

深圳龙岗到印尼COD快递

产品名称	深圳龙岗到印尼COD快递
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 印尼专线:印尼电商专线 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

森鸿快递成立于2005年9月20日，创立之初躬逢工商业急速发展，众投资者睿智远见，于先进国家于制造业盛极之后，接踵而来的就是服务业的一片繁荣景象，因此正当工商业经济热络之余，速件运送服务业远景应运而起，划开快速运送服务之史页，开启快递业之先河。

森鸿快递一向秉持服务社会热忱，全力以赴拓展更宽广的服务层面，并加强员工在职教育训练、提高人员素质、追求作业品质的合理化，以达到合理运费价格，提供合理服务水平，达成永续经营目标。印尼电商小包印尼电商快递

阿里和京东都卯足劲的争夺印尼电商市场这块巨大蛋糕，据悉印尼在电商领域的发展落后于中国大概五年的时间，所以，未来三到五年，是印尼

电商市场的关键发展期，中国电商巨头必须把握好这个大好机会。

未来三到五年是印尼电商的关键期

据外媒称，京东和阿里都认为，可以把在中国快速成长期间积累的诀窍和技能复制到印尼。考虑到的智能手机普及率正快速提升，而中产阶级人群的规模也在迅速扩大。京东和阿里极其重视这个具有261亿美元潜在市场价值。

要在一个由13000个岛屿构成的国家建立线上物流系统，成本绝对是个大问题。但对于这个巨大的红利市场而言，再大的成本似乎都是值得的。因为截止到2016年底，印尼的线上零售业只占到该国零售行业的1%，而中国截止今年五月该比例已经达到17%，美国也在最近达到了8.5%，对比之下，印尼简直就是一个等待开发的“电商处女地”。

East Ventures分析师克里斯蒂安·温塔(Christian Winata)表示，所有眼睛都紧紧盯住印尼这个市场，“印度尼西亚在在电商领域落后中国五年，所以以未来三到五年对他们来说将是非常关键的，大家也看到过去

一两年建成的所有基础设施都已开始运作。”

进军印尼不得不过的“四座大山”

现金支付习惯、仓库设备、文化冲突和交通障碍等一系列难题，成为电商巨头不得不跨越的“绊脚石”。

电商入驻印尼的一大挑战就是仍以现金支付为主的社会现实问题。据世界银行Global Findex统计，只有36%的成年人拥有银行账户，而太平洋和东亚地区则为69%。这就造成大多数在线订单的成单率大幅降低。据Convergence Ventures的合伙人唐纳德·维哈德贾(Donald Wihardja)表示：“这是一个重要的摩擦点。”它损害了转换率，带来的结果是40到60%的转换损失。”

因为仓库有限，所以几乎每个包裹都要从位于雅加达东南部23公里(14英里)的工业园区出发开始配送，这不仅严重拖慢了快递员的派送效率，也大大降低了顾客的网购体验。另外，相比于中国物流行业的高科技机器人和输送带，印尼几乎纯靠手工完成流水作业，可想而知这个效率会比中国相差甚远，想要达到京东在中国的2.355亿个交付量还有很长的路要走。

京东吉祥物——“狗”，也被替换成了“马”，因为狗被伊斯兰教文化认为是不纯洁的。

印尼臭名昭着的过时机场、高速公路和海港网络又是一个复杂的难题。不同地区送货的价钱之差能达到三倍之多，这对于电商的普及也带来很大的挑战。

印尼电商公司PT Kudo Teknologi联合创始人阿尔伯特·卢丘斯(Albert Lucius)表示：“在美国，亚马逊会谈关于第二天的运输。但是在印度尼西亚，我们正在谈论一到两周的航运，甚至在雅加达发送的东西也许是三到四天才能到。”

不过，这并没有阻止京东的竞争对手阿里推进印尼的电子商务。阿里旗下Lazada联合首席执行官弗洛里安·霍尔姆表示，优质的服务将吸引更多的客户。“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。一个本地的战略非常关键。”

每一个智能手机普及地将是下一个京东据点？！

彭博社报道称，要预测京东集团将会在印度尼西亚的哪些地方扩张，看当地的移动通讯信号塔就知道了。因为越来越广泛的移动设备的覆盖意味着更多的消费者开始在网上购物，所以中国电商公司就是跟踪这个线索，选择他们设立网点、建立配送中心的“靶子场”。

京东在印度尼西亚的业务负责人表示，“电子商务是一个显而易见、必然的趋势”。

对于由阿里控股的印尼当地电商平台Lazada，正在寻求在东南亚建立自己的网络购物帝国，京东表示不看好它，且已经作为其最大竞争对手入驻印尼。

京东在印尼设有四个仓库，并计划在今年年底前加增三座仓库。过去12个月，京东在印尼的员工人数几乎增加了两倍，达到400人左右。另外，京东计划在五年内，将以北京总部为基点，将“京东生鲜”产业引进印尼市场。

据统计，去年，京东在印尼的商品总量增长了九倍多。“从去年12月到今年年底，我们将会看到四到五倍的增长。”京东在印尼地区的工作人员称。京东网络商店已在印尼全面铺开，一年内，京东将在每个重点城市建立仓库。京东表示，由于当地的廉价劳动力，成本将会低于许多人的预期。

智能手机一直是中国互联网企业爆发式增长的催化剂，印尼也不例外。eMarketer预计到2019年智能手机使用量将达到9200万部。一位前花旗银行的银行家也预测，在那些很快会看到更好的移动覆盖的城市，

也可能看到更多的京东快递员。