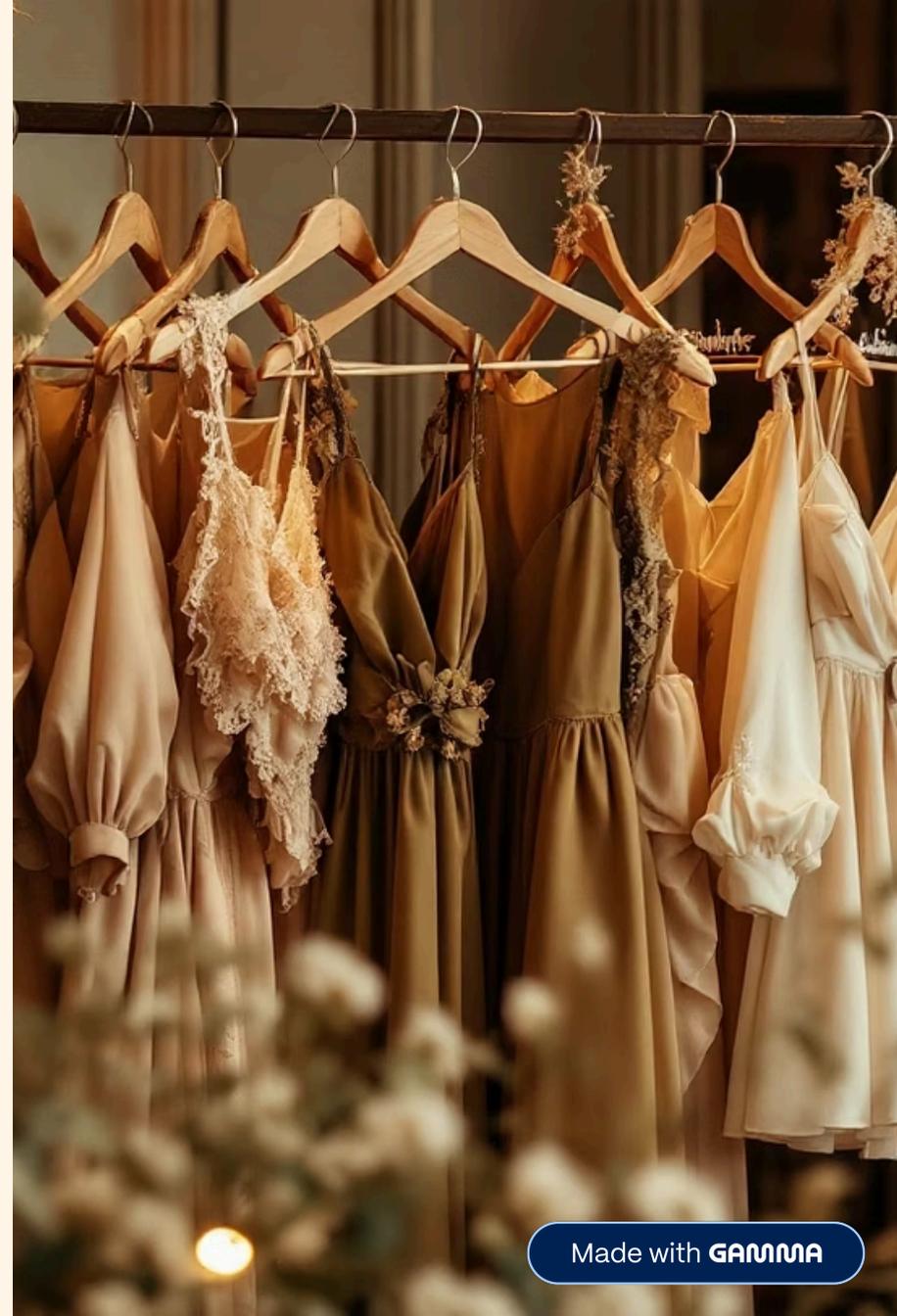


天美物語 Tianmei Story

一個融合東西方優雅服飾文化的復古女裝品牌，致力於為每位現代女性打造一場穿越時光的優雅旅程。透過精心設計的復古洋裝，讓每一次的穿著都成為一個充滿故事感的美麗時刻。

創業行銷企劃書 報告者:5號 吳仙惠



公司簡介

- **品牌名稱**：Tianmei Story 天美物語
- **成立時間**：2025 年 Q3 預計啟動
- **創辦人**：Sandy Wu
- **主營內容**：少量復古風洋裝設計與販售，含配件（鞋包、帽子、飾品）
- **營運模式**：電商＋市集＋社群銷售
- **資本投入**：NT\$1,000,000
- **品牌短句**：Tianmei Story for your timeless style

品牌創立的時代背景

復古風潮席捲全球

近年來，復古風格服飾在全球時尚界掀起了一股不可忽視的熱潮。從40年代的赫本優雅風格，到民國時期的旗袍韻味，再到歐洲中世紀的貴族設計，這些跨越時空的經典美學重新回到現代女性的衣櫃中。

Instagram、TikTok等社群平台的興起，讓穿搭不再只是個人的選擇，更成為了一種「社群展演」的藝術形式。女性消費者開始追求更具個人特色與文化內涵的服飾，而非千篇一律的快時尚產品。



這股復古熱潮不僅僅是對過往美學的懷念，更是現代女性對於精緻生活品味的追求。每一件復古服飾都承載著獨特的時代故事，讓穿著者在日常生活中也能感受到歷史的優雅韻味。

市場缺口與品牌機會

設計深度不足

市面上的復古洋裝多來自韓系快時尚或中國平台，雖然價格親民，但缺乏深層的文化故事與設計內涵。這些產品往往只是表面的復古元素堆疊，無法傳達真正的復古精神。

品質與價格失衡

消費者常面臨兩難選擇：要麼購買便宜但品質堪憂的大眾商品，要麼選擇昂貴但過於小眾的高端品牌。市場上缺乏既有質感又價格合理的中間選擇。

文化認同缺失

現有品牌多缺乏清晰的文化定位和品牌故事，無法與追求文化底蘊的消費者產生情感連結。女性消費者渴望的不僅是一件衣服，更是一種文化認同和美學表達。



天美物語的品牌願景

天美物語致力於填補市場上的這一空缺，打造一個真正「有故事感」的復古女裝品牌。我們不僅僅是在製作服裝，更是在創造一種生活美學和文化體驗。

品牌結合東西方優雅服飾文化的精髓，從設計理念的發想、面料的精心選擇、製作工藝的嚴格把控，到行銷推廣的文化敘事，每一個環節都經過精心打造。我們希望每位穿上天美物語的女性，都能感受到如同走入一場時光旅行般的美好體驗。

這不僅是一個服裝品牌，更是一個文化載體，承載著對美好生活的嚮往和對經典美學的傳承。我們相信，真正的美是跨越時空的，而天美物語正是要將這份跨越時空的美帶給每一位現代女性。

目標客群深度分析

核心消費族群畫像

我們的目標客群是年齡介於25-45歲的都會女性，她們具有一定的經濟能力和文化素養，對於穿搭有著獨特的見解和追求。這群女性通常活躍於社群媒體平台，熱愛分享生活美學，並且願意為了品質和設計感支付合理的價格。

她們不滿足於大眾化的快時尚產品，而是在尋找能夠表達個人風格和文化品味的服飾。對於這群消費者來說，穿著不僅是保暖遮體的基本需求，更是一種自我表達和文化認同的方式。

- 重視穿搭的文化內涵與故事性
- 追求獨特性，拒絕千篇一律
- 願意為設計感和品質支付合理價格
- 熱愛社群分享和攝影美學



購買動機分析

消費者選擇天美物語的主要動機包括：

- 特殊場合需求（約會、聚會、拍照）
- 追求有品味的復古服飾
- 希望展現獨特的個人風格
- 與品牌文化產生情感連結

競爭優勢分析

品牌名稱	價位區間	特色分析
赫本經典館	NT\$1,500↑	主要銷售韓貨混合商品，風格定位不夠統一，缺乏品牌故事性
旗夢旗袍	NT\$2,000↑	專業旗袍品牌，但款式略顯傳統老派，較難吸引年輕消費者
淘寶無牌商品	NT\$300-800	價格親民但設計雷同，品質參差不齊，缺乏售後保障
天美物語	NT\$1,280-2,980	故事性強、文化設計融合、小量精製、品質保證

天美物語在競爭激烈的復古服飾市場中，憑藉獨特的文化定位和精緻的設計理念，成功找到了自己的市場定位。我們不與低價商品競爭價格，而是以文化價值和設計品質取勝；也不盲目追求高端市場，而是以合理的價格提供高品質的產品和服務。

三大經典風格系列

赫本經典風格

汲取40年代的優雅精髓，以經典的黑白配色和A字裙設計為主軸。每一件單品都散發著永恆的魅力，讓穿著者展現出如奧黛麗·赫本般的優雅氣質。精心設計的剪裁和面料選擇，確保每一件衣服都能完美展現女性的優雅身形。

改良式旗袍

融合傳統旗袍的東方韻味與現代剪裁技術，創造出既保持文化特色又符合現代審美的設計。採用現代版型設計，搭配經典的東方花紋和色彩，讓傳統文化在現代生活中煥發新的活力。

歐洲復古風格

從歐洲中世紀和維多利亞時期的服飾設計中汲取靈感，以泡泡袖、格紋和緞面材質為設計重點。每一件單品都展現出歐洲宮廷的華麗與優雅，讓穿著者感受到貴族般的氣質和品味。

精緻的製作工藝流程



設計草圖

由專業設計師手繪創作，每一個細節都經過精心考量，確保設計的原創性和文化內涵。



面料選擇

嚴選高品質面料，注重觸感、垂墜性和耐用性，確保每一件衣服都能展現最佳的穿著效果。



品牌標識

設計專屬吊牌與包裝，提升品牌識別度和產品的價值感，讓每次開箱都成為美好體驗。



打樣製作

與專業OEM工廠合作，進行小量試產，確保每一件衣服的版型和品質都達到最高標準。

天美物語採用「委託代工（OEM）」模式，與包括Appareify、凌恩服飾、朋士德等可小量起訂的優質服裝工廠合作。每款服飾限量生產50-100件，確保商品的獨特性和品質控制。所有商品均會縫製天美物語專屬吊牌與精美包裝，讓每一次購買都成為一次特別的體驗。

多元化經營模式



線上通路佈局

建立品牌官網作為主要銷售平台，同時進駐Pinkoi、蝦皮等知名電商平台，並透過Instagram直接下單功能，打造無縫的購物體驗。透過多元化的線上通路，確保品牌能夠觸及不同習慣的消費者群體。



實體市集體驗

定期參與文創市集和時尚快閃活動，讓消費者能夠親身感受服飾的材質和剪裁。實體接觸不僅能提升品牌信任度，更能透過面對面的互動建立深度的顧客關係。



社群經營策略

建立LINE社群和會員制度，提供專屬的穿搭建議和復古文化內容。透過回購優惠和會員專屬活動，培養忠實的品牌支持者，創造長期的顧客價值。



客製化服務

提供個人化的尺寸調整和款式客製服務，滿足消費者對於完美版型的追求。這項服務不僅提升顧客滿意度，更能創造額外的營收來源。

STP 分析

- **Segmentation**：喜愛復古美感的年輕女性
- **Targeting**：文青質感穿搭愛好者，IG活躍族群
- **Positioning**：文化復古風格 × 小量精品感 × 親民價格

4P 分析

- **Product**：復古洋裝（3大風格），附加配件
- **Price**：單件 NT\$1,280–2,980，限量、精緻
- **Place**：官網、Pinkoi、蝦皮、實體市集
- **Promotion**：社群廣告＋文化行銷＋主題穿搭＋節日檔期活動

SWOT 分析

九、SWOT 分析

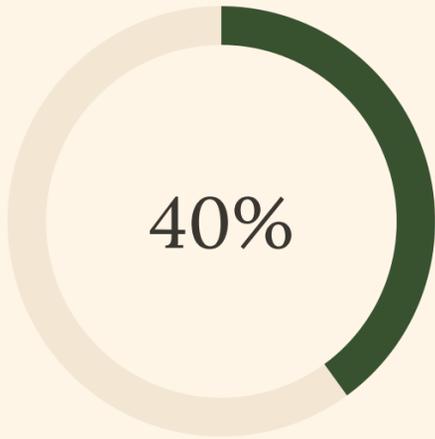
分析面向	內容
優勢 Strength	小量精品、文化風格、品牌故事性強
弱勢 Weakness	起步品牌知名度低、廣告需資金投入
機會 Opportunity	復古熱潮明顯、小眾市場成長潛力大
威脅 Threat	快時尚價格競爭、模仿風格容易出現

財務計畫與損益分析

項目	預算估計
初期樣衣與打樣	NT\$60,000
首批成衣生產（300件）	NT\$400,000
行銷與廣告投入	NT\$200,000
官網建置與包裝設計	NT\$90,000
人力與雜支備用	NT\$150,000
流動備用資金	NT\$100,000
總投入	NT\$1,000,000

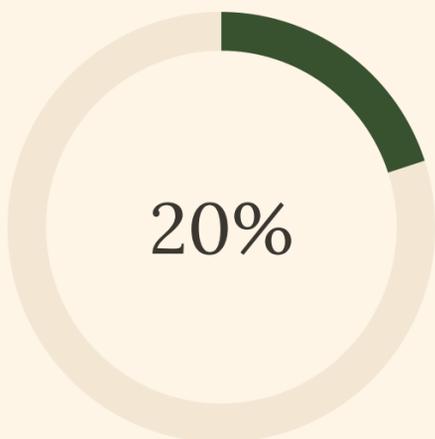
財務規劃與未來展望

投資預算分配



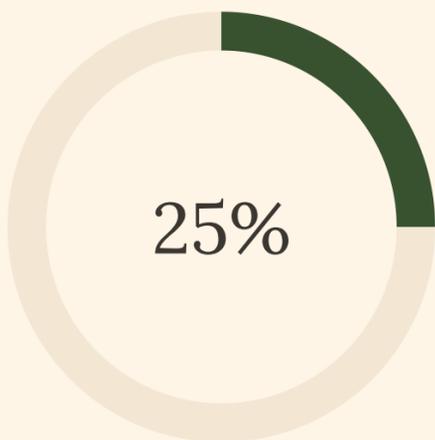
生產製造

首批成衣生產與樣衣打樣



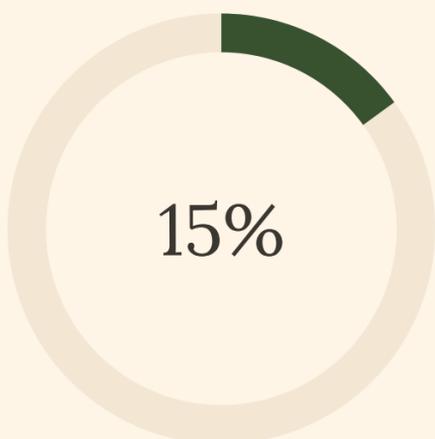
行銷推廣

品牌宣傳與數位行銷



營運支援

官網建置、包裝設計、人力成本



流動資金與緊急備用



損益平衡分析

以單件洋裝平均成本NT\$500、售價NT\$1,980計算，每件毛利約NT\$1,480。預估需售出680件達到損益平衡，目標在6個月內達成，即月銷售約115件。

未來發展藍圖

- 擴展產品線至童裝、包包、鞋飾
- 進軍港日、歐美文青市場
- 打造「復古女裝×文化故事×影像美學」品牌宇宙
- 建立完整的復古生活風格生態系統

天美物語不僅是一個服裝品牌，更是一個承載著文化傳承和美學追求的生活方式品牌。我們相信，透過精心的規劃和執行，天美物語將成為復古女裝市場中最具文化底蘊和設計感的品牌之一，為每一位愛美的女性創造屬於她們的優雅時光。

甘特圖規劃 (Gantt Chart)

7月 設計完成、聯絡工廠、打樣開始

8月 打樣完成、小量生產

9月 拍攝與官網建置、市集鋪貨

10月 上線開賣、首波行銷

11月 分析數據、擴大廣告與通路

12月 年終檔期行銷、調整新款

2025年任務項目



風險評估與未來展望

(1) 潛在風險：

- 市場接受度不足（可透過限量測款機制降低）
- 廣告投入成效差（調整渠道與素材）
- 物流或工廠延遲（同時備選多家供應商）

(2) 未來展望：

- 品牌系列延伸（童裝、包包、鞋飾）
- 跨境銷售拓展至港日、歐美文青市場
- 打造「復古女裝 × 文化故事 × 影像主題」品牌美學宇宙