

广州到台湾跨境电商小包

产品名称	广州到台湾跨境电商小包
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经中华人民共和国工商局正式注册及交通部批准的一级货代及无船承运人，公司主要从事国际海洋运输、国际航空运输及相关业务，在台湾，香港，越南，印尼，泰国，新加坡，马来西亚，菲律宾，国际邮政小包专线等国家和地区也已经构建了自己的运输代理网络。森鸿国际物流有限公司的业务范围主要包括：

货物的整箱海运业务：目前森鸿国际物流有限公司与各船公司一直保持着紧密的业务联系。因而在运费和船期方面能够为客户提供优惠的选择；各类货物的拼箱海运业务：发往台湾，香港，东南亚等地的货物拼箱服务。可代做目的港的清关服务,可做货物门到门服务,各类货物的空运运输业务：为客户提供全航线空运服务，针对去往台湾，香港，东南亚等地的热点航线，森鸿国际物流有限公司已经开发了多条优势线路，能给客户提供优惠的价格及高效的服务，对货物进行全程跟踪；

往返省内等地间的各类货物的短途运输服务业务：

每天均有汽车往返于京津塘等地，给货物运输提供便利条件；

客户私人物品的通关包装服务；

森鸿国际物流有限公司全体员工本着对客户负责的态度，给您提供优惠的运输价格，为您的货物进行全程跟踪服务，使您能随时了解货物的状况。我们期待着能够为您提供优质高效的服务，成为您最理想的业务伙伴。

4月9日，第一财经商业数据中心发布《2019中国跨境电商出口趋势与机遇白皮书》。报告显示，近五年来中国跨境电商出口占外贸出口比重从2.2%上升至7.7%，截止至2018年已超过万亿规模。

该报告基于阿里巴巴旗下的“1688跨境”平台数据及公开数据，针对2018年中国出口跨境电商发展现状，以跨境电商出口供应链为重点研究对象，洞见行业发展痛点并提供解决方案，直指行业未来趋势。

主流电商平台覆盖全球200多个国家和地区

报告指出，全球消费在线化、电商化已成必然趋势，主要表现出以下三个特征：第一，渠道更便捷。全球消费在线化减少全球货源的流通链条，实现国际物流、支付等链条的打通；第二，产品更丰富。全球消费在线化让消费者可选择产品更多，中国作为“世界工厂”通过跨境电商实现供货全球；第三，性价比更高。通过电商方式进行贸易让整个流通链条减少，大大减低零售成本，并通过线上数据更精准的开发产品。

作为全球电商的核心载体，主流电商平台在2018年已实现覆盖全球200多个国家和地区，并吸引了越来越多跨境电商出口企业的入驻。不过，相比于国内电商市场，跨境电商出口市场还存在着诸多难题亟待破解：一方面，面临着涉及各国消费偏好、基础设施、市场结构、法律制度等差异的复杂全球市场环境；另一方面，还要迎接资金管理、市场营销、产品运营等方面的挑战。此时此刻，供应链升级是跨境电商出口的重要推动力。

报告指出，目前中国跨境电商出口供应链的核心痛点，主要集中在“制造-采购-流通”环节之间，缺乏数字化供应链平台的链接：在制造环节，产品与市场需求匹配不高；在采购环节，低成本高效率触达潜力商品找到潜力商品成难题；在流通环节，降本提效无法有效达成。可见高效稳定的组货、采购、流转是不同规模中国跨境电商出口企业的核心诉求。而随着电商出口企业走向精品和品牌运营模式，聚集能稳定提供精品商品的货源工厂，是优质供应链不可替代的优势。

广东、浙江、福建成跨境电商出口商贸中心

报告发现，在采购周期上，跨境电商出口企业采购行为受大促节日影响，具有明显的周期性，由于下半年聚集了“黑五”“圣诞季”等大促活动，而成为企业采购高峰期。此外，鉴于跨境电商出口属于资金密集行业，企业对于现货采购、浅备货采购需求逐步增加，采购行为更加碎片化，2018年超过一半跨境电商出口企业月采购次数超过10次，采购客单价低于100元的占比超过40%。可见低客单价的采购成为主流行为，而技术实力与管理能力则成为当下的分水岭。

一直以来，以女装、服饰配件为代表的女性消费品都是全球跨境电商平台最畅销的品类，以至于获得了跨境电商企业高集中度的采购占比。与此同时，以“安全、防护”“五金、工具”为代表的满足企业长尾非标类采购需求的工业品，在近年来呈现迅猛增长，成为备受关注的潜力品类。

此外，除了出口品类上的差异化拓展，跨境电商出口的优质供应商也正凭借外贸产业区域化聚集的优势，自成跨境电商出口商贸中心。报告显示，中国沿海地区拥有发达的外贸产业，聚集了一大批具有国际化服务能力和研发优质商品的企业，它们极有潜力转型成为跨境电商出口企业的优质供应商。依托“制造”和“流通”的产业和区位优势，以深圳、东莞为代表的跨境电商出口制造产业基地和以金华（义乌）、广州为代表的跨境电商出口商贸中心得以形成。以1688跨境平台的全国优质特色货源地及特产品类为例，年采购金额过亿的源头产地达到近30个。

品牌化、数字化、全球化引领中国“质”造

随着跨境电商出口的同质化竞争加剧和国内跨境电商供应链的完善，越来越多跨境电商出口企业意识到品牌化将成为未来企业竞争力的核心。于企业商家而言，依托中国强大的供应链基础和海外市场互联网流量红利，中国跨境电商出口原生品牌用了短短的数年间便达到中国传统品牌在海外的影响力，成为中国品牌出海新的模式。

报告指出，随着数字化升级引领的中国供应链向全球供应链的蜕变，中国跨境电商出口市场将依托“全球货源基地”的优势，推动“中国货通全球”向“全球货通全球”进化，并逐步赋能于全球各国的制造、流通领域，加速全球产业效率提升和成本的降低，实现全球电商产业进一步融合与升级。