

深圳南山到日本跨境物流

产品名称	深圳南山到日本跨境物流
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	
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

森鸿国际物流有限公司成立于年，主营业务为进出口货物的海运空运拖车仓储等国际货物运输代理业务，可提供订舱配载报关海运保险拖车仓储拼箱等全套货代服务。并与HPLCOSCOPILEMICYANGMINGONE等多家船公司以及CXEKAAAM等航空公司建立了密切的长期合作关系。公司主营跨境电商COD物流，目前专注于台湾，香港，越南，泰国，新加坡，马来西亚，菲律宾，国际邮政小包专线等国际货运市场，为您拓展东南亚市场，提供极具竞争力的物流解决方案和贴身服务,给您制定最专业，最高效的物流解决方案现在诚邀您的加入，共创美好未来。

跨境电商出海行动作为品牌的“带队人”，在出海这件事上，代运营企业似乎也显得不那么主动。年，阿里开设天猫出海项目，“以天猫作为主引擎，利用天猫和淘宝等核心电商板块亿商品，将天猫生态模式逐步成功复制并落地到东南亚印度以及全球。近两年，阿里还加大对东南亚Lazada的战略投资，并逐步和阿里体系进行打通。在平台坚定的战略目标下，年，火蝠电商组建了专门的国际事业部，并且也将其作为今年重要的发展战略。“和国内一样，我们更多是根据平台的政策走，目前和速卖通lazada都有合作，”火蝠电商事业合伙人聂雪芬说道，“唯一不同的是，品牌商在国内做淘宝和天猫的门槛相对较低，但是做跨境电商就需要考虑品牌的知名度供应链情况以及产品本身。

”聂雪芬认为，品牌出海，其中货品是非常重要的点，有些品牌可能很适合品牌出海，有些可能不那么适合。比如阿里也在扶持品牌出海，但是主要针对少数类目和店铺，如服饰美妆家居用品等在中国有强大供应链的产品。中国的品牌是否适合海外市场，海外消费者是否接受，这是品牌商必须考虑的问题，但是很多品牌商还没有这种思维，一味地依照国内电商打法去做海外市场。“尤其是很多品牌连外贸都没有做过，出海之后销售额并不理想。”在聂雪芬看来，中国品牌做跨境电商应该分为两部分，一是重新建立品牌知名度，二是提升销量。

她认为，这两者是互惠互通的，有了品牌知名度才能做好增量，有了增量，品牌知名度自然而然就提升了。借助海外社交当然，不同的企业有不同的需求，火蝠电商如何满足品牌商的个性化需求呢。据聂雪芬说道“马克华菲只是想要多一个销售渠道，那么我们只做增量，他们供货，我们负责运营和平台的搭建，马应龙除了增量还需打造海外品牌知名度，我们就提供运营和技术以及品牌推广服务，以收取服务费和佣金的方式合作。”那么，火蝠电商怎么带领品牌商攻下一座座海外城池。

聂雪芬称主要依靠以下两点第一，火蝠电商有自己的品牌店铺，在国内天猫的年销量可达三千万到四千万，对于品牌打造有属于自己的运营模式，加上代运营的资源，占有先天优势。第二，结合海外社交的转化能力。在推广方面，火蝠电商会结合tiktok以及Instagram进行站外推广。聂雪芬称，国外的社交平台虽然起步较早，但是现阶段商业化还是没有国内成熟，大部分品牌商还未曾去关注这一部分的转化，只是单纯的卖货。据悉，在线上，火蝠电商会以帖子和短视频的方式进行推广，如现在已有的Facebook旗舰店开设，帮助品牌商进行店铺推广。

聂雪芬称，Facebook旗舰店开设摒弃了传统的广告投放进行跳转引流的方式，转为直接购买页面，转化更高。并且费用也不高，年费在两千到三千人民币之间。在线下，火蝠电商目前不会做更多的推广。聂雪芬表示，像马应龙这种在海外线下实体店已经做得很好的品牌，他们很多产品都是大批量出口到海外，分销到海外的药妆店和超市，经验已经很成熟了。聂雪芬认为，在国内很少有服务商做品牌出海代运营，他们更多是服务一些中小型卖家在速卖通和Lazada上开店和售卖商品，品牌出海代运营是一个趋势，市场也很广阔。