

深圳飞台湾COD电商快递小包一件代发

产品名称	深圳飞台湾COD电商快递小包一件代发
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	13.00/千克
规格参数	品牌:台湾COD物流 主营业务:台湾COD小包一件代发 服务:台湾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

.巴西跨境物流大有可为

物流一直是许多新兴蓝海市场难以言喻的“伤痛”，巴西也不例外，作为跨境物流困难户的典型代表之一，通往巴西的跨境电商物流成为让卖家望而却步的沟壑。

货物的妥投又离不开便利的交通，巴西国内交通物流以公路为主。

巴西的人口主要集中分布在东南部的巴西高原上，加之东南部海上交通便利，其沿海地区拥有里约热内卢、桑托斯等港口海运便利，东南部的物流业比北部的物流业发达很多。地区物流的差异加之依赖路运的弊端，导致巴西物流配送充满着极大的不确定性。

几年来独立站规模日渐壮大，按照目前独立站发展趋势，未来独立站将成为是跨境电商的主流贸易方式。

二、独立站的优势

1.独立站搭建成本低，财务控制更易

经过多年的发展，独立站的搭建也在众多建站服务平台的技术革新下更易实现。在Shopify、Magento、Bigcommerce等建站工具成熟的技术支撑下，简单易懂的主题模板、插件及工具，皆可以轻松协助经营者管理后台。企业每月需要支付的服务费从28美金到218美金不等，相比于平台10%-15%的销售佣金及其他服务费，独立站的搭建成本就低得多了。

企业的财务控制是企业管理中为重要的。独立站运营相对于平台运营，除了没有佣金抽成，另一个显著的优势是回款周期短。比如，亚马逊平台为了保护消费者利益，从消费者下单付款，到销售款回到卖家手中，往往需要一个月甚至更长的时间，而独立站则可以直接收到销售款，一个月的现金流有助于经营者更好地运用手中的资金。

成本控制同样体现在物流方面。为了使现金流周期更短，不少亚马逊卖家往往会选择使用快船，甚至使用空运这些更贵但是更快的物流运输方式来运送货物，虽然这样会导致单批物流成本更高，但是压货款减少，回款相对更快。如果选择普通船运、火车等更便宜的方式，则回款周期会延长至三个月甚至更久，对于资金量不大的经营者来说，如此长的回款周期势必会拖慢企业的发展速度。而独立站卖家可以根据订单情况灵活地选择物流方式，面对日常订单可以使用普通船运加海外仓模式，保证自己的库存量及控制物流成本，加急单使用快船或空运等快速物流方式，保证用户的购物体验。加上订单数目及发货周期掌握在自己手中，通过灵活多变的物流渠道以及库存周转方式，有利于企业做好自己的财务控制。

2. 独立站有利于品牌进行差异化营销

电商的本质是销售商品。跨境电商经营者通过细分市场，对目标消费群体进行分析，进行精细化选品，专注于打造有特色的品牌，向消费者提供更能满足其个性化需求的优质商品，借助商品树立品牌形象并赋予品牌独特的价值，实现差异化策略，从而达到长久发展的终目的。

对于平台卖家而言，随着跨境电商不断发展，卖家不断涌入，导致的直接问题就是商品同质化越来越严重，商家之间竞争也更加剧烈，激烈的价格战使得企业利润被严重压缩。与利润被压缩相反的是，平台的公共流量越来越贵，转化率却越来越低，海量的同类别产品信息与广告使得消费者眼花缭乱，品牌特色被忽视，经营者投入大量资金购买流量却无法享受到同等回报。相比平台卖家，独立站由于其拥有量身定做的优点，企业更容易通过自主品牌网站充分展示品牌特色，突出产品竞争力。独立站数据皆为自有，企业可以对站内浏览量、点击量、购买量等数据进行深度分析，发掘用户需求，借助分析数据来描绘用户画像，然后针对核心目标人群的各维度特点进行产品研发及市场营销。这种通过对用户的购物旅程进行分析，以了解用户需求，打造差异化产品，导入品牌并让消费者品牌产生价值认同，提升品牌价值，从而实现品牌溢价的差异化策略，企业通过独立站更容易实现。

3. 独立站有利于运营者提高转化率

跨境电商，流量为王，可是空有流量没有转化率并不能为企业带来利润，甚至会加大营销投入，增加处理无用数据的精力。所以，提高转化率是每个跨境卖家的首要任务。

相对于卖家平台来说，独立站的客户会更“专一”。第三方平台固然拥有庞大的用户群体，但是平台流量会根据其设定的分配机制，使商品被广泛地展示，导致卖家很难获取有效的流量，用户活跃度低黏性低，造成了流量转化率低。另外由于卖家是需要通过平台与买家进行沟通，导致沟通路径更长，卖家无

法更高效地转化潜在流量。在运营中，独立站则可以利用各种渠道进行流量推广，通过将引流平台、商品、用户流量属性与自身相匹配来确定优质流量来源，流量转化过程中对展示量、点击率、下单率、回购率、退货率等进行分析，优化售前展示、支付方式、物流、售后等各环节，从而提升用户体验，提高转化率。从长远角度来看，打通与消费者沟通途径，缩短沟通路径，沉淀忠实的客户群体形成良性循环，也有利于提高转化率。

4.独立站营销方式自主性更高，运营风险更低

跨境电商经营者在选择入驻卖家平台时，就可以获得它们庞大的公域流量加持，但同时，也必须要蹲守平台的规则，而激烈的竞争也使得部分卖家尝试使用一些违反规定的商业行为。2021年上半年，亚马逊平台突然对平台进行整顿，以“卖家滥用评论”的理由，关闭6000个中国品牌、3000个账号，5万中国卖家遭受重大影响。这一“封店事件”虽然有力打击了违规的卖家继续触碰规则红线，但是过多的限制以及不断变化的流量分配规则也使得运营方式更局限，这让不少卖家感到后怕。

独立站由跨境电商企业自由开发搭建，卖家拥有高度灵活的自主权，在不违反法律的前提下可自由设定规则，产品研发、商品包装、推广方式、支付流程、物流搭建及售后服务等都由卖家自主完成，卖家完全通过自己的经营理念来运营品牌。所以大量外贸企业开始尝试向独立站的电商模式转型，以规避由主流平台规则限制带来的政策风险。