

台湾跨境电商COD物流

产品名称	台湾跨境电商COD物流
公司名称	浩亿达国际物流（深圳）有限公司
价格	17.00/kg
规格参数	跨境电商:跨境电商COD 跨境电商:跨境电商物流 跨境电商:跨境电商快递
公司地址	东莞市寮步镇牛杨工业区凤凰台路67号
联系电话	13641423616

产品详情

森鸿国际物流有限公司成立于2005年，是一家经营东南亚电商物流，陆运，空运专线，延伸至全球电商，空运兼以中国大陆区域专线服务为特色的物流公司；森鸿凭借诚信服务、守法经营，快速且稳定的发展，除建立了自己自营的越南物流专线服务以外，还与国内外各大航空公司，船公司签约，力求将境内外客户运输服务做到全方位。公司在广州、东莞，深圳，台湾，香港，胡志明等国内外大中城市设有分公司或办事处，形成了一个巨大的服务网络，为客户提供了良好的时效和服务保障。近年来，在国际运力方面，森鸿物流也将服务支持终端推广至西欧、美国、中东、日韩及其它东南亚各国等国际经济热力地区，以协助客户全球范围的业务扩展。森鸿物流以“专业、诚信、快捷、安全”为经营理念。聚合了雄厚的运输资源，拥有经验丰富、充满创意、热情敬业的管理团队和服务支持团队，深切理解本土文化，掌握国际运作规范，随时为您提供高素质的服务。

公司经营宗旨：服务第一、客户至上、追求卓越、奉献完美。

所有企业都能看得到越南电商行业与日俱增的长期潜力。

越南蓬勃发展的电商市场已经吸引了亚马逊、阿里巴巴和Shopee等来自全球的零售商，但能否在越南盈利还得另当别论。（Shopee是东南亚与台湾最大的电商平台。）

美国电商巨头亚马逊将于本月（2018年3月）加入越南这个发展迅猛的市场，向当地中小企业开放亚马逊平台。

该公司在3月14日召开的河内论坛上与越南电商协会（Vietnam E-Commerce Association）签署了协议。

该项协议是双方在去年年底的一次会议上进行讨论的。据品牌价值及战略咨询公司Brand Finance公布的“Brand Finance全球500强排名”称，亚马逊现在价值1500亿美元，是全球最有价值的品牌。

亚马逊在越南的发展战略将在越南电商论坛上公布，该论坛将先在河内先召开，3月16号移至胡志明市。

论坛将讨论网购趋势、税收管理和新技术。

其他外国电商平台也已经打入越南市场。

今年早些时候，京东宣布了投资Tiki（越南本土电商公司）的计划，京东将在物流和配送方面帮助Tiki。京东与越南娱乐（Vietnamese entertainment）以及媒体公司VNG Corp共同主持了此次融资。

京东没有透露该交易的规模，但表示京东将与VNG一起成为Tiki最大的股东之一。

在2017年，阿里巴巴正式进军越南，并在短短6个月的时间里吸引了数万家企业。去年6月，这家中国电商巨头斥资10亿美元，将其在东南亚电商平台Lazada的股份从51%提高到83%。Lazada是越南最大的电商平台，销售额占到越南电商市场总销售额的30%。

据日经亚洲评论（Nikkei Asian Review）称，2017年越南电商平台超过90%的投资来自包括中国、韩国和泰国在内的海外投资者。

贸易专家Vu Vinh Phu将大型国际电商公司流入越南归功于该国网购趋势的日益上涨、互联网服务的改善以及移动支付增加。

越南市场的潜力

央行数据显示，在越南近9500万的人口中，拥有银行账户的人数达到了59%。

在越南，随着中产阶级规模越来越庞大以及智能手机使用越来越广，电商行业的潜力将是巨大的。

据2017年市场调研公司Nielsen的越南智能手机洞察报告显示，2017年越南使用智能手机的用户比例达到了84%，比前一年的78%有所增加。

“越南电商市场的增长速度估计为35%，是日本的2.5倍。”电商行业专家Duc Tam在2017年的越南电商论坛上说道。

近年来，越南的电商发展迅猛，目前销售额占该国零售市场的3.39%。去年，整个零售市场销售额增长了10.9%，达到1732.7亿美元。

据世界银行预测，到2035年，越南的经济很可能由2000亿美元增长到1万亿美元。预计有超过一半的人口会加入全球中产阶级行列（每人每天的人均消费为15美元），而现在越南的中产阶级比例只有11%。

据估计，到2020年，越南大约有30%的人会网购，而这些人每年在网购上的平均消费是350美元。

Phu说：“外国投资者已经看到了潜力，他们正在投入资金来接管这个市场。”

巨大成本妨碍利润

尽管在越南潜力巨大，但电商公司也面临着发展挑战，许多人说他们已经损失惨重好多年了。

VNG公司报告称，2017年，它在对电商公司Tiki的投资上损失了1220亿美元(超过530万美元)。

像Lingo和Beyeu这样一些当地电商公司，由于长期亏损，被迫关闭。

贸易专家Phu解释说，高昂的物流成本是造成他们损失的主要原因，这些物流成本占电商收入的60%至70%。大型电商公司还需要拥有覆盖面积为几千平方公里的物流仓库，以及数百名员工来支持运作。

Phu在解释为什么外国投资者继续加大对越南电商市场的投资时说，这些投资者当前的目标是吸引客户，扩大自己在市场的影响力。

一位贸易专家说，公司在投资越南市场的5到7年里，经常亏损。现在还不是盈利的时候，而是增加市场份额的时候。

日本风险投资机构CyberAgent Ventures的越南地区负责人Nguyen Manh Dung与这些投资越南市场公司的看法一致，他表示，电商需要长期投资，投资者在5到10年的运营后才能开始盈利。

当地媒体援引Dung的话说道，在有些市场，甚至连亚马逊也只是在经过10年的投资后才开始盈利。

他补充道，在越南竞争激烈的情况下，电商公司要想得到回报需要时间。