跨境电商与国际物流：机遇、模式及运作读书笔记五

第五章 国际物流

**5.1 物流业及其国际化路径**

国际物流是不同关境交易主体的物流活动，泛指国际贸易场景下衍生的物流运作及投资合作等，也可以把服务与跨境电商的国际物流活动理解为跨境物流。

高效的物流将人、企业、市场和机遇连通，有助于提高生产率和民生福祉，国际物流水平对国家外贸竞争力及经济增长至关重要，帮助企业整合全球价值链和获得贸易机会，是构建跨境电商供应链的基础支撑。

国际综合和物流是很多物流企业的终极目标，其价值主要体现在通过整合自身或外部的物流资源，为客户提供基于全球贸易供应链的全环节物流服务。

**5.2 全球快递市场**

除了综合物流商以外，其他概念上的物流偏B端客户，搞电商有关的物流，仓配和快递更接近C端。快递业作为第三产业服务业，依赖于整个经济的发展和提升而增加服务产值，行业水平与社会发展的程度呈正相关。

邮政一度是被边缘化的夕阳产业，通信电子化一定程度上是其衰落最大的助推，追溯历史，传统邮政本质上是以信息传递为主的政府专营组织，与押运货物镖局，以及快递这种现代服务业均不同。而电子商务又为其提供了二次重回，在保有原全球邮政网络同盟之外，众多有实力的邮政公司都另外建立了商业快递企业以方便参与跨国市场竞争。

国内快递国际化拓展的着眼点和落脚点：一是距离上由近及远进行拓展；二是跟随国内原有主要商业类客户的国际快递需求进行扩张；三是密切把握新机遇和新趋势。

**5.3 趋势和启示**

电商是快递行业的基石，两者是一对紧密联系的共同体。是未来行业走势的关键变量，如果没有电子商务的兴起，快递行业或是一个十分平淡的行业，需求不会突然爆发，行业规模不会井喷。电子商务让中国快递走出一条独特的经营模式，成为全世界最高效的配送网络。去中介化和信息的透明，让电商竞争更为全面，对信息流量和平台“寄主”的依赖，已成为中小企业依靠的生态，电商平台已如同超级ERP粘附庞大供应链，物流也不例外。于此同时，利害相生，竞争驱使商家提供更多商品 SKU 以试图从长尾效应中获取利润，并为出售低价低利商品而不断努力降低物流成本和改善配送体验，新零售更加凸显全渠道化的选择，新物流服务、新技术应用，仍将紧紧国绕上下游需求展开。