

台湾COD小包物流--电商小包物流COD代收货款-新竹四天三派

产品名称	台湾COD小包物流--电商小包物流COD代收货款-新竹四天三派
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

随着市场的需求的不断增加,全球第三方物流正在以一个迅猛的态势发展.自我国加入WTO以来,受到外来经济力量的冲击,我国的第三方物流正在不断结合西方观念和本土文化的情况下发展,本文旨在通过运用经济学角度,剖析第三方物流企业在形成和发展过程中的环境、阶段、机会、弊端、战略.

一、企业的发展环境

我国第三方物流发展要比西方国家晚,第三方物流相对来说还是一个比较新的领域.它的概念起源于企业业务的外包.业务外包是资源外置的手段之一,是指企业遵循**竞争力理论,把生产资源主、精力要集中在**业务上,将非**业务交给比较*化的第二方企业,从而实现降低成本,提**等目的.第三方物流的由来是企业把自己的物流业务以合同的方式外包给一些*的物流企业.这种第三方物流市场是经济发展的必然产物,也是市场的重要组成部分,它是商品交换关系的总和.

第三方物流企业的形成和发展收到了来自多方面的影响,包括市场需求、行业环境、国内外经济状况、国家法律法规等等的制约,它的发展是处在一个宏观的经济环境下的.从解放初期到现在为止,我国的宏观经济一直稳步增长,大力发展以第三方物流企业是应征时代的要求,经济发展的必然产物.

二、企业的发展阶段

第三方物流企业的源自西方,它代表着社会分工的进一步细化,我国物流其实从很早的时候就有了记载,*的丝绸之路典型的代表,在西汉时期,张骞出使西域,开辟了以长安为起点,经过甘肃、新疆等路线的“丝绸之

路”，不少丝绸被运到了西方.这种商品的交换就是较初简单的物流.

在现代经济发展当中,我国的第三方物流的发展经历了很多的困难,在不断的摸索和借鉴中,慢慢形成了自己*特的体系.第三方物流的形成和发展经历三个阶段：

(一)第三方物流的萌芽阶段.

第三方物流的萌芽是在1950-1978年期间,那个时候国家刚刚解放,全国的经济可以说是一盘散沙,我国经济还没有开放,学习了前苏联的是计划经济管理制度,工商企业被管制,企业的所需物资、固定资产都被提前计划,一切根据计划分配来生产.在这个时期,物流只是针对产品的运输和储存,这是我国比较传统意思的第三方物流.这种传统的物流的活动正是日后现代化物流活动的原型.

(二)第三方物流的起步阶段

第三方物流的起步是在1979—1992年期间,1978年,的重要决策对我国的经济起到非常重大的影响,让中国打开了**，吸收了很多西方的**技术,经济体制不再是以前保守的计划经济,而是转变为自由活跃的市场经济体制,工商企业得到了自由发展的权限,企业开始重视效益,受到西方经济学的影响,工商企业开始重视物流业务外包理念,让其他企业来帮助自己完成物流活动,将资源放在**业务上.物流活动也因此开始发展起来,物流业务比以前拓展了,物流系统也*加完善了.

(三)第三方物流的发展阶段

第三方物流的发展是在1993年以后,得到了有效的落实,经济进入了大力发展的阶段.企业改革得到了进一步发展,市场竞争也越来越激烈,企业对于物流活动的要求*加高了.市场商品交换的日益频繁,*也出台了許多政策帮助物流行业的成长,为物流行业提供了很多的帮助.2001年,中国加入了世界贸易组织,这对我国的经济起到了一个很大的促进作用.由于不少政策的开放,我国出口贸易大大的增加了,国外的企业也大量的进驻了中国.我国物流的需求越来越严格,也越来越大,企业为了增强竞争力,开始转向物流外包模式,第三方物流企业的市场*加广阔.

三、企业的发展机会

发展至今,第三方物流已经经历了约60年的发展历程,已经从较开始传统的物流活动转变现代化、多元化的物流系统运作.可以说,第三方物流企业的形成和发展是许多方面的力量共同推动的结果.我国*三物流正在不断的完善和发展,不过速度相对还是比较缓慢的.但是我国第三方物流拥有一片广阔的市场,发展前景明朗,在不少机会的助力下发展起来.主要是一下几个方面：

(一)市场需求量大

我国是一个经济日益变强的国家,由于产业结构的升级,生产企业对于生产资料的需求量不断攀升,这使得物流被逐渐重视起来,生产企业无法独立完成物流业务,开始借助第三方物流企业的帮助进行生产资料和货

物的运输.对于居民而言,随着生活水平的提高,消费能力也大大的提高了,特别是随着近些年网上购物的兴起,例如淘宝、**、京东等网站,它们的出现使得人们越来越依赖网上购物,这也使得卖家必须借助物流才能将产品送到顾客的手中,大大的增加了第三方物流企业的业务.

(二)*重视程度高

随着物流行业的发展,国家出台各种指导意见以及促进物流发展的有利措施,这大大的促进了物流行业的发展.具体表现在为物流所需的基础设施的完善上,例如公路、铁路等,现在公路越来越多了,铁路也在不断的修建,交通路线四通八达,非常便利.目前,我国已经有数十个城市建立了该城市的物流发展规划,这些举措都让*三物流企业的道路越来越宽,越走越稳.

四、企业的发展弊端

我国物流企业主要是一些传统的储运企业,真正运用科技作业的物流企业所占比例比较小,所以能够叫做第三方物流企业的企业实际是很少的.随着经济的发展和市场需求,第三方物流在发展过程中的弊端也逐渐显露出来了.主要表现在以下几个问题上:

(一)服务功能过于单一

放眼国内,我国第三方物流企业的规模都偏小,能提供的物流服务通常是单项或分段的,这使得供应链被切开了,第三方物流企业无法提供一条龙式的服务.并且通过观察可以发现,大多数的物流企业还停留在物品储存和运输配送等这些比较传统的服务项目上面,和其相关的增值服务提供的较少,比如加工.

背景下我国跨境电商面临的物流困境

1 国际运力下降跨境电商物流主要是跨境直邮和海外仓配两种模式,其中在我国的跨境电商出口物流中,跨境直邮占有比例接近 60%.跨境直邮对空运需求非常大,受影响,全球大部分国家为防控实施旅行交通限制,*航班数量大幅减少.全球航空货运运力主要由*货机和客机腹舱构成,其中我国 60% ~ 70% 的航空运力来自于客机腹舱.期间,全球许多航班关闭、航空公司破产、上百架飞机被迫停运,导致专线包机资源严重受限,可用客机腹舱货运能力大幅缩减,航空运输能力直接腰斩.当然随着时间的推移,*航空货运运力整体开始回升.根据 IATA 发布的*航空货运运力情况显示,2021 年与 2019 年同期相比,除欧洲航司运力以外,其他航司总体运力走势大体一致.海运方面,爆发后,港口拥堵问题显著,集装箱严重短缺,订舱、排期难,运力资源与跨境电商市场需求不匹配.期间,中欧班列陆路运输通道虽然展现出强大的动能,常态化运行稳定,但也面临集装箱短缺问题.

2 物流成本增加直接导致跨境物流运力不足,货运成本成倍增加.据悉,海运集装箱运输费用达到以往 5 倍以上,突破了历史*值.例如:海运集装箱的拖配成本每个会上升 50 - 100 美元.空运方面,由于大量航班停运,运力急剧下降,空运成本飙升至历史新高.2012 年年底,上海至北美的空运价格达到每千克 14 美元.目前中国邮政美国路向“e 邮宝”的收费标准调整后相比以前已上涨了 70%,基本一个不到 1kg 的小件包裹,其物流成本将从 100 元上涨到 170 元,当然 UPS、DHL 也上调了*的价格.另外海外仓的使用成本也越来越高,其原因主要是一方面,仓库租金成本的持续上涨,另一方面跨境货物需求暴涨,人力成本也节节攀升.除此之外,跨

境电商物流尾程派送成本也因为扩散而导致了高额的人力成本和物流中间费用，从而使得物流成本迅速上升。

3 物流时效性降低跨境电商物流全链条长，流程复杂。物流运输流转主要包括头程物流和尾程派送两大环节。头程物流主要是国际快递、空运、海运三种方式。受影响，*航班的大幅停运、港口严重的拥堵现象，导致物流时效无法得到保证。据数据显示，爆发后，中国邮政“e邮宝”的平均妥投时间越来越长，较长达 55 天。由于各国*因实施隔离限制令，网购需求释放，包裹数量大幅增加，物流*负荷运转，国际快递爆仓现象频现，DHL、FedEx、UPS、TNT 等需要全面排仓，排仓时间少则 1 - 2 天，长则一周。2020 年由于中欧班列频频爆仓，铁路也变成了不可控的物流方式，过去 25 天左右时效直接飙升到了 50 多天。海运方面也面临无法应对突然增加的运输需求，订舱难度增大，跨境电商企业基本都需要提前订舱，甚至有些热门航线的排期从 1 周到 1 个月不等。尾程派送主要面临因管控导致的人手不足、交通管制等问题。另外由于的影响，各国都加强了检疫检验流程。为了防止蔓延，在出入境口岸对进出境货物进行严格控制，商品检疫检验环节加强，货物清关时间延长，再加上防疫消毒，增加了在途时间，使得物流时效受到影响。

背景下我国跨境电商物流发展对策建议

1 加快推进海外仓、保税仓建设，提升跨境物流服务水平海外仓、保税仓作为跨境电商物流的重要节点，对跨境电商外贸新业态的高质量发展发挥着重要的作用。一方面，通过大宗运输方式如海运、铁路运输将跨境商品运至海外仓、保税仓暂存，扩大运输品类，实现规模化运输与批量报关，提高跨境商品集散能力，降低物流成本。另一方面能够*时间响应跨境消费本地化、品质化需求，根据订单需要，及时进行需求物品的拣选与配送，缩短运送周期，提高跨境物流的时效性。同时能够解决跨境电商产品退换货问题，通过海外仓与保税仓提供跨境商品的售后服务，减少跨境交易的不确定性，从而提升客户跨境需求的消费体验。

2 全面提升货运能力，拓展*联运服务*，提高*航空货运能力。我国全货机运输与*水平相差甚远，据统计，我国全货机不足 200 架，仅占我国航空运输整体机队的 4.5%，占全球货机总数的 8.7%，且全货机运力结构也不合理。可以鼓励航空公司利用客机进行直飞货物运输，以弥补全货机运力不足的问题，支持拥有全货机运输业务的企业开辟*航线，提高*空运运力。同时加快推进以货运功能为主的枢纽机场建设，强化航空货运网络。其次，增加中欧班列开行班次，在加快改造升级国内基础设施建设的同时，投资境外枢纽、物流集结点，打通物流堵点、卡点，优化班列路线布局，提升中欧班列沿线运输服务保障水平，从而提高跨境铁路运输的运力保障。另外，海运方面，做好港口运力安全和生产调度工作，保证港区公路铁路集疏运通畅，增运力，扩舱位，强化港铁联动，公转铁，优化联运流程，拓展*联运服务*，以保障集装箱海运中转畅通，提高港口作业效率。

3 数字化赋能行业升级，提升跨境物流作业效率数字化转型是社会信息化发展的必然趋势。通过利用人工智能、云计算、大数据、等信息技术应用于物流领域，对铁路、航空、港口等的生产、运营、管理等各个层面进行资源整合与共享，建立互联互通的规范统一的物流信息化平台，推动跨境物流领域数字化、智能随着数字经济的加速发展，数字化转型成为各行各业发展中的重要议题。响应国家战略号召，行业提出了数字化转型的战略，并积极推动营销数字化的探索和落地。其中，零售终端，是营销数字化的关键一环，它是建设营销网络的基础，是全面培育*的重要阵地，是**获取一手消费数据的桥头堡，是有效连接消费者的沟通桥梁。顺应新零售的发展趋势，应用互联网、物联网、云计算、大数据、人工智能等技术，加大对现代终端改造升级的实践探索，有助于走出促进营销高质量发展的**之路。

