



落实“一带一路”战略 物流从幕后走向台前

中国贸促会:重视现代流通体系建设 助推新陆桥经济走廊做大做强

■ 本报记者 陶海青

“一带一路”被公认为世界上最长、最具有发展潜力的经济大走廊,今年是“一带一路”建设全面实施的重要一年。随着“一带一路”战略的实施,物流正从幕后走向台前。

美国《福布斯》杂志曾刊文称,全球经济一体化需要物流一体化。“一带一路”战略有利于中国构筑全球一体化的物流战略通道,将为中国物流业发展带来新的契机。

中国贸促会会长姜增伟指出,贸易与物流不可分离,随着“一带一路”国家战略的落地实施,物流业迎来了全新的发展机遇。贸促会高度重视现代流通体系建设,以“一带一路”为契机,积极参与国家战略建设。物流企业要充分利用互联网、物联网技术打造商业模式和产业生态,建立现代物流体系,降低国际贸易成本,提升企业的国际竞争力。

业内人士曾算过一笔账:通过提升现代物流与供应链管理,将企业物流费用率降低2个百分点,可新增企业经济效益2万多亿元。可见,建立现代物流体系乃当务之急。

贸促会物流行业分会应运而生

为加快现代物流业的发展,中国政府颁布了诸多利好政策。

2010年发布的《国务院关于加快培育和

发展战略性新兴产业的决定》明确提出,加快发展现代物流业。

2013年,国家主席习近平提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想,物流业随之进入一个新的发展阶段。

2014年,国务院常务会议通过《物流业发展中长期规划》,确定12项重点工程,提出到2020年基本建成现代物流服务体系,提升物流业标准化、信息化、智能化、集约化水平,提高经济整体运行效率和效益。

2015年,国务院再次印发了《关于同意设立中国(杭州)跨境电子商务综合试验区的批复》,跨境电商平台类、跨境电商配套服务类以及重资产类物流公司均将受益。《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》提出,要推进建立统一的全程运输协调机制,促进国际通关、换装、多式联运有机衔接,逐步形成兼容规范的运输规则,实现国际运输便利化,在政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金畅通等方面,给中国物流业的发展带来前所未有的新机遇。

随着中国“互联网+”和“一带一路”建设步伐的加快,沿线地区的跨境电子商务和国际物流行业也呈现出繁荣的发展景象,走出国门,与海外物流企业直接对接合作,成为国内物流企业发展的迫切需求。

业内专家表示,为适应“全球贸易一体化”和“全球物流一体化”对物流服务提出的新要求,需要建立将贸易与物流融为一体的

行业组织。于是,中国国际贸易促进委员会物流行业分会应运而生。

贸促会物流行业分会的成立,将进一步促进贸易与物流的融合,海内外国际物流企业也可通过该组织实现面对面零距离对接合作。分会的成立旨在通过“互联网+”等模式,助推现代物流业发展,为物流企业提供商机。

共建共用连云港出海基地

“一带一路”战略的深入实施,也为中国,哈萨克斯坦两国密切合作交流,拓展合作领域提供了广阔空间。

2014年5月19日,在中哈两国元首的见证下,中哈(连云港)国际物流合作基地项目一期工程建成启用。这是“一带一路”战略构想提出后,中国与沿线国家合作并建成运营的第一个实体项目。

2015年2月25日,连云港至中亚出口班列(连新亚)正式开通,并迅速形成“重箱去重箱回”格局。

在如今的连云港港口,巴西淡水河谷巨型货轮繁忙进出;在铁路转运线上,开往中亚的国际专列东来西往;在中哈物流基地、上合组织国际物流园区,一大批多式联运、物流仓储等服务项目和基础设施正在蓬勃兴建。

数据显示,连云港承担了中亚国家60%以上的大陆桥过境运输业务。去年,连云港物流业产值达到700亿元,成为中国一带一



路沿线地区和中亚国家的重要出海口与国际贸易平台,已被国家“一带一路”战略规划确定为新亚欧大陆桥经济走廊首要节点城市和上海合作组织出海基地。

最近,由中国国际商会主办的第二届中国(连云港)丝绸之路国际物流博览会将在连云港举行,该博览会以“共建共用连云港出海基地、做大做强新陆桥经济走廊”为主题。

值得一提的是,中国贸促会宣布其制定

的《关于积极参与“一带一路”建设的工作方案》,明确本届博览会为今年下半年我国实施“一带一路”战略重大经贸活动之一。

在“一带一路”等国家战略的引领下,连云港港口已经同新加坡港务国际、哈铁快运、中外运等100多家国内外企业建立了战略伙伴关系。凭借良好的地缘优势和新亚欧大陆桥的品牌优势,连云港现代物流业正在快速发展。

快递企业上市需突破原有模式

■ 李晓红

日前,停牌近两个月的艾迪西发布公告称,公司已经与申通快递有限公司股东达成收购申通快递股权的初步合作意向,并签署了发行股份购买资产框架协议。随后,申通快递也在其官网上发文确认此事。对此,业内解读为申通将借助与艾迪西的合作来上市。

尽管申通并没有正面承认借壳上市,但是,申通与艾迪西达成股权合作,无疑将大大推动申通的上市步伐。

在过去的十多年里,申通快递一直是公认的民营快递业的领军者,率先引入加盟模式,占据了业务先机,业务范围也飞速业务量增长。据申通官方介绍,目前申通共有独立网点及分公司1370余家,服务网点及门店10000余家,从业人员近30万人。此后,加盟模式成了快递行业发展采用的最为普遍的组织架构。加盟模式让快递行业得以低成本迅速扩张规模,加速扩张。

然而,申通通向上市之路的最大阻碍也正是其加盟模式带来的“硬伤”。

在快递行业,快递公司通过直营方式

扩展速度慢且对资金要求较高,而加盟方式则在民营快递公司成立初期就可以解决人力、资本的瓶颈,成就快递行业的迅速发展。但问题也很明显,加盟模式直接加大了公司对加盟方的管理难度。比如,今年4月,因加盟费起纷争,申通快递天津北辰区4家加盟店滞压6000件快递。

对此,快递物流资讯网首席顾问徐勇表示,尽管申通快递网点势力比较强,在国内一直保持快递业老大的地位。但是其加盟商势力比较强大,其网点实际上一直控制在加盟商手里。“未来申通快递想继续做强做大实现一体化的话,必须收购这些网点,这就需要资金支持。或许这是申通快递一直寻求上市的重要原因。”徐勇说。

其实,除了申通之外,许多快递企业都在谋划上市,EMS早在两年前就已通过上市审核,圆通也曾提出要在2015年上市的计划。另外,还有中通、百世汇通、宅急送、全峰等快递企业都在谋划上市。

徐勇归纳了快递企业急于上市的三个原因:一是为了规范,上市是为了让运营管理更规范,和国际惯例接轨。二是快递是向着一体化、集约化、自动化、智能化、国际

化发展的,很多快递公司因为历史原因采用的是加盟模式,要整合这一问题就需要大量资金投入。三是快递需要采用综合的交通运输方式,有铁路、公路、海路甚至空运,这都需要大量资金的投入。

目前,中国快递企业经营走的是以价换量模式,利润率低,因此,只能将融资渠道转向估值更高,融资成本更低的A股市场。

值得注意的是,国家层面在不断地推动快递行业的发展,给予快递行业更多的优惠条件,为快递企业的发展创造良好的生存、发展环境。

10月26日,国务院发布《关于促进快递业发展的若干意见》指出,2020年,中国快递产业规模要跃上新台阶,快递年业务量达到500亿件,年业务收入达到8000亿元。鼓励各类资本依法进入快递领域,支持快递企业兼并重组、上市融资,整合中小企业,优化资源配置,实现强强联合、优势互补,加快形成若干家具有国际竞争力的企业集团,鼓励“走出去”参与国际竞争。

与此同时,因为涉及到加盟模式的问题,申通快递未来上市或许也只是总部先上市,不是所有网点与加盟商一起打包上

市,等总部上市融资后才会再去整合下面的加盟商,而要整合这些加盟商需要花费不少时间,所以离真正整体上市成功还有很长的路要走。

在良好的政策环境下,申通的上市步伐加快,无疑也给其他快递企业带来希望,将加速行业上市进程。

目前来看,整个快递行业的竞争逐渐从价格战升级为服务战,快递企业迫切需要资本市场的支持,从而实现快速升级扩张。由此,快递行业的竞争也将更加激烈,行业市场优胜劣汰现象也会更加普及,兼并重组将成为行业重头戏。

业内人士认为,政策的开放,资本杠杆的介入,将加速本土快递企业进入重资本和重技术竞争的新阶段。随着各类资本相继进入,快递企业重资产化和专业化越来越明显。行业集中度将更高,快递企业未来三五年内难免被整合,上市进程也将加码加速。

快递企业上市是未来的趋势,各个企业走向资本市场也只是时间问题。而快递企业上市后亟待解决加盟管理、配送管理、信息化水平提升等问题。

马士基航运将撤单大裁员

由于集装箱航运前景充满挑战,全球最大的集运公司马士基航运将大规模削减支出,包括裁减至少4000名在全球工作的员工,放弃和推迟10多艘新船备选订单。马士基航运表示,将降低其网络容量,并推迟投资新产能,同时通过简化组织有效降低运营成本。

由于集装箱航运市场日益恶化,马士基航运全年业绩预期下调6亿美元。在接下来的两年中,马士基航运公司预计其2016年全年销量下降,行政管理和运营成本将降低2.5亿美元。

据悉,马士基航运试图进行改革,以达到组织更精简、更简单,并以数字化方式提升工作效率和客户体验。为此,马士基航运在全球工作的23000名员工中,在2017年之前至少有4000名员工失业。

马士基首席执行官索仁表示:“我们今天的员工比去年同期有所减少,明年和后天将继续减少,我们不会轻易作出这样的决定,但是这是必要的举措。”

2015第五届中国电子商务与物流企业年会即将召开

“2015第五届中国电子商务与物流企业年会暨电子商务物流产业生态圈千人联谊会”将于12月19日在北京举行。在电商物流行业应用深化和生态体系重塑的背景下,如何借助新技术、新模式拓展平台型应用,准确把握市场新机遇;如何打造面向新生态的企业经营模式,敏锐洞察产业新趋势,已成为电商物流领域各界人士的关注焦点。本次年会将围绕“共建‘互联网+’时代背景下的电商物流服务‘生态圈’”主题,下设城市配送服务、电商仓储服务、跨境电商物流服务、本地生活末端服务、智慧物流产业园区服务、电商物流供应链金融服务等6个“生态圈”议题全面展开讨论。年会旨在总结和盘点电商物流行业各生态圈年度发展情况,探讨发展过程中存在的问题,给业界搭建一个研究和交流的平台。

(本报综合报道)



■ 徐文苗

进入2008年以来,经济低迷致使全球航运业的经营环境发生巨大变化,需求量低迷、运力过剩成为持续困扰航运业的难题。面对困境,中国航运业开启了专业化整合的模式。2014年9月,招商局集团有限公司与中国外运长航集团合作设立超大型油船合资公司中国能源运输有限公司。今年5月,中远集团与中海集团下属子公司宣布,合资成立中国矿运有限公司。

航运业规模化发展成为趋势

集运、阿拉伯联合航运和法国达飞海运形成的O3联盟。

“从全球市场可以看出,规模化、大型化是一种趋势。”马泽华说道。他表示,航运企业要想在全球市场上均衡发展,必须要有一定规模,让服务网络覆盖全球。

马泽华指出,实现规模化的途径主要有两种:并购和联盟。而中远前期选择了联盟策略,加入了CKYHE联盟。

据了解,航运业历史上有不少通过规模效应加强企业抗风险能力,提高盈利水平的例子。譬如行业龙头马士基,从1993年开始,马士基在15年间完成了5次并购,规模效应显著。去年,在航运业普遍亏损的大背景下,马士基航运实现了23.41亿美元盈利。2015年上半年,马士基航运盈利为12亿美元。

今年以来,衡量航运业的市场表现经济指标BDI(波罗的海干散货指数)持续走低。11月3日,BDI跌至680点,自6月中旬以来首次跌破700点。

马泽华认为,目前航运业正处在困难时期。“现在的困难主要来自两个方面,一是经济低迷,需求不旺,二是严重过剩,供需失衡。”马泽华介绍,从2003年到2008年,中国航运业经历了百年不遇的“异常繁荣期”,这一周期刺激了航运运力的迅猛增长,最终造

成运力过剩。

有数据显示,2007年的造船市场造了17000万吨船,相当于4年的订单。而2008年,造船量也达到了11000万吨。

马泽华表示由于目前造船价格较低,吸引一部分公司在低价格背景下造船,金融租赁公司进入航运领域也进一步加剧了运力扩张。

马泽华坦言,面对行业困境,中远正在积极寻找转型道路,通过“调结构、转方式”来强化中远在市场上的竞争力。

他指出,中远目前正在调整船队结构,进行“瘦身”,将“一些老旧船,高排放、高污染的船都拆解掉,同时不失时机地建造一些大型船舶、环保船舶,来应对下一波的市场需求”。

此外,中远还将寻求更均衡的全球市场,更长期稳定的合作伙伴。据悉,去年9月,中国远洋同世界上最大的铁矿石供应商,巴西淡水河谷签订合作协议,马泽华介绍说,中远与淡水河谷达成的是20年到25年的长期合作(合作期限为20年,期满后可以选择续期5年),能够给中远带来稳定的收入和预期的回报。

