

京东的自营能入驻吗 - 京东自营店入驻需要多久 - JD.COM

产品名称	京东的自营能入驻吗 - 京东自营店入驻需要多久 - JD.COM
公司名称	四川爱店家企业服务有限公司
价格	.00/个
规格参数	下单时间:最快一周
公司地址	四川省成都市天府大道中段500号东方希望天祥广场
联系电话	13258150643 13258150643

产品详情

在护肤品洗护品领域，80%的品牌方都是会把营销费用交给销售市场，但是对己勿而言，初期的费用大量放到了商品实际上，现阶段还未开展一切营销推广。

己勿男性多效净爽洗护液

好奇心日报获知，个人部分护理品牌己勿于近日进行数百万元的种籽轮融资，本轮股权融资由领土资产出任税务顾问FA，并得到清华启迪公司咨询协助、佳简几何图形等各方网络资源扶持。

己勿成立于2022年5月，于10月发布款商品男性私处护理液，发布仅20天，还没营销推广，京东自营店销售量已达到1万瓶，并荣获双十一京东男性私处护理液品牌Top3。

创办人兼负责人陈圣杰，曾任京东3C业务部，从基本运营助理保证智能产品类目的负责人，并具有5年的TP代运营企业创业经历，有充足的供应链经验。

创始人钉铛，毕业于港大IMC品牌营销技术，曾做为快消品牌月子茶创始人，创新的代煮茶品牌包装盒至今仍被受欢迎消费升级茶饮品牌延用，在商品0到1和1到10的各环节对策营销推广有与众不同玩法。

部分医护细分化类目的占有率，仍有待提高

人民生活质量的提高，激发着顾客对基础护肤更标准化的要求。现阶段，我国在洗澡、头发护理等基本性个人护理品类上的占有率早已做到较高质量，而部分医护细分化类目的覆盖率仍有待提高。

洗护品领域尤其是私密处、腋窝下、脚底、屁股、耳廓等部分医护的分类类目，还没有一个头部品牌存有，但在各大网站市场销售，这种细分化类目的市场份额已超三十亿，己勿的成立也源自于此。

针对想追求生活方式的人而言，部分个人护理显而易见十分急缺。想要做部分设备的缘由非常简单，我发现了在我把产品系列整体规划完，好朋友一听感觉都要。陈圣杰向好奇心日报App表示，就比如说如今现代都市年轻人的手机耳机就跟人体器官一样了，你的手机耳机大部分长期是戴在耳朵里的，乃至会生希望几小时，耳朵里面肯定要冒油，出油了拿什么擦呢？

但是，己勿想要做的是在个护行业售卖生活习惯，而不是贩卖焦虑。大家大量会紧紧围绕身体医护可能会被忽略的一些部分关键点，但一定不可能去碰触一切与性有关的敏感词汇，也不会有意取悦某一个客户群。陈圣杰表明，处于药力洗护品、情趣用品和纯药品中间，己勿不要做的是意味着民生工程部分洗护品的一种生活方式，想变成的是下一个10年每个人必须的刚性需求品。

定位大民生交易跑道，己勿的产品系列并不只限于必须消费理念升级的年轻人人群，反而是让全部年龄层的顾客都可用。以当前的款商品男性私处护理液为例子，市场价从19元到80元间不一，采用通俗化的洁面乳外包装，增进商品和客户中间的间距，提高亲密感和隐秘性维护。

将美妆护肤定义 嵌入供应链管理构建

在连接供货网络资源上，己勿落地式于全世界日化大供应链管理的所在城市广东省。但是，与大部分洗护品牌不一样，己勿在合理布局供应链管理时先清除了与直播网红协作的经销商，反而是选择了洗护品行业全亚洲长期销售量Top3的外资企业澳宝，包含沃尔玛超市、名创优品、联合利华等顶部日化集团公司的顶部产品系列，全是澳宝在做代工生产。与此同时与香港城市大学深圳研究院开展产研战略合作，潜心成份与配方的更新。

将美妆护肤定义 嵌入到供应链管理的建立操作过程，是己勿的独特优势。创办人陈圣杰向好奇心日报App表示，研发部门在跟供应链管理的洗护品工作组做交流时，也会和承担淡香水和彩妆的员工一起讨论，一定要坚持把商品保证创新。

己勿坚持不懈日化商品的香务必做到淡香水等级，在对含香的男性私密处洗护产品——夏日远洋航行系列产品开展制香时，己勿参考了全世界百余款男士香水，进行了超出70次的不断配制，直至将味儿能做到彻底1:1。

此外，己勿把一些美妆护肤中适用比较敏感类肌肤修复和滋养的成份——碳水化合物底材等导入到部分洗护产品中，在款男性私处护理液商品中，就以碳水化合物做为柔和产业基地，与此同时加上香薄荷精粹协助缓解发痒，积雪草苷协助柔和修补，将以往私密处等部分护理用品，以传统式的皂基成分/表面活性剂为底材的清理秘方完全打倒，务求柔和无有趣。

早期成本费大量花在商品自身

陈圣杰觉得，我们的营销能力能够处理瓶的销售，但回购一定源于强劲的产品力。大家在跟供应链管理触碰的情况下，就持续的在推算，持续的在考验，持续的在做撞击。我为什么一定得加这一成份，不用这一是否有取代？要是没有取代得话，针对这一作用的商品是否没什么实际意义和使用价值。

己所不欲，己所不欲，这也是己勿名字的来源，都是品牌创立的初心，陈圣杰表明，假如自己做的东西自身都不喜欢，果断不可以推荐给顾客。截止到迄今为止，己勿线上营销的用户满意度保证了零差评，那也是己勿重要的服务项目逻辑思维，以商品力为关键导向性，反映做好服务和商品的信心。

从私处保养进入千亿元部分个人护理销售市场，不仅只做男性私处保养，将来，己勿可能引进与众不同成份，技术人员的生产融合，发布几款产品系列，来年1月将发布女性私处保养商品，3月份再发布一些腋窝下相关产品。

在线上营销层面，创始人钉铛表明，现阶段关键是在京东自营店和淘宝企业店市场销售，11月底将铺装天猫店、得物等传统式电商渠道，接着再涉足抖音短视频、快手视频等新电商渠道。到2022年，己勿将

与商场超市、连锁便利店、酒店餐厅、药房等线下门店进行协作。己勿会直到一切营销渠道构建完成后，商品经常可以看到，才会逐渐进到规模性营销推广环节，并预期来年4月份到6月份期内，运行A轮融资。

面对未来潜在性的极大市场的需求，创办人陈圣杰表明，在新消费的社会环境下，各细分化类目现阶段均群龙无首，可预知的是新一代品牌一定会问世。十年后再回头，不做我国小泉也不是我国宝洁公司，他期待己勿可以变成意味着大民生部分洗护品的一种生活方式，变成下一个时代的意味着。