

东南亚COD电商物流

产品名称	东南亚COD电商物流
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	12.00/kg
规格参数	跨境电商:东南亚COD电商物流
公司地址	深圳市宝安区沙井鞍胜路35号
联系电话	暂无

产品详情

森鸿国际，自2003年创立以来，一直专注于为客户提供有竞争力的供应链解决方案。森鸿国际物流、进出口、供应链融资方面为客户提供最可信赖的、一站式的专业服务。迄今为止有来自中国大陆，韩国，中国台湾，中国香港，欧洲，美国，中东等近1600家企业达成合作并取得满意的成果。森鸿国际拥有丰富经验的员工近200人，网络遍布深圳、香港、东莞、广州、佛山、重庆、义乌、等。森鸿国际物流有限公司，是经国家批准成立的一级综合性国际物流和国际货运代理企业，拥有强大的国外网络系统和国内一流的专业团队。通过密切配合，国内外网络系统已经建立起长期的战略合作伙伴关系。森鸿国际物流在亚洲20年的发展根基和其他的战略合作伙伴，辐射台湾，香港，马来，泰国，菲律宾，新加坡等全境专业团队拥有一批长期从事经验的资深人员组成，融合国内外实效经验，为客户提供优质服务。依托良好合作船东，码头，报关行及自有集卡，仓储，进出口公司，为客户提供优质高效的整箱海运，空运，多式联运，拖车，报关，PROJECT CARGO以及仓储和增值业务的一站式物流配送服务方案。

通过股权穿透，我们不难发现，Shopee和Lazada割据战的背后，实则是腾讯和阿里的细分市场之争。不同的是，Shopee的模式为C2C，Lazada更倾向于B2C的模式，这可以简单理解为淘宝和天猫的区别。

具体体现在两者在品牌、产品及定价策略、用户定位、物流体系等上的差异：

- 1、从品牌策略来看，Shopee倾向于个人店铺模式，更为突出的产品和价格优势，Lazada倾向于走高端形象路线，更注重引导卖家突出自己的品牌；
- 2、从产品和定价策略上来看，Shopee采用本土化货铺模式，“秒杀”、“闪购”等大流量、高转化的促销形式深受喜爱，除越南外，商品的最高折扣可达到95%，Lazada则采用全球精选模式，同款商品在Lazada的产品定价普遍比Shopee高，通过定向“打折”刺激消费，营造“品牌低价”氛围；

3、从用户定位来看，Shopee利用渠道价格优势采取薄利多销的“打法”切入东南亚中低消费人群，Lazada则瞄准东南亚中、高端消费群体，通过产品分层定价，利润普遍较高；

4、从物流体系来看，Shopee自建跨境业务的物流服务体系SLS，配送价格低于市场价约30%，Lazada则6国自建仓储，合作邮政、菜鸟，实现末端配送72小时送达。

从某种意义上来说，腾讯加持的Shopee似乎在复刻早期淘宝的打法，而阿里加持的Lazada则在搬运现有的天猫模式，Lazada由于品牌力的聚合，现阶段总体要优于Shopee，但考虑到Shopee具有社交和游戏化属性，在未来，两者孰强孰弱？我们不敢妄加论断，但就2019年度销售数据来看，Shopee以GMV约为176亿美元领先于GMV约为130亿美元的Lazada。

03 再造一个淘宝或天猫？

即便Shopee和Lazada两者合占东南亚近70%的市场份额，但平台型电商仍未完成垄断市场。

一方面，东南亚地区主要分为中南半岛和马来群岛，群岛各国分布分散，地理位置相互割裂，导致各国生活习惯等方面差异较大。

同时，作为多文化融合地区，各国宗教信仰及传统文化等各不相同，传统平台型电商标准化经营难度随之增加。各国消费者偏好不同，标品难以迎合所有消费者的喜好，一旦选品方面出现水土不服，商品滞销在所难免。而如若采用入乡随俗的本土化经营策略则意味着这是一项长期重运营工作，重运营则代表着高投入。