

## 福建莆田直达西班牙COD快递小包/时效快

产品名称	福建莆田直达西班牙COD快递小包/时效快
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

我国跨境电商交易规模逐年递增，跨境电商物流也迎来更多发展机遇，在跨境电商物流发展中存在物流配送时间长、成本高以及相关的人才短缺问题，这些问题制约了跨境电商以及跨境电商物流的发展，本文针对这些问题提出具体的解决措施。随着互联网科技的迅速发展，人们足不出户便能通过跨境电商平台购到来自各地的各种商品，满足日益多样化的商品需求。科技的进步以及我们的消费需求的多样化使得我国的跨境电商发展势头迅猛，据统计数据显示，跨境电商交易规模呈现逐年快速增长态势，2017年跨境电商交易规模增长至7.6万亿元，同比增长20.63%。截止至2018年底跨境电商交易规模超9万亿元，达到9.1万亿元，同比增长19.5%。预测2019年跨境电商交易规模将突破10万亿元，预计2020年跨境电商交易规模将增长至12.7万亿元，同比增长17.9%。

一、跨境电商的交易规模的迅速增长也使支撑交易的衍生服务业的大力发展 跨境电商物流作为新兴产业，在未来将会有更多的市场机遇，一些传统的物流企业也不断地适应市场需求，提升服务质量，扩大服务范围。常见的跨境电商物流模式这要包括以下几种：（一）快递例如DHL、Fed Ex、UPS、EMS等我们非常熟悉的快递公司，在近几年的跨境电子商务中，这些企业仍然发挥着快递行业巨头的优势，承担跨境电商物流流通的任务。近几年来，我国本土的民营快递企业例如圆通、顺丰等公司也瞄准了快递这个领域，在跨境电商的物流行业也占据了一席之地。（二）海外仓海外仓是新兴的跨境电商物流模式。海外仓即企业在境外租赁或设立的存储商品的处所，跨境电商企业把货物运输至境外海外仓中。跨境电商企业在收到消费者订单之后，在海外仓把货物直接配送到消费者手中。（三）保税区或自贸区物流跨境电商企业在保税区或自贸区仓库完成进口商品的包装、检疫、分拣等工作，最后进行商品配送。

（四）邮包物流邮包物流以传统的个人邮包为基础，这种物流模式价格便宜，运输便利，但是邮程长。二、跨境电子商务的兴起让跨境物流行业获得了发展机遇，但是跨境电商物流的在发展中存在以下问题：（一）跨境电商物流配送时间长、物流成本高跨境电子商务涉及的商品遍及，消费者也散布在世界各地。跨境电商在电商平台上获取消费者的订单，经过一系列的程序这些商品最终到达消费者手中，而物流环节是其中非常重要的环节，商家会把物流运输成本计入商品的报价中。并且在物流运输过程中会涉及国外及国内运输，境外及境内海关通关等环节，在入境前，还需要进行检验检疫，跨境电商的环节远比境内网购复杂，运输时间更长，物流配送时间也更长，物流的成本更高。（二）跨境电商物流技能型

人才短缺目前许多高职院校都开设了物流类专业，但是培养的物流人才主要是面向传统的物流企业的，有的院校开设了物流专业，但是人才培养也多是面向货运代理企业。近年来随着跨境电商的发展，对具备跨境电商物流操作技能的人才有大量需求，目前高职院校物流人才的培养还跟不上物流行业的发展变化，特别是对具备跨境电商物流操作技能的人才培养还不重视，没有相应的课程设置，人才培养跟不上跨境电商行业迅猛发展对跨境物流人才的需求。

## 我国跨境电商海外仓模式选择的因素分析

(一) 经济和制度环境在外部影响因素中，经济、制度和环境是最重要的。因为只有一个国家的市场经济发展到一定程度，其购力才足以支撑目标市场的发展。而且经济发展的程度会影响所在国的通信技术、互联网技术和供应链管理技术等。第二，一国的制度环境不同，如税收制度及通关政策的不同，会直接影响跨境物流的时间效率和经济效益。第三，一国的环境是营商环境中的基本保证，像经济发达、政策透明，具有成熟的海外仓市场的欧美地区，经营海外仓的风险就低得多。但像中东国家动荡，对于海外企业来说风险、支付风险和汇率风险都太大。跨境电商企业海外布仓在选择目标国时，经济水平、制度的明朗度、政策的稳定性及风险都是首要考虑的因素，会直接影响其物流成本和速度。

(二) 建设运营成本 不同规模的跨境电商企业适合不同模式的海外仓，原因是不同模式的海外仓的成本不同，这个成本包括建仓成本和日常运营成本。自建仓的成本是的，主要是初始建仓成本和使用本土劳动力的人力成本。与第三方合作模式，如果是合作建仓的话可以分摊建仓成本，如果是租赁第三方海外仓的话主要成本在使用租金成本。

(三) 企业规模 在内部影响因素中，跨境电商企业规模是最重要的因素。跨境电商企业规模一般分为特大型、大型、中型、小型。不同规模的企业决定了它所能承受的海外仓成本的大小和市场必要性。在上面讨论的三种典型的海外仓模式中，自建仓其建设成本、运营成本和各类风险是的，当然它的自主性也是最强的，这种模式适合于特大型、大型的跨境电商企业，适合建在有销售规模比较大、市场占有率比较高，销售量比较稳定的目标国。而中小型跨境电商企业，由于资金的限制以及自身风险承担能力，适合采取与第三方合作的模式，来分摊成本和风险，加快融入目标市场。而对于小型或者缺乏物流管理经验的跨境电商企业初期缺乏管理经验、缺乏品牌知名度，很难打开市场，适合采用物流公司一站式配套的海外仓服务模式，这种模式是三种模式中风险和成本，对小型跨境电商企业来说最为省心的模式。

## 关于加快我国跨境电商跨境物流海外仓建设的对策

### (一) 层面

1. 完善对跨境物流海外仓的政策制度海外仓的发展刚刚起步，在很多方面的政策制度都有待于完善，如：在市场的准入、运营、监管、信息安全、征信和出入境监管等方面的法律政策有待完善，应借鉴法律相关法规，从政策方针、制度等方面为跨境物流海外仓发展提供支持和土壤。

2. 以公私合作PPP模式共建海外仓对于很多中小型跨境电商来说，自建海外仓对他们来说成本太高，而且在日常运营过程中的管理，如海外仓库库存的管理、对货物的制、售后退换货等问题对中小型跨境电商来说都是挑战。为了支持中小跨境电商的发展，可以采取和社会资本合作运营的模式，共建海外仓。对小型跨境电商企业的扶持，促进小型电商海外市场的拓展，同时也是企业海外形象宣传的背书。(二) 行业方面 1. 搭建海外仓联盟搭建海外仓联盟，也就是指将各个跨境电商的海外仓根据优势互补的原则进行资源整合，形成一个联盟，将海外仓规模化。这样在拓展海外市场时谈判时就更有优势，进入更加容易拓展市场。第二，进行联盟后，物流资源互补，提升海外仓的整体实力，在派送速度、售后服务、库存消化等方面效率会更高。

2. 滞销库存的共享海外产品会因为退换货或销路不畅等原因造成库存积压，从而造成资金链问题和成本损失。如何消化库存是海外仓目前要解决的最棘手的问题。从行业的角度来看，可以在各个卖家、批发商、零售商、经销商之间经行库存共享，信息共享，互利共赢，共同消化库存。

3. 企业联合共同推进本土化建设海外仓的本土化建设是个非常复杂的大工程，它包括营销、支付、发货、售后服务、法律团队建设和本土化语言等多个方面，都需要消耗大量的人、财、物去构建。单个企业的实力有限，的方式是组建一个海外仓服务商联盟，各个企业在联盟内分工合作，共享共建。

随着电子商务的兴起,我国跨境电商物流也得到迅速发展.我国跨境电商物流当前主要包括“单一”式模式、“两段中转”模式与“两段收件”模式,但在当前市场环境下我国跨境电商物流模式还存在一些亟待解决的问题.本文主要基于市场角度,对我国跨境电商物流模式及其存在的问题进行分析,同时提出我国跨境电商物流在当前市场现状下的发展策略.

### 我国跨境电商物流市场规模分析

作为一个电子商务新兴国家,虽然跨境电商在我国起步较晚,但其发展态势却十分迅猛,近年来增速高达30%.伴随跨境电商迅猛发展而来的,还有我国跨境电商物流市场的\*\*发展.

(一) 扩大海外仓储能力,进一步降低跨境物流成本海外仓模式是通过在目标市场建立大型的仓库,然后根据当地的订单进行销售,这能够做到时间响应,及时的通过当地仓库货物完成交易.由于商品不需要经过国内发往目标市场,减少了清关和商检的环节,同时,由于当地建立仓储能够大大减少售后的处理时间,售后保障力度.当然,我国对外贸易中许多小型企业,不具备单独建立仓库的能力,我们可以利用大型物流企业与当地建立标准的海外仓库,通过合作发展的模式,将仓库进行出租使用,大大的减少了企业的发展成本,同时了企业的跨境电商效率。(二) 建立一体化监管格局,进一步跨境电商通关效率为了跨境电商的物流效率,缩短物流时间,国内一些城市已经开始探索建立专门的海关合作协议,通过构建区域通关监管一体化管理格局,极大的的服务整体效能,建议国内积极出台与沿线国家的海关互联共通协议,通过信息的互联,政策的互认,减少海关操作环节,大幅度提升跨境电商物流的效率。

(三) 加快物流基础设施建设,进一步促进物流的互联共通针对沿线国家基础设施较为薄弱等问题,我国可以根据电商发展需要,积极和这些国家展开多层次合作,加强对沿线国家基础设施建设方面的投入力度,通过共建铁路、公路及港口,重点关注产业园配套的物流集散中心建设,打通物流节点,构建完备的物流网络。“一带一路”战略的提出,进一步推动了我国“走出去”战略的实施,积极探索我国与沿线国家的跨境电商物流写作发展模式,不仅有利于我国物平的提升,更有利于推动“一带一路”战略走向深入。

通过在供应链上应用客户关系管理,可以改善供应链上的关系管理.凭借客户信息收集、客户行为分析、客户需求预测,可以帮助企业寻找合适的客户;通过与客户交流,可以从中获取大量针对性强、内容具体、有\*的市场信息,包括有关产品的性能、销售渠道、需求变动、潜在客户等,以这些信息作为企业决策的重要依据,将可以改善和发展供应链上成员企业之间的协同关系;通过为客户提供个性化服务,满足客户多样化的需求,提升客户\*,可以发展并维持供应链末端企业与客户的长期关系.供应链管理与客户关系管理的整合可以增强供应链上企业特别是第三方物流企业的竞争能力.企业如果不能及时掌握市场趋势,不能及时响应客户需求,就会使得供应链由于缺乏信息的交流和成员间的沟通而变得僵化,从而影响企业的竞争力.供应链管理同客户关系管理的有机结合,将可以供应链的灵活性,改善供应链的整体性能,从而增强供应链上企业的竞争力.供应链管理与客户关系管理整合,使得大规模定制成为可能.大规模定制是以接近大批量生产的效率生产商品务以满足个性化客户的需求,目标是通过多样化和定制化提供令客户满意的商品并提供相应的服务,但并不相应的增加成本和交货期.它既有助于客户服务质量,也可以帮助企业准确判断客户需求,为客户提供符合客户需求的产品务,从而使企业获得长久的竞争优势.总之,供应链管理与客户关系管理的整合,企业会因此拥有一个与客户关系管理集成的供应链.这将使得企业能迅速响应客户需求,优化供应链上的资源配置,从而企业的竞争力.同时,两者的结合使企业能有效的管理供应链,实现成本的节约务的改善

在我国,当前跨境电商仍然以B2B为主体,从\*外贸物流方式来看,其主要方式依然是\*货代.在国内生产总值不断增长及外贸进出口总额不断增长的情况下,依托\*货代\*\*的跨境电商物流在市场空间上也不断增大.

从海关数据统计来看,2004-2016年我国跨境电商物流年均增长规模达40%,2016年全国跨境电商物流进出口总值达499.6亿元.随着“互联网+”的深入发展及对跨境电商物流的推动,均进一步刺激了我国跨境电商物流市场发展需求与规模.

在需求与政策利好的共同推动下,我国跨境电商企业数量不断增加,一些企业针对海外物流市场加快网络布局.当前菜鸟网络物流在已经实现对200多个国家与地区的覆盖,在跨境物流日处理能力上已经\*出400万单;顺丰速运直发业务在范围内已经实现对近250个国家与地区的覆盖;洋码头对物流中心进行布局;大龙网启动我国在欧洲较大跨境电商产业园.跨境电商物流市场正呈现出式增长态势,已经成为当前我国外贸领域中的重要增长点.

但从我国跨境电商物流发展来看,其不仅需要联结境内物流,还需要联结境外物流,同时需对两国海关与两国检疫部门等进行应对.当前我国跨境电商物流模式主要有三种:“单一”式模式、“两段中转”模式与“两段收件”模式.整体来说,跨境电商物流模式还存在一定缺陷,难以适应当前我国跨境电商物流市场\*\*发展的趋势.

## 我国跨境电商物流主要模式

### (一)“单一”式模式

根据该种跨境电商物流模式运转流程来看,其起点为电商企业国外物流配送中心,海外供应商会将货品送达该物流配送中心,通过该物流配送中心对商品进行实质上的备货及仓储管理.当消费者下单后,依然由该物流配送中心针对电子商务企业提交的消费者单笔订单对货物进行拣货,同时对货物进行包装和负责货物.该种物流模式下的包裹在形式上应由“单一”订单包装而成,所以是一种单件包裹形式,该包裹会以单件形式经\*公司送往不同收件国,为不同国家客户提供送货到家服务,具体如图1所示.

电子商务企业以该种跨境电商物流模式为依托,不需对物流配送中心重新加以设置,同时能够省去与收件国快递合作环节,仅仅依靠\*公司即可\*\*将包裹送至不同客户所在地,且在这种跨境电商物流模式下,快递企业同时会对包裹通关及报税等多种程序全权负责与处理.另外,在这种物流形式下,不需要累积包裹至一定规模,由于单件包裹也可随时发货,因此与其他运输方式相比,其配送速度.不过,虽然该种跨境电商物流模式比较简易方便、快捷,但在单件快递运费方面较为高昂,且在可以整合运输的条件下也难以进行整合运输.

### (二)“两段中转”模式

根据该种模式流程来看,跨境电商企业货品会被海外供应商送至该国物流配送中心,在商品实际备货方面以及在商品仓储管理方面均由该物流配送中心进行负责.消费者下单后,由该物流配送中心针对电子商务企业提交的消费者单笔订单对货物进行拣货,并对货物进行包装和负责货物,同时在此基础上根据收件地相同原则对单件包裹加以整合,当货物达到整批规模要求后,由其向海外国进行运输.整批货品到达中转国物流中心后,由该中心实施拆封,以单件包裹形式由\*公司负责配送,使包裹到达\*收件地,具体如图2所示.

该种跨境电商物流因在运输路程上需途径国,整体被划分为两段.该物流模式也不需与收件国快递合作,是一种对跨国物流进行整合的跨境电商物流模式.对于各国单件包裹,能够进行有效整合,以整批形式,达到节省运费目的.不过,该种运输方案与“单一”式模式相比相对复杂,在包裹运输过程中,除需考虑可批量运送包裹的物流,还需考虑能够单件运送包裹的\*公司.由于需经过中转国物流公司,在货品配送进度信息上也分为两个阶段,给物流配送信息整合带来不便,且该种物流模式会增加通关检验环节,导致税费增加和时间成本增加等.

### (三)“两段收件”模式

该种模式起点同样为电商企业国外物流中心,跨境电商企业货品将被配送至该物流中心,由其负责对商品进行实际备货及对商品仓储进行管理.消费者下单后,由该物流配送中心针对电子商务企业提交的消费者单笔订单对货物进行拣货,同时在此基础上根据收件地相同原则对单件包裹加以整合,进行整批包装和,由物流

公司以整批发货形式运送至不同收件国当地物流中心.对于整批货品的拆封工作,将会由当地物流中心负责,以单件包裹形式下发给当地快递体系,由当地快递将包裹送到\*收件地.从其运输路程来看,在\*阶段上主要为整批运输,在\*二阶段上主要为单件运输,加之在点上为收件国,因此该种物流模式被称为“两段收件”模式,具体如图3所示.

在跨境运输过程中采用该种物流模式,可实现对运输成本的有效整合,且当到达收件国后,由收件国物流中心进行配送过程中可享受当地国内优惠.当订单来源国家比较明确,且收件国当地物流中心能够直接\*\*国外快递时,比较适用这种跨境电商物流模式.不过该种模式下的运输方案会涉及其他国家公司,而各国本土快递配送效率并不统一,会导致物流整体配送速度受到影响,对于各地消费者来说,难以为其提供标准派送时间.与此同时,在信息处理上也会被分为运输阶段与收件人当地快递阶段两阶段条码.

### (三) 企业方面

1. 企业自身建设水平物流企业要在供应链技术基础建设方面,加大资金及人力的投入,加快派送速度,存货的周转率,实现物流记录的及时追踪,人员的素质、管理和服务能力。
2. 重视海外仓的本土化,通过提供本土化服务竞争力跨境电商面向的是国外消费者,了解当地的风土人情,实现向本土化转换,是打开当地市场销量的关键。具体涉及本土化的环节有支付方式本土化、外包装贴标本土化、语言本土化、服务人员本土化、本土售后和维修等环节。另外,也可以通过在本土加工和组装的方式完成产品本土化,这同时也是海外仓服务商更大的增长点。

森鸿物流集团有限公司,总部坐落于珠三角核心地区深圳市,公司主营货运代理业务,经过多年努力发展,先已建立起全国空运货运网络,拥有网点232个,业务覆盖全国所有机场,我司与各大航司联系密切,与、东航、国航、海航等公司签订长期战略合作协议,为客户的货运代理服务提供保驾护航。主营渠道:波兰COD物流,西班牙COD物流,意大利COD物流,匈牙利COD物流,葡萄牙COD物流。罗马尼亚COD物流,斯洛伐克COD物流,欧州COD物流,台湾COD物流,菲律宾COD物流,东南亚COD物流,泰国COD快递,新加坡COD物流,香港COD物流,马来西亚COD物流,印尼COD物流,越南COD物流,COD物流。日COD物流。国内物流仓储(海外仓)一件代发。

三、针对跨境电商发展中出现的问题,跨境电商物流可采取以下解决措施:(一)出台扶持政策,切实跨境电商物流的通关效率目前出入境检验检疫管理职责和队伍已正式划入海关总署,机构改革后,通关作业上实现了“一次申报”、“一次查验”、“一次放行”“三个一”的标准,海关和商检的合并,了跨境电商在通关、报检上的便利化程度。在给予跨境电商系列政策利好的同时,在物流、仓储、通关等方面进一步简化流程、完善通关一体化、信息共享等配套政策,确保外贸稳定发展,促进物流和跨境电商之间的有效协同。(二)鼓励企业建设跨境物流设施,跨境电商与跨境物流共同获益跨境电商企业利用政策红利,在物流建设方面有所突破,鼓励“海外仓”建设,健全营销网络,积极改善用户购物体验,降低物流成本,缩短物流时间方面;有实力的跨境物流企业可以“引进来,走出去”,和有实力的快递企业合作,可以到境外投资建设物流枢纽,拓展服务网络,在欧美主要出口国家建立海外仓,为跨境电商贸易奠定基础。跨境电商和跨境物流在供应链、资源、战略等方面入手,提升物流流通效率、降低物流成本,二者共同获得效益。(三)培养适应跨境电商物流发展的技能型人才跨境电商物流的发展离不开跨境物流人才,在跨境物流的发展过程中,人力资源是促进其发展的关键。高职院校需重视跨境物流人才培养,加强对专业建设的投入,重视学生的专业素质培养,制定贴合跨境物流企业需求的人才培养机制,改革教学方法和教学模式,完善相关课程设置,以便学生在学的过程中掌握跨境物流的操作知识,加强在运输、邮政、快递等形式的商品运输、商品检验、报关等方面知识和技能的学习,同时要需要学生具备跨境电商物流交流沟通的语言听、说、读、写等技能,培养学生的对外沟通协调能力,

能把知识灵活运用在实践工作中，确保培养的人才能满足跨境物流企业的要求。

[东莞直飞西班牙跨境COD小包快递/独立站](#)