

中欧班列上海号：坚持“上海精神”在攻坚克难中创新突破

■ 吴文斌 周波



第六届进博会中欧班列——进博号

为落实国家建设现代流通体系决策部署,推进商贸物流高质量发展,加强国际物流保障,发挥桥头堡作用,促进区域产业链供应链对国内大循环、国际国内双循环的保障和支撑,根据上海市政府的发展战略,由东方国际集团领衔组建多元混合运营实体——上海东方丝路多式联运有限公司,国有资本控股控权,并以市场化运营为宗旨,凸显上海国际贸易港功能,完善供应链体系,服务上海及长三角产业链企业为使命。

公司按照市领导的要求,以建设“一类口岸”“一级货站”和打造上海陆(铁)港中心的目标,紧紧围绕集团“十四五”规划发展战略和目标,坚持“政府引导、市场规则、平台运营”的原则,坚定“努力办成高质量运营的中欧班列”的信念,紧紧抓住服务创新和管理创新两条主线,以服务专业、互利共赢、可持续发展为目标,以高质量发展为中心,以改革和创新为动力,探索有效发展路径,分阶段悉心打造上海始发中欧班列运营平台,着力优化运输组织,提高班列运行质量;着力加强资源

整合,降低全程物流成本;着力创新服务模式,增强综合服务能力,将上海始发中欧班列打造成为具有国际竞争力和良好声誉度的世界知名物流品牌,成为“一带一路”建设的重要平台。

习近平总书记在第三届“一带一路”国际合作高峰论坛上宣布:将加快推进中欧班列高质量发展,参与跨里海国际运输走廊建设,办好中欧班列国际合作论坛,会同各方搭建以铁路、公路直达运输为支撑的亚欧大陆物流新通道。

2021年9月28日,由东方国际集团下属上海东方丝路多式联运有限公司运营的“上海号”正式从上海出发,在阿拉山口出境,途经波兰,最终抵达德国汉堡。如今,“上海号”开行已两年多,虽然受到俄乌战争及市场行情影响,运价竞争激烈,但“上海号”仍逆势增长,实现了中欧线、中俄线、中亚线去程和回程的全覆盖,通达欧亚12国90余个城市与站点。同时,“中欧班列——进博号”为欧洲以及共建国家企业参展中国国际进口博览会开辟了一条全新的通道。

“中欧班列——上海号”开行至今,已经成为上海稳定连接欧亚大陆,融入国内国际双循环的重要通道,无论是面对疫情、海运价格回落、俄乌冲突的持续影响。公司打造了一支特别能战斗的业务团队,尤其是以青年员工为主的销售团队和操作团队,奋斗在业务最前线,各司其职全力应对陡然而至的铁运淡季,竭尽全力收货、加班加点赶单,没日没夜查验,最终实现上海号逆势生长,创造了发运量历史新高,打了一场漂亮仗,赢得客户的信赖。内在能力提升,外在形象和服务等都得到各方的肯定。中欧班列(上海号)、“进博号”的接连发车受到人民日报、新华社、央视、CGTN等中央媒体与上海本地媒体,以及几十家主流媒体和网络新媒体予以大量报道。其中,新华社的两条图文报道均突破70万人次阅读量,密集的报道获得客户方与社会各界高度关注。

“上海号”快速发展离不开数字化布局。数字化技术应用正值上海疫情最严重时期。当时,在上海市商务委的牵头下,东方丝路与亿通公司密切合作,在上海国际贸易单一窗口的基础上开发了“中欧班列一站式服务平台”,在2022年4月中旬顺利上线了资讯专窗和作业专窗。数字化技术的应用从3个方面提升了效率。一是原先客户线下递交纸质材料,由公司和报关行分别录入到铁路系统和海关系统进行申报,现在通过“单一窗口”申报,转变为多方协同作业在一张大表,自动生成符合要求的运单和报关单,节约至少50%的人力;二是原先需要与客户来回电话确认数据的准确性,且运单和报关单内相同数据,由于是两家单位操作无法及时做到同步,转变为由系统对录入数据进行格式和业务校验,进一步规范填报要求,同时两类单证内的相同数据可以做到自动填充,相互同步;三是原先客户只能通过电话、邮件等形式分别与东方丝路和报关行确认受理状态,转变为客户可随时查询和跟踪受理状态及结果,方便及时安排后续业务。

上海地处东海之滨、长江门户,是全国海陆空交通枢纽,不仅水路通达、航空发达,在陆路运输上也有独特优势,一直是重要的国际贸易节点城市。“上海号”的开行对进一步提升上海国际贸易中心能级、强化上海全球资源配置能力和开放枢纽门户功能具有重要意义。因此,“上海号”紧跟这座城市的发展速度。

作为货源集聚地、制造基地、消费品牌集聚地、进口产品首要展示地,上海对进出口的需求很大,选取客户的渠道也比其他省市更多,客户对运输的品质要求非常高,而铁路运输正好能够填补这一块的空缺。“上海号”自诞生起就锚定高货值产品,此举主要目的就是为获得稳定的客户。在海运价格高涨的时候,低货值产品会迅速涌向中欧班列,看似货源充足,但一旦海运价格下跌,这部分客户便又会流向航运企业,导致班列货量出现“断崖式”下跌,严重影响班列的稳定开行。

对于中欧班列长远发展不利的因素还有一个就是补贴经济的存在。补贴经济在某种程度上确实能刺激市场的发展,但并不是长久之计,因为市场竞争终究是要回归到市场化的经济环境中,如此才能真正建立起核心竞争力。而“上海号”在没有补贴的背景下正快速成长起来,规模也在不断扩大,这无疑为接下来中欧班列去补贴化运营进行了有益探索。

上海东方丝路多式联运有限公司将持续发挥政企合作、央地合作新动能,稳定开行中老班列。2023年11月,公司与松江区政府、中铁国际多式联运有限公司合作,开行了上海首列中老班列,为中国和东盟实现货物贸易、产业双向联通开辟了新通道。充分发挥海关监管场所新优势,大力发展跨境电商业务。

2023年开行的“中欧班列——进博号”上承运的进口化妆品首次尝试了跨境电商通关模式。为有效发挥监管场所功能,中欧班列(上海)有更多的报关模式来支持“丝路电商”,让更多的产品、商品通过“丝路电商”进入中国展示、销售,给客户极具性价比的物流选择。创新发挥多方合作新模式,积极拓展多式联运、“班列+仓储”、“班列+班列”等业务。

中欧班列“上海号”经过两年多来的运营,产品质量已取得了长足的进步。未来,将与各合作单位进一步深入协作,继续提高服务品质,以优质的服务吸引更多客户选择上海平台。

持续努力提升满意度

“上海号”跑出加速度



中欧班列——上海号

“上海号”开行以来,从开始的一个月一列、一周一列,到现在一个月9列。“上海号”开行的经历:

一是从无到有。中欧班列从上海

海开行尚属首次,时间紧、任务重、影响大,从一无所知、一窍不通、一无所有开始做起,十天内启动并完成公司注册。但是,开弓没有回头

箭,既然接下这个任务,就背水一战,从最坏的地方想,从最好的地方做,相信办法总比困难多。

二是有中求变。在“上海号”正式开行后,如何将其打造成为优势班列?如何让上海及长三角货物汇聚上海?如何让“上海号”的开行匹配上海的商贸流通速度?没有政府补贴的“上海号”如何参与市场化竞争?解决这些问题唯有变通。只有在变通中把公司打造成为具有上海特色的优势平台,积极参与市场化竞争,并以服务制胜才能蹚出一条路子。

三是变中求破。“上海号”的开行开创了在1个月不到的时间成功实现出口班列和进口班列双向运行的纪录,也为欧洲以及共建国家企业赴上海参展进博会开辟一条全新的通道,成为进博会“展品变商品”通路上的又一个高服务品质的选择。

的又一个高服务品质的选择。

四是破中求立。在疫情和俄乌冲突的双重影响下,“上海号”全力以赴保障供应链物流畅通,克服重重困难,用优质、贴心、全方位的服务保障班列的正常运营。“上海号”走“政府主导,市场运营”的路子,没有政府的补贴,公司只能靠自己的创新服务来赢得客户青睐,获得市场份额。但参与市场化竞争,不是做价格战的引领者,也不是做价格战的跟随者。

五是立中求新。以建设“一类口岸”“一级货站”和打造上海陆(铁)港中心的目标,“上海号”着力创新服务模式,增强综合服务能力,将上海始发中欧班列打造成为具有国际竞争力和良好声誉度的世界知名物流品牌,成为“一带一路”建设的重要平台。

做好有温度的服务

中欧班列(上海号)作为集团深化改革、提质增效的重要成果,紧紧围绕服务国家“一带一路”建设,累计发运班列170多趟,获得各级政府相关部门与市场客户的高度肯定。与中国物流序列的中储股份深度合作,使央地双方合作领域持续拓宽,合作层次不断提升。通过一系列高站位、深层次、可持续的务实合作,强化服务共建“一带一路”的多元化国际物流通道辐射能力,推动生产要素在全球范围内高效流通,共同书写合作共赢的发展新篇章。

为推进场站建设的进度,公司员工在国庆期间加班加点,按时完成了“A+B”场站的硬件设施,为“进博号”的顺利抵达保驾护航。虽然目前体量小、计划少,但是开行至今从未落空过计划,月度开行量逐年、逐月递增,在2023年5月中欧班列整体市场发生急剧变化时,中欧班列(上海号)逆势增长达到了单月9列、单日2列的历史新高。

坚持没有条件创造条件,在打硬仗、啃硬骨中创新突破。2023年11月8日,首列“中老班列——G60号”国际货运班列从上海出发。在此次中老班列的任务当中,他们没有因情况特殊而放松要求,因条件

艰苦而降低标准。一方面,销售部门第一时间开始集货,争分夺秒开展业务。另一方面,积极与海关、铁路方面沟通,推进全方位合作关系。11月份,恰逢进博会召开,时间紧任务重,大家不辞辛劳来回奔波,通过多次会议的沟通协调,及时跟进最新的情况,在部门内部做好任务分工,并进行关键节点检查。中老班列面临亏损巨大、货源稀少的市场通病,此次任务时间也非常紧迫,但是全体人员不惧困难,而是把困难当做锤炼队伍的机会,为了克服困难他们瞄准高品质、高附加值的家电货物作为主攻方向,其他平台都是三、五个箱子做零散发运,他们下定决心首列就做30箱以上整列发运。最终,在短短6天内完成39箱洗衣机、空调、冰箱等货物,顺利开出首列中老班列。

今年,“中欧班列——进博号”首次实现铁路电子提单应用,公司联手亿通国际积极组织学习了提单相关知识与操作流程,联合平台客户和建行上海分行洽谈提单试验合作意向。同时场站也注重数字化赋能,引入AI技术、3D虚拟场站管理技术,提高了场站管理的工作效能。坚持问题导向、实践导向,在打

通发展堵点难点中创新突破。场站问题一直是困扰中欧班列(上海号)运营发展的“卡脖子”问题,公司在调研的基础上,多次召开协调会,讨论解决方案。同时,与市政府相关部门、铁路、海关等关联单位,协商“上海号”未来的场站布局,多次深入场地第一线勘察选址,以建设“一类口岸”和打造上海陆(铁)港中心为目标,制定中欧班列(上海号)建设营运方案。在场站建设中,做足“螺丝壳里做道场”的工作,在有限的场地空间里创新性推出“A+B”场站建设方案,有序规划场地形成转关模式与一体化模式分区管理的组合拳,解决了当前卡脖子问题。由于场地是租赁的,他们与各方的斡旋也下足功夫,现场基建队伍则起早贪黑、不怕风吹雨淋,赶在第二列“进博号”之前将场地建好并正式投入使用。

坚持“上海精神”,在持续放大进博溢出效应中创新突破。按照习近平总书记关于进博会要办的一年更比一年好的要求,上海东方丝路积极组织开行“中欧班列——进博号”,从第一年1列、第二年2列到去年开行3列“进博号”,持续放大进博会溢出效应。货源从此前笨重的机械设备、原材料向高端日用品、精

密仪器转型。为服务好第六届进博会,加大“进博号”的宣传效应,中欧班列以“联通欧亚、联动进博”为主题,在10月9日、10月11日和10月29日,组织了3列“进博号”接发车仪式和场站启动仪式。为办好这三场活动,他们组织员工分成搭建组、联络组、宣传组、会务组参与到了从物料设计、舞台搭建到来宾接待再到活动新闻宣传等全流程中。活动中最早出发的一批队员们凌晨5点便踏出了家门,披带一身朝露赶到现场,一到场地便热火朝天地开展起了各项工作,打扫卫生、摆放名牌、加固物料、调试设备……以十二万分的仔细,向全社会展现了“上海号”成果和形象。

2023年,东方丝路团队也荣获了许多奖项。公司荣获《物流时代周刊》杂志社与中国国际物流节组委会颁布的“中国物流业20年”用户满意企业综合物流TOP10、中国物流业“风雨同舟20年最铁合作伙伴”与“中国物流业20年”用户满意企业国际(跨境)物流TOP10荣誉称号,国际物流东方丝路创新开拓青年项目组荣获青年文明称号,荣获共建“一带一路”倡议十周年物流时代影响力企业称号,中国物流与采购联合会科学技术奖。



中欧班列——进博号



深化互联互通 促进合作共赢



行进中的中欧班列

本文图片由上海东方丝路多式联运有限公司提供