

台湾COD小包国际物流专线服务，海外仓一件代发，代收回款，时效快

产品名称	台湾COD小包国际物流专线服务，海外仓一件代发，代收回款，时效快
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司
价格	16.00/公斤
规格参数	
公司地址	宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号1层-东
联系电话	13461822095

产品详情

森鸿国际物流成立于2006年，是一家从事东南亚COD电商小包、中国台湾COD电商小包、中国香港COD电商小包、菲律宾COD电商小包、马来西亚COD电商小包、全球电商小包、美国电商小包、英国电商小包、墨西哥电商小包、海外仓等新型电商以出口业务为主的，我们服务的客户已覆盖广州、深圳、上海、西安、东莞、武汉、厦门、莆田等地区。

电子商务是马来西亚发展快的行业之一。据Statista（）近的估计显示，马来西亚电商平台在2017年的收入高达42亿令吉。此外，预计到2022年，其电商规模将增长至98亿令吉。马来西亚向展示出了其电商潜力到底有多大。

Statista还透露了一些数据，表明电商已成为许多马来西亚人生活中不可分割的一部分。2017年，马来西亚一共有1510万网购活跃用户，占总人口的47.9%。随着数字经济的迅速发展，马来西亚电商花了十年的时间才达到了现在的规模。

接下来，让我们来细细品味马来西亚电商在过去十年发展史里的“动荡风云”：2008-2011年：电商的萌芽早些年在家庭和办公室中，服务的普及性和计算机的使用率大大，这导致了电子商务的产生。马来西亚多媒体大学（MultimediaUniversityMalaysia）的一项研究表明，由于网速的迅速，马来西亚电商每年都了很高的增长。

C2C平台（如eBay和Lelong）在当时迅速发展，因为其可以让个人以一种可靠方便的方式销售产品。不熟悉线上支付的用户可以通过货到付款（COD）的方式轻松购买或出售商品。因此，买家和卖家不必输入自己的信息，可以面对面地检查产品并接受付款。

C2C平上支付方式的使用。eBay使马来西亚顾客可以买到海外的商品，但是必须使用PayPal注册。这就鼓励了马来西亚顾客使用、银转账。21世纪初，网上精品店也开始在马来西亚兴起，销售的商品涵盖了从高科技到时尚领域。

其中包括电商平台FashionValet，由流行博主VivyYusof和其男友FadzarudinAnuar正式推出。2012-2014年：

电商平台的大量涌现电子商务在21世纪的发展为新电商平台的发展奠定了基础，一些新平台成为了马来西亚如今受欢迎的电商平台。

2012年，另外五个电商平台加入了马来西亚电商浪潮中，其中包括Lazada、Zalora、Rakuten、Hermol以及65daigou（现在是Ezbuy）。电商平台乐天(Rakuten)也在这时候推出了乐天马来西亚站。这家电商平台表示，由于马来西亚电商市场的积极增长，以及2012购潮，选择这个时候进入马来西亚是个及时的决定。

Lazada在2014年成为了马来西亚搜索量的电商平台，甚至超过了Lelong和eBay等平台。在两年内，这家由RocketInternet支持的新平台筹集了大约8.14亿美元的资金，然后迅速增长，并在马来西亚广受欢迎。Lazada仍然是马来西亚成功的电商平台之一。

2015-2017年：电子商务的转折点截至2014年底，全球电子商务（B2C）的销售额超过1万亿美元，各大洲均实现了两位数的增长。然而，马来西亚的电子商务仍然相对较新，并且刚刚开始走向成熟。马来西亚注意到了这一点，并在2016年推出了National e-Commerce Strategic Roadmap（全国电商战略路线）。

为了在2020年前使电商的增长翻一番，其战略包括了一个双重计划，即扶持未来的中小型企业（Es）。通过上能力，扩大马来西亚的市场准入。除此之外，2015年又出现了GoShop、11Street和Shopee等平台。Shopee成为其中的电商平台之一，在两年之内，他们很快发展成为Lazada强劲竞争对手。

ShopeeSEA（前身是Garena）资助创建，其C2C平台作为移动优先平台，强势进军马来西亚。Shopee站不同，后者大多数是以PC端优先的平台开始发展，而Shopee站和购物pee进军得非常及时，因为马来西亚的普及率在2014年达到了140%，在东南亚。

另一项研究显示，该国电商平台的流量中有74%是通过移动设备访问的。随着通信基础设施的不断改善，马来西亚的在线流量预计将增加。此外，移动服务提供商和智能品牌在马来西亚具有很强的竞争力，使其为移动流量的增长提供了一个可行的环境。

因此，到2017年底，Shopee在iOS和Google Play Stores上都成为购app。但是，Lazada在这场战斗并没有失败。在电商巨头的支持下，Lazada在PC端上的流量仍然。为了在东南亚的电商浪潮中分一杯羹，创建的向Lazada注资40亿美元。

这对马来西亚来说意义重大，因为Lazada的物流和仓储中心位于马来西亚，已提供了超过2000个工作岗位。2015-2017年间，购节越来越受消费者的，例如MY Cyber Sale（购促销节日）、双十一、黑色星期五、网络星期一和双十二等购物节。

2018年至以后：电子商务的未来10年之内，马来西亚电商会向多样化发展，预计企业和都将采取措施进一步促进电商增长。其中（MDEC）发起的数字自贸区（DFTZ），由马来西亚委托开展。该自贸区将极力为中小企业提供帮助，借助提供的知识，上进行自我。