

我国跨境电商共享海外仓建设探究

陈天屹

(南京林业大学经济管理学院, 江苏南京 210037)

摘要: 跨境电商与跨境物流是相辅相成的, 跨境电商的迅猛发展对跨境物流提出了更高的要求, 共享海外仓作为跨境物流发展的新形式受到越来越多的关注。本文在客观分析我国跨境电商共享海外仓发展现状基础上, 探究当前共享海外仓发展过程中所呈现的问题, 并提出旨在促进共享海外仓良好发展的建议。

关键词: 共享模式; 海外仓

中图分类号: TU249.1

文献标识码: A

文章编号: 1006—7973 (2023) 01—0085—03

近年来, 跨境电商的高速发展, 不断推动着跨境物流的提质和提速发展。具有配送速度快, 效率高的跨境物流新模式——海外仓也迎来了发展的机遇和契机。海外仓通过预先在海外设立仓库并将产品提前运输至仓库储存, 在顾客下单后, 直接由顾客所在地或国家的海外仓负责发货和配送来大大节省配送时间, 提高配送效率。此外, 受到全球疫情的影响, 跨境物流的运输时效大大延长, 海外仓的优势被进一步放大, 海外仓也受到了越来越多商家和企业的认可和使用。作为跨境物流适应跨境电商高水平发展的新产物, 海外仓发展水平的高低, 直接关乎跨境电商的整体服务水平和质量。作为对传统海外仓发展模式的优化和改进, 共享海外仓能较好地解决传统模式海外仓所存在的问题, 因而受到诸多企业的青睐和学者的关注。

共享海外仓尚处于发展初期阶段, 针对如何更好地发展共享海外仓, 许多学者都提出了自己的意见和看法。车小英 (2019) 将共享经济发展的优秀经验与海外仓的发展现状相结合, 创新性地提出要建立跨境电商物流海外仓联盟, 共同应对经营过程中的难题^[1]; 许迅安 (2019) 在分析了当前跨境电商海外仓的发展现状后指出, 使用共享海外仓的商家要加强合作和库存共享, 共同处理滞销库存^[2]; 杨芸 (2021) 通过对我国海外仓的发展现状进行探究而提出, 在构建海外仓联盟时, 政府可以起到牵头作用, 以政府为主导, 企业为成员, 构建共享型海外仓联盟^[3]; 张惠玲 (2021) 则分析认为, 搭建共享海外仓联盟可以为商家和企业降低运营成本、有助于提升服务质量和水平、净化和规范海外仓行业的发展环境、有利于商家之间的相互帮助和协作。并且, 在同国外的企业进行谈判时, 以海外仓联盟的名义会更加有利^[4]; 龚丽 (2022) 则指出, 政府可以主导并参与共享海外仓企业的平台信用保障体系建设, 形成具有可靠保障的海外仓信用体系^[5]。由此可见, 深入地探究共享海外

仓的发展现状及其所面临的困境和挑战, 对于优化海外仓的发展模式, 促进跨境物流的提质发展以及提升跨境电商的消费者满意度具有重要意义。

1 我国跨境电商共享海外仓的建设现状

1.1 共享海外仓的数量不断增长, 规模不断扩大

近年来, 随着跨境电商的高速发展, 海外仓也迎来了属于自己的发展机遇。据商务部统计, 截至 2021 年, 我国海外仓总数已经突破 2000 个, 占地规模超过 1600 万平方米。值得一提的是, 共享海外仓在我国海外仓总数中的占比逐年提高, 其规模也不断扩大。此外, 2020 年共享海外仓在美德澳英日等发达国家和地区的订单总量同比增长均超过 300%, 其中在日本和澳大利亚两国的订单量涨幅更是超过了 500%。

1.2 共享海外仓在全球的分布不均衡

我国共享海外仓在全球的分布并不均衡。截至目前, 我国绝大多数的共享海外仓分布在欧洲、北美、澳洲等发达国家和地区, 在新兴国家和地区的数量较少。据此前的一份调查报告显示, 绝大多数共享海外仓企业希望在发达国家和地区新建或扩建其原有海外仓, 对于共享海外仓在发达国家和地区的发展前景保持乐观的态度; 只有一小部分的共享海外仓企业认为在新兴国家和地区修建共享海外仓潜力巨大, 并愿意开发并拓展企业在这些地区的共享海外仓业务。

1.3 共享海外仓缺乏完整的全产业链服务体系

目前, 我国绝大多数的共享海外仓都只具备单一的仓储功能, 缺乏基于仓储服务所延伸出的展销、体验、物流、配送、售后服务等功能, 极大影响了商家对共享海外仓的认可度和满意度。

1.4 共享海外仓的竞争力相对较弱

共享海外仓的发展起步相对较晚, 各项功能和配套服务并不完善和健全。相比于在发展程度上已经比较完

各地自建海外仓和亚马逊 FBA 模式海外仓来说,并不具备竞争优势。此外,受疫情影响,全球物流成本和运输费用急剧增高,进一步削弱了共享海外仓的竞争力。

2 共享海外仓发展现存问题

共享海外仓尚处于发展的初级阶段,势必会存在一些问题和困境,以下就是目前共享海外仓发展中所面临的主要问题。

2.1 海外仓智能化水平低

跨境电商的飞速发展,需要具有高效率,高质量的海外仓与之相适应^[6]。高效率智能化的海外仓,需要依托信息化的运作平台和智慧物流系统来实现。在国内,京东和阿里两家电商龙头企业都拥有属于自己的信息化运作平台和智慧物流系统,在一定程度上实现了仓储和物流的智能化管理,极大地提高了物流效率。与之相比,目前我国共享海外仓的智能化水平普遍较低,缺乏仓储和物流的智能化管理,属于劳动密集型产业,需要依靠大量的人力来完成海外仓的正常运作,不能很好地为跨境电商的高速发展保驾护航。

2.2 雇佣人员工资高,高水平人才流动性大

共享海外仓在国外建设和正常运作时,需要雇用大量的当地工人。其一,目前我国绝大多数的共享海外仓分布于欧洲、北美、澳洲等发达国家和地区,这些地区和国家的人工工资是要远远高于国内的,且工人的工作时长短,没有加班的习惯。这也就意味着与国内相比完成相同的工作量需要雇佣更多的工人,支付更多的工资。我国与部分发达国家的月平均工资和年平均工作时长的比较如图一所示。由图我们可以清楚地看到,与在国内雇佣工人相比,我国共享海外仓企业在海外雇佣工人所面临的人员工资高,工作时长短的问题是比较普遍和严重的。其二,共享海外仓建设所需要的高水平人才往往会因为更优厚的待遇和薪资而选择“跳槽”,人才的流动性大,也很大程度上影响了海外仓的发展^[7]。

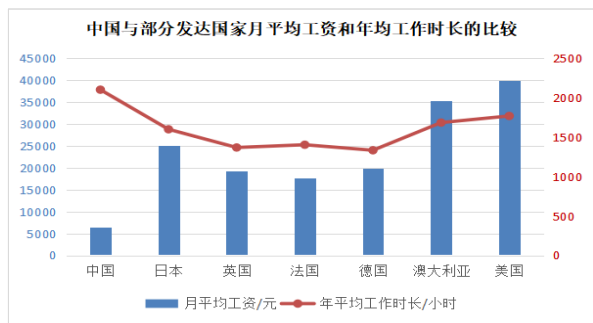


图 1

2.3 海外仓相关法律法规不健全,监管体系不完善

共享海外仓相关法律法规的不健全和监管体系的不完善,严重影响着海外仓相关业务的正常进行。首先,目前我国针对共享海外仓建设和管理的相关法律法规并不健全,《电子商务法》《税收条例》等现有法律法规并不能很好地为海外仓企业的业务服务^[8]。其次,海外仓相关的监管体系并不完善。我国海关总署已经于2020年设立了专属于海外仓的监管代码“9810”,意味着对海外仓产品的出口有了明确的规定和监管,但与之相关的税、汇监管体系和跨境电商支付标准仍未达成统一,这不利于海外仓业务的规范化和良性发展。

2.4 滞销产品难处理

由于企业难以准确预测消费者的需求变化和消费淡季的到来,以及消费者退货现象的存在,导致企业在海外仓存放的产品中有大量的滞销产品存在。滞销产品的种类及占比如图2所示:

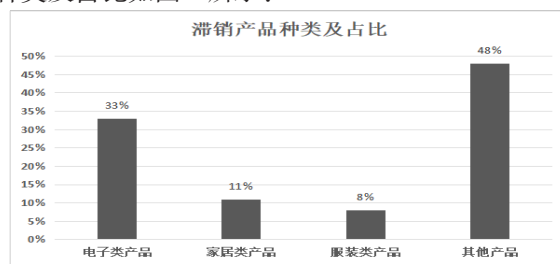


图 2

由图我们可以看出,在海外仓的滞销产品中,电子产品、家居类产品、服装类产品占据较大比重,这无疑给经营上述种类产品的企业和商家带来了极大的挑战和困难。并且对于使用共享海外仓的中小企业而言,由于缺乏广泛的销售渠道和人脉资源,在面对这些滞销产品时,是极其难以处理的。如果选择将这些滞销产品运回国内,又会带来极高的物流成本,令许多中小企业望而却步。

2.5 海外仓本土化程度低所造成的服务质量差,消费者体验感和满意度低

海外仓本土化程度低是影响消费者体验的重要因素。消费者的本土化需求主要体现在本土化客服、售后、贴标、包装这四个方面^[9]。目前,我国共享海外仓的本土化程度普遍较低,一些企业或商家并没有意识到本土化的重要性,为了避免雇佣发达国家工人和劳动力所带来的高工资,他们往往会选择雇佣一些当地的华人或华裔来担当客服或售后。这些非本土化的客服在和当地的消费者沟通时,不能很好地了解和掌握当地消费者的需求,不能真正把握消费者的诉求和问题所在,从而不能及时有效地帮助消费者解决他们的问题,进而影响到消

费者的体验感和购物的满意度，也会影响到消费者对海外仓的认可度和好感度。由此可见，应加快我国共享海外仓本土化建设进程，更好地为消费者服务，树立共享海外仓的品牌形象。

3 促进共享海外仓良好发展的建议

3.1 构筑共享海外仓联盟，共同处理滞销库存

滞销库存处理困难是许多使用共享海外仓的商家所面临的普遍问题。为了解决这一大难题，使用共享海外仓的企业及海外仓运营者可以共同构建共享海外仓联盟，共同处理滞销库存。其具体流程为：存在滞销库存的商家可以将自己的产品信息发送给联盟中的其他跨境电商销售平台、渠道分销商、当地的零销商，批发商，甚至是当地的留学生，以此来打开销售渠道和销售平台，通过多渠道来处理这些滞销产品。并且在成功处理这些滞销库存后，可以给予帮忙销售的商家予以提成，从而达成多方受益，合作共赢的目的。

3.2 借助大数据实现共享海外仓的智能化建设

大数据，又称为巨量资料，其通常数量巨大且处理困难，很难用常规的数据处理方法来对其进行处理，通过对大数据的获取、存储、处理和分析，可以更好地为企业的决策提供依据和指导，也可以助力共享海外仓的智能化建设^[10]。其对共享海外仓智能化建设的帮助主要体现在以下几个方面：其一，利用大数据技术，可以在顾客下单之后，由系统准确匹配出配送最快、距离最近的海外仓为客户提供服务，并通过大数据系统实时跟踪和获取物流的最新状态，从而达到提高物流效率，实现智慧化物流的目的。其二，通过大数据系统对海量信息的汇总和综合分析，可以逐步实现海外仓的智能化管理和运营，节省人力成本和不必要的开支，进一步提高共享海外仓的智能化水平。

3.3 加强共享海外仓的本土化建设

要想更好地了解当地消费者的喜好，增强他们对于海外仓的好感度和满意度，加强共享海外仓的本土化建设是重中之重。其一，海外仓企业要着力打造一支本土化的客服和售后服务团队，以便更好地理解当地消费者的诉求，为他们及时处理问题。其二，海外仓员工要充分学习和了解当地的语言文化和风俗习惯，知己知彼，才能做到在面对消费者时游刃有余。其三，企业的管理者要对当地的企业文化和经营模式有深入的探究和学习，取长补短，学以致用，不断改进和优化自身的经营方式，以达到最佳的效果。

3.4 校企合作，加强相关专业的人才培养

习近平主席曾言：人才是第一资源。基于目前共享海外仓的发展现状，亦是如此。共享海外仓是一门兼具物流、管理、仓储、外语等学科的综合应用，这也对相关人才提出了较高的要求。现阶段我国海外仓相关的专业人才严重匮乏，极大地制约了海外仓的创新与发展。首先，要鼓励有条件的国内高校开设海外仓相关专业，注重对符合海外仓发展需求的复合型人才的发掘和培养。其次，海外仓企业要增进与开设相关专业的高校的交流合作，给予海外仓专业学生实地体验和实践的机会，做到理论和实践相结合，培养出真正符合现代海外仓建设需要的高水平专业化人才。

4 结语

推动跨境电商的高质量发展及其相关产业的进步，离不开共享海外仓的保障与助力。唯有正视共享海外仓发展过程中所面临的问题和困境，直面挑战，解决问题，走出困境，才能彰显出共享海外仓巨大的能量和实力，更好地为跨境电商的建设助力！

参考文献：

- [1] 车小英. 共享物流理念下跨境电商物流海外仓联盟的探讨 [J]. 对外经贸实务, 2019(03):81-84.
- [2] 许迅安. 新时期中国跨境物流海外仓建设发展现状及策略研究 [J]. 对外经贸实务, 2019(09):89-92.
- [3] 杨芸. 我国跨境电商海外仓发展现状及应对策略机制研究 [J]. 对外经贸, 2021(12):34-37.
- [4] 张惠玲. 疫情下海外仓助力跨境电商发展的策略研究 [J]. 中国商论, 2021(17):53-55.
- [5] 龚丽. 基于共享经济的第三方海外仓平台现状及问题探析 [J]. 中国储运, 2022(06):174-175.
- [6] 郑宇翔, 陈德慧, 孙宇, 姜雨含. 我国跨境电商海外仓发展中存在的问题及对策研究 [J]. 商业经济, 2019(01):80-81.
- [7] 刘星翰, 占丽, 周瑜. 跨境电商海外仓建设问题及对策探讨 [J]. 时代经贸, 2021, 18(02):47-50.
- [8] 曲维玺, 王惠敏. 中国跨境电子商务发展态势及创新发展策略研究 [J]. 国际贸易, 2021(03):4-10.
- [9] 陈钰, 郭艳. 我国跨境电商海外仓发展现状及对策分析 [J]. 海峡科技与产业, 2020(10):25-27.
- [10] 林巧丽. 大数据时代下我国跨境电商海外仓的发展研究 [J]. 物流科技, 2021, 44(07):68-71.

基金项目：南京林业大学大学生实践创新训练计划项目 (202210298031Z)；