

长沙到菲律宾COD电商专线小包

产品名称	长沙到菲律宾COD电商专线小包
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司销售部
价格	8.00/千克
规格参数	品牌:菲律宾COD物流 主营业务:菲律宾COD小包一件代发 服务:菲律宾COD海外一件代发
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	13144994944 13144994944

产品详情

针对跨境进口 B2C 电商的两种库存模式，应采取不同的库存管理方法。保税模式下，应用 ABC 分类法对平台交易的商品按特征（物理特征、价值特征、供应特征、需求特征等）进行分类，并对不同品类的物品采用不同的库存管理策略。直邮模式下，将传统直邮与海外仓模式进行融合，基于供应链管理思想，与供应商建立合作关系，采用“供应商—平台运营商 VMI”运作模式，并选择一家化程度较高的“第三方物流企业”来管理 VMI HUB 或仓库。跨境电子商务是电子商务发展成熟的结果，是电子商务向细分市场演进的产物。跨境物流严重制约了跨境电商的发展，因此，对于跨境物流的研究具有重大的现实意义。

近年来，理论界也不乏对跨境电商物流的研究。借助生态系统相关理论，从不同视角揭示了跨境电商与跨境物流之间的协同机理。总结出了跨境电商环境下的五种国际物流模式。则进一步对五种模式进行分析，构建了进口 B2C 电商物流模式选择的评价指标体系。分析了“一带一路”战略背景下我国海外仓建设的必要性。分析了跨境电商“海外仓”的风险，并针对性地提出了对策和建议。则从海外仓的建设主体出发，提出了第三方物流公司的跨境供应链整合。

二、基于 ABC 分类法的保税模式库存管理保税模式是自营型跨境进口电商目前主要采用的物流模式。保税模式可以实现批量采购，以获得采购价格的优惠；在清关政策上，可以带来物流成本的降低。然而，该模式的大优势还是在于用户体验好，一是可以通过保税区的库存有效缩短从下单到收货的时间，二是方便消费者的退换货。针对三类商品应采用不同的库存管理策略。对于重量体积较大、资金占用多、采购难度大、需求具有少量且个性化特征的 A 类商品，如高价值品、专项产品、进口食品，应采取经济的办法，实行重点管理，定时定量供应，严格控制库存。对于重量体积较小、资金占用少、采购难度小、需求稳定且需求量大的 C 类商品，如平价美妆产品，应采取简便方法管理，固定定货量。B 类物品是指处于上述二者之间的物品，应采用一般控制、定期定货、批量供应的方法。

三、基于供应商管理库存（VMI

）的直邮模式库存管理直邮模式是平台型跨境进口电商目前主要采用的物流模式，其业务流程如图 2 所示。直邮模式在入境时便需要清关，但不用全部报关，海关会对商品进行抽查。因此，该模式的大优势

在于对品类没有限制，无须等待资金回流。但是，直邮模式给电商平台企业带来如下挑战：一是从下单到收货的时间较长，二是质量缺乏保证，三是丢包率高且服务质量差，这会造成很差的用户体验。另外，国外较高的人工成本也会给平台企业造成较高的物流成本。

四、因此，从国内平台经营者的角度出发，将传统直邮与海外仓模式进行融合，基于供应链管理思想，与供应商建立合作关系，采用“供应商—平台运营商 VMI”运作模式。卖家在销售目的地（中国）进行货物仓储、分拣、包装和派送的一站式控制与管理服务。具体包括头程运输、仓储管理和本地配送三个部分。头程运输，即境外商家通过海运、空运、陆运或者联运将商品运送至中国仓库。仓储管理，即境外商家通过物流信息系统，远程操作海外仓储货物，实时管理库存。本地配送，即中国境内仓储中心根据订单信息，通过中国当地邮政或快递将商品配送给客户。这种模式解决了传统直邮模式的缺点，但也存在一定的局限性。

一是产品选择问题，不是任何产品都适用于该模式，好是库存周转快的热销单品，否则极易压货。

二是信任问题，这种合作需要一定的信任，否则就会失败。

三是技术问题，只有采用先进的信息技术，才能保证数据传递的及时性和准确性，而这些技术往往价格昂贵。四是存货所有权问题，由于双方的寄售关系，供应商拥有库存直到货物被售出。因此，本文提出，可以选择一家化程度较高的“第三方物流企业”，充分发挥其特点与优势来管理 VMIHUB或仓库。基于以上分析和研究，在保税模式下，应用 ABC分类法对商品进行分类，并采用不同的库存管理方法。在直邮模式下，将传统直邮与海外仓模式进行融合，采用“供应商—平台运营商 VMI”运作模式，并选择化程度较高的“第三方物流企业”来管理 VMIHUB或仓库。

随着信息时代的到来以及我国市场经济的进一步发展，跨境贸易已经成为一种新的交易潮流。世界各地产品的涌入，丰富了我国人民的生活，但同时也带来了许多新的问题。跨境电商物流受到经济、政治等多重因素影响。跨境电商想要摆脱物流困境，就要通过实现政策的调整及引导、建立海外仓库、展开直接贸易等多种形式，推动我国跨境电商物流网络的建立。随着我国开放水平的提升以及市场经济的发展，跨境电商业务有声有色地开展起来。

然而在跨境电商业务中，物流愈发突出地成为一个阻力。在这种情况下，如何推动跨境电商物流的发展，成为时代摆在我们面前的问题，需要我们做出探究。本文即针对跨境电商问题进行探讨，进而做出策略性思考。

2 中国跨境电商物流面临的困境

2.1 物流成本高跨境电子商务在展开过程中，首先就面临着物流成本高的问题。在商品流动的过程中，有时可能会途径多个国家、产生多次中转，在这个过程中，不仅要缴纳相关国家的关税，还会在流转中不断产生一些运输费用等，这些因素都导致物流成本偏高。加之一些地区会借助于高昂的关税，对本国商品进行贸易保护主义，这些因素综合作用下，跨境电商物流成本可想而知。

2.2 运输周期长、风险大在运输过程中，许多商品的流通需要经过多个国家，历时较长时间，在这个过程中，实际上是存在着诸多风险的。汇率风险，在运输过程中，如果销售国的汇率一直下降，很可能导致出现消费者月初付款买下的商品，当月末商品到达时，付出的钱已经不够支付商品的了。较长的周期还意味着要经过很多国家，而每个国家不同的发展情况下，没有人能确定即将发生什么，在哪里会被卡住。长流程增加了物品破损的风险，同时也有可能因为没有按期到达，或是因为消费者没有耐心继续等待而进行退款申请。此时货物已经在路上，一旦退款，退回的运费可能会比商品本身的费用还高。

2.3 商品购买后售后无法得到保障在商品购买之后，售后问题也是无法得到保障的。商品从一个国家出发，到达另一个国家的过程中要途径多次中转，这是一个漫长的等待过程，在这个过程中，商品是有可能发生损坏的。而当商品到达我们手中，如果出现问题就要面临着退换货的问题，然而这个过程所要付出

的物流成本会相当高，也正因此，许多人购买了海外商品后无法进行维修。

2.4 商品流通中受到途径国家政