

JD.com จับมือ Farfetch เปิดตัวสุดยอด

แพลตฟอร์มซื้อขายสินค้าแบรนด์หรูออนไลน์สำหรับ ลูกค้าชาวจีน



- JD ลงทุน 397 ล้านดอลลาร์ใน Farfetch เพื่อรุกขยายธุรกิจในกลุ่มสินค้าหรู

- ความร่วมมือครั้งนี้จะเปิดทางให้ผู้บริโภคชาวจีนสามารถเข้าถึงแบรนด์หรูเหนือระดับที่ผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถันจาก Farfetch ผ่านช่องทางออนไลน์

JD.com ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและห้างค้าปลีกยักษ์ใหญ่ของจีน และ Farfetch แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำระดับโลกสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น ประกาศจับมือเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างแพลตฟอร์มระดับพรีเมียมสำหรับการช้อปปิ้งสินค้าสุดหรูในจีน อันเป็นการเปิดประตูไปสู่ตลาดที่มีมูลค่าสูงถึง 8 หมื่นล้านดอลลาร์

(โลโก้: http://mma.prnewswire.com/media/526479/Farfetch_Logo.jpg)

(โลโก้: http://mma.prnewswire.com/media/526480/JD_com_Logo.jpg)

(รูปภาพ: http://mma.prnewswire.com/media/526473/Jose_Neves_Farfetch.jpg)

(รูปภาพ: http://mma.prnewswire.com/media/526472/Richard_Liu_JD_com.jpg)

ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ระหว่าง JD.com และ Farfetch จะใช้ประโยชน์จากระบบโลจิสติกส์อันยอดเยี่ยม การทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ความสามารถทางเทคโนโลยี และทรัพยากรด้านโซเชียลมีเดียของ JD ซึ่งรวมถึงการเป็นพันธมิตรกับ WeChat ผสานเข้ากับความเป็นผู้นำในตลาดสินค้าสุดหรูของ Farfetch เพื่อสร้างประสบการณ์อันราบรื่นให้กับทางแบรนด์ ทั้งนี้ Farfetch ได้ดำเนินธุรกิจอย่างมั่นคงในจีน อีกทั้งยังเป็นพันธมิตรกับแบรนด์สินค้าหรูกว่า 200 แบรนด์ รวมถึงผู้ค้าปลีกสินค้าละแบรนด์อีกกว่า 500 เจ้า โดย JD จะเข้ามาช่วยผลักดันการรับรู้จุดจำแบรนด์ รวมถึงกระตุ้นยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์และยอดขายของ Farfetch ให้พุ่งทะยานขึ้นในตลาดแห่งนี้

การจับมือเป็นพันธมิตรในครั้งนี้จะส่งผลให้ JD.com กลายเป็นหนึ่งในผู้ถือหุ้นรายใหญ่ที่สุดของ Farfetch ด้วยเม็ดเงินลงทุนมูลค่ากว่า 397 ล้านดอลลาร์ และคุณริชาร์ด หลิว ซีอีโอและผู้ก่อตั้ง JD.com จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกบอร์ดบริหารของ Farfetch โดยทั้งสองบริษัทจะร่วมมือกันในการตลาด โลจิสติกส์ และโซลูชันเทคโนโลยี เพื่อสร้าง

แบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในจีน ขณะที่ Farfetch จะยังคงรับหน้าที่เป็นแบรนด์ที่มีการติดต่อกับลูกค้าเช่นเดิม

การผึกกำลังอันแข็งแกร่งในครั้งนี้จะช่วยสร้างประโยชน์ให้กับแบรนด์สินค้าแฟชั่นและร้านบูติกในเครือของ Farfetch กว่า 700 แแบรนด์ เนื่องจากพวกเขาสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่หลากหลายของแพลตฟอร์มใหม่ นี้ ในการติดตามสินค้าสุดหรูของจีนได้นั่นเอง

เมื่อไม่นานมานี้ JD ได้เปิดตัวบริการระดับมืออาชีพและใส่ใจในรายละเอียดอย่าง JD Luxury Express ซึ่งด้วยบริการดังกล่าว Farfetch จะสามารถนำเสนอบริการระดับพรีเมียม ที่สมฐานะกับแบรนด์ระดับเว็ลด์คลาสซึ่งวางจำหน่ายในเว็บไซต์ ให้แก่ลูกค้าได้ นอกจากนี้ การผสมผสานระหว่างความรู้ด้านแฟชั่นหรูหราของ Farfetch และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าในวันที่สั่งซื้อ รวมถึงบริการระดับมืออาชีพขั้นสูงของ JD จะมอบข้อเสนอที่ไม่มีใครเทียบให้แก่ลูกค้าชาวจีน

นอกจากนี้ แแบรนด์พันธมิตรของ Farfetch และธุรกิจค้าปลีกในท้องถิ่น จะได้เข้าถึงช่องทางการตลาดครบวงจรระดับโลก ซึ่งรวมถึงบริการ Click & Collect ที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ แต่สามารถเลือกรับสินค้าด้วยตนเองได้ที่ร้าน เช่นเดียวกับการคืนสินค้าที่ร้าน ถือเป็น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าในจีนของทางแบรนด์กับผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ทั้งสองบริษัทยังจะรวมพลังกันใช้ประโยชน์จาก BlackDragon ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลที่ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับผู้ประกอบการในภาคค้าปลีก อีคอมเมิร์ซ เทคโนโลยี การเงิน การท่องเที่ยว การศึกษา และยานยนต์ โดย BlackDragon จะช่วยให้ Farfetch สามารถใช้ชุมชนผู้บริโภคจำนวนมากของ JD และช่วยให้บริษัทสามารถทำการตลาดและสร้างช่องทางการตลาดเพื่อกระตุ้นการจดจำแบรนด์และตำแหน่งทางการตลาดของ Farfetch ในประเทศจีน

ด้วยการเป็นพันธมิตรดังกล่าว ผู้ใช้ Farfetch ในจีนจะสามารถเข้าถึงบริการหลากหลายรูปแบบจาก JD Finance ซึ่งรวมถึง JD Pay ที่จะเป็นพันธมิตรด้านการชำระเงิน และ Baitiao บริการสินเชื่อไมโครเครดิตยอदनนิยมสำหรับผู้บริโภค

การประกาศความเป็นพันธมิตรในครั้งนี้เกิดขึ้นขณะที่ JD กำลังมุ่งความสนใจไปที่สินค้าและแฟชั่นหรูหาระดับไฮเอนด์มากขึ้น เพื่อตอบรับกับความต้องการอันมหาศาลในหมู่ลูกค้าผู้ใช้งานมือถือระดับบน โดยตลอดช่วงสองปีที่ผ่านมา JD ได้จัดงานแฟชั่นโชว์ในนิวยอร์ก มิลาน ลอนดอน ปักกิ่ง และเซี่ยงไฮ้ ขณะที่เมื่อต้นปีนี้ บริษัทได้แต่งตั้ง วินสตัน เฉิง ดำรงตำแหน่งประธานฝ่ายต่างประเทศ เพื่อนำทางการพัฒนาธุรกิจระดับนานาชาติ ด้วยความร่วมมือกับพันธมิตรระดับโลกและการลงทุนในต่างประเทศ พร้อมแยก JD Fashion ออกมาเป็นหน่วยธุรกิจใหม่ภายใต้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และแต่งตั้งให้ เชียะ ดิง ดำรงตำแหน่งประธานบริษัท โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจแนวตั้งมากขึ้น และในปี 2560 นี้ JD Fashion ได้เดินหน้าครั้งสำคัญในแวดวงแฟชั่นและสินค้าหรูหรา ด้วยการเปิดตัวแบรนด์ชั้น

นำระดับสากลหลายแบรนด์บนเว็บไซต์ ซึ่งรวมถึง Armani, Swarovski และ Zenith

ริชาร์ด หลิว ประธานกรรมการและซีอีโอของ JD.com กล่าวว่า “การที่เราหันมาจับธุรกิจสินค้าหรูอย่างเต็มตัวครั้งนี้ ไม่มีพันธมิตรออนไลน์รายใดจะแข็งแกร่งไปกว่า Farfetch อีกแล้ว เราเชื่อเสมอมาว่าแนวโน้มธุรกิจอีคอมเมิร์ซของจีนในระยะยาวนั้นคุณภาพจะต้องมาก่อนราคา และการจับมือกับ Farfetch ในครั้งนี้ จะขยายความเป็นผู้นำในสังเวียนนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการสำหรับลูกค้าชั้นสูงของจีนในอนาคต เราตั้งตารอที่จะกระชับความสัมพันธ์กับ Farfetch รวมถึงแบรนด์หรูอื่นๆ ต่อไปในภายหน้า”

โฮเซ เนเวส ผู้ก่อตั้ง ประธานกรรมการร่วม และซีอีโอของ Farfetch กล่าวว่า “เรารู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่ง และตื่นเต้นที่ได้ประกาศความร่วมมือเป็นพันธมิตรครั้งนี้ร่วมกับคุณ ริชาร์ด หลิว และ JD.com ประเทศจีนนั้นเป็นตลาดสินค้าหรูที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลก เราจึงยินดีอย่างยิ่งที่มีพันธมิตรที่ได้รับการยอมรับนับถือ และได้ชื่อว่ามีความเข้มงวดในการปกป้อง IP ซึ่งดูแลลูกค้าชาวจีนในกลุ่มสินค้าหรู ความร่วมมือครั้งนี้จะช่วยจัดการกับความท้าทายของตลาด ด้วยการผสานแบรนด์ Farfetch เข้ากับขนาดและอิทธิพลของยักษ์ใหญ่อีคอมเมิร์ซแถวหน้าของจีน ตลอดจนช่วยให้แบรนด์ต่างๆ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มสินค้าหรูชาวจีนได้อย่างรวดเร็วและไร้ขีดจำกัด ขณะที่นักช้อปปิ้งสินค้าหรูชาวจีนก็จะได้เข้าถึงสินค้าสุดหรูที่ได้รับการคัดสรรมาเป็นอย่างดีผ่านหลากหลายช่องทางตามวิถีชีวิตของพวกเขา”

คุณเนเวสยังได้กล่าวถึงการที่คุณหลิวได้เข้ามาร่วมในบอร์ดบริหารของ Farfetch อีกด้วยว่า “ผมรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่คุณ ริชาร์ด หลิว ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการธุรกิจอินเทอร์เน็ตระดับตำนาน ได้มาร่วมเป็นสมาชิกบอร์ดบริหารของเรา เคียงข้างคุณนาตาลี มัสเชอเนต์ และคุณโจนาธาน นิวเฮาส์ ประธานกรรมการและเจ้าหน้าที่บริหาร Conde Nast International นอกจากนี้ เรายังรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้รับคำแนะนำและการชี้แนะแนวทางจากผู้เชี่ยวชาญด้านอีคอมเมิร์ซชั้นนำของจีน ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของทีมงานมากประสบการณ์ของเรา ซึ่งบริหารงานเคียงคู่ไปกับผู้บุกเบิกสินค้าหรูออนไลน์ระดับโลกและหนึ่งในบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทรงอิทธิพลที่สุดในโลก”

สำหรับบรรณาธิการ

มูลค่าตลาด 8 หมื่นล้านดอลลาร์ที่ระบุถึงข้างต้นนั้น หมายถึงมูลค่าการซื้อขายทั้งในประเทศและจากต่างประเทศ โดยอ้างอิงตัวเลขจากรายงานของ Bain & Company ที่มีชื่อว่า ‘Luxury Goods Worldwide Market Study, Fall-Winter 2016’

เกี่ยวกับ JD.com, Inc.

JD.com คือบริษัทอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ที่สุดในประเทศจีน และเป็นผู้นำปลีกสัญชาติจีนรายใหญ่ที่สุดเมื่อพิจารณาจากรายได้ บริษัทมุ่งนำเสนอประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย รวมถึงโปรแกรม WeChat และ Mobile QQ นอกจากนี้ บริษัทยังมีศูนย์จัดการคลังสินค้าที่ใหญ่ที่สุดเมื่อ

เทียบกับบริษัทอีคอมเมิร์ซรายอื่นๆในจีน ทั้งนี้ ณ วันที่ 31 มีนาคม 2560 JD.com มีศูนย์จัดการคลังสินค้า 7 แห่ง และโกดังสินค้า 263 แห่ง ครอบคลุม 2,672 มณฑลและอำเภอทั่วประเทศจีน โดยแต่ละแห่งมีพนักงานของตนเอง นอกจากนี้ JD.com ยังติดอันดับบริษัท NASDAQ100 และ Fortune Global 500 ด้วย

เกี่ยวกับ Farfetch Group

Farfetch เป็นแพลตฟอร์มระดับโลกสำหรับวงการแฟชั่นหรู เว็บไซต์ Farfetch.com เป็นพันธมิตรกับร้านบูติกและแบรนด์หรูที่ดีที่สุดของโลกกว่า 700 ราย ตั้งแต่โตเกียวไปจนถึงโทรอนโต และจากมิลานจนถึงไมอามี รูปแบบธุรกิจที่เป็นเอกลักษณ์ของ Farfetch รับประกันได้ถึงความหรูหราเหนือระดับ ตั้งแต่แบรนด์ดังไปจนถึงดีไซเนอร์หน้าใหม่ที่กำลังถูกจับตามอง ตลอดจนสไตล์สุดพิเศษไม่เหมือนใคร

ธุรกิจของ Farfetch Group ประกอบด้วย เว็บไซต์ Farfetch.com ตลาดอีคอมเมิร์ซสำหรับสินค้าหรู, Farfetch Black & White โซลูชันอีคอมเมิร์ซแบบไวท์เลเบลสำหรับร้านค้าหรู และ Store of The Future ชุดโซลูชันค้าปลีกที่ช่วยยกระดับประสบการณ์การช้อปปิ้งของลูกค้าด้วยการเชื่อมโยงระหว่างโลกออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้เมื่อปี 2558 Farfetch ยังได้เปิดตัว Browns ร้านบูติกชื่อดังในกรุงลอนดอน ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์ปมเพาะแนวคิดด้านเทคโนโลยีค้าปลีกใหม่ๆ

เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน Farfetch ให้บริการลูกค้าใน 10 ภาษา โดยมีสำนักงานใน 11 เมืองทั่วโลก ที่จัดส่งสินค้าจากพันธมิตรกว่า 700 รายใน 40 ประเทศ ไปยัง 190 ประเทศทั่วโลก พร้อมบริการส่งสินค้าถึงมือลูกค้าภายในวันเดียวใน 10 เมือง

เมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา Farfetch ได้เปิดตัวบริการ Store to Door in 90 Minutes ครอบคลุม 10 เมืองใน 4 ภาคพื้นทวีป ด้วยความร่วมมือเอ็กซ์คลูซีฟกับ Gucci

จากนั้นในเดือนมิถุนายน 2560 บริษัทได้ประกาศความร่วมมือด้านคอนเทนต์และการค้าทั่วโลกกับ Conde Nast ผู้ให้บริการคอนเทนต์ชั้นนำของโลก เพื่อสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งอย่างไม่สะดุด ผ่านเนื้อหาคอนเทนต์ที่เร้าใจและจุดแรงบันดาลใจ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจในการซื้อสินค้า

Farfetch ได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนที่มีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและสินค้าหรู ได้แก่ IDG Capital Partners, Temasek, Eurazeo, DST Global, Index Ventures, Vitruvian Partners และ Conde Nast International

<http://www.farfetch.com> @Farfetch