

# 深圳直飞波兰COD小包物流

产品名称	深圳直飞波兰COD小包物流
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	13.00/KG
规格参数	品牌:欧洲COD物流 主营业务:欧洲COD跨境电商快递 服务:欧洲一件代发代收货款
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	13144994944 13144994944

## 产品详情

伴随着国际经济形势的向好,国际人均购买力的不断提高以及网民渗透率的不断提升,作为新兴的贸易模式,跨境电子商务在

我国一直保持着迅猛增长的态势.在跨境电子商务贸易过程中,物流是跨境电商发展的核心环节,跨境电商的运行效率严

重依赖于物流业的发展水平.物流企业为跨境电商提供集货,国际仓储,通关商检,跨境运输,国内配送等一系列的物流服务活动,

物流在跨境电子商务交易中发挥着越来越重要的作用.随着跨境电商的行业参与者不断增多,行业竞争也越发激烈,跨境电商

企业之间的竞争已从初注意产品的价格,质量等基本功能转向物流能力,服务水平等高层次功能.同时,伴随着跨境电子商务

的发展,顾客流失问题也越发严重,如何维系老顾客,提升顾客感知价值,进而提高顾客忠诚度,成为跨境电商关注的焦点.因此,

在跨境电商背景下,物流企业应不断提升其物流服务质量,提高物流服务能力,才能创造更多的顾客价值,进而维系好顾客资源,

获得顾客的忠诚,与顾客达成长久的合作关系.基于此,本文通过实证研究深入探讨了跨境电商背景下,物流服务能力对顾客价

值创造的影响机理.首先,本文通过对国内外学者关于物流服务能力的定义及维度划分的研究,并结合跨境电子商务背景下对物

流服务提出的新要求,指出了跨境电商视角下物流服务能力的内涵,并提出了物流服务能力的三个维度,即物流运作能力,物流

要素能力和物流信息能力.同时,基于相关专家对于顾客价值的研究,本文归纳总结出顾客价值的内涵及其三个维度,即顾客功

能价值,顾客情绪价值,顾客社会价值.其次,构建了跨境电商背景下,物流服务能力对顾客价值创造的理论模型,并提出了相关的

研究假设.接着,使用问卷调查法,收集数据,利用SPSS软件分析数据,并检验相关假设是否成立.后,引入物流服务质量变量,建

立竞争模型,通过鲁棒性分析,以确定物流服务能力与顾客创造价值的优模型.通过实证研究显示,在跨境电子商务背景下,物

流服务能力各维度对顾客价值创造具有显著的正向影响,且物流运作能力对顾客价值创造的影响程度强,物流信息能力其

次.根据研究结论,本文在跨境电商背景下,从顾客价值的视角,指出了物流企业提升物流服务能力的对策建议:重点提升物流运

作能力及物流信息能力等软环境,而非提升物流要素能力等硬件设施设备.本研究完善了物流服务能力与顾客价值的评价体

系,构建了物流服务能力对顾客价值创造的影响模型,使得物流服务能力对顾客价值的作用机理更加直观和清楚.此外,本研究

有利于跨境电商合理选择物流企业,并且对物流企业提升物流服务能力从而创造顾客价值具有一定的指导作用;同时,以顾客

价值为导向的经营理念,对于其他的生产服务行业同样会有理论指导作用.

收起