

成都到中国台湾COD电商小包

产品名称	成都到中国台湾COD电商小包
公司名称	一三玖跨境物流供应链（深圳）有限公司
价格	16.00/千克
规格参数	品牌:一件代发 型号:代收货款 产地:COD小包
公司地址	宝安区沙井街道马鞍山鞍胜路35号
联系电话	16675547693

产品详情

“一带一路”沿线国家跨境电商物流发展面临的挑战物流费用高。跨境电商物流涉及的环节繁琐，其中包括国内外的物流、海关、运输等，物流的产业链过长，环节过复杂，加大了物流的成本。特别是商检和海关这两个环节，高风险与高难度，致使物流的成本增加到更多。运输时间长。跨境物流的运输效率不高且周期长，加之在清关和商检的耗时更长，这就使得运输的时间更加长。不能有效的解决售后服务问题。运输路线长、面广、环节复杂是跨境电商物流运输的特点，通常会在某个节点出现一系列的问题，如：货物质量出现问题、货物丢失、配送地址有误等，必然引起退换货的售后问题。跨境电商物流环节所涉及的国内外物流环节繁琐、程序繁多，势必延长了退货的时间，也就不能有效的处理售后服务的问题。通关时间长、效率低。跨境电商涉及多个国家间的贸易，拥有复杂的交易流程与物流过程。其中所关系到运作时间长、手续复杂的流程有通关、报关、报检等，这就导致电子商务的在运作的时候较复杂。除此之外，跨境电商物流通道的基础设施建设滞后，产品类别受限制，支付体系困境，缺乏综合性人才，灰色身份的问题，这些也都是跨境物流所面临的挑战。“一带一路”沿线国家跨境电商物流的科学发展研究综合运用多种运输方式。坚持扩大开放、规模效益的原则，促进“一带一路”沿线国家跨境电商物流大通道基础设施的建设，把交通网络建设逐步完善，并使得国际间的公路、铁路、航空、信息服务功能进步综合提升，促使全程运输协调机制能够处于统一的立场，在共同的努力下把与电商物流相连接的网络体系建设的更加顺畅，释放合作效益。建设跨境电商物流海外仓库。建设跨境电商物流海外仓库对于物流企业、跨境电商和消费者都有着诸多的益处，首先，于物流成本上，批量运输的货物可以有规模效益，降低了物流成本；其次，于退换货问题上，可以节省二次清关、商检等环节，从而节约了物流成本；

B2C 跨境电商物流服务能力评价研究

B2C 跨境电商物流服务能力的构成要素，从 B2C 跨境电商企业的视角，以承担跨境物流业务的第三方物流企业为评价对象，以物流服务能力为评价内容，建立评价指标体系，包括 5 个一级指标和 17 个二级指标，为

B2C跨境电商企业正确选择物流服务供应商提供科学依据，也为跨境物流企业发现自身短板并持续改进。

在经济全球化的背景下，伴随着移动互联等信息技术的飞速发展，跨境电商正在颠覆传统的对外贸易模式，现已发展成为我国新的经济增长点。新部门数据显示，2016年中国跨境电商(含B2C及B2B)整体交易规模达到6.3万亿元，同比增长23.5%。预计到2020年，中国跨境电商交易规模将达到12万亿元，其中B2C跨境电商交易额将超过3.6万亿元，年均增幅约37%。跨境电商行业的蓬勃发展离不开强有力的物流支撑，物流服务能力与跨境电商客户满意度紧密相关，它直接影响着跨境电商企业的经营业绩。正确评价物流服务能力是提升物流服务能力水平的关键，对确保客户满意具有重要的现实意义。从相关研究文献来看，国内外学者在跨境电商和物流服务能力方面有较多的研究成果，但针对B2C跨境电商这个细分领域，对物流服务能力评价展开研究的很少。

考虑到B2C跨境电商客户对物流服务多层次、个性化的需求特点，文章将从B2C跨境电商企业的视角，以承担跨境物流业务的第三方物流企业为评价对象，以物流服务能力为评价内容展开研究，建立一套科学合理的评价指标体系，为B2C跨境电商企业正确选择物流服务供应商提供科学依据，也为跨境物流企业发现自身短板持续改进提供参考。

2 B2C
跨境电商物流服务能力的内涵及构成要素关于物流服务能力，国外学者 Donald J. Bowersox 和 David J. Closs (1998 年)认为，物流服务能力是对物流企业能否在尽可能低的总成本下提供有竞争优势的客户服务的一种相对评估。我国学者马士华和孟庆鑫(2005 年)从供应链层面提出物流服务能力是指某特定的物流系统，从接受客户需求、处理订单、分拣货物、运输到交付给客户的全过程中，在响应速度、物流成本、订单完成准时性和订单交付可靠性等方面的综合反映。

认为 B2C 跨境电商物流服务能力是指将商品从跨境电商企业指定的地点，以合适的方式、合理的成本、在承诺的时间范围内保质保量地、全程可视可控地送达至境外终端消费者的全过程中，为交易各方创造价值所具备的条件总和。关于物流服务能力的构成要素，早在 1995 年密歇根州立大学全球物流研究团队站在整个供应链的高度，从全球视角，提出物流服务能力的构成要素包括四个方面:配置能力、一体化能力、敏捷能力和衡量能力。我国学者汪义军(2013 年)从电子商务视角提出物流服务能力包括:物流运营能力、市场能力、信息能力和管理能力。文章认为 B2C跨境电商物流服务能力构成要素包括以下五个方面:质量保障能力、快速响应能力、成本控制能力、增值服务能力及信息管理能力。为了能够客观准确衡量 B2C 跨境电商物流服务能力水平需要从这五个要素方面设立评价指标，制定评价方法，形成一套科学的评价体系。

一、跨境电商物流对跨境外贸电子商务的意义随着跨境电子商务的快速发展，越来越多的 B2C 卖家纷纷加入跨境外贸电子商务的行列。外贸电商企业通过各类跨境电子商务平台完成在线销售。小额跨境外贸电子商务的发展大大推动了跨境物流体系的发展，跨境外贸电商平台纷纷与跨境物流公司合作，整合物流资源，支持多种物流运输方式。例如，速卖通平台可以支持的快递有：EMS、FEDEX、UPS、顺丰、TNT、DHL、国际 e 邮宝、DHL Global Mail；支持的邮政小包有：中国邮政航空包裹盒、香港邮政航空包裹。一笔交易的完成快的需要 3 天，通常需要 7-14 天。由于物流体系的不断完善，全球货物的运输可以实现快捷的门到门的服务。传统大宗外贸货物出口主要通过集装箱运输实现货物的运输，运输成本相对较低，但具有运输时间长的缺点。与传统大宗外贸出口贸易不同，跨境外贸电商由于订单金额小、频率高、周期短，所以要求新的物流体系具有快捷、安全、方便的特点。

二、B2C 跨境电子商务环境下，海外买家对跨境外贸电商的要求也在不断提高，面对激烈的竞争压力，外贸电商企业也开始从价格策略转向产品质量和服务提升策略，关注买家的购买体验。跨境物流的时间长短、成本高低、货物跟踪情况、信息反馈、货物安全、物流服务等都是影响买家购买体验的重要因素，所以跨境物流已成为决定跨境外贸电商企业成败的重要因素。跨境外贸电商企业只有提升跨境物流能力，加速销售链的循环速度，加快资金回笼，才能提高企业利润。B2C 和 B2B 相比较而言，B2C 交易订单金额小，频率高，运量小，运输成本相对较高，消费者对货物配送时间要求较高。跨境物流是 B2C 跨境电子商务产业链中的关键环节。但随着 B2C 跨境电子商务迅速发展，现有的物流模式无法很好满足中小企业的业务的实际需要，主要表现在物流的时间长、投递的时效不稳定、物流成本高、缺乏资源整合等问题。因此，分析 B2C 跨境外贸电子商务的不同物流配送模式的特点，中小企根据自身外贸业务的需求，考虑各种跨境电商物流模式的优缺点合理进行选择，对提升外贸企业的出口竞争力具有十分重要的意义。

三、跨境外贸电商 B2C 物流模式分析目前，跨境外贸 B2C

电子商务有四种物流模式：国际小包、国际快递、海外仓储和聚集后规模化运输。

1.国际小包国际小包主要包括：中国邮政小包、香港邮政小包和新加坡邮政小包等。国际小包还分为普通空邮（Normal Air Mail，非挂号）和挂号（Registered AirMail）两种。普通邮寄费率较低，不提供跟踪查询服务，挂号邮寄费率稍高，可提供网上跟踪查询服务。其中以香港邮政小包受欢迎，时效为稳定，售后查询规范，但价格偏高。中国邮政小包价格较低，但大部分国家时效不稳定，售后查询周期偏长，丢件基本没有赔偿。

2.国际商业快递第三方物流快递巨头，如 TNT、UPS、DHL 和 FEDEX

等，特点是运送速度快，货物配送全球通常只要3-5 个工作日，安全性和服务质量高，占据了我国绝大多数的市场份额。他们采取的是折扣式的定价机制——不同卖家能够获得不同程度的优惠。对零散客户，报价较高。但对大的外贸电商平台都会提供较大的折扣，尤其是能集中发货的，可达到 1.5-2 折，甚至更低。

3.海外仓储海外仓储是第三方跨境外贸电商平台、国际物流公司独立或共同为卖家在目标市场所在国提供存储仓库，在买家下订单之前把货物以海运、空运或快递的方式运至海外仓库。卖家接到国外买家的订单后，货物可以从当地存储仓库直接配送，安全及时送达买家。海外仓储条件下，由于货物提前运输至海外仓库，所以不存在货物配送旺季的运输压力，还可以选择运输成本较低的海运运输方式，能够有效降低物流成本。在买家所在国进行配送，缩短配送时间，大大提高买家的购买满意度，有利于外贸企业拓展国际市场。海外仓储是新兴的物流配送模式，但其发展速度很快。目前海外仓储服务的模式大致分为三类:多数卖家采用第三方跨境外贸电商平台与国际物流公司合作提供一站式物流服务;部分卖家未通过平台联系物流，而是单独与国际物流公司合作海外仓储业务；部分实力强、规模大的卖家在国外建立自己的仓库。