

京东自营运营模式完整介绍，一篇文章让你了解京东自营！

产品名称	京东自营运营模式完整介绍，一篇文章让你了解京东自营！
公司名称	成都市京汇达网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	四川省成都市锦江区均隆街69号/12幢3层附2460号(自编号)
联系电话	13028114808

产品详情

一、京东自营运营模式

京东自营的操作方式是属于京东官方采购部门直接采购商家的产品到京东各大仓储，（邀约式入驻）由京东官方和商家共同来完成在京东上的运营（主要是活动和推广），商家则需要把自己的产品供货到京东各大仓储，同时在后期需要配合京东官方完成相关的活动页面和推广页面制作。

二、京东自营优势

京东是国内比较大自营平台，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

三、京东自营官方收费情况：

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，商品毛保准确数值需要和自营采销沟通，大概会在10-25%左右，需商家提供供货价和销售价。（毛利保护政策）

例：商家在其他B2C平台有销售产品，A产品售价100元，那么商家自营给京东销售价只能低于或等于100元，供货价只能低于或等于80元，保证京东的毛利率在20%。

厂配模式：（针对短保或定制类或产品体积大，自营店部分SKU可不入仓）厂家配送模式下，物流配送服务由厂家自行配送，原毛保可降低2%~5%

1. 物流问题

自营商家选择北京、上海、广州、成都、武汉、沈阳、西安，德州京东八大仓库进行入仓，商家只需要负责从商家仓库的到京东仓库的运输就可以了，消费者下单后，京东会负责打包，发货和配送，211时效达，根本不需要商家操心，可以降低商家物流的成本和仓储物流人员的开支。

入仓产品必须90天内产生动销，如若产品销不动，此款SKU需退仓，或作降价处理，退仓来回运输费用由商家承担。

2. 回款问题

自营回款结算周期为30天或45或60天，实销实结。

结款方式为走商家对公账户，见票结款，商家需向京东开具供货价总金额增值票，京东负责开自营店零售价发票。

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）

商家负责产品的美工，客服，运营计划等基本维护。

京东小二负责给商家对接活动等相关资源（京东、京东超市等），倾斜平台大量资源和流量给到自营商家（自营核心点，也是自营的优势）

以上都是我们这边的京东自营入驻成功的案例！