

深圳到欧洲COD物流/IOSS正清

产品名称	深圳到欧洲COD物流/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	主营产品:欧洲COD时效快签收高 主营产品:欧洲COD一件代发 主营产品:欧洲COD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

跨境电子商务物流必须了解的基础知识有哪些?想必了解过跨境电商的人都知道,跨境电子商务物流是其中必不可少的一环,非常地重要,它能影响到跨境电商的服务、成本、竞争力甚至是销量。因此,如果想要做跨境电商,除了学会运营产品与店铺之外,还必须得了解一些关于跨境电子商务的基础知识。

那么跨境电子商务物流必须了解的基础知识有哪些?首先,我们需要知道有哪些主流的物流方式,然后各物流方式有哪些特点、优势,如何选择实惠自己的物流方式。除此之外,了解一些物流渠道的专业属于,如双清包税、一旦到底等词,更有利于自己对物流的理解。

跨境电子商务物流必须了解的基础知识

一、物流方式有哪些?

当前注意的物流方式包括:快递、EMS、专线、小包、海运这五种,它们各具特点、优势,拥有显著的劣势,针对性使用,才能避免选择错误的渠道。

跨境电子商务物流

1、快递

快递的注意特点是时效快、稳定性好、安全性高,相比于邮政渠道,丢件率及低,货物跟踪更详细。在邮寄范围上,快递通邮范围广、邮寄货物种类丰富、体积和种类限制小,可承接多种敏感货。

快递的缺点：价格贵、收费项目多，有首重、续重概念、有燃油附加费、偏远费、超重费、超长费等等。

2、EMS

EMS，是****邮政开设的一款优质产品，在****、海关均有优先处理的权利，主要优势有派送范围广、无偏远地区附加费，不计体积重仅按实重计算重量，邮政系统清关，清关快捷、清关能力强，如果包裹不能妥投可以免费退回。

EMS的缺点：价格贵，运价与快递相差不多，时效稳定性差，有时很快能抵达目的国，有时则比较慢。限制大，包括重量限制、体积限制、邮寄物品种类限制，邮寄限制多。

3、专线

专线，是开设的一对一国家与地区、国家与国家之间的运输路线，专线的优势在于运价低廉、时效快捷，可针对性目的国提供较为优质的物流服务，如中欧专线提供双清包税。

专线的缺点：由于资源较少，时效稳定性差，旺季比较容易排仓。安全性低，没有详细的跟踪妥投信息。

4、小包

小包，是各国邮政旗下开设的针对小货的物品，可分为中邮邮政小包、外邮邮政小包。中邮邮政小包的主要特点是运价低廉、通邮范围广泛，外邮小包的特点是运价较贵，时效较快，服务更好。

中邮小包的缺点：安全性低、丢件率高，跟踪信息不完善，且难以获得赔偿。

外邮小包的缺点：通邮范围小、运价较贵，货物需中转。

5、海运

海运，是以海运船舶作为运载工具，运输时间较长、运价较低，通邮范围小。通常用来大批量备货至FB A、海外仓的卖家使用。

海运的缺点：主要缺点就是时间长，可分为头程和，末端派送，通常抵达欧美地区国家，一趟下来需要3月左右的时间。

跨境电子商务企业是贸易化、经济一体化的重要参与者，对于拓宽市场，促进多边经贸合作，优化资源配置具有深远的影响。面对日益激烈的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 基于互联网销售渠道及服务发展起来的跨境电商推动了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货时间和服务的优质，更增加了企业经营成本。

二、YDL跨境电商成本构成及问题分析

天津YDL电子商务有限公司成立于2014年12月，是一家致力于跨境出口电商的高新技术企业，为消费者提供一个基于互联网的整合供应链。YDL以打造国产品牌为目标，依托Google、eBay、Amazon、Walmart等在内的电商平台合作伙伴，与UPS、TNT等快递将本土运营商的产品通过区域型、多点式采购中心及庞大的产品供应链体系与消费市场结合在一起。主要经营商品为家居家居、户外运动、健身器材、乐器等，年销售额已突破4亿人民币。2017年8月，获得首轮1.4亿融资，预计于2019年上市。

（一）采购成本及问题分析

YDL电商2015-2017三年的营业成本分别为：15078459.83元，76542552.42元，202875859.40元。营业成本主要由采购成本和存货减值两部分，而该企业的存货减值对营业成本数据影响可忽略不计，因此本文将营业成本视为采购成本。YDL的采购成本主要包括商品进价、采购人员薪酬及差旅费、渠道费用和谈判费用、产品退货成本等。商品进价是企业的主要成本，也是YDL成本战略的核心竞争力。对于国内供应商而言，YDL企业的议价能力主要在于企业掌握的eBay、Amazon、沃尔玛和Groupon等电商平台的销售渠道和美国、英国、德国、比利时等境外子公司销货货权。现下YDL主要通过直接采购以及EXW（工厂交货）的方式，减少采购的中间环节，并与供应商建立了良好的长期合作关系，确保以较低的出厂价格作为进货成本。在进行采购审批时，考虑到产品多元化和扩大市场的需求，毛利率在10%-15%且销量较低的货物也进入了YDL采购列表，一方面在高额的谈判和渠道费用分摊之下，这些货物的利润率被挤压至较低水平，另一方面这些货物也提高了物流货运及仓储包装成本。YDL的供应商虽不在少数，但难以满足企业销售量激增的需求。2017年YDL签约的新供应商多达7家，差旅及谈判成本比2016年增长36.83%。然而该企业并没有授予财务成本控制职权以及相关费用报销标准，导致成本控制只停留表面。而财务部成本控制专业人员的缺乏也使得监督责任有效性大大降低。YDL采购人员的薪酬平均在3500元，处于一个合理的水平；退货成本则由供应商自行承担，这两方面的成本在可控范围内，不构成采购成本的主导因素。

（二）物流成本及问题分析

YDL企业物流体系是重要业务管理内容，也是管理层构建跨境销售网络的核心竞争力。该企业采用海外仓储模式，即头程运输+仓储管理+本地配送进行一站式控制管理服务。目前在美国、英国、比利时等海外租入仓库共8处，自建仓库1处，仓储面积约10万平方米，正向物流费用如仓租、仓库税金及费用占比较高；货运及清关等费用随着销售量激增而大幅增加，此外装卸费、托盘费用等也是物流成本的重要组成部分。就逆向物流费用而言，根据YDL每天eBay和Amazon等平台退货金额测算，退货成本占总成本的1.45%，其中消费者消费意向改变以及货物与描述不符为主要退货因素。YDL企业在对物流成本的支出一直比较高，2016年物流费用占营业总收入的19.8%，占成本总额的20.7%。具体来说，企业在境外的消费者较为分散，大多是单价低、数量少、批次不集中的订单，借助境外第三方物流导致企业无法享受规模效应使得物流成本居高不下，极大的挤占了利润空间。而企业管理层和财务部门对于物流成本的控制较为薄弱，前期预算，中期流程监督和优化，后期效率评价和事故追责各环节都存在缺陷。对于物流相关支出也只维持在事后记账付款的水平，对物流的把控更多的是靠经验，利润率与销量相关度，同批次同航次产品报关、清关是否安排得当，产品现有库存数量，库存是否存在浪费，剩余仓库的仓储能力、缺货风险及对营收的影响均未有准确记录和数据分析。

（三）管理成本及问题分析

鉴于企业处于快速扩张期，管理费用两年增长幅度较大，2016年增长高达435.5%，2017年也达到136.04%。办公租金近三年变化较为明显，主要是因为企业部门扩充超过预期，企业搬家、装修费用增长较快。YDL截止2018年季度末，员工总数为168人，平均薪资3158元。由于仍处于初创期，平均薪资和福

利待遇与工作量不匹配，企业人员流动性较大，流动人次占总员工人数的53.84%。人员变动导致的工作进度累积效应使得企业在行政管理方面陷入恶性循环，只有不断补充新员工才能保证各部门日常运营。职员招聘成本、新人培训成本、人才流失成本的显性成本、以及工作质量降低等隐性成本都会消耗企业大量资源、推高企业风险水平。

三、跨境电子商务企业成本控制优化策略

(一) 改善采购方式，规范采购流程 采购方式差异决定企业采购成本，

采购方式不仅仅是获取资源的手段，更是竞争战略。通过透明、具有竞争力的采购模式，如招标采购的模式，可以省去很多差旅及谈判费用。维持供应商的长期合作关系，不仅能省去更换供应商的成本，在商品质量方面也得到一定保证，同时在竞价方面可以具有竞争力。向供应商延迟一定期限付款，缓解企业资金压力。(二) 协同合作，提高信息管理系统，降低物流成本 供应链成为跨境进口电商的成败关键，而其中*重要的一个竞争因素就是物流。对于YDL中小规模的跨境电商在资金和资源相对缺乏的情况下，可通过协同化物流模式，借助大物流平台，打破单个企业的绩效界限；选择合适的物流方式，提高装载率及安排合理配车计划，缩短商品在途时间，减少周转费用，实现率低成本的配送。降低物流成本不仅是物流部的责任，应将降低物流成本的理念贯穿到所有部门中，超过必要量的物流服务有碍于物流效益的实现。借助现代化的信息管理系统，及时地准确地把控物流作业或业务处理能力，从供应链整体视角汇总数据进行库存及成本预测分析，合理设定库存，降低存管费用，改善资金流，同时让出入库作业更加便捷。

(三) 整合优化供应链，提升服务品质 供应链包含了由客户需求开始，贯穿从产品设计到原材料供应生产、批发、零售等过程，到把产品送到*终用户的各项业务活动，YDL应通过自身的跨境供应链大数据平台为企业用户进行商务活动的全过程管理，以客户需求为中心，明确企业核心业务在供应链的，将非核心业务外包，加深供应链上成员合作，将信息流、资金流、物流、仓储等环节整合起来，打造一个高品质的企业服务生态链。

二、物流专业词解释

1、什么是一票多件？

就是发同一个地方有一个包裹以上的货，有一个是主面单，其他的都是贴子面单，就叫做一票多件。一票多件主要是保证货主的货物同一批次准时抵达。

2、什么是一单到底？

“一单到底”就是指，包裹在海外仓库入库称重，产生运费以后，就会直接出快递面单，而不需要到了国外转国外快递派送时才出快递单号。

3、什么是双清包税？

双清是指保证寄件国海关正常出口和保证目的地国家清关能力，包税是指货物达到目的地不用再交任何费用。通常双清包税的渠道有欧洲专线包税，双清免关税。

4、什么是抛货、重货？

一般物流计算运费都会按照体积、重量分别去计算，取值。当体积比较大，重量比较轻的，就是“抛货”，类似于气泡膜这些；体积比较小，重量比较重的，就是“重货”，比如陶瓷、餐具、金属等。

5、什么是快递出口退税？

快递出口退税，是指在贸易中货物输出国对输出境外的货物免征其在本国境内消费时应缴纳的税金或退还其按本国税法规定已缴纳的税金(税、消费税)。

这是贸易中通常采用的、并为各国所接受的一种税收措施，目的在于鼓励各国出口货物进行公平竞争。

三、为何选择森鸿物流?

1、在物流上

森鸿物流自主和合作开发50余种物流方式，以空运为主，涵盖海运、陆运、铁运等多种联运方式，涵盖快递、小包、大包、专线、wish邮线上、FBA头程、海外仓专线等。

2、在仓储上

提供专业3000多平方米仓储空间，30多名专业的物流管理人员管理，监控、灭火器等设施完备，保障包裹的安全，发生丢件、破损等情况，按照货物价值赔偿。

3、在设施设备上

提供3万多个物品库存位，科学规划，根据物品的特点、种类，划分多种不同类型的区间。多条自动分拣线，处理包裹，实现当日收货、当日分拣、次日出仓的效率。

4、在软件上

倾力打造集现代化、集约化、信息化一体的现代化物流管理系统，能与当前各主流电商平台，、速卖通、ebay、wish以及各ERP电商平台，包括店小秘、芒果店长、马帮、通途等，提供物流渠道筛选、下单、信息跟踪等一站式物流操作。

5、在人员上

30多名物流操作人员、仓管人员，持证上岗，操作专业，熟知仓储管理流程、出货流程，实时掌控商品信息，对接订单管理系统。

6、在地区上

森鸿物流立足深圳，在东莞、广州等多座城市，设有分公司，提供全城免费上门取件服务。并依托深圳优质的物流资源、毗邻香港的优势，能为客户提供多种多样、优质、实惠的物流渠道，直接派送到国外，无需中转。COD的当下

一、COD业务客户类型情况在以上各代收行业类型演变历史的基础上，当下的情况是：电视购物继续发展，尤其是家庭购物类公司，网上购物代收货款份额在大幅增加。其他类型购物的份额也在逐步提高，基本能保证30%的增长速度。目标客户需求越来越精细：要求保证金或银行担保函、要求物流公司网络全境覆盖、物流公司规模（公司资质及股东成员背景）及人员组织结构、企业员工满意度、企业社会责任、保密机制、满足更多的顾客体验需求（

试穿、退换货、上门退款、上门揽收、POS刷卡等)、KPI考核等等。其中KPI考核涉及到的指标:妥投率、配送及时率、客户投诉率、破损率、丢失率、信息反馈及时率、信息反馈准确率、发货(分拨)及时率、发货(分拨)差错率、回款及时率、超区退件率、退货及时率等等。

不同的客户代收行业对运作、财务、的要求都大相径庭。看似都是COD特色经济,但在物流公司营销的过程中,区别太大了。比如,电视购物中卫购和家购就有很大的区别,前者产品种类单一、产品类型新奇特、重量小、全国网络覆盖要求,派送时效要求,后者产品种类复杂、产品类型大众化、重量不等,要求区内配送全境覆盖,因此,对物流公司营销和操作的要求截然不同。对前者,物流公司的营销报价简单、物流操作标准简单,但网络要求要面向全国,这考验着公司的网络能力和资金实力;对后者,物流公司的营销报价复杂、有时也一口价,物流操作个性化,对网络要求是做省内或区内,考验物流公司的省内覆盖能力和落地配的个性化操作能力。

网上购物和电视购物也不一样,既要求像卫视购物这样的全国网络覆盖、时效要求,又要求像家庭购物这样的操作个性化、讲究用户体验。报价上各种模式都有,有一口价,有按重量报价,有按票数报价等等。

二、COD业务物流公司情况

当前,开展COD业务的物流公司很多,有快递公司,有快运公司,还有物流货代公司等等。在实际业务运作的过程中,有些是作为业务来开展的,有些是作为其中一个产品来开展的,还有些专门以此来经营整个公司。各具特色,体现了COD这个物流特色经济在中国市场的独特性。

1、COD业务物流公司按覆盖区域分类如下:

全国性公司(全国性网络):邮政、顺丰、宅急送、FEDEX为代表的公司

区域性公司(覆盖几个省或直辖市):传喜、飞远、ABC、通和天下、赛澳递、特能、派尔、星程宅配、微特派等省区及同城快递:北京大洋、山东海红、山东元智、苏州门对门、湖南创一、合肥汇文、河南建华、芝麻开门、上海箭安等

2、COD业务物流公司按性质分类如下:

直营型:顺丰、宅急送、邮政、联邦、德邦、TNT、佳吉、新邦、龙邦等加盟管理型:圆通、中通、汇通、速尔等自营自建型:京东(圆迈)、也买酒(也买送)、唯品会、好乐买(尚橙)、一号店、凡客(如风达)、易讯网等也有整合区域型和直营兼外包型等等

3、COD业务物流公司按操作客户类型来分:

有专门做电视购物中卫购的,有专门做家购市场的,有做网购的,又有综合的,各种类型业务兼而有之。

4、COD业务物流公司按操作标准来分:

有做操作标准的,比如顺丰、FEDEX,也有做个性化的,比如宅急送、各落地配公司,等等。

International logistics and destination countries lack of coordination In accordance with the commodity flow, cross-border logistics can be divided into three big modules, respectively for the domestic logistics, international logistics and the logistics. Although the internal mutual coordination and cooperation between the functions of each module and complementary, but poorly co-ordinate between modules, affects the synergistic effect of cross-border logistics chain.

Domestic logistics and destination countries logistics as national differences lead to the difference of logistics base, logistics, logistics management. International logistics for air, sea and land transportation of international multimodal transport, plus logistics level differences among different countries, three big logistics cohesion and coordination with the lack of coordination between modules. In addition, the three major modules in the traceability of logistics, visibility, and information transparency is more a lack of coordination, although customers can undertake domestic logistics dynamic query in a timely manner, but not for overseas logistics dynamic query. At present domestic logistics informationization degree is higher, but the international logistics and destination countries such as overseas logistics information can't match, and poor logistics and distribution information system docking, he resulted in the logistics network system, lack of coordination.

据介绍，跨境卖家的备货周期很长，比如，当前的库存是去年8月份后所生产的，是为今年9月9日东南亚大促、双十一、双十二、圣诞、新年等大促所做的准备。Sophie很早前就做了备货，且货款都已经付出去，而一旦订单降下来之后，其资金周转已一定会变慢。

且每年年后都是卖家安排新订单生产的时候。“如果目前已有库存能支撑上半年还好，但在如今没有及时补货的情况下，就会出现断货的风险，而且等后面平台订单恢复正常后，货品又跟不上，这些都是连锁反应。”

社交媒体使营销下沉，并且给消费者与消费者之间提供了交流互动的机会，挑战以前被***垄断的市场。消费者会向社交媒体寻求建议，Instagram和Facebook成为主要的渠道。这种情况在中东其实更能凸显益处，因为中东地区的互联网覆盖率、智能手机持有率很高。

在支付方面，COD曾被视为中东电商的巨大挑战，但现在越来越多金融科技公司的出现正在打破这一僵局，不仅如此，还有国家作为推手（如沙特央行推出的及时支付系统Sarie，支付老大难的问题不再如往日。