

大陆到马来西亚电商小包物流公司

产品名称	大陆到马来西亚电商小包物流公司
公司名称	东莞市升鸿国际物流有限公司
价格	12.00/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

升鸿国际物流是台湾，香港，东南亚最大和发展最快的跨境电商COD企业及清关代理企业之一。现已在行业资质和员工从业资格方面都取得了最高标准，并成长为一家全球性的清关代理和货运代理行业领导者和先进的物流服务供应商，为全球成千上万的客户提供精确和多元化的货运和物流解决方案。现在，升鸿国际物流已遍布加美国、中国大陆、中国香港、中国台湾、越南、新加坡等多个国家和地区，有1000多名业内专业人士正致力于为我们的顾客提供最高品质的服务。顺畅的沟通渠道、及时的跟踪查询、多方面的信息共享和高效的物流运输已经成为升鸿国际品牌的一部分。

升鸿国际物流有限公司成立于2007年，总部设在深圳，同时在东莞、天津、大连、上海、宁波、厦门、广州、深圳、中山等地设有多家分公司，同时在中国香港、新加坡设有子公司。今天，德玛中国拥有20000多家客户，在100多个国家，拥有300多家代理，已经成为中国物流业界发展速度最快的货运代理及清关代理企业之一。此外，我们拥有业内最灵活多样和独立开发的操作平台和尖端软件，专业的团队提供系统管理、技术支持和AMS/ACI/LVS申报服务。目前，升鸿国际拥有良好的软硬件技术基础，广泛的网络分布、优秀的管理团队和专业的员工队伍。

居住在新加坡的华人张弘韬告诉21世纪经济报道记者，最近他可以“不用出门买菜了”。为他带来这种变化的正是亚马逊今年在新加坡推出的Prime Now服务。

Prime Now为新加坡用户提供从生鲜食物到家用电器等各种产品，并且承诺在两小时内送货上门。亚马逊发言人Amanda Ip向21世纪经济报道记者表示，Prime Now在新加坡的发布是亚马逊第一次在原本没有自身销售网络的国家上线零售服务。目前，新加坡是亚马逊在东南亚唯一的市场。在此之前，新加坡顾客只能在亚马逊网站上选购一部分精选商品，有些产品还需要高昂的国际运费。

与亚马逊直接在新加坡自建自营的模式不同的是，中国的企业则更倾向于以投资控股当地企业的方式在东南亚扩张市场。

目前，阿里巴巴已经花费了逾20亿美元投资Lazada，持股比例已达83%。今年6月，阿里巴巴还通过Lazada平台及其物流、仓储、配送体系，在新加坡、马来西亚、印尼、菲律宾及泰国推出“淘宝精选”频道，向本地消费者输出中国商品。

此外，东南亚的战场上竞争者还有京东。11月，泰国曼谷线上时尚品牌Pomelo获得1900万美元的融资，京东便是此轮投资的领投者。此前京东也向泰国实体零售巨头Central Group投资5亿美元成立了一家合资公司，以帮助中国产品销往泰国。

对于截然不同的两种商业模式，多位受访专家认为，这是由这些企业本身的“基因”决定的，各企业都采取了自己最熟悉的模式进军东南亚市场，自营自建是亚马逊一贯的商业模式，而阿里巴巴也一直作为连接消费者和厂家的平台。“亚马逊和阿里巴巴的商业模式从一开始就不一样，它们在国际上的业务也延续了各自的特点。”中国电子商务研究中心B2B与跨境电商部主任张周平对21世纪经济报道记者说道。

为了迅速抢占东南亚市场份额，阿里巴巴采取投资入股的方式是最有效率的。此外，洪涛还对21世纪经济报道记者分析称，阿里巴巴此举还是以轻资产的商业模式出击，便于控制市场风险。

然而，当东南亚市场的消费者达到一定数量的时候，消费者的购物体验便成了电商企业竞争的关键。“不管用什么样的商业模式，价格、质量和服务将会成为消费者最关心的三个方面。从这个角度来说，亚马逊便有一定的优势。亚马逊自营自建的模式会使它们的物流配送、商品质量等环节更加可控。”