

重庆到罗马尼亚COD物流小包--跨境电商小包物流专线

产品名称	重庆到罗马尼亚COD物流小包--跨境电商小包物流专线
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

随着我国跨境电商的迅猛发展，跨境物流方式仍然以我国直邮依托包裹集邮为主。但因通关、本地配送等多方面因素的制约，无法满足当前跨境电商增长需求，特别是节假日货物运送量较大、通关积压等问题的存在，大大降低了客户体验，成为跨境电商发展的瓶颈问题。解决这一痛点的有效措施就是海外仓建设，而以海外仓解决物流瓶颈同样有着优势和缺陷。文章对海外仓的现状、存在的问题及海外仓建设的影响因素进行了分析，提出了建设海外仓的可行性建议。

自从2000年我国加入世贸组织以来，与贸易规模不断增大。然而2008年的金融危机，以及近几年的中美贸易战对我国对外贸易形势产生了极大冲击，尤其目前并不稳定的对外贸易环境，让传统的贸易方式变得风险重重。而传统的采购模式其成本在增大，风险成本也随之上升。近五年，我国网络支付、网上购物的模式已经逐渐认可，所以跨境电商也逐渐发展起来，也逐渐成了跨境贸易的一种重要方式。随着中日韩自由贸易协定的签署，包括“一带一路”倡议等让中国对外贸易与消费也在不断扩大和升级，各大跨境电商企业纷纷与建立不同的跨境物流配送方案。而海外仓作为储存和分拣货物的地点，是企业进入海外市场、提升物流配送效率的必然选择。文章在分析海外仓建设过程中存在问题的基础上，对其影响因素进行深入研究，提出相应的建议。

1 海外仓的定义及其建设方式跨境电子商务本质上隶属于电子商务，虽不同于本国国内的电子商务，也同样需要物流、资金流等相应的储备，包括目前网络技术与通信技术已经可以基本满足需求，所以目前物流也是跨境电商所不能忽视的部分，也是目前跨境电子商务所遇到风险较大的一个部分，越来越多的跨境电商企业开始使用和建设海外仓。

1.1 海外仓的定义海外仓，顾名思义是属于仓库的一种，各大跨境电商企业纷纷在海外设置的仓库称为海外仓。海外仓建成后，卖家预先将可能出售的产品储存于海外仓中，当有相应订单产生时，卖家可以迅速在海外仓中挑选包装配送相应的商品，直接运输至目的地，这样包括订单响应时间和产品运输时间都会相应减少，极大提升了顾客的购物体验。可以减少物流成本，降低物流风险，减少在传统运输过

程中面临的不确定性风险。

3种不同的海外仓建设的方式当前，跨境电商企业有3种不同的建设海外仓模式。租用海外仓库。是指物流行业或者卖家与相应的商务服务商或者相应的地产商签订租用协议。这种模式的优势之一，可以减少管理成本。卖家只需支付相应的租金和存储费，其他事件并不需要过多操心，而且也能享有相应的仓储服务、物流服务等，可以让企业腾出手，专注于研发和销售。对客户而言，能提供更好的服务，极大提高客户的满意度。美国一家海外仓服务商盛世仓储便是例子之一。

自行建设海外仓。虽然租用海外仓库，相对而言减少了管理成本，但是风险成本也普遍较高，由于仓库并不直接隶属于卖家管理，所以长远看来存在一定的风险。规范此类风险的措施之一便是自行建立海外仓库，包括采购相应仓库设备以及建立相应的信息系统，但是自己建设海外仓需要具备雄厚的经济实力，所以一般只有较强的企业，才有相应的财力建设。自行建设海外仓的好处在于，由于仓库是企业自己在管理相应的风险更小，而且仓库也隶属于企业，能够让企业在海外市场影响力更大，从而极大地增强顾客对其的信任度。近两年来，国内企业在海外建仓数量不断上升，例如在美国、俄罗斯等地，还有日本、韩国、南美洲等一些国家，许多企业都设立了海外仓。随着“一带一路”倡议的不断发展，将会有更多的海外仓库在国外建设，海外仓库已经成为各大电商企业积极布局的下一步战略。合建海外仓。顾名思义，是由本国企业合资与相应的海外仓库或者目标销售国企业合作，这种方法的优势结合了以上两种建造方式，双方共同承担成本，同时互相学习，促进双方发展。这种全新的建设方式也在近两年受到各大跨境电商企业的重视，它们积极与外国不同地区客户进行合作。

跨境电商海外仓的现状及存在的问题虽然近几年来海外仓受到许多跨境电商企业的青睐，在海外布局仓库的企业也越来越多，但是这建设经营仍然处于摸石头过河的阶段，仍然有相应的问题和困扰。对于想要进行海外仓建设的企业而言，也是需要慎重考虑的。

国家众多，国情差异较大秩序稳定的发达国家。在一些西方国家建设海外仓风险较小，而且这些西方国家政局稳定，且拥有相应的基础设施以及发达的经济，当地对跨境电商需求也较大。在当地布局时风险少，而且较短时间能收回建设成本为企业盈利。对于跨境电商企业而言这些国家是建设海外仓的地区。但是缺点在于，这些国家往往竞争比较激烈，小型企业难以发展，而且这些西方国家的贸易保护主义盛行也会对相应的海外仓建设带来一定的政策压力。

新兴市场国家。例如印度、东盟、俄罗斯、南美等国属于新兴市场国家，它们的市场需求非常旺盛。在这些国家建设海外仓库，风险也较低。但是不同国家之间政治制度、法律法规和税收政策存在较大差异，对于跨境电商企业而言，如何合理利用规则进行大化盈利是急需考虑的问题。而且新兴市场国家也面临一些风险，例如基建匮乏、经济波动较大等，而且与当地合作的过程中事务繁多，包括环保、工会、防爆问题等也需要诸多企业考虑 [3]。海外仓建设成本不断增加近些年来随着出口跨境电商行业不断发展，许多海外仓库也在筹备建设中，但由于建设海外仓需要大量资金、软硬件设备以及其他的人工成本，建设此类海外仓时容易加大成本。若盲目追求形式，建设过多海外仓，则容易造成入不敷出，难以收回建设成本的威胁，但如果建设的海外仓库数量少，也会存在难以满足贸易需求的问题。所以定位，对于建设海外仓尤其重要。例如在美国建设一个4000m²的海外仓，投资就超过百万，其中极高的人工成本和运输成本，也让不少中小跨境电商企业望而生畏。所以，这就需要企业对市场进行预测，减少成本。存在法律与政策风险近两年来全世界贸易保护主义盛行，的便是中美贸易战美国单方面提高相应关税，对相应的物流产生极大冲击，容易造成海外仓货物减少，而复杂的国际形势与政策风险也让海外仓建设存在较大的不确定性。虽然国家政策大力支持以及各大平台也对海外仓建设进行支持，但是由于法律法规尚未健全以及跨境电商发展速度过快，并没有专门的法律法规为其保驾护航，容易产生诸多法律问题，而且不同国家海关法律尚不相同。如何遵守当地法律，这对各大跨国电商企业是不小的考验。

缺乏跨境电商专门人才近几年来，国跨境电商迅猛发展，由于市场发展过快，人才储备难以维持，相应的专门人才较为缺乏，而在跨国电商服务时，更需要相应的法律及管理人才，而这些专门人才目前在我国也非常缺乏。因此，跨境电商企业需要提前对员工做好培训，并且储备跨境电商专门人才，才能在日益激烈的跨境贸易竞争中游刃有余。

海外仓运营管理存在诸多问题海外仓的运营管理需要慎重，如果储存的商品过多，容易造成占用资金过大而形成资金短缺难以周转的局面；但如果储存的商品过少，则会失去海外仓的时间成本降低的优势。而且市场供需也在不断改变，所以需要对其进行大数据化管理。在运营管理中严格把控商品品类和库存，在市场波动和供需改变时做好相应的调整；在产品运输中做好相应保护，从而减少货物损坏率，降低货损成本。这些海外仓运营管理中的诸多问题都需要加以解决。

跨境电商背景下海外仓建设的影响因素跨境电商蓬勃发展，许多企业开始有了建设海外仓的设想，然而海外仓建设存在诸多影响因素，比如企业实力和未来发展战略，以及销售商品的性质等，以下将对这些主要影响因素进行分析。企业实力作为企业而言，具有相应的实力才有建设海外仓的能力。而企业实力也分为3个维度：第一个维度为资金实力；第二个维度为企业管理能力；第三个维度为企业品牌。接下来将对这3个维度进行分析。

企业资金实力。建设一个中等海外仓，可能都需要上百万元的投入，这对于小中型企业而言，容易造成其资金难以周转甚至出现资金链断裂，而且长时间也难以收回成本。就目前情况来看，大部分建设海外仓的企业主要也是中国一些大规模资金实力雄厚的电商企业，例如阿里巴巴等。而中小型企业要么不建设海外仓，要么租用当地海外仓，例如亚马逊FBA海外仓。企业管理能力。在海外仓建设中，运营风险相较于国内仓库而言风险增加不少，而在诸多国家中如何灵活应用当地法律实现利益大化以及如何规避风险，对于相应的管理能力而言要求极高，如果管理运营能力太差，反而会使物流成本上升，加重负担，使得建设海外仓的企业得不偿失。所以，众多企业也需要极大的增强自己的管理能力。

企业品牌实力。企业品牌也需要进行综合考虑，如果品牌度高，那么就on容易与当地商家达成合作，也会被当地消费者所认可，对于企业而言非常有利，而此时建立海外仓将会帮助企业提升其续航能力。如果品牌度不高，那么即使建设了海外仓，也会容易造成产品滞销，使企业亏损，并且会提升运营成本，难以收回，成本使得进退两难。

未来发展战略建设海外仓是一项长期投资，并不是短期内可以收回成本的，如果企业对于跨境物流商业没有长期规划或者做好准备，提供大量资金进行支撑，那么贸然建设海外仓也会对其资金和管理成本造成较大困难，所以优先合理利用企业资源，运用到主要市场才是体现资源优化配置的佳方式，而不是贸然建设海外仓。海外仓也可以作为企业未来发展战略的指向标，如果某些跨国物流企业在某国建设大量海外仓，也可以证明其为该跨国物流集团的主要战略前线。所以要在符合企业发展战略的前提下，合理利用资源。

商品特性流通性。建设海外仓需要考虑所销售商品的性质，首先必须得要区分产品的流通性。对于一些流通性强的产品如品则需要多加储备，通过庞大的销售量来降低成本从而快速收回建设资金。如果产品流通性较弱则容易滞销，那么海外仓的建设就需要慎重考虑，或者可以选择租用当地仓库来减少资金与资源的占用，从而提高资金的周转率、减少损失也降低风险，甚至在政策和市场变化时也能快速收回资金，减少损失。

利润率。提高产品的利润率，保证企业不亏损也是建设海外仓需要充分考虑的。如果产品利润率不高则容易造成难以收回成本，所以集中力量开拓市场、提高产品利润率是是否建设海外仓的主要指标之一。

建设跨境电子商务海外仓的建议

完善相应法律法规制度，营造良好市场的环境由于物流行业在近几年来迅猛发展，而我国的相应法律监管机制以及扶持机制并不健全，相关的法律部门和有关部门需要充分掌握物流与海外仓的发展规律之后，进行相应的法律法规完善和修订，并且给予某些跨境电商发展较快的行业进行相应支持，注重保障国内法律与国际法律相互接轨。同时规划和引导市场向良性方向发展，建立相应的监督过程，实行有效监督，缩减流程费用，减少手续，提升物流效率。

加快跨境电商专门人才的培养目前，既懂管理又懂的跨境电商复合型人才较为缺乏，且有经验的跨国律

师团队和物流运营团队少；同时由于在不同国家不同地区，有着不一样的文化习俗，精通语言沟通方面的人才也较少。因此，跨境电商所需的语言人才、运营管理人才、法律人才，甚至是跨复合型人才等专门人才其需求变得很大。所以储备专门人才，做好人才培养，甚至对运营人员进行相应的语言和文化习俗教学变得尤其重要。

规范市场，建立行业协会而如今很重要的一点便是合理规范市场，降低恶性竞争，引导市场走向良性竞争，保障中小型企业利益，也需要兼顾大型企业利益，让市场变得良性发展，要想改变跨境电商存在的鱼龙混杂现象，可以通过建立行业协会的模式，促进不同企业之间人才数据以及资源之间的相互帮助，相互交流，也对于海外仓建设提供相应引导合作，甚至可以由不同企业之间引导合作，让广大企业在海外仓建设的过程中可以完成双赢。并且可以让不同企业在不同环节互相帮助，例如在运输仓储配送和售后服务中进行相应的合作和标准化、规范化操作，提升各个企业的运营效率，节约运营成本，让企业与企业之间可以增加赢利，从而减少相互之间的恶性竞争。

建设边境仓和虚拟仓在外国建设海外仓也存在一些政策风险和灰色清关的风险，对于这些潜在风险，我国跨国电商企业也提出了建立边境仓的概念。边境仓，即在中国境内在边境地区建立的仓库，对于这些仓库来说，它仍然在企业的管理范围之内，而且属于中国境内管理，成本低、风险低，人力成本也相应较低，而且不需要通过海关从而降低相应的物流成本，极大地提高了物流效率。虚拟海外仓是一种以实体门店作为存放货物的仓库的一种新模式，而虚拟海外仓在信息管理和线下门店信息对接时有一定优势，企业能够迅速实时掌握商品信息，在接到订单的过程中可以迅速出货，提升配送效率，同时也为消费者退换货提供较大的便利，消费者购物体验的提高也能极大地提升企业的品牌影响力和市场占有率。

跨境电商海外仓可以为包裹物流到仓储物流之间的转变创造良好条件，发展海外仓可解决跨境物流发展相对滞后的问题，有利于企业提升物流配送时效、缩短订单周期、降低清关障碍和降低物流成本，提升消费者的购物体验和黏度，也有利于为企业提供本土化的服务，帮助企业树立品牌形象。以跨境电商为背景，分析了不同海外仓的优劣及其建设影响因素，希冀通过研究，能够让各跨境电商企业充分了解海外仓建设过程中存在的问题，为其科学地进行海外仓建设提供可行性建议。

未来，长美发往东南亚的商品从国内生产基地出发后，将由百世负责清关、干线运输、海外仓储、末端派送等物流环节。由于产品采用海外仓备货模式，当地顾客在电商平台上下单后快次日就可以收到商品。

签约仪式上，百世集团董事长兼首席执行官周韶宁表示：“在‘双循环’的背景下，百世在东南亚持续投入人才、资金、自动化设施、系统研发等，打造了一套中国与东南亚间的端到端的综合跨境供应链服务体系。我们将以此持续赋能中国优质品牌，助力国货出海东南亚。”

长虹股份公司副总经理、长美国际营销总部总经理杨金表示：“长虹自1998年进入东南亚市场，2019年起开启电商转型，在印尼、菲律宾电商业务蓬勃发展的基础上，2021年新成立泰国、新加坡、马来西亚、越南四国贸易子公司，长虹将持续深根东南亚市场，强化自主品牌建设，百世强大的跨境服务体系及供应链解决方案，将助力长虹的品牌国际化进程。”

长美进军新马泰越电商市场后，将通过当地主流电商平台Shopee、Lazada、JD等进行销售，出口品类包

括电视、空调、冰箱、洗衣机等全套智能家电产品。

大件商品物流，在流水线操作、包装规范、装卸方式等方面要求远高于小包裹物流。百世凭借其“门到门”的全链路跨境物流模式、覆盖广泛的东南亚本土快递网络，结合海外仓备货模式，解决了大件快递在仓储、运输、配送上的难题。今年早些时候，百世已在泰国启动100公斤内大件快递业务，同时上线中泰大件跨境寄递服务。

目前，百世在东南亚拥有29个自营快递分拨中心、1300多个站点，各类包裹可触达所在国的绝大部分城市和乡村。未来，百世还会持续将中国的综合物流和供应链解决方案输出到东南亚，赋能中国优质品牌进入东南亚。

开始的时候平台管制松，主要是为了吸引卖家入驻做数据以及打响平台品牌名称。后面开始就是开始造势，打着我们平台买家流量很高啊很多人购买啊移动端使用率多少多少的名号，促使卖家尽可能的多上商品多开店铺。也就是这样，店群模式就诞生了。等到店铺数量够了之后呢，平台也做得差不多了也有资本支撑了，平台也慢慢有点度了。这个时候平台就要开始管控店铺的数量还有平台上商品的质量了。一般到这个阶段的时候店群就已经逐步被打压。打压过后因为商品少了，那平台的手续费就赚的没以前多了，不过不要紧，这部分的收益可以以平台广告位的形式来补足。

“你看我们平台那么多用户，流量那么足，只要肯交保护费我就保你一直都享有高流量。”正是因为有了广告位支撑，所以会逐渐逐渐形成入门门槛低的品类基本被Top10的卖家给垄断。当然，也不是说所有的卖家都一定要烧钱才可以有那么高的流量。如果自身的产品本身就比较新颖或是比较小众的话，广告相对就比较次要了。

现阶段东南亚的电商平台暂时是以Shopee和Lazada为主的，但是世界电商巨头Amazon似乎也很看好东南亚的市场，也想进来分一杯羹，就是不知道是否会对现有的局面有一定的影响。