

东莞到菲律宾专线物流COD小包

产品名称	东莞到菲律宾专线物流COD小包
公司名称	东莞市升鸿国际物流有限公司
价格	60.00/kg
规格参数	
公司地址	深圳市宝安区鞍胜路35号
联系电话	18934134227

产品详情

升鸿国际物流为了方便客户，在深圳、广州、东莞及香港建立了分支机构和客户服务中心。我们的网络不仅覆盖了华南经济中心的广州、深圳、香港，台湾，香港，东南亚。公司能提供本地化的服务。经过多年努力，升鸿物流相关领域，提供众多有竞争力的服务，跨境电商物流、国际海运整箱及散货出口、进口、国际空运出口、进口，操作代理，报关报检，国内运输，物流仓储，配送，分拨，物流解决方案等等。

“风口”上的东南亚电商市场

软银集团创始人孙正义有一套著名的“时间机器理论”，即利用处于不同发展阶段的国家之间的差距，在相对先发的国家发展某项业务，待商业运作成熟之时再将该业务的发展经验带入相对后发的国家，复制商业成功模式，这就如同驾驶着时光机器回到了几年前。

经过近20年的摸爬滚打，中国的电商行业已经发展成型，阿里巴巴、腾讯、京东等电商巨头的逐渐成熟将中国电子商务发展水平提升到了高度。目前全球超过40%的电商交易都发生在中国，国内市场潜力也已得到相当程度的开发。或许正是基于“时间机器理论”，近年来中国资本纷纷将视线转移到电商行业刚刚起步的东南亚国家，这里的市场特征和发展前景同多年前的中国有许多相似之处，让不少投资者相信中国电商的经营理念在东南亚国家也将获得成功。

根据谷歌和新加坡主权投资基金淡马锡联合发布的2018年东南亚数字经济年度报告分析，东南亚电子商务产业规模在2018年已经超过230亿美元，预计到2025年将超过1000亿美元。东南亚的电商市场似乎正处于“投资风口”之上。

而通过查询谷歌和苹果移动应用市场的数据可以发现，2018年东南亚各国手机购物软件下载次数排行榜的前两名，基本上被阿里巴巴集团投资的Lazada Group和腾讯资助的Shopee所包揽，这两大巨头几乎成为了东南亚电商的标配。但各国自己的控股的本土电商平台也同样在争夺着市场，比如印尼的Bukalapak，越南的Tiki，泰国的JD，新加坡的Qoo10，马来西亚的11 street。

中资背景的跨国电商平台拥有技术、资金等优势，占据着市场的主导地位，但是本土电商平台利用本国国内电商方兴未艾、尚处于市场争夺阶段的机遇，再加上贴合用户需求和消费特征等本土优势，同样也在

分着一杯羹。这就是东南亚电商市场的基本形态。

菲律宾：品牌优先，潜力巨大

同印尼一样属于岛国的菲律宾，人口数量超过一亿，在东南亚仅次于印尼。而菲律宾也是一个非常依靠消费驱动的国家，GDP的70%都由消费拉动。目前菲律宾电商市场正在蓬勃发展，其中Lazada、Shopee、Zalora和eBay四大电商的访问量名列前茅。

对于外资而言，菲律宾国内的电商市场潜力巨大。首先，菲律宾人的消费习惯是小额高频，而且整个国家23岁以下人口占60%，人口红利巨大。而且菲律宾的手机渗透率非常高，人手两三部手机属正常现象。其次，菲律宾的移动支付普及情况要好于其他东南亚国家，由支付宝通过“技术输出+本地合作”在菲律宾开发、扶植的菲律宾本地最大电子钱包GCash用户数量已经突破了1500万，越来越多的人习惯于通过手机完成支付和转账。

最后，菲律宾的本土电商平台数量不多，而且进入市场时间不长，完全是依靠其背后注资的本土品牌才勉强赢得一些市场流量，而两大巨头Lazada和Shopee又都属于跨国电商，因此严格意义上说，菲律宾还不存在外资扶植的成熟的本土电商平台。