

# 没有海外仓 怎么做跨境电商

## 听听威海企业海外建仓库的“注意事项”

“没办法,如果冷链物流覆盖不到,我们宁愿放弃这个市场和订单不做。”近日,一位专做火锅类冷冻品的企业老板向笔者吐槽:本来下游一个经销商来总部考察,已经初步达成合作意向,可当他把第一批次样品寄过去等待试卖结果时,却被一家物流公司坑了。

“货寄到那里,打开时已经化得差不多了,找他们说理,结果对方不承认,再找他们,人家直接不理你了,不跟你玩了,反正小物流公司你拿它也没办法。”这位老板说。

当前经济如此不景气,有订单做已经非常幸福了,可硬是把这位老板逼到放弃,这一遭遇正是当前冷链物流行业所面临的尴尬现实。本来产品和代理商都已准备好了,准备大干一场,可打开地图一看目标市场,想到冷链物流的配送能力,不得已必须放弃一部分市场和订单。“许多县级市送不到,要么就是价格太高,冷链物流的滞后已经成为企业拓展业务的最大障碍。”这位老板表示。

一组数字反映了这种现状。据有关部门统计,我国果蔬、肉类、水产品进入冷链系统的比重只有5%、15%、23%。而在欧美日本等发达国家,农产品进入冷链流通在95%以上。

“从2014年开始,生鲜电商就开始火爆,各类O2O概念、平台满天飞,可据我所知到去年底,这些公司赔得一塌糊涂,就是因为冷链物流做不到。”省城一家冷链物流龙头企业的苗经理告诉笔者,一开始这些生鲜电商创始人包括背后的资本方都极度看好这个行业,因此扩张很快,但做一段时间就发

## 生鲜电商为啥赔本 冷链物流老掉链子

□马绍栋

现,专业、高效的冷链物流能力才是生鲜电商的关键。尽管已经发展了几十年,但冷链物流依然难以满足实际需求,甚至成为制约食品、快消行业的阿喀琉斯之踵。

苗经理说,冷链物流并不新鲜,但缺的是标准化的现代冷链物流,全程不脱冷、不断链,要做到这一点显然要靠巨大投入。专业标准的冷藏运输车20多万辆,这还只是干线,再加上支线、城市配送,一个像样的车队光投入就上千万,这还仅仅是车队,还要配套建设各地的冷库、分仓,一个体系搞下来普通物流企业根本承担不起。“我们去年在冷链物流上就赔了500万,今年规划还要投入2000万,就这样也仅能将华北地区的干线网络搭建起来。”

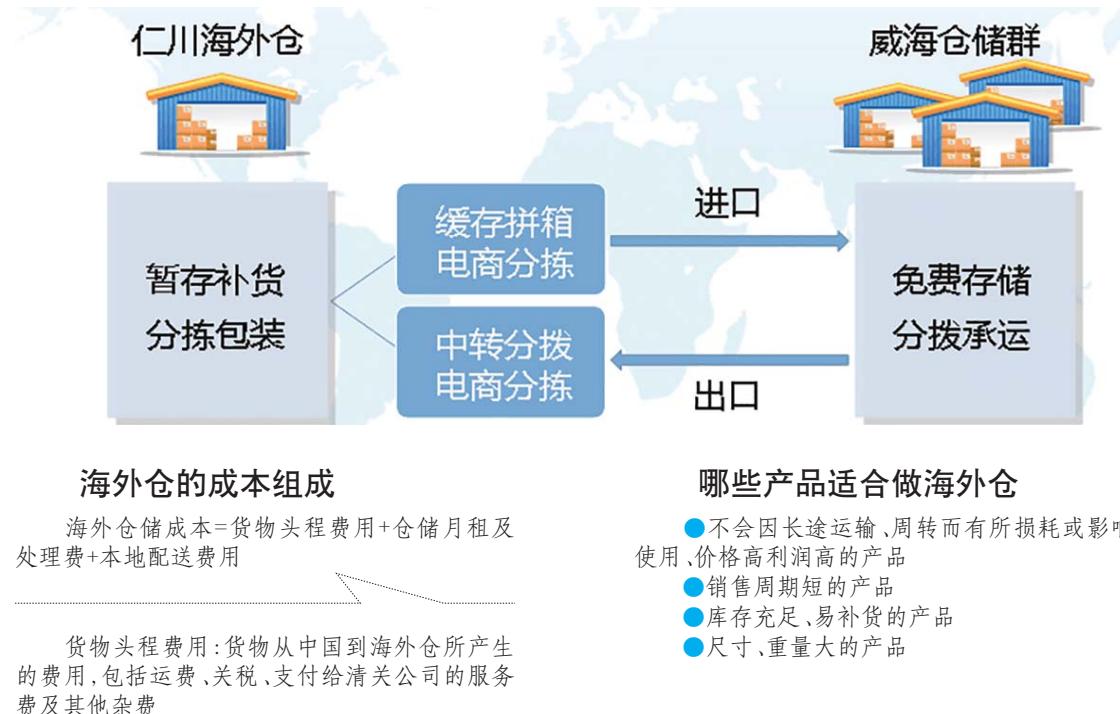
企业都是精于算计的利益主体,如此重资产模式换哪个老板都不愿意自己单独去“傻傻地投资”,因此冷链物流行业也进一步分化,有的企业只做大的城市干线,有的则只做城市配送,更有一些小企业冬天用棉被一裹上车就走,只要不化冻,此业内所谓“棉被车”。

很显然,嗷嗷待哺的需求方肯定不满足这种局面,更何况一些外在推力。比如食品安全,近些年史上最严监管风暴已经吹到物流环节,对食企来说,只做到出厂时合格仅是基本要求,如果从终端抽检中查出问题,还是直接公开曝光企业品牌,这势必会倒逼企业向物流环节加压,冷链成为最先被盯上的软肋。最近发布的《农产品冷链物流发展规划》已要求果蔬、肉类、水产品冷链流通率分别提高到20%、30%、36%以上,冷藏运输率分别提高到30%、50%、65%左右,流通环节产品腐烂率分别降至15%、8%、10%以下。

笔者认为,物流行业是一个高度需要资源整合、信息共享的行业。要解决这种短板,仅靠企业、资本的努力只是最基本推动力,必须要有一个强有力的整合者来号令天下,打破各自为政、单兵作战的局面。有冷库的共享冷库,有车队的共享车队,用众筹理念,哪怕是分区区域各自先整合出一个龙头,然后各区域龙头再进一步联合协作,整合成一个更大的平台。当然,内部需要根据成员资源优劣状况建立一套相对应的利益分配和运营机制,确保加入协作联盟平台能够比单枪匹马干收益更大。

C  
财富  
边上

跨境电商的火爆让“海外仓”迅速成为热词。据不完全统计,在距离韩国最近的中国港口城市威海,去年至今已经在国外建了20多家海外仓,其中在韩国就有四十五家。那么,在国外设立海外仓优势在哪儿?解决了跨境电商业务的哪个痛点?运营成本如何?



本报记者 李彦慧

### 盛世海外仓服务100多家企业

威海港几乎每天都有来自韩国的化妆品、电子产品以及中国企业生产的水产品、小商品等从这里集散,再被运往各地。中韩FTA落地后,去年,威海港集团下属的威海国际物流园发展有限公司(以下简称物流园)在韩国平泽建设了2500平方米海外仓,用于传统货物贸易,今年又在韩国仁川、金浦两地建设了海外仓。平泽海外仓启用后呈增长态势,平均每月运作150个标箱,完成销售额1亿美元。

同样,威海盛世国际物流有限公司(以下简称盛世)今年以来化妆品进口都通过海外仓来运作。今年4月,该公司进口的韩国面膜量超过去年全年的进口量。

目前,威海在外设立的海外仓分布在韩国、日本、中国香港、美国等贸易往来密切的国家和地区,总仓储面积近5万平方米。其中,盛世韩国仁川海外仓、物流园韩国平泽海外仓被认定为省级跨境电商公共海外仓,获得省里的扶持资金。

据介绍,海外仓一般选址在交通便利的地方,有些海外仓靠近机场,适应直邮、直购、保税备货、一般贸易的各种清关模式。

为了提高海外仓利用率,不少企业将海外仓作为公共仓,为外国企业及中国中小企业提供仓储、物流等服务。5月16日,由威海蓝创进出口有限公司投资的中海川公共海外仓在韩国仁川开业,这是山东省经过正式备案的在韩国设立的首个公共海外仓,也是企业在海外自建而非租赁的公共海外仓。该海外仓初步投资1540万美元,设有对韩出口、保税仓等仓储,并设有展览馆,运营中韩两国产品展览专柜。

为了吸引合作方,盛世将获评省级跨境电商公共海外仓带来的补贴,用于补贴合作方在海外

仓的仓储费用。“以面膜为例,一个40尺的大集装箱,一个月仓储费用能减少1200元人民币。这对合作企业有很强吸引力。”盛世商务中心的一位负责人介绍,盛世海外仓已签约服务110多家生产和销售企业。除了进口,还促进国内小型机电设备、零部件等一般贸易出口,助力中国企业用“海外仓周转”的跨国物流操作模式扩大海外市场。

“例如中国的渔具、小商品等,可以利用海外仓优势直接面向国外消费者。”威海大韩家进出口公司负责人赵秀彬说,通过海外仓实现跨境电商出口,企业有更多自主权,可以开展品牌建设,而且因为直接面对市场,产品生产环节也更有计划性。

### 外贸新潮流:海外仓+直邮模式

“没有海外仓,跨境电商很难做。”威海国际物流园发展有限公司负责人龙振伟告诉齐鲁晚报记者,海外仓简化了传统外贸模式的进出口商、批发商、零售商三个环节,让外贸企业将货物批量发送至仓库,不仅扩大产品品类、节约成本,还减少了中间环节,实现本地配送。更重要的是,跨境电商业务中,消费者下单之后,大批出货的工厂没法按照消费者需求小批量包装出货,设立海外仓就是要解决这个痛点。

“消费者总不能要一个柜(集装箱)吧?”赵秀彬告诉齐鲁晚报记者,工厂生产有一定周期,而电商平台的销售很零散。消费者着急要货,工厂没法立即生产,没有海外仓,物流时间长客户体验差,电商环节很不顺畅。而且,货物运输需要进行拼箱,不合适的装载率也会提高物流成本。

“有了海外仓之后,我们会把各个工厂的货物统一集中到平泽海外仓,然后在海外仓进行拼箱,达到合理装载最大化。”龙振伟说,海外仓模式大大降低物

流成本,跨境电商企业只需按照一般贸易方式,将商品批量存储到境外仓库。海外仓会按订单需求即时打包,集中拼箱,再将商品送到消费者手中。

正因为这些优势,“海外仓+直邮”模式成为外贸新潮流。4月8日跨境电商零售进口商品新税制正式实施,正规、大规模、物流健全的跨境电商竞争优势就凸显出来了。唯品会副总裁曾向媒体透露,跨境新税制及正面清单颁布后,唯品会即通过海外仓、保税仓、国内五大仓储基地以及自有物流配送体系,为消费者节省物流配送成本,从而做到免税包邮。

### 在日本建海外仓条件苛刻

“海外仓不只是在海外建一个仓库。”业内人士介绍,目前大部分单个海外仓运营成本较高,又因分散难以集中管理,部分海外仓目前使用率不高,难以实现规模化经营,总体运营成本不低。

威海一家电子商务公司的工作人员告诉齐鲁晚报记者,海外仓物流成本一般为总成本的40%左右,由于涉及跨境贸易和跨境物流,物流产业链环节更长,包括国内物流、国内海关、国际运输、国外海关、国外物流等多个环节,对操作和风险掌控能力要求更高。以威海为例,企业设立的海外仓多为与合作方共同管理,经营成本压力很大,像盛世的海外仓雇佣人员多为韩国人,人力成本很高。

在一些国家,资质审批难度增加了企业运营成本。据威海商务局工作人员介绍,威海一些企业在日本建立海外仓,因日本土地私有制政策,必须与日本企业合资后才能获得永久土地权,进而建造仓库。若采取租赁模式,对企业要求极为苛刻,需要有日方政府担保,行业类别分明、夜间停止作业等一系列条件限制,租赁港区内的仓库还要有特许作业许可证,租赁海外仓的成本很大。