

內地電商龍頭擴展香港市場 助商家實現「全球售」

京東集團旗下「全球售」團隊以香港為樞紐，將「商品供應鏈 + 物流供應鏈」的生態模式擴展到大中華及海外市場，向全球消費者輸出優質商品。



隨著世界各地的消費者越來越慣於網購，電子商務也經歷了迅速的增長。京東是以供應鏈為基礎的技術與服務型企業，擁有超過4.416億的活躍客戶，提供全方位的電商體驗，售賣範圍廣泛的消費產品，從電子產品、時尚商品到食品雜貨等。

京東全球售總經理崔慶國表示：「京東不僅是一個買賣平台，多年來建立了覆蓋全球的物流基礎設施，以滿足快速增長的消費者需求。京東全球售作為連接中國內地品牌和世界的橋樑，通過國際物流、金融支付、和當地語系化場景行銷，大資料分析等多元方式，助力品牌實現價值最大化。」

“香港得天獨厚的地理位置及運輸物流領域的優勢令企業有更多商機和可能性。”

京東
全球售總經理
崔慶國

國際擴張的驅動力

香港位於亞洲心臟地帶，擁有無與倫比的地位，是世界上最具競爭力的經濟體之一，得天獨厚的地理優勢及運輸物流領域的優勢都令企業有更多商機和可能性。憑藉多年積累的商業基礎設施，包括支付、物流、行銷和電商科技，京東

希望將其電商生態系統擴展到香港、澳門和全球市場。京東自2015年在香港設立辦事處以來，業務不斷發展。最近，京東的海外平台——京東全球售正通過香港積極拓展業務，將內地及香港的品牌帶給全球消費者。

崔慶國認為，香港是一個重要的市場，國際品牌高度集中，擁有成熟的消費群體，潛力無窮。他說：「香港的成交額按年增長2.5倍，用戶量則增長了近2倍。京東全球售最近分別在香港和澳門推出了京東在當地的首張聯名卡，為消費者提供更方便快捷的支付體驗；亦聯合京東健康推出面向港澳台及海外的問診平臺，為消費者提供名醫問診服務。我們

希望今後透過更多的跨行業合作，為消費者構建更加豐富的消費場景。」

多管道客戶服務

京東始終秉承「以客戶為先」的理念，通過多管道的售後服務和物流服務為香港消費者帶來優質的購物體驗。崔慶國說：「融合AI智慧客服和人工客服，京東為香港用戶提供全天候多管道的查詢及售後服務。我們期待與香港更多的夥伴合作，完善當地語系化策略，持續為市場提供優質的產品和服務。」

崔慶國亦感謝投資推廣署對京東的支持：「我們非常感謝投資推廣署的協助，不單為我們提供最新的政策資料，更與我們分享他們深厚的行業知識和資源。以其在業內的影響力，他們還不時邀請我們參加各種會議和商務活動，這對擴大我們的網路和機會都非常有幫助。我們期待著在未來與他們更緊密的合作。」

京東

- 京東目前覆蓋零售、數字科技、物流、健康、保險、產發、智聯雲和國際八大業務板塊
- 集團於2020年6月在香港聯交所上市，募集資金淨額近300億港元

JD.com