經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

New Ways to Live,
Unlimited Ways to Innovate

生活有新意
創新不設限



經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

New Ways to Live,
Unlimited Ways to Innovate

生活有新意
創新不設限



目錄

前言 4

CHAPTER 01

家庭支援服務

讓傳統技藝重返市場 SOJO，讓二手衣修復延長衣物壽命 8

數位化家事革命——CaSy，打造 3 小時內到府的智慧生活服務 14

台灣歐必斯一站式居家設計，3D 技術讓裝潢規劃更簡單 18

家事小幫手全新升級家必潔，智慧排班讓清潔更簡單 22

德宏智慧瓦斯系統，隨時掌握用量，煮飯不再怕沒瓦斯 26

寵愛女人，洗出精品包的全新光采 28



CHAPTER 02

娛樂相關服務

FetchaDate，透過寵物配對邂逅真愛 34

AmazingCo 神秘野餐，驚喜出行 38

喵星人的健康密碼，CatsMe 用 AI 解讀貓咪的疼痛信號 42

不再為選禮傷神，Giftpack 提供高效送禮服務 46

CHAPTER 03

健康休閒相關服務

Sword Health，實現居家復健，開創無痛世界 52

AI 健康管家 MyFitnessPal，一站式掌握健康飲食 56

助眠好幫手 Calm 透過冥想療癒身心 60

運動教練媒合，「習慣健康」助你開啟健康新生活 70



CHAPTER 04

美容美髮服務



LUUM Lash 創新的無膠美睫體驗 76

從洗頭開始的永續行動，L'Oréal Water Saver 的創新解方 80

元越數位行銷，助力美業業者提升品牌經營效率 84

柔絲沙龍 24 小時 AI 助理，輕鬆預約美髮服務 88

立貝斯科技智慧助手，輕鬆搞定行銷文案 90

ezPretty 結合 Google 地圖預約，服務業行銷必備神器 94

莊大衛髮型美容：美髮職人培訓與門店管理一手包辦 98

CHAPTER 05

移動相關服務

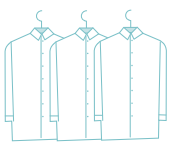
不只洗乾淨，還要洗得聰明，WashPass 打造訂閱制洗車 104

Cardoc 預約修車，貨比三家還省時 110

喜富陞 Smart AI Move，輕鬆搞定搬家 114

CHAPTER 06

洗滌服務



日本 Wash+，自助洗衣動態定價，讓洗衣更經濟 118

洗衣不只洗衣，Wash house 打造自助洗衣店之廣告新經濟 124

麥可洗衣 24H 智慧送洗，輕鬆搞定家務 130

結語 132

前言

生活服務業涵蓋民眾日常的多元需求，橫跨食、衣、住、行、樂、健、美等面向，與個人及家庭生活息息相關。隨著社會結構與生活型態的變遷，服務的提供方式與商業模式也不斷創新，例如平臺整合、彈性化訂閱制、數位流程導入與遠距服務等。

服務的目標已不再侷限於「提供特定產品」，而是更進一步聚焦於「優化生活品質」，同時融入永續節能、資源共享與數位化等核心理念，帶動生活服務業邁向更高效、智慧與人本的發展方向。

經濟部商業發展署「114 年度生活服務業創新成長計畫」，彙整國內外具代表性的創新應用實例共 27 則。案例涵蓋六大領域：

01 家庭支援服務

02 娛樂相關服務

03 健康休閒相關服務

04 美容美髮服務

05 移動相關服務

06 洗滌服務





針對國外案例，除提供案例介绍，並提出應用於臺灣之適切性分析，摘要如下：

- **案例簡介：**服務內容、應用對象與使用情境概述
- **服務流程：**分析使用者實際接觸服務的操作節點與服務邏輯
- **公司背景：**組織規模、成立背景與營運演進
- **營收來源與收費模式：**To C / To B 收入模式與定價方式
- **應用效益分析：**以數據簡要呈現服務規模或市場表現
- **適切性分析：**從社會、經濟與科技三個面向，探討案例在臺灣場域的應用可行性與潛在挑戰，協助業者評估類似服務於本地市場發展的參考。

透過上述的分析架構，本案例集梳理出國內外不同業別的生活服務業者，如何因應社會變遷與科技技術趨勢，在服務流程、顧客體驗及商業模式等層面進行調整與創新。這些案例可作為國內業者於智慧科技導入、營運優化與策略發展上的參考素材，有助於累積實務經驗並提升整體產業的創新與應變能力。

未來經濟部商業發展署將持續關注國內外生活服務業的科技應用趨勢，並分享最新案例與產業觀察。若想獲得更多即時資訊，歡迎關注我們的 Facebook 粉絲專頁：

生活服務業創新孵化器
Life Industry Incubator

01

CHAPTER 1

家事後援隊，用心陪伴每一個家

1. 讓傳統技藝重返市場
SOJO讓二手衣修復延長衣物壽命 8

2. 數位化家事革命
CaSy打造3小時內到府的智慧生活服務 14

3. 台灣歐必斯一站式居家設計
3D技術讓裝潢規劃更簡單 18

4. 家事小幫手全新升級
家必潔智慧排班讓清潔更簡單 22

5. 德宏智慧瓦斯系統
隨時掌握用量，煮飯不再怕沒瓦斯 26

6. 寵愛女人
洗出精品包的全新光采 28

CASE No

01

讓傳統技藝重返市場
SOJO 讓二手衣修復延長衣物壽命

應用國家

英國

◉ **應用產業** 未分類其他個人及家庭用品維修業

◉ **上線時間** 2021 年

◉ **應用業者** SOJO

◉ **目標客群** 學生族、年輕小資族

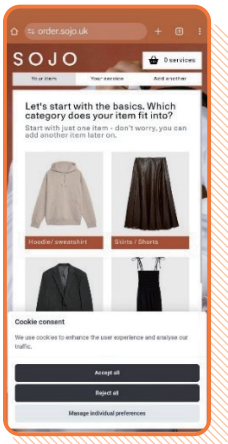
案例簡介

SOJO 創始人 Josephine Philips 希望能減少快時尚所帶來的環境危害，因此開發 SOJO 服飾縫補服務平臺，並以消費者所在地及需求出發，提供線上媒合裁縫師服務，讓衣服修補變得更加便利，並延長服裝的使用壽命。

SOJO 提供消費者線上預約並自動媒合在地裁縫師的修改服務，平臺系統將依據使用者地點、服務需求與時間偏好，自動分派自行車騎士進行衣物收送服務。

服務 1：線上預約到府收送服務

SOJO 服飾縫補服務平臺提供 App 及 Web 兩種預約介面，並集結當地的裁縫店及約 20 位自行車騎士。消費者預約後，SOJO 會依消費者需求媒合附近裁縫師，自行車騎士會負責收送衣物，並遞送到鄰近的裁縫店。針對線上預訂的訂單，約 7 天內送回。若是透過店內預約，則會於 3 個工作天內送回。



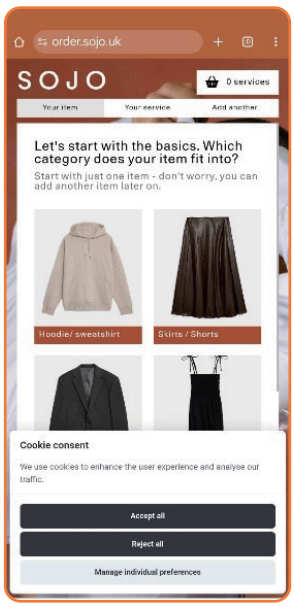


服務流程

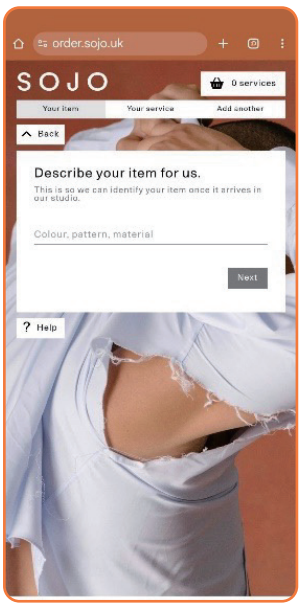
1 線上預約衣物修補

透過 SOJO App 填寫衣物修補需求及所在地，App 會依據消費者需求，找到當地的特約裁縫師。

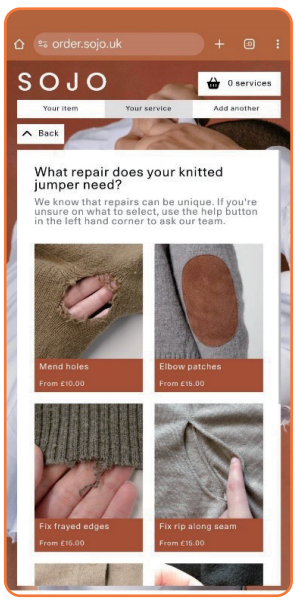
① 選擇衣服類型。



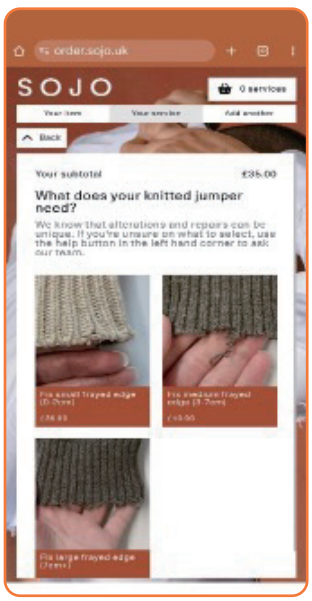
② 描述衣物特徵，如顏色、圖案、材質。



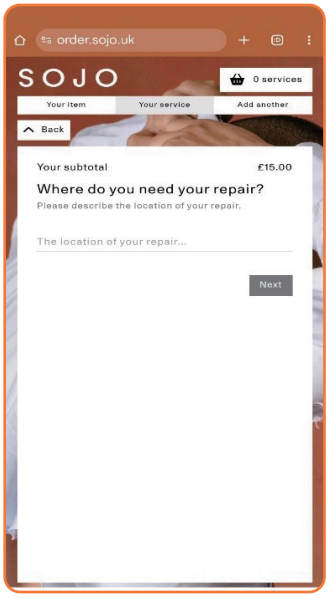
③ 選擇修補項目。



④ 選擇衣物修補程度，依邊緣破損程度分類。



⑤ 填寫收件地。





2 消費者確認下單後，自行車騎士會到指定地點及時間收取衣物



3 自行車騎士依據預定取貨或送貨時間、地點，約 4~5 天會將修改後的衣物送至消費者手中



服務 2：預約至修補中心送取衣物或諮詢裁縫師

除了提供線上預約服務，SOJO 也於 Selfridges 開設第一家實體門市，並與 M&S、Selfridges、PaulSmith、H&M 等多家品牌合作，於上述品牌 App 內建 SOJO 服飾縫補服務，消費者可以在線上預約修補服務，或是到門市試穿，直接與裁縫師溝通需求。

公司背景

SOJO 公司創辦人 Josephine Phillips 在學生期間就喜歡購買二手衣，同時發現二手衣常需要修補服務，因此著手創立 SOJO。他邀請社區裁縫師、當地的店家及自行車騎士一起合作，為消費者提供二手衣修改服務。

營收來源

採平臺媒合機制，平臺從每筆訂單中抽取約 30% 的手續費作為營運收益，提供訂單媒合、金流處理、顧客管理與客服等支援。

收費模式

向消費者收取修補服務費用，依客戶物品類型與服務需求進行收費。

應用效益分析

1. 2022 年 SOJO 獲得由 Capital 領投的前種子輪融資 (pre-seed funding)，金額達新臺幣約 7,680 萬元，顯示其商業模式與永續理念深受市場肯定。
2. SOJO 自 2022 年起，陸續與多家品牌合作，服務網絡已擴及全英國，成為英國成衣維修與改製服務的重要平臺。
3. 自 2024 年起，SOJO 與英國大型零售商 M&S 合作，成立 M&SFix by Sojo 線上修補平臺，並獲得新臺幣約 41 萬元加速器基金支持。
4. SOJO 已取得 B 型企業（B-Corp）認證，展現其在營運中實踐社會與環境永續的承諾。

創新點

服務創新

提供 O2O 在地化服裝修改服務，透過線上預約，並媒合在地的裁縫師與自行車騎士，創造共享經濟，解決傳統裁縫師資訊不透明、通路不便的問題，創造具低碳及在地化 O2O 商業模式。

應用於臺灣適切性分析

經濟面

提供在地化的服裝修改服務，透過線上預約平臺串聯裁縫師與自行車快遞員，打造具共享精神的創新服務模式。不僅讓傳統修改服務更加便利、資訊更透明，也以低碳配送落實永續理念，拓展在地商業新樣貌，讓傳統技藝在現代生活中持續發揮價值。

社會面

隨著環保意識提升，臺灣社會對永續消費逐漸重視，愈來愈多民眾願意透過修補與改造方式延長服飾壽命。此外，臺灣本就有節儉與惜物的文化基礎，加上年輕世代樂於透過改造衣物展現個人風格，使此類服務更具文化契合度與市場接受性，推廣條件良好。

科技面

國內已有多家資服業者發展智慧媒合、資源調度與派遣等相關系統，此類軟體發展門檻不高，可快速複製。未來可搭配 AI 科技，發展動態派遣及 CRM 管理系統，並增加服務評價機制及裁縫師專長介紹，讓服務更為便利完善。

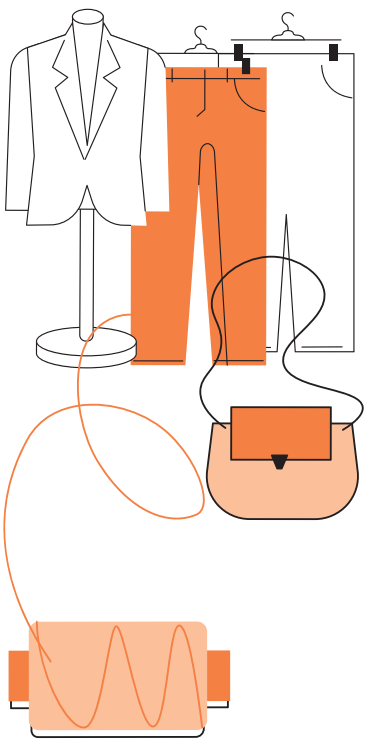
參考資料

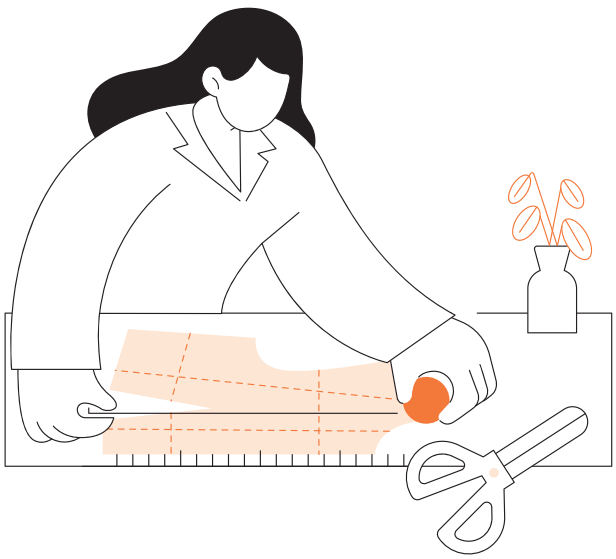
01. SOJO 官方網站
https://help.sojo.uk

02. 減少時尚廢棄物－法國政府推「修鞋補衣」有獎金拿
https://ubrand.udn.com/ubrand/story/123638/7313214
JosephinePhilipsonresistingthrowawayculturewithpurpose
https://www.arket.com/en/about/people/josephine-philips-and-sojo.html

03. Marks and Spencer 和 SOJO 推出服裝修補服務，通過 PlanA 為優質服裝賦予「另一條生命」
https://esgnews.com/zh-CN/marks-and-spcer-sojo-%E6%8E%A8%E5%87%BA%E6%9C%8D%E8%A3%85%E4%BF%AE%E5%A4%8D%E6%9C%8D%E5%8A%A1%EF%BC%8C%E9%80%9A%E8%BF%87-plan-a-%E8%AE%A9%E4%BC%98%E8%B4%A8%E6%9C%8D%E8%A3%85%E9%87%8D%E8%8E%B7%E6%96%B0%E7%94%9F

04. This 'Deliveroo of Clothing Repairs' App Is Making Circular Fashion Easy
https://www.greenqueen.com.hk/sojo-circular-fashion-clothing-repairs-App





CASE No

02

數位化家事革命——CaSy 打造 3 小時內到府的智慧生活服務

應用國家



日本

◉ **應用產業** 洗衣服務
一般清潔服務業

◉ **上線時間** 2014 年

◉ **應用業者** 日本株式會社 CaSy

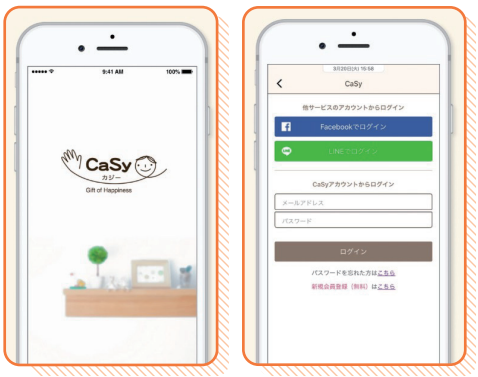
◉ **目標客群** 需要家事服務的個人、家庭或企業

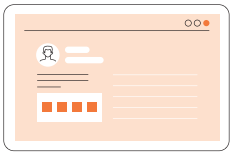
案例簡介

CaSy 是一家來自日本的家事服務平臺，總部設於東京。為呼應現代人追求效率與生活品質的需求，CaSy 運用科技打造便利的家事協助服務，讓人們能把時間留給真正重要的事。平臺提供居家清潔、到府料理、空間整理等項目，並將預約、媒合與付款全程數位化，讓使用者隨時都能將繁瑣家務交給專業人員。

服務流程

1 使用者進入 CaSyApp，並登入會員





2 使用者選擇需要的服務類型與時間，並完成預約





3 由系統自動媒合可對應的工作人員





4 預約服務當天，由專人到府執行家事服務



公司背景

CaSy 成立於 2014 年，創辦人加茂雄一因自身家庭經驗，發現傳統家事服務預約繁瑣、價格高昂，決心以 IT 技術打造快速媒合的平臺。CaSy 自創立起即導入數位化流程，提升服務效率與可近性，成為日本家事產業中，數位轉型的代表。

營收來源

企業客戶

1. 提供企業員工家事代行福利，提升員工福祉與工作效率。
2. 專業清潔與辦公室清掃：涵蓋空調清潔、浴室清潔等專業服務，以及辦公室與商業空間的清掃業務。

一般消費者

個人使用者的家事服務：包括打掃與料理服務。

收費模式

家事服務以時數計費，交通費另計。

應用效益分析

1. 截至 2023 年，已累積逾 15 萬名註冊會員與 1.2 萬名家事服務員。
2. 平臺強調時效性，最快可於 3 小時內媒合服務人員，並提供打掃、料理與收納等多元服務。
3. 服務已拓展至日本 10 個主要都府縣，成為兼顧生活品質與彈性工作的數位化服務典範。

創新點

獲利模式創新

提供給其他家事服務業者使用，擴展營收來源，也展現其從提供服務走向賦能產業、擴大經營格局的轉型路徑。

流程創新

全流程數位化設計，包括線上預約、媒合、支付與溝通，大幅簡化原本仰賴電話與人工作業的流程。最短可於 3 小時內完成媒合，有效解決傳統服務等待時間長、效率低等問題。

應用於臺灣適切性分析



臺灣雙薪家庭與單身、高齡人口比例逐年上升，帶動對家務服務的潛在需求。消費者高度重視生活便利與時間效率，且對數位平臺及到府服務接受度高。CaSy 所強調的「線上預約、快速媒合」特性，與臺灣使用者習慣高度相符，具備良好推廣條件。

科技面

CaSy 採用自行研發的配對系統與行動應用程式，臺灣在網路基礎建設、智慧手機普及與數位應用能力方面皆已成熟。然而，服務若導入臺灣，需調整語言介面、支付機制與客服流程以符合在地需求，並強化資安與資料保護措施。平臺營運亦需投入資源進行技術維運與數據優化，以提升服務效率與使用者體驗。

參考資料

01. CaSy 官方網站
https://casy.co.jp

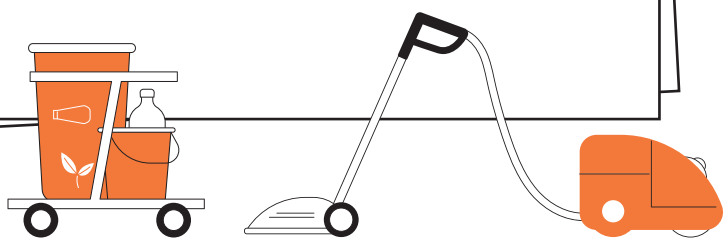
02. 天下雜誌｜〈「月薪嬌妻」最短三小時到你家日本家事服務竟做到上市還能拒收奧客〉
https://www.cw.com.tw/article/5125694

03. YAHOOJAPAN ｜ CaSy 財務資訊頁
https://finance.yahoo.co.jp/quote/9215.T/financials

04. CaSy 官方 YouTube 頻道
https://www.youtube.com/@casy5591

05. Google Play ｜ CaSy 家事代行服務 App
https://play.google.com/store/Apps/details?id=com.casy&hl=en

06. CaSyIR 資訊頁｜公司簡介與投資人公告
https://casy.co.jp/ir



CASE No

03

台灣歐必斯一站式居家設計 3D 技術讓裝潢規劃更簡單

應用國家

臺灣

- **應用產業** 室內設計
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 台灣歐必斯
- **目標客群** 設計、空調、家具、搬家業者、有裝潢需求的消費者

案例簡介

臺灣傳統室內設計流程繁複，常見溝通不良、視覺效果難以即時呈現及缺乏設計彈性等問題。歐必斯推出「一站式 3D 居家空間與家具格設計服務」，透過系統化操作，協助業主快速進行格局規劃與家具搭配，運用 3D 渲染與 AR 技術讓設計圖即時可視化，大幅簡化溝通流程，也提升整體裝修體驗與效率。此服務整合家具品牌、裝修工班與設計師資源，協助消費者在預算內打造理想居家空間。

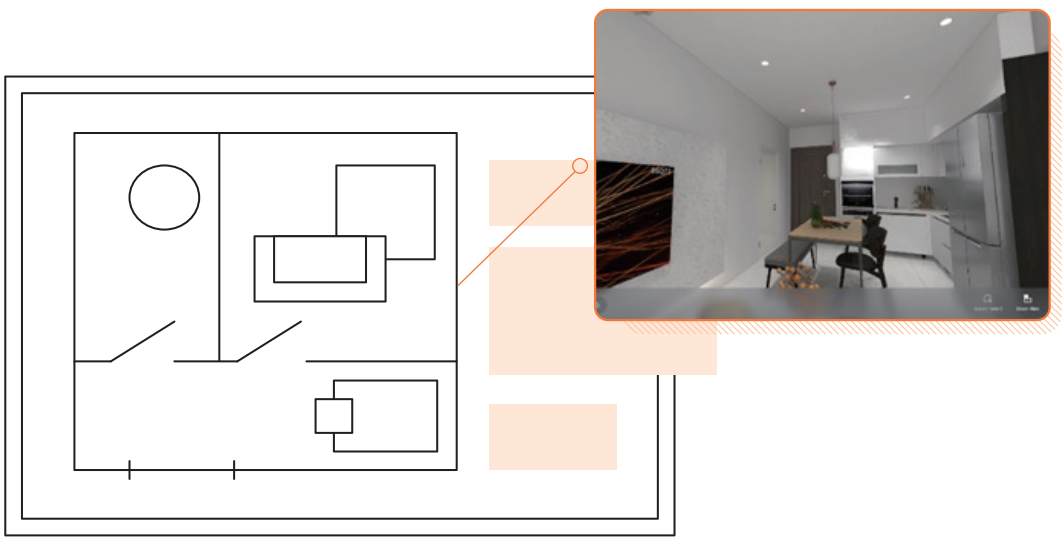




服務流程

企業端流程

1. 業者登入歐必斯後臺，進行空間規劃與風格設定
2. 上傳使用者房屋平面圖，自動轉換可調整之 3D 格局圖
3. 根據需求進行尺寸、格局與家具位置調整
4. 套用家具風格模組，客製化材質與顏色
5. 結合家具選品與 AR 技術產出視覺化方案，供顧客即時預覽







服務流程

消費端流程

1. 消費者登入歐必斯平臺，輸入裝修需求與預算
2. 系統推薦多種擺設與家具風格方案，供消費者比較挑選
3. 消費者可自行拖曳調整預覽效果圖的家具配置
4. 可直接線上購買家具商品，或預約專人協助裝修規劃



應用效益分析

1. 經導入服務後，總營業額提升 6%，每月來客數平均提升 10 人。
2. 透過系統化作業，平均裝修時間可縮短 7 天，同時大幅減少紙本設計草圖，每案減少量達 10,000 張。
3. 新增 10 位專職設計師，推動設計部門擴編並帶動 20 家合作店家加入平臺服務鏈。
4. 該服務提供簡單的服務流程，簡單、快捷，避免設計時繁雜的溝通成本，並與施工工班、家具軟裝合作，將整體裝修過程進行統整，除了使消費者能看到 3D 空間風格效果外，亦能使業者方便快速決策。

公司背景

台灣歐必斯成立於 2015 年，由臺灣居家和電商產業菁英共同創立，致力打造具國際競爭力的線上居家品牌。該公司主打現代生活風格（Life Style）美學理念，為消費者創造兼具美感與實用性的家具選擇，並透過 O2O 虛實整合通路，積極布局海內外市場，強化品牌觸及力與顧客體驗。

營收來源

一般消費者

銷售家居商品、提供線上空間設計輔助服務。

企業端

整合裝修計畫、工班合作、家具品牌合作引流。

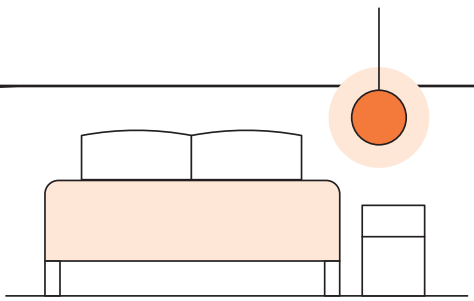
收費模式

1. 設計服務免費使用，消費者可依需求選購家具或升級為整體裝修專案。
2. 企業端採合作分潤模式，依銷售比例或平臺引流成果計價。

參考資料

01. **台灣歐必斯官方網站**
https://www.obis.com.tw

02. **新宅輕裝修專案**
https://www.obis.com.tw/pages/dreamhome



CASE No

04

家事小幫手全新升級
家必潔智慧排班讓清潔更簡單

應用國家

臺灣

- **應用產業** 家事服務業
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 家必潔
- **目標客群** 一般消費者

案例簡介

打掃不是難事，難的是找得到、約得到、信得過的人。家必潔從自身經驗出發，看見多數家庭在清潔服務上的安排混亂與溝通落差，進而發展出智慧動態排班系統。透過系統自動指派、即時調度與服務歷程紀錄，不僅讓清潔人員排班更有效率，也讓顧客可以安心下單、清楚掌握服務流程。讓家務不再是家人的負擔，而是交給專業團隊與數位工具來解決。



服務流程

企業端流程

1. 家必潔管理人員登入系統，設定清潔人員的工作時段與技能專長
2. 系統根據訂單自動媒合並派送家必潔的清潔人力
3. 任務完成後由後臺紀錄服務歷程與顧客回饋
4. 家必潔管理人員可即時查看人力配置狀況並進行調度與後續安排

應用效益分析

1. 導入智慧排班系統後，每月作業時間縮短 132 小時，員工生產力提升 8%，總營業額提升 13%。
2. 系統已導入 10 家合作業者，累計體驗人次達 3,024 人次，服務滿意度達 93 分。
3. 取代紙本派工表單後，每月平均節省 17 公斤紙張，有助於推廣永續與低碳營運。

公司背景

家必潔創立於 2007 年，由陳燈財夫妻創辦。夫妻倆因育兒與繁忙工作導致生活壓力大，萌生創業想法，從家庭實際需求出發，發展出貼近生活的清潔家居品牌 - 家必潔。近年投入智慧轉型，強化排班、人力、客戶資料管理，致力打造兼具人情味與效率的清潔服務平臺。

營收來源

一般消費者

居家清潔單次費用、長期合約清潔服務費。

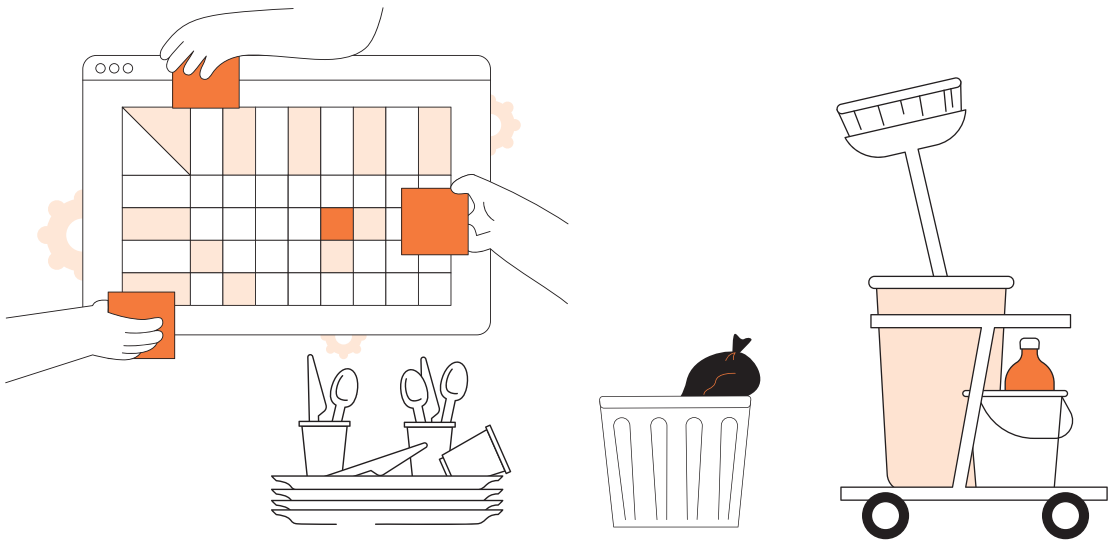


收費模式

依坪數、服務項目與時間計費，並提供定期方案折扣。

家必潔居家清潔公司的家事服務內容

主要項目	細部說明				
客廳	櫃子擦淨	傢俱擦拭	雜物收納		
地板	物品收拾	地板吸塵	拖地清掃		
浴室	馬桶清洗	磁磚刷洗	鏡面光亮	浴盆清潔	檯面整理
廚房	排油煙機	爐具清理	牆面擦拭	櫃外擦淨	流理臺清洗
臥室	衣物整理	衣櫃擦拭	被褥整理	床單更換	
陽臺	雜物整理	地板清潔			
其他	衣物清洗	衣物晾曬	折疊衣物		



參考資料

01. **家必潔居家清潔官方網站**
https://www.familyclean.com.tw/index.aspx

02. **家必潔居家清潔服務內容、收費方式**
https://shop.familyclean.com.tw/page/product/show.aspx?num=1081&kind=18



CASE No

05

德宏智慧瓦斯系統
隨時掌握用量，煮飯不再怕沒瓦斯

應用國家

臺灣

- **應用產業** 家事服務
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 德宏工業
- **目標客群** 中小型瓦斯行、液化石油氣配送業者

案例簡介

臺灣多數瓦斯行仍以紙本接單與人工配送為主，常面臨人力調度困難與設備管理不透明等問題。德宏工業開發「智慧瓦斯配送履歷暨管理服務系統」，結合 NB-IoT 傳輸、重量感測與數據分析，實現即時監控與自動配送，協助傳統瓦斯行提升效率與安全，推動產業數位轉型。

服務流程

企業端流程

1. 於後臺管理平臺登錄瓦斯桶資訊，包括重量、容量及檢驗日期等項目
2. 即時接收使用者瓦斯存量數據，系統判斷配送需求並建議配送路線
3. 配送員依系統清單出車，並透過掃碼記錄配送與桶子流向
4. 每月統計安全檢驗數據與殘氣比例，供營運優化決策

消費端流程

1. 使用者下載並註冊 App，登錄基本資訊與瓦斯桶鋁牌編號
2. 系統即時顯示瓦斯存量，低於預設值會通知使用者
3. 使用者可透過 App 預約配送時間、查詢使用歷史與殘氣紀錄
4. 完成瓦斯換桶後，系統自動調整警示值並更新資料庫







應用效益分析

1. 系統已導入店家 20 家，提升營運效率與節省成本：總營業額提升 3%，每桶配送油耗下降至新臺幣 23 元，配送人員工時降至每週 50 小時。
2. 殘氣回收比例降至 10%，瓦斯桶總登錄數達 111,074 桶，設備流向與安全性更明確。
3. 系統累計體驗人次達 15,046 人次，使用者可透過 App 查詢存量、預約配送與殘氣兌換，業者則能透過後臺整合數據進行決策，全面數位化配送流程。

公司背景

德宏工業創立於 1997 年，初期為臺灣第三大玻璃布廠，2015 年起與中科院合作轉型發展 LPG 複合材料容器，進一步跨足瓦斯產業數位化。透過開發「智慧瓦斯配送履歷暨管理服務系統」，協助瓦斯行從傳統配送轉向智慧營運，強化安全與效率，重塑瓦斯行形象。

營收來源

一般消費者

賣出桶裝瓦斯的費用，並扣除殘餘瓦斯回收的退費。

企業端

系統建置與硬體租賃、App 授權費用、雲平臺訂閱服務等為主要營收來源。

收費模式

企業端

- **基本建置費：** 依照導入桶數與感測器數量進行計價。
- **平臺訂閱費：** 按月收取系統維運與數據分析服務費。

參考資料

01. 德宏工業官方網站
https://www.glotechgf.com/

CASE No

06

寵愛女人，洗出精品包的全新光采

應用國家

臺灣

- **應用產業** 洗鞋洗包服務
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 寵愛女人
- **目標客群** 精品包清潔業者、精品包整染業者、一般消費者

案例簡介

精品包對許多民眾來說不只是時尚配件，更是一種珍藏品。然而送洗及送修過程中常因資訊不透明、價格難以掌握而讓人卻步。寵愛女人開發的「寵 iBAG 洗修職人智慧管理服務」，讓洗修過程變得透明而清晰。不僅職人能透過數位工具展現專業，顧客也能在送洗前即掌握價格與進度，從下單到完工都能安心追蹤每一個環節，建立更高的信任感。

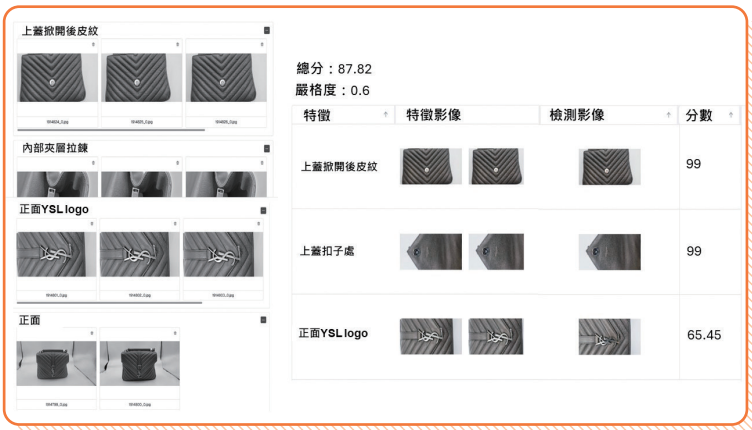




服務流程

企業端流程

1. 店家登入後臺，建立案件資料與 AI 影像建檔
2. 系統自動產出訂單編號並提供追蹤頁面
3. 每件商品均留存修復前後影像與作業紀錄
4. 店家可查看顧客評價、整理統計與轉單紀錄



消費端流程

1. 消費者進入寵愛女人平臺挑選認證職人
2. 線上預約／送件，系統提示價格區間與服務內容
3. 商品進行 AI 影像建檔並可即時追蹤進度
4. 清潔完成後通知取件／寄送，並提供評價功能



應用效益分析

1. 優化店家作業效率與商業轉化，營業額提升 3%、作業時間縮短 50%、訂單數 3 個月內增加 81 件。
2. 強化顧客信任與服務品質，客訴事件減少 66%、顧客滿意度達 94 分。
3. 擴大品牌影響與平臺流量，累計體驗人次達 6,089 人次，會員增加 500 位，官方網站瀏覽觸及超過 8,000 人次。

公司背景

寵愛女人成立於 2014 年，為臺灣第一家專注於精品二手轉售的專業平臺，累積超過 20 萬名粉絲。提供直購、競標、洗修等服務，近年以「精品生活解方」為定位，推動從轉售到洗修的整合式服務。

營收來源

一般消費者

洗修服務費、直購／競標區精品轉售佣金。

企業端

寵 iBAG 平臺抽成、系統導入與維運費用。



收費模式

消費端

依商品品項與損耗程度計價。

店家端

平臺抽成 5%、另視規模收取後臺模組費與行銷導流費。

參考資料

01. 寵愛女人官方網站
https://www.lovetowoman.com/index.html

02. 寵 iBAG 平臺
https://www.lovetowoman.com/page_22.html

02

CHAPTER 2

多元新體驗，讓生活更好玩

1. FetchaDate
透過寵物配對邂逅真愛 34

2. AmazingCo
神秘野餐，驚喜出行 38

3. 喵星人的健康密碼
CatsMe 用AI解讀貓咪的疼痛信號 42

4. 不再為選禮傷神
Giftpack提供高效送禮服務 46

CASE No

07

FetchaDate
透過寵物配對邂逅真愛

應用國家

美國、英國
澳洲

- **應用產業** 其他個人服務業
- **上線時間** 2021 年
- **應用業者** FetchaDate
- **目標客群** 欲交友之愛寵物人士

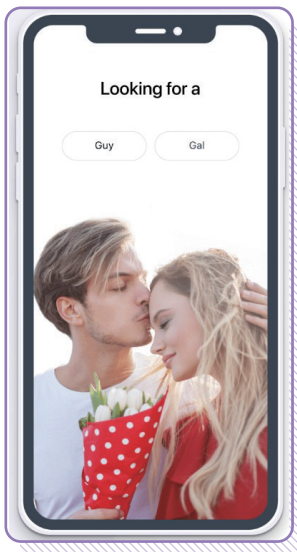
案例簡介

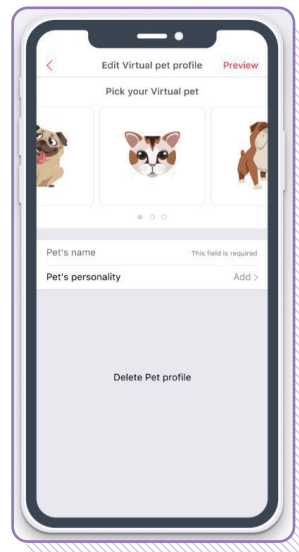
FetchaDate 是一款為愛寵物人士設計的交友平臺。使用者進入後，首先會看到對方寵物的照片，再逐步揭曉飼主的資訊，藉此媒合同樣熱愛動物的單身族群。平臺透過「以寵物會友」的配對機制，有效降低初次互動的尷尬感，並提升配對成功率。

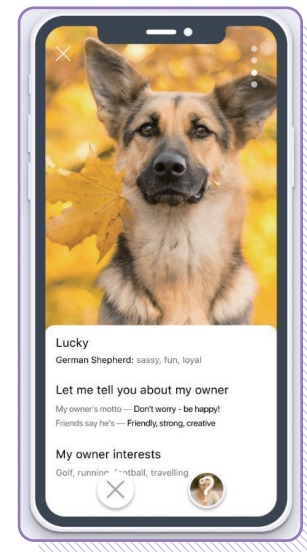
服務流程

1 建立交友偏好與個人設定

使用者開啟 App 後，選擇希望認識的對象性別。







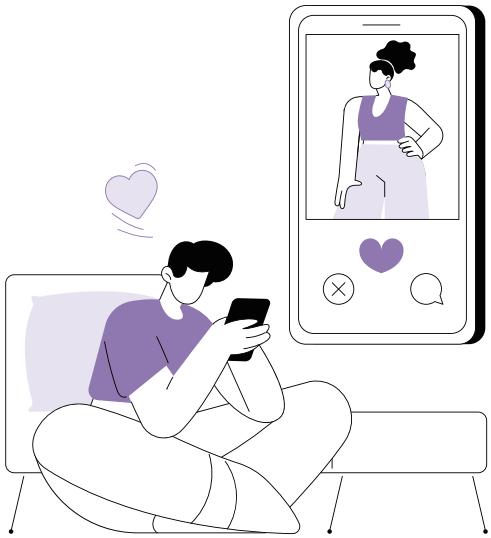
2 建立寵物檔案

選擇一張真實寵物照片或虛擬形象，作為「WingPet」的個人檔案。系統將自動顯示寵物照片與簡介。

3 點選寵物照片，預覽對方主人

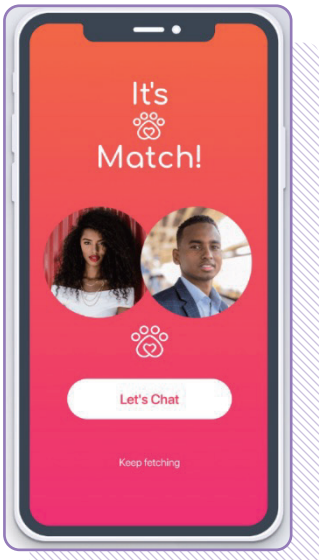
使用者可根據寵物的照片與描述點選進入，查看主人的模糊照片與簡介，決定是否右滑。





4 雙方配對成功後開啟聊天

雙方互相按下喜歡後即配對成功，進入聊天室進一步互動認識。





公司背景

FetchaDate 由前記者、認證訓犬師與兩性顧問 Sheryl Matthys 創立。她因飼養靈提犬發現寵物能成為人際互動的橋樑，進而舉辦單身者派對並經營社群，累積愛寵族群人脈。平臺於 2021 年 2 月 14 日上線，註冊於美國印第安納州。「FetchaDate」名稱結合 fetch（擲接遊戲）與 date（約會），傳達以寵物牽起人際連結的理念。

營收來源

一般消費者

主要來自使用者訂閱付費方案。

企業客戶

與寵物相關品牌合作，進行聯名活動或廣告推播，增加平臺營收來源。

收費模式

免費功能

使用者可免費註冊、建立個人與真實 / 虛擬寵物檔案，並進行基本的配對與聊天功能。

進階功能

訂閱使用者可享有「Leader of the Pack」個人檔案加速曝光、增加可展示的寵物數量、優先排序於配對遊戲中等功能，提升配對成功率。

付費訂閱方案及價格

提供一週、一個月、6 個月及一年等多種訂閱方案，使用者可依需求選擇合適的方案。

應用效益分析

1. 截至 2022 年，FetchaDate 累計使用人次達 20,000 人次，主要來自美國、英國與澳洲，60% 為女性使用者。
2. 重視與動物福利組織的合作關係，透過捐款支持多家動物收容所與救援團體。

創新點

顧客參與創新

讓寵物先於主人出現在配對流程中，促使對話從毛孩身上展開，降低使用者初次互動的壓力。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣社會對寵物情感投入度高，毛孩被視為家庭成員已成趨勢；年輕族群對交友 App 接受度高，導入以寵物為互動起點的配對服務，能緩解交友焦慮，提升互動自然性，文化上具適應性。

科技面

臺灣行動網路與 App 開發能量成熟，具備開發類似服務的基礎條件。若搭配 AI 推薦與社群功能整合，可加速使用者成長並創造差異化競爭力。

參考資料

01. FetchaDate 官方網站
https://fetchadate.com

02. FetchaDate（Apple App Store）
https://Apps.Apple.com/us/App/fetchadate/id1504054188

03. FetchaDate（Google Play）
https://play.google.com/store/Apps/details?id=com.fetchadate.App

04. FetchaDate Puts Pets First in the Search for Love (Startup.Info)
https://startup.info/sheryl-matshazi-fetchadate

05. Apps to Help You and Your Dog Make New Friends (New York Times)
https://www.nytimes.com/2021/12/09/style/pet-dating-Apps.html

06. 寵物經濟商機躍升，2023 臺灣寵物產業規模破新高 數位時代 (2023.12)
https://www.bnext.com.tw/article/74893/pet-economy-trend-taiwan-2023

CASE No

08

AmazingCo 神秘野餐，驚喜出行

應用國家	◉ 應用產業 其他個人服務業	◉ 應用業者 AmazingCo
澳洲、美國、英國、加拿大、紐西蘭	◉ 上線時間 2016 年	◉ 目標客群 喜愛戶外體驗與尋寶行程的雙人伴侶、小家庭、團體顧客與企業使用者

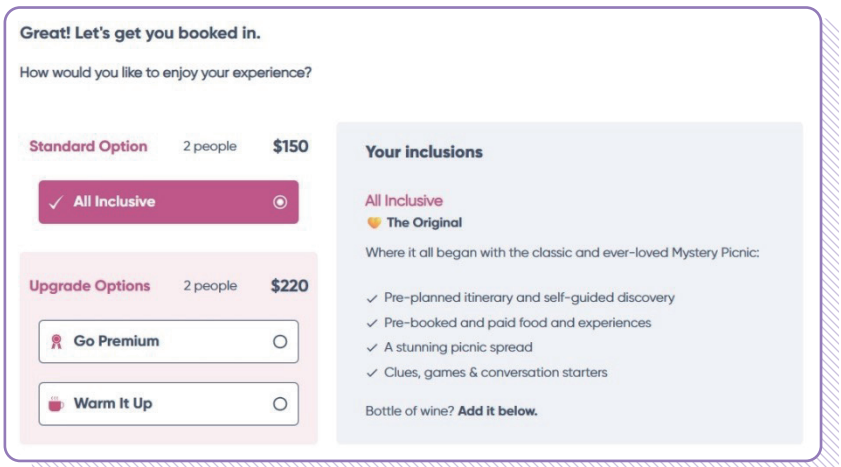
案例簡介

由 AmazingCo 推出的 Mystery Picnics 自助尋寶野餐體驗，讓參與者透過手機上收到一系列謎題線索，循著線索造訪當地精選商家，逐步收集美味的野餐食材，最終前往一處祕密的戶外地點享用野餐。這種體驗將約會、旅遊與美食品嚐結合，帶給使用者驚喜感和探索城市隱藏景點的樂趣，同時創造難忘的共享回憶。

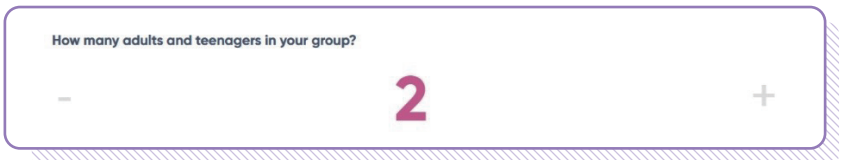
服務流程



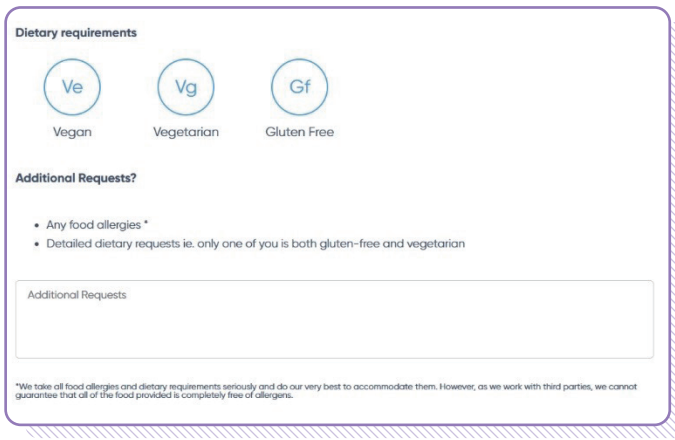
1 透過官方網站選擇體驗方案



2 選擇體驗人數



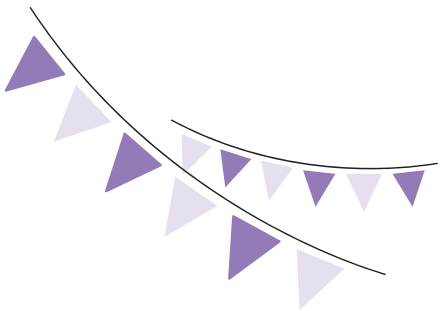
3 填寫飲食需求，例如：素食需求、過敏食物等



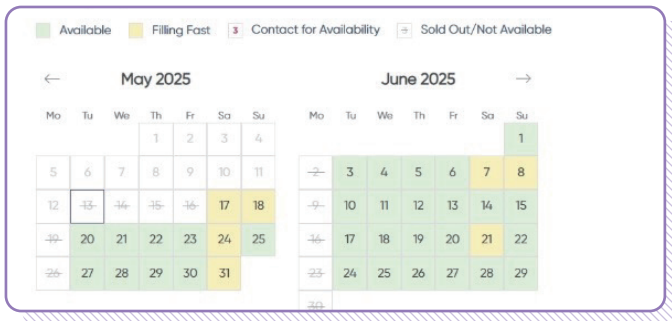


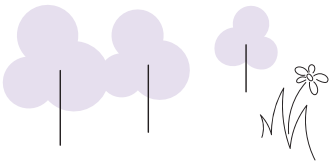
4 填寫其他特殊 / 客製化需求



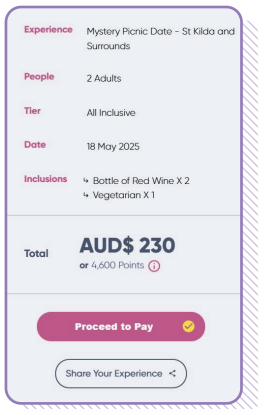


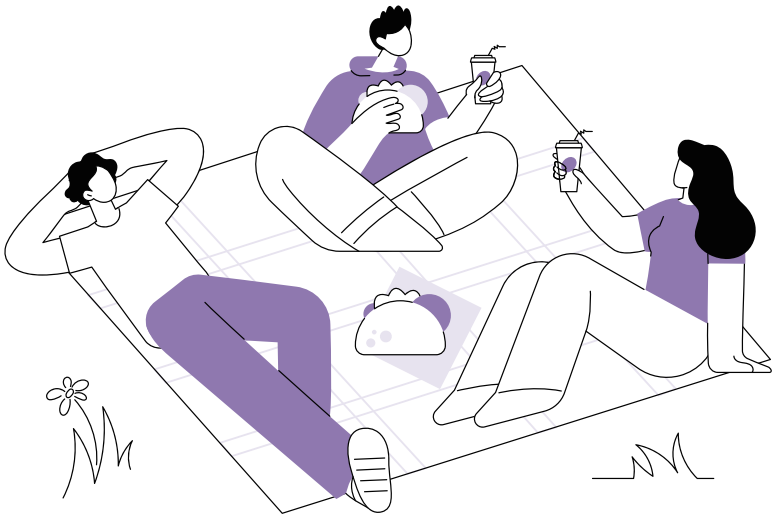
5 選擇野餐日期





6 訂單確認並付款





公司背景

AmazingCo 創立於 2016 年，總部位於澳洲墨爾本，初期以策劃兒童派對起家，逐步發展出神秘野餐、城市探索與家庭活動等系列體驗產品。創辦團隊具備活動設計、旅遊服務與科技背景，強調透過數位平臺將活動流程商品化、標準化。疫情期間，AmazingCo 靈活調整營運策略，聚焦於小團體與戶外體驗，成功拓展至美國、英國與紐西蘭市場。其推出「驚喜式行程」的商業模式獲多家媒體報導，亦成為 Airbnb Experiences 的合作夥伴之一。

營收來源

一般消費者

購買神秘野餐體驗套裝為主，套裝中包含解謎路線、野餐地點設計與當地美食食材。

企業客戶

提供企業活動或團建體驗的客製化版本，並透過企業方案販售定制體驗。另有聯盟行銷計畫，部分業者可能透過該計畫進行推廣或合作。

收費模式

每組體驗依地區不同進行收費。企業客戶則採專案報價，依活動規模與客製化需求彈性調整。

應用效益分析

1. 截至 2024 年，澳洲、美國、英國、加拿大、紐西蘭等 5 個國家，在全球超過 60 座城市上線體驗。
2. 各體驗城市均匯聚多家特色店鋪參與食材供應，涵蓋麵包店、起司坊、咖啡館等類型。全球合作的小型商家數量已達數百家，逐步建構出在地供應網絡。
3. 自 2018 年起陸續獲得投資，包含 Rampersand 與 Artesian 等創投支持。種子輪與 A 輪共募得約新臺幣 2.4 億元，累計融資金額截至 2025 年約新臺幣 4.2 億元。近年營收穩健成長，2024 年約達新臺幣 1.2 億元，顯示其商業模式具備規模化潛力。

創新點

服務創新

將戶外野餐、城市漫步等活動轉化為劇情式、任務導向的「神秘行程」，提升參與感與記憶點，特別適合家庭、情侶與好友同遊。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣消費者越來越重視假日休閒與家庭共遊時光，戶外活動與深度小旅行需求明顯成長。類似神秘野餐或探索活動，能吸引喜好輕旅遊與親子出遊的族群。

經濟面

以家庭、情侶或朋友為單位的體驗式活動，屬於中價位休閒消費，具穩定市場需求。若搭配節慶與觀光路線包裝，具在地轉化潛力。

科技面

臺灣手機普及率與行動支付接受度高，活動資訊推播與互動設計可順利推行。若能與在地導遊、文創品牌或餐飲業者合作，將提升活動的豐富度與使用體驗。

參考資料

01. AmazingCo 官方網站
https://www.amazingco.me

02. AmazingCo (Apple App Store)
https://Apps.Apple.com/App/amazingco/id1512501780

03. Rampersand 官方網站 投資組合介紹〈AmazingCo〉
https://www.rampersand.vc/portfolio/amazingco

04. GetLatka 公司資料庫
〈AmazingCo Revenue, Funding, Valuation, Traffic〉
https://getlatka.com/companies/amazingco

CASE No

09

喵星人的健康密碼
CatsMe 用 AI 解讀貓咪的疼痛信號

應用國家



日本

- **應用產業** 獸醫業
- **上線時間** 2023 年
- **應用業者** 株式會社 Carelogy
- **目標客群** 貓咪飼主

案例簡介

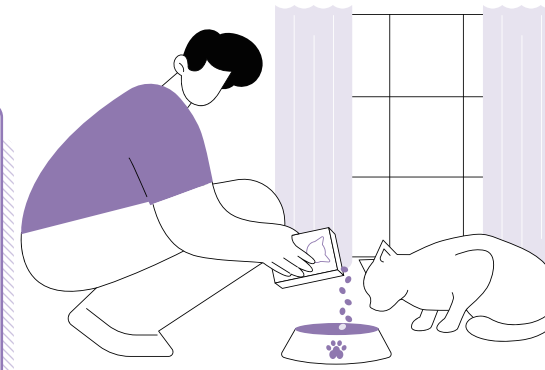
「CatsMe!」是由日本新創公司 Carelogy 與日本大學農獸醫學部合作開發，透過 AI 技術分析貓咪的臉部表情，協助飼主判斷寵物是否感到疼痛。使用者只需上傳貓咪照片，即可在 10 秒內獲得健康評估結果，全球已累積超過 23 萬人使用。

服務流程

1 下載 CatsMe!App，並註冊







2 拍攝貓咪的臉部照片，並上傳照片

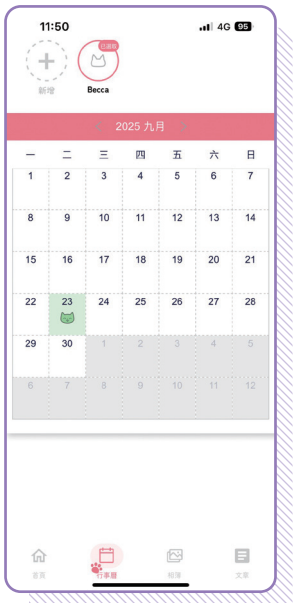


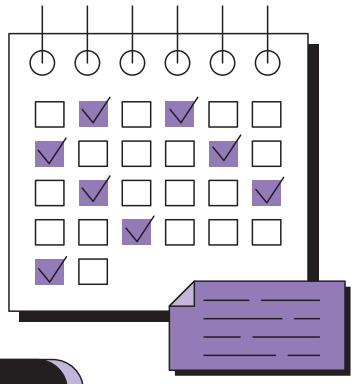
3 AI 系統分析照片，評估貓咪的疼痛程度分為無痛、小痛、大痛

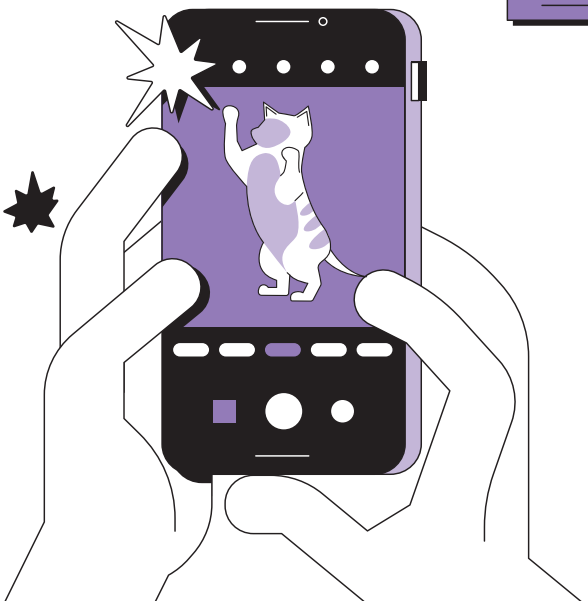




4 結果顯示於 App，並可儲存於日曆功能中，方便日後追蹤與回顧







公司背景

Carelogy 成立於 2021 年 2 月，總部位於東京都中央區，專注於醫療與寵物照護領域的 AI 技術開發與應用。

Carelogy 與日本多所大學與動物臨床研究機構合作，開發出世界首款針對貓咪表情進行疼痛分析的 AI 工具「Cat Pain Detector (CPD)」，並於 2024 年以品牌「CatsMe!」正式商業化推廣全球市場。該產品已於 50 多個國家累積超過 23 萬名使用者，並廣受飼主與獸醫師肯定。

營收來源

一般消費者

收取每月訂閱費。

收費模式

免費版

每日提供單一貓咪 3 次 AI 分析。

付費版

以月訂閱方式收費，支援多隻貓咪，且不限使用次數。

應用效益分析

1. 截至 2024 年，已累積超過 23 萬名使用者，遍及全球 50 多個國家。
2. 目前 AI 疼痛判讀準確率可達 95%。
3. 2024 年初，Carelogy 獲得日本創業投資公司 QXLV(Quantum Leaps Ventures Corp.) 投資，用於持續優化服務內容並擴展國際市場。

創新點

產品表現創新

CatsMe! 利用 AI 分析貓咪臉部表情，協助飼主判斷疼痛程度，改善一般人難以察覺寵物不適的狀況。此技術提升了寵物健康管理的主動性與準確性，為傳統觀察方式帶來突破，具高度產品創新性。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣飼主普遍重視毛孩健康，尤其貓咪因症狀隱蔽，更需具體觀察工具。CatsMe! 提供簡單可視化的判讀方式，對於習慣以手機記錄寵物生活的使用者而言，具高度接受度與教育意義。

科技面

CatsMe! 以 AI 表情分析技術為核心，操作門檻低、支援多國語系，適合以行動裝置為主的臺灣使用習慣。若導入本地，建議進行模型本地化訓練與界面在地化設計，並完善資料儲存與 API 架構，利於未來拓展至寵物相關合作場域。

參考資料

01. CatsMe! 官方網站新聞
https://carelogy-japan.com/zh/2024/06/04/ 猫の痛み検知 ai「catsme キャッツミー」が完全有料サー

02. CatsMe! 官方 App（Apple App Store）
https://Apps.Apple.com/jp/App/catsme- 猫の痛み検知 ai で健康チェック - 記録 /id6478842291

03. 法務部全國法規資料庫《個人資料保護法》全文
https://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?pcode=I0050021

CASE No

10

不再為選禮傷神
Giftpack 提供高效送禮服務

應用國家



美國

- **應用產業** 電子購物及郵購業
- **上線時間** 2016 年
- **應用業者** Giftpack
- **目標客群** 有送禮需求的個人或企業

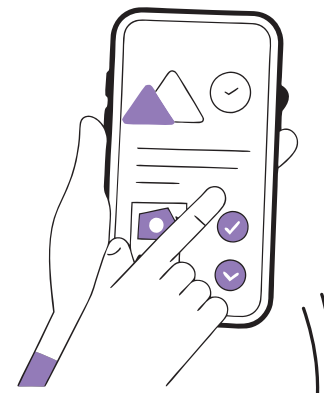
案例簡介

Giftpack 提供跨國客製化送禮服務，透過 AI 技術協助使用者根據收禮者的喜好、文化與所在國家快速挑選適合禮品，讓送禮不再耗時且選擇困難。平臺支援 195 個國家與地區，除個人送禮外，也協助企業進行員工激勵與客戶維繫，強調高效的送禮體驗。

服務流程

1 建立帳號，選擇「企業」或「個人」使用者，並設定偏好幣別





2 使用者設定送禮條件與收禮對象資訊





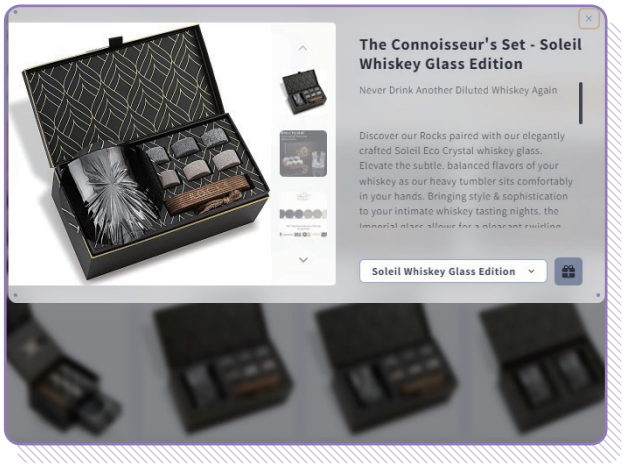
3 AI 智慧禮品推薦

系統依據收禮人社群帳號資訊或企業提供的職級、地區、年齡等資料，自動推薦前 5 名適合禮品。也可使用「智慧送禮」功能，自訂活動名稱、預算與兌換時間。



4 使用者點選推薦商品

瀏覽設計理念與細節，確認後可加入購物車進行後續訂購。



5 送出訂單及客制化

若使用者需客制化商品，例如：「訂製人像積木」商品，系統將提醒使用者將所需的照片傳至 Giftpack 的信箱，寄出後即完成此筆訂單。



公司背景

Giftpack 創立於 2016 年，初期以 C2C 模式提供跨境送禮服務，後轉型為 B2B 模式。團隊針對遠距送禮與禮物不匹配的狀況，導入 AI 技術自動推薦禮品。平臺逐步擴展至全球市場，並於 2023 年完成新臺幣 1.1 億元的種子輪募資，累計服務覆蓋 220 個國家。

營收來源

企業客戶

SaaS 訂閱制搭配企業批量採購折扣。使用者依需求選擇不同月租方案，並可在大量送禮時享有最高 6 折的折扣。

收費模式

	小資級	專業級	企業級
適用內容	**個人送禮**	**個人送禮 企業內部送禮**	**企業外部送禮**
項目內容	▨ 無限制收禮人數 ▨ 無國界禮品商城 ▨ 智慧選禮服務 ▨ 全球客製化禮品	▨ 小資級方案所有功能 ▨ 進階批量管理功能 ▨ 專業級禮品採購折扣 ▨ 320 萬件全球禮品	▨ 專業級方案所有功能 ▨ 無限制系統串接整合 ▨ 企業級禮品採購折扣 ▨ 社群激勵點數大平臺
月費	免費	月訂閱方案	月訂閱方案

應用效益分析

1. 截至 2024 年，已與超過 1,500 家企業合作，客戶包含 Google、Meta、eToro、ZAppos 等國際品牌。
2. 服務覆蓋全球 220 多國家，具高度國際拓展能力。
3. 協助企業節省超過 25 萬小時選禮時間，有效降低作業人力成本。
4. 提供 B2B 使用者完整管理後臺，支援節日提醒、自動化採購與滿意度追蹤，提升企業內部與客戶維繫效率。

創新點

產品系統創新

Giftpack 將 AI 技術應用於送禮流程，透過分析收禮人社群資料、職級、地區與年齡等資訊，自動推薦最適合的前 5 名禮品，提升送禮精準度與個人化體驗。

服務創新

平臺整合禮品配對、採購、物流、稅務等流程，並提供管理面板，讓企業能夠查看收禮回饋數據、滿意度，並設定特殊日期提醒，如員工生日。此外，亦可搭配客製化服務選項，如手寫卡片，讓大規模送禮也能保有溫度，實現高效率與情感連結兼具的送禮解決方案。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣消費者重視送禮文化，對企業而言，無論是節慶、員工關懷或客戶維繫，送禮皆是展現誠意與建立互信的重要方式。Giftpack 結合 AI 精準選禮與客製化服務，能節省時間並優化成效。

經濟面

面對臺灣中小企業內部送禮的潛在需求，Giftpack 的一站式平臺整合選品、採購與物流，具備成本效率優勢。2022 年平臺發出逾 15,000 件禮品，其中 23% 為企業指定環保禮物，送禮的同時更協助企業跟上永續趨勢。

參考資料

01. Giftpack 官方網站｜服務介紹與方案說明
https://giftpack.ai/tw/

02. Giftpack 產品簡報｜使用流程與數據總覽
https://giftpack.notion.site/Giftpack-5ee44a82748b41fea943b2b9bbd3981f

03. Meet 創業小聚｜完成 1.1 億元募資，打造 AI 送禮平臺
https://meet.bnext.com.tw/articles/view/50742

04. Power for Pitch 創業報導｜ Giftpack 創辦歷程與服務轉型
https://www.powerforpitch.com/blog/giftpack-news

05. 【專訪 Giftpack 創辦人江緯宸 Archer】做一個任性的人，做自己喜歡的事情，並為世界帶來價值
https://oie.nccuc.tw/knowledge/view/25

06. 年節送禮不 NG 新創公司 Giftpack 研發 AI 精準選禮物送對不浪費
https://si.taiwan.gov.tw/Home/citizensSay/view/1707

03

CHAPTER 3

健康不只是運動，找到生活平衡感

1. Sword Health
實現居家復健，開創無痛世界 52

2. AI 健康管家 My Fitness Pal
一站式掌握健康飲食 56

3. 助眠好幫手
Calm 透過冥想療癒身心 60

4. 運動教練媒合
習慣健康助你開啟健康新生活 70

CASE No

11

Sword Health
實現居家復健，開創無痛世界

應用國家

美國、歐洲
加拿大、澳洲

- **應用產業** 未分類其他醫療保健服務業
- **上線時間** 2015 年
- **應用業者** Sword Health,Inc.
- **目標客群** 企業僱主、健康保險機構及其員工或會員

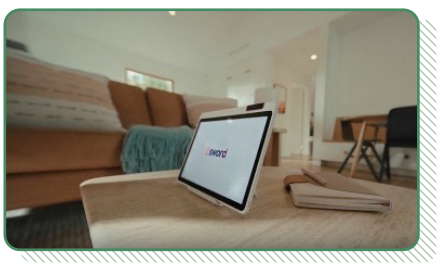
案例簡介

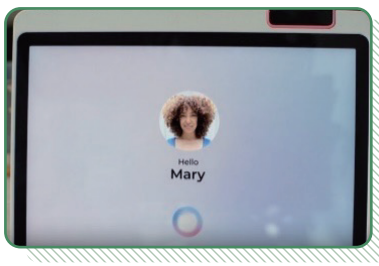
復健治療是緩解身體不適、協助功能恢復的重要方式，但實務上往往面臨幾項挑戰，例如：專業指導資源有限、難以持續追蹤復健進度，以及患者常因時間或交通不便，難以穩定接受復健療程，進而影響恢復效果。

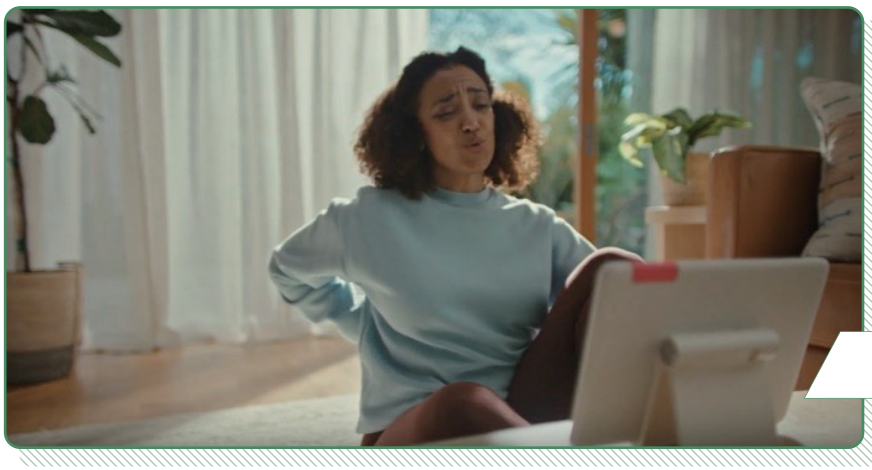
Sword Health 結合穿戴式動作感測器、AI 技術與專業治療團隊，提供可在家操作的個人化復健方案，不僅減少對頻繁檢查與實體就診的依賴，也加速復原進程，提升整體治療效率。

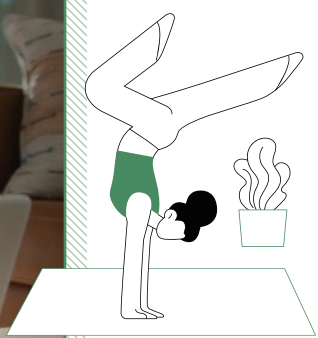
服務流程

1 使用者在家裡用平板打開 Sword Health App，與 AI 說明身體狀況

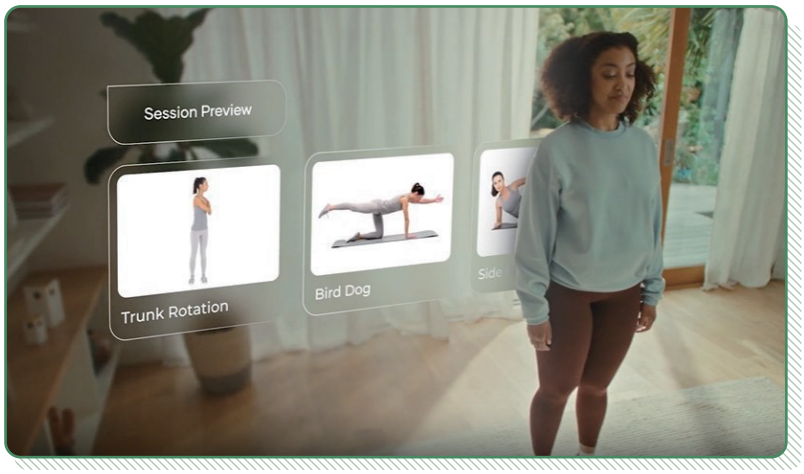








2 AI 提供建議個人化居家復健方案



3 AI 偵測使用者動作，提供回饋

如動作調整建議、動作正確，並詢問使用者身體感受。

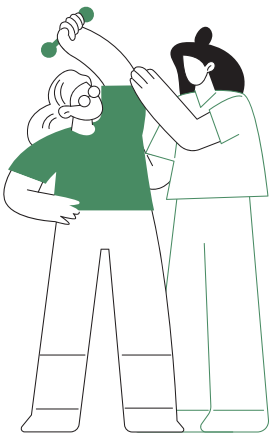


4 AI 統整此次居家復健的重點

包含本次方案、動作表現、下次方案建議，並提供給使用者的物理治療師。



5 物理治療師運用此居家復健的重點，來適當地調整和推進使用者的治療方案



公司背景

Sword Health 於 2015 年在葡萄牙由生醫工程師 Virgílio Bento、Márcio Colunas、Fernando Correia 及 André Eiras 共同創立。核心業務是提供穿戴感測器結合 AI 驅動的「數位治療師」，再加上遠端物理治療師，讓使用者能在家完成肌肉骨骼復健（MSK）與疼痛管理，以解決傳統物理治療在人力、成本與可及性上的瓶頸，實現「無痛世界」的願景。

營收來源

企業客戶

採 B2B2E 模式，與企業僱主或健康保險機構簽訂年度或多年度合約，收費採成果定價，根據臨床成效計價。

收費模式

採成果定價，根據成效計價收費，Sword Health 會在會員第一次服務後收取初始費用，該費用涵蓋了發送給每位會員的專用設備的費用，以及建立個人化方案的費用。後續只有在會員獲得顯著改善時才支付全額費用。

應用效益分析

1. 截至 2024 年 Sword Health 已透過多輪融資籌集超過 3.4 億美元。
2. 於 Google Play 達 10 萬以上的下載次數，評價達 4.7 顆星。
3. Sword 透過與花旗集團、思科和 Independence Blue Cross 等主要雇主和健康計畫合作，為超過 1,000 萬人提供服務。
4. Sword Health 已提供超過 500 萬次 AI Care 療程，幫助會員控制疼痛並獲得個人化護理。

創新點

獲利模式創新

採成果定價 (Outcome Pricing) 模式，依服務成效決定收費，突破傳統未見成效仍須全額支付的限制。

應用於臺灣適切性分析

社會面

截至 2024 年 6 月底，臺灣 65 歲以上老年人口已占總人口的 19%，帶動對肌肉骨骼復健與疼痛管理的需求上升。疫情期間遠距醫療被廣泛採用，進一步提升了消費者與醫療機構對線上診療的信任與接受度。

科技面

臺灣在資訊與通訊基礎建設上具備優勢，高速穩定的 5G 網路已普及，能確保居家復健過程中 AI 即時偵測與動作回饋流暢。同時，智慧手錶與動作感測器等穿戴裝置使用率持續上升，民眾對數位健康追蹤接受度高。再加上雲端平臺與人工智慧應用逐漸融入生活服務領域，Sword Health 的應用數據能順利整合進現有健康管理生態，提升療程持續性與精準度。

參考資料

01. Sword Health 官方網站 https://swordhealth.com/
02. Wikipedia: Sword Health https://en.wikipedia.org/wiki/Sword_Health
03. Sword Health（Google Play）https://play.google.com/store/Apps/details?id=com.swordhealth.guarda
04. Our Investment in Sword Health〈Comcast Ventures〉https://comcastventures.com/2025/02/25/our-investment-in-sword-health/
05. Sword Health Launches a New Brand That Embodies Its Vision to Free The World From Pain〈Globe News Wire〉https://www.globenewswire.com/news-release/2022/06/30/2472119/0/en/SWORD-HEALTH-LAUNCHES-A-NEW-BRAND-THAT-EMBODIES-ITS-VISION-TO-FREE-THE-WORLD-FROM-PAIN.html
06. Sword Health Unveils Outcome Pricing: Takes Industry-Leading Approach to Pay for Performance 〈Globe News Wire〉https://www.globenewswire.com/news-release/2024/09/10/2943763/0/en/Sword-Health-Unveils-Outcome-Pricing-Takes-Industry-Leading-Approach-to-Pay-for-Performance.html
07. 內政部 113 年第 44 週內政統計通報 (113 年 6 月底全國已有 7 縣市邁入「超高齡社會」，每 5 位縣 (市) 民就有 1 位老人) https://www.moi.gov.tw/News_Content.aspx?n=9&s=322560

CASE No

12

AI 健康管家 MyFitnessPal 一站式掌握健康飲食

應用國家		
美國 全球超過 120 個國家	◉ **應用產業** 其他運動服務業	◉ **應用業者** MyFitnessPal, Inc.
	◉ **上線時間** 2005 年	◉ **目標客群** 關注健康管理、體重控制與運動習慣的消費者

案例簡介

MyFitnessPal 是一款結合 AI 與大數據的健康管理應用程式，提供超過 1,400 萬筆食品資料庫、條碼掃描與 Meal Scan 智慧辨識功能，協助使用者追蹤飲食、運動與體重變化，並與多款穿戴裝置整合，打造個人化的健康生活體驗。

服務流程

1 註冊與設定目標

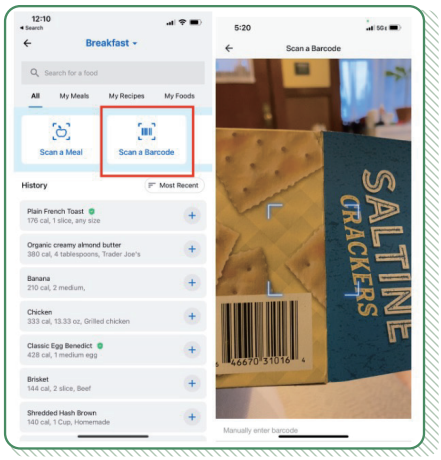
使用者下載 App，註冊帳號，並設定體重、運動、營養等個人健康目標。





2 記錄飲食

透過手動輸入、條碼掃描或 Meal Scan 功能，快速記錄每日飲食內容。

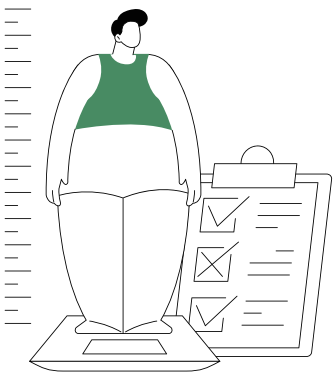




3 追蹤運動與體重

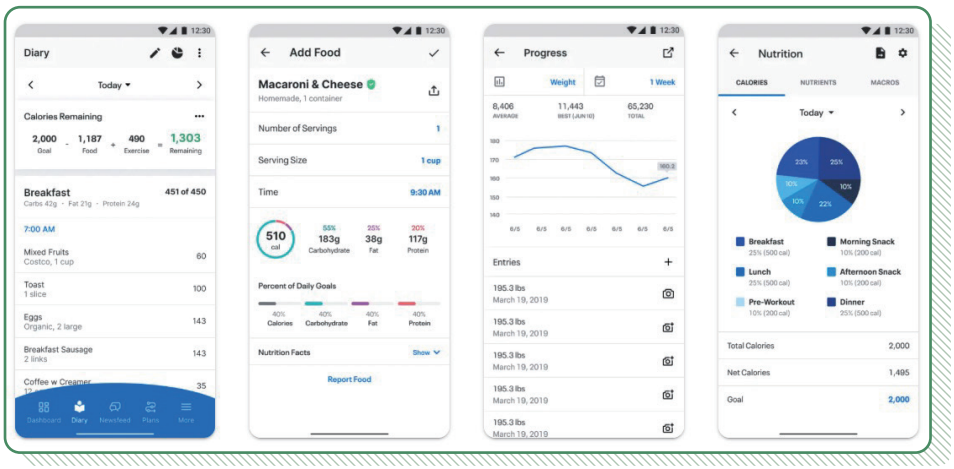
連接穿戴裝置或手動輸入運動數據及體重。





4 分析與建議

系統根據使用者資料，提供營養攝取分析、進度追蹤與健康建議。



公司背景

MyFitnessPal 成立於 2005 年，由 Mike Lee 與其兄弟 Albert Lee 創辦，最初為了協助 Mike 在婚禮前減重而開發。該平臺提供飲食與運動追蹤功能，致力於幫助使用者建立健康的生活習慣。2015 年，MyFitnessPal 被運動品牌 Under Armour 以 4.8 億美元收購，進一步擴展其數位健康版圖；2020 年，Under Armour 將其轉售給私募基金 Francisco Partners。迄今，MyFitnessPal 已成為全球最受歡迎的健康管理應用系統之一。

營收來源

一般消費者

提供進階版訂閱服務，收取每月或每年費用。

企業客戶

- 在免費版中展示相關健康產品與服務的廣告。
- 與食品品牌、健身中心等合作，推出聯名活動與內容。

收費模式

基本功能

免費。

進階功能

提供無廣告、進階營養分析、客製化目標設定等功能，並提供月訂閱與年訂閱方案。

應用效益分析

1. 截至 2024 年，MyFitnessPal 已擁有超過 2.2 億註冊使用者，遍及 120 多個國家，為全球最受歡迎的健康與營養追蹤 App 之一。
2. 2023 年營收達 3.1 億美元，2025 年 1 月單月營收超過 1,600 萬美元，位居全球健康與運動類 App 收入前三名。
3. 為全球最受歡迎的營養與飲食追蹤應用程式之一，藝人 Adam Devine 曾藉助該 App 達成體重控制目標。

創新點

流程創新

使用者只需拍照即可自動辨識食物並記錄營養資訊。同時，與多款穿戴裝置與健康應用程式，如 Apple Health、Fitbit、Garmin 等整合，打造全方位的健康管理平臺。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣社會對於飲食控制、慢性病預防與生活習慣改善等健康議題相當關注，並且擁有良好的行動裝置基礎。此外，健身與飲食類 KOL 在社群媒體上的活躍程度，也有助於健康 App 的推廣與擴散。

科技面

臺灣在資訊科技與穿戴裝置發展上具競爭優勢，智慧手環與手錶，如 Garmin、Apple Watch 使用普及，MyFitnessPal 可與這些裝置串接資料，提供更完整的健康監測體驗。

參考資料

01. MyFitnessPal 臺灣官方網站
https://www.myfitnesspal.com/zh-TW

02. MyFitnessPal Unveils Its 2025 Winter Release
https://www.prnewswire.com/news-releases/myfitnesspal-unveils-its-2025-winter-release-302385598.html

03. MyFitnessPal 收購 AI 新創公司，推出智慧飲食功能
https://ourcoders.com/news/show/31434/

04. Real-Life Diet: Adam Devine Lost Weight Using MyFitnessPal
https://www.gq.com/story/real-life-diet-adam-devine

05. MyFitnessPal——最強飲食熱量管理 App
https://www.playpcesor.com/2014/10/myfitnesspal-300.html

06. 我的減肥神器 MyFitnessPal 熱量記錄 App 使用心得
https://drhealthpeng.com/myfitnesspal/

07. MyFitnessPal：飲食與熱量追蹤工具 (Apple App Store)
https://Apps.Apple.com/tw/App/myfitnesspal- 的卡路里計算機和膳食追蹤工具 /id341232718

CASE No

13

助眠好幫手 Calm 透過冥想療癒身心

應用國家



美國

◉ **應用產業** 其他運動及休閒教育

◉ **上線時間** 2013 年

◉ **應用業者** Calm

◉ **目標客群** 適合想釋放壓力、充足睡眠的群眾

案例簡介

Calm 是一款專注於心理健康的應用程式，提供多樣化的內容，包括冥想練習、睡前故事、放鬆音樂和正念課程，旨在幫助使用者在繁忙的生活中找到平靜。其企業版服務「Calm Business」則針對企業客戶，提供員工心理健康支持方案，協助雇主提升員工的整體福祉。此外，Calm 還提供線上心理健康測評工具，讓使用者能夠自我檢視壓力與焦慮狀況，並獲得相應的建議與資源。

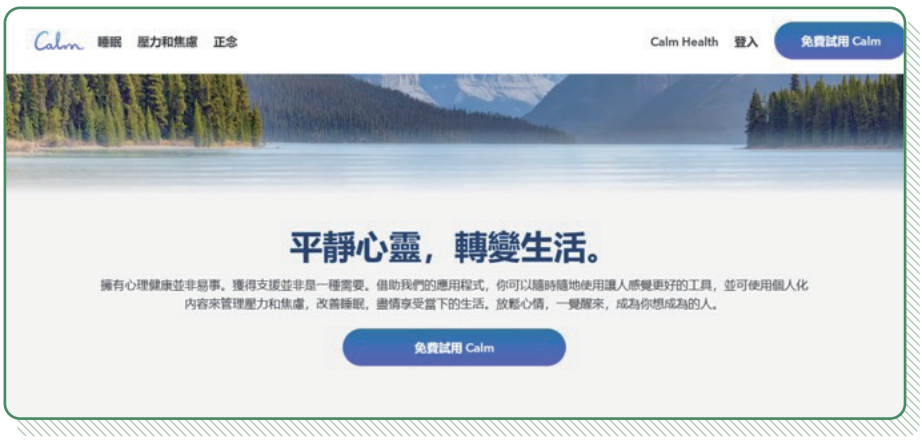
服務流程

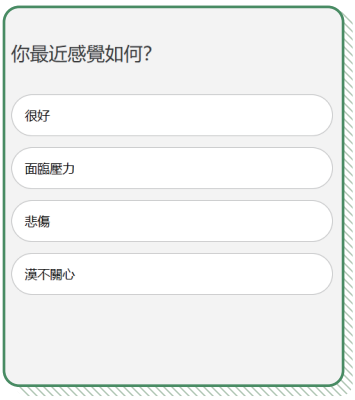
使用者可透過網站或 App 設定個人狀態與需求，系統即依據壓力來源、冥想經驗、冥想時段等條件，推薦適合的冥想、助眠故事、音樂；而 Calm Business 則協助企業掌握員工心理健康狀態，並根據回饋提供適切的療癒資源，涵蓋個人與企業端完整使用情境。

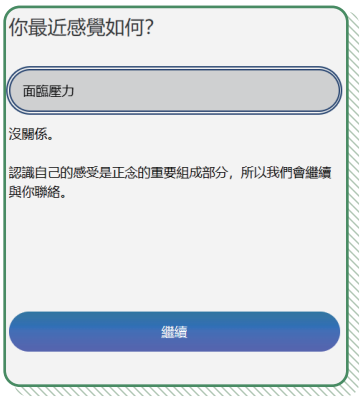
網頁版

1 使用者啟動體驗，使用者進入 Calm 官方網站，點選「免費試用 Calm」

使用者選擇當前情緒狀態，如焦慮、倦怠、壓力大。







2 系統引導使用者選擇壓力來源

使用者選擇壓力來源，如工作、健康、人際關係。





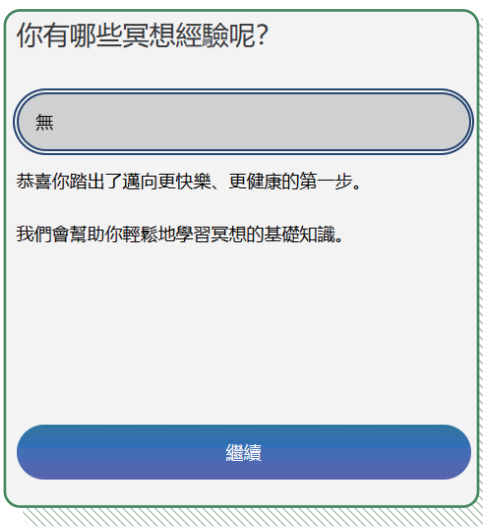


3 系統引導使用者設定冥想習慣與偏好

1. 系統依據使用者的需求提供適合的服務。
2. 使用者選擇偏好練習的時間，如早上、睡前。
3. 系統提醒使用者建立帳號以儲存個人設定。







4 開始免費使用

使用者登入帳號後，可開始體驗個人化的冥想、睡前故事或正念練習內容。

手機版

1 使用者登入 / 建立帳號，並選擇來到 Calm 的原因





2 使用者選擇目前狀態





3 系統將根據狀態推薦合適的主題

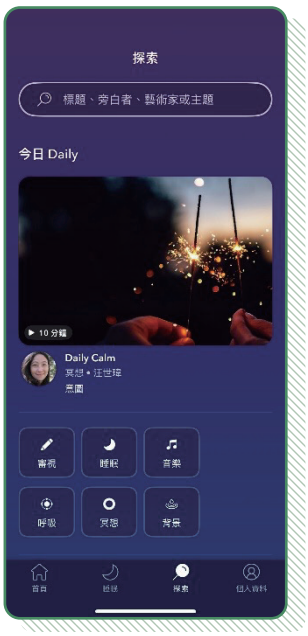
如冥想、音樂與睡眠等分類內容，依情緒與目標推薦練習，協助使用者建立日常放鬆與睡眠節奏。







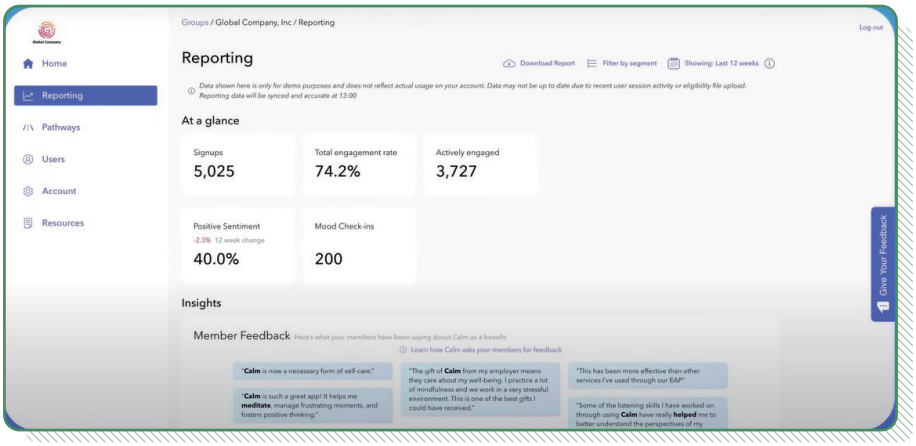
4 系統提供每日主題與進度追蹤功能，協助使用者養成固定的冥想習慣



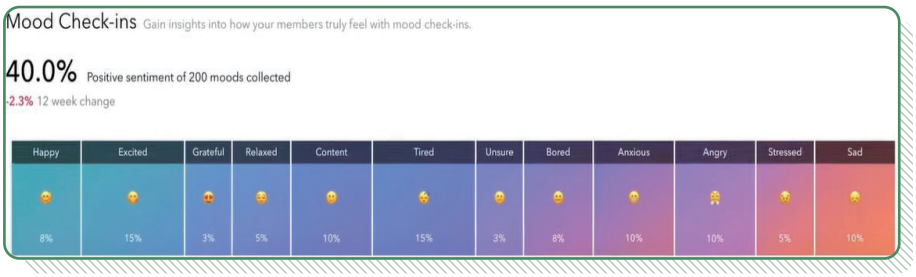


Calm Business 企業版使用流程

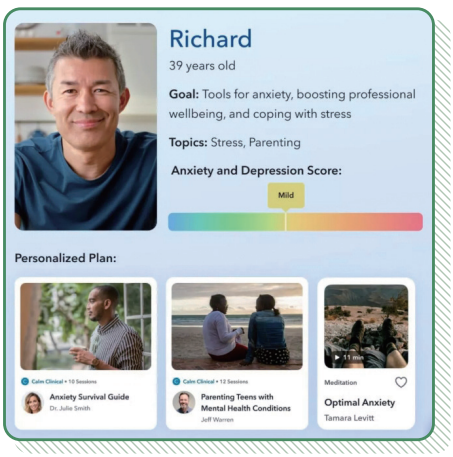
1 企業購買 Calm Business 方案，並為員工開通專屬帳號，員工可自由登入並使用完整功能



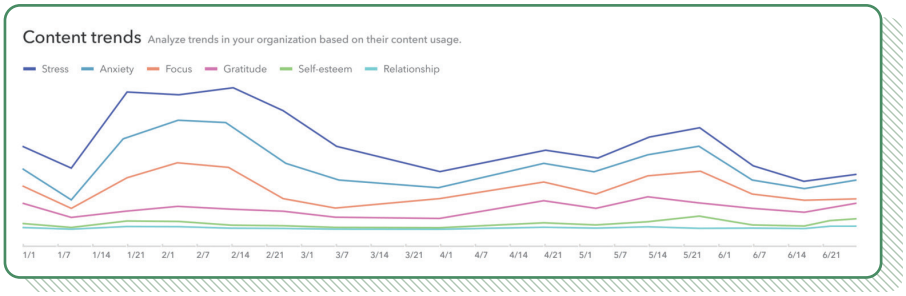
2 員工可定期透過平臺進行壓力與情緒狀態測評，系統會依結果推薦合適內容



3 Calm Business 每月提供主題式課程與活動，結合員工心理健康自評，系統自動推薦對應內容，協助企業打造職場文化



4 雇主可透過後臺追蹤整體使用情況、壓力指數趨勢與參與度，進行內部健康支持策略優化



公司背景

Calm 創立於 2012 年，由 Alex Tew 與 Michael ActonSmith 共同創辦，總部位於美國舊金山。兩位創辦人看見現代人普遍面臨壓力、焦慮與睡眠困擾，於是開發出一款結合冥想引導、睡眠故事、放鬆音樂與呼吸練習的應用程式「Calm — 睡眠、冥想、放鬆」。Calm 致力於透過科技改善大眾的心理健康與生活品質，現已成為全球最受歡迎的身心療癒平臺之一。

營收來源

一般消費者

- **個人訂閱制：**提供個人使用者使用的冥想與助眠 App，採訂閱制與終身制。
- **家庭方案：**允許最多 6 位使用者共用帳號，強調生活共享與個別設定。

企業客戶

依員工人數收費，協助公司推動員工心理健康與提升工作效率。



收費模式

依功能與對象可區分為「基本版」與「Premium 版」，並提供個人、家庭與企業三種授權形式。

基本版針對個人使用者，採訂閱制或一次性終身制；Premium 版則提供進階內容與功能，包含個人訂閱、家庭共享與企業授權。企業方案依員工人數採階梯式計價，最低 5 人起購。

基本版		Premium 版			
個人			個人	家庭	企業
一年	年訂閱方案	**月費**	月訂閱方案	無	無
終身	終身訂閱方案	**年費**	年訂閱方案	年訂閱方案	5 人方案：年訂閱方案 人數限制：5–500 人 採階梯式定價
		備註	單一使用者個人方案	最多 6 位使用者共享不限同住地址	提供 Calm 全功能，依企業人數訂價，含後臺報表與主題式健康推廣

應用效益分析

1. CalmApp 在 Apple App Store 獲得超過 190 萬則評分，平均評分高達 4.8 顆星，為全球使用者高度肯定之冥想與心理健康應用程式。

2. 曾獲 Apple「2017 年度最佳 App」、以及 2023 年全球最佳健康應用程式等獎項，展現國際間對其內容品質與療癒效果的肯定。

3. Calm Business 企業方案已被 3,000 家以上組織採用，包含 Accenture、Kraft Heinz、Johnson & Johnson 等，協助提升員工心理健康與組織韌性。

創新點

產品表現創新

Calm 透過數據分析使用者行為，發現高使用時段集中於早晚及週日夜間。藉由這些洞察，Calm 精準規劃內容發布節奏與介面體驗，提升使用者滿意度與使用黏著度，打造高參與率的冥想與放鬆平臺。

網絡創新

Calm 提供睡眠故事與冥想課程，搭配簡潔易用的 UI 設計。其睡眠故事邀請名人錄音，打造獨特聲音體驗，至 2024 年已累積 500 則故事、190 分鐘收聽內容。



應用於臺灣適切性分析

經濟面

隨著國人對心理健康重視提升，相關服務需求日益增加，然而醫療與諮商人力資源有限。若能善用數位工具，不僅可彌補人力缺口，也能減輕基層醫療壓力。例如臺灣竹謙科技開發的心理健康 App「Hear Hear 聽聽」，結合 AI 情緒辨識與大數據分析，協助使用者追蹤情緒、促進心理保健，展現出臺灣在心理健康科技上的應用基礎與發展潛力。

社會面

Calm 所提供的低門檻、自主使用的數位心理支持工具，有助於降低就醫心理門檻，並符合國人對匿名性、彈性與隱私的期待。透過冥想、呼吸訓練與情緒追蹤等功能，Calm 有助於推廣更友善且日常化的心理自我照護文化。



參考資料

01. Calm 官方網站
https://www.calm.com/zh

02. Calm Business 服務介紹
https://www.youtube.com/watch?v=z05xs0PYtps

03. Calm YouTube 官方頻道
https://www.youtube.com/@calm

04. Calm（Apple App Store）
https://Apps.Apple.com/tw/App/calm-%E7%9D%A1%E7%9C%A0-%E5%86%A5%E6%83%B3-%E6%94%BE%E9%AC%86/id571800810

05. Calm（Google Play）
https://play.google.com/store/Apps/details?id=com.calm.android

06. How Calm Uses Analytics to Improve Sleep, Health and HAppiness
https://amplitude.com/blog/calm-digital-disruptors-summit

07. Calm Business Reaches 3,000O rganizations
https://www.businesswire.com/news/home/20220209005019/en/Calm-Business-Reaches-3000-Organizations

08. 衛福部擴編心理健康支持政策
https://www.taiwannews.com.tw/news/5904223

09. AI 語音深度解析情緒，竹謙科技打造 3D 虛擬療癒師，如何預防早期心理風險？
https://meet.bnext.com.tw/articles/view/52375

CASE No

14

運動教練媒合，「習慣健康」助你開啟健康新生活

應用國家

臺灣

- **應用產業** 其他運動及休閒教育
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 習慣健康
- **目標客群** 運動教室、健身工作室、瑜珈教室及一般消費者

案例簡介

許多民眾在踏入健身旅程時，常面臨找不到合適教練與課程的問題；教練則需投入心力經營個人品牌，卻又容易因案源不穩定而陷入收入不穩；運動場館的管理與回饋機制之效果有待強化，難以提升顧客體驗。因應上述三個議題，習慣健康推出「運動教練派遣與商品推薦平臺」，透過 LINE 串接與 AI 系統媒合機制，協助消費者找到合適教練與課程，而教練能強化個人品牌並推薦商品獲得分潤，場館亦可透過數據回饋提升服務效率，打造跨產業合作的健康生活新場景。



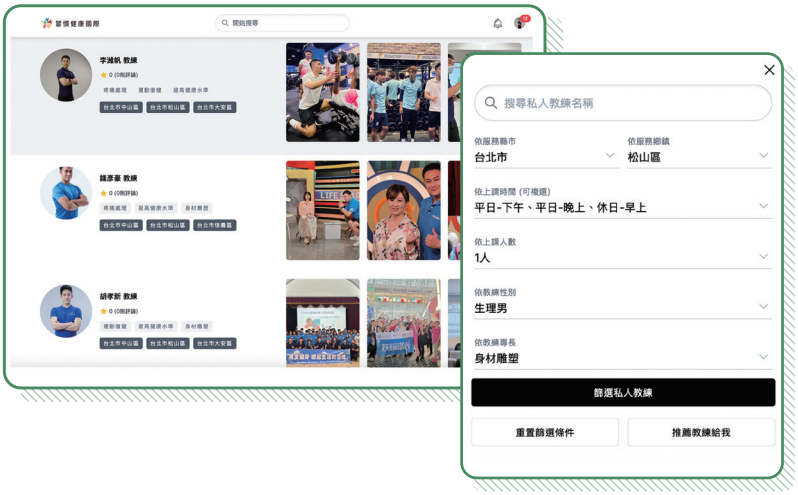




服務流程

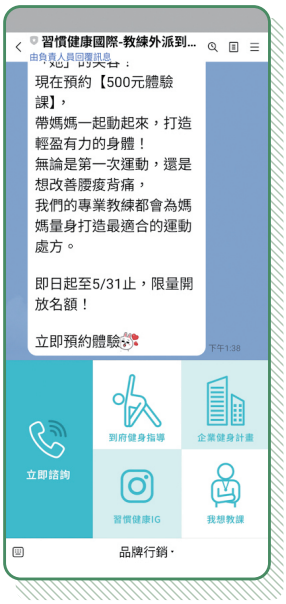
企業端流程

1. 業者串接 LINE 官方帳號，登入習慣健康後臺
2. 教練 / 廠商設定個人介紹與證照資訊，打造專屬頁面
3. 系統媒合符合消費者需求的教練與場館進行派遣
4. 教練與廠商可推薦商品 / 課程並進行銷售分潤



消費端流程

1. 消費者加入 LINE 官方帳號或進入官方網站註冊會員
2. 填寫需求表單，系統推薦合適教練與運動方案
3. 派遣教練至指定地點提供服務
4. 點選教練推薦商品購買並評價體驗



應用效益分析

1. 系統導入後，總營業額提升 42%，教練派遣次數達 1,088 次，新增教練 157 位。
2. 數據管理與合作提升：合作廠商增加 4 家，員工滿意度 87 分，碳排放量減少 68 公斤。
3. 平臺效益綜合：協助教練建立個人頁面與接單管道，促進跨場館與異業合作，並優化教練服務與商品導購流程。

公司背景

習慣健康創立於 2019 年，旗下「好習慣運動教室」主打小班制與客製化教學，擁有專業教練團隊並結合營養師資源，提供一對一指導、團課、企劃派遣與企業包班等服務。近年積極推動數位化轉型與平臺化服務，推出教練媒合系統與 LINE 會員平臺，串聯自由教練、運動場館與健康品牌商品業者，打造完整運動健康生態鏈。團隊也獲選多項政府創業輔導與加速器計畫，深耕運動生活與健康習慣的養成。

營收來源

一般消費者

運動課程費用、商品推薦銷售分潤。

企業客戶

教練派遣合約合作、品牌商品導購合作。

收費模式

根據課程內容，提供到府體驗課程、派遣教練培訓、室內健身等不同收費模式，教練派遣則採接案分潤制。





參考資料

01. **習慣健康官方網站**
https://hobbystudio.com.tw

02. **習慣健康臉書**
https://www.facebook.com/hobbystudioteam

03. **習慣健康官方 Line**
https://line.me/R/ti/p/@339yqduz

04

CHAPTER 4

美麗進化，從頭開始的日常儀式感

1. LUUM Lash
創新的無膠美睫體驗 76

2. 從洗頭開始的永續行動
L'Oréal Water Saver的創新解方 80

3. 元越數位行銷
助力美業業者提升品牌經營效率 84

4. 柔絲沙龍24小時AI助理
輕鬆預約美髮服務 88

5. 立貝斯科技智慧助手
輕鬆搞定行銷文案 90

6. ezPretty結合Google地圖預約
服務業行銷必備神器 94

7. 莊大衛髮型美容
美髮職人培訓與門店管理一手包辦 98

CASE No

15

LUUM Lash 創新的無膠美睫體驗

應用國家



美國

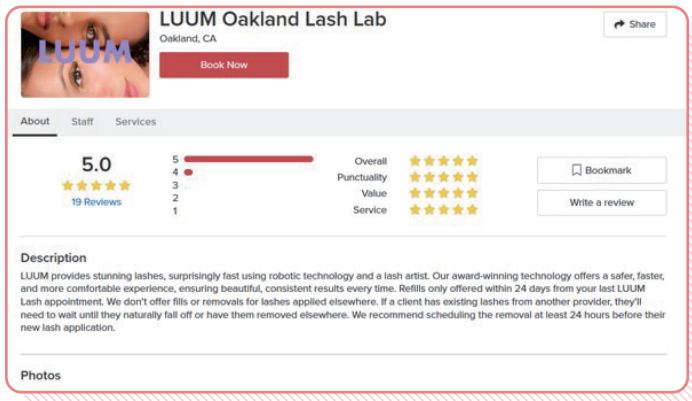
- **應用產業** 美容美髮服務業
- **應用業者** LUUM Lash
- **上線時間** 2023 年
- **目標客群** 易過敏體質、追求舒適與快速體驗的美睫消費者

案例簡介

LUUM Lash 提供新式無膠美睫技術，取代傳統需使用化學膠水的方式，並使用專利機械裝置搭配磁性貼合原理，實現安全、快速、無刺激的美睫流程。每副睫毛可維持 10 天以上，並可於後續快速移除與重新安裝。整體流程設計結合美容科技與可重複使用材料，主打衛生、便利與永續。

服務流程

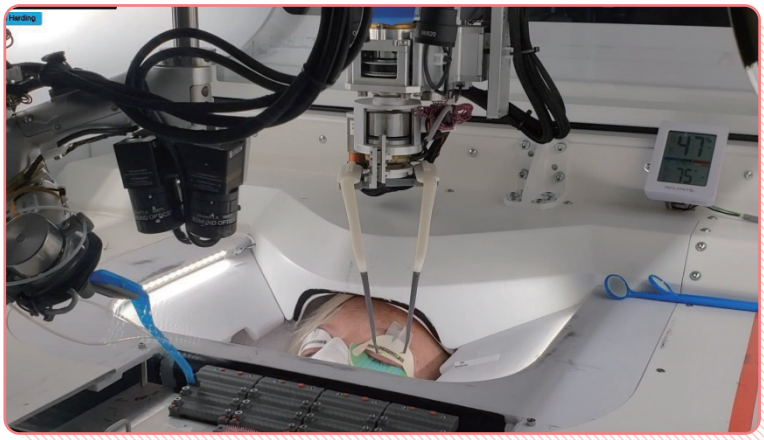
1 **使用者於線上預約系統選擇時間與想要的睫毛設計款式**



2 **到店後，設計師根據消費者臉型與睫毛狀況，推薦適合的睫毛款式與長度**

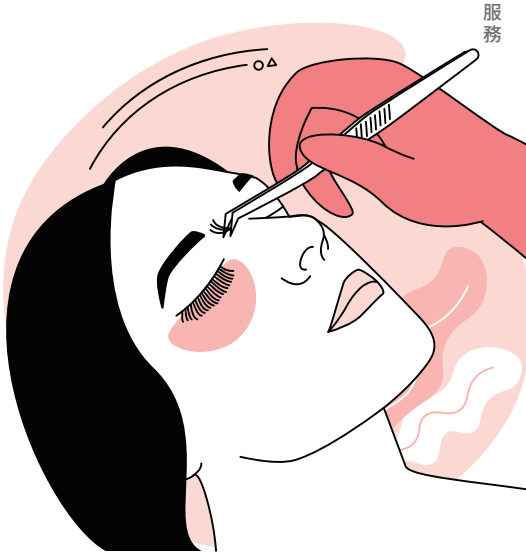


3 確認款式後，使用無膠美睫機安裝磁性睫毛



4 全程約 30 分鐘內完成，使用者可立即獲得美睫並做微調





公司背景

LUUM Lash 為美國創新美睫品牌，善用科技打造兼具安全性與效果的美睫服務方案。團隊由專業美容人員組成，專注於無膠美睫技術，提供舒適的專業美睫體驗。

營收來源

一般消費者

按次收費。

企業客戶

將其自動化美睫設備租賃給合作夥伴（如化妝品零售商、百貨公司等），並在每次使用設備時收取相應費用。

收費模式

依服務內容收費

- **完整睫毛套組：計次收費。**
- **補睫毛服務：計次收費。**

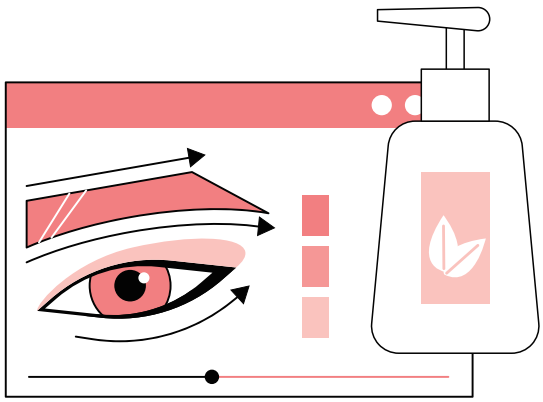
應用效益分析

1. 截至 2024 年已於美國加州及紐約等主要都會區設立超過 6 家實體據點，並拓展至百貨與美容美髮等通路。
2. 其無膠美睫專利技術目前已協助完成超過 50,000 次服務。
3. 品牌社群累積逾 14 萬粉絲追蹤，並開放企業合作與美髮加盟計畫。

創新點

流程創新

採用專利裝置與無膠美睫安裝技術，縮短服務時間，並避免使用刺激性化學品。



應用於臺灣適切性分析

社會面

現代消費者在追求容貌管理的同時，也愈加重視肌膚的舒適與敏感性。以物理方式黏著的美睫工法，能因應敏感膚質、孕期安全與快速美容等多元需求。LUUM Lash 所主打的無膠接合、可重複使用與快速拆裝等特性，呼應消費者對美感、效率與舒適兼具的期待，顯示其在都會區美容市場具備高度導入潛力。

科技面

臺灣在科技基礎與數位應用方面具備明顯優勢，智慧型手機普及率高，消費者對數位服務的使用習慣已相當成熟，有利於應用程式的推廣與使用。若 LUUM Lash 能提供跨裝置支援的預約與會員管理介面，並建立在地化的售後服務與維修機制，將有助於提升使用者體驗與信任度，其導入臺灣市場的可行性相當高。

參考資料

01. LUUM Lash 官方網站
https://www.luumlash.com

02. TIME：LUUM Precision Lash
https://time.com/7094560/luum-precision-lash

03. Instagram：LUUM 官方帳號
https://www.instagram.com/luumlash

04. LinkedIn：LUUM 公司頁面
https://www.linkedin.com/company/luumlash

05. Money and Mimosas: Is LUUM Lashes a Good Investment?
https://www.moneyandmimosas.com/growmoney/is-luum-lashes-a-good-investment

06. 2022 LUUMAN NUALREPORT FOR THE FISCAL YEAR ENDED
https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1714989/000147793223002871/luumcar.pdf

CASE No

16

從洗頭開始的永續行動
L'Oréal Water Saver 的創新解方

應用國家

法國

- **應用產業** 美容美髮業
- **上線時間** 2021 年
- **應用業者** 美容美髮業
- **目標客群** 專業美容美髮業者與消費者

案例簡介

L'Oréal Water Saver 是一款具有省水專利的洗髮裝置，能將水滴分裂成微小粒子，以提高沖洗效率，同時減少水資源的浪費。該裝置可節省洗頭時 69% 的水量，且不影響洗髮品質與顧客體驗。此外，L'Oréal Water Saver 還能將洗髮精、護髮素等髮品直接注入水流中，提升產品吸收率與沖洗速度。

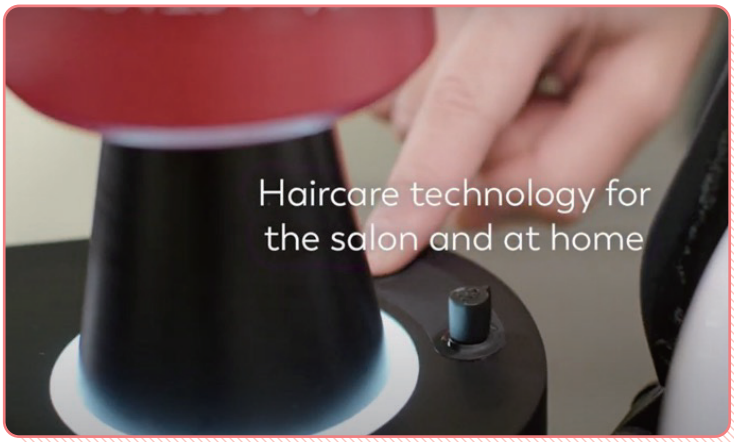
服務流程

1 設備安裝與啟用

美髮業者安裝 L'Oréal Water Saver 裝置，連接原有洗髮設施並完成測試。



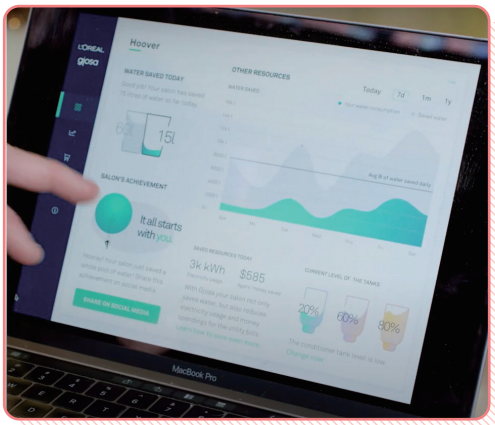
2 美髮師為顧客啟用 L'Oréal Water Saver，並將髮品注入系統



3 洗髮精、護髮素透過裝置直接混入微粒水流中提高使用效率與吸收率



4 在沖洗過程中，用水數據會即時上傳至智慧應用程式，提供店家管理用水量





公司背景

L'Oréal 與瑞士環保科技新創公司 Gjosa 合作，開發出 Water Saver 系統，旨在減少美髮洗髮過程中的水資源消耗。該系統於 2021 年在 CES 展會上首次亮相，並於同年入選《TIME》雜誌「2021 年百大最佳發明」榜單。2023 年，L'Oréal 宣布收購 Gjosa，進一步深化雙方在永續美髮科技領域的合作。

營收來源

企業使用者

販售設備給美髮業者。

收費模式

採 B2B 模式

- **一次性設備銷售費：**美容美髮店可直接購買 L'Oréal Water Saver 洗髮裝置，以一次性銷售方式收費。
- **品牌導入與維護方案：**部分地區提供安裝與教育訓練服務，視合作規模另行報價。

應用效益分析

1. 相較於一般洗髮店水龍頭每分鐘約 8 公升的用水量，L'Oréal Water Saver 每分鐘僅需 2 公升，年節水量可達 1.8 億公升，相當於 72 座奧運標準游泳池。
2. 截至 2023 年，WaterSaver 已導入全球超過 10,000 家美髮沙龍，涵蓋巴黎與紐約等主要專業通路。
3. L'Oréal 被《TIME》選為「2021 年百大最佳發明」，提升品牌 ESG 公信力，並成功吸引新世代消費者關注環保與綠色美容議題。

創新點

流程創新

透過 Gjosa 的專利技術（Patented Water Fragmentation Technology），將傳統洗髮用水的方式顛覆為高效率微粒噴流，提升洗淨力並大幅減少用水量，優化美髮操作流程。

服務創新

整合即時水耗監測與髮品注入功能，讓美髮業者在提供服務的同時，也能有效進行水資源管理與髮品劑量控制，達到環保與服務質量兼顧。

應用於臺灣適切性分析

經濟面

臺灣美髮市場競爭激烈，業者對成本控管與服務差異化格外重視。若 L'Oréal Water Saver 能有效協助節省長期水費並提升品牌形象，將具備吸引中高階美髮業者導入的潛力。然而，初期設備成本與後續維護費用，可能成為導入的主要門檻。

社會面

臺灣消費者對「洗髮體驗」重視程度高，若節水設備能兼顧舒適與效率，並清楚標示節能減碳的成效，有助消費者接受度。尤其年輕客群具 ESG 意識，具潛在吸引力。

參考資料

01. 官方網站（L'OréalWaterSaver）
https://watersaver.loreal.com/en

02. TIME 雜誌《2021 年百大最佳發明》
https://time.com/collection/best-inventions-2021/6114369/loreal-water-saver

03. L'Oréal 宣布收購 Gjosa（新聞稿）
https://www.loreal-finance.com/eng/news-release/loreal-acquire-gjosa-environmental-water-tech-startup-behind-breakthrough-water-saver

04. Allure 美妝雜誌專訪報導
https://www.allure.com/story/loreal-water-saver-salon-shampoo-station

CASE No

17

元越數位行銷，助力美業業者提升品牌經營效率

應用國家

臺灣

◉ **應用產業** 其他美容美體服務、美髮院及髮廊、美甲美睫服務

◉ **上線時間** 2024 年

◉ **應用業者** 元越數位行銷

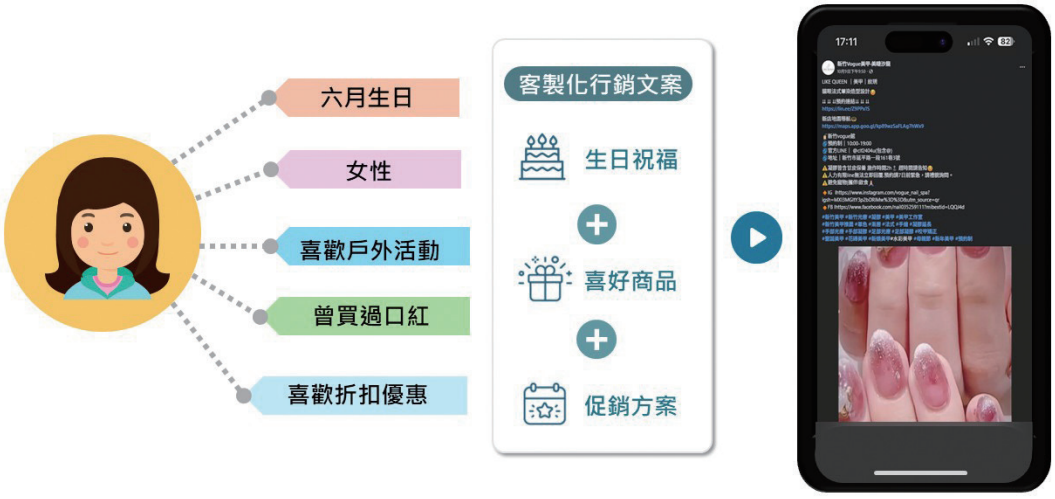
◉ **目標客群** 美容美髮美甲業者

案例簡介

臺灣多數小型美業業者專注於專業服務，品牌經營多仰賴自然口碑與熟客回流，輔以社群媒體與廣告投放，展現出強烈的在地信任感與客製化優勢。為協助業者提升數位行銷操作的效率與成效，元越推出「美業 AI 自動化行銷旅程」專案，整合 LINE 官方帳號、會員管理系統與 AI 行銷工具，協助業者依據消費者屬性精準推送訊息，快速產製貼文與優惠活動，有效推廣品牌、提升回流率與經營效率。



顧客經營更精準，提升黏著度



服務流程

企業端流程

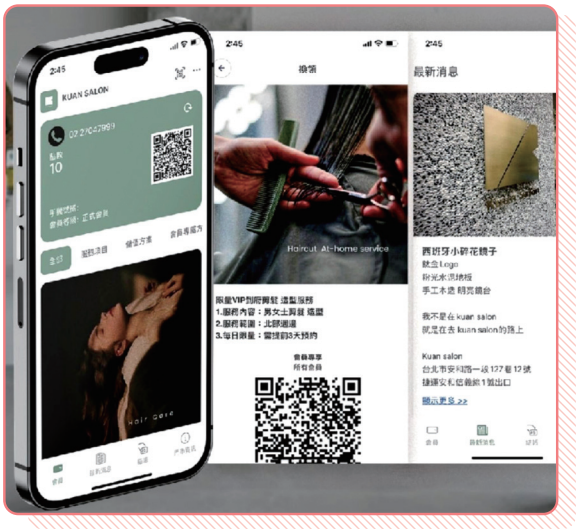
1. 業者串接 LINE 官方帳號
2. 業者登入元越數位行銷後臺，將 LINE 官方帳號與系統整合
3. 業者可依據消費者屬性，如首次來店、生日當月設定標籤，並套用對應的行銷旅程模板
4. 系統依照設定條件，自動向消費者發送優惠券、提醒訊息或行銷活動通知
5. 業者選擇貼文目的與語氣風格後，系統即可自動生成貼文內容與圖片
6. 系統後臺提供點擊率、開信率與回流率等數據，業者可依據成效調整標籤與活動設定



服務流程

消費端流程

1. 消費者透過掃碼或搜尋加入業者的 LINE 官方帳號，成為會員
2. 消費者會在特定時點，如首次來店、生日當月收到專屬優惠券與訊息提醒
3. 消費者可點擊 LINE 中的連結，兌換優惠券或瀏覽活動內容
4. 消費者使用優惠券後，系統將自動更新會員標籤與消費紀錄，作為後續行銷依據



應用效益分析

1. 合作的美業業者平均營業額成長達 19%，行銷文案產製效率提升 25%，強化業者在行銷資源有限下的推廣能力。
2. 20 家合作業者合計新增超過 10,000 名 LINE 官方會員，社群內容觸及人次達 27 萬人次，提升顧客互動與導購成效。
3. 系統協助業者節省紙本成本，透過電子券取代約 9 萬張實體優惠券，降低印製與人工作業負擔，提升整體營運效率。

公司背景

元越數位行銷成立於 2018 年，致力協助品牌與門市導入 AI 工具，提升行銷效率與顧客經營能力，並整合生成式 AI 與自動化流程，讓商家可以更快找到潛在顧客、降低營運成本，並透過標籤分類與會員系統，建立與顧客的長期連結，提升顧客黏著度與回購率。

營收來源

企業客戶

依功能模組、帳號數量與活動使用量收取月費／方案費用。

收費模式

採訂閱制服務收費，依模組功能與顧問服務程度區分不同方案；另提供 LINE 串接設定與視覺素材代操等客製服務。

方案	適合業者	內容	社群貼文、影片（單位：月）
入門	剛起步品牌	基本廣告投放 社群經營	4 篇貼文 0 則短影音
進階	穩定成長中	進階廣告戰略 會員系統	4 篇貼文 2 則短影音
專業	高轉換需求	全面行銷 顧問指導	12 篇貼文 4 則短影音

參考資料

01. **元越數位行銷 官方網站**
https://yuan-viet.com

02. **服務項目**
https://yuan-viet.com/services

CASE No

18

柔絲沙龍 24 小時 AI 助理，輕鬆預約美髮服務

應用國家

臺灣

- **應用產業** 美髮業
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 柔絲沙龍
- **目標客群** 美髮設計師、一般消費者

案例簡介

臺灣美髮產業正逐步導入智慧工具以提升營運效率與服務品質。許多美髮師具備多元專業能力，不僅提供造型服務，也負責顧客接待與預約安排，展現高度彈性與專業素養。然而，隨著來客數與作業複雜度提升，業界對於自動化與智慧輔助系統的需求日益增加。

柔絲沙龍即因應此趨勢，開發「24 小時智慧語音助理」，運用語音識別與自然語意理解技術，協助自動處理顧客預約、查詢、取消與修改等服務，提升排班效率、讓設計師能更專注於專業服務，進一步優化顧客整體體驗。



服務流程

消費端流程

1. 顧客透過電話、官方網站或門市提出預約
2. 系統引導顧客選擇設計師、服務與時段
3. 系統確認顧客資料並完成預約通知設計師
4. 顧客可透過系統查詢、修改或取消預約與服務項目



公司背景

柔絲沙龍創立於 2012 年，主打染燙護均一價與高 CP 值美髮服務，目前於臺灣北中南設有 17 家分店，並與日系品牌合作，致力打造品質與價格透明且平價的美髮體驗。

應用效益分析

1. 系統累計體驗人次達 3,365 人次，店家總營業額提升 4%。
2. 設計師平日閒置時段降低 11%，每日退客減少 10 位。
3. AI 語音助理辨識美髮專業用詞達 92%，客服處理成功率達 71%。
4. 有效分流非指定設計需求，提升平日人力利用率與顧客滿意度。

營收來源

一般消費者：美髮剪燙染護服務、非指定設計師預約服務。

收費模式

依服務項目與所需時間進行定價，無需加入會員即可預約，現場或線上皆可付款，收費依現場公告為準。

參考資料

01. 柔絲沙龍 官方網站
https://www.zoss.com.tw

CASE No

19

立貝斯科技智慧助手，輕鬆搞定行銷文案

應用國家

臺灣

◉ **應用產業** 其他美容美體服務
推拿按摩服務

◉ **上線時間** 2024 年

◉ **應用業者** 立貝斯科技

◉ **目標客群** 推拿按摩店家、健身房

案例簡介

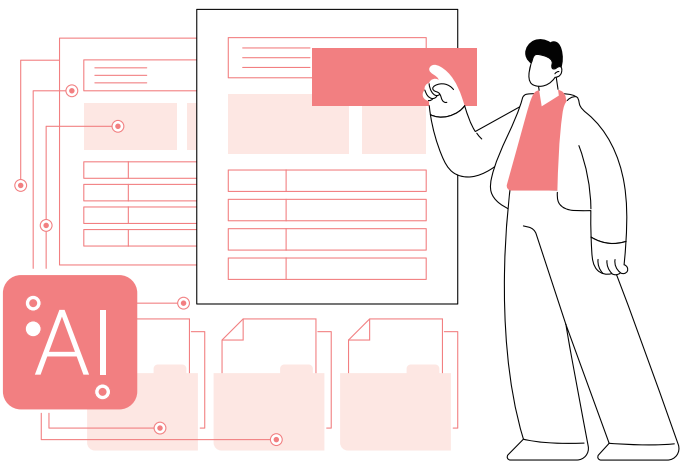
美容、美體與按摩產業以高度客製化服務為特色，也因此在日常經營中，更重視內部流程的順暢與溝通效率。隨著服務項目日趨多元，業者對流程優化與行銷管理的需求日漸提升。為協助小型業者強化行銷能力與營運效率，立貝斯開發出「健康行銷智慧助手：APE AI App」，整合 LINE 與 AI 工具，支援快速生成貼文、客服訊息與營運文件，即使無行銷背景的按摩職人，也能輕鬆駕馭智慧化科技工具，擴大品牌影響力、提升經營效能。

服務流程

1 店家加入 Ape AI LINE 官方帳號

2 點選「開始使用」進入系統工具列



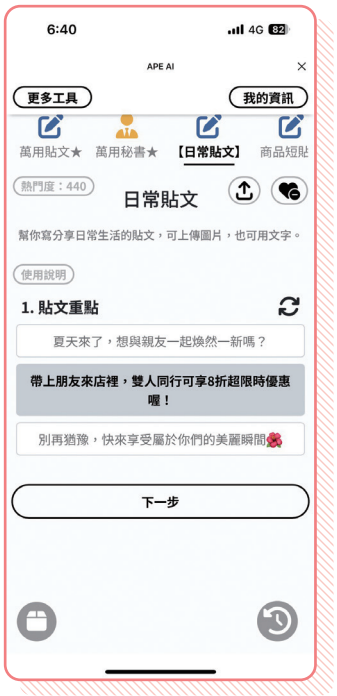


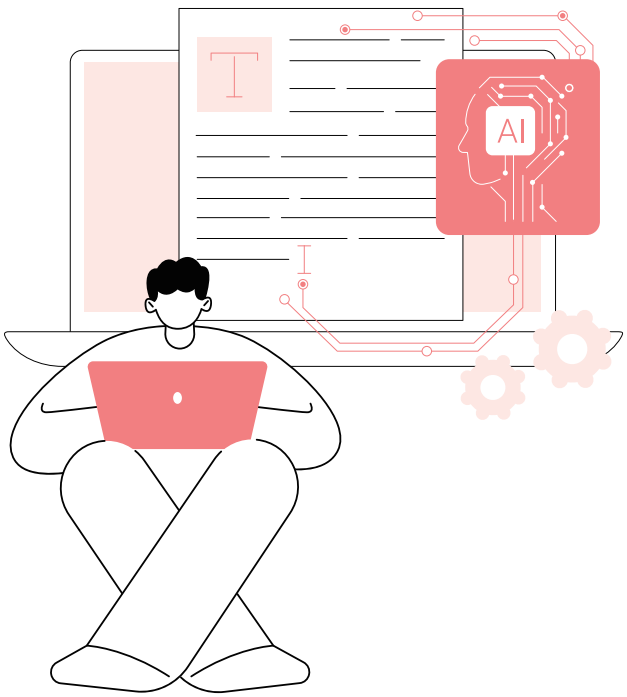
3 選擇所需模組，如貼文產製、營運管理等



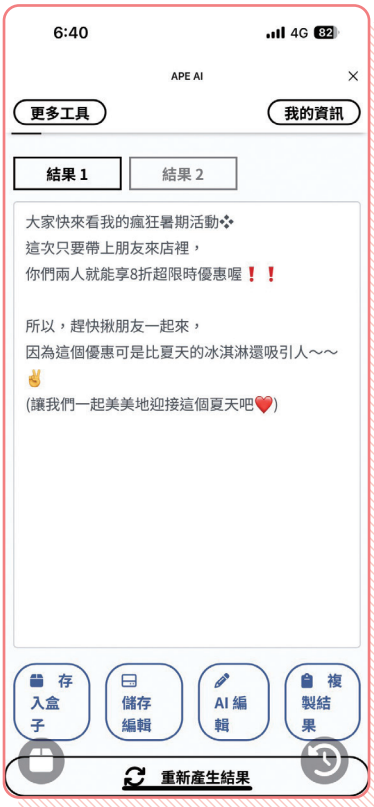


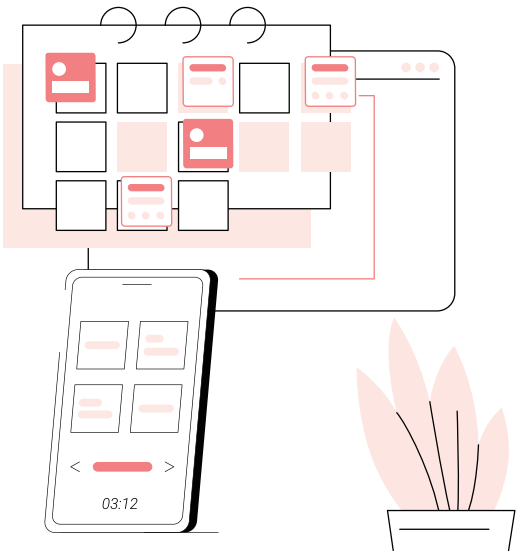
4 填入基本資訊，系統產出對應文案或文件





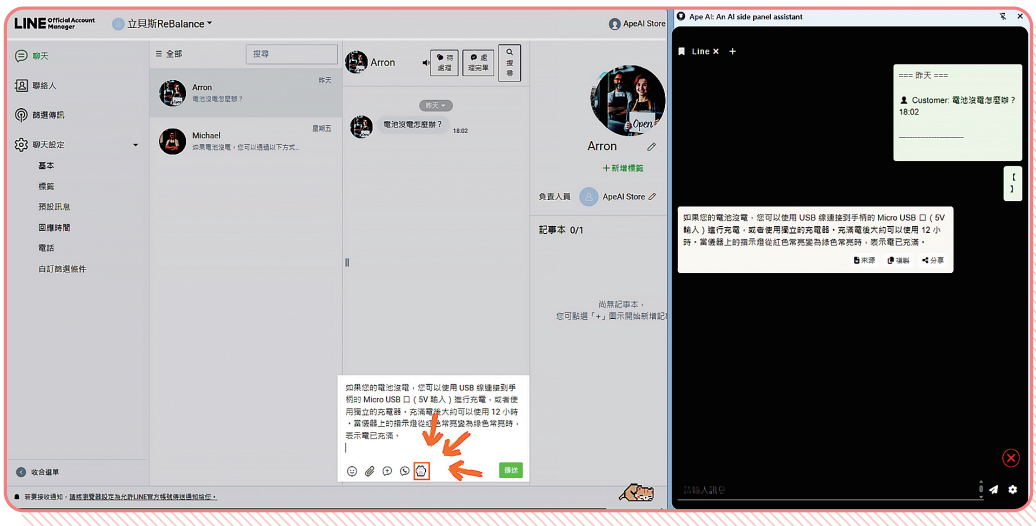
5 可儲存、編輯或直接複製使用





6 使用電腦版

在電腦版操作時，Ape AI 可以直接嵌入 LINE Business 後臺或 Facebook Meta Business 後臺，提供一鍵生成客服回覆的功能。業者可以直接套用或稍微修改後送出，協助更快回應顧客，並減少打字和思考的時間。



應用效益分析

1. 服務成功導入 20 家店，累計觸及人次達 80,000 人次。
2. 導入後店家營業額平均提升 4%、文案處理時間縮短 70%。
3. 導入後店家每月行銷成本減新臺幣 3,650 元、服務時間縮短 70%。
4. 導入後客服人員滿意度達 95%，有效減少客訴處理時間。

公司背景

立貝斯自 2022 年創立以來，專注於結合科技與專業服務，協助產業升級轉型。跨足物理治療、設計與科技領域，開發出 APE AI 智能行銷助手。APE AI 透過先進的人工智慧技術，協助服務業者更簡單的達到行銷目的、提升客戶體驗，讓傳統產業能夠有效運用數位工具，開創全新商業價值。

營收來源

一般消費者

主要來自使用按摩服務與健康管理服務的付費項目。

企業端

來自 APE AI 健康行銷智慧助手平臺的使用費、客製化模組開發、數據分析報告及異業推廣合作等收入。

收費模式

一般消費者

依所選按摩服務內容單次計費，線上預約並付款。

企業端

採按用量計費模式，依實際使用 AI 行銷功能收費，並提供月租制、專案制與功能加值等彈性方案。

參考資料

01. ApeAI 官方網站
https://robot.apeai.com.tw

CASE No

20

ezPretty 結合 Google 地圖預約服務業行銷必備神器

應用國家

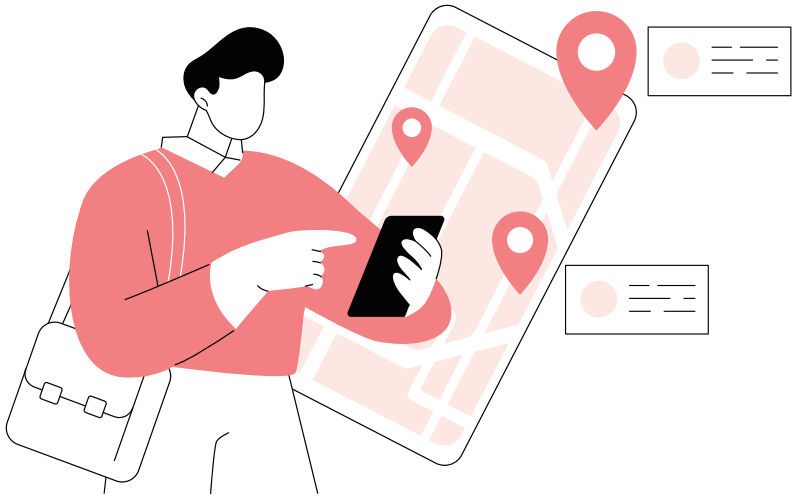
臺灣

- **應用產業** 美容美髮服務業、其他個人服務業
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 預約科技
- **目標客群** 美容美髮、洗衣、民俗按摩等店家

案例簡介

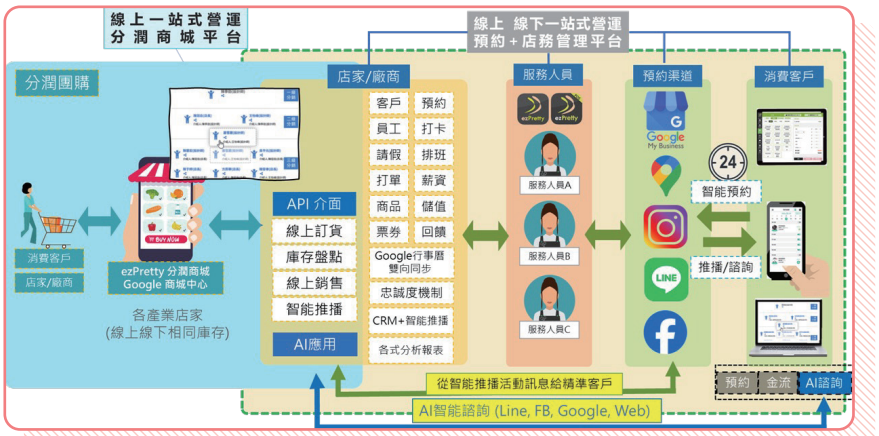
為協助生活服務業者因應數位消費趨勢，預約科技導入 Google 地圖線上預約功能，打造智慧預約入口，優化服務流程，並整合在地商家資訊與即時預約機制，提升網路能見度與顧客轉換率。該系統亦導入自動排班與提醒功能，降低顧客失約率、減少營業損失，並改善多數中小型店家行銷資源與數位操作能力不足的現況，強化顧客體驗並提升營運效率。

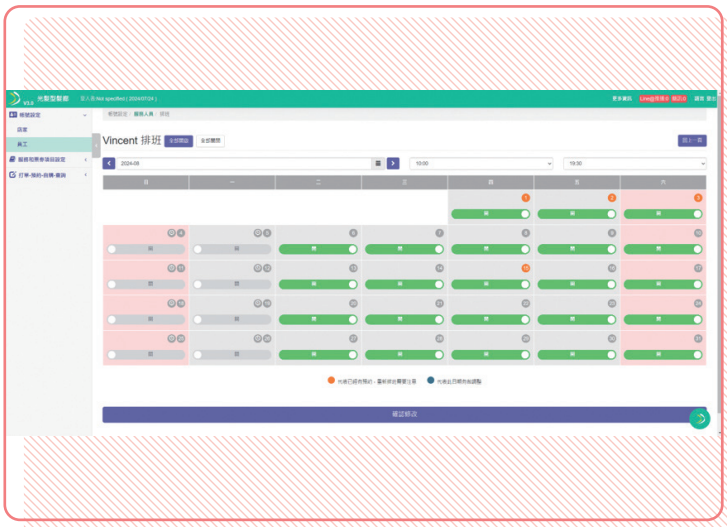




企業端流程

1. 預約資訊透過 ezPretty 系統即時同步至店家後臺與專屬 App
2. 系統自動排入對應員工班表，並整合每日工作排程
3. 店家可於後臺檢視預約紀錄、營運統計與人員派遣狀況





服務流程

消費端流程

1. 消費者於 Google 地圖搜尋服務類型，點選店家頁面進入預約流程
2. 確認服務項目與人員，選擇可預約時間
3. 系統導引消費者完成登入與線上支付定金，可支援信用卡與 LINE Pay
4. 成功預約後，系統同步更新 Google 行事曆，並發送預約確認通知


步驟1：搜尋店家


步驟2：選擇服務項目


步驟3：挑選時間

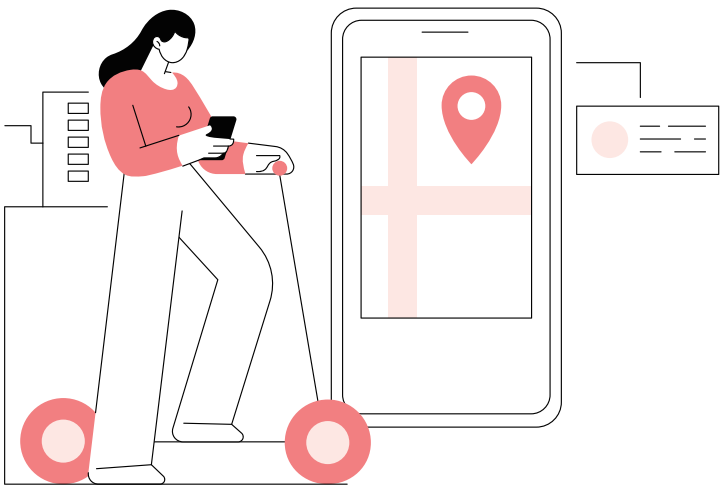


步驟4：線上付款

應用效益分析

店家導入後顯著提升業者經營效率與顧客預約體驗

1. 營收平均提升 58%。
2. 節省 A4 紙張達 115 公斤。
3. 員工生產力提升 70%。
4. 服務觸及人次達 21,599 人次。



公司背景

預約科技 ezPretty 由具數位行銷背景的創辦團隊成立，專注於開發自動化預約與雲端店務管理系統，服務涵蓋美業、健身、寵物、汽車美容、課程與空間預約等領域，協助商家提升預約效率與行銷數據應用能力。旗下服務已導入多家連鎖品牌，合作對象包含髮廊、美甲店、SPA 館、健身中心與整復推拿業者，具備金流整合、會員管理、數據報表等功能模組，致力推動臺灣中小型服務業的智慧轉型。

營收來源

一般消費者

使用預約平臺預約服務時，部分合作商家導入金流串接功能，消費者可在線上支付定金或全額費用，平臺可透過金流交易抽成獲利。

企業客戶

提供 Google 預約系統 SaaS 方案（月訂制），另搭配廣告投放、SEO 優化、社群行銷、網紅合作等加值服務收取費用，為主要營收來源。

收費模式

- **入門方案：**提供基本預約功能，適合剛開業商家。
- **行家方案：**加入報表與行銷模組，適合小型商家。
- **進階方案：**整合金流、會員與 SEO 管理，適合中大型商家。

參考資料

01. 預約科技官方網站
https://www.ezpretty.com.tw/

CASE No

21

莊大衛髮型美容：美髮職人培訓與門店管理一手包辦

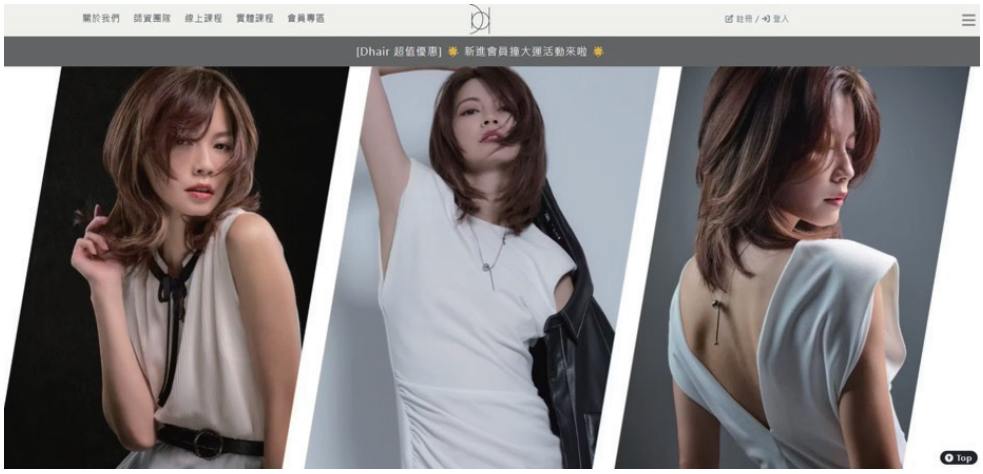
應用國家

臺灣

- **應用產業** 美髮院及髮廊
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 莊大衛髮型美容
- **目標客群** 美髮店家

案例簡介

臺灣美髮從業人員常面臨學習資源不足、培訓時程安排難協調、客戶管理費時等問題。莊大衛結合自身品牌經營經驗與科技資源，打造「美髮職人培力聯盟與門店管理系統」，提供設計師線上與實體課程、消費者預約平臺、門店資訊整合等功能，設計師專業技能養成與經營效率提升。



服務流程

精準搜尋及課程推薦服務

更新當季、年度最新的趨勢課程內容及政府職訓丙級檢定課程，讓設計師或其他專業人士可進行專業課程進修，持續提升自己的專業技能。

整合門店管理功能

提供店家門店管理等工具，包含預約、結帳、抽成設定等，並提供報表功能方便管理者輕鬆管理帳務，進而做出適合的經營決策。



應用效益分析

1. 系統導入後店家營業額平均提升 5%，預約量成長 82%，導入店家 42 家。
2. 服務總觸及 29,600 人次，體驗總人次 9,724 人次，新增學員共 278 人。
3. 資源使用方面，共減少 192 公斤紙張使用，碳排放量也因此降低 380 公斤。
4. 使用系統之員工滿意度達 93%，學員報考丙級證照 5 人。

公司背景

莊大衛自 1989 年創立第一家髮廊以來，持續推動美髮產業創新。從剪燙工具研發、線上預約系統、數位教材平臺到智慧雲端管理，皆引領業界數位轉型風潮。2023 年升級 RWD 官方網站，整合設計師社群連結與顧客互動功能，成為技術與管理兼備的美髮品牌代表。

營收來源

一般消費者

透過提供美髮服務、銷售髮品賺取營收。

企業端

透過提供設計師美髮訓練課程賺取營收。

收費模式

一般消費者

美髮服務依照項目單次計費，現場付款或線上預約付款皆可。

企業端

採點數制儲值，線上與實體課程費用，依難度與天數不同計算點數，點數可使用 ATM 或信用卡儲值後選課，提供單次與套組方案。

實體課程	
課程項目	**內容**
剪裁課程	一萬顆剪裁（6 天全新課程）
	沙龍實效三天 剪裁課程
	日、韓系時尚剪髮

線上課程	
課程項目	**內容**
丙級專業執照	證照考取講解
	實作教學
	衛生教學
剪髮教學	大層次反頭型剪髮 中長髮中低層次剪髮 外層次一刀齊長剪髮 小層次鮑伯變化剪髮
染髮教學	顏色服飾搭配 染髮藥劑運用

參考資料

01. **莊大衛官方網站**
https://www.davie.tw

02. **莊大衛培訓課程**
https://www.dhair.tw/course-online



05

CHAPTER 5

移動不只是抵達，更是一種照顧

1. 不只洗乾淨，還要洗得聰明
WashPass打造訂閱制洗車服務 104

2. Cardoc 預約修車
貨比三家還省時 110

3. 喜富陞Smart AI Move
輕鬆搞定搬家 114

CASE No

22

不只洗乾淨，還要洗得聰明 WashPass 打造訂閱制洗車

應用國家



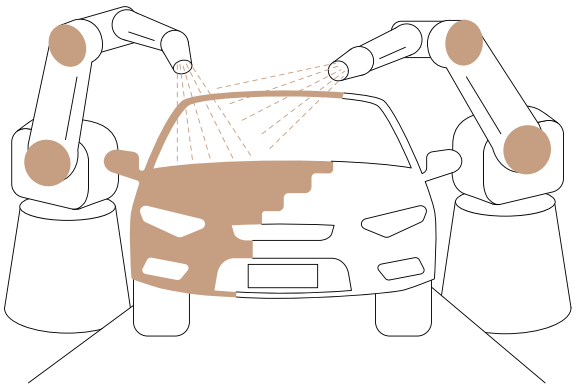
日本

- **應用產業** 汽車美容業
- **應用業者** 綿仁株式會社
- **上線時間** 2023 年
- **目標客群** 一般車主

案例簡介

WashPass 是由日本綿仁株式會社（WATANI）於 2023 年推出的自助洗車訂閱平臺。使用者透過 App 訂閱按月收費方案後，即可至合作門市不限次數使用洗車機。此服務結合數位化操作與實體服務場域，讓洗車變得更便利、快速，為日本洗車市場帶來新的商業模式。

服務流程

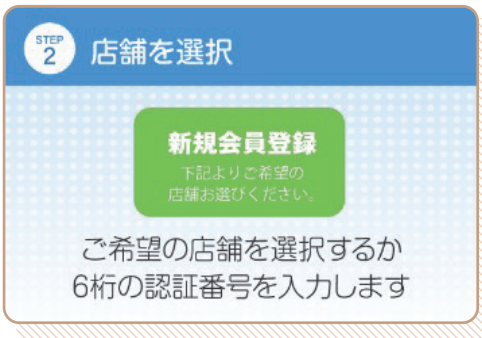


註冊與訂閱流程

1 使用者下載 App 並註冊帳號



2 使用者選擇合作門市，並進行手機認證，完成手機驗證後即可啟用服務





3 使用者選擇會員方案，設定付款方式並完成註冊





使用洗車服務流程

1 使用者開啟 WashPass App，點選「選擇洗車服務選單」



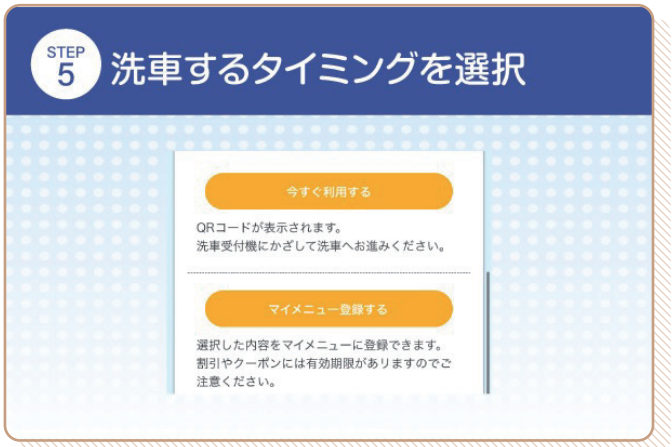
2 使用者選擇需要的服務

可以選擇洗車、車內清潔、打蠟等服務項目，
並確認車輛是否含特殊裝備。





3 **確認所有選項無誤後，**
選擇「立即使用」或儲存為「我的選單」以便下次快速啟用



4 **使用者將 App 中顯示的 QR 碼對準洗車機的掃描器，**
掃描成功後點選「開始洗車」，設備將啟動洗車作業





公司背景

綿仁株式會社總部位於日本靜岡縣，長期經營加油與汽車相關服務。為強化服務創新與顧客黏著度，於 2023 年推出 WashPass 平臺，結合 App 操作與門市資源，讓消費者以訂閱方式享受便捷且智慧化的洗車服務。

營收來源

一般消費者

提供月訂閱方案與單次付費機制，滿足消費者多元洗車需求。

企業客戶

與洗車場及加油站合作，導入 Washpass 系統並推播廣告，結合優惠活動強化品牌曝光，同時帶動業者客流與營收成長。

收費模式

WashPass 提供多元收費模式，滿足不同使用者需求：

- **月訂閱方案（WashPass）**
  使用者可透過月訂閱方案，不限次數使用合作門市的自助洗車服務。
- **單次付費制（WashPay）**
  不需訂閱，依使用次數付款，適合洗車頻率較低者。
- **預付制**
  可預先儲值洗車金額，洗車時直接扣款，方便控管支出。

應用效益分析

1. 截至 2025 年，已與日本全國超過 250 家洗車門市合作，並持續拓展中。
2. 透過訂閱機制與 App 推播，促使使用者養成定期洗車習慣，降低淡季波動。相較傳統單次收費模式，訂閱制創造穩定現金流，並減少人力成本。
3. WashPass 平臺可掌握使用者洗車頻率、地點偏好與使用習慣，利於後續服務優化與商業合作。

創新點

獲利模式創新

將傳統洗車轉化為按月訂閱收費，透過穩定費用機制，強化顧客黏著度並創造穩定現金流。

流程創新

將洗車流程全面數位化，使用者透過 App 選擇洗車方案、掃描 QRCode 啟動機臺，免人工操作與現場支付，簡化流程並提升使用效率與便利性。

應用於臺灣適切性分析

社會面

臺灣車主普遍重視車輛清潔與保養，但傳統洗車仍以人工服務為主，常面臨排隊時間長、服務品質不一致等困擾。隨著都會區生活節奏加快，越來越多消費者傾向選擇便利、快速且價格透明的自助化服務。WashPass 結合訂閱制與 App 操作的模式，不僅能讓消費者養成定期洗車習慣，也契合臺灣民眾對智慧化、效率化服務的期待。

科技面

臺灣在數位支付應用上技術成熟，行動支付普及率高，QR Code 操作已成為民眾日常習慣。再加上智慧型手機普及率高，使 WashPass 此類以 App 為核心的自助服務能快速導入並被接受。臺灣 App 開發與系統整合能量強，可協助平臺迅速串接會員管理、洗車設備控制與行銷推播功能，並搭配數據分析追蹤使用者習慣，進一步優化服務體驗。

參考資料

01. WashPass 官方網站
https://washpass.jp

02. WashPass 使用流程說明｜購買流程
https://washpass.jp/guide/purchase.php

03. WashPass 使用流程說明｜使用步驟
https://washpass.jp/guide/howtowashpass_wt3.php

04. WashPass 應用程式（Apple App Store）
https://Apps.Apple.com/jp/App/washpass/id1589847484

05. WashPass 應用程式（Google Play）
https://play.google.com/store/Apps/details?id=jp.co.duskin.washpass

CASE No

23

Cardoc 預約修車，貨比三家還省時

應用國家



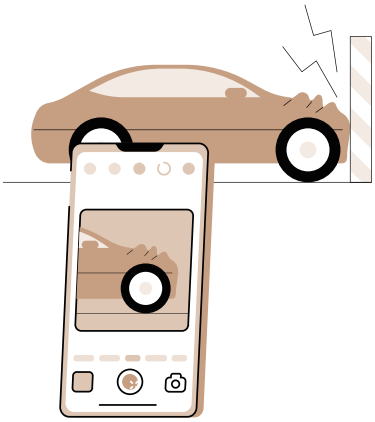
韓國

- **應用產業** 汽車維修
- **上線時間** 2013 年
- **應用業者** Cardoc
- **目標客群** 一般車主

案例簡介

Cardoc 是一個韓國的汽車維修平臺，運用 AI 和大數據，讓車主能夠快速獲得多家維修廠的報價。使用者只需上傳車輛受損部位的照片，平臺便會在數分鐘內提供多個維修廠的報價，包含修復方式與價格，協助使用者做出最佳選擇。

服務流程

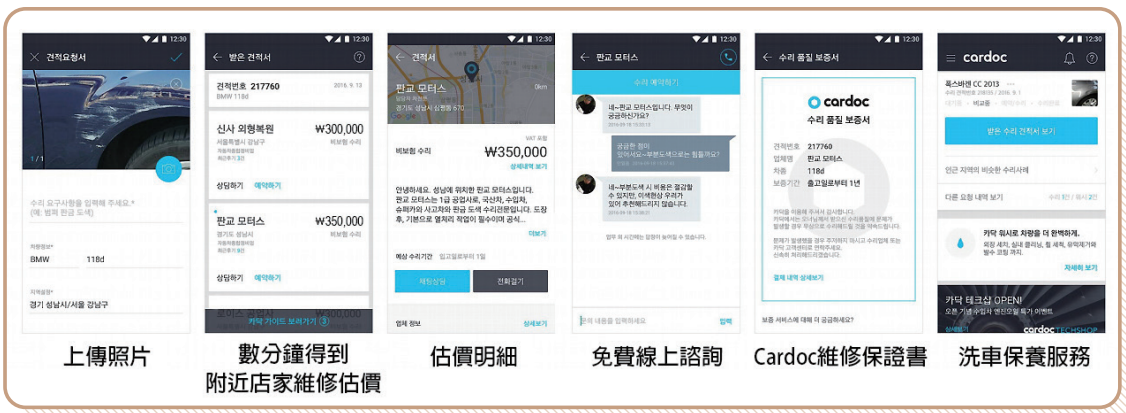


1 預約汽車維修服務

A. 使用者透過 Cardoc 應用程式上傳汽車受損照片，平臺透過影像辨識，分析受損位置與維修範圍，並將資料分送給特約維修廠。

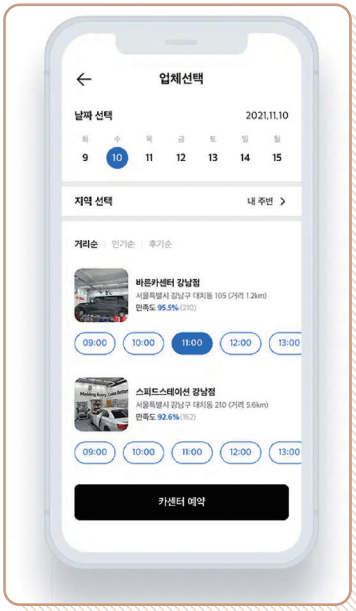
B. 使用者在數分鐘內得到附近維修廠估價資料，若有任何疑問，可線上諮詢維修廠。

C. 除了汽車維修預約服務外，Cardoc 也提供汽車清潔、汽車保養服務，擴大服務範圍。



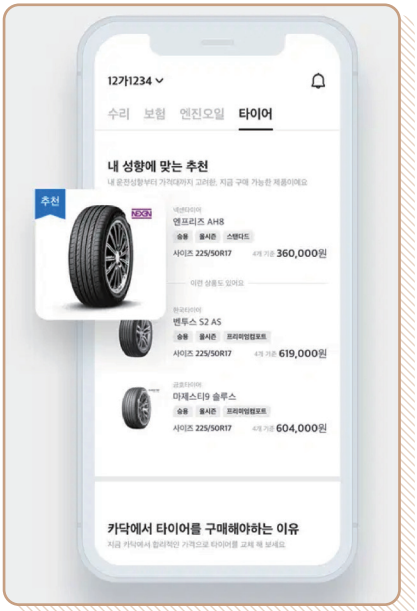
2 更換輪胎服務

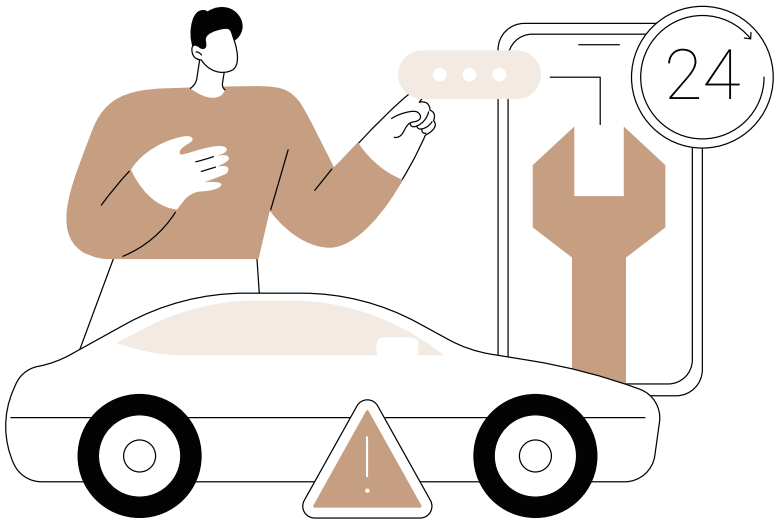
若車主有更換輪胎的需求，Cardoc 應用程式，也為車主推薦合適的輪胎，並提供輪胎安裝、更換服務。



3 更換機油服務

若需要更換機油時，Cardoc 也提供機油預約更換服務，使用者可選擇時段並事先支付費用，完成預約。





公司背景

Cardoc 由韓國團隊創立，致力於運用先進科技改善傳統汽車維修產業。團隊成員具備豐富的技術與市場經驗，推動平臺快速發展。

營收來源

一般消費者

免費提供使用者 AI 報價、比價服務。

企業客戶

平臺向合作維修廠收取月費，並對每筆成交訂單抽取手續費。

收費模式

- **一般消費者：**完全免費。
- **維修廠：**需每月繳納固定月費，並依實際交易收取手續費。

應用效益分析

1. App 累積下載量超過 400 萬次，成為韓國汽車維修市場的重要平臺。
2. 2022 年獲得 iF 設計獎，肯定其在使用者介面與體驗設計上的創新。
3. 2022 年獲得約新臺幣 3.5 億元投資，企業估值新臺幣 22.5 億元，顯示高度成長潛力與投資價值。

創新點

流程創新

突破傳統維修業需親訪估價的流程，讓車主在家即可完成拍照、比價與預約流程。

產品表現創新

運用 AI 圖像辨識與大數據估價模型，提升估價效率與準確度，節省人力與時間。

應用於臺灣適切性分析



→ 臺灣消費者在維修選擇上較重視價格與報價透明度。此類平臺能即時提供多家維修廠的估價，不僅降低資訊不對等，亦有助提升消費者議價能力。同時，透過導流機制，能協助在地維修廠增加曝光與顧客來源，帶動整體市場效率。

社會面

國人已習慣以手機 App 處理日常生活服務，若修車平臺能結合 Line 官方帳號、影像上傳與即時客服功能，將大幅降低使用門檻並提升便利性，讓服務更貼近臺灣車主的日常習慣。此外，社群分享與評價機制也能增強信任感，促進服務快速普及。

科技面

臺灣在 AI 圖像辨識、雲端平臺與 SaaS 系統開發方面具備成熟能量，不僅能支撐平臺提供即時、精準的估價服務，還可進一步結合大數據分析與機器學習，持續優化估價模型與維修建議。同時，平臺能將會員管理、支付流程與維修廠後臺作業全面串接，打造自動化與數據化的服務流程。未來若再與車聯網或智慧感測器整合，將能提前偵測車輛潛在問題，推動預防性維修，進一步完善臺灣在地汽車維修服務生態，並加速產業智慧化轉型。

參考資料

01. Cardoc 官方網站
https://en.cardoc.co.kr

02. Cardoc Android 應用程式（Google Play）
https://play.google.com/store/Apps/details?id=kr.co.cardoc

03. Cardoc iOS 應用程式（Apple App Store）
https://Apps.Apple.com/kr/App/%EC%B9%B4%EB%8F%85/id918028525

04. iF Design Award: Cardoc 獲得 2022 年 iF 設計大獎
https://ifdesign.com/en/winner-ranking/project/cardoc/350795

05. Cardoc 累積下載量突破 400 萬次
https://www.enetnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=35667

06. 최상운기자 .(2022,July5). 카닥 ,140 억투자유치 ..." 기업가치 900 억원 .ZDNetKorea.https://zdnet.co.kr/view/?no=20220705090038

07. 최상운기자 .(2022,December28). 카닥 , 누적앱다운로드 350 만건돌파…전년比 80 만건 .ZDNetKorea.
https://zdnet.co.kr/view/?no=20221228094632

CASE No

24

喜富陞 Smart AI Move，輕鬆搞定搬家

應用國家

臺灣

- **應用產業** 汽車貨運業
- **上線時間** 2014 年
- **應用業者** 喜富陞搬家
- **目標客群** 一般消費者

案例簡介

臺灣傳統搬家業以職人經驗為基礎，估價多仰賴現場評估與人員判斷，流程具有高度彈性，但在溝通與效率管理上仍有優化空間。為強化服務便利性與即時性，喜富陞開發「Smart AI Move」智慧搬家助理，運用 AI 影像辨識技術，即時提供費用估算，省去現場勘查流程，提升估價效率與顧客體驗。系統亦結合人力派遣平臺，可即時掌握搬運進度並彈性調度，提升現場應變能力。服務涵蓋估價、預約至搬家全程，打造透明、高效且安心的現代搬家流程。

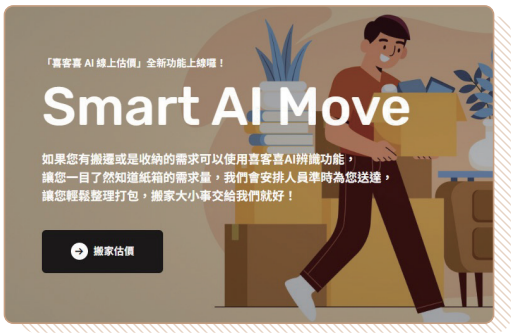
服務流程

企業端流程

1. 店家登入系統後臺，設定服務內容與估價條件
2. 當消費者上傳圖片，系統會自動辨識物件，並估算紙箱與搬運成本
3. 系統根據使用者勾選項目，自動產出搬家建議書與費用預估
4. 店家可視任務狀況進行車隊與人力調度，並查看每日任務排程與業績統計

消費端流程

1. 使用家具材積計算器勾選欲搬運的家具項目與數量
2. 若家具未在清單中，消費者可手動填寫物品的長、寬、高，由系統進行容積計算與費用估算
3. 系統依據家具種類、紙箱估算與特殊需求，給予預估報價，消費者確認內容後可點選「生成搬家建議書」或「預約搬家」
4. 消費者預約完成後，由喜富陞客服聯繫安排搬家日期，並於指定日執行搬運流程



應用效益分析

1. 導入系統後，喜富陞成功提升估價效率與改善消費者體驗，平均每月營業額成長 6%，消費者預約完成率達 69%。
2. 系統自上線以來，累計體驗人次超過 3,000 人次，搬家滿意度達 87 分，顯示使用者對價格透明化與操作流程的接受度高。
3. 透過電子化流程與可回收包材的推行，包材使用效率提升，實現 ESG 減廢目標。

公司背景

喜富陞搬家股份有限公司自 2003 年成立，深耕搬家市場，服務內容涵蓋搬遷、收納、保管、宅配、安裝等一站式生活物流解決方案。董事長蘇隆德秉持「生活應是享受，而非被家務綑綁」的理念，持續因應現代生活型態推動服務創新與品質升級。曾協助 Google、LINE、JPMorgan 等知名客戶執行搬遷規劃與作業，擅長整合流程與現場管理，為搬家服務建立高標準的品質與效率。

營收來源

一般消費者

提供居家搬遷、物品包裝、家具定位與收納師支援等整合性服務，協助顧客有效整理空間、減輕搬遷負擔。

企業客戶

承接辦公室搬遷與商用空間整理服務，包含物品打包、分區標示、動線規劃與現場執行等大型搬遷專案。

收費模式

「Smart AI Move」服務依據消費者上傳的物品照片與所選條件，包括房間類型、紙箱尺寸與特殊搬運需求，進行容積與搬運費用估算，提供個人化的搬家報價。

參考資料

01. 喜富陞官方網站
https://www.cicoci.com/web/index.html

02. Smart AI Move 估價系統
https://www.cicoci.com/web/smart-ai-move.html

06

CHAPTER 6

潔淨升級，從洗衣開始的生活革新

1. 日本Wash+自助洗衣動態定價
讓洗衣更經濟 118

2. 洗衣不只洗衣
Wash house打造自助洗衣店之廣告新經濟 124

3. 麥可洗衣24H智慧送洗
輕鬆搞定家務 130

CASE No

25

日本 Wash+
自助洗衣動態定價，讓洗衣更經濟

應用國家



日本

- **應用產業** 洗衣服務
- **應用業者** 株式會社 wash-plus
- **上線時間** 2017 年
- **目標客群** 一般民眾

案例簡介

日本自助洗衣店 Wash+ 推出「動態定價」機制，運用 AI 人工智慧分析洗衣設備的使用數據和氣象資訊，預測不同時段的使用需求，據此彈性調整洗衣服務價格。

消費者可透過手機 App 或店內洗衣機的觸控螢幕，查看未來一週的價格預報，提前安排洗衣時間，選擇最合適且優惠的時段。透過在離峰時段提供優惠，鼓勵消費者分散洗衣時間，不僅提升設備使用率，亦能有效減少消費者在尖峰時段的等待，進而優化顧客體驗，並提升店家整體的營運效率。

服務流程

1 遠端確認洗衣設備使用狀況

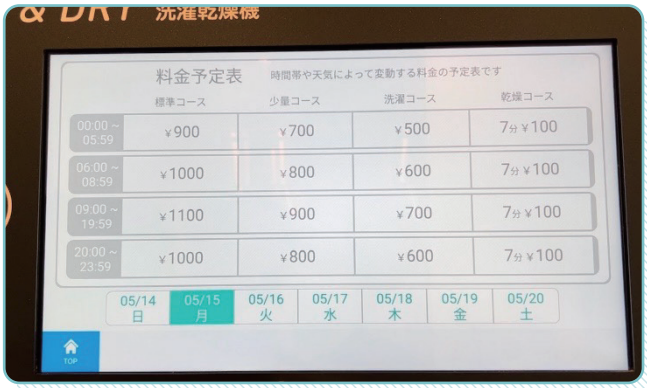
消費者可透過 App 檢查附近智慧洗衣機與烘乾機的使用狀況，避免抵達自助洗衣店後仍需等候設備空出。





2 查詢動態價格

消費者可於店內螢幕或 App 查詢洗衣服務的動態價格。





3 放入衣物

將待清洗的衣物，放入所選的洗衣機或烘乾機，準備開始操作。



4 透過手機 App 連接洗衣設備

使用手機 App 掃描洗衣設備螢幕上的 QR Code，並輸入機臺編號，即可完成連線並開始遠端操作。

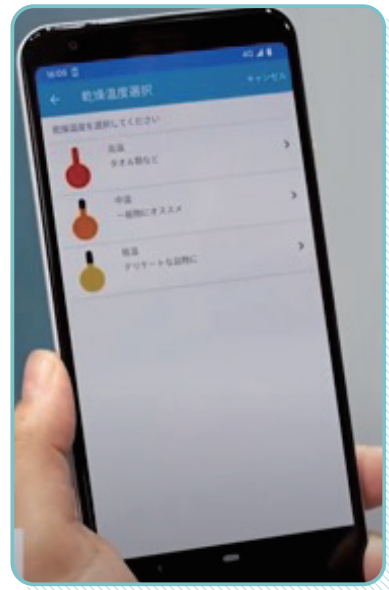


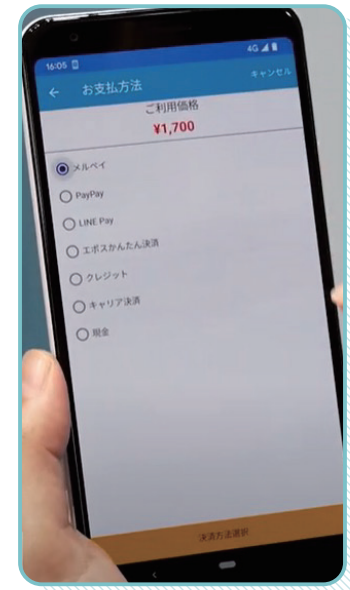


5 選擇方案並付款

於 App 中選擇所需的洗衣或烘乾方案，如乾洗、水洗，或是低溫、中溫、高溫等。亦可選擇付款方式，如現金、LINE Pay、PayPay 等，並在完成付款後即可啟動設備。







6 遠端掌控洗衣狀態

等待清洗完畢期間，可透過 App 掌握還有多久洗衣完成、清洗的階段，並可遠端控制洗衣設備的窗門是透明或是讓外人看不到內部的磨砂玻璃。





7 累積會員點數

使用智慧洗衣機，可累積點數。





公司背景

株式會社 wash-plus 成立於 2013 年 5 月，總部位於日本千葉縣，專注於自助洗衣事業與系統開發。公司推出數位平臺「Smart Laundry」，並以動態定價系統、無洗劑洗衣技術為主要服務特色，致力於提升洗衣效率與使用者體驗。wash-plus 的技術和服務也屢獲肯定，分別於 2019 年和 2023 年，以「物聯網投幣式洗衣機」和「以自助洗衣店大數據和天氣數據為依據的動態定價」榮獲日本資訊科技協會頒發的 IT 賞；並於 2020 年更獲得由日本生產力中心服務業生產力協會頒發的日本服務大賞優秀獎。

營收來源

一般消費者

按服務項目計次收費，費用將依據離尖峰時段有所差異。

企業客戶

提供投幣式洗衣機安裝服務，並支援智慧型手機進行無現金支付功能。相關收費標準依各企業合作合約內容訂定。

收費模式

消費者按服務項目計次收費，價格將依尖峰與離峰時段彈性調整。

應用效益分析

1. 根據 Wash+ 官方網站顯示，目前已於日本全國設有 30 間門市。
2. 根據日本公共關係公司 PR TIMES 報導，Wash+ 開發的「Smart Laundry」App 截至 2024 年 11 月 14 日累計下載次數達 46.5 萬次。

創新點

服務創新

Wash+ 透過動態定價，在離峰時段或淡季期間提供相對優惠的價格，吸引消費者於非尖峰時段使用洗衣服務，以提升設備整體使用率，並平衡離尖峰的使用量。

應用於臺灣適切性分析

社會面

在臺灣，消費者使用自助洗衣服務同樣存在明顯的淡旺季與尖離峰時段差異。若導入動態定價機制，透過價格誘因調節使用行為，將有助於提升離峰時段的設備使用率，同時強化收益的穩定性。

科技面

若要導入動態定價服務，需從累積洗衣服務使用數據著手，而這仰賴消費者在洗衣過程中留下的數位足跡，如透過 App 進行操作與付款。若仍採用傳統的紙本記錄或投幣式營運方式，將難以蒐集完整且有效的使用數據，進而限制價格調整的彈性。此外，業者亦需具備基本的數據蒐集、管理與分析能力，才能為動態定價機制提供可靠的決策依據。

參考資料

01. Wash+ 官方網站
https://www.wash-plus.jp/

02. YouTube-wash-plus チャンネル：【便利】スマートランドリーアプリの使い方
https://www.youtube.com/watch?v=OBzwbOZh0eo

03. Smart Laundry
https://smartlaundry.jp/

04. Club Smart Laundry
https://club.smartlaundry.jp/

05. Google Play-Smart Laundry App
https://play.google.com/store/Apps/details?id=jp.smart_laundry&hl=ja

06. PR TIMES: コインランドリー利用料金を時間と天気で変動させるダイナミックプライシングシステムを販売開始
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000094.000053641.html

07. PR TIMES: コインランドリーアプリ「smartlaundry」が 45 万ダウンロード達成
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000127.000053641.html

08. PR TIMES: ホテルランドリーに「洗剤を使わない洗濯」と「ランドリー専用 IoT システム」を採用していただきました【ホテル京阪築地銀座グランデ導入事例】
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000144.000053641.html

09. Joel 來談日本
https://www.facebook.com/joeltalkjapan/posts/pfbid0Tgt8VY2Z7WFydEZjvCuL2pXbb8Wj7tyNPF9x54tQhgtAVgSSMcPxePahxccF3TNcl?rdid=prvGfaDlNiTAFHAh#

CASE No

26

洗衣不只洗衣
Wash house 打造自助洗衣店之廣告新經濟

應用國家

日本

- 應用產業 洗衣服務
- 上線時間 2020 年
- 應用業者 Wash house 株式會社
- 目標客群 一般民眾

案例簡介

Wash house 於 2020 年開發 Wash house App，並於 2023 年擴增功能，包含：洗烘衣預約服務、設備狀態查詢、多元支付方式、優惠券核銷等功能。為提升消費動能與創造收益來源，Wash house 利用廣告收入轉換為免費洗衣機制，讓消費者受惠的同時，亦為品牌贊助商與加盟業者帶來雙贏效益。

服務流程

使用者可透過 Wash house App 進行預約洗衣、查詢設備使用狀況與店家位置，並享有折扣或免費洗衣優惠。系統亦整合多元支付方式、廣告推播與多功能資訊站 (Kiosk) 等功能，提升整體服務便利性。此外，為強化營運穩定性與顧客體驗，Wash house 設有 24 小時客服中心與遠端監控設備。

1. 洗衣預約服務

使用者可依據門市洗滌設備，如洗衣機、烘衣機、洗鞋機等的使用狀況，及所在地點，選擇預約時段與門市。 預約流程如下：



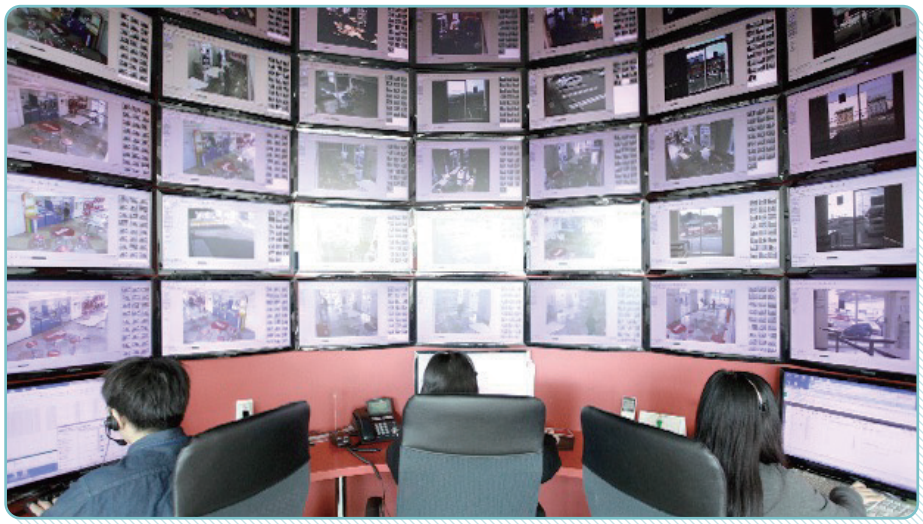
2. 多功能資訊站 Kiosk

為提升顧客在等待期間的體驗，Wash house 於自助門市設置多功能資訊站 (Kiosk)，提供內容包含：洗滌知識、天氣預報、周邊商家資訊及趣味娛樂，如簡易占卜或互動小遊戲，不僅增加顧客停留時間，也創造額外的商業互動與消費機會。



3. 24 小時客服中心

Wash house 設立 24 小時 Call Center 客服中心，隨時為消費者解答、處理問題，並即時掌握門市營運狀況，提升整體服務效率與顧客滿意度。



4. 遠端監控系統

為強化無人自助洗衣門市的安全性，每家門市皆設置具變焦功能的監控攝影機，提供遠端即時畫面監控，協助營運端掌握現場情況，同時保障設備及消費者安全。



公司背景

Wash house 成立於 2001 年，專營自助洗衣店，並透過遠端管理系統統籌門市的規劃、開發與營運。根據 Wash house 官方網站資料顯示，截至 2025 年 2 月 28 日，已於日本全國設立 580 家門市。

Wash house App 整合預約功能、支付系統、客服支援與廣告推播等服務，以拓展營運模式與顧客接觸管道，提升整體營運效率與顧客體驗。

營收來源

一般消費者

收取自助洗滌與烘衣等服務費用。

企業客戶

透過 App 與門市資訊站提供廣告曝光空間，收取廣告費用，打造多元獲利模式。



收費模式

Wash house 自助洗衣服務依照機型與容量計費，提供彈性收費選項。

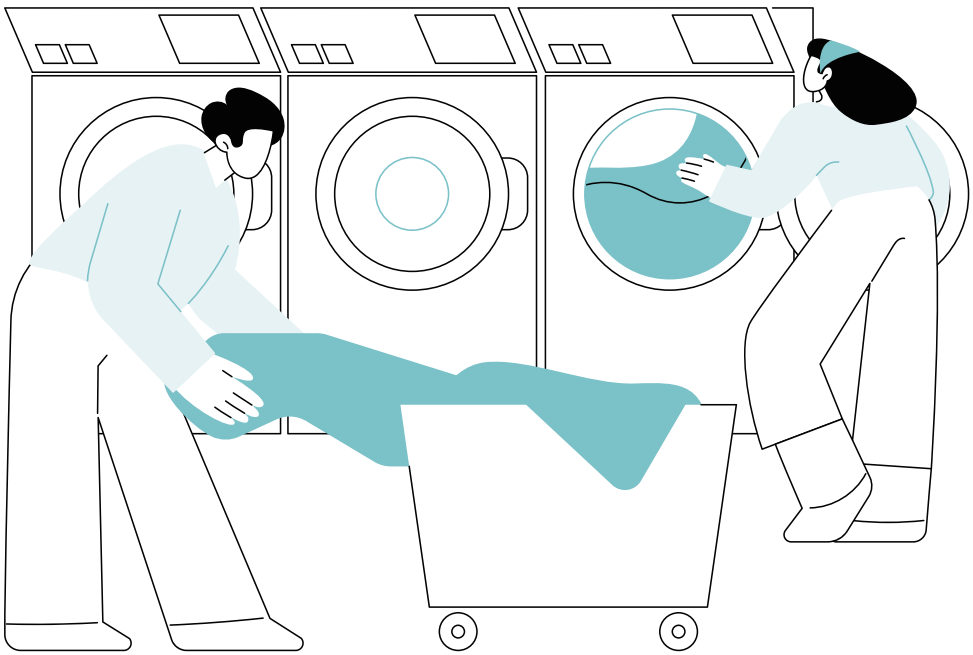
應用效益分析

1. Wash house App 於 2023 年創造累計下載次數約 50 萬次，並成功導入至全日本 580 家自助洗衣門市。
2. 為善用顧客等候時間創造商業價值，Wash house 透過 App 推播品牌廣告內容。根據官方報導，此類廣告模式相較於一般線上廣告，具有更高的使用者互動率與點擊率，顯著提升廣告主的曝光效益與投資報酬率。

創新點

流程創新

Wash house 將自助洗衣服務數位化，透過 App 整合預約、行動支付與優惠推廣，優化整體使用體驗。更進一步結合實體門市與 App，打造具媒體功能的廣告平臺，創造跨產業合作與新營收來源，展現「平臺＋媒體＋服務」的創新商業模式。



應用於臺灣適切性分析



臺灣人口密集高、都市生活節奏快速，自助洗衣服務為部分租屋族與單身家庭的日常需求。若能結合廣告與免費洗衣誘因，有機會吸引對價格敏感、但具消費潛力的年輕消費族群，擴大服務使用人口與營收來源。



臺灣民眾對無人商店、共享經濟接受度高，普遍熟悉 App 操作與行動支付流程。若未來導入模式能結合社區型經營、地方品牌合作與客製化行銷，有潛力強化社區參與感，並提升顧客黏著度與品牌信任度。



臺灣行動網路與資安基礎完善，能支援遠端監控、廣告推播與會員行銷等功能。建議未來導入時可強化 AI 模組應用，如熱點時段預測、設備使用分析與機臺維修排程優化，以提升維運效率與服務品質。

參考資料

01. wash house 官方網站
https://corporate.wash-house.jp/ir/achievement.php

02. コインランドリーをキャッシュレスに。WASH ハウスアプリが 3 年で 50 万 DL を達成した戦略とは
https://prtimes.jp/story/detail/b3QkvwTn7zx

CASE No

27

麥可洗衣 24H 智慧送洗，輕鬆搞定家務

應用國家

臺灣

- **應用產業** 其他洗衣服務、自助洗衣店
- **上線時間** 2024 年
- **應用業者** 麥可企業社
- **目標客群** 傳統精緻洗衣店、自助洗衣店

案例簡介

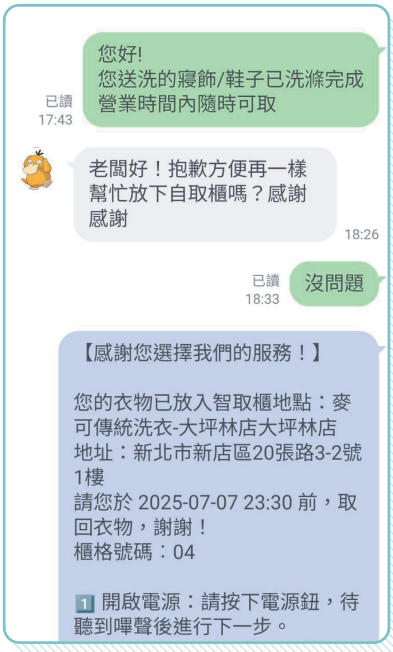
臺灣多數傳統洗衣店以夫妻店經營為主，常因人力有限與營業時間受限，滿足消費者下班後的送洗需求具挑戰，也難以提供彈性的收送安排與即時進度查詢。因應上述議題，麥可企業社推出「24H 洗衣智慧送取服務」，結合 LINE 官方帳號與自助送取件櫃，提供線上預約、衣物照片上傳、進度查詢與 24 小時開櫃收送等功能，打造低接觸、高效率的智慧洗衣新模式。



服務流程

消費端流程

1. 消費者透過手機拍照記錄欲送洗衣物
2. 開啟麥可企業社 LINE@，預約智慧櫃送洗服務
3. 掃描智取櫃上的 QR Code，預約櫃號直接開啟，將衣物放入，將櫃門關好
4. 店家透過 LINE 確認衣物照片與服務需求，並回覆報價資訊
5. 消費者透過 LINE Pay 完成付款，並可於 LINE 上查詢訂單狀態與處理進度
6. 消費者依照系統通知的時間至智取櫃取件，取件後可透過 LINE 進行服務評價





應用效益分析

1. 服務導入後總營業額提升 9%，每月非營業時間收單數增加 100 件。
2. 服務導入後來客數增加 20 人以上，每週平均減少 1–3 小時加班。
3. 服務導入後店家平均工時每日減少 1 小時。

公司背景

麥可洗衣創立於 1982 年，深耕新店地區逾 30 年，致力於提供專業濕洗、乾洗與特殊材質寢具處理服務。近年積極導入智取櫃與 LINE 數位工具，協助傳統洗衣店轉型升級，打造智慧便利的送洗體驗。

營收來源

一般消費者

提供專業洗滌服務賺取營收。

收費模式

消費者依衣物類型、洗滌方式與加值服務計費，線上報價後以 LINE Pay 支付。



參考資料

01. 麥可洗衣 官方網站
https://www.facebook.com/xindianlaundry/?locale=zh_TW

02. Instagram: 麥可洗衣
https://www.instagram.com/michael.laundry

結語

本案例集透過分析國內外生活服務的科技應用案例，協助生活服務業業者在智慧轉型的進程中，思考如何活用科技工具優化服務流程、提升經營效率與顧客體驗。而經濟部商業發展署將主要的科技應用歸納為三大類別，提供讀者未來生活服務創新的重點方向：

一、智慧營運支援，提升流程效率與資訊透明

這類工具協助業者將原本仰賴人工處理的營運流程系統化與標準化，從接單排程到顧客資料管理皆可透過系統完成，使服務流程更穩定、一致，也便於規模化擴張。

1. **預約與派遣管理：**
   提供顧客快速預約、業者即時派遣與排程調度，有助降低人力管理成本。

2. **會員與顧客資料管理平臺：**
   整合服務歷程、顧客偏好等資訊，建立完整顧客檔案，提升服務精準度。

3. **營運後臺管理工具：**
   支援門市日常營運、業績追蹤與作業紀錄，減少人為錯誤，提升內部管理能力。

透過資訊同步與作業流程的智慧化，業者得以建立標準作業模式，強化營運穩定性與顧客信任。

二、智慧推薦與互動強化，深化顧客參與及個人化體驗

此類工具著重於優化顧客接觸點與互動流程，讓服務更直覺、個人化，進而提高顧客黏著度與滿意度。

1. **個人化服務介面：**
   根據使用習慣調整資訊呈現與提醒方式，提升顧客黏著度與使用意願。



2. 互動式客服與語音助理：

提供即時對話與常見問題回應，降低人工客服負擔，提升顧客滿意度。

3. AI 行銷與內容工具：

自動產出客製化行銷圖文，協助小型商家經營社群與推廣活動。

這些應用不只是為了讓使用過程更方便，更是將顧客視為互動的主體，創造出品牌專屬的溫度與信任感。

三、技術深化與場域整合：流程重塑與服務升級

這類創新結合 AI、感測器、3D 模擬等進階技術，將原本仰賴經驗與人工判斷的服務流程轉化為數據驅動與視覺化作業，大幅提升作業效率與服務品質。

1. 影像辨識與估價分析：

運用 AI 分析商品或動物影像，自動生成判讀與估價結果，輔助人工檢視流程。

2. 3D 設計與虛擬體驗工具：

讓使用者可在線上模擬服務效果，提升前期溝通效率與品質。

3. IoT 感測與智慧裝置：

即時蒐集使用數據，並觸發自動化配送與預警機制，提升服務即時性與安全性。

透過這三大類別的科技應用，我們觀察到生活服務業正逐步邁向「流程升級」、「智慧互動」與「技術深化」的新階段。

本案例集希望不僅提供趨勢觀察，更協助業者從多元實例中激發行動靈感，發掘可實踐的技術應用與服務創新模式。讓改變從日常開始，推動生活服務業走向更具創造力的未來。

MEMO



MEMO



MEMO



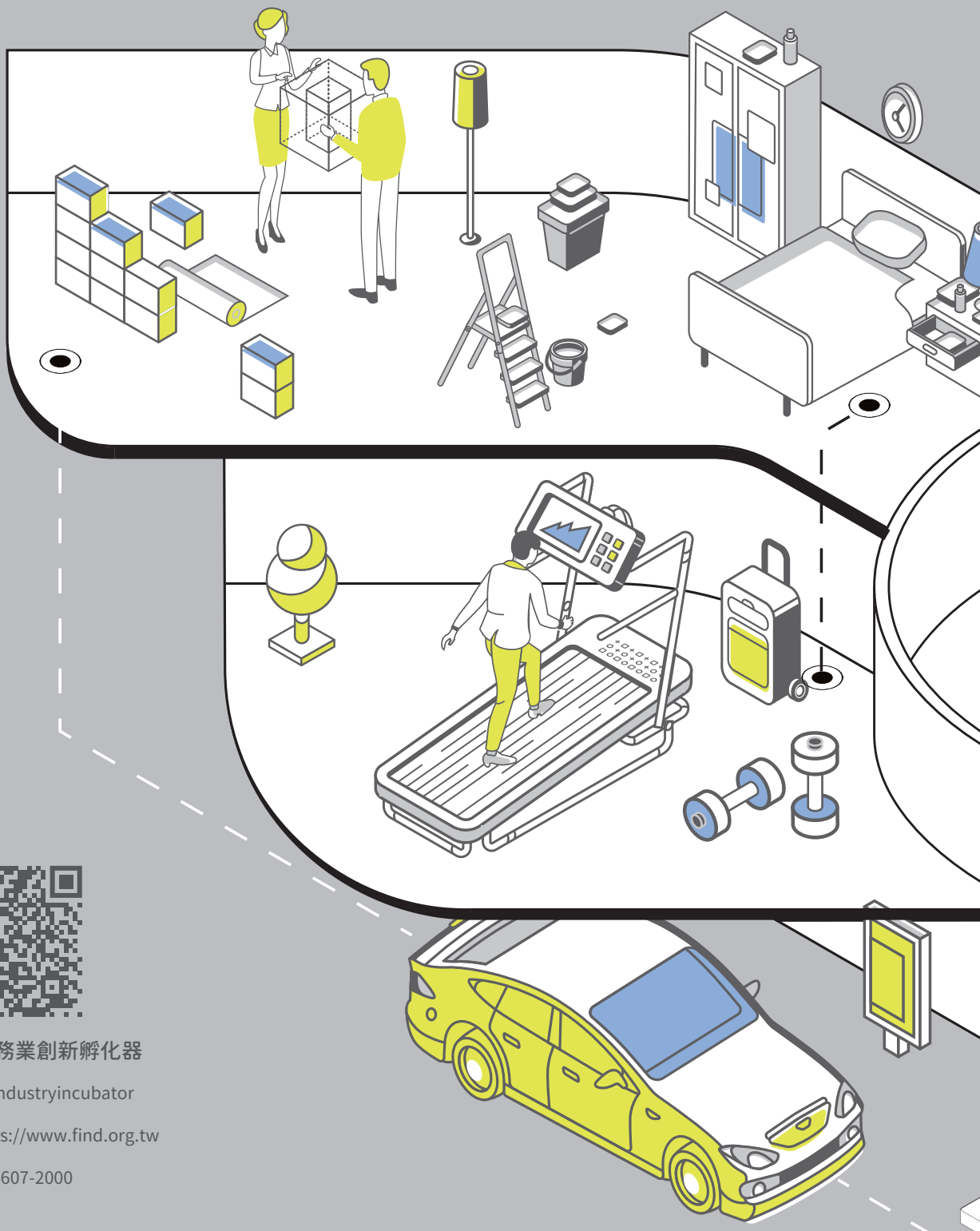
MEMO



MEMO



MEMO



生活服務業創新孵化器

lifeindustryincubator

https://www.find.org.tw

02-6607-2000

114年度生活服務業創新成長計畫

經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

地址：100210臺北市福州街15號
網址：https://www.aoc.gov.tw

財團法人資訊工業策進會
INSTITUTE FOR INFORMATION INDUSTRY

地址：105台北市松山區民生東路四段133號8樓
網址：https://www.find.org.tw

廣告