

重庆到葡萄牙COD物流--葡萄牙电商COD小包物流专线

产品名称	重庆到葡萄牙COD物流--葡萄牙电商COD小包物流专线
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司-欧洲电商小包
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:葡萄牙COD物流 主营业务:葡萄牙跨境电商小包物流 服务:代收货款一件代发双清包门
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	18170872539 18170872539

产品详情

2020年以来，中国外贸进出口持续向好。据海关统计，2020年中国跨境电商进出口1.69万亿元，增长了31.1%。跨境电商正成为稳外贸的重要力量，超万家传统外贸企业触网上线、提质增效，跨境电商成为企业开展国际贸易的和外贸创新发展的排头兵。“中国制造”需求量上升“2020年我们的跨境电商出口额达13亿元，预计2021年可以达到16亿元。”浙江某国际贸易有限公司负责人表示，该公司从2014年开始进入跨境电商领域，2018年开始做跨境电商出口，近年来保持了50%以上的高速增长。

这只是中国跨境电商企业发展的一个例子。据海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍，作为新兴贸易业态，跨境电商在防疫期间进出口贸易额出现了不降反升的迹象。2020年中国跨境电商进出口规模达1.69万亿元，强势增长31.1%，其中出口1.12万亿元，增长40.1%，各项指标均创新高。当前，全球消费者正在主动或被动地将消费行为转移到线上，跨境电商平台成为消费者采购的重要渠道。受疫情影响，海外许多工厂处于半停产状态，海外消费者对“中国制造”的需求上升，电子产品、日用品等受到海外消费者的青睐。海关数据显示，2020年中国出口笔记本电脑等“宅经济”产品2.51万亿元，增长8.5%。对于海外消费者需求的变化，中国卖家快速响应，利用国内制造业供应链的成熟和完整度优势，灵活调整自身产品，实现了逆势增长。

“我们隔壁有个工厂，原来是生产家用灯具。防疫期间他们开始生产紫外线消毒灯，这个灯在海外卖得特别好。”中山市一名LED厂商称。亚马逊全球开店企业购亚太卖家拓展负责人杨钧对此深有感触：“防疫期间，很多卖家开拓了很多新的业务机会。”她指出，疫情导致的居家隔离产生了新的需求，除了医疗用品，包括蓝牙耳机、网络摄像头、升降桌、办公椅等在内的远程办公品类有显著增长。“海外仓”大大节约成本“疫情给我们带来了极大的挑战。”某跨境电商负责人介绍，疫情发生以来，国际航空数量锐减，跨境电商遇到了物流配送慢、成本上升、退换货和清关难等问题。在此情况下，国家出台一系列利好政策，给跨境电商平台和商家注入了“强心针”。2020年，中国与22个国家“丝路电商”合作持续深化，双边合作成果加速落地；国务院新批复成立46个跨境电商综合试验区，跨境电商综试区扩大到105个；海关总署增设“9710”“9810”跨境电商B2B出口贸易方式，推动通关便利化。目前多地的跨

跨境电商综试区正继续推进关于跨境支付、电商平台、物流公司等多个产业链的政策利好措施。海外仓模式成为众多跨境企业的新选择。

“物流时效实现了从25到30个工作日甚至一个半月，向七日达、三日达、一日达跃升；区别其他物流渠道，海外仓帮助我们节省了20%的物流成本；产品破损率降低的同时，买家服务体验和店铺好评率直线上升。”敦煌网户外骑行用品卖家Roy介绍，截至2020年，海外仓占到公司总量的80%，布局海外仓的产品业绩销量增长了3倍以上。疫情加速了数字化新外贸趋势，技术创新为出口赋能。例如，阿里巴巴国际站通过线上展会、音视频洽谈等模式，以及智能化的翻译、报关、物流、退税等服务，拉近买卖双方之间的跨国距离。“我们既要解决商家获取订单的问题，还要确保国际运输、跨境支付等环节的畅通。”阿里巴巴国际站总经理张阔表示。迈进“精耕细作”阶段“中国商品不仅物美价廉，产品设计也很出色，很多科技产品都好用。”一位经常购买中国产品的海外消费者赞叹道。随着出口跨境电商的不断发展，越来越多的中国商品走向海外，全球消费者的需求也不断升级。经历了快速成长、野蛮生长、产能调整之后，中国出口跨境电商行业迎来了库存改善、经营稳健的新发展阶段。亚马逊日前发布《从新业态到新常态——2020中国出口跨境电商趋势报告》，总结出中国出口跨境电商发展的五大趋势：卖家地域和类型更多元、全球布局加速、品牌意识增强、产品创新提速、响应能力升级。

“中国出口跨境电商行业和卖家经历了从‘野蛮生长’到‘精耕细作’的演变。出口跨境电商成为中国外贸的重要支持力量，并正从外贸‘新业态’成为外贸‘新常态’。”亚马逊全球副总裁、亚马逊全球开店亚太区负责人戴斐表示，中国卖家在做全球业务的时候，要有全球视野和本土化的思维。戴斐认为，一方面，多元化的发展可以为未来打造更好的发展基础，中国卖家除了发展美国、欧洲、日本等成熟市场，也可以进一步走入很多新兴市场，比如澳大利亚、新加坡等；另一方面，中国卖家需要了解本地消费者的需求是什么，以消费者作为出发点，做好产品的差异化设计，更好服务本地消费者购买的需求，同时也要了解各个国家不同的贸易法规和产品法规，在合规的基础上获得更健康、持久的运营。

电子商务正成为助力东南亚经济复苏的一大引擎。新冠肺炎疫情防控期间，电商经济有效促进了消费回补和潜力释放。中国与东南亚地区在跨境电商领域始终密切合作，为东南亚经济尽快恢复提供有力支撑。

全球战略咨询公司贝恩公司发布的新预测显示，2020年，东南亚地区网购人数有望达到3.1亿，相比去年翻一番。《谷歌淡马锡2019东南亚数字经济报告》此前预测，2019年东南亚电商市场规模为380亿美元，预计到2025年，该地区电商市场规模将达1530亿美元。蓬勃发展的电子商务，正成为推动东南亚经济恢复的重要力量。

持续释放增长潜力

在位于曼谷郊区的泰国TPI国际物流分拣仓库，尽管是，工作人员仍在紧张忙碌地分拣着从海外运至泰国的快递包裹，这其中有大量来自电商平台的网购快件。工作人员介绍，今年以来，仓库内的网购快件明显增多，由于人手不够，分发快件不及时，还会有不少着急的曼谷民众直接开车来仓库取件。曼谷居民孔妮卡告诉本报记者，受疫情影响，她今年上半年大部分购物在网上进行，在虾皮和来赞达等电商平台上下单次数都数不过来，相比往年大幅增加。

亚马逊Amazon跨境电商平台

这是美国乃至全球大的一家跨境电商公司，虽然说一开始只经营相应的书籍业务，在目前来讲已经成为全世界大的交易平台公司，世界上将近七成的人都会选择在亚马逊上买卖东西，亚马逊作为跨境电商平台的优势肯定就是客流量比较大，但是亚马逊对于新手跨境电商人来讲有些不友好，因为亚马逊对于产品的各种信息品牌要求很高，不允许像淘宝里面的青藏高原的空气都有人卖，这太滑稽了。

2、eBay

这也是欧洲有名的跨境电商平台之一，这个平台大的优势就在于适合中小企业入驻，平台的客流量十分的稳定，而且转化率也比较高，基本上就相当于我国的京东，主打的就是品牌优势，目前售卖大件比较多，尤其是一些汽车，或者是摩托配件，当然其他品类也有所涉及，比较适合B2B模式的跨境电商人。

3、Onbuy

OnBuy 成立于 2016 年 11 月，是一家在英国创建并总部设在英国的 B2C 在线市场。OnBuy 拥有数千个产品类别，涵盖美容婴儿用品、科技工具以及多种品类，该平台为买家提供了超过 1700 万种产品的购买机会。

OnBuy 被评为 2019 年英国大市场，正不断壮大。OnBuy 已经是全球增长快的市场之一，它计划创建个真正拥有 140 个国家/地区的全球市场。2022 年，OnBuy 被传媒评为全球增长快的市场之一，正在快速扩张。OnBuy 计划扩展到 140 个国家/地区，目标是成为一个真正的全球市场。

平台优势

- 1、安全可靠的网购平台。OnBuy 与 paypal 合作的为买家提供了更多支付选项，例如现有的 PayPal 余额支付、银行账户以及信用卡和借记卡等。
- 2、与 RRP 相比节省了大量资金。卖家的平台佣金费用比较低，因此他们有低价销售的优势，从而为客户提供优惠的价格。
- 3、产品评论真实。OnBuy 鼓励其平台买家留下评论，以帮助后面的买家做出明智的选择。