

樂利攜手姊妹淘、瑪黑家居 強勢搶攻女性社群電商指標地位 佈局「媒體、平台、品牌」全方位電商生態圈

2017 年 11 月 2 日

【樂利新聞稿】樂利數位科技深耕兩岸跨境電商，看好女性商機潛力無窮，與「內容為王」的市場趨勢，今公布投資深受大眾喜愛風格生活品牌「Marais 瑪黑家居選物」，旗下親子電商 HerBuy 更與「姊妹淘」攜手成立全新公司「樂益商貿」，打造出擁有「媒體內容自製、電商平台經營、品牌自營」能力的社群電商，目標成為女性電商指標品牌。

投資瑪黑家居擴大產品線、整合姊妹淘建社群管道迎戰市場

樂利為擴大女性市場版圖，今年已先投資深受大眾喜愛的生活品牌「Marais 瑪黑家居選物」，取得更豐富的優質商品，旗下 HerBuy 再與姊妹淘合資新公司「樂益商貿」(www.bjolly.com.tw)，看好姊妹淘媒體社群經營、80 萬女性會員與自有品牌之三大優勢，透過合作，補足電商必備的內容自製能力，更吸收橫跨少女、輕熟女、熟女廣大的會員族群。今年樂利已完成策略布局，將強勢搶攻女性電商指標地位。

樂利數位科技執行長施凱文表示：「今年先後攜手瑪黑家居選物與姊妹淘，讓樂利從產品、平台到社群行銷一條龍服務更完整。未來，姊妹淘將協助樂利掌握話題風向，做為市場分析的觀測指標；HerBuy 發揮平台功能，依循市場趨勢推出主題活動或推薦商品；瑪黑家居選物則持續引進國際質感的特色生活商品，將生態圈更完整佈局，聚焦 BJOLLY(樂益商貿)成為女性美好生活的入口，並一舉推動樂利成為最貼近女性需求的電商品牌。」

樂利積極布局女性電商市場 鞏固台灣 放眼大陸與東南亞

樂利今年投資的「Marais 瑪黑家居選物」擁有來自世界 15 個國家、逾 200 個的設計品牌，現不但擁有台北松隆與台中大和兩家實體店面，更有廣大的網路會員與精實的社群行銷能力，吸引許多消費族群喜愛。

而樂利旗下親子購物平台 HerBuy 憑藉著獨有的市場定位與精選商品的能力，已在兩岸親子電商市場樹立口碑。今年開始發展影音電商，將與姊妹淘專業影音團隊聯手創作更多吸睛節目和影片，提供消費者豐富有趣的線上購物體驗。而姊妹淘先前所代理的紅薑黃先生等女性熱愛的商品，未來也將透過 HerBuy 銷售。2017 樂利積極布局女性戰線，發展成整合社群、電商、品牌的全新平台，今年以台灣市場為主，促成全新商業模式成熟，並結合樂利豐富的跨境電商經驗，規劃明年推進至大陸及東南亞市場。

###

關於樂利

台北樂利數位科技於 2007 年成立，並於 2008 年成立上海樂麗網絡科技，以成為台灣最具影響力的華人跨境電子商務公司為核心，提供品牌行銷、電商數據管理系統、客戶服務、網站建置及倉儲物流的全方位電子商務服務，協助品牌解決銷售與在地化服務問題。

關於姊妹淘

姊妹淘是目前台灣最大的兩性感情資訊平台網站，由藝人陶晶瑩於 2010 年成立，網站內容富含兩性感情、美妝保養、運動、休閒、命理等多元主題，深受女性族群的喜愛。姊妹淘從社群網站經營開始，延伸跨足不同領域，包括廣播、影音、出版、藝人及部落客經紀等，透過相互導流拉抬，不斷累積網站流量與影響力，目前會員人數近 80 萬，單月瀏覽人次超過 700 萬。

關於 HerBuy

HerBuy好買線上購物商城專注於服務媽咪及女性朋友為主。HerBuy好買團隊多數由媽咪所組成，每分每秒都帶著『堅持』的初衷與理念推薦好商品，我們用心學習、努力成為媽咪及女性朋友們心目中最專業、最佳的購物商城。

關於瑪黑

Marais 瑪黑家居選物，深信美感教育之於一個地區與國家的影響，期望打造一個以「美」為最高原則的購物網站，從細微感動出發，發掘世界各地好設計，傳遞最直接而純真的品味溫度。走遍多個國家，蒐集來自世界 15 個國家，逾 200 個設計品牌，從傢俱、餐廚器皿、露營野餐用品、書寫文房具到首飾配件，與熱愛生活並享受每個日子的你分享，自在地投入設計師情感物品，共造生活中溫暖記憶。