

苏宁易购

发展历程

苏宁易购总部大楼从 1999 年开始，苏宁电器就开始了长达 10 年的电子商务研究，先后对 8848、新浪网等网站进行过拜访，并承办新浪网首个电器商城，尝试门户网购嫁接，并于 2005 年组建 B2C 部门，开始自己的电子商务尝试。

2005 年苏宁网上商城一期面世，销售区域仅限南京。2006 年 12 月苏宁网上商城二期在南京、上海、北京等大中城市上线销售。

2007 年，苏宁网上商城三期上线，销售覆盖全国并且拥有了单独的线上服务流程。

2009 年苏宁电器网上商城全新改版升级并更名为苏宁易购，8 月 18 日新版网站进入试运营阶段，2010 年 2 月 1 日正式对外发布上线。2010 年 9 月 26 日又进行重新改版，赢得了广大网民的一致好评。

苏宁云商网上商城于 2009 年 8 月 18 日全新升级，此次改版整合了全球顶级的资源优势，并携手 IBM 联手打造新一代的系统，建立了一个集购买、学习、交流于一体的社区，全面打造出一个专业的家电购物与咨询的网站，旨在成为中国 B2C 市场最大的专业销售 3C、空调、彩电、冰洗、生活电器、家居用品的网购平台，并正式更名为苏宁易购。苏宁易购的董事长金明，中国国籍，1971 年出生，汉族，本科学历。金明先生曾任苏宁交家电(集团)有限公司营销管理中心总监，现任苏宁云商集团董事兼总裁。

在全新蜕变之后的两个月以来，苏宁易购重新梳理了能贴合网络购物特点的页面风格、采购体系、物流规划、商品清单、页面设计、购物流程、支付手段、配送售后等新的购物体验，努力为用户营造轻松、和谐、愉悦的购物环境，不断丰富品牌类型，优化产品结构，不仅为顾客提供家电类产品，更增加了家居用品以及办公用品，极大的丰富了消费者的购物体验，改变了网购的传统模式，让顾客在充分享受网购的过程中，体验人性化的服务。

折叠编辑本段组建过程

"苏宁易购具有苏宁品牌优势、上千亿元的采购规模优势、遍及全国 30 多个省 1000 个配送点 3000 多个售后服务网点的服务优势、持续创新优势等。"IBM 大中华区董事长及首席执行总裁钱大群表示。对于苏宁易购的未来发展战略，苏宁云商营销总部执行总裁金明表示，苏宁易购制订了明确的 3 年发展战略，将其建成为符合互联网经济的独立运营体系，组建 1000 人的 B2C 专业运营团队，形成以自主采购、独立销售、共享物流服务为特点的运营机制，以商品销售和为消费者服务为主，同时在与实体店面协同上将定位于服务店面、辅助店面，虚实互动，为消费者提供产品资讯，服务状态查询互动，以及作为新产品实验基地，将消费者购物习惯、喜好的研究反馈给供应商设计，提升整个供应链的柔性生产、大规模定制能力。

据金明介绍，和实体店面线性增长模式不同，苏宁易购能够快速形成全国销售规模，呈现几何式增长，同时依托线下既有的全国性实体物流、服务网络，苏宁易购能够共享现有资源，快速建立自己的盈利模式。根据行业整体发展预期和自身发展战略，苏宁易购计划在 3 年之内在中国家电网购市场上占据超过 20% 的份额，成为中国最大的 3C 家电 B2C 网站。据了解，苏宁从准备到发展 B2C 业务经历了四个阶段。最早是 2004 年嫁接门户尝试网购，但主要目的还是在于宣传;之后自立门户、树立网络销售形象，同期线下实体网络建设不断加速;随着全国实体网络的建立以及会员制数据库营销的建立，初步启动网上平台的运营，探索经验，优化系统平台;最后是在当前内外部条件完全成熟的背景下，全面升级、力推网购，苏宁连锁网络的"空军"兵种全面起飞。

折叠编辑本段市场定位

苏宁易购是建立在苏宁云商长期以来积累的丰富的零售经验和采购、物流、售后服务等综合性平台上的，同时由行业内领先的合作伙伴 IBM 合作开发的新型网站平台。苏宁电器虚拟经济无实体店支撑很难发展起来，苏宁 B2C 的优势在于可以把实体经济和虚拟经济结合起来，共同发展。

苏宁作为中国最优秀的连锁服务品牌之一，与全球领先的 IBM 公司强强联手，构建了互惠共赢的战略合作局面，有实力最大限度赢得 B2C 的市场收益。计划 3 年内占据中国家电网购市场超过 20% 的份额，成为中国最大的 3C 家电

B2C 网站，苏宁也有望成为 **B2C** 行业内最优秀的服务品牌之一。

折叠编辑本段图书频道

苏宁易购图书频道是苏宁易购网新开拓的重要频道之一。涵盖文学、少儿、学术文化、经济管理、语言、生活、计算机、心理自助、艺术、工程技术、教辅、历史军事人物传记、金融等几乎所有畅销品类图书，一次性上线图书达到 **60** 万种，设有文艺馆、少儿馆、生活馆、教育馆、社科馆、励志馆、经济馆和易购图书榜，致力于读者高品质、低价格的优秀图书和良好的网上购书环境。

苏宁云商旗下的电子商务渠道苏宁易购正式上线图书频道，除了家电产品之外开卖图书，并且在前三天抛出**"0 元售书 72 小时"**的**"自杀式"**促销计划，宣布在图书频道上线前三天的销售目标为 **1000** 万元。苏宁易购图书频道上线采取了苏宁线下门店开业时一贯的大规模价格战做法，推出了**"0 元售书 72 小时"**的活动。苏宁易购总经理李斌介绍，在 **10 月 31 日**到 **11 月 2 日**期间，只要顾客在苏宁易购购买 **300** 元的图书，苏宁易购将返给 **300** 元现金抵用券，顾客可以用来在苏宁易购上购买任何品类的商品，且无消费限制(每天每位顾客返券金额的上限为 **300** 元)。据李斌透露，按照图书频道上线三天 **1000** 万的销量计划，苏宁易购仅这一项活动预计就需同步投入 **1000** 万的让利额度。

不过有电商业内人士指出，苏宁易购大规模开卖图书，意在牺牲部分盈利来做大网站流量，也就是赔本赚吆喝，而此次买图书全额返还的金额(每天每人 **300** 元)也不过就是苏宁易购 **3C** 家电产品类常规的促销让利幅度，**[span]**因此苏宁易购的图书频道更多只是一种营销杠杆。

折叠编辑本段发展趋势

折叠外包

表示在国内高速发展却还处于初级阶段的电子商务市场中，代运营公司的形态也相差甚多:有的与大淘宝生态圈融为一体，不缺生意，年运营收入几亿，日子过得滋润;有的言必谈美国榜样的 **GSI**，独立上市是其梦想;有的只靠几个兄弟组个团队，拿到一两家企业的淘宝店运营权，不用烧钱很快就能产生现金流，也足以养家糊口。"你觉得外包的利润低?不能告诉你具体的，但绝对不低，否则为什么这么多人想做?"品牌背后，这些形形色色的玩家试图证明，代运营是个

好生意--果真如此吗?

有竞争,就有屯粮者,有会屯粮者,就有王者,未来电子商务全方位代运营,将是一片蓝海,它姿态各异,缠绵悱恻的和品牌商紧密相连,将迸发出电子商务行业的新春天。

折叠代运营

这个命题使用度很高,但随即产生的问题是,品牌商是否会一直将运营流程外包出去,将这条新渠道的控制权放手给代运营商。派代网创始人邢孔育认为这实际上是"帮品牌商交学费"--与传统零售业相比,电子商务绝非难如登天。等到不缺钱也不缺人的品牌商搞清楚其中门道之后,大可以自己成立单独的部门或者子公司来经营。为什么一定要有代运营商的存在?同样的意思,京东商城总裁战略助理刘爽表达的更直白,"代运营是个能赚几年钱的生意,仅此而已,最终会强化某方面的服务能力,逐步转型为分包商,后者会遍地开花。"

即使是国外 GSI 等代运营商,也无法避免被所服务的一些品牌甩开单飞--其对策是大举收购各个环节的服务提供商,整合全产业链,为各领域的知名品牌服务,巩固自己在行业中的地位。对于国内的创业者来说,这样的路径还显得不太现实。各家代运营商,尚处在培养自身专业能力的阶段。即使是全包商也都有着自己的侧重,四海商舟只提供外贸服务:相对于内贸,外贸电子商务在语言、用户习惯、支付平台、风险控制、汇率结算、法律财务、物流等环节上遇到的问题都更复杂,一般的品牌商需要寻找帮手。

国内主流的代运营商确实已经达到了"比传统企业自己做的更好",以淘宝店运营为例,有了外包商的介入,销售额一般能成长 10 倍以上。而这些代运营商其实还面临着另一个挑战:帮助品牌商了解并适应电子商务。

"国内品牌商信息化还很差,不要说用我们的 IT 系统和他们对接了,他们有没有信息化系统都不一定",兴长信达公司董事长刘磊说。而更麻烦的事如同包文青所体会到的那样,与技术问题相比,品牌商的不信任才是最大的困难。

即使是目前电商业务做的最好的李宁、百丽等品牌,线上销售额与线下相比也是沧海一粟,线下每年有几十亿销售而线上不超过 100 万的品牌更加比比皆是,如此的差距还不足以让他们在这个市场中投入更多。深圳三十到五十电子商务有限公司 CEO 龚文祥认为,很多传统品牌商还没有学习互联网的思想,线上、线下渠道矛盾更使得他们不重视也不愿意大力发展电子商务。与部分强势的传统

品牌合作时，代运营商甚至在定价、促销推广方面都难有自主权，运营工作很难开展。

2013年3月，苏宁易购在总部南京举行全国部署会，宣布苏宁易购组织架构调整全部完成。此外苏宁易购还明确了强化大家电、3C产品优势，重点发力日用、百货的产品策略，并宣布将在本地生活、移动生活及云产品研发方面做重点突破。

2013年4月2日消息，苏宁易购宣布，4月初开始，红孩子母婴网和缤购网将全面并入苏宁易购平台，届时红孩子将全面共享苏宁易购仓储物流系统、供应链管理系统以及会员管理系统。

折叠用户体验

a)苏宁实体店优势:

商品定位为中高端，商品陈列遵循品类丰富、品牌适度、品相优化的原则，满足消费者需求。

3C+旗舰店舒适的购物环境和开放式的顾客体验。

苏宁近20年的经验积累，不断探索新的销售模式和销售流程，给顾客提供便捷的购物感受。

b)苏宁 B2C 优势:

成立网上商城公司独立运营苏宁 B2C 网站，现有运营人员 200 余人。

根据多年家电零售经验和网上消费者特点，采购适合网上销售的新、奇、特商品。

苏宁 B2C 利用强大的采购平台，可采购有价格优势的商品，为消费者展示丰富的商品，所想即可得。

与行业领先企业合作，页面设计更加人性化、产品分类更加合理化。

利用实体店对顾客行为的研究结果，设定合理的 B2C 购物流程。

折叠竞争优势

a)苏宁实体店优势:

苏宁品牌价值 2012 年突破 800 亿元，是消费者最值得信赖的品牌之一，与各种媒体有着良好的合作关系，丰富的内部和外部资源，以及丰富的市场推广经验。

b)苏宁 B2C 优势:

苏宁品牌信誉度高，在虚拟经济中品牌信誉非常重要。苏宁除与平面媒体合

作外，在与网络媒体合作方面也有相当的资源，20年积累了丰富的促销经验和专业的人才储备，利用苏宁现有的2000余万会员开展精准营销。

供应优势

a)苏宁实体店优势:

强大的采购平台--1000多亿的年销售规模，对市场有着敏锐洞察力的采购团队，良好的供应商合作关系

超强的供应链管理水平和强大的系统支持，系统可实现自动补货。

苏宁有80余个CDC、RDC;60多个转运点、850多家门店强大的仓储能力，400多家售后网点支持全国的售后服务，零售丰富的配送经验和配送能力，可覆盖全中国各地。

b)苏宁B2C优势:

苏宁B2C共享苏宁强大的采购平台，在集团范围内整合电器和非电器产品的优势。超强的供应链管理可满足苏宁B2C消费者货源需求。苏宁的CDC、RDC等可支持苏宁B2C全中国范围的商品配送，为方便消费者提货，苏宁B2C在全国范围内设有300余家门店作为3C类商品的自提点，为充分发挥苏宁实体店的优势，苏宁B2C所销售商品的售后服务实现了本地化。

折叠运营管理

a)苏宁实体店优势:

苏宁有雄厚的资金实力，可以满足正常的经营运转，已经形成了较成熟的盈利模式和较高的运营效率。

信息化建设:苏宁是流通企业中信息化建设最先进的，是集采购、销售、财务、物流、售后等于一体的信息化建设平台。

b)苏宁B2C优势:

雄厚的资金实力，可供利用的实体店长期以来形成的较成熟的盈利模式。

信息化建设对B2C发展尤为重要，结合苏宁B2C的业务模式，苏宁开发出了新一代购物网站"苏宁易购"，已于2009年8月18日正式上线运营，正以全新的面貌展现给广大消费者。

折叠 B2C 平台

苏宁拥有很强的技术团队，并持续在全国招募优秀的技术人才加之与行业内领先的合作伙伴 **IBM** 构成了完整的 **B2C** 平台开发团队，这个团队已为 **B2C** 平台开发提供了强大的技术支持和服务

IBM 与苏宁的战略合作，集合全球顶级资源打造最前沿的网络技术平台

在对未来的技术储备及 **B2C** 模式的探索领域上，苏宁将走在行业的前列

B2C 发展除前端顾客体验外，更重要的是要有信息化的系统去支撑，苏宁强大的 **SAP** 系统、邮件平台、**B2B** 系统、**CRM**、**BW** 等系统都将为 **B2C** 系统提供强大的支持和服务

08 年底苏宁加大了在 **B2C** 系统技术开发上的投入，这将是苏宁 **B2C** 在市场竞争中"永葆青春"的重要特点

折叠业务模式

销售模式:除同城销售外可实现异地购物、异地配送。并且购买商品出库城市和收货城市一致并在主城区时，苏宁易购将免费配送。

支付方式:苏宁易购支持网银支付、银联在线支付、苏宁易购支付宝支付、货到付款。

提货方式:部分商品除支持苏宁配送外还支持顾客到苏宁任意门店就近自提，顾客自提的商品配送至门店后，苏宁的工作人员会第一时间与您短信联系，您在提货时需要提供"收货校验码"(四位数字)方可提货、验机。自提货物的期限是一周，超过期限未提的货物将相应收取库房保管费。

配送方式:大小件商品在全国范围内均可进行配送，从苏宁在全国现有的 80 余个 **CDC** 和 **RDC** 将商品直接配送到顾客家中。

售后服务:所有在苏宁易购购买的商品都实现了售后服务本地化，即可以在当地苏宁售后服务网点进行鉴定、维修和退货，400 多家售后网点支持全国的售后服务。

折叠提醒注意

销售发票:所有在苏宁网上商城购买的商品均开具正规机打发票,个人用户开具的为普通销售发票。对单位用户有需要开具增值税发票的。如需开增值发票须寄送相关证件至苏宁易购。

中国 B2C 市场前景

2010年1月初,艾瑞咨询发布的《2009-2010年中国网络购物行业发展报告》显示,2009年中国网络购物市场交易规模达2483.5亿元,占社会消费品零售总额1.98%,同比增长93.7%,预计2013年网购交易规模有望突破1万亿元。其中,中国家电网购在2009年取得快速发展,全年销售额增长率高达200%,超过400亿元,GFK也预计2010年国内家电网购将近800亿元。中国家电网购市场将保持快速发展。

虽然家电网购市场有着广阔前景,但中国家电网购以C2C模式为主,从电器产品自身特性分析,电器产品属于日常耐用消费品,消费者对其物流配送、售后服务水平要求很高,而B2C能够更好地满足消费者的需求,C2C更多只是一种过渡业态,正如电子集贸市场要让位于大型专业化家电连锁企业,B2C将最终成为主流网购模式。

纵观西方国家的电子商务发展历史来看,B2C销售额占据了全美网购市场的80%份额,而C2C只占20%,表明B2C才是网购市场真正的主流,而这也必将成为我国发展趋势。同时在美国,在线零售排名前十位中有一半是实体连锁企业运营的B2C网站,它们凭借其品牌和资源优势迅速占据行业制高点,取得不俗业绩,印证实体连锁企业进入B2C市场具有不可比拟的优势。

中国内地B2C市场还面临一些困境。根据对国外家电B2C行业发展经验的研究以及我国B2C现状的分析,GFK中国董事总经理赵新宇表示,中国家电B2C行业出现上规模的企业,将至少面临采购管理瓶颈、物流服务瓶颈、售后服务瓶颈、盈利模式瓶颈四大瓶颈。

苏宁云商正是凭借其庞大的实体网络作为后台,大举进入B2C市场,以求

多渠道发展。业内人士认为, "苏宁易购将成为苏宁云商又一门户品牌。"

经营理念

整合社会资源, 合作共赢;满足顾客需要, 至真至诚。

服务观

至真至诚, 苏宁服务。服务是苏宁的唯一产品, 顾客满意是苏宁服务的终极目标。

礼品卡

(以下简称礼品卡)是含有固定面值, 可用于在全国苏宁云商门店和苏宁易购网上商城购物时冲抵现金的一种现金消费卡。

礼品卡由我司统一印制, 目前有 5 种面值, 分别为: 100 元、200 元、500 元、1000 元和客户自定金额。

领导信息

2012 年 2 月 28 日消息, 据悉, 分管整个后台信息化以及财务和上市公司的苏宁云商副总裁任峻, 将担任苏宁易购的执行总裁, 而李斌则担任苏宁易购常务副总经理。苏宁易购任峻的各种图片

任峻苏宁云商股份有限公司副总裁、信息系统中心总监, 是苏宁云商最年轻的副总裁。

此前, 由凌国胜、李斌担任这一职务。

苏宁易购的地位则上升为集团层面的战略业务单元, 被称为"易购总部", 与采购总部、营运总部、服务总部、财务总部等几个职能管理总部并列。

据亿邦动力网了解, 新年返工后的第一周, 在苏宁例行的春季部署会议上, 苏宁易购获得了大幅度的人才输血和战略升级。超过 20 位高管, 从市场、采购、售后服务等多个重要事业部被转调至苏宁易购, 这些高管大多是出自苏宁 1200 计划(应届大学生招聘计划)的八零后, 由苏宁一手培养。

折叠编辑本段大事件

折叠价格战

"从今天起, 京东所有大家电保证比国美、苏宁连锁店便宜至少 10%以上!"2012 年 8 月 14 日上午, 电商"京东商城"首席执行官刘强东这样的一条微博引爆了一轮电商价格大战。之后,

电商大战微博中针对的苏宁迅速应声, 国美也随即跟进。有意思的是, 不仅苏宁、国美应战, 截至昨晚, 还有当当网、易迅网等电商也宣布不同程度参与这

次价格战。而这场价格战在 15 日上午 9 点打响。"14 号上午，京东商城首席执行官刘强东在其新浪微博上连发 3 条消息。刘强东表示，京东商城所有大家电将在未来三年内保持零毛利，并'保证比国美、苏宁连锁店便宜至少 10%以上'。此外，京东将在全国招收 5000 名价格情报员，驻店核实大家电价格。同时，京东大家电配送将在 8 月底前实现'211'限时送达。

同日下午 4 点，李斌代表苏宁回应，称任何网友发现苏宁易购价格高于京东，易购都会即时调价，并给予已经购买的反馈者两倍的差价赔付。当晚 10 点，国美电器在微博上表示，不回避任何形式的价格战，并将从 15 日上午 9 点开始保证网上商城的全线商品比京东商城低 5%。

2012 年 8 月 15 日上午 9 点，一场各界关注的家电价格战正式开打。在战斗打响前，三家电商仍旧没有放松对舆论加热，微博上不时曝出三家电商对此次价格战的准备工作等。

2012 年 8 月 23 日，当各方都偃旗息鼓，以为价格战已经结束的时候，苏宁易购再次发出声音。据了解，苏宁云商半年度工作会议于今日正式召开，苏宁易购执行副总裁李斌昨晚发微薄，表示"现在我很兴奋"。

而李斌今日表示，"昨晚深夜的会议做出决定:战斗已经打响!818 只是序幕!不是谁说结束就结束!苏宁全国 300 个城市将思想、行动、步调三统一、协同作战、持续持久作战!我们的决定不是针对哪个公司，而是因为苏宁全面转型已经进入快车道，我们要加快平台建设，在实战中检验和提升我们的能力，用实力和诚意赢得消费者!"

价格大战缘由

由于 8 月是苏宁易购三周年庆典月，苏宁将从 15 号到 20 号，展开长达 6 天的万款商品超级零元购促销活动。因此，刘强东的微博立刻引起了苏宁的反击苏宁易购在其微博上宣称，包括家电在内的所有产品价格必然低于京东。而国美稍后也应战说，从 15 号 9 点开始，国美电器网上商城全线商品价格将比京东

商城低 5%，并且从本周五开始，为方便不同消费群体购买，国美 1700 多家门店将保持线上线下一个价。面对三家的表态，有网友称之为'三国杀'。这场电商大战的消息在互联网上迅速传开，除了评论之外，还不断有当当网、易迅网等电商加入其中。

折叠收购"红孩子"

2012 年 9 月 25 日消息，经过一天的临时停牌，苏宁电器 15 时宣布，以 6600 万美元或等值人民币的价格全资收购母婴 B2C 平台红孩子公司，并承接"红孩子"及"缤购"两个品牌和公司资产、业务。这是苏宁在电商领域的首次并购。

红孩子品牌和管理团队将独立运作，管理团队将不会有变化。苏宁易购执行副总裁李斌表示，红孩子将补充易购在母婴领域的业务，未来三年，易购在母婴类的销售额目标为 100 亿元。

总共获得约 1.2 亿美元投资的红孩子以投资额 50% 的价格出售，也证实了其运营不佳的状态。苏宁易购希望通过并购快速扩张母婴类品类并获得长期专注垂直领域的团队，而红孩子也希望通过依靠苏宁的资金、采购平台的整合，提升原有的销售能力。[1]

折叠平台开放

2012 年 10 月 25 日，苏宁易购称其开放平台将全面升级，新开放平台联营开店项目上线之后，意味着品牌商家可以通过苏宁易购开放平台在线提交入驻申请资料，审核通过后即可通过网站后台进行店铺装修、商品上线、店铺运营等一系列工作。[2]

苏宁易购联营开店平台上线之后，将会持续之前的"免平台使用费，免保证金，免年费"的三免政策，另外还会为商家提供免运费服务，商家只需把货发到苏宁仓库，由苏宁物流免费为商家完成最后一公里配送，不仅如此，苏宁易购还为商家提供免费的货到付款服务。目乐峰、凡客两大专业电商已完成与苏宁易购物流平台的服务合作。

苏宁易购开放平台升级改版之后，主要对百货、日用品两大品类进行招商，涉及服装鞋帽、皮具箱包、钟表首饰、汽车用品、运动户外、玩具乐器、化妆品、洗护用品、母婴用品、家居用品、生活用品、食品酒水等众多细分品类。

客户端核心功能

- 1.促销活动:抢购、八联版，惊喜无限、实惠无限!
- 2.多元化搜索:百货电器、图书，想怎么搜就怎么搜!
- 3.虚拟商品充值缴费:话费充值，水电煤缴费!
- 4.图书:百万种图书任意挑选!
- 5.安全支付:货到付款、易付宝、快捷支付，快速下单，安全支付!
- 6.收藏、历史记录查询:与网站同步，不错过一个商品!
- 7.订单中心:实时更新订单状态，展示物流动态!
- 8.时刻以用户为中心，体现苏宁阳光服务，更便捷的一键购物，优惠券的使用，实时的分享，带给您不一样的体验!

折叠入驻天猫

2015年8月17日，苏宁易购入驻天猫，以 **suning** 域名的天猫旗舰店正式亮相。阿里巴巴和苏宁云商宣布达成全面战略合作恰满一周。

折叠编辑本段软件简介

折叠手机客户端

苏宁易购 Windows Phone 客户端

苏宁易购 Windows Phone 客户端整合苏宁线上线下资源，优化用户体验，为您苏宁易购 安卓 呈现百货、电器、图书、虚拟等丰富的商品品类，提供便捷快速、安全愉悦的购物享受!

苏宁易购安卓版

苏宁易购安卓版是一款十分实用的安卓购物软件。用户可以充值缴费，预约服务，送货查询等超多超实用的功能。苏宁易购 **Android** 客户端整合苏宁线上线下资源。

【软件特性】

- 1、首页搜索入口，快速便捷。
- 2、首页滑屏，查看更多精彩活动。
- 3、抢购商品增加列表展示，快速找到心动款。

4、一键购升级立即购买，商品页直接进入收货信息填写。

5、购物车商品，增加勾选结算功能。

苏宁易购 V4.2.1

苏宁易购 V4.2.1 是苏宁公司为安卓手机用户提供的一款十分实用的安卓软件 你可以在这里 充值缴费 预约服务 送货查询 安装查询 维修查询 服务热线 等超多超实用的功能。

电视客户端

苏宁易购电视客户端是苏宁自主开发的一款安卓电视专用应用软件，可在电视上为用户提供基于苏宁易购主站的搜索、浏览、购买、支付等一站式购物体验以及促销活动、虚拟商品、收藏夹、订单中心、物流追踪等特色服务。

产品特点

1、大屏显示。电视端相比较于主流的 PC 端和手机端，其本质优势还苏宁易购电视客户端 是大屏，而随着智能电视超高清播放、多窗口技术及图形系统的技术上的发展，在电视上可以将产品得到更好的展示。

2、精挑细选。本着"新、奇、特"的理念来将特色、优惠产品以全屏图文的方式进行罗列汇总，从而为广大消费者打造个性、创意的购物体验。

3、超市频道。在家里客厅就可以挑选进口食品、酒水、饮料、粮油、干货的好去处,用遥控器逛超市，同进享受送货上门服务。

4、视频购物。每周热卖单品推荐，通过高清视频播放，全方位进行展示，让消费者更立体的了解商品。推荐商品多以居家生活类为主，支持热线抢购和扫码支付。

5、彩票频道。用户可以直接在电视客户端中的苏宁彩票进行彩票购买，苏宁彩票是苏宁旗下的彩票投注服务平台，为广大彩民提供安全可靠、方便快捷、轻松趣味的彩票投注体验。通过电视就可以为彩民提供彩票购买、开奖和订单查询等一站式购彩服务，支持时下热门彩种双色球、大乐透、竞彩足球。

折叠编辑本段仓库位置

苏宁易购仓库及服务覆盖范围:深圳。其中南京、北京、上海、广州四个仓库提供全国发货服务，沈阳、成都、武汉、西安四个仓库分别提供东北、西南、华中、西北片区发货服务，杭州仓库提供浙江省发货服务，深圳仓库提供同城服务。

"双 11"

"0 元购"PK"5 折抢"，双十一大促倒数第四天，电商行业再度狼烟四起。

据苏宁易购市场负责人表示，苏宁易购双十一大战将提前打响，于**11月9日**正式启动，一直至**11月12日**。

据了解，**11月1日**，苏宁易购已启动双十一预热活动，网友充值苏宁易付宝满**300元**即可获得**5元**红包券，在获得参加"超级**0元购**"活动权限的同时，还有机会获得价值"**1111元**"的大红包(券)。记者发现，与其他网站充值"无利可图"活动相比，苏宁易购充值活动更显诚意。

根据苏宁易购官方数据显示，**11月7日**上午，苏宁易购易付宝充值达到**1000**万人次，其中北京、上海、广州、浙江等沿海城市尤为活跃，**0元购**的巨大吸引力，成就了易付宝有史以来单天充值之最。据供应商反映，百货销量是平时几十倍。

李斌称，根据易付宝充值数据看，网友参与激情比较高。和前三季度网购消费需求情况相比，双十一网购消费需求将出现井喷。

据苏宁易购市场中心人士介绍，苏宁易购新增近千名客服人员均已在月初完成岗位特殊培训，这些客服人员将在双十一期间，全面增援在线咨询、在线导购岗位，在满足网友商品信息咨询工作的同时，完成在线导购服务的新工作。

与此同时，针对网友普遍担心的物流配送，苏宁易购已在北京、上海、广州、武汉、成都等城市的仓库中心新增了近千名专职配送人员;而**1700**多家门店将投入**2万**多名人员参与门店仓库的小件配送，**4000**家售后网点的售后技师也将在工作之余参与配送当中，届时，苏宁易购配送人员将超过**3万**名。

李斌称，得益于共享苏宁在全球的采购整合优势，双十一大促所有的商品均已全部进入苏宁易购分布全国各大城市的始发仓库中。本次采购商品中，百货商品总量首次超过非电器商品。

新闻导读

苏宁易购对垂直电商的**6大**吸引力

苏宁易购已开始大规模品类扩张，红孩子已是囊中之物，凡客、乐蜂、优购先后与苏宁易购接触，很有可能战略级入驻苏宁易购。经过此轮收购、合作之后苏宁易购在母婴、服装、美妆、鞋包等品类的**SKU**得到大幅扩充，接下来苏宁易购很有可能在食品、医药、家居、团购、汽车用品、在线旅游等领域再开新一轮收购或寻找战略合作伙伴，苏宁易购对各类垂直电商都有极大的吸引力

苏宁易购试水**O2O**模式 推出定位搜索功能

苏宁易购推"多维度支付"方式

从苏宁易购内部获悉，苏宁易购自 2013 年 5 月 13 日起推出"苏宁门店付款"的全新支付方式，消费者在苏宁易购上购买商品，可以选择在苏宁的任意门店进行支付。

折叠编辑本段运费说明

2014 年 4 月 1 日，最后一家主流电商苏宁易购宣布设置免运费门槛，针对消费满 48 元以上的订单、自提订单、针对移动客户端产生的订单，苏宁将给予全场免运费的政策，中国电商免邮时代宣告正式终结。

折叠编辑本段最新消息

针对 2014 年 818 大促，除了与以往一样商谈合作资源以外，在与厂商等合作方沟通时，苏宁更多地强调诸如移动、PC、门店等多个端口的互动，苏宁高管在与供应商沟通时也明确表示，移动端将是此次大促的"重头戏"，甚至为整个大促导流。而 7 月在行业里热炒的"20 亿元红包"也将于 8 月提前发放。苏宁易购将在 2017 年 8 月 28 日举办中国首届快递员节，发起全社会范围内的"快递员关怀计划"，切实维护和保障快递员权益，提升快递行业影响力。

来源：<https://baike.so.com/doc/2773637-2927551.html>