

东南亚跨境物流专线

产品名称	东南亚跨境物流专线
公司名称	深圳云路供应链科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广东省深圳市宝安区福永街道天瑞工业园A5栋905
联系电话	13691637543

产品详情

今年经济的发展释放了东南亚跨境电商市场的利好消息，随后行业巨头阿里巴巴、亚马逊、京东、腾讯等就着手筹谋布局东南亚电商市场，目前，阿里巴巴、Lazada、亚马逊已陆续展开行动，毫无疑问，东南亚电商市场是中国跨境电商的蓝海区域，但是，进军东南亚市场，无法统一的跨境物流是很多中国跨境电商步履维艰的原因，阻挡着中国跨境电商们的热情。中国制造如何走进东南亚市场，跨境物流在其中扮演了相当重要的角色。唯有一个能解决核心配送问题的企业才能担此重任，才能带领中国电商在东南亚这个新兴市场无往不利。从几年前开始，跨境电商就在寻找突破之道，但是依旧无法全面的整合跨境物流中的全部环节。

中国与东南亚地区之间的贸易关系：东南亚地区是我国与沿线国家开展贸易合作的主要区域。从一带一路贸易合作数据来看，2016年，中国与东南亚地区贸易额为4554.4亿美元，占中国与沿线国家贸易总额的47.8%。在出口上，中国向东南亚出口额大，达2591.6亿美元，占比为44.1%。

东南亚主要国家的电商发展情况：Statista数据显示，到2025年，东南亚地区主要国家（印度尼西亚、泰国、新加坡、马来西亚、越南、菲律宾）的电子商务在线零售市场规模总计将达到878亿美元。

中国卖家出口东南亚的有利条件：东南亚地区互联网覆盖面大

1) 在互联网用户上，东南亚地区具有极为突出的数量优势。在全球范围内，到2018年1月，东南亚地区是全球第三大互联网用户数多的地区，仅次于东亚地区和南亚地区。

2) 在使用互联网的时长上，东南亚人在移动互联网上花费的时间比全球其他任何地区都更多。

东南亚人平均每天花费3.6小时在移动互联网上，其中排名首位的泰国平均每天花费4.2小时，其次是印度尼西亚，平均每天花费3.9小时。相比较之下，美国、英国、日本消费者平均每天花费在移动互联网上的时长分别仅为2小时、1.8小时、1小时。东南亚地区的互联网用户数量和平均每天使用互联网的时长，表现出该地区在互联网使用上具有充足的发展空间，为中国卖家出口东南亚地区打下了良好的互联网基础。