

# 京东2023跨境B2B模式！京东全球贸！京东8年后再度出海

产品名称	京东2023跨境B2B模式！京东全球贸！京东8年后再度出海
公司名称	四川江雀网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	成都市青羊区提督街1号1栋3层70-75号
联系电话	15983150443 15983150443

## 产品详情

东旗下跨境电商平台JOYBUY突然被爆停止运营，引起了跨境圈的关注。当时，京东方面回应称JOYBUY将升级为跨境B2B交易和服务平台，更好地服务于全球买、卖家。

事实证明，京东确实没有放弃出海市场。JOYBUY又来了。

日前，“京东出海”微信公众号正式发布文章宣布，京东国际跨境B2B交易与服务平台“京东全球贸”将在6月18日正式开放运营，京东全球贸将利用京东出海新基建所搭建的全球航线网络和本地仓网络，打通干线运输、海外仓储、末端配送、售后服务的全链路，搭建一站式现货交易平台。

信息显示，京东全球贸整合了包括商品上架、支付、物流履约在内的全部流程。商家只需要将商品发货到国内集货仓，京东将完成剩余所有环节，提供端到端可视化物流履约服务，支持包括美元、欧元、澳元、日元等在内的12种全球主要货币支付。

其实早在4月，京东全球贸就已经开始对外邀请商家入驻，但是当时

仍未正式宣布，对外也仅称为京东国际B2B平台商家招募。

平台表示，平台上线初期，将为入驻的出海工厂和商家提供免佣金、免会员费、免上架费、免月租费等“四免政策”。同时，还将提供自动翻译、闪速结算、专业支持团队等六大入驻权益，降低商家入驻门槛。

目前，已有浙江、广东、福建等产业带的多家出海工厂入驻京东全球贸，商品量达百万级，其中广州和深圳产业带商家占比超30%。

现在，京东在全球已布局约80个海外仓和保税仓，国际供应链服务覆盖全球近230个国家和地区，京东全球贸也将面向全球110个国家和地区开放，重点布局北美及东南亚市场。

可以发现，经过升级后的JOYBUY，不再是一个购物平台，而是更像一个服务平台，平台的重心也从卖货转变为了“带货”。

02

出海业务，从未放弃

公开资料显示，JOYBUY是京东全球售业务下的一个板块。2015年，京东上线跨境B2C平台英文站及俄语站。

2018年，京东又上线了西班牙语站。平台在售品类包括3C及其配件、服装鞋履、时尚及运动装备等产品，面向市场包括日韩、美国、澳大利亚及西班牙等。

京东全球售官网招商信息曾显示，JOYBUY平台不收取技术服务费和平台使用费，只需要商家缴纳1000美金的质保金和各个品类4%~6%不等的扣点，且不强制使用京东物流和海外仓。尽管面向卖家提供了相当大的优惠，然而在平台面前，还是流量为王。

其实，京东全球售提供给中国商家提供的出海解决方案，既包括其自

有出口电商平台的入驻即JOYBUY，也包括帮助商家进入其他第三方海外电商平台的业务，比如沃尔玛、Shopee、Google Shopping、Ozon等合作方。而自从去年12月，京东国际业务换帅后，京东的国际业务就开始加速狂奔。

2021年12月9日，京东发布内部公告，表示京东国际负责人闫小兵因家庭需要和身体原因于日前提出在春节后退休，同时将由现任京东国际供应链业务部负责人Daniel Tan代理京东国际负责人。

京东在公告中表示，Daniel Tan在零售供应链领域深耕多年，积累了丰富的销售、产品等跨领域经验。Daniel Tan上任后，京东国际业务动作频频。

2022年1月10日，京东在荷兰开设了两家以新品牌“Ochama”命名的机器人商店，分别位于莱顿和鹿特丹，成为荷兰第一家在一个购物App中同时提供食品和非食品的全渠道零售商。

分析人士称，京东此次进军欧洲市场，意味着将对美国电商巨头亚马逊构成挑战。此前，亚马逊已经在美国和英国推出了自己的无收银员杂货店“Amazon Go”。

1月18日，京东宣布与Shopify达成战略合作，京东也是Shopify首个中国战略合作伙伴。

具体措施上，京东会为Shopify上的国际商家和新兴品牌开辟跨境电商入驻绿色通道，帮助海外商家办理从资质审核、物流和支付开通，到选品同步、海关备案、商品上架等在内的全部入华手续，将流程从数月缩短至3至4周，开店流程快1天完成。

此前在京东内部信中刘强东曾提到，今天京东追求的梦想有两，一个是坚定不移地转型成为一家技术驱动的供应链服务公司，第二个是成为一个国际化的公司。

从这个梦想出发，跨境电商供应链，必然是京东的必争之地。

去年5月，网络上曾经流传出一份“京东国际内部人才需求”。文件显示，京东“国际事务与战略发展部”（一级部门）下属的“Shopify项目组”，正在进行招聘，具体岗位包括商家运营、产品策略、出口服务商管理、生态管理、产品经理等。

这也显示出，从那时开始，京东实际上选择的道路就是，通过补贴、优惠政策等方式带动商家积极性，同时为商家做建站、运营、推广等方面的培训，并提供供应链服务。

目前，国际化的电商平台很多，但跨境电商供应链其实才刚刚兴起。京东此时选择跳出原有竞争已经足够激烈的赛道，转向另一条更为合适京东的赛道，无疑是明智之举。

03

## 京东顺势而起

近年来，数字化驱动的跨境电商B2B平台逐渐成为促进外贸发展的新动力。中国国际经济交流中心发布的《数字平台助力中小企业参与全球供应链竞争》报告预计，到2025年中国跨境电商B2B市场规模将达到13.9万亿元人民币。

报告显示，在全球市场，2020年全球B2B电商交易额约达7万亿美元，预计2020-2027年的复合增速可达17.5%，约占全球电商交易的80%。国际贸易与供应链由于疫情受到冲击，但跨境B2B呈现逆势增长，预计2025年，全球将近80%的B2B交易会转为线上。

除此之外，国务院办公厅此前印发了《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，提出完善跨境电商B2B发展配套政策。

在国新办举办的2021年全年进出口情况新闻发布会上，海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文表示，2021年下半年，跨境电商B2B出口监管试点在全国海关正式复制推广。同时，“中欧班列”、“集拼转口”等新模式也在与跨境电商模式相融合。

因此，此时选择跳出传统的竞争赛道，向来以物流为强项的京东，也许能走出一条新的道路