

苏州到匈牙利COD小包物流--电商小包COD物流--双清IOSS落地派

产品名称	苏州到匈牙利COD小包物流--电商小包COD物流--双清IOSS落地派
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:匈牙利COD物流 主营业务:匈牙利跨境电商小包物流 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

随着国际互联网的飞速发展和电子商务交易技术的不断完善，跨境电商已成为国家促进经济新增长、企业谋求海外商机的新路径，引起了广泛的关注。从国家层面看，通过不断加强顶层设计，跨境电商已成为经济转型升级的重要载体。2015年，我国跨境电商交易规模达到5.4万亿元，同比增长28.6%。从浙江省看，跨境电子商务已成为推动外贸增长的新引擎。杭州、宁波先后获批设立跨境电子商务综合试验区，目前全省共有3家省级跨境电子商务园区、8家省级跨境电子商务公共海外仓。2016年1月至11月，杭州跨境电商进出口总额63.56亿美元，比2014年的2000万美元增长317倍；2016年宁波跨境电子商务交易额达到50.01亿元，突破50亿大关。然而，面对国际贸易的复杂多变以及新税政改革出台，跨境电商也将遭遇一定的发展困难。浙江需加强跨境电商发展新思路研究，积极寻求对策，打造健康活力的跨境电商新生态。新情况新问题遭受新政改革的冲击。跨境电商是近年刚刚起步的新生事物，各级政府也都在一边试点一边探索，寻求跨境电商与传统一般贸易利益的平衡。

商检、税务、外汇、海关等各环节政策的变动，都将对跨境电商产生影响。2016年4月，跨境电商新政全面实施，正面清单制度和通关单制度的执行给跨境电商业务开展带来了很大的影响，虽然国务院随后对《跨境电子商务零售进口商品清单》中的有关监管要求设置一年过渡期，但在前景不明的情况下，不少企业仍然持观望态度。除监管门槛外，“免税时代”也宣告终结，使过去采取保税区清关模式的跨境电商行业不再具有税收优势，消费者因税负增加调高售价后消费意愿降低，跨境电商出货量也明显下降。客户体验缺乏成为大痛点。传统外贸企业长年通过代工模式接单，虽然具备较强的产品研发能力，但长期跟国外终端零售市场脱节，对于市场和一线消费者的体验感不强。同样对于进口商品，国内消费者的消费需求和消费观念不断升级，特别是以80、90后为主的进口商品消费人群，对食品安全、品质优良、品类多样等方面有着较高的关注倾向。由于缺少客户的产品使用体验，跨境电商投诉率激增，除了大小卖家、平台良莠不齐，更多还是行业配置有待升级。物流模式相对落后。浙江省跨境电商物流采取的大多是快递方式，而除中国邮政能通过万国邮联国际派送外，国内的快递公司几乎没有国际派送能力，被FedEx、UPS、DHL、TNT等全球四大快递公司垄断，费用业相对较高。同时海量数据留在境外平台和支付机构上，不仅影响产业长远发展，更影响贸易安全。此外，多地区周转导致物流周转时间长、售后服

务和退换货大部分情况下无法得到保障等问题，抑制了海外消费者对浙江制造产品的购买热情，不利于浙江跨境电商的发展。行业监管水平滞后。国家有关部门在杭州、宁波等地开展跨境贸易试点，陆续出台一系列政策创新举措，在优化通关监管模式、提高通关管理和服务水平上取得了一定成效，但清关报税体系还不成熟，整进散出模式使海关人员配置不足，无法满足激增的清关需求，影响通关的时效性，通关难、退税难、结汇难等制约跨境电子商务发展的瓶颈问题始终没有从根本上得到解决。新思路新策略建环境+优服务。

有效发挥杭州综试区“单一窗口”和宁波一站式通关平台的载体作用，深化浙江省各大口岸与全国重要空港口岸、重要港口城市的大通关合作，加强口岸服务对接，巩固和发展口岸辐射功能。完善跨关区、跨检区的申报、审单、验货协作机制，推行“一次申报、一次查验、一次放行”关检合作，切实推进口岸大通关建设。以G20峰会等重大活动期间区域通关一体化为基础，积极推动通关、检疫、检验等一体化制度安排常态化。加强政府通关平台与市场电商平台、外贸综合服务平台无缝对接，链接金融、物流、第三方综合服务平台，打造线上线下深度融合的跨境电商生态圈。强物流+提效率。无论是国内还是海外，中小微跨境电商企业是占的大头，而中小微跨境电商企业的客户群体一般不大，订单量少，出口的货物往往一年半载装不满一个集装箱柜，订单成为鸡肋。针对这些碎片式的订单，可以利用云计算、物联网、大数据等信息技术，搭建电商散货一体化物流平台，推进“互联网+集装箱+客户信息”的对接，运用“拼箱”模式，降低运输成本，提高发货速度。此外，在政府层面可以通过加快港口、交通枢纽和口岸地区的物流基础设施建设，加强对第三方物流行业资源进行整合，提供高质量的第三方转运服务来提升物流运输效率。海外仓+体验馆。绕过出口环节的渠道商，实现让国外的批发商、零售商直接向国内工厂采购，在提高效率、降低成本的同时，也为供需双方创造商机。构建“海外仓+体验馆”模式，打造集样品展示、存储、销售、售后服务于一体的完整链条，为海外采购商提供从线下体验馆看样品、提交订单、海外仓直接发货的一条龙服务。

此外，为更好地掌握某地区消费者的消费行为和习惯，运用物联网等技术，在体验馆配置智能传感器，记录包括浏览人次、产品关注度、停留时间等大量海外消费数据，实时反馈至出口厂家，便于企业针对海外需求开展定制化的生产和研发。提质量+塑品牌。没有自主品牌，跨境贸易永远无法掌握生产经营和定价的话语权，没有品牌掩护的裸军作战，只能成为其他品牌的生产车间，处在价值链的底层。要树立“浙江制造”品牌，重要的是要提升产品的质量。在政府层面，需要紧扣出口产品质量安全的关键要素，建立政府主导定制标准与市场自主定制标准协同发展、协调配套的新型标准体系，以先进的标准引领“浙江制造”质量提升。对有条件的企业可以在商标国际注册、收购等方面给予一定的政策支持，推进品牌国际化。在企业层面，需要增强质量、品牌和营销意识，加强精细化质量管理，加强跨境电商企业的教育和培训，通过加强自身建设实现自有品牌的培养。重信用+惩伪劣。加快以国际准则为基础的信用体系建设，建立跨境电商产品安全追溯体系，研究制定惩罚性赔偿、销售者先行赔偿、责任保险等制度，推行跨境电商企业产品质量“黑名单”制度，预防假冒伪劣产品的出现。为顺利解决跨境电商交易过程中产生的国际争端，政府需要积极参与国际间商榷，并且完成争端解决体系的共同建设，从而使跨境电商的利益得到保障。

此外，政府也需要加强对跨境电商企业经营者的教育管理，从而使跨境电商企业进行自身信用透明度的提升，减少跨境交易中的假冒伪劣产品。促开放+强合作。“一带一路”国家发展战略给浙江创造了众多的商业合作机会，也给跨境电商带来了互联互通的无国界贸易。浙江应有效整合全球优质资源，完善对外开放合作平台，主动参与全球市场经贸流通与合作，高效对接全球优质供应商、服务商以及海外市场，带动浙江跨境电商的快速发展。与此同时，加强与上海自贸区以及苏皖赣等周边地区的区域市场一体化发展合作，积极参与建立地方政府之间跨境贸易协商合作机制。发挥杭州、宁波、义乌等城市的作用，推广成功经验，带动省内其他城市跨境电商做大做强。借势G20峰会效应，积极举办大型跨境电商博览会、高峰论坛，寻求更为广阔的跨境电商合作交流空间。综上，面对复杂多变的外部环境，浙江发展跨境电商需要构建“政府主导、企业主体、市场导向”的互联网支撑环境与资源配置共享互动机制。

首先，政府需要加强资源的整合，制定相应的跨境电商发展政策，实现通关便利化，物流运输高效化，以及企业信用透明化。其次，企业需要加强客户的产品体验，不断提升产品质量，打造“浙江制造”品牌。后，开放的市场环境有利于激活市场潜能，浙江要定位在国际国内的竞争优势，积极拓展国际市场，不断促进跨境电商的发展。

随着越来越多的个人和中小微企业加入跨境电商大军，中小型跨境电商卖家为我国的跨境电商出口事业贡献着智慧和力量。第三方海外仓在此背景下应运而生，为中小电商提供跨境物流解决方案。介绍了第三方海外仓的内涵及运作模式，分析了中小跨境电商使用第三方海外仓的获益及风险，并给出了防范风险的对策。

一、跨境电子商务中，卖家多为自然人或中小企业。随着跨境电子商务的迅猛发展，卖家对海外仓的需求日益增加。由于一般的中小卖家资金实力不强，业务规模不够，无法自行建设海外仓。使用第三方海外仓不用花费巨额投资，而且因为第三方海外仓之间竞争充分，所收服务费已经降到。目前，第三方海外仓已成为中小跨境电商卖家开拓海外市场的利器。

二、第三方海外仓的内涵及运作模式1.第三方海外仓的内涵第三方海外仓是指除买方和卖方之外的第三方在卖方的境外设立仓库，以便将众多卖家的货物批量出口到这些境外仓库，实现本地销售。这里，海外仓不仅仅是指物理意义上的仓库，还包含海外仓服务。如今，海外仓更是一种创新的物流模式、跨境电商交易模式。第三方海外仓的建仓主体不同，可分为以下几种类型：（1）电商卖家转型海外仓。典型例子是“出口易”，它初是电商平台eBay上的大卖家，在英、美、澳等国家建设了海外仓，后转型为海外仓服务商。（2）跨境电商平台建设的海外仓。跨境电商平台拥有大量中小卖家，这些卖家经常有海外仓储物流的需求，因此建立海外仓就在很多平台的战略布局中。例如，“小笨鸟”、Wish平台等都建了海外仓项目。义乌的进出口电商平台“义乌通”和“一海通”联手打造了“壹仓通”这个海外仓项目。

（3）物流公司建的海外仓。专门从事跨境物流服务的公司为了满足跨境电商的需求纷纷建设了海外仓。如中国邮政速递物流股份有限公司建了“中邮海外仓”，又如递四方、飞鸟、万邑通等物流公司在多国建设了海外仓。2.第三方海外仓的运作流程海外仓的运作流程分为发货和补货两种情况。发货：卖家挑选销量不错的单品依据其以往在平台的销售数量，结合自身的资金实力，将一定数量的货物用空运头程发到海外仓，上架销售。当海外买家在跨境电商平台购买商品后，卖家可以在物流管理系统下单，海外仓根据卖家的订单要求进行海外仓库商品的当地分拣、包装并派送至买家手中。补货的流程：海外仓的库存信息系统中一般设有库存预警值，一旦库存低于这个值，就会通知卖家补货。卖家再通知厂家将货物发到头程仓，然后与其他卖家的货物一切发往海外仓。第三方海外仓操作流程三、中小跨境电商使用第三方海外仓的获益中小跨境电商没有资金实力建设海外仓，并且业务量小，即使建了海外仓，使用量达不到建仓的基量，会面临空置风险。第三方海外仓给中小电商带来新活力、新契机，使得中小电商有机会在国际舞台上与大卖家竞争。

具体来说，使用第三方海外仓可获如下好处：1.提高物流效率，降低物流成本海外仓服务提供商将众多卖家的货物拼箱集中海运到海外目的地仓库，然后在仓库进行分拣和配送两个环节，极大提升了物流效率。碰到有大量订单的国外节假日，中小卖家也不必在节日前大量发货，造成物流的超负荷运转。海外仓通过大数据提前预测节假日销量，提前在海外仓备货，有效地缓解物流高峰容易造成的各种不利影响。第三方海外仓使得跨境零售的退换货成为可能，并且处理流程高效便捷，能提升顾客的满意度。海外仓能做到本地发货，订单的响应时间大大缩短，提高配送效率。第三方海外仓采取集中运输模式，不同重量、不同体积和不同价格的商品都能运，有助于卖家扩大经营范围。第三方海外仓采用的化零为整的集中运送方式大大降低了单件商品的平均运费，为卖家节省了大笔运输费用。海外仓还可以提供物流增值服务，比如货品的拼装、拆分、二次包装，甚至上门安装和维修等。2.扩大海外市场第三方海外仓服务能提升中小跨境电商卖家的销售成功率和重复购买率；有利于卖家开发更多的爆款。此外，海外仓服务能使卖家有机会将产品卖到非洲、南美洲等遥远的世界各地。因此，中小跨境电商使用第三方海外仓可以扩大出口，将经营的触角伸到更多的海外市场。第三方海外仓不仅具是仓储物流的终端，还能与展示店、体验店结合，改善客户的购物体验。国外消费者可以到展示店亲身体验产品，如果满意可在网上下单，而货物可以直接从海外仓运出。这种线下体验促进线上销售模式有利于扩大中国商品在海外的市场份额。3.有助于品牌化发展物美价廉曾经是许多卖家打开海外市场的一个主要因素，但随着越来越多的企业和个人加入到跨境电商的行列，竞争越来越激烈。于是一些卖家做起了冒牌或仿牌的生意。但是这么做代价十分巨大。如2018年KJP(美国时尚手链品牌)控诉中国电商卖家侵权了他们的Anchor Design(船锚设计)，有数百Wish卖家账号因此被冻结。又如美国时尚品牌Off-White起诉Wish平台161个出售假冒Off-White商品的卖家，要求每个售假的卖家支付200万美元的罚款，总索赔金额高达3亿美元。中小跨境电商卖家必须有品牌意识。采用海外仓的贸易模式会倒逼我国跨境电商放弃侵权行为，因

为这种模式下，货物存放海外仓期间会受到进口国多方监管，冒牌或仿牌更容易被查处。另一方面，使用海外仓后，商品标有本地发货，消费者更愿意购买，而且价格卖得更高。盈利空间的扩大也使卖家有资金、有能力去创新，去打造属于自己的品牌。例如，位于深圳市的中品腾飞智能科技有限公司生产的TENVIS品牌网络摄像机在国内默默无闻，但在海外许多国家和地区，TENVIS享有一定的度。该公司之前为国外某大品牌做代工，一件商品给大品牌的价格是200美元，而大品牌在海外市场卖2000美元。大品牌的利润空间巨大，但中品腾飞只得到了可怜的代工费，而且订单不稳定，明显处于价值链的低层。后来，公司通过第三方海外仓服务商“出口易”将产品发到国外，尝试在eBay、亚巴逊和独立网站上卖自己的产品。公司首先打开了日本市场，几个月后，打开各地市场。有了销量和利润后，公司走上了品牌之路，通过质量控制、网络营销等措施，TENVIS的度越来越高，公司就掌握了议价权，能控制利润水平。

四、使用第三方海外仓存在的风险对于日出货量大于100票且小于1000票的中小型电商卖家，第三方海外仓是个不错的物流模式。目前我国第三方海外仓的使用还属于摸索阶段，海外仓服务商经营管理能力相对较弱。

近年第三方海外仓的数量剧增，物流公司、电商平台、IT企业纷纷加入海外仓的行列，导致电商卖家难以选择。海外仓供应商之间的恶性竞争给卖家带来一定的风险，具体情况如下：

1. 海外仓服务质量良莠不齐 第三方海外仓如今已是遍地开花，提供的服务也是参差不齐。海外仓运作模式对信息技术要求颇高，物流信息系统、库存管理系统客户管理系统等必须有机衔接。出口易物流公司在这方面做得很到位：2008年首创“跨国电子商务全程供应链管理系统”-CK1，2009年“动态仓库管理方法及系统”、“地理分区邮件/快递标签”获国家专利，于2015年对WMS（仓储管理系统）、调度系统、供应商管理系统系统全面升级。所以其优质高效的服务赢得了广大客户的信任及赞誉。有些海外仓服务商提供的服务质量不尽如人意，常遭电商卖家吐槽的服务质量问题有：客服响应慢和不、入库上架时间长，尤其是旺季。还有库存不准、发错货、系统不稳定、系统操作不便捷为、头程时效慢、漏发货等问题让电商卖家头疼不已。中小跨境电商卖家建立良好的信誉不易，上述问题会导致卖家使信誉受损，甚至客户丢失。有时海外仓服务商也会出现服务质量问题。某些海外仓服务商经验规模有限，在海外的节点少，导致仓储配送服务网络覆盖范围有限，影响配送速度。
2. 进口清关风险 做传统出口贸易时通常采用FOB, CFR, CIF等贸易术语，在进口国的清关工作一般都由进口商负责办理。进口商对于本国海关的法律法规和操作流程比较熟悉，一般不易出问题，清关风险也是进口商的。而海外仓模式下，采用的是D DP（完税后交货）术语，卖家负责办理进口清关手续并交关税。不同国家的海关法规有所不同，卖家一般对进口国海关的相关规定及清关流程不熟悉，再加上语言不同引起的沟通问题、理解的问题，导致海外仓发货办理进口清关时违反相关的海关法规。违规的后果是罚款、没收违法所得以及被海关降级。此后卖家的货物通关将面临海关更严格的审查，通关成本会进一步增加，通关速度也会大幅度下降。例如广州栩桥贸易公司曾经卖了十几万条布去美国，到了美国之后被海关扣押，说不符合规定。因为布是纺织品，每一条布上需要有水洗标。该公司只好在当地找人缝水洗标，花费了大量的资金。清关风险也有部分是由强制性产品认证引起的。各国的强制性认证不尽相同。例如，浙江某卖家将一批阀门发往以色列海外仓，以色列海关要求进口阀门必须具备SII认证，否则不予进口。于是这批阀门被全部退运回来。又如我国许多跨境电商卖家不知道墨西哥商品测试签证的规定，导致货物无法清关。有一些使用第三方海外仓的卖家在欧洲清关的时候为了少交关税，找专门的清关公司把货物价值做低，以便缴纳低的关税把货物清出来。清关公司一般一年内会被老板注销。但这种“灰色清关”不合法，随时可能被海关追查。
3. 税务合法性风险 目前全球普遍存在跨境电商利用监管漏洞逃避问题，且有日益严重之势，因此跨境电商税收监管是全球性课题。各国对跨境电商征税的政策各异，从税种上看，对跨境电商征收的主要是增值税(Value Added Tax)和所得税。英国和德国要求所有使用海外仓的跨境电商卖家提交VAT账号，否则面临封号的风险。只要产品是从英国境内发货并完成交易，就要缴纳VAT。但是，从中国直邮至英国的卖家将不受影响。需要强调的是，跨境电商卖家不能使用海外仓服务公司或者其他个人的VAT税号。也就是说，使用海外仓的跨境电商想要出口货物到英国，必须向英国税务部门登记申请VAT号。从英国政府的这个举措可以预见到，随着跨境电商的交易金额快速增长，各国政府一定会关注针对卖家的税收问题。

五、避免风险的策略在认同了第三方海外仓的优势以及未来跨境贸易的趋势之后，更多中小跨境电商卖家开始使用第三方海外仓。对于海外仓使用新手来说，需要了解相关的知识和技巧。以下是几点避免风险的策略：

1.选择合适的第三方海外仓跨境电商卖家一旦选定了某家第三方海外仓，就意味着自身对该第三方物流节点与网络资源的全盘依托。一旦第三方海外仓服务商运作有疏漏，就会导买家的需求不能满足，对自身的信誉造成严重的负面影响。中小跨境电商可以从以下几点判断一个第三方海外仓是否适合自己：首先，看是否有高效成熟的管理系统。海外仓的仓储管理信息系统要与电商卖家、电商平台、海关、商检、支付平台的信息对接，这是一个海外仓运营水平高低的关键。同时还要看仓储规模大小。一般来说规模小的海外仓稳定性较差，规模大的海外仓有更多存储空间，可以更好地整合、配置仓储资源。其次，看收费是否合理。一般海外仓费用分为头程费用、处理费用、仓租费用、本土快递费用。电商卖家可以对比多家海外仓服务商的报价表，作出判断。做海外仓怕的就是滞销压货，不仅占用中小卖家大量的资金，按天计算的仓储费也让卖家承受巨大的压力。一些海外仓给卖家一个月的免费仓储期，对卖家来说非常有吸引力。后，看海外仓是否选择客户。第三方海外仓是一个共用平台，每一个仓中必然有大量不同客户不同品类的产品。对客户来者不拒的海外仓会面临非常高的风险，因为不同种类产品集中发运、集中储存，其中任何一个客户的产品出现法律、税务或者安全的问题，都可能会影响到其他客户。只有一个懂得选择客户的海外仓，才能做好业务，对所有客户负责。

2.了解目的国清关流程及强制性产品认证跨境电商卖家应了解清楚清关环节面临的各种风险。在费用方面，电商企业应调查国外“海外仓”相关的清关费用，包括商检办公费用、货物到港检查费以及对TRA（过境税）缴税的费用。在货物价格方面，应注意分辨清关货物价格的隐秘性。签清关合同时一定要确定所谈费用是否包含VAT，以免后面付款时发生纠纷。卖家应特别关注自己所做产品是否需要目的国的强制性认证。很多工厂也不知道要什么认证，有些做过外贸出口的工厂即使知道相关认证，出于种种原因不告诉跨境电商卖家。所以卖家要自己去了解。做一次测试认证要花两千至上万元不等，具体看产品的数量和认证的类型。关于强制性认证各国的规定都不一样，例如，出口到美国的与食品直接接触容器、餐具的必须做FDA认证。德国对商品质量要求比较严格，规定进口产品必须通过CE、ENEC、ROHS、GS（德国安全认证标志）、BSI与EMS等认证方可清关。

3.关注国际税收动态中小电商卖家应该密切关注不同国家跨境电商税收政策的新变化，以避免遭受税收风险。据电商行业内部数据，因为欧盟之外国家的电商在德国售货时逃税，使得德国总的税收损失超过10亿欧元。由此可见跨境电商的高速发展可能会冲击一国的经济。各国为了保护国内相关产业，减少税收损失，正在制定越来越严苛的税收政策。如近来以下几个国家出台了新政：澳大利亚货物劳务税法规定，从2018年7月1日起，向境外电子商务平台征收跨境网购低价商品货物及劳务税。俄罗斯从2018年7月1日开始对超过20欧元的海外网购商品征税，而之前是对海外网购1000欧元以上征税。同时，俄罗斯政府正在考虑对境外电商启动增值税支付机制，即按照终价格的15.25%征收增值税。德国拟从2019年1月起要求亚马逊平台、易贝平台为有意逃避收的电商承担责任。在各国下大力气完善针对跨境电商的税收制度，保证国家税收收入的背景下，中小跨境电商卖家应坚持行业自律，守法营商、合规纳税。只有遵从目的国税收监管，才能顺利经营，充分发挥第三方海外仓的优势。