

Lazada跨境电商代运营

产品名称	Lazada跨境电商代运营
公司名称	深圳云端共赢文化传媒有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市龙华区民治地铁站
联系电话	18924617237

产品详情

在国内，货品包邮基本成为电商购物平台的标配政策，而Lazada平台主要市场分布在东南亚，受距离和物流等条件限制，货物运输时间长，成本高，和国内对比差异明显。针对这样的情况，知识局整理了Lazada平台的包邮机制和技巧，干货内容值得大家借鉴参考。

1 包邮是什么？

包邮是由卖家设置，单笔订单满足设置的包邮门槛后由卖家承担买家需支付末端运费，刺激买家凑单提升单笔订单金额的店铺级促销工具。

系统支持卖家根据店铺产品特征设置不同类型的包邮门槛：例如，单笔订单满X金额包邮、单笔订单满X金额Y件产品包邮等等。

注：Lazada全程运费=卖家支付（首公里+国际干线）+买家支付（末端运费）

2 不涨价包邮会亏吗？

这是需要去巧妙比较与计算头程和尾程运费，找出成本节约空间，不涨价也可以设置包邮。因为：

国内首公里运费=a：从商家仓库到集运仓的运费

国际运费=b：rate card收取的运费

末段运费=c：各国仓库到消费者端的运费

注：按品类找到a+b的节省部分 c的包邮阈值。

所以当我们提供满件/满额包邮的时候，只要a+b因为多件而产生的结余 c提供包邮成本的话，不但没有额外投入，相反还会有运费结余。因为a相当于减少了，而b的部分虽然是按照重量，但多件组合的话，

也会有相应降低。

3 为什么要设置包邮？

消费者：东南亚消费者较偏好比较包邮的商品，卖家可利用包邮工具加强卖家的购买欲，全力促单。

客单价：多件包邮或满金额包邮，可以提高您的客单价，助力店铺GMV。

GC产品：包邮是店铺产品成为Global Collection产品的必要前提条件。

平台流量：平台有以下包邮专区，以及前端打标，可以让您的产品脱颖而出，获得更多流量。