

# 西安到台湾跨境电商物流

产品名称	西安到台湾跨境电商物流
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:跨境电商快递 跨境电商:跨境电商物流
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经过中国政府批准合法经营的企业，公司自成立以来，秉承“诚信为本，信誉第一”的经营理念，以“安全、快捷、准确、方便”为宗旨，以市场为导向，竭诚为客户提供优质满意的服务，努力打造物流行业一流品牌。森鸿国际物流主营台湾专线，一单到底，深圳到台湾快递专线，东莞到台湾物流，广州到台湾货运，台湾小三通进口，台湾专线海运，台湾小三通物流，台湾电商快递，台湾小包，渠道多样，服务便捷，清关安全，时效稳定

森鸿国际物流成立于2010年，作为一家立足于本土、实践现代物流理念的创新成长型企业，森鸿国际物流始终坚持以客户需求为核心，将“为客户创造价值”作为公司存在意义的基本前提。森鸿国际物流“零售业及其供应商”、“国际采购商及其制造企业”为主要服务对象。

森鸿国际物流作为全球领先的一站式进出口亚马逊FBA头程服务平台，有着完善的海外代理网络和专业的亚马逊FBA头程运输服务的优势，帮助使用亚马逊全球开店项目的FBA头程服务的卖家，通过空运、快递操作、DDU、DDP、海运等运输方式将卖家的货物从中国运输转运到美国、欧洲27个国家指定的亚马逊FBA仓库，并提供相应亚马逊FBA头程增值服务。

西罗马帝国执政者佩特罗尼乌斯在他的《残属集》中提到过这样一句话：

大自然的力量不在于一成不变地保持固定方式，而在于经常改变自己的法则。

对企业来说，其实也是如此。不变是暂时的，变才是永恒的。

4月17日，国际巨头亚马逊被爆将深入调整中国电商业务布局。有自媒体甚至揣测“亚马逊将退出中国”，这个消息犹如震撼弹。

不过在18日，亚马逊中国正式否认了“退出中国”这一说法。

亚马逊中国“官宣”称：将聚焦跨境网购，进一步深化战略转型，充分利用亚马逊全球资源，优化运营

效率，集中资源推动海外购业务的快速发展。

总结来看，过去几天的媒体报道有以下三点误读：

亚马逊退出中国？NO，没有，而是立足中国长期发展；

亚马逊中国退出电商市场？NO，而是转向发力跨境电商；

亚马逊中国不与第三方卖家做生意？NO，而是聚焦跨境出口目标全球。

我来简单翻译一下这段话吧。

说白了就是，亚马逊中国并没有离开，只是为了适应在中国市场的发展，调整了在华电商业务战略部署，砍掉其国内自营和第三方卖家业务，转而将资源集中用于推动亚马逊海外购和全球开店，除此之外，Kindle及亚马逊云计算业务依旧是未来发力的重点。

亚马逊中国的战略调整正当其时。

亚马逊没有离开

我们可以梳理一下亚马逊中国目前的主要业务——亚马逊海外购、亚马逊全球开店、亚马逊AWS云计算以及Kindle。看一看亚马逊对国内电商业务大刀阔斧的改革意欲何在。

## 1、亚马逊海外购

2018年年末，国家层面就在不断推出鼓励跨境进口，出台一系列产业扶持的政策。比如在去年11月，国务院相关会议就决定延续和完善跨境电商零售进口政策并扩大适用范围。

去年年底的中国国际进口博览会上，也曾放出了中国将主动扩大进口，进一步降低关税，加快跨境电商等新业态新模式发展的消息。

优惠政策推动了跨境电商的市场繁荣。Analysys易观发布的《中国跨境进口零售电商市场季度监测报告2018年第4季度》数据显示，2018年第4季度，中国跨境进口零售电商市场规模为1145.6亿元，环比上涨36.0%。

早在2014年，亚马逊中国就宣布推出“海外购”业务，开始布局跨境电商以寻找新的业务增长机会。之后也曾多次表态跨境电商是亚马逊在中国的核心战略之一。

5年间，为了解决中国消费者跨境网购的痛点，亚马逊海外购业务与亚马逊美英日德四大海外站点已经全面对接，而且还首次将Prime会员服务因地制宜带到中国，并首先着眼解决消费者在跨境网购中的物流痛点。

亚马逊此前发布的数据报告显示，2018年亚马逊海外购全年销售额和订单量均突破历史新高。这次调整正是亚马逊中国完成电商业务向跨境战略转型的关键一步。

## 2、亚马逊全球开店

跨境电商其实是分成两块，一块是跨境进口，一块是跨境出口。

亚马逊的海外购业务，瞄准的就是跨境电商进口业务。亚马逊全球开店则是服务于跨境电商出口业务。

亚马逊曾多次强调“海外购”和“全球开店”是其驱动在华跨境电商战略一进一出的“双引擎”。

从出口这个维度来看，国内也有越来越多中国企业正在投入跨境出口业务。

4月9日，第一财经商业数据中心发布的《中国跨境电商出口趋势与机遇白皮书》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。

越来越多中国企业将希望通过跨境电商开拓出海渠道，亚马逊全球开店则是承载了中国企业的这一需求。

亚马逊“全球开店”业务很早就切入跨境电商出口的蓝海，自2012年进入中国以来，已帮助数十万中国第三方卖家成功上线亚马逊全球12个站点，目前已经是跨境电商出口行业的领头羊。

亚马逊近期连续在杭州、宁波、厦门三地发布了“亚马逊全球开店出口跨境电商园”，推动中国卖家出海。亚马逊全球开店团队会为中国企业提供品牌运营、人才培养、跨境物流等各类服务。

作为核心战略之一，亚马逊全球开店也取得了不错的成绩。在2018年致股东信中，贝索斯指出亚马逊全球开店业务2017年全球业绩增长超过50%。在中国，跨境电商出口已成为中国外贸出口持续发展的重要引擎之一。

全球业务布局是大势所趋，亚马逊认为中国企业如今已步入品牌出海的黄金时代，中国企业正积极借助亚马逊全球化平台提升品牌创新能力，加速全球化布局。这一点从中国卖家通过亚马逊全球开店进行产品创新与快速迭代的活跃程度也可窥见一斑。

2018年至今，中国卖家每0.02秒就会在亚马逊上创建一个新产品；中国卖家的销售额中，有60%来自于过去12个月内创建的新产品；中国卖家销售额排名前一万的热卖选品中，有近50%来自过去12个月内创建的新产品。