

深圳南山到东南亚快递COD

产品名称	深圳南山到东南亚快递COD
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	东南亚物流:东南亚跨境物流 东南亚快递:东南亚电商快递 东南亚跨境:东南亚跨境电商
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

森鸿物流szshwlyxgs印尼跨境电商小包专线印尼电商小包快递印尼可做代收货款，森鸿首印尼跨境电商小包专线正规报关，时效到天，拒签率%，代收货款天返款，价格便宜，方便快捷。森鸿公司长期为企业事业单位提供东莞到泰国安全快速准确地物流服务。赢得了众多企业的信赖和支持并在全国同行中享有较高声誉。森鸿物流本着“专业呵护所托”的经营宗旨，不断完善内部机制，注重信息技术服务，讲究运输时效，内部组成局域网络，实施了内部管理和客户信息查询自动化。

至年体量将达到亿美元，东南亚市场备受关注并引发了电商巨头们的激烈厮杀。阿里系对这个市场重兵布局，如今年向Lazada增资亿美元，蚂蚁金服创始人彭蕾执掌Lazada等，亚马逊eBay京东对此也虎视眈眈，而Shopee在该市场的强势更不容小觑，在这个市场上的交锋，谁能笑到最后。近日，Shopee在其举办的印度尼西亚峰会上，透露了年的战略布局，将在市场品类以及服务上重点开拓，掀起了东南亚市场的新一轮革新。

体量大高增长，一个中国卖家不容忽视的市场当前，跨境出口电商仍处于高速发展的过程，相关数据表明，到年，全球电商BC总交易额将会达到兆美元，年复合增长率%，但是在跨境业务上，增长率将达到%，且这其中很大一部分增量来自亚洲。在Shopee跨境业务总经理刘江宏看来，东南亚是全世界电商发展最为快速的地区，且呈现出两大特点——体量大高增长。过去，卖家多接触欧美这个相对比较成熟的市场，而现在，则是要抢占东南亚市场这个先机。

根据谷歌及新加坡主权财富基金淡马锡控股联合发布的报告，从年至年，东南亚电商市场将增长倍，达到亿美金的体量。“印尼是跨境电商卖家尤其需要关注的一个市场。”刘江宏特别说道。据介绍，印尼越南泰国是东南亚人口最多的国家，最不能忽视的也是他们的人口红利，其中越南接近亿人口，而印尼则是亿，是世界第四大人人口国。过去几年，基于印尼庞大的人口基数，当地移动互联网用户得到爆发式的增长，绝大部分的印尼人手上都有智能手机，能够网上购物，为其电商的发展提供了契机。

“东南亚距离中国非常近，本身具备地缘优势，又有文化上的连接，从Shopee近几年的观察来看，‘Made in China’的产品在东南亚市场一直保持了非常强的竞争力，C服装美妆母婴家居类产品尤其受欢迎。

”刘江宏说道。如何玩转东南亚。Shopee物流社群推广服务全面护航东南亚巨大的市场体量也吸引了众多电商平台服务商卖家入场。不过尽管潜力巨大，但是东南亚市场也存在不少门槛，如物流如本地化服务。卖家如何玩转东南亚。

刘江宏对此也为卖家提供了一系列解决方案。物流因受复杂地理环境影响，东南亚地区物流配送不便，最后一公里的配送尤其复杂。仅仅印尼就有万多个岛屿，这让物流订单的履行变得异常复杂，且物流成本奇高。刘江宏坦言，实际上，物流是东南亚电商发展与发达国家电商发展存在差距的主要原因。“东南亚的买家对物流时效有着高要求，因此在过去的两年，Shopee也在不断加码物流。”首先，Shopee将跨境中最大的投资放在物流渠道的搭建上，不停的挑选这个链路上最优秀的服务商，给予中国卖家价格便宜稳定性高的物流服务。

其次，最后一公里配送上，Shopee也会与当地“四通一达”级别的服务商合作，将最后一公里的体验做到极致。第三，海外仓服务，进一步提升物流体验，帮助卖家更好地适应东南亚物流体系。如在印尼，卖家就可以使用Shopee提供的海外仓，一方面降低物流成本，另一方面提高最后一公里的时效性。本地化服务对于中国卖家而言，印尼越南泰国市场有一个天然的壁垒，即语言。在小语种市场，用当地的语言呈现产品，用当地的语言来做客服，是卖家必须把握的。

刘江宏表示，Shopee跨境团队也针对这个痛点，提供了许多本地化的服务，如免费的客服，包括产品翻译。“我们也建议卖家要充分利用Shopee提供的小语种客服服务，做好本土化运营。”引流引流在一定程度上代表了销量，在东南亚地区，社交媒体备受青睐，有%的网民均会使用。许多卖家也会充分利用东南亚比较热门的社交软件，如FacebookInstagramLine等与买家进行互动。Shopee一直非常注重社交媒体的经营，并投入大量的资源，仅在Facebook上的粉丝数量就高达万，能够轻松为平台引流。

而在今年，Shopee也将借助网红的吸引力，为引流助力。不断对基础设施进行完善，不断提高客户体验，在过去的一年，Shopee取得了长足的发展，GMV亿美元，总订单量亿。?Shopee跨境业务总额增长了倍?年双大促，跨境订单增长倍，总销量达到万件?年年底，数位跨境电商卖家进入百万美金俱乐部年Shopee三大战略加持，重兵布局印尼台湾市场未来电商巨头在东南亚市场将有更多的新动作，而对于Shopee而言，持续投入，坚持本土化运营战略，继续保持自己在东南亚和台湾市场的优势，将是未来的重点。