

京东自营入驻的两种形式，渠道代入驻VS后台入驻

产品名称	京东自营入驻的两种形式， 渠道代入驻VS后台入驻
公司名称	安徽助泰网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	安徽省芜湖市弋江区服务外包产业园四号楼
联系电话	13635601217 13655598739

产品详情

京东自营入驻的两种形式

渠道代入驻VS后台入驻

先说一下基础的条件吧，基础的肯定是需要公司的品牌或者品牌授权；

1. 公司需要注册时间满二年（部分类目不需要满2年）
2. 注册资金一百万以上
3. 需要有商标，商标是R或者TM标都可以
4. 开店公司需要一般纳税人资格
5. 线下是否和各大商超合作，有则后期需要提供相应的供货协议
6. 线上天猫和京东店铺及其他平台销售额，运营团队规模人数

其次就是入驻门槛，大多数类目的入驻门槛都不高，只是因为大多数商家没有渠道而已。官方的招商要求是非常高的，导致大多商家从后台提交都很难通过多数被驳回申请。因此很多商家找代入驻去帮忙入驻，需要和采销那边谈好毛保，账期，保证金，推广协议框架，销售任务等，店铺才可以顺利上线的，所以代入驻一般都是下VC后台再收费，会签约合同，保证双方利益，那店铺下来的速度还有扣点这块代入驻做的也还可以，帮助你省时省力。

两种操作方式的结果如何呢？

后台提交入驻：这个结果显而易见基本上都是被直接驳回，多次使用资料到后台提交，一是耗时久，二是会在京东后台留下多次被驳回的记录。比如和采销那边沟通毛保多少个点（ps：这个非常重要，关系到商家的利润）账期多长时间，保证金如何支付是直接缴纳还是账扣的方式，有没有销售任务或者推广任务，以及审核上线产品线，如果在上述任何一个环节没有谈拢，那么自营店铺也没有办法正常上线，所以大家一定要谨慎选择避免给自己带来不必要的麻烦和损失。

代入驻直接入驻：前期会把毛保多少个点，账期多长时间，保证金如何支付是直接缴纳还是账扣的方式，有没有销售任务或者推广任务这些给商家提前确认好，后边和京东签合同的时候就是走的一个流程，之后正常上线产品线这样店铺就能成京东自营店铺了。

京东是国内大自营平台，在流量、店铺排名都是有天然的优势，超市自营的产品会在京东排名优先展示。（京东上5%的自营商家占据整个平台70%的销量，95%的第三方卖家争夺剩下30%的市场份额，这也是很多商家反应京东POP店不好做的原因之一）

大多数消费者认为一个商品是京东自营就代表着是大品牌品质的保证，服务和售后都能得到消费者的认可，对于品牌商和商家来说等于利用这个平台在全国范围内做了一个品牌的推广。

买家更喜欢在京东平台上买京东自营的产品，不管在发货速度还是售后服务都能让买家对产品和服务非常满意，促进二次购买欲望。对于商家而言，优势更是明显：

- 1、产品SKU优先展示首页，单品排名天然靠前
- 2、京东配送，更好的服务以及品质保证
- 3、更多的推广资源以及POP商家无法享受到的活动资源
- 4、所有产品均冠名“自营”
- 5、销量远超POP商家
- 6、巨大的流量带来更多的品牌曝光，使品牌更有竞争力
- 7、京东背书

京东官方收费情况：

京东pop店：店铺保证金+平台使用费+类目佣金扣点

京东自营店：店铺保证金+商品毛保

一般类目的毛保在15-25%左右，需要商家提供供货价格和销售价格（毛利保护政策）

厂配模式下物流的配送服务由厂家自行配送，原毛保基础上能再降2%-5%

物流

自营商家自行选择就近的京东八大仓库入仓，商家只需要负责自己仓库到京东仓库的运输就行了。消费者下单后由京东负责打包，发货，配送，商家只管正常销售就行了

回款

自营回款结算周期为30天，45天或60天，实销实结

结款方式为走商家的对公账户，见票结款，商家需要开具供货价总金额增值票，京东负责开自营店铺的零售价发票

京东自营推广费用：

1. 供应商也可以使用京东快车、精选展位、京挑客等方式推广引流，费用自行承担（站内）
2. 供应商可使用头条、京东海投、京东直投等方式在站外推广，费用同上（站外）