

# 福州到台湾空运海运COD小包

|      |                                |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 福州到台湾空运海运COD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<br>型号:代收货款<br>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

互联网已经成为推动经济发展的重要技术力量,而平台则是引领互联网经济前行的主要组织载体。在平台组织中,与人们日常消费行为密切相关的无疑是电商平台。每年的“双十一”也成为国人非常关注的电商促销日。伴随电商平台迅猛发展的,是人们的欢呼雀跃,但更为不和谐的则是人们表现出来的疑惑和无奈。电商平台在成长阶段为什么会疯狂地烧钱,成功电商平台的规模为何如此庞大,电商平台交易中为何乱象丛生,面对这些问题,已有的经济学与管理学理论都无法给出令人信服的诠释和解答。其主要原因是,平台组织的出现,展示了网络外部性、Web协同、免费、粘性、长尾、规模收益递增、赢者通吃等概念的魅力。这些概念对相关理论的假设、原理、逻辑、方法、标准等提出了严峻挑战。相关理论需要接受互联网及平台组织的改造才能得以完善、丰富和发展。工商管理实践和理论研究都呼唤学术界关注平台组织,并对其展开系统深入的理论研究。本文研究电商平台商业模式及双边用户间交易监管,正是响应这一召唤。本文的目的在于探究电商平台商业模式及双边用户间交易监管问题,揭示其内在机理、规律与模式,即在电商平台理论解析的基础上,提炼电商平台商业模式理论框架,剖析电商平台双边用户间交易监管面临的挑战,探究电商平台双边用户间交易的监管模式,从而丰富和发展组织理论和平台理论,并为理顺与完善平台监管提供理论参考。本文主要使用质性研究方法完成,所用数据主要来源于访谈、参与性观察、文件档案、文献资料和其他网络资料等。具体思路是,在研读文献的基础上,总结相关研究的现状;从理论上对电商平台本质、商业模式、双边用户间交易监管等相关问题进行分析、阐述,提出笔者观点、概念和框架。首先是电商平台理论解析,主要阐释电商平台的产生及本质;其次是电商平台商业模式研究,主要提炼电商平台商业模式的理论模型,并构建电商平台商业模式理论图谱;后是电商平台双边用户间交易监管研究,主要阐释电商平台双边用户间交易监管模式的内容结构和层次结构。全文共由7章构成,其中第1章为绪论,主要是阐述研究背景并提出研究问题,说明本文的研究目的和意义,并对全文做简要概括;第2章是相关文献综述,主要介绍国内外相关理论研究的现状,为后续研究提供理论基础;第3章主要介绍本文的研究设计;第4章探讨电商平台的本质;第5章分析电商平台的商业模式;第6章论述电商平台双边用户间交易监管相关问题;第7章是结语。本文的主要创新点在于:(1)从结构和过程两个视角揭示了电商平台的本质——以准公共服务为介质的生态系统。首先,通过分析电商平台的构成结构,发现电商平台是由电商平台企业、双边用户、支持群体等构成的生态系统;其次,从过程视角深入分析发现,电商平台为显著的特征就是标准化的基础服务——准公共服务的供给。电商平台企业通过提供准公共服务,完成汇聚、匹配、互补和信用服务的提供过程,将其自身与双边用户、支持群体等复合成生态系统。(2)提炼出电商平台商业模式的四种类型,并构建电商平台商业模式理论图谱。首先,采用基于扎根理论的多案例研究方法,提炼出电商平台商业模式的四种类型,即

核心型商业模式、聚焦型商业模式、延展型商业模式和创新型商业模式。并分别就每种类型总结分析其各自的商业模式组成要素,揭示其独特的运行机理及价值实现路径。其次,以产品或服务性质和价值创造方式两个维度将电商平台商业模式做进一步分析,构建出电商平台商业模式的二维四分图,即电商平台商业模式理论图谱,并阐释了电商平台商业模式中的价值滑移与价值重塑。(3)细化并论述电商平台双边用户间交易监管模式的内容结构和层次结构。首先,通过扎根理论的多案例研究,归纳和提炼电商平台双边用户间交易监管模式的理论模型,提出四种监管组合,并明确不同监管组合的含义及内容,构建电商平台双边用户间交易监管模式的内容结构。其次,通过分析电商平台双边用户间交易监管模式的层次结构,比较和分析了电商平台双边用户间交易监管的不同构成部分之间在监管主体及相互关系、监管目标、监管权力基础上的差别。本文的上述创新,在理论上有助于深化对电商平台本质等的认识,为后续研究电商平台商业模式提供新的思路,完善电商平台监管的理论基础。同时,在实践中,能够为电商平台企业选择及设计适宜的商业模式提供理论参考,还能为加强电商平台监管提供借鉴。由于研究问题的挑战性和作者的水平所限,本文不无瑕疵,主要不足反应在两个层面。在对研究问题的理论分析层面,,本文提炼出电商平台的“准公共服务”的过程属性,目的是为研究其商业模式提供基础,是从电商平台“做什么”的视角发现并论述的,并没有回答“怎样做”的问题。第二,正是电商平台的这种过程属性,使其价值货币化受到前所未有的挑战,但对于这一挑战的机理是什么,本文并未深入探讨。第三,本文通过提出“虚拟社会契约”概念,为平台企业监管提供了法理依据,并阐述了四种可识别的监管组合,但是对其中的一些具体问题讨论得不够深入。在研究方法层面,本文虽然严格按照扎根理论研究的步骤和要求对电商平台商业模式及双边用户间交易监管进行了探索性研究,但主范畴及其所包含的细分概念,其普遍意义仍有待检验。与本文研究问题相关,笔者认为,未来研究可以在如下几方面加以拓展和深化。(1)对电商平台本质的认识会进一步深化;(2)电商平台商业模式结构与监管问题会是极具研究价值的领域;(3)在电商平台结构层面的问题上,量化实证方法会得到更多运用。可以断定,随着研究的深化和研究方法(主要是数据获取方法)的创新,电商平台在社会心理、结构和生态层面(包括组织集、组织群和组织场域等)学术研究百花齐放、百家争鸣的春天很快就会来到。

## 一、研究背景

在互联网的推动下,跨境电商呈现了崛起之势。阿里巴巴和京东都早已把海外购转到了至关重要的战略地位,海外电商也纷纷在海外购方面加力。相信在接下来的几年里,跨境电商在中国依旧能持续其快速发展的趋势。怎样提升企业竞争力,使自家企业在众多企业中脱颖而出,是大多数跨境电商们一直在思考的问题。决定一个企业成败的核心要素是供应链。然而,跨境供应链涉及的环节多而复杂,海内外各国的文化和环境又有很大的差异,所以要打通跨境供应链不是一件容易的事。

## 二、跨境电商的供应链管理

## （一）物流、资金流、信息流

### 1.跨境电商的物流

跨境电商的物流有以下几种形式：

（1）国际邮政包裹与国际快递。国际邮政包裹就是利用万国邮政体系将商品运送到国外，它价格便宜，通关能力还强；而国际快递则是由国际快递公司对物品进行配送的方式。

（2）海外仓。海外仓是这几年刚新起的，这是企业在输入国建设或租赁存货仓库的形式，跨境电商企业先把要销售的货物都提前送到这个仓库里，当产生跨境订单时，再直接从货仓里把物品拿出来进行配送。

（3）边境仓。边境仓和海外仓是类似的，它的方式也是先把要销售的货物提前送到仓库里，当产生跨境订单时，再直接从货仓里把物品拿出来进行配送。只是边境仓不是建在输入国内的，而是建在输入国的相邻国家。

（4）国际物流专线。国际物流专线是专门为几个特定的地区设置的，不是适用于所有地区的，运输的线路、工具、时间都是固定的，就好像我们乘坐公交车和地铁一样。

（5）自贸区或保税区物流。自贸区或保税区的物流模式是销售商先将货物运输到自贸区或保税区的仓库里，当产生跨境订单时，再从仓库里拿货，对货物进行集中运输配送。

## 2.跨境电商的资金流

跨境电商采取的都是网络支付的方式，在我国，主要有三大类跨境支付市场：

（1）境内第三方支付机构，这种方式适用于跨境网购和出口电商的情况，受到了众多消费者的欢迎；

（2）境内传统的金融机构，这些金融机构利用银行网络，可以支持很多业务，除了跨境网购和出口电商以外，他们还支持境外ATM取款以及刷卡消费：

（3）境外支付企业，他们涉及的是全球在线收付款业务。

## 3.跨境电商的信息流

（1）跨境电商企业都建立了Intranet，共享数据库是企业内部各部门和各成员之间进行信息交流的中心。利用Intranet进行信息传递，提高了传递效率，扩大了传递的信息量，也更具科学性。

（2）一个跨境电商企业与供应商以及生产企业之间都存在着信息流。每个公司的数据格式都不一样，EDI（电子数据交换）可以帮助他们将外部企业的数据格式翻译成自己公司的内部格式，利用EDI来传递信息可以达到快速准确的效果。

(3) 建立了CRM(客户关系管理)系统,企业就能够将客户的资料整理成档案,还能与顾客进行有效地沟通,收集顾客对产品需求的数据并进行合理的分析,为市场导向决策提供依据。

## (二) 跨境电子商务供应链管理的优势

1.电商企业在一定程度上打破了时间和空间的界限,使生产和消费过程变得和谐统一,跨境供应链是简单、高效、开放且灵活的。2.跨境电商依靠高度共享和集成的信息系统,以动态链接的形式来建立跨境电商企业的供应链管理,实现既高效又准确的信息运输。3.企业利用信息系统对各个零售商发出关于商品销售的通知,另外,企业可以收集分析新闻来确定下次的库存数量和进一步的销售计划,通过高效的营销渠道来提高企业的运营效率。

## (三) 跨境电商供应链管理的缺点:

当今时代,信息技术发展迅速,跨境电商在网络平台和支付环节也随之有了较快的进展,而跨境物流却无法满足不同消费者越来越多样化的需求,制约了跨境电商的发展。

在跨境电子商务中,线上支付的电子化和虚拟性使资金的来源与去向难以查证,有进行虚假交易和诈骗行为的风险,消费者的权益难以得到保障。

信息流的渠道有很多,但并不全都适合跨境电商利用来传递信息,一旦选择错误,就会给

企业带来负面作用。

#### （四）对跨境电商供应链管理的建议

1.各国的物流企业要多沟通、加强合作关系，互相配合来促进跨境物流的快速发展。2.企业和政府要通过共同的努力来完善跨境支付体系，并进行严格的规范和监管，严厉打击欺诈行为。3.跨境电商要仔细衡量选择适合的渠道，并且优化地将信息传达出去。