

# 广州到印尼双清包税物流专线

产品名称	广州到印尼双清包税物流专线
公司名称	深圳市电流国际物流有限公司
价格	72.00/kg
规格参数	双清包税:门到门 空运:时效快 深圳:广州
公司地址	宝安区福海街道天瑞工业区A5栋113A
联系电话	13392817793

## 产品详情

广州至印尼的货运物流专线，首选电流国际物流有限公司。印尼专线物流,印度尼西亚物流,到仓配服务,仓配多样选择,快速到达,时效追踪,价格低廉,仓到仓,门到门。电流国际物流总部设在深圳,以电商跨境物流现代综合服务为主业,为企业降低出口成本,优化专线物流服务。主要经营:印尼专线电商物流服务、印尼双清包税门到门服务、马来西亚专线物流服务、DDP、海外仓储、国际快递、国际空运、国际海运、双清包税门到门等出物流服务。电流国际物流有限公司在印尼当地多年操作经验,直航不中转,时效快,清关能力强,可接各种产品。

印尼人口数量位居世界第四,庞大的消费市场为印尼电商市场的发展奠定了良好的基础。印尼首都雅加达被称为“推特之都”(Twitter capital),互联网和社交媒体的普及率极高,大大推动了电子商务的发展。预计未来几年,印尼电商零售占比将增长到8%。

eBay、阿里巴巴、被誉为“东南亚亚马逊”的Lazada等大型电商企业在印尼的业务风生水起。随着印尼人可支配收入的不断增长以及智能手机的普及,当地电商前景光明。

不过,印尼基础设施相对落后,道路交通设施和网络服务系统都比较差,电商快速发展依然面临不少障碍。

雨果网从外媒“establishmentpost”2月10日的报道中了解到：尽管目前印尼电商市场规模仅为20亿美元，所占的份额还不到全国零售业销售总额的1%，但业内人士却非常看好印尼电商市场的前景。

印度电商零售占比将达8%

随着中等收入群体的不断扩大以及智能手机的普及，印尼电商在零售业的占比将在接下来几年里迅速增长到8%，到时印尼将成为东南亚地区最大的电商市场。

虽然难以做出准确的预测，但可以肯定的是印尼电商市场今后几年必将大规模增长。首先，印尼的人口数量非常庞大，是全球人口第四多的国家，市场规模非常可观；其次，越来越多的印尼人懂得如何使用互联网，首都雅加达现在已被誉为世界“推特之都”，印尼人里面的推特用户数量非常庞大。

从现在的统计数据来看，印尼电商市场总值确实有点低，不过专业机构预测到2016年，印尼电商市场总值将增长三倍。和许多国家一样，最受印尼人欢迎的网购产品是服装。在2014年，60%的印尼网络消费者购买了衣服。更为有趣的是，所有的电商交易中有27%是通过社交网络媒体进行的。

据波士顿咨询公司（the Boston Consulting

Group）最近的一项调查，目前约有7400万的**印尼**

人每月的开支超过两百美元，该值到2020年将增至1.41亿人。另外，根据新加坡邮政预测，到2016年，印尼的网络年增长率将达20%。

不仅如此，越来越多的印尼人将会因为太忙碌而变得没有时间到传统的实体商店购物，同时为了避免去商店路上可能遇到的各种麻烦，很多印尼人肯定会选择网购，因为印尼的道路交通确实非常拥堵。

印尼电商市场群雄并起，Lazada一马当先

目前，很多电商企业已经入驻

印尼市场。比如被誉为“东南亚亚马逊”的[Lazada](#)

在2013年就进军印尼市场，然后在2014年就取代亚马逊成为印尼访问量最高的电商网站。据报道，Lazada每月的访问量大约为650万次。Lazada总裁比特纳认为印尼的电商市场必将呈井喷式增长。据Lazada统计，印尼人每天平均花在智能手机上的时间为181分钟，时长高居世界榜首。

阿里巴巴和eBay等电商公司也在印尼经营的风生水起。阿里巴巴旗下网站每月的访问量为390万次，eBay为220万次。据传言，亚马逊计划以后将在印尼开实体店。

印尼本土电商Tokopedia是印尼最顶尖的C2C平台。据报道，Tokopedia已经从日本软银和红杉资本获得一亿美元以上的风险投资。很多人都希望这样大规模的资金注入能够吸引更多的资本投资印尼电商。Tokopedia总裁兼联合创始人William

Tanuwijaya称如果印尼电商的表现符合投资人的预期，一般都能够获得金额可观的风险融资。

对许多印尼人而言，智能手机是使用互联网的首要工具。大部分电商企业都非常了解这点，纷纷开发购物app，以实现战略扩张。由于印尼各家手机企业的竞争不断加剧，手机价格越来越便宜，目前印尼的智能手机用户数量正迅速增长。

此外，由于许多印尼人没有信用卡或银行账户，当地的电商企业都不得不采用货到付款的支付方式。

印尼人经常在上班期间网购

诚然，印尼的电商前景非常广阔，但面临的障碍依然很多。

首先，印尼网络用户上网时间并不多，每天上网在三到四个小时之间的网络用户不到50%，这在一定程度上会限制网络销量的增长。对比一下越南，不难发现这个比重偏低了，越南虽然是个小市场，但是每天上网三四个小时的网络用户比例也达62%。已经进军印尼市场的日本电商乐天（Rakuten）称，造成这种现象的原因在于印尼的网络服务系统落后、网速慢。由于家庭网络速度慢，很多印尼人被迫在上班的时候进行网购，因为办公室的网速相对而言稳定了许多。对此，Rakuten就曾表示自己网站的下单高峰期

在早上的11点钟。

其次是印尼的基础设施落后。虽然人口众多，但印尼的道路交通网络非常落后。这导致许多电商企业不得不建立独家的配送系统，比如雇佣成千上万个摩托车司机和卡车司机来运送包裹。由于道路交通设施落后，很多地方的配送地址不清不楚，地图上也无法明确表明，这都增加了电商企业的配送成本，经常让送货变得很困难。

再者，许多印尼人对网购产品缺乏信任，其实这个问题在整个东南亚地区非常普遍，因此每个电商企业都必须努力解决这个问题。东南亚地区的消费者普遍担心收不到已经订购的商品，或者会遭遇钱被骗、信息被盗等问题。所以，东南亚地区的电商企业必须确保自己的服务质量非常优质，才能赢得印尼消费者的信任。

比如，阿里巴巴的支付宝就是非常好的支付系统，消费者的付款先交由阿里巴巴保管，等到双方都确认满意之后，阿里巴巴再通过支付宝把钱支付给卖家。这种方式能够大大降低消费者的不信任。另外一个方式是货到付款，相对复杂一些。

2014年，电子支付企业Doku的交易额就达5.2亿美元，相比2013年增长了30%，涨幅非常大。

此外，经济方面也是一个问题。印尼11%的人口仍然处在贫困线，另外还有25%的人口生活也接近贫困线；印尼的网络覆盖率仍然较低，国内许多地方没有高速网络覆盖；此外，印尼的人均可支配收入也比较低。