

东欧跨境电商COD物流小包 /电商COD小包/一件代发

产品名称	东欧跨境电商COD物流小包 /电商COD小包/一件代发
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:东欧COD物流 主营业务:东欧跨境电商小包物流 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

1：RCEP会形成区域内*规范统一的规则体系

对于广大中国外贸企业家，出口企业来说，以往外贸出口较大困惑之一就是，各国*贸易标准差异化太大，贸易协定变化多端，比如说原产地规则，投资政策，服务贸易政策，RCEP成立以后，在协定的区域内规则会*统一和规范，这对于外贸出口企业来说可以大大的降低经营风险和不确定性。

2：RCEP进一步优化区域的供应链和*资源

笔者做*贸易已经*过17年了，我一直认为*贸易**还是市场资源的整合，RCEP协定以后，区域内的各国国家的，资源，商品流动，技术合作，服务资本合作，人才合作都会*加便利，可以较大程度创造*和整合资源，这对于目前中国如火如荼的跨境电商行业来说会带来巨大的机会。比如说海外仓的建立，东南亚市场的建立，*人才的招聘。未来外贸跨境行业会拥有质的飞跃。

3：RCEP有助于外贸企业海外投资和*化建设

跨境电商目前在中国的发展可谓如火如荼，2020年的跨境电商发展*强调*化和海外目的国本土化，这些都是需要跨境电商企业海外大量的资本投入，比如今年很多头部跨境电商企业布局海外仓，RCEP区域内规则统一以后，对于区域内的投资者来说，进入了一个国家等于进入了区域的全部国家，这样的投资效

率较佳，也*稳定。

4：进一步促进中国稳定外贸和稳外资

我们特意调研了一个海关数据，根据中国海关的数据统计2019年我国的总贸易额是4.6万亿美元，协议区域内的贸易总额达1.3亿万元美元，协议会*加吸引外资进入中国市场，对于中国稳定外贸有非常大的作用，较终利好于中国外贸企业和生产制造业。

2021是跨境电商迎战多重不确定性的考验之年。经年鏖战，跨境电商企业活得怎么样？凭什么增长？北美出口市场*大的情况是否有所改善？多少跨境卖家能以独立站为主要出海渠道？跨境收款需求为什么猛增，结汇、、商业保险需求出现了什么变化？

在跨境收款方面，门槛低、费率低、结算的第三方收款工具仍是跨境卖家可以选择的收款方式。在各个收款机构中，头部六家收款机构服务了近90%的客户，主流收款服务阵营基本形成。

2021上半年，跨境电商呈现出“冰火两重天”景象。一边是泽宝、有棵树、通拓科技等相继头部卖家亚马逊店铺被封。一边是敦煌网、子不语、致欧科技等纷纷欲IPO。在此背景下，8月2日，我国“ ” TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心联合网经社跨境电商（CBEC.）发布《2021年（上）中国跨境电商市场数据报告》。报告显示，2021上半年中国进口跨境电商用户规模1.48亿人，预计到2021年底用户规模将达1.6亿人。

网经社电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任、**分析师张周平将跨境电商定义为，狭义指跨境零售电商，分属于不同关境的交易主体，借助互联网达成交易、支付结算，并通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程，包括：9610、1210、1239等海关监管代码模式。广义网经社定义为电子商务在进出口贸易及零售中的应用，包括：进出口跨境电商、跨境电商（B2B、B2C、C2C）以及9710、9810等海关监管代码和相关服务商。

2021年中国城市跨境电商发展状况

数据显示，在创立的105个跨境电商综合试验区中，跨境电商零售规模**大城市分别为广州、东莞、郑州、宁波和深圳，跨境电商零售规模增速较快的五个城市分别为嘉兴、温州、泸州、德宏泰族景颇族自治州和宁波。艾媒咨询分析师认为，跨境电商企业在这些跨境电商规模大或是增速快的区域中易融合当前产业链，借助当地*的政策获得进一步的发展。

中国跨境电商投状况

数据显示，自2015年起，中国跨境电商数量呈现逐年下降趋势，而平均单笔金额总体呈现上涨趋势。艾媒咨询分析师认为，随着部分跨境电商行业企业的逐步成长，投资机构资金逐渐流向成长

跨境出口电商发展趋势(一)：产品**化中国跨境出口电商未来将以“**化”趋势发展。“**化”模式具备“能避免与当前行业成员正面交锋”、“易于形成自身的*形象”、“单**需求量足够大”和“”*的试错成本低等优势。跨境出口电商发展趋势(二)：*化过去中国跨境出口电商主要以“量”或“价”争夺市场优势，但随着中国劳动力成本优势减弱、世界主流经济体消费者对产品“质”的要求不断提升，这种以“量”或“价”的竞争模式在中国出口跨境电商行业中优势减弱，取而代之的则是“质量*”或“保证质的前提下兼顾价”的竞争模式。SHEIN采取的是“保证质的前提下兼顾价”的竞争模式，吸引了欧美大量消费者关注。独立站模式*能契合*建设，许多商家着手独立站建设，在内容创意、整体视觉、产品包装等各方面进行*升级，在产品同质化情况严重的当下，不同卖家需要找到差异化的市场突破口，从产品包装、视觉设计、*理念等多个维度进行升级。在*塑造上，跨境出口电商越来越注重自身*的宣传，在宣传过程中利用其*特的宣传风格或是宣传材料的特性来告诉消费者“我是一个什么样的*”来强化消费者对自身*的印象。跨境出口电商发展趋势(三)：数字化中国跨境出口电商未来将以“数字化”趋势发展。随着公域流量获取成本的提高，私域流量对跨境出口电商的重要性提高。独立站模式能够有效获取单一用户识别信息，建立有效的用户数据，利于盘活私域流量，促进消费者再消费行为的发生。

受全球影响，国外产能恢复受阻，国外消费者使用跨境电商平台进行购物的习惯正在养成

以美国为例，美国当地生产产能恢复受美国影响明显下滑，美国劳工统计局数据显示，受影响，2020年Q2美国制造业GDP同比下降12%，制造业复苏持续受阻，境内商品无法满足供应，反观中国，强有力的管控政策和稳步推进复工复产，中国产能*大恢复，并可以向海外输出自身产品及服务。在此背景下，美国居民消费习惯由本土消费转向跨境消费，中国借助产能复苏加大了对美国的外贸出口，根据Statista数据，2020年5月美国跨境电商销售额同比上涨42%，由本土线下消费向跨**上购物的消费习惯转变的趋势不断明显。

行业趋势：中国跨境电商行业将以**化、*化、数字化、本土化和引流方式多样化趋势发展

随着电商经济的不断发展，消费水平的提高，消费者对产品“质”的追求将进一步提升，跨境出口电商产品将趋向于**化、*化。随着社交平台的进一步发展以及公域流量成本的提高，跨境出口电商产品运营方式将趋向于数字化、本土化和引流方式多样化。

经济背景：中国是世界*制造大国

数据显示，2020年中国工业增加值为31.3万亿元，连续11年中国世界*制造业大国。中国制造业对世界制造业贡献的产值比重接近30%。艾媒咨询分析师认为，中国具备强大的工业制造体系，为中国跨境出口电商的发展奠定了很好的物质基础。

我们有*的服务团队，标准的操作流程，保每个包裹都按较规范的步骤操作。

我们敬畏客户的每一分钱的付出，保您所花的每一分钱都是有所收获的。

(3) 完善的服务机制

深圳市森鸿国际物流有限公司，主要经营范围包括：东南亚代收货款（COD）、华南邮政小包、日本FB A专线、美国小包专线、*四大快递等相关业务。

公司通过整合海内外**物流资源，且公司开通多条直飞航班业务，并组织*化空运、IT、全程追踪服务。凭着娴熟的操作技术和相关*知识，致力为广大电商企业提供稳定、、有保障的服务，可通达全球的每个国家或地区。

一样的世界网络、一样的优势服务、不一样的优惠价格！