

珠海到菲律宾COD 小包跨境物流

产品名称	珠海到菲律宾COD 小包跨境物流
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

我国的电子商务起源于20世纪90年代,相对于欧美等发达国家我国电商的起步较晚,但是发展的势头非常强劲。特别是进入21世纪,互联网的飞速发展,电子商务更是以惊人的速度渗透到人们的生活当中。随着社会的不断进步,以及人民生活水平的不断提高,消费者对生鲜农产品的需求不断增加,对质量的要求也不断上升,生鲜农产品的包装,运输,储存,配送等环节越来越被社会所关注。在这种情况下,生鲜电商蓬勃发展,既满足了消费者快速购物的需求,也满足了消费者日益增长的美好生活的需要。2012年被视作生鲜电商发展元年,也被认为是电商的后一片蓝海。自2016年以来我国生鲜电商进入转型升级期,2019年面临长期亏损及融资难的问题,使得生鲜电商从疯狂扩张步入战线收缩调整,不过在2020年,因为受到疫情的影响,生鲜电商又迎来了新的机遇。在生鲜电商的发展阶段中,并不是一帆风顺的,总是起起落落,生鲜电商还有较大的探索空间,其中生鲜物流配送无疑是非常重要的环节,物流作为电商的后一环,与消费者以及商家直接接触,也是电商企业争夺市场的关键所在。因此对生鲜农产品电商物流配送模式的评价研究具有重要的现实意义。本文采用实证分析、定性与定量相结合和对比分析等方法对生鲜农产品电商物流配送模式评价选择加以研究分析。首先阐述了生鲜农产品的概念和物流配送特点、我国冷链物流发展现状以及目前我国生鲜电商运营模式;其次结合各大生鲜电商企业特点分析目前可选的自营物流配送模式、众包物流配送模式、顾客自提模式和第三方物流宅配模式的优缺点并对比分析。参考国内外研究文献和对实际情况进行考察总结主要影响生鲜农产品物流配送模式的因素:从企业规模及自身能力、物流配送成本、物流配送服务、生鲜农产品特性和其他因素5个角度建立相应的评价指标体系;以7家生鲜电商企业为实证研究对象,采用问卷调查和专家打分方式收集数据,运用层次分析结合模糊综合评价的评价方式对评价指标体系进行计算,得出四种配送模式所占权重和得分排序依次是:众包物流配送模式、自营物流配送模式、顾客自提模式和第三方宅配模式。影响因素中物流配送成本和物流配送服务为重要,电商企业在选择生鲜农产品物流配送模式时需要寻求两者之间平衡,有效降低企业物流配送成本同时还要保障物流配送服务质量。后文章对生鲜电商选择配送模式上给出了一些建议:企业需要根据自身企业规模实力变化以及市场变化不断调整物流配送模式;生鲜电商在选择物流配送模式时一定要专注于企业的核心竞争力等。为生鲜农产品电商物流配送模式的选择决策提供一定的理论指导。我国历来重视“三农”问题,中央一号文件自2004年以来连续17年聚焦“三农”问题。近年来,随着国家“互联网+”部署的大力推进,国家和地方对“三农”创新发展给予全面性的政策扶持,中央和地方政府愈加重视县域的农村电子商务发展。根据国家商务部数据,2019年,我国农村网络零售额达到1.7万亿元,同比增长19.1%,比全国网上零售额增速高2.6个百分点。特别是近几年随着我国电子商务快速发展,城市市场慢慢处于饱和,而农村电商市场发展潜力依然巨大。发展农村电子商务不

仅关系着我国乡村振兴战略的深入实施,同时也是促进当地农民增收,促进农村经济发展的有力举措。本文的研究对象范县是农业县,农产品物产丰富,但作为贫困县,村民普遍观念落后,经营方式保守,使得该地农村电商企业发展落后,农产品时常出现滞销现象,农民总体经济收入低下。近几年国家政策的大力支持,为范县发展农村电商提供了良好的机遇。同时,机遇与挑战并存,在当地电商企业发展过程中,也逐渐显露出存在问题。为了全面了解和梳理范县农村电商发展中亟待解决的问题,开展了问卷调查并获得191份有效问卷,同时对电商主管行业部门进行座谈访问,发现目前范县农村电商主要存在以下问题:农村电商基础设施不完善,人才发展后劲不足,农产品标准化、品牌化建设滞后,发展观念落后制约规模扩大,同质竞争激烈遭遇发展瓶颈,农村电商可持续发展任重道远等,这些问题严重制约了范县农村电商发展质量和层次。为解决上述问题,本文采用理论与实际相结合的方法,利用PEST模型和波特五力模型对范县农村电商发展的宏观环境和行业竞争环境进行分析,并结合范县当地发展实际提出要完善农村电商基础设施,提供人力支撑为发展注入动力,品牌战略推动农村电商转型升级,拓展营销渠道顺应时代发展,电商产品突出“新”和“专”,延伸产业链条赋能农村电商可持续发展等对策建议。本文通过对范县农村电商发展存在的问题进行分析,并提出有针对性对策建议。不仅有利于范县农村电商高质量发展,同时,对推动范县县域经济发展、增加农民收入以及城乡协调发展都会产生积极影响。

20世纪代以来,以Internet为核心的计算机网络技术的发展与应用,使社会步入了全新的网络经济时代。在Internet的支持下,世界经济一体化和全球化进程进一步加快,电子商务作为新经济的标志也得以迅猛发展。与此同时,供应链管理的理论和应用方法也日趋成熟,并逐渐被认为是增强企业竞争力的重要途径,国际上一些企业如IBM、Dell、Wal-Mart、HP公司等,在供应链管理实践中取得了卓越的成就。供应链管理作为对供应链中发生的物流、信息流、资金流以及贸易伙伴关系等要素,进行统一组织、规划、协调和控制的一种现代企业管理战略,需要充分的相关企业和市场信息。但是,要获得供应链较为完备的信息,依靠人工环境其成本是高昂的。电子商务模式的出现可以为企业实施供应链管理提供有力的信息技术支持和广阔的活动舞台。因此,电子商务和供应链管理作为企业提高竞争力的两大“利器”,在实践过程中有互相渗透,相互结合的趋势。

1 电子商务和供应链管理集成的必要性分析

1.1 实施集成管理是增强企业竞争力的重要途径

集成管理充分利用现代信息技术,特别是电子商务技术,通过改造和集成业务流程、与供应商以及客户建立协同的业务伙伴联盟,大大提高了企业的竞争力,使企业在复杂的市场环境下立于不败之地。根据有关资料统计,集成化管理的实施可以使企业总成本下降10%;供应链上的节点企业按时交货率提高15%以上;订货-生产的周期时间缩短25%~35%;供应链上的节点企业生产率增值提高10%以上,等等。这些数据说明,在电子商务环境下,供应链企业在不同程度上都取得了发展,其中以“订货-生产的周期时间缩短”为明显。因此,集成化管理模式可以吸引越来越多的企业,特别是中小企业可以在集成化管理系统的支持下形成企业集群,进一步增强其竞争能力。

1.2 实施集成管理可有效地实现供求的良好结合,刺激消费需求

现代企业均把消费者奉为上帝,而消费者要求提供消费品的前置时间越短越好。为此,在电子商务技术的支持下,集成化管理通过生产企业内部、外部及流通企业的整体协作,大大缩短了产品的流通时间、加快了物流配送的速度,并将产品按消费者的需求生产出来,快速送到消费者手中。它还能使物流服务功能系列化。它在传统的储存、运输、流通加工等服务的基础上、增加了市场调查和预测、采购及订单处理、配送、物流咨询、物流解决方案的选择与规划、库存控制的策略建议等增值服务。这种快速、高质量的服务,必然会塑造企业的良好形象、提高企业的声誉、提高消费者的满意程度,使产品的市场占有率提高、消费者群聚增。

1.3 实施集成管理可降低社会库存

传统企业中库存积压较为严重,大多数消费品供过于求。究其原因,有产业结构不合理等因素,但在很大程度上与企业供应链缺乏有效管理有关。而实施集成化管理,可以对组成供应链的各个环节加以优化,建立良好的相互关系,减少各个环节的信息延迟,消除信息扭曲现象,促进产品需求信息的快速流通,以减少盲目生产和社会库存量,避免库存浪费和减少资金占用。以此,减少由于信息不对称造成的库存积压。

1.4 实施集成化管理可有效的降低采购成本

集成化管理可以帮助企业减少供应商的个数且使企业伙伴减少订单流程的成本以及其循环时间。由于供应商能够借由网络方便地取得存货和采购信息,应用于采购管理的人员等都可以从这种低价值的劳动中解脱出来,从事具有更高价值的工作,从而用少量的人员增加流程数目。并且,由于可以借助网络对流通过程进行跟踪监控,因此,可以在采购过程中去除中间不必要的流通环节,精心计划流通路线,从而要有效地降低流通费用。

总之,供应链管理与电子商务的结合,能使大量分散的企业连接成一个动态的、集成的、虚拟的、全球性的供应链网络,在更大范围内搜索有关的供应商和服务商,从而降低企业的采购成本和物流成本,提高企业对市场和终顾客需求的响应速度。

2 电子商务和供应链管理集成的可行性分析

随着经济体制改革的不断深化和企业经营机制的逐步转换,企业在企业组织与管理的过程

中,自觉或不自觉地吸收了供应链管理的思想,并初步具备了电子商务和供应链管理集成的能力。

2.1信息技术对集成化管理提供了有效的支持

目前,条码、GIS、GPS、电子数据交换(EDI)等技术逐渐被国内企业所采用,一部分企业应用Internet/Intranet,建设了一些比较先进的企业网络系统,初步实现了企业内部不同部门之间和企业之间的信息交换和数据共享。

根据中国物品编码中心(ANCC)的统计,截止到底,我国已经有9万多家企业申请使用了商品条码。在产品包装、自动销售结算和物流运输等领域广泛的应用。目前国内采用条码表示的产品超过了100万种,应用条码及时进行自动扫描、结算与管理的各类商业超市、配送中心上万家,为电子商务和各种先进管理技术的应用奠定了良好的基础。我国还是GPS应用大国,至底全国累计有近300个左右车辆跟踪网络,入网车辆为5~6万辆。预计在未来的几年之内每年能达到10万辆车以上的装车量,每年的相关产值有可能达到7~10亿元。

从目前发展看,虽然我国供应链管理支持信息技术的普及性与先进性和发达国家相比还有较大差距,但已经为电子商务和供应链的集成做好了理论与技术上的准备。

2.2集成的思想准备较为充分

在上海财经大学的一次调查中,59家企业中有3.4%的企业主管不重视供应链管理模型的战

略实施;有23.7%的企业一般性的重视供应链管理;57.6%的主管比较重视;15.3%的主管非常重视。由此可看出,企业主管对供应链管理的作用是较为重视的。

可见,经过多年供应链管理思想的推广,我国企业领导层和员工对高新技术的了解和利用高新技术发展企业的意识有了明显的提高,这为电子商务和供应链的集成进行了思想上的准备。

2.3 电子商务的迅速发展为实施集成化电子供应链管理创造了条件

以来,电子商务成了我国经济社会活动中的一个热门话题,据中国互联网络信息中心(CNNIC)1月发布的中国互联网发展统计报告显示,目前,我国的网民数已达9400万人;上网计算机数已达4160万台;.COM下的域名数已达173649个,占总域名数的40.2%。电子商务技术和应用环境有了很大变化,特别是B2B电子商务不仅使供应链上各节点企业之间的联系以“主导企业”为中心变得更加紧密,而且供应链的整体动作也更为高效。

2.4 与供应链管理相关的外部环境得到改善

近年来,我国的配送业、连锁业、零售业、仓储运输业有了长足的发展,商品物流配送中心在我国发展势头很快,这将在供应链干线物流与末端物流间起实物与信息的衔接作用。

从以上分析来看,我国电子商务技术正日趋成熟,供应链管理思想也逐步被各企业所认识。

从目前的市场环境分析,实施电子商务和供应链管理集成的基础条件已经具备。

