

7月份以来,一路飙升的集装箱运价迎来“降温”。据宁波航运交易所数据,今年3月底以来,宁波出口集装箱运价指数(NCFI)持续上涨,直至6月28日达到2905.4点后触顶回落,并连续6周下跌,8月9日降至2437.0点,但仍处于年内高位。

此轮运费的下调,能否减少货主们“有货出不去”的焦虑?下半年的运价走势,究竟会持续下调,还是反弹回升?一些宁波外贸人和货代人对此各有看法。



乐美佳推迟出运的货物已从仓库堆到大厅。受访对象供图

## 出口集装箱运价指数连续6周下跌

# 运价“降温” 宁波企业冷暖几何?

综合指数

最新指数 2437.0



数据来源:宁波航运交易所

## 2 货代 出货需求影响运价

春江水暖鸭先知。从事国际物流一线的宁波货代人,比外贸人更敏锐地感知到运价的变化。

“运价确实是‘降温’了,比如,宁波到美西,上个月的运价超过6000美元/高柜,现在是4000美元/高柜;宁波到欧洲,一个高柜的运价也比一个月前跌了2000美元左右。”宁波艾马仕国际物流有限公司总经理唐小月称,“在运价下降期间,我们承运的货物量也同步出现一定的下降趋势。”

唐小月告诉记者,运价的波动,是运力供需关系变化的结果。上半年的运价上涨,背后有红海危机导致船舶绕行、新能源产品“抢出运”、欧美补库存需求旺盛等因素影响。而现在,海外买家的采购需求放缓,甚至因不愿承担高运价而持币观望,助推运价回落。

在宁波多年从事国际物流行业的李先生认为,运价的“退烧”与出货需求的变化有关,相较于传统外贸从业者,自行承担运费的跨境电商卖家将更直观地感受到运价波

动的传导。“上半年,美国消费形势回暖,我们的跨境电商海外仓物流订单同比增长20%以上。不过,目前,美国的商超和电商库存已基本补完,支撑运价上涨的基础随之减少,我们7月的头程运箱量环比下降。在南美市场,新能源汽车及光伏产品大批出货的‘风头’一过,目前的运价大约降了5000美元/高柜。”

在业内人士看来,7月至9月是传统的航运旺季,但今年恐怕将“旺季不旺”。

上海国际航运研究中心首席信息官徐凯在接受媒体采访时表示,“这一波海运运费的下降,主因很可能是运力需求端的萎缩。而全球经济滞胀可能导致运输需求减少,进一步抑制运价上涨。”

然而,仍有多家船公司宣布,自8月15日起,每40英尺集装箱的运费上调1000美元,以遏制航线运费持续下滑的趋势。

有从业者认为,这是船公司试图维持利润空间的举措,但具体能否执行还有待观察。

## 3 专家 下半年运价不具备上涨基础

接下来的几个月,运价的走势会何去何从?广大从业者该如何迎接挑战?

壹航运创始人兼总经理钟哲超表示:“目前,支持高运费的多个市场因素,都已经或正在逐步消散。电池汽车储能‘冲货潮’已经褪去,提前到来的旺季也在提前结束。眼下,市场还有部分传统旺季和前期延误的货在支撑,但这样的支撑估计不会太久。”

浙江天时利蜻蜓供应链科技有限公司董事长乐振天认为:“今年第二季度以来的运价上涨,与其说受供求关系影响,不如说是市场

自我调控的结果,预计短期内运价不具备大幅波动的理由。”

而当高运费的“潮水褪去”,一些行业乱象也浮出水面。据《华夏时报》等媒体报道,今年以来,一些货代公司以“双清包税”模式吸引客户,加以低价竞争,却因资金链断裂而“暴雷”。

对此,乐振天建议,在当前存量竞争的市场环境下,宁波中小物流企业应在自身能力范围内保持理性投资、谨慎经营,并不断延伸服务链条,以提高自身的竞争力。

记者 严谨

## 1 货主 “爆仓”仍未“退烧”

今年第二季度,全球航运市场出现“淡季不淡”的现象。宁波到美东的出口集装箱运价曾一度逼近1万美元/高柜,到南美等地的运价也较年初翻倍上涨。部分中国出口商感到“一舱难订”,甚至因发货推迟而导致工厂“爆仓”。

这些“蝴蝶效应”,是否已因运价稍有回落而得到缓解?记者采访得知,近1个月的运价下调,对大多数宁波外贸工厂影响尚不明显。

“3个多月前,因为舱位紧张,我们有4个集装箱的货没法按时出运,好在这些货总算陆陆续续在出了。但仍有客户让我们推迟发货,比如,有一批中东的订单,按理说6月底就要出运了,足足拖了1个多月还没发,令人有些焦急,而我们的仓库仍处于饱和状态。”宁波瑞曼克斯门窗配件有限公司总经理丁言东告诉记者。

客户为何要推迟发货?丁言东称,他和大多数中国出口商一样,以FOB术语进行国际贸易——即海运费由买方承担,“毕竟现在的运价仍在高位,每个高柜的价格比年初涨了1500美元,是一笔不小的开支,客户因此陷入观望。如果是客户有急用的货,

我们一般会改走空运,再自行让利承担一部分成本。”

无独有偶,宁波乐美佳电器科技有限公司陈经理也并未感受到运价的“退烧”。他所在的公司主营空气炸锅等小家电,主要销往欧美国家,同样因客户推迟发货而“爆仓”。

“现在,我们厂里的货已经从仓库堆到大厅,都快没地方走路了。”陈健无奈地表示,“现在舱位有,就是价格贵;订单也有,就是客户一直要求降价。还有一些潜在客户会发信息,‘疯狂暗示’运价成本依然不菲,并据此砍价。我们不想踏入‘价格战’的陷阱,对这些干脆‘已读不回’。”

上述“爆仓”现象是否具有普遍性?记者了解到,这取决于不同外贸企业的品类、市场、客户规模等因素。

宁波一位家电出口商表示,公司主要和欧美大型品牌商合作,出货节奏稳定,并未出现延期。

出口东南亚等地的宁波企业称,当地运价涨幅不大,对发货的影响有限。

而跨境电商卖家比传统外贸企业掌握更大自主权,也并未因此陷入被动。