

# 深圳到印尼跨境电商

|      |  |
|------|--|
| 产品名称 | 深圳到印尼跨境电商                                  |
| 公司名称 | 浩亿达国际物流（深圳）有限公司                            |
| 价格   | 17.00/kg                                   |
| 规格参数 | 跨境电商:COD代收货款<br>规格:100*100*100<br>重量:最小1kg |
| 公司地址 | 广东省东莞市寮步镇牛羊工业区凤凰台路67号                      |
| 联系电话 | 暂无   |

## 产品详情

森鸿国际物流有限公司公司致力于成为集海、陆、空货运、仓储码头服务、快递、船务代理及货运代理业务为一体的综合物流服务供应商，其业务主要由所属子公司（含控股）实行专业经营。在营运实践中，培育和形成了综合物流所必须的全程方案设计、组织、协调、管理等综合服务能力。

物流业被称为21世纪的黄金产业，在国家大力推进物流业调整和振兴规划背景下，依靠森鸿国际覆盖中国、遍及全球主要经济区域的服务网络；森鸿国际利用其所拥有的中国最庞大的服务网络；同时，通过与国际战略合作伙伴结成的同盟关系，在世界主要经济区域建立森鸿国际物流业务包括：海、陆、空货运代理、船务代理、供应链物流、快递、仓码、汽车运输等。拥有台湾，香港，越南，泰国，印尼，新加坡，马来西亚，菲律宾，国际邮政小包等国际专线，在跨境电商市场抢占先机。

### B2C电商平台运营模式多样化发展迎合用户需求变化特卖模式发展加速

艾媒咨询数据显示，中国移动电商用户规模呈稳步增长态势，2018年用户规模预计达到5.12亿人，其中30岁以下用户占比达67.5%。艾媒咨询分析师认为，B2C电商作为移动电商主流模式，在原有基础上继续扩展新零售、拼购、精选电商等贴近年轻人消费需求业务，将会进一步提高B2C电商的覆盖率和年轻用户占比。同时为更符合电商用户对服务质量和商品保障的期望，平台以大平台为品牌背书，提高质量和性价比，以扩大高净值用户的占比。

电商运营由最初的平台模式在不断创新和迎合用户需求的趋势下，逐渐演变出社交模式，特卖模式和优选模式等运营模式。艾媒咨询数据显示优选模式B2C电商平台对平台商品正品保障情况最受用户信赖，而特卖模式B2C电商平台价格优惠最为认可。消费升级趋势下，消费者对商品质量和优惠政策的关注度愈高，平台品控和商品性价比的重要性就更加突出。

各类B2C电商平台中，以唯品会为代表的特卖模式B2C电商平台，紧抓主流用户追求品质生活及商品性价比的需求变化，发展速度进一步加快。2018年，唯品会继续聚焦于特卖战略，发力特卖升级，从聚焦商业模式向聚焦价值赋能发展，从供给和需求两端更好满足品牌商家和消费者。其中，在供给端唯品会通过不同需求、地区、消费能力的消费者进行最大化匹配赋能品牌商家，并为其提供连贯的商品生命周

期解决方案;而在需求端,唯品会也通过低价好物为用户提供全矩阵特卖产品,此举契合消费升级的趋势,释放出新的消费力量。此外,唯品会的特卖还针对全渠道布局,线上针对C端用户构建小程序、云品仓等社交电商入口,并在APP主站发展唯品快抢、最后疯抢等业务;针对B端品牌商,唯品会上线唯品仓,联合品牌抢占代购批发客群;针对线下渠道方面,唯品会目前也已经开始尝试其中的业务布局。针对特卖模式的战略升级,也使得唯品会在业绩方面保持强劲的增长势头,其活跃用户、营收表现均较以往有明显上升。在2018年B2C网络零售平台中,唯品会也以5.7%的市场份额占比紧跟天猫以及京东之后。在消费者需求特点逐渐转变的情况下,特卖运营模式能够有效压缩成本,同时满足用户需求,将成为B2C电商模式发展重要方向之一。

## 中国B2C电商发展新趋势电商会员制度成为热潮

京东会员体系上线于2016年1月,成为国内第一个电商付费会员体系。之后,阿里、苏宁、网易考拉、唯品会,国美等电商平台的付费会员体系也纷纷上线。据唯品会第三季度财报显示,该季度唯品会超级VIP会员人数达到230万,环比增长21%。艾媒咨询数据显示,超六成受访用户曾经使用过或有兴趣使用B2C电商平台推出的会员服务,超九成受访用户最高愿为B2C电商会员服务年费支付金额在150元以下,超九成B2C电商会员用户认可会员权益作用,半数B2C电商用户看好会员服务发展前景。对于会员体系64.7%的受访用户了解会员特价权益,另外分别有40.8%和39.6%的受访用户对购物现金券派送和运费券权益有所了解。艾媒咨询分析师认为,会员制度以适中的价格筛选高净值用户,通过跨界联盟实现互相拉新、数据共享及成本均摊,用更多优惠权益和高质量服务培养会员的会员服务习惯和对平台的信任度,以实现迅速拓展会员市场,增加用户粘性及针对部分用户开展服务升级和个性化定制。随着平台为会员提供的更多消费优惠和会员服务,未来电商平台会员服务的发展趋势将更加明显。

## B2C电商仍为行业主流提升物流效率促进行业发展加速

艾媒咨询分析师认为,目前电商行业发展进入成熟期,B2C仍是电商行业主流,但是对平台综合服务能力要求愈加突出。一方面,面对获取用户成本的提高及用户对品质的不断追求,B2C电商能否创新平台运营模式迎合主流消费者,针对主流消费者提升服务质量以及商品品控,加强品牌背书能力,成为平台重要发展方向和竞争重点。另一方面,由于物流配送服务的提升及多领域的渗透,线下竞争将成为重点。未来B2C电商行业产品细分化的趋势和结合本地化仓储的模式会明显加强,围绕新零售业务是平台未来的发展方向。同时随着人们付费观念普及,未来平台或更多针对不同人群推出分级会员服务,以进一步提升用户体验和有效筛选高净值用户,推出个性化定制。随着线上线下的有机结合和不断创新,未来B2C电商行业仍会有巨大的发展空间。