

“全球第三张包裹网络”，疫期外贸背后的推手

□ 叶帅

受疫情影响，跨境电商卖家日子不太好过，但有些卖家却找到了出路。菜鸟跨境物流稳外贸，部分跨境商家逆势增长5倍，这背后倚靠的是怎样的物流网络？

义乌丹均饰品有限公司从事跨境太阳镜等商品的销售，由于物流没有保障，该公司关闭其他跨境平台，仅保留有菜鸟提供物流服务的速卖通店铺，销售额较去年同期翻了5倍。

东莞寒武纪智能科技有限公司紧急从销售医疗器械转型卖口罩，通过菜鸟发往全球，销售额实现较去年同期150倍的增长。

销售智能摄像产品的小蚁科技，则依托速卖通菜鸟海外仓实现了仓发订单今年一季度较上季度翻倍的销售成绩。

就在4月10日，上述企业所依靠的物流服务提供者——菜鸟国际宣布：中国到全球的跨境物流、海外仓仍然保持运转，跨境电商物流订单已经恢复至疫前水平。

事实上，受疫情影响，多条跨境物流线路熔断，而菜鸟是少数能维持运转的全球物流网络，每天将数十万淘宝、速卖通商家发出的包裹，运往欧洲、北美等全球重点区域，保持出口态势。

分析人士认为，欧美零售业正在遭受重创，这导致中国外贸订单被批量取消。但欧美电商已呈现大幅度增长，有数据称西班牙电商消费激增55%，给中国面向欧美个人消费者的跨境商家(B2C)带来了新机遇。

相关数据也证实了这样的观点：比利时列日机场副总裁 Steven Verhasselt 介绍说，在菜鸟的带动下，最近一个月以来列日机场处理的来自中国的货量比一个月前增加了40%。

据了解，新冠肺炎疫情发生以来，国际航线纷纷关闭，菜鸟也是全球为数不多仍在正常运行的物流救援网络，甚至进入了“战时状态”。

不仅如此，在这次疫情当中，菜鸟国际网络也变成了一个兼具进出口能力的网络：进口服务于天猫国际商家，为其提供从海外工厂提货国内销售配送的一站式服务；出口服务于天猫海外、速卖通商家，帮其把包裹送到全球去。

菜鸟欧洲区域负责人卜华介绍，菜鸟全球包裹网络通过链接全球物流要素，整合运营包机干线、eHub 和卡车网络等关键节点，为跨境中小商家提供了商业快速的体验和普通邮政的价格。此外，通过欧洲海外仓，菜鸟疫情期间仍然能帮助商家快速发货，向欧洲消费者提供欧洲三日达、泛欧七日达等服务。

具体来看，这张包裹网络具备4大特点：

智能化。菜鸟全球包裹网络实现了对全球物流要素的智能链接。通过物流大脑，菜鸟网络用算法将这些物流要素进行组合，从而选出最优的方案。

可视化。全程追踪物流信息，实时查询包裹在什么地方，在国内我们已经对这些功能习以为常，但跨境物流由于链路更长，环节更多，所以无法进行追踪，消

费和商家无法实时查询。不过菜鸟网络却实现了可视化，原因在于其对整个物流网络进行了链接，通过技术使之有机结合在一起。

稳定性。卜华介绍，无论是平日、大促期亦或者是疫情期间，这张网络都能平稳地运行，原因在于这张网络不是简单的将物流要素进行整合，而是有轻有重。“在一些物流资源丰富的环节，我们会选择合作的方式，和合作伙伴一起做；而

达欧洲各国。欧洲的商品也通过列日，被菜鸟送到中国市场。

海外配送网络：通过接入国外合作伙伴的自提资源，菜鸟建立了覆盖欧洲、大洋洲等国家的末端自提网络，辐射了西班牙、俄罗斯、波兰、澳大利亚等国家，为欧洲、大洋洲的消费者提供自提服务。

国际干线网络：包括包机以及集航空货站、关务为一体的 eHub 等。目前，菜鸟已经在中国杭州、义乌、香港，以及马来西亚吉隆坡、比利时列日、莫斯科、迪拜、曼谷等地陆续启动建设 eHub，为全球电子商务平台(eWTP)提供基础设施。

海外干线网络：在欧洲，菜鸟建立了当地的区域干线网络。以菜鸟列日智慧物流枢纽为中心，形成了覆盖欧洲的区域卡车运输网络。疫情期间，菜鸟数百辆卡车待命，将救援物资送

一张特殊的全球包裹网络

一些重要的，对整个网络的运行效率和可持续非常关键的节点，比如一家快递公司或者一家物流公司无法完成的关乎整个链路的建设项目，菜鸟会重心投入。我们在全球建立了 eHub，以 eHub 为核心去解决关务、货物中转、分拨的问题。我们还运营了核心的包机线路，建立区域的干线网络(卡车网络)，让这些关键性的节点效率能够显著提升。”

普惠性。这张覆盖了全球 200 多个国家和地区的网

智慧撑起“最强大脑”

此外，这颗物流“大脑”的另外一个功能是智能合单、拼货。

举例来说，一个卖手机的商家，可能只愿意花 5 块钱的物流费用，因为东西比较便宜，所以其可以容忍比较长的时效。但一个卖五六百美金一台电子产品的商家，可能愿意花更多的运费，以追求更高的时效，因为产品金额比较高，买家也着急拿到货。

“在这样的情况下，我们要提供不同的分层服务，通过技术手段去设计跨境服务，满足不同的需求并且控制成本。比如说，通过算法合单，把同一个消费者在国内不同商家下的订单智能合成一单。两单拼成一单却不需付两单的物流费用，事实上付的物流费用可能和之前一单的物流费用接近，这其实是给消费者省了钱”。卜华形象的概括

说，“合单之后邮费叠加，可以从火车坐上航班头等舱。包裹提速但是没有人愿意为此额外支付费用”。比如，杭州到莫斯科首条直达电商货运航线，利用算法合单等技术，将中俄之间物流成本持续降低，5 块钱平邮就可以免费升级为航空专线特快。

而在这恰恰是用技术做到的。相关资料显示，截至目前，菜鸟与新加坡邮政、英国邮政、美国邮政、燕文、递四方、斑马等 100 多家全球合作伙伴一起提供跨境物流救援服务，通过智能技术，把不同国家的物流环节连接在一起，实现“秒级通关”，配送范围可至全球 224 个国家和地区，通过全链路的协同，把重点国家的物流时效从 70 天提升到 10 天以内，形成全球智能物流骨干网的雏形。

运行方式背后的“精细”

受疫情影响，国际货运遭受重大打击。

据民航资源网的不完全统计，目前全球有 63 家航司全线停飞，13 家航司停飞所有国际航线。而全球货运航空的运力 50% 以上来自于客机腹舱，如今航空运力突然吃紧，跨境物流随之“受伤”。

那么，在欧洲，菜鸟国际这张包裹网络是怎么运行的？包机，打通中外双向物流通道，帮助全球商家复工复产。

货运包机，说起来容易，做起来难，因为它不是简单的花钱，更考验精细的运营和技术能力。“首先，我们要去想如何去组货，把零散的散货怎么样打包，装满整个飞机，然后制定计划使前后端进行衔接。只有精细化的运营，使用算法合单，才能控制整个物流成本。”卜华说。

一方面常态化化的包机。早前，菜鸟国际方面曾透露，将在三月和四月投入近 200 架次。因为有条菜鸟网络在两年之前开通的航线，因为有干线包机，再加上中欧班列“菜鸟号”，保障了在全球航空公司断航的情况下，中欧干线能够畅通。

而在列日，菜鸟网络又早早布局建立了集干线运输、报关、航空货站、仓储为一体化的 ehub。

列日位于比利时南部，地理优势得天独厚，处于欧洲航空货运的黄金三角中心，300 公里的半径范围覆盖了欧盟 60% 的 GDP。一天内，通过公路运输可以覆盖 4 亿以上的欧洲消费者。列日机场既是比利时货运吞吐量最大的机场，也是欧洲重要的航空货运枢纽之一，还是全欧洲少有的提供 24 小时不间断货运的机场之一。

依托于列日 eHub，菜鸟又部署了欧洲区域网络及操作系统，包机干线+班列干线

(郑新欧/义新欧)，对接以列日为中心的欧洲区域干线(卡车)网络。来自中国的出口货物通过这张网络从各中国城市发往列日 eHub，经过电子清关，系统化的分拨，再由菜鸟欧洲卡班网络发往捷克、德国、法国、荷兰、波兰、西班牙和意大利等欧洲主要城市。该卡班网络以卡车操作系统为基础，处理包括 B2B、B2C 等各种不同业务数据，通过算法优化，生成最佳卡车配载方案，大促期间装载率超过 80%。

“全球第三张包裹网络”的价值是显而易见的。

仍以列日 eHub 为例，它一方面要保证疫情期间医疗物资的快速送达，另一方面要帮助中小企业保进出口物流不熔断。疫情期间，列日机场已运送超千万防疫物资，每周有超过 400 万个中小企业包裹从这里送到中欧消费者手中。

“我们要感谢阿里和菜鸟，多亏了他们和我们一起支持中小企业渡过疫情难关，保障商家可以继续的正常运营，也让他们的家庭能继续得到保障。在欧洲超过 90% 的企业都是中小型企业，所以你们可以想像，我们未来可以处理的货物的量有多大，又能帮助多少个商家”，比利时列日机场商务副总裁 Steven Verhasselt 感慨地说。

同样，受到疫情影响的中国外贸商家也有了倚靠，原因在于虽然受到了疫情的影响，但是欧洲的消费能力依然在，而且海外消费者从线下消费转为线上消费的势头也非常明显。有菜鸟国际搭建的物流通道在，中国商家就可以把货正常地发出去，他们活了，背后的工厂也能动起来，从而带动外贸行业一起运转起来。

而这，就是跨境物流的意义所在，也是很多人的希望所在。



医疗物资『出海』如何畅通无阻

□ 物流信息互通共享技术及应用国家工程实验室研究员 王志彬

随着新冠肺炎疫情在全球范围内扩散，部分国家或地区出现防疫医疗物资严重紧缺局面。为弥补国外疫情防控物资缺口，中国企业正开始内销转出口。然而，防疫医疗物资出口看似很美，操作起来却受到诸多掣肘。

近日，物流、海关、法务、标准制定以及 NGO 领域专家学者齐聚物流信息互通共享技术及应用国家工程实验室，权威解读防疫医疗物资出口的各个环节，助力中国企业将“爱心”及时送达抗疫一线。

北京康盟慈善基金会理事长柳莺介绍，在向国际捐赠防疫医疗物资的过程中，深刻感受到中美两国对于“标准化”认证不同点，以及特殊时期的特殊物资跨境运输中的困难点。比如“民用”防疫物资不能进入美国医疗体系，KN95 口罩 EUA 授权一波三折，捐赠产品关税减免存在诸多限制性条件，运输上存在“红线”及连带责任。

圆通速递先达国际货运中国区总监陈劲波表示，作为圆通速递旗下全资子公司，先达国际依托覆盖 16 个国家的全球网络，在第一时间打响了抗“疫”包围战，从空运、海运、仓储、清关和配送等方面给予国际和国内防疫物资运输上的支持。“从疫情初期我们就开始从外国向中国运送大量的防疫医疗物资，三月份防疫一线从国内转移到国外，我们开始从中国向全世界输出防疫医疗物资。”陈劲波解释道，“第一种运送的手段是以个人名义的快件形式，因合规限制，每个发货人一天最多发 200 个物品；第二种就是出口，现在我们海关执行的规定是海关总署和药监局商务处联合公布的第五号《关于医疗的物资出口公告》。最好以药监局名单上的厂商名义出口，如果不是这名单上的厂商，物资需要发往其他国家进行中转，最后再发往目的地。”

上海市质量和标准化研究院副院长任路欢对国内外的防疫医疗物资进行了国际标准的比对。她提到，国际标准化组织(ISO)尚无同类口罩标准，只有各个国家根据实际生产需要而制定的产品技术标准或生产指南。在国际上，美国标准、欧盟标准和日本标准的认可度较高。产品标准以防颗粒物口罩和外科口罩为主要分类，在空气中微粒过滤效率、微生物

以及液体渗透性能方面各有侧重点。

路欢呼吁，首先我国需要确立医疗防护用品分级分类标准，特别是防护服、护目镜等跟国际上相对比还是有欠缺。其次是制定发布多分类产品适用场景指导规范。第三个就是促进标准名称和技术指标同国际标准一致。最后是要逐步提升我国标准整体水平，去参与或者制订像全球范围通用的 ISO 标准。可喜的是，国家已经同意成立工作小组，来推动国际标准统一工作。

防疫物资货源如何有效分类？怎样实现贸易合规并迅速通关？防疫物资出口的风险点又在哪里？国际技术转移协作网络数字贸易首席专家、世界海关组织(WCO)认证专家历力给出了权威解读。她表示，对于工厂的出口，需要有产品检测，营业执照等。医用口罩出口到不同国家是有不同的要求：如果到欧盟，工厂除了提供医疗器械的相关证明之外还需要提供 CE 证书。如果是只能做内贸，不能做外贸的工厂，就需要贸易商来做进出口。一般贸易商的合规要有这些防疫物资或者进出口的经营权，如果没有相关的经营权也是不能做这种防疫物资的进出口的。

关于防疫物资出海过程中可能涉及到的法律风险，美国美富律师事务所合伙人卢琼建议：要购买有资质的厂商产品，签订采购合同，并且让供应商把它相关的资质证明提供出来；考虑到医用和民用物资标准不一，所以建议先捐赠给民间的公益组织，不建议直接捐赠给医疗机构。如果捐赠的数额较大，建议签订捐赠合同。

物流信息国家工程实验室主任相峰总结道，国家政策鼓励、工厂开足马力、物流企业调集运力、NGO 爱心涌现，我们看到中国社会各界正在前所未有地大规模输出防疫医疗物资。在抗击新冠疫情这场“国际阻击战”中，中国作为制造业大国，在前期接受了国际物资捐赠，有责任、有义务在抗击疫情的下半场向其他国家伸出援手。在防疫医疗物资出海的过程中，制造商、贸易商或是慈善组织应注意到资质认证、技术标准、物资采购、物流规划、法律合规等诸多细节问题，将专业的事情交给专业的机构来做，将“爱心”及时送达抗疫一线。

从黑科技到新基建

京东物流与小米的3年进阶

□ 王小草 文/图



京东全流程无人仓内，六轴机器人进行智能拣货。

4月9日，一年一度的小米米粉节火爆进行，也正值此小米集团10周年生日庆典，作为重量级战略合作伙伴，京东物流以遍布全国的智能仓储、分拣、运输、配送系统，保障小米订单的顺利完成。

据介绍，此次米粉节将从4月1日开始持续12天，日均订单在百万量级。值得一提的是，9日当天，在武汉“重启”的第二天，京东物流的无人配送车加入大促。

从2017年6月开始，京东物流与小米集团两大国内企业中的佼佼者强强联手，优势互补。在3年的合作中，双方的发展理念，业务扩展路径高度契合，在不

经意间为新基建提供了一个跨平台、跨产业、全场景的“教科书式”案例。

双方都以人工智能、IoT、大数据、5G等技术为基础，从各自的核心业务出发进行扩展，形成跨产业、跨品类的综合性企业。双方在扩展路径方面高度契合，从件型来看，物流订单有三种核心的业务场景，分别是小件、中件、大件，这是小米生态的扩展路径，也是京东物流智能生态和开放能力不断提升的路径。

在过去三年中，京东物流应用人工智能、物联网等先进技术进行了开创性的探索，分别在上海建成了处理小件为核心的全球首个全流程无人仓，在东莞建成

以处理中件为核心的亚洲最大的智能园区，在天津建成以处理大件为核心的首个大件自动化物流中心。在此过程中，小米作为国内生态产业链的巨头，其大频率率越来越高，对于物流伙伴在潮汐式订单、柔性供应链方面的能力需求也越来越强烈。数据显示，2019年全年，小米AIoT平台已连接的IoT设备数，在不包括智能手机和笔记本电脑的情况下，达到2.35亿，同比增长55.6%。

京东物流从2017年正式独立，全面实施其开放化战略，将自建物流十余年积累的技术和经验输出给全社会，在智能物流基础设施方面不断完善，仓库数量从500多个增加到700多个，

其行业标杆——亚洲一号智能物流中心从5座增加到25座，且不断创新突破，其中多个园区拥有世界一流的分拣机、自动拣货设备、自动化机器人、百万级的订单处理能力，供应链服务能力从电商类订单为主增加到线上线下多品类。更重要的是，京东物流的“智能大脑”应用其中，为仓储分拣能力带来了指数级的提升，极大的满足了小米业务量的井喷式增长。

京东物流与小米在多年合作中，业务匹配度，契合度越来越高，不仅强化了双方的能力，夯实了全供应链领域的经验和技能，也打造了“中国智造”下的新基建样本。