

希腊COD物流--跨境电商空运小包转线

产品名称	希腊COD物流--跨境电商空运小包转线
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司- 欧洲电商小包
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:希腊COD物流 主营业务:希腊电商小包COD物流 服务:代收货款海外仓一件代发
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
联系电话	18170872539 18170872539

产品详情

(一) 促进了沿线各国物流建设。从“ ”战略的提出，我国就加快了与沿线国家的交流合作，在基础设施建设及经贸多领域合作方面取得了显著成效。例如，中哈物流合作基地就是“ ”战略构想的实体平台，它不仅沟通了中国内地和哈萨克斯坦的联系，也打通了一条运输时间短、效率高、成本低具有强有力市场竞争力的新通道。可以说这一个个物流基地的建立，一条条铁路的贯通，拉近了我国与沿线国家的距离，促进了沿线各国的物流建设。(二) 我国通关制度不断改革创新。我国正探索更开放的对外开放政策，在通关制度上不断改革创新，使国际货物贸易更加便利化，效率也大大提升。并通过引入互联网模式，通过线上办理的方式，极大的提高了通关效率，窗口办理实现“一站式”办理，货物出关变得更加顺畅。(三) 我国与沿线国家跨境电商和物流方面的协作不断深入。早在2015年，中国跨境电商综合试验区(杭州)设立，到2016年，批准建立了天津、上海、重庆、合肥、广州等12个城市作为第二批跨境电子商务综合试验区，并到2018年增加到22个。这些综合试验区的建立，探索和适应了新时期跨境电商物流实施的各项管理制度和方法，实现了无纸化通关，企业可以通过网络信息系统进行备案和申报，通过全程信息化操作，推动了跨境电商的深度合作。

二、“ ”背景下我国与沿线国家跨境电商物流发展的问题

(一) 跨境物流成本较高。虽然跨物流效率大大提高，但是跨境物流的成本依然较高，以国内物流为例，国内物流每公斤十元左右，而跨境物流成本则需要一百元。这主要是由于跨境电商存在物流环节、产业链覆盖以及运输及时间成本等方面。(二) 通关效率仍然较低。与国内电商不同，跨境电商贸易增加报关、商检、退税等多个环节，虽然许多环节都可以通过网上办理，实现“一站式”办理，但这与沿线国家的跨境电商的深度合作还存在一定的差距。(三) 基础设施建设滞后。跨境电商离不开强有力的基础设施作为支撑，但是由于“ ”沿线国家基本都是发展中国家，所以基础设施参差不齐，公路、铁路、港口建设等方面设施落后，这增加了跨境物流发展的难度。

三、“ ”背景下我国与沿线国家跨境电商物流发展策略

(一) 扩大海外仓储能力，进一步降低跨境物流成本海外仓模式是通过在目标市场建立大型的仓库，然后根据当地的订单进行销售，这能够做到时间响应，及时的通过当地仓库货物完成交易。由于商品不需要经过国内发往目标市场，减少了清关和商检的环节，同时，由于当地建立仓储能够大大减少售后的处理时间，提高售后保障力度。当然，我国对外贸易中许多小型企业，不具备单独建立仓库的能力，我们可以利用大型物流企业与当地建立标准的海外仓库，通过合作发展的模式，将仓库进行出租使用，大大的减少了企业的发展成本，同时提高了企业的跨境电商效率

。（二）建立一体化监管格局，进一步提高跨境电商通关效率为了提高跨境电商的物流效率，缩短物流时间，国内一些城市已经开始探索建立专门的海关合作协议，通过构建区域通关监管一体化管理格局，极大的提高的服务整体效能，建议国内积极出台与沿线国家的海关互联互通协议，通过信息的互联，政策的互认，减少海关操作环节，大幅度提升跨境电商物流的效率。（三）加快物流基础设施建设，进一步促进物流的互联互通针对沿线国家基础设施较为薄弱等问题，我国可以根据电商发展需要，积极和这些国家展开多层次合作，加强对沿线国家基础设施建设方面的投入力度，通过共建铁路、公路及港口，重点关注产业园配套的物流集散中心建设，打通物流节点，构建完备的物流网络。“ ”战略的提出，进一步推动了我国“走出去”战略的实施，积极探索我国与沿线国家的跨境电商物流写作发展模式，不仅有利于我国物流水平的提升，更有利于推动“ ”战略走向深入。近年来随着政府政策的引导和支持，越来越多的商家开始跨境电商业务，消费者对跨境电商的热情也越来越高涨，使得跨境电商发展迅猛，成为全球贸易一个新的经济增长点。同时与跨境电商息息相关的跨境物流因其发展远远滞后于跨境电商，成为跨境电商发展的瓶颈，海外仓作为跨境物流一种新的发展趋势应运而生。海外仓的几种模式和存在的一些问题以及相关建议。

1 跨境电商海外仓的兴起背景

2015年中国出台的《“互联网+流通”行动计划》中明确提出“要充分运用市场机制，推动建设一百个电子商务海外仓”。2016年印发《关于促进外贸回稳向好的若干意见》提出加大对外贸新业态的支持力度，支持企业建设产品“海外仓”和海外运营中心。

1.1 传统跨境物流成了跨境电商发展的瓶颈

随着政府的大力和消费者市场的强烈需求，跨境电商的交易规模呈现出逐年递增的发展态势（见图1），根据国家、中国电子商务研究中心等机构预测，2018年中国跨境电商总额可能达到9万亿元，预示着我国跨境电商行业的市场发展前景越来越强大[1]。但是传统跨境物流因其发展缓慢严重制约了跨境电商的发展。目前传统跨境物流主要存在以下问题：，物流体系不成熟，配送时间长。因为跨境电商面向的地域广泛再加上各种通关手续，一般需要十多天，但是如遇到一些特殊情况的话，则需要二十多天甚至一个月。第二，对电商出口商品种类有所限制。对于那些体积大且重的商品，物流成本高昂，严重制约了跨境电商产品的拓展。第三，信息化程度不高，信息不对等。在包裹运输的过程中无法进行时时追踪，可能商家以为包裹已经到客户手中了，但其实已经遗失在途中，导致两边信息不对等，影响跨境电商的发展。

1.2 海外仓与跨境电商相辅相成

针对传统物流的成本高昂、配送周期长、效率低等问题，好的解决方案就是建设海外仓。所谓“海外仓”就是指海外仓储服务，预先在出口国建设或者租赁仓库，然后根据市场需求和电商平台的数据分析提前将需要的商品批量地运输至仓库内，再根据平台上消费者的下单量，在仓库内进行一系列的分拣、包装、派送等一站式管理服务。与传统跨境物流相比，海外仓不管是在配送时间、订单跟踪、退换货等方面都能有效地满足消费者的需求，更好地促进跨境电商的发展。

2 跨境电商海外仓的主要模式

2.1 自建海外仓

自建海外仓是指由经济实力雄厚、信息化水平高、管理经验丰富的企业，在国外自行投资建设仓库、购买设备以及建立相关的信息系统。自建海外仓有利于跨境电商企业控制长期成本，提高库存周转率及时回收货款，便于物流管理保证物流的整体环节都在自己的掌控范围之内，更好地为消费者提供服务、树立品牌形象等，所以即便自建海外仓会涉及到法律、税收、选址、海关等等一系列复杂问题，但还是有很多有实力的卖家选择自建海外仓。据易创科技统计发现，目前月销50万—100万美元的大卖家55%有自建或计划自建海外仓储，月销100万美元以上的大卖家69%有自建或计划自建海外仓储，38%的受访卖家是在月销10万美元时就开始建仓。

2.2 租用第三方海外仓

租用第三方海外仓是指出口跨境电商企业与提供第三方海外仓储服务的跨境电商平台或物流企业签订租用协议，企业只需要将自己的商品运输到海外仓内并支付一定的费用，就能享受到的一站式配套服务模式，包括信息管理系统、整合物流、仓储、配送、分拣、分销等多项功能。企业就可以实现线上订单管理、支付、发货、结算等业务流程，这样既降低了企业卖家的操作难度同时还省去了自建海外仓的高额费用和隐形管理风险。如阿里集团旗下的国际电商平台——速卖通在2015年正式招募海外仓跨境电商卖家，并承诺为其提供一系列扶持措施来推进海外仓模式的发展。

2.3 企业合建公用海外仓

与企业合建海外仓主要有两种模式，一是本国几家跨境电商企业共同出资在目标市场国家建设公用海外仓，这种模式主要适用于有一定仓库管理经验，需要树立自己品牌形象，但资金实力并不能达到自建海外仓条件的企业。这种方式的优势在于企业建设海外仓的成本可以共担，同时也有利于学习合作方的经验；二是跨境电商企业与当地的第三方物流商合作建立海外仓，这种模式主要适用于资金及仓库管理经验有限且通用型的海外仓不能够满足该跨境电商企业个性化的需求，或者即使企业拥有一定的实力但是不想独自承担风险，他们就可能通过提出自己的理念与要求，并投入一定的设备和系统，与物流企业合作建仓。这种方式的优势主要在于企业既能满足自己的个性化需求，又能享受到物流企业带来的化服务，有利于本土化管理，避免了异地管理经营的一些麻烦。

3 跨境电商海外仓现存的主要问题

3.1 市场涉及地域广，存在政治、文化等差异

国际贸易本身容易受到出口

国的政治制度、经济基础、法律法规、贸易壁垒以及国家之间的政治利益关系的影响和制约，所以在建设海外仓的时候往往也会受到这些因素的影响。现阶段企业海外仓主要集中在美、德、英、日、澳等电子商务较为发达的国家，这些国家经济基础好、快递行业在这些国家发展相对成熟，对跨境海外仓有规范的管理，比起其他国家更有利于海外仓的建设和发展。在文化方面，国外员工对工作时间和私人时间分隔明确，不存在加班一说，所以在面对节日促销等活动时，可能会存在人员不够的风险。

3.2 缺乏的技术支持和管理人才

跨境电商企业将自己的货物从国内运送至海外仓进行存储，通过企业的库存管理系统下达操作指令，对海外仓进行科学化管理，将物流信息与平台信息进行集成同步一体化管理，实现平台业务与跨境物流的高效系统运营，对海外仓的商品库存进行实时管理，快速响应顾客订单提高消费者满意度，这就需要跨境电商企业拥有的物流信息管理系统。同时对系统的操作和海外仓管理方面需要的计算机人才和供应链管理人才。

3.3 费用成本高昂，企业资金压力大

海外仓的费用主要包括头程运费、仓储管理费用以及本地的配送费。头程费用一般是指货物从国内到海外仓库产生的运费；仓储管理费用是指商品存储在海外仓和仓库管理的费用，本地配送费用是指海外仓进行终端派送的本地物流费用。如在美国建设一个 3000 平方米左右的海外仓需投资上百万，其中人工成本就占据 30%-40%，若租用第三方海外仓，美国的仓库年租金一般为 30-50 美金 / 平方米。1000 平方米就是 3-5 万美金 / 年，一个工人每月基本薪水大约 3000 美金，一年 3.6 万美金，这些费用还不包括其他生活费和税费。

4 提高跨境电商海外仓发展的相关建议

4.1 政府完善相关法律法规，给予政策支持

为了更好地促进海外仓的发展，国家应该在财税、外汇支付等方面出台相关优惠政策以鼓励更多的企业尝试海外仓；健全关于跨境物流海外仓的相关法律法规，同时也可以创建相关的电子监测服务网站来规范海外仓的建设；政门可以鼓励金融机构设立相关金融衍生品来降低企业建设使用海外仓的风险；政府给予在“ ” 沿线建设海外仓的跨境电商出口企业更多优惠政策扶持的方式。

4.2 加强大数据分析，提高人才培养力度

为了更好地发挥海外仓的优势，国内的跨境电商企业应该更加注重物流信息系统的建设和运用。利用大数据进行市场分析和消费者购买行为分析，如消费者年龄段、收入水平、购买习惯、购买数量、消费平率等，从而可以更地预测市场的需求水平，提高海外仓的备货和补货能力，降低成本，加速资金周转；同时也可以通过大数据对企业的订单履行状况、物流成本表现、货物物流状况进行跟踪和改善，满足国外客户的购买体验。

4.3 面对清关较难的市场，利用边境仓

对于一些清关环节流程多、费用高昂、税收政策严格的国家，如俄罗斯虽然地域广阔人口众多，但是其本土快递业发展滞后、进口关税较高、物流网络布局集中等这些因素都不利于海外仓的建设。可以考虑采用边境仓，边境仓仍在我国境内，所以货物还在自己国家就不需要清关，而且本国的人力成本会相对较低。在接到顾客订单后，企业可以通过邮政包裹的方式将货物发送到国外，用邮政清关，保证了清关效率，也保障了货物的安全性。

4.4 充分发挥海外仓优势，开辟线下店途径

海外仓建设的终目的是为了让更多国外消费者像购买本国产品一样方便地购买他国产品，所以这就需要海外仓的管理能够实现本土化。这里的本土化不仅仅只包括语言、支付方式、习惯风俗等的本土化，还包括将海外的使用方式本土化，实现海外仓的“ OTO ” 线下体验模式，将线上的消费者带到线下商店去，在线支付线下的商品务，再到线下店内享受服务。充分利用海外仓的本土优势，为卖家开拓多种销售渠道，提高库存周转率，提升消费者体验。在这个全球经济一体化和网络经济的大时代下，跨境电商必将成为主流贸易模式之一，海外仓的发展必然能为跨境电商的发展打开一条新的通道，但是海外仓也不是的，只有与企业共同努力才能更好地助力于海外仓的发展。