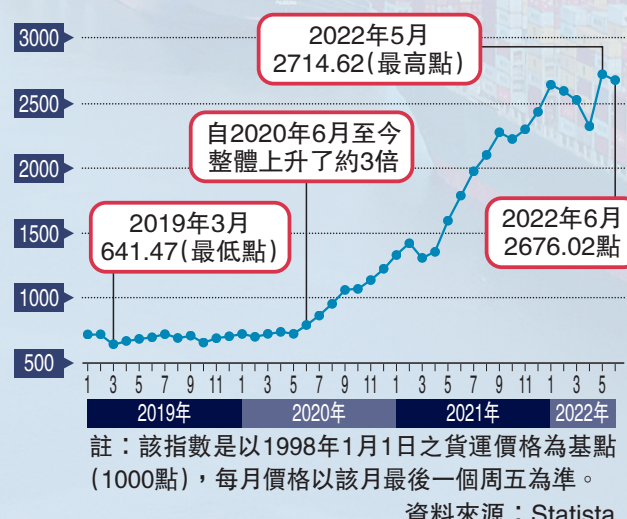


▼一批集裝箱船正在美國洛杉磯長灘港裝卸集裝箱。

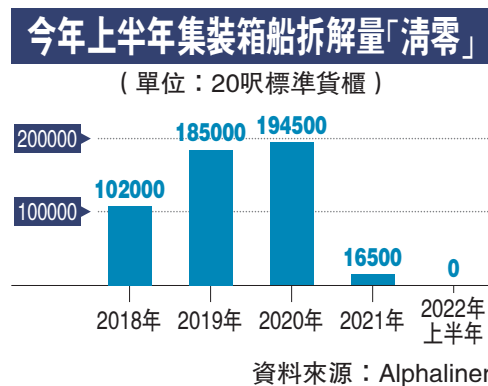
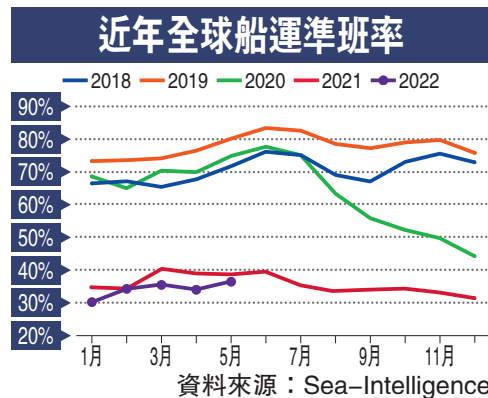
近年中國到美國西岸貨運價格指數



中美船期亂龍 外貿鏈大執位



中遠法國公司的海外倉。



「今年中美船期基本可靠，海運價格相對回落，整個海運形勢向好。但海運價格卻還沒有回到疫情之前，仍然是疫情前的五倍左右。」安德斯特 (Andasent) 是廣州一家主營高端電競桌牌的公司，其負責海外業務的負責人查理告訴大公報記者，海運價格的高位持續給外貿企業帶來了巨大的成本壓力。為破解海運瓶頸，內地跨境電商整合海運、空運及海鐵聯運等全球運力，助力外貿中小企業解決物流「痛點」，外貿鏈重組亦步亦趨。更有青島的外貿企業提前布局海外倉，避過海運費暴漲這一劫，在疫

大公報記者 丁春麗

航運巨變(下)

查理說，以長度為40英尺的集裝箱為例，中國遠洋運輸集團 (Cosco) 到美西航線的海運費價格從疫情前的1500-1800美元，最高時候漲到了14000美元，如今回落到8000美元。中國到歐洲以及英國的航線，也從原來的2000-3000美元最高漲價到22000美元，目前回落到13000-15000美元。

現金流問題雪上加霜

「我們的電競椅體積較大，一個貨櫃只能裝300張椅子，平均下來，高峰期海運費的價格都已經超過了電競椅本身的生產成本。」查理直言，高昂的海運費對傢具外貿企業的衝擊尤為嚴重。因為無法走空運，完全依賴海運，加之2020年和2021年的船期較差，特別是去年美國西海岸港口長期擁堵，一等就是一二十天。查理告訴記者，安德斯特租用了第三方的海外倉，將一部分貨物儲存在當地的海外倉，急缺的貨物再從中國發貨。

船期不定還令外貿中小企業的現金流問題雪上加霜，普遍出現了回款慢、資金周轉難的問題。「漲價不敢漲，只能從生產成本裏消化高位運行的海運費。」濟南一家外貿企業的負責人劉磊 (化名) 如是說。

安德斯特在去年7月還是「跟風」漲了一次價。查理透露，外貿形勢倒逼企業在高端產品研發上下功夫，高價位對應的是高品質。據其介紹，目前公司訂單飽滿，但原料、運輸等變數卻依舊存在，整個外貿產業鏈上下游都發生了連鎖反應。

「作為小賣家，我們根本沒有能力去和船公司談倉位和價格。」劉磊說，現在中國的訂單大增，國際運力寡頭卻把持着海運市場。而中國傳統的外

貿企業多為中小企業，不僅沒有話語權而且越來越「內卷」(指同行間競相付出更多努力以爭奪有限資源，從而導致個體「收益努力比」下降的現象)，尚處於拚價格的惡性競爭狀態。

電商巨擘整合運力 推26000專線

日前在濟南舉行的2022山東跨境電商生態大會上，阿里巴巴國際站總裁張闊表示，面對物流的不確定性，該平台整合了海運、空運以及海鐵聯運等全球運力，幫助中國外貿中小企業解決物流的「痛點」。

「我們推出『千櫃出海』，就是要保證在中美航線、中歐航線出海整櫃在市場上有絕對的競爭力。」張闊稱，為保證物流的確定性，還提出了「甩櫃必賠，晚到必賠」。目前阿里巴巴國際站已經在全球220多個國家和地區，擁有超過26000條運力專線，實現海陸空快、多式聯運，給跨境中小商家提供國別化、本地化、行業化的跨境物流解決方案。

作為中國最大的海外倉企業，總部位於深圳的縱騰集團日前攜手中遠海運國際貨運有限公司 (以下簡稱「中遠海運貨運」)，雙方將「背靠背」開發「端到端」的跨境電商物流業務。

縱騰集團副總裁李聰告訴記者，根據雙方協議，中遠海運貨運利用自身綜合物流服務能力和船東背景的優勢，提供集裝箱海運、港口碼頭操作、海外支線運輸、國際物流通道等服務。縱騰集團則利用旗下子公司毅倉海外倉跨境電商綜合網絡物流資源優勢和服務經驗，提供國內攬收、倉儲集貨、關務查驗、海外清關、倉內分揀、尾程派送、空運等服務。

海運價格緣何居高不下？

大公報整理

1 運力擁堵

疫情初時只有中國在復工復產，海外生產受到影響，中國產品需要大量出口到海外，集裝箱到了海外又因西方國家港口擁堵等因素沒辦法及時返回中國，推高了運價成本。

2 需求大增

新冠肺炎疫情導致消費模式變化，電商訂單激增，預期的封鎖措施導致製成品進口需求的增加，除了造成對運力需求的增加外，也導致了美國、歐洲和亞洲的港口長期擁堵。

3 行業整合

船公司從前因為競爭激烈，相互壓價的情況普遍，但經過多年的淘汰、兼併，行業從價格戰逐漸走向了合作的道路，這也在很大程度上提升了整個行業的利潤空間。

汽車航運：國產巨輪受追捧

獨佔鰲頭

「國際滾裝航線一倉難求！」山東港口煙台港滾裝物流公司副總經理李峰告訴大公報記者，因為訂不到倉位，已經有一些重型車輛選擇了散雜貨船。作為中國第三大外貿整車出口港，截至5月份，煙台港已累計完成外貿商品車吞吐9萬台，超去年同期55.71%。

5月16日，川崎汽船「漢堡快線」輪在煙台港順利裝載1137輛出口車，駛向中東，標誌着「煙台—中東」外貿滾裝航線成功開通，該港外貿商品車航線增至9條。李峰介紹說，國產汽車的整車出口從去年下半年開始明顯增加，滾裝船的倉位需求相應增大。

「出口貨物品類涵蓋轎車、輕卡、

重卡、客車、工程機械、MAFI等40餘個車型，出口品牌130餘個。」從事國際滾裝物流工作十餘年，李峰切身感受着中國製造走出海外的變化，自主品牌越來越多，新能源汽車數量明顯增加。

拿下全球近8成訂單

李峰還告訴記者，目前從事國際滾裝運輸的船企90%都是國外船企，以日韓和歐美船企為主。巨大的滾裝運輸需求也為中國的造船廠帶來國際新訂單，5月31日及6月1日，中集來福士位於煙台龍口的基地接連舉行了6500車位PCC系列首製船和7000車位PCTC系列首製船開工儀式，合計8艘汽車

運輸船正式進入建造階段，船東分別為瑞典海運巨頭瓦倫紐斯航運和全球最大私人船東集團之一佐迪艾克集團。

克拉克森數據顯示，2021年，中國船廠共承接汽車運輸船新船訂單29艘、合共20.3萬車位，佔全球汽車運輸船新船成交量的78.6% (以車位計)，接單規模位居全球首位。



▲一批出口車正在煙台港登上海運船，準備出口海外。



▲扎根於「一帶一路」沿線的浩賽機械連鎖賣場。

電商時代 海外倉兵家必爭

電動工具、汽修汽保、輕型建築……浩賽機械非洲莫桑比克海外倉佔地總面積約3000平方米，除了營銷展示，該倉還提供通關、倉儲、配送等一系列供應鏈綜合服務。

而為了這個「倉庫」，從事外貿行業20多年的李紅先後交了上千萬元的「學費」，才形成了一套成熟的海外倉模型。2021年，浩賽機械成為莫桑比克第一大機械類產品服務商，銷售數據每年翻倍增長。隨著運營模式、商業模式成熟，李紅準備在其他「一帶一路」沿線國家將海外倉模式快速複製和推廣，今年正籌建埃及和智利海外倉。

建「共享海外倉」靈活走位

山東濰坊凱旋國際供應鏈管理有限公司則整合了200多個境海外倉，搭建了一個「共享海外倉」的平台。該公司負責人孫傳旋告訴記者，「共享海外倉」為外貿進出口企業解決了當下需求，這種共享模式不但輕資產、易落地，還大大節省了人力成本。

「估計疫情過後，海外倉的需求和建設應該越來越多。」段沛佑告訴記者，海外倉是伴隨着跨境電商發展起來的外貿新業態，逐漸成為保障外貿產業鏈供應鏈暢通的重要境外支點。段沛佑也建議建立海外倉推銷聯盟和工作聯繫機制，從更高層面去統籌規劃，讓海外倉的建設更加規範、有效，防止出現盲目投資海外倉以及海外倉過剩的現象。

早着先機 魯企銷售逆市爆升

建立優勢

在青島市供應鏈協會秘書長段沛佑看來，疫情、貿易衝突打破了全球貿易平衡，暴露出了中國外貿在全球供應鏈中的短板，特別是海外的物流和倉儲體系。同時，也催生了海外倉的需求。「如果我們在美國有一定數量的分布式倉儲資源或者體系，有自己的物流公司，有完善的末端配送體系，我們的外貿何愁沒有核心競爭

力！」段沛佑說，作為跨境物流痛點的「解藥」，海外倉能成功地避開直發跨境包裹時間長、破損率高、旺季訂倉困難等諸多弊端。

五年前，青島浩賽機械有限公司 (以下簡稱「浩賽機械」) 開始在非洲探索外貿轉型的新賽道，加快海外倉的布局。除了非洲，如今已在中東迪拜、新加坡、波蘭等地建立了海外倉和運營中心。疫情之下，海外倉優勢凸顯，提

前布局的浩賽機械也嘗到了甜頭。浩賽機械創始人、CEO李紅告訴記者，即使近兩年受到海運費暴漲的影響，公司在2020年、2021年依然實現了銷售收入100%的增長，公司還為兩三百家外貿工廠解決了跨境物流難題。

今年年初，商務部對外發布數據顯示，中國企業在海外建立的海外倉數量已經超2000個，總面積超1600萬平方米。