

# 捷克COD物流 捷克COD专线 捷克COD快递

产品名称	捷克COD物流 捷克COD专线 捷克COD快递
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	12.00/kg
规格参数	跨境电商:COD代收货款 跨境电商:欧洲COD物流 跨境电商:欧洲COD小包
公司地址	深圳市宝安区福海街道塘尾社区凤塘大道福洪工业区讯源智创谷1栋102
联系电话	暂无

## 产品详情

依照几个大的维度，跨境出口大中卖家电商升级转型可以分为业务升级转型（原有业务升级，新业务升级），品牌升级转型，销售市场转型。

目前我们看到的出口电商在慢慢转型的案例，都是依附自身原有业务做了对应的升级转型，主要都体现在跨境出口服务业务：

**海外仓**  
储服务：  
许多中大型出口电商都有自己的海外仓，都有几年左右的海外仓储操作经验，和当地**物流**商合作，中小电商除了选择的海外仓储服务商，还多了更多选择，普遍来说，卖家转型的海外仓储提供服务商，部分价格上还有优势。根据目前海外仓储的服务来看，还可以提供接受中小卖家退换货维修问题，做为O2O的前沿，在仓储区开设展览厅，直接向海外客户提供定制和批发。

**国际物流服务**  
：中大型的出口电商在物流方面具备的价格优势，是一般小卖家不具有的。**物流公司**（主要是中邮、四大**快递**、专线）给直客大卖家的价格，一般都比货代还有优势。当然签署这个优势价格都是有量的要求，所以大中卖家在走自己的包裹同时，也会成为货代公司收取包裹，一方面冲量，一方面赚取差价。有公司收取包裹过程中，逐渐成长为有影响力的货代公司，也有公司在物流专线上摸索出自己优势的专线，慢慢转型为专线服务供应商。

**产品供应服务**：大中卖家都有自己独立货源或者工厂，形成了独特的产品体系和有竞争力的价格，我们所认识的部分大中卖家都是到市场寻找没有图片的产品自己拍摄，形成自己的风格，网络销售展示给客户的三个关键因素，图片，标题，价格。为了生产、采购优势，都需要一定数量的库存来防御，当然

库存就是压力和风险，占用企业资金和产品损耗。所以有部分大中卖家会分销和批发自己的产品，来降低库存风险和盘活资金。我们在1688上就发现了几个大卖家的店铺，销售量很可观，出口电商熟悉外贸平台，独立站和客户需求，在产品图片和描述上尽量能根据个平台要求，甚至描述都是中英两个版本，小卖家上起来特别方便。

软件供应服务：技术这个头刀不是小卖家能短时间负担和消费得起的，大中卖家拥有自己的技术头刀和自己开发应用的平台。看看DX上线的富勒仓库管理系统，价值链上架的SAP。外贸电商普遍的多平台、多供应商管里，打单软件，物流跟踪查询软件，刊登软件，大卖家都是异议经历并作出符合外贸出口电商适合的软件，他们作为卖家端，熟悉平台规则和满足卖家要求，普遍和官方平台上有较好的关系。

培训代运营服务：大量小白的涌入，快速入手的方法就是膜拜学习成功大佬的经验。许多大中型出口电商也顺势而为，纷纷推出自己的培训课程和代运营。就代运营这事我还得插一句嘴，大中型电商大佬好比武林大侠，有人慕名来找你学习武功打架和代打架。代运营就像代打架，打不赢你的名声就毁了，不管你之前打过多少胜架。我是已经见证过太多大师倒下了。所以培训相对要靠谱，师傅领进门，修行在个人。在培训领域，SMT和ebay大中型电商入手的比较多，亚马逊和外贸独立站培训还有很大机会。

这些转型都是在现有业务上

调整，改革成本相对较小，且易实现。还有一些**转型**

是企业的自我革命，需要断腕的勇气。基于我们对出口电商的了解，整个出口电商市场整体还是需要高性价比的产品来支撑，并且会有一部分通过产品研发创新和服务升级而出现的产品品牌和渠道品牌。这是因为中国作为资源大国，制造大国，贸易大国作为基础，全球生产和消费市场隔离的需求，这种需求表现为两个方面，性价比的需求，差异性产品的需求。追求高性价比不是追求低质低价，对于产品质量都有一定要求。中国在现阶段随着劳动密集型产品的转移，追求性价比采购要跟随生产市场转移。