

# 特理同城物流

产品名称	特理同城物流
公司名称	上海铭憬物流有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	上海浦东外高桥保税区富特北路358号604室
联系电话	021-61099266 13917391959

## 产品详情

### [【同城物流】](#)服务方式兴起

#### 我国大部分[物流公司](#)

的业务都是“将货物从一个城市送到另一个城市”，还尚未真正延伸到“末梢”，而事实上，在国内外的不少城市，这些物流“末梢”服务都是由一些专门的“同城配送”物流公司来承担。“同城配送这种物流服务，它涵盖了配送、仓储、搬运、安装、代收货款、采购物流等多方面的集合体，只能由专门的同城配送物流公司来做才做得起来，通过资源整合，它既可以承接本城市商家的送货业务外，还承接其他物流公司的上门收货、送货上门的业务。”

#### 对于“[【同城物流】](#)

”的效益，业内人士表示：虽然从表面上看，“送货上门”等业务效益不大，但只要资源整合得好，形成一定的规模后，即会产生规模效应。

### 同城配送服务方式前景

随着行业竞争的进一步加剧，“送货上门”、“上门服务”等将成为商家一项重要的服务内容。到时，不仅家电、家具等大宗类商品需要“同城配送”服务，其他一些小件商品，包括送餐、送煤气、送矿泉水、送快件等也同样需要。与此同时，随着中国电子商务的深入发展，人们网上购物的数量将会大幅增加，在一般物流公司无法提供“上门服务”的情况下，“同城配送”将成为必不可少的一个物流“环节”。

### [【同城物流】](#)发展较好的公司

编辑

#### 同城配送雅玛多公司

世界500强企业日本雅玛多控股集团有限公司与上海巴士物流建立的合资企业——雅玛多（中国）运输有

限公司2010年01月18日在沪开业。该项目启动意味着全新城市商业配送网项目在沪落地，日本的“黑猫宅急便”正式进入上海

## 同城配送易迅网

易迅网作为上海本土内资电子商务企业，自成立以来保持高速增长，在与诸多外资背景网站的竞争中脱颖而出，迅速进入国内3C领域网络零售前3强，在2011年已经超过新蛋网成为Btoc第二。也是国内唯一一家进入国内BtoC前十强的本地内资企业。卜广齐正带领团队着力将易迅网建设成国内物流配送速度最快、服务标准世界一流的优质电子商务公司。

## 同城配送家具同城配送

### 同城配送降低电商退款率

近期电商促销中家具电商销售额连创新高，但光鲜数据背后则是居高不下的退款率，在双11促销中备受争议的全友家居爆出了高达36%的退款率。年底不少消费者网购家具家居用品，虽然省去逛街挑选的过程，但网购家具在配送物流、安装、退换货等环节的难题也令消费者叫苦连连。综合成本计算，尽管多数网购家具价格低于实体店，但加上各种额外支付的运输、安装等费用，网购优势大大缩水。

案例：成品家具配送费直逼商品价格与其他标准化商品相比，网购家具家居用品在配送物流、退换货、安装等环节的难题令消费者叫苦连连。昨日，消费者段先生对记者表示，自己在淘宝上为女儿购买了一张课桌，但该卖家并不提供配送上门的服务，段先生只能去仓库自提。“实木材料特别重，好不容易才搬到家，而且我一个人安装比较困难，加上说明书也比较简单，一个下午才勉强安装完”。李女士在一家电商网站上购买了储物柜，送货过来后需要自己安装，但是部分打孔有问题没办法安装，“退货很麻烦，不仅需要申请由售后专业人员审核，还需要将商品送至卖家地址”。虽然一些电商网站为解决上述问题也提供了一系列的服务，如干线运输、同城配送、上门安装等，但不足千元的家具仍需要支付数百元的费用，以某品牌498元的双人床为例，单是运输还不包括上门安装的费用为150元左右，如果上门安装，成本将近双人床价格的一半。

有业内人士称，一些高档的成品家具包装难度较大，优质可靠的包装甚至比家具本身还贵。

现象：“消费者等不起”家具电商退款率高在电商双11促销中，天猫商城家居品类的总销售额号称超过3亿元，其中全友家私单店销售额过亿，冲进天猫双11销售额排行榜的三甲。但促销后全友家居爆出了高达36%的退款率。业内普遍质疑家具家居电商为冲榜而刷销量。昨日记者在全友家私单店看到，近30天的退款率仍达到13.96%，高于行业4.87%的退款率，其中主要因商品质量和未收到货。对于退款率居高不下的问题，多数电商卖家将其归结为“消费者等不起”，因为一方面促销高峰期家具配送的时间较长，有些是半个月以上；另一方面，有些订单需要商家去厂商处下单生产后再行配送。不少消费者反映在双11购买的家具。一位家具电商人士表示，由于家具商品的特殊性，消费者网购家居在质量、配送、安装等任何一个环节上的使用体验不佳就可能致退款。业内：线下体验配送服务难以替代家具“触网”以来取得了高速增长，2011年淘宝家居行业成交额同比增长就达130%，但有分析指出，高增长背后的网购家居市场仍然不成熟。有数据统计称，美国70%的家具都是靠网络渠道销售，通过三维等技术手段制作的展厅，消费者可以轻松地浏览所有款式的家具。相比之下，国内消费者网购家具则面临着诸多问题，网购家居用品也屡屡被曝质量问题，原因之一也是因为网络家具“摸不着”。与电商相比，线下的传统渠道不仅有展示功能，而且提供配套的有偿送货服务，即使商品在物流配送等环节出现问题，消费者也可以方便找到售后和责任人。宜家方面则表示，希望消费者来商场体验购物，在国内也未提供网络购物的服务。有业内人士表示，线上电商和线下卖场渠道是互相补充的关系，在现阶段，线上吸引流量交易和知名度，线下渠道提供消费者体验、仓储配送等传统的核心服务。[1]