海运价格“断崖式”下跌

宁波外贸人如何应对?

宁波舟山港海铁联运场地。 通讯员 周雨亮 摄

“一年前,我们还在热议‘运价比货值还高’……谁能想到,现在宁波到美西的海运价,只剩下去年的零头呢?”在宁波经营一家国际物流企业的李鸣(化名)感慨。

宁波航运交易所发布的数据显示,9月23日,宁波出口集装箱运价指数(NCFI)为1529.18,较今年初和前一周,分别回落了64%、13.25%,可谓是“断崖式”下跌。运价的波动,是全球贸易供需关系的“晴雨表”,也深刻影响着从业者的经营决策。

在宁波这座“外贸万亿之城”,号称每4个人就有1人从事外贸相关行业。当宁波至美西每标箱的海运价格,从上万美元跌到3000美元以下,广大外贸人和背后的物流承运商,该如何应对?

传统旺季运价“遇冷”

犹记去年,“天价”海运费的背景下,不少中国卖家“一箱难求”,而今年下半年以来,运价“跌跌不休”,行情急转直下。眼下,虽然正值外贸“金九银十”的传统旺季,但集装箱海运市场却传递“冷信号”。

截至9月23日,宁波出口集装箱运价指数已连续15周环比下跌,并且在短短3个月内,从3500点的高位回落至2020年11月中旬的水平。

宁波航运交易所分析师钱杭璐在撰文解读9月17日–23日的运价指数时指出:“临近国庆长假,欧地航线的传统出运高峰并未出现,运价跌幅反而扩大;北美航线货运需求有限,市场竞争激烈,美东、美西航线单周环比跌幅均为年内最大值。中东航线市场行情持续疲软,运价指数仅为年初的七分之一。”

记者查询搜航网发现,未来一个月宁波至美国洛杉矶的海运价格,已跌至2300美元/标箱,仅为去年同期的零头,实际上,本月初这条航线的运价还在3000美元/标箱以上。知名海运咨询机构德鲁里的数据显示,上周世界集装箱运价指数同比下降57%,但仍高于近5年的平均值。

运价暴跌,引发船公司纷纷停航。德鲁里的数据显示,9月19日至10月23日,在跨太平洋、跨大西洋、亚洲–北欧和亚洲–地中海等主要航线总共750个预定航次中,已有122次航行宣告取消,取消率创下历史新高。

“这个月,我们国际物流同行的整体业务量同比下降了30%左右,估计第四季度仍会放缓。在中国信保宁波分公司的支持下,我们开始探索自备箱业务,做到成本可控,练好内功,度过非常时期。”李鸣表示。

运价“退烧”背后的供需变化

一度高企的海运价格,为何在今年下半年突然急转直下?

“通俗地讲,就是去年外商囤货太多,今年买不动了,订单下滑、出货少了,运价自然‘退烧’。”宁波华孚进出口有限公司副总裁孙公乐说,该公司的销售额自今年4月以来持续走低,今年1月–8月仅与去年同期持平。

“疫情以来,海运费高涨、船期不稳定,使欧美客户产品库存紧缺,在2021年过度采购。今年历经俄乌冲突、欧元贬值等‘黑天鹅’事件,欧美各大商超都在减少非生活必需品的订单。预计经过今年的消化,订单才会逐步恢复正常。”孙公乐说。

业内人士指出,运价涨跌是市场供需关系调节的结果。当前,全球经济下行、外需下滑、库存过剩、贸易量减少、集运市场疲软……在多重因素叠加下,国际航运正从“卖方市场”向“买方市场”转变。

“今年运价快速降低,一方面是因为运力增长较快,另一方面,此前多国货币政策‘放水’和地缘政治危机等因素,将通货膨胀的压力推到超预期的水平,商品需求出现下降趋势。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员梅新育分析道。

商务部研究院国际市场研究所副所长、研究员白明也指出,此前国际贸易的规模扩张,并不足以支撑航运费用的上涨幅度。当前运价的回落,一方面是畸高价格的回调,另一方面,从供给层面来讲,也反映了国际贸易环境趋冷的局面。

在此背景下,一些中国的跨境电商卖家被高位运价“套牢”,当务之急是清库存,出货的需求也大不如前,反过来加快了运价走低的步伐。

陈跃(化名)在宁波从事跨境电商。疫情以来,“宅经济”的兴起让他赶上行业红利,年销售额一度突破1亿美元。令他意想不到的是,他们在去年运价高位期间发往欧美的货物,如今却面临“卖不动”的窘境,只好低价甩卖。

“比如一款哑铃凳,我们在运价1.5万美元/高柜的时候出货,零售价卖到130美元/件才有得赚,但现在海外消费者购买力不足,只好以89美元/件的价格赔本出售。如果不忍痛‘割肉’,我们的价格就拼不过运价低位时出货的竞品了,只会亏得更惨。”陈跃说。

让陈跃哭笑不得的是,一位欧洲客商表示,他们缩衣节食,竟是为了“留着点钱买天然气”,应对能源危机。尽管运价的回落,有利于近期想出货的卖家降低运输成本,但库存过剩的卖家们,免不了走向激烈的“价格战”。

如何适应运价市场的逆转?

方正中期期货研报称,今年,全球集装箱运力在三季度同比增长3.9%,在最近7年中处于中等水平,但由于需求不振,运力闲置率创近5年峰值。第四季度全球集运市场依然不容乐观,将出现旺季不旺的行情。

对于去年赚得“盆满钵满”的船公司来说,恐怕日赚数亿元的好日子将告一段落。那么,面对新一轮市场变化,宁波外贸企业、物流企业又该如何应对?

陈跃意识到,必须把鸡蛋放在多个篮子里,便立马调转船头,紧随RCEP的东风,拓展邻近的日韩市场。“我们从威海出货,如果走加急船,货物只需1天就能到韩国,当地的户外露营、电动工具产品销量火爆,商机巨大。”陈跃说。

“我们深知去年的行情绝非常态。当潮水褪去,更要保持平常心迎接挑战。我们一边做好员工培训,一边从广东引进专业的TikTok直播团队,帮助跨境电商卖家运用新媒体拓展销路,延伸我们的服务链。”宁波艾马仕国际物流有限公司总经理唐小月说。

为了顺应市场,李鸣还开启“拼多多”模式,从帮货主订舱转为帮船东揽货,而自己则走薄利多销路线。同时,价格更可控、时效更稳定的中欧班列、中老铁路等陆运渠道成为他拓展市场的重点,承运销往“一带一路”沿线国家的商品。

宁波新东方工贸有限公司总经理、财经作家朱秋城认为,在当前运价下跌、外需下滑的背景下,传统外贸企业转型做跨境电商依然有价值,不仅有利于朝着“微笑曲线”的两端延伸,还能直观地感受消费者需求的变化,自行调整备货和发货策略。

“许多海外采购商之所以减少订单,是由于对消费市场信心不足。但如果中国企业直面海外消费端,就能掌握更大的主动权。比如我们做传统木制工艺品,今年赶上宠物经济的风口,出口木制宠物家居用品,获得市场青睐,相信机会总会留给有准备的人。”朱秋城举例道。

记者 严瑾