

## 江苏发墨西哥电商小包专线 自主渠道，妥投率高，时效稳定！

产品名称	江苏发墨西哥电商小包专线 自主渠道，妥投率高，时效稳定！
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	18.00/千克
规格参数	品牌:墨西哥跨境电商专线小包 主营业务:墨西哥跨境电商物流小包 服务:墨西哥跨境电商快递小包
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

疫情不仅促使众多地区的消费者加速转向线上购物，同时也提高了消费者对优质购物体验的期望。全球来看，63%的拉美地区商户表示，消费者对糟糕电商购物体验的容忍度很低，仓储物流作为跨境电商全产业链的后端，连接跨境电商与终端消费者，其意义亦举足轻重。

**\*\*不能错过的高潜力市场，未来十年都是掘金期！**

拉美地区每个国家的物流情况都不相同，相对复杂且具有各自的挑战。与巴西不同的是，在墨西哥，真正的挑战是尾程派送，鸿风国际供应链（目前可以做到墨西哥全境武装押运派送，并保证货物安全快速通关，实现零盗抢和零扣关。

对于想找墨西哥专线服务的跨境从业者来说，在保证货物时效的同时，鸿风国际供应链（还可以帮卖家实现亚马逊FBA、美客多FULL仓、B2B贸易件的海外代收款、海外退货换标，以及门到门的一体化服务。

针对想找墨西哥第三方海外仓的跨境卖家，鸿风国际供应链在墨西哥海外拥有自己海外仓库，为想进一步开拓美国或者南美市场的卖家提供了基础和便利，一方面规避了贸易政策的不确定性，增强供应链稳定性；另一方面，地理位置靠近终端消费者及客户，缩短交付周期，既提高了消费者购物体验感和又显著提高了交付效率。

切入拉美市场第一站，先从墨西哥做起！

拉美市场潜力无限。切入拉美市场第一站，先从墨西哥做起！

拉美市场作为新兴市场，有着更多的可能性及包容性，正在成为中国卖家跨境出海的“新蓝海”，但是对于卖家来说，大家普遍对拉美还缺乏了解。到底该先做哪个市场？中国卖家是否真的有优势？本篇文章就来跟大家说道说道。

拉美市场潜力无限

相比欧美，拉美市场保持着较高的电商增长率，此外，拉美市场电商份额占比（相对于整体零售份额）持续攀升，连续3年均在发展增速榜单中\*\*\*\*，向市场展现着无限的发展潜力。

切入拉美市场第一站，先从墨西哥做起！

拉美的消费大国巴西、墨西哥、哥伦比亚和智利，都是卖家应该重点关注的市场。据预测，墨西哥、巴西、智利、哥伦比亚、阿根廷和秘鲁等六国线上消费在2023年将会达到1290亿美元，用户消费力和购买力都非常强。

墨西哥作为切入拉美市场的第一站

作为拉美第二大电商市场，墨西哥电商用户渗透率在2021年已经达到44%。Statista预测2025年将达57.6%，相当于网购用户量将从6000万增长到7790万。

墨西哥站账户属于亚马逊北美站账户，但是有95%的亚马逊卖家选择直接忽略墨西哥站。亚马逊是墨西哥\*大的电商平台之一，也是墨西哥人民主要的网上购物平台。其实对于想要到亚马逊开店，但又没有太大竞争力的卖家来说，做墨西哥站的竞争小、机遇也比较大，像电子类、美妆类、家居类、厨房类及玩具等产品，都是墨西哥人民比较喜欢的类目，销量增长也是比较快的，值得关注。

据墨西哥在线销售协会 (AMVO) 调研发现，墨西哥热销产品中时装、电子产品和家具位居前列，分别是时装51%、电子产品50%、家具39%，而之后的产品家具和家居装饰32%、手机30%、美容和个人护理22%。

据专业从事拉美专线的货运代理公司-鸿风国际供应链（的经验，可以看出墨西哥市场的消费者更愿意在服装和家居装扮等实用性的产品上花费价钱，墨西哥市场的卖家们需要注意这个选品趋势。

墨西哥消费者洞察

在墨西哥，越来越多的消费者选择通过社交平台进行购物，一半的墨西哥消费者每月至少购买一件时尚相关产品，\*\*\*五的时尚单品包括：鞋类、牛仔裤短裤和百慕大短裤、运动装、上衣和香水以及护肤品。

调查显示，墨西哥消费者对于跨境电商购物的接受程度较高，有47%的网购者从国外购买过商品，其中近40%的商品来自中国，中国产品在墨西哥市场的欢迎程度很高。选择跨境网购的主要原因是为了寻找独特的商品和更高的性价比。

影响墨西哥消费者购物的三个主要因素如下：

- 一、偏向购买品牌产品，更喜欢个性化定制服务；
- 二、普遍具有很强的价格意识倾向，青睐\*\*\*\*的产品；
- 三、开始注重网购的便利性和体验，免费送货成促使成交的重要因素。