

厦门到马来西亚跨境电商小包COD物流

产品名称	厦门到马来西亚跨境电商小包COD物流
公司名称	深圳市中邮全球供应链有限公司
价格	18.00/KG
规格参数	品牌:马来西亚COD物流 服务项目:马来跨境电商COD物流 服务地区:马来跨境电商COD快递
公司地址	宝安区福海街道桥头社区榕树路5号
联系电话	17666111742 17666111742

产品详情

中邮全球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 BBBC 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，一心一意提供跨境国际物流转运服务。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。当越来越多跨境出口卖家向独立站投来期待的目光，一个Shopify显然不够。于是，中国本土的类Shopify们如雨后春笋。

即便是近年来被普遍认为相对保守的国内电商巨头京东，也被曝出正在组建团队筹谋独立站SaaS服务。

“阿里要入局也没什么可惊讶的。”某跨境电商创业公司CEO表示，“大公司每年大大小小的项目数不胜数，投资收购也不少。就看这个市场到底有多大、增长能不能达到预期。”

不过，需要考虑的是，阿里电商擅长平台模式，流量变现和交易佣金，始终是平台的大收益来源。例如淘宝，其核心盈利模式是“外部流量采购+内部流量分发”。因此，淘宝需要思考的是，如何把流量采购成本搞得足够低，把内部流量分发的工具标准化程度搞得足够高。

而独立站SaaS服务的盈利模式完全不同。

以Shopify为例，它的业务有两大块——SaaS订阅方案和非SaaS商业解决方案。前者主要收取订阅费（月费/年费），以及主题设计费、域名注册费、应用市场APP购买手续费等延伸服务的费用；后者则根据为商家提供的支付、金融、物流、仓储配送等服务收取手续费、贷款利息、服务费等。

换句话说，Shopify通过不同的SaaS订阅方案，满足不同规模或经营场景的商家需求。此外，不断发展SaaS产品以外的业务来扩大市场。

财报显示，2020年，Shopify全年总收入为29.295亿美元，比2019年增长86%。其中，订阅解决方案收入增长41%，达到9.088亿美元，而商家解决方案收入增长116%，达到20.07亿美元。

中邮全球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，主营东南亚台湾/马来/新加坡/菲律宾/泰国/欧洲电商小包代收货款服务。为跨境用户提供国内及海外仓储一件代发服务，东南亚电商平台shopee等贴单，打包，交店，其中台湾均可三天交店。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。近年来我司业务发展中得到客户的认可和留下良好的信用，加上不断完善管理及系统上的优势在服务上已成为行业的。中邮全球秉承快，准，稳的服务宗旨，为跨境电商公司提供多种的服务：跨境代收货款及COD电商小包，买单报关，国内及海外仓一件代发等服务已在珠三角地区后来居上。中邮全球在国内建立多家直属分支机构(广州,深圳,东莞等地)业务通达东南亚多个。我们拥有的服务队伍提供的东南亚跨境电商COD小包代收方案!中邮全球珍惜所托、服务之上、互惠互利、携手共进的经营方针，不断的为客户提供跨境方案服务。

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物流，马来西亚COD物流，印尼COD物流，越南COD物流，捷克COD物流。日本COD物流。波兰COD物流，西班牙COD物流，意大利COD物流，匈牙利COD物流，葡萄牙COD物流。罗马尼亚COD物流，斯洛伐克COD物流，保加利亚COD物流，斯洛文尼亚COD物流，克罗地亚COD物流，希腊COD物流，爱沙尼亚COD物流，拉脱维亚COD物流，立陶宛COD物流，法国COD物流，欧州COD物流
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(台湾COD、新加坡COD、菲律宾COD、香港COD、印尼COD、马来西亚COD、日本COD、泰国COD、印尼COD)等东南亚区域、台湾快递物流、第三方物流方案设计 & 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。

中邮全球国际物流，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。

这类收入是阿里巴巴在其他商业场景中还没有尝试过的（除阿里云服务外）。

值得注意的是，Shopify在2020年支撑的交易额为1190亿美元，同比增长96%。其规模是亚马逊市场的40%。两年前这一比例仅为25%。

重要的不是亚马逊和Shopify是否具有可比性，而是品牌是否愿意直接向消费者销售。