



2015全球冷链物流峰会 将在大连召开

本报讯 6月4日至5日,2015全球冷链物流峰会暨第七届中美冷链物流会议将在大连召开。本次会议将以“全球贸易一体化——共同行动,把握冷链下一个风口”为主题,共同探讨新形势下冷链物流的发展蓝图。本次会议包括主论坛、平行分论坛、精品展会、商务酒会、参观考察等多种形式,预计将超过700人参会。届时,美国食品(US Foods)、百胜、中远、顺丰优选、太古、麦德龙、星巴克、冰山集团、普洛斯等国内外知名企业将出席并分享精彩内容。此外,会议同期还将发布2014年中国冷链物流百强名单,并举行《中国冷链物流发展报告》(2015版)的首发仪式。

据透露,本次会议由中国物流与采购联合会、美国驻华使馆农业贸易处、大连市人民政府、全球冷链联盟共同主办,中国物联冷链物流专业委员会、中国物流技术协会、大连市港口与口岸局、大连港集团有限公司承办,并得到了中美农业与食品合作项目、德国联邦采购物流协会、澳大利亚国际商会等机构的协办支持。

(武 莲)

亚洲航运费率大幅下滑

据路透社消息,今年以来,集装箱海运价格下降了30%,近期虽有反弹,但仍接近纪录低位。而干散货运费率也接近历史低位。

尽管运费情况也反映出船舶订单、季节性需求波动等行业特有因素,但分析师表示,考虑到绝大多数商品要走海运,仍然可以把海运费率看作是全球贸易的风向标。

受新订单缩水拖累,中国4月制造业活动出现一年来最严重萎缩,而韩国和印尼等国出口也都有所下滑。

“船运费率仍十分疲软,亚洲出口也非常低迷,比出口订单数据所显示的还要疲弱得多。”西太平洋银行的报告称。

西太平洋银行市场策略部门全球主管 Robert Rennie 表示,虽然在美国罢工以及亚洲农历新年假期过后,4月贸易料将略有加速,但总体海运和经济前景比较黯淡。

上海出口集装箱运价指数今年下滑30%,已接近纪录低位,而波罗的海干散货运价指数也是接近历史新低。油轮费率有所提高,但估计也将遭遇阻力。

(晓 雨)

船东重回二手散货船市场

近期,二手船市场上船东寻求潜在投资机会意愿更为积极,尤其是在散货船领域,使得二手船市场活动开始升温。

据船舶经纪 Intermodal 最新报告显示,今年前4个月二手船市场的活动表现,相比较为平静的1月,已开始逐渐回暖,尤其是在二手船散货船的交易情况相比过去很长一段时间已大有起色。

同时,George Iliopoulos 还指出,过去6个月二手船价格出现企稳迹象,市场表现也较为乐观,而最新的二手船交易也显示市场表现出积极现象。由于过去一段时间内散货船资产价格的不断下降对散货船市场造成了一定的负面压力,使得未来市场发展难以确定,但目前市场已开始逐渐恢复。同时,可以注意到的是,在现代化型二手船的待售交易上,买家之间的竞争较为激烈,导致最近的2艘卡姆萨尔型散货船均以较高的价格售出。不过,如果相比去年同期的二手船市场,那么目前的散货船售价显然更具吸引力。

经纪人指出,考虑到目前散运市场上供过于求的压力仍然存在,目前二手船价格仍然受到限制。不过,最近达成的几笔交易已显示,二手船市场基本已触底或即将触底,预计未来二手散货船价格将有所上升。

(王 林)



改变传统物流模式 “互联网+物流”前景可期

■ 本报记者 叶灵燕

众所周知,中国已成为世界第一制造大国和贸易大国,物流作为与之匹配的环节,市场规模亦日益扩大。但零散分布、缺乏集中效应、信息化欠缺、同质服务等低效运作弊端导致中国的物流成本是发达国家的两倍之多。

“当前,中国亟须大型B2B电商物流平台。需要这样的平台‘打造智慧物流,造福人类社会’,需要这样的平台‘服务一带一路,助力大众创业’,需要这样一个‘开放信息平台,孵化新型运力’。”北京邮电大学经济管理学院副教授黄逸珺对《中国贸易报》记者如是说。

5月6日,对于大多数人来说是个很普通的日子,但对于物流行业来说却有着非同寻常的意义。“56”取其谐音“物流”,运力宝(北京)科技有限公司主办的首届“五月六·物流节”在北京举办,“第一物流”运力电商平台也在当天正式上线。

在今年的政府工作报告中,李克强总理首次提出制定“互联网+”的行动计划,鼓励互联网与传统行业融合发展。这对于传统的物流行业来说,是一次新的发展契机。

作为传统物流模式的颠覆者,运力宝CEO韩军认为,行业中传统思维、传统作业模式无处不在,根深蒂固,他们采用的是温和改良策略,通过迎合、渗透、打破、重建四个步骤使之更加高效。

传统物流弊端

据有关统计,目前,中国有3300多万辆卡车,7000多万中小企业主,物流市场规模预计在10万亿元左右。但是由于缺乏良好的管理能力和技术,导致传统物流行业存在很多问题。

一是信息严重不对称。行业内的相对

封闭以及信息技术的落后导致货主、车主之间信息不畅,即便有大量配货站、物流信息部的存在,仍然无法解决信息不对称问题。比如说,大量进京车辆聚集在北京南城停车场或物流园区,少则两三天、多则七八天才能等到一车货,有的甚至空车返回。

二是无效中间环节太多。对于“网路收费”这一社会现象,人们已习以为常,很多物流行业的从业人员以此作为商业模式。

三是缺乏标准化。中国的物流标准化程度相当低下,以拉砖为例,司机要一块一块地将砖装到车上,到达目的地后再一块一块地卸下来,耗费大量的装车、卸车劳力,这还没考虑砖丢失或损毁。如果是货值较高的货物呢?可想而知。

四是管理水平低下。新技术的匮乏导致这个行业的管理效率很低,比如运单的回单和结算,超过90%以上都需要司机拿着运单,将货物送到目的地,接收人签字后,再拿着回单返回出发地才能进行结算,效率之低下令人惊讶。

随着移动智能终端和无线网络带宽的提升,加上物流行业具备天然的移动特征,中国物流行业的信息化是移动互联网将逐步取代传统互联网。当下,中国物流行业正处于传统互联向移动互联的转型期。

智慧物流

毋庸置疑,“互联网+物流”形成的首要因素在于将改变原始物流的运作模式,全面推行信息化,实现智慧物流。“互联网+”形势下的信息化,不是单纯地建网站、搭平台、开发APP,而更多的是利用移动互联网优势,在管理监控、运营服务管理、金融支付等方面实现信息共享,用互联网思维、信息化技术来改造物流产业,在新的领域创造一种



新的物流生态。

据业内人士介绍,“第一物流”首次提出“运力电商平台”的概念,以“为物流人提供便捷、高效、安全的运力服务”为出发点,利用移动互联网优势,在管理监控、运营作业、金融支付等方面实现信息共享,也就是实现整个物流供应链信息化。用韩军的话说,“第一物流”做App,却不止于做App。

据介绍,自1月18日平台试商用上线以来,“第一物流”运力电商平台使用人数已达到5万多人。

韩军表示,移动互联网技术的成熟让这个行业迎来了一次变革的机遇,他们希望能够抓住这个机遇,成为“风口上的猪”。

据韩军介绍,“第一物流”运力电商平台由发货端和运输端构成,有物流需求的客户可通过Web(互联网)、Wap(移动互联网)、App(移动客户端)、Wechat(微信服务

号)、PC客户端5种方式发货和接单。此外,以信息量覆盖全国、双方交易审核认证、整合回程车资源、百万保额、货物GPS全程定位、免费服务6项基本特色,降低货主运输成本,保障运输安全,构筑货主与车主信息交流渠道,让物流行业作业模式更加高效。他表示,“第一物流”平台解决的是货主与卡车司机的对接问题,下一步还将解决物流运输标准化、产业链全程控制等问题。

黄逸珺认为,做好标准化和信息化,才能实现物流平台及至物流供应链全局效率最高、成本最小、价值最大。她同时指出,出言容易,作为不易。近几年来,在中国起起落落的B2B物流平台不少。像“第一物流”这类平台在发展过程中必然也会遇到各种问题与挑战,应该思考要怎么做才能成为常青树。

“次晨到达”服务正火 定制化服务闯进物流圈



■ 本报记者 静 安

近日,顺丰在环渤海、长三角、珠三角三大经济圈中的7个城市及城市之间——北京、上海、广州、深圳、东莞、苏州、杭州推出“顺丰次晨”服务,并作出时效承诺。

定制化派送及售后

据顺丰内部人士透露,今年6月,顺丰位于杭州的全国航空枢纽以及深圳的华南区域航空枢纽将陆续投放使用。顺丰机队的规模也将进一步扩大,预计今年将新增11架为顺丰服务的全货机,其中不乏波音767这样的中大型货运飞机。

除此以外,快递企业为了确保时效还采用了不少“小动作”。如顺丰对快件收取、分拣到配送这一流程的每个步骤进行分析,对快件细节进行规范,以节约时间提高效能。无论是在快递小哥的背包、中转场的分拣系统、飞机的机舱还是车辆的货仓,快递包裹将会出现在让下一环节员工最方便拿取的位置。

纵观整个国内市场,“三通一达”等快递

公司都曾推出类似“次晨”级的产品,通过优质资源的投入,让快递在时效和准确度方面进一步提升,让快件从“快”向准确的快、定制化的快迈进。

据记者了解,除了定制化派送,快递公司还实行了定制化的售后,比如“顺丰次晨”如若超时派送,则主动抵免运费;对月结客户,新增登门致歉服务,并在当期账单单中抵免此次运费;非月结客户则可获赠以短信形式推送与运费等额的顺丰电子券,可用于抵免下一次寄件的同额运费。另外,价格方面,在促销期间,跨经济圈的“顺丰次晨”,每票还可优惠5元。

次晨到达

据顺丰一位不愿意透露姓名的内部人士告诉记者,目前,顺丰开通的“次晨到达”服务,已经在7个城市之间展开了。由于开通的城市都是交通发达地区,因此,此服务的顺利开展也能得到保证。而在费用方面,广受客户欢迎的“次晨到达”服务,只是在首重上加2元,并非是真的VIP价位。这位内部人士还告诉记者,

如同顺丰之前承诺的,如果所送快件无法在次日10点30分前到达,则一定会为客户免掉所有的邮费。

记者也采访了在北京顺丰工作的快递人员,他们表示,次晨到达对他们来说,并没有太大的难度,主要还是因为北京的交通便利,他们对快件收取、分拣的过程,也都是按照比较科学的流程进行,基本可以达到效率最大化。他们表示,公司为了进一步缩短时效,对快件收取、分拣到配送这一流程的每个步骤进行分析,对快件细节进行规范,以节约时间提高效能。在记者问及顺丰的此项服务是否需要快递员,以更多的投入、更大的压力来应对时,顺丰快递人员表示,应付此类特殊要求的快递,正常情况下,一般都可以顺利完成,并不需要个人更多的时间和精力投入。

对电商的定制服务

据这位内部人士透露,除了有“次晨到达”这样的定制服务,顺丰还给超级电商制定了不少定制服务项目。由于现在越来越

多的高端品牌和大商家开始进驻电商,消费者对递送服务、时效和性价比的要求也越来越明确,而且从长远看,这样的客户会越来越多。目前,顺丰的电商快件递送速度已经比传统快件快,并且有加速的迹象。顺丰内部人士表示,如果深挖各种多样化的需求,开发更多细分市场的产品,相信会有更大的市场空间。

顺丰陆续推出了不少针对电商的快件递送产品,包括“电商速配”、“顺丰小盒”、“商盟惠”、“绿色通道”等。其中最为抢眼的是“顺丰小盒”,如果货物体积在1200立方厘米以内、重量在200克以内,就可以享受“同城8元、跨省12元”的优惠价,递送价格比顺丰的普通快递降低了约30%。

另外,顺丰的内部人士还向记者透露,顺丰还有一项定制服务,就是客户如果在上午10点半前发件,顺丰可以保证在当日晚上10点前到达,这可以算是一项真正的VIP服务了。而费用是每件150元起。已经有快递员向记者表示,自己就投送过这样的快件,由于减少了中间环节,这样的速度其实也并不是很难达到。不少需要发急件的人都会选择此项服务,而且普遍都对这项服务的便利程度表示赞赏。

顺丰创始人、顺丰速运集团总裁王卫表示,以往顺丰提供的都是高度标准化的产品和服务,要想得反应很快,围绕客户的个性化需求是提供更多的定制化服务,就必须改变原有的管理和操作模式。整个供应链程序高度扁平化,可以最大程度地降低成本、提高效率,并且从价格、服务、个性化需求对接方面提升客户体验。

中国快递物流咨询网首席顾问徐勇也表示,目前在国内的快递市场,增量的80%来自网购递送需求,虽然现在的电商递送市场依然是对价格敏感的客户占大部分,但定制服务所聚焦的客户市场潜力也越来越大。