

# 泰国电商COD物流深圳直发

产品名称	泰国电商COD物流深圳直发
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	15.00/千克
规格参数	品牌:泰国COD物流 主营业务:泰国电商小包物流 服务:一件代发/代收货款
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（注册地址）
联系电话	19079896087 19079896087

## 产品详情

跨境电商：力争规模及运营创新走在全国前列《行动方案》提出，围绕跨境电商零售进口、零售出口和 B2B2C 出口，努力建成我国重要的跨境电商供应链创新中心，力争跨境电商贸易额、保税进口仓量、跨境电商巨头集聚规模及运营模式创新走在全国前列。做大做强跨境电商进口。落实跨境电商零售进口政策，争取将宁波综试区作为跨境电商零售进口正面清单扩增、准入范围扩大的先行试验区，推动将国内有需求但尚未取得一般贸易许可准入的商品列入跨境电商零售进口商品检验检疫准入正面清单。扩大宠物粮、蜂产品、预包装的植物源性食品等准入范围，简化前置审批，优化通关流程。加快拓展跨境电商出口。落实跨境电商零售出口“无票免税”政策，开展跨境电商零售出口企业（平台）所得税“税前抵扣”试点。

推动邮快件 B2C 出口，优先开展进出境邮件全国联网传输数据。开展以海外仓备货为核心的跨境电商 B2B2C 出口业务模式创新试点，在技术标准、业务流程、管理模式、税汇便利化等制度创新方面先行先试，力争单列 B2B2C 监管代码试点。优化跨境电商发展布局。依托各区县（市）和开发区产业集群、外贸基地，加快建设集保税展示、物流、交易、服务于一体的跨境电商产业园区、物流园区，为跨境电商龙头企业、运营企业等提供全方位服务。积极引入知名跨境电商平台、跨境电商供应链企业，打造跨境电商全球总部、区域总部及创新中心、营运中心，发展跨境电商总部经济。完善跨境电商配套设施。加快跨境电商海外仓的全球布局，支持跨境电商物流企业等建设公共海外仓。鼓励有条件的跨境电商出口企业、外贸综合服务平台企业等发展自营海外仓。

支持在业务量较大的海外地区，依托有条件的海外仓，建设跨境电商海外服务中心，为跨境电商企业提供境外品牌、税务、劳务、知识产权等一站式综合服务。

“网上展示+线下交易”为主要商业模式的1.0时期和交易、支付、物流等流程实现电子化，各在线交易平台跑马圈地的2.0时期，随着税改新规的实施以及资本的竞逐，跨境电商也挺进了全新的3.0时代。据中投顾问发布的《2017-2021年中国跨境电商市场深度调研及投资前景预测报告》预测，到2020年，中国跨境电商交易规模有望达12万亿元，此间年均增速将超过20%，市场渗透率进一步上升，也将给货运、物

流、海运、报关、仓储等相关产业带来将近2万亿元的市场空间。

跨境电商市场虽然潜力巨大，但同样面临诸多挑战：技术和商业模式的不断迭代创新；当地物流、支付体系，包括互联网和电信基础设施的不完善；政策变化给企业带来困惑和影响等，都对电商企业提出了越来越高的要求。挑战一：汇率2015年8月11日，央行宣布决定完善人民币兑美元汇率中间价报价机制，当日贬值幅度达到1.9%，之后持续贬值，市场形成了人民币长期贬值预期。对于跨境出口电商而言，这是一个非常大的发展机遇，但同时给我国跨境进口电商的发展带来了巨大的压力。目前我国跨境进口电商经营模式分为自营和平台两种，进口模式则分为直购和保税两种。直购模式一般是指消费者购买境外商品，并通过国际运输的方式将商品送给境内消费者。保税模式则是指境外商品入境后暂存保税区内，之后通过国内物流将商品送给境内消费者。不同模式的跨境进口电商受到汇率波动的影响也不同。汇改后的汇率波动，对于以直购为主、保税为辅的平台型跨境出口电商而言，两种模式结合可以使得在丰富商品种类的同时，降低库存成本。

弹性的供应可以很好地应对汇率波动带来的进口压力。而对于以保税模式为主的自营型跨境进口电商影响较大。这种影响主要是体现在汇率上升后进口商品的价格上升，致使跨境进口电商经营困难。“以一个电商客户为例，一年的交易量是300亿人民币，按8%波动，就有24亿的汇率风险存在，对于一个企业而言是相当大的风险。汇率的波动可能吃掉整个企业一年盈利，甚至可能会亏损。”KVB昆仑国际全球交易总监郑晓嵘认为，电商行业发展迅猛，有的企业每年交易量是上百亿的人民币，这当中是有非常大的汇率风险存在。特别是对于中小企业，将会面临价格竞争与汇率波动的双重压力，稍不注意就有可能在市场整合中被淘汰出局。据相关统计显示，随着整体市场流动性越来越大，人民币汇率波动性也越来越大。从2008年到2014年，人民币每年涨3%，2014年人民币双向波动汇率正式开启。2015、2016年人民币整体波动在8%左右。汇率风险管控将是未来跨境电商的重点。据郑晓嵘介绍，目前还有40%的电商完全还没有意识到汇率风险的问题。20%、30%已经有意识，开始逐步了解，只有10%—20%的电商已经在做汇率避险。一些从业人士坦言，除了国际汇率波动，结汇通道灰色的问题是阻碍所有电商发展一个致命的问题。“灰色清关收入，无法阳光化。电商都是闷声发大财，他们不敢出来，好多不正规。”

由于跨境电商结汇问题始终难以解决，“地下钱庄”颇受卖家青睐。通过构建跨境支付系统并支持境内银行卡清算机构拓展境外业务等方式，可以有效地解决支付和结汇问题。目前看来，我国的跨境支付系统处于起步阶段，各种支付平台的影响力局限在国内。2016年10月1日，人民币正式加入国际货币基金组织特别提款权（SDR）货币篮子，成为继美元、欧元、日元和英镑之后第五种入篮货币，正式跻身国际储备货币行列。市场乐观预计，能加入SDR的货币原则上都是被shijieguo在国际贸易中所广泛使用的支付货币。不管是对跨境电商进口商和出口商还是对国内消费者来说，在交易过程中都可以考虑直接通过人民币进行结算。交易双方在削弱汇率波动风险之余，还减少了兑汇成本。目前来看这还属于最为理想的状态。一方面，SDR更像是IMF发行给各成员国的“信用卡”，本身并不产生财富，而且所有会员国加起来的总份额才区区2000多亿美元，仅占全球外汇储备的3%。另一方面，现在欧美各国对于人民币的认可程度还不高，而人民币结算较多的国家大部分又处在我国周边经济较为落后的地区，同时国内跨境电商市场交易额有较大部分还是来自于欧美市场，所以短期来看SDR的加入对跨境电商行业的象征意义还是大于实际意义。挑战二：税收2016年4月，由财政部、商务部、海关总署等三部委发布的跨境电子商务零售进口新税制正式施行，宣告免税时代终结。根据新税改方案：跨境电子商务零售进口商品按照货物征收关税和进口环节增值税、消费税，购买跨境电子商务零售进口商品的个人作为纳税义务人，实际交易价格（包括货物零售价格、运费和保险费）作为完税价格，电子商务企业、电子商务交易平台企业或物流企业可作为代收代缴义务人。

对跨境电商零售进口商品按照货物征收关税和进口环节增值税、消费税，单次交易限值提高至2000元，个人年度交易限值为20000元。在限值以内进口的跨境电子商务零售进口商品，关税税率暂设为0%；进口环节增值税、消费税取消免征税额，暂按法定应纳税额的70%征收。超过单次限值、累加后超过个人年度限值的单次交易，以及完税价格超过2000元限值的单个不可分割商品，均按照一般贸易方式全额征税。跨境电子商务零售进口商品自海关放行之日起30日内退货的，可申请退税，并相应调整个人年度交易总额。在一些从业者看来，新政影响最大的是海外个人代购和高端商品，税改的目的是为了促进线上线下贸易在同一规则中竞争，同时吸引更多消费者从代购转向B2C和阳光海淘。因为新政对B2C平台和阳光通关的方式延续了优惠政策，优惠范围要求提供交易、支付、物流电子信息“三单”。而个人代购很难

保证“三单”齐全，因此bishui难度加大。与此同时，行邮税的税率也进行了调整。行邮税是行李和邮递物品进口税的简称。财政部关税司表示，行邮税针对的是非贸易属性的进境物品，将关税和进口环节增值税、消费税三税合并征收，税率普遍低于同类进口货物的综合税率。在此之前行邮税有四档税率，分别为10%、20%、30%、50%。诸如食品、饮料、箱包等适用10%的税率；衣服鞋帽等适用20%的税率；化妆品，包括牙膏、肥皂等日用清洁用品，保湿补水等护肤品，眼线等彩妆则统一适用50%的税率。而新政规定：不属于跨境电商零售进口的个人物品以及无法提供交易、支付、物流的跨境电商零售进口商品，依旧征收行邮税。税率由原来的10%变为15%、原来的20%变为30%、原来的30%和50%变为60%。这对海外个人代购来说，提高了门槛，交易成本明显增加。2016年4月7日晚，跨境电商“新税制”实行前夜，财政部等11部门正式公布《跨境电子商务零售进口商品清单》。这份清单明确了1142个进口商品的归类 and 税务。根据要求，不在正面清单范围中的商品不允许进入保税区。因此，很多跨境电商都将面临重构上游、备仓及物流布局等方面的挑战。2017年，国务院常务会议首次点题“跨境电商”，3月17日，商务部新闻发言人就跨境电商零售进口过渡期后监管总体安排发表谈话。谈话指出，为促进跨境电商零售进口平稳健康发展，经国务院批准，跨境电商零售进口商品由此前的“按照货物征收关税、进口环节增值税和消费税”调整为“暂按照个人物品监管”；同时，实施范围也由此前的10个城市扩至15个城市，自2018年1月1日起实施。从监管趋势看，未来国家将逐步推出跨境电商综合税、设立正面清单、通关单制度等一系列政策，促使跨境电商从检验检疫、准入体制，再到税收监管，建立起一套相对完善的体系。

挑战三：海外仓物流同样是跨境电商无法回避的痛点。由于涉及跨境较复杂且各国间政策差异较大，很难像内贸电商一样通过自建物流的方式来解决跨境电商的物流问题。目前跨境电商企业的物流一般采用邮政、国际物流、海外仓和第三方物流方式。邮政、国际物流运输环节多、周期长，消费者会因运输时间过长而直接取消交易；已在半路的货物退回国内仓库的费用远远高于产品本身价值，这又增加了运营成本，直接影响了国内跨境电商企业的利润。事实上，有远见的跨境电商早已开始了海外仓的布局。江苏四海商舟电子商务有限公司董事长周宁认为，通过海外仓，外贸企业不仅可以降低清关障碍，而且可以使用本地物流，降低物流成本，以快速抢占海外市场。同时，本地发货配送，可以减少转运流程；销售本土化也能规避掉一些目标市场国的贸易壁垒。但是对于海外仓是大趋势的这一观点，应该辩证地来看待。海外仓是一把双刃剑：一方面，规模性企业需要通过海外仓来提升客户体验，完善客户服务；另一方面，对于小规模的外贸卖家而言，自建海外仓的成本过大，周转率、滞销比、人员成本，沟通等都是需要考虑在内的重要因素，而并不是简单地租个仓库就可以解决的问题。“海外仓不是海外的仓库，海外仓是一套中国企业海外布局的整体策略，海外仓最简单的是在海外租一个仓库，最难的是在仓库放什么货，放多少货。所以海外仓是手段，目的还是加强中国企业在海外的市场能力，销售能力，服务能力，如果这些能力不具备，仅仅建设一些海外的仓库是难有作为的。业内对于海外仓布局的建议是：第一，因国家而异。从需求性上来看，海外仓在欧美国家更多的是标配，缘于欧美当地快递行业发展已趋近成熟，欧美价之链CEO甘情操认为：“作为一个中小规模的纯卖家，不建议跨境电商企业自建海外仓，而由政府和企业建设海外仓却是尤为必要的。从成本和专业运营的角度上来看，因为每一家企业的精力有限，大家都需要聚焦去把自己最擅长的事情去做好，然后再利用社会协同的资源。那么在于海外仓的运作这一块，可能表面上看上去自建仓会有很大的利润空间，但是加上管理成本以及损耗掉的效率方面的成本之后，它并不一定是最优的选择。”“如果是航空母舰级的大跨境电商企业可以考虑自建仓，但是对于多数中小型规模的企业来说，使用第三方合作的这一种仓库模式对他们来说是可能是更好的一种选择。”甘情操说。

综合业界对于海外仓优缺点的分析，不难发现，海外仓显著的优势在于：

一，在稳定的场合内，货物质量比较容易保证；

二，通过规模降低单位成本，通过预测提高周转；

三，由于量多导致操作环节的时间较长，但是通过提前存储，可以大大减少最后一公里；

四，海外仓的库存肯定会占用资金，但是由于清楚资金占用的环节，提高货物预测，从而及时做到出库。当然，仓库作为一个“蓄水池”，也掩盖着供应链当中许多的问题。因此，海外仓的运营对以下三个方面有着较高的要求：库存压力、仓储费用成本、货物的销售性质。另外，海外仓的设置它需要企业在当地招工，搭建仓配一体化体系，国际航线、港口物流、多重的通关模式等，对于大多数电商企业都

是不小的挑战。

五，业内对于海外仓布局的建议是：第一，因国家而异。从需求性上来看，海外仓在欧美国家更多的是标配，缘于欧美当地快递行业发展已趋近成熟，欧美买家对于物流配送有着比较苛刻的时效要求。而俄罗斯这样的地域广阔，本土快递行业发展滞后，目前俄罗斯买家对于物流配送时效的要求并不严格。

第二，与目的国对货物的需求而异。货物的本特性又对供应链成本直接影响，从而间接影响着海外仓库的布局。比如说，海外仓比较适用于客单价高、重量大的商品，但俄罗斯买家在中国电商购买的商品多以客单价低、重量小的轻纺品为主。所以相比欧美，俄罗斯市场对于海外仓的需求没有那么迫切。

第三，注意风险隐患。比如俄罗斯进口关税较高、本土快递业发展滞后、网点布局集中在大中城市等因素，造成目前中国电商发往俄罗斯海外仓的货物大多采用“灰色清关”，这给俄罗斯海外仓的发展埋下了潜在风险。跨境电商的粗放式发展，高举高打、高歌猛进的时代已经过去，精耕细作已经开始。企业间比拼的已是成本控制、运营效率、质量管理、品牌带动、创新引领，比拼的是少犯大错误，比拼的是如何打造自己的核心优势。