

成都到泰国电商物流小包

产品名称	成都到泰国电商物流小包
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	品牌:泰国跨境电商COD小包 服务项目:泰国跨境电商COD快递 服务地区:泰国跨境电商COD物流
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

红杉中国近很大方。

近年来参与了几十个跨境电商项目的投资人海宁告诉志象网，融资事件绝不止这些。她明显感受到，今年年初以来，资本开始越发青睐跨境电商项目。

国际物流是一家向客户提供运输、仓储等供应链管理方案及服务的第三方物流服务企业，专注为电子商务行业提供仓储物流及 B2B、B2C 配送管理一站式解决方案，公司秉承“速度、服务、诚信、创新”的经营理念，坚守“让天下人没有难运的货物”的企业使命和“成为全的国际物流运营商”的企业愿景，一心一意为全提供的跨境国际物流转运服务。台湾COD物流，菲律宾COD物流，东南亚COD物流，泰国COD快递，新加坡COD物流，香港COD快递，马来西亚COD物流，印尼COD快递，越南COD快递。日本COD物流。欧美专线小包 物流仓储一件代发

公司服务包括：仓储及库存管理、国际转运(香港、印尼、马来西亚、日本、泰国、越南)等东南亚区域、台湾快递、第三方物流方案设计及全自动供应链管理方案等其他增值服务，在商务服务及物流服务行业获得广大客户的认可

受新冠疫情冲击，人们对线上购物的依赖前所未有的。跨境电商成了今年以来为数不多的好生意。在传统外贸越发艰难的2020年，跨境电商被赋予了稳外贸的重任，扶持政策层层加码。安克创新、SHEIN的故事更让资本在此看得了方向。资本对跨境电商的热情退却了几年之后又重新发现，这一领域仍大有可为

。

今年以来，跨境电商企业融资消息频频更新。

仅以近期为例，2020年9月21日，跨境电商深圳斯达领科网络科技有限公司宣布完成A轮融资，融资金额约3亿元人民币，由红杉资本中国基金领投，天图投资、祥峰投资、灵犀资本跟投。

近日，跨境电商品牌“万拓科创”又宣布完成3亿元A轮融资，红杉资本中国基金投资，星汉资本担任财务顾问。

近年来参与了几十个跨境电商项目的投资人海宁告诉志象网，许多未对外宣布的项目也悄悄完成了融资。

海宁发现，资本对跨境电商的态度与从前不同了，“今年跨境电商融资更容易了、金额更大了、投资方有更多的一线基金了、融资轮次更靠前了、B2B的融资也更多了、对公司盈利的要求也更低了。”

前几年，资本对跨境电商一度降温。来自广发证券的一份研究报告显示，从投融资数据看，2015年是投资热度顶峰。2017年后，由于市场环境的影响，跨境电商行业融资数开始减少，行业融资有所降温。

海宁对志象网分析，“2016~2018年投资跨境电商的资本以PE为主，投资轮次一般是B轮以后、Pre-IPO轮，当时只有一种退出方式：A股上市公司并购。当华鼎并购通拓、星辉并购泽宝、天泽并购有棵树、浔兴股份并购价之链，这几起并购案接连完成，证监会的问题越来越、市场对铺货卖家的现金流和存货也越来越担忧，每一家的股价都没有明显的上涨，资本没有赚钱，对行业产生了恐惧是非常自然的事情。”

“市场上没钱了，2018年的募资情况特别难。”她回忆说，不过今年年初以来，跨境电商在投资圈又热了起来。

海宁说，不仅国内，海外市场的投资意愿也同样狂热。今年以来，亚马逊等平台的股票价格一路上涨。

跨境电商企业的强劲表现更令资本振奋。今年8月24日，安克创新在深交所创业板挂牌上市，发行价格66.32元/股，发行数量为4100万股人民币普通股，成为创业板注册制首批上市企业之一。截至当天上午11时48分，安克创新股价为138.28元，涨幅达108.50%，盘中股价高达到168.88元，交易量已经超过20亿人民币。

创下这一成绩的安克创新创立于2011年，从跨境做充电产品的生意起家。WPP、凯度和Google联合发布的《2020 BrandZ中国全球化品牌50强报告》中，安克创新就与联想、小米等企业同时。

根据安克创新的招股书显示，2017~2019年度，公司营业收入分别为39.03亿元、52.32亿元、66.55亿元；年复合增长率达30.58%。即便在全球经济都收到新冠疫情冲击的背景下，安克创新今年上半年也实现收入35.28亿元，同比增长24.52%。

另一家跨境电商品牌SHEIN今年也创造了“神话”。Sensor Tower数据显示，截至今年9月，SHEIN在全球范围的应用商店的下载量已达到2.294亿，而快消品牌H & M、ZARA的应用程序下载量分别为1.235亿、

9060万，被SHEIN远远甩开。

据《晚点 LatePost》报道，去年SHEIN将 300 亿元人民币的服饰卖到海外，大约 1/7 个 Zara 或者 2.5 个 H&M。今年SHEIN的销售额早早超过了去年，在6月的内部会议上，就已经宣布销售额已经过 400 亿元。今年8月，SHEIN完成了E轮亿元及以上美元融资，估值超过150 亿美元，目前也正筹备上市计划。

长期关注跨境电商领域的投资人李全对志象网坦言，这两家公司给行业带来了很大的触动，很多人都没看到，生意可以做这么大。

“ Anker上市后，二级市场给了很高的倍数，加速了一级市场投资人的热情。”李全补充道。

海宁也对志象网分析，安克创新和SHEIN走出的品牌化路线，也为投资人们带来了新的思路，除了铺货模式，跨境电商有了更好的模式。

某头部电商平台战略投资部投资人王超告诉志象网，目前而言，这种公司就是投资人想去找的公司，既具备品牌能力，后端供应链又非常强。

珠玉在前，类似SHEIN的项目获得资本的青睐。据36氪的消息，原车好多集团联合创始人、CTO张小沛离职之后，已经再创业，项目方向是类似SHEIN的快时尚出口跨境电商品牌，项目的名称尚未确定就已经获得了3000万美元左右的天使轮投资，投后估值1.5亿美金。

平台也是资本青睐的方向。海宁认为，可以参考阿里、腾讯、京东投的Lazada、Shopee、Wish，但是平台九死一生，且烧钱猛，一般的资本未必有这个实力和决心去投。

今年以来，疫情的隔离状态之下，依赖线下的传统外贸发展受阻，而跨境电商却逆势爆发。

据海关统计，今年上半年，中国一般贸易进出口交易规模下降2.6%，加工贸易进出口交易规模下降8%，海关跨境电商监管平台进出口增长26.2%，跨境电商成为唯一保持正增长的贸易方式。

在稳外贸的大环境下，对跨境电商的政策扶持力度也在层层加码。今年4月7日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议。会议决定，在已设立59个跨境电商综合试验区基础上，再新设46个跨境电商综合试验区。之后，国务院相关文件连发，从政策上在物流、融资、保险等产业配套服务上对跨境电商进行扶持。

今年7月1日，我国启动跨境电商B2B出口监管试点，增设“ 9710 ” “ 9810 ” 两个出口监管代码，分别对应“ 跨境电商B2B直接出口 ” 和“ 跨境电商出口海外仓 ”。试点仅仅两个月，中国跨境电商企业对企业出口监管就迎来升级。9月1日起，在现有10个试点海关基础上，上海、福州、青岛等12个直属海关加入跨境电商B2B出口监管“ 试点群 ”。

中商产业研究院在一份研报中称，2018年我国跨境电商零售进出口交易额突破1000亿元。2019年，中国跨境电商零售进出口额达到1862.1亿元人民币，是2015年的5倍，年均增速49.5%。随着跨境电商综试区增加，跨境电商市场规模将进一步扩大，2020年进出口交易额有望达到2800亿元。

据经济观察网报道，不只是国务院频繁出台政策支持，各地方的扶持政策力度也非常大。尤其在传统的外贸发达地区，地方政府纷纷把跨境电商作为产业转型的救命稻草，义乌市有关领导在一次活动上说，将把义乌打造成适合跨境电商创业的城市。

在网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、分析师张周平看来，跨境电商今年受疫情催化发展加速有多方因素，有政策加持，也与外贸加快转型、电商需求增长息息相关。

不过，在受访投资人看来，他们更为关注跨境电商的长远发展。现在，市场正向投资者和创业者们展现它的潜力。

出海卖货的利润空间远比在国内要高很多。

从传统外贸转型跨境电商亚马逊运营的六安君告诉志象网，在跨境电商上交易商品可以取得更大的利润空间，以往普通外贸走批发只有10%的利润空间，跨境电商C端亚马逊的利润是会比较高的，大多数还是在30%左右。做得不好的话可能就会在10%左右了。

“我们曾经卖过一个纸巾盒，从1688拿货，进货价不到10元人民币，在亚马逊上能卖到三四百，除去物流等成本还能挣个两三百。”六安君所在的公司经营的木质宠物用品，由于货件大，加上拥有的工厂私模有设计专利和匹配备案，这类产品在C端亚马逊的毛利润就是低都保持在50%以上。

受疫情催化，海外市场正在逐渐释放潜力。亚马逊和阿里巴巴国际站的财报均显示，平台销售额实现了快速增长。

亚马逊发布的财报显示，亚马逊2020年季度的净销售额为755亿美元，同比去年的597亿美元增长了26%，亚马逊第二季度营收889亿美元，同比增长40.2%，高于此前市场预期的818.5亿美元。阿里巴巴今年上半年财年财报显示，国际站启动首期“春雷计划”，平台实收交易额同比增长110%

在电商发展相对空白的新兴市场更有巨大的发展空间。埃及国家计划研究所的一份主题为“新冠肺炎疫情危机可能对埃及经济造成的影响”的研究称，在疫情发生之前，据估计，埃及仅8%的互联网用户进行了在线购物，随着新冠病毒的传播和预防措施的升级，预计电子商务在未来一段时间内至少会增长50%。

外界忽然意识到，做跨境电商原来是门好生意。不仅资本追捧，进入跨境电商赛道的玩家也在增多。

疫情期间，阿里巴巴跨境零售电商平台速卖通的数据显示，疫情在海外开始蔓延的3月份，速卖通上商家新开店数环比增长了132%。阿里巴巴国际站也监测到了类似的增长，新卖家数同比增长54%，活跃买家

数同比增长84%。

李全分析，跨境电商其实就是外贸，整个外贸从线下到线上转型，这是大的红利。网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、分析师张周平也持类似的观点。他观察发现，已有不少外贸企业通过入驻阿里巴巴国际站、亚马逊等平台，把线下的贸易转到线上去。

跨境电商与国内产业链也可以互为补充。拥有制造能力的企业从传统外贸向跨境电商转型利润空间更大。“相对而言，如果有自己的工厂，能够获得30%以上的毛利润，高的达到60%~70%的净利润。”六安君说。

多位受访投资人都对志象网表示，国内供应链的成熟也为跨境电商的发展提供了助力。在王超看来，国内原本做to-B的企业可以通过线上贸易做品牌，汲取价值链里更大的价值。

“虽然很难，可能大部分都做不成。”王超说，至少海外市场提供了很大的机会。与国内的格局明显不同，海外市场相对更为分散，即使是亚马逊在美国的市占率也大概在30%至40%之间，除亚马逊外，其余还有大量的自建站、独立站，“像ZARA到目前为止在亚马逊上都没有官方店铺，会选择自己做平台。”

10月29日晚，正在筹备出口平台的创业者王顺谢绝了志象网的采访。当天晚上，他在朋友圈里分享了一段财经类自媒体人所长林超的短视频。视频中，林超认为，疫情后高性价比的国货品牌首先会替代掉同类的外国品牌，国货崛起然后再冲出中国成为世界品牌，这个进程与日本80年代国货崛起然后全球化的进程很像，区别在于中国的产业链比日本更大。

“英雄所见略同。”王顺点评道。