

葡萄牙跨境电商COD物流、COD小包物流

产品名称	葡萄牙跨境电商COD物流、COD小包物流
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司营销部
价格	19.00/KG
规格参数	品牌:葡萄牙COD小包物流 主营业务:葡萄牙COD一件代发 服务:海外仓一件代发代收货款
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	18688726501 18688726501

产品详情

跨境卖家究竟有没有必要打造海外独立站？

国内很多电商企业，如三只松鼠、韩都衣舍等，都是通过电商平台上销售而发展起来的，通过独立站成长起来的国内电商企业却成了少数。

一方面，要归因于国内消费者的购物习惯：大都是通过平台来浏览商品，直接在平台上与商家沟通、下单。

另一方面，国内的电商巨头企业较为强势，几近于垄断市场的流量和销量，所以国内独立站的确难以发展起来。

但区别于国内，欧美市场上第三方平台和独立站却是一种相辅相成的存在。

第三方电商平台，拥有大量的免费流量，同时消费者浏览时购物的目的性强，所以客流量大、流量成本低、转化率高就是第三方电商平台的优势。

那为何，欧美不少品牌在运营第三方平台的同时，还要坚持做自己的独立站呢？答案很简单，也要归因于欧美消费者的购物习惯。

欧美消费者在网购时，不仅注重产品的质量，同时对于生产产品的企业资质也是非常在意。

在亚马逊、eBay等电商平台购物时，下单前首先要查看下产品的相关评论，然后就是习惯性的在搜索引擎上查找品牌名，看其独立站上的产品展示状态如何，或者品牌在其本土是否有相关的报道，由此来判断一个品牌的资质。

为何在今年独立站相比于平台电商会迎来更好的增长？主要原因在于三点：

- (1) 疫情期间，用户的线上消费习惯得以培养，线下购物消费人群大量转向线上。
- (2) 中国供应链恢复比其他国家更快，而由于线上需求增大，导致供应端卖家竞争减少。
- (3) 一些新营销渠道（如TikTok）的崛起，也给独立站市场带来了一些新流量。

另外据数据统计，无论是独立站的网上流水还是店铺数量，都在今年得到了20%-30%增长，相反，平台类电商的增长则没有这么明显。

由于FanMart是用统一账号，集中拿货，所以目前在新马泰、菲律宾的派送价格比一些商家在其他东南亚电商平台的费用更低。这时候，如一个商家在马来卖十几马币的产品，运费低了几马币后，这几马币就是商家能多赚的部分，而FanMart平台将这个利润让给商家，这就是所能提供的一个资源价值。

除此之外，FanMart的半自营模式，使商家不需要广告费，也可对产品做投放，大大降低了卖家推广成本。当然，只靠平台流量远远不够，FanMart目前在做的就是如何帮助卖家找流量，加大直播与分销的投入力度，激活直播和社交电商板块。

另外还有东南亚很多国家用户还是更喜欢COD（货到付款）支付方式，COD的核心是签收率要高商家才可以赚钱，但商家拿不到平台上用户数据行为且没有的系统帮助，注定难做好签收率。而平台更不可能为商家买单，事实上Lazada已开始逐步取消COD，主要原因不是没有用户需求而是不好平衡用户和商家关系。

据了解，目前FanMart纯自营的工厂主要在国内，而今年暂不涉及海外的自营采购，这种结论，来自于向勇所做的测算：即头的货下单后，从国内运输到东南亚，第二天晚第三天就能够到达当地，相比当地货，时效有可能更高、而成本远更便宜。

“中国处理一个订单的人效成本要远比东南亚低，以低的马来西亚举例，产品在国内打包的成本是马来的1/3，多也只会达其一半，所以，FanMart选择备国内货。而海外供应链则是FanMart的长远布局，因为疫情的缘故，也就提前加快了节奏。”

“总之，FanMart是供应链与用户平衡做结合、网站与app结合、自营与开放相结合的组合拳模式。”向勇表示，从用户的反馈、包括用户粘性增长、平台不亏钱反而赚钱的结果等，也验证了平台模式的合理性。而即便在当前疫情下，FanMart在停了两个月推广运营的情况下，平台订单量也没有下降。