
Modaes

Empresa

De rivales a aliados: las plataformas chinas Meilishuo y Mogujie estudian su fusión

Modaes
17 dic 2015 - 11:30

El mapa del ecommerce chino sigue mutando. Las plataformas **Meilishuo** y **Mogujie**, especializadas en moda femenina, estudian ahora una posible alianza para competir en el complejo mercado chino.

Ambas *start ups*, respaldadas por **Hillhouse Capital Management**, se encuentran negociando algún tipo de unión, según *Business of Fashion*. **Meilishuo** alcanzó 300 millones de dólares de facturación hasta el pasado abril, y ultima una ronda de financiación. **Mogujie**, por su parte, incorporó 200 millones de dólares en noviembre a su capital.

Le negocio chino del ecommerce se expandirá hasta los 3,6 billones de yuanes (510.000 millones de euros) el próximo año. Ante este crecimiento, son varias las operaciones corporativas que se han producido en los últimos meses en el sector del ecommerce del gigante asiático.

Un ejemplo es la *joint venture* creada entre **JD.com** y el grupo alemán **Otto**, propietario de marcas como **Venca**, que han creado una nueva sociedad para introducir marcas extranjeras en China.

Su principal competidor, la plataforma también china **Alibaba**, también sigue esta misma estrategia. La compañía desembolsó el pasado julio cien millones de dólares por la compra de **Mei.com**, una tienda online especializada en ventas flash de moda y lujo, con una cartera de 280 marcas internacionales.