

无锡运输结构调整向纵深迈进

□ 全媒体记者 顾晓平 通讯员 丁悦



无锡西站物流园区。郑洁摄

一水兴一城 “水运强市”建设破题发力

“一行运河连古通今，一页船桨接来送往。一卷锦文追忆苍茫，一声号子万里渔香。”“国民女婿”董宇辉的一篇“小作文”，让无锡这座被江河湖“拥抱”的城市在网络上又“火”了一把。

水运是现代综合交通运输体系中不可或缺的重要组成部分，也是无锡调整优化交通运输结构的重中之重。

2023年，无锡出台打造更具特色“水

运无锡”实施方案和三年行动计划，全力推动无锡由“水运大市”向“水运强市”跃升；打造畅通高效的内河航道网，加快优化内河航道结构，统筹推进二级航道网规划建设，实施三级航道里程三年倍增计划，全面提升水上通道的运力通达力；围绕打造全国交通枢纽名城的目标，聚力打造组合式高能级港口集群，突出重点“推动沿江港口扩能转型、内河港口提

质增效取得重大突破，多式联运、多港联动特色更加鲜明”。

一年来，无锡新增三级航道80公里，新增港口泊位66个、货物通过能力4650万吨、集装箱吞吐能力20万标箱；新挂牌成立上港ICT(无锡)中心，新安大桥作业区、宜兴港作业区上港ICT项目形成“一港双核、区域联动”发展格局；组建了江阴港、

宜兴港、新安港集装箱“三港联盟”，成功开通“宜兴—无锡—江阴”内河集装箱航线；深度融合以上海港为龙头的国际航运中心体系，开通加密多条航线，“汉唐无锡号”成功首航，无锡新安港—上海洋山港120标箱江海直达船正式运行，无锡至上海洋山港物流时间缩短两三天，物流成本降低20%；京杭运河惠山段绿色航运一期工程获得国开行首批授信22.8亿元。

“敲门”+“绘图”提升多式联运供需对接精准度

面对外贸承压回落、物流需求减弱等不利因素，无锡市交通运输、海关、工信、商务等部门联合开展大范围、多频次、广覆盖市场调查摸底，对全市5400多家工业企业(包含1039家营收1000万美元以上的

外贸企业)开展货源调查，初步掌握全市物流运输特征，绘制了货源分布“热力图”，为提升多式联运供需适配度提供基础数据支撑。

与此同时，无锡市交通运输部门开展

“敲门”行动，深入全市工业园区、重点企业，切实了解企业需求，优化多式联运产品服务供给，提供“一企一策”的个性化服务，吸引企业货物运输“公转铁”“公转水”。

去年，无锡首次在市层面举行物流供应链对接会，邀请140多家商贸和制造企业参加，重点推荐了水路、铁路、航空、海铁联运等高品质物流供应链产品，累计签约14个项目。

布局新赛道 无锡制造“走出去”更畅更稳

从无锡国际铁路物流中心出发，经霍尔果斯口岸出境，半个月后抵达哈萨克斯坦——去年9月，无锡市开通了笼车国际联运班列，通过笼车运输商品车全程出境，帮助企业开拓中亚地区新增市场。

聚焦外贸“新三样”出口，无锡抢抓新能源商品车“出海”的契机，抢占铁路笼车运输特色化赛道，定制了全国第二台、

江苏省首台多功能移动站台车，在较短的时间内完成设备调试、装车试验、流程申报、安全验收等工作；首创国产新能源汽车海铁联运“一箱制”出口模式，成为长三角区域首个拥有上海前置海事监管功能的铁路站点的城市，实现无锡西站—上海洋山港—海外全程不开箱，为企业降低超15%的物流运输成本，减少约3天运输

时间；成功引进笼式专用列车运输，首开笼车内外贸班列，并预留了约2000平方米场地，作为商品车发送的暂存和流转，为下一步打造长三角商品车集散中心奠定了坚实基础。

目前，无锡市班列公司已成功切入德国等物流供应链体系，与哈萨克斯坦签署了汽车零部件采购运贸一体化战略合作

协议，与中铁多式联运公司和广州路局合作，加密开行无锡西至广州45英尺内陆箱重去重回直通班列，打通连接长三角经济带和粤港澳大湾区双向对流铁路通道。结合无锡西站已开通的集装箱海铁联运、集装箱新能源海铁联运、笼车外贸班列等定制化服务，无锡制造“走出去”更畅更稳。

跨境电商海外仓如何布局？

□ 张俊楠



在全球经济环境下，海外仓库的战略部署显得更加重要，笔者认为主要体现在以下四个方面。

一是在配送流程的时效性上，海外仓进一步缩短了配送时间。比如，从中国出发的货物即使采用空运方式发往西班牙，也需要6至10天的时间。相较之下，通过海外仓提前备货，可以实现80%的订单在24小时内完成投递，超过95%的订单在3天内送达，部分订单甚至能够实现当日达。

二是在维持全球贸易产业链和供应链的稳定性方面，海外仓是规避服务跨境电商的物流行业出现各种突发风险的必要利器。海外仓作为全球供应链中的一个关键环节，通过空间置换时间的策略，帮助服务跨境电商的物流企业平衡生产与配送周期，有效规避如新冠疫情类的各种突发风险。

三是全球布局方面，海外仓正在逐步扩大范围。我国跨境电商在全球220多个国家和地区建设独立站超过20万个，海外仓数量超过2400个，面积超过2500万平方米。包括物流、支付、快递等在内的第三方服务商服务全球数十万客户。目前，海外仓库在北美、欧洲等跨境电商业务量大，其中物流基础设施完善的地区成为优先布局的选择。

四是在新兴市场的开拓方面，部分物流企业正在助推“一带一路”建设。《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的生效，为全球约三分之一的经济体量创造了一个统一的超大规模市场，提供了巨大的发展空间。

位置选择是关键

在布局海外仓时，地理位置的选择是非常关键的。在选择地理位置时，笔者建议物流企业需要结合目标海外市场的特

性、消费者习惯、物流成本等多种因素，制定一套海外仓布局策略。

例如，时尚产品，首选时尚敏感地区如欧洲的某些主要城市；电子产品，首选科技发达地区如美国西部核心城市附近。通过这些数据，可以预测不同地区的需求量，为后续的库存管理和物流布局提供依据。

对于中国的出海企业来讲，在进行市场研究和规划梳理海外仓布局的时候，选择与国内头部的海外仓物流供应商进行深度沟通，了解目前海外仓市场的物流网络链接情况，以及中长期趋势，是一个比较明智、省力的做法。

全球海外仓地理位置布局，应考虑各国的市场需求、交通条件及与中国的经贸合作等因素，分批分类布局海外仓，通过科学合理的地理位置选择，可以有效提升物流效率，降低运营成本。

优先布局枢纽海外仓，选址应覆盖全球重要自贸港、中欧班列沿线、国际重要航空港、全球重要港口等。同时，海外仓的点位布局策略也需要综合考虑市场接近性、交通物流便利性、政治经济稳定性、法规税收环境、市场发展潜力、自然灾害风险，以及劳动力市场和成本等多方面因素，在重要交通物流节点布局B2B或B2C节点海外仓，形成相辅并重的网络体系。

影响物流企业选择布局全球海外仓地理位置的因素也有不少：

一是接近关键市场。首要任务是确保海外仓靠近关键的目标市场。这意味着要在靠近主要消费者集群的地区设立仓库，以减少最后一公里的配送时间和成本，同时，将仓库设在或靠近关键市场位置，可以快速扩展市场，无需长时间的前期准备。例如，如果目标市场是欧洲，那么在德国或

荷兰等中心地带设立仓库可能是理想的选择。

二是交通和物流基础设施。选择地点时，应考虑其接近主要的交通枢纽，如国际机场、主要港口、铁路网络和高速公路。良好的交通连接不仅有助于降低运输成本，也能确保快速、高效的货物流动。

三是政治和经济稳定性。选择政治和经济稳定的国家作为海外仓的位置，可以减少运营中的不可预见风险。政治稳定性意味着较低的法律和政策变动风险，经济稳定则通常意味着可靠的基础设施和稳定的货币汇率。

四是法规和税收环境。不同国家和地区的进出口法规、关税政策和税收环境差异巨大，这些都直接影响到海外仓的运营成本 and 效率。选择税收优惠政策较多、海关程序简化的地区可以为企业带来成本优势。

五是市场发展潜力。除了当前的市场需求，还需要考虑长期的市场发展潜力。选择在经济快速增长、消费能力提升的地区设立海外仓，可以为未来的扩张提供便利。

六是自然灾害和气候变化。考虑自然灾害的风险，如洪水、地震等，以及气候变化可能对运营的影响。选择相对自然灾害风险较低的地区，可以减少潜在的中断和损失。

七是劳动力市场和成本。劳动力的可用性和成本也是重要的考虑因素。一些地区可能提供较低的劳动力成本，但也要考虑到员工的技能水平和劳动力市场的稳定性。

本土化运营优势凸显

随着跨境电商海外仓布局网络的不

断扩大，在不同的文化、语言和市场环境下，如何使海外仓融入当地市场是物流企业必须面对的问题。因此，笔者认为对于服务跨境电商的物流企业来说，海外仓的本土化运营显得尤为重要。

本地化策略涵盖整个团队，包括软件开发人员、业务所有者、设计师、开发人员、营销人员和产品经理。本地化运营的核心是深入了解和适应目标市场的文化、消费者习惯和市场需求。这不仅涉及语言的使用，还包括对文化规范、细微差别和预期的认识。

在日本和韩国，消费者通常期望快速、高效的送货服务和无缝的退货流程。在这些市场中，企业可能需要与当地物流服务商合作，提供更快速的配送选项，如即日配送或次日送达，以及更灵活的退货选项，以满足消费者对高效服务的期望。

考虑当地的假期和文化特点也是至关重要的。在美国圣诞期间，由于大量的订单和物流限制，配送时间可能会延长。了解这些文化特点并在物流计划中加以考虑，可以帮助企业更好地管理客户期望并提高满意度。

此外，在不同市场中保持品牌一致性也是不容忽视的。创建一个详细的品牌和营销策略文档，包括语调、常用术语、竞争对手分析、避免使用的特定语法元素等。这有助于确保翻译工作能反映出品牌的特点，同时也适应目标市场的文化差异。

结合这些策略和实践，海外仓在选择合适的点位后，可以通过本土化经营更有效地融入目标市场，同时提升品牌在新市场的认知度和客户满意度。

数说物流

1月26日，国家邮政局举行2024年一季度例行新闻发布会，发布了7件2024年邮政快递业更贴近民生实事。

● 加快建设村级寄递物流综合服务站(村邮站)
全国全年新增村级寄递物流综合服务站站点数量10万个

● 持续优化发往部分区域的电商快件寄递服务
推动电商平台完善销售方式，实现快递企业“有件必发”目标

● 加强群众用邮合法权益保障
邮政业用户有效申诉率保持在万分之五以下。

● 推进落实快递行业劳动合同制度专项行动
推动快递企业依法与招用的从业人员签订劳动合同



● 持续推动提升从业人员素质
组织完成基层一线从业人员职业技能培训25万人次

● 巩固提升邮政普遍服务水平
进一步推动提升农村邮件投递服务水平，全国一半以上的建制村每周投递超2次以上

● 加强快递员群体先进典型选树和关心关爱
进一步加大关心关爱力度，推动新增8000家“暖蜂驿站”等关爱阵地

(数据来源于国家邮政局
全媒体记者许愿制图)