

探路 雙循環

出口中歐復甦



隨着聖誕節即將到來，內地出口形勢進一步反彈，跨境電商更是迎來迅猛增長。不僅海運出現爆倉，空運和陸運同樣出現運費大漲及一櫃難求的現象，尤其是陸運，繁忙程度超乎業界預期，料今年全年中歐班列有望突破12,000列，同比增長逾四成，從深圳到歐洲40呎高櫃班列運費僅12月以來就大漲25%。有深圳企業老闆冒着嚴寒的大雪去阿拉山口和霍爾果斯口岸了解情況，感嘆兩個口岸都塞爆了，有貨也找不到火車運。

圖/文：香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道



▲目前大量的貨物堆積在新疆阿拉山口和霍爾果斯口岸。

▲深圳8月中開通中歐班列後，目前密度在進一步增加，有利大灣區產品出口。

跨境電商出口猛增 陸運都一櫃難求

聖誕來臨，歐美需求暴增，加上新冠疫情惡化導致歐美客戶更傾向網上購物，帶動跨境出口出現爆炸性增長。深圳市電子商務協會執行會長郝建強接受香港文匯報記者專訪時表示，近期歐美從內地進口防疫物資、聖誕禮品、電子產品和日用品等商品數量均大幅狂漲。

今年料萬二列 超業界預期

作為連通中國、中亞和歐洲的中歐班列，對出口起到舉足輕重的作用。深圳市大洋物流首席運營官鍾永軍接受採訪時表示，今年中歐班列開行目標是1萬列，但是這一數字在10月底就已經完成，預計年底達到12,000列，同比增長逾四成，這一數字甚至超出了業界的預期。

鍾永軍介紹，11-12月是出口高峰，有大量亞馬遜歐洲倉貨物通過中歐班列運輸。由於中歐班列到歐洲只需要13-15天，僅為海運一半的時間，而費用僅為空運的四分之一到五分之一，因此具有競爭優勢。僅該公司今年前10個月就運輸了4萬個標準箱，相當於500列班列，業務約增長五成。

缺貨櫃缺艙位 有貨運不出

在此形勢下，仍有不少出口商的貨物運不出去，主要是一方面缺乏貨櫃，另一方面沒有班列艙位。鍾永軍透露，12月以來每個貨櫃運費就漲了1,000美元，漲幅達25%，即使是這樣，仍難以找到裝運貨櫃的車板和貨櫃。市場價格再高，都有客戶爭搶着要，很多出口商寧願花高價錢出貨，然後將高成本轉嫁給客戶。

從事中歐班列業務的哈鐵聯運總經理張平也表示，他4月在長沙成立的湖南雲川跨境供應鏈有限公司吸引了大量大灣區和湖南等地貨物出口，短短半年多時間雲川跨境供應鏈經過了超過100列中歐班列。這些班列大部分是跨境電商貨物、小包拼箱，以及防疫物資、小家電和服裝等。受益中歐班列業務的蓬勃發展，今年其公司收入預計約1.7億元人民幣，較去年增長一兩倍。

貨櫃結冰口岸檢疫時間長

由於貨櫃緊張，張平感嘆現在很難找到貨櫃和車板，儘管想了無數辦法也難以奏效。更嚴重的是，從歐洲進口貨物因車板和貨櫃上結冰，令新冠病毒容易生存，導致新疆霍爾果斯和阿拉山口兩個口岸防疫任務嚴重，影響了出口貨物順暢出行，致使口岸十分擁堵。

由於華南客戶貨物已有半個月積壓在新疆口岸，張平12月中旬與幾位朋友冒着紛飛的大雪和嚴寒的天氣前往霍爾果斯和阿拉山口查看，看到兩個口岸停滿了班列，塞得一塌糊塗。在阿拉山口，無數個一列列長長的班列停在口岸，將口岸全部塞死，近日他時常因為客戶的貨物交不了歐洲消費者手中而頭疼不已。



▲因為華南客戶貨物十多天積壓在新疆口岸，張平特地前來兩大出境口岸了解情況。

中歐班列狂增四成 送聖誕禮物出國

不怕貴最怕遲 空運價漲近倍

對龐大聖誕需求，空運市場同樣出現運力緊張，運費上漲動輒逾倍。中技物流集團資源總裁胡東鋒表示，今年疫情因素導致爆倉現象異常嚴重，其實早在國慶節前，出口到歐美的空運費用漲幅已近一倍，預料接下來一段時間情況仍將持續，要到明年春節才會是淡季。

胡東鋒表示，現在許多出口商是跨境電商，容易轉嫁成本，在電商平台可以迅速調價，因此運費上漲最終由歐美消費者買單。其公司空運到歐洲和美國的商品均與聖誕節有關，包括服裝和電子產品等。他透露，為了應對業務高峰，公司今年新招了100位員工，總數達700多人，公司業務空運佔一半，而國際快遞佔25%。

歐洲包機每公斤逾60元

港商東捷運通集團董事長黃鵬也透露，深圳到歐洲包機空運以往是每公斤30多元（人民幣，下同），現時已漲到超過60元，而且客戶有錢都不能保障一定有艙位，很多貨物排艙從11月底排到12月中。

從事美國空運業務的深圳市鵬展國際物流總經理張勇也表示，平時到美國空運費是20多元一公斤，去年11-12月的高峰期也只有30元，現在費用已升至約60元。其公司代理眾多大灣區跨境電商出口商品，包括小家電、燒烤架、衣服和帽子等，運送到亞馬遜美國倉庫，今年截至目前公司業務增長300%。

此外，總部設在浙江的海派供應鏈董事總經理談孟鴻表示，該公司從事跨境電商出口業務，通過電商銷售個人護理產品，今年業務暴漲了200%，其中跨境電商清關佔總體業務的30%。



▲胡東鋒表示，出口到歐洲的貨物費用上漲近一倍，空運現在是一櫃難求。

▶出口空運市場同樣出現運力緊張，運費上漲動輒逾倍。圖為深圳機場到歐美的貨運情況。



▲除了火車班列大增，中歐卡車業務亦越來越繁忙。



▲深圳一物流公司員工在操作處理商品運輸。



遠運近萬公里 物流貨代樂此不疲

從深圳到歐洲有近萬公里，漫長的跨國貨運業務有不少風險，但仍受大量出口商青睞，近期更吸引了愈來愈多新加入的物流和貨代企業，整體業務呈快速增長態勢。

物流企：每月一百貨櫃輸歐

從事中歐班列的深圳市新細亞物總總經理蘭海兵告訴記者，今年公司班列業務迎來大幅增長，主要是跨境電商產品，為亞馬遜歐洲倉運送聖誕禮品、電子等產品。近幾個月以來，公司每月有100個貨櫃，相當於近2個班列，帶動今年業務增長了兩三成。

據蘭海兵介紹，因看好卡車運貨到歐洲的巨大機遇，他是在今年3月新加入卡車運貨業務，通過租用卡車滿足客戶強勁的需求。大型卡車可以裝貨90立方米，相當於1.5個40呎大櫃，都是電商貨物，包括聖誕

玩具和電子產品等。卡車從深圳出發需4天到達新疆阿拉山口，然後在哈薩克換車和換司機運輸，大約8-9天可以運送至德國。

目前公司每周有6-10班車往返歐洲，全程13至14天，並且可以直達亞馬遜歐洲倉，比中歐班列快，接近空運的10至12天；卡車運輸費用為28元人民幣每公里，雖然較中歐班列貴一倍多，但不到空運的一半，因此吸引了許多急需送貨的出口企業。目前全國4至5家前往歐洲的大型運貨車隊，有的有數十輛大型卡車，有的甚至有上百輛。

記者在深圳龍崗區坂田街道一物流園看到，眾多海運、中歐班列和到歐洲的卡車物流企業雲集，一家卡車公司員工林先生表示，他們將客戶貨物通過卡車運送到阿拉山口和霍爾果斯，由於現在海關限量，好多卡車在排隊。公司每周有八輛卡車運貨，12天可以到歐洲。

深企百萬歐元華沙建貨倉



▲周乾坤表示，他們在波蘭設立大型貨倉，有利拓展班列業務。

從事中歐班列業務的天運集團深圳公司負責人周乾坤告訴記者，其深圳公司2014年成立，在2015年就預計跨境電商擁有很好的發展前景，便大力拓展從快遞到直發歐美電商的客戶，為亞馬遜歐美倉庫代理出口貨物，產品包括小家電、

玩具、服裝等。

每天三個貨櫃發往歐洲

周乾坤看好國家「一帶一路」戰略，今年公司力拓中歐班列。因為波蘭地處中東歐，臨近德國，公司投資約100萬歐元，在波蘭華沙設有4萬平方米的大型海外倉，並在波蘭馬拉清關。該海外倉相當於公司貨物在歐洲集散地。這些貨物來自深圳、東莞和惠州等周邊地區，先在深圳集中，然後貨物派送到亞馬遜歐洲各個倉庫。

他稱，因疫情原因歐美封關，很多人不上班，歐洲各國政府對國民有補貼，由於疫情人們不能到商場購物，亞馬遜等跨境電商銷售業務大漲。公司之前經營從成都至歐洲班列，現在深圳自8月

中旬重新開行了中歐班列後，公司在深圳的每個班列都有發貨，每天三個整櫃，一個月有60個櫃子，相當於約1.5個班列。

業務升今年增聘十餘人

談及聖誕行情時，周乾坤表示，現在到歐洲的貨物聖誕禮品多，包括聖誕樹、聖誕禮品、汽車模型、小玩具、滑雪圈、滑雪墊和3D打印機等。今年以來公司經營的中歐班列增長了60%。為了滿足貨物運送增長的需要，公司今年增聘十多人，並把深圳倉庫從以前1,500平米換至另一個6,000平米，一年租金和人工工資較以前多了500萬元，但業務大增還是有不少盈利。