

深圳龙岗到香港电商物流

产品名称	深圳龙岗到香港电商物流
公司名称	森鸿国际物流（深圳）有限公司
价格	30.00/KG
规格参数	香港物流:香港电商物流 香港快递:香港电商快递 香港专线:香港电商专线
公司地址	广州市白云区棠景街机场路585号807-808自编1107（注册地址）
联系电话	13798916595

产品详情

森鸿国际物流是一家专业的国际快递公司；公司有丰富的运输经验，认真负责的操作团队，打造跨境COD小包快递服务，专线直达，能为所承接的各种货物提供安全周到的服务，并拥有全球货运代理网络。我公司多年来始终贯彻“客户至上”的原则，主要业务对象遍及世界各地。经过多年的迅速发展，公司实力不断增强，已经发展成为一家综合型的物流企业，已具备一套专业、高效、经验丰富的服务体系，为我们的客户提供全方面的物流服务。

1、区域增长：成熟市场新打法

欧美电商市场盘子大，购买力高，物流配送成熟，且保持稳定的增长，对于卖家而言，这个市场仍大有可为。据了解，当前欧美成熟市场消费者呈现以下3个特点：

- 需求多元化：追求有个性的生活方式；受网络意见影响大；愿意接受新品牌。
- 低价不是唯一：不再单纯追逐低价；愿意为品牌附加价值买单。
- 追求“又快又好”：消费者对于个性化体验、配送、客户服务等服务要求更高。

在不可控的环境因素以及消费者购物行为转变之下，如何将成熟市场做深做精，卖家还需要转变思路、转变打法。

卖家必须重新定义自己的核心竞争力，过去的10年，中国跨境电商的核心竞争力是便宜，中国卖家也因此陷入了一个“低价陷阱”。现如今，在成熟市场投资，卖家需要找准自己的定位，提升用户体验，从售卖产品转而售卖良好的购物体验，形成可持续经营。

2、品类增长：蕴藏巨大商机的服装品类

跨境电商圈中有句老话：七分靠选品，三分靠运营。当电子品类增速放缓，如何选对产品，实现后续的销售爆发，是卖家关心的问题。

根据凯度Kantar的数据显示，服装品类蕴藏着巨大的商机，在过去的一年内，其实现了高达52%的快速增长。

不可否认服装市场广阔，毛利高，能赚钱，但是服装并不好做。棒谷科技旗下服饰女装独立站Newchic的营销总监Miko指出，做服装电商，最大的挑战就在于爆款的打造。

3、用户增长：品牌独立站触达更多网购人群

当前，海外用户在不断地探索新的产品、新的品牌与新的商家，中国出海企业也越来越需要多元的销售渠道去获得用户，比如品牌独立站。

近几年，DTC（Direct to Consumer）模式在欧美快速兴起，并成为电商成长的一股生力军，根据Google谷歌数据显示，DTC品牌在床垫品类中占据20%的市场份额，在鞋类中占据15%，在剃须刀类目中占据12%.....

Google谷歌出口电商行业总监苏哲霞 Cathy透露，在去年的holiday season中，有51%的消费者称愿意在一个新的商家处购物。而一个针对消费者线上购物习惯的问卷调查也表明，超过8成的消费者在线上购物时愿意从品牌方直接购买，而其中又有超过9成的消费者愿意直接从品牌官网下单。

凯度Kantar的研究报告表明，80%的客户满意他们在独立站上获得的信息和购物体验。而独立站的用户也是更有消费能力的客户，使用独立站的客户的购物花费是从未使用独立站客户的的2倍。

这一切给了品牌独立站机会。

2018年以来，国内跨境电商圈中也掀起了一股独立站的风潮，第三方平台卖家转型做独立站，传统外贸工厂进军跨境电商，借助独立站出海，这样一波趋势还带火了建站、营销等服务商。

卖家布局独立站，一方面能通过良好的购物体验、口碑传播获取更多新用户；另一方面积累用户数据，获得用户的终身价值。麦肯锡的研究表明，拥有并能灵活运用用户数据的公司，能够获得比同类的公司多85%的销售增长，和超过25%的利润。