

# 烟台到罗马尼亚COD物流专线--跨境电商COD小包--签收七天回款

产品名称	烟台到罗马尼亚COD物流专线--跨境电商COD小包--签收七天回款
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:罗马尼亚COD物流 主营业务:罗马尼亚跨境电商小包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

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的评价方法，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。

## 01 跨境出口电商物流行业驱动

**物流服务：**是指接受客户的委托，按照客户的要求，为客户或客户\*方提供服务，完成运输、仓储、管理等单个或多个物流环节。

**第三方跨境电商出口物流综合服务：**是指第三方跨境物流服务公司通过整合全球物流资源，为跨境电商企业提供商品的仓储、运输、配送综合式物流及进出口清关、本地化售后等服务。其业务链条比国内电商物流服务\*长，涉及到的经营者\*为多样。第三方跨境电商出口物流综合服务有别于跨境电商平台直营的物流，比如京东物流、亚马逊FBA。

跨境物流企业新业务探索获支持，运力渠道不断增加，监管方式不断优化

2018年以来，我国正视跨境物流体系作为促进我国外贸高质量发展的重要基础设施地位，提出“构建跨国物流枢纽网络体系”的目标，并陆续开展“内陆集装箱联运体系”等多个跨国物流基础设施建设专项工程，为跨境物流企业提供多元化、低成本、高时效运力。其次，政策在加强行业监管的同时，鼓励寄递服务产业上下游融合，共同完善跨境物流网络体系，探索新的业务模式，为市场注入新动力。2020年以来，为支持通过跨境电商渠道缓解带来的市场成交压力，国家高频出台政策，为跨境物流增设多种运力渠道，为跨境电商提供广阔的上升空间。

跨境出口电商物流行业的整体向前，得益于跨境出口电商行业的\*\*发展。随着我国跨境出口产品向\*大出口量级、更多出口品类以及\*高客单价的趋势发展。2020年，我国跨境电商出口市场规模达到为46479.2亿元，同比增速26.9%。受益于各国针对出台管控举措从而提升了线上消费渗透率，并且海外消费者跨\*\*上消费习惯逐步形成等因素，艾瑞预计，2025年，我国跨境出口电商市场规模会达到15.1万亿元，2020-2025年CAGR为26.6%。

B2C跨境出口电商平台作为B2C出口电商贸易主要途径，拥有稳定\*\*的货源基础

B2C跨境出口电商按照交易模式可以分为平台型、自营型和分销型。其中，以速卖通、WISH、EBAY和亚马逊为代表的B2C跨境出口电商平台是出口电商B2C贸易的主要途径。艾瑞预计，2020年主要B2C跨境出口电商平台GMV占比为53.4%，近五年GMV占比在50%以上。平台型通过集成信息流、物流、商流、资金流，整合第三方跨境物流服务商、第三方跨境支付企业等优势资源为国内外外贸卖家搭建对外贸易的桥梁。

独立站的\*\*发展为跨境电商物流发展提供新的增量市场

跨境电商独立站近年来作为跨境电商新兴销售渠道\*\*发展，其发展得益于跨境贸易本身的蓬勃向上以及

独立站模式可以使外贸卖家直接掌握消费者数据资产，形成用户画像，便于\*\*营销和针对性SKU规划。此外，海外第三方平台较高的运营成本逼迫中小卖家自建独立站，以阿里、ebay、亚马逊为例，2020年平台的货币化率分别为5.1%、10.3%和22.5%。根据《2020年雨果网\*二季度跨境电商行业调研报告》，26%的外贸企业选择自建独立站或\*站。未来，随着独立站模式的进一步推广，跨境电商物流服务行业将迎来新的增长点。

跨境物流是跨境电商平台\*\*消费者信任的重要一环

跨境购物的物流链条较长，跨境电商平台为了给消费者提供与其在本国消费\*为接近的消费体验，往往会对跨境物流服务商在时效、包裹纠纷等物流服务质量上较为关注。根据Ipsos和Paypal联合发布的相关报告显示，接近1/4的全球网购消费者认为配送速度是影响他们选择平台时的关键考量。可见，随着网络购物的持续渗透，消费者对于跨境购物的消费体验的要求越来越高，\*\*配送，甚至接近本地化电商平台的配送体验与过长的跨境物流链路间的矛盾愈发凸显，这对跨境物流企业本身的综合运营能力提出\*高要求。此外，卖家会出于对跨境物流费用、效率的综合考量，对跨境物流服务商在网路异常情况下的处理、所拥有的线路的稳定度、在旺季的时候协助出仓等增值服务的能力进行全面评估，选择满足自身差异化运输需求的物流商。

受影响，国外消费者的购物习惯加速由线下消费向线上消费转移

是模式变化的催化剂。由于全球受到肺炎侵扰，多国出台外出限制令，全球居民的线下购物现象大幅度减少，大部分购物需求加速由线下场景向线上电商平台转移。以美国为例，根据美国统计局数据，2020年Q2，全美电商零售规模达到2115亿美元，电商渗透率达到16.1%，较2019年Q4，电商渗透率增长4.8%。参照2003年我国非典前后，国内网购渗透率提升7%，在此之后，国内网购渗透率继续向上。艾瑞预计，对于国外消费者线下消费习惯的培养不会随着结束而终止，未来全球线上零售规模会不断扩增。

受全球影响，国外产能恢复受阻，国外消费者使用跨境电商平台进行购物的习惯正在养成

以美国为例，美国当地生产产能恢复受美国影响明显下滑，美国劳工统计局数据显示，受影响，2020年Q2美国制造业GDP同比下降12%，制造业复苏持续受阻，境内商品无法满足供应，反观中国，强有力的管控政策和稳步推进复工复产，中国产能\*大恢复，并可以向海外输出自身产品及服务。在此背景下，美国居民消费习惯由本土消费转向跨境消费，中国借助产能复苏加大了对美国的外贸出口，根据Statista数据，2020年5月美国跨境电商销售额同比上涨42%，由本土线下消费向跨\*\*上购物的消费习惯转变的趋势不断明显。

行业趋势：中国跨境电商行业将以\*\*化、\*化、数字化、本土化和引流方式多样化趋势发展

随着电商经济的不断发展，消费水平的提高，消费者对产品“质”的追求将进一步提升，跨境出口电商产品将趋向于\*\*化、\*化。随着社交平台的进一步发展以及公域流量成本的提高，跨境出口电商产品运营方式将趋向于数字化、本土化和引流方式多样化。

经济背景：中国是世界\*制造大国

数据显示，2020年中国工业增加值为31.3万亿元，连续11年中国世界\*制造业大国。中国制造业对世界制造业贡献的产值比重接近30%。艾媒咨询分析师认为，中国具备强大的工业制造体系，为中国跨境出口电商的发展奠定了很好的物质基础。

深圳森鸿物流有限公司是一家专注“速运”A别综合物流企业，旗下拥有13架货运包机，

1.7万辆运输车，为客户寻求时效运力保障。深圳森鸿\*物流有限公司至欧洲，欧洲专线快递（可COD代收货款）电商小包，我们是做

欧洲快递，欧洲专线，欧洲物流，欧洲代收货款，欧洲一手专线公司，时效5-7天，双清包税到门，专线航班每天直飞，不间断。

团队100多人，总部在东莞，分部在深圳，广州，欧洲，欧洲。期待有机会为贵司开拓东南亚市场提供我们的价格务！森鸿国际物流专注深耕欧

欧洲专线7年，已成为欧洲，欧洲快递专线，有着\*好的信用和口碑！价格，时效，服务，体现专线的真正实力

到欧洲电商小包介绍

- 1、一单到底，我公司跟欧洲均有合作，到欧洲以后无需换单，派送、避免换单出现的错误及时效延误
- 2、可代收货款、

返款及时，代收款每周结算一次（周三对账；周六\*）签收率高达85%；

3、流程：寄方大陆提货--打包装车--深圳机场--欧洲机场--清关--分派

-站所--派送到门

4、时效：一个工作日（当天上午11点下单第二天上午可送达），偏运地区1-2个工作日。