

# 西安到台湾跨境电商快递

产品名称	西安到台湾跨境电商快递
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:台湾跨境电商 跨境电商:跨境电商物流 跨境电商:跨境电商快递
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，总部位于中国经济特区深圳，是集海运、空运、陆运为一体的现代国际物流企业，为客户量身定制简洁高效、风险可控的货物运输一站式解决方案。台湾跨境电商物流是我司的老牌专线渠道，时效快，签收率高，货物全程跟踪，回款时效快。我司是国家一级货运代理资质，是世界货运代理联盟（WCA）成员、深圳市货代协会会员单位。主营国际海运、国际空运、陆运、门到门的多式联运，特种货物、拖车，清关，货物质检，货物保险，仓储与分流，产品原产证和签发货单、DDU、DDP等业务。

经过多年的发展，OCEAN STAR与MSK、CMA、WANHAI、COSCO、HMM、HPL、EVERGREEN、ONE、RCL、APL等多家船东保持密切稳定的合作关系，在台湾，香港，东南亚地区有很强的价格优势，同时在深圳蛇口、盐田码头，OCEAN STAR自有集装箱拖车20余台，在淡旺季均能保证拖车的供应。在深圳、广州，东莞均有公司，员工人数超过150人。

森鸿国际的员工均具有一流的操作技能和丰富的行业经验，具备敬业勤恳的工作精神，用现代化的物流手段，以最快的速度，周到的服务满足不同类型客户的物流需求。

最近亚马逊“退出中国”的消息可谓是甚嚣尘上，“亚马逊中国内部人事大调整”、“全面退出中国市场”、“只退出国内电商市场”、“深化转型”、“否认退出”……一波三折的消息让人摸不着头脑，亚马逊中国到底是真退出还是假退出？全面退出还是部分退出？各种疑问也让谣言满天飞。

正所谓无风不起浪，其实这些传言起于早些时候亚马逊中国的内部人事调整。在亚马逊内部，针对中国电商市场的业务调整已经持续了挺长一段时间，大量电商运营、市场等业务岗被调整，而除了业务岗之外，“电商这块的中国技术研发团队已经被开会通知，整个团队将会被保留，但是暂时也没有什么业务可以做，要去寻找新的方向。相当于就是给时间找出路吧”，一位亚马逊中国的内部员工曾向媒体透露。

佐证亚马逊“退出中国”消息的，除了其内部人事调整、业务在国内举步维艰之外，还有关于“亚马逊中国海外购”的传言：从今年二月份开始，业内开始流传“亚马逊中国的跨境电商业务海外购将退出中

国市场”、“网易考拉正在协商收购亚马逊中国海外购业务”等消息。

于是从年初到最近，亚马逊将要关闭中国国内市场业务的消息纷至沓来，各种版本不断，一直到4月18日亚马逊中国正式发布了官宣消息，这才算是尘埃落定。

2019年4月18日上午11点，亚马逊第一次正式对外发出声明，强调亚马逊中国“正在深化战略转型，将继续投入并大力推动包括亚马逊海外购、亚马逊全球开店、Kindle和亚马逊云计算等各项业务在中国的稳健发展”，广大吃瓜群众关心的“亚马逊中国国内电商业务”并没有被提及，但它也没说是继续保留还是退出，显得有些让人摸不着头脑。

可能亚马逊中国也觉得这么下去不是个办法，上份声明发出的一个小时候后，亚马逊中国向媒体给出了更明确的说法：“将于2019年7月18日停止为亚马逊中国网站上的第三方卖家提供卖家服务”。

简单的说，亚马逊中国将在今年7月份正式停止非自营电商业务，所有在亚马逊中国平台的第三方店铺、卖家将被请出平台，未来一段时间亚马逊中国将只有跨境电商、Kindle和云计算这三块主营业务。

说实话，虽然亚马逊中国“嘴硬”没有承认退出中国，而只是说“停止非自营电商业务”，但这基本上已经意味着亚马逊中国在国内市场的“黯然离开”了。

## 巨头亚马逊折戟中国

作为美国最大的电商企业，亚马逊是世界上最早开始经营电子商务业务的公司之一，它的最新市值是九千多亿美元，基本相当于阿里巴巴的两倍。亚马逊也曾多次成为全世界市值第一的公司，这样辉煌的成绩让其创始人贝索斯成为世界第一位个人财富超过一千亿美元的首富。

虽然在世界范围如此成功，但亚马逊中国的发展可以用“失败”来形容。

国内电商业务上，亚马逊中国常年受到阿里、京东的挤压，再加上后续网易、拼多多们来势汹汹，亚马逊中国国内电商业务始终没有存在感。根据易观发布的行业数据显示，亚马逊中国电商业务在中国曾一度达到20%的市场份额，但在2018年，这个数字已经跌到了0.6%。在中国市场，电商份额已经两极分化很严重，大多都流到了巨头那里，不仅如此，巨头们还在疯狂的增长过程中。2018年，阿里、京东继续保持了超出行业平均标准的成交额增长率，分别为28%和30%，而规模上处于第三位的“新贵”拼多多的增长率更是达到了386%。在这种情况下，亚马逊关不关停国内电商业务已经都不重要，反正它也没办法在行业里掀起任何“波澜”了；

跨境电商业务上，天猫国际的29.1%、网易考拉的22.6%、京东全球购13.7%、唯品会的5.7%、苏宁易购的3.7%.....这几家电商企业基本已经占据了国内绝大部分跨境电商市场份额，亚马逊中国的海外购业务边缘化的地位十分明显。所以即使这次亚马逊中国的跨境电商业务得以作为未来重点保留，它以后在国内面临的市场竞争和压力不容乐观；

至于Kindle和亚马逊云计算，在国内智能手机竞争风起云涌、BAT多年布局云计算的背景下，它们在国内的市场影响力十分有限，从来也未曾处于舆论中心过。

那么多年过去了，在全球市场攻城略地的亚马逊，在中国却始终陷入无法发展的困局，这是亚马逊中国不得不承认的现状。