

做新基建浪潮下跨境电商物流行业践行者

依托于国内完整的产业链和电商物流技术领先优势，一场由国人发起的面向全球的零售革命和渠道革命已经到来，而深圳市递四方速递有限公司正成为这一浪潮下跨境电商物流领域的引领者

□ 李 根

过去的2020年，注定是人类历史上极不平凡的一年。新冠肺炎疫情的全球蔓延，使境外多国采取限制旅行和颁布居家令措施。疫情期间消费者线上购物渗透率迅速提升，跨境电商迎来了爆发式增长的红利。

依托于国内完整的产业链和电商物流技术领先优势，一场由国人发起的面向全球的零售革命和渠道革命已经到来，并正在掀起新一轮的全球物流新基建浪潮，而深圳市递四方速递有限公司(以下简称“递四方”)，正成为这一浪潮下跨境电商物流领域的引领者。

疫情带给跨境电商历史性机遇

疫情期间，受制于国外工厂产能无法恢复正常，出现了中国生产供给全球的特殊景象。

2020年11月，我国出口1.8万亿元，增长14.9%，增速创去年以来的最高水平，实现4月以来的连续8个月正增长。

作为外贸新业态的跨境电商，同样增势喜人。Salesforce购物指数显示，2020年第一季度全球网上交易收入同比增长20%。亚马逊2020年第一季度，北美销售额增长29%至461亿美元，国际销售额增长18%至191亿美元。2020年第二季度，销售额同比增长40%。

据递四方总裁曹光介绍，在疫情到来后，海外买家购买的商品品类更加多元化，除原来爆款服装和3C之外，家私、厨具以及卫生用具占比进一步提高，家居用品在海外购买的商品中位列前三，疫情期间进行简单的家装与花园维护的情况增多。我国不少亚马逊卖家普遍实现了2倍-3倍的销售额快速增长，利润几乎实现了翻倍增长。

如果说2003年的非典带动了以淘宝为代表的国内电商的崛起，那么2020年的新冠肺炎疫情可以毫不夸张地说是带动了以亚马逊为代表的跨



递四方总裁曹光接受采访

境电商的崛起。2020年被不少卖家称为“真正的跨境电商进入快速发展的元年”。

出口外贸和跨境电商一片欣欣向荣，作为在整个跨境贸易服务链条中占据重要角色的跨境物流产业，2020年也是增长迅猛。2020年9月，盐田港单月吞吐量超146万标箱，刷新了全球单一码头单月吞吐量纪录。

作为跨境物流领军企业，2020年“双11”期间，递四方总货量超过3000万单，同比2019年增长50%以上。其中，单日最高货量超过800万单，同比前年增长137%。

一方面是海外市场端对于中国生活必需品的旺盛需求，带动了包括跨境电商在内的出口产业链条上相关服务业态的一场繁荣；另一方面我国政府也在积极引导规范和支持培育跨境电商。

2020年4月7日，国务院宣布新设46个跨境电商综合试验区，加上之前已经批准的59个，全国将有105个综试区，覆盖30个省份，形成了陆海内外联动、东西双向互济的发展格局，跨境电商在全国范围内全面铺开。

2020年7月份，海关增设“9710”“9810”两个出口监管代码，其中“9810”适用于境内企业将出口货物通过跨境物流送达海外仓，这对于跨境电商来说是一个重大利好，意味着

通关效率以及合规化程度的提高，也进一步加剧海外仓需求的井喷之势。2020年上半年跨境电商知名品牌型卖家安克创新在国内A股成功上市，进一步代表了资本市场对于跨境电商产业的高度认可，同时也表明了政府对于推动跨境电商产业持续走向阳光化发展道路不遗余力地支持。

曹光说，受疫情带来的不确定性影响，消费场景进一步加速向线上转移，消费场景的转变、我国产业链的优势、成熟的电商物流技术、国家政策大力支持等多重因素的叠加效应下，跨境电商产业站在了时代的风口浪尖，迎来了历史性的产业机遇。

跨境物流基础设施严重短缺

对于今年的跨境电商物流需求的火爆形势，曹光深有感触。受疫情影响，全球干线运力短缺、海外末端瘫痪、海外仓供不应求，供应链处于瘫痪状态，特别是“双11”及黑五狂欢期间，电商商家打折促销，全球海内外订单集中爆发，跨境物流产能不足以及基础设施严重短缺的短板进一步凸显。

曹光介绍，出口外贸以及跨境电商的增长，特别是疫情期间家居以及室内健身器材等大件品类销量的提升，带动了海运出货的迅猛增长。大量装满货物的集装箱到达海外目的港之后，堆积在码头找不到拖车和仓库，

集装箱空箱一箱难求。

据不完全统计，截至2020年12月份，从我国到美国航线的一个海运标准集装箱的运费价格已经突破了5000美金，这个价格和往年同期相比至少高出了3倍以上。天价运费、仓位短缺、运力不足、出货困难，大量的跨境电商卖家为物流所困。

空运运力短缺，中欧班列也是异常繁忙。截至2020年11月5日，中欧班列今年开行数量达10,180列，运送集装箱92.7万标箱，同比增长54%。中欧班列甚至出现了现场摇号订舱的场景，火爆程度一点都不亚于买楼排队抽签。

近期，受到冬季恶劣天气的影响以及边境口岸疫情防控的需要，新疆阿拉山口、霍尔果斯等口岸都出现了严重的班列拥堵现象。同样作为疫情期间成长起来的中欧卡航路线，鉴于边境口岸严重拥堵的实际现状，当时也基本上已经处于瘫痪状态的边缘。

海外仓更是资源极度紧张，受到亚马逊等电商平台限制入仓的政策影响，跨境电商卖家对于第三方海外仓的需求呈几何倍数增加，目前已经有大量从我国始发到达欧美的货柜堆积在码头，找不到仓库可以拆柜以及分拨中转和短期存储操作。

据民航局统计数据显示，我国目前所有的航空公司的全货机数量加起来也不足200架，而这其中适合飞欧美远程航线的B747或者B777等宽体货机的数量也就50架左右。相比较而言，美国仅FedEx一家快递公司就有超过600架的全货机。我国航空货运产业和欧美发达国家相比，还存在着明显的差距和巨大的短板。目前世界上的全球性快递网络公司有DHL、UPS、FedEx三家巨头，而这三家巨头企业差不多都发展了至少半个世纪甚至一个世纪左右的时间。

放眼国内，我们发现电商物流领域已经涌现出了“三通一达”、德邦、百世、顺丰等优秀的企业，这些企业可以说在国内电商物流市场已经处于领先

位置，而在全球化的征程中尚处于探索阶段。

对此，曹光表示，我国电商模式的出海更多是借助互联网平台，而我国商品乃至品牌要想走出国门，迫切需要有一家真正意义上属于自己的覆盖全球网络的国际物流企业，来为中国品牌出海保驾护航。跨境电商的全球化发展，需要更多的中国物流企业带着“中国方案”走出国门。

跨境电商物流的“中国方案”

今天的跨境电商全球化发展的本质，是国内成熟的电商模式以及物流技术的国际化输出。我们欣喜地看到我国企业在跨境电商物流领域的诸多突破，比如国外卖家在跨境电商平台下单，借助跨境电商物流服务递四方，实现包裹的当日送达服务。

最耀眼的成绩是在2020年“双11”期间，在海外快递市场，西班牙实现“6小时当天达”。据新华社消息，西班牙首都马德里当地时间11月11日上午9点，促销开始，原本400多欧元的电视直降近100欧元，35岁的亚历杭德罗(西班牙消费者)购买了一台55英寸的中国品牌电视机。

当天下午2点多，亚历杭德罗便接到电话，电视机马上要送到家了。“从下单到收货，才仅仅过去不到6个小时!”正是跨境电商物流企业递四方编织的全球服务网络，让海外消费者感受到了“中国速度”。

2020年“双11”期间，递四方单日峰值达800多万单，为了应对包裹洪峰过境，其核心系统通过“云技术”加持，无压力承受“1000万+包裹”洪峰过境，实现了“1000万+级别”的订单毫秒级响应。

多年来，递四方以全球包裹递送网络(GPN)及全球订单履约网络(GFN)两张网络为基础，为全球超50万家跨境电商商户与约2亿跨境电商终端用户，提供包括全球订单履约服务、仓储与物流管理系统服务、全球退货解决方案、全球包裹直发服务以及

全球转运进口服务在内的五大服务，是细分领域市场服务类型较为健全、全球网络较为完善的企业之一。

就全球包裹递送网络来说，递四方掌握着从始发国开始的揽收、仓储、调拨、报关、航线运输、清关、海外分拨、配送八大全链路业务轨迹，全链条的完整服务可以为客户提供从中国发全球、全球到中国、全球到全球、全球本地化的多元化包裹递送网络。

跨境电商物流服务的海外基础设施建设势必是一个循序渐进的过程。类似于递四方这样的一批始于国内、放眼全球的跨境电商物流企业，正在编织着中国品牌走向海外的新通路。跨境电商的全球化发展需要更多“四方模式”的“中国方案”。

跨境电商物流的全球新基建

跨境电商B2C大趋势不可逆转，未来以消费引导生产的跨国定制化、柔性供应链生产和供给以及销售的时代已经到来。小批量、多频次的线上贸易占据外贸市场的份额比重将会不断提升，贸易数字化的趋势将会越来越得到凸显。

新一轮的全球贸易需要数字化、智能化的全球商业基础设施作为服务保障。占据跨境电商交易成本高达30%左右的跨境物流，在整个跨境电商的交易链条中扮演着举足轻重的地位。物流时效直接关乎用户体验和卖家现金流。

国内电商的发展催生了B2C仓配一体化的物流模式，并且重构了人、货、场的消费场景，其本质上是对于原有商品流通体系、价值分工链条、基础设施的重构。跨境电商将会掀起新一轮的全球物流乃至商业基础设施的重塑。

以国际航空运输为例，在传统大宗贸易时代，运送的货物类型是卡板和纸箱为主，而到了跨境电商物流时代，碎片化包裹订单明显增加，越来越多体积小重量轻的电商包裹对于航空运输的货源构成以及成本和收益模型都产生了较大影响。

在境外的人口通关环节，大批量的跨境电商包裹目前已经对欧美国家通关体系带来了巨大挑战。受制于海关人手有限以及设备和系统陈旧，无法对单个包裹的货值申报以及核定关税做出高效合理的安排，电商包裹征税成为世界性难题。

大量中国跨境电商卖家的货物到了欧美国家之后，基本都需要海外仓做配套来进行拆柜、分拨、贴标、暂存、中转、上架、代发、退换货、维修、分销等多元化的服务。接下来随着海外仓使用占比的不断提升，境外普通仓库的数智化改造也是趋势。

在“最后一公里”派送环节，境外许多快递公司的物流轨迹全链路可视化以及交付的时效性方面还有着很大的提升空间，把国内电商物流模式以及智能技术设备进行行之有效的批量复制和输出，将会具备不错的海外市场空间。值得肯定的是，目前，递四方在海外物流配送方面也有比较成功的探索。

近期，随着我国加入RCEP协定，一个涵盖中、日、韩、东盟等核心经济体的更大范围区域内循环正在形成，同时以中国为核心的“亚太区域内循环+区域内外双循环”的经济体系有望逐步成为现实。

跨境电商的全球化程度不断提升的过程，就是国内的电商以及物流基础设施和标准与国外不断碰撞和接轨的过程。电商以及物流基础设施的互联互通以及标准互认，从长远来说将会促进我国商品以及服务贸易在更高层面参与国际竞争以及分工合作。

跨境电商将会成为“后疫情时代”我国倡导的开放互利共赢的经济全球化的助推器，跨境物流将会成为构建全球商业基础设施的大动脉。跨境电商掀起的新一轮全球物流新基建的浪潮已经到来。

“2020下半年，递四方已经在法国、德国、美国增设仓库，新增扩容面积10多万平方米，有效应对‘双11’旺季订单高峰，也让递四方全球海外仓布局再进一步。预计在2021年3月，递四方将在美、德、英、西再开设新仓，在现有仓群的基础上形成全球30+仓群超过50万平方米的布局。”曹光对跨境电商物流的发展信心百倍。

(本文配图由深圳市递四方速递有限公司提供)



递四方获颁“抗击疫情社会责任贡献奖”



高效运转的库内设备系统



繁忙的工作现场



比利时抗击疫情递四方绿色通道



递四方团队