

歐亞兩地疫情放緩 防疫物資出口大減



■受歐洲和亞洲疫情緩解及供應充足影響，目前內地發往歐美包機運費降了六成。圖為深圳機場發往歐洲的防疫物資。

李昌鴻 攝



▶不少歐美人士擔心被疫情傳染，不願意坐公交轉而騎單車，所以單車需求量大特別大。

法新社



◀內地前往歐洲的海運持續增加，在需求下降和供應充足的情況下，航空包機運費自然持續下跌。

資料圖片

空運包機費用大降六成

疫後新形勢

隨著歐洲和亞洲新冠疫情放緩，對內地防疫物資的需求大減。記者從多家物流和貨代公司獲悉，其防疫物資業務佔比從今年3至4月的100%急降至6月上旬的一、兩成。隨着國際航班的恢復，內地前往歐美的包機費用也降低了近六成，僅需400萬元（人民幣，下同）。與此同時，內地出口的自行車大幅上漲，目前單車代理出口業務佔一些公司業務總量的三四成。

■香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

海關總署最近公布的數據顯示，3月1日至5月16日，全國共驗放出口防疫物資價值1,344億元。這些防疫物資包括口罩、防護服、護目鏡等。經過三、四個月的大規模防疫和隔離，亞洲和歐洲新冠疫情有了明顯的好轉，對內地防疫物資的需求大幅減少，目前內地出口歐美的防疫物資價格出現暴跌。

防疫漸見效 口罩價急跌

「最近內地出口口罩跌得厲害，一次性外出口每個價格僅0.5元，大降了50%；N95口罩從以前的約15元跌到現在6元，跌幅60%，並且是價格每天都在跌。」一連達國際供應鏈總經理林書錦接受香港文匯報記者訪問時表示，其公司防疫物資出口在3、4月佔比近100%，現在不到50%。最近，他們公司普通貨物代理出口較2至4月有明顯增長，近2個月每個月環比增長30%至40%，同比則變化不大。他說，由於今年3至5月抓住了防疫物資的風口，公司總體業務同比上漲三四成。

單車需求大 出口量飆升

從事國際空運的港企東捷運通董事長黃鵬也表示，今年3至5月時，公司代理出口的防疫物資業務佔比達到近100%，而普通貨物則幾乎消失殆盡。不過，隨着歐洲、亞洲等地疫情的好轉，加上內地巨大的出口量，最近一個月以來，其防疫物資出口快速下降，目前佔比僅為一成。「單車出口則大幅飆升。」黃鵬說，這主要是受歐美人士擔心疫情傳染，不願意坐公交轉而騎單車，所以單車需求量大特別大，目前僅單車出口就佔公司業務的三分之一，而普通電子、服裝等產品佔三成；另外電商貨佔10%，這些電商貨主要發到亞馬遜在歐洲和亞洲的倉庫。為了在困難環境下生存，東捷運通業務也在多元化，不單只是代理報關、運輸，還要幫海外客戶墊資買貨、包裝、辦理保險和清關，到了目的港還為客戶報稅和派送，其中派送就找當地代理做。「一單業務涵蓋的太多，中間只是賺一點辛苦費。」

海運中歐班列持續增加

黃鵬還透露，防疫嚴重時，前往歐美的100噸包機最高運費曾達到1,200萬元，較平時上漲5倍多，如疫情減輕了，運費較高位大跌六成。現在從深圳到德國法蘭克福定點包價，價格是400萬元，每公斤航空運費約40元，較3、4月最高的120元跌了六成多，並且這價格也在一直變動。航空運費大降的另一個原因，是因為內地前往歐洲的海運在持續增加，中歐班列也大幅增長，在需求下降和供應充足的情況下，航空包機運費自然持續下跌。



■黃鵬稱目前其公司代理出口的防疫物資佔比降到約10%。李昌鴻 攝

林書錦表示，因最近市場跌得厲害，其公司兩周沒有處理防疫物資業務，此前公司航空運輸的防疫物資業務大跌一半。目前公司代理出口的金、傢具、服裝、塑料製品都在不斷地增長，其中出口東南亞比較多，歐洲也有不少。

出口商與貨代糾紛增

香港文匯報訊（記者 李昌鴻 深圳報道）由於國際航空運費在下跌，一些出口商因此要求物流代理商和貨代降低運費，由此而產生的糾紛近日在不斷增加。

不退運費或痛失客戶

東捷運通董事長黃鵬為此感到困擾。他告訴記者，歐亞疫情防

明顯好轉，加上中歐班列和海運在快速增長，航空包機運費因此出現下跌是很正常的。但是，因為公司給客戶預訂艙位需要提前兩周時間，並且需要支付訂金，而兩周後交貨運出時，運費價格可能下降3%至5%，甚至更多。對此，一些出口商便要求他們退還部分運費，有客戶甚至揚言，如

果不獲退的運費話，會中斷以後的合作。他說，在公司層面，如果航空公司或總承包商協商答應退費的話，還可以給客戶退還部分運費，但是如果航空公司不退的話，他們就沒辦法退給客戶。因為他們需要按之前與航空公司或者包機總代理簽約的價格執行，所以無法滿足。

阿里夥汕頭共建「新批發之城」

■阿里巴巴與汕頭市政府全面合作簽約，雙方將攜手共建「新批發之城」。

敖敏輝 攝



香港文匯報訊（記者 敖敏輝 汕頭報道）阿里巴巴與汕頭市政府昨天舉行全面合作簽約儀式，雙方將共建新批發之城，借助阿里旗下內貿批發平台1688，幫助當地玩具、內衣等核心產業帶企業進行數字化轉型，打造汕頭「玩美之城」的城市IP。幫助在疫情中受損的外貿企業轉內銷，是當中重要內容，通過數字化賦能，讓以國際訂單為主、缺乏內銷渠道的企業，通過新的線上批發模式與內地分散的消費市場對接。據悉，汕頭是阿里巴巴「推城出新」計劃的首站，未來一年，1688將建立「新批發城市聯盟」，在全國打造14個新批發之城，實現在線銷售5,000億元（人民幣，下同）。

助製造企業外貿轉內銷

近日廣東省商務廳與阿里巴巴簽署「春雷計劃」戰略合作協議，共同推動廣東中小企業數字化轉型，進一步助力廣東企業拓市場、保訂單、穩產能。雙方將在3年內持續推動廣東外

貿轉內銷，並支持重點產業帶數字營銷。而此次汕頭新批發之城建設，是響應春雷計劃、推動外貿企業轉內銷的重要舉措。汕頭是世界上最大的玩具生產基地，產出量佔全球70%，年產值超過500億元；同時也是全球最大、種類最齊全的針織內衣原產地，每年生產的內衣家居服超過10億件。不過在疫情之下，企業訂單普遍受損，當中外貿企業尤為嚴重。阿里巴巴集團副總裁、中國內貿事業部總經理汪海表示，他走訪很多企業所見，訂單量只有往年兩三成的不在少數，純做外貿的，最好的企業訂單也只有往年的五成水平。在此前，汕頭有1.5萬家企業入駐1688平台，開展了前期的數字化營銷，受衝擊並沒有特別大。

欠缺銷售渠道成最大痛點

「今年疫情以來，我們整體外貿訂單較往年下降了三成，在此次『推城出新』活動中與

1688合作，通過『一拼成名』等營銷活動，拓展了不少新批發商和意向品牌訂單。對於今後的合作，我們會加大參與力度。」汕頭當地知名玩具企業錦興塑膠負責人告訴記者。對於外貿企業轉內銷存在的困難，汪海表示，外貿企業沒有面向國內的一整套銷售渠道，同時，如果去做電商或者零售，他們的線上經營能力、團隊人才儲備等，不是短時間內可以建立起來，這是外貿轉內銷很明顯的痛點。

「新批發」提供數字化營銷

為此，阿里巴巴數字化工廠直供「新批發」應運而生。通過梳理線下傳統經濟數字化轉型布局，1688將幫助中小微企業借助數字化全面提高營銷能力等方式，實現商品數字化、貿易能力數字化、服務能力數字化等。「批發買家可以實現源頭採、不壓貨、周轉快、直播買、售後強、保障好，這是數字化新批發帶來的獨有優勢。」汪海說。汪海表示，汕頭是典型的製造型城市，阿里1688新批發在大數據、渠道協同、撮合交易等六大場景都能提供相關能力和場景，為源頭產業帶數字化提供全流程解決方案。據悉，除了汕頭之外，阿里巴巴在未來一年還計劃在內地另外13個城市開展「新批發之城」建設與合作，幫助重點產業帶實現產地IP化、行業峰會在線化、工廠拓客線上化、採購盛典長線化、基礎設施本地化和外貿工廠品牌化。其中，基礎設施本地化包括直播基地、本地商學院、本地倉等本地物流體系。汕頭市商務局副局長李俊表示，1688線上批發模式，能夠使出口轉內銷企業裏將高品質產品，與內地龐大但又分散的消費市場對接，既減少建設線下實體銷售網點這樣的壓力，也緩解了網點管理經營能力不足的問題。



◀阿里1688將為企業提供數字化轉型方案。

敖敏輝 攝

▶直播帶貨也是新批發之城建設的內容之一。圖為網紅主播帶貨賣汕頭的玩具。

敖敏輝 攝



1688助力外貿轉內銷措施

- | | |
|---------|---|
| 1 免開店經營 | 符合標準的外貿企業可以免開店加入「廠貨通」，享受智能商品託管服務，多通路集單服務。 |
| 2 營銷服務 | 基於外貿企業像內貿市場的商品企劃和渠道價格建議等。 |
| 3 專區扶持 | 設置外貿專區，舉辦本地外貿企業專場。 |
| 4 數字展會 | 推出「找工廠」業務，開展線上展會，幫助外貿企業解決現有庫存。 |

整理：香港文匯報記者 敖敏輝