

国际航线、海外仓、空中仓库……中国物流企业国际化进程加快

快递出海 让世界感受中国速度

40年，改革开放创造了中国发展奇迹，也为世界带来了巨大机遇。随着中国企业海外建设步伐的加快，来自中国的快递服务让世界感受到了“中国速度”：在数十个国家和地区落地的“电子钱包”，正引领移动支付的“中国潮流”；海外电商平台的搭建，为世界提供零售领域的“中国经验”……中国企业在“走出去”的进程中稳扎稳打、砥砺前行。

走出国门之后，中国企业与海外市场的交流、融合怎么样？这些交流对企业改进技术、优化服务有哪些影响？海外发展如何推动中外企业创新合作、互利共赢？

“今年‘双11’，在常态包机基础上，我们将再投入40余架次包机，让俄罗斯、欧洲等重点市场地区的消费者能在15日内签收大促商品！”菜鸟有关负责人说。

而在2016年之前，同样在俄罗斯，这个时间需要60天。从60天到15天，中国物流企业走出国门，深耕海外市场，让世界享受到了“中国速度”。



面向海外 如何走出去

物流企业密集发力国际货运航线 构筑国际运输网络

9月11日，圆通航空开通“郑州—东京”国际货运航线；

9月4日，顺丰航空开通“深圳—新加坡”国际货运航线；

8月11日，中国邮政“杭州—新西伯利亚”航线开通满1年；

……

近年来，中国物流企业密集发力国际货运航线，构筑属于自己的国际航空运输网络。以顺丰为例，目前，顺丰速运的国际快递服务已覆盖美国、欧盟、俄罗斯、日本、马来西亚等53个国家和地区，国际小包服务网络已覆盖全球200多个国家及地区，顺丰航空的自有航线已通达大阪、新加坡、河内、金奈、达卡等13个国外城市。

“这是一个买全球、卖全球的时代，中国的物流企业就该为这样的时代服务。”菜鸟总裁万霖说。根据国家邮政局的数据显示，

2017年，全国快递服务企业完成国际及港澳台快递业务量8.3亿件，是2013年的3.2倍。今年1~9月，国际及港澳台快递业务量为7.9亿件，同比增长39.3%，增速超行业整体增速12.5个百分点，已连续16个月高于行业整体增速，成为我国快递业务增长亮点。

“除了空中网络，为了进一步推进国际航空邮件快件运输，根据《邮政业发展‘十三五’规划》，国家邮政局积极实施了‘航空快递枢纽工程’。”国家邮政局有关负责人说，目前，湖北国际物流核心枢纽项目已正式获国家批复，成为全球第四个、亚洲第一个航空物流枢纽。建成后，邮政快递企业在原有国际航线之外也积极加强国际航空运能建设。顺丰速运

在开通多条国际货运航线的基础上，投资了国际航运物流服务平台Flexport；中通快递与土耳其航空、太平洋航空在香港成立合资公司，布局全球航空运输服务；圆通速递联合中国航空等企业，投资120亿港元在香港国际机场建设世界级物流枢纽，其母公司也将投资122亿元在嘉兴机场建设全球航空物流枢纽，并依托该枢纽打造立足长三角、联通全国、辐射全世界的超级共用联运中心和商贸集散中心。

面对竞争 如何走在前

提供面单定制及供应链优化等创新服务 打造智慧物流

“5年来，我们把B2B的跨境时效从70天缩短到10个工作日，未来我们希望能缩短至5日，再逐步实现全球72小时必达的愿景。”万霖说。

从数据到现实生活，一颗泰国金枕榴莲从采摘到中国消费者餐桌，现在只需要120小时；住在马德里的Gemma Patricia，在2017年阿里全球速卖通“328大促”中，下单5小时后就收到了其购买的中国红米手机。

这其中，国际物流网络的提速功不可没。以中国邮政“杭州—新西伯利亚”全货机航线为例，航线开通后，浙江到俄罗斯电商邮件全程时限从开通前的20天以上缩短到了7~10天。

海外仓也是中国包裹在海外加速的秘诀。依托马德里、巴黎、莫斯科三大海外仓智能预测、提前布货，菜鸟在西班牙全境实现了72小时内送达。目前，西班牙已是阿里巴巴出口量排名第二的国家。

此外，还有中国企业对当地物流网络管理的“改造”。“2013年，我们和俄罗斯邮政开启全面合作。3年后，俄罗斯用户收到来自中国包裹的平均时间便从60天提速到了15天。中国人习以为常的‘物流详情’，也通过数据对接走入俄罗斯用户的生活。”万霖说。俄罗斯邮政副总裁谢尔盖则表示：“现在，俄罗斯邮政日均处理的包裹量已经从3000万件上升到了2.3亿件，这些增量几乎都来自中国中小企业的电商销售。”

在全球，菜鸟联合圆通速递、中通快递等企业，以其智慧物流网络为核心，不仅提供收货、仓配、转运服务，还能提供供应链及物流解决方案，对外输出电子面单、智能分单等技术创新服务，并实现覆盖全球主要城市的端到端10日送达服务。而在印度尼西亚，京东物流的配送服务也已覆盖七大岛屿、483个城市和6500个区县，85%的订单可在1天内送达。

面临挑战 如何走得稳

借力一带一路 加强邮件快件运输网络建设

8月5日凌晨2时35分，一架载满小米手机原材料的顺丰航空货机在夜幕中由深圳宝安国际机场起飞，赶在5小时后的清晨到达4300公里以外的印度第四大城市金奈，为国产品牌小米在那里开设的智能手机制造厂提供原料。“一带一路”倡议提出5年来，像顺丰速运这样的“空中仓库”越来越多。顺丰控股董事长林哲莹表示，随着“一带一路”倡议的实施，中国企业走出去的步伐逐渐加快，越来越多的客户向顺丰提出了国际业务的需求。

尤其是随着传统贸易方式的转型升级，B2C方式的跨境电子商务发展潜力将得到进一步释放。数据显示，2016年，共有400万件包裹从中国发往哈萨克斯坦，占哈萨克斯坦国际包裹量的30%以上；2017年，每天从中国为主的亚洲国家运抵瑞士的包裹达4.5万件，全年有超过1400万件包裹抵达。

国家邮政局相关负责人表示，下一步国家邮政局将实施“丝路传邮”行动计划，加强与相关国际组织和沿线国家的政策沟通，加强邮件快件航空运输网络建设，加快推动中欧班列运输邮件快件工作，打造边贸快递通道。

在加速“出海”的同时，快递业也必须有清醒的认识。“虽然我国快递企业在布局国际网络方面做出了许多有益尝试，但尚未形成网络规模，道路还很遥远。”中国快递协会原副秘书长邵钟林分析，快递企业是网络型公司，零星的海外网点价值不大，只有织就一张全球网方能发挥功效。每个国家都有自己独特的法律制度和文化传统，如何适应每个市场的制度文化，对快递企业是个大挑战。（据《人民日报》）