

# 温州到罗马尼亚电商COD小包物流--跨境专线--双清落地派一单到底

产品名称	温州到罗马尼亚电商COD小包物流--跨境专线--双清落地派一单到底
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:罗马尼亚COD物流 主营业务:罗马尼亚跨境电商小包物流 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

随着互联网的不断进步和快速发展，共享经济的发展也迎来了新的机遇。

从2008年开始共享经济在中国不断的发展和流行起来，如今共享经济已经不只是出现在传统的金融领域，同时也正在向着物流领域发展和蔓延。如此就出现了共享物流这个新型的概念，本文主要是研究共享物流理念之下的跨境电商物流海外联盟的构建。显而易见，在共享物流理念之下建立这种跨境电商物流海外仓联盟，有着十分重要的战略意义。跨境电商的发展很大程度上都要依赖于跨境物流的发展程度，这是因为物流本身就是电子商务发展的一个十分重要的环节。这两者也是相辅相成的，一方面来看跨境物流支撑了跨境电商的海外市场的扩展，同时另外一方面跨境电商也给跨境物流的发展提供了更多的机会和动力。依照当前的发展情形来看，我们国家的跨境电商的发展速度要大于跨境物流的发展速度，所以跨境物流在很大程度上制约着我们国家跨境电商的发展规模和速度。

### 一、共享物流理念下海外仓模式

(一) 共享物流概念从2008年开始，共享经济就逐渐的在中国发展起来，很多的共享经济下的产物比如滴滴快车和小猪短租等，共享经济已经逐渐的从金融领域扩展到了出行和物流的领域，而共享物流实际上就是共享经济在物流产业其中的一个具体概念。而共享物流产生的根本原因是通过对有限的物流资源进行优化和整合来提高整体的物流效率。这实际上是一种新的有着革命性的物流模式。和传统的物流不同的是，这种电商物流有着高度化和集成化以及系统化的优点。传统的物流方式使得物流双方很难达到信息的同步和信息的共享，因而造成了物流系统效率很低，进而使得双方无法充分的利用物流资源。而使用共享物流之后，就可以使得物流系统的效率得到提升，同时可以节省物流的运送费用。使得信息系统和运输系统都能得到合理的利用，因而在很多的大公司开始使用共享物流系统，比如淘宝的菜鸟包裹

和京东自营的物流系统。在 2017 年的时候，京东宣布成立自己的物流系统，并且作为京东集团的子集团独立运营。这就进一步说明了共享物流已经成为了物流产业的主流而存在，同时这种共享物流模式也给京东减少了大量物流成本，带来了更多的利益。

（二）共享经济与海外仓随着Uber、和滴滴打车这些公司的兴起和发展，物流行业的共享模式也越来越丰富。而物流主要是可以分成两种形态，一种是国内的物流，另外一种就是跨境物流。而所谓海外仓实际上就是跨境物流和共享物流相融合的一种新的物流形式。由于不同的国家和地区的法律法规有差异，因而海外仓在不同的国家和地区都有不同的特色和定位。

（三）海外仓的模式当前海外仓也可以分为两种模式，一种是自营的海外仓，另外一种是第三方的海外仓。顾名思义，自营的海外仓指的是企业自己为了跨境电子商务的发展而在海外自己设置的仓库，主要是为本企业进行库存的管理和商品的配送。而第三方的海外仓主要是一些跨国物流公司为一些跨境电商公司设立的仓库，用于进行库存管理和商品的配送。其中自营的海外仓的特点是可以提升企业跨境物流的配送速度和效率，使得整个业务都衔接的更加流畅。但是自营的缺点也很明显，比如土地的租赁价格昂贵，一些采购费用和运营成本比较高。而第三方的物流由于是物流公司化的操作，跨境电商公司只需要支付一定费用就可以自动的接入业务，这样可以集中资源发展业务，使得整个公司的结构更加合理和科学。但是这种第三方的共享物流使得企业无法控制产品的实时状态，这样可能会增加跨境电商的产品安全和物权风险。

## 二、当前我国跨境电商物流海外仓存在的问题

前面提到，海外仓的设置有着其独特的优点，它可以提供更加科学有效的物流配送服务，也可以降低物流的运营成本，改善整个跨境电商的服务质量。但是海外仓也有着其固有的问题，这里主要包括以下两个方面，一个是对于滞销的库存很难清理，另外一个就是本土化服务的缺失。

（一）难以处理滞销的库存海外仓的一个很重要的目的就是为了能够在目标国家建立一个仓库，然后将商品送达到指定的仓库。这样一来消费者下单之后就可以选择就近的仓库安排发货，使得消费者可以在短时间之内收到货物，提高消费者的满意度。但是因为消费者的需求在不同的时期可能波动比较大，所以容易导致很多时候库存偏高，后期对滞销库存很难处理。这个时候如果将滞销的库存运送回国会产生更多的运费成本，因而会对跨境公司带来巨大的损失。

（二）缺少相应的本土化服务当前，海外仓企业反映出来的一个缺点就是很难提供一些本土化的服务。这是因为在提供本土化服务的过程中很容易受到当地语言营销和法律等的影响。而做好本土化的推广和营销又是海外仓提高服务水平的一个关键因素。通过调查发现，买家对于海外仓的本土化需求很高，大约占百分之 80 左右。这主要是因为其一，来源于传统营销策略的影响。很多的物流企业在开展海外仓业务的时候采用了传统的营销策略，比如使用类似办公室或者海外营业部的理念来管理海外仓。或者是在海外仓雇佣来自国内的员工然后采用国内的计酬方式，这种运营和管理模式由于在国外可能会受到当地法律和风俗的影响，表现出水土不服。要想解决这种问题，就需要在建立海外仓的时候采用所在国家的运营团队来进行运营。其二，来自于本土化因素的影响。在对海外仓进行本土化的过程当中，需要适应当地的语言、营销和法律以及售后问题。其中语言是制约海外仓服务本土化的一个非常重要的因素。比如在欧美的一些国家，由于都是发达国家，因而消费者都是更偏向于高端型，这时候由于不同的语言翻译和文化差异可能会导致消费者理解的偏差，甚至产生了歧义可能会降低该品牌在消费者心中的忠实度。除此之外，不同国家的消费者有着不同的消费习惯和支付习惯，比如在欧美的一些国家消费者更加倾向于使用paypal或者信用卡进行结算，而在中国的大部分地区消费者更喜欢使用微信或者支付宝。而所谓的本土化营销，实际上也要考虑到不同地区消费者的偏好来设置不同的营销方式。打广告是一种常见的

营销方式，但是要注意在我们国家消费者使用的更多的是百度搜索引擎，而在国外比如美国消费者更多的是用谷歌。所以可以看出由于有很多的本土化的因素需要考量，所以导致了海外仓企业丧失了很多的本土化服务。三、共享物流理念下跨境电商物流海外仓联盟的策略通过前文的分析可以发现，在共享物流的理念之下建立一种跨境电商物流系统有着十分重要的作用。其中一点就是要建立电商物流的海外仓联盟。

针对如何建立海外仓联盟，本文提出了下面几点建议：

（一）共同合作处理滞销库存滞销库存会对整个资金链产生很大的影响，主要是库存本身会占用大量的经营成本，进而使得资金的回笼更加的困难。要想解决这种库存问题，可以首先分析产生滞销库存的原因。主要是两点原因，一个就是较高的退货率，另外一个就是销售渠道比较单一化。对于退货率较高的问题，可以选择使用共享库存来减少库存带来的成本压力。同时买家可以直接和海外的供货商和批发商这些上游和下游客户联系，通过增加销售渠道来减少滞销库存。

（二）企业联合共同推进本土化建设海外仓的本土化建设是一个漫长而又复杂的过程，要想进行海外仓的本土化建设，首先要做的就是摒弃传统的运营方式和理念。领导阶层要清晰的认识到不同地域的管理模式的差异性。

通过上面的分析，对现在共享物流下海外仓的建立和本土化发展提供了很多的模式和思路，对相关行业的快速成长成熟提供了理论的指导和借鉴。

随着我国跨境电商的快速发展，跨境物流海外仓的发展也如火如荼。海外仓是共享物流的现有形式经过整合创新后产生的新形式，共享物流的发展为我国海外仓的发展带来了新的机遇。从共享物流视角出发，分析并指出了目前我国海外仓建设运营中存在着国情差异和本土化、成本控制、物流产业链需求响应、内部管理与服务等方面的突出问题。

并基于共享物流理念，提出了借助本土化合作建仓，配套边境仓;推动本土化建设与经营;提升库内管理水平;依赖现代仓储技术和智能海外仓管理系统;构建双主体协同管理的跨境电商物流产业链共生系统等对策与措施。作为国民经济重要组成部分的物流业，被视为经济发展的“加速器”。

随着我国经济进入新常态，物流业也进入转型升级的关键阶段，为解决过去粗放发展带来的如低效率、物流资源的严重浪费等一系列问题，而提出了共享物流。王继祥在《共享物流:中国仓储与配送创新趋势》一文中对共享物流的定义是：“共享物流就是指通过共享物流资源实现物流资源优化配置，从而提高物流系统效率，降低物流成本，推动物流系统变革的物流模式。”共享物流本质上是对物流资源的优化配置，是共享经济模式在物流领域的延伸。近年来，我国跨境电商发展快速，已然成为我国外贸高速增长的新着力点与主推动力。但物流发展的滞后性成为阻碍和制约跨境电商发展的主要因素之一，配送慢、难追踪、清关慢、易破损、易丢包、难退换等问题频发。而设立海外仓是在跨境电商的实践探索中提出的一个好的解决方法，为跨境电商提供了“先备货，后交易”的服务模式。

一、海外仓是全面整合了所有物流运输方案而形成的一套一站式的方案。

它不是简单在海外建一个仓库，而是以仓储为核心，包括了运输、清关、库存管理、包装配送及售后服务等活动的综合物流体系。

其运作流程分为三段:头程运输、海外仓储、尾程配送，每一段都是对现有的共享物流方式的集成、应用与创新。

段，国内跨境电商卖家集货后经报关、保险等环节将商品大批量运送到海外仓，并通过物流信息平台实现快速有效的物流信息共享。

第二段，对送至同一个海外仓中的不同跨境卖家的商品采用统一的库存管理系统进行科学的仓储管理，实现仓储空间、基础设施和物流信息的共享。

第三段，根据买家下单的地址，从近的海外仓发货，选择适合的当地配送商，共享当地配送商的物流基础设施，完成“最后一公里”的本地配送。共享的理念不仅应用于海外仓的运作流程，还高度契合于我国在共享物流运作中大力倡导的单元化物流、先行物流和程控物流。作为物流现代化重要标志的单元化物流是实现共享物流的基础。由于跨境电商产品规格、尺寸各异，为物流设施和配送服务共享奠定基础，就必须要求跨境卖家在货物生产、包装环节严格遵循行业或国家的标准进行规范操作。

在海外仓运作中先行物流主张利用现代 IT 技术，如云计算、大数据和互联网 + 等来提前预测客户的需求，实现货物的前置海外布仓的智慧优化和网络间货物的云仓共享，这样可迅速响应客户的购买需求，同时还能集成客户碎片化的需求以避免浪费物流资源。程控物流是先行物流的基础，主张利用软件或程序对物流网络上的货物走向及数量进行实时的引导、有效的控制。海外仓是单元化物流、先行物流和程控物流的产物，也是共享物流的智慧体现。共享物流的发展为我国海外仓的发展带来了新的机遇。易仓调研数据显示，2018 年我国有 158 家海外仓企业在 33 个国家设立了 353 个海外仓，海外仓数量是 2017 年的两倍。虽然我国海外仓数量增长迅猛，但海外仓建设仍处于起步阶段，存在着诸多问题，主要受经济、科技、文化、政策法规、社会习俗等因素的制约。本文将从共享物流视角分析我国海外仓建设运营中存在的突出问题并提出相应的对策与措施，以期对促进海外仓的建设发展能有所贡献。

## 二、我国海外仓建设运营中的突出问题

(一) 国情差异和本土化问题 国情差异和本土化问题是海外仓要解决的大挑战。跨境电商涉及不同国家，国情差异会直接影响海外仓建设的成本和难易程度。

例如在欧美市场，海外仓的建设较易，运营方便；而在巴西和俄罗斯，海外仓的建设和运营却较困难。巴西税收政策十分严格，建仓成本很高 - 8 倍。建仓费用名目繁多，不算头程，基本费用包括：订单处理费、打包费、称重费、仓储费（销售旺季还会上浮）、标签打印费、美国境内配送等各项费用。据核算，在美国建立 3000m<sup>2</sup> 左右的海外仓，需要投资上百万美元。若租用一个 1000m<sup>2</sup> 的美国仓，包括租金、员工工资、其他杂费（办公耗材、包装材料、水煤电、租赁保险等），企业每个月需要付出 2.2 ~ 2.5 万美元左右的成本。总之，海外仓的建立是一个环环相扣的工程，每一个环节都不能出错，其投入不仅需要大量的资金和成熟的技术，还需要长期的人员管理，这不是每一个电商企业都能够负担得起的。其次，海外仓存货控制难，管理成本高。

(二) 海外仓的运转需要货物的快速周转率，需要仓储管理团队的支持和稳定的业务流量作保障，但由于海外仓与其供货地距离较远，且供货前置时间长、交货期长，导致缺货概率增大。如果将供货前置期延长，有可能因货物过多而造成库存积压、管理成本增加，如果销售不佳，再进行区域间库存调拨、退货等操作，成本将更高。即使通过精细的数据管理，也难以保证与市场供需变化完全一致，难免会出现库存积压和退货现象。再如，功能单一的海外仓，其应用能力受限，仓位浪费严重，也会使管理成本增加。一般情况下，海外仓仓储成本比传统运输成本要高三成。

(三) 内部管理与服务问题 目前我国跨境电商海外仓中很多由于库房硬件设施、ERP 系统不健全，技术水平低，导致货物入库、上架、订单接受、分拣等物流环节的异常，货差、货损、错装、漏装现象频发。此外，由于缺乏高效的海外仓管理系统(WMS)，难以全面保证库存的准确性，导致货物转仓、越仓信息更新不及时准确；订单响应及处理延误；包裹在国外不能完全实时追踪；仓库与客服信息不对称；拖延服务，客服应对不佳；消费者申请售后时，出于自身利益考虑转嫁解决成本给消费者等一系列问题出现。仓储管理混乱，降低了海外仓的客户满意度。因此跨境电商企业必须提高海外仓机械化、自动化水平，使用高效的 WMS 和科学的海外仓管理方法。

(四)物流产业链需求响应问题海外仓模式下的跨境电商物流产业链至少要经历两个国家，包含很多物流环节和复杂的作业流程，且与许多国际贸易业务密切相关。此外产业链内包括多个物流产业服务模块，如国际货运代理、国际运输、集货拼箱、报关、海外仓储、快递等，产业链模块内多个企业又共同形成了一条连续的价值增值链，加之复杂的内外部环境、不确定的服务需求等因素，这些将直接影响产业链的稳定性和效率，使跨境电商物流的不同环节、不同阶段都存在配合、衔接的风险，导致产业链需求响应能力弱、反馈效率低，极易出现补货不及时、货物积压和滞销等问题，严重影响跨境电商物流服务功能的发挥。因此，急需构建一个能够有效发挥协调管理作用的跨境电商物流产业链系统。。俄罗斯虽地域广阔，但本地快递行业发展缓慢，尤其是贸易清关难，后续补货带来的税费很高昂。本土化主要包括本土化的语言、本土化的文化、本土化的营销、本土化的支付、本土化的物流、本土化的售后等。

海外仓能作为跨境物流服务平台主要取决于消费者的购买习惯。在海外仓建设和运营中，由于我国一些企业不重视当地消费者对本土化的需求，而使得本土化问题较突出，例如未经翻译的产品销售页面、因语言的沟通障碍而带来的客服响应慢、不同国家消费者不同的支付习惯及复杂的跨境转账、没有当地物流介入而使得物流运作缓慢等等，制约了我国跨境电商的发展。由此可见，跨境电商企业可持续发展的关键是重视本土化，增强本土化服务能力，充分整合和利用当地物流资源，提供让当地消费者满意的物流服务。

成本控制问题发展海外仓过程中的关键问题就是建仓，而建仓成本不仅投入高，而且构成复杂，在一些发达国家这些费用远远超过国内。以美国建立海外仓为例，仓库工人的成本是中国仓库工人的。