

Modaes

Empresa

Topshop, a la conquista de China: abre un 'flagship' en Shanghái

La compañía británica, propiedad del grupo Arcadia, pondrá en marcha su primer buque insignia el próximo otoño, con una superficie de 3.400 metros cuadrados.

Modaes
4 ene 2018 - 11:01

Topshop eleva su apuesta por China: abrirá su primer 'flagship store' en el país en 2018

Topshop apuesta por el retail en China. La compañía británica, propiedad del grupo Arcadia, pondrá en marcha en 2018 su primer *flagship store* en el gigante asiático. **La tienda se ubicará en Shanghái y su apertura está prevista para el próximo otoño.**

Las obras de remodelación del local, situado en la calle Huaihai de la ciudad china, ya han comenzado. **El futuro buque insignia de Topshop tendrá una superficie de 3.400 metros cuadrados distribuidos en tres plantas.**

En la actualidad, la compañía opera en China solamente con dos establecimientos en Hong Kong, un espacio de venta con Galeries Lafayette en Pekín y su propia plataforma de ecommerce en el país.

Topshop selló una alianza a finales de 2016 con el ecommerce Shangpin para abrir hasta ochenta tiendas en China en los próximos años

El anuncio se produce un año después de que Topshop reforzase su alianza con el ecommerce Shangpin para dar el salto al retail en China. La compañía preveía entonces apoyarse en su socio chino para abrir hasta ochenta establecimientos en el país. La apertura en Shanghái ha sufrido varios retrasos en el calendario.

1 / 2

<https://www.modaes.com/empresa/topshop-a-la-conquista-de-china-abre-un-flagship-en-shanghai>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

En los últimos meses, la cúpula de Topshop y Topman ha experimentado diversos cambios. El pasado noviembre, la empresa colocó a Anthony Cuthbertson, ex Just Cavalli y Mulberry, como nuevo responsable global de diseño para ambas enseñas. Anteriormente, James Blacklock, director de merchandising de la cadena masculina, abandonó la compañía por motivos personales.

Arcadia, liderada por el empresario Philip Green, finalizó 2016 con un retroceso del 16% en su beneficio neto, hasta 211 millones de libras (241 millones de euros). Por otra parte, **las ventas de la compañía se redujeron un 2,5% ese mismo año, hasta 2.000 millones de libras** (2.284 millones de euros.).