



FOCUS

物流竞争力进阶

2020年9月7日

兰瑞智库
产业竞争监测

知己知彼

百战不殆

存亡之道

不可不察

主办：兰瑞智库经济战略研究中心

<http://www.runwaysys.com>

全国客服热线：4001182162

E-mail: runwaysys@188.com

重点提示

行业要闻：

中国多地启动跨境电商 B2B 出口试点；成都打造西部最大物流枢纽；广州港打造全国最大汽车码头集群；中国首个海铁联运自动化码头开工……

企业动向：

阿里巴巴拟 66 亿溢价增持圆通速递 12% 股份；天猫国际升级海外仓业务，正式发布；京东大件物流推出“天启星”计划；马士基进行新一轮大规模重组……

运作管理：

“供应链实干家”永辉超市秘密……

市场趋势：

8 月份中国物流业景气指数为 52.2%；航空货运量在 7 月份趋于稳定，因为运力下降推高了利用率……

热点论述：

2020 上半年医药物流行业经营分析报告……



目 录

行业要闻.....	3
【商务部：跨境服务贸易负面清单年底前将出台】	3
【民航局：疫情输入风险较高的入境航班客座率不得高于75%】	4
【重庆璧山、北碚、合川交通运输一体化发展协作备忘录签订】	5
【印度政府宣布禁用118款中国App，包括手机淘宝、支付宝等】	5
【中国多地启动跨境电商B2B出口试点】	5
【成都航空邮件处理中心开工，打造西部最大物流枢纽】	6
【海南创新设立国际投资“单一窗口”服务自贸港招商引资】	7
【广州港打造全国最大汽车码头集群】	7
【中欧班列跨境电商B2B出口专列成功开行】	8
【哈铁首次“私人订制”联运列车，助力企业开拓国际市场】	8
【中国首个海铁联运自动化码头开工】	9
【上半年我国铁路投资超额完成任务】	9
企业动向.....	10
【阿里巴巴拟66亿溢价增持圆通速递12%股份】	10
【邮政集团有限公司启动“919电商节”】	11
【顺丰投资100万成立长沙顺丰电子商务有限公司】	12
【天猫国际升级海外仓业务，正式发布】	12
【京东大件物流推出“天启星”计划】	13
【用时8个月，中通快递业务量突破100亿件】	13
【韵达股份：上半年累计完成快递业务量56.29亿票】	13
【广汽集团与中国邮政签署战略合作协议】	14
【中国电信山东分公司与山东港口集团签署战略合作协议】	14
【山东港口烟台港集团莱州港有限公司举行交接暨揭牌仪式】	15
【广州港集团与广州酒家集团签署战略合作协议】	15
【山东港口烟台港集团莱州港有限公司举行交接暨揭牌仪式】	16
【广州港预计8月份货物吞吐量同比增5%】	16
【中创物流1.68亿元竞得中化天津滨海物流100%股权】	16
【丹东港口集团有限公司挂牌运行】	17
【江苏省国际货运班列有限公司成立】	17
【马士基进行新一轮大规模重组】	17
运作管理.....	18
【“供应链实干家”永辉超市秘密】	18
市场趋势.....	23
【8月份中国物流业景气指数为52.2%】	23
【8月份中国公路物流运价指数为98.5点】	24



【8月份中国电商物流指数为109.2点】	26
【8月份中国仓储指数为50.8%】	27
【8月份中国非制造业商务活动指数为55.2%】	28
【8月份制造业PMI为51.0%】	29
【航空货运量在7月份趋于稳定，因为运力下降推高了利用率】	30
【中美航线运价持续上涨的背后】	31
【中国/USEC费率突破4000美元关口】	36
【全球班轮公司运力百强最新排名-2020.9】	36
【国际干散货运输市场月度报告（2020.08）】	37
【中国沿海(散货)运输市场月度报告（2020.08）】	39
【中国公路物流运价周指数报告（2020.9.4）】	40
热点论述.....	42
【2020上半年医药物流行业经营分析报告】	42

行业要闻

【商务部：跨境服务贸易负面清单年底前将出台】

商务部服务贸易和商贸服务业司司长冼国义9月3日在国新办举行的新闻发布会上表示，未来我国将继续扩大服务领域对外开放。跨境服务贸易负面清单是中国推进服务领域制度型开放的一个重要探索，目前商务部正会同有关部门就研究制定这一清单开展相关工作，年底前将出台。

商务部副部长王炳南表示，面对新形势、新任务，2020年中国国际服务贸易交易会以“全球服务互惠共赢”为主题，具有四大特点：一是展会布局进一步优化；二是展会规格进一步提升；三是展会规模进一步扩大；四是成效有望进一步提升。

“从逆差趋势上可以看到，2017年以来，中国服务出口增速持续高于进口增速，去年服务贸易逆差在减少，今年前7个月也有比较大幅度的减少。这种变化是中国服务业竞争力提升的市场结果。”冼国义说。

王炳南表示，中国是全球服务贸易增长的重要贡献者。根据统计，过去15年中国服务出口年均增长9%，高于同期全球服务出口平均增速2.9个百分点。在进口方面，过去15年中国服务进口累计4.5万亿美元，对全球服务进口增长的贡献达到了12.9%，累计拉动全球服务进口增长10.4个百分点。特别是2008年金融危机以来，中国服务进口在刺激全球服务市场需求方面发挥了建设性作用，有力推动了全球服务贸易增长。

受疫情影响，今年前7个月，中国服务贸易总体规模有所下降。“这主要是



受旅行因素影响。”冼国义表示，但我国服务出口明显好于进口，而且近几个月整体服务贸易走势出现企稳态势。

冼国义说，疫情催生了数字贸易的新契机和一些新的服务消费模式，消费升级新动能将得到激发。下一步，商务部将统筹疫情防控和服务贸易发展，在努力稳住传统服务贸易的同时，抓住服务贸易数字化、制造业服务化的发展机遇，深化服务领域对外开放，大力发展数字贸易、高附加的生产性服务外包等新业态新模式，推动我国服务贸易高质量发展。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长冼国义 3 日在国新办举行的新闻发布会上表示，未来我国将继续扩大服务领域对外开放。跨境服务贸易负面清单是中国推进服务领域制度型开放的一个重要探索，目前商务部正会同有关部门就研究制定这一清单开展相关工作，年底前将出台。

商务部副部长王炳南表示，面对新形势、新任务，2020 年中国国际服务贸易交易会以“全球服务互惠共赢”为主题，具有四大特点：一是展会布局进一步优化；二是展会规格进一步提升；三是展会规模进一步扩大；四是成效有望进一步提升。

“从逆差趋势上可以看到，2017 年以来，中国服务出口增速持续高于进口增速，去年服务贸易逆差在减少，今年前 7 个月也有比较大幅度的减少。这种变化是中国服务业竞争力提升的市场结果。”冼国义说。

王炳南表示，中国是全球服务贸易增长的重要贡献者。根据统计，过去 15 年中国服务出口年均增长 9%，高于同期全球服务出口平均增速 2.9 个百分点。在进口方面，过去 15 年中国服务进口累计 4.5 万亿美元，对全球服务进口增长的贡献达到了 12.9%，累计拉动全球服务进口增长 10.4 个百分点。特别是 2008 年金融危机以来，中国服务进口在刺激全球服务市场需求方面发挥了建设性作用，有力推动了全球服务贸易增长。

受疫情影响，今年前 7 个月，中国服务贸易总体规模有所下降。“这主要是受旅行因素影响。”冼国义表示，但我国服务出口明显好于进口，而且近几个月整体服务贸易走势出现企稳态势。

冼国义说，疫情催生了数字贸易的新契机和一些新的服务消费模式，消费升级新动能将得到激发。下一步，商务部将统筹疫情防控和服务贸易发展，在努力稳住传统服务贸易的同时，抓住服务贸易数字化、制造业服务化的发展机遇，深化服务领域对外开放，大力发展数字贸易、高附加的生产性服务外包等新业态新模式，推动我国服务贸易高质量发展。

[Top](#)

【民航局：疫情输入风险较高的入境航班客座率不得高于 75%】

9 月 1 日，据民航局消息，民航局将进一步对输入风险较高的国际客运航班实施严格管理。其中，对三类疫情输入风险较高的国际客运入境航班采取客座率不高于 75%的控制措施。

根据民航局要求，第一类为按照最新版《运输航空公司疫情防控技术指南》国际航班防疫风险分级标准评分归类为高风险的航班；第二类为单个航空公司同一航线同一航班，入境后核酸检测结果为阳性的旅客人数连续 3 周累计达 5 个的航班（单个航班以入境后连续 7 日卫健委公布数据为准）；第三类为因输入病例超标实施“熔断”后恢复运行的航班。对于上述第二类和第三类航线航班，民航局规定其入境后核酸检测结果为阳性的旅客人数连续 3 周为零的，可以取消 75%



的客座率限制,并可依程序申请实施奖励。

截至目前,民航局已实施航班熔断 31 次,取消入境航班 52 个。

[Top](#)

【重庆璧山、北碚、合川交通运输一体化发展协作备忘录签订】

8 月 31 日,璧山、北碚和合川三区交通局在璧山召开三区交通运输服务一体化发展工作对接会。璧山区政府副区长陈荣彬,三区交通局主要负责人、分管负责人,重庆高速公路集团和市交通规划勘察设计院相关负责人参加会议。

会上,三区交通局就璧山七塘至合川草街高速项目、黛山大道北延项目和“十四五”对外通道项目等进行探讨交流,就各自区域产业发展与交通需求作对接,同意尽快分层级梳理三区连接通道建设需求,共同争取“十四五”规划三方对外通道互联互通项目落地。三区交通局表示,要建立长效合作机制,发挥交通引领作用,共同推进成渝地区双城经济圈建设。

最后,三区交通局签署《璧山、北碚、合川交通运输一体化发展协作备忘录》,就璧山七塘至合川草街高速前期工作达成一致,并确定三局联络机制,明确专人负责联络工作。

[Top](#)

【印度政府宣布禁用 118 款中国 App, 包括手机淘宝、支付宝等】

据法新社报道,印度政府宣布禁用 118 款中国 App。而据印度 ANI 新闻网消息,印度电子和信息技术部(MEIT)9 月 2 日发布公告,宣称禁用 118 款“涉嫌参与危害印度主权与(领土)完整、印度国防、国家安全和公共秩序活动”的中国 App。

相关信息显示,新一批被禁用的 App 包括手机淘宝(mobile taobao)、优酷(youku)、支付宝(Alipay)、《绝地求生》手游(PUBG MOBILE LITE)、企业微信(WeChat Work)、微信读书(WeChat reading)、名片识别软件“名片全能王”(CamCard)、百度(Baidu)、照片编辑软件“Cut Cut”、视讯应用“VooV”、新浪新闻(sina news)等。

据印度《金融快报》统计,此前 6 月 29 日,印度政府宣布禁用 59 款中国 App,一个月后再次宣布禁用 47 款中国 App。至此,印度政府已禁用 224 款中国 App。

据了解,或许是因为局势的不明朗,阿里巴巴在印度的一些业务已经处于明显的收缩状态。在 8 月 21 日的财报电话会上,阿里巴巴曾公开表示,将停止公司旗下 UC Web 和其他创新业务在印度的服务,此举不会对集团整体造成影响。此后在 8 月 27 日,有知情人士称,阿里巴巴集团已经暂停了投资印度公司的计划,至少在未来 6 个月内不会对印度公司有新的投资,但计划不包括减持已经投资的企业或退出投资。

[Top](#)

【中国多地启动跨境电商 B2B 出口试点】

中国海关总署日前决定增加上海、重庆、西安、长沙、湛江等 12 个直属海关开展跨境电商 B2B 出口监管试点,9 月 1 日多地试点正式启动。

“跨境电商 B2B 出口”是指中国境内企业通过跨境物流将货物运送至境外企业或海外仓,并通过跨境电商平台完成交易的贸易形式。相比较一般贸易出口模



式，“跨境电商 B2B 出口”模式随附单证要求更为简单，申报手续更为便捷，还能享受优先查验服务。新政充分考虑到中小微企业单票货物价值低的实际情况，规定单票金额在 5000 元人民币以下，不涉证、不涉检、不涉税的货物，可选择以清单模式申报，全程通关无纸化。

上海义达国际物流有限公司当天就通过“单一窗口”向海关申报他们首票“跨境电商 B2B 出口”货物，主要是塑料水杯，出口目的地日本，数据匹配成功之后，在 5 分钟内，他们就收到了海关的放行信息。当天晚上，货物就将搭上前往目的地的航班。上海义达国际物流有限公司负责人王文江称，这比以前在时间上要快了将近 1 至 2 天。

上海海关相关人士表示，今年以来新冠肺炎疫情在全球蔓延，大量传统贸易订单转为线上成交，以前的快件出口模式不能满足电商卖家快速灵活出运的需求，小微电商面临出口困境。跨境电商 B2B 出口政策在上海试点正当其时。

满载着服装鞋帽、生活家居、日用百货等商品的中国首趟中欧班列(渝新欧)跨境电商 B2B 出口专列当日也在重庆团结村车站发车。总计 43 柜跨境电商商品将经阿拉山口出境，发往欧洲国家。

今年 8 月 13 日，重庆海关被正式纳入海关总署跨境电商 B2B 出口监管试点，增设“9710”“9810”两个出口监管代码。该政策的实施进一步提升了中欧班列(渝新欧)跨境电商出口货物的物流配送能力。

湛江市首票跨境电商 B2B 出口货物当日也顺利通关。该批货物为慢炖锅，数量 2560 个，货值 13.85 万元人民币，出口目的地是德国。

一批货值约 19 万元的迷你缝纫机、收纳箱等日用品当日凌晨在西安顺利完成通关监管手续，并将搭乘中欧班列发往哈萨克斯坦，标志着西安海关跨境电商 B2B 出口业务试点工作正式启动。据统计，今年前 7 个月，陕西共实现跨境电商进出口 7492 万元，同比增长 1.3 倍。

今年以来，湖南跨境电商发展也颇为迅猛，前 7 月长沙海关共监管跨境电商零售一般出口 1691.48 万票，同比增长 4.2 倍；货值 15.63 亿元，同比增长 8.8 倍，增幅居中国前列。

湖南首批跨境电商 B2B 出口货物当日也试单成功，4 家试点企业的服装、鞋、日用品、电子配件等商品，在长沙黄花机场海关、星沙海关跨境电商监管作业现场通过 B2B 模式顺利申报通关。这些商品共计 45 吨、货值约 250 余万元人民币，将出口美国、德国、哈萨克斯坦等地。

试点企业长沙斑鹿供应链管理服务有限公司总经理韩冲表示，跨境电商 B2B 试点使出口企业能够直接对话海外消费者和小企业这两大客户群，特别是通过海外仓的前置备货，使商品更快且物流成本更低地送达海外消费者手中，提升了跨境电商零售出口整体运行效率，也更有利于售后保障。

[Top](#)

【成都航空邮件处理中心开工，打造西部最大物流枢纽】

9 月 1 日，定位于中国西部最大的国际快递物流枢纽的中国邮政成都航空邮件处理中心开工建设。中国邮政成都航空邮件处理中心选址于天府国际机场国际货运区，建设用地面积 180 亩，规划总建设规模 89031 平方米。建成后，将配套全新自动化设备和智能化管控体系，大大提升进出口邮件、快件和货物的处理能力，生产处理能力将达到 150-180 万件/日，是目前双流国际机场的 2 倍之多。可承担普通邮件、快递包裹（进口）邮件、特快专递、国际邮件、仓配一体化和



航空及陆运进口邮件等综合邮件处理服务全功能。中国邮政成都航空邮件处理中心纳入天府国际机场总体规划，与天府国际机场“国家级国际航空枢纽”功能定位相匹配，是天府国际机场打造“国家级国际航空枢纽”的重要一环。未来，中国邮政成都航空邮件处理中心将发挥四川门户型综合交通枢纽优势，增强邮政航空物流服务四川开放型经济的能力，畅通国际国内双循环，带动跨境电商发展，助力“川货天下行”。

[Top](#)

【海南创新设立国际投资“单一窗口”服务自贸港招商引资】

海南省商务厅副厅长荣延松9月3日在海南自贸港第八批制度创新案例新闻发布会上介绍，该省创新设立国际投资“单一窗口”服务，大幅提升投资服务效率，自上线运行以来已服务近千家企业。

海南国际投资“单一窗口”2019年4月13日上线试运行，今年8月13日正式上线运行。荣延松称，国际投资“单一窗口”包含咨询服务、企业开办、项目建设、配套服务四大模块，整合招商、市场监管、项目审批等13个部门20个政务系统，提供企业设立登记、变更、注销、社保登记、签证证件办理等179项投资服务的在线办理、咨询，覆盖投资事前、事中、事后全流程。

他介绍，海南国际投资“单一窗口”提供“一账通”便捷服务，实行“一个账户、一次注册、一套密码、一组资料”管理模式，企业只需要注册一个账号即可直通各投资相关部门和机构，查询、办理各项业务，办事流程和手续得到极大的简化。

海南国际投资“单一窗口”通过数据信息共享，避免企业在多个部门办事过程中重复提交材料。通过对多个政务服务系统进行优化整合和流程再造，实现企业开办最多跑一次，全流程缩减企业提交表单材料55%，缩减审批时限和环节近70%，企业开办最快2天即可办结。

荣延松介绍，为方便中外投资者，“单一窗口”提供中英双语服务，并支持PC、移动端APP和微信小程序等多种访问方式。截止到目前，已有977家企业通过国际投资单一窗口办理了1996项投资有关业务。

[Top](#)

【广州港打造全国最大汽车码头集群】

8月31日，广州港南沙国际汽车物流产业园汽车滚装码头工程（下称海嘉码头工程）顺利通过竣工验收，标志着海嘉码头正式迈入运营阶段。海嘉码头投产运营后，广州港在南沙沙仔岛的商品车运输年通过能力将超过180万辆，形成集汽车滚装物流、展销和综合服务为一体的国际汽车物流产业园，进一步将南沙沙仔打造成为服务华南、西南地区的汽车整车出海大通道，为国内国际汽车物流消费“双循环”强劲可持续发展贡献港口力量。

海嘉码头工程是广州港及广州市国际航运枢纽建设的重点项目，是落实市政府重大项目“攻城拔寨、落地生根、开花结果”的重要工作之一。项目建设对于满足广东省特别是珠江三角洲汽车吞吐量快速增长需求，适应汽车滚装船大型化，提高广州港滚装汽车通过能力，充分发挥南沙港区对腹地经济发展的辐射和带动作用具有重要意义。

海嘉码头工程位于南沙沙仔岛，项目建设1个5万GT和1个1万GT汽车滚装泊位（水工结构按靠泊7万GT汽车滚装船设计），岸线总长度459m，码头设



计年通过能力 32 万辆，海嘉码头与南沙汽车码头一体化运作后，南沙港区将形成拥有 5 个滚装汽车专用泊位、1.1 公里码头岸线、61.9 万平方米商品车堆场（其中露天 53.7 万平方米，室内 8.2 万平方米）的滚装码头作业区，商品车年通过能力 180 万辆，能为汽车主机厂、滚装船公司和整车物流公司提供高品质、高效率、低成本的港口装卸、仓储、物流服务。未来随着近洋码头建成投产后，将形成年实际通过能力超 200 万辆的全国最大汽车码头集群。

[Top](#)

【中欧班列跨境电商 B2B 出口专列成功开行】

9 月 1 日，随着一声汽笛长鸣，中欧班列（渝新欧）跨境电商 B2B 出口专列缓缓驶出重庆团结村车站，标志着全国首班中欧班列跨境电商 B2B 出口专列成功开行，为外贸货物出口开辟了新路径。

据介绍，这趟班列满载着来自全国各地的 43 个集装箱跨境电商商品，主要包括服装鞋帽、生活家居、日用百货等，将发往德国、波兰等欧洲国家。

重庆跨境电商产业的集聚效应是专列开行的前提条件。作为跨境电商试点城市、跨境电商综合试验区之一，重庆已汇聚 500 多家跨境电商企业。中欧班列（渝新欧）积极利用这一优势条件，成功开行全国首班跨境电商 B2B 出口专列。

跨境电商 B2B 出口专列的成功开行，也得益于利好政策的密集出台。重庆海关相关负责人说，9 月 1 日起，海关总署增加重庆等 12 个直属海关开展跨境电商 B2B 出口监管试点，跨境电商 B2B 出口企业可享受优先查验、简化申报等便利政策，通关时效大幅提升，通关成本有效降低，进一步提升了中欧班列（渝新欧）跨境电商出口货物的物流配送能力。

另外，《进一步发挥中欧班列作用应对新冠肺炎疫情做好稳外贸稳外资促消费工作的通知》和《关于当前更好服务稳外贸工作的通知》，都明确提出鼓励中欧班列运营企业与跨境电商企业开展商业合作。7 月初，国家发改委宣布，支持重庆在内的 5 个城市开展中欧班列集结中心示范工程建设，并进一步鼓励中欧班列运营企业与跨境电商企业开展合作。

“跨境电商 B2B 出口专列的成功开行，为外贸企业货物出口开辟新路径。外贸企业通过这一路径，将更容易、更有效地进入全球市场，从而成为稳外贸的重要保障。”重庆市口岸物流办相关负责人表示。

[Top](#)

【哈铁首次“私人订制”联运列车，助力企业开拓国际市场】

9 月 1 日，由鸡西站始发，编组 10 车 40 英尺集装箱生产设备的 86716 次货物列车，在哈尔滨南站集结完毕，即将驶往大连港，换乘轮渡远赴马来西亚。这是中国铁路哈尔滨局集团有限公司首次为黑龙江企业定制铁海联运货运列车，助力企业开拓国际市场。

黑龙江省鸡西市一家木业公司计划需要将一批设备发往马来西亚，依托当地丰富的木材资源，开发经营木制品的加工和出口业务，扩大企业海外市场份额。

为确保定制外贸列车顺利开行，负责此次运输服务的鸡西车务段为客户制定装载加固方案、配套价格政策，为企业定制“鸡西-大连港”铁海快线货运服务。

为进一步降低企业物流成本，铁路部门采取 40 英尺通用集装箱装运机械零配件，减少货物倒运环节，降低货物损耗。

同时，最大限度压缩作业时间，到达大连港的运输时限由原来的 5 天压缩到



36 小时，实现了铁路班列和海运班轮的高效无缝衔接，打通全程物流服务链条。外贸列车由鸡西站始发，到达金港站经大连港出海，通过班轮运至马来西亚。

[Top](#)

【中国首个海铁联运自动化码头开工】

8 月 31 日，钦州大榄坪南作业区 9、10 号自动化集装箱泊位开工仪式在广西自贸试验区钦州港片区举行。

据了解，钦州自动化集装箱码头采用 U 型工艺布局，码头岸边采用自动化岸桥，堆场采用自动化双悬臂轨道吊，水平运输采用全自动 IGV（智能引导车），配套智能生产操作系统，可实现码头装卸船、堆场水平运输及装卸的全自动化操作和智能运营。码头后方连接铁路集装箱中心站，实现了自动化码头和铁路一体化运营管理。自动化码头采用全新的生产工艺和布局，可实现码头建设投资和运营成本的大幅降低。

自治区北部湾办负责人表示，钦州大榄坪南作业区 9、10 号自动化集装箱泊位是北部湾智慧港口建设的标志性项目，建成后将成为全国第五个自动化集装箱码头，同时也是第一个海铁联运自动化码头，将满足世界最大的 20 万吨级集装箱船靠泊要求，全面破除北部湾港远洋航线开行基础设施瓶颈，全力以赴打造北部湾千万标箱国际大港。

北部湾港集团负责人表示，将全面推动项目建设，钦州大榄坪南作业区 9-10 号集装箱自动化泊位工程是国家西部陆海新通道的重点建设项目，也是打造北部湾国际门户港的关键工程。项目建成后，依托钦州港东航道通航能力，助推北部湾港智慧港口建设，提升北部湾港核心竞争力。

此外，钦州大榄坪南作业区 9、10 号自动化集装箱泊位计划新建 2 个 10 万吨级自动化集装箱泊位，码头水工按靠泊 20 万吨级集装箱设计，年设计吞吐量 125 万标箱，项目总投资概算约 40.5 亿元。项目计划 2022 年建成，届时将助推北部湾国际门户港向世界一流大港迈进！

[Top](#)

【上半年我国铁路投资超额完成任务】

近日，中国国家铁路集团有限公司（以下简称国铁集团）披露 2020 年上半年财务决算。上半年，国铁集团实现收入 4039 亿元，受疫情影响同比下降 1242 亿元；净利润亏损 955 亿元，其中二季度净利润亏损 342 亿元，较一季度减亏 272 亿元。上半年全国铁路固定资产投资完成 3259 亿元，同比增加 39 亿元，超额完成投资任务，其中二季度完成 2459 亿元，较一季度增加 1660 亿元。

国铁集团相关负责人介绍，上半年，国铁集团全面落实中央“六稳”“六保”决策部署，采取有力有效措施，积极应对新冠肺炎疫情带来的冲击和影响，始终保持铁路大动脉安全畅通，持续推动铁路高质量发展。

一是铁路疫情防控积极有为。累计向湖北、武汉地区运送防疫物资 1.87 万批 51.2 万吨，圆满完成 458 批 1.39 万人次援鄂医务等人员运送任务；免费为旅客办理退票 2.06 亿张，开行务工、学生专列 401 列，运送旅客 45.4 万人；严把铁路进站、上车、出站等防控关口，站车共排查 3.5 万名发热旅客，有效切断了疫情在铁路的传播途径。二是铁路建设优质推进。投产新线 1310 公里，其中高铁 733 公里，世界首座主跨为千米级的沪苏通长江公铁大桥建成通车，一批新线投入运营，路网结构更加合理，有力服务了区域经济社会发展。三是增货补客成



效明显。国家铁路货运发送量实现逆势增长，完成 16.94 亿吨，同比增长 3.6%。其中，日均装车屡创新高，达 15.26 万车，同比增长 3.4%；中欧班列战略通道作用突出，开行 5122 列，同比增长 36%。国家铁路旅客发送量逐月回升，完成 8.06 亿人，同比下降 53.5%。及时推出城际铁路票价优惠措施，大面积实施电子客票服务，持续开好 81 对公益性慢火车，6 月份日均旅客发送量 545 万人，较最低谷的 2 月份日均增长 422 万人。二季度客货运输收入逐月回升，其中 4~6 月环比增加额分别为 5 亿元、80 亿元、21 亿元。同时，铁路科技创新、精准扶贫、走出去等工作取得重要进展。

该负责人表示，为维护旅客和铁路职工健康安全，国铁集团全力保证疫情防控各项支出，大力开展节支降耗，有效控制成本，运输经营平稳有序。出现收入减少、净利润亏损的主要原因是：铁路作为服务行业，直接受到疫情冲击，今年上半年客运收入同比减少 995 亿元，减幅 52.7%；酒店、旅游、餐饮等非运输收入同比减少 133 亿元。同时，货运实施降费政策，货运收入同比减少 37 亿元。国铁集团是重资产企业，计提折旧属刚性支出，承担负债的还本付息也是刚性支出。

该负责人表示，国铁集团资产负债主要是加快铁路建设、保持较大规模固定资产投资等原因形成的，这与维持简单再生产的经营性负债有着本质的不同，其对应的是优质资产。国铁集团通过发行债券、银行借款等多种方式筹措资金，不断降低筹资成本，债务结构合理，总体处于可控水平。今年上半年，在受疫情冲击导致客流大幅下降的情况下，铁路始终保持了运输安全畅通和科学防控力度，虽然增加了成本，但为经济社会发展做出了积极贡献。国铁集团还积极稳妥推进混合所有制改革，国铁企业优质资产股改上市进展顺利，京沪高铁、铁科轨道成功登陆 A 股，提高了铁路资产资本化股权化证券化水平；积极深化铁路投融资体制改革，推动市场化债转股工作，有效防范债务风险，国铁企业治理体系和治理能力显著提升。

该负责人表示，下一步，国铁集团将立足服务党和国家工作大局，确保铁路安全畅通，着力转变发展动能和方式，进一步加大科技和管理创新力度，以变革求突破，在变局中开新局，持续推动铁路高质量发展，为决战决胜全面小康社会做出新的更大贡献。

[Top](#)

企业动向

【阿里巴巴拟 66 亿溢价增持圆通速递 12% 股份】

以包裹量计中国第三大快递公司圆通速递 9 月 1 日公告，公司控股股东及实际控制人拟以 17.406 元人民币（下同，3.47 新元）每股的价格向阿里巴巴转让 3.79 亿股股份，占公司股份总数的 12%，转让价款为 66 亿元。与最新一日收盘



价比，每股转让价格小幅溢价约 4%。

据路透社报道，本次权益变动前，转让方及其一致行动人合计持有圆通速递 53.65% 股份，阿里巴巴旗下两公司合计持有 10.50%。据此计算，转让完成后，阿里巴巴持有圆通速递的股份占比将升至 22.5%。

8 月下旬，路透社曾引述消息人士称，阿里巴巴正与圆通速递的创办人洽商提高持股，目标是成为圆通的最大股东。公司正与圆通创始人喻渭蛟、张小娟夫妇洽谈将持股提高至 30%；但尚不清楚阿里巴巴是会一次性增持股份，还是会逐步增持。

阿里巴巴还持有另外三家大型快递公司的股权：中通、韵达和百世。

今年上半年圆通速递实现归属于母公司股东净利润 9.71 亿元，同比增长 12.55%。另外，圆通速递还拟定向增发募资不超过 45 亿元，用于多功能网络枢纽中心建设项目、运能网络提升项目、信息系统及数据能力提升项目，并补充流动资金等。

[Top](#)

【邮政集团有限公司启动“919 电商节”】

8 月 28 日，作为农业农村部“农民丰收节”系列活动之一，2020 年邮政“919 电商节”正式启动。当天，中国邮政集团有限公司召开电视电话会议，集团公司副总经理出席并就做好邮政农村电商发展和本次邮政“919 电商节”活动提出要求。集团有限公司电商分销局负责同志对 2020 年邮政“919 电商节”方案进行了解读。

今年年初以来，各省（区、市）邮政分公司按照集团有限公司发展农村电商的战略部署，围绕“十大抓手”（抢机遇、强平台、建渠道、做批销、优农产品、构场景、推协同、促变现、树品牌、活机制），着力推进“四个打造”（打造流量平台、打造数字化优质站点、打造批销大单品、打造农产品基地），为构建邮政特色农村电商生态圈奠定了坚实基础。康宁在讲话中对此予以肯定。

会议指出，今年是决战决胜脱贫攻坚和全面建成小康社会的收官之年，做好惠农合作项目、助力脱贫攻坚，邮政责任重大、使命光荣。本次邮政“919 电商节”以“邮政助脱贫，惠农进万家”为主题，突出“四个聚焦”，即聚焦惠农、聚焦会员、聚焦渠道、聚焦商品，抓好特色农产品、规模大单品，抓仓配一体化建设，抓线上线下渠道拓展，抓品控标准化、包装绿色化；推模式落地，推源头获客，推业务叠加，推板块协同，以持续的客户体验提升来获客、留客、活客，进而赢得市场，打造中国邮政农村电商生态圈。各省（区、市）邮政要认真研究、精心组织、加快落实，对标行业先进做法，对标去年同期数据，通过活动建立商业模式、管控模式和盈利模式，夯实发展基础，促进存量转化，做大增量规模。要基于现有大数据工具，利用好渠道、批销和零售治理看板，加强对渠道、客户、商家、商品的实时管控。

会议要求全力抓好本次邮政“919 电商节”，为农村电商持续健康发展奠定基础。一要高度重视，加强组织领导。集团各相关单位要各司其职、各负其责。各省（区、市）邮政要确保政策不变、力度不减，做到组织到位、领导到位、支撑到位。二要打造大单品、激活会员，提升平台流量。打造“邮政农产品”和扶贫大单品；拟举办农产品产销对接大会；以爆款商品为抓手，打造邮政会员节。要强化地推和业务叠加，打造数字化优质站点。要落实渠道管理模式，切实做好四轮地推，加强站点业务叠加，补齐数字化优质站点短板。四要聚焦大单品打造，



做优平台批销。聚焦数字化选品落地，利用好平台政策。五要充分发挥自身优势，开展宣传造势。集团有限公司将加强宣传推广，各省（区、市）邮政要做好转发分享，并做好网点员工导购、商品分享和宣传推介等工作。同时，要主动对接地方政府，积极参与第三届中国农民丰收节活动，结合实际组织开展扶贫助农公益活动，提升邮政品牌形象。

据悉，今年邮政“919 电商节”有三大创新点。一是活动内容创新。活动期间，集团有限公司将举办首届农产品产销对接大会，发布“邮政农产品”品牌，推广惠农合作项目和农产品基地模式。在邮政网点布置二维码扫码墙，以引流商品和爆款商品为抓手，开展扫码优惠购活动，实现线上线下双引流。二是商品组织创新。集团有限公司将打造 10 个过 10 万单记忆力商品，打造 100 个销售过万单的扶贫大单品。通过数字化优质站点建设之后的大数据应用，确定全网 TOP20 品牌和省内 TOP20 品牌，全面提升商品的竞争力。三是参与客户创新。活动将激活邮政会员（含邮生活、邮特惠、邮乐购店、代理金融），提供“三大权益”。聚焦数字化优质站点布放会员码，邮乐购店顾客扫码成为邮掌柜会员，会员领取平台红包到店消费，打造 B2B2C 模式。

[Top](#)

【顺丰投资 100 万成立长沙顺丰电子商务有限公司】

据企查查官网信息显示，8 月 31 日，长沙顺丰电子商务有限公司注册成立，该公司由广东顺丰电子商务有限公司 100%控股，法定代表人为王文俊。经营范围包括网络技术的研发；计算机技术咨询；软件技术服务；基础软件开发；电子商务平台的开发建设等。作为中国的龙头快递企业，顺丰依托自身成熟的物流体系，从单一的物流业务单元起步逐步进行业务的多元化，并将业务延伸到电商领域。早在 2010 年，顺丰就进军电子商务领域，成立了“E 商圈”。后来，又推出了嘿客、顺丰优选，顺丰海淘、丰趣海淘等。但是，顺丰对电商的布局，注定是个持久战。

[Top](#)

【天猫国际升级海外仓业务，正式发布】

9 月 2 日消息，天猫国际于 9 月 1 日宣布升级海外仓业务，同时正式发布官方跨境直邮业务“海外直购”，推出无配货买爱马仕、满 299 全球包邮、专机闪送全球 7 日达、海外专柜同步上新、官方直采海外原版五大消费者权益。

天猫国际方介绍，天猫国际“海外直购”利用遍布全球的海外仓库，为国内消费者提供海外直邮服务，基于菜鸟全球仓储布局和构建全球供应链网，通过官方直采的形式，将海外最新发布的潮流新品、限量版尖货，直接面向中国消费者上架销售。

据了解，今年 6 月，天猫国际上线测试“海外直购”业务，在天猫国际 618 “出境游购物节”期间，海外仓直购成交同比增长 220%。此外，今年天猫国际还新增 10 条国际空运航线，物流持续提速；新增广州、北京、上海、威海、宁波 5 个口岸，形成多口岸协同，提升货品抵达国内后的清关和配送时效。

目前，天猫国际“海外直购”已在北美、欧洲、日韩、中国香港及东南亚 5 大区域布局 100 多个海外仓，在全球 20 多个国家和地区组建 100 多人的官方采购团队。预计未来 1 年，天猫国际海外直购目标孵化 10000 个海外新锐品牌，商品数突破百万。



【京东大件物流推出“天启星”计划】

日前，京东秋季家装节正在火热进行中，为了进一步提升消费者购买大件商品的购物体验，京东大件物流正式推出“天启星”计划，联合京东居家创新打造“干支装一体”服务模式。截止8月底，已经开通“佛山-广东省内”、“佛山-江浙沪”以及“佛山-京津”的大件家居“干支装一体”精品线路，立足珠三角，链接长三角、京津冀，实现了三大核心经济区的直接串联，树立了居家大件供应链的行业新标杆。

珠三角地区是我国现代家具的发源地，家具产值占全国的40%以上，广东佛山是其中最重要的家具生产基地之一，有着“中国家具制造重镇”的美誉。京东大件物流的“天启星”计划，第一阶段以佛山为基点，将家具、建材等大件产品一体化供应链服务辐射珠三角、长三角、京津冀三大核心经济区，这些区域经济发展活跃、城镇化水平不断提高，居家产品消费增长迅速，但消费者对家具等大件居家产品的配送时效、精准送达、配送安装服务品质等也提出了更高的要求。

根据“天启星”计划，大件家居商品将从产地直发目的地，减少中间环节，提高物流时效，例如从佛山出发，广东省内48小时可完成送装服务，到江浙沪、京津等地可实现4-5天送装完成，几乎是行业普遍配送时间的一半。同时，一体化的服务让大件商品在流通过程中最少只经过“工厂-中转仓-配送站”3个节点的装卸，且京东物流采用专项塑料托盘进行卸货，单独划分储位进行商品分单及存储，有效改善多次搬运造成的破损问题。而在消费者非常关心的末端配送、安装环节，则每次由至少2名京东物流的专业师傅上门同步完成，服务标准化、效率高。

[Top](#)

【用时8个月，中通快递业务量突破100亿件】

9月1日，中通快递迎来了2020年的第100亿件快递。相比于2019年11月12日达成100亿件，中通快递今年的100亿件仅用时8个月零1天，再次刷新记录。受新冠肺炎疫情影响，中通快递第一季度完成了业务量23.7亿件，增速仅为4.9%。进入第二季度，在国家邮政局全力推进复工复产等利好政策的带动下，中通快递开始强势复苏，4月起业务量就开始创造历史新高，5月起日均业务量超过5000万件，单月业务量超过了2019年“双11”当月。第二季度，中通快递共完成业务量46.0亿件，同比增长47.9%，市场占有率也首次超过20%。按照中通快递预期，其全年业务量指标为162亿至170亿件。中通快递年业务量再次突破100亿件，也反映出快递行业的快速增长态势。根据国家邮政局统计数据，今年前7个月，快递业务量完成408.2亿件，同比增长23.66%，超过2017年全年业务量400.6亿件；快递业务收入完成4547.1亿元，增长13.53%。

[Top](#)

【韵达股份：上半年累计完成快递业务量56.29亿票】

韵达股份(002120)8月30日晚间发布2020年半年度报告。上半年，公司实现营收143.18亿元，同比下降7.95%；其中快递服务业务收入132.60亿元；归属于上市公司股东的净利润为6.81亿元，同比下降47.47%；累计完成快递业务量56.29亿票，同比增长29.88%，增速高出行业平均增速超过7.8个百分点，



市场份额已达 16.61%，较去年同期提高 1 个百分点。

公告显示，上半年，公司快递服务单票成本同比下降 23%。韵达股份相关负责人表示，单票成本的下降，得益于韵达坚持不断深化基于科技创新和精细化管理的“成本领先型”竞争策略，通过专项开发“车货匹配”等在途配载系统，实现大数据管理，提升发车管理与装载率的匹配程度，持续降低单票运输成本；通过新上线四层自动化分拣设备，大幅提高单位坪效操作容量，持续降低单票分拣成本。

国家邮政局近日披露的数据显示，2020 年 7 月，全国快递企业申诉率（百万件快件业务量）有效申诉率平均为 0.19，而韵达有效申诉率仅为 0.003，在同期主要快递企业中，排名前三甲，服务质量进一步提升。

公司相关负责人表示，在发展的过程中公司，将继续坚持“以客户为中心”，利用科技的力量推动高质量发展，通过大数据、信息化、智能化技术，打造智慧物流，构建以快递为核心的生态圈，为实现具有国际竞争力的全球化综合快递物流服务商而不懈努力。

[Top](#)

【广汽集团与中国邮政签署战略合作协议】

8 月 31 日，广州汽车集团股份有限公司与中国邮政集团有限公司签署战略合作框架协议。双方将充分发挥各自领域拥有资源、业务和服务优势，本着“资源共享、优势互补、合作共赢、共促发展”的原则，在市场拓展及服务、车辆采购及员工个人购车、金融合作、快递物流、移动出行等五大领域建立战略合作关系并开展深入合作。

在市场拓展及服务方面，中国邮政将利用自身资源优势及配套综合服务，开展微车展等合作，助力广汽集团全国市场拓展，双方还将探索创新汽车网络下沉新零售方案。同时，双方还将在服务体系共建、动力电池服务，以及品牌推广、客户维护等方面开展合作。

在车辆采购及员工个人购车方面，双方将积极推进公务出行、物流运输、员工个人出行等方面车辆采购合作。

在金融合作方面，双方将重点围绕授信融资、个人汽车消费贷款、战略投资与混合所有制改革、资本市场专业化服务等方面开展合作。

在快递物流方面，双方将积极推进文件和物品寄递、国际货运代理、国际仓储、境外配送、重点口岸进出口清关、保税物流等方面的合作，共同探索售后备（配）件物流等合作机会。

在移动出行业务合作方面，广汽集团为中国邮政提供符合其需求的移动出行服务产品。

[Top](#)

【中国电信山东分公司与山东港口集团签署战略合作协议】

9 月 1 日，中国电信山东分公司在青岛与山东港口集团签署战略合作协议，标志着双方共同打造“5G+智慧港口”、赋能港口“新基建”升级进入全方位深度合作。中国电信山东分公司总经理文勇、山东港口集团董事长霍高原出席签约仪式。

山东港口集团秉承国家战略，承载着服务山东省新旧动能转换和高质量发展的重大使命，加快建设国际领先的智慧绿色港、物流枢纽港、产城融合港、金融



贸易港、邮轮文旅港，努力打造“一带一路”国际合作新平台和推动更高水平对外开放的新引擎。中国电信山东分公司作为国有特大型通信骨干企业的省级分公司，有效集合、承接中国电信集团的全部信息化能力，利用现有丰富的网络资源和天翼云能力优势，应用 5G、云计算、大数据、人工智能、物联网等新技术，推进云网深度融合，打造智能物联网，在 5G 实践方面进行了大量有益探索，新基建工作力度不断加大。

在当前党中央部署加快新型基础设施建设和交通强国的背景下，中国电信山东分公司与山东港口集团的战略合作是积极贯彻落实国家 5G 产业发展战略，积极主动融入国家新基建浪潮，加快新型智慧港口集团、新一代自动化码头、物联网大数据和人工智能等方面的建设，具有重要意义。协议签署后，中国电信山东分公司将利用自身信息化能力优势，在新型 IT 基础设施、5G 高速移动网络和 IPv6、卫星通讯及北斗导航应用、大数据和信息服务等领域开展全面合作，共同开创双方坚持共赢合作的美好未来。

[Top](#)

【山东港口烟台港集团莱州港有限公司举行交接暨揭牌仪式】

9月1日上午，山东港口烟台港集团莱州港有限公司交接暨揭牌仪式在烟台港莱州港公司举行，标志着莱州港正式加入山东港口大家庭，这是在全省港口一体化改革部署下，烟台市港口一体化改革发展取得的重要成果，将助力山东港口进一步优化港口布局，加快建设世界一流的海洋港口。

莱州港位于莱州湾东岸，地理区位独特，优势突出，基础设施完善，现拥有各类生产性泊位 12 个，港内及周边有各类业主储罐 150 万立方米，生产经营状况良好，2019 年完成货物吞吐量 2292 万吨，实现营业收入 3.4 亿元。

在各方的大力支持下，山东港口烟台港出资收购中海港务（莱州）有限公司 60% 的股权，于 8 月 27 日顺利完成工商变更登记并取得新的公司营业执照，标志着山东港口的版图上又拼上了一块重要的“拼图”，山东港口战略布局进一步完善。

莱州港融入山东港口一体化发展，将实现山东港口烟台港与渤海湾港更加密切的连接，在为省内企业提供高效率、低成本物流方案的同时，进一步促进山东港口一体化高质量发展。

下一步，山东港口烟台港将按照全省港口规划“一盘棋”、管理服务“一张网”、资源开发“一张图”的发展目标和“三个更加”、“三个满意”的具体要求，立足烟台市区域经济发展需求，对莱州港进行统一布局、统一规划、统一建设、统一运营，加快港口经济转型升级步伐，全面融入烟台市经济社会发展，进一步推动烟台市区域经济的高质量发展。

[Top](#)

【广州港集团与广州酒家集团签署战略合作协议】

9月2日，广州港集团与广州酒家集团在港口中心签署战略合作协议。根据协议，广州港集团与广州酒家利用各自品牌优势，强强联合，联手打造“食在广州”金字招牌，共同做大做强做优广州国企。

广州酒家，中华老字号，始创于 1935 年，素有“食在广州第一家”的美誉。主营业务包括食品制造和餐饮服务，拥有“广州酒家”“利口福”“陶陶居”“天极品”“秋之风”“星樾城”等餐饮与食品品牌，在广州、茂名、湘潭、



梅州等地设有食品生产基地。

广州港集团主要从事港口货物装卸和物流服务；同时经营港口地产、水产、商旅、金融等多元化业务。旗下黄沙水产以专业市场经营、水产品加工贸易和配送、食品安全检测以及海洋捕捞为主业，具有水产品全产业链优势。海港地产和海港商旅拥有大面积自营物业，涉及餐饮、旅游、特色商品销售等业态。

[Top](#)

【山东港口烟台港集团莱州港有限公司举行交接暨揭牌仪式】

9月1日上午，山东港口烟台港集团莱州港有限公司交接暨揭牌仪式在烟台港莱州港公司举行，标志着莱州港正式加入山东港口大家庭，这是在全省港口一体化改革部署下，烟台市港口一体化改革发展取得的重要成果，将助力山东港口进一步优化港口布局，加快建设世界一流的海洋港口。

仪式上，中海港务（莱州）有限公司股东代表崔文罡与山东港口烟台港副总经理刘刚交接营业执照。山东省港口集团市委常委、副总经理孙付春与莱州市委书记于宁共同揭牌。

莱州港位于莱州湾东岸，地理区位独特，优势突出，基础设施完善，现拥有各类生产性泊位12个，港内及周边有各类业主储罐150万立方米，生产经营状况良好，2019年完成货物吞吐量2292万吨，实现营业收入3.4亿元。

在各方的大力支持下，山东港口烟台港出资收购中海港务（莱州）有限公司60%的股权，于8月27日顺利完成工商变更登记并取得新的公司营业执照，标志着山东港口的版图上又拼上了一块重要的“拼图”，山东港口战略布局进一步完善。

莱州港融入山东港口一体化发展，将实现山东港口烟台港与渤海湾港更加密切的连接，在为省内企业提供高效率、低成本物流方案的同时，进一步促进山东港口一体化高质量发展。

下一步，山东港口烟台港将按照全省港口规划“一盘棋”、管理服务“一张网”、资源开发“一张图”的发展目标和“三个更加”、“三个满意”的具体要求，立足烟台市区域经济发展需求，对莱州港进行统一布局、统一规划、统一建设、统一运营，加快港口经济转型升级步伐，全面融入烟台市经济社会发展，进一步推动烟台市区域经济的健康发展。

[Top](#)

【广州港预计8月份货物吞吐量同比增5%】

广州港(601228)9月2日晚间公告，8月份，公司预计完成集装箱吞吐量190.6万标准箱，同比增长7.6%；预计完成货物吞吐量4449.9万吨，同比增长5.0%。2020年1-8月份，公司预计完成集装箱吞吐量1376.0万标准箱，同比增长2.2%；预计完成货物吞吐量33533.5万吨，同比增长1.3%。

[Top](#)

【中创物流1.68亿元竞得中化天津滨海物流100%股权】

中创物流(603967)9月2日晚间公告，公司于9月1日最终以1.68亿元的价格竞得中化天津滨海物流有限公司100%股权项目。本次竞买成功，将有利于进一步扩大公司天津地区场站业务经营规模。

[Top](#)



【丹东港口集团有限公司挂牌运行】

8月31日，丹东港口集团有限公司股权交割暨丹东港口集团有限公司揭牌仪式在我市举行。根据债权人的申请，2019年4月丹东市中级人民法院依法裁定丹东港集团有限公司进入破产重整程序。通过公开招募和定向邀请相结合的方式，招商局集团所属的辽宁港口集团有限公司成为丹东港集团有限公司的重整战略投资人。按照市场化、法治化的原则，根据丹东市中级人民法院2019年12月31日裁定批准的重整计划，丹东港集团有限公司重整工作扎实有效进行，依法开展资产注入、职工安置、债务清偿等各项工作。今天，丹东港集团有限公司与辽宁港口集团有限公司依据双方签订的《关于丹东港口集团有限公司之股权转让协议》，完成了丹东港口集团有限公司的股权交割工作，并在同日丹东港口集团有限公司正式挂牌运行。

[Top](#)

【江苏省国际货运班列有限公司成立】

8月31日，江苏省国际货运班列有限公司在南京正式挂牌成立，江苏省政府副省长费高云出席成立仪式并为省班列公司揭牌。2020年以来，全省已累计开行中欧、中亚班列1016列，同比增长60%。省班列公司的正式成立，是江苏国际班列高质量发展的重要里程碑和新起点。

省班列公司通过整合南京、徐州、苏州、连云港四市有关班列公司资产，并引入央企资本组建而成。其中省海企集团出资占比51%，市级出资占比36%，央企出资占比13%。

据了解，江苏省班列公司将努力构建体现江苏特色的优势，开发粮食、木材、棉纱、特殊铁合金班列，肉类水产冷链专列，水果蔬菜保鲜专列、国际特色邮包专列等特种运输服务，探索平行车进口定制专列，努力把国外的热门工业品、热销商品与国内生活生产需求相结合。

[Top](#)

【马士基进行新一轮大规模重组】

A. P. 穆勒-马士基9月1日宣布，公司将通过进一步战略整合，提升客户体验，为其提供更优质的端到端服务。进一步战略整合包括萨非航运品牌(Safmarine)将并入马士基，以增强客户接触全球综合性产品的机会。

丹马士品牌(Damco)中的空运和拼箱业务(Air and LCL)将和马士基物流与服务产品整合，成为马士基端到端产品的有力补充。

此外，马士基全球海运与物流业务将引入新组织架构，以客户为中心，且更为简化。此举是公司成为综合的集装箱航运物流公司，连接并简化客户供应链迈出的重要一步。

随着时间的推移，马士基和萨非航运的价值主张已逐渐融合，因为这两个品牌都一直致力于建立以客户为中心的文化，并且与客户的数字化互动不断增加。

自2018年专注于货运代理业务以来，丹马士已在空运和海运拼箱业务领域展现巨大价值。此间，我们通过与客户密切沟通，发现通过扩展多种运输方式，马士基的价值主张可以得到大幅提高。

将丹马士空运和海运拼箱业务整合至马士基，将有助于满足客户需求，在马士基品牌下为客户提供更为简化、联通、快捷的体验和规模化服务。马士基将利



用自有海运产品提供独特价值主张，因此停止提供多家航运公司海运整箱无船承运人服务（NVOCC）。

基于上述变化，萨非航运和丹马士品牌将在 2020 年底之前将退出市场。

此外，马士基将简化全球海运及物流业务的组织架构，以客户为中心，进一步提高效率。马士基和汉堡南美将在一起办公，组成以客户为中心的团队。同时，马士基和汉堡南美会继续以两个独立品牌和差异化的服务模式面对客户。

[Top](#)

运作管理

【“供应链实干家”永辉超市秘密】

一直以来，生鲜业务都是商超行业的一大难点，因为若是没有完善的供应链体系支撑，很难从生鲜业务中获利。品类繁杂、供应商小且散、难以统一管理、客单毛利低、损耗率高.....生鲜业务痛点多多。

也正因如此，很多商超要么选择外包生鲜业务，要么只保留较小的生鲜经营区域用来引客。

生鲜损耗率 3%，永辉如何做到的？

被誉为“生鲜之王”永辉超市显然是一个“异类”。永辉超市不仅以生鲜业务起家，还借助生鲜业务从福建走向全国，成为中国超市前三强，而不断强化的供应链正是支撑永辉超市快速崛起的核心竞争力之一。

经过十几年的耕耘，永辉超市的供应链建设已经覆盖全国，并深度下沉直至六线城市。通过打通上游优质采购、配合强大的物流体系快速配送、冷链系统保鲜、门店到家，以及强大的智能中台，永辉超市打造了高效的供应链体系，不断建立并强化同行难以拷贝的竞争优势，堪称我国商超行业的“供应链实干家”。



西南证券在研报中指出，生鲜行业的损耗率约为 20%~30%，而永辉超市生鲜损耗率仅为 3%~4%，可谓是见微知著。



2020年是永辉超市高速成长的第20年，其中，供应链功不可没。那么，永辉超市在供应链建设方面做了什么？供应链又带给了永辉超市什么？

-01-用“源头采购”锁住商品新鲜度

从产业规律可知，当门店数量、业务量增长到一定规模，商超企业要想继续保持高效的运营，实现海量商品在供需之间的高效、精准匹配，就必须进一步夯实供应链能力。对于以生鲜品类为主的永辉超市来说，更是如此。

相比同行，永辉超市生鲜供应链的特色在于源头采购。围绕“品质、品牌、源头”三大核心原则，搭建“源头直采+区域直采+自有品牌”的三重模式，建立全国性生鲜农产品统采和区域直采体系，减少传统模式冗长的流通环节。

众所周知，对于生鲜品类，消费者最在意的就是新鲜度。而借助源头采购模式，永辉超市能够更加清晰地了解源头商品特性，严格执行商品保鲜、储存条件、货架周期等重点环节，通过“生鲜产品专家”式管理，有效“锁住”商品的新鲜度。

据悉，永辉超市设立的千人供应链部门直采团队，从不同类别入手，深入到产品源头，通过与农户或农村合作社直接对接，准确把握产品价格、质量。直采团队对全国各地的特产了如指掌，根据季节变化精准对应产区的转化，通过梳理每个产地的卖点、特色，从而更好地匹配终端消费者喜好。这也意味着，每个单品在每个永辉超市采购的心中都有一个路线图，真正做到“买要懂得卖，卖要懂得买”。

以荔枝为例，荔枝的季节性强、产品周期短、保鲜难度高，对供应链和产品管理的要求极高。每年的6月至8月是“荔枝季”，而全国产地由南往北推进，从海南到广西、广东，再到福建，荔枝的品种繁多，市场上流通的多达20个品种，每个品种上市周期仅有一周到半个月的时间。

而不同的品种，价格差异也很大，如“妃子笑”刚上市时单价高达30元以上。在产品的保鲜上，根据果核大小、果肉厚度、颗粒厚度，采收方式、保鲜方式及温度控制都存在差异。

为此，永辉超市采购团队制定和严格执行每一项标准，以更优、更高效的供应链配置，确保全国的消费者以优良性价比享用到当季新鲜的荔枝。

-02-省下顾客每一分钱

从消费者角度看，除了新鲜商品外，最吸引他们进入超市的莫过于高性价比的产品。而商超企业要提供具有性价比优势的商品，获得成本优势是前提。借助供应链建设，永辉超市在上游采购、仓储物流等方面建立了成本和议价优势，从而能做到用良心价赢得消费者的心。

首当其冲的是采购端。永辉超市产地化采购的模式使其对商品源头的行情感知更敏锐，也减少了中间加价环节，保障了商品的持续供应。同时，通过多样的源头采购方式最大限度地减少了“产地—门店—消费者”的生鲜产业链的中间环节，降低了物流、仓储和损耗的成本，保持了生鲜产品色香味的同时，保证了商品的成本优势。

同时，永辉超市于2018年底推出的自有品牌“永辉优选”，就是永辉联合上游优质供应商，通过订单生产，强化供应链能力，构筑差异化优势与竞争力的体



现。

自有品牌田趣的五常大米是永辉超市较早一批的“订单农业”单品之一。2016年开始，永辉超市先后与黑龙江省北大荒米业集团、五常市乔府大院农业股份有限公司合作，在五常大米核心产区通过土地流转，建立起了超过 15000 亩的永辉超市“五常大米”种植基地。

通过订单农业和农产品品牌化的模式，既避免了中间环节加价、提升产品性价比，还能从源头把控食品安全。除了明星单品田趣“五常大米”，永辉超市还推出了板栗南瓜、金钻凤梨、富平柿饼等一系列“订单农业”单品。

除了源头直采、供应链自营和订单式农业之外，永辉超市还联合中百集团、红旗连锁、等战略合作伙伴进行联合采购，以获得大宗产地直采的优惠价。不仅如此，永辉超市还与特色农业绑定，基于原有的业务收购、合资、引入或参股了一系列上游公司，先后参股星原农牧、国联水产、闽威实业、湘村股份等公司，通过一体化布局，提升议价能力，进一步强化永辉超市在供应链采购端的优势。

在确保源头商品高性价比供应的同时，永辉超市通过“以销定采，采销协同”，进一步优化采购效率，降低损耗。具体操作上，平台采购和战区采购会相互配合，采购和运营会实时互动。平台主要负责长半径、远程化采购，如核心产区的核心单品，当季生产整年销售；而省战区采购主要进行短半径、属地化采购，如具有区域特色且不易保存的本地蔬菜等，以提高灵活性。

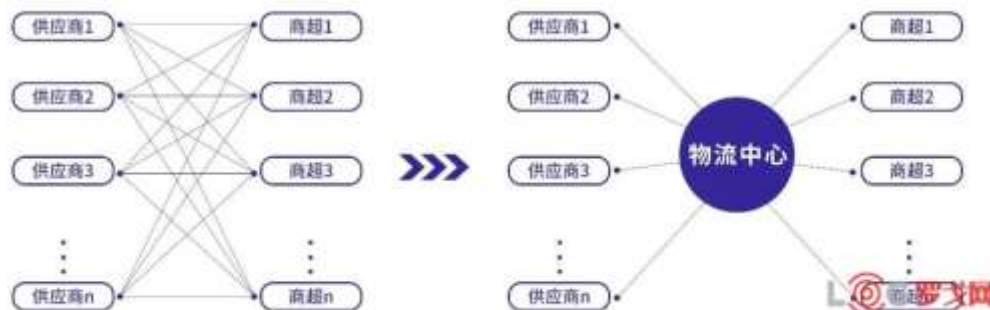
降低采购端的成本只是第一步。对于零售连锁企业来说，供应链管理的目的之一就是要以相对低的成本选择好产品，并以最快的速度送到目标消费者手中。

想在产业链的上下游形成优势，就必须在采购、仓储物流等多个环节打通以形成优势，形成一条可控的供应链体系，一套低成本、运转高效的物流系统格外重要。

-03-自建物流 降本增效 保新鲜

对于仓储物流的投入，除了保证商品新鲜度外，另一个重要目的就是降本增效。做商品，除了要在源头把控之外，还要减少运输过程中的损耗。

相较于第三方物流，自建的仓储物流在成本控制、服务水平和服务的响应度上有一定的优势。通过不断完善的自建仓储物流体系，永辉超市在服务的复杂度、运输的灵活性、物流的响应速度等方面都有一定程度的提高。



自建仓储物流的前期成本投入较高，建成之后抬高了行业竞争门槛，所带来的效益具有更大的持续性。而不论是采购成本，还是物流、仓储成本的进一步降低，最终都会传导给消费者，满足其对高品质、高性价比的产品和服务的需求。据悉，永辉超市很早就开始搭建仓储物流系统，通过自建仓储物流运输配送，保



证商品新鲜度，提高商品运输效率。特别是冷链系统的建设，有效提高了商品的保存期限，提高了生鲜等商品的运输半径。

根据永辉超市财报，截至 2019 年底，永辉超市的物流中心配送范围已经覆盖全国 28 个省，在全国已拥有 19 个常温仓、11 个冷链仓，总运作面积 60 万平方米，总作业额达 522.4 亿元。

覆盖全国的物流中心，叠加密度不断增加的物流网，永辉超市打造了一条条商品流通的高速公路，保障了商品的运输效率和新鲜度，也显著降低物流费用和商品损耗率，提升了自身的竞争力。

-04- 供应链管理拥抱数字化、智能化

随着企业规模不断扩大、订单数量的增加，商品从采购端到销售端的流程越来越错综复杂，对公司运营能力的挑战越来越大。永辉超市官网显示，截至 2020 年 8 月，超市业务覆盖全国 29 个省份，553 个市（区、县），开业门店 943 家。

全国庞大的订单业务量意味着永辉超市需要借助数字化手段打破信息孤岛，实现供应链各环节计划、采购、交付到营销之间无缝连接，提高各环节的协同性，缩短供应链响应时间，确保服务质量和客户购物体验。

为了打造强大的智能中台，永辉超市持续发力，通过消费场景、大数据以及 AI 技术支持链接上下游，打通下单到采购、到仓储、到门店的各个环节，实现门店数据化与智能化，从而提高公司整体效率。



更为重要的是，智能中台的建设提升了公司线上服务能力，助力推进永辉超市线上线下融合发展，打造“手机里的永辉”。

线下线上的用户需求不同，到店顾客对价格较敏感，而到家顾客则更看重品质、购物体验，这对永辉超市从 APP 建设，到商品结构，再到标品设置，如商品规格、包装物、履约能力等提出了新的要求。在供应链方面，就是不断提升和优化线上商品的选品，提供更符合到家需求，同时品质更高的商品。

智能中台的建设显著加速了永辉超市到家业务发展。2020 年一季度永辉超市的到家业务同比增长 2.3 倍，占比 7.3%，同比提高 4.5%。永辉 618 购物盛典战报显示，借助永辉生活以及京东到家、美团、饿了么等平台。6 月 18 日当天，“到家”业务 GMV 增长超过去年同期 4 倍，俨然已经成为新的增长点。



对永辉超市来说，数字化转型是新课题，也是未来发展的新起点。借助智能中台，永辉超市将推动运营从过去以人为中心，到现在以市场为导向，再到未来的智能化运营。对消费者、对行业来说，也意味着新的期望和想象空间。

-05- 用供应链加固护城河

自 2010 年上市以来，永辉超市实现了十年快速发展，全国化布局全面铺开，每年新开门店均保持在 45 家以上，最多一年新开店 332 家。一般来说，企业在快速扩张的过程中往往会降低产品售价从而提升自身竞争力，导致毛利率会出现下滑，即使是国际零售巨头沃尔玛在其快速扩张的阶段也曾遇到类似的挑战。

但是，永辉超市在快速扩张的过程中，却做到了毛利率保持稳定增长、期间费用率处于行业低位、期末现金余额稳步增长，高速的扩张并没有降低企业的盈利能力。

华创证券研究认为，在永辉超市发展的初期，即使没有供应链也可以快速扩张，但是门店数量增长到一定规模时，对于供应链的需求日益增加，店面增长会明显放缓，永辉超市的门店数量在 2014 年后的新一轮高质量增长，是得益于其在供应链上的投入开始发挥效力。



不断完善的供应链体系为永辉超市的规模扩张保驾护航，扩张带来规模效应优势有效降低企业成本、提高运营效率，进一步加固了永辉超市的“护城河”。

通过规模化采购提升对上游话语权，降低采购成本；规模扩大带来品牌效应和聚客效应提高，有利于获得地产商更多的租金折扣；更多的门店与订单可以摊薄仓储物流成本，规模化运输也可以提升运输效率。

在降低成本的同时，供应链建设也带动企业运营效率提升。从需求预测、流程管理、库存优化，到发挥各个环节的协同效应、风险预警，强大的供应链配合趋于成熟的智能中台系统，让永辉的经营效率进一步提升。根据 2020 年一季报数据，永辉超市的总资产周转率为 0.56 次，存货周转率为 2.16 次，和国际商超巨头沃尔玛的数据相当。

近年来，永辉超市还将直采源头进一步拓展到了国外，不断推进永辉超市国际供应链布局。通过合资、引入投资者、对外合作等方式，永辉陆续与牛奶国际、达曼国际、澳洲最大连锁超市 Woolworths、百年企业美国嘉吉等公司达成合作，整合全球供应链资源。



2019 年，永辉超市设立一二三三国际供应链管理有限公司，打造 S2B 全球消费品供应链服务平台，为需求方提供全球商品对接、联合采购、仓储物流、支付金融、链路营销、品控溯源和数据赋能等综合性供应链服务，不断强化国际供应链竞争力。

东兴证券认为，随着超市产品结构越来越复杂，消费需求结构转型，未来以消费者为核心的产品结构重塑，都将推动供应链再升级，商超的竞争越来越体现在供应链深度和效率竞争，不断完善和优化的供应链有望成为永辉在下一个十年的护城河。

“永辉模式”看起来并不复杂，但是在具体实践中往往却是“一看就会，一做就错”。这是因为供应链的建设和改进不是一朝一夕可以完成的，供应链建设花费资金大，显效时间长，不同环节如何相辅相成需要不断地磨合、慢慢地积累经验。

永辉超市在供应链上布局十几年，已经在供应链的迭代更新中投入了巨大的资金和心血，不断强化在供应链上的优势。除了明显的先发优势外，更为宝贵的是，永辉超市在不断优化供应链过程中所积累的经验、诀窍、人脉资源、品牌影响力、流程优化的细节等，都是竞争对手难以在短时间内模仿的。

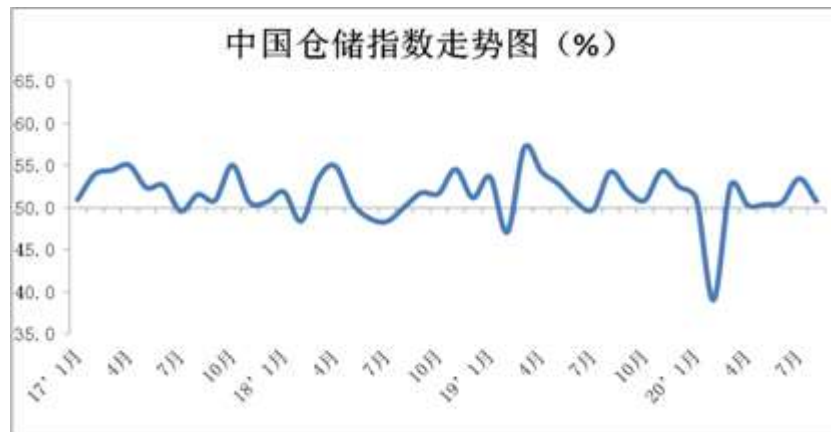
[Top](#)

市场趋势

【8 月份中国物流业景气指数为 52.2%】

中国物流与采购联合会发布的 2020 年 8 月份中国物流业景气指数为 52.2%，较上月回升 1.3 个百分点；中国仓储指数为 50.8%，较上月回落 2.7 个百分点。





中国物流信息中心主任何辉认为：8月份，中国物流业景气指数较上月回升，各分项指数中，除资金周转率指数与上月持平外，其他分项指数均有不同程度回升，但其中物流服务价格指数、主营业务利润指数和从业人员指数低于50%，降幅较上月有所收窄。从区域看，东中西部地区物流活动均保持活跃，西部地区由于生鲜水果消费旺季影响，业务量增长较快。从行业看，各行业稳中有升，其中快递快运业继续保持加快增长的态势。从企业规模看，大型物流企业保持较好的增长态势，小微型物流企业业务量有所下降，价格和利润等经济效益指标下滑。

新订单指数回升，市场需求保持增长。8月份，新订单指数为51.6%，比上月回升1.2个百分点，显示出物流市场订单增加，业务需求旺盛。

物流服务价格略有回升，当整体水平依然偏低。8月份，物流服务价格指数为48.8%，较上月回升0.9个百分点，仍位于50%荣枯线以下，显示出物流企业服务价格整体水平依然偏低。

固定资产投资完成额指数回升，物流基础设施趋于改善。8月份，固定资产投资完成额指数为51%，回升0.9个百分点，反映出物流运行的基础设施条件呈现改善态势。

从后期走势看，新订单指数和业务活动预期指数均保持在景气区间运行，反映出企业对未来预期较乐观，后市将继续保持平稳增长的态势。

[Top](#)

【8月份中国公路物流运价指数为98.5点】

2020年8月份，由中国物流与采购联合会和林安物流集团联合调查的中国公路物流运价指数为98.5点，与上月相比波动较小，但已连续两个月呈现略微回调趋势，与去年同期相比仍增长0.5%。从各周指数看，第一、二、三周运价指数环比小幅回落，第四周指数环比小幅回升。

图1 2016年以来各月中国公路物流运价指数

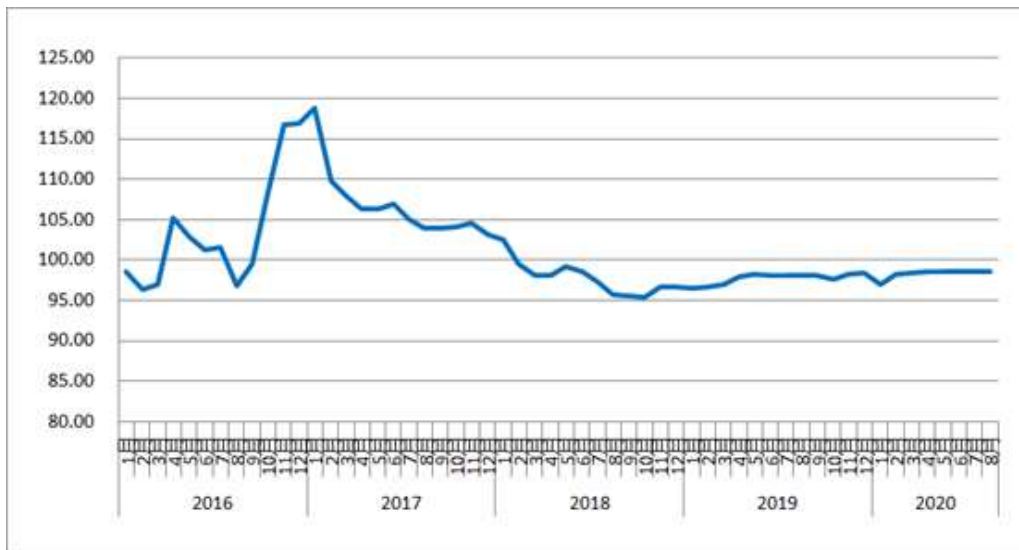
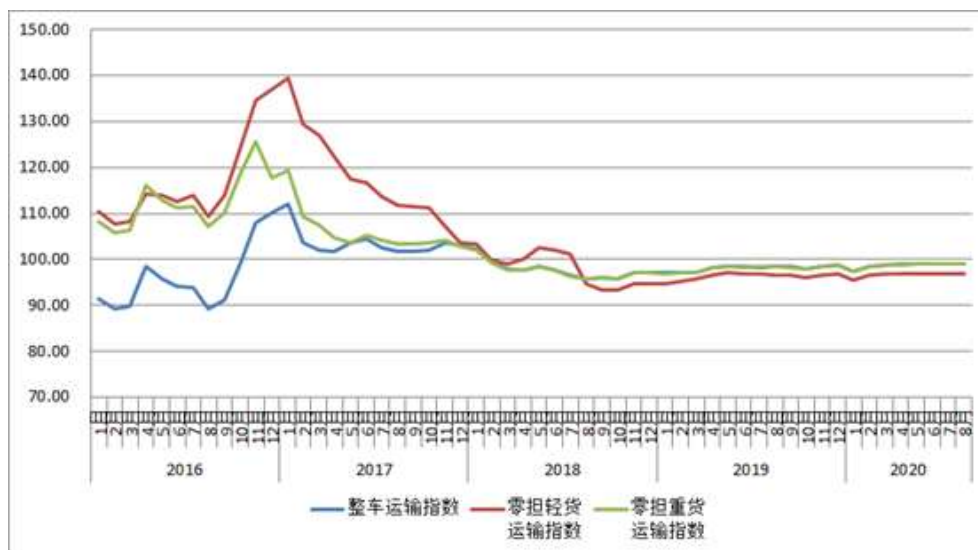


表 1 2020 年 8 月中国公路物流运价指数表

	2019 年	2020 年 8 月	与上月比 (%)
中国公路物流运价指数	97.7	98.5	-0.01
整车指数	98.1	98.9	-0.02
零担轻货指数	96.3	96.8	0.01
零担重货指数	98.0	99.0	0

分车型指数看，各车型指数环比涨跌互现，同比均有小幅增长。以大宗商品及区域运输为主的整车指数为 98.9 点，比上月回落 0.02%，比上年同期回升 0.6%。零担指数中，零担轻货指数为 96.8 点，比上月回升 0.01%，比上年同期回升 0.1%；零担重货指数为 99.0 点，与上月基本持平，比上年同期回升 0.6%。

图 2 2016 年以来各月中国公路物流运价分车型指数



从需求看，8月经济延续复苏向好态势，市场需求进一步回升，PMI 数据显示，8月份制造业 PMI 指数为 51%，连续 6 个月位于 50% 以上，其中新订单指数为 52%，较上月上升 0.3 个百分点。从供给看，南方地区受暴雨、洪涝灾害气候影响，企业生产受阻，部分区域运力供给有所趋缓，但运力供给总体依然较为充足。综合来看，三季度以来国内持续加大扩内需力度、优化市场环境，市场需求加快巩固，进一步增强，同时电商消费持续旺盛以及外部需求改善，对公路运输市场运行提供一定支撑，但综合前期经济恢复周期中，需求回升明显慢于生产和供给，企业反映需求不足的现象依旧存在，8 月运价指数延续回落趋势属于正常市场动态调节显现。分区域看，8 月多数区域运价指数均有不同程度回落。

从后期走势看，下半年经济运行具备稳中向好的发展态势基础，进入 9 月份，预计制造业恢复势头将得以延续，电商快递等民生物流保持快速增长，积极因素不断积累情况下，公路物流需求有望平稳回升，在此基础上运价指数可能企稳回升。

[Top](#)

【8 月份中国电商物流指数为 109.2 点】

中国物流与采购联合会和京东集团联合调查的 2020 年 8 月份中国电商物流运行指数为 109.2 点，比上月上升 1.2 个点，为年初以来最高。从 9 个分项指数看，总业务量指数、农村业务量指数、库存周转率指数、人员指数、物流时效指数、满意率指数上升，实载率指数和成本指数小幅回落，履约率指数与上月持平。

电商物流总需求总体回升。8 月份，总业务量指数为 124.7 点，比上月回升 4.4 个点；分地区来看，8 月份东部和东北地区略微低于全国水平，但四大区域均呈现全面回升态势，东部和中部回升较为明显，其中中部地区需求表现突出，回升超过 10 个点。

农村电商需求回升明显。8 月份，电商物流农村业务量指数为 120.2 点，比上月回升 3.5 个点，并达到了前 8 个月次高水平，仅比 1 月份最高值低 4.1 个点。分地区看，四大区域农村电商物流量均大幅回升，其中东部地区回升幅度最大，8 月份环比回升 6.3 个点。东部、西部和东北地区农村电商业务量高于全国平均水平。

实载率指数和成本指数有所回落，且实载率指数是连续上升 5 个月后的首次



回落。物流时效指数、满意率指数、人员指数和库存周转指数有所上升，履约率指数保持不变。其中，物流时效指数继续保持高位增长，创今年以来新高。

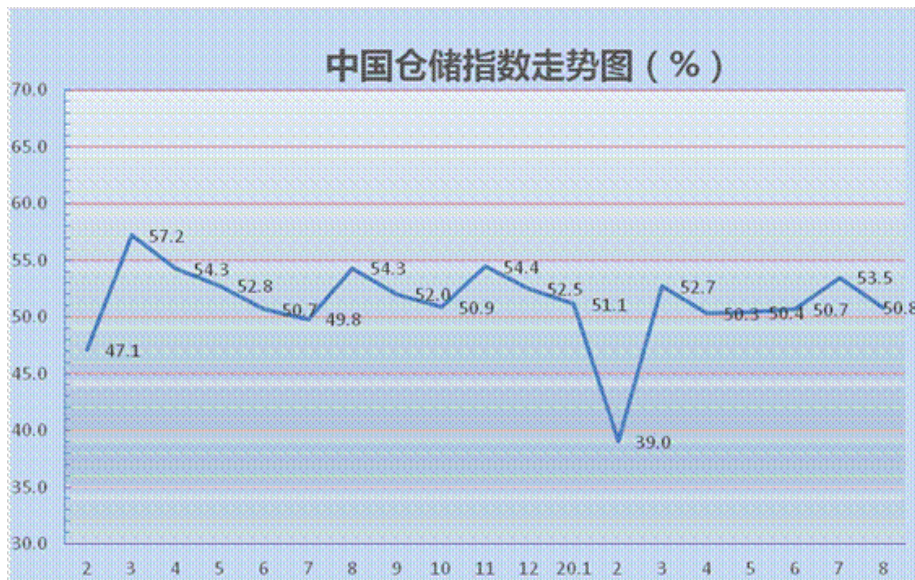
8月份我国电商物流迎来强劲增长，全国电商物流业务量增速超过20%，四大区域总业务量全面回升。需求释放带动整体指数上涨的主要原因，一方面南方大部汛情有所缓解，全国疫情防控形势总体趋于平稳，居民网络消费能力和需求稳定释放，中国物流信息中心数据显示1-7月份全国单位与居民物品物流总额连续两个月保持10%以上增长。另一方面，随着9月份开学，各地大中小学生返校计划提上日程，历史数据显示学生购物频次和消费金额稳定，是电商网购消费的重要基础力量，学生返校进一步提振电商需求。从供给端来看，8月份实载率指数在保持5个月连续上升后首次回落，但仍处于正常波动范围之内。人员指数和满意率指数保持稳定增长，物流时效指数达到年初以来较高水平，反应出需求大幅上涨的情况下，物流企业的供给能力仍然充足。

[Top](#)

【8月份中国仓储指数为50.8%】

中国物流与采购联合会与中储发展股份有限公司联合调查的2020年8月份中国仓储指数为50.8%，较上月下降2.7个百分点。各分项指数中，延伸业务量指数、主营业务成本指数较上月有所回升，其余指数均有不同程度的回落。

由21类商品组成的2020年8月份期末库存指数为50.0%，较上月回落4.5个百分点。分品种来看，生产资料类商品中，钢材、建材等商品库存较上月有较明显回落；生活资料类商品中，服装、家电、农副产品等商品库存较上月有较明显回落。



中储发展股份有限公司总裁助理王勇认为：8月份仓储指数有所回落，行业运行压力较前期加大。8月指数回落主要受期末库存指数和平均库存周转次数指数回落影响。从市场情况来看，目前供需两侧均有所改善，但需求恢复慢于生产恢复，库存仍然保持高位水平，生产企业减缓扩大生产，多数以去库存为主，导致仓储业务量较前期略有回落。此外，8月从业人员指数回落至荣枯线以下，表明行业劳动力供给偏紧，特别是小微企业经营压力较大，从业人数减少。从新订单指数和业务活动预期指数的表现情况来看，企业对未来短期内的业务需求仍有信心，预示未来仓储行业发展仍将保持向好趋势。



业务量下滑。8月份，业务量指数为49.2%，较上月下降3.7个百分点至荣枯线以下；延伸业务量指数为51.7%，较上月上升6.7个百分点。分品种来看，钢材、有色、建材等生产资料类商品业务量有所回落；家电、日用品等生活资料类商品业务量有所回落。

收费价格继续下降。8月份，收费价格指数为49.2%，较上月下降0.1个百分点，连续两个月位于荣枯线以下，反映出随着传统业务需求下滑，收费价格也有所下降。

成本支出再次增长。8月份，主营业务成本指数为51.5%，较上月上升0.1个百分点，连续六个月位于荣枯线以上，表明企业成本支出压力继续加大。

从业人员人数减少。8月份，企业员工指数为49.2%，较上月下降3.0个百分点至荣枯线以下，受业务需求下滑影响，从业人员人数有所减少。

从后期走势来看，8月份，新订单指数为53.8%，较上月下降2.0个百分点；业务活动预期指数为53.8%，较上月下降0.5个百分点。指数表现情况预示未来短期内仓储行业保持平稳向好发展仍有基础。

[Top](#)

【8月份中国非制造业商务活动指数为55.2%】

中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的2020年8月份中国非制造业商务活动指数为55.2%，环比上升1.0个百分点。由于非制造业没有综合指数，通常以商务活动指数来反映非制造业经济的总体变化。

8月，在中国非制造业PMI各单项指数中，在手订单指数、投入品价格指数和业务活动预期指数有所下降，降幅在0.1-1.1个百分点之间，销售价格指数与上月持平，其余各指数环比上升，升幅在0.2-1.0个百分点之间。

中国物流与采购联合会副会长蔡进认为：8月份，非制造业加快增长，经济复苏态势继续向好发展。商务活动指数和新订单指数较上月均有上升，市场供需双双改善，特别是需求回升有利于巩固经济向好发展的基础。伴随着供需齐升，终端销售价格、就业和市场预期继续趋稳。细分数据显示，经济复苏质量有所提升。伴随着“两新一重”建设项目持续推进，投资呈现稳中有升发展趋势。建筑业商务活动指数连续两个月稳定在60%以上，新订单指数升至56%以上的较高水平。在疫情防控和政府扶持政策的双促进下，服务业加快复苏，对经济的拉动作用有所增强。服务业商务活动指数创年内新高，新订单指数较上月上升，连续2个月稳定在51%以上。企业服务、民生服务和线上服务相关活动较上月均有改善。不同规模企业协同回升，大、中、小型企业供需增长较上月均有所加快。总体来看，非制造业继续向好发展，我国经济复苏基础更为坚实，特别是投资与消费双引擎的加快恢复，有利于我国内需潜力的继续释放。未来经济应继续以高质量发展为主线，以需求升级为导向，引领技术升级，创造高质量供给，实现经济发展动态均衡。

分行业来看，建筑业商务活动指数为60.2%；服务业商务活动指数为54.3%。21个行业中，住宿业、航空运输业等19个行业高于50%；房地产业和生态环境保护及公共设施管理业2个行业低于50%。从企业注册类型来看，各企业类型均高于50%，指数在52.8%-55.8%之间。从区域来看，东北部、西部、东部、中部均高于50%，指数在52.6%-56.1%之间。

新订单指数环比上升。2020年8月，新订单指数为52.3%，环比上升0.8个百分点。分行业来看，建筑业新订单指数为56.4%；服务业新订单指数为51.5%。



21 个行业中，住宿业、航空运输业等 17 个行业高于 50%；零售业等 4 个行业低于 50%。

投入品价格指数环比下降。2020 年 8 月，投入品价格指数为 51.9%，环比下降 1.1 个百分点。分行业来看，建筑业投入品价格指数为 52.6%；服务业投入品价格指数为 51.7%。21 个行业中，建筑安装装饰及其他建筑业、住宿业等 16 个行业高于 50%；生态保护环境治理及公共设施管理业等 5 个行业低于 50%。

销售价格指数与上月持平。2020 年 8 月，销售价格指数为 50.1%，与上月持平。分行业来看，建筑业销售价格指数为 52.2%；服务业销售价格指数为 49.8%。21 个行业中，批发业、水上运输业、住宿业、房屋建筑业等 8 个行业高于 50%；建筑安装装饰及其他建筑业、铁路运输业、房地产业、道路运输业等 13 个行业低于 50%。

从业人员指数小幅上升。2020 年 8 月，从业人员指数为 48.3%，环比上升 0.2 个百分点。分行业来看，建筑业从业人员指数为 54.2%；服务业从业人员指数为 47.2%。21 个行业中，房屋建筑业、住宿业、土木工程建筑业等 6 个行业高于 50%；航空运输业、水上运输业、房地产业、装卸搬运及仓储业、电信广播电视和卫星传输服务业等 15 个行业低于 50%。

业务活动预期指数微幅下降。2020 年 8 月，业务活动预期指数为 62.1%，环比下降 0.1 个百分点。分行业来看，建筑业业务活动预期指数为 66.6%；服务业业务活动预期指数为 61.3%。21 个行业中，航空运输业、铁路运输业、住宿业、建筑安装装饰及其他建筑业等 18 个行业高于 60%；房地产业、居民服务及修理业等 3 个行业低于 60%。

[Top](#)

【8 月份制造业 PMI 为 51.0%】

中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的 2020 年 8 月份中国制造业采购经理指数（PMI）为 51.0%，比上月下降 0.1 个百分点。从 13 个分项指数来看，同上月相比，新订单指数、新出口订单指数、积压订单指数、购进价格指数、从业人员指数、生产经营活动预期指数和出厂价格指数上升，指数升幅在 0.1 至 1.0 个百分点之间；供应商配送时间指数与上月持平；生产指数、产成品库存指数、采购量指数、进口指数和原材料库存指数下降，指数降幅在 0.1 至 0.7 个百分点之间。

特约分析师张立群认为：8 月份 PMI 指数小幅下降，表明经济恢复进程减缓。从生产方面看，生产指数、采购量和原材料库存指数等，都有不同幅度下降，表明企业进一步扩大生产的活动趋于谨慎；从需求方面看，新订单、出口订单、积压订单等指数，都有小幅提高，表明扩大内需政策效果继续显现；特别是出口有逆势回升迹象。综合研判，当前正处于生产与市场需求动态协调时期，需求恢复慢于生产恢复；对经济回升的迟滞作用开始显现。企业调查中，仍有超过半数的企业将市场需求不足列为主要困难。应着力加强扩大内需政策的实际效果，尽快提高市场需求的回升速度。

生产指数为 53.5%，比上月下降 0.5 个百分点。从企业规模来看，大型和中型企业的生产指数高于 50%，分别为 55.3%和 54.1%；小型企业的生产指数低于 50%，为 48.1%。

新订单指数为 52.0%，比上月上升 0.3 个百分点。从企业规模来看，大型和中型企业的新订单指数高于 50%，分别为 53.4%和 53.5%；小型企业的新订单指



数低于 50%，为 46.2%。

新出口订单指数为 49.1%，比上月上升 0.7 个百分点。从企业规模来看，大型企业的新出口订单指数高于 50%，为 50.3%；中型和小型企业的新出口订单指数低于 50%，分别为 48.0%和 44.1%。

积压订单指数为 46.0%，比上月上升 0.4 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的积压订单指数都低于 50%，分别为 46.7%、46.8%和 43.2%。

产成品库存指数为 47.1%，比上月下降 0.5 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的产成品库存指数都低于 50%，分别为 47.4%、46.6%和 47.1%。

采购量指数为 51.7%，比上月下降 0.7 个百分点。从企业规模来看，大型和中型企业的采购量指数高于 50%，分别为 52.1%和 52.5%；小型企业的采购量指数低于 50%，为 49.6%。

进口指数为 49.0%，比上月下降 0.1 个百分点。从企业规模来看，大型和中型企业的进口指数低于 50%，分别为 48.9%和 47.9%；小型企业的进口指数高于 50%，为 53.4%。

购进价格指数为 58.3%，比上月上升 0.2 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的购进价格指数都高于 50%，分别为 59.3%、57.6%和 56.8%。

出厂价格指数为 53.2%，比上月上升 1.0 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的出厂价格指数都高于 50%，分别为 54.5%、52.6%和 50.5%。

原材料库存指数为 47.3%，比上月下降 0.6 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的原材料库存指数都低于 50%，分别为 47.5%、47.4%和 46.6%。

从业人员指数为 49.4%，比上月上升 0.1 个百分点。从企业规模来看，大型企业的从业人员指数高于 50%，为 50.1%；中型和小型企业的从业人员指数都低于 50%，分别为 49.1%和 48.0%。

供应商配送时间指数为 50.4%，与上月持平。从企业规模来看，大型和中型企业的供应商配送时间指数都高于 50%，分别为 50.7%和 50.3%；小型企业的供应商配送时间指数低于 50%，为 49.8%。

生产经营活动预期指数为 58.6%，比上月上升 0.8 个百分点。从企业规模来看，大型、中型和小型企业的生产经营活动预期指数都高于 50%，分别为 60.6%、58.3%和 53.8%。

[Top](#)

【航空货运量在 7 月份趋于稳定，因为运力下降推高了利用率】

国际航空运输协会 (IATA) 的最新月度报告显示，7 月份航空货运量保持稳定，但需求继续受到腹舱运力不足的限制。

航空公司协会的数据显示，7 月份以吨公里计的货运需求同比下降 13.5%。

国际航空运输协会说，与 6 月份 16.6%的同比降幅和今年前 7 个月 14.1%的同比降幅相比，这一降幅略有改善。

然而，由于运力有限，货运量并没有像经济指标显示的那样快速增长，7 月份运力下降了 31.2%。

运力下降的主要原因是腹舱面积的减少，7 月份下降了 70.5%。然而，这被 28.8%的货船运力增长所抵消。

由于运力下降快于需求，客座率提高了 11.5 个百分点，达到 56.4%。

尽管过去几个月经济指标与航空货运业的表现有所不同，但该行业也出现了一些积极迹象。



航空协会表示，新的出口订单数据(航空货运的领先指标)显示，未来一段时间，周大运会继续改善。

国际航空运输协会(IATA)总干事兼首席执行官 Alexandre de Juniac 表示：“经济指标正在改善，但我们尚未看到这在不断增长的航空货运量中得到充分反映。”

“尽管如此，航空货运业务比客运业务强劲得多，我们面临的最大挑战之一仍然是在运力严重下降的情况下满足需求。”

“如果边境继续关闭，旅行减少，客队停飞，保持全球经济运转的航空货运能力将受到挑战。”

从区域表现来看，亚太地区航空公司7月份货运量同比下降17.7%，运力下降33.2%。

国际航空运输协会表示：“经过5月份强劲的初步复苏，经季节性因素调整后的月度环比增长已趋疲软。”

北美航空公司报告7月份货运量增长2.9%，这是由于对跨太平洋、亚洲-北美航线的强劲需求，反映了电子商务对亚洲制造产品的需求。这个月的运力下降了24.4%。

在欧洲，该地区的航空公司7月份同比下降了22%，运力下降了36.5%。

国际航空运输协会指出，这与6月份27.6%的降幅相比有所改善。不过，该机构补充称：“对进出该地区的大多数关键贸易通道的需求仍然疲弱。”

中东航空公司报告7月份需求下降14.9%，运力下降27.3%。

国际航空运输协会表示，受该地区一些航空公司激进运营策略的推动，需求较6月份的结果有所改善。

拉美航空公司7月份的需求同比下降了33.2%，低于6月份28.6%的降幅，运力同比下降了49.2%。

国际航空运输协会表示：“在所有地区中，需求和运力的下降最为严重。”“由于采取了严格的封锁措施，Covid-19危机目前对总部位于拉丁美洲的航空公司尤其具有挑战性。7月，拉丁美洲航空货运市场自1990年报告这些统计数字以来首次低于非洲市场。”

最后，由于非洲-亚洲的小市场继续支撑着该地区的表现，非洲航空公司在7月份出现了4%的收缩。国际运力下降33.7%。

[Top](#)

【中美航线运价持续上涨的背后】

2020年以来，全球航运市场面临多重挑战——新冠肺炎疫情暴发、中美贸易博弈加剧。然而，近期跨太平洋航线上运力供不应求和运价的持续上涨，为班轮公司送来一波利好，给其半年报添上了浓墨重彩的一笔。

HMM在其二季度业绩报告中表示，东西向主要贸易通道的盈利能力促进了业绩的提升。展望未来，疫情或将在冬季卷土重来，中美贸易形势也将极大影响市场走向，受到美国需求增加的影响，跨太平洋航线运价短期内或将保持强劲势头。

运价经历两波上涨

自5月底以来，上海至美西航线集装箱运价持续上涨，并于8月底达到自2009年以来新高。根据上海航运交易所发布的上海出口集装箱运价指数(SCFI)，5月22日—8月28日(截稿日)，上海至美西和美东航线集装箱运价经历了两波上涨行情。

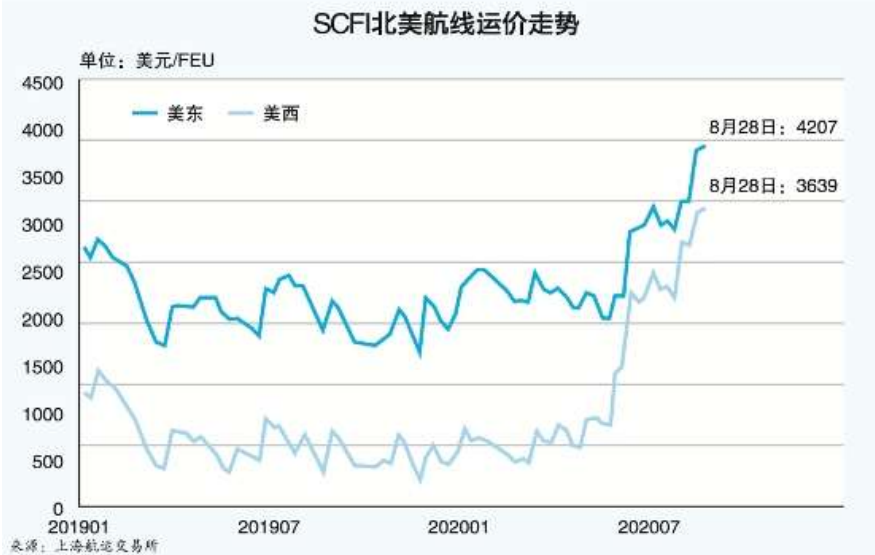


第一波上涨发生在5月22日—6月12日。上海至美西航线集装箱运价从1678美元/FEU涨至2755美元/FEU，涨幅为64.18%；上海至美东航线集装箱运价从2543美元/FEU涨至3255美元/FEU，涨幅为27.99%。

6月12日—7月24日为高位盘整期。上海至美西航线集装箱运价从2755美元/FEU微调至2704美元/FEU；上海至美东航线集装箱运价从3255美元/FEU微涨至3269美元/FEU。

第二波上涨发生在7月24日—8月28日（截稿日）。上海至美西航线集装箱运价从2704美元/FEU涨至3639美元/FEU，涨幅为34.58%；上海至美东航线集装箱运价从3269美元/FEU涨至4207美元/FEU，涨幅为28.69%。

纵观3个月以来，美西航线运价涨幅远大于美东航线涨幅。5月22日—8月28日，上海至美西航线集装箱运价从1678美元/FEU涨至3639美元/FEU，涨幅高达116.87%；上海至美东航线集装箱运价从2543美元/FEU涨至4207美元/FEU，涨幅为65.43%（见图）。



供求关系决定运价走势

“供求关系是决定海运价格的主要因素，运力供过于求时运价则下跌，运力供不应求时运价则上涨，这不是任何市场单方角色所能操控的。”上海航运交易所信息部研究人员表示。

据该人士分析，随着近期运输需求的增长，集装箱运力已全面恢复，班轮公司也已增加临时航班以满足市场需求。但是，班轮航线布局和调整需要时间，因此供需矛盾的缓解未能获得立竿见影的效果。

中美贸易恢复超出预期

上海航运交易所信息部研究人员表示，近期北美航线运价的大幅上涨，基本因素是整体运输需求旺盛。综合来看，中美贸易集装箱运输需求量大增的主要原因有四。

一是，二季度以来中国对于疫情实现有效防控后开始大批量复工复产，外贸运输货物在经历3、4月份备货后，于6月份完成并集中出运。根据中国海关总署公布的数据，1—7月，中国出口美国水路运输贸易额同比（以美元计）分别为-29.59%（1—2月）、-24.17%、

-7.94%、-14.07%、2.59%和7.84%（见表1）。受疫情暴发及中美贸易形势影响，中美贸易额前5月持续同比负增长，6月开始出现正增长。由于中国对于疫



情控制得较好，叠加美国方面对于复工复产的迫切要求，经济恢复较快，超出市场预期，也超出班轮公司所料，此时的集装箱运力尚处于惯性控制中。

表1 前7月上海出口美国重箱同比增长率

月份	中国出口美国水路运输贸易额同比(以美元计)	上海—美西航线		上海—美东航线		班轮公司应对
		集装箱货量同比(%)	SCFI月均值	集装箱货量同比(%)	SCFI月均值	
1月份	-29.59	-6.24	1572美元/FEU	-14.86	2898美元/FEU	疫情暴发期间，贸易量急剧下降，运力需求迅速下滑
2月份		-43.85	1395美元/FEU	-39.14	2714美元/FEU	
3月份	-24.17	-12.53	1509美元/FEU	-18.46	2784美元/FEU	贸易需求大幅度下降，班轮公司于3、4月份大幅度调整航班，收缩运力
4月份	-7.94	-1.07	1607.8美元/FEU	7.38	2706.4美元/FEU	
5月份	-14.07	-13.50	1797.75美元/FEU	-16.56	2633.5美元/FEU	班轮公司惯性控制运力、停航，导致运价上升——5月22日—6月12日，第一波上涨
6月份	2.59	2.84	2562美元/FEU	-9.16	3146美元/FEU	
7月份	7.84	1.95	2873.6美元/FEU	4.44	3370.8美元/FEU	逐渐恢复航班。但是，由于进入传统旺季，消化了恢复航班的那部分运力，运价又一次上涨——7月24日—8月28日(截稿日)，第二波上涨

注：本刊记者根据公开数据整理

二是，自7月开始北美航线步入传统旺季。7—9月属于传统旺季，加上中国在疫情方面控制得较好，市场需求恢复好于预期。根据中国海关总署数据，以水路运输方式统计，前7月中国出口至美国贸易额达1515.35亿美元，同比下降12.15%；自美国进口贸易额达327.66亿美元，同比上升6.24%。但是，7月当月，进出口均实现同比正增长——出口至美国达314.81亿美元，同比上升7.84%；自美国进口达58.62亿美元，同比上升16.12%。贸易增加直接带动运输需求增长。

三是，二季度以来境外防疫物资和相关生活用品的运输需求大幅增长。据中国海关总署新闻发言人、统计分析司司长李魁文介绍，上半年，中国防疫物资、“宅经济”产品出口增长较快，机电产品和劳动密集型产品出口降幅均低于总体降幅。包括口罩在内的纺织品上半年出口同比增长32.4%，医药材及药品、医疗仪器及器械出口同比分别增长23.6%、46.4%，“宅经济”消费提升带动笔记本电脑、手机出口同比分别增长9.1%、0.2%。

四是，基于对后期疫情、中美贸易走势及11月份美国大选等诸多不确定性因素的考虑，货主有集中出货的需求，因此促成了当前集运市场的短期繁荣、运力供不应求、运价大幅上涨的现象。

SCFI 上海至美西和美东航线集装箱运价的上涨，还得结合上海出口美国贸易额的变化来分析。根据中国海关总署数据，1—7月，上海出口美西航线集装箱货量同比增长分别为-6.24%、-43.85%、-12.53%、-1.07%、

-13.50%、2.84%和1.95%；上海出口美东航线集装箱货量同比增长分别为-14.86%、-39.14%、-18.46%、7.38%、-16.56%、-9.16%和4.44%（见表1）。单从美西航线集装箱货量同比情况来看，5月份尚为-13.50%，6月份和7月份即出现正增长，分别为2.84%和1.95%。但班轮公司6月份仍处于惯性控制运力、部分航班停航状态，虽然6月之后根据市场表现逐步恢复航班运力，但航班恢复没有跟上市场需求恢复的速度，导致短期运力仍然供不应求。

航班恢复调整需要时间

上半年，受疫情蔓延全球和中美贸易形势紧张的影响，贸易前景不被看好，班轮公司不得不停航大量运力。但是，随着疫情的好转，尤其是中国有效控制疫



情、中美贸易形势的变化及美国对复工复产需求迫切等积极因素的影响，中美贸易快速恢复、对海运需求突然暴增，运力释放速度跟不上需求恢复速度，促使运价快速上涨。班轮公司虽随着市场回暖逐步释放运力，并且始终在配合贸易需求的变化而积极调控运力，但是，航线布局和航班调整需要时间，供需矛盾难以立即缓解。

从时间轴上看，前2月疫情暴发期间，市场悲观情绪较浓，预期贸易量和运输需求将同步下降，因此班轮公司大幅缩减运力。

3—4月，基于贸易需求大幅度下降的数据表现，班轮公司继续大幅度调整航班、收缩运力。

5月，班轮公司惯性控制运力、停航导致运价上升；另一方面，由于中国控制疫情较好，同时美国方面对于复工复产的需求迫切，中美贸易表现好于市场预期，中美贸易额同比下降幅度逐渐缩小，并于6月份成功实现正增长。运力的缩减及运输需求的陡增，运力供不应求的局面促使运价急剧上升，也因此上海—美西和美东航线的运价在5月22日—6月12日出现第一波上涨。

意识到市场的需求大幅增加，班轮公司开始相应释放运力，调整航次，增加临时航班，市场逐渐达到了自我平衡状态，也因此出现了6月12日至7月24日的运价震荡调整期。

7—9月属于中美航线的传统旺季，班轮公司释放的运力很快被消化，运价因此于7月24日—8月28日（截稿日）出现第二波上涨。

数据也反映出班轮公司配合市场需求增加运力，保障全球供应链顺畅的主动性。上海航运交易所信息部准班率项目组向《航运交易公报》记者分析道，根据其集运市场北美航线航班及其常用船舶动态跟踪发现：一是，班轮公司随着运价上升逐渐恢复航班运力，尤其是上海至美西航班航次数于7月份恢复至2019年同期水平（见表2）；二是，跟踪分析5月23日—8月23日上海至美西航线常用船舶动态可以发现，班轮公司的换船频率非常高——使用次数为5次的船舶只有1艘，占该航线总运力的0.6%；使用次数为4次的船舶只有6艘，占该航线总运力的3.6%；使用次数为3次的船舶有27艘，占该航线总运力的16.3%；使用次数为2次的船舶有42艘，占该航线总运力的25.3%；使用次数为1次的船舶有90艘，占该航线总运力的54.2%。由此可见，因为临时增加的航次较多，班轮公司在此期间一直难以调配到位，未能形成一个完整、稳定的航次组合。

表2 上海—美西航班航次数				上海—美东航班航次数			
月份	2019年	2020年	同比(%)	月份	2019年	2020年	同比(%)
1月	178	143	-20	1月	98	95	-3
2月	150	110	-27	2月	85	87	2
3月	146	106	-27	3月	84	74	-12
4月	142	123	-13	4月	82	79	-4
5月	146	106	-27	5月	90	81	-10
6月	152	123	-19	6月	93	74	-20
7月	152	152	0	7月	96	84	-13

来源：CargoSmart(该统计数据仅包含15家班轮公司的航次数)

中美航线未来趋势



快航服务增加，提供高质量服务

既然普通班轮服务未能满足市场集中出货的需求，班轮公司基于当前市场的强劲需求及对后期市场诸多不确定性因素判断，适时增加快航服务。

快航服务的推出应需而生，既能够满足中美贸易货主尽快出货的需求，又能给班轮公司带来比普通班轮更多的收入。

据上海航运交易所信息部准班率项目组统计，截至目前，中美航线上已有 6 个快航服务（见表 3），具体为：达飞轮船的 EXX 和 EX1、美森轮船的 CLX 和 CLX+、中远海运集运的 AACI 和以星航运的 ZEX。

序号	班轮公司	快航服务	航期	船型	挂靠港口	首航时间
1	达飞轮船	EXX	由上海离港,11天抵达洛杉矶港	3500-5000TEU型船	宁波、上海、洛杉矶、夏威夷、荷兰港、横滨、釜山、宁波	2018年8月
2		EX1	由上海和釜山离港,分别用14天和11天抵达洛杉矶港	5500-7500TEU型船	青岛、上海、釜山、洛杉矶、奥克兰、横滨、那霸、釜山、青岛	2017年
3	美森轮船	CLX	由上海离港,10.5天抵达洛杉矶长滩港	5艘2500-3600TEU型船	宁波、上海、洛杉矶、夏威夷、关岛	2006年开启
4		CLX+	由上海离港,11天抵达洛杉矶港	以4250TEU型及4300TEU型船为主	宁波、上海、洛杉矶	2020年5月初增加
5	中远海运集运	AACI	宁波—洛杉矶的航期从13天减至11天	9380-10060TEU型船	林查班、海防、上海、宁波、长滩、奥克兰	2020年8月初服务提速,配套船舶靠港后48小时可提货的服务
6	以星航运	ZEX	盐田—洛杉矶航期12天	5艘4500-5000TEU型船	大铲湾、盐田、洛杉矶、大铲湾	2020年6月22日首航

注：本刊记者根据公开资料整理

8月底，上海至美西航线服务共 22 条左右，其中快航服务有 5 条，占比超 20%，明显超过其他航线。其中，美森轮船的 CLX+、中远海运集运的 AACI 和以星航运的 ZEX 都是 5 月份市场需求出现恢复性增长时才增加的服务。这进一步说明，班轮公司在积极配合市场需求增加运力，以保障全球供应链的顺畅。

快航服务在提供快速和准时等高质量服务的同时，也部分带动运价上涨，构成运价上升的原因之一。

据《航运交易公报》8 月份刊发的《班轮公司纷纷增加中美快航服务》一文报道，原达飞轮船（中国）副总裁、现国桥远航（中国）战略发展总监郭绍海表示，快航服务的运价比普通班轮服务普遍贵 1000 美元/FEU，当然班轮公司的盈利也随之增长 200%~300%。

据上海航运交易所信息部研究人员分析，快航服务价格高的原因有两点。

第一，所部署船型较小，因此单舱成本偏高（普通干线班轮服务，在美线上满载的前提下，船型每增加 1000TEU，单舱成本则减少约 100 美元）。

第二，挂港少拉货快，便于备货，备货速度快，运输速度也快。

航班运力全面恢复，市场波动难以预料

从全球集装箱运输市场来看，近 2 个月内，闲置运力几乎减少了一半。Alphaliner 数据显示，5 月 25 日，集装箱船闲置运力为 272.28 万 TEU，占总运力的 11.6%；8 月 3 日，集装箱船闲置运力为 120.07 万 TEU，占总运力的 5.1%。也就是说，期间班轮公司恢复了 152.21 万 TEU 的运力。

中国班轮公司方面，8 月底，中远海运集团宣布，通过开设加班船、从其他航线调配船舶、从市场上寻求租船等手段，竭尽所能做好运力保障，其中跨太平洋航线从 6 月中旬开始，中远海运集团即在基本周舱位 4.1 万 TEU 的基础上，增加投入船舶 11 艘次，合计增加舱位 12.8 万 TEU。统计数据显示，7—9 月，中远



海运集团跨太平洋航线运力，同比增幅分别高达 13%、24%、24%。

国际班轮公司方面，据 Sea-Intelligence 称，全球班轮公司于三季度恢复跨太平洋西海岸的航线。在亚洲—北美西海岸，已经恢复先前宣布的第三季度的 30 条“空白航线”。在这 30 条“空白航线”中，有 22 条由 THE 联盟恢复。

与此同时，班轮公司还积极提高服务质量，根据市场需求增加快航服务，提供快速、准时的服务。可以说，班轮公司为促进全球贸易，保障全球供应链的稳定做出了应有的贡献。

对于后期运价的走向，上海航运交易所信息部研究员持谨慎态度：“全球集装箱班轮运价起伏主要由供求关系决定，而非人为所能操控。此前，由于疫情打乱了传统的运输节奏，传统旺季运价在高位会持续一段时间。但随着旺季淡出，运价也将逐步回落。”

上海航运交易所信息部研究员继续表示，全球经济贸易的高度不确定性，或将继续影响全球集装箱班轮运输市场的波动。

[Top](#)

【中国/USEC 费率突破 4000 美元关口】

人们普遍预测，中国和美国东海岸港口之间的每箱运费将达到 4000 美元。随着美国消费者需求飙升，加上航运公司精明的供应方面管理，运费价格出现了出乎意料的牛市行情，这一预期已经落地。

航运公司于 9 月 1 日推出的连续第 4 次整体费率上调，推动世界两大经济体之间的现货费率首次突破 4000 美元/FEU 关口，在中美东海岸贸易通道(FBX03)上，货运费率达到 4125 美元/FEU 关口，较上周上涨 6%。同一时期，中美西海岸的一个类似箱子价格上涨了 3%，达到 3436 美元/FEU，是去年同期的两倍多。

在线市场 Freightos 首席营销官 Eytan Buchman 表示，几乎没有人会想到，美国政府征收的关税，加上一场全球流行病，会造成最近这种失控的情况。

他表示：“正如最近的需求激增所表明的那样，有关贸易战和大流行病将导致各国摆脱对中国出口的依赖的预期尚未实现。”

“由于政府在经济重新开放后采取措施刺激制造业，7 月份中国出口总额达到第二高的月度水平。”

填补美国耗尽库存的热潮，给西海岸的港口带来了压力，长滩迎来了有史以来最繁忙的一个月。

今年 7 月是该港口 109 年历史上最繁忙的一个月，共有 753081TEU 在码头穿梭，刷新了两年前创下的纪录。

长滩港执行董事 Mario Cordero 表示：“长滩港的供应链工人熟练地处理了受欢迎的货物激增，这是由消费者压抑的需求带来的。”“在冠状病毒对经济造成毁灭性影响之际，这是一个好月份，一个亮点。”

进口额为 376807TEU，同比增长 20.3%，而出口额为 138602TEU，同比增长 24.1%。重新定位的空集装箱上涨 20.8%，至 237672TEU。今年前 7 个月，该港口的总吞吐量为 4186115TEU，同比下降 2.8%。

[Top](#)

【全球班轮公司运力百强最新排名-2020.9】

根据 Alphaliner 最新公布的数据截止 9 月 1 日全球在运营集装箱船数量共计 6135 艘总运力为 2396.6 万 TEU 折合约 2.89 亿载重吨。其中前三大班轮公司



总运力占全球市场的 45.36%。

全球班轮公司运力排名前三依然是马士基航运(407.4855 万 TEU 占比 17.00%)、地中海航运(381.7483 万 TEU 占比 15.93%)以及中远海运集团(297.8199 万 TEU 占比 12.43%)。

Alphaliner 指出运力排名第 4 名第 10 名依次为:达飞轮船、赫伯罗特、海洋网联船务(ONE)、长荣海运、现代商船、阳明海运和太平船务。其中前 7 名运力都超过 100 万 TEU。

排名第 11 至 20 名依次为:以星航运、万海航运、中谷海运、高丽海运(KMTC)、伊朗国航(IRISL)、安通控股、海丰国际、UniFeeder、X-Press Feeders Group 和德翔航运。

在上榜的中国大陆班轮公司中中远海运集运排名第 3 位中谷新良海运排名第 13 位安通控股(泉州安盛船务)排名第 16 位海丰国际排名第 17 位中外运集运排名第 25 位宁波远洋排名第 36 位上海锦江航运排名第 41 位大连信风海运排名第 44 位太仓港集装箱海运排名第 69 位天津达通航运排名第 74 位海安新港排名第 84 位广西鸿翔船务排名第 97 位大连集发环渤海集运排名第 98 位。

[Top](#)

【国际干散货运输市场月度报告(2020.08)】

本期,国际干散货运输市场各船型表现分化,海岬型船两洋市场震荡上行,巴拿马型船南美粮食市场走势强劲,运价已上涨至年内高位,超灵便型船东南亚市场先抑后扬。远东干散货指数综合指数大幅上涨。8月31日,上海航运交易所发布的远东干散货指数(FDI)综合指数、运价指数和租金指数分别为1060.38点、897.34点和1304.95点,分别较上期末上涨16.9%、10.4%和24.5%,本期平均值分别较上期上涨2.9%、1.8%和4.1%,较去年同期下跌18.7%、18.8%和18.6%。

运力方面,国际干散货运输市场运力继续增加。据克拉克森统计,截至8月底,全球干散货市场运力总计12218艘,9.03亿载重吨,较上月末增加12艘,163万载重吨。

本期海岬型船两洋市场运价呈现震荡上行走势。宏观方面,国内钢厂高炉开工率维持高位,8月以来247家钢厂的平均高炉开工率为91.54%,钢厂盈利率仍维持在95.24%的高位,在盈利水平不变的情况下,高炉开工率的增长间接反映出钢厂对原料需求的增长。8月初,连续3周港口铁矿石库存回落,月底港口库存企稳回升,国内对铁矿石需求释放。8月品位为65%的巴西铁矿石价格从月初124.45美元/吨上涨至19日136.7美元/吨,创下年内新高,随后巴西铁矿石价格持续高位徘徊。航运市场,8月太平洋市场受台风影响较为明显,船舶滞港现象较为普遍,澳大利亚铁矿石周平均发货量在1600万吨左右。上旬,受台风“黑格比”影响,太平洋市场部分运力滞港,船舶周转速度放缓,市场运力供给阶段性紧张,另一方面,澳洲主要发货人均在市场上询船,市场氛围相对活跃,铁矿石发货量尚可,太平洋市场运价震荡上行。中旬,由于新加坡国庆假期,加之市场上仅力拓一家发货人询船,租家借机压价,船东下调报价,但因国内对于澳洲产品许可证申请期限延长,船舶卸货速度有所放缓,运力供给趋紧,澳大利亚丹皮尔至青岛航线运价在8.2-8.4美元/吨之间震荡盘整。下旬,澳洲主要矿商陆续现身市场询船,西澳铁矿石发货量尚可,叠加台风天气影响,可用运力趋紧,太平洋市场运价在小幅下跌后企稳反弹。8月31日,中国-日本/太平洋往返航



线日租金为 21392 美元，较上期末上涨 30.9%。本期平均 20893 美元，较上期下跌 7.7%，较去年同期平均下跌 19.9%。西澳丹皮尔至青岛航线运价为 8.367 美元/吨，较上期末上涨 17.1%；本期平均值 8.169 美元/吨，较上期平均微跌 0.4%，较去年同期平均值下跌 16.7%。远程矿航线，月初，市场延续上月末上涨走势，外加铁矿石货盘有所增多，巴西图巴朗至青岛航线运价上涨至 5 日 18.588 美元/吨，后受新加坡假期影响，市场氛围转弱，运价有所回调。下半月，由于市场前期空放运力较多，且铁矿石货盘减少，加之船东急于成交，降低报价，运价快速下挫。临近月底，铁矿石价格高企，刺激矿商发货，巴西铁矿石周出口量创下年内新高上涨至 873 万吨，且市场运力过剩情况有所好转，远程矿航线运价企稳。8 月 31 日，巴西图巴朗至青岛航线运价为 18.238 美元/吨，较上期末上涨 5.0%，本期平均值 17.756 美元/吨，较上期平均下跌 2.9%，较去年同期平均值下跌 21.9%。

巴拿马型船南美市场运价大幅上涨后略有回调，月底再创新高，太平洋市场租金月中创下年内高点后回落，月底企稳反弹。粮食航线，上半月，一方面南美、美湾粮食货盘持续释放，且北美粮食出口旺季临近，船东挺价信心增强，另一方面北大西洋运力供给偏紧，分流不少空放南美的运力，多重利好因素叠加，巴西桑托斯至中国北方港口粮食航线运价上涨至 32.4 美元/吨。下半月，由于南美粮食运价已至年内高位，租家逐渐放缓发货节奏，南美、美湾粮食发货量有所减少，且 FFA 远期合约价格回落，市场氛围转弱，粮食航线运价回调。临近月底，随着 9 月北美粮食传统旺季开启在即，粮食运需有望进一步释放，船东报价坚挺，粮食航线运价再度上涨。8 月 31 日，巴西桑托斯至中国北方港口粮食运价为 32.804 美元/吨，较上期末上涨 13.0%，本期平均 31.57 美元/吨，较上期平均上涨 5.9%，较去年同期平均下跌 19.2%。太平洋市场，上半月，市场抛出不少 8 月底 9 月初的澳大利亚煤炭货盘，焦煤逐渐成为进口主力，印尼煤炭货盘仍偏少，加之南美粮食航线运价持续走强，吸引船东空放运力至南美，太平洋区域运力供给逐渐吃紧，巴拿马型船中国-日本/太平洋往返航线日租金 17 日上涨至 13369 美元，创年内高点。下半月，受进口煤炭额度影响，澳大利亚及印尼进口煤炭货盘均偏少，且华南地区部分港口已用尽进口煤炭额度，进口煤炭运输需求持续疲软，租金上涨乏力。太平洋市场租金在缺少货盘支撑的情况下高位回调。月底，受益于南美行情走势强劲，太平洋市场租金企稳反弹。8 月 31 日，中国-日本/太平洋往返航线日租金为 13100 美元，较上期末上涨 26.1%，本期平均 12483 美元，较上期平均上涨 23.6%，较去年同期下跌 13.6%。印尼萨马林达至广州航线运价为 5.333 美元/吨，较上期末上涨 5.9%，本期平均 5.340 美元/吨，较上期平均上涨 5.2%，较去年同期下跌 28.4%。

超灵便型船东南亚市场先抑后扬。上旬，东南亚市场镍矿、铝矾土和煤炭货盘较少，仅水泥熟料货盘尚可，租金小幅回落。中下旬，一方面印度出口的铁矿及南非出口的煤炭和铁矿运需持续释放，外加南美粮食市场走势强劲，持续吸引东南亚市场运力，导致即期运力供给偏紧，船东报价坚挺。另一方面，受国内房地产及基建需求带动，水泥熟料货盘表现活跃，且镍矿及铝矾土货盘也有不少运输需求，东南亚市场租金企稳回升。8 月 31 日，中国南方/印尼往返航线日租金为 8521 美元，较上期末上涨 12.9%；本期平均 7822 美元，较上期平均上涨 4.4%，较去年同期平均下跌 24.1%。新加坡经印尼至中国南方航线日租金为 10541 美元，较上期末上涨 10.8%。中国渤海湾内至东南亚航线日租金为 5981 美元，较上期末上涨 15.2%。印尼塔巴尼奥至广州航线运价为 6.766 美元/吨，较上期末上涨



7.6%。菲律宾苏里高至日照航线运价为 8.907 美元/吨，较上期末上涨 6.8%。

[Top](#)

【中国沿海(散货)运输市场月度报告(2020.08)】

进入 8 月份，高温天气肆虐，沿海地区气温明显升高，季节性特征显现。华南地区率先发力，之前普降大雨的长江沿线以及华东地区气温也明显升高，沿海散货运输需求增加，运价旺季上涨。8 月 28 日，上海航运交易所发布的沿海(散货)综合运价指数报收 1061.71 点，较上月同期上涨 9.2%，月平均值为 1036.61 点，较上月上涨 6.0%。

1、煤炭运输

从 7 月份的情况来看，入夏以来，由于天气情况相差较大，华南与华东、进江航线运输市场走势有所分化。华南地区受持续高温天气影响，煤炭消费需求维持较好表现。但华东及进江航线表现低迷，受梅雨天气持续影响，气温普遍偏低，长江沿线甚至出现洪涝灾害，煤炭需求低迷，运价低位徘徊。不过进入 8 月份，情况有所改观，迎峰度夏旺季特征显现。具体情况来看，8 月月初，“大伏天”开始逐步拉高各地气温，前期阴雨围绕的长江沿线以及华东地区气温普遍站稳 35℃，民用电需求提升明显。与此同时，雨水天气明显减少，工地、基建项目建设进度有所恢复，工业用电也一定程度回暖。华东电网最高用电负荷节节攀升，电厂机组满发，日耗连续多天刷新历史记录，煤炭需求释放。而华南地区煤炭需求依旧保持旺盛态势，气温居高不下，外贸煤持续受限无法填补缺口，内贸煤需求高涨。全国用煤环境整体改善，加上月中大秦线铁路发生出轨事件，使得煤炭供给出现一定缺口，港口到车、调入量出现大幅下降。煤炭价格上涨预期浓厚，即便库存相对充裕，下游电厂及贸易商依旧加大采购力度，租船热情高涨。运力方面，在外贸运输市场较好走势的影响下，内外贸兼营船舶回归数量有限。同时，基建项目加快被梅雨季节耽误的施工进度，非煤货种需求增加，砂石等建材货盘频现，进一步挤占运力。综合上述情况，在华东、进江、华南航线以及外贸航线的联动作用下，8 月份运输需求明显转好，各航线运力均略显紧张，运价迎来较大上涨空间。

8 月 28 日，上海航运交易所发布的煤炭货种运价指数报收 1050.08 点，较上月同期上涨 14.1%，月平均值为 1013.55 点，较上月上涨 9.9%。8 月 31 日，上海航运交易所发布的中国沿海煤炭运价指数(CBCFI)中，秦皇岛至上海(4-5 万 dwt)航线市场运价为 27.4 元/吨，较上月同期上涨 9.3 元/吨，8 月平均值为 24.7 元/吨，较上月上涨 32.7%；秦皇岛港至张家港(4-5 万 dwt)航线市场运价为 29.9 元/吨，较上月同期上涨 10.1 元/吨，8 月平均值为 26.9 元/吨，较上月上涨 31.4%；秦皇岛至南京(3-4 万 dwt)航线市场运价为 36.2 元/吨，较上月同期上涨 9.6 元/吨，8 月平均值为 33.3 元/吨，较上月上涨 23.7%。华南航线，秦皇岛港至广州(6-7 万 dwt)航线市场运价为 36.3 元/吨，较上月同期上涨 5.8 元/吨，8 月平均值为 36.3 元/吨，较上月上涨 21.2%。

2、金属矿石运输

当前，宽松货币政策和积极的财政政策，特别是“两新一重”建设，为我国钢材市场创造了非常好的发展空间，我国钢铁生产创下新高。7、8 月是钢材传统淡季，不过在国内钢铁消费和利润的驱动下，钢厂高炉产能利用率持续攀升。截至 8 月 21 日，全国 247 家钢厂高炉产能利用升至 94.8%，同比增长 6.7%。总体来看，沿海铁矿石运输市场表现良好。8 月 28 日，金属矿石货种运价指数报



收 1040.23 点,较上月同期上涨 6.8%,月平均值为 1021.48 点,较上月上涨 4.4%。

3、粮食运输

8 月份,受已拍卖的临储玉米进入上市旺季、进口玉米数量不断增加等因素影响,国内玉米价格日趋稳定,市场对供应进一步趋紧的担忧减弱。与此同时,一些贸易商特别是中小型贸易商担心价格下滑令利润缩水,纷纷降价加快出库节奏,粮食运输需求表现较好。8 月 28 日,粮食货种运价指数报收 832.12 点,较上月同期上涨 16.5%,月平均值为 809.93 点,较上月上涨 11.1%。

4、原油及成品油运输

国内疫情得到有效控制以来,成品油资源供应快速恢复,但需求恢复相对缓慢,过剩供给难以消化,下游库存持续爆满,鉴于上述情况,上游开始放缓出货节奏,8 月份部分炼厂选择检修,运输市场货盘减少。8 月 28 日,上海航运交易所发布的成品油货种运价指数为 1689.28 点,较上月同期下跌 4.9%;原油货种运价指数为 1541.7048 点,与上月同期基本持平。

[Top](#)

【中国公路物流运价周指数报告（2020.9.4）】

2020 年 8 月 31 日-9 月 4 日当周,由中国物流与采购联合会和林安物流集团联合调查的中国公路物流运价指数 985.05 点,比前一周回落 0.01%。

图 1 2016-2020 年各周中国公路物流运价指数



分车型看,各车型指数环比涨跌互现。其中,整车指数为 988.90 点,与前一周基本持平;零担轻货指数为 968.51 点,比前一周回升 0.01%;零担重货指数为 989.03 点,比前一周回落 0.03%。

图 2 2016 年以来各周中国公路物流运价分车型指数

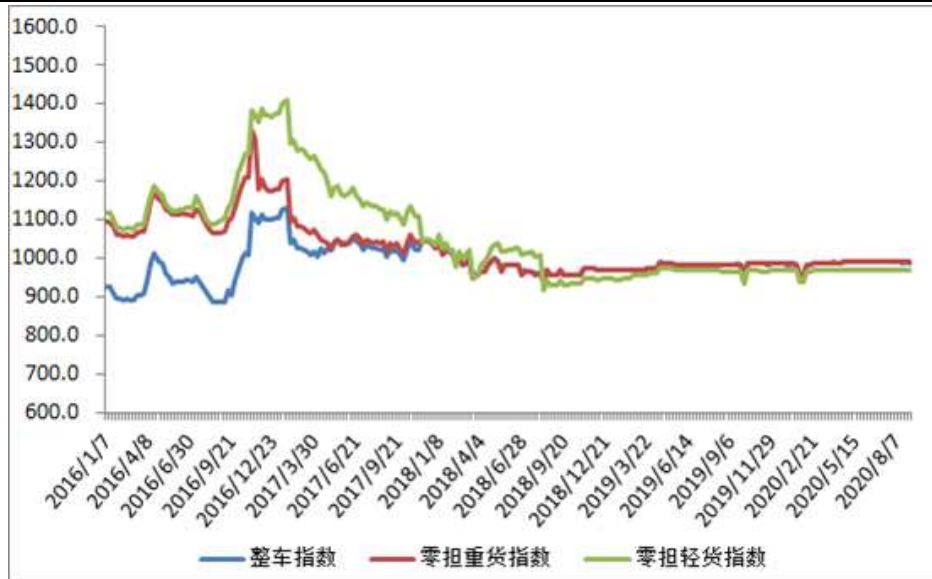


表 1 当周部分线路平均价格及环比情况对比

线 路	单 位	长春-银川	武汉-重庆	石家庄-深圳
整车价格(9.6 米)	元/车	4832	7165	9555
比上周 (±)	%	-1.31	-1.74	1.04
整车价格(13.5 米)	元/车	6621	9952	13271
比上周 (±)	%	-1.33	-1.73	1.04
整车价格(17.5 米)	元/车	7909	11943	15926
比上周 (±)	%	-1.32	-1.73	1.04
零担轻货价格	元/立方	87	93	108
比上周 (±)	%	0	0	0
零担重货价格	元/吨	276	397	530
比上周 (±)	%	-1.43	-1.73	0.95

当周，公路物流需求延续平稳走势，运力供给较为充足，运价指数总体平稳、略微回落。从后期走势看，随着 9、10 月生产建设旺季来临，运价指数可能呈现震荡回升。

[Top](#)

热点论述

【2020 上半年医药物流行业经营分析报告】

随着疫情渐稳，为了解医药供应链企业 2020 上半年经营情况，同时对 2020 年下半年发展形势进行初步预测。中物联医药物流分会进行了专题调研，调研报告如下：

01 2020 上半年行业整体运行情况

调研企业类型

此次被调研企业包括医药生产企业、商业企业、物流企业、物流设施设备企业，以及其他诸如医学检验、医药金融等企业，数量共计 200+。详见图 1。

图 1 各类被调研企业数量占比



本文数据整理分析主要按照医药生产企业、医药商业企业、医药物流与设施设备企业三类进行划分。

营业收入增减情况并存，整体保持平稳增长

2020 年上半年与 2019 年上半年相比，被调研企业营收增长与下降并存，整体保持平稳增长态势。其中将近二分之一的企业营业收入实现了不同程度的增长，占比约 45.2%，无明显变化的企业占比约 32.54%，22.26%的企业面临营收下滑的压力。详见图 2。

图 2 2020 年上半年企业营收变化



按企业类型统计，与 2019 年相比，2020 年上半年营业收入结果如下：

○ 医药生产企业：

少部分企业略有下降，但被调研企业整体呈增长趋势。其中保持不同程度增长的企业占比约 50%，且不同增幅企业占比比较均衡；营收下降的企业占比约 12.5%。此外，主营业务为生物制品的企业均呈稳定增涨态势。

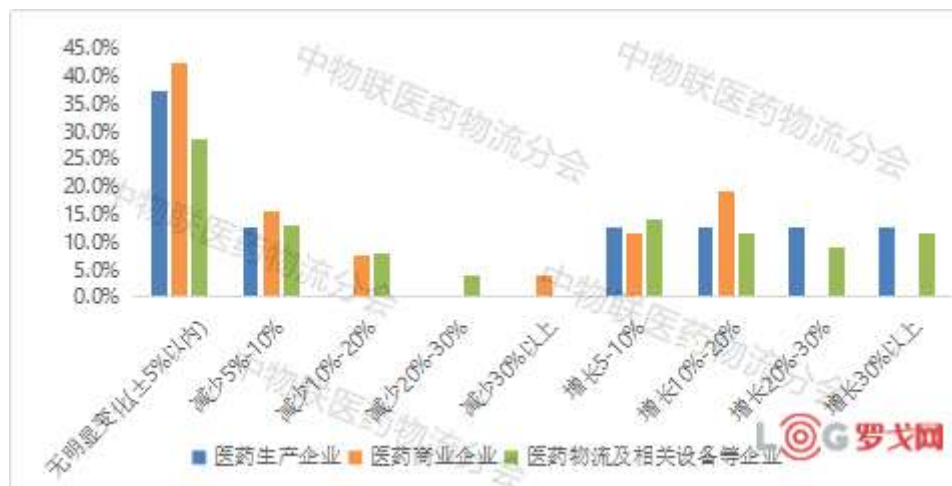
○ 医药商业企业：

营收情况整体呈平稳趋势，其中保持不同程度增长的企业占比约 31%。与生产企业不同的是，增幅在 5%-20%之间，无增幅>20%的企业，且营收下降企业数量较多，占比约 27%。

○ 医药物流及相关设备等企业：

营收情况整体呈增长趋势。其中保持不同程度增长的企业占比约 48%，无明显变化企业占比约 28%，呈下降趋势企业占比约 24%。详见图 3。

图 3 不同企业类型营收变化统计



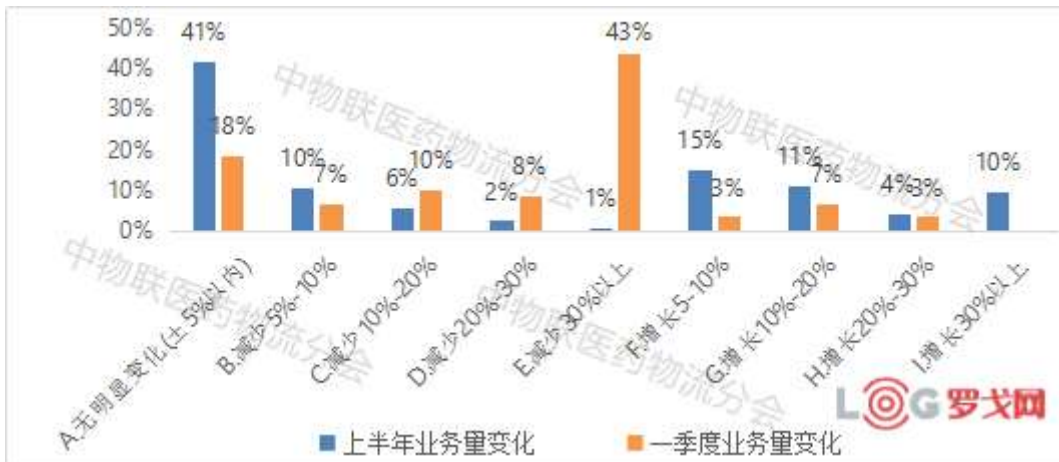
经初步加权测算，上半年行业营业收入同比增长约为 9%，与图 3 中企业变化趋势集中落在增长 5%-20%区间及无明显变化区间反应基本一致。增长原因简析：上半年，中西抗病毒药物、临床试验用药、防护和病毒检测类医疗用品、医院诊疗设备等抗疫防疫医疗物资需求大幅增加，互联网医疗业务量也显著提升；而且随着防疫常态化的到来，疫苗、预防用药、防控诊断相关的需求仍然旺盛。整体上催化了医药行业快速发展，医药生产物流企业增量迅速。

业务量二季度回暖，上半年整体保持增长



2020 年上半年与 2019 年上半年相比，被调研企业业务量整体保持增长，其中保持不同程度增长趋势的企业占比约 39.68%，无明显变化企业占比约 41.27%，呈下降趋势企业占比约 19.05%。通过与今年 2 月份调研结果对比，随着疫情得到控制，各地迅速复工复产，二季度业务量逐步回暖且增势明显，因此上半年业务量整体来看保持缓慢增长的态势。详见图 4。

图 4 企业上半年与一季度业务量变化对比图



按被调研企业类型统计，与 2019 年相比，2020 年上半年业务量结果如下：

○ 医药生产企业：

业务量整体呈上升趋势，无明显下降企业。其中保持不同程度增长的企业占比约 50%，无明显变化企业占比约 50%。

○ 医药商业企业：

受疫情影响较明显，业务量保持不同程度增长的企业较少，占比约 20%，无明显变化企业占比约 46%，呈下降趋势企业 34%。说明商业企业相对其他类型企业来说，上半年面临较大的经营压力。这也一定程度上说明，一票制已逐步推行，商业企业的价值出现弱化态势。

○ 医药物流及相关设备等企业：

业务量整体呈上升趋势。其中保持不同程度增长的企业占比约 43%，无明显变化企业占比约 39%，呈下降趋势企业占比约 18%。整体来看，医药物流企业上半年受疫情影响程度可控，并没有 2 月份预期那么悲观，也说明医药物流企业在供应链中的价值和重要程度已显现。详见图 5。

图 5 不同企业类型业务量变化统计



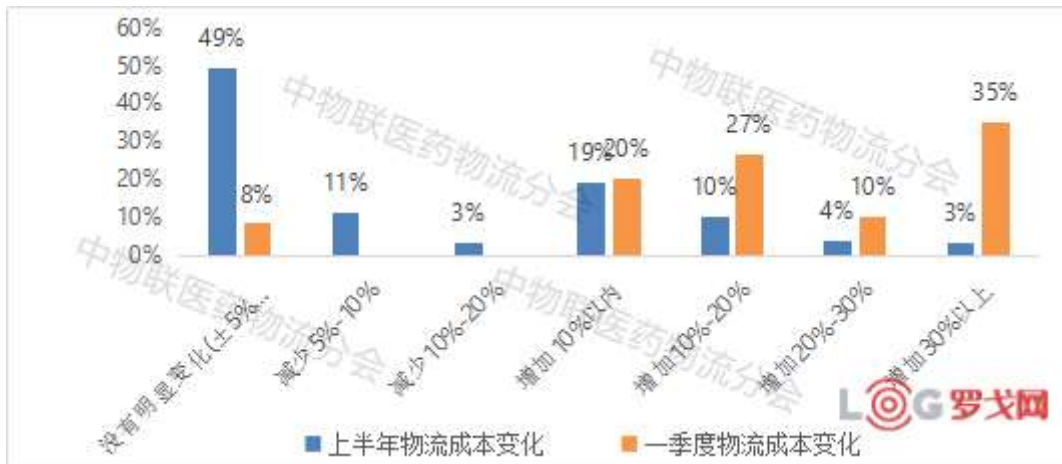


经初步加权测算，上半年行业业务量同比增长约 8%，图 5 中企业变化趋势集中落在增长 5%-20%的区间及无明显变化区间反应基本一致。

上半年物流成本仍整体上升，物流企业增幅最多

与 2019 年上半年相比，2020 年上半年被调研企业物流成本整体上升，其中呈不同程度增长的企业占比约 36.51%，无明显变化的企业占比约 49.21%，呈下降的企业占比约 14.28%，通过与一季度物流成本综合对比，二季度减势明显，但上半年整体仍呈上升趋势（见图 6）。

图 6 企业上半年与一季度物流成本变化对比图



按被调研企业类型统计，与 2019 年相比，2020 年上半年物流成本结果如下：

○ 医药生产企业：

物流成本整体无明显变化，75%的企业物流成本无明显变化，物流成本呈不同程度增长的企业占比约 25%。整体来看，生产企业的物流成本增幅较小，这也与“链主”身份相符合。

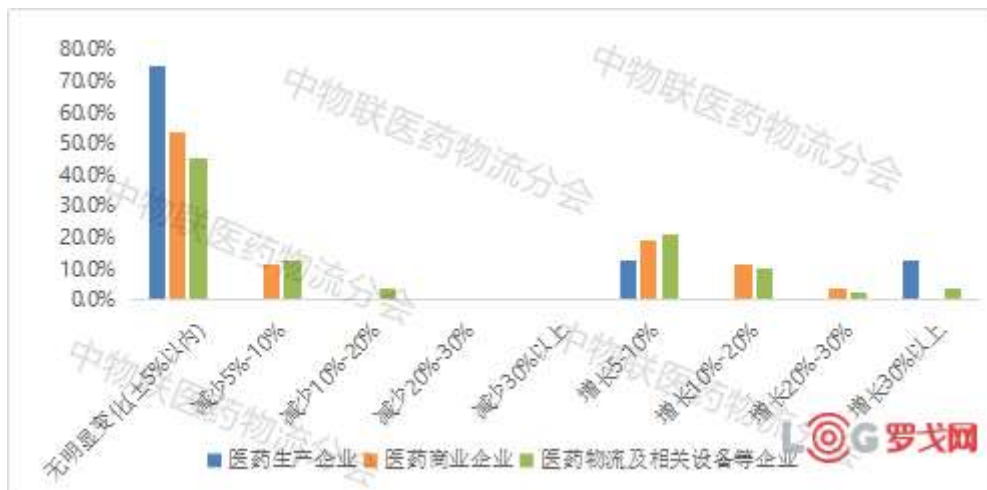
○ 医药商业企业：

整体物流成本略增。其中，呈不同程度增长的企业占比约 35%，无明显变化企业占比约 54%，呈下降趋势企业占比约 11%。

○ 医药物流及相关设备等企业：

物流成本呈不同程度增长的企业占比约 38%，无明显变化企业占比约 45%，呈下降趋势企业占比约 17%。整体物流成本呈上升趋势。详见图 7。

图 7 不同企业类型物流成本变化统计



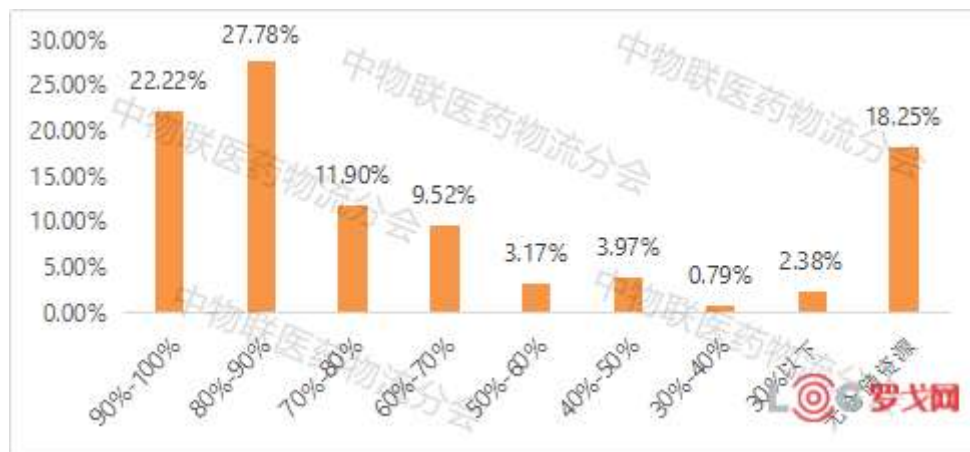


经初步加权测算，上半年行业物流成本同比增长约 7%，与图 7 中企业变化趋势集中落在增长 5%-20%区间及无明显变化区间反应基本一致。增长原因简析：在抗疫防疫过程中，作业人员、设施设备、工作场所等需要做严格防护、消杀，增加了企业资金投入；医疗物资的需求紧急、零散，企业需要制定定制化解决方案满足业务方需求，会出现高成本生产配送的情况；司机、车辆的需求大幅增加，使成本上升。

上半年满仓率无明显变化，行业仓储资源利用率较高

从调研结果来看，2020 年上半年各企业仓储资源利用率较高，利用率达到 70% 以上的企业占比约 76%，这与往常 70%-80% 的行业正常满仓率相比，差别不大（注：约 18.25% 的企业无仓储资源，因此未计入计算）（详见图 8）。这与上半年企业业务量整体保持缓慢增长现状相符，也说明虽然一季度医药供应链受疫情冲击影响较大，但是二季度逐步恢复进入正轨，疫情对医药供应链的不利影响已迅速削弱。

图 8 不同企业类型仓储资源利用率统计



仓储利用率较高原因简析：

- 面对疫情前期的突发性，医疗物资需求的紧急性，以及后疫情时代的防护常态化，需要医疗物资提前储备给予长效稳定供应，这对医药仓储资源利用率高。
- 消费市场需求增长，医疗物资的产量稳步上升，需要更多仓储资源保障。

02 上半年行业重要政策文件陆续发布

上半年，多部委联合发文共同加强医药物流领域的政策支持。

○ 医药方面

公立医院综合改革、医疗保障制度改革继续深化，药品供应保障体系更加完善健全；药品的流通管理更加严格规范；

○ 物流方面

降低物流税费，加强先进信息技术在物流领域的应用，同时防疫工作得到了有效保障；

○ 供应链金融方面

加大对疫情防控相关领域的金融支持力度。受益于融资政策的支持，医药物流行业的再融资能力有所提升，对于缓解企业资金压力，提升抗疫效率作用显著（详见表 1、2、3）。



表1 上半年医药重点政策

政策名称	公布时间	施行时间	主要内容
《国务院办公厅关于印发深化医药卫生体制改革2020年下半年重点工作任务的通知》	2020.07.23	2020.07.23	加强公共卫生体系建设；深入实施健康中国行动；深化公立医院综合改革、深化医疗保障制度改革；健全药品供应保障体系；统筹推进相关重点改革
《药品注册管理办法》	2020.01.22	2020.07.01	对药品注册进行规范管理
《疫苗生产车间生物安全通用要求》	2020.06.18	2020.06.18	规定了不同生物安全防护级别疫苗生产车间的风险管理、设施设备和安全管理等方面的生物安全通用要求。
《疫苗生产流通管理规定（征求意见稿）》	2020.04.30	---	加强疫苗上市后监督管理，保证疫苗质量
《生物制品注册分类及申报资料要求（征求意见稿）》	2020.4.30	---	为做好《药品注册管理办法》配套文件修订工作，国家药监局组织起草了《生物制品注册分类及申报资料要求》等7个文件意见

表2 上半年物流及防疫抗疫重点政策

政策名称	公布时间	施行时间	主要内容
《关于做好2020年降成本重点工作的通知（发改运行〔2020〕1183号）》	2020.07.28	2020.07.28	落实税收减免政策；落实今年出台的减免相关药品、医疗器械产品注册费等政策；推进物流降本增效；降低物流税费成本、积极推进运输结构调整、提高物流运行效率
《交通运输部关于推动交通运输领域新型基础设施建设的指导意见》	2020.08.06	2020.08.06	到2035年，交通运输领域新型基础设施建设取得显著成效。先进信息技术深度赋能交通基础设施行业数据中心和网络安全体系基本建立，智能列车、自动驾驶汽车、智能船舶等逐步应用。
《交通运输部关于进一步强化交通运输疫情防控措施坚决防止疫情反弹的通知》	2020.06.18	2020.06.18	坚决防止因局部疫情防控不力造成疫情反弹；加强物资运输保障和防疫管理
交通运输部落实2020年《政府工作报告》重点工作任务分工实施方案	2020.06.11	2020.06.11	强化应急物资保障。健全统一的应急物资运输保障体系，统筹各种运输方式，全面支撑和保障国家应急物资运输
《交通运输部关于新冠肺炎疫情防控期间免收收费公路车辆通行费的通知》	2020.02.15	2020.02.15	决定在新冠肺炎疫情防控期间，免收全国收费公路车辆通行费。免收通行费的时间范围从2020年2月17日0时起，至疫情防控工作结束
《国务院办公厅关于组织做好疫情防控重点物资生产企业复工复产和调度安排工作的紧急通知》	2020.01.29	2019.01.29	做好新型冠状病毒感染肺炎疫情防控重点物资生产企业的复工复产和调度安排
《交通运输部关于切实保障疫情防控应急物资运输车辆顺畅通行的紧急通知》	2020.02.01	2020.02.01	做好应对疫情各类应急物资、生活物资、重点生产物资、医护及防控人员的运输保障工作，保障应急物资运输车辆的顺畅通行

表3 上半年供应链金融重点政策



政策名称	公布时间	施行时间	主要内容
《关于推动银行业和保险业高质量发展的指导意见》	-	2020.01	积极稳妥发展供应链金融服务。探索金融科技在客户信用评价、授信准入、风险管理等环节的应用，有效提升金融服务覆盖面。在风险可控的前提下，发展民营企业和小微企业贷款保证保险。
《关于完善外贸金融服务的指导意见》	-	2020.01	鼓励银行在有效把控供应链信息流、物流、资金流和完善交易结构的基础上，围绕核心企业开展面向上下游的境内外供应链金融服务。

03 面临挑战

针对医药物流行业面临的挑战问题，统计结果如下。详见表 4。

表 4 “医药物流行业面临的挑战”统计结果

选项	比例
新市场业务的开发以及业务增量对企业经营管理能力的考验	61.11%
在“互联网+”医疗形势下，对企业 C 端“最后一公里”服务能力提出高要求	64.29%
受带量集中采购等政策的影响，需进一步压缩流通成本给企业带来了挑战	54.76%
两票制推行和一票制推进，给企业重构物流网络、布局仓储节点带来压力	50.79%

C 端“最后一公里”服务能力提出更高要求

实体医院、三方平台、厂家、电商 C 端送药需求快速爆发。在业务实际开展过程中，C 端配送仍有诸多问题存在。一是在院端、物流、患者之间发生药品物权转移过程中，各作业环节无统一规范标准；二是由于交接无标准，产生的医患纠纷无保障；三是 C 端配送是小批量多频次的物流模式，配送范围和配送成本是企业面临的巨大挑战。

新市场开发增量对企业管理能力的考验

在市场与政策双轮驱动下，医药物流市场需求的是具备抗风险能力强、质量管理精细、资源整合能力优势、人力和资金实力雄厚等特征的专业医药物流公司。市场中部分管理粗放、规模较小、产品单一的企业面临着剧烈的竞争压力。

流通成本进一步压缩带来的挑战

随着“4+7”带量采购的推进及品种扩类，必然出现药品费用降低，物流价格降低，但是货运量会增加的趋势。货量的增加需要物流企业优化自身资源、适度增建基础设施设备、投入更多人力资源进行运营管理，同时企业资金需求也会更大，这些都带来了经营成本的上升。企业如何一面应对经营成本增加一面还要努力进一步降低物流费用，是要重点思考的。

企业重构物流网络的压力

近年来国家相关部委大力推进两票制，一票制也势在必行。使营销渠道进一



步下沉，订单进一步碎片化，医药供应链趋短、趋偏平，流通企业需要建立应对多配送点的可快速响应的物流网络，并在不同产品类型、不同业务场景下选择最优的物流模式。企业原有的仓网布局、干支线路、运力选择、资源集结与调配等均需要科学规划，给企业带来了挑战。

04 发展趋势

2020 全年营收赶超年初预期，呈稳步增长趋势

根据被企业调研数据，2020 年全年营业收入与 2019 年相比，整体预计呈稳步增长趋势。其中预计呈明显增长的企业占比约 48.41%，无明显变化企业占比约 31.75%，仍有将近 20%的企业表示 2020 年营业收入将呈下降趋势。详见图 9。

图 9 2020 年企业预计营收变化统计



年初疫情爆发期间，我会对医药物流企业经营情况进行了调研，企业受延迟开工、运输通道受阻等影响，业务量大幅减少，经营成本大幅上升。但经过国家相关机构及时推出治疫措施以及生物制药等药品的需求拉动，通过本次调研数据也可以发现，我国医药物流行业自二季度开始逐步恢复，全年将逐渐趋稳。

医药物流应急管理能力强，向智慧物流转型发展

针对医药供应链发展趋势问题，统计结果如下。详见表 5。

表 5 “医药物流发展趋势”统计结果

选项	比例
此次疫情充分印证了供应链应急管理的重要性，企业应进一步加强应急管理	75.4%
医药供应链协同意识大大提高，有利于未来医药供应链的协同发展	57.94%
构建柔性供应链，具备强抗风险能力将会受到重视	50%
加快医药供应链的信息化、智能化、数字化发展	67.46%
行业集中度逐渐提高，医药供应链趋于扁平化	46.03%



○应急医药物流具有柔性、协同性的特点

受疫情影响，国家再度加强对于应急物流体系的建设。建议主要从以下几个方面建设应急物流体系：一是打造全国一体化的物流网络运营管理体系，建立一体化运营管理的服务平台；二是配套 7×24 小时不间断服务体系；三是加强落地配的服务能力；四是适当进行压力测试，保证供应链的弹性特征。

○智慧型医药物流顺应市场发展趋势

智慧型医药物流主要呈现数字化、智能化、透明化的特点。一是可实现药品全程可追溯管理，实现全程温控管理；二是避免人工产生失误，同时降低人工成本，三是可精准预测供应链需求，成为降本提质增效的科学有效手段。

后疫情时代，世界经济正面临百年未有的大变局。2020 年 7 月 30 日，在中央政治局会议中，习近平总书记再次强调和阐述了加快形以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。这是党中央基于国内外形势作出的重大战略部署。我们也看到，在疫情中优势凸显的互联网医院发展步入快车道，优质的 C 端配送服务能力需求增强，未来疫苗市场的稳健增长等变化，这些无疑对医药供应链向网络化、规模化、智能化的高质量发展提出了要求。医药物流行业未来要重点要解决分散和低水平的物流规模问题，培育医药物流枢纽经济新功能，构建医药冷链全产业链的供应链服务体系，完善城市医药冷链物流服务系统，有效持续实现医药物流降本增效。

[Top](#)

**我们的一切努力都是为我们的客户——
提升竞争优势，共同创造持续长远的收益**