

宁波到意大利电商COD小包物流--跨境电商小包COD专线--双清到门

产品名称	宁波到意大利电商COD小包物流--跨境电商小包COD专线--双清到门
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	15.00/千克
规格参数	品牌:意大利COD物流 主营业务:意大利跨境电商小包COD 服务:代收货款一件代发双清包税
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(注册地址)
联系电话	19079896087 19079896087

产品详情

我国发展跨境电商的迫切性分析

2.1 中国制造业竞争力下降 (1) *商掌控设计, 物流、销售、客户可以获得*, 而我国制造业大部分都是OEM代工型企业, 在整个贸易过程中, 没有话语权, 对*商依赖度高, 从中获取的利润非常低。(2) 个性化消费导致制造周期缩短, 加工厂加剧恶化, 同时中国人力成本大幅增加, 产业从沿海地区西迁到东南亚, OEM模式的出口严重下滑。

2.2 借助跨境电商寻找突破口 (1) 借组B2C跨境电商平台(速卖通, 兰亭集势贸易, 大龙网等), 中国工厂直接面对海外消费者, 海外消费者在接触到的商品中, 会发现中国的外销商品性价比*高, 从而扩大出口**, 同时大幅提*率。(2) 通过对跨境物流的仓储、干线、落地配等环节的逐步改善, 并借助跨境电商营销, 势必让中国工厂从利润链的较底端逐步向靠拢。(3) 2014年1月1日起, 我国正式对符合条件的跨境电商零售出口企业执行增值税、消费税减免政策, 这也势必加快B2C跨境电商企业在海外市场的扩张, 进而拉动中国出口市场。

2.3 规范清关, 截留行邮税目前海淘商品行邮税费逃逸主要集中在行邮清关环节, 灰色清关的主要靠模式, 在该模式下, 电商平台, 物流商, 海关三者的相关信息存在断点, 消费者为了少交税, 或向公司瞒报商品品类、价格, 而公司只在乎商品重量、体积, 会按照客户的申报信息通知物流商承运, 而海关的人手和场地限制, 以及为了保证通关效率, 根本无法辨别所有包裹信息的真实性, 而5.5%的抽查率导致大量应税商品的税费逃逸。因此跨境电商的发展必须要监管配套完善, 以杭州跨境电商实验区设计框架来看, *应搭建跨境电商一体化监管平台, 对接电商、贸易服务、物流, 金融各方通过货流、信息流和资金流的“三单何以”, 实现O2O一站式监管审批, 从源头管控每笔交易, 杜绝灰色清关。

2.4 B2C跨境进口的诸多优势从下图可以看到，即使我们将一般贸易商品免征关税，跨境商品价格的优势依旧明显，商品一般依赖传统渠道给消费者，而B2C跨境对接快递后直发消费者，终端价差*大。同时B2C跨境电商上的消费俗个人行为，而非保税模式下的商品原则上不需要商检，品类会远远大于一般贸易，从而在价格和品类上都能充分满足消费者的需求。

B2C跨境物流方案

(1) 直邮模式直邮模式的物流特点是“先订单，后物流”，物流**人可以是卖家，也可以是跨境电商平台，缺点是时间长、价格贵，但流程简单方便，非常适合小卖家，卖家零时补货或者小型跨境电商平台。随着B2C跨境电商成交量不断放大，这种准入门槛较低的简单物流模式竞争日趋激烈，现在几乎所有国内各大电商平台都推出了各自的直邮模式海外购频道。

(2) 集货直邮（海外仓模式）该模式对海外仓、清关能力、多元化的干线运输方案要求较高，而串联物流、卖家、平台、*监管的信息传输解决方案，成熟操作体系*是**竞争力。卖家商品签退至物流海外大仓，物流商具备库存管理能力，根据平台实时数据反馈指令解决相关实际操作。一旦运量规模化后能带动干线，同时清关成本摊薄，使得商品单价优势得以体现。集货模式总体仍属于县“订单后物流”模式，其能适应不同**的各类卖家需求，物流商能通过系统订单**响应，库存管理和清关，较大程度缩短物流整个环节时间，性价比较直邮模式大幅提高。但该模式方案结构复杂，国内部分跨境十点口岸监管方不接受进口B2C“集货直邮”模式，并且该模式的生存空间必须要看国家是否放开进口商品的“保税模式”跨境B2C进口。

保税模式保税模式实际为“先物流，后订单”，卖家可以大规模将货物（主要是海运）提前发国内保税仓做库存，前程物流如同普通一般贸易，运输成本*低，订单生成后，商品再从国内保税仓出发，一般4-5天就能送达消费者，同事大量的国内库存也能保障退换货等售后体验。该模式的**资源是B2C保税库，而申请到仓库意味着已经获得海关、商检等官方机构认可，后续清关出库会非常迅速。保税模式使用与母婴，食品，化妆品等日常消耗品类。或是SKU量大，具备**大数据分析能力的大型电商。尤其是在如“**”和“黑色星期五”等跑量电商购物节时期，为解决大量商品需集中侵短的拥堵，提供了不错的解决方案。由于保税模式同事具备一般贸易物流优势以及跨境电商的税收优势，对传统商业零售冲击很大，因此，在未来很长时期，保税模式监管会趋向于一般贸易监管。

跨境物流配套完善后形成庞大跨境O2O市场由于跨境物流配套的完善，使得B2C跨境O2O爆发式发展，消费者无论在线上还是线下下单，都可以在实体体验店或者保税仓的货架卖场直接拿走所买到的海外商品。B2C跨境电商O2O主要集中在电商领域，主要模式有：

1) 线下下单，在机场提货该模式主要面向消费群体是出国旅游购物者，旅行者看中了海外机舱免税店里的商品，可以在相关购物平台下单，回国时直接到机场免税店或者就近*地点自提。如天猫*、韩国乐天免税店、携程的“随行购”等

2) 前店后仓（保税仓库）该模式是设立跨境贸易O2O前店后库，通过在每个区设立保税仓储，将电商平台、海关、国税、外管、物流、等相连接，使得整个购物效率*大提高。

3) 在闹市区开体验店，线下展示，线上购买，银泰Choice西选，洋码头为典型代表。

4)B2C跨境电商(出口)O2O模式由于B2C跨境出口电商的市场在海外,苏宁易购直接通过收购日本连锁零售商乐购仕,通过其布局国内外O2O业务,其平台上销售的商品同时也放到乐购仕实体店销售,同时,苏宁还通过乐购仕的渠道进行直采,为跨境电商选品。

“一带一路”背景下跨境电商物流课程教学新思路探索

随着国家“一带一路”战略的稳步实施,跨境电子商务的发展迎来了新的机遇,跨境电商物流人才的培养面临更高要求。而目前高校物流人才培养普遍存在针对性不强,重理论轻操作,复合且全面的物流人才缺乏等问题。本文在分析“一带一路”战略对跨境电商发展及物流人才培养的影响基础上提出善用网络资源和案例,增加课堂互动性和操作性,注重物流细分人才的培养,运用互联网思维等教学新思路,培养兼具多学科背景知识,有一定实训操作能力的符合未来市场需求的复合型物流人才。

随着“一带一路”各项目的部署和实施,跨境电子商务的发展迎来了新契机。全球经济一体化的背景下,跨境电商成为推动“一带一路”建设的重要力量,跨境电商物流人才需求日益迫切。作为主要的物流人才输出机构,如何培养复合型跨境物流人才,是高校课堂必须重点关注的问题。

一、“一带一路”为跨境电商物流领域带来的机遇和挑战“一带一路”旨在促进经济要素有序自由流动、资源高效配置和市场深度融合,推动沿线各国,开展更大范围、更深层次的区域合作,自2015年“一带一路”在沿线各国大量项目布局,我国跨境电商迎来了新的发展契机。iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,2017年跨境电商整体交易规模(含零售及B2B)达7.6万亿元人民币,增速可观。2018年跨境电商交易规模有望增至9.0万亿元。大量跨境电商交易对跨境物流人才培养提出了严峻挑战。

目前我国跨境物流发展速度远不能匹配跨境电商的发展,其中一个重要因素就在于跨境物流人才的严重不足。此外,我国的跨境电商存在运输成本高,空间跨度大等劣势,这对跨境物流行业是一个极大的挑战。2017年,物流人才被列为我国12类紧缺人才之一。根据《物流业发展中长期规划(2014—2020年)》,我国物流从业人员以年均6.2%的速度增长。全球物流的时代已经到来,的跨境物流人才,尤其是具备系统理论知识和实践能力的复合型物流人才的培养,有赖于高校不断创新物流教学课堂,与时俱进。二、目前跨境电商物流课堂存在的问题及创新思路目前高校虽然已经开始重视完善物流人才的培养机制,但依然普遍存在重理论轻实践,重课本而忽视网络案例和平台资源的利用,学生对物流课堂兴趣不大等问题。

针对目前存在的现象,本文提出以下跨境电商物流课程创新思路:

(一)网络营销与物流知识相融合,培养更全面多能的跨境电商物流人才;数据调查显示,中国65%的物流企业需要复合型人才、42%的企业需要人才和中级人才、40%的企业需要初级人才。跨境电商物流人才不仅需要储备物流相关知识,在经济全球化及“一带一路”大背景下应同时兼具一定的商务知识。其中,物流复合型人才的要求高且稀缺。教师在开展物流课程时,应将枯燥的物流知识与网络营销理论相融合,提高学生对教学内容的学习兴趣。例如在给学生讲授物流模式的时候,可以同时穿插对代表性平台的营销分析,提高学生对该知识点的关注度,引导其进一步深入理解对应知识。

(二)实训操作在物流人才培养课程中不可或缺;“一带一路”带来了区域经济大融合,同时也提高了对物流人才的要求,实践能力成为物流人才真正实用、可用的重要指标。高校的物流课堂,不该仅局限于理论教学,而应选择一些实用的教学操作软件来增加物流人才的实操能力,学以致用方能提高学生的学习成就感,从而提高其学习兴趣,充实其知识储备。

(三)善于利用网络资源和平台帮助学生更深入理解理论知识。在教学过程中,教师可多利用视频资源让学生学习物流各知识点,并且应及时更新自己的知识库,及时向学生讲解前沿的物流技术,物流案例等,保证学生所学知识不脱节。例如2016年7月,国务院常务会议部署推进“互联网+”高效物流,现代物流已经步入以现代信息技术为标志的智慧物流时代,教师的物流课堂不能停留在仅对传统物流技术的讲

解，而且视频资源是相对于平面素材更直观和生动的教学资源。此外，对于目前国内典型的跨境电子商务平台，例如兰亭集势、网易考拉等可以作为案例或者讨论主题让学生主动到网络上搜集资料，鼓励学生多思考、多分析，勇于融合所学形成自己的见解。

(四)课堂上巧妙设问引导学生对知识点进行更深入的思考，而不是被动接收知识。例如在讲解跨境电商物流模式时，可以让学生比较海外直邮模式和目标市场保税区模式，让有过海淘经验的学生分享其对于不同物流模式的体验，由此，既可以活跃课堂气氛，让冷冰冰的物流理论变得生动且贴近生活，又可引导学生自主分析问题，把填鸭式的被动接收知识转变成带着兴趣和好奇，主动获取知识。

(五)关注物流细分领域人才的培养。在经济全球化和电子商务的双重推动下，物流业正在从传统物流向现代物流迅速转型。线上线下结合的新零售发展得深入，推动了新物流的发展。物流人才的需求越来越趋于化和精细化。要迎合未来物流市场的人才需求，高校物流课堂在开展全面综合物流知识教育的同时也需要关注对物流细分领域人才的培养。

(六)用互联网思维进行教学和课堂设计。互联网时代，教学不应仍止步于“教”与“学”模式，学生也应该成为课堂内容的创造者。未来的物流人才市场需要的是复合型跨的物流人才，在高校内运用互联网合作共享思维鼓励学生发动社会关系，学习与不同不同才能的人合作，可以培养其创新思维和合作能力，为未来适应物流市场挑战打下坚实基础。