

# 深圳龙华到印尼跨境电商COD

产品名称	深圳龙华到印尼跨境电商COD
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	印尼专线:印尼电商专线 印尼物流:印尼电商物流 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

森鸿国际物流，打造东南亚跨境电商供应链，印尼跨境电商COD。我司业务经营范围包括：跨境电商COD业务（集装箱海运、散货海运和空运），国内物流运输、报关、仓储、租船及海陆空多式联运业务等。经过努力耕耘，公司业务得到了长足发展。目前已与全球数十家集装箱航运公司、国内外付货人、收货人、贸易商、保险人建立了牢固的业务联系；与港口、铁路、航运、航空、海关、商检等机构保持着紧密的联系。公司拥有一支专业经验丰富的人才队伍，拥有现代化的管理手段及技术设施，坚持以客户为中心，以“全方位，全过程，全天候”的工作理念，竭诚为客户提供高效、经济、诚信、持久的服务，使公司成为广大国内外客户值得信赖的合作伙伴。

出口B2C电商快速增长，区域红利呈现差异化

通过第三方平台和自建网站直接接触国外终端消费者进行售卖的模式统一称为出口B2C电商。行业规模过去三年的复合增速超过30%，根据易观智库结合草根调研的测算，目前跨境出口B2C市场规模约3000亿。

从各区域的电商环境来看：北美、西欧网购渗透率最高，超过了65%；其次是东欧、亚太，渗透率在45%；发展最为缓慢的是中东、非洲、拉丁美洲，渗透率在32%。美国、英国、德国、澳大利亚、巴西进口网购份额当中，中国卖家的占比分别是19%、8%、6%、14%、25%。从数据来看，中国卖家的机会来自两方面：西欧国家渗透率提升的机会；南美、东欧等发展中国家电商及跨境电商行业规模快速增长的机会。

跨境电商渠道分化：自建独立站旺季更旺

平台模式中Amazon依然维持同店23%的增长，Wish由于算法较强快速崛起，ebay、速卖通这两类以卖广告为主要盈利模式的平台呈现一定增长放缓态势。由于欧美中等收入人群庞大，电商竞争格局分散，个性化需求催生了独立垂直站的发展空间，15年3PM仍然保持22.5%的平均同店增长。除此之外我们发现自建独立站旺季平均增速能达到80%，远超平台。原因在于，平台会有意限制卖家规模防止一家独大，卖

家旺季增速受限于平台整体增速。而自建独立站不受平台流量限制，可以提前备货，从而在旺季获得更大的交易规模。

行业集中度低，但已进入快速洗牌阶段

草根调研数据显示：行业中收入体量20亿的公司有5家左右，10亿收入体量公司约8家左右，1~5亿体量的公司几十家，剩下的多是小卖家。控制货源的大卖家中，环球易购2015年以37亿收入位列第一，市占率也只有1.23%。目前行业相对分散，已进入资本推动的洗牌阶段，供应链管理能力和资金实力较高的公司有望控制更多的上游资源，通过规模效应不断发展壮大。

投资建议

未来出口电商将出现八大趋势：资本搅局、两级分化、品牌争夺、海外仓快速发展、整合分销异军突起、小语种市场变热、多渠道运营、本土化运营起步。行业内的公司将沿着两条主线打造核心竞争力：（1）加强品牌管理能力，随着行业规模不断扩大，消费者对优质品牌需求持续提升，未来拥有品牌资源的公司将在转化率和复购率上明显胜出；（2）加强供应链管理能力和资金实力。资本助力，卖家格局将面临大洗牌，供应链各环节切入较深的公司有望胜出。标的上重点推荐龙头公司，关注赛维电商、傲基电商、三泰速递。