# 疫後突圍

## 善用資訊科技建構跨境電商物流整合服務

獅威物流

蔡惠慈

事業發展經理

# 物流布局重點

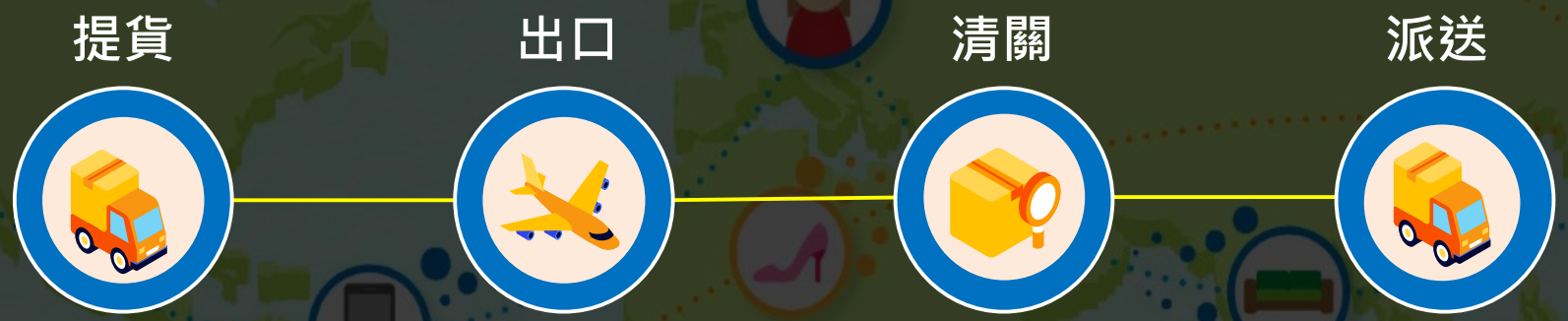
效率化

規格化

資訊化

# 當貨物從A點到B點

# 要面臨多少挑戰?


提貨
出口
清關
派送

物流項目太繁瑣、
難以加總

## 傳統海運 (收費項目多達19+項)

- 海運費: USD 175/CBM
- 併櫃費: NTD 380/CBM
- 提單費: NTD 1100/BL
- AMS費: USD30 /BL
- 出口報關費: NTD 1600/SHPT
- 提貨費: 1900+ / 趟 (at cost)
- 進口報關費: USD 95/SHPT
- 借牌費: USD 150/BL
- ISF: USD 45/BL
- H/C: USD 95 /set
- Facility/window: USD 65/BL
- Messenger: USD 35/set
- Port congestion: USD15/set
- Pier Pass: USD 6/CBM
- Chassis rental: USD 6/CBM
- Chassis split: USD 6/CBM
- Clean Truck: USD 5/CBM
- Warehouse: USD 450/BL (at cost)
- Delivery: USD 150+/ trip (at cost)

收費項目多到
寫出欄位外了

## 等候報價時間長

12-15小時

7小時

6小時

不知道怎麼安排
運送方式

報價項目減少至5項內

運費降低將近三成

報價時間縮短至半天
(美國線)
時效加快一倍

根據出貨量給予
專業的物流分析
用過都說棒

# 物流服務規格化

# 案例分享

## Before

- 過去只使用國際快遞服務
- 每個月花費2次快遞到FBA倉 約15,000元起
- 整年度快遞費用:約18萬

## After

- 海運一次配送約28,800元起
- 每個月花費1次美國國內快遞費用約4500元，年度約5.4萬
- 倉儲費用每月約3000元，年度3.6萬
- 整年度物流費用:約11.6萬
- 節省了4.7萬/年，約省下35.6%

---

- 一票貨被分到3個不同的FBA倉
- 傳統海運點對點服務，必須安排3次海運LCL服務
- 每票LCL約3萬多起
- 3票加總約11萬起物流費用

---

- 只需海運一次配送約28,800元起
- 再透過海外倉中轉到3個FBA倉
- 美國內陸中轉費用4500~11000不等
- 取最高者為11000*3=33,000
- 3票加總約61,800物流費用
- 節省了44,200元費用，約省下43.2%

備註:以上案例係客戶的物流安排情況，僅供參考。

# 獅威服務核心價值

Scanwell Logistics

## 服務據點分布全世界

- 集團成立40年
- 超過60間分公司
- 上百間合作代理

## 物流模式及服務多元

- 海、空、快遞
- 三角貿易
- 倉儲物流服務
- 跨境電商物流

## 與平台合作經驗豐富

- 成為世界兩大電商平台的物流服務商
- 物流產品線上化

# 跨境電商物流面臨的挑戰

| 痛點 | 影響 |
| --- | --- |
| 跨境運輸費用結構複雜 | ● 無法將跨境物流費用納入成本考量，難以評估跨境電商是否合乎效益。 |
| 跨境物流環節繁雜，是否能提供最適解決方案 | ● 電商品項、屬性多元、配送需求不一，需要更多時間評估、尋找合適的物流服務商。 |
| 無法即時處理大量訂單 | ● 中小型業者資訊化程度有限，作業亦停留在線上接單、線下管理模式，惟跨境電商具有非計畫性物流特性，一旦訂單量大，將影響跨境物流效率。 |
| 包裹跨境運輸過程冗長，貨況資訊分散 | ● 各段貨況資訊掌握在運輸業者手上，電商業者往往需自行與物流服務商追蹤貨況再回覆平台/消費者，無效率且影響物流體驗。 |
| 電商訂單管理與出貨管理作業斷鏈，缺乏整合 | ● 電商平台訂單管理系統與商品出貨作業脫鉤，需花費更多人力與工時管理，更可能因人為因素造成漏單，影響電商形象。 |

# 工研院
# Shipping Tower

空運快遞費用試算

最適物流搜尋服務

跨境電商訂單管理

簡 單
是複雜的極致表現