

合肥到西班牙COD小包物流--跨境电商小包COD专线--双清直达

产品名称	合肥到西班牙COD小包物流--跨境电商小包COD专线--双清直达
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:西班牙COD物流 主营业务:西班牙跨境电商小包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

跨境电子商务物流的风险怎么规避?跨境电商小包物流是为了跨境电商服务的,随着经济的发展,跨境购物的人也是越来越多,那么随之而来的就是跨境电商的崛起,当然跨境电子商务物流是其中的必要条件不可能缺少,但是我们都知跨境不是在国内,国内快递已经发展得非常成熟了,跨境却还在高速发展中,那我们应该怎么规避跨境电子商务物流的风险呢?接下来森鸿就来给大家讲解一下。

跨境物流有什么样的风险?物流在运输过程中难免会出现包裹破损、丢失、海关扣押、包裹退回等问题的出现,就来讲讲跨境物流风险规避的技巧。

一、国内问题

1、运输途中货物破损或丢失

运输途中货物破损或丢失有可能是以下原因造成:一是某些货代公司为了追求更大的利润,选择更换偏远的渠道造成的,导致货物上网的信息非常慢;二是由于物流线路长,一些较远的城市容易出现车辆颠簸、转运碰撞,造成货物丢失或破损;三是物流操作人员不规范操作或暴力分拣。

面对以上这些问题,外贸商们要选择正规,靠谱的货运代理公司,产品包装要严格包装好。

跨境电子商务物流

2、海关没收查验

海关在查验时对以下三种情况禁止通关：一是假冒产品，海关对假冒产品的查验是比较严格的;二是海关禁止出口的产品，电池、粉末、液体、贵金属等禁止出口的产品是无法通过海关查验的;三是冲关问题，有些货物需要商检，有些货代会建议商家虚报货值、货量较大商品的品名和价格冲关，一旦被海关查出，货物将会被退回。

对此，外贸商要按海关规定出口，尽量避免出现以上问题，在货物出口前整理好出口清单材料，商检证明、报关相关文件等。

二、国际风险

1、未通过航空安检

危害和干扰航班信号产品、易燃易爆产品、涉嫌假冒伪劣的产品都不能通过航空安检。

因此，商家运输货物中如果有危险品，要提前做好危险品证明，并在航空公司备案;有电池类产品，要做好MSDS证明;避免做涉嫌假冒伪劣的产品。

2、转运途中的风险

国际物流中转过程中的包裹丢失、天气原因影响导致的包裹投递延迟、分拣人员暴力分拣、中转拆包导致的外包破损都是在转运途中较容易出现的问题。

对于易碎物品，要多贴易碎品标签，利用泡沫、气泡袋、打木架或木箱，加固产品，保证产品安全;在货物货值较高的情况下，建议商家购买保险;面对时效要求高的货物，商家要注意选择物流方式。

3、清关问题

巴西的关税过高，大多买家不愿清关。部分国家限制进口产品，侵权产品、申报价值与实际不符等问题会海关查扣，不符合要求的货物会被查扣或者退回都是正常的事情。

出口商品一定要按照海关政策来，对于需要提供的相关文件以及证明要提前准备。

三、物流选择

对于速度有要求的可以选择商业快递，如DHL、UPS、TNT、FEDEX国际快递，特点是时效快，稳定性强，一般2-5天就可以到达目的国，物流全程可追踪，丢件和客户撤销付款的风险小。但是价格比较高。

速度要求不高的可以选择航空小包。航空小包发小件价格有优势，价格便宜、方便，全球通邮，价格统一，缺点是时效不稳定，更新信息慢，丢包和客户纠纷风险大。

EMS的通关能力强，通邮全球大部分国家和地区，运输范围。

不同国家的物流环境是不同的，因此在物流运输方式差异化就很大，卖家要根据实际情况选择物流公司。

跨境电子商务物流的风险怎么规避?跨境物流专线(B2B)是指专线物流公司接受托运方的委托，就有关货物的跨境运输、转运、仓储装卸等事宜，从国内运送至东南亚各个不同目的国/地区的一种仓到仓的跨境物流运输服务，传统的国际货物代理业务包括了一般贸易进出口、大宗空运海运、商业快递等业务，专线物流有着海陆空多样性运输方式选择、仓到仓快速的运输时效、全程货物可追踪查询、低廉的价格优势，是目前大件货物的主要进出口方式。

森鸿国际物流公司自创立之初，就专注于B2B跨境专线物流的线路运营，一直不断的提供运输服务品质，目前森鸿拥有台湾、印尼、香港、越南、泰国、马来西亚等多个国家海外公司及海外仓，支持台湾专线物流、香港专线物流、印尼专线物流、泰国专线物流、越南专线物流、马来西亚专线物流、新加坡专线物流、菲律宾专线物流等东南亚国家专线物流服务，同时支持各个目的国/地区第三方仓储等配套服务。

森鸿国际物流，十余年专注跨境物流服务，始终坚信：客户体验是检验物流服务的唯一标准，森鸿物流是客户值得放心信赖、长久合作的物流服务伙伴。

2020年以来，中国外贸进出口持续向好。据海关统计，2020年中国跨境电商进出口1.69万亿元，增长了31.1%。跨境电商正成为稳外贸的重要力量，超万家传统外贸企业触网上线、提质增效，跨境电商成为企业开展国际贸易的和外贸创新发展的排头兵。“中国制造”需求量上升“2020年我们的跨境电商出口额达13亿元，预计2021年可以达到16亿元。”浙江某国际贸易有限公司负责人表示，该公司从2014年开始进入跨境电商领域，2018年开始做跨境电商出口，近年来保持了50%以上的高速增长。

这只是中国跨境电商企业发展的一个例子。据海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍，作为新兴贸易业态，跨境电商在防疫期间进出口贸易额出现了不降反升的迹象。2020年中国跨境电商进出口规模达1.69万亿元，强势增长31.1%，其中出口1.12万亿元，增长40.1%，各项指标均创新高。当前，全球消费者正在主动或被动地将消费行为转移到线上，跨境电商平台成为消费者采购的重要渠道。受疫情影响，海外许多工厂处于半停产状态，海外消费者对“中国制造”的需求上升，电子产品、日用品等受到海外消费者的青睐。海关数据显示，2020年中国出口笔记本电脑等“宅经济”产品2.51万亿元，增长8.5%。对于海外消费者需求的变化，中国卖家快速响应，利用国内制造业供应链的成熟和完整度优势，灵活调整自身产品，实现了逆势增长。

“我们隔壁有个工厂，原来是生产家用灯具。防疫期间他们开始生产紫外线消毒灯，这个灯在海外卖得特别好。”中山市一名LED厂商称。亚马逊全球开店企业购亚太卖家拓展负责人杨钧对此深有感触：“

防疫期间，很多卖家开拓了很多新的业务机会。”她指出，疫情导致的居家隔离产生了新的需求，除了医疗用品，包括蓝牙耳机、网络摄像头、升降桌、办公椅等在内的远程办公品类有显著增长。“海外仓”大大节约成本“疫情给我们带来了极大的挑战。”某跨境电商负责人介绍，疫情发生以来，国际航空数量锐减，跨境电商遇到了物流配送慢、成本上升、退换货和清关难等问题。在此情况下，国家出台一系列利好政策，给跨境电商平台和商家注入了“强心针”。2020年，中国与22个国家“丝路电商”合作持续深化，双边合作成果加速落地；国务院新批复成立46个跨境电商综合试验区，跨境电商综试区扩大到105个；海关总署增设“9710”“9810”跨境电商B2B出口贸易方式，推动通关便利化。目前多地的跨境电商综试区正继续推进关于跨境支付、电商平台、物流公司等多个产业链的政策利好措施。海外仓模式成为众多跨境企业的新选择。

“物流时效实现了从25到30个工作日甚至一个半月，向七日达、三日达、一日达跃升；区别其他物流渠道，海外仓帮助我们节省了20%的物流成本；产品破损率降低的同时，买家服务体验和店铺好评率直线上升。”敦煌网户外骑行用品卖家Roy介绍，截至2020年，海外仓占到公司总量的80%，布局海外仓的产品业绩销量增长了3倍以上。疫情加速了数字化新外贸趋势，技术创新为出口赋能。例如，阿里巴巴国际站通过线上展会、音视频洽谈等模式，以及智能化的翻译、报关、物流、退税等服务，拉近买卖双方之间的跨国距离。“我们既要解决商家获取订单的问题，还要确保国际运输、跨境支付等环节的畅通。”阿里巴巴国际站总经理张阔表示。迈进“精耕细作”阶段“中国商品不仅物美价廉，产品设计也很出色，很多科技产品都好用。”一位经常购买中国产品的海外消费者赞叹道。随着出口跨境电商的不断发展，越来越多的中国商品走向海外，全球消费者的需求也不断升级。经历了快速成长、野蛮生长、产能调整之后，中国出口跨境电商行业迎来了库存改善、经营稳健的新发展阶段。亚马逊日前发布《从新业态到新常态——2020中国出口跨境电商趋势报告》，总结出中国出口跨境电商发展的五大趋势：卖家地域和类型更多元、全球布局加速、品牌意识增强、产品创新提速、响应能力升级。

“中国出口跨境电商行业和卖家经历了从‘野蛮生长’到‘精耕细作’的演变。出口跨境电商成为中国外贸的重要支持力量，并正从外贸‘新业态’成为外贸‘新常态’。”亚马逊全球副总裁、亚马逊全球开店亚太区负责人戴斐表示，中国卖家在做全球业务的时候，要有全球视野和本土化的思维。戴斐认为，一方面，多元化的发展可以为未来打造更好的发展基础，中国卖家除了发展美国、欧洲、日本等成熟市场，也可以进一步走入很多新兴市场，比如澳大利亚、新加坡等；另一方面，中国卖家需要了解本地消费者的需求是什么，以消费者作为出发点，做好产品的差异化设计，更好服务本地消费者购买的需求，同时也要了解各个国家不同的贸易法规和产品法规，在合规的基础上获得更健康、持久的运营。