

邵阳寄发马来西亚COD物流东南亚专线跨境电商小包货到付款国际快递

产品名称	邵阳寄发马来西亚COD物流东南亚专线跨境电商小包货到付款国际快递
公司名称	深圳市哲马国际供应链有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区福永街道怀德社区第三工业区A1栋215
联系电话	18207573673

产品详情

哲马国际物流简介：十余年运输操作经验，自营运输专线，邵阳寄发马来西亚COD物流东南亚专线跨境电商小包货到付款国际快递，从操作、清关、分拨、配送、代收货款自己操控；分公司分布广州、东莞、深圳、台湾、香港、印尼、泰国、越南；自营运输专线有印尼跨境COD物流，台湾COD物流、台湾COD物流、香港COD物流、泰国COD物流、越南COD物流、中东COD物流专线、俄罗斯COD物流专线；所有跨境电商小包专线我司均可提供分配哲马系统的分账号以便客户自助下单、打印面单，客户可自行查询跟进，快件轨迹实时掌控；支持上门取件、代收货款、改派、仓储转寄(转寄订单下达之后两天内完成转运动作)；

服务宗旨：诚信为本，所托必达；经营理念：个性化服务，为客户省心、省力、省钱；

这些国家及地区均设有海外仓，可以一件代发，仓储，代打包等。全程系统API对接，客服业务一对一服务。

新加坡外卖送餐销售市场好像将要迈入一位新游戏玩家——ShopeeFood。

昨日，Shopee在其Facebook及 Twitter首页上公布了一则外卖送餐员招聘职位，工作中地址坐落于新加坡。公示表明，ShopeeFood将在首都吉隆坡、雪兰莪州两个地方招聘当地外卖送餐员。

据了解，2020年底，Shopee集团旗下外卖送餐业务流程ShopeeFood在印度尼西亚运行；本月稍早，Shopee Food将业务拓展至印度尼西亚别的三座大城市。从昨日Shopee公布的文章看来，ShopeeFood将要向新销售市场进行攻击。

为什么是新加坡？

也许是遭到肺炎疫情长期未清、付款业务流程扩大要求、投资人必须将来提高小故事等综合要素的危害，上年年末ShopeeFood以印尼雅加达为起始点，逐渐合理布局东南亚地区早就被“刮分消失殆尽”的送餐业务流程。本月稍早，ShopeeFood又将印度尼西亚业务流程扩大到三座新都市——万隆、日迦和泗水。

继攻进东南亚地区人口最多的印度尼西亚后，新加坡变成了ShopeeFood的第二站。从人口总数上看，虽然3三百万人口数量的新加坡在经营规模上不能与印度尼西亚相较，但好在新加坡做为“亚洲四小虎”之一，社会经济比较比较发达，平均GDP超10,000美金，工资水平相对性较高，外卖送餐发展潜力也不容小觑。

从现行政策要素上看来，新加坡政府部门在新冠疫情期内严苛执行了行动管控令，在行动管控令实行期内，其政府部门严禁饮食业全部正餐业务流程，在这里情况下，新加坡很多餐饮业转型发展网上，外卖行业迈入了迅速发展壮大环节，进驻店家与增加用户数持续飙升。依据调查报告表明，截止到2020年6月，新加坡外卖行业订单信息总数同比增加约48.7%，市场容量达11亿美元。

现阶段，新加坡外卖app包含FoodPanda、Hungry、GrabFood、Dahmakan、Bungkusit、Delivery Eat等。在其中，可与ShopeeFood一较高下的仅有知名游戏玩家——GrabFood和 FoodPanda。从2020年的信息看来，GrabFood是新加坡较大的外卖app，其销售额约占新加坡外卖送餐市场占有率49.3%，FoodPanda市场市场份额约为48%。

相比于东南亚地区别的销售市场，另一外卖送餐大佬Gojek并未进入，ShopeeFood应对的对手更少。除此之外，凭着Shopee电子商务平台及集团旗下电子账户ShopeePay在该地域累积的市场占有率，一定水平上也可协助ShopeeFood迅速地开启销售市场。

印度的较大企业咨询管理企业之一RedSeer的合作伙伴Roshan Raj曾点评：“针对已经有付款及电子商务工作的Shopee而言，做外卖送餐看起来更为名正言顺。”

2

东南亚地区外卖送餐“起降”2020年，东南亚国家外卖行业GMV做到了119亿美金，外卖送餐买卖总金额提高近200%。做为在新冠疫情中辉煌的领域之一，东南亚地区外卖行业当地游戏玩家、地区型游戏玩家、国际性游戏玩家相互之间的竞争力也更加猛烈。

调查报告表明，东南亚地区“超级APP”Grab的外卖送餐业务流程在2020年共创建了59亿美金成交额，占有了东南亚国家全年度外卖送餐买卖总金额的近一半。值得一提的是，该企业的送餐业务流程也在东南亚国家五个关键销售市场位于领先水平。

略逊一筹的是FoodPanda和 Gojek，俩家企业在2019的GMV各自为25亿美金和20亿美金。2012年创立的FoodPanda做为东南亚地区外卖送餐元老级之一，一度是遮盖东南亚地区销售市场较广的外卖app，然后却因西化的商品、推广策略和管控等难题，造成越南地区、印度尼西亚沦陷，现阶段虽仅存四个销售市场，但依然奉献了该地域约21%的GMV。

Gojek尽管自2018年至今扩张政策不太顺利，但在今年上半年度完成了与Tokopedia的业务流程合并，促使全部行业绿色生态更为多样化，在未来预估能有更高的遐想室内空间。

据外国媒体之前报导，在这种头顶部外卖app中，Grab和Gojek等非常运用已将服务拓展到B2B服务项目，以获得新的市场室内空间；而FoodPanda和 Deliveroo等外卖送餐公司则根据很多营销活动来获得新客户。

可以说，东南亚地区的送餐销售市场布局已基本明确，幸不辱命分到生日蛋糕的概率并不大。短时间，可以更改市场占有率比例的游戏玩家，或许只有靠着Sea这棵树木的ShopeeFood。

事实上，针对Shopee而言，外卖送餐也许算得上新的试着，但针对其总公司Sea而言，已算不上新的领域。早在2017年，Sea就以6400万美金购买了越南地区公司Foody，并根据Foody集团旗下广受大家喜爱的外卖appNow进入越南地区销售市场，Now现阶段稳坐越南地区外卖app头魁，在其它销售市场纵横驰骋风云录的Grab也只有位居第二。

下面，Shopee是不是会砸巨资将外卖送餐打导致其主要业务流程之一，并根据外卖送餐进一步加强Shopee以及总公司Sea在结算方面的竞争能力，这也许在于Sea将来的发展战略考虑。

邵阳寄发马来西亚COD物流东南亚专线跨境电商小包货到付款国际快递