

## “京喜”来袭，下沉拼购市场进入2.0时代 京喜代运营

产品名称	“京喜”来袭，下沉拼购市场进入2.0时代 京喜代运营
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（ 注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

### 产品详情

2019年9月17日，京东拼购APP宣布更名为“京喜”，并正式开业。

京东加速挺进下沉市场

随着拼多多快速的崛起，下沉市场成了巨头们的新战场。

2019年3月，阿里方面宣布，将原本已经并入天猫的聚划算，与淘宝事业群中的天天特卖、淘并购合并，组建大聚划算事业部，作为阿里系进军下沉市场的主力兵团；另一个电商巨头苏宁同样也确立了加码下沉市场的新策略。进入2019年以来，苏宁除了在线下加速县镇市场门店开设速度外，还持续通过拼购、推客、苏小团等工具切入社交电商。京东也于今年6月开始以京东拼购为主渠道，全力打造面向下沉市场的新型社交电商平台。

至此，阿里、京东、苏宁三大实力雄厚的电商巨头，全部入局拼购。

在更名“京喜”的决策出台之前，京东拼购业务已经进入了高速发展的快车道。据京东方面数据显示，在618大促中，京东拼购的店铺订单量环比活动前猛增20倍！7月，京东拼购宣布招商政策全面升级，全面开放招商类目并减免平台使用费，对广大商家和用户形成更强的吸引力。当前，京东拼购的月均活跃客户实现了同比高达265%的增长，用户超过3亿。

更名为京喜，只是是京东拼购业务发展的开始。据悉，十一前后京喜还将出台的一系列重大举措，以实现加速向下沉市场的渗透。如此前京东高管曾表示将在十月一号前后升级与腾讯合作的微信一级入口的资源。通过对接拥有十亿级别用户规模的微信生态，京喜将极大扩展对下沉市场消费者的触达。同时，利用微信生态，京喜还将更直接地吸引年轻用户，尤其是女性消费者群体，从而以社交电商新模式，将

拼购提升到一个前所未有的战略高度。

通过京喜，京东加速挺进下沉市场。

微信一级入口+京东物流，京喜“下沉”有底气

如何较好的挖掘下沉市场的巨大潜力？这是每一个加入下沉市场占据的玩家都必须思考的问题。

此前拼多多依托微信生态，成功突围，实现了对下沉市场的突破。作为与腾讯方面有着良好合作关系的京东，也将微信生态作为重要流量源头。

据悉，微信一级入口近期即将向京喜正式开放，到时候用户只要打开微信界面，点击“发现-购物”后即可直接进入京东的拼购板块。届时，10亿级别的微信用户将以更便捷的方式，直接触达京喜拼购平台。有了微信一级入口的流量保障，京喜拼购的竞争力将进一步提升。

微信的巨大流量入口，将是京喜挖掘下沉市场的重要工具。

不仅如此，京喜方面还将充分发挥自己的物流优势，进一步挖掘下沉市场潜力。当前，下沉市场万亿级的消费潜力正处在爆发阶段。电商巨头们在纷纷布局下沉市场时，物流效率的速度之争，已经成为直接影响市场份额的“胜负手”。随着智能零售场景不断向下沉市场延伸，“小镇青年”们在选择电商平台时，也越来越重视物流时效。

下沉市场由于长期存在物流基础设施不足、信息化和标准化程度低、冷链等技术环节缺失等因素，在县镇层级普遍有着“货难到、速度慢、服务差”等问题，严重影响了小镇青年们网购的体验。

基于对物流当前在下沉市场竞争中关键性作用的深刻认知，京东物流此前发起了“千镇万县24小时达”时效计划，该计划重点针对低线城市城区、县城以及周边乡镇，预计2020年实现，是京东物流引领整个物流行业时效升级的又一项重要行动。

据京东物流方面表示，此次“千县万镇24小时达”时效提速计划多措并举，包括仓储投入，将商品部署在距离乡镇客户更近的地方，运用消费大数据精准备货，提升商品满足率，提升低线城市服务体验；建设中转场地以及投入智能设备，实现商品的高频率快速集散；通过运力与配送班次的加密，将偏远地区订单升级为每日一送或每日两送，提高当地配送时效，使24小时配送服务触达更多人群。

“千县万镇24小时达”时效提速计划的实施，京喜将让县镇市场的消费者，也能享受到与一二线城市同等的物流时效，从而提升购物体验。它，也将使得京喜和竞争对手在下沉市场“小镇青年”购买力的争夺中占得先机。

“京喜”来袭，下沉拼购市场进入2.0时代

当前下沉市场竞争激烈，但有的地方尚不规范。比如备受人们诟病的商品质量、售后服务等问题。这些问题对平台方不好，对消费者不好，对商户也不好，是亟需解决的问题。

京喜的入局，以及它带来的新玩法，对当前下沉市场具有较强的指向性。

源于京东拼购的京喜上线之初，就对入驻商家制定明确的进入门槛。为了贯彻“低价不低质”的宗旨，京东拼购从一开始就狠抓“品控”，集结京东内部4大核心货品质控团队及多家全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构，组建超百人的专业验厂团队，开启工厂直供“千家工厂验厂计划”。从源头确保平台在售产品品质。

为了把优质的售后服务引入拼购市场，京东拼购创新招商模式，在业内率先开启了“企业店招商”。京东拼购平台通过严控品质标准和裂变购物玩法，帮助更多优质厂商链接社交用户、突破增长瓶颈，一起创造更大的市场价值。这种做法，一方面把优质商品以没有中间商的方式，直接连接到用户，让用户享受到质优价廉的优惠；另一方面，则通过厂商与用户的直连，很好地解决了以往用户在使用拼购模式时，难以找到生产厂商、得不到应有的售后服务问题。

更名京喜，并整合资源实现升级后，京东的拼购平台将在微信生态加持下，以40多种玩法工具，赋能厂商实现“一站式社交裂变营销工具—社交魔方”及“社交分享内容导购生态—购物圈”。以“营销-销售-内容产出”的社交购物闭环，让厂商更好地触达用户。

依托京东物流“千县万镇24小时达”的物流时效计划，京喜还将一线城市的购物体验普惠到了县级下沉市场。

优质的供应链、高效的物流、更好的售后服务，这些升级因素整合起来，将使京喜在拼购市场更具竞争力。

我认为，“京喜”的诞生，意味着下沉拼购市场已告别拼价格、搞补贴、玩套路的1.0时代，进入拼品质、拼效率、拼服务的2.0时代。