新聞稿

即時發佈

利豐 C2M 品牌供應鏈與京東自有品牌達成策略合作

香港，2021 年 7 月 6 日 – 為全球品牌與零售商提供供應鏈管理服務的跨國企業利豐今日宣佈，旗下 C2M（顧客對工廠；consumer to manufacturer）事業部與京東自有品牌簽訂策略合作夥伴協議。根據協議，利豐將為京東自有品牌提供端對端的供應鏈數碼化管理服務，雙方將充分發揮各自優勢，實現共贏發展。這項戰略合作協議的簽訂標誌著利豐繼去年 7 月獲得京東策略投資後，加深彼此之間的合作關係，雙方將著力發展創新型 C2M 模式，加速共建數碼化供應鏈。

該合作項目的負責人、利豐公司前首席運營官朱為眾表示：「京東作為以供應鏈為基礎的技術與服務企業，不僅在以消費者為主導的線上線下全渠道零售模式方面累積了豐富經驗，更是以其超強的物流服務和自營模式贏得消費者的廣泛讚譽。而消費者信任恰恰是每一個零售商打造自有品牌的最強核心競爭力。我們非常高興能夠成為京東自有品牌的策略合作夥伴，也有信心通過強強聯手打造差異化品牌以滿足中國乃至世界消費者的個性化需求，把優質產品以合理的價格快速送達每一位消費者。」

C2M 讓製造商能夠大幅縮短從設計至貨品送達消費者手上的時間，由行業平均需時 40 周減至短短兩週，從而為消費者提供優質、趕上潮流的產品，並迎合內地正在迅速發展的 C2M 商業模式。

利豐集團是一家擁有近 115 年歷史的供應鏈管理企業，在全球 50 多個經濟體設有專業團隊和優質供應商網路，並為眾多世界知名品牌和零售商提供供應鏈管理服務。就雙方的進一步合作，京東集團高級副總裁、京東自有品牌負責人王笑松稱：「利豐累積了深厚的自有品牌供應鏈管理經驗和專業能力，是行業的先驅。利豐在業內領先的 3D 數碼化技術、完善的多元化產品開發實力和卓越的品控體系，有助於豐富京東自有品牌及其產品系列，提高核心競爭力，帶給消費者新的體驗。」

在中國內地雙循環新發展格局下，圍繞落實十四五規劃，國家發改委提出要推動數碼經濟加快發展，要推動數碼技術和實體經濟深入融合，要推動數碼化轉型走深走實。而數碼化轉型，除了加速產業跨界融合的進度，還能同步帶動新業態和新模式的崛起。 近年來發展迅速的 C2M 模式，也正是順應消費新趨勢和緊跟數碼經濟新發展的產物，旨在實現供需的完美匹配，從而減輕製造商的庫存壓力並優化其生產計劃。利豐 C2M 業務的主要服務對象包括京東自有品牌、從海外引進的授權品牌，以及面向本土市場或有雄心拓展海外市場的內地品牌。

目前利豐與京東的相關業務合作正在緊鑼密鼓地進行中。利豐協助京東跨品類的自有品牌「京東京造」成功推出了鞋類、服裝、手提包和電競椅等多品類商品;專注於居家生活的佳佰品牌、專注於寵物品類的京東自有新品牌「京萌」的新產品也陸續面世，並獲得消費者的一致好評。在滿足不斷變化的消費者需求的同時，利豐 C2M 業務的發展願景是協助中國企業實現民族品牌夢，為世界品牌進入中國市場提供一個端對端的賦能生態鏈，讓更多海內外消費者享受到既優質又物有所值的新品牌和新產品。

– 完 –

利豐有限公司簡介

利豐有限公司以香港為總部，為世界領先的品牌與零售商供應鏈解決方案合作夥伴。利豐於全球主要市場擁有逾 230 個辦事處，專門為世界各地知名的零售商及品牌妥善管理其環球供應鏈，包括處理數量龐大且有高度時效要求的商品。利豐的目標是創造未來的供應鏈，以協助客戶駕馭數碼型經濟，並改善供應鏈中十億人的生活。

如欲瞭解詳情，請瀏覽公司網址：www.lifung.com

媒體聯絡：
顧文靜
馮氏集團 / 利豐集團
電話：86-21-2405 5086
郵箱：CannyGu@fung1937.com