



大成集團首席動物營養專家
梁建國資深副總經理。



臺灣十四歲以下的幼年人口總數為三百零一萬人。對照臺灣人口與飼養寵物數量的趨勢預估，二〇二一年臺灣寵物犬貓數量可能會正式超出臺灣總幼年人口數。寵物陪伴經濟將成為新態勢產業，其中「寵物食品」正是市場成長最快的新商機。



品藍海，以集團積攢多年的全方位量能打造全臺第一的安心寵物食品品牌。

重視食品安全的大成集團，看見了臺灣市場的在地需求，因此決心投入寵物食品。



呼應全球寵物經濟，
GOMO PET FOOD 給毛孩最佳營養

身為全臺具規模的垂直整合農畜公司——大成集團首席動物營養專家梁建國資深副總指出，大成掌握了國內最大的白肉雞供應鏈，長期作為各家食品廠重要蛋白質原料供應商，對食材源頭把關具有絕對優勢。因此在二〇二一年，集團隆重推出全新寵物食品品牌「GOMO PET FOOD」，將飼育健康有活力的毛孩，作為團隊研究發展的核心目標，品牌宗旨為完整落實寵物食品的產銷履歷、強化產品溯源性，並以人類食品安全的高標準檢測規格來嚴格把關每項產品，有效提升國產寵物食品安全性及水平，為毛孩提供更貼心友善的健康呵護。

大成集團全能營養股份有限公司協理曾淳偉表示，目前臺灣寵物食品市場主要還是以進口為大宗，國產品牌只佔百分之二十，不過隨著消費者心態及市場趨勢改變，國人認為臺灣在地品牌更能受到監督，品質更具保障性，因此越趨喜愛，且隨著新冠肺炎疫情影響生產及海運時程，臺灣寵物市場對於國產品的需求也與日俱增。擁有一甲子食品與營養技術、

大成集團全能營養股份有限公司協理曾淳偉表示，隨著消費者心態及市場趨勢改變，臺灣在地品牌，品質更具保障。



GOMO PET FOOD



後疫情時代的 寵物經濟， 五大趨勢不可不知

大成集團新品牌 GOMO PET FOOD 專業問市

隨著人口結構和生活型態改變，臺灣越來越多人飼養寵物，在高齡、少子、樂在單身的時代，狗狗貓貓成了人類最親密的夥伴。大成集團全新寵物食品「GOMO PET FOOD」懂得飼主呵護毛小孩的心意，從食材源頭把關，研發營養美味的寵物食品，給毛孩滿滿活力，與飼主關係更親密。

■ 轉載自遠見雜誌數位專題



隨著人口結構和生活型態改變，狗狗貓貓成了人類最親密的夥伴。

疫 情衝擊全球，許多經濟行為與社會活動劇烈改變，重塑每個人的生活型態。面對封城與隔離，人們群聚成為奢望、在家時間變長，使得二〇二〇年三月全球網路上購買與認養寵物的搜尋數量暴增至往年同期的兩倍以上，而社交媒體上分享和寵物玩耍的照片，傳達「我有毛孩不孤單」的訊息更為頻繁，驗證了現代人喜歡飼養毛孩伴的趨勢。

無獨有偶，臺灣邁入高齡社會，年輕人多傾向不婚、不生或少生，喜歡養貓養狗為伴，伴侶動物的數量也如同全球趨勢成長。農委會最新發布的統計資料顯示，二〇一九年全臺家犬總估計數量為一百五十四萬隻，全臺家貓總估計數量為七十六萬隻，合計總數量約為二百三十萬隻。而二〇一九同年全



「GOMO PET FOOD」為

大成集團全能營養技術股份有限公司傾注心力的品牌，除了基本的精準營養及食材安心外，品牌使命更專注在「友善」與「關懷」，連結寵物與人最深厚的感情，品牌設計使用兩個英文字母O來包圍著貓與狗，象徵主人最溫柔的呵護。品牌圖案類似無限符號「∞」的延伸，象徵人與寵物之間無限延伸的情感交流、平等平權、勇於探索、熱情奔放，讓獨一無二的毛孩展現出無限的可能。

GOMO PET FOOD 初期以零食、餐包及保健品等來切入市場，讓飼主與毛小孩的互動更具溫度。不同於主糧的飽食功能，「零食」通常用於寵物學習教育的時期。協理曾淳偉表示，狗狗學會坐下指令，主人給予零食作為獎勵，「零食是主人拿在手上遞給狗狗，傳遞的互動，觸摸的溫度，讓彼此感受更溫馨。」而兼具美味

與健康的寵物零食，是以大成嚴選的食材原肉，降低調味添加及油脂，做成肉乾、鱈魚絲，給狗狗貓貓美味的愛的鼓勵，除了能吃出健康，更保有健康體態。



事實上，「GOMO PET FOOD」的寵物食品，正符合五大寵物經濟趨勢：

趨勢1 在地化——為亞洲寵物市場量身定做

「以 Total Solution、Total Values and Total Profit 為核心，大成長期研究動物營養配方、現代化生產製程，打造臺灣國產寵物食品更專業的產業環境。」梁建國資深副總表示，大成集團具有絕對的大宗原料採購能力，以及上下游一條龍產業的蛋白質供應鏈優勢，搭配全能營養的研發團隊透過深加工技術的建立，研究蛋白水解製程開發出專門適合寵物的高營養天然誘引風味物質。如此在地研發、在地生產，為高濕熱環境下的亞洲貓犬開創無負擔的純淨低敏的健康美食。

趨勢2 保健化——食品更能友善寵物

GOMO PET FOOD 是全臺第一個以市場導向的寵物飼料研發，運用生技研發讓食品更能友善寵物。以熟齡犬為例，好食力才能具有好免疫，大成集團以全能營養的預消化平臺開發多種寵物友善商品，例如：高消化水解蛋白、寵物誘引劑及腸道益生菌等，透過提升熟齡毛孩消化道健康，進而達到好免疫，讓毛孩更健康，陪伴主人更久。

趨勢3 精準營養——保健品給寵物防禦力

從低敏原料的取得，研發寵物保健品，由專業獸醫團隊協助研發，為寵物打造精準營養，充滿活力健康。同時具有專業獸醫身分的梁建國資深副總表示，像是微量元素、胺基酸的平衡等，精準補足日常毛孩飲食可能缺乏的營養，預防重於治療的基礎，透過科學的專業，讓毛孩吃出健康。

趨勢4 溯源管理——安全嚴選原料

以安心雞肉為主軸，從種源篩選、飼料原料選用及溯源的養殖機制來確保產品品質。其中，大成集團打造國家級品檢中心，投資多部精密分析儀器，從源頭的飼料嚴格控管，原料（如魚粉、雞肉粉、小麥等）進貨後，除了基本的成分檢驗，重金屬、藥物殘留等也都能即時檢測，掌握品質。肉品在屠宰前後也會進行藥物殘留檢測，確保消費者食的安全。

趨勢5 便利性——完整營養，隨時取得

像是「寵物餐包」為打開即可食用的食品，針對狗狗貓貓的每日攝取營養素研發的菜色，且別於乾糧的粗硬，餐包屬於軟質口感，適口性佳，更能提供幼齡或高齡的寵物。尤其是牙口不好、胃口不佳的時刻，風味多元的選擇，餐包內容物就像外包裝的圖示般真實呈現，貼心呵護毛小孩的特殊需求。大部分貓咪都有不愛喝水的通病，因而發生腎臟疾病的機率偏高，因此高飽水、濕式飼料的餐包，恰能在飲食中補足愛貓的水分攝取，在吃完美味的一餐之餘，更可維護健康，著實滿足飼主寵溺毛孩的心。透過大型購物網站、實體通路，都能輕鬆購得。

GOMO PET FOOD 以領先的專業營養為基礎，強化

在寵物營養保健品的補給品，期許滿足飼主及毛孩們更全面性的營養需求。協理曾淳偉表示，將積極蒐集飼主回饋，讓產品的開發更貼近寵物需求，強化寵物食品的研發多元性及品質管理，同時兼顧飼主及毛寶貝的美味感受及健康。未來將推出 GOMO PET FOOD 品牌的寵物乾糧及罐頭類主糧商品，在商品陸續到位後挑戰年營業額達到億元營收，同時間加速通路上的策略結盟，擴展外銷市場。

原料履歷 RESUME

蛋來自大成的蛋，肉來自大成的雞



GOMO PET FOOD 以領先的專業營養為基礎，強化在寵物營養保健品的補給品。

