

南昌到斯洛伐克COD物流--斯洛伐克跨境电商COD小包物流

产品名称	南昌到斯洛伐克COD物流--斯洛伐克跨境电商COD小包物流
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:斯洛伐克COD物流 主营业务:斯洛伐克电商小包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

跨境电商与跨境物流协同策略研究国内的电商发展市场基本趋于饱和，深圳等**地区有不少公司开始尝试进行跨境交易。这些公司要想真正实现**发展就必须做好跨境电商需要前端流量、终端物流、后端供应链三驾马车共驱。这些企业当前主要面临着跨境电商与跨境物流发展过程存在不协同的矛盾，对于企业的稳定及发展造成了限制。为此电商企业需要做好物流协同策略研究，思考如何在当前的形势下*好地开展跨境电商业务。我国境内各种类型的跨境电商企业数量越来越多，近几年达到了历史新高。然而，的跨境电商企业却很少。

在实际中，会发现跨境电商长远发展道路上困难重重。众所周知，的物流系统是电商的有力保障，跨境电商同理，如若两者之间不能够实现有效匹配就会导致电商企业陷入困境。为了避免电商跨境发展陷入僵局，本文针对跨境电商与跨境物流不协调的问题进行分析，并提出跨境电商与跨境物流协同发展的策略。实现跨境电商企业战略层、职能层与业务层的协同发展，从而逐步过渡到成熟稳定的发展阶段。

跨境电商概述跨境电商全称跨境电子商务，秉承电子商务活动的特点外，因交易主体为不同国家或地区，故称跨境电商。双方基于互联网环境下，通过邮件、网页、等形式完成产品的展示，目的在于通过产品展示与产品售卖完成销售，实现产品进出口贸易，是一种新的*贸易方式。跨境电商所从事的是一种*性的商业活动，而这一商业活动能够为企业带来相应的经济利益。我国境内各类型跨境电商企业如雨后春笋般涌现，离不开国家的政策。我国*对于跨境电商和跨境物流行业的发展非常重视，为了支持跨境电商和跨境物流行业的发展，国家出台了多项政策，*是解决了一些发展难题，以便电商企业能够在发展道路上走得*加顺利。要想弄清楚跨境电商的发展趋势，*应该了解电商企业的**能力。那么电商企业持续发展的能力究竟是什么呢？在现实中怎样做才能够获得更多的利益呢？*较重要的就是做好前端流量。目前处于消费者市场，而现在的经济是眼球经济。我们不难理解眼球经济的概念。要想实现产品的市场认

可度，就必须抓住人们本身猎奇心理的特性。良好的创意可以增加产品的率，得到越来越多人的关注。像广告视频的制作以及各种各样的宣传目的就是为得到人的较大限度的关注。关注度和度实际上就能够在一定程度上代表收益，只要有了流量，那么整体的经济收益也就有了基础保障，因此，想要真正做好跨境电商*需要注重流量的创造。跨境电商活动开展之后交易行为出现，而这时候就涉及了物流配送。物流配送是其中较关键的一部分。跨境电商中需要考虑如何降低物流成本、如何提高物流时效，而这也将成为电商行业的竞争点，这使我们必须要重视终端物流环节。做得再多都不如将产品的性能提高。当前是产品为王时代，质量好的产品销售量才能高。做好跨境电商的关键在于做好产品供应链，将产品的质量与*效应得到较大限度的发挥。随着国家与国家之间的联系越发密切，中国文化在*上的影响力越来越大。很多国外朋友对中国文化很感兴趣，开始寻找渠道接触与了解中国文化。而我国作为制造业大国存在产能过剩的问题，为了解决这一问题，也将目标瞄向了海外市场。所以这也就是为什么在近几年的工作报告中多次提及跨境电商的原因。跨境电商让我们中国制造的产品走向全世界，海外市场的潜力是非常巨大的。跨境电商目前正处于一个红利期，地球村越来越通畅，而全球货物流动的规模也越来越大，只要互联网存在，网上交易就存在，而只要有想买到其他国家的物品的需求，跨境电商就会一直存在，整个跨境电商的前景是一片光明的。以时间为线，的跨境电商跟三年前或五年前相比行业竞争明显要激烈得多。平台规则不断完善，产权保护力度也有所增加。

中国与东南亚跨境电商合作的发展趋势

跨境电子商务业务蓬勃发展。我国通过引进、培养、扶持相结合，跨境电子商务各项业务不断拓展，基本形

成了航空快运、大宗物流与电商平台运销结合、内外互通的一体化跨境电商主体产业链。在电商业务发展方面，

以软通动力创新产业园为载体，以电商协会为枢纽，聚企业、建平台、拓业务、育品牌，取得可喜成绩。

（一）跨境电商的交易空间逐步扩大

RCEP 协议设计的一系列贸易便利化条款，通过无纸化贸易、抵达前处理等一系列方式，我国和东南亚国

家在跨境电商方面的交易约束逐步减少，而且交易量进一步扩大，各种奶制品、果蔬肉蛋等也可以转移到线上

进行，进一步刺激了跨境电商贸易的发展。具体而言，在通关方面，RCEP 协定当中使用了物质化的贸易和电

子认证手段大幅度地提升了通关的效率。另外，在相关条款当中明确规定，普通跨境电商交易只需要依照电子

认证原则就可以了。 缔约国之间在交易过程中鼓励使用电子认证方式取代了原有的纸质办公业务模式。
在签署

RCEP 后，各缔约国之间在交易方面的时效性大幅度提升。在物流方面 RCEP 提出了快运货物的思路可以有效

的解决，衣服类产品的交易问题实现 6 小时内放行。由此可见，通过 RCEP 可以有效实现物流的快速运转，为

跨境电商提供更便利的交易环境。

2020 年 11 月，历时八年谈判

的区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）正式签署。RCEP 由东盟十国发起，主要目标是减弱关税与非关税贸易壁垒，实现区域贸易自由化。

RCEP 签署之后，
缔约国之间将维持对区域内国家电子商务免征关税，加速跨境电子商务监管方式数字化

进程，实现消费者权益保障的跨国协同。伴随 RCEP 协定条款的陆续落地，
缔约国原材料、生产成本、商品

价格也将呈下降趋势，
各国开展跨境电商迎来历史机遇。在此契机下，中国与东南亚开展跨境电商合作迎

来广阔发展空间。由此，分析 RCEP 下中国与东南亚跨境电商合作机遇与挑战，
以求更好地明确双方合作

方式与推进策略。

一、RCEP 下中国与东南亚跨境电商合作的机遇

（一）关税减免政策为跨境电商拓宽了增长空间

对于跨境电商而言，出口物品类型及规模同目标国关税高低息息相关。现阶段，中国针对跨境电商进

出口货物的关税政策适用于 2018 年海关总署、税务总局及财政部联合通知，即单次消费 5000 元可免关

税，年度交易限值为 26000 元，超过后按一般贸易管理。虽然关税政策有所优惠，但总体力度偏小，更适用

于小规模、低频次、低关税的进出口贸易。至于跨境电商处于快速成长期的东南亚国家，其跨境电商关税

政策同中国类似，即超出低限额后按照一般贸易进行处理。此次RCEP协议内容中，引人关注的一

项是关税减免取得重大突破。终通过的“渐进式”零关税政策意味着区域内 90%以上货物贸易将终实

现零关税。各缔约国可根据自身实际发展情况，在 10 年内“渐进式”实现零关税承诺。RCEP 签署之前，跨

境电商出口货物必须缴纳不同程度的关税。如印度尼西亚进口税为

10%-20%，泰国是 5%-30%，菲律宾是 0%-20%。而伴随 RCEP 协约国逐步落

实“渐进式”零关税政策，跨境电商出口货物所需缴纳关税将大幅缩

减，可出口物品种类和数量迎来广阔增长空间。据中国金融四十人论

坛学术顾问黄奇帆预判，到 2035 年中国与东南亚国家有超过 50%的外

贸交易额有望通过跨境电商交易完成。

全品类电商比较出名，除了 Lazada 外，还有几个在泰国有一定的市场份额：

Kaidee，显示卖家人数为 1700,000+，一个发展很迅猛的平台。

WeLoveShopping，2015 年的“泰国电商平台”（以流量为依据）中排名仅次于 Lazada。

iTrueMart，平台初主要经营家用电器和电子产品，之后加入母婴、保健品、数码产品等。

Tarad：2015 年的“泰国电商平台”中排名第三。在泰国市场已经拥

有 14 年运营经验。乐天旗下，但在东南亚市场损失惨重，乐天各站在东南亚各国的网站已关闭，该平台亦传出预被出售。

此外，Zalora、J.I.B 非全类，专营电子产品，细分做的不错。Munkong

Gadget 专营耳机。

B2C：cdiscount(全品)，shopat7(7-11 旗下)，tohome(全品)，officemate(办公用品)，itruemart(全品)，lotus(乐购旗下商超网站)，

zalora(服装)，wearyouwant(服装)，petloft(宠物)，venbi(婴幼儿)。

毫无疑问，电子商务是互联网时代为重要的应用模式，这个领域诞生了阿里巴巴、亚马逊、eBay 等互联网巨人，日韩领域电商也如火如荼的迅速发展，

明天小编会继续为大家扒一扒日韩国内那些已经或正在崛起的实力电商平台。