

# 广州到东南亚COD跨境物流专线/双清包税/四天三派

产品名称	广州到东南亚COD跨境物流专线/双清包税/四天三派
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司营销部
价格	12.00/KG
规格参数	主营业务:东南亚COD物流 主营业务:东南亚COD一件代发 主营业务:东南亚跨境电商COD物流
公司地址	宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号1层-东
联系电话	18688726501 18688726501

## 产品详情

跨境电商物流是跨境电商发展的支撑，中国跨境电商在物流上遇到了很多新的风险和问题。相关部门需要与电商新特征进行有效结合，对跨境电商物流中存在的问题进行全面分析，并采取有效措施解决所面临问题。现如今，我国跨境物流还处于起步阶段，需要给予支撑和引导，对物流基础设施加强建设，合理规划机场、港口等大型物流基础设施，不断完善通关政策，全面建立智慧物流平台，使物流的效率、质量和可靠性大幅提升。

”不少者表示，他们计划把西部地区作为开拓中亚、等市场的重要起点。从事器械进口贸易的执行长郭加泳说：“已经在上海和广东地区有布点，接下来，西部地区尤其是‘一带一路’沿线的核心城市是我们的重点，通过丝路沿线城市向中亚和输送贸易，发展有重要意义。

”络时代的发展，网上交易购物也是随处可见，无论身在何处都能买到远在他乡的产品，在这一期间有一个重要的环节就是物流，很多人都会考虑到服务，价格，安全等等问题，在这里有一家从事空运，海运，快递，仓储，小包等新型电商以出口业务为主的。

但是问题又出现了，在这个物流信息化的时代，由于国内和国际的发展不同等原因，让国内和国外的物流信息变得难以无缝衔接。这样不透明的方式，让跨境购买的买家对其的满意度和好感度都难以提高。再说退换货的问题，我国出口跨境电商物流环节多，各节点都可能产生退换货问题，如果买家需要退换货，将会有物流成本过高，手续繁忙等问题。

在近一段时间，因为疫情原因，线下实体店纷纷叫苦不迭，但是电商模式的店铺却几乎没收到什么影响，有些店铺的销量还上升了!因为疫情原因，大家都在家几乎不出门，买东西只有靠网购。LV在众多压力

下也开始直播了!

3月26日晚，LV用企业号在小红书上进行直播，这场直播的推荐官是程晓玥与钟楚曦，全程持续1个小时，观看人数超过1.5万人。据了解，这是LV进入中国市场以来在物联网平台进行新品介绍的直播，不管评价如何，我们都能看到网络电子商务已经成为了发展得必不可少的趋势。疫情期间尝试直播带货的并不只有LV一个品牌，3月18日，Burberry天猫旗舰店也在淘宝进行了一场“云探店”直播。该场直播共有22.97万次观看。

跨境电子商务企业是贸易全球化、经济一体化的重要参与者，对于拓宽国际市场，促进多边经贸合作，优化全球资源配置具有深远的影响。面对日益激烈的国际竞争和国内居高不下的经营成本等多重压力，严控成本以提高企业经济效益是电子商务企业亟待解决的问题。

一、研究背景 基于全球互联网销售渠道及服务发展起来的跨境电商推动了全球竞争及世界范围内生产要素的转移和资源的配置。跨境电商已成为我国对外贸易的发展趋势。据阿里研究院统计，跨境电商交易规模年复合增长率为33%，交易规模已突破6万亿，其中跨境出口占出口总额38%，且保持较大的增速。跨境出口企业多为中小企业，业务内容比较单一。在B2C模式下，跨境电商现阶段从国内采购到出口运输再到境外销售及配送等一系列贸易过程中，主要依靠境外销售平台和渠道、物流配送等服务，面对波动的汇率市场、较长的交易时间和难以把控的中间环节，节约交易和经营成本成为跨境电商获利的关键。当前，我国中小跨境电商在采购和物流等环节存在量小、批次多、品种丰富、周期短等特点，导致大多企业在财务核算时往往注重事后算账，而不是设立规范化、透明化的预算和信息交流体系。中小企业自建一体化物流困难重重，在货物装卸、运输、仓储以及产品包装等环节都需要与第三方合作，不仅无法确保产品的收发货时间和服务的优质，更增加了企业经营成本。

”新竹交通大学校友、一家物流企业的负责人管梦鼎说：“内地所有的，这次来，我发现西部地区在物流方面有广阔前景。下一步，我们将把西安和银川等西部城市作为重点考虑，发展我们的物流市场。森鸿国际物流一直致力于跨境电商提供的出口物流服务，在原有空运，海运，快递，仓储，小包等物流服务基础上，森鸿国际物流整合自身优势资源，重点推湾COD电商小包和东南亚COD电商小包等服务。

森鸿国际物流成立于2006年，是一家从事东南亚COD电商小包、中国台湾COD电商小包、中国香港COD电商小包、菲律宾COD电商小包、马来西亚COD电商小包、全球电商小包、美国电商小包、英国电商小包、墨西哥电商小包、海外仓等新型电商以出口业务为主的，我们服务的客户已覆盖广州、深圳、上海、西安、东莞、武汉、厦门、莆田等地区。

单页电商COD（CashOnDelivery），又被很多人称为海外版的”“，同不同之处在于，其寄托的推广媒体是Facebook等社交媒体，覆盖全球30亿社交媒体市场。布谷鸟在2015年开始推广单页东南亚COD电商小包业务，曾经在马来西亚和，印尼，包括地区风靡一时。

这种单页广告的操作模式一般是这样的：从1688上拿货，将单SKU做成爆品，通过在Facebook上投放单页广告，客户通过广告页面下单后，通常都有确认订单，然做货物的投递和收款，COD业务模式的核心和难点在签收率，签收率决定了盈利水平。

规模1300人左右，2017年销售额20亿，日均单量在2-3万单，堪称单页COD电商的“鼻祖”。COD电商解

决消费者信任问题COD电商模式在东南亚和中东现在依然有广阔的市场，这些市场都有一个共同的特点，络和支付以及物流等基础配套设施比较落后。

物流信息问题。邮政小包模式是当前跨境物流采用较多的方式，但使用邮政经常会无法及时追踪到物流信息，顾客无法准确得知货物所处的地点、环节以及送达时间。交易双方信息不对称造成了这种“不透明”的跨境物流，从而导致顾客对跨境电子商务有着较差的满意度和较低的忠诚度。另外由于物流运输涉及两个国家，而且国家之间具有不同的发展水平，从而造成物流信息得不到很好的衔接。

退换货问题。电子商务自身所具有的特点，造成了较高的退换货比例、严重的货品丢失、较长的物流周期、地址的错误配送以及复杂的海关检查等众多问题，这就产生了退换货物流。在退换货返回国内的过程中，受跨境通关和物流影响导致其成本大幅增加，对于一些价格偏低的货物来说，其价值还没退换货产生的费用高，这就使中国跨境电商难以做好对跨境货物的退换。

### 解决跨境电商物流服务问题的对策

加大海外仓建设规模。海外仓的增加，不但能够使运输成本大幅降低，使运输及配送周期得到缩短，而且可以很好的实现退换货。一是海外仓的设立有利于开拓海外市场，能够根据业务需求成批量的把货物运至海外仓，有效降低商检、运输、清关频次，使整体物流成本大幅减少，而且使各个环节的风险也有效降低。二是跨境电商通过海外仓对货物进行包装、储存以及配送，能够使物流时间大大缩短。通过海外仓能够实现本地发货，使订单反应周期大幅缩短，一旦中国跨境电商接到买家的下单，可以及时利用海外仓来分拣和包装货品，然后以快速度准确配送至买家指定地点。三是实现退换货，海外仓中存有大量的同类商品，当买家对物品不满意时，只需通过海外仓进行货品调换，不需要返国，能够减少大量的海关、商检、长途运输等时间。另外从而海外仓进行配送能够使客户的信任度有所提高，减少货品在运输时的损坏，使配送准确率大幅提高，从而使退换货发生的概率从根本上得到减少。