

因疫情爱上网购 海外订单量暴涨

深圳洛菲纳跨境电商一站式服务平台【无货源模式低门槛】

产品名称	因疫情爱上网购 海外订单量暴涨 深圳洛菲纳跨境电商一站式服务平台 【无货源模式低门槛】
公司名称	深圳市前海洛菲纳技术咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区西乡街道银田工业区宗泰文创产业园二期3A栋409室
联系电话	18926752640

产品详情

欧美消费者行为也发生了变化：

疫情后，近半（43.2%）的受访者表示会更多的进行线上购物！从年龄层来看，48.4%的千禧一代表示会持续地更多在线上购物，在更为“传统”的55-74岁人群中，也有高达35.8%的人表示会更多加入线上买买买行列：

在购买倾向上，他们则表示如果经常选购的品牌出现缺货，40.55%的消费者表示以后会更多愿意尝试不太熟悉的品牌下同类的产品。转向线上购买满足日常需求时，各国消费者对新品牌的购买意愿也有所上升：

由此可见，在消费向线上转移，蕴藏巨大需求的同时，消费者对新品牌的接纳程度，也是中国卖家不容忽视的机会点。疫情中，有线上订单的外贸厂家成为同行羡慕的幸运儿，有一定比例的线上客户，订单体量就能保持稳定，直接转型做跨境业务的工厂，甚至销量不跌反增。行业内都看得明白，跨境是条新出路，十年前靠鞋履外贸起家，2018年入驻亚马逊实现转型的卖家Z说：

洛菲纳，联系人：宋女士 15361698380 微信：luofn02

招代理以及服务商，竭诚为广大亚马逊站群铺货卖家服务。

老牌公司，行业先驱，更值得信赖！！！！

解决大量注册店铺问题。大量铺货问题，批量翻译，大量P图问题，批量发货问题，采购问题,全套的跨境电商解决方案，利用自主研发系统软件，解决人力，时间等各项成本！

提供亚马逊全球卖家账户申请及KYC审核、自主研发ERP店群系统终身使用权、完善的物流体系、全流程开店扶持指导、铺货运营技术培训、精细化运营技术培训、技术团队售后指导、店群运营建设、财务体系搭建、推广渠道搭建等。

跨境电商一站式服务平台-洛菲纳Lonfenner

洛菲纳基于大数据分析技术，自主研发的跨境电商供应链整合模式，通过亚马逊等电商平台销售产品，可以通过大数据技术，在淘宝，京东，天猫，速卖通，阿里巴巴，等平台的网店随意抓取众多适合亚马逊平台销售的货品销售到国外。

洛菲纳一站式跨境电商培训服务公司，招代理以及服务商，竭诚为广大亚马逊等跨境平台卖家服务。

深圳市洛菲纳电子商务有限公司（简称洛菲纳）成立于2014年底，主要运营亚马逊，速卖通等第三方平台和自营独立站业务，总部位于跨境电商的前沿阵地-深圳。

公司一贯坚持“用户至上，互惠双赢，信守合同”的宗旨，凭借科学的发展策略，先进的运营模式和良好的信誉与优质的服务，创造了不可思议的口碑效应。5年时间，洛菲纳合作伙伴遍地开花，分别在北京，天津，山西，河南，福建、江西，湖南，安徽，江苏，四川，湖北，辽宁大连，云南、内蒙古等地成功孵化了500余家，人员规模达上万名，同时协助数千个人卖家，迅速实现了月纯利润超万元的个人创业目标。

目前已经成为中国区连接工厂和外贸商圈有影响力的综合服务商之一。

作为中国唯一一个亚马逊海量SKU运营服务高端提供商，目前洛菲纳已经孵化500余家跨境电商公司、数千名个人学员，已与全国20余所大中专院校达成校企合作，成为跨境电商行业新模式的佼佼者。

一、独特的运营模式

洛菲纳集团运用独特的运营模式，从众多跨境平台公司中脱颖而出。依托十亿级数据库的跨境电商全流程服务的自建智慧生态系统，逐步完成跨境交易链条的生态系统创建。2019年年初成立专业国际货代公司服务于全国的孵化公司。当孵化公司产生订单后，系统提示备货，卖家将采购的商品邮寄地址填写洛菲纳一号仓库，仓管人员收到货物后进行验货确保无误，再按照国际物流发货标准进行二次打包，通过空+派形式送到消费者手上，孵化公司只需要采购订单工作量即为结束，后续物流问题全由总部解决，真正托管服务。

二、洛菲纳智慧生态系统无缝对接亚马逊等主流跨境平台

洛菲纳集团打造了洛菲纳跨境电商智慧生态系统，由阿里架构师和百度产品经理及几十位IT精英组成强有力的技术团队自主研发和不断优化，塑造了以销代购物的商业链条模式，可无缝对接多种主流跨境电商平台，拥有可持续发展的模式，利润通过多平台管理理放大了N倍。采用海量SKU+以销代购的方式，收到客户订单后才采购发货，消除了以往电商货物积压风险，提升了系统性能，不再有语言障碍，员工只要会电脑就能操作。

三、洛菲纳国际物流仓储中心

洛菲纳采用线上线下结合的“一站式物流”服务方案，全方位对接跨境物流各个环节的所求所需。线上精确高效地处理订单物流数据，匹配优的货运方案，支撑线下各个独立的仓库则快速运输到深圳总仓库，进行统一验货和国际货运标准的二次包装等服务。标准化的服务和高效的配送机制为货物安全、稳定和持续运行提供了强有力的技术保障。

四、强大的师资团队

集团数十位电商经验师资团队，从业务拿到结果，手把手教导，教导技术手段，优化选品，提高业绩，多个技术手段培训。

五、高质量服务

集团一站式服务平台辅助学员快速入门跨境电商，更好的运营店铺，提高业绩以及店铺运营效率，辅助合作伙伴更好盈利。即时服务，终身服务。

一、跨境电子商务

亚马逊、速卖通等跨境B2C销售，以及独立站项目

二、物流以及仓储服务

国际物流以及亚马逊、速卖通等卖家产品的仓储服务

三、分公司孵化

全程指导全国各加盟公司的开业培训、账号注册、洛菲纳智慧生态系统软件使用，以及技术指导、品牌注册、物流仓储服务、境外收款等一站式服务。

四、跨境电商创业园孵化

自建跨境电商创业园，为有志于跨境电商行业的个人提供入门培训、账号注册、洛菲纳智慧生态系统软件使用，到入驻园区、技术指导、品牌注册、包装物流、境外收款等一站式服务。

唯一官网<http://www.lonfenner.cn>

地址：深圳市宝安区西乡街道银田工业区宗泰文创产业园二期3A栋409室 电话：联系手机：15361698380
微信：luofn02

“我身边有非常多的传统外贸厂都想转型，把线下生意转去线上，从做OEM改做自己的品牌。”

下面，让我们从5位主营不同品类（涵盖服饰鞋履、小家电、户外家具等），这些传统外贸企业转型跨境的卖家分享中，盘盘转型的必要性和好处有哪些。

*注：为保护卖家信息，下文的经验分享中将隐去真实企业信息及品牌名，分别用卖家A（主营运动服饰）、卖家G（主营户外家具）、卖家H（小家电）、卖家Z（主营鞋履）、卖家S（主营户外用品）。文中引言代表卖家个人观点，不代表亚马逊观点。

外贸企业对转型的心动与迫切，除了被现今水深火热外贸环境所逼，更因看到近两年率先是因为转型跨境的“早鸟”们成功闯出新路，能获得丰厚回报。对于传统外贸行业来说，转型跨境至少能看到四大好处：

2016年上线亚马逊的运动服饰卖家A

跨境电商直接对2C端销售，少了中间商，就减少了一层中间费用。以我们服装行业自身的经验为例，假如做外贸贴牌订单可以获得15%-20%毛利率，做跨境则可能上涨到40%毛利率。

刚转到亚马逊做户外家具的卖家G

出口到美国去，美国还有批发商、到消费者手里面是6-10倍的加价。而亚马逊报价只是成本3倍，和线下相比优惠太多，竞争力很强。

做传统外贸，回款一般需要两三个月甚至是三四个月的周期，而跨境电商可以两周回一次款，货出去了能把钱快速收回来，这可以极大缓解现金流压力，降低资金风险。

今年传统外贸因为疫情就普遍遇到资金回款问题。原本是4月份、5月份出的一些货，受疫情影响断了，可能就不能收款，很可能一家小公司就因为这笔钱破产了。而在亚马逊上，卖出去的每件货都能收到钱，回款频率稳定。

当下外贸厂遇到困难，原因之一是传统的销售渠道过于单一。海外产品和品牌多采用核心技术在本土、末端生产在中国的模式，但疫情期间本土无法生存的窘境促使促使美国、欧洲、日本等都出台政策吸引企业生产回流到本土，再伴随着海外消费者行为往线上转移的趋势，中国外贸企业参与跨境生意，可以帮助传统外贸行业拓展销售渠道，加强竞争力，降低经营风险。

疫情加速了全世界的商品交易都在向线上转移，而如果要转型电商，但是不同地区的竞争强度却大相径庭。相比已经国内电商的短兵相接的国内电商环境“过度竞争”，面向海外的跨境电商实属“蓝海”，市场更为广阔，竞争者数量和竞争激烈程度却明显低国内。卖家S以自己多年的经验分析估计，假设国内电商停滞不发展的情况下，跨境电商至少还有五年才能达到目前国内的白热化竞争水平。

主营户外用品的卖家S

国内电商和跨境电商，其实是跨境电商的门槛要低一点，国内电商太成熟了，玩法多，变化快，竞争花式层出不穷，开店成本也高，而跨境电商的大环境其实还比较原生态。只要克服了语言关，做跨境电商相对容易一点。

实际上，作为OEM领域的全球先行者，中国外贸制造业转型跨境具有天然优势：

运营了几个月的小家电制造商卖家H

过去，中国外贸代工厂国际的成本管理将出厂价控制到了很低，让海外订货商获得了大部分的利润，而留给自己的只有小部分。这成为了外贸业转型跨境的优势所在：海外线下20元的产品，如果工厂直接跨境销售，同样卖20元，就能获得比采购商更高的利润率，同样的利润率，就可以以更低的定价去参与竞争。这种工贸一体的成本模式自带成本竞争力，特别适合新品牌杀入市场，抢夺市场份额。

在海外品牌订单多年的严苛训练下，中国外贸制造业已经具备很强的产品制造能力，制造技术、品控能力、柔性生产能力，都已达到较高水准，对行业内标杆产品也有熟悉度和深入认知。作为将前沿设计落实制造的实际执行方，通常好的外贸工厂也具备一定的研发能力，特别是制造链末端接近成品的应用型研发。“自己运营自己话事”以后，凭借技术能力和快速市场反应，产品也能有机会很快获得海外消费者的认可。

众多已经“在路上的”的外贸转跨境卖家们眼中，亚马逊是入行跨境很好的一个入口，可以为外贸企业提供相当好的转型环境和实在帮助：亚马逊的全球站点为外贸企业提供成熟充沛的市场资源，亚马逊全球开店则为有意转型跨境电商的中国制造企业量身定做转型支持。

不一定非此即彼

传统外贸与跨境电商共生共存

亚马逊目前在全球有14大站点对中国卖家开放，拥有3亿+活跃账户，1.5亿亚马逊Prime会员。只要你的产品够好，就有足够的施展空间。但可能也有外贸人觉得，当生意还有钱赚的时候，放弃这么多年的经营去试水一个未曾踏足的领域，未免有些冒险和可惜。但做了十多年鞋履的贴牌生产，如今以亚马逊业务为主要销售来源的卖家Z却不这样认为，他觉得外贸转型也不是非此即彼，多腿走路是好事。

以亚马逊业务为主要销售来源的卖家Z

亚马逊是电商标杆，在消费者中具有公信力和影响力，在亚马逊获得的消费者好评能帮助你的产品就获得C端消费者的广泛认同，在亚马逊的经营甚至可以反向带动外贸厂的B端销售，因为海外B端客户也会查看产品在亚马逊的C端数据。

他表示，之前也碰到过和非常欣海外小B客户谈订单的时候，也会打开亚马逊给他们看上面的价格，然后以亚马逊价格再去比较和计算批发价，客户很多时候都会信任亚马逊的信息，也能帮忙促成订单交易。

亚马逊全球开店全力支持

传统外贸工厂抓住电商浪潮

相信有不少传统外贸企业早已在关注跨境电商和亚马逊，想要转型拓展业务，但可能都被“老大难”问题绊住了脚：零运营经验怎么起步？我的产品真的适合亚马逊吗？内部团队管理怎么适应？物流运输问题如何解决？生产链优化怎么做？.....

这些问题，在亚马逊全球开店你都能找到解决方案！三大业务亮点助你快速转型：

量身定制，制造商转型101计划。结合你的产业优势，从市场、选品、物流等方面给足前期指导和业务布局优化支持。

专属制造商服务，助你快速开店运营。一站式出口跨境物流及仓储退换货方案，还有专属本地化团队手把手教你上手开店。

品牌指导，助你打造自有国际品牌。亚马逊品牌注册、品牌保护等，助你打造自主品牌，建立竞争壁垒，快速成长。

跨境电商必然是中国对外贸易的下一个风口，而疫情催动了电商蓬勃生长，现在正是起风时刻。对于深谙海外销售机会的传统“外贸咖”而言，尝试开启跨境电商业务，也许是快速实现转型、获得长远发展的机会。