

# 从深圳寄马来COD电商专线快递小包一件代发

产品名称	从深圳寄马来COD电商专线快递小包一件代发
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	7.00/千克
规格参数	品牌:马来COD物流 主营业务:马来COD小包一件代发 服务:马来COD海外仓一件代发
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	13144994944 13144994944

## 产品详情

根据statista的一份调研报告数据显示，马来西亚地区的互联网渗透率已经从2015年的42.65%，增长到了2020年的72.81%（预测值）。在五年的时间里，马来西亚互联网渗透率增长了30.16%，预计到2025年，马来西亚互联网渗透率将达到89.3%。庞大的人口基数和越发高的互联网渗透率为中国跨境卖家布局马来西亚营造了良好的局面。

考虑到马来西亚岛屿众多，地理分布较为特殊，其网络基础设施（网线）等并不发达，但其流量费用十分低廉。以麦肯锡在2019年曾针对亚太地区Z世代消费者做的一份市场调研报告结果为例，在疫情席卷马来西亚以前，仅马来西亚Z世代每天花在手机上的时间就达到了8.5小时，远超该地区的人均使用时长。

相较于PC端，大部分马来西亚消费者选择在移动设备完成线上交易。根据J.P. Morgan提供的相关数据显示，马来西亚58%的线上消费是在移动设备上完成的，且每10笔线上交易中，差不多有7笔是通过购物APP完成的。优化移动购物服务对于获取马来西亚消费者至关重要。预计到2023年，移动端电子商务将以20.3%的年复合增长率持续增长，这意味着移动端将成跨境卖家未来布局重点。

与马来西亚人交往时你需要注意的

就坐时：两腿不能交叉；若非要两腿交叉，要把一条腿的膝盖放在另一条腿上膝盖上。

见面时：在社交场合，以握手为礼；应把自己的名片送给对方，名片文字应为英文；称呼马来西亚人的时候，只能使用他们的个性，不能用第二个。

做客时:到马来西亚人家做客，吃饭或喝酒要等候主人的邀请。

就餐时:少说话,用餐完毕后要在餐盘里留点食物。

拜访时：拜访马来西亚商人要带上礼物，礼物可以是水果、化妆品。

马来西亚是东南亚大的电商市场，更是中国商品的忠实拥趸，但买得人多了，自然会有人投诉。

马来西亚电商消费主力人群是年轻人，但大部分消费者刚刚接触互联网不久，对电商的操作不熟悉，买家下错单却错怪卖家没有标注清楚产品信息的情况时有发生；买家还没养成良好的付款、签收习惯，经常忘记自己购买的产品，导致订单取消、退货的情况频发。

另外，马来西亚的电商平台虽然多，但至今还没有哪个平台能够完全满足当地消费者的使用习惯。各平台都还在根据市场动向不断改变策略，努力迎合和适应市场。

马来西亚是“千岛之国”，境内有17000多个岛屿。城市中心以外的交通建设不完善，给货物运输和配送增加了难度。从中国出发的跨境商品，到达马来西亚基本花费5-15天，如果再遇上清关问题，会大大延长运输时间，影响买家购物体验。虽然，马来西亚的电商市场十分繁荣，但支付方面却没有跟上，货到付款依然是马来西亚跨境电商购物的重要手段，这进一步加大了跨境商品的配送难度。

海外仓一件代发处理流程：

卖家要先找到一家提供一件代发的马来西亚海外仓公司合作，然后选择比较适合自己的产品上架到店铺中。等有买家下单之后，将订单推送给海外仓，然后他们安排备货、发货，通常会交由当地的物流商或是邮政派送。

对于有自己货源的卖家来说，也可以将货物先发到海外仓存储，有买家下单也是会安排发货派送的。

马来西亚海外仓一件代发优势：

### 1、提升运输效率

相比于从国内发货，海外仓产品的发货效率是很快的。收到买家的订单信息后即马上安排，快3天内可以派送到买家手上。

### 2、节省运营成本

因为卖家是上架海外仓中的产品，由海外仓安排发货的，所以是可以节省货源、仓储等运营成本，提升店铺竞争力。

### 3、售后服务保障

对于一件代发的产品，海外仓也会提供退货处理、换标等售后服务，是可以为卖家节省售后成本，降低处理时效。

总体来看，以上三个问题相互之间有着莫大的联系。无论是面对总是忘记取货或付款的马虎买家，喜欢退货、索赔的“理直气壮”的买家，还是要求良好购物体验的普通消费者，跨境卖家都需要一个高效、灵活，为中国-马来西亚线路“量身定制”的国际快递专线。

马来西亚国际快递的清关团队立足于当地，有超过十年的清关经验；快只需2天就可以送货到门，且可全程在线跟踪，安全放心；而鉴于马来西亚当前的国情，专线还可接受货到付款(COD)，付款方式多样。

另外，马来西亚国际快递可寄送的货物范围也十分广泛，可派送0.1KG-75KG的包裹抵达马来西亚全境，其中包括带电、带WiFi的产品，如手机配件及零件、电脑周边设备（笔记本电脑、台式电脑、平板电脑、电子书）、吸尘器、拖地机器人、智能手表等。价格方面，马来西亚国际快递采用分区域收费，吉隆坡、马六以及其他岛屿三个区域，价格依次递增，少只需10元左右即可将货物寄到吉隆坡。

除了卖家，阿里巴巴和京东等中国电商巨头对马来西亚市场均有布局。阿里旗下的Lazada是马来西亚电商市场体量排名前列的平台之一。除此之外，阿里作为领投者参与了马来西亚大的本土电商平台Tokopedia的上市。根据市场公开信息显示，2020年6月，阿里巴巴云马来西亚公司推出了面向PolarDB的关系数据库AsparaDB和实时仓储服务AnalyticsDB，以提升马来西亚企业在数字化过程中的数据处理能力和存储能力。另外，继2018年和2019年建立了两个数据中心后，阿里巴巴计划于2021年在马来西亚建立第三个数据中心，以深耕马来西亚市场。

京东方面，其旗下京东马来西亚站同样是市场平台佼佼者。除了平台业务，京东实现了平台业务和物流仓配体系两手抓，目前已经实现马来西亚仓网全境覆盖。另外，京东对其在马来西亚市场的投资业务也是屡次“出手”，其先后投资了电商平台Tokopedia、出行平台Go-Jek等公司，彰显了其想在马来西亚市场大展身手的决心以及马来西亚市场暗含的巨大潜力。

-----