

## 馮氏投資向電子零售初創企業 ShopX 投資 3,500 萬美元

香港，2018年8月7日 – 馮氏投資有限公司（「馮氏投資」）旗下成員 Fung Strategic Holdings Limited（「FSH」）今日宣佈向印度領先的 B2B 電子商務企業 ShopX 投資 3,500 萬美元。馮氏投資為馮氏家族的私人投資公司，由馮氏集團控股股東馮國經博士及馮國綸博士持有。

此次交易為馮氏集團近期首要投資創新技術的舉措，其他包括：與獲騰訊投資的微醫集團合作共同打造電子商務平台，讓中國無數的醫院分別與醫療設備制造商和服務供應商取得聯繫，集中供應醫療設備、消耗品及服務；與中國最大的零售商京東商城開發人工智能的零售方案；及與具備全球最先進的電子編織機的日本公司島精機，創立革新的實驗室，研發專業的物料。

ShopX 由 Amit Sharma 和 Apoorva Jois 於 2015 年 5 月共同創立，為一個直接連接印度消費者及不同品牌和供應商的技術平台，平台可供購買產品及服務。ShopX 的首要目標是為印度 1,200 萬小型商戶建立一個集訂購、送遞、付款和當地客戶支援功能於一身的電子商務平台。

近期的研究估計印度的零售市場將於 2020 年<sup>1</sup> 達致 1.1 萬億美元。中小企業務於印度的經濟中扮演一個十分重要的角色，約佔零售業的九成份額，並由過往至現在一直隱身於小型村落及市鎮服務當地的人口。ShopX 目標是成為卓越的電子商務平台服務印度超過 1,200 萬小型商戶，讓訂購、送遞、付款及當地客戶支援變成可能。ShopX 經歷快速的增長，截至今日為止已覆蓋印度超過 300 個地點及 5 萬個零售商。

著名企業家及投資者 Nandan Nilekani 為 ShopX 早期的投資者，由公司創立起始個人投資額已超過 1,800 萬美元，並積極向 ShopX 提供指導。

Nandan Nilekani 表示：「ShopX 為小型零售商提供與任何具規模的電子商務或零售商一樣的領先科技及供應鏈方案。這個方案為印度數以百萬計的小型零售商及未來 4 億消費者達致正式經濟提供了良好的跳板。ShopX 一直以來根據可擴展及健全的商業原則構建，重視平台化思維、資金有效運用及持續增長的模式。對於馮氏集團投資 ShopX，我們感到很高興，並期待在他們的投資及戰略協同效應下擴展相關平台。」

馮氏集團主席馮國經表示：「這次投資為馮氏集團及其旗下公司其中一項推進新穎及革新科技打造未來零售及供應鏈的舉動。ShopX 結合科技及創新商業模式，顛覆印度傳統的零售商業模式。鑑於印度零售業的規模、數量及消費力，我們認為印度的商機無限，預期有關的商業模式將可應用於該地區的其他地方。」

– 完 –

### 關於 Fung Strategic Holdings Limited

FSH 是馮氏投資的一部分，由馮氏集團控股股東馮國經博士及馮國綸博士持有，為馮氏家族的私人投資公司。FSH 旗下其他公司包括利和醫療，Fung Fashion 和 Heritage Foods。

### 關於馮氏集團

馮氏集團總部設於香港，核心業務涵蓋消費品市場的整個全球供應鏈管理，包括採購、物流、分銷及零售。馮氏集團在全球逾 40 個國家聘用 40,000 名員工。馮氏集團的發展歷程源遠流長。集團始創於 1906 年，由經營出口貿易業務發展成全球供應鏈管理業務，集團見證了香港與珠三角地區蛻變為當今世界生產及貿易重地之一的光輝歷史。集團聚焦於創造未來的供應鏈，

<sup>1</sup> 印度服務業：為全球共生成長的數萬億市場機會 (2017 年 4 月)

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/industries/in-india-services-sector-ges-2017-noexp.pdf>

協助品牌和零售商在數碼經濟中馳騁，並在全球各地為品牌創造新機遇、開拓新產品類別和拓展新市場。

集團旗下的上市公司包括利豐有限公司 (香港聯交所股份代號：00494)、利標品牌有限公司 (香港聯交所股份代號：00787) 和利亞零售有限公司(香港聯交所股份代號：00831)，以及投資利邦控股有限公司(香港聯交所股份代號：00891)。集團的私營零售業務包括利弘投資有限公司、利時控股有限公司、利童服飾(控股)有限公司、玩具“反”斗城(亞洲)業務及 Suhyang Networks。

如欲瞭解詳情，請瀏覽公司網址：[www.funggroup.com](http://www.funggroup.com)

### **關於 ShopX**

由 10i Commerce Services Private Limited 擁有及經營的品牌及平台 ShopX 正為以印度為中心的「未來 4 億人口」建設商務基建。ShopX 相信印度下一輪的電子零售增長及市場擴展將非由傳統電子商務模式引領，相反由新的電子線下模式帶動，並估計到 2025 年其增長潛力將達到消費總量 1.5 萬億美元中的約兩成。

於此模式中，ShopX 目標是將 100 萬小型商戶打造成電子商務樞紐平台，為 4 億消費者提供訂購、送遞、付款及當地客戶支援等服務。此模式由可擴展及持續發展的商業模式和以科技引領的平台化思維支援，將滙聚小型商務成一個網絡，並將 B2B 及 B2B2C 電子商務及信用評級制度變成可能。

ShopX 相信生態圈內的夥伴及持份者將取得內部及持續增長。ShopX 亦透過一系列的企業社會責任活動改善小型零售商及其家人的生活。