



宏麗數位公司團隊參與今年亞太電商展。

宏麗數位

| | | | |
|---------------|------------|------------|---------|
| 成立日期 | 101年12月22日 | 董事長 | 黃崇仁 |
| 資本額(元) | 8千萬 | 公司狀態 | 未公開發行 |
| 四大事業體 成立時間 | 101年 | BeautiMode | 線上時尚媒體 |
| | 102年 | LUXJOY | 精品購物網 |
| | 104年 | FashionMax | 美麗人身APP |
| | 105年 | yuTOUCH | 互動廣告機 |

宏麗數位發展至今共擁有四大服務主軸，包括二〇一二年成立的數位內容平台「BeautiMode」，創意生活風格網「LUXJOY」、二〇一五年精品購物網時尚虛擬試衣「App FashionMax」及時尚互動科技裝置「yuTOUCH」等。四大業務可互補整合，提供影音廣告，包括資訊、虛擬試衣、電商、影音廣告等，打造出完整數位化時尚服務。

「BeautiMode」創意生活風格網為當中最發達的，定位為線上時尚媒體，以多元化角度深度報導時尚、娛樂等議題，目前已累積約一萬名精準會員，每月瀏覽量可達六十六萬人次；「LUXJOY」則以Select Shop的概念重新出發，不同於傳統電商的理性模式，以獨到之見解精選各式精品包款、國際親子商品、時尚配件

國際時尚趨勢的橋樑，並結合多方資源包含「數位內容」、「影音設計」、「行動應用」、「電商」及「互動科技」全方位的整合行銷，拓展更多異業合作資源，以期創造更大效益。

四大營運主軸串接完整時尚服務

內容平台「BeautiMode」，創意生活風格網、二〇一三年精品電子商務平台「LUXJOY」、二〇一五年精品購物網時尚虛擬試衣「App FashionMax」及時尚互動科技裝置「yuTOUCH」等。四大業務可互補整合，提供影音廣告，包括資訊、虛擬試衣、電商、影音廣告等，打造出完整數位化時尚服務。

黃俊欽表示，「yuTOUCH」互動機已在永康商圈、雄獅旅遊等布建超過百台，透過客製化內容，吸引消費者體驗，希望年底達成布建四百台目標。他指出，因力晶集團在東京有辦公室，故海外事業計畫將以日本為優先，目前「yuTOUCH」已初步和日本科技公司合作，預計明年會有新的進展。

宏麗今年在全方位的整合服務下，將有效推升營運成效，目前主要營收來自於「LUXJOY」及「yuTOUCH」，比重大約為四比六。累計今年迄今營業額較去年同期成長六〇~七〇%，加上「LUXJOY」全新改版，預估今年一整年營業額將較去年成長至少一倍，可望轉虧為盈，黃俊欽指出，公司未來也不排除有走向資本市場打算。



宏麗數位總經理黃俊欽與「yuTOUCH」互動機。

力晶集團董事長黃崇仁跨足電商第一步 宏麗數位打造完整網路生態圈

宏麗數位在「yuTOUCH」互動機帶動下，今年全年營業額將較去年成長至少一倍，營運可望轉虧為盈，明年也將以「yuTOUCH」進軍日本市場。

宏麗數位成立於二〇一二年，目前股本八千萬，為力晶集團透過旗下智豐科技轉投資成立，當時，正值力晶下市，宏麗數位總經理黃俊欽表示，會由傳統製造業轉進電商這個陌生市場，主要是因為力晶科技董事長黃崇仁對於這個領域有興趣，起初也花了非常多的心力在了解整個市場的運作狀況，最後在其中切出獨特的定位，並透過整合其他資源，以打造完整的網路生態圈。

跨足數位文創產業的第一步，宏麗數位目前專攻時尚資訊、精品購物、虛擬試衣等App服務，藉機跨足時尚，作為台灣消費者以及

電子商務模式

| | |
|--------|---|
| B2B模式? | Business to Business—企業對企業，例子：阿里巴巴、生意寶(網盛科技)、一比多、慧聰網。 |
| B2C模式? | Business to Customer—企業對消費者，例子：PChome線上購物、momo購物網、博客來、亞馬遜等。 |
| C2C模式? | Customer to Customer—消費者對消費者，例子：ebay、奇摩拍賣、露天拍賣、淘寶網、591租屋網等。 |
| O2O模式? | Online to Offline—是電商中所謂的線上與線下配合，目前台灣的O2O模式以「線上購買，線下體驗」為主，如線上發放優惠券、到店體驗或購買等，而Uber、Airbnb等都是知名的案例。 |

文·投資台灣網記者葉怡君