

深圳到泰国跨境电商一件代发

| | |
|------|-------------------------------------------|
| 产品名称 | 深圳到泰国跨境电商一件代发 |
| 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 | 泰国物流:泰国电商物流 泰国快递:泰国电商快递 泰国小包:泰国电商小包 |
| 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致力于为跨境电商提供跨境物流服务，为国内外客户提供良好的国际快递、空运、海运、陆运、海外仓储、货物进出口、报关、报检、为一体的专业化国际货运公司。公司自成立以来，通过诚信、专业、热情、快捷周到的服务，始终站在客户的角度为每一位客户着想，在客户群体中树立良好的企业形象和一定的知名度。

出口跨境电商更大的想象空间

我一直认为，出口跨境电商有更大的想象空间。

原因是，出口跨境电商在产品这一个最重要的因素上有着很大的操作空间，因为出口跨境电商已经基本度过了卖货的基本阶段，现在都在谈差异化、品牌和营销。出口跨境电商卖家的客户是外国人，他们对中国商品的诉求是高性价比。反过来，进口跨境电商，中国消费者对进口商品的需求，是品牌、质量、安全认证等附加值需求。

个人拙见，短时间内进口跨境电商可能量会很大，比如货源覆盖世界上所有的国家，但是在电商的核心供应链环节，却暂时没有特别强的覆盖能力（有例外，比如国内电商的知名人士黄若先生，就做了一款自主品牌的进口红酒）。

换一个角度，跨境电商其实是跨境零售的“互联网+”，本质上来说就是零售。如果我们去看零售和商业的很多书籍和资料，会发现有很多品类管理、数据分析的内容其实是可以套用到我们的电子商务运营过程里面的。传统的零售业，用什么样的标准来选择产品（国外的买手思维），搭建了什么样的数据分析体系，都有很多值得我们做跨境电商的人来参考。

我们再来看“互联网+”，我们知道互联网经济很大的特点是消除信息不对称，提升信息和商业效率。

早些年，跨境电商还叫“外贸电商”的那个阶段，很多做eBay的卖家做的事情其实是在利用信息差卖货

，到今天我们发现卖货不太可行，因为同质化太严重，价格战没有利润。可惜的是，有很多做跨境电商的人，自认为在借助互联网做着与时俱进的电子商务业务，却在定位自己的产品和业务的时候，违反了互联网时代经济的方向。比如说在Amazon上面卖货，铺大量的SKU，在Amazon这个大卖场上铺设自己的小卖场。如果说Amazon是一个大渠道的话，自己的店铺相当于是一个小渠道，那么定位就变成“渠道的渠道”。

如果用零售业的角度来看，在同样的一个商场，搭了两个不同名字的店铺，卖一模一样的商品。最终结果其实是两败俱伤的。如果是“加商标”的伪品牌货呢，这个在Amazon上，纯粹防跟卖的OEM贴商标，实在是太常见了。我个人把这个叫做卖家在“制造新的信息不对称”，因为买家挑花眼了，商业消费变得没有效率，不是互联网经济的发展方向。

其实大家都知道要做深层次的差异化，从OEM变成ODM，甚至是自主研发，但是很少人能走到这一步。借用网络上的一句总结得非常好的话，同质化的出路是把“信息不对称”转变为“价值不对称”，简单来说就是更优的产品、更优的服务和解决方案，这一个方向，恐怕是我们这些创业者们有多艰难都要迈出的一步了。

跨境电商本质是商业和零售，互联网却又在提升商业和零售的效率。我们做跨境电商的人，应该思考的问题是如何使用互联网来提升自己的运营和商业效率，把业务做成可沉淀可积累的模式。比如说，如何定位客户群体，如何提升营销转化率，如何提升复购率等等。