



菜鸟西班牙分拨中心——保障配送时效和服务质量

本报记者 颜欢

在西班牙首都马德里市郊2.25万平方米的菜鸟分拨中心，两条分拣线正忙碌工作。临近节假日，多国商家开启促销活动，菜鸟也借此机会推出了“2欧元隔日达”和“2欧元次日达”等优惠增值服务，让网购货物能够更加快捷地送到消费者手中。

“旧分拣线处理能力大概是每小时2万个包裹，新分拣线启用后，整体产能短时间提升一倍，重点环节智能化水平得到了全面提升。中国的跨境商家及本地商家在大促期间发货，依然能够享受稳定的配送时效和服务质量。”菜鸟西班牙负责人恩户托告诉记者，这套由菜鸟自主研发的新分拣系统，大幅提高了快递包裹的出入库效率。上一层传送带将包裹顺时针单向传递到操作平台，只需工作人员确定二维码朝向，新系统就可以自动识别包裹地址，并将包裹投放到不同邮编的隔口中，以优化派送路线，保障派送效率。

2021年，菜鸟正式进入西班牙市场，在马德里开设分拨中心。3年来，企业背靠中国跨境电商，以差异化服务在当地市场站稳脚跟，团队规模也从原来的几十人扩大到了现在的超百人。目前，菜鸟物流服务已覆盖西班牙超过40个省份，并在各大城市设置自有网点和配送站。快递包裹由马德里通过陆运、海运以及空运等方式送往各地，在25个核心城市实现次日达高效配送。此外，周末送达服务也成为菜鸟在西班牙的特色之一。

去年，菜鸟在西班牙的网络覆盖和相关布局更加完整，与速卖通平台一起推出了面向全球消费者的高时效产品“全球五日达”，让中国商家和西班牙消费者能够享受更加快速、高效和稳定的跨境电商购物体验。今年9月，为支持西班牙本地电商客户发展，进一步降低物流成本，菜鸟推出了面向西班牙电商客户的特色次日达、隔日达服务。“西班牙物流高峰期运营压力大、成本高，我们推出的特色服务都在市场上取得了较好反响。”菜鸟西班牙快递总经理蔡文明表示，中国物流企业为当地日益增长的电子商务物流需求提供了更加优质的解决方案。



图①：菜鸟西班牙分拨中心工作人员进行仓内操作。石晨曦摄
图②：在肯尼亚姆洛戈瓦，Kilimall员工在仓库内工作。新华社记者 李亚辉摄
图③：“东盟网红走南宁”暨优品出海系列活动中，主播在推介南宁沃柑。南宁市商务局供图
图④：菜鸟西班牙分拨中心工作人员扫描包裹。石晨曦摄
图⑤：Kilimall肯尼亚员工正在仓库里分拣货物。Kilimall供图
图⑥：广西首趟电力铁塔中越班列从南宁国际铁路港开出。祝佳祺 安智翔摄影报道

中越班列跨境货运——让东盟电商搭上发展快车

本报记者 祝佳祺

分单查验、快速装车、集拼出关……今年5月，广西自贸试验区崇左片区完成全国首单跨境电商分单模式实测，跨境电商出口货物符合通关条件即可拆单申报，以集拼方式直接出关。“电商货品不再需要等待整车货物查验，让物流时效提高了很多，给供应链提供了更多保障。”来自柬埔寨的商贸公司代表阿芳说。

更创新的通关模式，更畅通的物流渠道，让东盟跨境电商搭上发展快车。在广西最大的铁路物流中心南宁国际铁路港，搭载着钢材、家具、家电、瓷砖、太阳能电池等混装货物的中越班列正整装待发。据国铁南宁局统计，今年前10个月，广西始发中越班列累计发送货物12998标箱，同比增长1274%，多次刷新单月发送量历史最高纪录。

自2023年6月起，广西每周二、四、六常态化开行3列中越班列，并适时按需增开。今年1月，经与越南铁路总公司协商，中越班列全程时刻表确定，运输时效大幅压缩，从广西南宁南站到越南安员站的运输总时长由40多个小时压缩至最快14个小时。

今年7月以来，随着中越电子贸易升温，运输需求持续攀升，国铁南宁局适时调整运输方案，基本实现中越班列“天天班”运输。同时，国铁南宁局也协调邕州海关监管场所联合降费，降低企业海关作业区作业费、短倒费、仓储费等费用。目前中越班列南宁南站至安员站，站量后一口价为1150元/40英尺箱，最高每箱节约运输成本5000多元，受到国内外客户的欢迎。

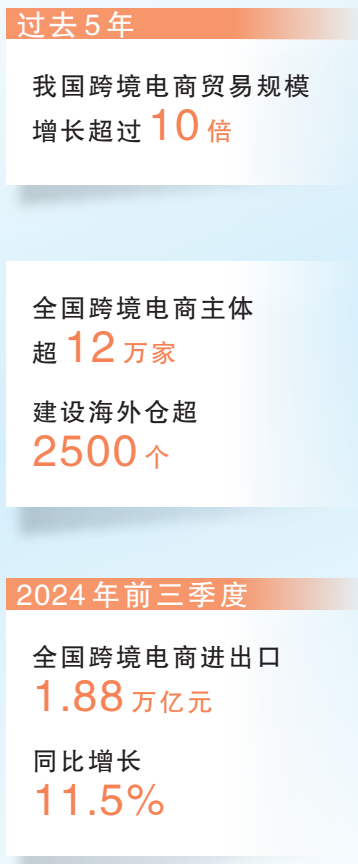
在南宁国际铁路港10月新设的集拼、混装中转仓库，一批混装货物正在有序装卸货物、接受安全检查。“手机上就能提前报备货物信息，选择班次和装箱。现场安检也很快，中越班列有便捷的报关、挂运绿色通道，整个流程能节省一大半时间。”南宁交投物流投资有限公司业务经理李娜告诉记者。

凌晨从广西南宁南站发货，下午就能到达越南安员站。广西邦达天原国际货运有限公司物流总监杨波介绍，公路口岸汽车通行有不可预测性，影响运输时效，公司用中越班列运输900个集装箱的货物，“准点、稳定、可预测”，受到客户好评。



抓契机 掘商机 育新机

中国跨境电商「跑」出加速度



数据来源：商务部



企业在“卖全球”中发展，消费者在“买全球”中受益。跨境电商运用新技术、适应新需求，已经成为推动外贸发展的重要力量。2024年前三季度，中国跨境电商进出口达1.88万亿元，同比增长11.5%。中国跨境电商产业蓬勃发展，标杆性企业和品牌不断涌现，展现出中国外贸迈向高质量出海新阶段的坚实基础和强劲动能。

中非跨境电商平台——共享数字经济带来的红利

本报记者 戴楷然

在肯尼亚东南部塔纳河郡布拉镇，当地居民保罗·巴霍拉·巴巴扬经营着一家商店。他每天一大早就赶到店里，将收到的包裹整齐摆放在货架上，并通知收货人前来取件。“我每天平均要处理几十件大小不同的包裹，都是附近社区居民在Kilimall上订购的产品。”巴巴扬说，随着年底促销季的到来，包裹数量会增加两至三倍，他正考虑着请个帮手，“这份工作让我有了稳定的收入，也在社区里结交了很多朋友，生活过得越来越好了。”

巴巴扬的商店是Kilimall在非洲设立的1600多家社区自提点之一。Kilimall创立于2014年，总部位于中国湖南长沙，业务覆盖肯尼亚、坦桑尼亚、乌干达等多个非洲国家。“经过10年的发展，Kilimall拥有8000多个卖家和超过1.2万个店铺，年度活跃用户逾720万，为非洲消费者提供超百万种商品。”Kilimall品牌总监廖峥嵘向记者介绍，Kilimall在非洲市场占有率长期处于领先地位，尤其是在东非市场的份额一直保持在50%以上。

走进肯尼亚内罗毕近郊的Kilimall仓库，当地员工穿梭于一排排货架间，有条不紊地清点货物、扫码、打包装箱……仓库外，身穿红色制服的“快递小哥”整装待发。“Kilimall利用自建物流体系实现了在非洲的物流当日达、次日达和隔日达。各地社区自提点解决了‘最后一公里’的尾程送达问题。不仅降低了物流成本，更加提升了用户体验。”廖峥嵘表示，平台还自主研发了支付系统，与非洲的银行深度合作，为消费者提供便捷且多样化的在线支付渠道。

目前，Kilimall在肯尼亚员工总数已超300人，外籍员工占比超70%。谢米·玛娜于2022年进入Kilimall工作，担任卖方管理助理，负责对接非洲当地卖家，协调他们的需求。“Kilimall为本地企业提供了拓展业务、增加营收的新平台。消费者也拥有了更多样的产品选择和更便捷的购物体验。”玛娜表示，经过两年多的工作，她更加熟悉非洲的电商市场，“中国在电商领域有丰富的经验，为非洲国家提供了有益借鉴。相信Kilimall这样的电商模式会被推广到更多国家。”



本版责编：韩秉宸 张博岚
版式设计：蔡华伟

