

# 东南亚COD电商小包 墨西哥专线物流

产品名称	东南亚COD电商小包 墨西哥专线物流
公司名称	东莞市升鸿国际物流有限公司
价格	30.00/件
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区鞍胜路35号
联系电话	18934134227

## 产品详情

东莞市升鸿国际物流有限公司成立于2006年，公司注册资本：500万元，公司主要经营：跨境电商COD，普通货运，航空，陆路，海运，国际货运代理、报关报检，保税仓储。公司自成立以来，业务规模不断发展壮大，目前公司有深圳，广州，东莞三家公司，以满足客户的需求为导向提供\*优的物流一站式方案，打造一般贸易进出口、国际海运、报关报检、仓储配送、收付外汇的全方位的配套物流服务平台。公司经过十多年的运营，现拥有一支行业经验丰富的\*\*团队。秉承“诚信为本，共享成果”的经营理念，不断开拓创新，一直以来为广大贸易商、外资企业、民营企业提供进口物流外包服务和一站式物流方案解决。

许多创作者正在减少对印度短视频应用的依赖。一位制作健身和美容视频的孟买创作者，如今正从事表演和模特工作，他在Moj上有一百万\*\*。另一位制作搞笑视频的创作者，如今已经转战Instagram、Facebook和Youtube。他的收入实现了增长，因为他已经能够在Instagram上与品牌合作，一个视频的收入高达122美元，而在Moj上，一个视频的收入仅为50美元。Instagram拥有更强大的创作者基础，且该平台主要面向品味独特的城市富裕人群，广告商专注高净值人群，为受众量身打造内容。而来自印度短视频平台的创作者们，他们往往专注于为印度二线及以下城市的受众定制内容。因此，在Instagram上，印度创作者很难转型成功。一位创作者表示，“钱没了还可以再赚。\*痛苦的打击是，家人们开始质疑我将内容创作作为一个全职工作是否稳定。我花了很长的时间说服他们。”

到了二级市场，有两个很有意思的问题大家可以思考下。第一个，对于京东集团来说，京东健康更重要还是京东物流更重要？目前京东健康在港股的市值可是5000亿港币，2020上半年的收入只有87亿人民币。那么京东物流在二级市场上市了之后应该值多少钱呢？第二个，目前京东集团的港股市值是12500亿港币，京东物流估值是3000亿港币，京东集团目前持有京东物流80%的股权，目前还没有敲定全球发行的规模，但京东集团声称仍将持有50%以上的股份，虽然京东物流的上市并不体现在京东集团的投资收益中，但是毫无疑问这块的股权价值还是值个至少1500亿港币，那么京东的股价会有多少的上\*呢？

“给我们时间，我们要打造跨境物流在中国的一面旗帜。”中创物流董事长李松青如是表示。自2019年4月上市后，中创物流在财务上非常稳健，营收和利润稳定，没有任何贷款，下属约30家子公司无一亏损。同时，这家公司又在中美贸易战和\*\*疫情冲击的危机中寻找机遇，致力用信息化降成本，在天津港建无人冷库并置地布局未来发展，还以青岛港为基地向沿海港口拓展业务。日前，上交所联合各地证监局主办了“诚实守信做受尊敬的上市公司——价值引领投资2020沪市公司质量行”活动，活动中证券时报e

公司记者走进中创物流，对话中创物流董事长李松青及董秘、财务总监楚旭日。

据前员工们透露，Moj和Josh与网红们解约，是为了控制成本。2022年3月-2023年3月，Josh的母公司Verse Innovation亏损3.12亿美元，Moj的母公司Mohalla Tech亏损3.64亿美元。而与此同时，另一场风暴正席卷而来。

广告是短视频平台\*主要的盈利方式。但据前员工和网红们表示，广告商们仅将印度短视频平台看作提高影响力和品牌知名度的工具。“转化成网站访问量或\*\*量不是\*主要的指标。”一位Moj前高管表示。鉴于印度创作者们在二线城市的受欢迎程度，因而他们主要吸引的是一些快消品牌，如百事可乐等。据前员工和网红营销高管们透露，付费的广告商们主要包括真金游戏公司，如Dream11、Mobile Premier League；金融科技公司，比如PhonePe；电商公司，如Flipkart、Amazon等。大量本地小品牌也伸出了广告之手。据一位网红营销高管透露，“对肥皂品牌Mysore Sandalwood来说，在短视频应用上投资一些卡纳达语（印度官方语言之一）网红非常有意义。”