新闻稿

利丰 C2M 品牌供应链与京东自有品牌签署战略合作

上海，2021 年 7 月 6 日 – 为全球品牌与零售商提供供应链管理服务的跨国企业利丰今日宣布，旗下 C2M 事业部与京东自有品牌签订战略合作伙伴协议。根据协议，利丰将为京东自有品牌提供端到端的供应链数字化管理服务，双方将充分发挥各自优势，实现共赢发展。这项战略合作协议的签订标志着利丰继去年 7 月获得京东战略投资后，深化彼此之间的合作关系，双方将着力发展创新型 C2M 模式，加速共建数字化供应链。

该合作项目的负责人、利丰公司前首席运营官朱为众表示，“京东作为以供应链为基础的技术与服务企业，不仅在以消费者为导向的线上线下全渠道零售模式方面积累了丰富的经验，更是以其超强的物流服务和自营模式赢得消费者的广泛赞誉。而消费者信任恰恰是每一个零售商打造自有品牌的最强核心竞争力。我们非常高兴能够成为京东自有品牌的战略合作伙伴，也有信心通过强强联手打造‘差异化品牌’来满足中国乃至世界消费者的‘个性化需求’，把优质产品以合理的价格快速送达每一位消费者。”

利丰集团是一家拥有近 115 年历史的供应链管理企业，在全球 50 多个国家都设有专业团队和优质供应商网络，并为诸多世界知名品牌和零售商提供供应链管理服务。“利丰积累了深厚的自有品牌供应链管理经验和专业能力，是行业标杆企业。利丰在业内领先的 3D 数字化技术、完善的多品类产品开发实力和卓越的品控体系，有助于丰富京东自有品牌及其产品矩阵，提高核心竞争力，带给消费者新的体验。”京东集团高级副总裁、京东自有品牌负责人王笑松如是说。

在“双循环”新发展格局下，围绕落实“十四五”规划，国家发改委提出要推动数字经济加快发展，要推动数字技术和实体经济深入融合，要推动数字化转型走深走实。而数字化转型，除了加速产业跨界融合的进度，还能同步带动新业态和新模式的崛起。近年来发展迅速的 C2M 模式，也正是顺应消费新趋势和紧跟数字经济新发展的产物，旨在实现供需的完美匹配，从而减轻制造商的库存压力并优化其生产计划。利丰推出的 C2M 业务主要服务于京东自有品牌、从海外引进的授权品牌、以及面向本土市场或有雄心出海的国内品牌。

目前利丰与京东的相关业务合作正在紧锣密鼓地进行中。利丰协助京东跨品类的自有品牌“京东京造”成功推出了鞋服、箱包和电竞椅等多品类商品；专注于居家生活的佳佰品牌、专注于宠物品类的京东自有新品牌“京萌”的新产品也陆续问世，并获得消费者的一致好评。在满足不断变化的消费者需求的同时，利丰 C2M 业务的发展愿景是助力中国企业实现民族品牌梦，为世界品牌进入中国市场提供一个端到端的赋能生态链，让更多海内外消费者享受到来自新品牌、新产品的颜值、品质和物有所值。

– 完 –

利丰有限公司简介

利丰有限公司以香港为总部，为世界领先的品牌与零售商供应链解决方案合作伙伴和一家涵盖亚洲的物流服务供应商。 利丰于全球主要市场拥有逾 230 个办事处和配送中心，专门为世界各地知名的零售商及品牌妥善管理其环球供应链，包括处理数量庞大且有高度时效要求的商品。 利丰的目标是创造未来的供应链，以协助客户驾驭数字型经济，与及改善供应链领域中上十亿人民的生活。

更多信息，请访问官方网址：www.lifung.com

媒体联络：

顾文静
冯氏集团 / 利丰集团
电话：86-21-2405 5086
邮箱：CannyGu@fung1937.com