

# 美国物流专线电商小包

产品名称	美国物流专线电商小包
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:美国跨境电商小包专线 服务项目:美国跨境电商物流专线 服务地区:美国跨境电商快递专线
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

### 新兴市场和独立站的红利

对于国内卖家而言，市场、平台如何选择，一些卖家也提出一些建议。就跨境电商市场而言，不一定要局限于欧美等成熟市场美，比如，RCEP协议的签署，使得东南亚地区迎来新的发展机遇。

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。欧美物流专线小包  
国内物流仓储（海外仓）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业获得广大客户的认可。

国际物流，致力打造一站式跨境物流平台。公司为中国电子商务卖家提供国际物流、全球仓储等电子商务综合配套服务，全程解决外贸电商供应链中卖家遇到的各种核心问题。公司通过IT技术和资源整合优化中国跨境电商供应链，结合自建物流直达专线和海外仓储等服务，构建基于互联网的全球配送体系，帮助中国卖家降低成本，提升中国制造商品的全球配送速度。

据Google和Temasek联合报告显示，东南亚电商规模2015年仅有5.4亿美元，但到2025年预计将高达87.8亿美元，激增1626%；此外，2020年东南亚电商营收年增幅率达到32%，这一数字也远超线下零售的7%，成功跃居东南亚经济增长新杠杆。

再如日韩市场，由于新冠肺炎的影响，日本和消费者的网购频率和网购规模同样在大幅增加。“成熟市场的竞争过于激烈，疫情下的新兴市场对于新卖家而言也是一个不错的选择。”一位站卖家说。

此外，除了亚马逊、等平台，独立站也是当前不少卖家的转型选择，尤其是国内品牌卖家。从欧美市场购物习惯来说，他们购物时不仅关注产品质量，也非常在意企业的和品牌美感。而且，独立站可沉淀用户，具备品牌的溢价能力。一位卖家透露，国内某年销数十亿的在去年已经成立团队布局独立站，“其实国内几个都在悄悄做独立站，只是秘而不宣。”

卖掉帕拓逊，

这是一个错误？

经历2019-2020年的重创之后，跨境通陷入严重亏损、债务缠身的困境。

怎么办？这是摆在管理层桌上的一道迫在眉睫的难题。

让业界大吃一惊的是，管理层竟然选择了变卖资产！这一决策，几乎炸碎了全体股民对于跨境通的幻想。

2021年1月28日，跨境通发布公告称，拟出售全资子公司深圳前海帕拓逊网络技术有限公司不低于60%的股权。3月24日，跨境通正式发布交易公告，出售股权扩大到，并最终以20.2亿元完成股权。

此举释放的信号扑朔迷离：难道跨境通的管理层“不想再玩”了？

帕拓逊是跨境通旗下的优质资产，也是亚马逊卖家当中的“优等生”。

帕拓逊旗下产品涵盖音频类、智能家居类、户外运动类、五金产品及键鼠等领域，拥有MPOW、VICTSING、VICTEC等多个自营品牌，其音频产品位列跨境电商行业梯队，旗下品牌MPOW是Amazon北美音频产品品牌。据称其在Amazon的Bestseller累计超过800个。

“行业里把帕拓逊、泽宝和安克创新称为‘亚马逊三杰’，他们在运营方面的表现都很抢眼，甚至有人说帕拓逊的运营能力在后两者之上。”某主营亚马逊业务的跨境卖家告诉亿邦动力，帕拓逊的核心管理层均来自阿里、腾讯、IBM等互联网公司，其运营岗80%以上是本科学历，即便是基础的工作内容也是如此，足见对运营人才组建的重视。

另外，帕拓逊也是早一批在内部搭建完善的产品研发流程和体系的卖家。2015年，帕拓逊就开始大量投入开发私模产品（每个产品的开发大概在10万~100万元之间）。

截至2020年，帕拓逊的专利数已达到256项，拥有186项商标等知识产权。

“产品研发是企业长期增长的引擎，这也是2015年后，帕拓逊在行业红利渐失的情况下，依旧能够维持增长的重要原因。”一位业内人士向亿邦动力指出。

根据跨境通财报，自2017年至2020年，帕拓逊营业收入分别为24.25亿元、34.17亿元、34.39亿元、49.4亿元，净利润分别为1.91亿元、2.38亿元、1.78亿元、3.18亿元。

“很多人称帕拓逊为跨境通的‘现金牛’。”一位业内人士指出，出售自家“现金牛”，可见跨境通财务状况的紧迫。

在出售公告发布后，跨境通官方表示，其所得的纾困资金将大大降低公司资金压力。

公开资料显示，跨境通早年间通过多次投资、历时5年、耗资9.91亿元，才将帕拓逊收入囊中。如今拟以20.2亿元出让，短期来看，这笔资金解决了公司在资金链上的“燃眉之急”，但从长远发展看，跨境通却也痛失了自己的顶梁大将。

06

市值蒸发300亿，

退市风险袭来！

但愿它能够好起来！

今年4月30日，跨境通发布大幅下调财务预期公告，由盈利转为亏损33.74亿元，随之股票被ST。

对于该业绩，跨境通将其归因于“人员缩减带来的短期高额遣散费用及其他管理业务损失、呆滞产品库存清理、应收账款坏账计提等导致环球易购亏损约25亿元”。

跨境通股票于5月6日停牌，自5月7日复牌之日起，深圳证券交易所对其股票交易实施退市风险警示和其他风险警示。

多位业内人士慨叹，病来如山倒，跨境通已濒临病入膏肓的迷离状态！

5月8日，徐佳东辞去跨境通董事长、总经理等职务，同时辞去子公司环球易购一切职位。他曾于2008年创建环球易购，并在跨境通并购环球易购后一直担任该公司总经理。与此同时，跨境通董事会也“大换

血”。

截至5月13日，跨境通连续6个交易日跌停，收盘报2.71元/股，市值42亿元，仅为高峰期的1/9。在3年多的时间里，其市值蒸发超过300亿元。

从2018年起，跨境通的营收增速明显放缓——2018年营收同比增长53.62%，2017年为64.2%。与此同时，归属于上市公司股东的净利润出现负增长——2018年归母净利润同比降低17.07%。2019年，公司营收178.74亿元，同比下跌16.99%，净利润为亏损27.08亿元，同比下降534.82%；2020年，营收170.21亿元，同比下滑4.77%；净利润为亏损33.74亿元。

“2018年，跨境通6.23亿元的净利润，只对应着1.83亿的经营现金流量净额，这从侧面说明，它的扩张没有带来盈利能力的增长。而高达50.66亿元的库存不仅是对资金的严重占用，更带来巨大的减值风险。”某财经界人士指出，这可能是跨境通陷入危机的症结。

而如此高的库存背后，映射的是大批早期跨境电商玩家普遍采用的“铺货”模式所带来的负面效应。跨境通正是其中一员。

“这个问题前两年就在行业里不断暴露了，跨境通也在极力转型，但非常艰难。”某华南跨境电商人士指出。对于还剩下残缺的环球易购和优壹电商的跨境通而言，接下来的日子可能就是苦熬、等待新的转机。

它能如愿复活吗？警钟仍在长鸣……