

Laox 跨境電商再上一層樓

借助阿裏巴巴旗下 Lazada 平臺挺進東南亞市場

2020年伊始新冠肺炎疫情發生以來，因自律外出而催生的新的消費需求“巢籠消費（宅經濟）”迅速走紅，網購需求快速增長。抓住此環境紅利，Laox 株式會社（以下稱“我司”）在跨境電商業務上又有新突破，繼現有的天貓國際、蘇寧易購、考拉、小紅書這四大平臺上開設的海外旗艦店外，又順勢開拓一大新的銷售渠道，通過入駐“Lazada”※平臺，挺進東南亞市場。

我司於8月初開始對Lazada店鋪部分商品試運營，目前Lazada平臺上的印尼、新加坡、菲律賓、馬來西亞四個國家站點均已升級為“Lazmall”。今後我司會繼續盤活集團資源，不僅深耕中國市場，也進一步擴大潛力無限的東南亞市場，以全球化視野努力發展公司的電商業務。不斷鉅研各國及地區的消費需求，切實推進擴大市場規模，構建公司堅實的營收基礎。

※Lazada…是東南亞地區最大的在線購物網站，成立於2012年3月。現由阿裏巴巴集團絕對控股。

它覆蓋了印度尼西亞、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國和越南六國。可直接接觸到六個國家中合計約5.5億的顧客。主要買家年齡層為26到35歲。



※圖片概要：Lazada 網站

《有關本通知諮詢窗口》

Laox 株式會社 經營企劃部 TEL：03-6852-8881