深圳龙岗直达匈牙利跨境COD物流/欧洲COD/IOSS正清

产品名称	深圳龙岗直达匈牙利跨境COD物流/欧洲COD/IOSS正清
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:欧洲电商COD快递 主营业务:欧洲COD物流 主营业务:欧洲海外仓一件代发
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

森鸿物流成立于2014年12月25日，是专业从事美森快船、空运、海运、物流、专线与FBA头程等相关货运代理服务的企业。公司经历6年的持续发展后，陆续在深圳、绍兴、宁波、郑州等全国各地设立了分公司与仓库；目前公司员工人数近200人，可发货至超100个大小国家。与世界物流(DHL、UPS)长期合作为客户提供安全、便捷、放心的货运代理服务。

跨境电商物流业务模式分析从业务模式分析，现有跨境电商物流业务主要分为以下三种类型:BBC 保税仓进口业务、B2C 直邮业务以及 B2C 出口业务等。

解决跨境电子商务物流问题的对策建议

3.1 建立物流服务能力评估体系要想对跨境电商物流企业的物流服务质量作出比较的评价，就要建立多指标的评估体系。因为许多指标在进行评估的过程中都是不确定的，所以可以采取模糊综合评估法，从而在整体的角度上对跨境物流的服务水平进行评估。
评价指标是否完善，以及评价指标权重的选取是否合理，都会对物流服务水平的评估产生极大的影响。

3.2 在跨境电子商务环境下培养物流人才跨境电子商务研究中心常务副主任王汝林认为，在跨境电子商务环境下为紧要的就是培养物流人才。我国各大院校必须打破当今的物流人才体系，要求学生不仅要完成教育，还要到相关岗位上接受的培训，
这样才能培养出既拥有丰富的理论知识，又具有动手能力与实践能力的物流人才。

3.3 建立电子商务企业的物流战略联盟建立电子商务企业的物流战略联盟，可以整合来自各个国家不同跨境电子商务企业的资源，共享物流信息，建立跨境电子商务物流运输网络，建立全程运输协调机制，优化跨境电子商务物流的发展环境，提高规模效益，终推动跨境电子商务物流的进步。

3.4 选择第三方物流企业提供的物流服务跨境电商这个极大的市场被几大巨头瓜分了大部分后，越来越多

的中小跨境电商平台涌现出来。中小跨境电商平台的主要精力必须放在产品销售和客户维护上，没有足够的资金、时间和能力来搭建自己的物流体系，只能借助第三方物流企业。此时，能够为中小平台提供综合服务的第三方物流企业就将成为“抢手货”。3.5
完善物流基础设施建设及加强信息技术的应用为了加强信息技术在跨境电子商务物流中的应用，
应推动大数据、云计算、物联网、移动互联、二维码、 RFID
、智能分拣系统、物流优化和导航集成系统等新兴信息技术和装备在电子商务物流领域的应用。3.6 完善跨境电子商务物流的法律机制及政策跨境电子商务与跨境电子商务物流只有置身于良好完善的法律环境中才能得到健康快速的发展。
我国跨境电子商务正在迅速地成长，相关的法律法规也必将随之成为无法替代的一部分。

随着消费者消费能力以及对商品品质要求的不断提高，跨境购买意识也在迅速觉醒，近几年跨境电商迎来了迅速发展。据电子商务研究中心监测数据，2017年跨境电商整体交易规模(含零售及B2B)达7.6万亿元，2018年这一数据有望进一步增加至9万亿元。跨境电商的迅速发展显然能够带来巨大发展机遇，但与此同时，跨境电商对物流的要求也在不断提高。从消费者的角度来看，希望运费低、时效快、服务好；从卖家角度来看，其诉求则集中体现为通关稳定、成本低、速度快、追踪方便、服务好等。随着物流单量的不断增加，这些需求表现得更加迫切。这也意味着，快速发展的跨境电商对物流中心的系统化、精益化管理和快速准确出货要求越来越高。就目前行业现状来看，无论在保税备货，还是集货直邮，还是跨境出口等模式下，跨境电商物流中心都是制约跨境电商发展的瓶颈。众所周知，电商物流是为复杂的物流作业场景之一，跨境电商物流面临的特殊性显然更多。

首先，跨境电商物流参与方多、供应链条长、管理难度大，需要在海关等部门监管下运作等等；其次，虽然跨境电商SKU数量远不及境内电商，但产品价值普遍较高，销售渠道受政策限制，这也意味着对资金的占用较大，如果货物长期积压会增大企业资金链的压力，因此跨境电商物流需要更注重动销率、物流时效和产品溯源。然而，由于我国跨境电商物流起步较晚，在应对快速增长的跨境电商需求方面显得困难重重。

具体到跨境电商物流中心而言，大部分现有设施属于传统物流中心，自动化程度不高，物流作业（尤其是拣货）以人工为主；同时物流信息化程度较低，信息系统相对匮乏，使得库存管理混乱，拣货效率较低，错误率相对偏高；此外，保税仓储资源也较为稀缺，特别是在电商大促等业务高峰期，爆仓等乱象时有发生。因此，一个好的跨境电商物流中心，需要逐步完善“四化”建设，即智能化、集约化、可视化、机动化。特别是随着人工成本不断升高，智能化仓库的改造成为跨境电商发展的首要要求。即尽可能地实现机器代人，实现对大量信息和数据进行分析和管理，精益管理各细节；集约化，即充分利用现有资源的基础上，更集中合理地运用现代管理与技术，充分发挥人力资源的积极效应，以提高工作效益和效率；可视化，即通过系统可实时并地监控物流中心运营的各个环节，实现的现场管理，充分调配仓储资源；机动化，即通过柔性物流机器人的使用来提率控制成本，相较于人来说机器人也更机动和更容易管理。对于跨境贸易服务商来说，核心的一环就是综合服务能力，并在此基础上为产业拓展海外渠道，灵活定制、智能并满足客户的特殊需求是考验服务商能力的关键指标。跨国运输的时效性及可靠性是影响客户体验的关键因素，所以作业和附加服务（如海外线上线下渠道对接、跨境贸易综合服务平台对接海关、电商平台、支付、物流、供应链金融、社会关系维护、集中退税、一单到底、阳光清关等）是跨境电商物流中心竞争优势的核心所在。费舍尔致力于成为的产业带跨境新零售综合服务商，构建跨境贸易生态圈服务体系。一方面专注为海外品牌进入市场提供平台对接、报关报检、第三方仓储物流等服务；另一方面专注为“制造”提供一站式的品牌出海解决方案（如中巴跨境产业联盟、货源分销平台“盼盼出海”、跨境进出口智能终端机、线上对接海外大平台、线下对接海外B2B经销商等）。在服务创新方面，一直走在行业发展的前端，从“39天建仓”的系统集成服务到跨境贸易综合服务，后又借助费舍尔在“一带一路”东南亚国家的资源优势深挖国外市场，在完善对跨境电商客户的基本仓储、通关服务的同时，帮助企业开拓销售渠道并提供供应链金融服务，让跨境贸易生态圈形成一个闭环，实现企业间的互联互通，合作共赢，共建跨境新零售产业生态共同体。

3．1跨境电商BBC保税仓进口业务服务模式:跨境电商BBC
保税进口业务是基于保税区备货模式，采取“整批入区，B2C
快件缴纳行邮税出区”的方式，为广大电商企业提供:海外仓集货－进口运输(空运、海运、中港陆运)－保税区仓储管理－分拣、包装、贴标等服务－关务数据交换－电子清关－境内派送等一站式VIP全程无忧服务。整个过程以行邮税形式清关，降低环节综合成本，实现当日清关当日发货，提升物流时效，阳光、正规操作，保证货物流通的安全、可靠、，有效提升终端消费者的客户体验，提高电商平台及商家的竞争力。

4．2跨境电商B2C直邮业务服务模式:B2C，客户在经营进口商品的电商平台下单后，中远物流根据订单从国外采购商处收货，以快速低廉的运输方式运输至国内，清关后，快递至客户手中，电商企业无备、仓储等货资金压力，时效性也可得到保障。

3．3跨境电商B2C出口业务服务模式:海外客户在经营出口商品的电商平台下单后，中远物流根据订单从国内采购商处收货，在海关处进行报关等操作后放行，以快速低廉的运输方式运输至国外，派送至国外客户手中。在以后的跨境电商物流业务发展中，还有可能发展出一些新的业务模式。

4跨境电商物流信息化特点分析

4．1跨境电商业务模式尚未定型、变化快跨境电商处于发展的初级阶段。从2012年12
月，海关总署在郑州召开跨境贸易电子商务服务试点工作启动部署会开始，期间经历了2013
年的试点观望、2014年的井喷、2015年的千团大战的局面。跨境电商作为一个新生的产业模式，经历着不断的变化和发展。跨境政策的变化:尚未建立针对跨境电子商务的法律、法规体系，在监管、结汇、税收等方面没有统一、稳定的适用制度保障。海关、国检等监管部门也一直处于完善过程，在行邮税方式、支付方式、跨境业务模式等各方面都在做不断的调整。业务模式的变化:目前跨境业务三种主流的业务模式，即:跨境电商BBC保税仓进口、跨境电商B2C直邮、跨境电商B2C
出口业务。但因为政策原因，各试点口岸目前主要业务还是集中在跨境电商BBC保税仓进口模式为主。相信随着国家各项政策的支持和完善，势必会出现三种模式占比的变化，甚至出现其他跨境业务模式。试点口岸的变化:目前跨境电子商务进口试点城市已有7个:上海、重庆、杭州、宁波、郑州、广州及深圳。但是据悉有很多个城市已经向海关总署提出了申请试点城市的要求。各电商平台的变化:从初的海淘、代购，到跨境试点期间出现各种小的跨境电商的参与，乃至后来出现了的垂直电商，发展到如今的京东、网易国内电商巨头的强势介入，国外等开发跨境市场。参与跨境业务的电商及各自的平台也在发生着天翻地覆的变化。由于整个跨境业务模式尚未定型，势必导致业务需求会出现比较大的变化，这种变化可能是局部的操作流程上的变化，但是也有可能是整个业务模式和业态的颠覆，这对配套信息系统的规划和建设是一个巨大的难度。4．2跨境电商业务模式和环境各地差大从跨境业务发展现状而言，目前各个地方的配套政策都不一致，允许开展的跨境业务类型也存在很大的区别，直接影响了各地电商业务的发展。因为这种大的环境，作为与之配套的仓储物流行业，能够介入的跨境业务的环节、深度、广度在每个城市都不一样，因此势必导致了业务形态和需求的不一致。另外、每个地方的跨境公共平台的发展模式都有各自的特点，包括平台的、报文的整体传输布局、传输报文的类型方式等。由于目前阶段各地存在较大的差异，因此在做现阶段配套系统规划时，务必因地制宜，根据需求选配模块和功能，在实施时满足各地的个性化需求。

5．3跨境电商业务在时间需求方面非常迫切目前阶段，跨境电商仓储属于稀缺资源，监管部门在审批时要求非常高，给予系统对接的时间很短。同时整个跨境电商的业务形态也在快速复制和增长，业务如能够抢得先机将带来更大的利润。因此一般会对系统上线时间提出较高要求，希望早部署、早对接、早上线。上述这些特点综合起来，我们会发现跨境电商物流信息化面临的不是某个产品功能问题，不是某种技术架构问题，更关键的是供应商的服务能力问题，包括随需应变的能力、高速响应的能力、适应环境的能力等等。

5跨境电商是当前经济领域的一片蓝海，物流则是该业务的核心组成部分。在跨境电商物流发展的过程中，信息化起着的核心作用。从本文的分析来看，跨境电商物流的信息化和普通物流的信息化相比，其功能大多类似，在电子数据交换方面要求更高，在仓储的性能方面要求更高，但更关键的是对供应商的应

变能力、服务能力和相应能力要求更高了。本文就跨境电商物流信息化的情况进行了一些简单的分析论述，希望对促进跨境电商物流信息化的发展能够起到积极作用。

相关风险防范措施

针对以上所列举的部分合作风险问题，我们必须采取有效的

应对措施，才能提高企业与第三方物流供应商的合作。

2.1 形成物流供应商自主管理机制

通过与多家物流供应商合作，避免少见物流供应商合作带来的高风险，通过与多家物流供应商合作，加强物流供应商之间的竞争合作，从而促进物流供应商自身加强管理。通过物流供应商之间的竞争，选择较优管理物流供应商给予合作奖励机制，通过物流供应商自身的管理实现对合作物流供应商的管理控制。

2.2 建立第三方物流管理信息交换平台

企业与第三方物流供应商之间的信息交流关系到彼此之间的合作质量，只有企业之间实现信息的透明才能避免一些不必要的信息传递带来的错误。可以建立电子信息物流信息交换平台，实现合作企业双方之间信息的跟踪管理，及时反馈合作中的信息失误等。

2.3 建立合作共识，树立双赢

在合作之前必须建立一个完善的合作共识，在同一共识下树立双赢的合作观念：

(1)树立长远的合作共识，不仅仅注重眼前利益，而是达成长远的战略合作，谋求长远的发展。

(2)将物流服务当作企业优势来发挥，将物流视为改善服务管理的重要条件，而不是只把物流服务看做是企业的成本。将物流服务看作是提高客户满意度、提高企业灵活服务的措施，使物流服务称为企业**竞争力之一。

(3)共同**具体的合作措施，确定各自的工作职责。将服务

方案主要**工作交给物流供应商，建立具体的企业对接流程。具体合作细节共同协商**，实施的过程由物流供应商自主监督。对于出现的漏洞问题在合作共识下解决。

在合作共识下，树立双赢的目标，合作双方一起解决。在合作中双方尽量避免一些物流合作潜在风险。只有在合作双赢的前提下，才能够长久地建立良好的合作关系，物流供应商与企业之间的合作关系是互相依存的，良好的合作使双方受益。任何一方的良好表现都能够使对方也受益；同时任何一方不良的表现都会影响对方业务的发展。因此应该以共赢的合作为目标，将各自的管理责任做好。对于企业在选择物流供应商时，应该考虑的是一个长远的利益，物流供应商是否与企业长期的战略思想相符合，而自身的业务也是否有利于物流供应商的长期合作发展。

合作双方是否能够达到真正的双赢，还要看合作过程中的配合合作。合作中必须做到在执行的过程中信息透明，信息传递快，共同担当风险，为双方获得更多的利益着想。在合作中会遇到一些市场的变化，由环境因素或者其他因素导致一方的利益受损。双方只有在合作共赢的前提下灵活改变应对措施，以保障合作共同的利益。例如物流成本购买方和提供方签订了一定的单笔交易服务费用比率，而由于市场环境的变化，导致成本的上涨，物流供应商的如果按照原有的服务费用比率会导致利益受损，不利于发展。这个时候也应该本着共赢的目标根据市场做出合理的调整，追求双方长期的合作，而不是只顾一方的利益。如果物流购买方坚持以原来的协议为主，物流供应商在服务中出现亏损，势必影响整个合作的进

行，从而出现服务质量等更多不良因素。

深圳市森鸿物流集团有限公司，是跨境电商综合物流服务平台，创办于2010年（前身飞雅鸿成立于2005年），森鸿物流营运平台，优化电商物流渠道，对接各物流联盟组织、海外优质资源以及各大外贸电子商务平台，提出“ 品牌化、规范化、信息化 ”科技物流管理，为跨境电商和外贸电商量身定制更便捷、低成本、高专业、的一站式综合物流解决方案，为客户提供优质的服务体验，帮助客户得到消费者好评，致力为优质商品普遍而努力！

(根据用户需求，日日顺物流为用户提供除甲醛解决方案)而当个人物流浪潮到来之时，物流行业便展现出个人场景特征。其不仅要求物流完好无损、准时送达，更追求个性化场景定制、用户场景体验一次性满足、体验迭代持续升级等三大方向。再观日日顺物流探索的场景物流模式，其实就是在用户体验方面不断迭代，以实现体验和用户价值。在本次双十一期间，日日顺物流首先推出了零货损坏了就赔的品质服务承诺，保证物流服务更有温度。同时，邮件处理单价也从改造前的.299元/件压降至.21元/件，处理能力从5.5万件/日提升到25万件/日。此外，红发分拨中心也进行了相应的技改工作，生产处理能力从25万件/日提升至6万件/日。矩阵加持小件分拣过去，散件化处理卸车慢、分拣难，对员工业务能力要求较高，如今，矩阵+小件分拣的工艺流程操作简捷、流畅，上手快，既有效提升了处理能力，也减轻了员工的劳动强度，为旺季生产平稳运行提供了有力保障。月27日，小米集团公布219年第三季度业绩报告。报告显示，小米集团219年第三季度总收入537亿元，同比增长5.5%，是小米创办以来总营收的季度；经调整后净利润为35亿元，同比增长2.3%，大超市场预期。不过，这个季度小米智能手机销量和收入出现了同比下滑。报告期内，第三季度小米智能手机部分的收入达到人民币323亿元，同比减少7.8%；年第三季度智能手机销量达到321万部，去年同期销量为333万部；毛利率达到9.%，实现连续两个季度的环比增长（从219年Q1的3.3%、Q2的8.1%，增长至Q3的9.%）。漠河以北9多公里外的北极村，是*北的边陲小镇，因其纬度高，素有不夜城之称，是全国观赏北极光和白夜胜景的观测点。全村两百多户农户，不足千人。月就已经银装素裹，*冷的时候约有零下5多度。足不出户收快递，成为当地人冬日的一桩美事。月11日晚，北极村电子产品爱好者高威，收到了天天快递送来的，双十一零点抢的5G手机。从下单到签收，全程不到2个小时，成为了全村的骄傲。高威说，我必须是俺们村里个用5G手机的，这样才有面儿。