

Empresa

JD.com fusiona la plataforma Toplife con la división china de Farfetch

El gigante chino de ecommerce, que en 2017 invirtió 397 millones de dólares en la plataforma online de lujo, pondrá a disposición de Farfetch sus trescientos millones de usuarios.

Modaes
28 feb 2019 - 14:15

JD.com fusiona la plataforma Toplife con la división china de Farfetch

La alianza entre JD.com y Farfetch continúa. El segundo mayor operador de ecommerce del país asiático integrará su plataforma de artículos de lujo Top Life, que puso en marcha en 2017, en Farfetch.

Este movimiento se produce dos años después de que JD.com invirtiera 397 millones de dólares (356 millones de euros) en la plataforma de ecommerce, también especializada en la distribución de moda de lujo. Esta alianza se produjo con el objetivo de impulsar el negocio de la compañía en China, donde mantiene una carrera intensa con Alibaba.

Ahora, como parte de la integración de Toplife en Farfetch, el ecommerce recibirá los **más de trescientos millones de usuarios de JD.com**. “Creemos que esta alianza será transformadora para el panorama digital de la industria del lujo en China”, ha afirmado José Neves, fundador y primer ejecutivo de Farfetch en un comunicado. “Ahora ofrecemos a las marcas de lujo una solución integral para desarrollar sus estrategias digitales”, ha añadido el directivo.

Farfetch se alió hace unos días con Harrods para potenciar el negocio de ecommerce del grupo

Modaes

El acuerdo ha supuesto que Xia Ding, hasta ahora máxima responsable de Toplife, abandone su puesto, aunque mantendrá su posición como presidenta de JD International Fashion y vicepresidenta del grupo chino.

JD.com cerró los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal de 2018 con un beneficio neto de 2.492 millones de yuanes (307 millones de euros), lo que representa un crecimiento del 127% frente al mismo periodo del año anterior. Entre enero y septiembre, JD.com anotó unos ingresos de 327,187 millones de yuanes (41.220 millones de euros), lo que supuso un incremento de 29,7% respecto al mismo de 2017.

Farfetch, que hace unos días se alió con los grandes almacenes Harrods, finalizó 2017 con una facturación de 386 millones de dólares (329,04 millones de euros), un 59% más que en el año anterior. La familia Pinault, propietaria de Kering, figura entre los inversores que han apostado por la compañía de ecommerce en su salto al parqué.