

口罩防护服出口到英国德国法国荷兰国际快递服务

产品名称	口罩防护服出口到英国德国法国荷兰国际快递服务
公司名称	广州涵文国际货运代理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市越秀区侨光西路13号十七楼07、08房（仅限办公）
联系电话	18520223827 18520223827

产品详情

深圳佳友国际货运代理有限公司致力于打造中国全方位多样化专业的大型国际空运、国际海运、国际快递、FBA全程货运代理企业，拥有庞大的服务网点，佳友2014年服务高覆盖、有效率的服务获得多家公司和机构的认可。从中国的香港，上海，深圳，广州等港口城市仓库收货，通过海运空运等运输方式将卖家的货物送至美国，加拿大，澳大利亚，日本，印度，英法德意西等国家指定的亚马逊仓库。门到门优质服务，海运空运专线DDP,DDU双清含税高效服务。我司主营代理DHL、UPS、EMS等国际品牌快递业务和国际专线渠道，国际快递网络遍及世界二百多个国家。

我司专业接收口罩、防护服、额温枪、免洗洗手液等医用物品。

可以发往可以发往英国、德国、法国、荷兰、西班牙、意大利等欧洲国家，美国，以及迪拜、卡塔尔、巴林等中东国家，日本、韩国、泰国、新加坡全球等100个国家和地区。

空运专线：4-6工作日到门，慢线7-9个工作日到门

快递专线：3-5个工作日到欧美，5个工作日左右到中东

小包：欧美日加小包4-6个工作日到，空运到港直飞当天到

另外有包机服务，到米兰、阿姆斯特丹、列日、伦敦、巴黎、洛杉矶等

可以上海、广州、深圳和香港等起飞，接收福建，浙江，江苏，山东，湖北等全国的口罩出口，可以交广深仓库，上海仓库，香港仓库等。

战“疫”、保供、求生，跨界之后企业何去何从

疫情发生以来，加油站卖菜、车企造口罩、餐企送外卖……跨界成为不少企业战“疫”求生的首选。随着疫情形势变化，各行各业逐渐恢复正常，企业跨界生产经营面临持续性、收益性等新考验。

“不下车，不开窗，三天量，一整箱，一键送到后备箱。”这段来自中石化“卖菜”的广告词，映射出当前如火如荼的跨界生产与经营场景。

疫情发生以来，不少企业开始跨界经营。据了解，目前，国内已有3000多家企业宣布“跨界”，“口罩、防护服、消毒液、测温仪、医疗器械”等业务成为跨界热点。此外，受到冲击的餐饮等行业也在积极求变，采用“外卖”、半成品等方式展开自救。

然而，随着疫情形势的变化、复工复产工作的推进，各行各业逐渐恢复正常。跨界企业迈出的步子是否收回来，还是继续往前走？跨界成本几何？效果如何？近日，记者进行了调查采访。

加油站里的菜还能卖多久？

“开车犯困，来杯98#易捷咖啡，顺便加个油。”提起这句广告词，中石化北京西便门加油站站长杜岩仍然觉得意犹未尽。这是去年中石化上演跨界卖咖啡时打出的广告，没想到如今加油站里又卖上菜了。

据了解，疫情发生以来，中石化北京石油已有450座加油站推出“安心买菜”业务，每天的蔬菜销售量在3000箱左右，销量是起初的5倍。

中石油旗下易捷便利店生鲜业务月报显示，2月份全国共有30个公司、199个地市、6943座门店开展生鲜销售业务。累计销售29万份、754吨生鲜商品。

有生鲜业内人士评价，加油站跨界卖菜，作为疫情下特定的消费场景，很好满足了消费者的需求。然而，这种模式能持续多久，取决于其是否符合日常消费场景，以及消费者会不会养成加油站买菜的习惯。

从硬件方面来看，加油站通道并非以汽车穿梭取货为主导设计，站场内卖菜能否禁得起车流高峰集中取货的考验，值得怀疑。

首都经济贸易大学教授陈立平表示，加油站卖菜作为疫情中的临时做法是可以肯定的，但从长期看很难持续。目前，国内便利店定位混乱，跨界生鲜不利于其发展。

还有分析认为，加油站跨界卖生鲜，主要意图在于引流而非利润，做生鲜增量核心还是帮助易捷引流，最终通过易捷便利其他商品来变现。

企业跨界造口罩图的是啥？

在记者采访过程中，易捷有关负责人表示，加油站推出“安心买菜”业务是为了解决“农民卖菜难、市民买菜难”的局面，并不是为了赚钱。战“疫”期间，这并非唯一一个不以营利为目的的项目。

3月2日，国家发改委宣布我国口罩日产能产量连续快速增长，双双突破1亿只。为此贡献力量的国内企业已超过3000家，其中不少企业是跨界而来。

如果不是疫情，恐怕很多人难以想象：口罩和汽车两种毫不相干的产品，原来可以出自同一个工厂。汽车上的吸音棉与医用防护口罩的材质同属聚丙烯纤维无纺布；车企的无尘车间改造后即可达到无菌车间的生产要求……

2月8日，比亚迪立下“10天内出产品”的军令状，迈出了国内车企跨界造口罩的第一步。“人民需要什么，五菱就造什么。”从提出想法到口罩下线，上汽通用五菱仅用了3天，刷新了跨界造口罩的速度。

记者了解到，车企跨界脚步如此果决，并非为了卖口罩挣钱。广汽集团有关负责人表示，跨界成本其实很高，因造口罩的企业激增，口罩机短缺，一套生产设备从25万元涨到120万元左右。

除了支援防疫一线，车企跨界造口罩也是为自己复工复产做准备。比亚迪相关人士接受采访时表示：“我们也缺口罩啊，比亚迪跨界制造口罩，与尽早恢复生产和销售也有关，部分供应给内部的生产工人及零部件商、经销商等战略伙伴。”

外卖吃不饱，餐饮业还想做电商？

民以食为天，此次疫情让“天”布满乌云。中国烹饪协会发布的报告显示，春节期间93%的餐饮企业关闭门店，年夜饭退订总量达到94%左右。根据恒大研究院数据，仅在春节假期7天内，疫情对餐饮行业零售额造成的损失就高达5000亿元左右。

寒冬中，餐饮企业纷纷开启“绝地求生”模式。“外卖是餐饮企业公认的、最适用于现阶段的自救方式。”一位餐饮企业负责人介绍，他们长期只做堂食，眼下虽已开展外卖业务，但收入却没达到预期。

“土货老火锅”位于重庆人气地标“洪崖洞”，这次疫情给创始人张伟带来的最大反思就是不要过分依赖线下经营。张伟说，推出火锅外卖后，企业现金流得到了缓解，目前的销售模式不仅仅是外卖，更多的是往内容电商的方向去转变。

有业内人士预测，疫情过后餐饮业会迎来大洗牌，中小连锁餐饮受冲击最大。美团问卷调查显示，已有15.3%的餐饮商户有明确的关店计划，可以毫不夸张地说，餐饮行业即将面临一波“闭店潮”。

“疫情是摆在餐饮从业者面前的一道考题，让我们看到了消费者在食品安全、溯源体系、消费方式方面的需求，倒逼我们成长。”山东省烹饪协会副会长刘文君表示，经此一“疫”，消费者将对就餐环境、食材来源、卫生状况等有更严格的要求，这将有助于餐饮业的健康发展。