

時裝網數據透視女人心 攻海外直送 按喜好推介

本地網購平台MyDress，主攻女性時裝品牌，惟背後掌舵的管理層卻是兩名大男人。他們如何掌握顧客口味？除了一班精靈女員工，真正答案是「電商數據」。

大學修讀計算機科學系的黃震宇（Edmund），以及曾任職淘寶與天貓高層的黎文（Leon），兩人看準香港女生愛買日韓台時裝，於2013年創立本地時裝網站MyDress，原先是網上時裝購物指南，後來決定別走域名的「.hk」，主打海外直送服務。

MyDress透過分析用戶數據得知時下受歡迎的款式，還有已過時的系列。然後，再以數碼廣告的特點、用戶的瀏覽習慣等，猜想對方的喜好，重點推薦產品，例如用戶若曾搜尋無肩帶內衣、連衣裙等，網站介面其後便會作出更新，顯示相關產品的廣告。

會員40萬 到付包退換

網購最怕買了回來不合穿、貨不對辦，MyDress推出「14天退換服務」，連貼身的內衣都可退貨。黃震宇指出，「我喜歡簡單點！先退貨，最好退埋錢。之後，客人再慢慢揀選心水貨品。」除了退貨外，該平台還有貨到付款服務，待客人驗收貨物後感到滿意才找數。

創業至今已有5年光景，MyDress現夥拍200多個品牌，當中不乏獨家代理，更佔整體三成生意額。除了化妝品、美容品牌外，該網站還打算引入男裝衫，讓女士為另一半選購，開拓不同客源。

黃震宇不願透露公司實際銷售數字，但本報與MyDress公司位處同一幢工廈，眼見速遞員每天不停往返其倉庫取件，可見也多港女捧場。

該平台現時以女性會員為主，人數達40萬。要討好女性用戶，除了利用數據分析技術，亦有賴公司團隊為業務全力以赴。MyDress目前有約40名員工，當中九成為女生。有人說「有女人的地方就有是非」，公司員工幾乎清一色是女性，會否天天上演「宮心計」？黃震宇早有準備，招聘時會加倍小心，平常亦會多花時間組織員工交流活動，讓團隊建立良好關係。

近年內地電商「雙11」熱潮席捲全球，不少網購平台都靠節日散貨，催谷全年收入。MyDress同為電商當然不會放過這黃金機會，但對黃震宇而言，「雙11」還有助提升士氣。「那些日子，同事或會做到天昏地暗，甚至在公司過夜。與其他網購平台一樣，看着生意額不斷上升，公司氣氛其實十分正面，士氣良好。」該平台尤其重視貨品質素，即使以特價促銷亦不會賣次貨，「若最終有一半退貨，那只會白費團隊心機。」

爆港人網購計較郵費

港人除了愛到淘寶網買內地貨品，亦會到海外網購平台，例如Amazon、Gmarket等掃貨，他們非常計較郵費。黃震宇解釋，港人為了減免郵費，以往習慣「湊夠數」才落單。就算在本地平台網購，標榜「免郵費」的活動仍比「買一送一」受歡迎。

香港網購雖日漸流行，但仍未如中日韓台、歐美等地區普及。他認為這只是一個過程，「正如團購一樣，在推出初期，很多人不相信，後來團購網愈來愈多，身邊有親友使用，他們試過覺得好自然繼續用。」

黃震宇提到，近年工作忙碌，無暇外出購物，他也是以網購代勞，有時間都想用來陪伴家人，加上網購選擇多，又可海外入貨，有信心未來幾年發展將加快，「而家年輕人會問為何還要睇電視？上網就可以了。以後的人就會問為何還要出街購物？上網買就得啦！」

擬開設體驗店吸街客

作為一間港產初創，MyDress經過多次集資，共籌得2000多萬元。黃震宇坦言，本地電商很難籌錢，「香港市場細，投資者知你主攻港人就不會看好」，惟慶幸該平台已達收支平衡。隨着業務上軌道，他曾考慮與一些品牌合作開設概念店或體驗店，當客人在街上看過實物後，轉到網店下單亦會較為容易。

過去幾年，MyDress處於「跑數」階段，重點追求業務增長，接下來該公司打算整合平台系統，好好利用收集到的大數據，又有意引進人工智能（AI），例如圖像識別、個人化分析等，以減輕人手的處理工作。

採訪、撰文：羅雅琳

#中環縱橫、創科鬥室 #StartupBeat 創科鬥室 - 時裝網數據透視女人心 攻海外直送 按喜好推介



攻海外直送 按喜好推介 時裝網數據透視女人心

本地網購平台MyDress，主攻女性時裝品牌，惟背後掌舵的管理層卻是兩名大男人。他們如何掌握顧客口味？除了一班精靈女員工，真正答案是「電商數據」。

大學修讀計算機科學系的黃震宇（Edmund），以及曾任職淘寶與天貓高層的黎文（Leon），兩人看準香港女生愛買日韓台時裝，於2013年創立本地時裝網站MyDress，原先是網上時裝購物指南，後來決定別走域名的「.hk」，主打海外直送服務。

MyDress透過分析用戶數據得知時下受歡迎的款式，還有已過時的系列。然後，再以數碼廣告的特點、用戶的瀏覽習慣等，猜想對方的喜好，重點推薦產品，例如用戶若曾搜尋無肩帶內衣、連衣裙等，網站介面其後便會作出更新，顯示相關產品的廣告。

會員40萬 到付包退換

網購最怕買了回來不合穿、貨不對辦，MyDress推出「14天退換服務」，連貼身的內衣都可退貨。黃震宇指出，「我喜歡簡單點！先退貨，最好退埋錢。之後，客人再慢慢揀選心水貨品。」除了退貨外，該平台還有貨到付款服務，待客人驗收貨物後感到滿意才找數。

創業至今已5年光景，MyDress現夥拍200多個品牌，當中不乏獨家代理，更佔整體三成生意額。除了化妝品、美容品牌外，該網站還打算引入男裝衫，讓女士為另一半選購，開拓不同客源。

黃震宇不願透露公司實際銷售數字，但本報與MyDress公司位處同一幢工廠，眼見速遞員每天不停往返其



倉庫取件，可見也多港女捧場。

該平台現時以女性會員為主，人數達40萬。要討好女性用戶，除了利用數據分析技術，亦有賴公司團隊為業務全力以赴。MyDress目前有約40名員工，當中九成成為女生。有人說「有女人的地方就有是非」，公司員工幾乎清一色是女性，會否天天上演「宮心計」？黃震宇早有準備，招聘時會加倍小心，平常亦會多花時間組織員工交流活動，讓團隊建立良好關係。

近年內地電商「雙11」熱潮席捲全球，不少網購平台都靠節日散貨，催谷全年收入。MyDress同為電商當然不會放過這黃金機會，但對黃震宇而言，「雙11」還有助提升士氣。「那些日子，同事或會做到天昏地暗，甚至在公司過夜。與其他網購平台一樣，看着生意額不斷上升，公司氣氛其實十分正面，士氣良好。」該平台尤其重視貨品質素，即使以特價促

銷亦不會賣次貨，「若最終有一半退貨，那只會白費團隊心機。」

爆港人網購計較郵費

港人除了愛到淘寶網買內地貨品，亦會到海外網購平台，例如Amazon、Gmarket等掃貨，他們非常計較郵費。黃震宇解釋，港人為了減免郵費，以往習慣「湊夠數」才落單。就算在本地平台網購，標榜「免郵費」的活動仍比「買一送一」受歡迎。

香港網購雖日漸流行，但仍未如中日韓台、歐美等地區普及。他認為這只是一個過程，「正如團購一樣，在推出初期，很多人不相信，後來團購網愈來愈多，身邊有親友使用，他們試過覺得好自然繼續用。」

黃震宇提到，近年工作忙碌，無暇外出購物，他也是以網購代勞，有時間都想用來陪伴家人，加上網購選擇多，又可海外入貨，有信心未來幾

年發展將加快，「而家年輕人會問為何還要看電視？上網就可以了。以後的人就會問為何還要出街購物？上網買就得啦！」

■MyDress創辦人黃震宇大爆港人喜歡在辦公時間網購。
(羅雅琳攝)

擬開設體驗店吸街客

作為一間港產初創，MyDress經過多次集資，共籌得2000多萬元。黃震宇坦言，本地電商很難籌錢，「香港市場細，投資者知你主攻港人就不會看好」，惟慶幸該平台已達收支平衡。隨着業務上軌道，他曾考慮與一些品牌合作開設概念店或體驗店，當客人在街上看過實物後，轉到網店下單亦會較為容易。

過去幾年，MyDress處於「跑數」階段，重點追求業務增長，接下來該公司打算整合平台系統，好好利用收集到的大數據，又有意引進人工智能（AI），例如圖像識別、個人化分析等，以減輕人手的處理工作。

採訪、撰文：羅雅琳