

台湾跨境物流 台湾跨境电商物流

产品名称	台湾跨境物流 台湾跨境电商物流
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	台湾物流:台湾电商物流 台湾跨境:台湾电商快递 台湾小包:台湾电商小包
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

森鸿国际货运创立于二零零五年四月，企业以深圳市为运筹帷幄管理中心，出示辐射源珠三角、跨境电子商务货运物流、聪慧运送和产业链金融、国际货运等一站式一体化服务项目，中国台湾跨境电子商务货运物流，时效性快，服务项目进家，以接近顾客服务的方式造就顾客发展。另外，跨境电子商务的国际性服务体系也逐步完善，现阶段启用深圳到中国台湾，中国香港，东南亚地区等航空公司卡班服务项目。发展趋势了一批全世界500强、亚洲地区500强和我国500强公司顾客群。并在中国好几个大城市设立了单独企业或服务处，另外与全球关键班轮公司建立了优良的合作关系。企业目前职工近200人。森鸿国际性物流供应链服务项目有限责任公司是深圳宝安区五类企业500强，企业有着中国海关“高级信用企业”、中国海关“咨询员公司”、“高新科技公司”、“深圳关键物流行业”、“福永纳税百强公司”“互联网技术自主创新竞争能力个人信用公司”、“深圳市长质量奖”候选人、金融机构AAA资信评级、ISO9001；2008品质体系管理资格证书等企业荣誉。

十多年来，森鸿国际货运自始至终秉持着“团结一致努力、自主创新双赢”的企业理念，以劳模精神为本的公司文化，以造就顾客为企业使命，以一站式和透明度管理机制，以优秀的数字化管理技术性，高效率优秀的步骤设计方案及其非凡的质量为存活压根，坚持不懈顾客至上的服务宗旨，服务至上于顾客；企业根据从顾客中赶到顾客中去，根据与时俱进商品提高服务质量并深入贯彻对顾客个性化服务和职工升值福利的公司发展方位，殷切期望出一支坚毅、英勇、敢闯敢拼的实干精英团队，认真打造出一个细分化制造行业的综合性供货综合服务平台。

“业主们有其房、旅人有其车”森鸿国际性以优秀人才为本，以企业使命为驱动力，根据公司文化基本建设，为职工铺装发展服务平台，塑造出了一批批非凡的当代供应链管理和物流管理专业优秀人才，成千上万殊荣承重着森鸿人的脚踏实地和汗液，鼓励着倍通入发奋图强，不屈不挠。

经营管理理念：

1、以民为本：以民为本是企业公司文化的关键，培养了职工的信任感、满足感，持续提高团队的凝聚力，酿制适合优秀人才发展的自然环境，提倡尊重知识、重视劳动者和培养优秀人才，关注优秀人才发展

的公司文化关键，使森鸿职工自始至终求实创新，活力四射。

2、诚实守信标准：诚实守信标准是企业立足于销售市场的根基，人无信则不立。对职工，对顾客，对社会发展，大家恪守诚实守信，遵守承诺，以创新管理，标准运行，营造优秀的实行文化艺术。

3、务实创新：务实创新是企业发展的不竭动力，企业提倡职工立足于实质，安稳无私奉献，敢想敢干，应对将来开拓进取的工作责任心。具备强劲的创新精神和自主创新能力，才可以占领市场主阵地，提升竞争优势，使公司始终站稳脚跟。

伴随着我国经济的迅速发展趋势，倍通供应链管理将一如既往，坚持不懈“安全性便捷、诚实守信和睦、务实创新、不断发展趋势”的经营管理理念，携手并肩社会各界开拓创新，顽强拼搏，共赢未来。

东南亚地区做为世界最大的智能机销售市场之一，其手机端买卖占到全世界电子商务买卖的40%，东南亚地区是跨境电子商务的关键交易地。东南亚电商零售在2017年尚处在发展趋势前期，其零售总额远小于我国，因而东南亚电商将来提高室内空间极大。

东南亚电商销售市场合理布局，阿里巴巴和amazon谁可以取得最终的胜利？

伴随着我国电子商务销售市场提高逐渐变缓，我国互联网大佬刚开始加速合理布局国外市场。除开著名电子商务Lazada在东南亚地区的关键项目投资以外，阿里巴巴网也刚开始看准东南亚地区销售市场并快速使力。最近，阿里巴巴网向Lazada项目投资20亿美金，突显了阿里巴巴在东南亚地区销售市场上的自信心，另外也明显了阿里巴巴在东南亚地区销售市场上的投资建议。

阿里巴巴在东南亚地区销售市场上早已塑造了清楚的合理布局方位。根据回收Lazada，阿里巴巴刚开始在东南亚地区销售市场构建基本服务平台，累积客户，塑造客户习惯性。另外根据Lazada建造付款，引进之支付宝钱包的技术性经营工作经验，完成支付宝钱包在东南亚地区销售市场的扩大。此外，融合Lazada建造货运物流管理体系，融合地区货运物流公司，扩展小白在东南亚地区的货运物流管理体系。

除开阿里巴巴之外，中国的互联网大佬腾讯则根据京东商城项目投资东南亚地区的Sea、Go-Jek、Traveloka、Pomelo Fashion 及其Tiki.vn等企业，也向东南亚地区销售市场进行冲击性。

英国的互联网公司也刚开始在东南亚地区销售市场开展项目投资合理布局。比如，amazon17年在马来西亚发布了Prime Now服务项目，在马来西亚合理布局网上零售服务项目。amazon尝试根据合理布局马来西亚，创建得以辐射源东南亚地区销售市场的前哨站。

有别于阿里巴巴，amazon在东南亚地区选用直营建造方式开展物流运输和出示产品服务项目，相对而言，amazon的直营方式在派送和产品质量上更具备可操控性。可是，由于东南亚地区现阶段基础设施建设的不断完善，经济发展的发展趋势中水准，将来amazon和阿里巴巴在东南亚电商销售市场孰胜孰负也有待时间证实。