

深圳布吉到东南亚电商物流

产品名称	深圳布吉到东南亚电商物流
公司名称	森鸿国际物流（深圳）有限公司
价格	30.00/千克
规格参数	东南亚物流:东南亚电商物流 东南亚快递:东南亚电商快递 东南亚小包:东南亚电商小包
公司地址	广州市白云区棠景街机场路585号807-808自编1107（注册地址）
联系电话	13798916595

产品详情

森鸿国际物流，专线B2C小包运输，COD代收货款。目前在上海、宁波、香港、广州、、深圳、越南胡志明、海防、泰国曼谷、印尼雅加达、马来西亚槟城设有全资分公司，并在国内义乌、合肥、绍兴，越南河内、平阳，凉山等处设有办事处。是一支拥有超过300人的物流化创新团队，其中100人左右是中方员工，其余为海外当地员工。公司主要从事于东南亚之间的集装箱物流运输，发展至今已达到年跨境电商小包50万票以上。

团队秉承“专注物流，诚实守信，”的价值观，把“森鸿物流，让世界触手可及”作为使命，以发展项目物流和特色物流服务产品为策略，竭诚为国内外客户提供空运、海运和陆运进出口的各项服务。我们的特色服务有：各类以及废品进出口清关服务、东南亚各国门到门服务、第三国转口贸易服务、全球100多个国家进出口代理服务、各类水果，木材及其他产品进出口服务、代开信用证及物流融资等全方位的物流服务和整体供应链解决方案。

凭借独特的商业模式和不懈的创新精神，森鸿国际物流在公司成立以后就迅速在市场上占有一定的份额，并朝着“成为亚洲物流供应商”的愿景努力。我们未来战略目标是“聚焦亚洲，通达全球”。以中国华东为基地，东南亚为跳板，全球市场为目标，凭借先进的物流设施和现代化的信息技术，充分发挥团队创造力，锐意进取，追求卓越，不断提升公司的竞争力和影响力，实现物流全球化。“实际情况并没想的那么糟糕。”浩方集团董事长兼首席执行官李斌告诉广州日报全媒体记者，“日常消费品跨境贸易依然坚挺。随着无接触消费的发展，很多在海外通过线上销售的中国产品，反而销售额大涨！”

那么，如何在防控疫情常态化下平稳“出海”？如何安全“走出去”闯出新天地？作为一家总部位于深圳的老牌跨境电商，如今成功转型为聚焦科创品牌、立足于产业生态布局，发挥数字技术力量，助力中国科创企业开拓海外市场，实现中国科创品牌国际化的综合服务平台。李斌认为，通过市场端大数据分析，定位，反向定制，企业可实现从产品研发、生产到迭代的全过程，进而推动产业革新升级，稳踞国际市场，“努力创新的中国科创企业，海外市场不会萎缩”。

文、图/广州日报全媒体记者刘畅、王纳

转型升级打造生态圈助力避开高昂“出海学费”

出海，对于中国企业来说早已不是新鲜事。近几年，中国对外直接投资增长迅速，“一带一路”建设更给中国企业“走出去”带来了新的机遇。然而，面对未知市场，只凭勇气往前冲，往往会要付出“昂贵学费”的代价。

李斌2004年从德国留学回来开始创业，为人低调，圈子也都是商学院和投资界的朋友居多。2006年，浩方科技成立，起步于跨境营销服务，在不同的大型电商平台上进行产品销售。初仅是凭借简单的贸易，“什么好卖卖什么”，2007年~2012年浩方跨境电商大卖，连续五年蝉联ebay国内大卖家。随后，浩方开始全平台发展，2015年成立浩方创投，公司业务集团化。

“那时，杂乱的弱品牌化市场和靠价格排名竞争的电商模式已经不能承载未来的行业发展。”李斌说，浩方意识到了这一点，开始挖掘中国制造海外市场的销售模式，着手建立海外品牌营销体系，搭建全球物流仓储以及服务模式等，让这些服务足够支撑起一个产品品牌从出厂后到全链条的周期运作，同时将更多精力聚焦在亚马逊的精细化运营上。浩方开始转型品牌出海运营商，并逐步聚焦于科创品牌。

李斌说，根据浩方十多年的跨境电商经验，“出海是门技术活”——需要在全流程多节点实现全面风控预警，比如产品安规认证、专利保护、商标注册；在物流环节，货品遗失、货品破损、有效追踪；报关进口环节，要懂关务查验，还要熟悉多国的税务合规；而遇到销售异常情况更是考验危机应对能力，比如滞销和断货风险、平台审核、账号关闭、链接停售、恶性竞争、恶意投诉等——不掌握好这些，贸然出海，那就只能乖乖“交学费”了。而浩方想要打造一个生态圈，帮出海企业免除这笔“学费”。

“线上出海”正当时创新和快速响应是实力

目前，浩方将自己在跨境电商十余年的经验通过孵化和联合运营产品品牌，打造出了许多海外市场的品牌产品，很多都成了细分市场的明星品牌。

比如某品牌智能会议系统，通过创投孵化，出海服务为创新赋能。这款垂直商务会议场景下的语音智能终端，软硬件相结合，人工智能加持，通过海外众筹面市，积累种子用户，形成品牌效应。在浩方的帮助下，2018年该系统全球市场实现千万级销售额；某智能摄影器械配件品牌，通过新创新发掘出了新市场新机会。这种脱胎于无人机技术，将摄影辅助器材推向更广泛的非级消费群体。在浩方的帮助下，2019年该产品亚马逊线上市场击败企业大疆智云，一直占据BSR位置，销售额超三倍增长；而互联网智能收音机，主打复古风，实现了美学与科技完美结合。

今年一家来自深圳的宠物用品科技制造企业在疫情期间实现了逆势上扬。这个品牌是浩方的合作品牌之一，他们生产的驯狗器、加热窝等产品疫情期间在海外线上市场大卖。前期这个品牌的驯狗器通过数据挖掘，营销，从3000个用户回复中寻找出了产品优化点，而后又通过优化产品外观，实现了每件产品物流成本节约5美元。“疫情期间，人和宠物的相处时间更多了，主人迫切需要宠物安静和听话，所以这些宠物产品的需求更加旺盛了。”李斌说。

李斌表示，电子科创产品凭创新可“线上出海”！国内庞大的电子工程师队伍，快速响应的应用市场，高性价比，由此带来了电子创新产品差异化可快速迭代，这些都是中国电子科创产品“小而美”的硬实力，也将由此赢得海外竞争力。

数据驱动产品迭代“解决困境好方式是快速应对”

“在品牌出海这件事情上，企业永远都没有好的时代，也不会有坏的时代。不要抱怨，解决当下困境好的方式是快速应对，找到品牌自身的问题，然后解决问题。”李斌说。

关于“线上出海”的经验秘笈，李斌总结为数据驱动产品迭代，包括转轮启动，合作通过市场调研数据分析，确定种子用户，通过的渠道，将单品做到小类目的头部位置；转轮加速期，通过对前期数据分析

循环、修正数据，复盘品牌出海战略的执行策略以及方向，适时进行调整，拓展营销渠道，反馈产品迭代建议与信息；转轮扩大，根据前期积累的大量数据，品类数据，扩大数据库，多维度分析，锁定大众用户，持续提升品牌度，深化渠道效能，扩充产品线。

同时，需要打造超敏捷的跨境供应链，实现根据需求配比供应，依据销售变化快速调整供应链，依据产品特性选择物流渠道，依据周期调整供给，也就是通过用户需求拉动生产备货，通过高频次，合理控制需求波动幅度、频度的预警系统，达到柔性交付的目标。对于未来，李斌说，浩方的目标是在未来10年内，陪伴中国企业出海的企业数量实现10倍增长。他相信，立足生态链布局，实现跨境服务高渗透，将有助于推动我国制造业往科技精工生态产业链转型。通过跨境电商扬帆出海，将是企业一起成长的过程。