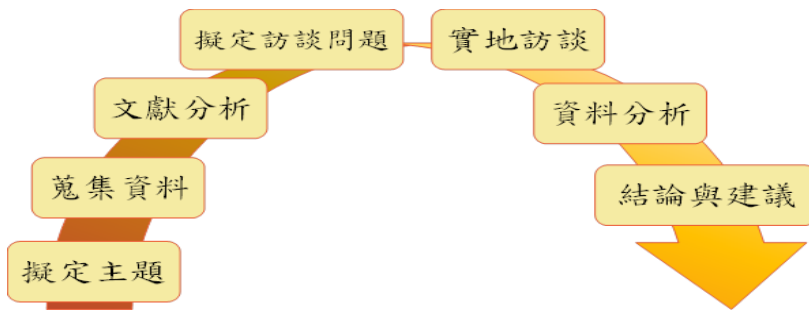


圖 1 研究流程圖

貳、正文

一、動物中途之家的興起

在台灣，流浪動物的議題備受關注，也有許多人投入於流浪動物收容的問題。流浪動物的問題至今仍沒有辦法有效改善與解決，儘管現在也有很多人開始推廣相關領養代替購買的理念或者是創建中途之家「只要從事中途之家的我認為負擔都非常重，而且幾乎都是負債累累。」(註一)，導致現代的流浪動物不停增加，讓想幫助流浪動物的人去援助，並且各自找出與中途貓咪結合的理念與看法。

二、中途甜點店「Glocke Bakery」的創業動機

Glocke Bakery 位於「北區忠太西路 10 號」(註二) 店裡結合甜點與貓咪的理念，以中途之家為主角，甜點為配角來推廣，同時可以享受到甜點的滋味，也可以體驗與貓相處與互動，現代社會秉持著「以領養代替購買、以結紮代替捕殺」(註三)、「以零棄養、零安樂、全領養」(註四)，傳播給大眾這個觀念。每個生命都是天賦與給大家的，無論是人或動物，都需要擁有一個溫暖的家，也需要一個溫柔的對待，當你願意接納一個動物時，代表你會把牠看待成小孩似的，不會隨便丟棄牠，只會用盡全心全意去照顧牠與保護牠。

三、中途甜點店「Glocke Bakery」創業目的

在誤打誤撞下開啟 Glocke Bakery 中途甜點店之後，從一開始的網路商店、市集再到至今現在的實體店面，老闆與老闆娘都秉持著想要幫助貓咪以及給貓咪一個完善的生活環境。雖然實體店面僅擁有一個小小的空間，但老闆也竭盡所能的讓貓咪沒有局限在某些範圍，可以自由自在地玩耍。另一方面也提供消費者一個舒適悠閒的環境，同時可以享受到悠閒的氣氛，也可以與貓咪相處和互動，老闆與老闆娘也希望愛貓者可以願意來領養貓咪，讓每隻貓咪都擁有一個屬於自己的家。

四、中途甜點店「Glocke Bakery」環境介紹

Glocke Bakery 將空間設計為兩個樓層，老闆希望能夠讓貓咪有著自己的專屬區域，所以二樓空間並未設置飲食區，樓層有甜點製作區、消費者食用區、貓咪互動專區以及貓咪隔離室。樓層的用途、空間的設計、樣品的擺設等，都是經由老闆深思熟慮後所提出的規劃。彙整如下表：

表 1 一樓環境介紹

樓層：一樓			
甜點店招牌	創意擺設	製作區與櫃台	飲食區
			
圖 2	圖 3	圖 4	圖 5
說明	一樓座位不多，製作區設置於一樓是為了讓消費者可以看見製作甜點的過程，使消費者安心。		





(資料來源：本組實地拍攝及整理)

表 2 二樓環境介紹

樓層：二樓互動區			
消費者與貓咪互動區	貓咪屋	貓爪版	塗鴉牆
			
圖 6	圖 7	圖 8	圖 9
說明	二樓互動區是專屬於貓咪的空間，除了提供貓咪自由活動外，也提供消費者與貓咪互動、玩耍。		

(資料來源：本組實地拍攝及整理)

表 3 二樓隔離區介紹

樓層：二樓隔離區			
空氣清淨機	飼料區	隔離籠	貓砂
			
圖 10	圖 11	圖 12	圖 13
說明	二樓隔離區是專門放置貓咪飼料、隔離新進或剛完成疫苗注射的貓咪；隔離的籠子主要也是為了讓貓咪習慣新的環境。		

(資料來源：本組實地拍攝及整理)

五、中途甜點店「Glocke Bakery」產品介紹

Glocke Bakery 中途甜點店會想結合甜點販售是因為老闆娘深愛研究甜點的製作，在空閒之餘會自己研究甜點的做法、比例等，在經過嘗試後便成為商家的產品之一。Glocke Bakery 也會不定期的推出新產品甚至配合季節性的水果推出不同的蛋塔，搭配著茶飲與咖啡有著不同的滋味，甚至擁有著不同的味蕾來品嚐。本組彙整如下表：

表 4 巧克力系列蛋塔

巧克力系列蛋塔			
日月潭 巧克力奶茶塔	焦糖鹽之花 巧克力塔	白巧克力檸檬塔	抹茶塔
			
圖 14	圖 15	圖 16	圖 17
中間包裹著奶茶內餡，不會太甜，味道香濃	帶有偏苦的巧克力，並包裹著三層餡料，富有層次	檸檬香氣十足，底層擁有一層帶點甜的白巧克力	裹著一層厚厚的抹茶，中間夾有紅豆及白巧克力

(資料來源：本主自行整理、照片來源：Glocke Bakery 官網與實地拍攝)

水果都是採用當季的，依季節來區分，會有許多不一樣的口味，讓人感覺有某一種好奇心，想在每季都可以享用得到不同的蛋塔口味。

表 5 水果系列蛋塔

水果系列蛋塔			
覆盆子莓果塔	經典芒果塔	草莓塔	藍莓塔
			
圖 18	圖 19	圖 20	圖 21
內餡卡士達醬覆蓋掉覆盆子的酸，酸甜適中	使用真材實料，季節限定中 CP 值最高的蛋塔	季節限定，充滿香甜草莓味，不酸只甜	上頭放著新鮮的藍莓，裡層包著卡士達醬

(資料來源：本主自行整理、照片來源：Glocke Bakery 官網與實地拍攝)

這些蛋塔屬於創新新品，其中有一項最基本款的乳酪蛋糕，看似一塊不怎麼起眼的蛋糕，但吃了之後卻會有更不一樣的想法與感受，其餘的蛋塔卻是結合一般大家會吃的食物而製造的，也許口感也會讓人驚呼。

表 6 其他口味蛋塔

其他口味蛋塔			
米香芝麻塔	紐約重乳酪蛋糕	栗子塔	花生塔
			
圖 22	圖 23	圖 24	圖 25
包裹著米茶口味慕斯，獨特香氣	乳酪香而濃密，濃而不膩，烤得恰到好處	秋季限定，淡淡栗子香，清爽口味甜點	濃郁花生香味，甜而不膩，回味無窮

(資料來源：本主自行整理、照片來源：Glocke Bakery 官網與實地拍攝)

六、中途甜點店「Glocke Bakery」競爭分析

現代與毛小孩結合的餐廳越來越多，店家彼此競爭力強烈，在這之中選出值得研究的對象來探討。調查方法：收尋網路上資訊、部落客介紹店家環境和訪問顧客意見及親自體驗的想法與感受、相關書籍等線索。

表 7 中途甜點店 Glocke Bakery 競爭分析

	Glocke Bakery 中途手做甜點店	Homecafe 幸福。 好食 寵物認養餐廳	瞎聊。貓咖啡
商家標示	 圖 26	 圖 27	 圖 28
營業時間	星期三～日	11:00~21:30	14:00~20:00
消費者族群	20~30 歲女性	家庭居多	20~30 歲女性
商品價格	\$100~\$150	\$150~\$250	\$150~\$200
經營方式	手做甜點結合中途之家	餐廳結合寵物認養	手沖咖啡、法式甜點結合 流浪貓咪認養
創業動機	幫助毛小孩	創立流浪貓狗暫時之家	實現咖啡夢想、幫助小生命
知名度	較低，不容易打響知名度	偏低，行銷手法較低	於中途之家裡知名度偏高
環境	容易有寵物的毛	無法較一般餐廳一樣整潔	整潔，貓咪與飲食區隔離

(資料來源：本組自行整理)

七、「Glocke Bakery 中途甜點店」的 SWOT 分析

表 8 「Glocke Bakery 中途甜點店」之 SWOT 分析

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ● 交通便利 ● 選用天然食材 ● 裝潢設備優良 ● 擁有完善制度 ● 對於毛小孩擁有專業知識 	<ul style="list-style-type: none"> ● 知名度不足 ● 營業空間較小 ● 停車空位不足 ● 選用天然食材，成本較高 ● 部分消費者不喜歡毛小孩
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ● 消費族群固定 ● 會不定期舉辦公益活動 ● 政府推動以領養取代買賣 ● 提供網路訂購及宅配服務 ● 需要毛小孩陪伴的趨勢增加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 同業競爭者較多 ● 炎熱的氣候造成淡季 ● 大眾偏向於一般甜點店 ● 有關貓的支出須由店內營收支付 ● 食安問題造成消費者購買意願降低

(資料來源：本組自行整理)

八、實地訪談與影片剪輯

在 107 年 9 月 29 日實地走訪店家，親自體驗店內環境、與貓咪互動、品嚐甜點，及 107 年 10 月 20 日實地採訪老闆創業心歷路程，拍攝照片之結果彙整成研究內容並製作影片剪輯做詳細介紹。



圖 29 採訪老闆之訪談影片



圖 30 Glocke Bakery 之環境影片

參、結論

一、結論

一開始懵懵懂懂的我們透過這次的專題及專訪後，擁有更深入的了解。因為近幾年以領養替代購買的趨勢增加，使得中途之家越來越盛行。原本厭惡流浪狗流浪貓的人們也漸漸改變了心態，也因此為中途之家帶來商機。

Glocke Bakery 手做甜點工作室在剛創立中途之家時並不是很順利，不僅會有家人朋友的反對，也會有消費者對環境維護的質疑、被受各種不看好……等。後來因為政府積極推廣以領養替代購買，讓每一隻毛小孩都有一個家，使得中途之家結合甜點店的成立成為現在流行的趨勢，更能讓這些被遺棄的流浪狗流浪貓重新找到疼愛牠們的主人及溫馨的家。

二、建議

(一)推廣行銷

1. 多打廣告提升知名度。
2. 增加一些行銷手法，配合節日做一些促銷活動。
3. 利用網路資源，打卡分享，好友之間流傳，來提升知名度。
4. 與企業合作，參與一些大型活動，增加自己店的曝光率。
5. 常常推出新產品，做一些折扣，來提升客戶忠誠度。

(二)店內空間及環境

1. 增加一樓飲食區座位，使消費者流店率增加。
2. 增加一樓的貓咪數量，使消費者能同時與貓咪互動及品嚐甜點。
3. 透過提升知名度增加獲利，擴大店面。
4. 二樓貓咪活動區可增加貓咪大型玩具，讓貓咪能攀爬。
5. 規劃停車空間，增加消費者的方便性。

肆、引註資料

1. 林淑芬 (2018)。專題製作 SOP 最佳祕笈。台北市。台科大圖書股份有限公司。
2. 生命力新聞。107 年 9 月 27 日。取自：<https://vita.tw/>。
3. 痞客邦。107 年 10 月 3 日。取自：<http://mtchang13.pixnet.net>。
4. 痞客邦。107 年 10 月 12 日。取自：<https://jamstudio.pixnet.net>。
5. 中時電時報。107 年 10 月 27 日。取自：<https://www.chinatimes.com>。