

福建到台湾跨境电商一件代发

产品名称	福建到台湾跨境电商一件代发
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	17.00/kg
规格参数	跨境电商:COD代收货款 规格:100*100*100 重量:最小1kg
公司地址	广东省东莞市寮步镇牛羊工业区凤凰台路67号
联系电话	暂无

产品详情

森鸿国际物流有限公司是一家于2010年成立的国际物流有限公司，现在在深圳，广州，东莞都成立了自己的分公司，总部坐落于深圳宝安区。我们多年来一直致力于推动国际物流服务业的快速全面发展，充分整合公司和社会物流资源，为客户提供全方位物流及增值服务。森鸿国际物流服务涵盖广泛，涉及海运、空运、多式联运、保税区物流、供应链方案设计、报关报检等专业领域。运转高效的服务网络已经遍布全球，在台湾，香港，越南，印尼，泰国，新加坡，马来西亚，菲律宾，国际邮政小包等多个国家和地区拥有上百个合作伙伴和代理，为跨境电商公司提供了专线小包渠道，在市场上抢占了先机。

森鸿国际物流作为一个老品牌的物流公司，在业内信誉较好，有着很多回头客和源源不断的新顾客，之所以有这么多人选择越鸿，是因为森鸿可以解决电商跨境小包存在的问题：签收率低，返款慢，价格贵，运输配送时间长，清关时效慢、包裹无法全程追踪等。森鸿都可以解决，我们会对货物进行存储、分拣、包装、配送、且在发货完成后系统会及时更新，方便客户查询。

年轻人口居多，东南亚成为巨大潜力市场

1、平台找到适合自身发展的模式，作为中国的卖家又该如何切入东南亚市场？

东南亚作为“一带一路”海上丝绸之路的第一站，再加上台湾市场，总人口已经超过了6亿，其中印尼人口达2.7亿。刘江宏表示，在东南亚和台湾市场的6亿人口当中，有超过50%的人口是低于30岁的，这个年龄段的消费人群对电子设备、母婴和家居等品类的需求量是非常大的。加上中国卖家较强的商业敏感度，中国的品牌在东南亚市场的发展空间很大。

2、人口红利巨大，其互联网和电商的发展情况又如何呢？

刘江宏表示，东南亚互联网发展有以下三大特点：

第一，移动端的普及化。据统计，东南亚互联网用户每天在移动端上网的时间超过4个小时。截至目前，俄罗斯移动电商成交量占整个电商成交量的20%，美国占比40%，而东南亚大多数国家占比已经超过了70

%，印尼更是接近90%的成交量。

第二，社交性的普及化。Facebook是东南亚地区最受欢迎的社交媒体，在该地区拥有2.5亿用户。

第三，用户对明星和网红的热衷。

3、用户属性如此鲜明的市场，跨境电商在其中的机遇有哪些？极具潜力的国家又有哪些呢？

1、预计2025年印尼电商市场规模达530亿美元

印尼是东南亚最大的电商市场，预计在2025年的市场规模会达到530亿美元。刘江宏称，Shopee在年初将台湾和印尼定为两个重点市场，目前为止，整体增长符合甚至超出Shopee的预估，中国卖家对这个两个市场已经非常熟悉。

2、马来西亚是卖家进入东南亚的跳板

作为一个英文市场，很多卖家会选择马来西亚作为第一个进入东南亚的跳板。据悉，2015年的时候马来西亚的市场规模为10亿美元，2018年已经达到20亿美元，预计在2025年增至70亿美元，较2016年同比增长21%。刘江宏称，很多新入卖家在马来西亚站点能够快速出单，并且可以将此成功的经验复制到其他市场。

3、泰国运费在稳步下降

2015年泰国的电商市场规模为9亿美元，预计在2025年增至130亿美元。刘江宏表示，从今年下半年年中开始，泰国的运费在稳步下降，这对跨境电商的价格竞争力有一定的推动作用。

4、新加坡、菲律宾3C市场潜力巨大

据悉，在2015年菲律宾的电商市场规模为5亿美元，今年的市场规模达18亿美元，预计到2025年增至100亿美元，而新加坡市场预计在2025年达到50亿美元。刘江宏称，一些卖家对英文市场的敏锐度很高，加上之前在欧美市场的经验，想在这两个市场发展品牌、3C产品，潜力很大。

据介绍，在11月11大促期间，Shopee跨境智能手机出货量成长了20倍，很多手机的销量都是来自于新加坡、马来西亚和菲律宾这些英文市场。

5、越南将成为东南亚第二大电商市场

越南也是一个人口大国，在谷歌和Temasek发布的报告中还指出，2025年，越南会是东南亚第二大电商市场，规模达150亿美元，仅次于印尼。