

唯品会很早就开始布局海外业务，曾也有过尝试，但未能长久。

最早尝试是在 2018 年建立了社交电商平台章鱼掌柜，主要基于微信，面向海外华人群体，但该项目于2019年3月关停。三年过去，唯品会开始了第二次尝试，唯品会今年两次出手，投资出海项目，分别是 Qpendo与Rexing。

“唯品会已经形成一套独有的买手+品牌授权+质检环节+国内外供应链一体化的跨境自营模式”，唯品会相关负责人曾经这样表示。

近日，根据唯品会LinkedIn页面，唯品会东南亚部门设立于新加坡，目前拥有46名员工。目前在其平台上的选择有限，但据唯品会方面表示，本月晚些时候将推出其他商品。随着在该地区的推出，Vipshop 将直接与当今东南亚的电子商务市场主要区域参与者Lazada、Tokopedia 和 Shopee 等平台展开较量。

除唯品会外，中小企业不断入局东南亚，想要分食人们口中的“淘金宝地”。大大小小的玩家入局又淘汰，这里是有些企业寻找增量的“圣地”，也是令部分企业折戟而返的“战场”。