

深圳龙华寄日本电商物流COD

产品名称	深圳龙华寄日本电商物流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	
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月，公司主营跨境电商COD小包物流业务。台湾，香港，东南亚门包车散货拼车报关仓储配送一条龙服务。国际业务大陆出口泰国新加坡马来西亚越南老挝缅甸柬埔寨印度尼西亚菲律宾澳洲俄罗斯加拿大日本韩国美国等国际物流运输业务。公司在香港深圳广州三地的仓库面积共平方米，其中在香港拥有上水和葵涌两个分拨仓库，面积达平方米。公司能为客户提供快速分拨配送的同时，也能提供仓储服务。公司自有中港澳运输车辆斯堪尼亚拖头台，拖挂台，日野吨车台。

香港配送车辆自有车辆台，固定车辆台，公司能充分保障中港两地的甩挂运输和覆盖香港全岛的快速配送服务。跨境电商出口行业不断细分，其中，小额批发出口便是行业变革的新趋势之一。记者从业内了解到，近一两年来，小部分泉州跨境电商卖家开始尝试走“中间路线”，在小额批发领域发现了一片新天地。卖家积极拓展新兴市场跨境电商BC出口竞争已趋白热化，尤其是在成熟的欧美市场。年以后，越来越多跨境电商企业开始从亚马逊速卖通易贝等耳熟能详的跨境电商大平台，向新兴市场或新的平台延伸布局，尤其是“一带一路”沿线国家。

根据年月北京师范大学新兴市场研究院“一带一路”研究院联合发布的《“一带一路”沿线国家经济社会发展报告》，“一带一路”沿线涉及总人口达亿人，占世界总人口的%；所涉及的土地总面积万平方公里，占世界的%；GDP总量万亿美元，占世界的%，经济总量非常可观。东南亚的lazadaShopee，非洲的Jumia，俄罗斯的JoomYandex，以及亚马逊中东和亚马逊印度，这些新兴市场的电商平台都是泉州卖家积极拓展的方向。

独立站成为热门方向之一新市场新平台新渠道，意味着新机会。事实上，如果条件允许，卖家更希望逃离平台，把客户抓在自己的手里，尽可能最小地受制于第三方。比如，近几年风生水起的独立站，就是平台之外的一个热门方向。泉州跨境电商协会秘书长施雅君告诉记者，这一两年，协会组织了多场关于独立站建站及运营的培训，几乎场场爆满。事实上，建独立站的起点并不高，从技术层面来说，几万块的成本投入就可以完成搭建，但关键在于新站要怎么引流，如何营销。

“做运营独立站最好想清楚，你的品牌本身是否已经有了较强的客户黏度，或者你是否有比较清晰的牌战略。不要让独立站成为一个可有可无的摆设。”一跨境电商业内人士表示，独立站的用户画像已经很清楚，其主要构成正是复购率高的小额零售商，也是所谓的b端客户。对于卖家而言，强黏性的b端

客户本身就是效果最好的广告，他们会通过自己的社交社群渠道去营销。工厂卖家未雨绸缪“虽然短期内还没有做b端的打算，但想要了解一下它的模式，希望能给自己一些新的启发，或者给未来一个备选选项。

”网聚电商公司负责人说。作为生产企业的耀足健公司，同样希望加深对下游领域的了解。耀足健公司负责人透露，虽然一直为跨境电商卖家供货，但自己还未真正涉足运营。跨境Bb，成为工厂和卖家跃跃欲试的一条“中间路线”。从传统外贸人转型为跨境电商卖家的车志涛，已经在跨境Bb的道路上探索和实践了几年，算是尝试“中间路线”的第一波传统企业。“我自己以前做传统贸易，毛利率一般只能到%以内，而且还做得越来越辛苦。”车志涛透露，转型Bb后，供应链整体毛利率达到%左右，最高做到%左右。

在他看来，尽管自己的转型经验不一定能够被复制，但对于想要转型的外贸工厂和跨境BC卖家，或许有一定的参考意义。跨境出口BB及Bb主导趋势明显“跨境出口B端的主导趋势很明显。”敦煌网招商经理叶煌煌说。根据海关总署发布数据，年，我国外贸进出口总额万亿元，其中出口万亿元。在全年万亿元的出口贸易额中，跨境电商出口交易规模为万亿，占比近一半，而其中跨境BC出口仅占%，占大头仍然是跨境BB和跨境Bb。从全球范围看，年，全球中小零售商采购规模为万亿元人民币。

从敦煌网单个平台看，全年平均客单价大于美元的店铺占比%，全年平均复购率大于%店铺占比%，B类买家同比增长%。不管是独立站，还是重点针对b端市场出口的跨境电商平台，卖家改变的动力就在于远远高出C端市场的客户黏性和复购率。“根据我们平台统计到的数据，%以上b端发生在熟悉的买家批发商。”叶煌煌说。值得注意的是，跨境电商的b端客户跟传统外贸B端客户除了有部分相似特性外，更重要的是，现在的b未来很可能成长为B，这样的比例也很高。