

深圳到东欧COD小包物流/签收高

产品名称	深圳到东欧COD小包物流/签收高
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/件
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

近年来随着政府政策的引导和支持，越来越多的商家开始跨境电商业务，消费者对跨境电商的热情也越来越高涨，使得跨境电商发展迅猛，成为全球贸易一个新的经济增长点。同时与跨境电商息息相关的跨境物流因其发展远远滞后于跨境电商，成为跨境电商发展的瓶颈，海外仓作为跨境物流一种新的发展趋势应运而生。

海外仓的几种模式和存在的一些问题以及相关建议。

1 跨境电商海外仓的兴起背景

2015年中国商务部出台的《“互联网+流通”行动计划》中明确提出“要充分运用市场机制，推动建设一百个电子商务海外仓”。2016年国务院印发《关于促进外贸回稳向好的若干意见》提出加大对外贸新业态的支持力度，支持企业建设产品“海外仓”和海外运营中心。1.1传统跨境物流成了跨境电商发展的瓶颈随着政府的大力支持和消费者市场的强烈需求，跨境电商的交易规模呈现出逐年递增的发展态势（见图1），根据国家统计局、中国电子商务研究中心等机构预测，2018年中国跨境电商总额可能达到9万亿元，预示着我国跨境电商行业的市场发展前景越来越强大[1]。但是传统跨境物流因其发展缓慢严重制约了跨境电商的发展。目前传统跨境物流主要存在以下问题：，物流体系不成熟，配送时间长。因为跨境电商面向的地域广泛再加上各种通关手续，一般需要十多天，但是如遇到一些特殊情况的话，则需要二十多天甚至一个月。第二，对电商出口商品种类有所限制。对于那些体积大且重的商品，物流成本高昂，严重制约了跨境电商产品的拓展。第三，信息化程度不高，信息不对等。在包裹运输的过程中无法进行时时追踪，可能商家以为包裹已经到客户手中了，但其实已经遗失在途中，导致两边信息不对等，影响跨境电商的发展。

1.2 海外仓与跨境电商相辅相成针对传统物流的成本高昂、配送周期长、效率低等问题，好的解决方案就是建设海外仓。所谓“海外仓”就是指海外仓储服务，预先在出口国建设或者租赁仓库，然后根据市场需求和电商平台的数据分析提前将需要的商品批量地运输至仓库内，再根据平台上消费者的下单量，在仓库内进行一系列的分拣、包装、派送等一站式管理服务。与传统跨境物流相比，海外仓不管是在配送

时间、订单跟踪、退换货等方面都能有效地满足消费者的需求，更好地促进跨境电商的发展。

2 跨境电商海外仓的主要模式

2.1 自建海外仓 自建海外仓是指由经济实力雄厚、信息化水平高、管理经验丰富的企业，在国外自行投资建设仓库、购买设备以及建立相关的信息系统。自建海外仓有利于跨境电商企业控制长期成本，提高库存周转率及时回收货款，便于物流管理保证物流的整体环节都在自己的掌控范围之内，更好地为消费者提供服务、树立品牌形象等，所以即便自建海外仓会涉及到法律、税收、选址、海关等等一系列复杂问题，但还是有很多有实力的卖家选择自建海外仓。据易创科技统计发现，目前月销 50 万—100 万美元的大卖家 55% 有自建或计划自建海外仓储，月销 100 万美元以上的大卖家 69% 有自建或计划自建海外仓储，38% 的受访卖家是在月销 10 万美元时就开始建仓。

2.2 租用第三方海外仓 租用第三方海外仓是指出口跨境电商企业与提供第三方海外仓储服务的跨境电商平台或物流企业签订租用协议，企业只需要将自己的商品运输到海外仓内并支付一定的费用，就能享受到的一站式配套服务模式，包括信息管理系统、整合物流、仓储、配送、分拣、分销等多项功能。企业就可以实现线上订单管理、支付、发货、结算等业务流程，这样既降低了企业卖家的操作难度同时还省去了自建海外仓的高额费用和隐形管理风险。如阿里集团旗下的国际电商平台——速卖通在 2015 年正式招募海外仓跨境电商卖家，并承诺为其提供一系列扶持措施来推进海外仓模式的发展。

2.3 企业合建公用海外仓 与企业合建海外仓主要有两种模式，一是本国几家跨境电商企业共同出资在目标市场国家建设公用海外仓，这种模式主要适用于有一定仓库管理经验，需要树立自己品牌形象，但资金实力并不能达到自建海外仓条件的企业。这种方式的优势在于企业建设海外仓的成本可以共担，同时也有利于学习合作方的经验；二是跨境电商企业与当地的第三方物流商合作建立海外仓，这种模式主要适用于资金及仓库管理经验有限且通用型的海外仓不能够满足该跨境电商企业个性化的需求，或者即使企业拥有一定的实力但是不想独自承担风险，他们就可能通过提出自己的理念与要求，并投入一定的设备和系统，与物流企业合作建仓。这种方式的优势主要在于企业既能满足自己的个性化需求，又能享受到物流企业带来的服务，有利于本土化管理，避免了异地管理经营的一些麻烦。

海外仓趋势下跨境电商物流的发展研究近年来，随着电子商务的不断蓬勃发展，不少企业也将眼光放到了更为广阔的全球市场，开始试水跨境业务，催生了跨境电商。但与此同时，作为电商业务流程的重要一环，跨境物流的发展无法满足跨境电商的要求。跨境物流的传统模式存在很多难以解决的问题，诸如物流费用高、配送时间长、坏包丢包情况易发等，因此，一种新的跨境物流模式——海外仓应运而生。海外仓是指出口商在海外市场建设仓库，当海外市场有需求即可直接从海外仓库发货，出口企业将货物批量发送至国外仓库，实现该国本地销售、本地配送。

跨境电商和跨境物流的发展现状、业务模式及其存在的主要问题，研究了海外仓模式对跨境电商的影响，并提出了相关建议。近年来，大众消费观念和消费习惯不断改变升级，“互联网+”概念兴起，电子商务得以借势飞速发展。随着线上交易技术的不断成熟完善，在国内电子商务交易额连年实现突破的同时，很多企业也将目光放到境外市场，跨境电子商务应运而生。作为互联网时代发展为迅速的贸易方式，跨境电商为更多国家、企业和群体带来了新的机遇。物流作为电子商务业务流程的重要一环，其服务水平的高低是衡量电商发展水平高低的一个显性标准。但就目前来看，跨境物流的发展程度还远远无法满足高速发展的跨境电商的要求。普遍采用的几种传统跨境物流模式目前存在诸多亟待解决的问题，如物流费用高、配送时间长、坏包丢包情况易发等，直接导致了客户体验差、满意度低，制约了跨境电商的进一步发展，跨境电商迫切需要找到一种更为有效的跨境物流模式，解决国外零售市场的“最后一公里”问题。

1 跨境电商及跨境物流发展现状

1.1 跨境电商发展现状，2013 年我国跨境电商交易额仅 2.9 万亿元，2017

年跨境电商整体交易规模(含零售及B2B)达7.6万亿元人民币,平均增长率达27.35%,增速可观。2018年跨境电商交易规模有望增至9.0万亿元。“新消费”观念和消费升级潮流的冲击下,商品质量更有保障的跨境电商市场交易规模保持快速增长。与此同时,跨境电商交易额占全国进出口贸易的比例也在不断提高。中国的跨境电商虽起步较晚,但发展迅速,尤其是零售进口业务B2C、C2C的大幅增长,让中国跨境电商迅速成为国际贸易中的一支新力量。据海关总署统计,2017年通过海关跨境电商管理平台零售进出口总额达902.4亿元,同比增长80.6%。跨境电商为提高经济竞争力、培育发展新动能、引领消费新趋势、增加就业岗位等提供了巨大机遇。未来,以跨境电商为代表的中小微企业将成为世界贸易的主要力量。2013~2018年中国跨境电商交易规模及预测跨境电子商务的发展离不开政策的导向和支持。随着“一带一路”的深入推进,跨境电商将收获更为丰厚的政策红利。未来跨境电商的经营品类将更细分化,区域特色也会愈发明显,个性化,定制类的商品与服务也会愈加成熟,跨境电商平台的升级将是新突破点。亚欧大陆拥有世界人口的75%,地区生产总值约占世界总额的60%,东面是活跃的东亚经济圈,西面是发达的欧洲经济圈,中间广大腹地经济发展潜力巨大。特别是“一带一路”沿线国家资源禀赋各异,经济互补性强,合作空间广阔。“一带一路”的建设使得我国与欧洲沿线国家的经贸往来发展迅速,物流需求旺盛,贸易通道和贸易方式不断丰富和完善,为跨境电商的发展带来了难得的发展机遇。

1.2 跨境物流发展现状跨境电子商务业务终由跨境物流完成。跨境物流是指与某一个国家(或地区)随出口贸易相关的物流活动。由于跨境物流的物流活动发生在不同的国家(或地区)间,涉及多个国家(或地区)的物流系统,因此,通常情况下,跨境物流的路程更远、时间更长、风险更高。从跨境物流的运作看,除了具有包装、运输和仓储等环节外,还必须增加适应国际贸易的通关、检验检疫以及国际货物保险业务等环节。我国的跨境物流停留在传统的货物运输及货代层面,物流增值服务缺失、物流系统集成性不足、供应链整合与优化方案匮乏,跨境物流金融、海外及时配送等能力严重不足。除此之外,跨境物流在输出国物流、国际货运、输入国物流等环节的衔接性、协同性、透明性与可追溯性表现较差。但是跨境电商的发展刺激了跨境物流模式的创新,海外仓作为一种全新的跨境物流解决方案得到了广泛推广,电商企业纷纷在全球主要市场建立海外仓,国家也出台相应政策建立多个跨境电商及海外仓试点,鼓励海外仓作为跨境物流新型有效解决方式的发展。

跨境电商物流联盟的不足

1.控制较难

面对中美贸易摩擦带来的压力,跨境电商物流联盟各成员之间会不可避免地存在利益冲突,特别是由于联盟中往往缺乏一个具有**力的**企业来平衡联盟各成员的利益,容易导致联盟难以控制,成员间摩擦频繁,严重阻碍战略目标的实现。

2.盲目性大

面对中美贸易摩擦带来的不利形势,很多跨境电商物流联盟的组建仓促匆忙,盲目性较大。这是因为,不少跨境电商物流企业误以为联盟能够包治百病,拯救自身企业于水火之中,于是并没有认真仔细地挑选适合自己的合作伙伴,只看重联盟成员的数量而没有关心联盟的质量和內容。

3.信息交流不够

中美贸易摩擦下，很多跨境电商物流联盟信息交流不足，不仅难以对联盟伙伴进行准确评估，而且严重影响各成员间的信息共享，出现问题后相互推诿，降低了成员间的信任度，严重损害联盟的效果和稳定性。

4.收益分配不均

中美贸易摩擦下，跨境电商物流联盟每个成员的出资比例和承担的风险均不相同，因此其收益分配也理应据此加以区别。然而，在契约式物流联盟中，各成员主要是通过完成自己所承担的物流经营活动来获取收益的，这样特别容易导致利益分配不均，进而引发联盟松动，甚至导致联盟解体。

5.客户合作不稳

中美贸易摩擦下，跨境电商物流联盟与客户间的关系大多基于短期契约，目前联盟尚未建立与客户共同发展、合作双赢的战略成长机制，导致联盟与客户间合作关系不太牢靠，在获得长久稳定的客户来源方面颇为欠缺。

海外仓本质就是将跨境贸易实现本地化运营管理，以减少跨境高额成本，同时提升时效性、配送等方面。海外仓的出现是跨境电商物流模式的一大创举，能有效解决当前跨境海外物流成本过高的问题，同时在配送、时效性方面实现创新，以满足消费者的购物需求。为了更好地促进物流产业发展，文章就海外仓建设与跨境电商物流新模式展开分析。随着经济全球化的不断发展，跨境贸易也越发频繁，而物流在其中将扮演者关键性角色。一直以来跨境电商物流都将承受高额的关税，同时在时效性、配送方式上也无法很好地满足消费者的需求。海外仓建的物流配送模式能解决当前境外电商的种种问题，更好地促进跨境电商行业的发展。

1 海外仓概述海外仓指的是在海外建设跨境电商自用仓库，将贸易货物批量发送至国外仓库，实现国外销售、配送的跨国物流形式。这种模式在当前外贸行业上有诸多创新，不过本质上是以海外仓储为核心的综合物流配套体系，其中涉及物流的配送、运输，海内外清关以及仓管定制经营管理等一系列内容。一般说来，根据运营主体的不同，海外仓也有不同的分类，一般包括了自营海外仓和第三方服务性海外仓，前者是企业自行建构管理，而后者则承包给地方放企业服务公司运营管理。一般说来自营海外仓适合于大型电商贸易企业，这样有利于削减成本，同时也方便物流体系运营与管理，目前海外出名自营海外仓是亚马逊，它在各个国家都建设了海外自营仓，其中在美国与中国的自营海外仓大。而放眼国内，我国的一些大型物流贸易企业也在海外建设了自营海外仓，诸如苏宁国际海外物流、京东物流体系、国美物流体系等，都在欧洲、北美等地建设了自营海外仓。而对第三方的公共海外仓而言，它将物流管理、运营全授交给第三方物流企业进行运营管理，同时这种企业也为跨境贸易企业提供清关、人库质检、接收订单、订单分拣等多样化的难以服务。这类企业在我国出名的要属淘宝物流体系以及京东物流体系，随着时代的发展，国外出现了众多类似的第三方海外仓服务平台，如出名的要属亚马逊电商平台，此外还有 ebuy 等，满足全球化物流的管理与运营服务需求。

2 海外仓的业务流程海外仓已经称为跨境贸易的重要运营模式，它能有效解决跨境海外贸易在时间、清关、配送等方面的问题，时间给消费者提供便利的购物体验。自建海外仓在物流管理、分拣等层面也有更科学的规划，免去了很多繁琐的过程。

(1) 一般来讲，自营模式的海外仓是从跨境电商通过海运、空运或者快递等形式将物流资源配送到自营仓库进行运输管理、并存储，并按相关物流系统指令下达下一步要求，具体如下：首先，由出口跨境电商将商品运至海外自营仓库，或者委托第三方物流将货物运送到海外自营仓库。其次，根据自营仓库管理系统，远程操作海外仓储的货物，并且保持实时同步状态。后，跨境电商物流部门按照指令对仓库货物进行存储、分拣、包装、配送等一系列物流活动，实现跨境物流贸易。

(2) 第三方公共海外仓的业务流程与自营类似，具体步骤如下：首先，由跨境电商将商品运送至委托第三方海外仓库；其次，按照第三方物流企业系统信息，对海外仓库实施远程监管并存储；后，按照第三方跨境电商指令对物品进行存储、分拣、包装、配送等一系列电商贸易活动。

3 海外仓创新电商贸易企业在海外运营海外仓管理模式是电商物流模式的一大创新。对跨境贸易来说，跨境贸易很难解决时效性问题。很多跨境运输物品常采用国际小包、国际快递等形式进行贸易运输，这类问题也很明显，首先是运费昂贵，其次是周期性长，后是退换三包无保证，消费者无法享受购物保障。而建设海外仓便可以有效解决此类问题，不仅可以有效缩短配送时间，并且运输成本也将大幅度减少，为重要的是，海外仓拥有完整的物流管理、配送、运营体系，可以保障物品的质量，为消费者提供差异化要求。