

面对信息化时代，稍不注意就会脱轨，所以及时的补充知识才能让我们与时俱进，今天给大家带来的是关于京东无界和京东无界零售可以概括为场景无限货物无边人企无间的一篇文章，相信会给你带来较大的帮助！

易掌柜，这个打印京东电子面单算是比较好用的。

直接配置京东就可以下载订单打印了。

如下是??网店管家? 订单管理系统开通京东无界电子面单的操作教程

1、商家电子面单签约申请

1.1加盟型快递公司申请

商家登录京东POP商家后台，我的配送电子面单服务，选择签约的快递公司、发货地、以及网点进行签约。

快递公司对签约进行审核并操作电子面单打印数量充值，商家可以在后台看到相关的快递公司网点编码。（当可用单号数量为0时则不可打印电子面单）

1.2直营型快递公司申请

商家登录京东POP商家后台，我的配送电子面单服务，选择签约的快递公司、发货地、快递公司财务结算编码（月结卡号）进行签约。

快递公司对签约进行审核，商家可以在后台看到相关的快递公司网点编码。（直营型快递公司无需单号充值）

2、添加物流公司

选择设置-合作物流公司菜单创建已经开通的合作物流（本文以中通速递为例），物流公司选择中通速递（其他快递选择对应的物流公司），名称填写快递公司名称，点击保存按钮完成创建。如图：

3、物流接口设置

选择设置-接口设置-物流接口设置菜单，选择左侧对应物流方式，点击右上角添加物流接口，双击京东无界(阿尔法)完成添加。然后点击查询物流按钮获取开通电子面单的物流公司，维护好对应的仓库、经营类型，运单类型即可。打印模版调取电

脑上本地模版（京东无界多店铺设置方法跟淘宝菜鸟多店铺类似）

希望对你有帮助。

东方财富网28日讯，京东周四美股盘前公布的财报显示，京东2018财年第四季度调整后每ADS收益0.51元人民币，市场预估亏损0.20元人民币。第四季度净营收1348亿元人民币，市场预估1324.7亿元人民币。

财报显示，截至2018年12月31日的12个月，京东活跃账户从2.925亿增加至3.053亿。第四季度归属于股东的净亏损48亿元，去年同期亏损9.09亿元。第四季度线上直销收入1202亿元，去年同期1001亿元。2018财年度线上直销收入4161亿元，去年同期3318亿元。2018年第三季度和第四季度活跃账户较去年同期分别增长22%和20%。

报告显示，2018年，京东集团用于技术研发上的投入达到了121亿元人民币，同比增幅达82.6%。2018年，京东的专利申请量超过3407件。

京东预计第一季度营收1180亿元人民币至1220亿元人民币。

“2018年第四季度，京东在核心品类的销售收入增速持续高于行业平均水平，”刘强东先生表示，“京东在技术上的投入提升了用户体验，大大提高了运营效率。随着京东推进‘无界零售’战略，我们将致力于优化公司各项业务的资源，为股东创造长期价值。”

京东物流CEO王振辉表示，这个季度我们完成了我们上限的业绩，增长达到预期。尽管现在消费者在电子产品品类当中消费相对降低。2018年我们第四季度的活跃用户数增长达到了22.4%。应该说在2018年第四季度相比2017年第四季度更加强健。

京东集团首席财务官黄宣德表示，总体上看，第四季度收入和利润表现稳健，体现出京东很好地平衡了当下财务收入与未来发展投资的需求，“尤为重要的是，核心业务京东商城利润率不断攀升”。

【财报详解】

京东集团2018全年GMV近1.7万亿元人民币

北京时间2月28日，京东集团(纳斯达克股票代码：JD)发布了2018年第四季度和全

年业绩：2018年全年GMV近1.7万亿元人民币；2018年第四季度净收入为1348亿元人民币(约196亿美元)，连续5个季度单季收入破千亿元人民币，2018年全年净收入为4620亿元人民币(约672亿美元)；随着零售基础设施的建设和开放，2018年全年净服务收入为459亿元人民币(约67亿美元)，同比增长50.5%，占整体净收入比例约10%；2018年第四季度非美国通用会计准则下(Non-GAAP)归属于普通股股东的持续经营业务净利润为7.499亿元人民币(约1.091亿美元)，实现连续12个季度的盈利，2018年全年非美国通用会计准则下(Non-GAAP)归属于普通股股东的持续经营业务净利润为35亿元人民币(约5亿美元)。

京东集团已发展成为一家包含零售、物流、技术、物流地产、保险以及海外等九大业务板块的综合零售平台和零售基础设施服务商。截至2018年12月31日，京东在全国运营超过550个大型仓库，总面积约1200万平方米，共有超过21万个签约商家，超过17.8万名正式员工，带动间接就业超过千万。京东集团以高质量的增长，持续推动数字经济与实体产业的深度融合，积极促进就业，助力消费平稳增长，不断践行自己的社会责任。

尽管面临中国市场消费增速放缓的不利因素，但是京东凭借着出色的基础设施、服务和体验，在核心品类上保持高于行业平均水平的强劲增长态势。作为京东集团核心业务的京东商城，2018年全年的经营利润率为1.6%，达到历史最好盈利水平。

“2018年第四季度，京东在核心品类的销售收入增速持续高于行业平均水平，”京东集团董事局主席兼首席执行官刘强东先生表示，“京东在技术上的投入提升了用户体验，大大提高了运营效率。随着京东推进‘无界零售’战略，我们将致力于优化公司各项业务的资源，为股东创造长期价值。”

全年GMV近1.7万亿元人民币 持续拉动中国消费市场成长

2018年，国内零售市场继续呈现增速放缓的态势，国家统计局公布的数据显示，2018年1-12月社会消费品零售额同比增长9.0%，实物商品网上零售额同比增长25.4%。作为高质量消费的代表，京东的整体零售业务以及各品类业务始终保持强劲增长态势。京东集团2018年全年的GMV接近1.7万亿元人民币，同比增长30%，继续领跑国内零售市场。

京东集团在《财富》2018年世界500强中排名181位，位居全球六大互联网公司中第三，仅次于亚马逊和谷歌母公司Alphabet。2018年，京东集团全年净收入达到4620亿元人民币，也将再次提升在全球大型企业榜单中的排名。

截至2018年12月31日，京东第三方平台签约商家数量超过21万个，共有超过17.8万名正式员工，较去年同期新增了超过2万名正式员工，此外，京东还间接拉动就

业人数超过千万。

2018年10月，京东集团在《福布斯》公布的“2018年全球最佳雇主榜”上的排名提升到第131名，较2017年的第251名大幅上升，同时，京东在这一榜单上的排名也遥遥领先于其他国内主要互联网公司。

京东的成长根植于中国市场，京东的发展也将始终服务于中国经济。京东将以高质量的增长，持续为中国消费市场催生创造新的需求，促进形成更有活力的国内消费环境，推动消费平稳增长。

在“无界零售”的目标下，2018年11.11全球好物节期间，京东不仅拉动超过60万家线下店参与大促，更通过智能供应链等方式促进制造和流通产业升级，降低社会物流成本，增强国内市场的供给能力，帮助众多品牌提振消费质量。

2018年，京东以大量的实践将电商扶贫模式升级到3.0版本，通过“六大助力”积极参与国家扶贫及乡村振兴战略。截至2018年底，京东上线贫困地区商品超300万种，实现销售额超500亿元，直接带动70万户建档立卡贫困户增收。

京东在2018年10月与世界自然基金会(WWF)、中国儿童少年基金会合作，举办了第二届“蔚蓝地球可持续周”，在中国近50个城市开展旧衣服、旧电器回收等活动。截至2018年底，京东共计回收闲置物资近190万件。

规模越大、责任越大。京东致力于成为一家为社会创造最大价值的公司，不忘初心，积极履行企业社会责任，除了为中国消费者提供最具信赖感的消费体验，更在促进就业、提升行业运行效率、反哺实体经济等方面不断为社会做出贡献。

核心业务稳固 服务收入激增 实现有质量的增长

京东以技术创新推动供应链效率提升的核心竞争优势在2018年不断得到巩固。在“零售即服务”的战略方向下，京东集团也正在全力推进从“科技零售”向“零售+零售科技”的转型升级，从传统电商的粗放型增长转向更有质量的增长。

此前，京东商城升级为京东零售子集团，将在商业模式、生意链条和目标用户三方面有重大变化：商业模式上将从开放式货架向全零售形态转变；生意链条方面从“商品”向“商品+服务”转变；同时，作为综合性零售平台，将实现企业用户、家庭用户、男性用户，女性用户、高线城市人群和低线城市人等目标用户的全覆盖。

2018年，作为核心业务的京东商城经营利润率达到1.6%，较2015年、2016年和2017年的0.1%、0.9%和1.4%，呈现出显著的增长趋势。

在京东零售业务的各品类中，3C及家电类产品收入在2018年依然高于国家统计局公布的同类产品增速，京东在3C及家电品类的市场优势地位进一步巩固；在非电品类，京东在2018年的收入增速达到了42%，同样远高于行业同品类增速。

京东集团2018年第四季度和第三季度的季度活跃用户数同比分别增长20%和22%，代表着消费者复购率和贡献率的显著提升，也体现出吸引他们在京东平台消费的主要动因正在从对正品行货的高度信赖，拓展到对精准便捷服务和体验的高度依赖。京东不仅覆盖了中国最大的中等收入消费群体，而且正在通过社交电商、渠道下沉等手段不断拓展用户群，为更多消费者提供高品质服务。

京东集团首席财务官黄宣德先生表示，“京东商城作为集团的核心业务持续增长，利润率不断攀升。我们专注于行业领先的技术创新和基础设施建设，未来进一步提高效率、实现规模效益。”

2018年，京东在持续巩固在中国电商领域的物流网络优势的同时，也向社会全面开放物流网络。截至2018年12月31日，京东在全国运营超过550个大型仓库，总面积约为1200万平方米。在2018年的11.11全球好物节期间，全国规模最大的京东机器人仓群投入使用，加之智慧系统、数字供应链的协同优化，京东物流仓配一体服务订单中超过90%实现了当日达和次日达，这其中不仅包含了爆发式增长的京东自营订单，还有大量使用京东物流仓配一体服务的商家订单。

在建设和开放零售基础设施的战略下，京东集团2018年物流及其他服务收入更是同比大幅增长了142%，由此带动了2018年全年净服务收入达到459亿元人民币(约67亿美元)，同比增长50.5%，占整体净收入的比例接近10%，收入结构更加趋于均衡；2018年第四季度，京东集团的履约费用占净收入的比例为6.6%，较去年同期的7.2%，显示出运营效率的明显提升和持续稳固成长的动力。

2018年，金融市场变动剧烈，受到长期股权投资公允价值波动的影响，京东集团2018年全年归属于普通股股东的持续经营业务净亏损为25亿元人民币(约4亿美元)；此外，受国内消费环境特别是耐用品消费增长乏力的影响，京东集团全年净收入增速较此前有所放缓，但以其中国互联网企业中最大收入规模的庞大体量，仍然保持了27.5%的增速。国际知名投行高盛公司在2018年四季度发布研究报告认为，京东目前面临的收入增速放缓主要是源于宏观环境的周期性疲软所导致的居民消费支出缩减，长期来看，这一现象将随着消费需求的恢复而消失。

全年技术投入达到121亿元人民币 持续创新打造未来成长动力

技术驱动已经成为京东赢得未来的核心举措，2018年，京东集团用于技术研发上的投入达到了121亿元人民币，同比增幅82.6%。大量技术创新不仅全面优化了京东自身的成本、效率和用户体验，更开始对外开放服务，推动行业合作伙伴的共同成长。

通过引入全球顶尖的科学家，京东不断夯实核心技术研发和应用创新能力，在云计算、智能供应链、智能物流、IoT等领域实现研发与应用场景的深度融合，从而形成独特的软硬件一体的互联网技术体系。2018年，京东的专利申请量已超过3407件，进入到国内互联网公司的第一阵营。随着NeuHub、智臻链、京鱼座等京东技术开放平台迅速成长，在满足自身应用的同时也有效帮助合作伙伴实现数字化转型升级。

2018年11月，由京东自主研发的首款原生支线无人货运飞机正式完成首飞，目前，京东已经搭建起全流程的无人机研发、生产以及供应链管控体系。技术创新也正在推动京东智能物流终端设备走向国门，2019年1月，京东无人机在印尼西爪哇省完成了在中国以外地区的首次飞行；在随后的2月份，京东集团与日本乐天株式会社就提供末端配送无人机、配送机器人等智能物流设备以及配套解决方案达成合作协议。

在零售基础设施与实体经济的深度融合中，京东也通过智能供应链等方式，给制造业带来供给侧结构性改革的驱动力。

打造无界零售生态 联手合作伙伴拓展中国市场

京东面对无界零售打造的生态已经愈发完整。领先的全球奢侈品 时尚行业技术平台Farfetch Limited刚刚宣布和京东深化双方的战略合作，为奢侈品品牌提供进入中国市场的首选渠道。根据协议，京东的奢侈品电商平台Toplife将合并到Farfetch中国。此外，Farfetch将获得京东APP的一级入口，通过Farfetch覆盖超过1000个奢侈品品牌商和精品店伙伴的网络，让京东超过3亿活跃用户可以便捷选购超过3000个奢侈品品牌的商品。京东集团首席战略官廖建文教授表示：这一双赢的合作让我们在奢侈品领域汇集了全球和本地市场的最佳专业资源，这也是京东拓展全球 时尚 和奢侈品生态体系的核心步骤。

最近，京东与新加坡政府投资公司(GIC)合作共同成立了京东物流地产核心基金，京东承诺认缴该基金20%的份额并担任基金的普通合伙人和资产管理人。预计该基金未来管理的资产规模约109亿元人民币，基金将从京东收购部分现代化物流仓储基础设施且京东将继续租用这些基础设施，此次交易将帮助京东释放这些资产的价值，并将收回的资金用于京东未来的发展。

2018年第四季度，京东与中国最大的国际钟表零售商新宇集团达成战略合作，雷达、汉米尔顿、雪铁纳等全球知名钟表品牌也入驻京东平台；近期，美国纽约时尚轻奢品牌DKNY和韩国爱茉莉太平洋旗下知名高端护肤品牌雪花秀均开设了京东官方旗舰店。

经过一年多的发展，京东生鲜超市7FRESH已经在全国范围内开设多家门店。与此同时，将原京东商城生鲜事业部整合并入7FRESH，将旗下两大生鲜业务板块融为一体，实现了联动线上线下、支持多场景消费的“大生鲜”发展模式。

兼具京东品质购物基因及社交基因的京东拼购，已成为品质社交电商引领者，截至2018年底，京东拼购商家总数已达到13.5万家，覆盖了所有零售品类。

截至第四季度末，京东旗下合资企业达达-京东到家已经与超过10万家知名品牌旗下的门店达成合作，物流服务网络已经覆盖全国超过450个城市。

目前，京东集团已发展成为一家包含零售、物流、技术、物流地产、保险以及海外等九大业务板块的综合零售平台和零售基础设施服务商。

为了更加明确集团总部与业务单元的定位，京东集团正在全力推进组织架构向“小集团，大业务”的升级，把总部从管理型总部升级为战略型总部，将运营职能下沉，给予业务板块更多的授权，充分发挥组织活力，让各个业务板块能够更有意愿、更有条件地去自主经营，实现更有质量的增长。面对2019，京东对自身和整个行业的高质量发展充满信心，将通过持续优化成本、效率和用户体验，对外开放输出服务、技术等基础设施资源，在中国经济成长中不断贡献自己的力量。（环球网）

方法/步骤

1、【打印模板】设置方法：

Step1：在【打单发货-快速打单】界面，点击选择面单模板后面的【+】；

请点击输入图片描述

Step2：在弹框【模板编辑】中，设置符合自己的模板信息，并点击【创建】；

普通面单：最原始的手写或针式打印机打印的三联快递面单；

电子面单(网点)：直接向【当地快递网点】申请开通的电子面单账号；

电子面单（网点）设置注意事项

电子面单(菜鸟)：通过【**淘宝卖家中心-物流管理**】申请开通的菜鸟电子面单。
电子面单（菜鸟）设置注意事项

电子面单(京东无界)：通过【**京东商家后台-我的配送**】申请开通的无界电子面单。电子面单（京东无界）设置注意事项

请点击输入图片描述

2、【**快递单设置**】方式

Step1：在【**打单发货-快速打单**】界面右上角，点击【**快递单设置**】；

请点击输入图片描述

Step2：弹出新页面，在【**打印商品明细**】、【**商品自动换行**】根据实际需求，可打开相应开关，选择参数，并点击【**保存**】。

请点击输入图片描述

3、**打印快递单**

Step1：在【**快速打单**】界面，选中快递模板，并勾选/全选需要打印的订单，点击【**打印快递单**】；

请点击输入图片描述

Step 2：在弹框中，选择“普通打印”，选择打印机直接打印，若需要自动发货，需要开启【**自动发货**】开关；

请点击输入图片描述

怎么打印京东的无界电子面单呢，先在易掌柜配置好京东店铺，如何设置京东电子面单号从同一京东店铺获取单号：点击**系统设置**——**打印设置**——**G选项多店铺电子面单设置**——下拉选择**开通京东无界电子面单的京东店铺**。

点击**系统设置**——**京东无界电子面单配置**——选择相应**快递**——输入**网点编码**。

点击**打印快递单**——选择**无界电子面单选项**——选择相应的**电子面单快递单模板**——立即打印。

关于京东无界和京东无界零售可以概括为场景无限货物无边人企无间的介绍到此就
结束了，不知道你从中找到你需要的信息了吗

？如果你还想了解更多这方面的信息，记得收藏关注本站。