

第 1 章

绪 论

【本章学习目标】

1. 了解什么是物流，对物流有一个全面、清晰的认知；
2. 了解主要的物流观点和学说；
3. 熟悉和掌握跨境电商物流的概念，了解跨境电商物流与国际物流的关系；
4. 理解我国跨境电商物流行业发展阶段与面临的问题。



案例导入

物流不成熟苦了玩家，跨境电商集体发起物流攻坚战

中国跨境电商交易规模近年来持续攀升，海关总署数据显示，2020 年我国跨境电商进出口 1.69 万亿元，增长了 31.1%。

物流对于跨境电商来说一直如鲠在喉，有着难以言说的痛楚。面对万亿元级别的进口消费市场，天猫、京东、苏宁易购等传统电商纷纷强势进入，洋码头、海蜜、蜜芽、小红书等创业型跨境电商也携巨额资本争相分羹市场。然而，不成熟的国际物流体系让众多玩家叫苦不迭。大家或是加码自营，或是联合物流巨头提升效率，处于“青春期”的跨境电商在躁动与不安中极速向前。

物流之殇

据《北京商报》联合第三方调查机构问卷网的调查数据，消费者购买境外商品依然以天猫、京东、苏宁易购等传统电商渠道为主，该部分人群占比为 66%。相比而言，14% 的消费者更青睐洋码头、海蜜等新兴跨境电商平台。

此外，调查的结果显示，44% 境外购物消费者认为，收货时间长是境外购物的最大痛点，也有 33% 的消费者认为，跨境电商平台针对易损的境外商品保护措施不力，导致商品变质；同时也有 14% 的消费者认为，境外物流信息不透明是消费体验变差的原因。

加码自营

新兴的进口跨境电商行业发生上述问题，与物流及整个供应链管控弱有很大关系。为应对上述问题，各大平台纷纷寻找不同的出路。天猫国际和京东全球购选择境外知名品牌商、渠道商等入驻平台，为消费者提供更加丰富且相对品质有保障的产品。

与上述平台型电商相比，以苏宁海外购为代表的跨境电商平台更注重自营模式。苏宁海外购业务已覆盖中国香港、日本、美国、韩国、德国、澳大利亚、荷兰等多个国家和地区。同时，截至 2015 年，其在境外已经有 53 家实体门店和独立仓储，拥有

三大境外自营基地，依托苏宁境外采购公司供应链优势，通过自建采购团队和物流体系，向当地厂商、零售商直接采购，从采购到运输都是自建体系，保证商品品质和供应链管理。

此外，为了快速丰富商品、满足消费需求，苏宁海外购面向境外企业针对全品类开放招商合作，优先招商类目为母婴奶粉、美妆个护、食品保健，重点和全球知名品牌零售商、零售企业与电商平台展开合作，打造一站式的全球购物平台。

跨境电商自营模式不仅能够有效地把控上游供应链，确保商品为优质正品，同时也能强化供应链管理，提高物流效率。

联合巨头

不过，加码自营并非解决行业顽疾的万能解药。自营优势明显但也存在运营成本高、资源需求多、运营风险高等劣势，这样的特点也使得该种模式复制难度大，可以树立相对较高的行业壁垒，但在各路玩家都纷纷跑马圈地的时间节点上，不断加码自营仅靠一己之力快速拓展市场并不现实，在行业内联合专业、知名企业并对各个环节进行资源整合是未来发展的趋势之一。

近年来苏宁在海外购方面持续发力。除了持续加大在日免税店乐购仕方面的投资外，据知情人士透露，目前苏宁已在美国、韩国成立独资或合资企业，为跨境电商铺路。中外运空运发展股份有限公司（以下简称“中外运”）则在跨境电商物流领域具备优势资源。

苏宁易购与中外运签署战略合作框架协议。双方将在保税仓代运营、海外仓储租赁及代运营、境内外清（转）关、境外本地配送服务、国际（国内）运力资源获取及运输等跨境物流项目上展开战略合作。据悉，中外运核心优势在跨境物流上，不仅与 DHL（敦豪）有近 30 年的战略伙伴关系，覆盖全球 200 多个国家和地区，同时也是国内唯一在七个跨境电商试点城市均有布局的跨境物流公司。

资料来源：雨果跨境。物流不成熟苦了玩家，跨境电商集体发起物流攻坚战 [N]. 北京商报，2015-10-30.

1.1 物流与物流管理概述

1.1.1 物流的定义

物流活动的产生远早于物流概念的提出及物流学科的形成。自从人类出现生产与交换，物流活动也就产生了。经济运行由生产、流通和消费组成，在生产和消费之间存在着所有权阻隔（生产者和消费者不同）、空间阻隔（生产地和消费地不同）、时间阻隔（生产时间和消费时间不同）。解决所有权阻隔方面的问题形成了“商流”，解决时间和空间两个阻隔方面的问题便形成了“物流”，如图 1-1 所示。人们对物流的最早认识是从流通领域开始的。

物流活动伴随着人类的发展走过了几千年的历程，直到 20 世纪初，人们才将长期以来积累的物流观念进行了总结和升华，提出了物流的概念。作为一门新兴的学科，物流概念的内涵仍在不断地丰富，外延在不断地延伸。截至目前，物流还没有一个统一的定义，各国的专家学者和相关组织机构从不同的角度给出了不同的定义。同时，物流还

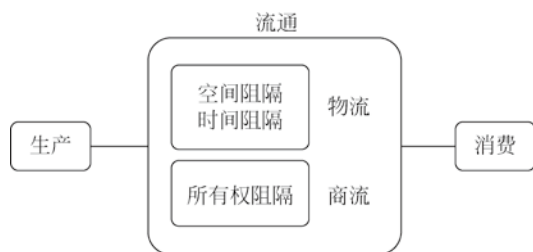


图 1-1 流通、物流和商流的关系

是一个发展中的概念，随着理论和实践的发展，物流的定义也将不断地发生变化。下面主要介绍物流概念的起源和几个比较有代表性的物流定义。

1. 物流概念的起源

物流概念起源于军事领域，当时被称为“后勤”(logistics)。第二次世界大战期间，美国军队为了全球作战的需要，围绕战略物资的供应，对军粮、军火等军用物资的运输、补给、调配等进行全面管理，以保证战略物资以最快的速度、最高的效率、最低的成本安全、及时地供应到作战前线，从而为战争的胜利提供物资保障。要做到这一点，就必须有一整套科学、高效的军队后勤供应管理系统，包括各种军用物资的订货、生产、储存、运输、分配等一系列活动。各项活动的有效运转与衔接，在很大程度上决定了军用物资的供给保障程度。

第二次世界大战后，军事后勤管理的思想被推广到企业中，在企业的采购、生产、流通等诸多领域得到广泛运用，从而形成了供应物流、生产物流、销售物流等几大物流领域。

2. 美国不同时期物流的定义

在物流管理发展的早期阶段，物流的英文用词为 physical distribution (PD)，译成汉语是“实物分配”或“实物分拨”“货物配送”。1935年，美国市场营销协会最早从销售的角度对PD进行了定义：“物流是包含于销售之中的物质资料和服务从生产地到消费地流动过程中所伴随的种种经济活动。”很显然，物流一开始出现是与商品流通和市场密切相关的。此时，人们从有利于商品销售的愿望出发，探讨如何进行“物资的配给”和怎样加强对“物资分布过程”的管理。

20世纪60—70年代是物流发展的重要阶段，世界上第一本介绍物流管理的教科书《物流管理》于1961年出版，标志着物流理论体系开始形成，物流的范围不再限于商品流通，而是扩大到生产和消费等有关领域。1963年，美国实物分配管理协会(National Council of Physical Distribution Management, NCPDM)成立，首次从管理的角度对实物分配或者称为物流管理(physical distribution management)进行了定义。根据美国实物分配管理协会的定义，物流管理是为了计划、执行和控制原材料、在制品库存及制成品从起源地到消费地的有效率的两种或多种活动的集成。这些活动包括顾客服务、需求预测、采购、运输、库存控制、搬运、退货处理、废弃物回收等若干具体的物流活动内容。

20世纪80年代以来，物流实践活动出现飞跃性的发展。传统的分销物流理论不能

适应新的物流活动发展的需要,物流实践发展的需求推动了物流理论的革命性变化。

1985年,美国实物分配管理协会更名为美国物流管理协会(Council of Logistics Management, CLM),重新定义了物流的概念,用“logistics”(物流)代替“physical distribution”。logistics与physical distribution的不同之处在于:logistics已经突破了商品流通的范围,并把物流活动扩大到了生产领域。物流已不是简单地从产品出厂开始的运输过程,而是包括了从原材料采购、生产加工到产品销售、售后服务,直到废旧物品回收等整个物理性的流通过程。这一新的物流定义反映了企业物流活动中的集成化和一体化的时代特征。

1998年,CLM再次更新了对logistics的定义(简称“98定义”):“物流是供应链活动的一部分,是为了满足顾客需要对商品、服务及相关信息从产地到消费地的有效率、有效益地流动和储存进行计划、执行和控制的过程。”(Logistics is the part of the supply chain process that plans, implements, and controls the efficient, effective flow and storage of goods, services, and related information from the point of origin to the point of consumption in order to meet customers' requirements.)供应链成为物流管理的最新理念。

CLM于2002年1月进一步修订了物流定义,在“98定义”的基础上增加了“正向和反向”两个词。修订后的定义(简称“02定义”)为:“物流是供应链活动的一部分,是为了满足顾客需要对商品、服务及相关信息从产地到消费地的有效率、有效益地正向和反向流动和储存进行计划、执行和控制的过程。”该定义不仅将物流纳入供应链的范畴,强调物流的有效性,也把逆向物流视为物流的一个活动内容。由于市场竞争的加剧、消费者地位的日益上升、全球环保意识的兴起与环保法规的建立健全、电子商务模式下退货率的显著提高以及企业减少浪费和挖掘新利润源泉的驱动,越来越多的企业开始关注商品从消费者向生产者的反向流动。美国物流管理协会对物流这一新的定义及时反映了这种实践中的新趋势。

在物流实践中,市场经济的快速发展、信息技术日新月异、质量理念不断创新、合作伙伴和战略联盟等新型市场组织形式的发展推动了物流的发展,使物流管理发展到供应链管理的新阶段。在这一阶段,物流管理理念由单个企业物流一体化和综合化发展到不同企业间的物流整合,使物流管理上升到供应链管理的新高度。2005年1月1日,CLM正式更名为供应链管理专业协会(Council of Supply Chain Management Professionals, CSCMP),这意味着全球物流进入供应链时代。

3. 日本各界对物流的定义

20世纪50年代,日本流通技术考察团从美国引进物流的概念,在日本,不同的学者对物流有不同的定义,不同行业、不同企业对物流的定义也有所不同。下面介绍几种较有代表性的定义。

日本通运综合研究所对物流的定义是:物流是指商品由供应者向需求者的物理性转移,从而创造时间与空间价值的经济活动,包括包装、装卸、保管、库存管理、流通加工、运输、配送等各种活动。

日本统计审议会流通统计分会将物流定义为:物流是指有关“物”的物理性流动的所有经济活动,这些活动包括物资流通和信息流通。这里所说的“物”,既包括有形

物，也包括无形物，其中的无形物主要是指信息。

日本产业结构审议会流通分会对物流的定义是：物流是指有形及无形商品由供给者向需求者的实体流动过程，具体包括包装、装卸、运输、保管及信息等。

由这些定义我们可以看出，美国供应链管理专业协会对物流的定义更强调物流活动的有效性，物流与物流管理无严格区分，物流即物流管理，物流管理也就是物流。而日本各界对物流的定义主要侧重于描述物流是一系列有关有形与无形商品从供给者到需求者的实体转移过程，并不涉及这一过程是否有效，是将物流与物流管理相区别的。

4. 我国对物流的定义

众所周知，我国于20世纪80年代初从日本引入“物流”概念，当时，将“物流”解释为“物质资料或商品的实体运动过程”，是与商品的价值运动过程（简称“商流”）相对应的概念。

物流概念引入我国20多年后，中国物流与采购联合会和国家质量技术监督局数易其稿的中华人民共和国国家标准《物流术语》于2001年正式实施。现行版本为2021年版，其于2021年12月1日开始实施。其对物流给出了如下定义：“根据实际需要，将运输、储存、装卸、搬运、包装、流通加工、配送、信息处理等基本功能实施有机结合，使物品从供应地向接收地进行实体流动的过程。”

这个定义既参考了美国、日本的物流和物流管理的定义，又充分考虑了我国物流发展的现实。这一定义重点强调了物流是一个物的实体的流动过程，包括一系列具体的活动，在流通过程中创造价值，满足顾客及社会性需求。也就是说，物流的本质是服务。

从物流的产生过程来看，运输、储存、包装、装卸、配送、流通加工功能等由彼此独立到相互统一成物流概念，其间经历了漫长的社会 and 经济发展过程。在简单的商品生产阶段，物流和商流是同时进行的，即“一手交钱，一手交货”，物流的各个功能几乎由商品生产者完全承担。随着社会经济的发展以及生产、交通运输、仓储保管技术的进步，物流逐步从商流中分离出来。因此，物流的产生是社会分工进一步细化和更加专业化的结果，是商品经济高度发达以至于发展到市场经济的产物。到了现代市场经济阶段，市场高度发展，商品流通速度大大加快，尤其是在消费需求引导生产的新时代，为了更好地满足消费者的需求，能够以最小的费用和最短的时间将物质资料从供应者送达需求者手中，原来看起来关系并不紧密的各个实物流通环节出现了一体化的趋势，从而统一为物流。

物流的产生是社会经济进步的结果，物流的发展同样随着社会经济的发展而不断深化。它的内涵非常丰富，外延也极其广阔。物流所涉及的范围涵盖社会经济的方方面面，可以说物流是无所不在、无所不有的。不同行业、不同企业、不同学者对物流的解释不一样，从不同的角度、处于不同的历史时期对物流的认识也难以一致，这使物流的概念很难用准确的文字和语言表述清楚。特别是人类社会跨入21世纪和面临知识经济挑战之时，流行的物流概念将来可能会得到全面更新，那么对物流的认识同样会更新。比如，随着电子商务和网络经济的兴起，出现了定制物流、虚拟物流等新的物流概念，其中，定制物流是根据用户的特定要求而为其专门设计的物流服务方式；虚拟物流是以计算机网络技术进行物流运作与管理，实现企业间物流资源共享和优化配置的物流方

式。随着环境保护的呼声越来越高,又出现了绿色物流的概念,即在物流过程中抑制物流对环境造成危害的同时,实现对物流环境的净化,使物流资源得到最充分的利用。

但是无论高新技术和知识经济给物流技术和物流管理带来多么巨大的变化,物流为用户提供服务的本质特征是不会改变的。也就是说,物流与为用户提供服务的旅游、金融等性质相同,能满足社会经济、生活中不同消费者的需求,因而具有使用价值,同时物流本身又具有服务所创造的价值,物流所创造的服务产品在任何社会经济条件下都是不可或缺的。这样,未来的物流或许变为其他完全不同的概念和解释,但是目前物流所具有的本质特征——服务将永久保存下去。

总之,物流是一个发展的或者说是动态的概念,它将随着社会经济的不断进步向更高层次扩展,但无论怎样扩展都将永远围绕全方位服务于用户这一核心功能。

1.1.2 物流的功能要素

物流的基本功能是指物流活动应该具有的基本能力,以及通过对物流活动最佳的有效组合,形成物流的总体功能,具体包括运输、仓储、信息处理、配送、流通加工、包装和装卸搬运七大功能。其中,运输与仓储分别解决了供给者和需求者在空间和时间上的分离,分别创造了物流的“空间价值”和“时间价值”。信息处理起到支持物流运作的支撑平台作用,是促使物流合理化的功能要素。配送最能体现物流系统的最终的总体服务功能,可以说是完善服务功能的要素。流通加工是物流过程中形成物流增值效应的主要功能要素。包装、装卸搬运在物流过程中更多的是增加成本的功能要素,它们的存在对于完善物流系统、完善物流活动必不可少,但是也必然增加成本支出,是影响物流成本的功能要素。

本小节将对运输、仓储、流通加工、包装、装卸搬运、配送与信息处理七项基本功能要素进行简要介绍。

1. 运输

运输是物流系统中最为重要的功能因素之一。运输和仓储被称为物流的两大支柱,其中,运输承担着改变物流空间状态的任务。运输是指“运用载运工具、设施设备及人力等运力资源,使货物在较大空间上产生位置移动的活动”(GB/T 18354—2021)。运输是将商品进行空间的位置移动。物流部门依靠运输解决供应地和需求地之间的空间距离问题,创造商品的空间效用。任何产品从生产出来到最终消费,都必须经过一段时间、一段距离,甚至是多环节、多次数的运输活动。因此说运输是物流的核心,是社会物质生产的必要条件之一,是实现“第三利润”的主要源泉之一,在社会物流活动中占据着非常重要的地位。

运输活动包括供应销售中的用车、船、飞机等方式的输送,生产中管道、传送带等方式的输送。对运输活动的管理要求选择技术与经济综合效果最好的输送方式及联运方式,合理地确定输送路线,以达到运输的安全、迅速、准时、廉价的要求。

如果将原材料供应商、工厂、仓库以及客户看作物流系统中的固定节点,那么,商品的运输过程正是连接这些节点的纽带,是商品在系统中流动的载体。因此,人们把运输称为物流的“动脉”。

2. 仓储

仓储与运输一样,也是物流系统中最为重要的功能要素之一。作为物流的两大支柱之一,仓储承担着改变物品时间状态的任务。仓储是指“利用仓库及相关设施设备进行物品的入库、储存、出库的活动”(GB/T 18354—2021)。仓储可以调节生产与消费在时间上的差别,是商品生产和流通中供求矛盾的集中体现。

卡尔·马克思(Karl Marx)曾把仓储称为社会再生产这条大河中的“商品流”的“蓄水池”。当大河上游供给的“商品流”远远超过下游的消费需求时,就关闭这一“蓄水池”的闸门,从而避免造成下游的“河流泛滥”;相反,当上游供给的“商品流”不能满足下游的消费需求时,就打开这一“蓄水池”的闸门,从而避免造成下游的“河流干涸”。当供大于求时,将物品储存起来,当供小于求时,再将储存的物品投放市场,从而起到流通调控的作用。因此说仓储能够创造物品的时间效用。同时,这种对于供需的调控还能起到调整价格的作用,避免供过于求或供不应求造成价格波动。

另外,仓储在物品的流通过程中还能起到集散的作用,即把不同单位生产的产品汇集起来,形成一定的规模,然后再根据需要分别发送到消费地。通过一集一散,不仅衔接产需,还能实现产品运输、装卸搬运等物流活动的规模效应,从而降低物流成本。

3. 流通加工

流通加工是在物品进入流通领域后,按照客户的各种要求对物品进行的加工活动,即在物品从生产领域向消费领域流动的过程中,为了促进销售、维护商品质量和提高物流效率,而对物品进行的加工,诸如包装、分割、计量、分拣、组装、价格贴付、商品检验等活动。中华人民共和国国家标准《物流术语》(GB/T 18354—2021)对流通加工的定义是:“根据顾客的需要,在流通过程中对产品实施的简单加工作业活动的总称”,简单加工作业包括包装、分割、计量、分拣、刷标志、拴标签、组装、组配等。通过这些加工活动,使物品在形态或理化性质上发生变化,从而满足消费者的多样化、个性化的需求。

跟生产加工相比,流通加工大多是简单加工,加工的对象主要是进入流通领域的商品,其主要目的在于提高商品的附加价值或为流通创造条件,从而起到方便消费、促进销售的作用。

4. 包装

包装是指“为在流通过程中保护产品、方便储运、促进销售,按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称”,“也指为了达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动”(GB/T 18354—2021)。

包装是生产的终点,同时又是物流的起点,具有保护商品、方便流通、促进销售、便于消费等功能。

包装包括产品的出厂包装,生产过程中在制品、半成品的包装以及在物流过程中换装、分装、再包装等活动。按照功能的不同,可以把包装分为商业包装(销售包装)和运输包装(工业包装)两种。商业包装是直接接触商品并随商品进入零售店和消费者直接见面的包装,也称为小包装或内包装,其主要作用是保护商品、促进销售、方便消费;运输包装是“以满足运输、仓储要求为主要目的的包装”(GB/T 18354—2021),也

称为大包装或外包装,其主要作用是方便运输,便于储运,提高装卸效率、装载率。包装与物流的其他功能有密切的关系,对于推动物流合理化有重要作用。

5. 装卸搬运

装卸和搬运是发生在同一地域范围内的活动。装卸是指“在运输工具间或运输工具与存放场地(仓库)间,以人力或机械方式对物品进行载上载入或卸下卸出的作业过程”(GB/T 18354—2021)。搬运是指“在同一场所内,以人力或机械方式对物品进行空间移动的作业过程”(GB/T 18354—2021)。可以看出,装卸是指改变物品的存放、支承状态的活动,而搬运则是指改变物品的空间位置的活动。在实际操作中,装卸与搬运这两种活动是密不可分的,往往相伴发生。

装卸搬运是随运输和仓储等其他物流活动而产生的必要活动。在物流过程中,装卸搬运活动是不断出现和反复进行的,出现的频率高于其他物流活动。而其他各项物流活动在相互过渡时,都是通过装卸搬运来衔接的。因此,装卸搬运是一种衔接性的活动,是物流各项活动之间能否有效衔接的关键因素。对装卸搬运活动的管理包括选择适当的装卸搬运方式,合理配置和使用装卸搬运机具,减少装卸搬运事故和损失等内容。

6. 配送

配送是指“根据客户要求,对物品进行分类、拣选、集货、包装、组配等作业,并按时送达指定地点的物流活动”(GB/T 18354—2021)。

配送活动是按照用户的订货要求,在物流据点进行分货、配货工作,并将配好的货物送交给收货人(consignee)的物流活动。需要强调的是,配送活动是以配送中心为始点,且配送中心本身具备储存功能。分货和配货工作是为满足用户要求而进行的,因为在必要的情况下要对配送货物进行流通加工。

配送的最终实现离不开运输,运输可以分为长距离的干线运输和短距离的支线运输。通常情况下,我们把长距离的干线运输称为“运输”,而把面向城市内和区域范围内、短距离的支线运输称为“配送”。但实际上,所有物品的移动都是运输,配送只是其中的一种,专指短距离、小批量的运输。

7. 信息处理

物流信息是随企业的物流活动发生的,是“反映物流各种活动内容的知识、资料、图像、数据的总称”(GB/T 18354—2021)。物流信息包括订货信息、库存信息、生产指示信息、发货信息、物流管理信息等,是物流系统的中枢神经,能够将运输、仓储、装卸搬运、流通加工等其他各种活动有机地结合起来,从而在很大程度上提高物流效率,降低物流成本。

在物流活动中大量信息的产生、传送、处理活动为合理组织物流活动提供了可能性。信息处理就是收集及传递与物流活动相关的各种信息,根据信息安排各项物流活动,使各项物流活动能够顺利、有效地衔接和进行。

1.1.3 物流的分类

不同领域的物流活动,虽然其功能要素基本相同,但是提供物流服务的主体、物流对象、物流范围、物流性质、物流的作用和功能因物流活动的具体情况而有所不同,可

以按照不同的标准来对物流进行分类。

1. 按物流的研究范围分类

按物流的研究范围，物流可分为宏观物流、中观物流和微观物流。

1) 宏观物流

宏观物流是指社会再生产总体的物流活动，是从社会再生产总体的角度认识 and 研究的物流活动。这种物流活动的参与者是构成社会再生产总体的产业和集团，因此，宏观物流可以理解为研究产业或集团的物流活动和物流行为。另外，从空间范畴的角度来理解，宏观物流是指在很大空间范畴的物流活动，往往带有宏观性；相反，在很小空间范畴的物流活动则往往带有微观性，属于微观物流。宏观物流也指物流全体，是从总体上看物流，而不是从一个环节、一个局部来看物流。其主要特点是具有综观性和全局性，研究的主要内容是物流的总体构成、物流在社会中的地位及其与社会的关系、物流与经济的关系、社会物流系统与国际物流系统的建立及运作等。如社会物流、国民经济物流等都属于宏观物流。

2) 中观物流

中观物流是指社会再生产过程中的区域性物流活动，是从区域经济社会的角度认识 and 研究的物流活动。另外，从空间范畴的角度来理解，中观物流一般是指在较大空间范畴的物流活动。

3) 微观物流

微观物流是指生产企业、流通企业或消费者所从事的具体的、实际的物流活动，或针对某一种具体产品所进行的物流活动，或整个物流活动中的一个局部、一个环节等具体的物流活动，是从局部角度认识 and 研究的物流活动。另外，从空间范畴的角度来理解，微观物流是指在很小空间范畴的物流活动，即在一个小的地域空间发生的具体的物流活动，其主要特点是具有具体性和局部性，是更贴近具体企业的物流。如企业物流、供应物流、生产物流、销售物流、回收物流、废弃物物流、生活物流等都属于微观物流。

2. 按物流的地域范围分类

按物流的地域范围，物流可分为国际物流和区域物流。

1) 国际物流

国际物流是指“跨越不同国家（地区）之间的物流活动”（GB/T 18354—2021）。国际贸易是国际物流的前提。具体来说，当生产和消费分别在两个以上国家（地区）进行时，为了克服生产和消费之间的空间阻隔和时间阻隔，将会产生对物资进行物理性移动的国际贸易或交流活动。但由于不同国家（地区）在物流环境上存在较大的差异性，如适用法律、人文、语言、物流技术与设施等的差异性，以及物流服务范围的广阔性，国际物流的难度、复杂性和风险较国内物流更大。

2) 区域物流

区域物流是相对于国际物流而言的，是指发生在一定区域范围内的物流活动。如一个国家范围内的物流活动、一个经济区域内的物流活动或一个城市里的物流活动都适用于相同的法律和规章制度，都受相同的文化和社会因素的影响，都具备相同水平的物流技术和设施设备，都具有独特和区域的特点，因而都属于区域物流。

3. 按物流活动的范围和性质分类

按物流活动的范围和性质, 物流可分为供应物流、生产物流、销售物流、回收物流和废弃物物流。

1) 供应物流

供应物流是指“为生产企业提供原材料、零部件或其他物料时所发生的物流活动”(GB/T 18354—2021)。供应物流是企业为组织生产所需要的各种物资供应而进行的物流活动, 它包括组织物品生产者送达本企业的企业外部物流和本企业仓库将物资送达生产线的企业内部物流。

供应物流的好坏直接决定着企业生产能否正常、高效地运转, 因此, 供应物流不仅要保证所供应物资的数量和质量, 而且还要以最低的成本、最少的消耗、最高的可靠性来组织供应物流活动, 从而实现保障供应的目标。一般情况下, 保证供应物资的数量和质量比较容易做到, 而要做到以最低的成本实现保障供应的目标就成为供应物流的难点所在。

2) 生产物流

生产物流是指“生产企业内部进行的涉及原材料、在制品、半成品、产成品等的物流活动”(GB/T 18354—2021)。生产物流活动伴随着整个生产工艺过程, 实际上已经构成了生产工艺过程的一部分, 因此也可以把生产物流理解为发生在生产工艺过程中的物流活动。通常情况下, 生产物流是以原材料、零部件的供应为起点, 经过加工制成半成品进入半成品仓库, 然后按照生产工艺和流程, 将半成品加工成产成品, 再经过检验、分类、包装、装卸搬运等作业环节, 最后进入成品仓库的整个过程。

过去人们在研究生产活动时, 主要关注一个又一个的生产加工过程, 而忽视了将每一个生产加工过程连接在一起, 并且又和每一个生产加工过程同时出现的物流活动, 结果导致在一个生产周期内, 物流活动所占用的时间远远多于实际加工的时间。因此, 企业生产物流的研究重点包括: 物流的速度, 即物品停顿的时间尽可能短、周转尽可能快; 物流的质量, 即物资损耗少、搬运效率高; 物流的运量, 即物品的运距短、无效劳动少等方面的内容。

3) 销售物流

销售物流是指“企业在销售商品过程中所发生的物流活动”(GB/T 18354—2021)。销售物流是企业为实现产品销售, 组织产品送达用户或市场供应点的外部物流。商品生产的目的在于销售, 能否顺利实现销售物流是关系到企业经营成果的大问题。

在现代社会中, 当前的市场环境以买方市场为主, 因而, 销售物流活动带有极强的服务性, 必须满足消费者的要求, 才能实现销售。在这种市场前提下, 销售物流不再是单纯地把商品送达用户, 还需要为用户提供必要的售后服务, 这样才能占领市场, 提高企业竞争力, 从而实现企业的销售利润。因此, 销售物流的空间范围很大, 也使销售物流活动更具有难度。

4) 回收物流

回收物流是指不合格物品的返修、退货以及周转使用的包装容器从需方返回到供方所形成的物品实体流动。任何企业在采购、生产和销售的过程中都会或多或少地产生一

些边角余料和废料,同时也不可避免地产生一些不合格物品,这些废料的回收、不合格物品的返修或退货,以及其他可再利用物资的回收都需要伴随物流活动。回收物流实际上就是企业在采购、生产和销售过程中产生的各种可再利用物资的回收活动,它的应用不仅有助于改善环境,更有助于降低企业的生产成本或销售成本,减少浪费现象。

5) 废弃物物流

废弃物物流是指“将经济活动或人民生活中失去原有使用价值的物品,根据实际需要进行收集、分类、加工、包装、搬运、储存等,并分送到专门处理场所的物流活动”(GB/T 18354—2021)。任何企业在生产和销售的过程中都会不可避免地产生废水、废气等各种废弃物,这些废弃物如果处理不当,就会影响人类的生产环境和生活环境,严重时还会危及人们的身体健康。因此,如何对这些废弃物进行有效处理已经引起了全社会的广泛关注。废弃物物流就是对企业生产和销售过程中产生的各种废弃物进行收集和适当处理的物流活动。

4. 按物流的经营模式分类

按物流的经营模式,物流可分为自营物流、第三方物流和第四方物流。

1) 自营物流

自营物流是指企业利用自有的物流设施和人员自行组织和经营的物流模式。这种企业通常是一些生产制造型企业或销售型企业,而不是专业的物流公司。自营物流要求企业必须具有较大的规模和雄厚的实力,拥有必要的物流资源和物流人才,并且有能力承担各种物流活动,对企业的要求比较高。但是,自营物流具有较大的灵活性,由于企业自身是物流的组织者,所以可以按照企业的要求和产品的特点对物流进行设计和布局。

2) 第三方物流

第三方物流(third-party logistics, 3PL)通常又称为“契约物流”或“物流联盟”,是指由供方与需方以外的物流企业通过签订合作协定或结成物流联盟,在特定的时间段内按照特定的价格向客户提供个性化的物流代理服务。这是把企业自身的物流活动,以合同方式委托给专业的物流服务商的一种物流运作模式。这种物流服务商就是我们通常所说的第三方物流企业,是专业的物流公司,它们通常具备丰富的物流资源和物流人才、完善的物流网络及强大的物流运作能力。因此,这种物流模式不仅有助于企业集中精力做好主业,还能使其获得比自营更加专业、更加快速高效,甚至更低成本的物流服务。

3) 第四方物流

第四方物流(fourth-party logistics, 4PL)是一个供应链的集成商,它对公司内部和具有互补性的物流服务提供者所拥有的不同物流资源、能力和技术进行整合和管理,提供一整套供应链解决方案,以此获取一定的利润。

与第三方物流注重实际操作相比,第四方物流更多地关注整个供应链的物流活动,这种差别主要体现在以下两个方面。

第四方物流提供一整套完善的供应链解决方案。和第三方物流不同,它不是简单地为企业客户的物流活动提供管理服务,而是通过对企业客户所处供应链的整个系统或行业物流的整个系统进行详细分析后提出具有中观指导意义的解决方案。第四方物流服务

供应商本身并不能单独地完成这个方案，而是要通过物流公司、技术公司等多类公司的协助才能将方案实施。

第三方物流服务供应商能够为企业客户提供相对于企业的全局最优，却不能提供相对于行业或供应链的全局最优，因此第四方物流服务供应商就需要先对现有资源和物流运作流程进行整合和再造，从而达到解决方案所预期的目标。

第四方物流的前景非常诱人，但是成为第四方物流的门槛也非常高。欧美国家的经验表明，要想进入第四方物流领域，企业必须在一个或几个方面具备很强的核心竞争力，并且有能力通过战略合作伙伴关系顺利进入其他领域。

5. 其他物流分类

(1) 按物流的对象，物流可分为农产品物流、煤炭物流、钢铁物流和医药物流等。

(2) 按对物流环境和运作有无特殊要求，物流可分为军事物流、危险品物流、冷链物流、集装箱物流和托盘物流等。

1.1.4 主要的物流观点和学说

物流这一概念的形成和物流管理学科的建立只有几十年的历史，引入中国也只有几十年的时间。因此，物流这门新兴学科在理论上尚不成熟，相关理论还在不断地修正和完善。下面介绍几种国内外主要的物流观点与学说。

1. “黑大陆”学说

1962年，美国管理学家彼得·F. 德鲁克（Peter F. Drucker）在美国《财富》杂志上发表《经济的黑暗大陆》一文，他将物流比作“一块未开垦的处女地”，强调流通及流通过程中的物流管理、物流的价值。

“黑大陆”学说主要是指人们尚未了解和认识清楚物流的“经济”意义，是对20世纪经济学界愚昧认知的批驳和反对，指出在市场经济繁荣和发达的情况下高度重视物流的必要性。

2. “物流冰山”学说

日本早稻田大学的西泽修教授提出来的“物流冰山”学说从物流成本核算的角度，具体地说明了德鲁克的物流“黑大陆”学说。他在研究物流成本时发现，利用现行的财务会计制度和会计核算方法核算出来的只是企业向外支付的物流成本，而企业内部消耗的物流成本却很难核算出来，使得企业不能掌握物流费用的真实情况。因此可以说，人们对物流费用的了解还是一片空白，甚至有很大的虚假性。于是他把物流成本比作一座“冰山”，如图1-2所示，企业内部消耗的物流费用如同冰山那样大部分沉在水平面以下，是我们看不到的黑色区域，我们所能看到的仅仅是露出水面的冰山一角，即企业支付给外部企业的物流费用。

西泽修教授通过对物流成本的具体分析论证了德鲁克的“黑大陆”学说，黑大陆和冰山的水下部分，对我们而言尚未了解和认识清楚，是物流尚待开发的领域，同时也是物流的潜力所在。

3. “第三利润源”学说

“第三利润源”学说也是由日本早稻田大学的西泽修教授提出来的。从历史的发展

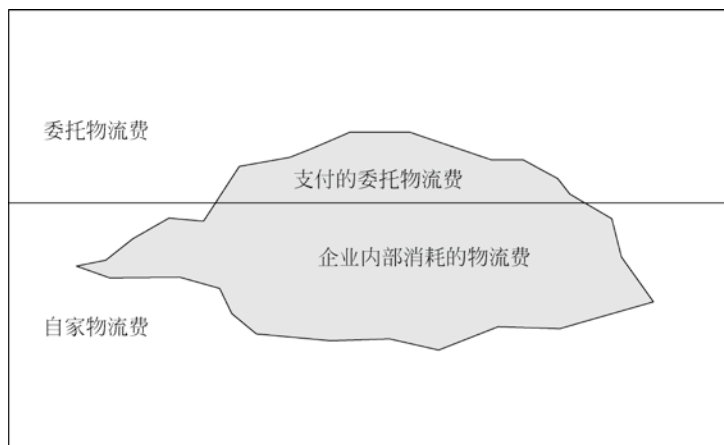


图 1-2 物流冰山示意图

来看，人类社会经济的发展中曾经出现过两个比较重要的提供大量利润的领域：物质资源与人力资源领域、销售领域。

在物质资源与人力资源领域，企业通过降低制造成本来谋求利润的提高。这两者习惯性地被人们称为“第一利润源”。

使用先进的营销技术来提高企业的销售额，从而为企业带来丰厚的利润，成为企业经营的“第二利润源”。

随着科学技术、营销手段的不断进步以及市场机制的日臻完善，第一利润源和第二利润源已经日趋枯竭，这时，人们把目光从生产领域转向流通领域。从物流活动中挖掘利润，使其成为继降低制造成本和提高销售额之后企业创造利润的第三条途径，因此把物流称为“第三利润源”。

把物流作为“第三利润源”，实际上就是通过物流合理化来降低物流成本，进而为企业创造更多的利润。

4. “效益背反”学说

“效益背反”指的是物流系统的各功能要素之间存在交替损益的矛盾，即某一个功能要素发生优化的同时，必然会使另一个或另几个功能要素的利益遭受损失。这种此消彼长、此盈彼亏的效益背反现象在许多领域都存在着，但在物流领域中，更为常见和普遍。

物流系统的“效益背反”包括物流成本与服务水平的交替损益及物流各功能要素之间的效益背反。以物流成本与服务水平为例，高水平的物流服务在带来企业业务量和收入增加的同时，也带来了企业物流成本的增加，即高水平的物流服务必然伴随着高水平的物流成本；反之亦然。这是一对相互矛盾的对立关系。物流合理化，不但需要反映企业物流系统的合理化，还要反映企业整体目标的合理化。

再如运输成本和仓储成本之间也具有效益背反性，仓储的设立往往会增加仓库建设费、仓储保管费等仓储成本，但通过仓储可以将不同的产品汇集起来进行统一运输，从而极大地提高了运输效率，降低了运输成本。把物流看成由多个效益背反的功能要素构成的系统，避免为了片面达到某单一目的，而损害企业整体利益。

在认识到物流系统存在“效益背反”的规律之后，物流科学也就迈出了认识各物流功能要素、寻求解决和克服物流各功能要素之间的效益背反现象这一步。人们把物流系统细分为运输、仓储、流通加工、包装、装卸搬运、配送、信息处理等几大功能要素，通过协调具有效益背反性的功能要素的投入量，可以追求物流系统整体效益的最优化。

1.2 跨境电商物流概述

1.2.1 物流的国际化及国际物流的含义

1. 物流的国际化

由于国际分工的日益细化和专业化，任何国家都不能包揽一切专业分工，因而必须有国际的合作与交流。随之而来的国际商品、物资的流动便形成了国际物流。

物流的国际化至少表现为两个方面的内容：一方面，生产经营的国际化产生了国际物流需求，要求国际化的物流；另一方面，物流领域本身的国际化。随着经济全球化的发展，越来越多的跨国物流企业开展综合物流业务，从而实现国内物流和国际物流的一体化，或者进口物流和出口物流的一体化。

经济全球化的最大特点就是越来越多的生产经营活动和资源配置过程开始在整个世界范围内进行，这就构成了物流国际化的重要基础。全球化的商品生产和流动带来了越来越大的国际物流需求；全球化的信息网络和金融资本市场为国际物流提供了良好的基础，把当代国际物流带入了一个高效率、便利化的新时代。

2. 国际物流的含义

广义的国际物流的研究范围包括国际贸易物流、非贸易国际物流、国际物流合作、国际物流投资、国际物流交流等领域。其中，国际贸易物流主要是指组织货物在国际的合理流动；非贸易国际物流典型的有国际展览与展品物流、国际邮政物流等；国际物流合作是指不同国别的企业共同完成重大的国际经济技术项目的国际物流；国际物流投资是指不同国别的物流企业共同投资组建国际物流企业；国际物流交流则主要是指在物流科学、技术、教育、培训和管理方面的国际交流。

本书所提及的国际物流是指狭义的国际物流。其定义为：国际物流是指原材料、在制品、半成品和制成品在两个或者两个以上国家（地区）间的流动和转移，是国内物流的延伸和进一步扩展，是跨国界的、流通范围扩大了了的物的流通。

国际物流实质上是按国际分工协作的原则，依照国际惯例，利用国际化的物流网络、物流设施和物流技术，实现货物在国家（地区）间的流动和交换，以促进区域经济的发展 and 世界资源的优化配置，国际物流的总目标是为国际贸易和跨国经营服务，即选择最佳的方式和路径，以最低的费用和最小的风险，保质、保量、适时地将货物从某国（地区）的供给方运到另一国（地区）的需求方。

1.2.2 跨境电商物流的概念

电子商务作为近些年新型的互联网商务模式，具有便利性、准确性、高效性等优点，成为国际贸易新模式。跨境电商作为推动经济一体化、贸易全球化的技术基础，具

有非常重要的战略意义。近年来,随着经济全球化、信息化深入发展,以电子商务与物流、金融融合发展为显著特点的新型全球贸易方式——跨境电商正高速发展。我国近年来也推出一批跨境电商试点城市(如郑州、上海、广州、杭州等),促进跨境电商健康快速发展。一些电商平台和出口企业通过建设海外仓,布局境外物流体系。



扩展阅读 1.1 关境与国境的三种关系

跨境电商,是电子商务应用过程中一种较为高级的形式,是指分属不同关境的交易主体,通过电子商务平台达成交易、进行电子支付结算,并通过跨境电商物流及异地仓储送达商品,从而完成交易的一种国际商业活动。跨境电商实际上就是把传统国际贸易加以网络化、电子化的新型贸易形式。

跨境电商的概念涉及几个关键词:关境、电子商务平台、跨境电商物流、国际商业活动。关境是“海关境界”的简称,亦称“关税国境”,是执行统一海关法令的领土范围。在通常情况下,关境与国境是一致的,而有些国家和地区关境同国境并不完全一致。如一国境内自由港或自由区,即不属于该国关境范围之内,在此情况下,关境小于国境。在缔结关税同盟的国家,它们的领土成为统一的关境,在此情况下,关境则大于国境。关境与国境的三种关系如图 1-3 所示。



图 1-3 关境与国境的三种关系

跨境电商中买卖双方分别处于不同关境内,通过电子商务平台达成交易后,支付过程中牵涉结汇问题,交货过程中牵涉跨境物流及海关(customs)通关等环节,整个交易才能圆满完成。所以,跨境电商与境内电商的主要差别在物流和结汇两个方面,而影响交易时间和客户满意度的则主要是物流过程。

为适应碎片化订单的高速增长,中国海关进行了监管创新。海关针对跨境电商 B2C(指电子商务中企业对消费者的交易方式)业务推出的“三单对碰”模式,为海关通关监管提供了依据,提高了通关效率,成为各国(地区)海关针对跨境电商 B2C 业务的监管模板。跨境电商物流随着各国(地区)监管制度的完善和创新,在通关日益便利化的同时正引领跨境电商更加本土化、规范化、合规化发展。国际物流业正迎来一个新的发展阶段——跨境电商物流。

跨境电商物流是伴随着跨境电商的发展而产生的。随着跨境电商的发展,跨境电商物流迅速成长。跨境电商物流是一种相对于传统国际物流而区分出来的物流方式,跨境电商物流包括由跨境 B2C/C2C(指电子商务中消费者对消费者的交易方式)交易所产生的物流,它是整个跨境零售交易链的实物交付过程,其显著特征是实物的包裹化和服务触及 C(客户)端,与境内物流不同的是,存在通关、法规及地理等固有屏障;另外,跨境电商物流也是国际贸易框架下的物流分支,与传统国际物流共享很多环节,如在资源和运营等方面相通,比如跨国公司通过阿里巴巴国际站[B2B(指电子商务中企业

对企业的交易方式)] 大批量地订货等, 都是传统的国际物流方式, 一般都是针对大 B (企业) 客户。

需方, 国际贸易格局正被互联网重塑, 消费者成为供应链的主导者, 末端配送成为争夺要地。全球贸易放缓, 欧美市场原先的大额贸易采购开始变成多频小额采购, 交易方式也转向线上跨境电商。目前, 我们正在积极发展三大外贸新业态, 即跨境电商、市场采购贸易、外贸综合服务。整个贸易形态的大变化, 对国际物流形态的演变影响深刻。跨境电商对物流的新需求、高体验、低价格, 改变了传统国际物流的服务水平。

供方, 即现代物流服务业, 正从工业化时代走向数字化时代, 其运营既有刀耕火种式的“手拎肩扛”, 也有一座座自动化智能工厂互联的超级网络。“包裹经济”中的信息流和资金流都可以在网上完成, 唯独物流需要在线下运作, 跨境物流涉及的主体、流程和中间环节较多, 基础物流仍是长链条的中流砥柱。大量境内卖家涌入跨境电商, 有些卖家对不同国家(地区)的海关政策和产品准入条件缺经验, 存在外贸专业度水准参差不齐的问题。跨境物流服务正处于提质增效阶段, 国际运输及仓储方案已从初期的粗放发展阶段进入集约发展阶段。

1.3 我国跨境电商物流行业发展阶段与面临的问题

1.3.1 我国跨境电商物流行业发展阶段

我国的跨境电商物流产业从萌芽到不断发展壮大历经了 10 年左右。每一次的物流模式以及产品渠道都伴随着平台政策、税务、关务以及商流的变化而不断进化演变。从大的行业周期角度来划分, 发展阶段可以分为以下三个。

1. 第一阶段(2008—2015 年): 以邮政小包为主导的直发物流时代

从 2008 年 eBay (亿贝) 电商平台兴起, 到 2010 年阿里巴巴全球速卖通 (AliExpress) 的迅猛发展, 从中国直接发货到境外终端买家手中的直发类物流小包需求不断攀升, 中国邮政小包是跨境直发类物流的主力军。后续大量的外国邮政通过代理模式也陆续进入中国揽收货物。比如新加坡邮政、荷兰邮政、瑞典邮政、比利时邮政等数十家外国邮政都先后进入了中国市场。

随着跨境电商卖家对于物流时效和物流体验的要求不断提升, 原有的万国邮政联盟 (Universal Postal Union, UPU) 体系内的国际邮政小包平邮和挂号类产品时效已不能完全满足客户的需求。中国邮政从 2011 年开始陆续推出了基于两国邮政之间双边协议的 e 邮宝类商业专线产品, 并获得了不错的市场口碑, 在一定时期内中美跨境直发物流市场的 50% 以上的份额被中国邮政所占据。

2. 第二阶段(2015—2020 年): 直发专线与海外仓的双轮驱动时代

从 2015 年开始, 随着 Wish (易物趣)、Joom、Lazada (来赞达)、Shopee (虾皮)、Vova 等越来越多的以直发物流和铺货模式为主的国外跨境电商平台进入中国市场招商, 小包跨境直发物流模式需求迅猛增长。在此阶段孕育和壮大了以云途物流、递一物流等为典型代表案例的跨境小包专线头部企业。集商业快递和邮政资源整合而成的专线小包

类产品,让跨境电商直发类物流渠道的产品形态日益完善。

也正是从2015年开始,亚马逊的全球开店项目在中国的招商力度不断加大,吸引了越来越多的跨境电商卖家开始做亚马逊。亚马逊的FBA(亚马逊物流)物流模式需要卖家自行将货物先备货至境外指定的亚马逊官方FBA仓库,由此催生了一大批从事FBA头程运输(从境内卖家仓库把货物发往境外FBA仓库)的跨境电商物流企业。这其中的典型代表比如佳成国际、九方通逊、大森林物流等。据晓生研究院不完全统计,截至2021年10月,以FBA物流为主营业务的跨境电商物流企业占据整个中国跨境电商物流企业数量的50%以上。

随着跨境电商整个链条服务体系的不断完善,跨境电商卖家的销售品类逐步往高货值、大件的方向发展。越来越多的卖家对热销品类采用海外仓发货模式,大大提高了跨境电商境外买家的购物体验,跨境电商的发展逐步呈现出了本土化运营的趋势。海外仓企业的头部典型代表案例比如谷仓海外仓、万邑通、出口易等。



扩展阅读1.2 菜鸟、
顺丰、京东全球化布
局追逐战

3. 第三阶段(2020年至今):全球化跨境网络与供应链协同时代

鉴于跨境电商的服务和交付都在境外完成,全球化的跨境物流履约服务网络体系的搭建至关重要。比如阿里巴巴旗下菜鸟网络所倡导的eWTP(世界电子贸易平台)全球物流骨干网络,以及菜鸟收购递四方,以递四方为抓手,积极完善全球境外仓储网络及直发物流体系。再比如纵腾集团通过并购云途物流,形成了谷仓海外仓与云途直发专线相互协同的跨境物流服务网络体系。这也是该行业内仅有的两家能够实现海外仓与直发业务并重且规模领先的企业。

跨境电商物流企业在未来的发展过程中,全球化的服务能力和本土化的运营能力的结合是重点。跨境电商物流从直发小包到海外仓,再到仓配一体化,最终形成跨境供应链综合解决方案,是一个点、线、面、体的进化过程。全球化的服务能力的延展以及供应链体系稳定性的提升,都是未来跨境电商物流企业必须面对的课题。

1.3.2 我国跨境电商物流发展面临的问题

我国跨境电商物流的快速发展有效地推动了国内产品出口多样化,帮助更多小微企业加入跨境电商服务行列中,反过来也增加了跨境电商物流业务量。但是,我国跨境电商物流也存在以下问题。

1. 物流链条长、作业复杂

由于跨境电商物流由物流服务商提供全程物流服务,商品经历卖家、发件国集货、发件国海关、跨境运输、目的国海关、目的国分拣配送、买家七个物流环节。跨境电商物流的整个链条比普通物流的链条长、环节多,且涉及电商、海关、国检、商检、税务、外汇等众多主体,各项信息需互联互通,其物流运作自然更为复杂,难度更大。各国和地区海关的通关政策不统一,每个国家和地区都有各自的政治、法律、宗教、通信等环境,与国内统一稳定的市场环境区别很大。

2. 跨境电商物流货损高

在跨境电商物流系统中,揽件以后货物往往需要经过四五次甚至更多次的转运才能最终送达客户。由于中转环节多,非常容易出现包裹破损的情况。在运输途中,快递公司的暴力分拣导致包裹内容物破损,这是消费者投诉的主要内容之一。由于监管不到位,第三方物流配送员在素质上的差异也容易造成问题,许多快递人员为追求效率,对邮递包裹进行暴力分拣,容易造成包裹内商品损坏,而导致消费者请求退换货的主要原因便是商品出现破损。

3. 自动化、信息化程度不高

跨境电商物流涉及海量订单及海量SKU(物理上不可分割的最小存货单位),订单商品分散,并且要快速完成订单拣选、配送以及退换货处理,因此,对物流系统自动化程度的要求较高。而目前多数跨境电商企业发展时间短,自身积累不足,物流信息系统不够先进,自动化物流设备及技术引入较少,因此订单处理滞后、效率低且错误率高、库存管理混乱,甚至丢件等现象已成为困扰跨境电商发展的主要问题。

4. 物流信息难以实现全程追踪

在中国境内,得益于国内电商物流业近年来的高速发展,已经基本实现包裹的实时追踪查询。然而,跨境电商物流包括境内段和境外段,很多包裹出境后,由于每个国家信息化水平不同,很难对其进行继续追踪。在物流发达且语言较为方便的英国、美国、澳大利亚等国家情况会稍微好些,在拿到单号后可以去相关的外文网站查询;在一些小语种国家以及俄罗斯、巴西等物流业不发达的国家,就算拿到单号,打开各种俄语、西班牙语、葡萄牙语网站,也未必能查到包裹的投递信息。由于国内物流服务商无法与其他国家物流服务商构建起物流信息共享网络,所以对出境的货物难以进行全程追踪服务。要解决包裹的跨境全程追踪,一方面境外段物流本身必须处于高度信息化水平,另一方面需要将境内段配送方和境外段配送方的信息系统对接起来,以实现一站式全程追踪。这是一项长期的大工程。

跨境电商物流各环节的信息系统没有彻底打通,造成不同物流环节之间的物流数据不可追溯,运输过程不透明,出现丢货影响买家购物体验。

5. 跨境电商物流服务水平参差不齐

目前大型电商平台和第三方物流企业服务比较专业、运作比较规范,但中小物流企业的服务还存在诸多问题。例如,部分物流企业缺乏服务与诚信意识。有的物流企业承诺使用快捷、价格高昂的空运方式,收取空运的费用,实际却使用成本低廉但耗时的海运方式,以获取更大的价差;有的物流企业在假日无人服务,客户服务电话或投诉电话形同虚设,对物流进程无法实时掌控;还有的物流企业存在员工调包货物、货损拒不赔偿等问题。

6. 退换货等逆向物流问题严重

在跨境物流过程中,多种原因会导致货损率高,使消费者产生退换货需求。此外,欧美等一些发达国家和地区存在着“无理由退货”的消费习惯与文化,使得退换货的现象更加普遍。跨境电商退换货问题是难题。由于跨境电商的逆向物流涉及两个或两个以上的国家和地区,商品的退换就必然牵涉过程烦琐造成的时间漫长问题及商品退税问

题。在我国,就商品的退换所引发的退税问题,海关还没有统一的政策和解决方案,只能依据各个口岸海关自己出具的一些暂行政策来解决。绝大多数境外消费者因高退换成本及麻烦程度,最终放弃了退换货的念头,从而产生了不好的购买体验。

1.3.3 “一带一路”背景下的跨境电商物流

“一带一路”(the Belt and Road, B&R)是“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的简称,2013年9月和10月,国家主席习近平分别提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议。依靠中国与有关国家既有的双多边机制,借助既有的、行之有效的区域合作平台,“一带一路”旨在借用古代丝绸之路的历史符号,高举和平发展的旗帜,积极发展与沿线国家的经济合作伙伴关系,共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。

自2015年以来,我国对于“一带一路”倡议的重要性认知不断加深,“一带一路”相关产业发展以及战略实行工作也随之有序进行。2015年3月,在亚洲博鳌论坛上,国家主席习近平就“一带一路”倡议进行了演讲。其中,“一带一路”倡议的愿景以及相关文件得以制定;同年,国家发改委以及外交部、商务部就“一带一路”倡议的相关文件内容制定了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》。

“一带一路”倡议是国家实施新一轮扩大开放、营造有利周边环境的重大举措。截至目前,我国与“一带一路”相关国家及地区的经济贸易活动频率依旧在不断加大,与“一带一路”相关的国家及地区受这一政策的扶持,自身双边贸易额度不断增长的同时,出口额度也在逐年提升。随着经济全球化发展趋势不断明确,经济发展的区域范围不断扩大,可以说,“一带一路”倡议作为双赢的发展倡议之一,使我国对外贸易频率不断提升,与对外贸易相关的行业类型,诸如跨境电商以及跨境电商物流行业获得了更为广阔的发展空间,尤其是“一带一路”倡议的主要辐射国家及地区,跨境电商的发展较为明显,也面临着前所未有的发展机遇。

就此看来,“一带一路”背景下的跨境电商物流体系建设具有较为重要的实际意义,对我国对外经贸相关倡议的实施存在着较高的协同价值。“一带一路”叠加跨境电商发展,跨境电商物流的发展空间更为广阔,表现在以下几个方面。

1. 交通运输基础设施日益完善,综合运输支撑跨境物流运行^①

重视港口建设,航线覆盖全球。中国港口与世界200多个国家和地区、600多个港口建立航线联系。

中国与沿线36个国家及东盟、欧盟分别签订了双边海运协定(河运协定),覆盖47个国家。参与希腊比雷埃夫斯港、斯里兰卡汉班托塔港、巴基斯坦瓜达尔港等34个国家、42个港口的建设经营。

海运服务覆盖沿线所有沿海国家。国家交通运输物流公共信息平台实现与全球31个港口的信息互联共享,海运互联互通指数世界第一。签署航空协定,增加航班航线。

^① 财经豹社. 一带一路倡议叠加跨境电商发展,跨境物流空间广阔[EB/OL]. (2020-09-27). <https://rmh.pdnews.cn/Pc/ArtInfoApi/article?id=16101454>.

中国已与沿线 62 个国家签订了双边政府间航空运输协定，增加国际航线 403 条；与沿线 43 个国家实现直航，每周约 4 500 个直航航班。

跨境铁路完工，中欧班列（CHINA RAIL WAY Express, CR Express）便利交通。铁路建设推进，铁路方面，建成了蒙内铁路、亚吉铁路等境外铁路，推动实现了中老、中泰等跨境铁路开工建设。启动了中尼铁路前期工作，并建立双方政府部门间沟通协作机制。新建公路设施，开通客货运输线。公路方面，中巴经济走廊“两大”公路、中俄黑河公路桥等重大基础设施项目已开工建设。

中国与乌兹别克斯坦、土耳其等国签署了 6 个运输便利化协定，相关协定总数达到 18 个。国际道路客货运输线路开通 356 条，跨境道路运输便利化水平不断提高。

2. 跨境电商深度发展，刺激跨境物流需求大幅提升

电子商务和快递物流的协同发展，在“一带一路”倡议的大背景下显得更为重要。“一带一路”建设对跨境电商的关、检、税、汇等监管政策，仓储、物流及支付等配套服务都给予了许多便利，并选取了部分城市作为跨境电商试验区，为跨境电商的发展和突破打下基础。

艾媒咨询的数据显示，2022 年我国跨境电商市场规模达 15.7 万亿元，巨大的市场增量将持续带动跨境物流业务的发展。跨境电商物流占跨境电商交易成本的比例为 20% ~ 30%，若按照 2022 年中国跨境电商 15.7 万亿元规模来测算，则跨境电商物流市场体量在 3.14 万亿 ~ 4.71 万亿元之间，空间广阔。

即测即练

