

2017 年初，红蜻蜓集团与 FEC 筷云股份共同打造的 C2M+O2O 模式的创新电商平台，开启基于互联网鞋类产品的定制化之旅。

鞋类商品每年有 8000 亿市场，且是消费者日常刚需。中国的制鞋工业约占世界总量的 1/3，一般的鞋类 B2C 平台采用与国内知名鞋类品牌商合作的方式出售货品，而于 2017 年初，红蜻蜓集团却开辟了另一种模式——C2M+O2O 售鞋，成为全球首席鞋类 C2M+O2O 零售商，倾力打造“私人定制”的 3D 定鞋品牌理念。



C2M+O2O 模式打造高品质用户体验

C2M 是一个互联网思维的营销模式，直接从消费者到工厂。C2M+O2O 模式是实行预定式的线上线下采购生产模式，即 C2M(Customer-to-Manufactory，客户对工厂)+O2O 模式。即消费者只需要付材料成本和加工费，在这个平台上，是工厂与消费者之间线下到线上的交流沟通。

C2M+O2O 模式给客户提供了新的购物体验。客户可根据自己的特殊脚型进行定制，在 3D 扫描脚型获取客户的脚型数据之后，将数据传输到工厂进行定制，客户就可以买到一双完全适合自己脚型的鞋。



互联网+鞋业：打造 3D 定制鞋

据悉，红蜻蜓与 FEC 筷云股份共同打造的电商平台初期以 C2M+O2O 模式进行切入，通过线下门店 3D 脚型仪收集客户脚型数据，电商平台将数据进行过滤分析并将数据同红蜻蜓内部系统、SAP HANA 系统进行数据打通，将客户自由设计的鞋子信息直接传递至生产者手中，开展定制化工序，并实时反馈鞋子生产状态。

另外平台会员可通过手机端实时查询到门店信息、门店产品库存信息，客户在线上下单将由就近门店就行发货处理。这种模式充分融合 C2M、O2O、云计算、大数据和柔性制造技术，开创中国以消费者拉动的时尚行业互联网定制化平台先河。



红蜻蜓集团有限公司是一家以研发、生产、销售“红蜻蜓”牌皮鞋及皮具、服饰等为主业，还投资了温州商业银行、永嘉恒升村镇银行等金融机构于一体的无区域集团企业。创始于 1995 年，浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司隶属于红蜻蜓集团。创造一个有历史感，表达东

方时尚的高端品牌，是红蜻蜓初始之梦。

作为电子商务领域的引领者，FEC 筷云股份切实提供了有价值的电子商务服务，为企业提供了一站式电子商务解决方案。