

## 邵阳到意大利COD小包物流--跨境电商COD空运专线--双清包税

产品名称	邵阳到意大利COD小包物流--跨境电商COD空运专线--双清包税
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:意大利COD物流 主营业务:意大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

2020年11月15日，一条\*重磅的新闻，刷爆了中国外贸人的朋友圈。也给2020年阴霾的世界贸易带来一些曙光，经历了多年的谈判努力，区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签署。

RCEP的成员国，覆盖了全球约三分之一的人口，以及\*过25万亿美元的GDP总和，RCEP签署彰显的区域合作成果，这也\*标志着全球较大的自贸区诞生。这个世界较大的自贸区，主要包括东盟的10国，东亚的中日韩和大洋洲的澳大利亚和新西兰，但是唯\*差了美洲的那边。

### 东亚经济一体化的重要里程碑

2020年的\*经济趋势应该说是风云诡谲，导致海外市场经济受到了非常大的影响，反全球化，单边主义，贸易保护主义愈演愈烈。目前海外依然在持续，欧洲和美国的政治经济继续面临着很大的压力和挑战。因为带来的影响会持续很长时间。

在2020年这样一个时代特殊背景下，15个成员国较终签署RCEP, 协议的签订其实真正通过行动，维护多边贸易体制，推动世界经济一体化，建立开发共荣的世界经济繁荣的重要措施，并且对于2020年区域经济一体化，稳定全球经济具备深远的意义。

东亚经济成为未来趋势，中国成为重要市场

其实这几年传统的欧洲和美国外贸出口一直面临问题和压力，美国的保守主义带来的反全球化这几年愈演愈烈，特别是2020年因为海外的持续，中国的外贸出口一直存在的很大的变数和不确定性。

但是2020年在这样大的世界经济压力下，中国的进出口依然保持着明显的增量，10月份进出口\*是保持了高增量，并且联系创下了18个月的新高。虽然目前美国对于中国的外贸多方施压，但是2020年我们对于美国的出口依然保持着20%的增加。

这些真实的数据都标明全球贸易的全球化浪潮是不可阻挡的，2020年相对于欧洲和美国，在的冲击下，东南亚市场和东盟市场是一直选择开发合作和共赢的。\*贸易的合作共赢交流是经历过历史证明和考验的，签署RCEP也是东盟和对话伙伴对于自由贸易说是，反对贸易保护主义。

这个全球较大的贸易自贸区诞生，中国市场和力量一定是较大的重头戏，根据自贸区的逻辑，自贸区90%的商品都可能是零关税，覆盖的人口也达到全球的三分之一，未来中国的经济影响力一定会越来越大，中国力量真正决定世界经济格局。

表现的是潜在变量和显变量之间的关系。潜在变量和显变量之间的关系可以用测量方程表示为分别为外源性和内源性指数；分别为外源潜在变量与内生潜在变量； $A_x$ 为外源指标的因素负荷

量； $A_y$ 为内生指标y的因素负荷量。表示方程中的 $\gamma$ 表示外源潜在变量和内生潜在变量的关系，表示内生潜在变量之间的关系，结构方程的残差也就是外源潜在变量无法预测的内生潜在变量部分则用 $\epsilon$ 表示。本文设定的潜在变量有6个企业形象、基础设施、服务质量、服务价格顾客满意度以及顾客忠诚度。显变量共有21个，具体情况可以参看满意度问

卷调查表的二级内容，如表1所示。表1 顾客对物流企业服务满意度评价问卷调查表调查内容企业形象认可基础设施物流服务质量服务价格顾客满意度

## 2 指标和模型构建 顾客忠诚度

### 2.1 指标选取

结构方程模型由2部分组成：结构模型和测量模型。前者表现的是潜在变量之间的关系，后者则\*效应公众形象资产能力员工素质齐全性\*\*性安全性企业的\*\*反应能力货物的准时到达率货物的完好率信息沟通程度企业的增值服务收费价格的合理性与同行比较的合理性个人与企业价格差异的合理性总体满意程度(此处若改动，与后文的AMOS路径出图不一致，可否保持原样)与预期相比的满意程度与其他企业相比的满意程度再次合作的意愿维护企业形象的意愿向其他人\*\*的意愿很不满意，满意一般，满意，很满意，

## 科技与管理

2.2 理论假设和测评模型根据相关成果研究和实际情况提出以下6个假设：H

：顾客对物流企业的形象越认可则满意度越高，即企业形象正向影响顾客满意度  
；H<sub>1</sub>：：物流企业的基础设施越完备则顾客满意度越高，即基础设施正向影响顾客满意度；H<sub>2</sub>  
：物流企业的服务质量越高则顾客满意度越高，即服务质量正向影响顾客满意度；H<sub>3</sub>  
：物流企业服务价格的合理性越高则顾客满意度越高，即服务价格正向影响顾客满意度；H<sub>4</sub>：物流企业的顾客满意度越高则顾客忠诚度就越高，即顾客满意度正向影响顾客忠诚度；：物流企业的企业形象、基础设施、服务质量、服务价格相互之间存在路径影响关系。由上述的6个理论假设可提出顾客满意度的测评模型，