

台湾COD物流--电商小包COD物流空运专线--落地派

产品名称	台湾COD物流--电商小包COD物流空运专线--落地派
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:台湾COD物流 主营业务:台湾跨电商小包物流 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

跨境出口电商公共海外仓服务价值创造利益相关者。由于跨境电商跨越多个关境主体，在跨境电商公共海外仓服务过程中涉及多个价值创造主体，主要包括跨境出口电商企业、公共海外仓服务提供商、跨境电商买家以及第三方机构。各利益相关者围绕跨境出口电商的具体业务相互协作和互动，通过推进公共海外仓服务价值的创造，推动跨境电商的发展。因此，从公共海外仓机制创造利益相关者角度评价涉及整合能力、互动能力以及业务协同能力等方面的评价。

(2) 跨境出口电商公共海外仓服务价值创造附加值。跨境出口电商企业海外仓服务的目的，就是为了解决传统跨境电商物流所存在的物流速度慢、跨境物流成本高、消费者体验差以及售后服务得不到保障等方面的“痛点”。提升跨境物流效率，降低跨境物流运作成本，满足跨境电商买家个性化物流服务需求从而提升消费者服务体验，是公共海外仓服务价值创造的基本点。

公共海外仓服务价值创造附加值评价涉及物流服务成本、效率、客户体验及增值服务等方面的评价。

(3) 跨境出口电商公共海外仓服务价值创造规则。与传统外贸及国内电子商务一样，跨境电子商务的运作及公共海外仓服务的提供必然要求各利益相关方共同参与和共同遵循国际通行的规则。只有这样，跨境出口电商公共海外仓服务的价值创造才能有效实现。跨境贸易的发展必然要求交易的标准化和贸易的便利化，因此，基于公共海外仓的跨境供应链价值创造能力的提升有赖于标准化能力和跨境贸易便利化水平的进一步提升。

“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。

提高机场跨境电商清关能力为了满足不断增长的跨境电商业务需求，机场应积极协同跨境电商相关监管机构，畅通通关服务链条，着手推进跨境电商通关便利化基础设施建设，完善跨境电商通关节点、通关政策以及相应机制，优化监管服务，解决跨境电商在通关监管过程中的通关难、效率低、结汇难等问题。此外，机场应加强跨境电商综合试验区建设，依托政策优势，充分发挥空港口岸功能，通过制度**、管理**务**，着力提高机场跨境电商通关能力。

3 推进空铁联运和“卡车航班”发展跨境电商市场的繁荣发展也带来了行业竞争的加剧，跨境商品在机场的集疏效率决定了机场对跨境电商企业的吸引力。构建机场跨境电商集疏体系需要与不同运输方式之间展开合作，**空空中转、多式联运等业务模式，建立多式联运流程标准，推进机场与铁路、公路等交通运输方式的有效衔接，全面提升机场跨境电商物流服务的可达性和时效性。积极推进空铁联运战略和发展“卡车航班”业务，充分发挥铁路运输的**性、经济性、安全性和受天气影响小等特点，延伸机场辐射范围，实现铁路和航空运输方式的无缝衔接。同时利用“卡车航班”灵活的特点，提高机场跨境电商服务水平，促进机场提供效率*高、覆盖*广、品质*高的跨境航空物流运输服务。

我国 B2C 跨境电商物流现状B2C 跨境电商主体包括企业和消费者，亦属于电子商务的一个分支。众所周知，电子商务同物流业之间始终共存，那么电子商务的跨境，自然需要物流跨境作为支持，只有物流跨境，才能实现跨境电子商务。所谓跨境物流，较直接的解释就是将一个产品从一个国家运往另一个国家，如此，不得不高度重视的现实问题即包括运输成本、物流时效、海关限制、售后服务等。相比之下，国内物流则相对便捷，即便出现问题，要想妥善解决也相对容易。而跨境电商物流则需要面临诸多的不确定因素甚至于*高的不可抗力风险概率。除了运输实践风险之外，法律政策等宏观风险问题同样不容忽视。首先，成本高、时效性弱。B2C 跨境电商的双方主体是企业和消费者，由此也就定义了这种电商模式多为小批量、多品种，无论是企业销售还是消费者购买，全凭个人意愿而全无规律可循，致使物流成本无法预计。加之商品跨境所需要遵循的相关法律政策和跨境流程等诸多外界因素的限制，必然会因复杂性的提升而降低跨境物流的时效性。其次，跨境物流海关限制。不同国家之间均存在多方面差异，关于物流政策也不例外。海关清关政策的差异，决定了商检和审查流程的不同。一些国家海关清关程序繁琐，不仅费用高昂，审查周期也长，一旦商品滞留，则对于消费者来说必然会对消费体验造成不良影响。较后，售后服务问题。商品经 B2C 跨境物流到达客户手中，倘若产品未能达到消费者的预期，则消费者要想退换货显然不便，排除物流费用不谈，仅退换货的时间就足以成为限制商家售后服务质量的一大因素，将此责任全部推给商家难免使其蒙冤，这些都是造成消费者对跨境网购心存疑虑的重要原因。在

可能存在的商品质量问题和退换货困难问题时，必然造成消费信任度下降，不利于未来的电商行业发展。

我国航空跨境电商物流发展分析近年来，以跨境电商为代表的新业态新模式为我国航空物流提供了新的发展动能，跨境电商需求**增长，航空物流服务水平、机场跨境电商物流能力以及发展政策等方面呈现良好发展态势。跨境电商需求方面，随着近年线上购物渗透率不断提高，我国跨境电商业务持续保持*增长，释放出巨大发展潜力。我国跨境电商交易规模及增长率，2019年我国跨境电商交易规模达10.5万亿元，同比增长16.7%，过去5年间的复合增长率高达20.1%。2020年通过海关跨境电子商务管理平台验放进出口清单24.5亿票，同比增长63.3%，庞大的**需求带来跨境电商广阔的市场空间，跨境电商需求逆势增长，成为中国稳外贸的重要力量。航空物流服务水平方面，*航线布局、航空货运运力、航空物流枢纽建设不断完善和加强，我国航空跨境电商物流体系的全球竞争力得到提升。

对于急剧增长的跨境电商需求而言，时效性和安全性是跨境电商物流的关键因素，航空物流是目前中远程距离较安全快捷的运输方式，通过整合上下游资源，优化跨境电商物流环节，拓展地面延伸服务，为跨境电商提供安全、的物流方案，充分发挥航空运输**、高质量的优势。机场跨境电商物流方面，得益于跨境电商物流需求攀升等因素影响，2020年我国*航线货邮运输量达223.1万t，国际货运量占比由2019年的32.1%上升到33.0%，航空物流业务*化程度不断加深。国内众多机场通过不断优化航空跨境电商物流生态，打造航空跨境电商综合业务体系，促进机场货运业务发展。2020年，深圳机场实现航空跨境物流货量达46万t，同比增长30.8%，带动机场货运业务逆势增长。新郑机场2020年跨境电商业务同比增长91.72%，形成机场货运业务发展新动能。武汉天河机场2020年跨境电商物流总量同比增长近500%，2021年前3月跨境电商业务量已*过2020年全年总量，助推机场跨境电商物流业务迈上新台阶。