

『赢在京东』系列电商教程
一本随时可以备查的工具书

 京东  京东大学 出品
JD UNIVERSITY



一线运营骨干和京东大学电商学院资深讲师合力编写

京东平台 店铺运营

从入门到精通 第2版

京东大学电商学院◎著

全方位解读京东平台店铺运营实操流程
从开店、上架、装修、引流，到店铺运营、数据分析、会员管理……

店铺运营 团队架构 开店入驻 产品策划 商品上架

店铺装修 推广引流 订单管理 会员管理 仓储物流 数据分析



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

『赢在京东』系列电商教程



京东平台 店铺运营

从入门到精通 第2版

京东大学电商学院◎著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书是由京东商城经验丰富的一线运营骨干和京东大学电商学院的资深讲师共同编写完成的，目的是提升电商从业者和院校电商专业的学生的知识体系构建及电商思维。

本书在第1版内容的基础上进行修订，重新完善了2017年以来行业的新变化和新趋势。全书共11章，主要内容包括京东平台介绍、京东开店流程、商品策划与上架、店铺装修、店铺引流、京东移动端运营、订单处理、数据分析与优化、会员营销管理、店铺运营年度规划等。本书从实战的角度出发，由浅入深地讲解从开店基础到店铺运营过程中可能遇到的一系列实际问题，并配以丰富、典型的应用案例进行说明，内容严谨、简单易懂，可供读者参考借鉴，并学以致用。（本书涉及京东平台数据截至2017年10月。）

本书可供企业电商岗位从业者入门以及电商管理人员参考借鉴，或作为电子商务相关从业人员、学生就业培训、岗位培训的教材使用。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

京东平台店铺运营从入门到精通 / 京东大学电商学院著. —2版. —北京: 电子工业出版社, 2018.6

“赢在京东”系列电商教程

ISBN 978-7-121-34192-2

I. ①京… II. ①京… III. ①电子商务—商业企业管理—教材 IV. ①F713.365.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第103051号

策划编辑: 张慧敏

责任编辑: 石倩

印 刷: 天津千鹤文化传播有限公司

装 订: 天津千鹤文化传播有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编: 100036

开 本: 787×1092 1/16 印张: 26 字数: 650千字 彩插: 4

版 次: 2017年3月第1版

2018年6月第2版

印 次: 2018年6月第1次印刷

印 数: 6000册 定价: 79.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：010-51260888-819, faq@phei.com.cn。

京东大学电商学院

京东大学电商学院是京东集团为了助力院校向电商行业输送具有岗位实操技能的院校毕业生，而设立的校企合作官方培训部门。通过不断传递京东品牌、品质、品商的理念，围绕“市场需求为导向，能力培养为中心”，结合电商运作模式及热点业务群体、整合互动线上线下资源，与院校建立长期合作关系，实现优势互补、资源共享、互惠互利、共同发展。



扫码五折购买



京东大学自2013年2月成立以来，始终以“成就京东基业长青，助力员工事业发展，赋能社会价值共创”为使命。作为京东特色的学习加教育发展平台，兼具内/外部赋能运营能力。

对内聚焦于组织人才能力培养，为京东员工的成长与发展提供学习解决方案。在京东战略发展驱动下，京东大学以能力中心、学习顾问中心及对外业务中心为主导，逐步搭建课程体系，完善机制，沉淀组织经验，萃取业务精华，同步实现外部优质资源的京东化定制。目前已建成包含领导力、通用力、创新赋能、语言学习、B-B五大能力中心，以及AI学院、供应链学院、零售学院、技术学院、金融学院五大专业力学院在内的COE能力发展中心；葡萄酒学院等支撑业务成长的外向型学院也在逐一规划和筹备中。此外，由学习顾问团队（Learning Partner）作为桥梁连接业务一线，统筹各业务体系人才发展和绩效改进需求，共同落实以战略为导向的学习发展项目；建立线上、线下一体化学习管理平台及标准化培训运营规范，通过系统性培养和混合式学习多轨并行的深度运营，为推进京东的人才发展和价值观文化建设提供有力保障；以学习发展助力京东业绩快速增长且保持强劲发展动能。

2017年，京东大学正式成立对外业务中心，整合京东内部各体系资源，汇聚京东各领域精英、行业专家，对外传播分享京东集团在业务、组织、人才、文化等领域的实践经验，面向生态合作伙伴，全面开放学习发展领域多元化生态合作，赋能社会价值共创。

丛书介绍

《“赢在京东”系列电商教程》是由京东大学组织一线业务精英和专家团队出品的电商读物，将不断分享京东发展过程中的优势资源与先进经验，是京东唯一官方认证用书，更是品牌商家、创业者、电子商务从业人员及电子商务师生等的参考读物。

我们将不断总结，与您共同进步。若您有意见或建议，欢迎联系我们：JD-university@jd.com。亦可登录京东大学电商学院学习平台（<https://xueyuan.jd.com/>）进一步了解项目详细情况。

| 本书编委会 |

特邀顾问： 京东集团首席人力资源官兼法律总顾问 隆雨
京东集团首席技术官 张晨
京东物流首席执行官 王振辉
京东集团副总裁 商城平台运营部负责人 韩瑞

总策划： 辛利军 李庆欣

执行策划： 李 辑 沈才樱 施 蕾 郭 静

主 编： 贾子龙 司必成 王 宇

编委会成员： 王 军 唐大鑫 杜 玮 刘 宁 张昊宇 吕文斌 付 赛

特别支持： 宋 旻 王 萌 郭晓博 吴 迪 徐诺娅 刘宇翔 赵 阳 戴经纬
翟学多 章 锐 张满彬 康 晶 杨 馨 张云华 肖海娜 吕斯皎
杨永明 梁哲豪 刘 恒 窦晓男 郑瑜莹 毛 楠 郑战伟 芦 珊
平晓楠 徐 琳 林廷彦 彭 怡 许文浩 崔哲虎 玄刘伟 林佳吉
毛 静 杜 雯 陈 刚 徐晓东 詹海燕 李 潇 王晓东 苏宏振
都洪娟 单福霖 李 琳 方 娜 任又洁 杨 申 陈梦央

京东集团参与部门： 时尚生活事业群居家生活事业部 京东大学 图书文娱业务部

京东集团公关部

在此诚挚感谢所有为此书付出努力的京东同仁（排名不分先后）

· 作者简介 ·



· 贾子龙 ·

京东大学电商学院绿带讲师，京东大学电商学院院校导师，具有3年媒体从业经验和5年电商实操经验。曾服务于大型国企、国家级农业龙头企业，操盘农产品、食品等类目，擅长商业分析、内容营销、品牌推广等，注重方法论层面的研究与落地，善于创新营销思路和定制个性化内容需求。



· 司必成 ·

京东大学电商学院院校导师，京东首届运营高手大赛亚军，中国首届电商讲师大赛全国十强。具有8年电商实战经验，擅长品牌差异化打造，辅导培训九阳集团、老板集团、联想西南公司、日本refa、飞利浦等多个知名品牌京东业务快速提升。



· 王宇 ·

京东大学电商学院绿带讲师，京东大学电商学院院校导师，熟悉家用电器、汽车用品、食品饮料、个护美妆、运动户外等类目。曾担任北京同仁堂、富士康等多家企业电商顾问，擅长营销推广、品牌运营、爆品打造。



· 王军 ·

京东大学电商学院院校导师，曾任京东商城服饰家居事业部钟表部总监、医药健康事业部运营经理等职位。拥有近10年互联网营销及电子商务实战经历，涉及B2B、O2O、B2C领域，擅长“无界零售”下的电商品牌建设、传统企业电商转型、电商营销提升及电商运营突围。



· 唐大鑫 ·

京东大学电商学院蓝带讲师，京东大学电商学院院校导师。有十余年电商及网络营销相关实战经验，曾任电商运营推广销售经理、企业电商及新媒体运营负责人，立志为东北电商发展做出贡献。



· 杜玮 ·

京东大学电商学院讲师，洪海龙腾运营总监。具有6年京东平台实战操作经验，操盘运动户外、乐器类目年销破亿元的TOP1店铺，擅长京东搜索、付费推广、数据分析。曾任联想、施耐德等20多家企业运营顾问。



· 刘宁 ·

京东大学电商学院讲师，程序员型电商操盘手。具备9年电商实战经验，精通京东SEO、京东SEM，及电商团队运维，“蚂蚁三分钟系列”短视频教程创作人，辅导亿级品牌2家，千万级品牌6家。



· 吕文斌 ·

京东大学电商学院院校导师，京东商家学习中心认证金牌讲师，京东大快消事业部铜牌讲师，操盘茗茶、服饰等多个京东TOP店铺，曾服务过强生、花花公子等知名企业。擅长店铺整体运营，包括京东快车、数据诊断、店铺规划、无线端运营等。



· 张昊宇 ·

京东大学电商学院讲师，有着较多不同品类的京东店铺实战经验。擅长爆款打造、京东快车、数据分析，特别是对京东搜索引流钻研已久，有着大量成功的商品搜索布局经验，成功运营京东电器类品牌专营店，3个月销售额突破500万元，帮助户外、3C、家纺等多个类目的店铺大幅度提升销量。



· 付赛 ·

京东大学电商学院认证讲师，具有6年京东平台实战经验，2017年操盘零起步店铺年销售额突破3000万元。长期调研指导基础店铺300多家，擅长平台新商家卖点挖掘、数据分析、内容营销、广告推广。

序言

京东商城历经14年的发展，在互联网零售领域不断深耕并创新商业模式，由高客单价的3C数码、家电起家，通过在图书、居家、时尚、医药、生鲜、食品等品类的拓展，成功转型为中国领先的零售企业和零售基础设施服务商，服务于中国亿万家庭和十几万品牌商，联手腾讯打造全球独有的社交电商新模式。

不忘初心

京东自创立之初就坚持对假冒伪劣商品“零容忍”，倡导“正品行货，品质服务”的理念，其所带来的“鲶鱼效应”，不断刺激同行业中“沙丁鱼”远离曾经的那个舒适区。京东始终在讲不忘初心，在电商市场乱象丛生的年代赢得了口碑和信誉，引领了品质消费的潮流，尤其在近几年品质电商逐渐兴起的过程中持续发力，释放出“品质化、品牌化”所带来的巨大势能。今天的京东通过互联网的手段，一端连接了中国有着高品质消费需求的广大消费者，一端连接了中国具备品质生产制造能力的广大厂商，京东通过自身不懈的努力，让消费者能够买到放心、合格、有品质的商品，让承载着优秀中国文化的制造企业不断壮大，因我们的努力而重新焕发出青春活力。

履行责任

人才缺乏是电商企业发展的切肤之痛，电商行业近几年的爆发增长让这一问题显得尤为突出，因此为满足广大电商企业愈发趋紧的人才需求，以及解决中高等院校电子商务专业在教材和教育实践中遇到的问题，京东大学电商学院面向平台商家及合作伙伴，基于《京东平台运营攻略》和《京东平台数据化运营》，编写了《京东平台店铺运营从入门到精通》一书，以期能全面介绍京东商城周边业务生态，并展示京东店铺“从无到有”的实操流程。

作为B2C电商平台的典型代表，京东正在凭借其日益强大的品牌影响力和超过3亿优质客户的消费力，以其独特的方式和快速的迭代调节着行业整体的运行节奏。正是基于平台如此飞速的发展，我们及时地对此书进行了全面修订。

砥砺前行

“科技引领，正道成功”是京东一直坚守的价值观。

零售业将迎来“第四次零售革命”，零售基础设施的可塑化、智能化和协同化，将推动“无界零售”时代的到来。更多的消费者会直接感知到前沿技术的不断涌现，会直接体验到“机器比你更懂你”“随处随想”“所见所得”；京东将通过技术创新，不断提高供应链绩效和透明度，最大限度地消除上下游之间的信息鸿沟，努力将京东打造成为数字经济和实体经济的创新融合体。更为重要的是，服务于京东体系的功能业务未来会逐渐模块化、市场化，京东将从一体化走向全面开放，京东会将已有的人工智能技术、大数据能力和智慧物流优势及在电商行业积累沉淀的经验知识，充分向合作伙伴、电子商务教育实践等方面开放，实现成本、效率和体验的再次升级，我们会与整个行业一起共同构建未来的零售生态。

“无界零售”的浪潮正在到来，“广阔天地，大有作为”，希望本书能够成为平台商家、合作伙伴的常备工具书，并赋能于未来零售之路上的奋斗者。

京东集团副总裁 商城平台运营部负责人 韩瑞

前言

京东大学电商学院是京东集团为了助力院校向电商行业输送具有岗位实操技能的院校毕业生，而设立的校企合作官方培训部门。通过不断传递京东品牌、品质、品商的理念，围绕“市场需求为导向，能力培养为中心”，结合前沿电商运作模式及热点业务群体、整合互动线上线资源，与院校建立长期合作关系，实现优势互补、资源共享、互惠互利、共同发展。

京东大学电商学院所著《京东平台店铺运营从入门到精通》一书出版之后，深受电商从业人员及爱好者的好评，一度跃居京东商城电商管理类书籍销量榜首。

此次京东大学电商学院再次联合京东商城运营骨干、行业专家、资深讲师，共同修订《京东平台店铺运营从入门到精通》。本次修订既保留了原有的理论基础和实际案例相结合的模式，同时又增加和完善了目前最流行和实用的电商运营知识，让电商学习者们能够与时俱进，学以致用。

本书可以用以下四点来进行概括。

系统全面，简单易懂

本书根据一名实际运营人员操作店铺过程中会涉及的全部内容编写而成，系统全面地从多个维度讲解电商运营知识点，并且围绕京东周边业务生态，如京东金融、京东技术、跨境电商等系统介绍了京东商城开放平台商家运营实战流程及基础技巧，语言通俗易懂，内容翔实清晰，讲干货，求实用，是零基础入门者人手必备的工具书、操作书。

循序渐进，由浅入深

本书在编写内容上，精心设计，循序渐进，包括：平台开店、产品上架、店铺装修、店铺引流、移动端玩法等，即使是基础较弱的电商从业者及院校学生，也能跟随本书的实战步骤，“从入门到精通”，最终成为具备丰富电商知识和技能的运营操盘手。

内容严谨，与时俱进

本书的全部内容是由京东平台官方人员及行业专家反复推敲、精简提炼而成的。既结合了京东平台的最新运营规则、平台玩法，同时又加入了如运营规划、优化策略相关内容，凸显电商运营过程中的严谨态度，另外也增加了京东平台最新的操作流程，以及最新的产品模块，可以让读者快人一步熟悉和掌握这些运营新知识和新技巧。

结合案例，学以致用

本书延续第1版务实落地的风格，讲究理论与案例相结合，并辅以小贴士（Tips），着重提醒难点和易错点，采用大量的真实店铺运营案例作为参考，让读者在最快的时间消理解知识点，快速应用到自身的电商运营实践中。

如果你是一名正准备入驻京东平台的企业运营人员，想快速了解京东平台的规则和玩法，正式踏入电商运营的行列；如果你在京东店铺运营过程中遇到了难题，百思不得其解；如果你已经成为京东的合作商家，想了解最新的平台信息，学习更多新鲜玩法，那么不妨通览此书，在这里一定能找到你想要的答案。

京东大学电商学院

读者服务

轻松注册成为博文视点社区用户（www.broadview.com.cn），扫码直达本书页面。

- **提交勘误：**您对书中内容的修改意见可在提交勘误处提交，若被采纳，将获赠博文视点社区积分（在您购买电子书时，积分可用来抵扣相应金额）。
- **交流互动：**在页面下方读者评论处留下您的疑问或观点，与我们和其他读者一同学习交流。

页面入口：<http://www.broadview.com.cn/34192>



目 录

第 1 章 京东平台介绍 / 1

- 1.1 致力于成为为社会创造最大价值的企业 / 1
- 1.2 全面布局三大业务板块 / 2
 - 1.2.1 电商板块 / 2
 - 1.2.2 京东金融 / 3
 - 1.2.3 京东物流体系 / 4
- 1.3 京东技术 / 5

第 2 章 在京东平台开店 / 6

- 2.1 入驻前准备 / 6
 - 2.1.1 团队架构 / 6
 - 2.1.2 店铺类型 / 8
- 2.2 开店入驻 / 9
 - 2.2.1 开店入驻流程 / 9
 - 2.2.2 完成开店任务 / 18
 - 2.2.3 店铺运营规则 / 22

第 3 章 商品上架前的准备 / 24

- 3.1 商家后台概况 / 24
- 3.2 行业数据分析 / 25
 - 3.2.1 类目销售概况 / 25
 - 3.2.2 商品属性分析 / 26
- 3.3 商品分析与规划 / 28
 - 3.3.1 竞品分析 / 28
 - 3.3.2 搭建店铺的商品结构 / 30
 - 3.3.3 商品定价方法 / 31

3.4 商品详情页策划 / 34

- 3.4.1 挖掘卖点 / 34
- 3.4.2 商品详情页制作逻辑 / 37

3.5 商品拍照 / 38

- 3.5.1 商品图片要求 / 39
- 3.5.2 拍照方式 / 39
- 3.5.3 拍照要点 / 40
- 3.5.4 创意拍摄 / 42

3.6 仓储物流设置 / 43

- 3.6.1 京东仓储介绍 / 43
- 3.6.2 快递选择 / 49
- 3.6.3 物流成本核算 / 52
- 3.6.4 物流公司管理 / 53
- 3.6.5 发货地址管理 / 54
- 3.6.6 设置快递单模板 / 54
- 3.6.7 承诺时效配送 / 55
- 3.6.8 发票信息设置 / 57

3.7 运费模板设置 / 57

- 3.7.1 单品运费设置 / 58
- 3.7.2 店铺运费设置 / 60
- 3.7.3 店铺运费与单品运费同时生效 / 61

第 4 章 商品上架 / 63

4.1 商品上传步骤 / 63

- 4.1.1 选择类目 / 63
- 4.1.2 编辑基本内容 / 65
- 4.1.3 维护商品 / 66
- 4.1.4 设置功能 / 物流 / 67
- 4.1.5 其他商品信息维护 / 69

4.2 营销工具 / 70

4.2.1 促销活动 / 70

4.2.2 卡券活动 / 76

4.2.3 促销应用工具 / 76

4.2.4 京豆平台 / 79

4.2.5 互动营销 / 79

第5章 店铺装修 / 83

5.1 店铺装修的重要性 / 83

5.2 综合管理 / 84

5.2.1 图片管理 / 85

5.2.2 店铺分类管理 / 86

5.3 PC 端店铺装修 / 87

5.3.1 店铺首页 / 87

5.3.2 商品列表页 / 91

5.3.3 店铺简介页 / 92

5.3.4 店内搜索结果页 / 93

5.3.5 自定义页面 / 93

5.3.6 商品详情页 / 95

5.3.7 店铺信息设置 / 96

5.3.8 模板中心 / 97

5.3.9 店铺备份 / 97

5.3.10 个性化首页 / 98

5.3.11 装修分析 / 100

5.4 移动端店铺装修 / 100

5.4.1 移动端装修的重要性 / 100

5.4.2 移动端装修后台与操作 / 101

5.5 Jshop 活动装修 / 107

5.6 京东装吧 / 116

5.6.1 装吧的重要性 / 116

5.6.2 使用装吧装修 PC 端页面 / 120

5.6.3 移动端编辑功能 / 124

第6章 店铺引流 / 128

6.1 流量构成 / 128

6.1.1 自主访问流量 / 131

6.1.2 京东免费流量 / 134

6.1.3 京东付费流量 / 141

6.1.4 站外流量 / 142

6.2 免费流量 / 143

6.2.1 京东搜索原理 / 143

6.2.2 商品搜索 / 144

6.2.3 店铺搜索 / 156

6.2.4 活动搜索 / 158

6.2.5 促销搜索 / 161

6.3 付费流量 / 163

6.3.1 京东快车 / 166

6.3.2 品牌聚效 / 183

6.3.3 品牌展位 / 186

6.3.4 京挑客 / 187

6.3.5 京东直投 / 196

6.3.6 京东无线通 / 206

6.4 活动引流 / 212

6.4.1 了解京东活动 / 212

6.4.2 提报京东活动 / 215

6.4.3 “玩赚”京东活动 / 220

第7章 京东移动端 / 227

7.1 移动端的现状与趋势 / 227

7.2 京东移动端各入口介绍 / 230

7.2.1 京东 APP 端 / 230

7.2.2 京东微信端 / 235

7.2.3 手机 QQ 端 / 241

7.2.4 京东 M 端 / 243

7.3 移动端运营玩法 / 244

7.3.1 内容玩法 / 244

7.3.2 移动端互动玩法 / 249

7.3.3 京东直播 / 268

7.3.4 视频购 / 273

第8章 订单处理 / 276

8.1 售前 / 276

8.1.1 工具使用 / 276

8.1.2 账号管理 / 277

8.1.3 快捷回复 / 279

8.1.4 客服规则 / 280

8.2 售中 / 281

8.2.1 客服接待注意事项 / 281

8.2.2 客服接待技巧 / 282

8.2.3 订单出库 / 284

8.2.4 发货时效及平台规则 / 285

8.2.5 发票及赠品纠纷处理 / 286

8.3 售后处理 / 287

8.3.1 物流问题处理 / 287

8.3.2 纠纷单处理 / 288

8.3.3 售后退换货处理 / 290

8.3.4 商品评价管理 / 291

8.4 店铺数据监控 / 295

8.4.1 店铺服务监控 / 295

8.4.2 咚咚管家数据监控 / 296

第9章 数据分析——京东商智 / 298

9.1 数据分析常用的6个模块 / 298

9.1 首页 / 298

9.1.1 实时指标 / 298

9.1.2 核心指标 / 299

9.1.3 流量分析 / 300

9.1.4 商品分析 / 301

9.1.5 交易分析 / 301

9.1.6 行业分析 / 302

9.2 实时洞察 / 303

9.2.1 实时概况 / 303

9.2.2 实时看板 / 304

9.2.3 实时榜单 / 305

9.2.4 实时来源 / 306

9.2.5 实时访客 / 307

9.2.6 单品监控 / 308

9.3 经营分析 / 309

9.3.1 流量分析 / 309

9.3.2 商品分析 / 315

9.3.3 交易分析 / 317

9.3.4 客户分析 / 321

9.3.5 服务分析 / 325

9.3.6 供应链分析 / 327

9.4 行业分析 / 330

- 9.4.1 市场行情 / 330
- 9.4.2 行业关键词 / 333
- 9.4.3 品牌分析 / 335
- 9.4.4 属性分析 / 336

9.5 主题分析 / 337

- 9.5.1 搜索分析 / 337
- 9.5.2 爆款孵化 / 339
- 9.5.3 单品分析 / 340
- 9.5.4 体检中心 / 343
- 9.5.5 热力图 / 345

9.6 揽客计划 / 347

- 9.6.1 购物车营销 / 347
- 9.6.2 客户营销 / 349

第 10 章 会员营销管理 / 358

10.1 认识“会员” / 358

- 10.1.1 认识会员 / 358
- 10.1.2 会员体系的建立 / 359

10.2 发展“关系” / 364

- 10.2.1 前端客服接待 / 364
- 10.2.2 交易过程中的价值传递 / 365
- 10.2.3 售后服务跟进 / 367

10.3 营销“管理” / 369

- 10.3.1 常见的客户营销方式 / 369
- 10.3.2 常见的客户营销渠道 / 373
- 10.3.3 会员营销活动策划 / 378

10.4 京东用户营销介绍 / 379

10.4.1 用户概览 / 379

10.4.2 用户管理 / 381

10.4.3 用户营销 / 387

10.4.4 用户积分 / 394

第 11 章 店铺运营年度规划 / 397

11.1 店铺运营工作规划的意义 / 397

11.2 店铺年度销售额目标分解 / 398

11.2.1 行业数据分析 / 398

11.2.2 销售额目标分解 / 400

11.3 店铺年度推广费用预算及分解 / 404

11.4 全年运营工作规划总表 / 405

11.5 店铺年度活动规划 / 406

11.5.1 年度活动规划维度 / 406

11.5.2 年度活动规划示例 / 406

附录 A 京东商家问题反馈官方联系方式汇总 / 408

第 1 章

京东平台介绍

京东于 2004 年正式涉足电商领域。2016 年，京东集团市场交易额达到 9392 亿元。京东是中国收入规模最大的互联网企业。2017 年 7 月，京东再次入榜《财富》全球 500 强，位列第 261 位，成为排名最高的中国互联网企业，在全球仅次于亚马逊和 Alphabet，位列互联网企业第 3 位。

2014 年 5 月，京东集团在美国纳斯达克证券交易所正式挂牌上市，是中国第一个成功赴美上市的大型综合型电商平台。2015 年 7 月，京东凭借高成长性入选纳斯达克 100 指数和纳斯达克 100 平均加权指数。

1.1 致力于成为为社会创造最大价值的企业

京东致力于成为一家为社会创造最大价值的公司。经过 13 年的砥砺前行，京东在商业领域一次又一次突破创新，取得了跨越式发展。与此同时，京东不忘初心，积极履行企业社会责任，在促进就业、提升社会效率、反哺实体经济等方面不断为社会做出贡献。

截至本书定稿时，京东集团拥有超过 12 万名正式员工，并间接拉动众包配送员、乡村推广员、中小企业职员等就业人数近 400 万。2016 年始，京东全面推进落实电商精准扶贫工作，通过品牌品质、自营直采、地方特产、众筹扶贫等模式，在 832 个国家级贫困县扩展合作商家超过 6000 家，上线贫困地区商品近 300 万个，实现扶贫农产品销售额近 200 亿元。

依托强大的物流基础设施网络和供应链整合能力，京东大幅提升了行业运营效率，降低了社会成本。在品质电商的理念下，京东优化电商模式，精耕细作反哺实体经济，进一步助力供给侧结构性改革。京东以社会和环境为抓手，整合内外资源，与政府、媒体和公益组织协同创新，为用户、为合作伙伴、为员工、为环境、为社会创造共享价值。

1.2 全面布局三大业务板块

京东集团业务涉及电商、金融和物流三大板块。

电商板块通过内容丰富、人性化的网站与移动客户端，以富有竞争力的价格，提供品质卓越的商品和服务，并以快速可靠的方式送达消费者，为用户提供最佳的在线购物体验。

京东金融集团定位金融科技公司，坚持数据、用户、连接为三大关键点。遵从金融本质，以风险管理、风险定价能力建设为战略第一位。以数据为基础，以技术为手段，致力提升金融服务效率，降低金融服务成本，提高金融机构收入。

京东物流子集团以更好地向全社会输出京东物流的专业能力，帮助产业链上下游的合作伙伴降低供应链成本、提升流通效率，共同打造极致的客户体验。

1.2.1 电商板块

1. 京东商城

京东商城目前已成长为中国领先的自营式电商企业。京东商城致力于为消费者提供愉悦的在线购物体验，自2004年成立以来，京东坚持“正品行货”的理念，对假货零容忍；采取六大品质控制措施，保证正品，品牌直供，从源头杜绝假货。京东通过内容丰富、人性化的网站（www.jd.com）和移动客户端、微信、手机QQ入口，为消费者提供卓越的用户体验。

京东商城致力于打造一站式综合购物平台，服务中国家庭，其3C事业部、家电事业部、消费品事业部、居家生活事业部、时尚事业部、生鲜事业部和新通路事业部7大部门领航发力，覆盖用户多元需求。同时，京东商城还为第三方卖家提供在线销售平台和物流等一系列增值服务。

在传统优势品类上，京东已成为中国最大的手机、数码、电脑零售商，超过其他任何一家平台线上线下的销售总和。京东已成为中国线上线下最大的家电零售商，占据国内家电网购市场份额的62%。京东超市力争在2019年前成为国内线上、线下商超领域绝对的销售额第一、市场份额第一、消费者满意度第一。

京东服饰是京东平台上最大且增速最快的品类，在新用户最常购买的品类中，大服饰占据40%以上，成拉新能力最强的核心品类。京东家居家装是中国品质家居生活首选平台，合作商家突破2.5万家，计划五年内成为国内线上线下最大的家居家装零售渠道。

2016年京东商城积极布局生鲜业务，致力于成为中国消费者安全放心的品质生鲜首选电商平台，目前已在240个城市实现自营生鲜产品次日达。新通路重释渠道价值，为全国中小门店提供正品行货；为品牌商打造透明、可控、高效的新通路，未来五年将打造百万家线下智慧门店——京东便利店。

2. 京东到家

2016年4月，京东集团旗下O2O子公司“京东到家”与中国领先的众包物流平台“达达”合并，成立新达达。截至2017年1月31日，新达达已经同68家沃尔玛超市和139家