

深圳到香港物流货到付款

| | |
|------|---|
| 产品名称 | 深圳到香港物流货到付款 |
| 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

Sasa.com自2015年起营业额连续3年上升，以截至今年3月底的全年来看，其营业额同比上升9.5%至4.75亿港元，占集团整体收入6.1%。然而，由于物流成本高企，自营网购平台的经营亏损由2016财年的3147.5万港元，持续扩大至6714.4万港元。

同时，莎莎在自营网购平台亦面对送货周期过长的的问题，莎莎集团主席兼行政总裁郭少明透露，目前Sasa.com由香港直送至内地需时7至8日，而由天猫货仓送货时间只需2至3日。

相比之下，一些“嗅觉”灵敏的香港零售商早已通过内地第三方网购平台进军内地市场。以珠宝零售龙头周大福为例，早在2009年已登陆天猫平台，并先后在京东商城、唯品会等内地网购平台“取经”后，于2010年建立内地官方网店。

零售业连续7个月反弹

随着内地访港游客人数的反弹，香港零售业回暖迹象逐渐升温。

根据香港政府统计处近日公布的数据显示，9月香港零售业总销售额的临时估计为357亿港元，同比上升5.6%，创自2015年2月以来的新高。同时自今年3月以来，香港零售业已经连续第7个月上升。

“香港零售业已确定触底反弹的趋势，预测今年第四季零售额同比升幅可达2%至3%，带动2017年全年销售额同比增加2%。”香港零售管理协会主席郑伟雄表示。

同时，香港政府发言人指出，零售业销售在9月份加快增长，升幅显著，按年增幅是逾两年半以来最快，反映消费情绪乐观及访港旅游业持续改善。

森鸿物流电商公司拥有一批专业化程度高、综合素质高的业务及操作人员，主营越南电商快递、台湾电商物流、香港电商小包均具备扎实的物流理论知识以及多年实操经验，针对每一位客户，采取专人全

方位跟踪式服务，从商务洽谈，到落实方案，再到后期的回访服务，最大限度地满足客户的需求。我们定期进行员工培训，强化服务意识，提高业务水平。龙帆着眼于为客户提供专业和个性化服务，注重公司内部良好工作氛围的营造和管理的规范流程化。公司秉承“客户至上，用心服务”的服务宗旨，实践“专心、专业、谨慎”的服务理念，赢得了广大新老客户的一致好评，客户的满意和忠诚一直是我们稳健前行的最大驱动力。您的信赖与托付，便是我们永恒的追求！对于您的每一次委托，我们都心存感激，并将全力以赴，让您的货物价值在流通中得以增值。我司愿与国内外各界同仁志士竭诚合作，共创美好双赢未来！

人口密集、四通八达的交通网络，购物便利，而网购市场发展却相对滞后。根据咨询机构尼尔森统计显示，网购占香港整体零售额的份额不到5%。

11月7日，毕马威中国与香港货品编码协会第二年联合发表题为《香港电子商贸展望》的报告，从营商者和消费者的角度，概述了香港及华南地区最新的电子商贸趋势及发展状况。受委托撰写该报告的YouGov（舆观调查网）此次调查了香港和内地各500名消费者，了解他们目前和未来的消费态度和习惯。同时，该报告亦采访了162位企业CEO，了解他们对转向电子商贸和全方位营商模式的态度。

该项调查显示，89%的受访CEO表示，电子商贸正在为他们的公司创造收入，此外，接近三分之二的受访CEO计划在未来12个月在电子商贸方面增加10%以上的投资。

“精通科技的香港千禧一代已成为网上消费的一股重要推动力量，零售商需要调整自己的电子商贸策略来吸引这个日益重要的消费群体。品牌必须跟上不断变化的技术、消费者购买行为和期望，品牌的营销策略也需要不断更新。” YouGov大中华主管陈诗迪在11月7日的记者会上表示。

从自营平台转向第三方网购平台

对于很多零售商而言，在香港市场站稳脚跟可以为打入内地市场铺平道路。

上述报告显示，大约30%的受访CEO选择在自营网站或平台进行销售，选择在天猫、微信、京东等主流购物平台的比例仅为18%、8%、6%。相比之下，消费者的选择则十分明确，大约45%的受访香港消费者表示更倾向于选择淘宝来购买内地的商品或服务。

“企业的CEO们仍然有意识地打造自己的品牌，同时对进入一些大的网购平台存在一定顾虑。但现实决定他们必须追随消费者的脚步，而消费者正在不断转向这些主流的网购平台，因此这些企业可能存在一定的挑战来维系其消费者的忠诚度。” 毕马威中国亚太区消费和零售主管合伙人利安生（Anson Bailey）向21世纪经济报道记者表示。

事实上，香港化妆品销售龙头莎莎自2015年起已积极发展自营线上电商平台Sasa.com，但由于物流成本高企，至今仍未扭亏。为此，莎莎于今年9月底宣布增加另一电商平台“莎莎天猫官方旗舰店”，希望借助第三方网上平台带动公司电商业务。