

波兰COD快递/波兰跨境电商小包物流专线代收货款

产品名称	波兰COD快递/波兰跨境电商小包物流专线代收货款
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司-欧洲电商小包
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:波兰COD物流 主营业务:波兰跨境电商小包物流 服务:代收货款一件代发双清包门
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	18170872539 18170872539

产品详情

森鸿物流有限公司是一家以转运服务为核心的公司，为广大的跨境电商物流提供强有力的转运服务。公司专注于为客户提供空运快递海运的全程物流服务。深圳市森鸿物流有限公司的目标是为客户降低物流成本优化速度提升销量，通过的物流方案，使客户在跨国电子商务领域提升竞争力，收获成功。森鸿物流作为华南本地批IATA国际航空运输协会)，WCG世界货运联盟国际电商物流组织成员，公司网络覆盖香港及珠三角区域,服务运营网络遍布全球多个国家和地区,为国内外客户提供的货运解决方案,努力打造货运行业的领头羊，立志发展成为一家具规模及备受推崇的国际综合电商物流服务商。东南亚电商是世界上发展快的电商市场之一。东南亚电商格局的演变意味着更多竞争对手加入以及大量的收购。中国电商巨头阿里巴巴、京东和腾讯纷纷投身东南亚电商市场，想要在市值2000亿美元的东南亚电商市场中谋利。作为东南亚市场之一的印尼，电商市场竞争同样激烈。

指定货是指由国外买家指定货代，由该货代负责帮其安排货物运输。通常指FOB，EXW等运费到付的货物(即运费由国外买家承担的货物)。

指定货的操作流程：

首先，是由买家指定的货代(以下简称国外代理)发邮件或者通过其他联系方式联系其国内

的公司或者合作方，告知shipper的联系信息。

其次，国内货代收到shipper的联系信息后，联系shipper询问货物状态，并发送邮件或者通过其他方式告知国外代理。如货物已好，可将预计出运的信息告知对方并询问是否可以安排出运事宜。如使用的国外代理的订舱约号，还要向其索要订舱约号，好提交给船公司。需要特别注意的是，指定货是听收货人的指令，而不是听发货人的，当发货人有任何不符合常规的要求，都必须告知国外代理，在得到国外代理许可后方可安排，否则一律不能接受发货人的要求。尤其是当你次操作该发货人的货物的时候，更应该注意。以避免不必要的麻烦。

当得到国外代理的许可指令后，即可安排订舱拖车报关等事宜。当然，常期走货的稳定货物可边订舱边告知对方航次信息。同时，需要问对方，出具何种格式的HBL，通常来说，会是国外代理提供的HBL。

安排货物出运期间，如有任何货物状态更新及遇到何种问题，须及时和国外代理沟通

货物装船出运后，在提单出具以后，需要向国外代理询问handlingcharge是多少，然后连同MBL，HBL，PSS(profitsharesheet)，以及其他清关单证(如代理问你要的情况下)发送给国外代理。

另外，由于同一个国家可能有多个合作的代理，切勿将不同代理之间的货物弄混淆，以免造成不必要的尴尬。而如果自己公司在该国有自己的分公司，也不可将分公司信息透露给国外代理，这样会让国外代理感觉你是和他在竞争，影响了今后的合作。

指定货会有何种风险

由于货代出具给发货人的提单是HBL(货代提单)而不是MBL(船公司提单)，而HBL并不能真正达到控制货权的目的，因此会造成国外代理“无单放货”，即国外代理在无HBL的情况下，凭借其拥有MBL从船公司处提取货物后放给收货人，造成发货人货款两空的局面。

当然现在无单放货的情况已经极少了。但当出口商与进口商初次合作时，仍需注意此问题。应尽量催促收货人尽早支付货款。

目前市面上这两年来兴起了一种全新的跨境物流B2C模式。这种模式下，客户不会那么非常关心你的价格。客户更看重的是你的时效和签收率以及回款速度。

这种全新的模式就是跨境电商B2C物流COD（cash on delivery）代收货款服务。简单的理解就是国外的客户先在电商网站下单，由物流公司将货物送到国外的客户手中后，再当场收取货款和运费，后再将货款返还给电商卖家。

1、COD物流模式的大魅力

传统的物流模式都是货代要放账期给电商卖家，卖家才肯把货物交给货代。账期的垫资成本以及产生坏账的风险都要考虑在内。尤其是遇到货物运输出了点问题，卖家很容易拿整个月的应付运费来“做文章”。

COD物流模式的大魅力在于，整个现金流的运作环节和传统模式倒过来了。不是卖家要给货代付钱，而是变成了货代要给卖家返款。卖家的销售收入以及利润部分的现金流全部由货代掌控。

一笔庞大而又可观的现金流以及不存在产生坏账的风险，是这个生意模式大的魅力所在。

目前市面上能够成熟运作COD业务模式的跨境物流企业还非常少，大家都处在摸着石头过河的阶段，相对来说还处于粗放式发展阶段的暴利期。

2、COD物流模式为何兴起？

目前的COD物流模式主要集中在东南亚和中东等新兴市场国家。其中东南亚主要以马来西亚、泰国、越南、台湾、印尼为主力军。

COD物流模式需求旺盛的市场都有一个共同的特点，那就是当地的网络和支付以及物流等基础配套设施比较落后。尤其是支付方式，在东南亚的越南、印尼等国家，网银和移动支付甚至都还没有普及。

除了当地国家支付方式不发达以及电商模式尚未形成消费习惯等客观因素之外，其实还有一个电商模式自身演变的趋势值得我们关注：

目前的电商卖家大部分都是以在亚马逊、速卖通、eBay等电商平台开店为主。随着平台上的卖家数量越来越多，竞争日益激烈，获取流量的成本越来越高，而且价格也拼的越来越厉害。

当一部分电商卖家在平台上的获利空间收窄的时候，去平台化的趋势就开始凸显。一个很明显的特征就是越来越多的卖家又开始重新重视独立站，社交电商趁着移动互联网的红利迅速崛起。

自建站模式比如执御，facebook社交电商比如布谷鸟等。这一类型的客户都有着庞大的COD物流的需求。而且整个市场目前在呈现出爆发式的增长。曾经去过某个以COD业务模式为代表的电商卖家的香港退货处理仓，场面确实很震撼。