



Aventuras varumärken slår säljrekord på kinesiska e-handels festivalen "618"

Med över en kvarts miljon deltagande varumärken är shoppingfestivalen "618", som kulminerar den 18 juni varje år, en av de största e-handelskampanjerna i Kina. Landets e-handel drivs i stort av olika shoppingfestivaler under året, där den mest kända är "Double 11" i november. Detta års 618-festival drev cirka SEK 764 miljarder i GMV (Gross Merchandise Value) försäljning under de tre första veckorna i juni, en ökning med 26,5% från föregående år. Aventura ökade den totala GMV försäljningen för sina varumärken med 141% under detta års 618 kampanj jämfört med 2020. Deltagande varumärken från Aventuras portfölj var Aarke, Mini Rodini och Bona.

"I takt med att vi expanderar vår kapacitet och adderar fler starka varumärken till vår portfölj så kommer vi successivt öka den totala försäljningen. Att vi lyckades så bra under denna kampanj visar att vi är på rätt väg."

Kommenterar Johan Aledal, CCO och medgrundare till Aventura.

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Aventura Group AB (publ)

Gustav Åström

VD

Tel: +86 158-0086-2274

Email: IR@aventura.group

Om Aventura

Aventura Group AB (publ) är en Kinafokuserad e-handels- och varumärkesaccelerator. Aventura erbjuder helhetslösningar för att starta, leda och hjälpa företag att växa i Kina, med kompetens inom marknadsföring, försäljning, e-handel och logistik. Sedan start 2011 har Bolaget arbetat med ett brett utbud av internationella konsumentvarumärken, start-ups och investerare. Aventura har sitt säte i Shanghai, med ytterligare kontor i Hong Kong och Stockholm.

Augment Partners AB, tel. +46 8 604 22 55, e-post: info@augment.se är Bolagets Certified Adviser.

Bifogade filer

[Aventuras varumärken slår säljrekord på kinesiska e-handels festivalen "618"](#)