

上海到葡萄牙电商小包COD物流专线--邮政派送七天回款

产品名称	上海到葡萄牙电商小包COD物流专线--邮政派送七天回款
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:葡萄牙COD物流 主营业务:葡萄牙跨境电商小包物流 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

跨境电商物流模式作为消费者体验中为重要的关键之处，其物流模式对消费者体验具有深刻影响，更对自贸区发展具有影响作用。本文针对消费者体验下跨境电商物流模式的优势与困境进行深入分析，并提出消费者体验下跨境电商物流模式选择路径。由于我国跨境电商中存在诸多产业链问题，如缺少人民币服务功能、物流周期费用较高、第三方支付平台缺少国际性、多以灰色清关等问题，这些既是跨境电商物流发展中存在的困境，也是物流企业发展中存在的机遇，这需要物流企业积极抓住时代发展趋势，规范性开展物流运输，在自身行业中找到准确的价值与定位。

1 消费者体验下跨境电商物流模式的优势与困境1.1

海淘模式跨境电商以往物流模式中的海淘模式基本由国内用户通过境外网站直接下单，并由相关委托公司或是国际物流寄送至消费者手中。该模式具有货源充足优点，可为用户提供种类繁多的高质量商品，且与我国和他国法律并不违背，可以从中购买任何商品。同时，该模式下用户的保障更为可靠，还可从中享受时尚款型的海外商品与低价海外折扣，在灰色清关流程中规避关税费用。但是缺点也十分明显，操作流程过于繁琐，网络风险性较大，用户参与到跨境网购过程中需全面了解各个流程知识内容，还要具备基础电商知识和外语能力，利用双币信用卡进行账单结算，具有较高的购买门槛。其次，以往海淘模式由于购买过程十分复杂，用户所消耗的费用量过大，从而导致商品在售后方面难以得到保障，只适合购买一些手表、数码、奶粉等价值较高的物品，难以大量购买低价值物品。此外，这种模式运转时间漫长，需要半个月至两个月的时间左右，且采取海关清关制度基本为灰色方式，如若清关期间出现问题，则会导致产品被海关长期扣留缴纳关税。当前我国尚未颁布相关法律或有关机构监管运转公司，导致产品在运转期间责任与法律风险较高 [1]。1.2 海外直邮模式亚马逊自 2014 年推出中国海外购直邮服务后，消费者可在各大站点购买高达 8000 多万种的海外商品。这种海外直邮方法是由国外网站进行购买，而后由国外网站通过快递公司邮寄至中国客户手中。该方法优点在于可直接提供中国物流，减少海淘用户清关手续流程，基本递送周期为 8-14 天，商品不仅大量降低邮费成本，且服务更加安全。1.3 海外购买模式海外购买的方法是由中国消费者在中国

网站中进行购买，而后由平台商家在海外直接发起跨境发货功能。例如，天猫国际中的海外直邮与京东全球购直邮部分便是通过直邮方式传递商品，具有流程便捷、周期较短、税费、费用较少等优势，和直邮模式大概相似。

不同之处在于亚马逊中的海外购模块实现了中文咨询与中文购物等环节，用户在海外购中文界面中享受登录、浏览、支付、售后等购物体验，且商品基本质量和国外亚马逊不相上下，因而海外购门槛有所降低。但是缺点在于涉及多种品牌，难以形成一定消费规模与推广品牌，货品种类相比直邮大量缩减，支付信用卡具有一定风险，且需要客户承担兑换外币费用 1.5%。在售后方面，虽然增添中文咨询服务，但由于退换货服务归属于美亚政策，需要用户将其邮寄至美国，导致退换货成本极高。1.4 进口采购模式进口采购方式与传统意义中的跨境电商有所区别，该方式主要由商家直接在海外品牌中进行购买，而后以进口商品方式进行清关，有效缩减清关实践与经销环节，当商品备货至国内仓库时，由消费者进行下单，而后由国内仓库发出直邮给消费者。该模式在价格方面较为良好，尤其是在直采方面比线下渠道更具优势。例如，某网站发觉这种直买方式导致大量葡萄酒降低价格，其价格降低至三分之一左右。同时，该模式具有服务优势，商品基本由国内仓库物流发货，不仅有效节约配送时间，且配送速度也有所提升。这种进口采购方式还可大量使用海运运输完成，物流成本相对以往价格也占据足够优势。例如，亚马逊网站中显示物流快递上门费用大概一次五元，部分商铺满订单额度便可享受免运费服务，大量减少用户在物流方面的费用消耗。此外，该方式可有效降低物流成本，有利于开展售后服务，且操作流程十分便捷，与 B2C 基本一致，围绕于消费者体验基础上实现支付宝、信用卡、人民币、货到付款等方式，全中文界面十分灵活 [2]。

2 消费者体验下跨境电商物流模式选择路径 2.1

寻找物流价值与定位跨境电商物流模式主要涉及三类企业，分别为跨境电商企业销售平台，如天猫国际、洋码头、亚马逊等；跨境电商第三方电商企业商平台，如进出口公司、海外零售商等；跨境电商物流提供代购、营销服务、支付等服务性企业。

首先，跨境电商企业平台需不断创新采取多样化商务模式有效吸引与整合消费者资源，还要提升与保证服务质量、服务信誉，促使物流、结算、供应商在整合基础上增强用户跨境消费物流体验感。其次，利用电商平台所开展跨境电商的企业需要根据自身平台资源与综合能力选择物流业务。一方面，需注重消费者体验感；另一方面，还要充分利用现有资源，一些具备进出口资格的企业可通过进口采购模式发展，以此掌握定价权利，还可通过直采方式为消费者来带高质量服务水平与优质产品保证。针对部分企业不具备进出口资格的，可选择自贸区模式促使物流完成清关 [3]。2.2

加强基础物流设施建设我国跨境电商物流模式建设需围绕大数据技术开展，促使物流信息可匹配至跨境电商服务行业之中，由此拓展商品来源渠道，满足消费者对产品原产地信息的个性化需求，还可在企业平台后台统计相关数据，深入了解我国市场具体物流发展需求。同时，由于消费者对于国际物流市场了解尚浅，从而需要我国开发出具有众多买手对其进行指导性意见的相关平台，由此实现国际商品信息共享，促使跨境电商物流模式更为清晰、系统。2.3 实现多种物流模式结合跨境电商在开展跨区域贸易过程中，不仅需要将贸易规则中的壁垒逐渐打破，还需分散物流链中存在的限制，由此实现无缝衔接。因此，物流企业经营者要立足于国际性视野下，围绕跨境电商整体性应用多样化物流发展模式，如海外仓结合海外直邮、边境仓结合海外仓与物流专线、海外仓结合跨境小包等方式，以此有效降低物流运输时间与运输成本。例如，我国福建省主要针对台湾地区开展进出口物流业务，从而需要地方政府实施跨境电商相关物流政策优惠，有效利用现有海空联运资源打通两岸物流通道，并推进三大片区实现海运物流模式，促使跨境电商物流得到全面发展。

同时，我国还应鼓励对跨境电商物流供应链延伸与服务进行创新，促使物流供应链能够集合物流、贸易、信息与资金四大要素不断创新与发展，形成物流 + 服务体系。

将以往单一物流配送模式转变为升级式消费者多层次物流模式，并有效控制第三方合作。

3 综上所述，我国跨境电商物流模式的发展应针对消费者体验进行不断创新。同时，物流企业还应积极寻找物流价值与定位，并加强基础物流设施建设，进一步实现多种物流模式结合，

让消费者可在佳物流服务体系中得到满意的消费体验感。

公共海外仓是跨境电商企业提升跨境物流效率，降低物流成本的重要途径。文章从价值共创的视角，基于价值共创战略要素分析模型，从利益相关者、附加值、规则、战术和范围五个维度构建公共海外仓运作绩效评价指标体系；基于灰色关联的直觉模糊评价理论，对跨境出口电商公共海外仓运作绩效评价方法进行了实证分析，为跨境出口电商企业开展公共海外仓绩效评价构建了一套可行的方法体系。跨境电商是数字经济时代外贸发展的一种新模式，是“互联网+外贸”的新型业态。但传统跨境物流存在物流周期长、成本高、本土化服务弱、用户体验差、物流服务增值服务少等诸多问题。

为了解决传统跨境出口电商在跨境物流中存在的问题，公共海外仓作为跨境物流的创新模式得到了政府、电商平台及跨境电商企业的高度重视，建设和运营公共海外仓成为政府推进跨境电商发展、跨境电商平台和跨境物流企业拓展新业务打造卓越全球供应链的重要途径。跨境出口公共海外仓通过整合资源、客户及跨境供应链合作伙伴共同创造跨境电商服务价值，是互联网环境下跨境物流平台化发展的一种新的模式。跨境出口公共海外仓通过跨境供应链合作伙伴间的资源和能力整合使供应链为实现客户价值大化，通过管理跨境供应链企业内部与企业之间的流程，实现产品、服务、信息、资金、决策的有效流动以实现跨境供应链的价值共创。因此，跨境出口电商公共海外仓的运作绩效直接决定跨境电商客户的满意度和跨境供应链价值的实现。基于此，为了更好地促进跨境出口电商的发展，有必要对跨境出口电商海外仓的运作绩效评价进行研究。

国内外相关研究现状综述跨境出口电商公共海外仓在传统跨境仓储服务的基础上提供一体化的跨境物流服务，其运作绩效直接决定跨境出口物流的绩效和客户的满意度。当前，围绕物流服务绩效已经积累了较多的研究成果，物流服务绩效的评价研究主要集中在评价模型的构建和评价方法的研究两个方面。在绩效评价指标方面，分别对生产物流和销售物流的绩效进行了研究；从垂直整合、水平整合和内部比较等六个方面提出了物流绩效评价的指标体系；从成本、时间、质量、灵活性和创新性等5个维度对企业物流绩效进行测度；基于SCOR模型对供应链物流绩效进行了评价；构建了绿色物流绩效评价的指标体系。在评价方法研究方面，目前的物流绩效评价方法主要有数据包络分析法、层次分析法、主成分分析法、模糊综合评价法等。

但目前针对跨境物流及海外仓物流服务的绩效评价研究还比较缺乏。近年来，随着供应链物流理念的发展，传统的物流服务价值创造由物流服务提供商创造价值逐渐演化到供应链物流服务的价值共创。价值共创的理念得到了学术界的普遍认可，现有的研究分别从基于顾客体验的价值共创、基于服务主导逻辑的价值共创、基于服务逻辑的价值共创、基于服务科学的价值共创、基于服务生态系统的价值共创等视角演进和展开。在供应链物流服务价值共创方面，主要集中在顾客与企业间的价值共创、企业间的价值共创以及消费者之间的价值共创。在分析物流服务价值创造内涵的基础上基于服务主导逻辑视角对物流服务价值共创的机理、模式和策略进行了研究。

在供应链物流运作过程中利益相关者之间共同创造价值已达成普遍共识。从上面的分析可以看出，跨境出口电商公共海外仓服务作为一种供应链物流服务，其运作绩效是公共海外仓创新和发展的动力，现有的研究较好地解决了物流服务绩效评价模型的构建和具体评价方法的研究，同时，揭示了供应链物流服务的价值共创理念与模式。但是，由于跨境出口电商跨越不同的国界，因而公共海外仓的运作和服务价值共创受到目的国的法律、文化及技术发展水平等多种因素的影响。如何从价值共创的视角分析跨境出口公共海外仓服务的运作绩效是当前推进公共海外仓建设迫切需要解决的问题。基于此，本文以跨境出口电商公共海外仓为研究对象，从价值共创的视角提出跨境出口电商公共海外仓运作绩效评价的方法，采用战略要素分析模型以公共海外仓服务优化发展为基点构建适合企业实际的公共海外仓运作绩效评价指标体系，结合指标的特性采用灰色关联的直觉模糊方法开展绩效评价方法的研究，为跨境出口电商公共海外仓运作绩效的评估和持续改进提供有效的支持。

价值共创视角下跨境出口电商公共海外仓运作绩效评价流程跨境出口电商公共海外仓的绩效评价涉及多个环节，结合跨境出口电商产业发展的实际，围绕跨境供应链全环节开展跨境物流服务的价值创造已经成为当前跨境出口电商发展的必然要求。跨境出口电商供应链利益相关者的价值共创是推动公共海外仓

发展的重要动力，因此，公共海外仓的运作不能只停留在传统的仓储服务层面，而是应该从跨境供应链价值共创的角度进行优化。

基于此，从价值共创的视角对跨境出口电商海外仓的运作绩效进行评价，具体包括以下主要环节：

（1）分析跨境出口电商公共海外仓优化运作目标，这是评价公共海外仓运作绩效的起点，也是跨境出口电商业务创新发展的必要要求。具体包括提升跨境物流效率、降低跨境物流成本、提升跨境电商客户体验、提升本土化服务能力、创新跨境电商模式以及提升跨境供应链价值创造能力等方面。

（2）建立评价指标体系。评价指标体系的构建是公共海外仓运作绩效评价的核心。从跨境供应链的角度，公共海外仓已经成为跨境电商产业链发展的重要战略支点，因此，不能单纯地只从海外仓储的运作效率和成本对公共海外仓进行简单评价，而应该站在战略的高度，基于跨境供应链价值共创的视角进行分析和指标体系的构建。PARTS模型由Nalebuff等于2013年提出，将价值创造的战略要素分为利益相关者、附加值、规则、战术和范围五个核心要素，相关要素的指标既包括运作层的指标，也包括战略层的指标，能够为公共海外仓运作绩效评价的指标体系提供支撑。

（3）指标权重的确定。基于多个专家的群体评价已经成为当前绩效评价的主要方式。在跨境出口电商公共海外仓绩效评价过程中，涉及评价指标权重和专家权重的设置，可以采用主观赋权法、客观赋权法和主客观相结合的赋权方法。

（4）绩效评价方法的研究。结合不同的应用场景，可以采用层次分析法、数据包络法、直觉模糊评价法等方法及相关方法的综合应用。由于本文从价值共创视角构建的跨境出口电商公共海外仓运作绩效评价指标本身带有较强的复杂性，且部分指标难以直接量化，为有效规避无法量化带来的各项问题，保障终结果的有效性，结合直觉模糊数在刻画复杂问题方面的优势，采用基于灰色关联的直觉模糊评价方法对公共海外仓的运作绩效进行评价。

（5）评价数据采集与绩效评价。通过召集相关领域的专家进行评价并在对评价数据预处理的基础上，采用直觉模糊数的集结和排序，对公共海外仓的运作绩效进行评价和排序。（6

）提出改进建议，持续改进。根据评价结果进一步优化评价指标体系，并提出相应的对策建议来优化公共海外仓的运作，通过持续改进不断地提升基于公共海外仓的跨境电商供应链价值创造能力。