

重庆到西班牙COD物流--西班牙电商小包物流COD空运专线

产品名称	重庆到西班牙COD物流--西班牙电商小包物流COD空运专线
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

我国 B2C 跨境电商物流模式优化路径一方面，应构建企业物流联盟效应，或加强与第三方物流企业的合作。B2C跨境电商企业物流战略联盟的构建，目的在于通过相互协作与信息共享打造全新的规模经济影响力，毕竟从当前形势来看，我国 B2C 跨境电商的主体绝大多数为零散的中小企业，采取自营物流模式的实力不足，难以保证物流质量，如此也就有必要构建战略联盟。具体而言，中小型 B2C 跨境电商企业相互之间建立良好的合作关系，效专线物流模式，于国内设置大型仓储中心，以此为**逐渐向目标国家辐射建立更多的物流配送中心，将国内企业与物流配送中心直接关联，一旦有订单，则根据实际情况将产品直接运输至相应配送中心，至目的国家后转当地物流，如此可节约成本，并降低丢件率。若海外仓库容量能够满足自身需求，还可以接收更多有需求的企业，收取一定服务费用，提升多收益。此外，当前我国已有越来越多的第三方物流开始发展并壮大海外仓实力，为 B2C 跨境电商企业提供了更多选择，能够通过有效合作实现物流模式的优化。联络第三方物流公司，使其能够充分发挥出*水平协助企业完成跨境物流所需的一切工作，有利于提高服务质量。另一方面，结合企业实际情况，致力于扩建海外仓并着重完善基础设施建设。越来越多研究证实，海外仓模式所具有的优势相对明显，也于 2016 年明确强调了海外仓建立的必要性和可行性。虽然对于企业来说，在建立初期需要投入一定成本，但从长角来看，海外仓模式所能够带来的利益具有长期性，该模式还能较有效地还原消费者的**地位，同时也被视为我国 B2C 跨境电商物流发展的大势所趋。因此，B2C 跨境电商企业需要依据自身实际情况尽可能扩建海外仓，在提供基本物流服务的同时，完善售后服务与增值服务。需要重视的问题在于，海外仓的建设除了需要顾及项目成本之外，另一重要的成本即在于仓储与库存量，只有企业通过不断地实地考察之后**地把握不同国家市场的动态，才能较大程度减少库存积压，使仓储成本大大下降，为企业的长远发展**。

跨境物流是支撑跨境消费模式实现的重要基础，因此，深入研究和总结 B2C 跨境电商在不同环境下的物流模式选择和优化路径至关重要，是符合我国目前跨境电商发展需要的重要研究问题。据此，明确 B2C 跨境电商物流模式划分与各自的优劣势意义重大，只有以此为基础并正确认识到不同层面的影响因素，才能通过有针对性的实践促进物流模式朝向较优化方向不断发展。

跨境电商物流在跨境电商迅猛增长的带动下增速惊人。但与国内快递前六巨头集中度已达80%相比，跨境电商物流还处在非常分散的发展前期，前10企业的市场占有率也仅6%。很多业内人士称，目前的跨境电商物流与国内电商兴起前的快递企业状况相当。

但这一分散局面，随着巨头们的入局，很快将被打破。根据公开信息，仅2021年上半年，跨境电商物流领域，大型企业和巨头纷纷通过收购、扩充业务线进入，抢夺市场。

物流在招股书中提及的第三方跨境电商物流竞争对手，包括纵腾集团和递四方。另外2家因为没有上市，公开数据较少。但根据行业内公布的数据显示，在2021年的跨境电商物流排名来看，纵腾集团和递四方的规模都较燕文物流大，纵腾在2021年实现营业收入186亿元，其主营业务包括专线和海外仓，而递四方在该榜单中排名第三，全年实现营业收入124亿元，燕文物流以90亿元排名第四。

值得注意的是，纵腾和递四方的主营业务中，除了近年跨境物流被争得厉害的“专线业务”外，都包括另一热门领域海外仓。其中，纵腾的“谷仓海外仓”已初具规模。

在海外仓业务上的布局，尚未有公开资料显示其以参与。根据招股书，燕文物流2018年至2021年上半年，营业收入分别实现28.69亿元、41.51亿元、62.18亿元和31.90亿元，其中，国际快递全程业务和国际快递揽收和处理业务占几乎全部收入。在海外仓业务上的缺席，或将使其在未来的竞争中处于不利地位。

在解决低效沟通的问题后，货兜终于实现高效协同部门、客户、上下游供应链的沟通，真正帮助每一位客户的订单能够安全在线、有始有终。

社交生态引领营销新趋势

企业微信帮助货兜解决多个环节、上百人间的沟通协作，但客户对跨境物流服务的需求复杂多变，物流行业想要更好、更快地服务企业及消费者，精细化运营成为推动企业下一步发展的关键。

价格战开启

面对日益激烈的战场和强大的竞争对手，燕文物流在招股书中特别强调，如果竞争对手展开“价格战”等行为，将拉低行业盈利水平的情况。

而在近两年抢夺激烈的专线小包产品线上，价格战表现得更明显。对比没有追踪信息的平邮小包服务，的专线小包成为跨境电商更为喜爱的渠道，专线物流市场份额有望继续提升，也成为各企业争抢的厉害的产品。

物流平台系统可以帮助解决物流行业的问题,但却难以针对客户提供专属营销活动,实现精细化运营。”货兜销售经理柯燕龙表示,不同客户对物流的要求都是不一样,充分理解客户需求,为特定客户提供特定服务,是企业打造物流行业的关键。

“在使用尘锋SCRM一年多的时间里,货兜真正实现了精细化运营,达到了我们采购此套系统的初衷。”柯燕龙表示,过去如果货兜想要推广一条新的线路,只能给客户群发消息,不仅营销效率低下,而且容易被客户当成骚扰信息。“如今,我们可以通过企业微信为客户添加标签,再配合尘锋SCRM的客户管理和销售SOP功能为特定客户提供针对性营销活动,并不断改进素材、内容和触达方式。在完成优化以后,货兜可以轻松制定营销计划。”

据艾瑞咨询显示，近五年我国跨境专线物流增速在跨境直发三种模式中快。数据显示，跨境专线物流在直发模式中的占比从2016年开始，发展到2020年占比已经达到32%。与此同时，邮政与国际商业快递的市场份额比重逐年降低，邮政类从2016年以前的60%降至2020年的44%；国际商业快递从2016年以前的40%降至2020年的24%。

随着欧洲税改的落地，低货值货物免税政策取消，平台监管纳税，一向被热议的“包税”模式遇到了前所未有的挑战。一时间，对于直发物流的“颠覆性影响论”此起彼伏。究竟是终结，还是重生，亦或只是行业发展的必经之路？

如按照同行业前6个月平均值2.74%计提比例计算，燕文少计提坏账金额会相应提升公司净利润。

此外，招股书中显示，燕文物流的多家关联公司以及自然人股东、公司董事、监事、管理人员，与公司实际控制人周文兴、曾燕夫妇关系密切，其中，原股东周大任、梅素华为周文兴父母，并曾就公司转让的股东会决议发生诉讼纠纷。