

贵州到罗马尼亚COD物流小包--跨境电商小包物流COD专线

产品名称	贵州到罗马尼亚COD物流小包--跨境电商小包物流COD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: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

跨境电商与物流融合发展策略

(一)健全完善政策法规体系跨境电子商务与物流的融合,在一定程度上能推动电子商务的良好发展,因此,对跨境电商所需的政策要求与监管体系进行完善十分有必要。科学规划、引导跨境电子商务、物流的融合发展,还需要在监管机制的完善方面加强重视,需对跨境电子商务、物流融合发展目标进行明确,促使两者朝着健康的方向发展,同时,要想使我国跨境电子商务在*上占据一定的地位,需要实施“走出去”的发展战略,鼓励企业从长远的角度树立远大的发展目标,将企业做大做强。通过对海关、检验检疫、进出口税收政策等配套政策的完善,为实现一体化管理跨境电商政策奠定基础。另外,还需要对跨境电商物流业务监管进一步加强,强化规范制约作用,在经营主体准入、商品准入、诚信体系建设等方面相应规则的**过程中,需要根据不同经济体、不同国家的政策法律科学地**,由此使跨境电商的发展*加稳定。在监管中应该由多个部门共同参与,包括工商、海关、税务、等,形成跨境电商监管体系,使管理体系*加一体化,使*治理效能、服务效率得到提高。在此基础上还需要对跨境电商市场主要职责进行明确,不断完善监督约束机制,规范市场行为,要想使我国跨境电子商务**良好的发展成果,需要在相关法律规定下融合跨境电商与物流。

(二)优化物流资源配置,提升物流服务质量跨境电子商务与物流之间有着密切的联系,前者的良好发展带动了后者,可以说,跨境电子商务交易离不开物流运输,同时,物流运输质量的好坏,与消费者的购物体验有着很大的关联,如果物流速度比较慢,那么商品到达消费者手中的时间就比较长,这将影响电商业务*。为了给消费者提供良好的购物体验,物流企业应当建立完善跨境物流服务专线,与此同时,打通各环节的物流与信息,由此稳定跨境物流配送服务。跨境电商贸易中的物流运输有着较大的跨度时空,其涉及多个国家,且政商环境多变,将会使消费者的风险增大。因此,对跨国电子商务与其相关行业的**资源进一步整合十分有必要,通过将**资源结合起来,充分发挥各自行业的优势,由此使跨境电商服务环境舒适度得到大幅提升,为消费者提供*好的服务,为提高跨境电商物流服务质量奠定基础。

(三)加强信息化建设，提升跨境电商物流企业跨境物流涉及的信息十分复杂，且跨境物流有着较高的信息重复度。为了使跨境电商的发展更加稳定，推动跨境物流的发展十分有必要，应该加大信息化建设力度。这就需要国家与企业朝着良好的方向发展，全面落实“互联网+物流”的实施策略，企业要在信息化建设方面下功夫，这样才能紧跟市场发展步伐。在实际中应当以市场为导向，以业务定位为目标，通过信息技术系统制订方案，以此使物流服务商的整体水平得到提高。另外，为了实现跨境电商与物流相关信息的良好互通，实现各系统之间信息的共享，企业应当不断提高内部信息化水平，实现企业信息化仓储管理、物料配送运输。跨境电子商务物流企业还要注重信息化体系的建设，实现各个国家都能接收到彼此的相关信息，从而构建完善的国际物流效果。因此，在跨境电商物流企业对信息化水平的提高方面应该加强重视，这样才能更好地促进跨境电商的良好发展。

(四)强化物流基础设施建设，优化跨境电商物流服务体系现代物流发展的主要趋势是智能化、信息化，跨境电商要想在激烈的市场竞争中站稳脚跟，应与国际物流体系发展要求相适宜，尤其要将消费者放在首要位置。这就要求物流企业紧跟时代的发展步伐，将以往传统的物流管理理念进行改革，将新型管理方法应用于实际中，与此同时，需要不断更新物流经营理念，还需要将物流资源进行有效整合。应该将自身的优势发挥出来，在政策方面为物流发展提供支持，从而保障跨境电商、物流的有效融合。

跨境电商与物流的有效融合，能从根本上推动我国物流业的发展，有助于实现较大化的经济效益、社会效益。因此，应当针对跨境电子商务与物流融合发展存在的问题进行分析，并提出有效的解决措施。

我国跨境电商企业进入东南亚市场的挑战

疫情影响下的物流不确定性。疫情不稳定会直接导

致跨境物流不稳定，若疫情突发地区采取封锁措施，势

必导致某一物流环节的中断。即使国际段物流畅通，但

到达目标国境内，在本就岛屿众多、各区域相对分散的

印度尼西亚、菲律宾等国，很可能因疫情导致其国内物

流环节中断。观察图1，2020年1月中旬我国国内疫情爆

发，发往六国的包裹数量均缓慢下降，而后国内疫情缓

解，国外疫情逐步蔓延，其中泰国和菲律宾收到的中国

包裹量波动幅度较大，其余四国总体上呈先增后降的趋势。由此可见，跨境物流受疫情波动的影响较大，物流的不确定性可能引发消费者取消订单、申请退件退款，导致商品囤积东南亚各站点的海外仓，给跨境电商出口企业造成经济损失。

疫情影响下的消费者偏好易变性。由于民族特色丰富以及受三大宗教影响，东南亚市场不同国家、地区间的文化差异较大，因此，要尽量规避目标市场意识形态、文

81 TIMES OF ECONOMY & TRADE

时代经贸 2022年 第4期

化思想、文明界限对跨境电商行业带来的负面影响。产品类目、质量以及品牌能否适应当地文化是合理选品的关键。从图2可以看出，2020年东南亚市场电子消费的比例有所下降，但其在所有类目中仍占据较大比重。疫情期间由于进行居家办公、在线授课等活动，对于手机、平板等移动设备的需求增加。此外，居家生活类目成为出口企业新的风口，随着居家时间延长，消费者对厨房用品、清洁

电器、室内运动产品的需求增多。由此可知，东南亚消费

者偏好本身具有多样性，疫情又影响其需求的稳定性，企

业若缺乏足够的市场敏锐度，很可能带来旧产品的库存积

压，无法及时完成新旧产品的供求转换。

伴随中国对外开放的一直深化和经济全球化加快前进，在各国贸易中，跨境电商

在其中扮演了重要的角色。我国跨境电子商务这几年的发展速度远比传统的外贸方式

和电子商务的发展速度要好，收到许多业内人士的青睐。东南亚国家的电商市场现在

看来还是一片蓝海，处于初期向高速发展的阶段，是一个有待开发的市场，市场刚发

展不久，还未饱和，其潜力还是不小的。倡导和实施“一带一路”，使沿线的相干的

国度，中亚、东欧与东南亚享受了庞大红利，这对促成中国跨境电子商务向前迈进一

步发挥极大的作用。许多东南亚的发展中国家，网络和智能手机慢慢普遍，这些东南

亚地区的国家跟着也进入全民网络时代。因为这时候东南亚国家电子商务这方面的网

络营销还欠缺，而我国的发展已经成熟了，有相关的经验，这是我国跨境电子商务进

入到东南亚市场的一个好机会。因为国内电商市场已经接近了饱和，很多跨境电商卖

家把东南亚国家列入了重点的关注对象。目前东南亚市场是大家关注的电商市场之

一，这也许也会成为下一个跨境电商的风口。中国的电子商务时期正处于相对快速发

展的阶段。跨境电子商务的主体是中小企业。随着国家政策的推进，中国的跨境电子

商务企业发展的机会越来越多。但是，中国的跨境电子商务公司在东南亚拥有许多机遇和优势，挑战也是不可少的。在谷歌和苹果移动应用市场的数据中可以知道，Lazada 和 Shopee 是东南亚 2018 年各国手机购物软件下载次数多的前两大平台，它们分别由阿里巴巴集团和腾讯投资。东南亚电商市场 70% 的份额主要掌握在三家平台上，分别是 Shopee、Tokopedia 和 Lazada，这三家平台也是在东南亚的平台。从中国卖家方面来看，印度尼西亚是一个可以发展的市场。中国，新加坡，日本，马来西亚和韩国是印度尼西亚进口商品多的国家。在这当中，日本出口到印度尼西亚的商品总值排名第二，是 113 亿美元，与之对比，中国的优势更加明显，印度尼西亚进口中国商品总值是 321 亿美元。根据 2017 年至 2019 年印度尼西亚海关数据表明，电商平台海外发货数量由 610 万包增加到 5000 万包，在这么多的包裹中，一大部分

2

是从中国出口的。从这个快速增长的数据可以看出，印度尼西亚这个市场潜力很大，所以，这个也是大家想要去开发这个市场的理由。2018 年，马来西亚电子和媒体的市场交易额达到 4.77 亿美元，成为马来电子商务市场的大品类，接着，家具和电器是 3.56 亿美元。中国、新加坡、日本、美国和韩国是马来西亚主要的进口国家，这几个国家中中国对马来西亚的进口是多的，贸易额是高的。中国的是 377 亿美元，日本 121 亿美元，位居第二。中国电商企业在东南亚市场发展势头良好的情况下，

挑战也是必不可少的，如物流和支付。