



訪 問 日 期：2023 年 11 月 28 日，下午 2 時至 4 時  
2023 年 12 月 14 日，下午 2 時至 4 時  
2024 年 06 月 28 日，下午 1 時 30 分至 2 時 30 分

訪 問 店 家：捷君寵物用品店

訪 問 地 點：捷君寵物用品店

使 用 語 言：國、臺語

訪 談 人：曾獻緯、鄭羽澤

記 錄 人：曾時君、鄭羽澤、駱俊翰

# 寵物後勤支援人

## 陳春偉先生、張春桃女士訪談紀錄



上圖：捷君寵物店。陳宥瑾 攝

### 陳春偉

1956 年出生，臺北人。曾輾轉經營行李箱批發、藝品店以及洗衣店，最終因興趣使然，與太太張春桃在 1992 年於士林落腳，開設「捷君寵物用品店」。這間寵物用品店可謂是士林地區的元老級「寵物後勤支援部」，也是許多士林人非常信賴的商家。

## 藝品與生活：手藝店的經營之道

我叫陳春偉，1956年出生，原先住在臺北市建國北路，後來搬到臺北天母東路上。最早的工作是做販售行李箱的銷售員，後來在1980年左右的時候，自己在松江路上經營一間藝品店，當時的國際觀光很盛行，很多外國人都會想要買一些臺灣的小藝品。當時藝品的批貨、送貨都是我一個人一手包辦，與太太張春桃也是因此認識。我太太也是1956年生，一開始住在九份，後來搬家到基隆，讀基隆高商的日文專科，<sup>1</sup>所以畢業之後，就去來來飯店上班，<sup>2</sup>主要負責賣一些觀光客的生意。在1970年代我太太的學歷已經算高，我們很多同學都只讀到小學畢業，以前的同學有念到高中的不多，主要是因為春桃的媽媽比較注重學問、學識，她覺得有學識才有辦法在社會上找到好的工作。高職畢業後，春桃就到來來大飯店裡的藝品店上班，主要負責觀光客的珠寶生意。1970、1980年代，大部分是日本觀光客。雖然春桃是念日文專科，在學校也有學習讀寫英文，但是讀歸讀，直接跟客人對話還是很生疏。幾個月下來，接觸的客人多了，克服恐懼適應之後，也就慢慢得心應手了。日本客人都很親切，他看你講得不對，還會幫忙糾正。我們兩個是在職場上認識，我在送貨的過程當中，開始慢慢跟春桃有接觸，之後才在一起。

其實我在開藝品店之前，有做過行李箱的批發，但只做一年左右，就改作藝品店。我的藝品店以觀光客為主，比較常見的商品就是小皮包、檀香扇、絹扇及絲扇等，很多高級飯店也都有進我們的貨。不過，跟一般商品比較不一樣，我們要隨叫隨到，時間的掌握必須要非常精準。有些東西是買家要送到其他縣市，甚至是國外，如果送貨遲到，可能就趕不上飛機或是原本預定的排程。有一次，買家第二天早上一大早要趕飛機，十二點鐘以前貨物要全部裝進皮箱裡，但我的汽車只能裝七個，所以我們只好

---

1 基隆商工：前身為基隆市立中級商業職業補習學校，於1949年7月開始籌辦，為初級中學程度，同年（1949）9月正式成立，借信義國民學校教室為臨時校舍，1951年成立高級部。1957年改制為基隆市立高級商業職業學校，仍附設商業職業補習學校。1960年遷校於紫微山中正公園。1968年再改制為臺灣省立基隆高級商工職業學校，並遷校於七堵弦歌莊（即七堵區東新街22號）成為固定校址至今。（許財利、鄭宗慶編，《基隆市志卷六：文教志教育行政篇》（基隆：基隆市政府，2002），頁116-117；國立基隆高級商工職業學校：校史沿革，2024年9月14日下載，<https://www.klcivs.kl.edu.tw/home?cid=1067>）

2 來來大飯店：國泰企業在日本大倉飯店的協助下，於臺北市忠孝東路鎮江街口興建地下4層，地面16層，擁有寬敞客房800間，各式餐飲場所，以及佔地四百多坪的商店街的飯店，在1981年3月24日以「來來香格里拉大飯店」之名正式開幕。（〈來來大飯店將建二十層〉，《經濟日報》，1980年2月10日，第10版；〈來來香格里拉飯店開幕〉，《經濟日報》，1981年3月25日，第9版）

不停的叫計程車，叫了二十多輛計程車才全部裝完，最後趕在半夜十二點鐘以前完成任務。通常只有送出國的貨品才會用皮箱裝，因為這樣才方便可以送到國外，所以我們也會批發一些皮箱用來裝要送出國的貨品。

一般來說，藝品都是小小的，但是單價比較高。除了這種比較大量的訂單，平時也會騎摩托車送貨，有時候一趟出去可能就有好幾萬元，這在以前是一筆不小的數目。1980年代末期，藝品店產業開始沒落，一方面是越來越多人投入藝品市場，另一方面也是臺灣經濟越來越好，商品價格開始提高。像是日本的客人就跟我們說，臺灣的東西比人家貴，覺得東南亞的比較便宜，所以七、八年之後就慢慢收起來了。



右圖：老板娘張春桃女士。陳宥瑾攝

大約在 1990 年前後，我們把藝品店收起來，嘗試轉換跑道。曾經在松江路（市中心）開過洗衣店，大概經營了兩、三年。因為會遇到塞車，我們早上很早就得要出門，當時小孩子又要上學，體力上實在是吃不消，那時晚上六點就打烱回家，相比其他家洗衣店，晚上其實才是洗衣店生意最好的時候。所以我們覺得家庭和洗衣店難以兼顧，就開始考慮轉行，輾轉來到士林開寵物用品店。

## 跨界轉型：從零開始探索的寵物天堂

因為我喜歡養魚，洗衣店結束營業後，我們一開始是想要開水族館。1980 年代非常流行養魚，但後來觀望了一陣子，發覺有些店收起來了，水族館的前景好像沒那麼好。<sup>3</sup>大約在 1992 年的時候，我們想說有很多人在養寵物，不然自己來開一間寵物用品店試看看。<sup>4</sup>那時候我們住在天母，我們的店一開始是在臺北農產運銷股份有限公司的天母超級市場裡面。<sup>5</sup>因為是超市裡的專櫃，並沒有實體的門，打烱之後就是用一條封鎖線鎖住而已。要等公司關門之後，整個大門才會關起來。不過後來出現一個問題，超市九點就開始營業，但我們當時請的店員十點才上班。有些人就會直接進去裡面拿東西，運氣好一點的話，超市店員會幫忙顧一下，但後來這種狀況頻頻出現。這種情況讓我們想另找其他店面，最後選擇到士林開店，應該算是地緣關係。想說以前開的洗衣店離家太遠，又會塞車，在士林做生意應該滿合適的。

---

3 1980 年臺灣經濟高速發展，有不少人因篤信風水而飼養觀賞魚，其中又以龍魚最受喜愛，水族館如雨後春筍。1990 年股市崩盤，許多水族館紛紛熄燈，而業者考慮轉變經營模式，市場上出現越來越多結合貓狗等多元經營的複合式水族館，或是精緻化的水族館。（高偉傑、施君輪、朱達仁、呂友銘、曾宗德，〈臺灣觀賞魚水族館市場變遷之研究（1955-2017）〉，《休憩管理研究》（臺南）4：1（2017 年 8 月），頁 15-26）

4 1990 年代，臺灣寵物飼養流行，促使業者開設寵物百貨店，販售貓、狗、魚、鳥買用具、飼料，除提供寵物飼主方便外，也刺激人們飼養他種寵物的慾望。前往買狗飼料時，看到店中擺設的新流行水草魚缸，而興起飼養其他寵物。（〈飼養寵物一次 OK〉，《聯合報》，1991 年 8 月 1 日，第 27 版）

5 臺北農產運銷股份有限公司於 1974 年 12 月成立，其目的是調節市場供需，穩定農產品價格，希冀消滅商人壟斷價格的問題。該公司除經營果菜批發業務調節全市果菜供應外，還投資超級市場，於 1986 年 10 月 9 日開設天母超級市場，位於中山北路七段 154 巷 6 號，售生鮮食品為主，一般食品、日用品為副。（〈加強臺北農產運銷股份有限公司組織功能等問題〉，《立法院公報》（臺北）37：夏：9（1987 年 10 月 21 日），頁 127-128；〈農產公司擴辦超市 六年內將再增設十二家和平超市定十二日開業〉，《聯合報》，1985 年 11 月 1 日，第 6 版；臺北農產股份有限公司，《邁過艱辛的十五年》（臺北：臺北農產股份有限公司，1989），頁 45-46）

我們士林店面最初在文昌路，即新光醫院附近。<sup>6</sup>店面不大，水族相關的商品比較多，譬如說燈光、水族箱等都有賣。我本來就很喜歡養魚，以前曾經也把自己繁殖的魚放在店裡賣。那時候我也有養土雞，公的母的都養在一起，所以除了魚之外，店裡也賣土雞蛋。簽租約的時候，房東就有要求只能賣飼料，不能賣活體寵物，還有去法律公證，所以就賣寵物用品為主。主要賣各種小動物的飼料，像是鼠、兔、魚、貓、鳥都有。而且剛開店時其實自己沒有什麼資金，也沒有其他人可以投資。只好把之前金價比較便宜時買的金子賣掉，拿來做生意。剛開始就是比較辛苦一點，只能先進少量的貨，等到有收入之後再進更多貨，慢慢的越賣越多。

等生意穩定一點之後，我們想說在附近找一間店面大一點的，才搬到士林美崙街。其實會把店開在美崙街，就是看到這邊菜市場的人流，那時候這裡算是滿熱鬧的，陽明山和天母地區的客人都會在這邊活動。那時候水族館的市場逐漸飽和，再加上寵物市場出現轉變，水族館大多開始轉型成複合式的寵物用品店，所以我們也跟著轉型。店裡開始進比較多種產品，慢慢擴充品項，不再以水族產品為主。

要把寵物店做大，得要先學會進貨，也要能夠看準市場。有時候要付貨款，但是收入沒有那麼多，只能跟自己的家人周轉。所以我們的眼光要看得很準，好賣的就要



右圖：捷君寵物店招牌。陳宥瑾攝

6 新光醫院：「新光吳火獅紀念醫院」於1986年11月13日經衛生署核准設立，1989年06月28日正式動土興建，其址位於士林區文昌路95號，為新光紡織原址，於1992年09月02日正式開幕啟用。〈吳火獅紀念醫院 掀起杏林挖角風〉，《聯合報》，1992年7月7日，第14版；〈新光吳火獅紀念醫院昨開幕〉，《經濟日報》，1992年9月3日，第8版；新光吳火獅紀念醫院：關於新光醫院，2024年9月4日下載，<https://www.skh.org.tw/skh/6cddb12815.html>

進比較多貨，不好賣的品牌，就不要再進了。三十幾年前，大部分的人都可以彼此信任。要進貨的時候，包裝後面就有地址電話可以聯絡。畢竟我們的店就開在這裡，所以進貨時沒什麼困難，頂多就是第一次進口的時候預付保證金。一般來說，下訂單之後，那個星期就會送到，最晚也會在一星期後就送到。廠商送貨的時間，每家公司不一樣。有時一個禮拜送一次，有些一個禮拜送兩次，但大部分都是下午。廠商都會自己搬進來，自己擺，其中雍立的經理，除了幫我配貨以外，也教我要怎麼排貨，或是告訴我有哪些要特別注意的。那時候也會有業務員來推銷。因為是半路突然踏入寵物相關的產業，很多東西都不會，也只能自己摸索。有時候廠商會分享一些寵物相關的知識，例如惜時、雍立這幾家供應商，<sup>7</sup> 配合的經理也會給予一些指導。

客人喜歡的大多是某幾家固定的進口知名品牌，賣現成的東西其實都很簡單。因為我們不是自己製造，產品的包裝說明也都寫得很清楚，客人看一看就都會買，基本上沒什麼困難。有時候廠商會舉辦一些說明會介紹產品，我們也都會去參加，學習產品的功用和注意的事，多多少少做一些筆記。我們會幫客人介紹產品的功用，他的狗或者貓比較適合吃哪些東西，這些都是慢慢累積下來的。我們也曾在報紙上刊登廣告來打響名聲。以前大家還會看報紙，比較多人會看的像是《聯合報》之類的，後來出現了《蘋果日報》，都是彩色的，報紙也比較白，銷售量滿大的，我們的廣告就是刊登在《蘋果日報》上，費用的話就是看篇幅的大小和字數。現在蘋果日報已經停刊了。

## 寵物店林立的時代：競爭中的堅持

1990 年代，整個大臺北地區的寵物用品店可能不超過六百家。我們應該算是士林元老級的寵物用品店，基本上，士林地區只有我們這一家寵物用品店。當時的生意比較好，在開始穩定經營後，可以說幾乎沒有什麼競爭對手。但現在很多老顧客都不養了，或是寵物可能已經過世了，新客人又多半選擇網路購物或是去連鎖品牌，很多人覺得在家裡網路購物既便宜又方便，就不喜歡到實體門市。我們現在也有在購物網站上蝦皮銷售，其實很不簡單。例如說，要在網路上販賣某樣商品，就需要先跟廠商講，

---

7 臺灣惜時有限公司，於 1989 年創立，從事寵物食品、用品進口及批發，專營自有品牌——SEEDS 貓狗餐罐、聖萊西寵物機能管理食品。（臺灣惜時有限公司：公司簡介，2024 年 08 月 04 日下載，<https://www.petseeds.com.tw/about/1>）。雍立貿易股份有限公司，於 1977 年成立，最初代理實驗動物飼料，成為動物園營養補充品供應商，而後開始跨足大眾寵物飼料市場。（雍立貿易股份公司簡介，2024 年 08 月 04 日下載，<http://www.propurepet.com/>）

然後廠商就會寄產品相關證明文件來，我們再把證明文件給蝦皮。<sup>8</sup>一開始生意算是比較好的，現在就比較沒有競爭力，因為我的價格沒辦法壓這麼低，客人點進去買一定會買最低價的。這對我們這種傳統的寵物店真的影響很大。

我們寵物店的主力是飼料，畢竟吃的東西是天天要用的。除了會進以前比較常合作的牌子，包括惜時、雍立的貨之外，也曾嘗試進一些新牌子。但現在很多新牌子寵物飼料都已經要好幾千元，這種價錢其實跟去市場買一塊肉沒什麼差別。所以我們現在也是盡量幫客人衡量，不要多買或是買貴了，一些比較不實惠的品項我們就不進貨了。有些客人在選購商品的時候，會把寵物或小型寵物帶過來。其中大部分是狗，貓大部分留在家裡，比較不會出門。動物如果跟你不太熟，通常就是不理你，也不會靠近。那些狗大部分都很乖，不會亂來，頂多就是到處聞各種飼料。有些比較常互動的熟客，有時候我會送一點零食給他們的寵物吃。儘管我們店裡沒有養狗或是其他動物，但可以跟很多狗或是其他寵物互動，也算是是在這裡上班的福利。



左圖：店內販售的寵物用品。陳宥瑾攝

8 根據蝦皮商場規定，若申請為商城賣家，必須符合以下規定：1. 具營利事業登記證或商業登記抄本，且須為可開立統一發票的商家，並同意由蝦皮代開發票。2. 販售商品為全新品且未侵權，並須簽定正品證明。3. 特定商品須提供進貨證明、檢驗證明、藥商證明等文件。4. 上架於蝦皮商城的商品，須提供15天鑑賞期。5. 須提供正式商標證明文件。（蝦皮：【商城】如何成為蝦皮商城/蝦皮直送店家？，2024年9月14日下載，<https://seller.shopee.tw/edu/article/525>）

## 動保法施行與市場反應

1998年政府頒布「動物保護法」，<sup>9</sup>對於飼養寵物構成一定程度的麻煩，降低了很多人的飼養意願。其實在政府公告動保法之前，養大型犬的人也還不少。由於大多飼主在飼養初期就會將寵物結紮，再加上時常有大型狗咬傷人的新聞，漸漸地飼養大型犬的人就越來越少了，這讓大型犬在交易、寄養及轉讓上都有一定困難。「動物保護法」為了確保寵物的相關飼養安全問題，其中有許多規範。例如，從事特定寵物的繁殖、買賣或寄養，必須經過政府的許可並取得執照，否則就算違法。以前我們剛做這個行業的時候，還有很多是家庭式繁殖的，例如家裡養的狗生小狗。但是現在這樣就不行了，因為沒有執照。現在的寵物如果沒有結紮，就會被罰很多錢。這也是客人不想養貓狗的原因之一。

我認為，可能因為流浪狗流浪貓太多，臺灣政府希望能有改變，所以才會出此下策。我覺得結紮是必要的，但現在政府全面要家家戶戶結紮是不合當的。政府在繁殖貓狗上有很嚴格的規範，要申請繁殖和販賣的證照很困難。但我自己觀察，這個政策的效用大概就一半一半。立法已經好幾年了，其實也沒有什麼改善。我們店裡有些顧客是愛心媽媽，他們在運動、爬山的時候，看到貓、狗沒得吃，就會自動來我們店裡買飼料去餵。有時候他們也會介紹朋友來買。聽愛心媽媽講，流浪狗、流浪貓還是很多，而且聽說流浪狗、流浪貓被捉去收容所也不能安樂死。我是覺得，有些動物已經奄奄一息，沒有救了，留著牠也很痛苦。我贊成要交由醫生來判定是否需要安樂死，給牠一個解脫。

我觀察寵物用品的整體銷售數量，就可以看出社會的演變。以前養狗的人很多，可能是用來看門的，那時候狗的產品就賣得比較好。後來變成寵物之後，名貴的狗大家還是有在養。有些商人就是養名犬來繁殖販賣，這部份我們沒有做。現在養狗的比

---

9 動物保護法：於1988年11月4日公告，目的為彰顯及落實我國保護動物權益之立法目的，俾使本法保護動物之相關規定更加完備、更增進與明確，擴大本法保護動物及動物福利，共計四十條規定。動保法第22條第1項規定：「任何人不得販賣特定寵物。但申請經直轄市、縣（市）主管機關許可，並依法領得營業證照之業者，得經營特定寵物之繁殖、買賣或寄養；許可期間，以三年為限。」該法規明確規範飼養寵物或是經營寵物相關產業的業主，依照陳老闆的說法，過去許多寵物的飼養多半是別人家多的寵物贈予或是私下交易，受到此法規的影響，飼養寵物需要承擔的成本變多，尤其飼養大型犬的成本與申請流程變多，更是容易產生糾紛，導致過往購買大量飼料的大型犬飼主越來越少。（〈總統公布制定「動物保護法」令〉，《臺灣省府公報》（南投）88：冬：2（1989年11月01日），頁81）

例下降，可能有些是社區禁止養狗，或是政府的規定變多，例如交易需要有證照，要植入晶片等，所以來買狗狗用品的人就越來越少。<sup>10</sup> 近幾年，為了配合顧客需求，貓咪相關的寵物用品就會進比較多，因為貓咪最受歡迎。我們曾經也賣過小老鼠，但有很多小朋友會堵在門口跟小老鼠玩，所以後來也不賣了。這種小老鼠、小兔子之類的，現在就很少人在養。喜歡這些小動物的族群，年齡都比較小，也沒有經濟能力，要靠爸媽出錢。現在家庭的收入開銷都比較大，就沒有預算養這種小動物。另一個因素是，一開始是小孩子在養、爸媽幫忙，到後來就全部丟給家長，家長飼養的意願就變低了。現在養寵物的大部分是成年人，比較多是貓、狗，也有些人會養鳥類。

現在的新聞報導都說這個行業很熱門，就吸引了很多人投入。臺灣很多的產業就是這樣，看到賺錢的，就會一窩蜂開很多家，競爭就變得比較激烈。<sup>11</sup> 但是我們實際在這個行業裡的就會知道，其實並不是這樣子。最近寵物用品店數量越來越多，也越來越多元，甚至還有開放寵物住宿。其中有很多是連鎖品牌，這都讓我們這些老牌的寵物店遇到一些經營上的難題。

只是不得不說，以前的寵物店的經營狀況跟現在真的有很明顯的不同。許多客人的忠誠度不像以前這麼高，也是我們面臨的一個挑戰。其實我們店這幾十年來的客人流動都差不多，中年人以上都會來買。現在大多都是散客進來買，因為大家都會想透過網購來買寵物用品，只有一些比較重的商品，例如貓砂這種，才會來實體店面買。但我們就慢慢培養口碑，有些客人覺得我們的服務不錯，就會再來跟我們買，甚至有專程從外縣市來的客人。

---

10 有鑑於飼養寵物的數量逐漸提高，加之寵物交易的數量也逐年增加，棄養或是誤傷的事情層出不窮，因此在1990年代末，行政院農業委員會公告一系列的行政命令，試圖解決此問題。主要規定項目包含：寵物業者經營之門檻的設立、經營許可證明的申請規章、具攻擊性寵物的安全性措施及寵物晶片的植入等。（〈訂定「寵物登記管理辦法」及「寵物登記管理及營利性寵物繁殖買賣或寄養業管理收費標準」〉《行政院農業委員會公報》（臺北）15：7（1999年07月31日），頁7-11；〈訂定「寵物業管理辦法」〉《行政院農業委員會公報》（臺北）16：7（2000年07月31日），頁17-20；〈公告具攻擊性寵物及其出入公共場所該採取之防護措施〉《行政院農業委員會公報》（臺北）16：10（2000年10月31日），頁40）

11 根據農委會統計，2022年全臺寵物產業市值上看600億商機。財政部資料指出，臺灣寵物相關產業持續成長，業者數量自2018年6,486家逐年增長至2022年8,335家，成長幅度約28.5%；銷售金額則由265.8億元成長至387億元，幅度達45.7%，遠高於2013年至2017年間的成長。其中，以從事寵物週邊商品買賣業者數量最多且銷售金額最大，分別占整體的52%及84%，且近年來銷售成長速度也最快，達49.3%；寵物照顧服務需求也成長強勁，業者數量由2018年1,516家成長至2022年2,207家，成長幅度45.6%最快，但因市場漸趨成熟，家數及銷售額成長反而不如2013年至2017年期間（85.6%、114.6%）。（〈毛經濟「寵」上天！臺灣下個兆元產業，寵物市場藍海卡位戰〉，2023年11月2日下載，<https://vip.104.com.tw/preLogin/recruiterForum/post/132731>）

在新冠疫情前，當時的生意算是比較明朗，比較好。現在店家太多，就會把生意分走。現在沒有以前這麼簡單，比如說租金貴，廠商下貨的時候就要收錢，畢竟廠商也會怕你萬一資金周金不靈，他們會收不到貨款。整個世界性的經濟也不好，現在感覺客人的購買力整個衰弱下來。比如說以前的客人會一次買比較多。例如說大型犬的食量就很嚇人。<sup>12</sup>一隻羅威那犬，一個月大約要吃四十磅，也就是一大包，大概快兩千元。那時候養大型犬的客人，很多都是一次買好幾袋，基本上就是每個月固定大概買八、九千元。現在客人一次買的量就會比較小。

以前的客人進來店裡也不會特別比價，通常需要甚麼東西買了就走了。現在的人就喜歡東比西比，即使已經很便宜到接近成本，很多客人還是拿著手機在那邊比較。不過我們也不怕比價，因為我們在進貨的時候已經幫大家篩選過一輪。我們自己去買東西也會去比價錢，所以只要態度不要太差，都還是可以接受。感覺這是大環境的趨勢，各行各業都一樣，都有被影響。養狗養貓的意願就比較低。但是我們對這個行業的前景還算是看好的，畢竟貓狗還是很有療癒的效果。

我本身很喜歡養小動物，養過蠶寶寶、天竺鼠和鳥等，後來才有興趣想要開寵物店。現在店裡周末營業的時間比較有彈性，如果我們臨時要出去辦事情，貼一張公告就好了。小孩也都長大也結婚了，家裡經常沒人，就有比較多時間可以做自己有興趣的事情。現在空閒時，我們夫妻就會一起去餐廳吃飯，或是去淡水租的養雞場顧一下，臺北當然不太可能有這個空間。很久以前我們店裡曾經賣過自己養的雞生的土雞蛋，現在沒有了，純粹是體力做不來。

店裡貨架的最下面有很多盆子，裡面其實都是麵包蟲。我現在就是一邊經營寵物店，一邊養這些麵包蟲。牠們具有豐富蛋白質，營養價值很高，很多地方都可以用得到，也可以拿來吃，烘乾後就可以賣了。我已經花了好多年在研究麵包蟲，現在可以投入更多時間，希望可以退休之後可以靠這個賺錢。

---

12 動物犬的體型區分標準：小型犬為九公斤以下，中型犬為九至二十三公斤，大型犬為二十三公斤以上。（〈訂定「寵物業管理辦法」〉，頁 17-20）

## 城市變遷中的堅守：永不改變的寵物後勤部

這幾年士林的變化很多，我們剛剛搬來的時候，還沒有新光醫院。那時候幾乎沒有路燈，晚上很黑。租店面給我們的房東聽說我們要開寵物店，覺得大概是開不成了。但我們也是抱著做做看的心態，居然也一路做到現在。士林區算是老社區，政府的政策也是往東區發展，所以基本上也沒有什麼太大的影響和改變。最明顯的可能是士林捷運站，但這和政府政策有關，前兩年政府辦了一些踩街之類的活動，那段時間就會比較熱鬧，生意也比較好。我覺得士林捷運站雖然是轉運的中心，但其實比較熱鬧的範圍也就只有在捷運站周邊，這個範圍以外的區域，幾十年來都沒什麼大的改變。

其實我們的店面不像現在那些裝潢得非常華麗的新型寵物店，或是還有洗澡、照顧等其他的服务。我們認為，寵物用品店不是要用店面的設計或是裝潢來吸引客人，所以店面的設計和裝潢都沒什麼大改變。我們更重視與顧客之間的溝通，店裡常有老顧客上門，因為客人覺得來跟我們買東西的互動很好、很舒服，有種賓至如歸的感覺。網路上大部分的評語都說，我們的親和力很高。我們這間元老級的寵物用品店，在士林區服務了三十多年，在這裡養家活口，把三個孩子拉扯長大，不知不覺就一直這樣做下來。大家都知道有這家店，連環保局也都知道。我們其實算是長期擔任士林地區寵物的後勤補給，我們最在乎的是客人或是廠商對我們的信任與肯定。

面對時代的變遷，我們面臨寵物店的普及化，和接踵而來的法律與社會議題。從一開始的開創，多年來不斷學習、成長，付出各種努力。動物保護的法律問題，強制性的結紮和社會上對寵物的爭議，也對於寵物行業多所影響。此外，同行的服務類型越來越多元，競爭激烈，再加上新冠疫情後寵物用品的消費量下降，經營實體店也越發困難。在士林開業的這段時間，有生意極好的時候，也有艱難的時候。對我們來說，最開心的事就是能夠成為大家可以信賴的寵物用品店，這也是我們一直做到現在的原因。我們想讓客人知道，我們一直都在這裡。