

马来西亚COD/广州到马来西亚COD

产品名称	马来西亚COD/广州到马来西亚COD
公司名称	东莞市升鸿国际物流有限公司
价格	12.00/kg
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区鞍胜路35号
联系电话	18934134227

产品详情

东莞市升鸿国际物流有限公司成立于2005年4月，总部位于深圳，公司以苏深圳为运筹中心，提供辐射珠三角跨境电商物流、智慧运输和供应链金融、国际物流等一站式一体化服务，以贴近客户服务的模式成就客户成长。同时，跨境电商的国际服务网络也逐步形成，目前开通台湾，香港，东南亚等空+派服务。公司在海外各地建立的海外仓储，为客人提供海外仓储服务。海外仓一件代发，转寄，提高发货效率。十多年来，升鸿国际物流始终秉承着“团结拼搏、创新共赢”的企业精神，以奋斗者为本的企业文化，以成就客户为企业愿景，以一站式和透明化管理模式，以先进的信息化管理技术，高效先进的流程设计以及卓越的品质为生存根本，坚持客户至上的服务理念，用心服务于客户；公司通过从客户中来到客户中去，通过不断创新产品提升服务水平并深入贯彻对客户增值服务和员工增值福利的企业发展方向，精心培养出一支坚韧、勇敢、敢闯敢拼的务实团队，用心打造一个细分行业的综合供应服务平台。

品质。比如某一个品类，大多数产品本身品质可能一般或较差，如果可以做出品质较好的同类产品，那就有望成为该垂直品类的领导者。而这点也是Anker成功的最重要的原因——在充电宝、电池这个领域，Anker发现该品类绝大多数产品都是杂牌且品质一般，Anker差异化路线打造出品质较佳的品牌产品，一跃成为该品类的标杆性企业。“其实十年前，国内也有同样的案例。当时国内手机电池市场充斥着劣质杂牌产品，没有一个真正好用或是叫的上名字的，在此机遇之下，品胜、飞毛腿就横空出世，迅速抢占市场。”Don介绍道。

价格。如果说跨境电商卖家所观察的品类，不具备“普遍低质”的特点，那就接着看下一个维度——价格。比如，市面上某品类的产品质量普遍过硬，但是相对价格较高，这时进驻这个品类也是有机会的，那就是低价策略。但跨境电商卖家也要保证产品品质的过关，在此基础上通过更具性价比的产品，迅速拓展市场。较具代表性的案例，就是小米手机。当年在苹果、三星智能手机几乎平分天下的局面下，小米手机通过平价智能机，不仅打破高价智能机垄断市场的局面，同时也赢得了大批年轻消费受众的追捧，在智能手机市场上谋得一席之地。

品牌。第三个维度就是品牌。如果说某个品类，市面上的产品质量普遍不错，同时价格也较为亲民，这时通过“价格战”的方式进入该品类就比较艰难了，甚至还可能出现杀敌五百自损一千的局面。所以此时，品牌策略可能就是跨境电商卖家最后的机会。以亚马逊上的某些品类为例，卖的较好的产品，质量过硬价格不高，同时产品的排名也比较靠前。表面看来，可能想在该品类上有所突破没太大机会，但如

果从品牌的角度来看，某些产品可能在推广渠道、本土化、消费者的接触点上还存在不足，而这些就是跨境电商卖家成功的突破口。

跨境电商卖家可以在产品质优价廉的基础上，充分研究目标消费人群的习惯、审美、喜好，通过社交媒体、搜索引擎等渠道投放广告，以最快的速度，将产品信息展现给潜在的消费群体，打造一个国际品牌的形象。

“如果一个品类，既满足质优价廉，同时品牌建设也较为成功，那就不太建议卖家去做该品类。就如Anker所经营的蓝牙音箱、充电宝等品类，品质优价格不高，同时还具备国际化的品牌特质，后来者就很难超越。即便是我们的客户有做这类产品，也要看其是否有更为领先的同类产品，或是其他独具特色的特质。