

合肥到罗马尼亚COD小包物流专线-跨境电商空运直飞

产品名称	合肥到罗马尼亚COD小包物流专线-跨境电商空运直飞
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

如今，“电子商务”已经不是一个新鲜的词汇了。互联网的迅速发展，使得电子商务平台已经从境内发展至境外，人们开始从国内网购平台延伸至国外网购平台。境外电子商务的迅速发展，使得境外电子商务物流业也得到了迅速的发展。但境外电子商务物流企业在发展过程中遇到了诸多困境，这些困境严重制约了境外电子商务物流企业的发展。基于此，从境外电子商务的概念出发，分析了跨境电子商务物流所面临的困境，进而提出了相应的解决措施，以期为境外电子商务物流业提供一定的指导性意见。

1 跨境电子商务的概念概述跨境电子商务是基于网络空间的交易平台，通过网络交易平台让分属不同关境的交易各方达成交易协议及支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。跨境电子商务不同于传统的商务交易，由于其一方面通过网络虚拟平台进行商务交易，另一方面交易各方处于不同的国家或地区等，从而使得跨境电子商务具有如下特征：

（1）全球性。在跨境电子商务网络端或客户端交易的客户主体，不需要考虑跨越国界就可以把产品尤其是高附加值产品和服务提交到市场中。

（2）无形性。网络平台的数字化产品以网络为媒介以计算机数据代码的形式出现，体现出无形性。

（3）匿名性。跨境电子商务交易双方可以不显示自己真实身份和地理位置的情况下，仍可以进行合规交易。

（4）即时性。电子商务的交易特性使得交易双方的交易信息无论时空距离多远，都可以同时进行。

（5）无纸化。电子商务交易中交易双方可以直接通过电子信息进行交流，并用电子信息达成交易协议与完成交易过程。

(6) 更新速度快。互联网是一个新兴事物，其发展尚处在初级阶段，互联网发展的迅速化，使跨境电子商务交易平台以前所未有的速度和无法预知的方式在不断更新与演进。跨境电子商务仍属于电子商务中的一种，其主要的行业模式有企业对企业（即 B2B）和企业对消费者（即 B2C）。而企业对企业的交易模式主要为企业运用电子商务平台进行广告和信息的发布，企业对消费者的交易模式则是企业直接面对境外消费者，以销售商品为主，物流方主要选取跨境快递、邮寄和航空运输等。

2 我国跨境电商物流的困境分析

2.1 物流成本较高物流成本在电子商务交易过程中占有 35% 的比重。国内电子商务物流成本主要由各种运输交通工具的运输成本组成，且以成本较低的货运火车为主要运输工具。而跨境电子商务物流成本除了计算各种交通工具的运输成本外，还需要计算关税、行邮税或增值税等费用，及海外物流成本。众多的物流环节、缴税环节及商检和海关风险让跨境电子商务物流成本始终处在居高不下的状态。

2.2 交易产品退换货制约物流企业发展电子商务在交易过程中存在诸如：消费者签收产品后存在对产品大小、色差、质量不满意，或物流运输周期较长，或货物丢失，或配送地点有误，或消费者由于某些原因拒收货物，或无法通过商检和海关等，导致交易产品退换货现象。而这种退换货在跨境电子商务交易中发生频率更为频繁，由于各国之间消费习惯、文化习俗、思想意识和文字语言等不同，使跨境电子商务交易双方存在许多沟通障碍，不管是进口跨境电商还是出口跨境电商，都会因为这些原因导致消费者对产品或物流速度等满意度较低，由此带来的退换货现象，给跨境电子商务物流造成较大的成本损失，进而给我国跨境电子商务物流企业的可持续发展施加不利影响。

2.3 物流运转周期过长在电子商务交易中，消费者对物流配送时间也有较高的要求，通常用户对配送时间较慢的物流会倾向于给予差评。而跨境电子商务物流由于其运输线路较长，配送关卡较多，进而使得跨境电子商务物流配送时间较长，这也是引起跨境电子商务物流客户产生较多抱怨的集中点。而跨境电子商务物流除了运送路途较远外，还存在各国之间海关及商检在周期上难以统一的原因，这种难以统一的商检和海关周期，往往会拖长跨境物流运输时间，加之如“双十一”、节假日等网购旺季会给物流商品造成堆积问题，进而使得跨境电子商务物流周期变得更为漫长。

2.4 国际因素给跨境物流造成困境国际因素是一个综合性较强且较为复杂的因素。一方面，国际因素涉及到各个国家之间的政治、法律、社会稳定、税收政策、贸易政策、消费习惯、文化习惯等问题；另一方面又涉及到国际汇率、货币时间价值等问题。境外国家中，存在一些政局不稳、宗教信仰有较为独特的消费习惯或存在较强的本地贸易保护主义的国家或地区、本国货币兑换外国货币汇率发生变化等，这些因素均会影响跨境电子商务企业及相关物流企业的发展，进而影响了跨境物流业的发展。

3 破解我国跨境电商物流困境的对策分析

3.1 建立跨境物流海外仓库面对跨境物流成本大，运输周期长的困境，可以采取在海外目标国家或目标地区建立海外仓库的举措。这个海外仓库的建立，首先应通过对海外消费大数据进行挖掘，统计出各个国家和地区的消费习惯、消费情况、消费数量等，再根据这些数据在海外仓库中提前储备消费商品，在消费者订下订单后，物流公司采取直接在海外仓库中调货的方式，进行货物配送，这样则能大大缩减国内运输及海关和商检检查的时间，进而提高跨境物流运输速度。其次，国内物流公司或电子商务公司在海外建立仓库时，需结合当地的政治、社会、文化、建仓库性价比等因素，采用数据模型等科学分析方法，进行仓库选址，建立地理位置合适的海外仓库。从而让境外海外仓库起到降本增效的作用。

3.2 强化政策创新力度电子商务贸易产品种类繁多，有些产品属于保质期较短的产品，比如水果、海鲜、蔬菜等，这类易变质产品不易采取仓库存储的方式，且对物流配送要求较高。对于这类产品的配送，物流企业和电子商务行业协会可以与相关进行协商或通过对民生问题的调查，制定特殊政策，通过对特殊产品采取特殊安检等，以缩短特殊产品的运输时间，切实保障易腐易变质产品的良好品质。通过政策创新解决物流配送中的疑难问题。

3.3 结合国家发展规划，创新物流渠道近几年我国新一代领导人提出了众多创新性战略，总书记提出

的“一带一路”政策，建立了新的丝绸之路及海上丝绸之路，这项政策连接了亚太经济圈及欧洲经济圈，也为我国的跨境电子商务物流提供了新的发展机遇。在“一带一路”政策的实施下，我国的铁路也进行了“走出去”战略，不断在海外建立我国的新型货运铁路及高铁动车等，这些在各个城市、地区和之间建立的铁路线路，给跨境电子商务物流运输速度及产品流通效率的双重提高奠定了良好的基础。因此，我国跨境电子商务物流企业应提前研究新政策的方向和制度，积极了解和掌握新政策的实施策略，将新政策良好的融入到跨境物流工作当中，以更好的享受新政策的红利。4 综上所述，随着电子商务的迅速发展，人们越来越乐于网上购物行为，从以往在网络上购买衣服鞋袜，到如今在网上购买瓜果蔬菜等，人们几乎将整个生活都“搬到”了网络平台中。而如今全球化战略，使得电子商务也进行了跨境贸易，尽管跨境电子商务物流中存在诸多问题，但随着电子商务全球化这块蛋糕越做越大，解决跨境电子商务物流的疑难问题也会迎刃而解，终会使得我国境外电子商务物流企业发展的更加稳定与完善。

首先对我国跨境电商企业的海外仓模式进行了分析，阐述了自建模式、第三方合作模式以及一站式配套服务模式这三种海外仓建设形式。然后结合具体的成功案例，对跨境电商企业海外仓模式的选择策略进行了探讨和分析，希望能以此为相关研究人员提供参考。

一站式配套现阶段，我国的跨境电商企业发展得越来越快，且物流和电商之间呈现出相互依赖的关系。然而，各种各样的电商物流问题不断产生，这对我国的跨境电商发展造成了一定的阻碍。因此，在目前情况下，应当针对跨境电商企业的海外仓模式选择策略进行探讨和研究，这在当下具有十分重要的现实意义。

一、我国跨境电商企业海外仓模式分析

（一）自建模式所谓自建模式，就是大买家自主在海外市场设置仓库，而跨境电商企业在经过较长时间的运营之后，已经积攒了一定的资金以及客户群体数量。与此同时，跨境电商正处在快速发展的阶段，必须要提升物流配送效率，如此才能满足经济发展的迫切需求。于是这部分卖家将资金投入到客户数量较多的地区中，并自主建立海外仓，以此达成本地发货和加快配送速度的目标。自建模式的一大明显优势就是能够控制长期成本，自建海外仓模式可以确保物流整个环节都在企业的掌控范围之内，能够直接对货物进行管理和负责，并为客户与消费群体提供质量更佳的服务。假如海外仓库在长时间内都可以得到良好的运用，就能在一定程度上减少货物的储存成本，这从某种角度来说，也能够表现出规模经济的优势。此外，该种方式还能够提升库存的周转率，并方便对物流进行管理，可以增强消费者对商品的满意度，树立正面的企业形象。

（二）和第三方合作模式第三方合作模式就是指跨境电商企业和第三方展开合作，然后让外部公司来提供海外仓储服务。该模式可以提高电商企业服务的效率，且具有较好的设计水准，可以满足一部分特殊商品的较高化要求。而负责跨境电商服务的企业，可预先和提供仓储服务的企业相沟通，并把商品以集中托运的形式运输到海外市场的仓库里。当货物扫描入库以后，就会将商品信息记载到相应的系统当中，并与跨境电商企业的销售系统连接起来。一旦有客户下单，那么仓库就可以在时间收到指令，直接调货并发送给消费者。总体来看，这一模式具有两大特点，首先是能够抑制电商企业的运营风险，并减少资产投入。而客户体验的优化还能够带来一些额外的隐性利润，这是具体数字所无法估量的。其次，第三方物流显示出了更强的性，和电商自建物流相比具有更为丰富的经验，且拥有更强的实力，可以在控制成本的同时，为消费者提供更优质的服务。这样一来，电商企业就能更好地拓展海外市场。

（三）一站式配套服务模式一站式配套服务模式是将海外仓作为基础，为电商企业提供跨境物流的整体处理方案。该种模式是将海外仓作为基本要素，但是并不局限在这个范围中。采用这样的方式可以结合各个电商企业的个性化需求，提供有针对性的处理方案，并且可以带来优质的物流管理、金融管理、供应链优化等相关服务。这样的服务具有透明化的特征，且质量也相对稳定，可以处理好跨境电商在物流、贸易、金融等各大方面的问题。该种服务模式也具有两大特点，是资源整合，把海外仓作为市场上全部物流运输方案的整合载体，进而构成的一站式解决方案。这样一来就能够对物流行业资源进行较好的掌控，同时还能够提高对市场的敏感度。第二是完善跨境电商的供应链。由于供应链管理涉及到多个方面，因此在跨境电商供应链布局时采用该种服务模式，可以对资源进行有效的整合，并对跨境电商的供

应链进行完善。

二、跨境电商企业海外仓模式选择策略

(一) 卖家自建模式的选择以下将速卖通作为例子，对卖家自建模式的选择进行研究分析。速卖通是针对全球市场而构建的在线交易平台，在国际上也被广大消费者称为海外“淘宝”。海外发货商品拥有三大资源的支撑。第一，商品在搜索和详情页面都有专门的标示，买家可以直接筛选自己需要的商品。第二，平台会针对各个国家展开专场活动，例如二月中旬展开的美国聚划算活动等，第三，平台还会提供一些资金来进行站外推广，让商品走入更多消费者的视线。与此同时，速卖通也严厉打击虚假设置海外仓的活动。由于速卖通一直十分关注物流服务的品质，所以在近年发布了相关服务标准，希望能以此维护平台健康良好的交易环境，并提高服务质量。对于一些依然在售卖的虚假设置海外仓商品，速卖通对其进行了直接屏蔽，并针对一部分行为特别恶劣的店铺实施了处罚。通过该案例便可以看出，海外仓卖家应及时对货物进行检查，设置确切的发货地，并随时更新海外仓库存货，选择可跟踪的物流形式。

(二) 和第三方合作模式的选择该模式也有一个极为成功的案例，即大龙网。大龙网主要销售服装类、园艺类和电子产品。覆盖了俄罗斯，印度，欧美等多个地区。当大龙网和XRU合建了海外仓以后，便大幅缩减了物流运输的时间，并增加了供应商所获得的利润。并且将货物运到俄罗斯仓库之后，商品卖出也是经由俄罗斯的本土物流进行运送，所以很少会受到客观因素影响，可以在一定程度上规避贸易壁垒所带来的阻碍。而大龙网和DTDC建立起战略合作关系后，组建了本土销售团队，并从当地电商、零售商开始拓展销路，这便为跨境电商市场提供了更大的发展空间，有利于双方业务的同步发展。由此便可以看出，选择第三方合作模式应当与当地物流商紧密联系起来，建立仓库，实现本土化、系统化、透明化的清关纳税，并集中力量做好海外仓的次供货。此外，还要结合当下热点进行探索与创新，不断提高品牌的度。

(三) 一站式配套服务模式的选择上海万邑通是该模式的典型成功例子，其主要是根据市场的特点进行建仓，并且找出了阻碍跨境电商发展的三大因素，即信息流、物流和资金流。万益通在海外建立了四大仓库，体现出了eBay平台的定制化需求。其在设置地点的时候，将仓库全部安设在交通枢纽处，比如澳洲的悉尼，美国的西岸地区，德国的布来梅等等。万邑通是将海外仓作为基础，构建了一站式的运作模式，其是把大数据作为载体，着重优化消费者的体验，并为卖家提供了国际海运、空运、仓库管理等周到的服务。在此过程中，还特别为卖家提供了全程追踪查询的可视化服务，卖家可随时根据大数据进行相关业务咨询。此外，万邑通还可以优化供应链，对金融进行有效管理，这便在很大程度上增强了电商企业在海外市场中的竞争力。由此可见，选择该模式时应当以海外仓为主，逐步拓展销售领域，并着重提高海外仓的服务水准，大限度地发挥出国内仓的作用。不单单是要为卖家提供物流服务，更是要优化信息咨询服务，对待每一项工作都要尽量的细化，对于所有商品的序列号进行统计与管理。除此之外，还要采用新型的管理与信息技术，尽量消除库存误差，并在商品分类、结汇、增值税等方面都适时为客户制定科学的处理方案。

三、跨境电商企业建立海外仓具有十分明显的优势。而海外仓主要包括了三种建设模式，其各有各的特点，但在一定程度上也体现出了局限性。因此，作为跨境电商企业，一定要充分了解不同海外仓模式的具体情况，并结合自身条件进行谨慎地选择，在参考成功案例的同时，也不断发展自身的特色，这样才能在海外市场竞争中占领一席之地。