



综 合 物 流

今年前两个月
造船业完工量同比下降

今年1月至2月,中国造船业的造船完工量呈现下降趋势。据了解,2月份国内民用钢质船的累计产量达到910.6万总吨,同比下滑13.2%。1月至2月份,全国造船完工569万载重吨,同比下降20.9%。全国规模以上船舶工业企业完成工业总产值1029亿元,同比下降4.9%。其中,船舶制造业702亿元,同比下降10.4%;船舶配套业156亿元,同比增长6.5%;船舶修理业58亿元,同比下降9.7%。

DHL 供应链与柯尼卡美能达
签物流服务合约

日前,DHL供应链公司与柯尼卡美能达公司签署合约。DHL将从今年7月开始,在日本为柯尼卡美能达提供全方位的物流供应链服务。

根据合约,DHL将负责柯尼卡美能达在日本的所有物流服务,包括提供端到端的物流规划、物流设计、以关键绩效指标(KPI)为基础的质量管理、可视化成本管理、工作标准化等精细化服务,以有效管理多变的供应链,满足客户多样化需求。

通过合作,柯尼卡美能达可优化操作,降低成本,重组日本分销网络,提高运输效能,规范工作流程,建立更有效的管理体系。

物流行业排名
新加坡为全球第一

世界银行对全球贸易物流的最新调查显示,新加坡、中国香港和芬兰在全球物流绩效排名中位列三甲,中国大陆排名第26位。

世界银行日前发布的《2012 加强连接,应对竞争:全球经济中的贸易物流》对155个经济体的物流绩效进行了排名。分数最高的10个经济体分别是新加坡、中国香港、芬兰、德国、荷兰、丹麦、比利时、日本、美国和英国。在金砖五国中,南非排名第23位,领先中国大陆(第26位)、巴西(第45位)、印度(第46位)和俄罗斯联邦(第95位)。

一季度中国铁路
货运发送量完成9.9亿吨

自3月份开始,受宏观经济因素影响,全路货运形势出现明显变化,各铁路局请求车、装车总量持续下降。

今年第一季度,全国铁路货运发送量完成99074万吨。其中,全国铁路货物发送量完成98880万吨,行包发送量完成194万吨。货运总周转量完成7291.37亿吨公里,其中,货物周转量完成7244.88亿吨公里,行包周转量完成46.49亿吨公里。从全路来看,乌鲁木齐铁路局和青藏铁路公司货物发送量同比增幅最大,分别为12.5%和11.8%;呼和浩特、南宁、成都、昆明、兰州铁路局也实现了同比增长。

航运业资产负债率
持续上升

航运市场的低迷拖累相关上市公司业绩下滑,一些企业的贷款也难以及时偿付。

近日,长航凤凰公告称,截至2013年4月9日,公司(包括公司控股子公司长江交科)共有逾期的贷款本息合计4.476亿元,占公司最近一期经审计净资产的比例为342.73%,占公司最近一期经审计总资产的比例为5.07%。业绩低迷令航运企业的资金链面临大考。

(本报综合报道)

全球航运业低迷延续 新兴市场蕴藏潜力

■ 本报记者 胡心媛

进入2013年的第二季度,尽管全球航运业持续低迷,但亚非航线业绩却呈现出了逆市上扬的态势。根据航运研究机构Seabury的统计,2010年至2011年,每4只被运往非洲市场的集装箱中就有3只来自亚洲国家,来自亚洲以外集装箱运输市场的份额正逐步下降。而受益于新兴市场航线,一些船公司在航运业低迷的情况下收获颇丰。据了解,专注于亚洲区集装箱航线的班轮公司海丰国际在过去的数年里积极把握亚洲区内经济发展脉络,集装箱运量持续显著增长,营运表现继续优于同业。作为专注服务于亚洲区内贸易市场的领先航运物流公司,海丰国际的发展充分受惠于中国及其他亚洲国家的经济贸易增长。专家表示,在航运业低迷的情况下,新兴市场航线蕴藏着巨大的潜力。

自由贸易推动航运业发展

航运市场是国际贸易的“晴雨表”,贸易的发展将给航运市场带来繁荣。前不久,在南非落幕的第五届金砖国家峰会,充分表现出了中非贸易快速增长的态势,这将为亚非航运市场的发展提供契机。目前,全球远洋承运人前20名中的绝大部分正加速从其他航线调拨更多的集装箱船投入到亚非航线。

而据博鳌亚洲论坛研究院发布的《亚洲经济一体化进程》2013年度报告称,亚洲经济一体化进程明显加速。区域内的中国与东盟国家从自贸区建立后,贸易额稳步上升。在这两年里,亚洲区域内的74%的工程用品、工业品和商品以及57%的原材料都由本地地区的供应商提供。“贸易编织起了地区内错综复杂的自由交易网络,比如东盟与中国签署自由贸易协定,以及到2015年建成东盟经济共同体和缅甸开放国内市场,都将大大推动地区内贸易以及航运市场的发展。”航运界资深人士齐银良对《中国贸易报》记者表示。

新兴市场为航运业加油

近些年来,非洲市场逐步热闹了起来。特别是各国对能源、矿产、各类稀有资源的激烈的竞争,刺激了非洲港航业的发展。齐银良表示,非洲发展潜力巨大,“虽然一些非洲国家还存在投资风险,但整体环境



日趋稳定,在这种背景下,非洲对于航运市场发展的意义将是不言而喻的。”

从事西非地区和欧洲之间运输的远洋承运人李先生告诉记者,虽然现在的航运生意不太好做,但是不可否认的是,过去一年,西非地区与欧洲之间的集装箱贸易增长率较高,引起了业内人士的高度关注。记者了解到,多年以来,西非地区的主要贸易伙伴是北欧,但现在情况正在发生变化,东欧、地中海地区和亚洲成为西非地区新的贸易伙伴。

此外,非洲有较为丰富的港口资源,而中国与非洲进出口贸易的增长也给非洲港口业带来了发展契机。齐银良表示,非洲港口和码头业的投资潜力巨大,非常值得中国企业关注。“目前,非洲已成为继中东和拉美之后的第三大产油区,未来5年,全球石油产量增幅的25%将来自非洲。因此,投资非洲石油领域回报率非常可观。中国政府也计划增加从非洲的石油进口量,并在非洲投资开采当地油气资源。目前,在尼日利亚、安哥拉和苏丹,中国已经分别投入20亿美元至40亿美元。值得注意的是,中国从非洲获得的石油资源已占全部石油进口的30%,未来,这一数字还将增长,这将

加大对油轮以及油轮码头的需求,非洲的港口业以及油轮运输业将受益。”齐银良说。

航运业应注重长期策略

全球航运业的低迷与新兴市场航线的繁荣发展形成了鲜明的对比。在日前举办的新加坡亚洲海事展上,有国际海运界人士表示,全球海运运力过剩问题不可能很快解决,因为造船厂的产能在过去的10年中迅速提高,一旦运输市场有需求,新增运力就会蜂拥而上,给一些收益较好的航线带来严重的问题。

齐银良认为,航运业的发展应注重长期策略,国际航运业的前景并非始终黯淡,毕竟全球经济仍在增长,新兴市场的经济增长迅速也将带动航运需求。结合目前航运业的现状,控制运力增长,使之与需求匹配是重中之重。此外,一些新的机遇也可能到来。据业内人士透露,美国的能源进口量虽然下降,但石油的出口将会转向更多国家,这意味着多条运输航线将受益,长久来看未必是坏事。

航运经济

马云祭出“天罗地网”重构物流体系

■ 姜 蓉

“广州、天津、上海的地都已经拿下来了,也开始建仓了。”阿里巴巴集团首席战略官曾鸣在日前接受媒体采访时确认,由马云做董事长的智能物流网项目已经有了实质性进展。智能物流网项目,此前一直处于犹抱琵琶半遮面的“不清晰”阶段,而如今已现出了基本的轮廓:淘宝系产生的数据是一张“天网”,而智能物流网落地项目则是所谓的“地网”。用阿里巴巴内部人士的话来说,阿里巴巴的物流战略可谓“天网+地网”的双剑合璧。

阿里巴巴做物流的“野心”,早已不是一天两天了。在物流业务屡败屡战后,此次阿里巴巴的物流战略由马云亲自统领,似乎靠谱了许多。然而,阿里巴巴这次在物流领域的重兵布局,似乎并不只是建些仓库、产业园,搞搞物流地产这么简单。记者发现,虽然马云的系统、生态的思维逻辑在其物流的构想中已显露无遗,但在短时期内还难以看到其真正的效果,马云还有很长的路要走。

头重脚轻 物流瓶颈绕不过

阿里巴巴集团在物流上的摸索一直没有停止过。曾鸣表示,阿里巴巴在2007年9月30日的战略会上就开始探讨其物流战略。“当时我们有很多尝试,到底做到什么份上算是我们在做物流?仓储、干线、配送,我们到底碰哪一块?”曾鸣至今还能准确回忆起当时战略会上探讨的内容。

几年过去了,从阿里巴巴的物流举措中可以看出:阿里巴巴并不想自建物流,也不想干配送的活儿。无论是投资星辰急便,还是当年宣布400亿元的物流计划,以及天猫结盟9大快递公司,阿里巴巴一直试图通过推动合作伙伴和利用社会资源来完善其物流体系,阿里巴巴依旧希望构建一个物流的生态体系。

然而,从整个阿里巴巴电子商务的发展来看,如果只依靠外部力量,显然已经不能满足自身发展的需求。“物流是电子商务的‘下半身’。”天猫总裁张勇这样形容物流。但数年来,相对于电商的倍速发展,阿

里巴巴集团在物流方面依旧没有太大的改观。

终于,马云下决心自己亲自干了!一位物流业界人士分析认为,作出这种决定来自于两方面的压力,一是来自于阿里巴巴自身,淘宝去年的年交易额突破了1万亿元。未来,这个盘子只会越来越大,“上半身”过大,“下半身”需要有足够的支撑力。然而,目前淘宝平台上固有的第三方快递公司虽然发展也很快,但还是不足以支撑住淘宝过于庞大的“上半身”。

二是来自于外部竞争。比如,京东商城已通过自建物流在行业内树立了标准也塑造了品牌,腾讯则通过收购易讯也在各地大规模建立自己的仓配系统,其他包括苏宁易购、1号店,亚马逊等虽然在规模上还无法与淘宝天猫相抗衡,但其物流优势以及由物流优势带来的增速是显而易见的。未来,行业内TOP5的电商们采取的都是平台战略。而阿里巴巴要想保持住竞争优势,物流一定是重中之重。

阿里巴巴本质上是一家互联网公司,在线下落地并不是其擅长的。对此,曾鸣也坦陈了阿里巴巴在物流上遇到的难题:“要想在全国9个核心城市建中央仓储,再搞20几个城市的中转仓,需要跟政府沟通,建设、融资等,而我们对商业地产、物流业本身经验不足。因此,马云说服了一些行业大佬以及一些物流公司加入进来。”

“可以明确的是,阿里巴巴集团不做物流,也就是我们不介入物流运营,但中国需要一个仓储的全国网络。如果这件事我们不牵头做,大概也没人能够牵头去做,所以我们还是下决心牵头去做。”曾鸣表示,牵头就意味着要实打实地投入资金、人力等。

“天网+地网”理想国有多远

马云亲自担当的智能物流网实际上就是一些落地的东西,包括拿地、建仓储、构建与合作伙伴的合作模式等,这在阿里巴巴内部被称为“地网”,而与之相对应的是“天网”,即大数据支撑下的订单、物流数据以及在此数据基础上形成的产品。

对于“天网”与“地网”的关系,天猫总裁张勇用两

句话来概括:“系统深度整合,业务独立发展。”也就是说,系统用来采集数据,而“地网”建设的依据就是“天网”产生的数据。张勇举了一个例子:比如对于仓储网点的建设,在中国如果想找6个至8个点建区域性的物流园区或者仓库,是不需要“天网”的,拍拍脑袋都能想到这些网点应该建在哪里,但是要建8个以上的点就需要“天网”的数据了。而仓库的选址,正是根据用户和商家的需求以及产业带的分布以及对未来的预测决定。

未来智能物流网线下仓库的使用者,最大可能是天猫上的商家,但张勇表示,并非天猫的商家一定要进“地网”的仓。言下之意,“地网”的业务是独立的,且会服务于全国的物流需求者,其合作伙伴更是全社会的资源。

在阿里巴巴拆分成25个事业部之后,其中的物流事业部归张勇管理,而这个事业部的业务重点就是对物流数据进行分析并形成产品。比如,商家在选择快递公司时,在一条特定的线路上,全国所有的快递公司,其时效表现、价格水平等,这些产品都可以帮商家作出决策。

在阿里巴巴的预想中,未来运作成熟的阿里巴巴物流体系是一个集数据服务与仓储配送于一体的整体。商家想要用户更快地收到发出的货品,也就是要让货品离用户更近,就要选择将不同的产品放在不同的仓里,在不同的地区则会选择当地更有优势的物流公司。至于哪些货品放在哪个仓里,每个仓放多少,使用哪个物流公司,这些都是由阿里巴巴的数据计算后提供给商户。一旦数据给出了答案,商户只需按图索骥入仓即可。以此类推,国内的物流公司、第三方服务商都可以根据自己的需要,将自己的生意搭建在这个体系之上。看上去,阿里巴巴的物流体系在“天网”与“地网”的搭配下,俨然一个“理想国”。然而,理想并不等于现实,虽然阿里巴巴的系统、生态的思维逻辑在其物流的构想中已显露无遗,但这一宏伟设想要想真正落地,还有很长的路要走。

热点追踪