

## 迎戰雙十一樂利跨境電商「讚台」出招 「吉室商行」入駐天貓國際，領台灣老字號品牌出擊 最會賣男人-施凱文「4好」心法教戰打出金牌營運封號

【新聞稿】跨境電商領導品牌-樂利數位科技，深耕兩岸電商市場，其獨到的「一站式」電子商務及品牌運營服務，成功跨足母嬰、美妝、食品與生活用品等領域，於阿里巴巴集團旗下的天貓國際平台屢屢創下優異銷售成績。積累八年的中國市場實戰經驗後，為發揚台灣好食、好物、好文化，樂利今日（30日）宣布將成立「吉室商行-台灣品牌旗艦店<sup>(註一)</sup>」入駐天貓國際，外銷台灣百年老字號品牌，跨境直送台灣特色商品，迎向雙十一，搶攻年貨伴手禮市場！

樂利執行長施凱文表示：「樂利的『吉室商行-台灣品牌旗艦店』今隆重開市，首波主打台灣百年老字號品牌，如中外餅舖、一福堂、林三益等名店。樂利一直希望能將台灣最難忘的美味、最真誠的好物推向國際，將以最大熱情與使命替百年老字號品牌開創市場機會。目標年底前引進30家一甲子以上的老字號台灣品牌，除了講究品牌包裝外，更提供商品深度的文化體驗價值，傳遞好食幸福感。」

橘子集團執行長劉柏園也親自到場祝賀：「橘子集團期待借重樂利跨境電商的豐富經驗，以及橘子在台灣及國際的資源，加速推進集團轉型成全生態網路公司的腳步。在橘子一步步茁壯的同時，我們希望能夠將橘子的資源分享給更多台灣的好品牌，一起走出台灣，這想法也是我們橘子集團『紅檜與樹苗』專案的起點；集結台灣優良品牌、推廣好產品的『吉室商行』，就是這想法的具體實現之一，我們期待和台灣品牌一起打天下！」

天貓國際總經理劉鵬特別透過跨海影片致賀，並表示：「天貓國際希望能夠為中國大陸消費者提供優質的商品和服務。樂利一直是天貓國際進口業務的重要合作夥伴，在產品挑選以及品質把關時非常嚴謹與用心，我們相當期待藉由樂利推出的吉室商行-台灣品牌旗艦店，將台灣特色商品介紹給大陸消費者。」

### 吉室商行專賣『臺』貨，力偕一甲子老字號品牌，跨海直售『吉』品生活

吉室之名源自於台之繁體字【臺】，取自於樂利執行長施凱文對台灣的深厚情感，承襲台灣人結市生財的精神，『吉室商行』以嚴選精緻的品味，網羅台灣東西南北好貨，透過隨選即買的跨境網路，將台灣良品發揚光大，活絡集市買氣，開創新視野、打造新格局！

「吉室商行-台灣品牌旗艦店」堅持台灣品牌、堅持在地生產，施凱文更希望未來「吉室商行」能持續擴增 MIT 嚴選台灣好物等品項，讓「正港」的臺灣味在國際舞台上大放異彩。

#### 電商管家樂利科技一站式電商服務成就傲人佳績

自詡為「電商管家」的樂利，在中國擁有『接地氣』的電商運營團隊。樂利數位科技執行長施凱文說明：「我們的一站式服務流程提供品牌全方位執行方案，包括電商數據管理系統、網站建置、商品挑選與上架、後端倉儲物流及即時客服等；同時樂利在大陸多年的國際品牌代運營實操經驗，最了解兩岸市場環境，提供多平台營銷整合及社群整合行銷等服務。」樂利挾帶獨特電商管理與跨產業品牌運營經驗，2015 年更從天貓一萬六千多家運營服務商中脫穎而出，獲得金牌淘拍檔獎，也是唯一獲獎的台灣企業！

#### 4 好心法最會賣：施凱文好鼻、好眼、好口、好貼心

談到跨境電商營運心法，施凱文認為要會賣就要有 4 好 - 好鼻、好眼、好口、好心。他深刻感受台灣多數中小企業對中國電商市場的不了解而不得其門而入，即便獨力上架開店也很難營運維持；「中國市場真的太大，而且文化差異超越我們想像！」施凱文表示，他一直積極參與產品的盲選會，「我們會依據不同市場，挑選在地化口味滿足消費者。」他相信「好鼻」把關，挑對商品是第一步。

此外，施凱文更培養出「好眼與好口」的服務心法，施凱文表示：「進軍陌生的中國市場還得克服文化差異與語言隔閡，提供在地化行銷，從包裝、產品網頁以及對外文宣，都得考量市場差異，大陸消費者看得懂、看得對味才有商機」他更進一步說明，面對全年無休的網路交易市場，唯有 24 小時的完整服務才能抓住消費者的心。樂利團隊除了完整掌握商品資訊、金流與物流狀況，更能隨時提供線上客服諮詢，讓消費者能充分感受樂利「好貼心」購物服務，有效提升消費者滿意度！

註一：天貓國際吉室商行-台灣品牌旗艦店-：<https://jstaiwan.tmall.hk/>

註二：吉室商行官方網站：<http://www.jstaiwan.com>

###

#### 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。