



## 東京著衣

台灣網購女裝第一品牌

# 優質寬頻 開啟微型創業傳奇

走在台北街頭，時尚流行風潮不斷更迭，若我們去問那一位位打扮入時的OL，沒有人不知道「東京著衣」。但是大家可能都不知道，現在創下平均每10秒鐘即銷售出一件衣服、在台北精華地區開設實體店面的東京著衣，7年前還是一家蝸居在嘉義市巷弄公寓中的小公司。



看起來還像是一對年輕情侶的鄭景太、周品均夫婦，兩人在學生時代就以網拍起家，2005年創辦了東京著衣。他們總是以獨特的眼光和美學，為女性消費者規畫出多元的搭配，並隨時視存貨狀況調整商品組合，即時回應網友諮詢。

網站內容更新速度之快，是東京著衣在激烈競爭中勝出的關鍵因素，而中華電信提供的網路服務，也一直隨著東京著衣業務量的成長而加速。

一路見證東京著衣成長的中華電信業務經理江榮彬，就如同鄭創辦人伉儷的創業夥伴，總在東京著衣業務發展出現資訊和通訊需求的瓶頸時，提出最合適的規劃。隨著每階段業務量的增長，東京著衣總是採納江經理的建議，從最初使用ADSL雙向512Kbps網路，不斷向上提升網路速率，目前已晉升使用20Mbps專業型的寬頻電路；在中華電信的協助下，東京著衣跨入雲端領域，使用300Mbps頻寬的HiNet雲端平台，進行最順暢的图片管理與網路交易客戶服務。

### 優化建設，提供最佳寬頻服務

東京著衣成長為台灣網購女裝第一品牌的過程，見證了中華電信網路服務的發展史。

回顧過去10年來，中華電信不斷帶領台灣網路建設躍升到不同的階段。從數位用戶迴路(xDSL)到光世代，中華電信近年來不斷提升國內的寬頻服務速率，從早期傳送速率256Kbps、512Kbps，後續並全面提升至1Mbps，

2007年再繼續推出50Mbps、100Mbps等高速上網服務。

### 在地深耕，業務經理專人服務

許多管理理論常常提到企業管理必須兼顧生產製造、行銷、財務、人力資源和資訊管理等五種面向，但對於還在茁壯中的中小企業，一個人往往必須身兼數職，無暇也無力關注「資訊」如此技術專業的領域。已分身乏術的中小企業主，不是錯過了應該投資、升級資訊軟體的關鍵時點，就是缺乏專業，虛擲或錯置寶貴的資源。

中華電信在全台灣設有300多個服務據點，針對企業客戶，更設有「業務經理」制度，專人、在地且長期關心企業發展需要，隨時向公司匯集相關資源或請工程師支援，在資通訊面向，提供客戶最需要的諮詢服務。

以東京著衣為例，雖然多年來，市場上也有其他業者的服務或更好的價格優惠可供選擇或替代，但無論是光纖佈建還是客服系統的建置，東京著衣最後都還是選擇了中華電信。這不只是對中華電信技術品質的肯定，更是中華電信團隊長期關心客戶所積累的信任。

優秀且韌性十足的中小企業，是推動台灣經濟發展的一支強勁力量。近年來，隨著網路發達，透過網路崛起的創業者愈來愈多，在良好的寬頻建設基礎、以及中華電信全方位的服務下，台灣將有機會孕育出更多像東京著衣這樣令人驚豔的創業傳奇。