



中欧铁路货运备受国际物流公司青睐

前景光明 挑战犹存



■ 本报记者 霍玉茜 杨颖

2013年6月以来的铁路货运组织改革,多条中欧铁路货运线开通,使中欧铁路货运通道更加通畅,这让许多国际物流公司开始愈加关注中欧铁路货运。

近日,UPS宣布,将开通中国至欧洲的铁路货运服务,拓展多式联运服务组合,两家合作伙伴分别是郑欧班列和蓉欧班列。而除了UPS,近来,很多知名速递公司也表示了拓展中欧铁路货运的意愿。

不过,分析人士指出,虽然当前不少国际物流公司非常关注中欧铁路货运服务的拓展,但长期以来,中欧铁路通道发展也存在通关手续繁杂、服务意识弱等现实困难,这些问题仍有待各方通过合作的不断推进加以改善。

UPS布局中欧铁路运输

据介绍,UPS最新开通的中国至欧洲铁路货运服务覆盖两大线路:从中国郑州市到德国汉堡市、从中国成都市到波兰罗兹市。“新增的铁路货运服务能够有效补充现有的包裹运输实力,帮助客户有效平衡供应链成本

与运输时效。”UPS亚太地区全球货运代理总裁杰夫·麦克考斯廷说。

事实上,中国至欧洲运输线是全球范围内货运量最大的运输线路之一。随着铁路货运组织的改革、货运服务意识的加强以及多条铁路货运通道的开启,近年来,国内通过阿拉山口口岸发往欧洲的班列日渐增多,部分铁路货运量的增速更是明显提升。据记者了解,目前,国内已经开通从郑州、重庆、武汉、成都等地直达欧洲的路上通道。

中投顾问交通行业研究员蔡建明表示,插手中欧铁路货运对UPS而言将带来重要机遇。当前,随着欧洲债务危机得到缓解,中欧贸易逐渐复苏,如此一来,物流公司势必从中攫取较大利益。UPS率先布局中欧铁路运输,有望占据先发优势,在中欧贸易中获得主动地位。

中欧铁路货运各有优势

据了解,中欧铁路货运与UPS现有的货运与公路运输服务网络相结合之后,运输速度将比海运快50%,运输成本将比空运低70%。而除此以外,UPS还会提供端到端的可视化和货物追踪的服务。

但是,相比于海运,铁路货运的劣势也相对明显。蔡建明表示,铁路货运成本较高,导致目前货运量相对较小,这一情况广泛存在于当前已经开通的中欧班列上。

据悉,虽然现行的中欧铁路直通运输去程时间一般为12天至16天,相较海运可节省10多天的时间,时间成本优势突出,但是,铁路运输相对高昂的货运费用并不能让出口企业买单。据河南货代行业人士透露,河南省内货物一般运费可达每标箱4500美元左右,而要比走海运贵出1000美元左右。因此,目前,还是一些时间比较急的货品,如应季商品才会选择走铁路。

这样一来,尽管中欧铁路运输前景光明,但目前仍存在“吃不饱”的情况。

合作不断推进

面对这个困局,增加财政补贴、扩大货物来源、加强与跨国企业间的合作等成为中欧铁路班列运营的重中之重。

成都市物流办主任陈仲维多次公开表示,在确保市场化运作的前提下,补贴政策长年不变。据悉,成都市商务局在服务业发展引导资金中就列出专项资金,用于外贸企业和物流企业使用“蓉欧快铁”的运费补贴。

而重庆渝新欧铁路则选择了另外一条路。一方面,渝新欧的货物在过境时只须进行一次口岸检查,以提升货物运输效率;另一方面,渝新欧沿途各国铁路公司合资组建了渝新欧物流公司,在一定程度上协调了沿途各国的利益。

此外,对于与跨国物流企业,如UPS、DHL等合作,中欧班列也在不断推进。今年2月,DHL就在中欧国际直达班列上推出了铁路运输温控服务。尽管这条铁路外部沿途的年平均高温超过26摄氏度,年平均低温达到零下17摄氏度甚至更低,但车厢内的温度将全程基本恒定在客户设定的温度内。该服务的推出,将解决长期以来在严寒和酷暑的数月中,药物、电子产品、酒等热敏产品无法通过铁路运输的问题。

而除了技术上的提升,蔡建明也表示,对于多数中欧班列,其运费一般采取“量大从优”策略,由于货运量可观,中欧班列与大企业合作,在运价、货源方面、特殊货品服务甚至与境外公司合作等方面将带来较大影响,不论是中欧班列还是大企业都有望从合作中获益。

据悉,近来,不止是UPS,德国敦豪、中远、中海运等知名速递公司也纷纷向郑新欧班列抛出“橄榄枝”。这无疑将对中欧班列返程货源的增加提供更多可能性。而郑新欧、渝新欧也已公布了定期回程班列计划。郑州国际陆港开发建设有限公司总经理赵文明表示,公司已着手设立德国法兰克福、波兰华沙分公司,未来,郑欧班列的业务开展将全面实现自主化,形成连通境内外、辐射东中西的物流通道枢纽,吸引更多的国际知名速递公司布局中原,实现郑欧班列往返线路的常态化开行。

陆运动态

亚欧航线“大船潮”加速而至 航商涨价计划再承压

亚欧航线“大船潮”正在加速而至。

日前,世界最大集装箱班轮公司马士基航运第5艘3E级“美迪马士基号”首航南沙港。

记者获悉,马士基订购的20艘3E级船舶自2013年交付5艘之后,今年上半年又交付了5艘,目前已有9艘正式投放亚欧航线(AE10航线),最快明年第二季度,20艘3E级大船就会全部交付完毕,随后将全部投放AE10航线。

去年以来,以马士基航运为代表的3E级大船的陆续交付与投放,将航运市场的“大船潮”不断推至高潮。包括中海集运去年也为5艘1.8万TEU新船下了订单。

西南证券最新的航运港口分析报告显示,欧洲航线上,虽然传统旺季逐步临近,需求上升,但由于相当数量的“万箱船”被投放至亚欧航线,船公司6月中旬的涨价计划基本流产。

“大船潮”加速而至,显然给持续低迷的航运市场带来更大运力过剩、以及运价下行压力。船公司如何加速提高资源使用效率,尤其是成本控制,已不仅仅是竞争焦点,更将是一项生存考验。

马士基提供的数据显示,目前,马士基已拥有亚欧航线集运最大的市场份额,运输量占航线货量的20%左右。并且,亚欧航线占马士基航运全球业务总额的四分之一,业务量达数十亿美元。因此,马士基认为将公

司最大的集装箱船投入亚欧航线是合理的。

不过,近年来,海运市场持续低迷,如何保护脆弱的供需平衡,始终是业界讨论最为激烈的话题。在全球经济疲软、运力相对过剩的情况下,推出3E级大船是否过于冒险,也一直为外界争论不休。对此,马士基则多次对外强调称,如果海运业务持续低迷,将采取措施减少运力。去年他曾宣布,3E级船将保持七成装载率,并且,3E级船将逐步替换现有船舶。

事实上,马士基航运自身也在经受整体市场环境对运价方面的影响。公司年报数据显示,2013全年马士基航运平均运价下滑了7.2%;今年第一季度,运价又持续下滑5.1%。

海通证券表示,中国远洋、中海集运主营对于欧美干线倚重度高,目前在手订单清一色为适用于欧美航线的9000TEU船型,占现有运力分别为18.4%和21.4%,经营形式依旧严峻。面临挑战,双方未来会加快拓展新兴航线,参与(中海)或强化(中远)现有联盟体系,另外,两家中国公司也可能从产业链的角度深化合作,发挥协同效益。(王洛)

海运经济

中俄合作开发远东大海港 距离中朝边境仅18公里

俄罗斯远东的扎鲁比诺港最近吸引了很多人的视线。吉林省官方网站“吉林发布”日前发表的名为《吉林省建议在扎鲁比诺港区批准设立跨越式经济开发区》的文章指出,吉林方面提出了俄方在扎鲁比诺港区批准设立“跨越式经济开发区”,吉林省将积极参与开发和建设等5点建议。

扎鲁比诺港位于俄罗斯远东滨海边疆区东南部,在哈桑区扎鲁比诺镇的日本海的特洛伊察湾内,距中国和朝鲜的边境仅18公里,与俄远东最大的城市之一符拉迪沃斯托克隔海湾相望。而与之相近的中国吉林省是中国东北的边疆近海省份,缺少出海口一直被该省经济开发的软肋之一。地理位置良好的扎鲁比诺很早进入吉林省的视野。

据记者了解,在5月召开的上海亚信峰会上,在俄罗斯总统普京与中国国家主席习近平的共同见证下,吉林省与俄罗斯苏玛集团签署合作框架协议,双方将合作建设俄罗斯扎鲁比诺大海港。

不久前,俄罗斯苏玛集团的高级亚洲顾问马克向记者透露,扎鲁比诺大海港项目由苏玛集团下属的Fesko集团在沿海边疆区实施,建成的港口将集粮食、集装箱、普通货物等的运输功能于一体,这个项目目前已经写入《2025年远东及贝加尔地区经济社会发展计划》。扎鲁比诺是天然保护的深水港,施工方便,不需要再建人工防护设施。扎鲁比诺港目前只是一个小巷口,有4个泊位,码头长650米,年吞吐能力120万吨。扎鲁比诺大海港项目预计2018年完工,建成后,港口总面积将达255公顷,码头长度3110米,码头数量19

个,年吞吐量达1亿吨。在交通设施方面,扎鲁比诺港目前有铁路、公路与俄罗斯腹地和中国吉林省浑江市相连。马克还透露,他们已经和黑龙江新友谊农场签约,提供每年1000万吨的粮食过货量。

据记者从中方消息人士处了解,中俄合作开发建设扎鲁比诺大海港,应该是一个正确的选择。从经济角度看,建设一个大的物流港口,必须要有丰富货源和经济腹地作支撑。而吉林,包括周边的黑龙江、内蒙古也都缺乏入海通道,东北地区是货物大进大出的区域,而运距短、成本低的海上运输方式无疑是最节约的。扎鲁比诺大海港建成后,不仅使中国东北的货物进出口大大便捷,而且中国东北与中国南方的货物往来也会更加顺畅。俄方可以在中方境内建立物流中心,设立货源网点,促进双方物流互动进出。目前,吉林省开通的中俄韩、中俄韩日等陆海联运航线,都是经过扎鲁比诺港进行中转,这些航线现在已经成为连接日本海沿岸各国的“黄金航线”,也是中国东北出海的第二条通道。据悉,吉林省还将规划修建通往俄罗斯的高速公路,这会使得扎鲁比诺大海港这条通道变得更加便捷,对于图们江区域合作开发具有重要意义。

不过,该消息人士也指出,目前,俄罗斯的经济形势并不太好,中方合作投资俄罗斯大型基础设施建设也缺乏成功的经验,因此,扎鲁比诺大海港的建设也可能遇到各种各样的问题。(谢戎彬)

热点追踪

开泰银行贸易融资专栏

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK



东盟经济共同体市场的消费趋势

开泰研究中心(泰国开泰银行下属机构)

中国与东盟贸易一直保持着健康发展势头,特别是在2010年中国-东盟自由贸易协定生效后,双方的贸易关系进一步扩大,2013年贸易总值达到4,427亿美元,同比增长10.8%,使东盟跃升为中国第三大贸易伙伴,仅次于欧盟和美国。此外,将于2015年建成的东盟经济共同体也将为中国企业带来更多的投资和贸易机会。不过,中国企业要开拓东盟市场,首先必须研究了解东盟市场消费者的行为特点。



新加坡是多民族、多元文化国家,也是东盟商业和金融中心,吸引了许多外籍人士涌入新加坡工作,因此,新加坡市场上的商品和服务较为多样化。此外,新加坡居民购买力高,因此,畅销商品通常是名牌产品或利基商品。



在马来西亚、印度尼西亚和文莱,满足穆斯林消费者需求的商品仍有较大的增长空间。马来西亚和印尼都趋向注重时尚和现代服装业,表现在印尼计划在2020年将成为新的世界穆斯林时尚中心,其在2013年年中举办第四届穆斯林时装周活动也凸显了穆斯林服装业的增长态势。

此外,清真食品也在印尼大受欢迎。印尼是世界上穆斯林人口最多的国家(约2.09亿人),是规模巨大、前景看好的穆斯林消费市场。在印尼全国2.49亿人口中,购买力较高的中产阶级人数约有7,400万。印尼消费者注重品牌知名度,约60%的

东盟各国人均收入		
	国际货币基金组织发布的2013年各国人均国内生产总值(美元)	世界银行的定义(根据2012年东盟各国人均国民总收入进行界定)
新加坡	54,776	高收入
文莱	39,943	高收入
马来西亚	10,548	中上收入
泰国	5,674	中上收入
印度尼西亚	3,510	中下收入
菲律宾	2,790	中下收入
越南	1,902	中下收入
老挝	1,477	中下收入
柬埔寨	1,016	低收入
缅甸	869	低收入

来源:开泰研究中心

印尼人仍偏向购买具有印尼特色的商品,但不强调必须是印尼品牌,因此,中国企业应采取本土化战略,制定符合印尼文化的品牌定位。



泰国的消费趋势越来越具有城市化特点,偏好更加多样化的优质商品和服务。保健相关商品和服务如运动器材和保健食品正成为消费热点,环保产品如节能汽车也深受欢迎。

在菲律宾消费市场,保健和美容消费正形成热潮,尤其是女性消费者喜欢购买美容美白产品。不过,菲律宾岛屿众多造成运输和分销商品费用较高。



越南拥有近9000万人口,市场规模在东盟排名第三。越南消费者尤其是青年人的

购买力持续上升,因此时表、美容、娱乐产品和智能手机等各类电子设备深受越南消费者欢迎。



缅甸、柬埔寨和老挝的大部分消费者收入水平和购买力仍低于东盟其他国家,廉价、小包装商品可较好地满足该类消费群体。不过,这些国家经济高速增长带动居民收入上升,中产阶级人口逐渐增加,居民消费趋势将转向追求性消费,即消费更多的耐用商品,如家用电器、汽车等,并且偏重品牌,喜欢在餐厅聚餐,或在咖啡馆会友、上网。

开泰银行借助其在泰国的成功经验和实力优势与亚洲地区的银行构建合作伙伴联盟,为有意进入东盟经济共同体的中国企业提供全方位金融服务。同时,开泰银行还由充分了解市场行情且能用汉语和东盟语言沟通的专家团队为中国企业提供商务咨询服务,提供贸易、市场、法规和业务经营流程等各方面信息,通过商务对接为您推荐贸易伙伴。更多详情请垂询泰国开泰银行深圳分行,电话:0755-8229-1298;电邮:kbank_sz@kasikornbank.com,中文网站:www.kasikornbank.com/china。