

越南COD电商深圳直发

产品名称	越南COD电商深圳直发
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	10.00/千克
规格参数	品牌:越南COD物流 主营业务:越南电商小包物流 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

跨境物流成本高、周期长、效率低下等问题严重影响了跨境电商的发展，尤其是跨境电商零售出口业。海外仓的投入使用将会减少跨境物流环节，提高物流效率，有效改善当前跨境物流问题。但是，中小型跨境电商企业在使用海外仓过程中却遇到了诸多问题：如海外仓使用成本高昂、运营水平和技术水平较低、库存难以控制以及中小企业跨境零售出口量小、订单分散、库存滞销等。针对这些问题，本文提出了*与第三方跨境电商平台共建中小企业公共仓，组建海外仓联盟，调整出口产品、平台和国家（地区）以及线上线下拓宽销售渠道等对策。

随着经济全球化和信息技术的**发展，我国*跨境电商政策红利不断释放，跨境电商产业呈现出持续、**的增长态势，成为我国对外出口增长的重要引擎。从2010年至2017年，跨境电商年平均增长率达到了28%以上，其中2017年跨境电商交易总额为7.6万亿元，跨境电商已经成为我国对外贸易的重要组成部分[1]。跨境电商主要由产品的信息流、物流及资金流业务组成，其中信息流和资金流业务均已得到较好发展，但跨境物流还是存在诸多问题。由于跨境物流涉及较多环节，且面对各国（地区）不同的物流供应商和海关，其时效性、成本、丢件及退换货问题一直难以得到有效解决，严重影响消费者购物体验和跨境电商发展[2]。而海外仓这种新型的跨境物流模式的出现，很好地解决了跨境直邮中存在的问题[3-7]。所谓海外仓，即通过在商品进口国（地区）境内选址设置仓储地点并事先将货物批量出口至进口国（地区）境内仓库，一旦目标市场国家（地区）消费者下单，即可从相应海外仓发货，从而实现物流的本土化，避免复杂的跨境物流及通关手续，较大限度提高跨境物流效率，解决丢件率高、退换货难等问题。为了促进海外仓的建设，我国*在2016年的*报告及2017年的全国zhengxieweyuan提案中均提出要支持中guoqiye建设出口货物的“海外仓”。在*的引导下，近几年海外仓的建设**了重大进展。目前，参与海外仓建设的企业主要是大型跨境电商从业企业、第三方跨境电商平台和跨境物流企业。虽然海外仓的使用可以有效解决跨境物流的诸多问题，但其使用和管理模式尚无法满足中小型跨境电商从业企业的需求，因此，当前大量中小企业在开展跨境电商零售出口时并未使用海外仓。

中小型跨境电商企业零售出口特点根据中国电子商务中心调查数据显示，目前我国跨境电商从业企业数量*过 30

万家，其中中小型跨境电商企业交易总额占我国跨境电商交易总额的70%左右。受制于企业规模、资金以及技术等因素，中小企业在开展跨境电商零售出口的过程中呈现出以下三个特点。

（一）依托于第三方跨境电商平台在海外自建营销网站，不仅需要资金及技术的持续投入，还需要有海外背景并熟悉海外市场运作规则的*营销推广人员持续维护。因此，对于中小企业来说，自建海外营销网站来推广企业及其产品是比较困难的，绝大部分中小企业在开展跨境电商零售出口时都是使用第三方跨境电商平台来完成跨境交易的。现阶段，中小企业选择使用的第三方跨境电商平台主要有：速卖通、Wish、eBay、亚马逊和Lazada等。

（二）出口产品单一跨境物流高昂的费用以及对产品体积和重量的限制，使得中小企业在跨境选货物品类时受到了诸多限制。当前，中小型跨境电商企业出口产品以纺织品、玩具及日用品为主，这类产品附加值低、缺乏**技术，主要通过**获得竞争优势。

（三）订单高度碎片化，以经济类物流为主中小型跨境电商零售出口企业面向的主要是国外（地区）的个人买家，其出口订单呈现出批次多、批量小、出口地区分散、客单价低、利润低的特点。这些卖家运费承担能力较弱，往往选择使用邮政小包和专线物流等经济类物流。

中小型跨境电商企业零售出口海外仓使用困境

（一）海外仓使用成本高昂目前，海外仓的分布主要集中在跨境电商零售出口订单较多的国家（地区），如美、英、德、法、澳、俄等，而这些国家（地区）的劳动力及仓库租金成本普遍偏高。例如，在美国，仓库工人的较低工资是 15 美元/小时，是中国工人的 5 倍，一年下来仅一个美国仓储工人的成本就要近 36000 美元 [6]。同时，美国仓库的租金也非常昂贵，达到了 100-120 美元 /m² / 年，是中国的 2 倍左右，这其中还不包含水电费和物业费等其他额外的费用 [6]。此外，企业在国外租用仓库还得缴纳高额的，从而进一步推高了海外仓的成本。一般情况下，在美国租用一个 3000m² 左右的仓库，一年的费用就要上百万美元。较终，这些费用都将会以入仓费、仓储管理费和订单处理费的形式转移到海外仓的使用者身上。而且货物一旦从海外仓发出还得支付当地的快递费，例如，当企业使用美国波士顿当地的海外仓给美国纽约的顾客发送重量约为 30 克的耳环时，其需缴纳订单处理费约为 1 美元，快递费约为 2 美元，两者相加已达 3 美元，而这其中还不包括海外仓头程运输费用、入仓费和仓储管理费。但是，卖家将同样重量的商品从中国通过e 邮宝直接寄往纽约却只需要 2 美元左右的邮寄费。可见，巨大的运费差额是阻碍中小企业卖家选择使用海外仓的重要原因。

（二）海外仓整体运营水平和技术水平较低海外仓中存放的货物数量多、品类复杂，管理难度较大，每批货物进仓之后需要经过分拣、归类、贴条码和入库等多个流程。使用**的仓储设备和海外仓*管理系统可以实现高度的自动化，有效降低失误率，但费用较高，且后期需

要不断对设备和软件系统进行*新和升级。目前，我国海外仓技术还比较落后，很多建仓企业为了控制成本不愿投入过多的资金来购置**的设备和软件，取而代之的是传统的 ERP caigou系统和当地技术水平较低的廉价劳动力。由于传统的 ERP caigou系统与国外公司和邮政的系统连接不稳定以及仓库员工操作不规范，跨境电商企业在使用海外仓过程中，经常会遇到物流信息不*新、库存数量不准确、错发货物和商品错装漏装等情况 [10]，严重影响消费者的购物体验，从而导致大量退换货问题。

(三) 海外仓库存难以控制使用海外仓的先决条件是跨境电商企业将在售的或者即将销售的产品以出口的形式批量运输至海外仓，这就意味着企业必须对出口至海外仓的产品及数量事先做出预判。对于在售产品进行预判，企业可以根据以往的销售数据进行判断；而对将售产品，企业则只能凭借自身经验。中小型跨境电商企业由于在售商品款式丰富、缺少爆款产品、缺乏稳定的销售数据以及库存管理经验，对产品库存的准确预判非常困难。一旦使用海外仓，中小企业不仅要面对各种库存管理问题，而且商品的批量出口也将进一步增加企业库存成本和风险。

(四) 中小企业出口规模小且订单分散通过深圳易仓科技有限公司调研发现，38%的受访者认为只有当跨境出口的月销售额在10万美元左右时才考虑使用海外仓，25%的受访者认为建仓标准需要达到10万至30万美元之间，37%的受访者则认为月销售额需达到30万美元以上才能建仓。由此可见，出口规模在很大程度上决定了跨境电商从业企业是否选择使用海外仓。据统计显示，绝大部分中小型跨境电商企业月销售额甚至不足2万美元，且存在订单量小、出口区域分散、出口产品利润率低等情况，加之出口产品类型和国家(地区)的多样化，大大增加了中小卖家海外仓使用的难度。

(五) 中小企业滞销库存商品难以处理在海外仓使用过程中，商品的滞销及残次品的出现是跨境电商企业不得不面对的问题。据2017年凤凰网数据显示，平均每个海外仓有近1.5万美元的滞销库存，部分海外仓甚至达到了几十万美元。由于缺乏销售数据做准确预判以及海外仓经营管理经验，中小型跨境电商企业*容易出现商品滞销问题。面对滞销商品，大型跨境电商企业一般可以通过自身在海外的销售渠道**将其以较快的速度消化掉，而中小型跨境电商企业因为缺少销售渠道，面对日益增长的仓储成本，只能选择销毁产品或者复运回国，从而进一步提高了运营成本。

中小型跨境电商企业零售出口海外仓使用对策

(一) *与平台共建公共海外仓为了促进我国跨境电商的发展，进一步降低中小型跨境电商企业海外仓使用门槛，*可以主动作为，与中小企业聚集的第三方跨境电商平台合作，出资共建面向中小型跨境电商企业的公共海外仓。1. 自建海外仓仓储系统，提升技术水平由于第三方跨境电商平台在平台开发、运营和维护的过程中集聚了大量技术人才和技术经验，且熟知中小型跨境电商企业的销售模式，针对企业的仓储特点，平台有能力开发一套适合中小企业使用并且能够对接海外物流企业的系统。*在建仓过程中的介入将在很大程度上缓解资金问题，使仓库能够完成硬件设备和软件的*新，提升海外仓的自动化水平，提高仓储管理和发货效率，降低操作失误率和货物损耗率，从而进一步改善消费者体验。2. 大数据建模，科学预测和管理库存第三方跨境电商平台上拥有数量非常庞大的买家和卖家群体，平台掌握了海量的营销、产品和交易等数据。通过构建数据模型，分析近几年产品交易数据，平台有能力较为准确地预测某一品类产品在本平台上未来一段时间内的销售趋势。同时，平台还可以调取与*共建的海外仓仓储公共数据，综合分析各商家的备货情况，给出库存建议。中小型跨境电商企业可以根据产品销售情况以及平台的预测数据，选取具有一定**基础且未来销售趋势较好的产品发送至海外仓，从而在一定程度上规避海外仓库存滞销的风险。3.

引导和培育中小企业使用海外仓针对海外仓使用成本问题，*和第三方跨境电商平台可共同**标准，允许符合资质的中小型跨境电商企业进入公共海外仓，并予以相应的仓储补贴，从而有效降低海外仓使用成本。同时，第三方跨境电商平台对入仓的平台企业设定年度销售目标，对达到目标的企业予以奖励。通过*和第三方跨境电商平台的引导和培育，使中小型跨境电商企业逐步了解海外仓管理运作模式，积累海外仓使用经验，较终培育出具备独立使用和运营海外仓能力的中大型跨境电商企业。

（二）中小企业共建海外仓联盟我国中小型跨境电商从业企业数量众多，各个地区企业之间可以相互合作共建海外仓联盟，联盟中的企业各自选出一些有**基础的产品进行集合，然后一同出口至海外仓。产品大批量出口至海外仓不仅可以有效降低头程物流成本，而且可以增强中小企业对海外仓的议价能力，在一定程度上降低产品的入仓费和仓储费。同时，中小企业少量、多品类的海外仓产品仓储策略，也将大大降低企业的库存成本和风险。此外，来自于同一产业集群区域的企业，其部分产品往往存在高度同质化，一旦某个企业这类产品库存**，存放在海外仓中联盟企业间的同类产品可以相互调用。这样不仅可以解决联盟中部分企业某些**产品库存不够的问题，而且可以帮助其他企业消化滞销的库存。

（三）调整出口产品、平台及国家（地区）所选商品的好坏在很大程度上直接决定了企业未来在跨境电商平台上的发展。中小型跨境电商企业由于缺乏销售数据和大数据分析能力，在选品上往往处于劣势。大部分商家基本跟着**榜走，什么好卖就卖什么。但是，这类产品往往被类目大卖家所控制，同质化竞争严重，利润微薄，中小企业在跟卖过程中无利可图。因此，中小型跨境电商企业想要在平台上生存，必须得购买和学会使用各种平台提供的数据软件用于挖掘“蓝海”产品，即有一定市场需求但竞争还不激烈的产品，才可能获取足够的利润来支撑企业开展海外仓业务，从而进一步优化顾客购物体验。目前，市场上有多种跨境电商平台可供企业选择，每种平台的**产品和主攻市场是不尽相同的。例如，速卖通上较**的商品主要包括服饰、饰品和母婴类产品等，面向的国家主要包括俄罗斯、巴西、西班牙、印尼和美国等；亚马逊上较**的商品则是电子产品、家具厨房用品及出版产品等，主要面向的市场有美国、日本、韩国和欧洲等。而且，相同的产品在不同的平台，其销售的价格及受欢迎的程度也是不一样的。因此，中小型跨境电商企业应该根据出口国家（地区）、企业运营及产品的基本情况，有针对性地选择一家平台深耕或者同时入驻几家平台，这将有助于企业订单量的增长及出口区域的集中，较终便于企业使用海外仓。海外仓使用成本主要包含三个方面，分别是头程物流成本、海外仓储成本和尾程物流成本，其中尾程物流成本占大部分。尾程物流成本主要是由当地基建情况及物流配套设施所决定的，相关设施越落后物流派送费用就越高。例如，同样是中国的邻国，俄罗斯海外仓的使用费用就要**日本。此外，在经济较发达的国家（地区），消费者的价格弹性较小，相同的产品在这类国家（地区）*容易以较高的价格出售，从而获得*高的利润。而这类国家（地区）又因为物流设施完善，物流效率*高，海外仓使用成本也就*低。因此，中小企业在订单量较少的前期可以通过店铺后台对产品展现区域进行筛选，有针对性地将产品更多地展现在经济较发达的国家（地区）的消费者面前。通过销售区域的调整，可以提高销售的客单价，在一定程度上降低物流成本，提高物流效率，有助于企业前期订单量和动态评分的增长，利于企业的长期可持续发展。

（四）线上线下相结合，多方向拓宽销售渠道中小型跨境电商企业不能拘泥于第三方跨境电商平台，要积极开拓其他网络销售渠道，如海外仓所在地的电商网站、社交媒体以及与企业产品相关的交易论坛。同时，可以由*和第三方跨境电商平台出面，与海外仓所在地的大型零售商和我国在当地的大型跨国公司进行洽谈，依托它们的资源建立线下零售渠道。当中小型跨境电商企业存放于海外仓中的货物滞销时，它们可以利用线上的多种销售渠道以及线下的零售渠道以较低的折扣价格将产品尽快处理掉，避免损失进一步扩大。而对于较终滞留下来的货物，海关可以比对货物入仓时的数据，允许其将滞销产品复运回国，且不再征收进口关税，以尽可能地降低商家损失。海外仓的合理使用是解决当前跨境物流问题较有

效的方式，为未来跨境电商长期可持续发展奠定了坚实基础。
但是，海外仓作为一个新生事物，其本身还是存在缺陷的，
跨境电商企业在使用过程中将会遇到许多问题，尤其是综合实力欠佳的中小型跨境电商企业。

面对海外仓使用困境，中小型跨境电商企业应该主动出击，通过组建海外仓联盟、调整企业出口产品、
平台和国家（地区），以及拓宽海外线上和线下销售渠道等方法来解决。
在*及第三方跨境电商平台的支持下，在信息技术水平和物流水平不断提升的情况下，海外仓许多问题
将会迎刃而解，海外仓发展将会迎来*大发展空间。