

京东商城站点分析

组员： XXX
XXX
XXX

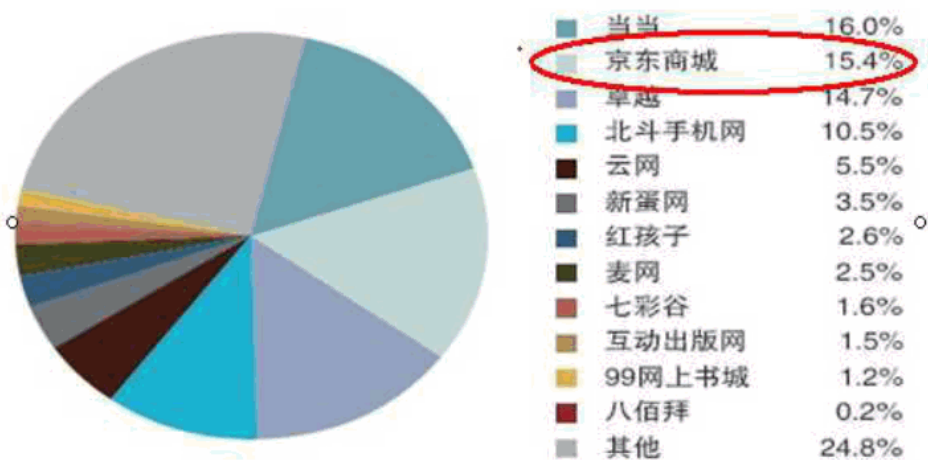
目录

- 京东商城发展历史
- 经营范围
- 板块布局
- 商业模式
- 检索查询
- 商业流程：
- 分类检索：
- 在线订货系统：
- 支付系统：
- 用户注册登录系统
- 用户登录系统
- 用户管理系统
- 售后服务：
- 服务指南：
- 京东商城的产品策略
- 广告方面
- 京东商城发展概况
- 公共关系
- 网站的建设
- **B2C**的优势
- 知名度方面
- 以往购物经验
- 客户线上交易
- 物流配送
- 商品的丰富性



京东商城发展概况（08、07）

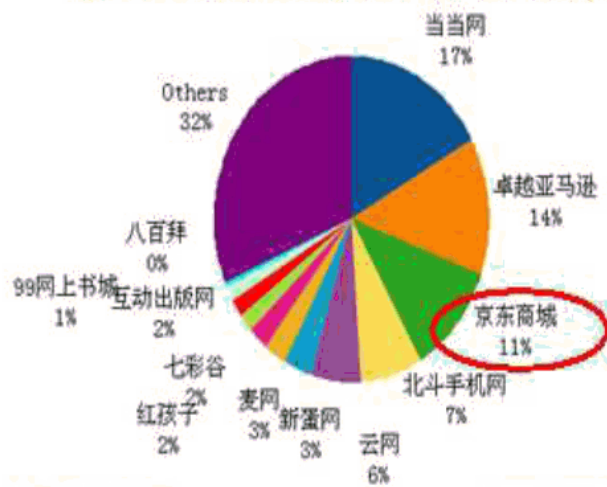
2008年第一季度中国B2C市场厂商销售市场份额



数据来源：易观国际2008

07年的销售份额占总的11%

2007年第4季度中国B2C网上零售市场厂商销售份额



来源：易观国际2008

www.analysys.com.cn

■ **实体店经营**建立时间是1998年6月18号

关键词： 电子商务领域 物流配送网络 四大物流平台


■ **描述：**


京东商城自2004年初涉足电子商务领域以来，专注于该领域的长足发展，先后组建了上海及广州全资子公司，富有战略远见地将**华北、华东和华南**三点连成一线，使全国大部分地区都覆盖在360buy京东商城的物流配送网络之下；根据战略规划，360buy京东商城将组建以**北京、上海、广州和成都**为中心的四大物流平台，以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务，进一步深化和拓展公司的业务空间。

■ **关键词：** 最大**3C**网购 突破**10**亿元 三大物流体系

■ **描述：** 作为中国**B2C**市场最大的**3C**网购专业平台，360buy京东商城无论在访问量、点击率、销售量以及业内知名度和影响力上，都在国内**3C**网购平台中**首屈一指**。预计2007年360buy京东商城销售额将超过3亿元人民币，而在2008年北京奥运会到来之际，360buy京东商城的销售额有望**突破10亿元人民币**。

■ 2007年7月 京东建成**北京、上海、广州**三大物流体系，总物流面积超过5万平方米。

 **关键词：** 2100万美元 联合注资 最受欢迎 最具影响力之一

 **描述：** 2009年1月 京东商城获得来自今日资本、雄牛资本以及亚洲著名投资银行家梁伯韬先生的私人公司共计**2100万美元的联合注资**。也是2008年金融危机爆发以来，中国电子商务企业获得的第一笔融资。现在**360buy**京东商城（www.360buy.com）是中国**B2C**市场最大的**3C**网购专业平台，是中国电子商务领域最受消费者欢迎和最具影响力的电子商务网站之一

经营范围

■ 主要分为：



家用电器



手机数码



电脑产品



日用百货



板块布局



■ 最上面是logo，它的右边是导航。

■ 导航下面是热门搜索还有商品分类等。

■ 整个网页右边是分别下来是：东京快报 热卖新品等

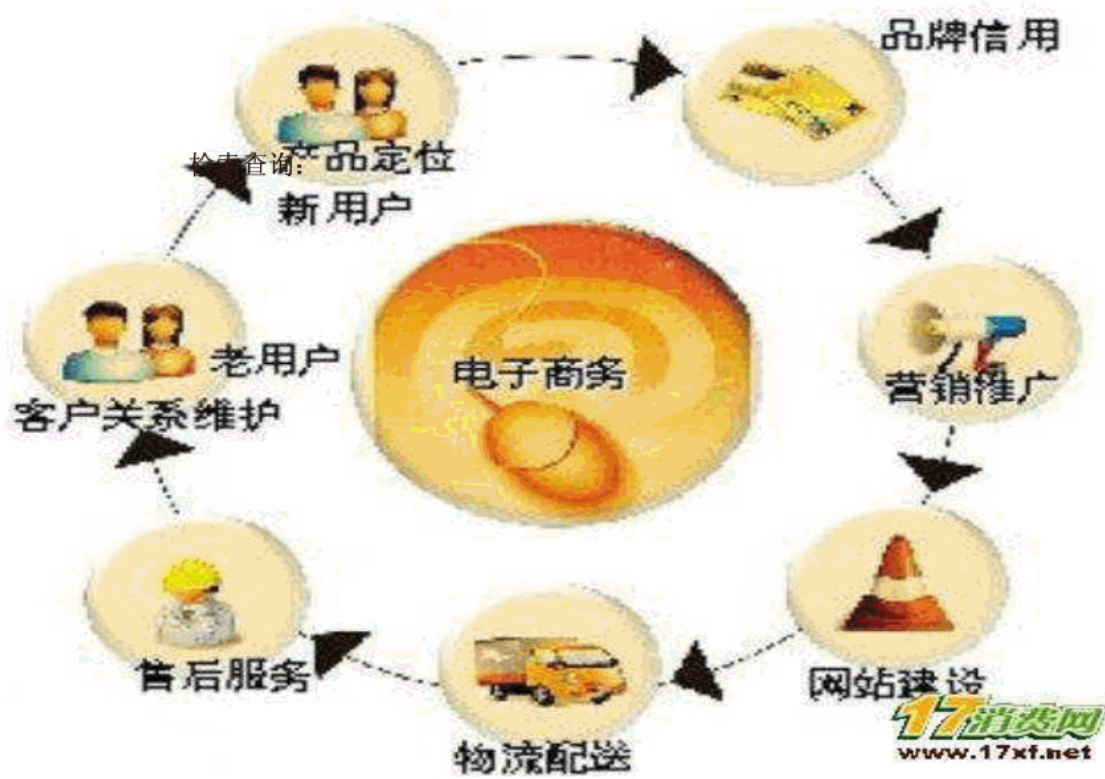
■ 中间主要分为：特价区 新品区 抢购区



商业模式

- 1,京东商城的服务理念：**以人为本**
- 描述：全程为个人用户和企业用户提供人性化的“**亲情360**”全方位服务，努力为用户创造**亲切、轻松和愉悦**的购物环境；
- 2,商品种类丰富；
- 不断丰富产品结构，以期最大化地满足消费者日趋多样的购物需求。
- 3,更具**竞争力的价格和完善的物流配送体系**等各项优势，赢得市场占有率多年稳居行业首位的骄人成绩。
- 4,发展理念：**先人后企**，
- 经营理念：**合作、诚信、交友**；
- 5,发展战略：坚持以“**产品、价格、服务**”为中心。
- 6,三大核心竞争力：**信息系统、产品操作和物流技术**，
- 7.最大化为发展目标：**服务、创新和消费者价值**
- 高毛利率对零售业没有意义，微利是京东立足的根本**

商业流程



检索查询：



分类检索:

商品分类

全部分类

家用电器

大家电 - 洗衣机 平板电视... >

生活电器 - 吸尘器 电熨斗... >

厨房电器

个人护理 - 剃须刀 电吹风... >

汽车用品 - GPS导航 汽车护理 >

手机数码

手机通讯 - GSM手机 对讲机 >

手机配件 - 手机电池 手机蓝牙 >

数码影像 - 便携相机 单反相机 >

数码配件 - 存储卡 电池/充 >

时尚影音 - MP3/MP4 音箱 >

美的 Midea



疯狂抢购

- 电饭煲
- 燃气灶
- 电压力锅
- 榨汁/搅拌机
- 电水壶
- 微波炉
- 多用途锅
- 洗碗机
- 果蔬解毒机
- 酸奶机
- 电磁炉
- 吸油烟机
- 电饼铛
- 豆浆机
- 咖啡机
- 电烤箱
- 消毒柜
- 面包机
- 煮蛋器
- 其它厨房电器

电脑产品

电脑整机

核心配件 - CPU 硬盘... >

外设产品 - 显示器 鼠标... >

办公设备 - 打印机 一体机... >

网络产品 - 路由器 网卡... >

电脑软件 - 京东服务 系统软件 >

办公耗材 - 墨盒 刻录碟片... >

日用百货

家居用品 - 床单件套 床笠件套 >

服装鞋帽 - 运动服装 运动鞋... >

在线订货系统:

苹果 (APPLE) iPod nano 五代 8G MP3播放器 (银色)



市场价: ¥1,198.00 商品编号: 177289

京东价: **¥1059.00** (降价通知)

各地库存: 北京仓现货 上海仓现货 广州仓现货

商品评分: ★★★★★ (已有8人评价)

选择颜色:



已选择“银色”

添加到购物车

信用卡分期付款

收藏此商品

查询配送方式、运费及送达时间^新!



商品已成功加入购物车!

[继续购物](#)

去购物车结算



购买延保服务 - 保修时间更长、保修范围更广、多项意外保障! [查看保修范围](#)

延保通 MP3/MP4/GPS 保修二年 特有多项意外保障, 仅需¥153.00

+ 加入购物车

支付系统：

支付方式

- ▶ 货到付款 **UP!**
- ▶ 在线支付
- ▶ 银行转账
- ▶ 邮局汇款
- ▶ 公司转账
- ▶ 分期付款
- ▶ 发票制度

京东商城各地分公司：

北京 上海 广州 天津 苏州
杭州 无锡 南京 济南 青岛
厦门 武汉 成都 深圳 西安
宁波 东莞 沈阳 福州 重庆
温州 长沙 宿迁 哈尔滨

以上城市全部提供上门自提、货到付款、POS机刷卡和售后上门服务。

我挑选的商品

商品编号	商品名称	京东价	返现	赠送积分	商品数量	删除商品
177289	苹果 (APPLE) iPod nano 五代 8G MP3播放器 (银色)	¥1,059.00	¥0.00	0	<input type="text" value="1"/>	删除
161741	延保通 MP3/MP4/GPS 保修二年 特有多项意外保障	¥153.00	¥0.00	0	<input type="text" value="1"/>	删除

重量合计: 0.36kg 原始金额: ¥1,212.00元 - 返现: ¥0.00元
商品总金额(不含运费) **¥1,212.00元**

[寄存购物车](#) [清空购物车](#) [换单商品](#)[返回首页](#)[继续购物](#)[去结算](#)

填写核对订单信息

收货人信息 [关闭] [管理收货人地址]

*收货人姓名:

省 份: 注:标“”的为支持货到付款的地区, [查看货到付款地区](#)

*地 址:

邮政编码: 有助于快速确定送货地址

固定电话: 如: 010-12345678, 固话与手机至少填写一项

手机号码: 填写手机号便于接收发货通知短信及送货前确认

电子邮件: 用来接收订单提醒邮件, 便于您及时了解订单状态

[保存收货人信息](#)

支付及配送方式 [\[关闭\]](#)

由于您更改了收货人信息，请重新填写支付方式和配送方式！

支付方式

- ☐ 货到付款
☒ 在线支付

备注

当面付款后验货，支持现金、POS机刷卡、支票支付 [查看运费及配送范围](#)
即时到账，支持绝大多数银行借记卡及部分银行信用卡 [查看银行及限额](#)

支持以下银行在线支付：



支持以下支付平台：



- ☐ 来京东自提
☐ 银行卡转账
☐ 公司转账

当面付款后验货，支持现金、POS机刷卡、支票支付 [查看自提点地址](#)
转账后1-5个工作日内到账 [查看帐户信息](#)
转账后1-5个工作日内到账 [查看帐户信息](#)

配送方式

- ☒ 京东快递

运费

1-2天

备注

0.00元 (免运费) 由京东公司负责配送，速度很快，还接受上门刷卡付款服务。

是否送货前电话确认：☐ 是 ☒ 否

保存支付方式及配送方式

发票信息 [\[修改\]](#)

发票类型：普通发票
发票抬头：个人
发票内容：明细

订单备注 [\[修改\]](#)

商品清单

[返回购物车](#)

商品编号	商品名称	京东价	退现	赠送积分	库存状态	商品数量
177280	苹果 (APPLE) iPod nano 五代 8G MP3播放器 (银色)	¥1,059.00	¥0.00	0	北京现货	1
101741	延保通 MP3/MP4/GPS 保修二年 特有多项意外保障 (1001-1500)	¥153.00	¥0.00	0	-	1

结算信息

商品金额：1212.00元 + 运费：0.00元 - 优惠券：0.00元 - 礼品卡：0.00元 - 返现：0.00元

() 使用优惠券抵的部分金额

() 使用京东礼品卡

应付总额：¥1,212.00

提交订单

物流配送

配送方式

- ▶ 上门自提 (UP!)
- ▶ 快递运输
- ▶ 邮局普包
- ▶ 特快专递 (EMS)
- ▶ 中铁快运

以上门自提为例：

自提流程：



用户注册登录系统

京东商城
360buy.com/help/flow.aspx

京东商城！您想继续购物之旅？[\[请登录\]](#)，您是新用户？

1 [\[免费注册\]](#)

首 页

家用电器

手机数码

电脑产品

日用百货

注册

您是新用户？请您注册

2

用户名：

4-20位字符，可由中英文、数字及“_”、“-”组成

设置密码：

4-16位字符，可由英文、数字及“_”、“-”组成

再次输入密码：

邮 箱：

请填写邮箱，便于接收促销活动信息

验证码：

9 e 0 3 5

3

☒ 我已阅读并同意 [《京东商城用户协议》](#)

注 册

会员注册

用户登录系统

登录

继续您的京东购物之旅

用户名:

密 码:

验证码:



☐ 记住用户名



用户管理系统:

首页 > 我的京东

我的京东

交易管理

- ▶ 订单中心
- ▶ 在线支付
- ▶ 交易记录
- ▶ 我的退换
- ▶ 产品评价

服务中心

- ▶ 购买咨询
- ▶ 退款申请
- ▶ 我的投诉
- ▶ 我的返修
- ▶ 价格保护
- ▶ 我的举报

个人应用管理

- ▶ 短消息
- ▶ 收藏夹
- ▶ 地址管理

您好, jingdongww, 欢迎您回来!

您上一次登录时间: 2009-11-9 22:24:02

您当前的级别: **注册用户**

消费成功后自动升级为银牌会员

帐户积分: **0**

完成订单: **0**

帐户余额: **¥0.00元**

一年内消费额: **¥0.00元**

总消费额: **¥0.00元**

消息提示: **1**条公告 **0**条未读短消息 **0**个投诉回复 **0**个待处理订单

订单列表

订单编号	下单时间	收货人	支付方式	订单状态	操作
更多订单>>					

也许您会对下列商品感兴趣



罗技 (Logitech) 快看畅想版
DV0 无驱摄像头
京东价: **¥86.00**

金士顿 (Kingston) 2G PC (DDR2)
内存条
京东价: **¥58.00**

酷冷至尊 (CoolerMaster) 寒
龙52188笔记本散热器 (NEL-52
18-GP)
京东价: **¥55.00**

松下 (Panasonic) 电吹风EH524
6
京东价: **¥46.00**

九阳 金豆系列豆浆机 JYDZ-
23
京东价: **¥299.00**

漫步者 (Edifier) R101T06多
媒体音箱 (黑色)
京东价: **¥135.00**

京东快报

- 关于“商务部联合京东开展网络购
- 京东送暖第一波!
- 京东携手移动手机上网享实惠!
- 京东感恩回报第二波!
- 2009年限量纪念礼品促销!
- 给你一“被”子的爱!
- 我的京东积分兑换平台上线咯!
- 京东感恩回报专场第一波!
- IT盛典, 低价最抢眼!
- 名品手表买赠专场!

更多>>

会员帮助

- 会员级别说明
- 会员积分说明
- 优惠券使用说明

常见问题

- 快速运输区域和运费是多少?
- 如何进行在线支付?
- 如何得到和使用京东优惠券?
- 对售出的商品进行保修吗?
- 买商品后如何获得发票?
- 什么是商品价格保护?

个人信息管理

- ▶ 个人资料
- ▶ 修改密码
- ▶ 我的级别
- ▶ 我的积分 (0分)
- ▶ 优惠券/礼品卡

售后服务：

售后服务

- ▶ 退换货政策
- ▶ 退换货流程
- ▶ 价格保护
- ▶ 退款说明

以退换货政策为例：

退换货流程：

京东商城为您提供了在线受理退换货的服务，您只需要登录您的个人帐户，在“我的返修”页面中在线提交申请信息即可。

1. 上门取件方式的退货流程：



2. 上门取件方式的保修换货流程：



3. 上门换新流程：



4. 邮寄方式的退货流程：



服务指南：



购物指南

- 购物流程
- 会员介绍
- 订单状态
- 常见问题
- 大家电
- 联系客服



配送方式

- 上门自提
- 快递运输
- 特快专递(EMS)



支付方式

- 货到付款
- 在线支付
- 银行转账
- 分期付款
- 邮局汇款
- 公司转账



售后服务

- 退换货政策
- 退换货流程
- 价格保护
- 退款说明



特色服务

- 商品拍卖
- DIT装机
- 延保服务
- 上门服务
- 积分兑换
- 京东礼品卡

[关于我们](#) | [联系我们](#) | [广告服务](#) | [人才招聘](#) | [京东社区](#) | [商品评价](#) | [友情链接](#)

北京市公安局海淀分局备案编号：1101081681 京ICP证070359号



京东商城的产品策略

- ❖ 是专业的数码网上购物商城,产品包括数码、家电、手机、电脑配件、网络产品等数万种商品直销。
- ❖ 除了以“**低价**”为长期优势外,**更重要的是严选精可见,多样化,专业化**是京东目前主打的产品策略。

广告方面

- ❖ 以网络营销配合户外广告扩大知名度提升企业品牌形象增加网站流量达到吸引客户购买。
- ❖ 如购买北京668路公交车体户外广告可以在北京站及国贸周边产生巨大的传播效应，但因其线路有接近50%路程使行驶在京通快速。
- ❖ 广告使其达到了有价值目标精准投放。

促销方面

- ❖ 在促销方面用的是随意性、实效性，没有形成独特的主题促销行为，只是简单的做出国庆节专场等促销。
- ❖ 如在促销方面的“各项专场”促销、“月黑风高”等促销活动确实赚足了现有客户及潜在客户眼球，也提高了商城的部分销量。
- ❖ 做父亲节专场促销、母亲节专场促销、学生专场促销，使客户形成习惯性消费达到促销与稳定客户忠诚。

公共关系

- ❖ 2007年京东商城宣布与支付宝、财付通正式达成战略合作，集成支付宝、财付通为在线支付渠道。
- ❖ 通过支付宝、财付通账户进行网上付款，更加便捷地完成购物环节，促进京东商城的用户量和销售量的大幅提升。
- ❖ 京东在新闻发布会、展会、论坛等相关组织的公共关系方面也进行了相关的活动。

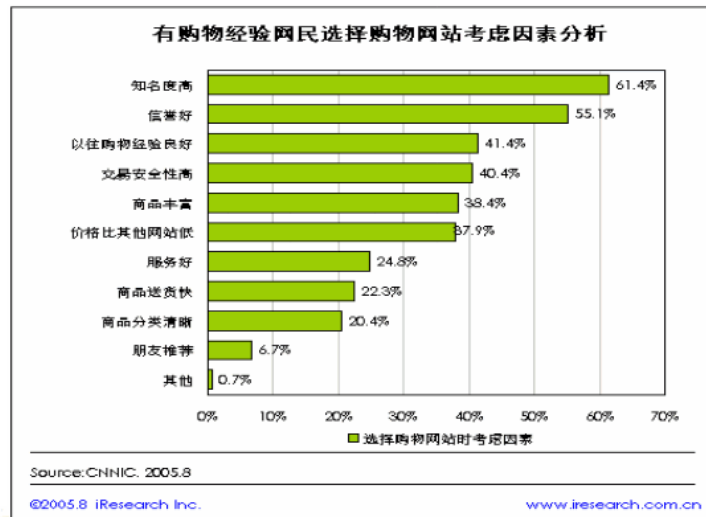
网站的建设

- ❖ 网站的内容化发展将是网站发展的大趋势，京东论坛的单一性与专业购物论坛相距甚远，没有形成完整的营销传播链，与网站论坛内容来带动流量的趋势有一定距离。
- ❖ 京东获得风险投资后的发展使京东成为行业最具影响力的电子商务网站。京东网络整合营销传播已经形成了系统有效的传播策略。

B2C的优势

- ❖ 商家的知名度、信誉、以往购物经验和交易的安全性、商品的丰富程度是B2C的一大优势。

如图：



知名度方面

- ❖ B2C模式中卖方往往是较为成熟的企业，这些企业长期累积的社会关注和影响力是一般的个人卖家所无法相提并论的。
- ❖ 在Alexa排名上，中国京东商城排名全球6795位，对于专业类的购物网站，这是非常高的排名。另外在Google上搜索“京东商城”会有143,000条结果，粗略看一下前三页只有一条是无关信息，那么大略可以估计相关信息在100,000条左右，大量的相关搜索结果也正是从一个侧面说明了京东商城的高知名度。

信誉方面

- ❖ B2C模式中卖方绝大多数情况下都是**专业企业**，并且以长期经营为目标，这就决定了知名商家会更加的**重视自己的品牌形象**，从而会对自己打造更为严格的诚信机制。
- ❖ 京东商城作为一家知名的B2C网站，一旦出现信誉问题，将直接伤害到多年积累打造的良好品牌形象，所以于情于理都将在信誉上投入更多资源。
- ❖ 京东商城**一直坚持在不成熟的市场环境中规范经营**，不仅保证正品行货，而且为每一张订单都开具正规的增值税专用发票，这些做法早就在网民中形成了良好的口碑。

以往购物体验

- ❖ 知名B2C网站由于**整体实力较强，流程较为规范**，所以能提供更为良好的购物体验和配送服务。
- ❖ 以京东商城为例，网页本身的设计，商品的分类，购物的流程都经过了精心设计，能够给用户更好的购物体验；而在货品配送方面，京东的配送范围涵盖了整个北京市区和部分郊区，并且规定只要在当天北京时间8点以前下订单，那么货品就可以当天送达，如果8点以后下订单，那么保证第二天可以送达。在需要邮寄的订单方面，京东通过自身先进的技术手段对订单进行实时跟踪，并且保证在第一时间通过正规的投递公司和快递公司把货品发出。在费用方面，也作出了详尽的说明供用户查阅。总而言之，购物体验方面，B2C网站具有先天的优势。



客户线上交易

- ❖ 知名B2C网站在自身的公信力方面自然没有问题，而付款方式本身的安全性主要取决于特定商家的能力。
- ❖ 在线上交易上具有强大的技术实力和丰富的经验，从而能够有效的保障交易的安全。

商品的丰富性

- ❖ 和C2C相比，如果仅仅是说物品种类的多少，B2C并不占优，可是网上购物，除了商品本身种类之外，**对商品的介绍信息的丰富程度**也是非常重要的。
- ❖ 京东构建了丰富的产品线，而且更重要的是每件商品都有专业的介绍，精良的实拍图片和大量的用户反馈信息可供用户参考。在缺乏实际接触的线上交易中，丰富的产品信息对于帮助消费者进行购物决策是至关重要的，所以在产品的丰富性上，B2C也有自己的优势。