

# 杭州京喜代运营公司专业高效

产品名称	杭州京喜代运营公司专业高效
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

### 杭州京喜代运营公司专业高效

京喜猛攻下沉市场，对商家来说又是一次挑战 同时也是一次机遇。

10月31日，京东旗下社交电商平台——京喜正式全量地上线微信一级入口。至此，京喜不再只是京东商城的一个频道，用户可以直接从微信购物进入京喜界面。如京东集团副总裁、京东零售集团平台业务中心负责人韩瑞所说，“微信的一级入口是京东和微信合作的最重要的资源之一”。今年5月，京东宣布和腾讯进行新的三年流量合作，而这次它将微信一级入口的机会留给了京喜，后者的重要性不言而喻。

其实不难理解。京东商城和腾讯合作五年，目前用户已经达到3亿多，基本上涵盖了中国的高端消费群体。在互联网全面下沉的情况下，微信大量的下沉市场用户，对京东来说至关重要，京喜的入驻实在意料之内。

“未来，我们认为京喜越来越成功的标志一定是，它可以帮助京东主站在下沉市场上获取更多的新用户”，韩瑞曾如此表达对京喜的期待。京东对京喜的定位很明确，就是其进攻下沉市场的一把利器。

为了和京东商城做调性区分，京喜品牌独立运营，有自己单独的运营策略和招商政策，有不同的产品形态，也有更丰富的社交属性。

京东商城更注重的是“货”和“场”，而京喜则通过微信的流量优势以及丰富的社交玩法，增加“人”层面上的连接，和京东商城形成差异化互补。比如，在参团和拼团功能外，京喜还增加了返现功能，消费者可以在下单成功后，通过分享给好友/邀请好友助力获得现金返现。

实际上，从2018年底开始，京东就开始着手下沉，开展拼购和社交化。在今年的618大促中，下沉策略惊人的成绩给京东奠定了信心，公开数据显示，通过拼购带来的京东全站新用户数同比增长超过3倍。

同时，618期间，京东拼购3-6线城市下单用户数同比增长106%，京东拼购小程序下单量同比增长51倍；超万场的社交玩法，同比增长40倍，分享裂变流量占比超75%，裂变倍数高达23倍。

在京东11.11大促前夕上线的京喜，不仅信心十足，意图也很明显。

公开数据显示，10月31日，京喜正式接入微信一级入口当天，“全民京喜日”开启不到一个小时，京喜销量即突破100万单；全天共卖出近6000万件商品，其中工厂直供订单量环比增长16倍，此外京喜新用户占当日京东全站新用户的比例达42%。

补贴和一元爆品是触达下沉市场用户的利器。今年的京东11.11大促，为了加速下沉，京东推出了百亿补贴，京喜联合商家提供超过亿件一元爆款商品，韩瑞甚至将其称为“史上最大优惠”。

02

京腾意味着什么？

在下沉市场的争夺，京东很大一部分信心来自于入驻微信一级入口及手Q。京喜对京东意味着什么，此次它入驻微信又对京东来说有着怎样的意义？

自2014年和京东合作以来，腾讯为京东提供了QQ和微信两大流量入口支持。刘强东曾在合作一年后向腾讯“表白”：“到2015年第二季度，京东新增用户中超20%来自微信和手Q渠道。”

此后这一比例不断提高，到2018年，京东近几年来1/3的新用户来自腾讯。2014年京东刚上市时活跃用户数为3580万，到了2018年活跃用户数达到了3亿。粗略测算，腾讯在5年的时间内，帮助京东获取了近1亿的新用户。

而这1亿用户，正是符合京东自营商城高品质、高服务体验的优质人群。刘强东曾表示，90后、00后将成为未来消费的主力，这部分人群的消费习惯与70和80后不同，90后、00后经常通过微信分享买到的好东西，并向朋友推荐，其中蕴藏的价值比广告更为直观。

到了2019年，京东的用户已经超过3亿，基本上涵盖了中国的高端消费人群。此时，京东要想获得新的用户增长，京腾合作就得换赛道。

微信一向被视为是下沉市场最好的入口。Quest Mobile发布的《中国移动互联网2019半年大报告》显示，中国移动互联网月度活跃设备规模为11.4亿，而微信月活跃用户已经突破11亿，覆盖了几乎所有的移动互联网人口。

一直尝试开拓下沉市场的京东，正是在这一背景下推出京喜，延续京腾计划。对京东来说，微信一级入口全量上线京喜，可以更高效地触达下沉市场的海量用户。通过微信购物的入口，京喜可以直接触达7亿多的增量用户，同时，通过更匹配下沉市场特点的产品，集中供应链优势，京喜将有机会在下沉市场再造京东。

“通过主站的下沉和京喜的下沉双轮驱动、双管齐下”，韩瑞曾阐述了京东在下沉市场的发展理念，京喜是其中关键的一环。