

罗马尼亚跨境电商cod双清包税派送到门-每周回款一次

产品名称	罗马尼亚跨境电商cod双清包税派送到门-每周回款一次
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司-欧洲电商小包
价格	15.00/千克
规格参数	品牌:欧洲COD物流 主营业务:欧洲电商小包物流 服务:代收货款/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	18170872539 18170872539

产品详情

森鸿物流主营项目已铺盖速递代理、国际邮政小包、国际包税专线、大宗货空海运、海外仓储服务、产品解决方案以及报关报检等综合物流服务，建立了移动端、PC端客户系统，实现在线查价、网上下单、预报发货、在线支付等功能，使订单管理和物流追踪更加便捷，现已经开通印度尼西亚专线、日本专线、泰国、越南专线、新加坡专线、菲律宾专线、马来西亚专线!

基于供应链管理基础上的电子商务对现代物流业影响

(一) 电子商务为物流创造了一个虚拟性的运动空间

在电子商务状态下，人们在进行物流活动时，物流的各项职能及功能可以通过虚拟化的方式表现出来，在这种虚拟化的过程当中，人们通过各种的组合方式，寻求物流的合理化，使商品实体在实际的运动过程中，达到效率高、费用省、距离短、时间少的目的。

电子商务可以对物流网络进行实时控制。在电子商务下，物流的运作以信息为中心的，信息不仅决定了物流的运动方向，而且决定着物流的运作方式。在实际运作当中，网络的信息传递，可以有效地实现对物流的实施控制，实现物流的合理化。

（二）电子商务对物流各作业环节的影响

1. 采购

传统的采购极其复杂。采购员要完成寻找合适的供应商、检验产品、下订单、接取发货通知单和货物发*等一系列复杂繁琐的工作。而在电子商务环境下，企业的采购过程会变得简单、顺畅。近年来，国际上一些大的公司已在专用网络上使用，以降低采购过程中的劳务、印*和邮寄费用。通常，公司可由此节约的采购成本。

2. 配送

配送在其发展初期，主要是以促销手段的职能来发挥作用。据有的学者研究，供大于求的买方市场格局才是推行和发展配送的适宜环境。这说明在电子商务产生之前，配送存在的根本原因是为了促销。配送建筑在这样的层次上，地位并不高，发展也不太快。

而在电子商务时代，的物流支持都要靠配送来提供，的物流业务会逐渐外包给第三方物流，其供货方式也是配送制。没有配送，电子商务物流就无法实现，电子商务也就无法实现，电子商务的命运与配送业联在了一起。同时，电子商务使制造业与零售业实现“零库存”，实际上是把库存转移给了配送中心，因此配送中心成为整个社会的仓库。由此可见，配送业的地位大大提高了。

东南亚跨境电商市场的机遇

（一）市场成熟，需求量大，进口条件更为宽松东南亚华人群体聚集，海外华人有70%聚居在东南亚国家，约为3500-4000万人，主要分布在泰国、马来西亚、印尼、新加坡、缅甸、越南、菲律宾、柬埔寨。且大部分东南亚国家都曾受过中国文化的影响，对中药接受程度高，具有稳定的国内外中医药

市场。2019年我国中药材出口的大市场中，我国对越南、印度和马来西亚的出口金额呈现了大幅增长，分别为69.26%、34.05%和24.55%（见图1）。

2020年我国中药类商品出口市场排名的国家和地区分别为日本、越南、中国香港、中国台湾、韩国、马来西亚、美国、新加坡、德国和泰国。

数据来源：中国海关总署。随着中国—东盟自贸区和“一带一路”政策实

施的影响，东南亚地区与我国的贸易往来越来越密切。据新海关数据显示，2020年中国与东盟的贸

易总额达到2.65万亿元人民币，同比增长7%，占中国外贸总值14.8%，超过美洲贸易总额1.04万亿元

人民币，并基本追平欧盟贸易总额2.7万亿元人民币。相较于传统出口市场日本和中国香港，

东南亚在中

药材进口标准上更加宽松，根据表3所示，新加坡、马来西亚和泰国在农药残留率和重金属含量标准

上低于中国，但中国香港和日本对中药材的要求就更为严格。中国出口东南亚市场优势明显，而东盟

作为中药材的新兴市场表现更加突出，出口需求潜力更大。

消费者进行消费时往往更倾向于选择

自身较为熟悉的商品或店家进行购买，但对于海外引进商品的了解却略显不足，

使得消费前会对海外商品产生一种潜在的抗

拒、防御心理。例如，欧洲国家消费者更在意产品质量的好坏，亚非国家消费者更看重产品包装好坏、

标签及说明等方面。因

此，在跨文化环境进行电商销售的情况下必须要构建起消费者与产品间的联系，

可通过采取有针对性的营销手段引导消费者

认识海外产品，并在思维方式较为接近的基础上加深消费者对于产品的认同，继而实现售卖产品的目

标。

（二）个性化需要

消费者的消费观念是影响整个跨境电商发展的关键因素之一，无论是奉行个人主义的欧美国家，还是奉行实用主义的亚

洲国家都具有各自鲜明的消费观念。

因此，跨境电商销售需要在充分掌握不同地区消费者的消费理念的前提下，销售更多适合

消费者个人且具有创意的商品，满足其个性化需要，促进跨境电商行业的发展。

（三）气质因素影响

气质作为反映消费者独特的心理特征、心理活动的具体体现，不同

的消费者所展现出的气质是截然不同的，而这种气

质也将会在一定程度上影响着消费选择。例如，有的国家所展现出的气质更加温和，

因而消费者更加偏向女性化的产品，

如手工艺品、家居饰品等具有艺术气息的商品，能够取得较好的销量。相反另一部分国家所展现出的气

质更加阳刚，消费倾向也就更偏好具有男性化气质的汽车、电子产品等。因此，跨境电商在正式销售商

品前必须对当前销售地的整体的气质做出较为完善的调研分析，制定出适合目标

国的销售产品和营销策略，以便取得先机，占领销售市场。

（四）贸易因素影响

国与国之间如果能够长期保持稳定的贸易往来，

可知两国消费者的消费习惯方面必定存在相似之处，反之亦然。在贸易倾

向更加趋同的情况下，两国的贸易往来会更加的密切，双边互动会更加频繁。

若出现双边贸易发展较迟缓的情况，必定会影响

到跨境电商的发展。因此，若贸易双方能够在较长时间内保持良好的贸易往来，在一

定程度上使两国消费者在消费理念和认知上更加趋同，从而加强双边企业的深度

合作，实现共赢发展的目标。

在印尼、马来西亚、菲律宾、新加坡、泰国及越南六国有着较高的市场份额。

但据数据显示，Lazada后期总体经营不佳，2016年4月12日，以10亿

美元价格被阿里收购。平台规则尚未变动，后期经营状况尚待观阿里动静。

Ensogo

东南亚的排名的特卖，团购网站，2015

年3月得到唯品会的投资。Ensogo，全品类，东南亚、香港地区的、特卖移动电商公司。

Ensogo 成立于 2009 年，2010

年正式上线，定位于社交化电子商务平台。目前，Ensogo的业务遍及香港、印尼、马来西亚、菲律宾、

新加坡和泰国，服

务于超过 80 万的网站会员。据悉 Ensogo，计划在

2016年2月份开始在大陆进行招商。目标是打造成“东南亚的Wish”