

10 快运 Express

核心提示 中铁快运计划分三阶段建立中俄跨境电商贸易平台。第一阶段恢复中俄国际旅客列车行李包裹运输业务;第二阶段随着货量增加,加挂行李车数量;第三阶段计划在北京、哈尔滨地区建设跨境电商物流园区,开行中俄间整列编组的客车化的跨境电商快速货物列车。

中铁快运拟建立中俄跨境电商物流平台

■ 潘月虎

在跨境电商火热大潮下,中国铁路总公司直属物流企业也蓄势而来。近日,中铁快运股份有限公司企业发展部部长谢元勋在由中国交通运输协会快运分会、上海市宝山区人民政府、中铁快运和银联主办的第九届中国快运发展大会上透露,在5月召开的“一带一路”国际合作高峰论坛期间,中铁快运代表铁总与俄铁、俄联邦客运及其物流公司进行了洽谈,达成合作协议,将建立中俄跨境电商物流平台。

“市场需要在飞机和铁路货运班列运行时效之间有新的产品,所以我们希望通过客运化的货运班列,为电商跨境运输提供支持。”谢元勋表示,按照规划,届时将形成一个中俄跨境快速货物运输通道,比飞机慢一点,但比其他货运更快,且通关方便快捷。

铁路物流助力跨境电商

谢元勋指出,中铁快运计划分三阶段建立中俄跨境电商贸易平台。第一阶段恢复K3/4和K19/20(北京-莫斯科)中俄国际旅客列车行李包裹运输业务;第二阶段随着货量增加,加挂行李车数量;第三阶段计划在北京、哈尔滨地区建设跨境电商物流园区,开行中俄间整列编组的客车化的跨境电商快速货物列车。

跨境电商近年来发展迅速。中国电子商务研究中心最新发布的《2016年度中国网络零售市场数据监测报告》显示,2016年中国进口跨境电商交易规模达到12000亿元,同比增长33.3%,预计2017年将达到18543亿元。若以物流成本占货值15%估算,2016年跨境进口电商物流交易额超过1800亿,2017年这一数字估计将超过2700亿元。而据商务部提供的数据显示,2016年中俄双边贸易额达到695亿美元,比2015年增长2.2%。同时“2016年上半年,中俄跨境电商贸易额为12亿美元,呈现增速快、品类丰富、销售多元等方式特点,俄罗斯已经成为中国跨境电商出口的第二大目的国。”

与此同时,中国对俄罗斯商品的需求也在快速增长。据俄联邦海关局数据显示,2016年中国成为俄罗斯食品的主要买家。1月至9月期间,中国在俄采购了超过11.3亿美元的粮食,同比增长22.1%。

放眼包括电商在内的整个跨境商贸,中央财经大学商学院供应链与运营管理系主任耿勇对笔者表示,尽管中国跨境商贸总量即货物进出口总值近两年呈现下降的趋势,但对部分“一带一路”沿线国家出口仍然增长,并且平台化流通趋势明显,催生了对跨境物流的巨大需求。

无论是京东的青流计划还是菜鸟的绿动计划、绿色包装联盟,抑或是圆通的冷链物流环保包材、百世的可降解包装、顺丰的环保箱等,无一不在说明,继快递智能化比拼之后,各方又开启了包装材料绿色化的逐鹿之战。

对标菜鸟绿动计划 京东青流计划欲争快递环保主动权

■ 廖俊梅

6月5日,趁着618大促季,京东发布“青流计划”,携手宝洁、雀巢、惠氏、乐高、金佰利、农夫山泉、联合利华、屈臣氏、伊利九大品牌发起一项绿色供应链行动,初期阶段表现为给618巨量的包裹包装减负,减轻社会环保压力。

千亿包裹的垃圾负担 智能化和环保化成快递业趋势

据了解,2016年,中国的快递包裹量是313亿件,就如马云所说,中国花了10年时间赶超美国物流行业100年的努力,10年前我们的包裹是美国十分之一,今天是美国的两倍。也恰如他预计的那样,快递发展速度仍未见缓,未来每天10亿的均量也并不遥远。

但这给中国带来的不仅仅是快递配送上的压力,还有外包装、胶带等带给社会环境承压能力的挑战。如果说各家在智能化大数据上的比拼是为了抢夺前者带来的巨大机遇和市场,那么在环保包材上的动作更多是应对后者的未雨绸缪,当然包材只能算是一个切入点,一个上手比较快的突破口。

环保抢夺政府和品牌支持。当然这样的举动无疑也是相当明智的,一方面能够获得政府支持和优惠政策。此前,国家邮政局就发布了《推进快递业绿色包装工作实施方案》,提出了2020年绿色包装目标,表现为淘汰有毒有害物质超标的包装物料、快递企业品牌协议客户电子运单使用率达到90%以上;将环保保箱、环保袋和环保胶带推广至中转箱、笼车等;消费者参与包装分类回收



不过,中国快递协会副会长兼秘书长孙康表示,跨境物流领域仍存在一些问题亟待解决的问题。一是业务规模小,目前国际业务量和收入仅占行业国际量收入的10%至11%;二是海关检验检疫通关规则滞后,申报环节不够顺畅,用户查询难;三是交通、铁路、民航等部门衔接不够紧密;四是境外网络建设刚刚起步,网络覆盖能力有待提升,业务发展不平衡;五是相关政策还不适应新的市场需求,缺乏完整性和系统性,贸易管理等环节运营成本高。

“目前在产成品流通和成品消费领域,包括商流、信息流、资金流和物流在内的平台流通模式比较成熟,而产业链上游并没有形成平台化趋势。”耿勇表示,不管上下游流

通,支撑的底层技术都是物流网络服务,铁路作为重要的交通设施,连点成线、交织成网,打造高效运输,也成为“一带一路”沿线国家的共同愿景之一。

耿勇认为,在“一带一路”的跨境物流中,铁路的优势包括中国有跨境高铁线路网,跨境班列,中国铁路总公司内部巨大的商贸和物流需求,铁路信息化,以及依托铁路的物流园区、战略装车点、货场等数量大、分布广。不过他也坦言,铁路服务于“一带一路”的跨境商贸物流发展,需要关注“一带一路”沿线国家有哪些物流需求,铁路跨境多式联运协同及铁路货运班列运营的协同。

中欧班列物流生态建设



使用和绿色物流技术创新和应用,物流耗材标准的统一,促进品牌商、物流企业、包装材料企业以及消费者之间的高效协同,从商品生产打包、入仓到出库、运输、配送等整个链条中提升资源利用率,减少资源浪费。

物流环保市场价值不小

菜鸟的绿动计划策略中放在首位的就是“推动建立‘绿动标准’,推行‘绿动认证’”。而其明确推广的就是菜鸟牵头研发的100%生物降解快递袋。值得注意的一环是:建立环保包材交易平台。去年中国的快递量

近日,顺丰菜鸟大战以和解告终,而另一边铁路物流及中欧班列可能会迎来阿里巴巴的布局。5月15日,中铁总经理陆东福在会见阿里巴巴集团董事局主席马云时表示,希望双方合作范围进一步扩大,包括高铁快运、国际物流、电子支付以及混合所有制改革这四个方面。马云则表示,未来阿里巴巴将研究推进高铁电子商务服务试点,做好“一带一路”中欧班列境外货源组织和市场开拓工作。

据中国铁路总公司披露,中欧班列发展6年来,至今已累计开行4000多列,2017年开行数量突破1000列,安排班列运行线51条,达到日均9列的水平,国内开行城市达到28个,顺畅连接境外11个国家29个城市,货物品类日益丰富,回程班列数量已超去程班列的一半。

但也曾有分析认为,中欧班列信息共享平台不完善,对目前物流企业的发展不利,虽然各班列之间除了竞争也有合作,但是合作过程中资源共享程度并不高。信息无法及时沟通,通过建小联盟或者微信群的沟通方式难以发挥现有班列的运力最大化,尤其是为中小微企业提供拼箱服务。

今年4月,中国、白俄罗斯、德国、哈萨克斯坦、蒙古、波兰、俄罗斯7国铁路部门正式签署《关于深化中欧班列合作协议》,主要内容包括基础设施发展规划衔接,提高班列在各地的旅行速度,实现全程信息追踪,扩大班列服务地域、简化班列货物通关手续、成立中欧班列运输联合工作组及专家工作组等。5月26日,由铁路总公司倡议,由重庆等7个城市共同成立中欧班列运输协调委员会,用于协调解决中欧班列发展中面临的问题,进一步降低物流成本。

成都市口岸与物流办主任陈仲维向记者表示,各个城市在开启中欧班列的时候需要考虑物流生态如何构建,包括物流枢纽节点的建设、通道的完善、口岸通关、物流体系建设等方面。

“任何一个班列不能不讲经济性,不能不讲物流的组织,主线运行保证一定的密度,打造一主多辅、多点直达的跨境互联互通班列系统。”陈仲维举例说,成都开通了和厦门的班列,同时也辐射到了台湾地区,这样将台湾和欧洲地区连接起来,形成了更大的物流体系。

陈仲维表示,目前中欧班列还在培训阶段,但是政府已经认识到重要性,所以各地都在支持班列开启,给予财政补贴,但他认为有条件的城市都可以开,如果不具备条件,可以做探索,但开不长久,在发展一定阶段,一定是优胜劣汰,也许最后只有几个枢纽城市可以把中欧班列发展起来。

山西六市建大型分拨中心 启动“供销物流网”建设

6月5日,山西省供销合作社与上海世康实业股份有限公司、浙江义乌众联投资管理有限公司签署战略合作协议,启动山西供销物流网建设项目。根据协议,山西省将在太原、大同、阳泉、吕梁、临汾和长治6市分别建立一个大型分拨中心。

据介绍,山西供销物流网项目由山西省供销合作社下属企业山西省盐业公司牵头实施,省农资集团、省棉麻公司、农芯乐电商平台等共同参与,与上海世康、浙江义乌众联共同投资建设。合作采取“线上+线下+分拨中心+大数据”的方式,将在太原市尖草坪小商品批发市场建设供销合作社供货旗舰店和体验店,搭建供、采、销一条龙模式的小商品市场供应集群。

此外,该项目将结合山西省11个市、114个县(市、区)地域特点,联合当地供销合作社共同建设或指导当地供销合作社建设县域分拨中心。届时,将形成与6大分拨中心无缝对接、覆盖全省1167个基层供销社的供货物流网络,最终实现“打造一个旗舰店、设立6个分拨中心、建设11个市县级区域直供中心和若干县级直供中心、农村电商物流体系建设广泛辐射全省”的目标。(黄新)

快递巨头企业开始着手 打造“绿色物流”

■ 龙灵

日前,记者从中国快递协会了解获悉,2016年,我国快递包装量增长迅速,其中快递运单207亿单,编织带31亿条,塑料袋82.68亿个,胶带169.85亿米,但由快递包裹产生的包装废弃物达到了百万吨级,回收率却不足10%。

快递企业回收包装的利润微薄,需要投入的人力、物力巨大,成本远高于购买新包装成本,所以回收动力不足。包裹垃圾直接送进垃圾场填埋。同时,回收企业对快递包装的回收意愿也不高,由于快递垃圾价值有限,像胶带等物品难以二次利用。此外,国内消费者普遍缺乏垃圾分类的知识和意识,对于快递包装垃圾大多当生活垃圾处理,这也给回收造成了一定阻碍。

快递公司已针对包装污染问题积极开展头脑风暴,大力推动绿色行动。据顺丰速运相关负责人介绍,顺丰目前研发出了一款可供二次使用的文件封,尽量减少流通的文件封数量,同时还研发出了一款免胶纸的纸箱,在减少胶纸的同时还包括防盗、易撕开等功能;顺丰还在中转场逐步以可重复使用的帆布袋代替普通编织袋,目前每年能节约2900万个编织袋。申通快递已在各网点推广重复使用的编织袋,使用次数可达50次以上。

圆通速递负责人钱卫华向记者介绍,目前圆通正积极在全网倡导树立“绿色圆通”观念,增强全网员工节能减排的意识,并为此制定了一系列具体可行的指标,在全网推广使用电子面单、编织袋循环利用,探索绿色包装,并着手研发冷链物流的环保包装。中通开启了包装回收行动,用户发件时可通过二次利用快递包装抵扣快递费用,根据包装盒大小,会给予用户2元到5元不等的费用减免,推动用户多次使用包装盒。

北京印刷学院青岛研究院副院长朱磊认为,将绿色快递包装落到实处还需从几个方面入手。“一定要落实国务院发布的《印发生产者责任延伸制度推行方案》,积极落实包装生产的回收责任制度,引导快递公司加入循环发展引领行动,推动快递包装的标准化、提高回收利用率。”朱磊表示,开展物流业包装标准化和分类回收利用试点时,尤其要对重点循环使用的包装物品类,如包装箱和集装总包等,推进快递包装标准化。

商务部调查 “丰巢事件”影响

顺丰与菜鸟之间的纠葛虽已暂告一段落,但后续影响并未消减。6月5日,商务部电子商务和信息化司向多省市部门发函,要求组织相关机构调查“丰巢事件”给生鲜农产品带来的影响。

根据商务部指示,要求江苏、浙江、山东、广东、广西等省区商务主管部门,迅速组织相关协会、合作社、生产基地、生产大户等,了解当地时令生鲜农产品,例如樱桃、荔枝、枇杷等,受菜鸟网络与顺丰速运纠纷的影响情况,并从品种、销量、价格、销售额以及农户反映等方面形成分析报告,反馈至电子商务和信息化司。

顺丰与菜鸟之间的“互怼”在短短几日不断升温。6月1日凌晨,菜鸟网络宣布顺丰关闭对菜鸟的数据接入。顺丰则表示菜鸟先动手封杀了顺丰,这是一场“有针对性的封杀行动”,称菜鸟希望顺丰从腾讯云转投阿里云。在6月3日凌晨,国家邮政局出手干预“丰巢事件”,菜鸟与顺丰之间的紧张关系才逐渐缓和。虽然双方在表面上的关系趋于缓和,但数据之争并未结束。

从目前来看,物流在一定程度上影响着产品的质量和价格,顺丰与菜鸟之间的争执对农产品产生了影响。今年5月初,母亲节和“5·20”期间的鲜花价格居高不下,主要受“一带一路”期间,通过快递公司空运的鲜花多数被滞留在机场,因此鲜花价格才会不断上涨且导致鲜花质量严重受损。(王建)