



欧罗维特宣布与天猫达成内衣领域的战略合作

2018年7月7日，法国巴黎

欧罗维特，全球领先的国际贴身时尚原辅料展(INTERFILIERE)主办方日前宣布和阿里巴巴集团旗下B2C平台天猫建立长期战略合作伙伴关系，旨在加速与中国及其他国际市场的合作。



欧罗维特首席执行官 Marie Laure Bellon-Homps (左)与天猫时尚业务拓展总监张跌(右)签订合作谅解备忘录

作为战略的一部分，两家公司将借助各自领域的专业知识和国际影响力，探索在欧洲和中国市场合作开展联合项目的新方式，其共同目标是向海内外品牌提供扩展其各自海外市场的机会。

欧罗维特将为参加其展会的国际品牌提供机会，推动品牌参与到与天猫联合主办的专题研讨会和特别活动中，深入了解中国蓬勃发展的消费市场。两家公司的专家将深入分析“中国机遇”，分享对中国新型消费者的深入分析，洞察本地市场趋势以及如何利用天猫优化资源，简化供应链管理、物流和运营，帮助各品牌在中国市场取得成功。

此外，天猫将支持欧罗维特国际贴身时尚原辅料展，扩展并巩固其展会活动在中国的影响力和知名度，推动数千个在天猫上运营的内衣服装品牌进行一系列线上线下营销活动。



从左至右: 欧罗维特内衣及泳装部总监 Taya de Reynies, 天猫时尚业务拓展总监张旻, Concepts Paris 首席执行官 Jos Berry, 阿里巴巴集团业务拓展总监刘慧珊, 欧罗维特亚洲执行总监 Marine Veillon

“欧罗维特在中国已经经营了十五年，在这段时间里，我们目睹了消费者需求和购买模式的转变。如今，中国消费者正在寻求具有高价值和舒适度的前沿设计产品。对国际品牌而言，这正是进入中国市场的重要契机，从而接触需求及数量不断增长的客户群。”欧罗维特首席执行官Marie Laure Bellon-Homps女士说道。

“中国市场潜力巨大，但竞争也激烈。作为领先的B2C平台，天猫已成为众多内衣公司和商家的首选合作伙伴”阿里巴巴集团天猫时尚副总裁Anita Lu补充道。“我们看到中国市场上国际内衣和泳装品牌的巨大潜力，不断增长的中产阶级，特别是千禧一代的女性希望将可支配收入用于让她们感到自信并能够展示个性的产品。在中国，对创新、高品质和时尚内衣的需求正在大幅增长。这恰好解释了为什么与欧罗维特的战略合作对于那些希望进入新兴消费市场的法国和其他国际内衣品牌来说是一个绝佳的机会。”

欧罗维特主办的活动和展览每年吸引全球近1,200个品牌，500家供应商和40,000多名专业观众。针对亚洲市场，欧罗维特推出的两场针对时尚行业供应商的重大活动——上海国际贴身时尚原辅料展和香港国际贴身时尚原辅料展，至今已持续举办了15年。天猫是阿里巴巴集团领先的B2C市场，它拥有约6.17亿月活跃量的移动用户，是数千个渴望进入中国市场的欧洲和其他国际品牌的首选平台。

关于欧罗维特

欧罗维特是世界领先的内衣、泳装和运动服装展览主办方，每年定期在巴黎、纽约、拉斯维加斯、上海和香港举办国际性盛会。在过去的50年里，欧罗维特旗下的展览为行业推波助澜，塑造形象，成为全球众多企业创新和灵感的来源。

关于天猫

天猫（www.tmall.com）于2008年问世，迎合了寻找品牌产品和优质购物体验的消费者。大量的国内外品牌和零售商在天猫开设网店。艾瑞咨询的数据显示，作为阿里巴巴集团旗下业务之一的天猫是2017年中国交易规模最大的第三方平台。

媒体联系

法国

Angèle SITBON – asitbon@eurovet.fr | +33 1 47 56 32 40

亚洲

Jessie LI – jli@eurovet.fr | +852 2895 69 92

Jenny YAO (大陆地区) – jenny@adventi.com.cn | +86 21 2006 ext.830

阿里巴巴集团

Miriam Forte m.forte@alibaba-inc.com

Hopscotch (法国公关代理) Catherine Haggioannou chaggioannou@hopscotch.fr