

波兰电商COD物流专线，跨境电商COD小包空运直飞物流

产品名称	波兰电商COD物流专线，跨境电商COD小包空运直飞物流
公司名称	深圳市森鸿国际物流集团有限公司-欧洲电商小包
价格	15.00/件
规格参数	品牌:欧洲COD物流 主营业务:欧洲电商小包物流 服务:代收货款/海外仓一件代发
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东
联系电话	18170872539 18170872539

产品详情

世界经济水平不断**，经济全球化趋势呈现出不可逆转的趋势，跨境电商的不断发展为世界经济贸易的增加提供了新的动力[1]。跨境物流的质量影响着跨境电商企业的服务与发展，良好的跨境电商物流运行模式及相关服务能够**跨境电商的市场竞争力。因此，如何科学合理的运用跨境物流运行模式，事关跨境物流行业的服务质量和传输效率，本文对当前跨境物流运行模式进行分析，对跨境物流企业的发展具有重要的现实意义。

物流发展下的跨境电商物流现状

1.1跨境电商物业值逐年递增。近年来，我国跨境电商的交易量呈现显著的上升趋势，增长速度远远**世界跨境贸易的平均涨幅，在互联网+的背景下，互联网实现了与各行各业的**结合，是推动发展的重要源泉，跨境电商的发展受到了国家的**关注。从2010年跨境电商发展至今，我国相继成立了跨境电商的进出口平台，使物业中，批发物流、仓储物流、交通运输业物业增加值在*三产业的占比越来越大。我国的货物周转量和货物运输量分别达到201亿吨和463亿吨，铁路周转量约为270亿，公路周转量约为6.7亿吨，水路周转量约为9.8亿吨，公路运输量和水路运输量的增速上升*加明显，水运在跨境电商物流行业运输中逐渐占据重要地位。经济带的建设与跨境电商的物流运输的发展有着重要的联系，以某省港口的吞吐量为例，在2019年达到135364万吨，同比增长8.3%，其运输线路公路里程不断上升，新增铁路营业里程达到976公里。

1.2物流发展速度与跨境电商发展需求不协同。我国跨境电商自2010年发展至今，交易额在十年间成倍增长，**跨境电商物流的服务质量是非常必要的，避免成本资金的浪费，加快物流速度对于跨境电商的发展具有重要意义。世界各地的消费者及客户对中国商品的要求具有多样化、个性化特征，对跨境物流服务的实效性务性，生鲜蔬果类商品的保鲜性具有越来越高的要求。然而，虽然跨境电商物流是在跨境电商的发展中应用而生，但目前从事跨境物流的企业仍然较少，跨境物流运行模式仍处于不断发展过程中，对于许多小型跨境电商而言，仓储成本较高在一定程度上限制了其自身企业的发展，跨境物流的运输力度远远不够，尤其是在购物旺季物**较大的情况下，部分货物的运输时间较长，部分商品存在着不

支持退换货服务的缺陷，使跨境物流与跨境电商发展的水平不相适应，对跨境物流和跨境电商而言，需要革新跨境物流的运行模式，缩小跨境的物流环境下，了解不同国家的语言环境和政策差异，**跨境物流传输时间，减少场频损耗与运输成本，满足跨境电商的各种增值。

1.3跨境电商物流基础设施薄弱。随着我国跨境电商的不断发展，跨境物流运行的基础设施已经呈现出滞后的现象，许多物流企业和物流运输港口和基地的基础设施不足，设备不**，其物流技术还在不断完善。由于我国物流企业发展起步较晚，因此在一定程度上落后于发达国家，物流运行模式较为传统，在进行跨境商品的运输中，常出现运输时间长，时效性不高的问题。跨境电商的物流运行模式立足于*，其成本远国内的运输，同时运输所需时间*久，运送距离*长，所需要办理的相关手续*复杂，增大了跨境电商物流运输的风险，其跨境交易的贸易模式也决定了物流成本较高，消费者及用户的物流需求随社会经济水平不断**而**，然后目前的物流设施使物流运行难以跟上跨境电商发展步伐，影响了跨境电商企业的发展。随着我国社会科学技术的不应用与发展，跨境物流运行与互联网技术相结合，正向跨境物流智能化方向发展，在**型跨境电商的物流运行中，其跨境物流的相应技术仍有待升级与完善，跨境电商的物流运行建设难度比国内物流*为复杂，在物**较大的情况下，对跨境电商物流提出了*高的要求。

据悉，目前埃及有约8000万人口，沙特阿拉伯有约3000万人口，伊拉克有约2500万人口，但是大多数国家人口居住比较分散。

人口的密度也会影响电商市场的发展。中东地区除了海湾六国以外，还有土耳其和埃及的人口密度相对较大一些，但也不及欧美市场人口密度集中。因此，跨境电商在中东地区营销，会存在地区分散问题，加大了宣传的难度。

“实际上，中东地区更多的还是穷人，他们更偏向于廉价、优质的产品，购买力较欧美、俄罗斯、南美还是薄弱一些。”“但恰恰是这种环境，对于中国的中小企业是有利的，因为他们生产的大多数产品，资质要求没有那么高，但性价比较高。”

值得注意的是，沙特阿拉伯、埃及、伊拉克、土耳其等地区的消费者尤其青睐中国的廉价商品。所以，中国卖家在这点上具有先天优势，想要长期，关键需要把控好商品质量。

物流竞争力大 最后一公里配送是“伪命题”

中东地区整体的消费状况以及消费者购买能力直接决定了其在选择快递时使用的支付方式。

中东地区电商刚刚兴起的时候，消费者对电商是有疑惑的。大多数人对跨境电商平台没有完全信任，不习惯也不愿使用信用卡结算，随后，COD即货到付款的支付方式成为主流。

但是COD也存在很大的风险和问题。客户退货入仓，将来再发生退货，这之间流程是相当复杂的，会加大卖家和物流公司的人力和成本投入。

中东地区物流竞争非常激烈，除了COD退货的问题，还存在派送率低、误差大、配单难等问题，对此，他分享了自己的经验：

派送率：使用一款类似“微信”的软件，收货方可自主选择在哪个时间段派送，这样就极大的**了派送率。碧湾在使用之后，派送率从之前的60%左右**至89%。

误差：需要派送的货物重量是核心因素，货物在派送前和送达后甚至退货后的重量应该是一致的，通过对重量的把控，可以做到配送零误差。

配单：碧湾自主研发设计了一款云服务配单omigo的软件，系统会智能配单，这样就可以快速并且准确地将几个商品放在同一订单中，由此可节省30%的劳动力。

团队背景方面，创始人黄珍曾担任阿里云迪拜合资公司CTO、华为国家经理，已积累了10年中东非洲经验。iMile核心团队base在海外，沙特地区负责人具有11年华为海外经验，运营负责人来自亚马逊和UPS中东的工作经验，深入了解本土物流

一、行业现状

跨境电商生逢其时，恰好也是生逢时地，为什么？因为中国是全世界大的生产国，意味着你出口的供应链就有强大的工业基础。我们是大的消费国，这意味着什么？这意味着进口跨境电商具有大的市场，有这个基础，我们从事这个行业一定是高速成长的。

从行业现状来说，在国内天猫、京东、唯品会几乎一统江湖，但是在跨境不是这样的，特别是海外市场还是非常分散，为什么？中国在经济上一定是自由的市场，所以电商一旦形成巨头、形成寡头，就意味着一统江湖，大树底下寸草不生。

但是海外不是这样的，还有文化、语言、关税政策等等，是碎片化的。即便是亚马逊，它在全球的电商份额有多少你可以看一看。所以，跨境电商这个市场还是有巨大的发展潜力的，特别是出口，因为进口不可避免要面对中国巨头垄断，除非你特别有钱，没有资本加持很难。

跨境电商的碎片化，跨境电商的高速成长，海外的消费水平大幅度**了吗？没有，但是亚马逊的销量，我见到大卖家都是50%以上的增长，为什么？其实是市场份额来自于传统的贸易公司的萎缩，销售渠道的变革。特别是出口的跨境电商的高速增长是以传统的贸易商萎缩为代价的，这也带来下面一个问题，

其实，包括中国在对跨境电商的问题上，各国政府都面临着巨大压力，原来很简单，向贸易商收税、向品牌方收税就可以了，现在找不到了。

上个月欧盟有一个新的决议，原来有免税额多少多少，现在取消了，好在美国还不错，可以发美元，还有800美元以下，但是大家可以看到，中国商业的突飞猛进，特别是跨境电商的突飞猛进带来的是什么？包括美国选出特朗普，我相信未来各个国家都会选出第二个、第三个特朗普，为什么？核心一条是保护本国，保护本国的工业和就业，后设置关税壁垒。

二、跨境物流模式

（PPT图示）跨境电商物流不是高科技，但是很复杂，物流本身就是一个很庞大的产业，跨境电商物流的复杂度更加高，不是在于数据上的有很多问题。你是什么样的电商类型，你的客单价体积、重量、商品性质。电商有卖摩托车、卖电动车的，和一个手机壳物流方式一样吗？不一样。不同的商品的税费时效、出口方式等等，这还是蛮复杂的，而且是特别强调经验的行业。

三、跨境物流五要素

这是我从业28年的总结：

，清关。你的供应商一说为什么还没有到，海关扣了，海关问题，都是海关，海关背了N多的黑锅，真正的问题是什么？1210、9610、1123，这是什么？这是通关方式编码，你们不知道，这个时候你的供应商一句海关问题，你话都没得讲。

你确定你赚的不是关税吗？或者你如果不重视关税，可能你应该赚的钱都不见了，首先要了解关税的结构、关税的制度。我可以理解“见官三分低”，不必，如果大家想了解可以到白云机场看一看海关的查验场，我也在想是不是搞一次活动，请海关的人一起了解一下，海关是执法部门，讲究规则，但是你必须首先了解规则。

第二，时效。这几天大家非常难受，特别是做出口的，货出不去，到处是爆仓，所有的航线都爆掉了，

但是告诉大家下周开始应该会缓解，为什么？因为传统上在圣诞节前一个月是物流行业火爆的、兴旺的，11月、12月份的利润等于大半年的利润，为什么？供不应求。在这个问题上，如何解决？淡季没有问题，旺季的时候提早出货，不要谈价格，先把货出去，在旺季运费叫做海鲜价，上午和下午的价格都不一样，一公斤去美国上午可以42，下午可以45，昨天可以36，和春运一样，当大家都没有票的时候，拿张票就是加价，没有什么好讲的。在这点上，时效核心在旺季。

第三，价格。价格这个问题，每年所有航空公司加价20%，物流成本上你要有这个心理准备，特别在旺季，为什么？运力不够。航空公司不愿意多买架飞机，航空公司不愿意，宁愿飞机少一点，价格涨一点。海运没有问题，但是空运，特别直邮，包括邮政小包都有成本问题。电商朋友和贸易朋友永远都是这样，和一个服务好的去谈价格，和价格低的谈服务，大家要知道一个好的服务是有成本的，无论在仓位的锁定还是系统的开发，还是人员的培训等等。比如说汇通天下，全行业都知道我们价格偏贵，但是谁都知道在旺季的时候找比较贵的汇通，货一定能够出去，就这么简单，这是一个悖论，不要和服务好的谈价格，优质价值是很简单的问题。

第四，IT系统。做电商IT系统必不可少，特别是物流公司系统对接，这方面没有好，只有合适的，为什么？我看到的IT公司，这些年来和看电影一样，起来了又走掉了，起来了又不见了，为什么？行业变化太快。所以，系统也变化非常快，因此在这个上面不用去听虚的，你只想清楚列一个清单，我的需求是

什么，能不能完成，还有拼命的砍价，不要求大求全，适合你就好。

第五，增值服务。我指的是你的物流服务商还需要一些增值服务，比如说COD，大家不要以为在中国的电商状态在全世界都是这样，不是的，中国电商环境是全世界的好的，但是在其他国家不是这样的，比如说东南亚，连信用卡都很少用，更不要说微信、支付宝，大的支付手段是现金，好用的方式是货到付款COD，在中国的电商红海里杀出来的，到了东南亚、到了印度、到了俄罗斯、到了中东、非洲，砍瓜切菜一样，甚至可以倒退两年想问题，两年以前电商怎么做的，到了那边通杀，其实大家要明白，有难度的事情就是有门槛的事情，卖商品简单上一个货架你认为比别人赚更多？你是否小看了你的同行。你应该挑战一下你自己，当然这需要一个好的供应商来帮助你。所以，在互联网时代有好的同盟军是非常重要的事情。