进口跨境电商 第三方供应链服务的核心竞争力

文 / /邢康里



近年来,随着国内经济的高速发展,人民生活水平的不断提高,加之网络媒体的催化,居民消费不断升级。国内消费者已经不满足国产品牌,对进口商品的偏好日趋明显。相比于中国市场的庞大需求,链接供求的供应链可谓"很不给力"。一方面高关税让这些洋品牌望而却步,极大地阻碍了其进入中国市场的进程;另一方面即使成功进入中国市场,高昂的价格未必能具备竞争优势。基于供需之间的矛盾不断碰撞,诸多致力于对接供需的形式不断出现。例如传统的以

消费者个人行为为主导的"出国血拼",以专门从事买卖的个人为中间商的"海外代购"等等。上述种种形式都反映出了在进口商品市场对供应链的不断尝试。

受益于国内消费者对海外优质商品需求的强劲增长,进口电商比例逐年扩大。而出口电商仍处于快速发展,大量融资阶段。2018年8月出台的《电商法》对跨境电商的综合服务和监管体系建设提出了更高要求,也为消费者权益提供了法律保护,跨境电商行业即将进入更加成

跨境电商讲口贸易的交易环节

海外小包裹直邮进口



熟规范的发展时期。

跨境电商进口交易基本概况

一般贸易进口属于进口贸易,大多数是企业与企业之间的一种商业行为,同时面对海关、国检、外管局、工商等部门的监管,因此需要进出口合同、发票等基本商业单据,还需要提单等一系列货运单据。 通过一般贸易进口的商品要在原包装上贴中文标签,一般国内实体店上架售卖的国外商品,多属于一般贸易进口商品,与国产商品一样,可以在国内市场正常流通。

而跨境电商的兴起是由国内消费升级带来的,它面对一般是直接的消费者,一般是跨境电商企业与个人消费者之间的交易,这些消费者不仅需要品质高、多元化的商品,还希望购买性价比高、时效高。

如果采取一般贸易进口的形式,需要耗费大量的时间和精力解决货物通关各项流程。在这一点上,一般贸易相对来说没有跨境电商平台高效、便捷的优势。跨境电商模式进口的商品是国外原产原装,并以个人自用名义购买,在国内没有交纳相关的税款,故无法在市面上进行二次流通交易,否则将涉嫌走私。

跨境电商进口环节目前存在哪些问题?

商品质量层次不齐,企业品牌化程度低

虽然跨境电商市场过去10来年里快速发展,但市场容量有

限,进口产品中又多以奶粉、酒类等国外著名的日用消费品品牌为主,同质化严重;有的平台为了谋求更高的利益,选择与小型企业或者小作坊采购产品合作采购,甚至是偷工减料,以次充好来降低生产成本,致使市场流通商品参差不齐,售后难以得到保障,使得原本竞争激烈的进口市场更加难做。

跨境电商下单交易

跨境电商进口交易平台模式重链条长, 通关商检监管环节难

第三方跨境电商平台上的商品信息多已数字虚拟化,且单个订单商品数量少、客单金额小、频次高,国际采购与物流的限制,使跨境供应链很长,属于重平台模式。同时,近年来海关监管难度逐步加大,报关报检日益困难,商检、结汇等问题日益突出。未来,在供应链资源整合上能力不足的中小企业将面临更加残酷的洗牌。

因全球贸易保护主义盛行,导致各国政策差异大变动多, 经常出现汇率损失

跨境电商平台容易受到关税、清关等政策、不同国家币种汇率等影响大,直接影响货品的利润率。如何有效降低汇率波动带来的风险,针对各国政策制定不同的策略调整,解决跨境支付流程是目前平台方最大的发展阻力之一。就目前情况来看,大多数企业都是选择从降低流通成本和减少流通环节上发力。

一般贸易进口与跨境电商进口模式之间的区别分析

一般贸易进口的监管更严格,手续要求更严格

一般贸易讲口与跨境电商讲口模式清关的区别

	一般贸易	跨境电商保税进口	跨境电商海外直邮
海关部门	审核进出口货物报关单、发票、合同、集装箱、提单等信息	审核入境货物的"三单",即交易订单、支付订单以及物流订单信息	
	系统提示的监管证件、进出口货物许可证、产品成分说明等	进行一定的风险布控,对货物进行随机抽检,抽检无异议后通关放行	
检验检疫	日常产品安全、之类检验,进口商、经销商需要备案; 商品必须符合中国国家相关标准	除食品、保健品等特殊产品需要符合中国国家标准,其他商品认可原产国相关标准	
通关监管	运抵口岸; 检验检疫申报; 货物报关(报关单、提单等一些列进口申报文件); 缴纳关税、增值税、消费税等; 通关放行	检验产品备案; 海关电子账册备案; 运抵保税口岸; 到货抽检、检疫申报; 货物入仓报关; 保税仓等待订单; 出去订单申报、缴税放行	电商企业、平台将商品提前备案; 提交三单信息; 货物报关、缴纳关税; 海关随机抽查包裹真实性; 通关放行

办理通关单需随附原产地证书、卫生证书、成分分析表、进口许可证、企业首次进口品类的进口声明、出入境包装备案书、安全性评估材料等10余种单据,还需办理境外生产企业注册、境外出口商备案等前置性审批,不仅流程繁杂、办理时间长,多数单据只能以纸质形式提交,且未能满足前置性审批条件的商品将无法进口。

跨境电商进口备案更便利

跨境电商模式进口的货物,只需要电商企业或者平台,将需要进口的商品提前在海关进行备案,在货物抵达相应关口清关时提供相关订单信息、支付信息和物流信息即可办理通关,手续相比一般贸易进口来说简单很多,且多数只需提供电子版数据即可,方便快捷系统化操作。

在进口清关流程环节, 跨境电商模式进口清关流程简化, 手续简单, 清关时效稳定, 且税费类目较少, 可大幅降低进口成本。

传统的一般贸易进口供应链与跨境电商进口供应链有何区别?

对市场上电商平台的宣传核心词以及用户对电商平台的关注点的调研分析,消费者更关注产品的品牌知名度、是否是正规渠道、能否证明保证以及产品的更新效率,同时,随着国内顺丰、京东、菜鸟网络等公司在快递方面的发力,消费者也更加关注平台的"物流配送时间"以及售后的相关服务水平。

跨境电商进口供应链构建的核心问题就在于货源供应与整合物流体系的争夺战。当前,我国跨境电商的市场份额基本都分布在以网易考拉、天猫国际、唯品国际、京东全球购以及小红书等平台,而且围绕着以上进口电商平台的聚集效应会越来越明显,市场占比也会越来越大。

由于跨境电商进口的特殊性,与传统的一般贸易的模式有

典型的区别,跨境电商进口是直面消费者,而传统的一般贸易 模式更专注于代理商之间的贸易往来。

因此,传统的一般贸易进口供应链的整合能力更多的体现在标准化的能力上,而跨境电商进口供应链更专注个性化的管控能力,传统的大宗货物、一般贸易的第三方供应链服务企业已经积累了自身的足够优势,跨境电商供应链服务企业与之竞争并没有太大的优势,但是跨境电商作为一个新的业态,需要对应的第三方跨境电商供应链服务企业,提供针对性更细分的服务,一旦企业能够提供跨境电商行业的供应链服务将有助于提升企业的优势。

跨境电商进口供应链服务商需强化自身能力

加强海外进口商品的选取能力

目前跨境电商的产品供应需求主要分为四种:海外代理商供货模式、品牌商直接供货模式、海外商超供给模式以及买手代购模式。

由海外代理分拨货物给跨境电商,比厂商直供价格偏高,很难保证供货稳定;品牌商直接供货模式具备厂商品牌背书,定价优势大,加价环节最少,货物直供保证货源稳定性;从当地商超批量采购商品,货源供给不稳定,价格优势小,且很难获得厂商认可,法律风险高;买手代购模式商品SKU丰富,海外买手满足消费者的情感或个性需求在海外商品市场选购各式的商品。

全渠道的扩展以及品类扩张。过去几年,母婴类、美牧类产品在整个跨境电商行业的占比中很高,但是,国内进口的货物的假货率较高,导致部分平台以及从业机构浑水摸鱼,有大量的虚假商品流入市场。关于货源的正品溯源是把握整个跨境电商进口供应链的最重要的一个环节。服务商可以通过海外的

一般贸易进口供应链和跨境电商进口供应链的区别

区别	一般贸易进口供应链	跨境电商进口供应链	
货物采购模式	对货源的把控更多的与进口国厂家直接谈判,单次货物需求 量更大	海外货源零散,目前缺少对知名品牌的授权,货物来源多样化	
清关	单次通关效率高,需要清关单据较多	三单匹配,产品符合要求,清关通畅	
国际物流	大宗商品以海运居多	海运、中欧班列、空运以及国际快递、中国邮政,可选择行多	
境内物流配送	干线运输为主	以快递、最后一公里配送为优先选择	
售后	集中大批量,成熟的解决办法	当前,售后问题解决不畅	
终端消费信息反馈	对产品的改进,以及连接消费者与品牌商之间的信息会产生 滞后,导致企业对市场敏感度较差	能够实现品牌商与消费者最直观的联结,有助于未来个性化需求 的改进提供足够的数据来源	
IT信息技术的应用	相对较为成熟	目前,绝大多数刚刚起步阶段,未来有极大地潜力	

商品授权,以及组建可靠的海外直采团队,在海外源头上保证商品的真实可靠。

可以实现不同模式的进口清关模式

国家对跨境电商进口的监管相对较为宽松,但是,除去像网易考拉、京东全球购、天猫国际等大的第三方平台直接可以向海关推送三单信息,绝大多数跨境电商平台均没有实现三单对碰的要求,因此,在该环节需要加强企业信息化能力提升,同时,可以实现不同的清关模式高效的解决企业问题,目前主要是针对以下三种不同的模式进行可实现的清关模式:

第一,快件清关,确认订单后,国外供应商通过国际快递 将商品直接从境外邮寄至消费者手中。

第二,集货清关(先有订单,再发货),将多个已售出商品统一打包,通过国际物流运至国内的保税仓库,为每件商品办理海关通关手续,经海关查验放行后,由第三方委托国内快递派送至消费者手中。

第三,备货清关(先备货,后有订单),将境外商品批量备货 至海关监管下的保税仓库,消费者下单后,服务商可以根据订单 为每件商品办理海关通关手续,在保税仓库完成贴面单和打包, 经海关查验放行后,由企业委托国内快递派送至消费者手中。

强化物流信息的可视化

就目前行业现状来看,无论在保税备货,还是集货直邮等模式下,跨境电商物流都是制约跨境电商发展的瓶颈。跨境电商进口供应链服务商在整个进口物流环节需要实现以下三个层面:智能化、集约化、可视化。

智能化将成为跨境电商发展的首要要求。即尽可能地实现 机器代人,实现对大量信息和数据进行分析和管理,精益管理各细节;集约化,即充分利用现有资源的基础上,更集中合理地运

用现代管理与技术,充分发挥人力资源的积极效应,以提高工作效益和效率;可视化,即通过系统可实时并全方位地监控物流运营的各个环节,实现高效的现场管理,充分调配运输仓储资源。

协助客户构建自身品牌

借助互联网等信息化手段,为跨境电商进口平台以及其他从业机构提供可用于分析的信息系统,借助消费者最直观的反馈,最前端可以协助整个供应链产品的改造升级,同时,可以预测消费者对此类产品的需求量,通过这些信息数据的合理分析、汇总,可以在最大程度上向个性化定制、个性化需求转变。

未来,随着信息化的程度的不断升级,个性化需求以及个性化生产必然是趋势,中国有强大的消费需求市场,跨境电商进口领域的供应链服务需要强大整合能力。

跨境电商供应链金融解决中小企业的融资难题

跨境电商供应链的专业度和复杂度,带来风险控制的高难度,导致目前该领域的金融产品,主要是银行面向大中型商贸企业提供仓单质押、库存融资等产品,面相分销体系下游广大的中小用户群的金融产品很少,且成本较高。

跨境电商供应链服务商需要与跨境电商的众多参与者一 起发展,并借助其专业的供应链服务能力,介入跨境电商的采 购、销售各环节,打通跨境电商全链条的商流、信息流、资金 流、物流,实现对供应链全流程的可视可控。

通过内外部优势资源互补,为供应链带来"一站式高标仓库+库内设备+配套资金+供应链服务"的整体解决方案,实现跨境电商的线下库存+履约全流程服务,和线上信息全程监管、物流全程可视、风险全程可控,构筑独特的跨境供应链金融服务壁垒。

栏目编辑: 鲁翔宇 Luxiangyu12@sina.com