

疫後新形勢

海運篇

今年以來，新冠肺炎疫情導致全球許多國家封鎖鎖城，令進出口需求大減，許多船東虧損連連，不得不削減全球運力。但隨着疫情好轉、歐美澳洲進口需求增長，形勢出現了新的變化。目前中國出口美國、歐洲和澳洲等地貨物均出現爆倉，其中美國最為嚴重。中國貨物出口美國的海運運費是去年的兩三倍，出口企業卻仍是一船難求，只有出更高價格才可以獲得機會。

圖/文：香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

從事物流和貨代的富達會會長、深圳市海光國際物流有限公司董事長汪海光接受香港文匯報記者採訪時表示，「疫情爆發兩三個月後，中國生產力快速恢復，因全球商品製造能力主要集中在中國，所以出口訂單非常多和出口量特別大，其中出口美國貨物快速增長。許多航運巨頭為了提高利潤紛紛控制艙位減少運力，因此導致前往美國的海運費用出現持續大漲，目前一個40英尺大櫃運費需要4,000美元，甚至達到5,000美元，是去年同期的兩三倍。」許多企業為此十分頭疼，儘管這樣，大量出口商都仍在爭搶艙位。

航運巨頭黃金周紛停航

他稱，隨着「十一」黃金周的臨近，航運巨頭2M聯盟（馬士基和地中海聯盟）公布黃金周停航計劃後，馬士基10月黃金周期間亞洲-北歐AE5和AE55航線停航；另一巨頭THE（由陽明海運、赫伯羅德和ONE航運共同組建）也宣布將在10月份取消更多航次；地中海航運停止了亞洲往返北歐GRIFFIN和ALBATROSS航線；東方海外宣布其跨太平洋市場停航計劃，其中包括太平洋西北1（PNW1）掛靠包括蛇口、香港、鹽田、溫哥華和西雅圖等，將取消於10月17日由蛇口出發的航次。這無疑將令許多中國出口企業雪上加霜，有貨運不出去，爆倉也將更加嚴重。

爆倉嚴重運費瘋狂飆升

同樣，許多物流和貨代公司面臨與海光物流相似的問題和挑戰，主要從事出口美國的海運業務中進國際貨代執行董事唐毅接受記者採訪時表示，因疫情影響和美國發放大量補貼，刺激了民眾購買大量的商品，包括兒童車、按摩椅、戶外用品、兒童車和燒烤爐等銷量都很大，自今年中以來，跨境電商銷售和傳統貿易增量都很大，巨量的需求推動中國出口美國大增，近一個月來美國爆倉嚴重。

他表示，許多船東減倉提價，因此出口貨物的運費幾乎一天一個價，目前從中國到美國西部的洛杉磯港40呎貨櫃運費高達4,200美元，到美國東部紐約港的需要5,200美元，較去年8月分別大漲了2.5倍和1倍多。儘管運費暴漲，仍然一個艙位難求，只有出高價者得，令無數出口企業只有無奈歎息，又不得不咬牙接受日益高漲的運費。

出口澳洲和歐洲也同樣出現爆倉。三聯國際物流總經理龍檢君告訴記者，疫情期間澳洲當地的消費能力提高和生活必需品儲存意識加強；澳幣的升值也提升了採購消費能力。在上述因素影響下，澳洲航線持續爆倉，一個40呎大櫃運費從去年8月的600美元暴漲至目前的3,000美元，漲幅高達四倍，十分驚人，其令許多出口企業叫苦不迭。他稱歐洲同樣也出現爆倉，只是沒有美國和澳洲嚴重。今年6月前往歐洲的海運費用是40呎大櫃運費還不到1,000美元，現在已經漲到2,000美元以上，也翻了一倍多了。

歐美一船難求 海運費用搶高兩倍



中進國際貨代美國員工在轉運中國進口貨物。



中國大量貨物出口美國、澳洲和歐洲出現爆倉，圖為深圳鹽田港貨櫃碼頭。

海運費用暴漲

◆中國到美西和美東的洛杉磯和紐約港，每個貨櫃運費分別高達4,200美元和5,200美元，較去年8月分別漲了2.5倍和1倍多；

◆去年8月中國到澳洲一個貨櫃運費由600美元暴漲至目前的3,000美元，漲幅高達四倍；

◆今年6月中國前往歐洲的海運費用不到1,000美元，現已漲到2,000美元以上，翻一倍多。

整理：香港文匯報記者 李昌鴻

空櫃都成搶手貨 須多加500人幣

受疫情影響，中國出口美國貨物量遠大於進口美國貨物量，這導致許多貨櫃在美國過不來，令企業出口貨櫃出現奇缺。香港付人運協會執行幹事何立基透露，今年中國企業出口美國運費創20年來新高，現在出口美國的貨櫃是一櫃難求，企業必須多加500元（人民幣，下同）費用方有機會獲得。

何立基表示，現在美國訂單不錯，大選前需求強勁，許多出口商等着出貨，而疫情擠壓訂單疊加聖誕來臨。目前中國出口美國比進口美國貨物多，出口量比進口量比例為2：1，因此很多出口到美國的貨櫃回不來，導致現在大量空櫃留在美國，

歐洲、中東和南美也有這樣的情況。船東要求出口企業需額外付費才給貨櫃，價格為500元一個，出口商負擔因此再度加重。因新的貨櫃在中國製造，但近一年來沒有什麼訂單，臨時趕製也來不及。

業界料船東閒置30%運力

據何立基介紹，為了控制艙位拉抬運價，目前船東大概有30%運力閒置。其不僅不啟用閒置運力，而且還在減倉，以前最缺的是去美國班輪，無論是西岸和東岸，地中海航運卻把一些班次取消。現在從香港或內地運往美國東、西海岸的運費漲幅達到去年同期的2.5-3倍，這是20年來最高水平。



何立基

貨代：疫市不敢吸新客做大

經濟繁榮時，生意通常是做得越大越好，客戶越多越好，然而在疫情期間卻出現了不敢做大的無奈現象。中進國際貨代執行董事唐毅接受記者採訪時表示，由於現在爆倉厲害，公司只能婉拒新客戶，老客戶貨物不再增加數量。

唐毅表示，由於美國增加關稅延遲到今年底，零售商沃爾瑪、宜家和COSCO提前安排採購計劃，並加大採購力度，因此中國到美國航線十分繁忙，爆倉現象嚴重。目前美線貨物非常巨大，主要原因包括「自然增長+疫情效應+加稅恐慌」。其美國公司有8個人，實行兩班倒工作，一方面是應對當地疫情不能密集勞動，實行錯峰上班，另一方面是現場操作、辦公室和調度減少接觸。該公司在洛杉磯有5,000平米倉庫和3,000平米擴展倉，現在都已經爆倉了。

主要從事美線拼箱業務的大森林全球物流（深圳）有限公司聯合創始人吳石膽告訴記者，公司在

美國和歐洲各租一個倉庫，有10多個員工。現在到美國拼箱還有不少艙位，45呎貨櫃運費需4,800美元，只要貨主願意給足航運公司的價格，艙位還是有保證，不過這一價位較去年同期至少增長約兩倍。其公司每個月處理600到700個拼箱貨櫃運往美國，大部分是跨境電商業務。以往公司業務每年增長30%，今年預計同比增長40%到50%。他認為目前做跨境電商物流利潤也會比傳統貨代利潤高一些，同樣的出口額，跨境電商的利潤是一般外貿的3到5倍。



唐毅

平保虛銀壹賬通開業 活期存息1厘



平保旗下虛銀平安壹賬通銀行昨日正式開業。圖為馮鈺龍。

香港文匯報訊（記者 莊程敏）中國平安保險（2318）旗下虛擬銀行平安壹賬通銀行（PAOB）昨日正式開業，提供個人及中小企銀行服務，個人客戶只需透過手機應用程式「PAOB」及香港身份證，即可於平安壹賬通銀行開戶，首100萬元活期存款的年利率為1厘，而100萬元或以上則為0.01厘；至於中小企客戶則可享0.5%儲蓄年利率。平安壹賬通銀行行政總裁馮鈺龍在網上發布會

上表示，香港中小企一直在銀行服務上面對挑戰，在疫情前後，中小企的貸款需求都未有改變，反而更為需要更有彈性的銀行服務協助。馮鈺龍表示，中小企貸款息率取決於其風險水平，中小企貸款息率取決於其風險水平，試業期間批出的中小企貸款，平均息率為

單位數，每宗貸款額平均為170萬元。他指出，中小企的貸款需求未有減少，反而需要現金周轉，對於有彈性的銀行服務有需求。該行設有5天放款保證，提早償還貸款毋須罰款。據平安壹賬通銀行網站顯示，中小企貸款產品分有6、12及24個月貸款期，實際年利率劃一為8厘至12厘，最低貸款金額為10萬元。雖然中小企賬戶目前仍然只限貿易通（0536）客戶申請，但馮鈺龍預告，隨

設現金回贈等迎新獎賞

針對此次開業，平安壹賬通銀行還為新個人客戶帶來迎新獎賞。個人客戶只需於優惠期（9月29日至10月31日）內成功開立平安壹賬通銀行的儲蓄賬戶，就可享有288元現金回贈。另外，平安壹賬通銀行與銀聯通寶有限公司（「銀通」）合作，會於稍後向客戶推出無卡提款服務。未來，客戶可以使用平安壹賬通銀行的手機應用程式，在支援無卡提款的銀通自動櫃員機上提取現金。

支付寶強調基金客群與銀行不同

香港文匯報訊（記者 孔雯瓊 上海報道）上周五至周末，因支付寶獨家代銷5隻參與螞蟻集團股票戰略配售的基金，打破此前基金主要在銀行渠道銷售的傳統，惹來支付寶欲與銀行爭奪客戶、資金的爭議。支付寶對此回應稱，兩邊客戶和服務方式不同，其實是互補的關係。

網傳銀行打響「資金保衛戰」

因此次基金的銷售完全繞開了銀行渠道，惹來部分銀行不滿。上周末網絡上流

傳有銀行內部提示「資金保衛戰打響」，從具體內容來看，該銀行稱「5隻基金每隻120億元（人民幣，下同），全市場共計600億元，螞蟻計劃搶奪銀行百萬客戶和千億資金」。另據多家內地媒體報道，招行為對抗支付寶更是提前發行一款基金，且這一產品擬任基金經理周應波，亦是中歐參與螞蟻戰略配售基金的擬任基金經理。還有多個招商銀行理財經理在朋友圈發文，稱「招總行發行周應波的互聯基金，目標直接對準螞蟻，會聯合工建等大行拚搶價值客戶」。

京東到家：月餅銷量急增240%

香港文匯報訊（記者 倪夢環 上海報道）京東到家發布《2020國慶中秋消費趨勢報告》顯示，假期對於消費拉動效應明顯，尤其月餅、大閘蟹等傳統節氣美食迎來全年最佳銷售季。以京東到家平台為例，平台上月餅的銷售額相比去年中秋前夕增長240%；而隨着低線城市線上消費潛力被進一步釋放，平台上多數三四線城市銷售額同比去年增長超500%。

數據顯示，中秋節前夕，蛋黃蓮蓉、雲腿

和流心奶黃餡的月餅最受青睞。有趣的是，消費者在疫情期間自己動手製作美食的習慣也延續到了今年中秋。京東到家平台上，最近一周的麵粉、雞蛋、豆沙、棗泥、五仁等商品銷售均出現較大漲幅。此外，隨着「愛惜糧食，反對浪費」已成為全社會的共識，比起包裝精美的盒裝月餅，價格實惠、口味豐富的簡裝月餅、單個月餅和迷你月餅更受到消費者的歡迎，成為大家「嚐鮮」的首選。