

内地电商龙头扩展香港市场 助商家实现“全球售”

京东集团旗下“全球售”团队以香港为枢纽，将“商品供应链+物流供应链”的生态模式扩展到大中华及海外市场，向全球消费者输出优质商品。



国际扩张的驱动力

香港位于亚洲心脏地带，拥有无与伦比的地位，是世界上最具竞争力的经济体之一，得天独厚的地理优势及运输物流领域的优势都令企业有更多商机和可能性。凭借多年积累的商业基础设施，包括支付、物流、营销和电商科技，京东

希望今后透过更多的跨行业合作，为消费者构建更加丰富的消费场景。”

多管道客户服务

京东始终秉承“以客户为先”的理念，通过多管道的售后服务和物流服务为香港消费者带来优质的购物体验。崔庆国说：“融合 AI 智慧客服和人工客服，京东为香港用户提供全天候多管道的查询及售后服务。我们期待与香港更多的伙伴合作，完善当地语系化策略，持续为市场提供优质的产品和服务。”

随著世界各地的消费者越来越惯于网购，电子商务也经历了迅速的增长。京东是以供应链为基础的技术与服务型企业，拥有超过4.416亿的活跃客户，提供全方位的电商体验，售卖范围广泛的消费产品，从电子产品、时尚商品到食品杂货等。

希望将其电商生态系统扩展到香港、澳门和全球市场。京东自2015年在香港设立办事处以来，业务不断发展。最近，京东的海外平台——京东全球售正通过香港积极拓展业务，将内地及香港的品牌带给全球消费者。

崔庆国亦感谢投资推广署对京东的支持：“我们非常感谢投资推广署的协助，不单为我们提供最新的政策资料，更与我们分享他们深厚的行业知识和资源。以其在业内的影响力，他们还不时邀请我们参加各种会议和商务活动，这对扩大我们的网路和机会都非常有帮助。我们期待著在未来与他们更紧密的合作。”

京东全球售总经理崔庆国表示：“京东不仅是一个买卖平台，多年来建立了覆盖全球的物流基础设施，以满足快速增长的消费者需求。京东全球售作为连接中国内地品牌和世界的桥梁，通过国际物流、金融支付、和当地语系化场景行销，大资料分析等多元方式，助力品牌实现价值最大化。”

崔庆国认为，香港是一个重要的市场，国际品牌高度集中，拥有成熟的消费群体，潜力无穷。他说：“香港的成交额按年增长2.5倍，用户量则增长了近2倍。京东全球售最近分别在香港和澳门推出了京东在当地的首张联名卡，为消费者提供更方便快捷的支付体验；亦联合京东健康推出面向港澳台及海外的问诊平台，为消费者提供名医问诊服务。我们

“ 香港得天独厚的地理位置及运输物流领域的优势令企业有更多商机和可能性。 ”

京东
全球售总经理
崔庆国

京东

- 京东目前覆盖零售、数字科技、物流、健康、保险、产发、智联云和国际八大业务板块
- 集团于2020年6月在香港联交所上市，募集资金净额近300亿港元

 JD.com