

深圳南山到香港跨境电商物流COD

产品名称	深圳南山到香港跨境电商物流COD
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

他欧美的成熟市场来看，非洲无论是支付、物流还是在其它配套设施领域中，都处在一个初始阶段。

值得注意的是，从2017年非洲及中东国家消费者购买纯电商的数据反馈来看，有近56%的非洲及中东市场消费者从纯电商零售店购买产品，有28%的消费者从零售商的网站购买，这使得卖家坚信随着互联网普及和物流水平的持续优化，跨境电商也将逐渐演变成非洲消费者的一种重要购物方式。同时介于中非国家之间的战略合作关系，未来中国卖家入驻非洲市场掘金的机会也会大大增加。

一、东南亚市场：发展态势迅猛

在东南亚，跨境电商呈迅猛发展态势。一方面，以阿里巴巴、京东为首的中国跨境电商巨头纷纷布局东南亚市场；另一方面，以亚马逊、eBay为代表的欧美电商巨头也在不断加大投入。数据显示，东南亚国家的GDP总和为中国的四分之一，人口数量和人均消费水平为中国的二分之一，平均经济增长率超过6.5%。从经济总量上看，东南亚各国总量是仅次于日本的全球第四大经济体。预计到2025年，东南亚地区网络经济将增长至2000亿美元，电子商务市场规模将达到880亿美元，增速远超实体零售业。

东南亚电商目前以阿里巴巴的LAZADA, RedMart, Shopee、京东印尼站和泰国站、亚马逊新加坡站和澳洲站、eBay等为主流平台，天猫出海、网易工厂店等国内电商也在纷纷试水东南亚消费市场。中国跨境电商企业在东南亚以平台卖家为主，也有企业尝试独立站、社交媒体分销以及线上线下融合等不同形式。

二、南亚市场：印度发展潜力大

印度已经成为世界上增速最快的电商市场，包括阿里巴巴在内的不同跨境电商巨头均已进入，印度市场正在成为下一个重要电商角逐场。目前，印度市场形成了亚马逊、flipkart、snapdeal三大电商鼎力格局，阿里巴巴则通过Paytm（印度最大移动支付和商务平台）布局支付市场。

2017年，印度社会零售额达到10822亿美元，其中来自电商的销售额为375亿美元；到2020年，预计两者将

分别达到15990亿美元和794亿美元，电子商务占社会零售总额的比例将会从2017年的3.5%上升到2020年的5%。

政策层面，印度市场正在实施电商零售的严管政策，商家需要通过成立印度公民控股的公司进行进口清关和商品销售，或依托综合物流金融服务商，以类似虚拟子账号形式进行运营，两种形式都对跨境电商企业发展带来很大的局限性。此外，印度贫富差距巨大，不同阶层消费者对电子商务的认知也存在着较大差异，需要较长的市场磨合过程。基础设施建设层面，印度物流基础设施较差，直接限制了跨境电商在本地的发展。

三、非洲市场：下一个“金矿”

位于东半球西部，紧邻两大洋的非洲，土地面积占全球陆地总面积的20.4%，是世界面积和人口第二大洲。据多家外媒消息称，面对非洲如何庞大的数据基群，未来非洲市场的发展潜力可谓一发不可收拾。

就非洲的零售市场而言，目前线上零售占比不到5%，线下零售还处在一个品类极度匮乏的阶段，且不论是非洲的国内电商还是跨境电商，二者都还处在刚刚起步且持续上升的阶段。而相对于其