

京东商城经营现状分析

一、京东商城及经营状况

京东商城是中国 B2C 市场较大的 3C 网购专业平台，是中国电子商务领域受消费者欢迎和具有影响力的电子商务网站之一。京东商城目前拥有遍及全国各地 1500 万注册用户，1200 家供应商，在线销售家电、数码通讯、电脑、家居百货、服装服饰、母婴、图书、食品等 11 大类数万个品牌 30 余万种优质商品，日订单处理量超过 12 万单，网站日均 PV 超过 3500 万。京东商城已占据中国网络零售市场份额 35.6%，连续 10 个季度蝉联行业头名。2010 年销售额达 102 亿圆，京东商城作为中国 B2C 行业的代表，我们来看看它的现状分析。

2003 年的时候，在非典没有来临的时候，刻录机在短短的时间降了 80000 块钱，京东商城老板刘强东是基于宁愿公司倒闭，也不能任何员工因为工作而感染非典，我们所有的店都关闭，所有员工回家。我们发现了一个 CBS 的网站，论坛的总版主是连续三年买了最好的碟片、最好的刻录机，对我们很了解，他非常信任我们。正是因这个版主了一句话，“这是中关村唯一一个不用担心买到假货的公司”，跟贴之后，我们当天接到十几个单子。同时，在一周之内获得了 36 个用户。正是因为京东公司实体店过去六年的渠道长期的积累，不卖假货。到今年为止，这 36 个用户没有一个流失。也正是因为积累了 36 个没有走的用户，通过他们的口碑相传，告诉自己的亲

戚、朋友，因为是口碑介绍，介绍过来的用户又没有走，就这样一点一点点的打开

了京东商城最初的积累。

两年前，在互联网上第一次大规模的卖家用电器，京东相关的友商开通了服务，也是有无数的人说我疯了，用户、投资人都说我疯了。我们实现了 78% 的订单由我们配送，在 44 个城市开始了自己的配送队伍，销售额占到了 78%。现实中用户看了产品之后，讨价还价，付钱，然后回家，这一点跟互联网上没有什么区别。我们依然可以选一个好的页面，然后给用户送到家里。我们的销售数字也达到了预期，比如空调有将近 3 万套，6 月最差的时候也做了 1 万多台。

二、京东商城在经营中的问题

1、同类产品，没有价格排序、售出量排序功能。

2、商品种类不够齐全，不能满足客户需求。很多顾客往往希望一次性把所有的东西都买齐，以节省运输费用和减少购物麻烦。这样的缺点，使得京东流失了很多潜在的购买力。

3、没有即时的聊天工具，客户不能及时和客服交流，顾客只能通过留言来向京东反映自己的需求，但是留言的方式存在一个时间差，不利于有效的沟通。

4、不少时候客服电话基本属于打不通状态，消费者很难及时反映自己遇到的问题或者需求。而京东的送货效率也让很多顾客不满意，

不仅速度慢，工作人员的素质有待提高，部分商品的包装也存在一定的缺陷。

5、售后服务方面，京东也有不足的地方，很多顾客购买的商品在相应的厂商售后部门却得不到应有的售后服务支持，返修给京东，效果也令很多顾客不满意。

三、京东商城改进措施

1. 网站设计的功能不全，如同类商品没有可供顾客选择的排序方式，也缺乏同类商品销售排行榜等电子商务网站常有的功能。对此，我们建议京东商城在其网站上增加更多的排序功能，帮助消费者找到符合自己要求的商品。

2. 京东商城的商品种类还有限，有时许多商品的选项栏里，只有几项可供顾客选择。因此，京东需要根据顾客的需求，尽可能多的为增加自己的商品供应种类，以满足顾客的需求。

3. 顾客需要和销售方对有些问题进行即使沟通，虽然京东有服务电话，但是网购的顾客更希望有网络即时通讯工具。建议京都在自己的网站上增加可以与顾客即使沟通的工具，可以采用 QQ、MSN、阿里旺旺或者自己研发一款工具。

4. 京东的人气很高，因此服务热线也很拥挤，在有些时段，服务电话很难打通，造成了很多顾客的问题无法得到反映和解决。京东可

以租用更多的呼叫中心资源，或者自己加强服务热线的硬件设施。让更多的顾客的意见或者问题可以得到及时响应。

5. 很多在京都购物的顾客都反应，自己买的商品存在不少的售后服务问题，厂商的售后部门不提供服务，或是把东西返回到京东售后部门修理也得不到满意的效果等。前者是京东商城和厂商的沟通和相关协议问题，京东应和厂商建立更好的合作，同时完善自己的售后服务中心，为顾客提供更好的售后服务。

四、总结

京东商城的使命是让购物变得简单、快乐，它所倡导的 B2C 网络购物现已成为人们主要的购物方式之一，而移动购物也正蓬勃发展。相信在不久的将来，中国将迎来真正的移动互联网时代，也将迎来基于此的移动购物时代，这是大势所趋。