

# 南宁到台湾电商小包快递COD

产品名称	南宁到台湾电商小包快递COD
公司名称	深圳中邮全球供应链有限公司
价格	18.00/KG
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区福海街道稔田社区大洋路99-7号401（注册地址）
联系电话	17666111742 17666111742

## 产品详情

“国际”在谋求企业持续发展的同时，致力于为员工的职业发展创造条件与空间。我们愿以充满活力的企业文化，富有挑战的任职机会，兼具竞争力的薪酬福利诚邀各界精英的加盟！

选产品可以说是跨境电商中难度的问题，选到好产品年入百万的大有人在，选到不合适产品年亏百万也不是没有，在如今跨境电商走入正轨后，中小卖家如果想杀出一片赚钱路，就要靠选品占机，选品不仅要关注销量，更要关注利润，二者缺一不可，细化来说，跨境电商选品更多要关注以下几个方面：

首先，跨境电商发货需要走国际物流，如果商品易碎、质量大、体积大，一方面不便于运输，另一方面物流成本较高，所以选品更要关注体积小、质量轻、不易碎的商品，其二，跨境电商面对的是海外顾客，沟通、售后成本较高，选品尽量避免需要指导并且售后繁琐的商品，避免收货后可能出现的退换货纠纷和投诉，此外，国外在保护知识产权、禁止盗版方面具有非常严格的要求，中国商家在卖货时，注意不要违反平台和目的国的知识产权，避免销售盗版、山寨以及违禁商品，如果有实力，可以考虑自己设计产品包装，创新研发新产品，做跨境零售关注的无疑是盈利，选品更要关注商品利润率，一般来说跨境电商的商品利润率不能低于50%的红线。

说了这么多选品的要求，可能很多卖家更关心，用什么方法选品？

大多数商家在做选品准备工作时都会借助数据工具，常见的是通过跨境电商平台确定整个平台热销的商品，以starday为例，进入平台后输入某个关键词，平台搜索框就会出现热度关键词，我们把这部分热度关键词结合第三方数据工具对比，可以得出购买量的一类商品；除这种方式外，我们可以选择浏览国外的行业网站，比如通过谷歌和必应搜索商品关键词，进入目标市场的产品网站，找到热销排行，确定销量的新上架商品。

此外，社交媒体的动向也为跨境商家提供了很好的选品思路，以美妆商家为例，某一段时间内，社交媒体会比较追捧某类款式的美妆产品，商家如果能抓住购买热潮也就抓住了销量，而入股中小卖家不具备足够精力，可以研究同行业的大品牌大卖家的爆款商品，关注他们的爆款商品的月销量、客户来源、评价以及满意度等，有效借鉴跟风学习。

分市场来看，等经济发达地区消费者具有以下特点：消费者收入较高，消费能力强，如美国，英国市场消费者网购平均客单价超过100美元，网购人群占总人口的比例普遍超过70%，网购习惯已经养成，复购率较高，老龄化程度高，中老年消费者掌握了大量的社会财富，“银发市场”值得持续关注。

而在东南亚，印度，非洲，南美洲等发展中地区，当地消费者特征则有明显差异：人口规模大，35岁以下年轻人群占比高，网购人群占总人口比例普遍较低，有较大市场潜力，消费者更偏向于移动网购（如印度移动端电商市场占总电商市场规模超过80%，印度尼西亚则超过了60%）。因此移动端页面交互优化尤为重要，良好的购物体验能更好的吸引消费者，提升移动端转化率。

03 宅经济爆发，疫情不同阶段的热销品类差异明显2020年，因疫情居家隔离，线上经济爆发，习惯线下网购的消费者纷纷转向线上。数据显示，宅经济相关品类包括办公用品，个人清洁，居家产品，爱好/DIY等在2020年上半年均有显著增长，且增长趋势或将延续到2021年。同时，我们还需关注后疫情时代消费者对非生活必需品需求的回升，随着疫情的平缓，时尚服饰，消费电子，家具/家电等品类需求快速反弹。

以美国市场为例，2020年上半年可以分为两个阶段：2-4月疫情蔓延期，衣服/鞋子/配饰，消费电子等非生活必需品出现了下滑，4-6月随着疫情平缓，各品类都有所上升，服饰，家具/家电，消费电子等出现明显反弹，可见消费者需求一直存在，一旦疫情好转，被压抑的消费欲望将会快速释放。

04 线下大型零售商加速线上转化，出海商家或面临更多竞争近年来，海外大型零售商包括沃尔玛，百思买等均在持续推进线上转化，疫情的出现加速了这一进程。数据显示，疫情期间美国，英国，德国等的传统实体零售商线上交易均出现了明显的上涨，如沃尔玛，TESCO，Lidl等。

可以看出包括百思买，塔吉特等零售商在疫情期间增速明显，同时随着当地消费者习惯的改变，我们认为这一趋势在未来将会有所延续。05 中国市场持续增长，独立站受追捧了解了全球市场，我们反观国内出口跨境电商市场，受疫情影响，2020年上半年，中国出口跨境电商经历了“无货可卖”到“有货难卖”两个阶段。2月国内疫情爆发，上游原材料涨价，工厂供货短缺，热销商品库存告急等导致电商卖家陷入无货可卖的境地，3-5月。同样以美国市场为例海外疫情蔓延，跨国物流成本提升/时效性降低，海外消费者非必需品消费下降，海外平台政策趋严，出海卖家面临的问题向有货难卖转变。

预示着国内疫情基本完全控制，国内出口跨境电商逐渐开始回暖，考虑到国外市场线上交易需求的提升，我们预计中国出口跨境电商仍将保持稳步增长，全年规模将达到8.6万亿元。在持续增长的同时，国内出口跨境电商也面临挑战：海外电商平台政策趋严，2020上半年，Amazon连续了禁止商品入库，限制产品发货数量，暂停Amazon Shipping配送服务等政策，广告主投放限制。随着5月下旬全国的召开Facebook等广告平台对防疫产品的广告投放也多加限制，过度依赖主流电商平台，引导用户复购困难，平台电商只对卖家开放部分数据权限，卖家无法有效实现用户数据二次开发，引导用户复购。

在此背景下，更为自由的独立站越来越受到跨境卖家的青睐，shopify等建站平台趁此在疫情期间也推出了一系列卖家扶持政策抢占市场，包括90天免费试用期等，吸引了大量卖家开始尝试独立站。数据显示，3月13日至4月24日期间，shopify上创建的新店数量跃升了62%，独立站已成为跨境卖家新选择。

目前，跨境电商在贸易中的比重越来越高，在“以国内大循环为主，国际国内双循环相互促进的新发展格局”的路线下，跨境电商行业也需要作出新的战略考量和战略布局。注：成熟市场包括北美，西欧，北欧，，中国。

非洲，中东，东南亚，印度，中东欧文中零售电商是指2C的电子商务，且不包含服务类，数字类商品文中中国出口跨境电商市场同时包括2B和2C的电商市场B2B模式是当前电商模式中份额大，也是具操作性，容易成功的模式。它是指一个市场的领域的一种，是企业对企业之间的营销关系。网商通过它将企业内部网，通过B2B网站与客户紧密结合起来，通过网络快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。新兴市场包括拉丁美洲。

国际站集团是中国大的私营企业，总部位于杭州，主要从事电商行业，包括B2B服务，零售服务等。它也提供在线支付服务以及云储存服务等。集团提供的商品覆盖到方方面面，而其中国际站是一个连接国内出口商和其他公司的平台。它目前全球大，成立久的B2B电商平台之目前拥有超过3500万的用户。

敦煌网敦煌网是一个B2B平台，来自各地的进口商能以批发价格购买小批量的中国商品，包括电子产品，服装，装饰物品和运动配件等。DHGate在全球227个销售超过3000万种产品。它在全球拥有超过500万的客户，目前是互联网问量高的2100个网页之。

敦煌网一些供应商提供具有CE，RoHS和FCC证书的产品。如果想要避免未经认证的产品的，简单方法是在搜索栏输入产品名称以及认证标准。TradeKeyTradeKey一个大型的B2B平台，主打亚洲市场，特别是印度，中国，巴基斯坦，台湾，马来西亚和孟加拉国。

这个网站主要为访客提供三项服务：如果用户想要购买一款特定产品，可以在网站上向数千万的供应商发起求购信息，供应商看到求购信息后，如果有兴趣就会主动联系你。其次是产品，网站上产品类别很多，主要按批发商，制造商和出口工厂分类。第公司，用户可以在这里找到直接供应商，制造商和经销商。

除此之外，它还可以让您成为经销商，帮助制造商，出口商，批发商和其他中小型公司售卖商品，从而无限制地赚取佣金。Tradekey是全球，发展快的B2B平台，为全球的中小进口商，出口商和企业提供贸易往来的平台。Tradekey还有自己的app，无论用户身处何处，都可以搜索新的供应商，或者在旅途上与顾客保持联系。