

葡萄牙跨境电商COD小包快递、COD小包物流

产品名称	葡萄牙跨境电商COD小包快递、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

而之所以短期内不进入如今大火的印尼市场，主要基于几个考虑：

一、由于资本涌入印尼，短期内FanMart的竞争实力不足，可以将其他市场运营好之后，再逐渐进入。即印尼暂时各家都还处于玩烧钱阶段，这个时候创业型公司进入太早。

二、中国跨境电商在印尼竞争的核心优势是中国供应链，但因为印尼的清关成本高，导致产品客单价提高之后，印尼用户接受度相对较低。

三、印尼关税政策不稳定，且如今大幅度下调了对用户征收关税门槛（75美金直接降低到3美金，意味绝大多数订单均需要额外付出高额税务成本），导致一些如服装的品类可能线上比线下市场更贵。

03

差异化打法 积蓄持续竞争力

在向勇看来，想要后续在东南亚市场保持持续竞争力，就要做到一定差异化，做一些巨头短期不会做、看不上，同时也不愿意做的事情，短期内才不会直面巨头的竞争。

“跟那些Shopee、Lazada等大平台相比，我们钱没别人多，资源、人才都竞争不过对方，那么就不能去复制那些纯平台的模式，只能走他们走不了的路子。”

其次，FanMart的平台逻辑既有优点，也有很大缺点，即短期内的GMV不能达到很高的程度，这就在于FanMart偏自营的模式就如同京东早期一样，发展会很缓慢。

由于东南亚电商市场直接进入了移动端时代的特性，且发展速度实际上比中国相对快很多。在该市场主要的C2C模式、偏直营模式，以及社交电商三种模式的发展趋势下，向勇认为，针对C2C模式的平台，除了像Lazada以及Shopee等一些已经“稳固”的公司外，新冒头的平台机率已非常低。

所以，接下来，东南亚新平台发展的机会将介于第2和第3种模式之间，且二者结合的模式机会将更大。但同时，向勇也表示，比如当前找用户的成本会逐年大幅度上升等因素，使新兴平台在如今的东南亚市场上也很难再快速崛起。

在其看来，东南亚市场做电商的本质是用中国供应链的差价卖给当地消费者为主，如果不碰中国供应链，卖家就成了倒流量的淘宝客，在东南亚不会占有优势；而这种只做社交电商，但不碰货的模式，也不会有太大前景；反过来，只做B2C可以生存，但不借助社交、直播电商等新兴渠道的玩儿法，结果也会比较被动。

所以，FanMart如今的路线就是偏自营为主并结合社交电商的模式。向勇表示，FanMart的模式在引流等其他方面优势也很大：

一、做Facebook、Google等投放时，FanMart可以投放广告，采用ROI导向，只要赚钱，就不断投放用户。“因为我们不像shopee等平台算账的模型复杂，FanMart将订单利润算的很死，可以系统化跑量。”

由于定价权在平台手上，平台的定价全部由系统自动确定，所以在做运营跟活动时的优势就会很明显。比如，一个全场8折的折扣活动，一些平台为统一商家意见，做起来就会很麻烦，但FanMart可以自己掌握，且定价标准统一，可以给商家让利，这些都是用户引进之后的优势。

二、加大直播和社交的引流。目前在社交分享方面，FanMart已经做了简易版本，用户在将产品分享出去后，可以得到账号余额的返利，购买任何东西都可以抵用。今年，FanMart将会在该方面加大研发及运营力度。

三、FanMart也做货代付款业务，所以，对于退货到平台的商品，会以低价做活动引流。同时，平台可以提供统一的服务标准，包括统一的包装袋、Logo、退换货等，保证用户体验，减少用户对平台产品的认知差异。

三、集运包邮提升客单价，通过系统计算商品所在地等后，FanMart会把用户在一个时间段内下的商品，自动把多个商品集中打包后再统一运输，但只收一次运费（当订单达到一定金额还包邮）。提升用户体验并降低物流成本让利给用户。

四、FanMart是网站加app版本兼具的平台，且二者组合引流的玩法已经成熟，这补足了单一版本转化率差或者留存不好的缺点。

虽然，对于多数卖家来说，跨境独立站是一个新的领域，但其实跨境独立站并非新的产物。那为何独立站能在近两年如此火爆？其实这跟独立站SAAS建站技术的发展有着密不可分的联系。

以往独立站的建设，需要企业有强大的IT团队，来搭建、维护网站，人力、时间、财力耗费巨大，所以通常独立站是有实力的企业或者大卖家的专属产品。

而近两年，随着SAAS建站系统技术层面的突破，更广大的卖家群体，得以通过千元的成本，几分钟之内就可以搭建成功独立站。建站壁垒的突破，也促使了独立站的高速发展。

另一方面，近几年电商平台上激烈的竞争态势，也促使平台卖家不得不去寻找新出路，而独立站“备货成本小、回款时间短、利润空间大、流量及客户资源自主把控、可复制性高、自主性强、更利于凸显品牌价值”等一系列优势，也吸引了更多的工厂及平台卖家转型去做独立站。