



工业和信息化部
“十三五”规划教材立项项目

21 世纪 高 等 院 校
电子商务系列规划教材

跨境电商 物流

韩玲冰 胡一波 / 主编

张彩丽 / 主审



Cross-Border
E-Commerce Logistics



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



工业和信息化部普通高等教育
“十三五”规划教材立项项目

21 世纪高等院校
电子商务系列规划教材

跨境电商 物流

韩玲冰 胡一波 / 主编

张彩丽 / 主审



Cross-Border
E-Commerce Logistics

人民邮电出版社

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

跨境电商物流 / 韩玲冰, 胡一波主编. — 北京 :
人民邮电出版社, 2018.12
21世纪高等院校电子商务系列规划教材
ISBN 978-7-115-47132-1

I. ①跨… II. ①韩… ②胡… III. ①电子商务—物
流—高等学校—教材 IV. ①F713.36②F252

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第320544号

内 容 提 要

本书内容全面、新颖, 实战案例丰富, 可以让读者对跨境电商物流有一个系统化的认知、了解和掌握。全书分为9章, 包括跨境电商与国际物流概述、跨境电商物流系统、跨境电商物流模式、跨境电商物流信息技术及信息系统、跨境电商库存决策与库存管理、跨境电商运输管理、跨境电商国际物流服务与成本管理、海关清关的常识、海外仓基础知识等内容。

本书既可以作为本科或高职院校电子商务、物流管理、国际贸易、工商管理等专业的教学用书, 也可以作为相关专业研究生和有关从业人员的参考书。

◆ 主 编 韩玲冰 胡一波

主 审 张彩丽

责任编辑 刘向荣

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

固安县铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本: 787×1092 1/16

印张: 14.5

2018年12月第1版

字数: 299千字

2018年12月河北第1次印刷

定价: 42.00元

读者服务热线: (010)81055256 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字 20170147号

前言

2018年5月,在第二届“京陵大数据高峰论坛”上,国家信息中心正式发布《“一带一路”贸易合作大数据报告2018》,报告显示2017年中国与“一带一路”国家进出口总额实现大幅增长,进口增速首次超过出口,中国与“一带一路”国家的进出口总额达到1.44万亿美元,同比增长13.4%,高于我国整体外贸增速5.9个百分点,占中国进出口贸易总额的36.2%。其中,我国跨境电商交易规模稳定增长,艾媒咨询(iiMedia Research)数据显示,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,增速可观。预计到2020年左右,跨境电商交易规模有望突破9万亿元。在“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,同时,随着平台物流水平的提高和供应链的逐渐完善,未来市场有望得到进一步扩大。

本书是一本基于跨境电子商务、移动电子商务和物联网时代电子商务发展现状及趋势的理论与实践兼顾的教材,内容涵盖了跨境电商物流管理、国际贸易等有关的实践应用、前沿理论、热点问题、焦点问题以及最新案例等。

本书旨在以跨境电商物流主体业务的实践应用为导向,基于“大电商、大物流”的国际化视野,以培养、提高读者的创业能力和实践能力为目标,在内容设计上主要突出以下特点。

(1) 理论够用,应用突出。本书的编写没有拘泥于任何一个特定的平台或软件,是对跨境电商物流管理理论的一次整合,突出通用性特征。在内容的编写上,注重对常见物流模式、物流流程模型及跨境电商相关业务的操作步骤进行梳理,突出其应用性特征。

(2) 案例突出时效性、代表性和针对性。本书甄选出大量案例辅助理解核心内容。每一章都设计了“案例导入”和“案例分析”内容,文中设计多个小案例,帮助读者理论联系实际,提高学习效果。

(3) 利用二维码链接知识库。纸质教材的信息是有限的,为了让读者接触更多更前沿的案例和知识,本书不仅遴选了合适的案例,还在案例之后分享了与案例相关的知识。读者通过扫描书中的二维码即可进行阅读。

本书立足于跨境电商物流行业的发展现状和相关从业人员的现实需要,强调理论与实践的有机结合,运用大量案例辅助教学内容,启发思考,并在课后配有实训题,旨在培养学生的创新、创业思维和解决实际问题的能力。

本书由西安外事学院韩玲冰、胡一波担任主编,兰州大学张彩丽教授担任主审。其中,韩玲冰完成了本书整体架构设计及第五章5.1节、第六章6.1节、第七章7.4节、第八章8.1节的编写与全书部分章节的补充完善工作,胡一波完成了第一章、第三章和第二章2.1节的编写与全书部分章节的补充完善工作,雷宁完成了第二章2.2节和本书第五章5.2-5.3节、第

六章 6.2-6.3 节的编写工作，赵舰波完成了本书第四章和第七章 7.1-7.2 节的编写工作，牛文博完成了本书第七章 7.3 节和第九章 9.1-9.6 节的编写工作，马强完成了本书第八章 8.2-8.3 节的编写工作。另外，韩玲冰和胡一波共同完成了本书的统稿工作，最后，全书由张彩丽教授审查定稿。在本书的编写过程中，参阅了国内外大量的相关图书、报刊和网站文献，在此一并表示感谢！

最后，衷心感谢各位读者选择使用本书。欢迎您对本书提出批评和修改建议，我们将不胜感激，并在再版时予以补充完善。编者的联系方式为：hanlingbing@xaiu.edu.cn 或 huyibo@xaiu.edu.cn。

编者

2018 年 8 月

目 录

第一章 跨境电商与国际物流概述 1

案例导入 1

1.1 跨境电商概述 2

1.2 国际物流概述 4

1.3 跨境电商与国际物流的关系 4

1.3.1 跨境电商与国际物流相互促进 4

1.3.2 跨境电商和国际物流相互依存 5

1.4 跨境电商的国际物流特征 5

1.4.1 物流速度反应快速化 5

1.4.2 物流功能的集成化 5

1.4.3 物流作业的规范化 5

1.4.4 物流信息的电子化 6

1.5 跨境电商的国际物流模式 6

1.5.1 邮政包裹模式 6

1.5.2 国际商业快递模式 6

1.5.3 专线物流模式 7

1.5.4 海外仓储模式 7

1.6 跨境电商国际物流与传统物流的 差异性 8

1.6.1 运营模式对物流的敏捷性和柔性 要求不同 8

1.6.2 物流功能性的附加价值不同 8

1.6.3 点面服务范围不同 8

1.6.4 服务的主动性不同 8

1.6.5 IT 系统化、信息智能化重视程度 不同 8

案例分析 9

习题 9

第二章 跨境电商物流系统 10

案例导入 10

2.1 跨境电商物流系统概述 12

2.1.1 跨境电商物流系统的定义 12

2.1.2 跨境电商物流系统的功能 14

2.1.3 跨境电商物流系统的特点 15

2.2 跨境电商物流系统构成的要素 16

2.2.1 跨境电商物流系统构成的一般 要素 16

2.2.2 跨境电商物流系统构成的功能 要素 16

2.2.3 跨境电商物流系统构成的支撑 要素 18

2.2.4 跨境电商物流系统构成的物质基础 要素 19

案例分析 19

习题 21

第三章 跨境电商物流模式 22

案例导入 22

3.1 邮政包裹物流模式 23

3.1.1 邮政包裹物流模式概述 23

3.1.2 邮政包裹物流模式运作流程 24

3.2 国际商业快递物流模式 25

3.2.1 国际商业快递物流模式概述 25

3.2.2 国际商业快递物流模式运作 流程 26

3.3 专线物流模式 28

3.3.1 专线物流模式概述 28

3.3.2 专线物流模式运作流程 28

3.4 速卖通线上发货物流模式 34

3.4.1 速卖通线上发货物流模式概述 34

3.4.2 速卖通线上发货物流模式运作 流程 34

3.5 AliExpress 无忧物流模式 40

3.5.1 AliExpress 无忧物流模式概述 40

3.5.2 AliExpress 无忧物流模式运作 流程 41

3.6 海外仓物流模式 47

3.6.1 海外仓物流模式概述 47

3.6.2 海外仓物流模式运作流程 48

3.7 虚拟海外仓 49

3.7.1 虚拟海外仓操作模式 49

3.7.2 虚拟海外仓效果 50

3.8 中东欧海陆空铁联运模式 50

3.9 跨境电商物流渠道优劣比较分析 51

3.9.1 邮政小包 51

3.9.2 跨国快递	52
3.9.3 专线物流	52
3.9.4 海外仓	53
案例分析	54
习题	58
第四章 跨境电商物流信息技术及信息系统	59
案例导入	59
4.1 跨境电商物流信息技术	60
4.1.1 跨境电商物流信息技术概述	60
4.1.2 自动识别技术	61
4.1.3 电子标签技术	70
4.1.4 EDI 技术	71
4.1.5 GPS 与 BDS 技术	73
4.1.6 GIS 技术	77
4.1.7 物联网技术	78
4.1.8 云计算和大数据	81
4.2 几种典型的跨境电商物流信息系统	84
4.2.1 物流信息管理系统	84
4.2.2 智能运输系统	85
4.2.3 ERP 系统	86
案例分析	91
习题	93
第五章 跨境电商库存决策与库存管理	94
案例导入	94
5.1 跨境电商的库存概述	95
5.1.1 跨境电商库存的概念及产生原因	95
5.1.2 跨境电商库存的分类	96
5.2 基于库存成本的跨境电商库存决策	97
5.2.1 库存成本的构成内容	97
5.2.2 基于库存成本的跨境电商库存决策	100
5.3 跨境电商的库存管理	109
5.3.1 库存管理的概念	109
5.3.2 跨境电商库存管理的方法	110
案例分析	121
习题	123

第六章 跨境电商运输管理	124
案例导入	124
6.1 跨境电商运输管理概述	124
6.1.1 跨境电商运输的定义	124
6.1.2 跨境电商物流运输的特点	125
6.1.3 运输在跨境电商交易中的地位	126
6.2 跨境电商物流运输的方式及选择	127
6.2.1 跨境电商物流运输的方式	127
6.2.2 跨境电商物流运输方式的选择	135
6.3 集装箱运输认知	141
6.3.1 集装箱运输的定义	141
6.3.2 集装箱运输的特点及优越性	141
6.3.3 集装箱运输的主要类别及合作对象	143
6.3.4 集装箱运输的工作组织	144
6.3.5 出口货物的集装箱运输作业流程	144
6.4 班轮运输认知	145
6.4.1 班轮运输	145
6.4.2 班轮运输的业务流程	146
6.4.3 班轮运费	147
6.4.4 国际海运物流的相关单据	152
案例分析	157
习题	160
第七章 跨境电商国际物流服务与成本管理	161
案例导入	161
7.1 跨境电商物流服务与成本管理	162
7.1.1 跨境电商物流服务的内容	162
7.1.2 跨境电商物流成本管理	166
7.1.3 跨境电商物流服务与成本管理的关系	169
7.2 跨境电商产品定价与物流成本	170
7.2.1 跨境电商产品合理定价	170
7.2.2 跨境电商产品定价技巧	171
7.2.3 跨境电商产品定价的误区	173
7.2.4 物流成本影响跨境电商产品定价	174
7.3 跨境电商物流服务管理	174

7.3.1 跨境电商国际物流服务管理的 含义	174	9.1.1 海外仓的概念	194
7.3.2 跨境电商国际物流服务管理的 原则	174	9.1.2 海外仓的分类	195
7.3.3 目前我国跨境电商国际物流服务 管理的主要问题	175	9.1.3 海外仓的优劣势	195
7.3.4 跨境物流服务商的选择	175	9.2 跨境物流海外仓发展现状	196
7.4 跨境电商国际物流成本管理与控制	176	9.2.1 仓库分布情况	196
7.4.1 国际物流成本管理的含义	176	9.2.2 仓库面积情况	197
7.4.2 国际物流成本管理的理论	177	9.2.3 订单处理能力	198
7.4.3 国际物流成本控制的策略	178	9.2.4 典型海外仓目前动态	198
案例分析	180	9.3 海外仓选品规则	199
习题	181	9.4 海外仓费用结构	200
第八章 海关清关的常识	182	9.4.1 头程费用	200
案例导入	182	9.4.2 税金	203
8.1 各目的国海关对进口货物的规定 解析	183	9.4.3 当地派送费用	204
8.1.1 俄罗斯	183	9.4.4 仓储管理服务费用	204
8.1.2 日本	184	9.5 海外仓商品涉及的增值税	205
8.2 出口货物的海关报关流程和退税 流程	185	9.5.1 VAT 简述	205
8.2.1 海关报关流程	185	9.5.2 英国税号申请流程	206
8.2.2 海关退税流程	186	9.5.3 德国税号申请流程	206
8.3 常见的海关清关问题解析	188	9.5.4 第三方代理	208
8.3.1 海关扣关	188	9.6 跨境电商平台速卖通入驻指南	208
8.3.2 清关不利	189	案例分析	210
8.3.3 快件退回是否产生关税	189	习题	212
8.3.4 买家拒绝支付关税	189	附录	213
案例分析	190	实训一	213
习题	191	实训二	214
第九章 海外仓基础知识	193	实训三	215
案例导入	193	实训四	216
9.1 海外仓概述	194	实训五	217
		实训六	218
		实训七	219
		实训八	220
		实训九	221
		参考文献	222

第一章 跨境电商与国际物流概述

【本章要点】

- 跨境电商与国际物流概述
- 国际物流概述
- 跨境电商与国际物流关系
- 跨境电商的国际物流特征
- 跨境电商的国际物流模式
- 跨境电商国际物流与传统物流的差异性

案例导入

联合包裹速递服务：解决跨境电商的物流难题

运营成本高、配送时间长、包裹无法全程追踪、不支持退换货，以及出现清关障碍和破损甚至丢包的情况，这些都是中国制造企业在做跨境电商起步时经常遇到的物流难题。物流正在跨境电商业务中扮演着越来越重要的角色，它将决定制造企业的服务水平和市场竞争力。

对于物流难题，小布涂涂文化创意（大连）有限公司（以下简称小布涂涂）有过切肤之痛。小布涂涂是一家以研发、设计、销售及生产为一体的跨境电子商务公司，是大连最大的出口欧美的热烫压图文定制生产商，主要生产烫钻、刺绣等服装配饰品。通过跨境电商平台，这家企业迅速开拓了海外 B2B（也可写成 BTB，是 Business-to-Business 的缩写，是指进行电子商务交易的供需双方都是商家或企业，通过网络进行资金流、物流、信息流、商流、人流等数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式）、B2C（也可写成 BTC，是 Business-to-Customer 的缩写，是指进行电子商务交易的供需一方是商家或企业，另一方为客户或消费者）业务。当订单不断增长后，其负责人却为物流服务伤透了脑筋。因为服装配饰品订单小、客户多而零散，填写物流快递单往往需要耗费大量的人力与时间。在全球越来越激烈的市场竞争环境中，终端客户的体验好坏对于企业利润的增长或减少起着决定性作用。为了优化流程，降低运营成本，小布涂涂与跨国物流公司——美国联合包裹速递服务公司（United Parcel Service, UPS）合作，将 UPS 的物流系统的功能集成到自有系统和电子商务网站，这样所有信息只需填写一次，订单、

发票等都可以通过企业自有系统直接打印,无须再登录物流公司的系统。仅此一项,小布涂涂每个业务员平均每天可节省约 45 分钟的时间,这样不仅改善了客户的物流体验,还大幅度提升了业务效率,缩短了货件出口前的准备时间,同时更便于查询物流状态。小布涂涂的负责人表示,找对物流供应商后,他们的物流效率提高了 11%。从更宏大的视角看,全球经济和市场瞬息万变,而在中国经济新常态下,许多出口企业致力于实现从低质廉价到高附加值的转型升级,从而摆脱“Made in China”的低端形象。在这中间,物流供应链提供商能够扮演战略合作伙伴的角色,助推出口企业加速这一进程。

2016 年 6 月 28 日,UPS 举行奠基仪式,宣布计划在法国科尔贝埃索纳和埃夫里新建包裹分拣及配送中心。此中心投资超过一亿美元,于 2018 年第一季度开始运营。新建的物流中心将 UPS 的综合运输网络和最近提升的中欧铁路服务结合在一起,更快地连接和运输往来中国、法国和更多欧洲地区之间的货物。这体现了 UPS 对加强跨境贸易和帮助中国进出口企业更好地赢得全球市场的承诺。

资料来源:中国电子商务研究中心

问题:1. 跨国物流与跨境电商之间的业务关联如何体现?

2. 跨境电商物流成本如何降低,效率如何提升?



图 1-1 UPS 公司徽标

跨境电商的迅猛发展,给国际物流业带来了新的机遇和挑战;同时,国际物流运作模式的适应性也成为制约跨境电商运营的瓶颈。目前,服务于跨境电商运作的国际物流进出口模式包括邮政快递(中国)、国际快递、海外仓(边境仓)、跨境专线物流和国内快递的国际化服务等,国际物流进出口模式包括直邮模式和转运模式。不同模式分别适用于不同的情况,具有各自的优势,但是又都存在着运输时间长、丢包率高、运输成本高、揽收范围和覆盖的海外市场有限等问题。为此,可通过建立国际物流服务能力评估体系、提高国际物流成本管控能力、提升智能监控与协调能力、增强国际物流服务响应能力、改进国际物流差异化服务能力等措施来解决。

1.1 跨境电商概述

跨境电子商务(Cross Border Electronic Commerce, CBEC, 简称跨境电商),是指发生在不同国家及不同地域之间的,通过互联网电子商务平台或者移动终端所进行的,包括 B2B、B2C、C2C、B2B2C 等类型的一切产品及服务等交易活动的全过程,即分属不

同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种国际商业活动。

跨境电商的概念里涉及几个关键词：关境、电子商务平台、跨境物流、国际商业活动。因此，好多人都会联想到外贸企业，其实用一句通俗的话来解释跨境电商就是外贸企业通过电商平台将产品和服务卖到国外去，与之前国内传统企业通过淘宝网卖出货物是一个道理，就是增添了外贸业务的属性。跨境电子商务对推动经济一体化、贸易全球化的技术基础的发展具有重要的战略意义，它不仅冲破了国家间的障碍，使国际贸易走向无国界贸易，同时也正在引起世界经济贸易的巨大变革。对企业来说，跨境电子商务构建的开放、多维、立体的多边经贸合作模式极大地拓宽了其进入国际市场的路径，大大促进了多边资源的优化配置与企业间的互利共赢；对于消费者来说，跨境电子商务能使他们非常容易地获取其他国家的商品信息并买到物美价廉的商品。

跨境电商出口业务流程一般包括实务操作与系统操作两大环节，集货场跨境物流服务商收到商家集货或备货申请，经海关 API（Application Programming Interface，应用程序编程接口）交互系统与跨境电商运营服务平台录入信息备案并比较审核，货物进入跨境电子商务出口监管仓，国内电商支付平台企业（国内注册）进行订单支付与运单信息处理，监管仓对所有货物进行过机，系统进行货物入园运抵信息处理，过机后货物转关，系统进行运单货物清单离境信息处理，货物到达境外买家；进口业务流程基本类似，如图 1-2 所示。

拓展资料

跨境电商的一般进出口模式操作流程

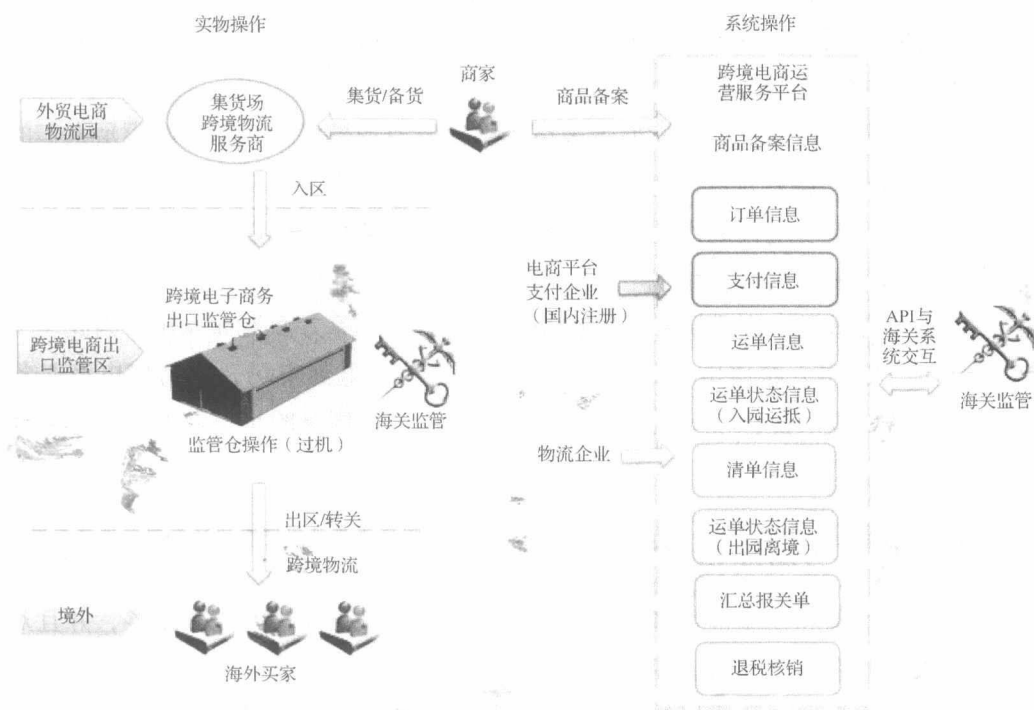


图 1-2 跨境电商进出口业务流程

1.2 国际物流概述

国际物流在广义上是指国际贸易及非贸易物流、国际物流投资及合作等，在狭义上是指存在于两个不同关境的交易主体的物流服务模式。目前较有影响力的 UPS、USPS、出口易、递四方等都属于国际物流范畴。大数据、物联网、人工智能等技术融合驱动下，不同关境或者不同国家的贸易过程高度信息化后，使跨境电商进一步优化、整合了传统国际贸易的资金流、商流、信息流、人流、物流，在降低成本同时，供应链上下游也需要匹配优化，快速促动国际物流发展，连接不同关境的国际物流正是构建跨境电商供应链的必备环节。而跨境电商的流程包括谈判、立约、支付、物流等多个环节，跨境电商的发展也为与这些环节相关的企业的发展提供市场机遇，特别是国际物流。目前，跨境电商与国际物流不仅从业务上更是在概念上被整合并泛指为跨境电商国际物流。跨境电商国际物流是指网上平台销售的物品从供应地到不同国家地域范围接收地的实体流动过程，包括国际运输、包装配送和信息处理等环节。

1.3 跨境电商与国际物流的关系

伴随人工智能、大数据等技术发展与跨界融合，国际流通领域的业务延展，跨境电商进入了新时代，国际物流已经成为影响跨境电商发展最重要的因素。跨境电商与国际物流是相互影响、紧密联系的两个行业。

跨境电商企业为国际物流的发展带来市场。传统商务模式越来越不能满足人们的需求，新时代下消费者会更为重视商品的质量及商品种类的丰富程度，此外消费者会更为看重购物体验，而跨境电商的出现则在很大程度上提升购物便捷性、满足消费者需求、优化消费者购物体验。同时，跨境电商的出现，在改善企业服务质量、提高供应链有效性、增进企业经营效益、提升国际贸易成交量及开展范围等方面发挥作用，因此现今很多传统企业都纷纷引入跨境电商经营模式。巨大的跨境电商市场，为跨境电商必备环节——国际物流的发展提供市场机遇，而国际物流的完善则是跨境电商发展的必要环节之一。

1.3.1 跨境电商与国际物流相互促进

跨境电商要求国际物流进行多元化的渠道整合，提供全球化的高效服务，并且对国际物流作业效率的系统性和智能性提出了标准化的要求。高效的国际物流体系为跨境电商带来了更低的物流成本和更好的物流体验，国际物流的全球化也扩大了跨境电商的市

场发展范围。

1.3.2 跨境电商和国际物流相互依存

对于跨境电商企业而言,产品是王道,物流是链条。国际物流是其运作过程中的重要保障,整个跨境电商活动都需要国际物流来完成。在跨境电商运作过程中,不同的交易方式会产生不同的物流模式。在跨境电商企业的成本中,采购成本、人工成本、物流成本在其总成本中占据了很大的比例,其中物流成本的比重大概在 20%~25%。如果没有多元化的国际物流体系为跨境电子商务服务,那么这些物流成本的比重将会更大。所以,跨境电商与国际物流不仅是相互促进、相互制约的关系,更重要的是相互依存的关系。

跨境电商之中,企业与消费者合约践行的基础就在于非虚拟性的国际物流,而影响消费者消费体验的因素也在于物流的效率及成本;因此跨境电商不仅为国际物流的发展提供市场机遇,更为其发展带来挑战;因而国际物流发展水平高低也成为跨境电商供应链融合及跨境电商供应链企业获得经营效益的关键因素。

1.4 跨境电商的国际物流特征

随着跨境电商的高速发展,适应跨境电商需求的各种类型的国际物流服务也衍生出来。根据物流功能的不同,我们可以把国际物流划分为很多种类型。其中商业快递、邮政快递、国际物流专线、海外仓物流等是跨境电商企业选择较多的国际物流类型。区别于传统物流,跨境电商国际物流强调以下特征。

1.4.1 物流速度反应快速化

跨境电商要求国际物流供应链上下游对物流配送需求的反应速度要非常迅速,因此整个跨境电商物流前置时间和配送时间间隔越来越短,商品周转和物流配送时效也越来越快。

1.4.2 物流功能的集成化

跨境电商将国际物流与供应链的其他环节进行集成,包括物流渠道与产品渠道的集成、各种类型的物流渠道之间的集成、物流环节与物流功能的集成等。

1.4.3 物流作业的规范化

跨境电商国际物流强调作业流程的标准化,包括制定物流订单处理模板选择、物

流渠道的管理标准制定等操作，使复杂的物流作业流程变成简单的、可量化的、可考核的物流操作方式。

1.4.4 物流信息的电子化

跨境电商国际物流强调订单处理、信息处理的系统化和电子化，用企业资源计划（Enterprise Resource Planning, ERP）信息系统功能完成标准化的物流订单处理和物流仓储管理模式。通过 ERP 信息系统对物流渠道的成本、时效、安全性进行有效的关键业绩指标（Key Performance Indication, KPI）考核，以及对物流仓储管理过程中的库存积压、产品延迟到货、物流配送不及时等进行有效的风险控制。

1.5 跨境电商的国际物流模式

跨境电商网上订单交易完成以后，如何使用最优的物流方式把货物快速地将送到客户的手中，完成客户良好的产品体验，物流方式的选择非常重要。例如，“速卖通”平台上的小型卖家一般会选择平台的线上发货，根据产品的客单价以及客户的时效需求选择邮政小包物流服务，或者商业快递等。总体看来，跨境电商的国际物流模式有以下几种。

1.5.1 邮政包裹模式

邮政网络覆盖全球 220 个国家和地区，比其他任何物流渠道网络覆盖都要广泛。邮政包裹模式得益于万国邮政联盟（Universal Postal Union, UPU，也简称为“万国邮联”或“邮联”）。万国邮政联盟成员方之间的低成本结算使邮政包裹，特别是邮政国际航空小包裹的物流成本非常低廉，具有很强的价格竞争优势，一般按 g 收费，2kg 以内的包裹基本以函件的价格结算，这大大提高了跨境电商产品综合售价的优势。万国邮政联盟成员方之间的海关清关便利，也使得邮政包裹的清关能力比其他商业快递要强很多，产生关税或者退回的比例相对要小很多。邮政联盟成员方之间强大的网络覆盖也使得邮政包裹送无不达，而经济发达的欧美国家物流时效更有保障。例如，从中国发往美国的邮政包裹，一般 15 天以内就可以送达。

拓展资料



中国邮政小包价
格、时效

拓展资料



中国邮政国际包裹
资费表

1.5.2 国际商业快递模式

国际商业快递四大巨头，即中外运敦豪航空货运公司（DHL）、托马斯全球运输

公司 (TNT Express)、美国联邦快递 (FedEx) 和联合包裹速递服务公司 (UPS)。这些国际快递服务商通过自建的全球网络, 利用强大的 IT 系统和遍布世界各地的本地化服务, 为跨境电子商务平台的用户带来极好的物流体验。商业快递的时效基本为 3~5 个工作日, 最快可在 48 小时内把货物送到买家手中。然而, 优质的服务必然伴随着昂贵的价格。区别于邮政小包裹模式的按 g 收费的标准, 商业快递的收费标准则是以 500g 为一个收费单位, 所以跨境电子商务的商家一般会在邮寄大批量货物, 或者客户单价较高的货物, 以及邮寄样品等对时效性要求较高的货物时, 选择商业快递。

1.5.3 专线物流模式

跨境专线物流一般是通过航空包舱方式将货物运输到国外, 再通过合作公司进行目的地国内的派送, 是比较受欢迎的一种物流方式。目前业内使用最普遍的物流专线包括美国专线、澳大利亚专线、俄罗斯专线, 以及欧洲专线等。

1.5.4 海外仓储模式

海外仓储服务指物流服务商为商家在销售目的国进行货物仓储、分拣、包装和派送的一站式管理服务。

商家通过海运、空运或者快递等方式将商品集中运往的海外仓储中心进行存储, 并通过物流承运商的库存管理系统下达操作指令。

步骤一: 卖家自己将商品运至海外仓储中心, 或者委托承运商将货发至承运商海外的仓库, 这段国际货运可采取海运、空运或者快递方式到达仓库;

步骤二: 卖家在线远程管理海外仓储, 卖家使用物流商的物流信息系统, 远程操作海外仓储的货物, 并且保持实时更新;

步骤三: 根据卖家指令进行货物操作, 根据物流商海外仓储中心自动化操作设备, 严格按照卖家指令对货物进行存储、分拣、包装、配送等操作;

步骤四: 系统信息实时更新, 发货完成后系统会及时更新、以显示库存状况, 让卖家实时掌握。



拓展知识

普通仓, 就是我们平时看到的仓库; 海外仓, 是国内一个公司在另外一个国家建的仓库; 保税仓, 就是国家保税区内的仓库, 仓库里面的货物是免税或者不用交税的。

1.6 跨境电商国际物流与传统物流的差异性

无论是跨境电子商务的国际物流还是传统物流，都是在一定可控的成本下基于对物品的实体流动过程，这是两者的共同点。但是跨境电子商务对物流的具体要求又不同于传统物流，两者的差异性体现在如下几点。

1.6.1 运营模式对物流的敏捷性和柔性要求不同

跨境电子商务“多品种、小批量、多批次、短周期”的运营模式对物流的敏捷性和柔性提出了更高的要求。跨境电子商务网上交易后对物流信息的敏捷性需求强调库存商品快速分拣配送的原则，对国际物流的柔性需求强调建立多元化的物流渠道。而传统的商业模式“少品种、大批量、少批次、长周期”的运营模式决定了传统物流的固化性和单一性。

1.6.2 物流功能性的附加价值不同

对于跨境电子商务商家来说，国际物流除了运输的功能，还包括客户对国际物流时效的体验，以及国际物流的成本对产品的竞争优势的影响；而传统物流除了运输的功能以外，附加价值的体现并不明显。

1.6.3 点面服务范围不同

跨境电子商务国际物流强调整合化和全球化服务，而传统物流强调的是“门到门”“点对点”服务。

1.6.4 服务的主动性不同

跨境电子商务的国际物流是主动服务，传统物流是被动服务。前者是产品、物流、信息流、资金流的统一，交易完成后主动把物流信息发送给客户，并时时监控货物直到完成投递。后者只是完成物品的运输，信息流往往在货物送达以后才发生。

1.6.5 IT 系统化、信息智能化重视程度不同

跨境电子商务国际物流注重 IT 系统化、信息智能化。在跨境电子商务的推动下，以信息技术为核心，对国际物流全过程进行优化。现在各大国际物流服务商致力于开发技术领先的物流 ERP 系统，以期望提供更全面、更简单的物流信息操作模式，实现跨境电子商务网上购物的一体化^①和智能化。而传统物流的传统作业流程相对固定，且

① 跨境电商物流——阿里巴巴速卖通宝典，2016.1

变通性不强，是单一环节的管理，所以，对于 IT 系统的重视程度和智能化程度远远不如跨境电子商务的国际物流高。



案例分析

斑马物联网：不忘初心的跨境电商物流征程

斑马物联网（360Zebra Group）是跨境电商物流行业的领军企业之一，是最早开展代收转寄业务的国际物流公司，也是一家专为跨境电子商务提供物流解决方案的集团性企业。2009年2月，汤姆和他的团队在美国俄勒冈州和新泽西州建立了物流中心，次月开始开展代收转寄业务，9月在加州正式成立斑马美国公司，踏出了征程的第一步。2010年，斑马在中国投资成立了中国运营中心，为的便是抓住“中美线”蕴藏着的巨大市场潜力。自2011年以来，从代收转寄业务开始，斑马物联网深耕市场，积累了丰富的跨境物流业务经验，企业实力不断提升，业务范围也逐渐扩大到涵盖海外仓储、集货转运、跨境干线运输、落地配送、供应商管理库存（Vendor Managed Inventory, VMI）等所有跨境电商进出口物流及其相关服务。依托现代化物流中心，斑马物联网为跨境电商、电商平台、外贸进出口商家和庞大的海淘客户群体提供一系列量身定制的多元化整体物流解决方案。经过七年的发展经营，在美国、英国、德国、澳大利亚、日本、韩国、中国等多个国家建立物流中心的基础上，斑马物联网整合了各类渠道资源，形成了强大的全球仓配一体化服务能力，向着进一步成为全球供应链物流云平台的目标不断前行。

拓展资料



斑马物联网-跨境
电商物流解决方案

问题：斑马物联网都提供哪些服务？为什么近年来取得了快速的发展？



习题

1. 简述跨境电商与国际物流之间的联动关系。
2. 简述 UPS 是如何解决跨境电商物流的运营成本高、配送时间长、包裹无法全程追踪、不支持退换货，以及出现清关障碍和破损甚至丢包等问题的。