

深圳到印尼跨境小包物流

产品名称	深圳到印尼跨境小包物流
公司名称	森鸿国际物流（深圳）有限公司
价格	30.00/KG
规格参数	印尼物流:印尼电商物流 印尼小包:印尼电商小包 印尼快递:印尼电商快递
公司地址	广州市白云区棠景街机场路585号807-808自编1107（注册地址）
联系电话	13798916595

产品详情

深圳市森鸿国际物流有限公司是一家致力于现代物流服务的综合型国际服务商。经过多年的卓越营运，在全国20多个重要城市分别建立了物流网络运营节点，形成了华南、华东、华北、西南、华中五大区域的全国性物流网络布局。公司拥有200余辆各类运输车辆，总面积近50000平方米的仓储和分拨中转仓库。可为客户提供包括采购外包、代理进出口、供应商库存管理、仓储分拣与配送、信息管理等一系列国际化服务，与客户共享资源，为客户创造价值。

公司规范经营、诚信守法、业绩优秀。经过多年的发展与经营，森鸿公司已形成了以“客户需求”为导向，“员工良好发展”为基础，“品牌建设”为方向的长期战略发展目标。森鸿公司一直致力于管理团队建设、创造客户双赢，营造员工良好工作环境的发展平台，目前森鸿公司的物流时效、服务质量以及知名度已成为了行业的领航者。

网易科技讯7月7日消息，国外媒体日前载文称，印尼拥有2.61亿人口，吸引着京东到这里开拓电商市场。虽然该公司已经取得初步业绩，但仍然面临当地现金文化、基础设施瓶颈以及当地竞争对手竞争等诸多挑战。这篇文章内容如下：预测京东在印尼往哪里扩展，瞄着移动电信塔即可知晓。扩大移动覆盖范围意味着将会有更多的消费者加入到在线购物，因此京东紧跟这些移动电信塔建设来决定其网络商店向哪里推销以及在哪里建立配送中心。京东在这个群岛之国已经有了四个仓库，而在年底前计划再建三个这样的仓库。在过去12个月，京东在这个国家的员工总数已经增长两倍达到约400人。

五年内，京东计划让冷藏货车将新鲜食物和冷冻品送到购物者家中。京东印尼业务主管张力（Zhang Li，译音）表示，“电子商务是一件很容易的事情，它将会发展。”京东正在同Lazada竞争，后者正寻求在整个东南亚打造自己的网络购物帝国。Lazada由京东在中国市场的主要竞争对手阿里巴巴控制。此外，业界还在紧盯亚马逊在这个区域的雄心抱负，该公司正在寻求日本和印度以外市场新的增长点。京东和阿里巴巴认为，他们能够利用在迅速增长的中国市场积累的专门经验和配送技能。他们重视的是拥有2.61亿人口国度电子商务的未来和正在日益扩大的中产阶级群体。在一个由1.3万个岛屿组成的国家建立一个配送网络不是一件容易的事情，不过这里发展机遇巨大。据麦肯锡（McKinsey）称，印度尼西亚只有1

%的零售通过网络进行，而在去年5月份在中国网络零售比例已经达到17%，而截至最近美国网络零售比例达到8.5%。“大家都在关注这里，”基金机构East Ventures分析师克里斯蒂安-温塔（Christian Winata）表示，“印度尼西亚落后中国大约五年，所以未来三到五年对我们来说将是非常关键的，因为我们将看到过去一、两年以来建设的所有基础设施将开始运营。”

现金文化主要挑战之一是，大多数印尼人坚持使用现金支付。据世界银行《全球金融包容性指数》(Global Findex)报告显示，印尼成年人中只有36%拥有银行账户，而在太平洋和东亚地区这一比例高达69%。印尼大多数在线订单金额往往很小，这使得每次配送获得利润很少。“这是一个大的冲突点，”投资公司Convergence Ventures合伙人唐纳德-维哈德加(Donald Wihardjia)表示，“这损害了转化率。从我的经验看，从某个人说‘我会买’到他完成购买，你会亏损40%至60%的转化率。”基于现金的支付也使得更加难以处理大额交易，对于送货驾驶员来说遭遇盗窃的风险增加。送货驾驶员伊曼犹丁·约瑟夫(Imanudin Yusuf)单次送货装载了价值达5700万印尼盾（约合4260美元、2.9万元人民币）的三星Galaxy S8智能手机，这一价值数额是他2015年平均月工资的28倍。约瑟夫表示，“载运着这么多钱，我有时确实感到担心。”最近他骑着自已的小型摩托车给雅加达一个中产阶级街区递送了包裹，他拍摄了拿着收到包裹的买家丈夫纳吉布(Najib)的照片，这是确认收货到和预防争端的常用方法。仓库分拣包裹的旅程开始于西曼吉斯(Cimanggis)郊区的一个工业园，这里位于雅加达东南23公里（14英里）。京东有一个仓库存储有烤箱和冰箱等大件商品，与这里相邻有一个分拣中心，充斥着洗发水、智能手机等小件商品。配送由京东快递(J-Express)处理，通过陆路运输。京东快递严格说来是一个分开公司，但是同样的股东运营。每天三班倒地履行订单。在上午8时30分的鼓舞士气讲话之后，穿着T恤和牛仔裤的采集员、分拣员和装箱工进入自己的岗位。两名员工为采集员在笔记本电脑上对商品进行归类，采集员拿着手持扫描仪走在日用品过道之间，把商品放到货篮中，随后拥有灵巧手脚的一排工人使用胶带机把红色纸板包成了包装盒。一小队工人将货物从仓库堆放到集装箱货车的后面，满载后，这些货物将被运送到投递中心。与京东在中国处理订单的高科技机器人和传送带相比，京东在印尼的业务相差太远。京东在中国的活跃用户为2.355亿。本地情况京东的业务地点往往挂着一条有着公司吉祥物的砖红色横幅，这个吉祥物一般是黑鼻子的白毛狗。不过在印尼该吉祥物变成了一匹马，这是因为犬科动物在穆斯林文化中被认为不纯洁。京东一个接一个地正在获得普利特·宁斯赫(Putri Ningsih)这样的客户。宁斯赫每天例行公事地要去本地市场。不过在年初，她在网上发现了她喜爱的一款头巾，于是购买了它。她说，“这那么地容易，因为我不必外出讨价还价了。”众所周知，印尼的机场、公路和海港网络老旧过时，这是制约京东印尼业务发展的又一瓶颈因素。据帮助公司预订货物运输的应用Deliveree称，在爪哇岛（Java），派遣一辆载有商品的两吨重卡车，需要花费510万印尼盾。但是预订一辆到苏拉威西岛（Sulawesi）的同样重量卡车，价格则达到三倍多。“在美国，亚马逊承诺次日送达，”PT Kudo Teknologi Indonesia公司联合创始人阿尔伯特·卢修斯(Albert Lucius)表示，“但是在印尼，我们承诺一到两周送达。即使在雅加达内送货，可能也需要三到四天时间。”卢修斯的公司推动农村地区电商发展，已被打车服务公司Grab收购。电商战场不过，这并没有阻止京东竞争对手进军印尼电商市场的步伐。Lazada印度尼西亚公司联席首席执行官官弗洛里安·霍尔姆（Florian Holm）认为，优质服务将会吸引更多的消费者。Lazada由德国的Rocket Internet SE创建于2012年，现在该公司由阿里巴巴控制和拥有。“Lazada非常相信，我们可以真正破解这个市场，并通过更好的物流解决方案进一步推动电子商务的渗透，”霍尔姆表示，“对于每个国家来说，你需要一个适合本地执行的本地战略。”对于京东印度尼西亚业务总裁张力来说，Lazada也是一个客户，因为京东快递(J-Express)也为Lazada处理包裹。他认为，向竞争对手提供配送服务会给公司带来规模，从而证明基础设施支出值得。增长潜力据张力称，京东印尼公司去年商品总交易额(GMV)增长了8倍多，不过他没有提供一个基数。“从去年12月直到今年末，我们将实现四到五倍的增长。”此外，所称京东还在洽谈对印尼主要电商PT Tokopedia进行重要投资。京东对此未予置评。不过张力表示，通过在本地实施收购实现增长，对此他仍然持开放态度。京东网上商店配送的范围已经覆盖了全爪哇岛，到今年底还将覆盖苏门答腊岛（Sumatra），向印尼大多数人口提供这一服务。12个月内，京东将在印尼每个重要城市建立仓库。京东表示，这笔开支将低于许多人的预期，这主要由于劳动力成本便宜。

为了弄明白向哪里扩展，京东与塔贝萨马集团(Tower Bersama Group)主管文纳托·卡托诺(Winato Kartono)进行了合作。卡托诺曾是花旗集团前银行家，他利用移动通信塔建设数据预测哪些城市马上将会实现更好的移动网络覆盖。智能手机已经成为中国互联网公司爆炸式增长的催化剂，同样的趋势正在印尼发生