

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載的資料及統計數據摘自我們委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告以及各種官方政府刊物及其他公開可得刊物。我們就[編纂]委託弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告，其為獨立行業報告。來自官方政府來源的資料並未由我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何彼等各自的董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核驗，並未就其準確性發表任何聲明。

### 資料來源

本節包含來自我們委託編製的弗若斯特沙利文報告的資料，我們認為有關資料可加深對行業的了解。弗若斯特沙利文為一間全球顧問公司和獨立第三方。弗若斯特沙利文創立於1961年，其服務包括為多個行業提供市場調研。我們同意就編製有關報告向弗若斯特沙利文支付總費用人民幣800,000元，我們認為該等費用與市場費率一致。我們認為支付該等費用概不會造成弗若斯特沙利文報告得出的結論有失公允。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已進行一手及二手研究，前者包括與主要行業參與者及專家進行訪談，後者則包括查閱公司報告、獨立研究報告及基於弗若斯特沙利文研究數據庫的數據。弗若斯特沙利文亦假設：中國經濟在預測期內可能會保持穩定增長；中國社會、經濟及政治環境在預測期內可能會保持穩定；相關市場驅動因素可能會繼續推動全球跨境物流解決方案行業的增長；及並無出現可能會急劇地或從根本上影響市場的極端不可抗力事件或行業法規。

### 全球進出口貿易及跨境電子商務行業概覽

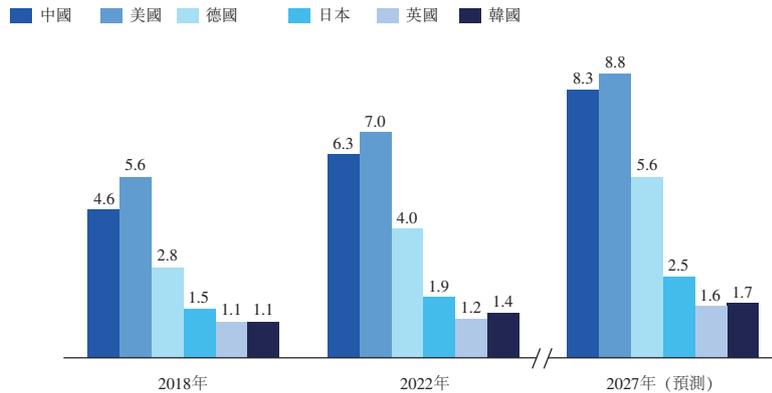
#### 全球進出口貿易概覽

受惠於全球經濟增長及消費者的購買力增加，過去數年全球進出口貿易不斷擴張。下列圖表載列全球各主要經濟體於所示年度的進出口總值。

## 行業概覽

### 按全球重大經濟體劃分的進出口價值明細 十億美元；2018年至2027年（預測）

年複合增長率	中國	美國	德國	日本	英國	韓國
2018年至2022年	7.9%	5.6%	9.5%	6.3%	2.3%	5.5%
2022年至2027年（預測）	5.8%	4.7%	7.2%	5.4%	5.1%	3.8%



資料來源：中國國家統計局、經濟分析局、日本海關、韓國央行、弗若斯特沙利文報告

### 全球電子商務市場概覽

隨著互聯網技術日漸普及，近年來全球電子商務市場急速發展。2020年爆發COVID-19改變了顧客的購物習慣，由傳統線下購物改為通過線上渠道及平台購物，加快推動消費模式的轉變，帶動全球電子商務市場的進一步發展及擴張。

下列圖表載列於所示年度的全球電子商務市場規模。

### 全球電子商務市場 萬億美元；2018年至2027年（預測）

年複合增長率	總計	北美	歐洲	中國	全球其他地區
2018年至2022年	18.3%	16.1%	18.7%	11.6%	37.4%
2022年至2027年（預測）	10.6%	12.6%	10.7%	8.5%	11.7%



附註：市場規模指電子商務平台產生的GMV總和

資料來源：eMarketer及弗若斯特沙利文報告

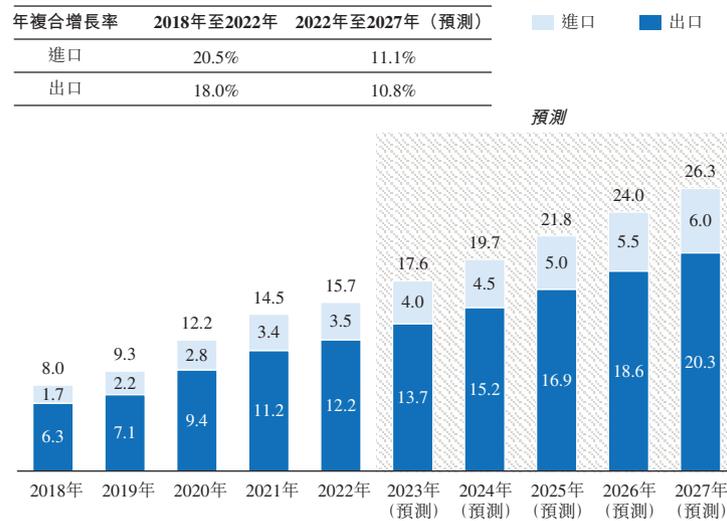
## 行業概覽

### 中國跨境電子商務市場

在跨境服務、海外物流、手機支付解決方案發展及監管環境便利化的推動下，中國跨境電子商務市場的市場規模出現巨大增長。按GMV計算，過去數年中國整體跨境電子商務市場當中以跨境電子商務出口市場佔據主導地位，主要因為中國的勞動成本及製造成本相對較低。在技術顛覆的帶動下，預期中國的出口產品類別將由低端產品擴展到高端產品。全球及中國跨境電子商務市場的當前規模及預期增長主要與線上消費者的消費意願及購買力有關。

下圖載列中國跨境電子商務市場於所示年度的市場規模。

按類別劃分的中國跨境電子商務市場明細  
人民幣萬億元；2018年至2027年（預測）



附註：市場規模指所有跨境電子商務平台的GMV總和。

資料來源：弗若斯特沙利文報告（弗若斯特沙利文對Amazon、Wish、AliExpress及eBay等主要跨境電商平台的專家進行訪談，並審閱第三方組織發佈的報告後估計）

## 行業概覽

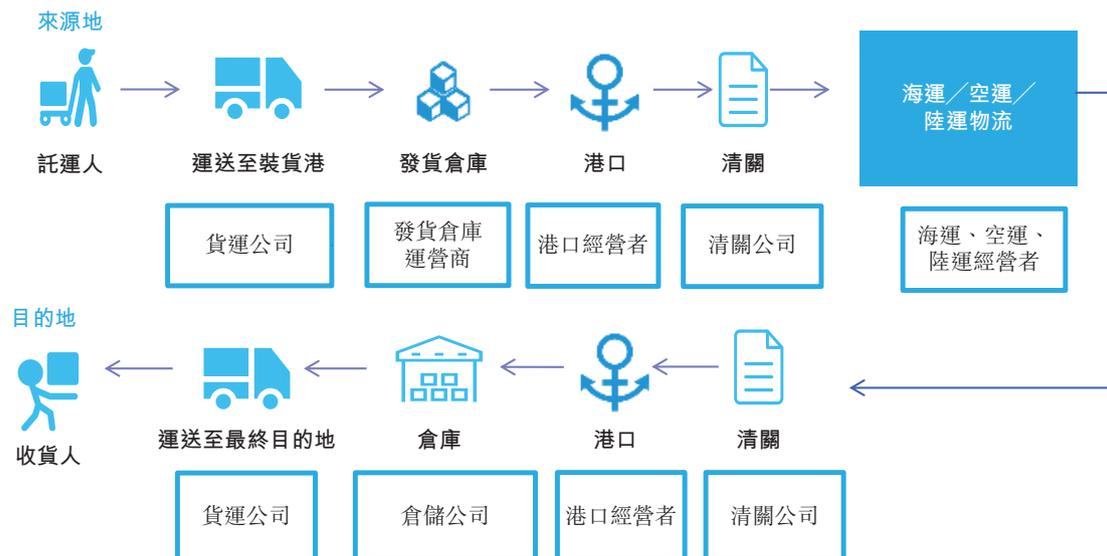
### 中國品牌進軍海外市場的分析

中國品牌進軍海外可以分作三個階段，即新興階段、擴張階段及蓬勃發展階段。在新興階段，大多數中國品牌純粹將產品出口，使銷售渠道延伸至海外市場，但欠缺管理跨境物流的經驗或知識。在擴張階段，許多中國品牌開始建立倉庫及配送中心，甚至參與運營物流綜合結點。在蓬勃發展階段，中國品牌傾向在海外建設生產工廠，以減低跨境運輸的風險，並可迅速回應市場需求。處於蓬勃發展階段的中國品牌更有可能與在整合倉儲、船舶、運輸等物流資源方面擁有較強能力的跨境物流服務提供商合作，為該等中國品牌提供一體化跨境物流解決方案。該等解決方案可讓處於蓬勃發展階段的中國品牌有效降低物流成本，且更好地控制長途跨境運輸的風險。

### 全球跨境物流服務市場

#### 概覽

跨境物流服務主要是指一系列服務，以便托運人將貨物交付予通常位於不同國家的收貨人。下圖顯示跨境物流服務的價值鏈。



資料來源：弗若斯特沙利文報告

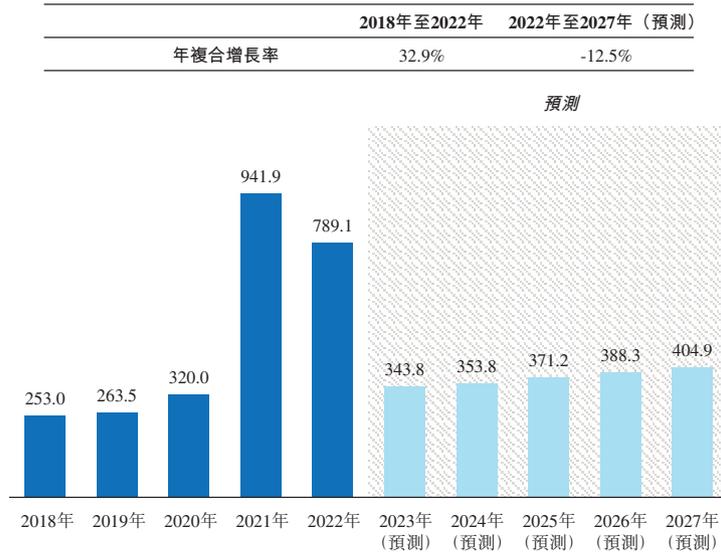
## 行業概覽

### 跨境物流服務市場的市場規模

#### 全球跨境物流服務市場的市場規模

下圖為所示年度全球跨境物流服務市場的市場規模。

全球跨境物流服務市場  
十億美元；2018年至2027年（預測）



附註：市場規模指跨境物流服務提供商產生的收入總和。

資料來源：Drewry、國際民航組織航空運輸報告、Freightos 波羅的海貨運指數及弗若斯特沙利文報告

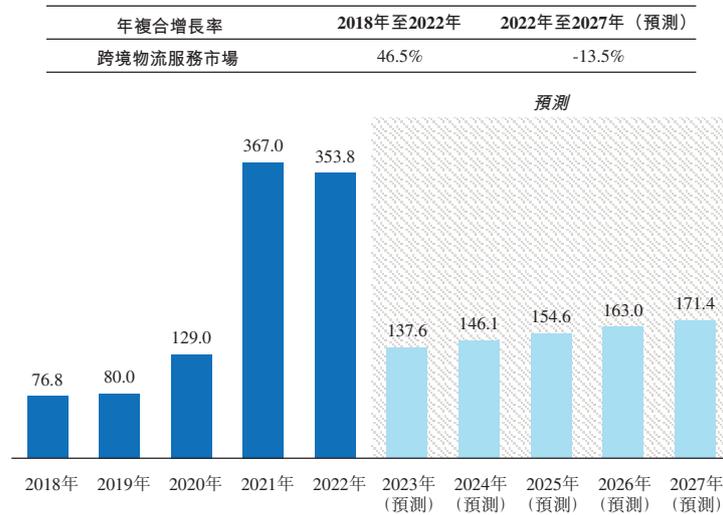
全球跨境物流服務的市場規模受跨境物流服務市場的運輸量及現行運價影響。全球跨境物流服務的市場規模在過去幾年（尤其是2020年至2021年）大幅增長。2020年，COVID-19疫情爆發，引起運力短缺及港口擁堵，導致2020年至2021年跨境物流服務運價大幅上漲。隨著COVID-19疫情的限制逐步解除，市場上的跨境運輸能力正在釋放。因此，預計2023年全球跨境物流服務市場將較2021年及2022年大幅縮減，但仍將高於2019年疫情前的水平，並於2023年至2027年穩定增長。

## 行業概覽

### 中國跨境物流服務市場的市場規模

下圖為所示年度中國跨境物流服務市場的市場規模。

中國跨境物流服務市場  
十億美元；2018年至2027年（預測）



附註：市場規模指中國跨境物流服務提供商產生的收入總和。

資料來源：Drewry及弗若斯特沙利文報告

在中國品牌在全球快速擴張及數字化物流服務效率提升的推動下，中國的跨境物流服務市場平穩增長。由於COVID-19爆發，跨境物流服務的價格顯著上漲。由於COVID-19期間跨境物流量保持相對穩定而價格大幅上揚，於2021年中國跨境物流服務市場規模大幅增至3,670億美元。隨著COVID-19疫情對中國跨境物流服務市場的影響已逐漸減弱，中國跨境物流服務市場於2022年縮減至3,538億美元，預計2023年將進一步縮減，但仍將高於2019年疫情前的水平，並於2023年至2027年穩定增長。全球及中國跨境物流服務市場的當前規模及預期發展趨勢主要與當前和預計的出口貨運量及跨境運價有關。

## 行業概覽

### 2023年至2027年運輸量及運價討論

與2021年及2022年相比，預計2023年全球及中國跨境物流服務市場將大幅縮減，但仍將高於2019年疫情前的水平，並於2023年至2027年穩定增長。下表載列於所示年度全球及中國跨境物流服務市場，以及同期各海運及空運的運價及運輸量明細：

#### 全球跨境物流服務市場

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年 (預測)	2024年 (預測)	2025年 (預測)	2026年 (預測)	2027年 (預測)	18年至 22年 年複合 增長率	22年至 27年 年複合 增長率 (預測)
全球海運運價 (美元/TEU)	880.0	900.0	1,250.0	3,950.0	3,337.8	1,255.0	1,275.1	1,292.9	1,308.4	1,321.5	39.6%	-16.9%
全球跨境海運貨運 量(百萬TEU)	192.0	202.0	193.0	207.0	200.8	207.6	214.5	221.3	228.2	235.0	1.1%	3.2%
全球空運運價 (美元/噸)	2,160.0	2,150.0	2,600.0	3,500.0	3,622.5	2,336.5	2,091.2	2,143.5	2,194.9	2,245.4	13.8%	-9.1%
全球跨境空運貨運 量(百萬噸)	38.9	38.0	30.3	35.5	32.8	35.6	38.4	39.7	40.9	42.0	-4.1%	5.0%
全球跨境物流服務 市場(十億美元)	253.0	263.5	320.0	941.9	789.1	343.8	353.8	371.2	388.3	404.9	32.9%	-12.5%

#### 中國跨境物流服務市場

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年 (預測)	2024年 (預測)	2025年 (預測)	2026年 (預測)	2027年 (預測)	18年至 22年 年複合 增長率	22年至 27年 年複合 增長率 (預測)
中國海運運價 (美元/TEU)	907.7	901.5	1,579.7	4,566.0	4,794.2	1,580.0	1,614.8	1,647.1	1,676.7	1,703.5	51.6%	-18.7%
中國跨境海運貨運 量(百萬TEU)	62.8	67.0	65.4	70.9	69.1	71.7	74.5	77.2	80.0	82.7	2.4%	3.7%
中國空運運價 (美元/噸)	3,313.4	3,267.3	4,227.7	5,883.7	3,430.7	3,533.6	3,632.5	3,727.0	3,816.4	3,900.4	0.9%	2.6%
中國跨境空運貨運 量(百萬噸)	6.0	6.0	6.1	7.4	6.6	6.9	7.1	7.4	7.6	7.8	2.7%	3.4%
中國跨境物流服務 市場(十億美元)	76.8	80.0	129.0	367.0	353.8	137.6	146.1	154.6	163.0	171.4	46.5%	-13.5%

---

## 行業概覽

---

根據弗若斯特沙利文的資料，預計跨境物流服務的運輸量將穩定增長。具體而言，2022年至2027年，全球集裝箱運輸量和全球空運量將保持穩定增長，年複合增長率分別約為3.2%和5.0%。就全球集裝箱運輸而言，監管機構已延長碼頭運營時間，增加臨時堆放在泊位的集裝箱的高度限制，以增加碼頭的垂直存儲空間，並鼓勵托運人更快地將集裝箱運出碼頭。全球空運方面，跨境航班也在逐步恢復，緩解了空運運力的不足。

2023年至2027年運價預計會有所波動。2020年COVID-19疫情爆發，引起運力不足及港口擁堵，導致2020年至2021年跨境物流服務運價大幅上漲。隨著COVID-19疫情的限制逐步解除，市場上的跨境運輸能力正在釋放。此外，勞動力供應的改善使港口擁堵得以緩解。因此，中國出口集裝箱運價平均綜合指數自2022年8月以來一直在下降。根據弗若斯特沙利文的資料，近月的運價下跌表明跨境物流服務市場正在恢復正常。

根據弗若斯特沙利文的資料，儘管運價下跌，但由於以下原因，運價不大可能跌至低於2019年疫情前的水平。首先，全球電子商務市場將繼續快速增長。隨著消費者的購物習慣從傳統的線下購物轉向線上渠道，預計2022年至2027年全球電子商務市場將以10.5%的年複合增長率增長。全球電子商務市場的興起將繼續刺激對跨境物流服務的需求。其次，運價下行導致集裝箱運輸停航增加。船運公司將繼續進行運力調整以適應需求波動。預計運價在短期內會波動，但從長遠來看，其不太可能降至低於2019年疫情前的水平。

### 全球海運市場

跨境海運服務因相對便捷經濟，在跨境商品流動方面擔當關鍵角色。過去數年，全球跨境海運市場穩定增長。全球零售及電子商務市場暴漲預期將帶動出口量及跨境運輸需求，從而刺激對該行業的巨大需求。在全球跨境海運市場所有貿易航線中，以下貿易航線極其重要：

- (i) 亞洲－北美貿易航線，因為近年來越來越多產能由西方國家轉移至東亞地區，反映跨境物流的出口量不斷增加；

## 行業概覽

- (ii) 亞洲－拉美貿易航線，因為過去數年亞洲已廣泛擴大了其在拉美地區內的貿易活動；
- (iii) 亞洲－歐洲貿易航線，因為亞洲與歐洲國家之間電子商務渠道的商貿活動日益繁盛；及
- (iv) 亞洲區內貿易航線，因為諸多支持政策及條約積極推動亞洲區內貿易航線的國際貿易，從而進一步促進了亞洲物流服務市場的擴張。

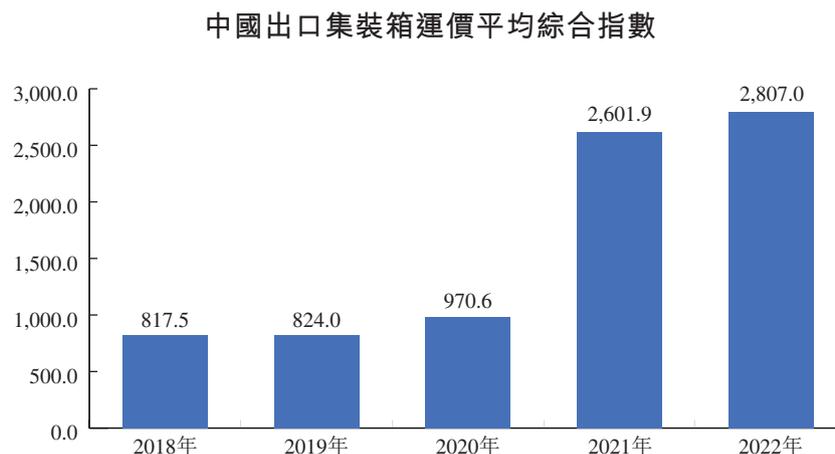
下表載列於所示年度按百萬TEU計的全球海運市場及主要貿易航線集裝箱運輸量：

	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年 (預測)	2024年 (預測)	2025年 (預測)	2026年 (預測)	2027年 (預測)
	(百萬TEU)									
全球海運	192.0	202.0	193.0	207.0	200.8	207.6	214.5	221.3	228.2	235.0
亞洲－北美貿易航線	28.3	28.7	27.7	32.7	31.9	33.4	34.9	36.4	37.9	39.5
亞洲－拉美貿易航線	2.5	2.5	2.4	2.8	2.7	2.8	2.9	3.0	3.2	3.3
亞洲－歐洲貿易航線	24.3	24.7	23.0	26.3	25.7	26.6	27.5	28.5	29.4	30.3
亞洲區內貿易航線	27.0	24.0	26.0	34.0	32.7	34.3	36.0	37.7	39.4	41.1

資料來源：Clarkson、Alphaliner、Datamyne及弗若斯特沙利文報告

### 中國出口集裝箱運價指數

下圖載列於所示年度的中國出口集裝箱運價平均綜合指數：



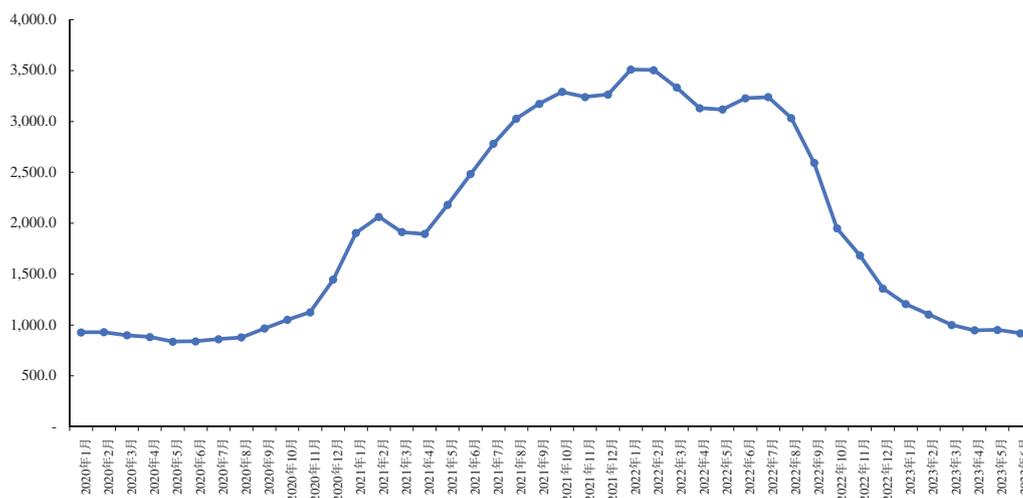
資料來源：中華人民共和國交通運輸部

## 行業概覽

中國出口集裝箱運價平均綜合指數由2020年的970.6大幅上升至2021年的2,601.9，並進一步上升至2022年的2,807.0。大幅增加主要是由於COVID-19疫情及相關限制措施導致跨境物流行業運力不足及港口運營效率低。

此外，下圖載列於往績記錄期及直至2023年6月30日的月度中國出口集裝箱運價平均綜合指數：

中國出口集裝箱運價平均綜合指數  
(2020年1月 – 2023年6月)



資料來源：中華人民共和國交通運輸部

中國出口集裝箱運價平均綜合指數自2022年底以來有所下降，由2022年的2,807.0(按年度月平均計算)大幅下降至2023年6月的918.9(2021年及2022年6月則分別為每月2,483.6及3,228.4)，但仍高於疫情前的水平，於2019年6月為808.6。

### 2022年海運改革法案(「2022年海運改革法案」)

於2022年6月16日，美國總統將2022年海運改革法案簽署成為法律，該法案修訂了1984年航運法。2022年海運改革法案增加了聯邦海事委員會(「聯邦海事委員會」)的權力，通過透明、高效及公平的海事體系以管理國際海運及促進美國出口活動增長。海運改革法案旨在(i)擴大保障範圍，打擊報復及阻止不公平的商業行為；(ii)對有關滯留及滯期費以及船舶艙位的禁止承運人行為作出澄清；(iii)通過聯邦海事委員會建立航運交易登記制；(iv)擴大處罰權限，包括退款；及(v)提高(其中包括)滯留及滯期費投訴程序的效率。2022年海運改革法案對市場運價的影響有限。此外，禁止無理拒收貨倉在一定程度上可延長航運期，就海運運價而言被視為正面的推動。

## 行業概覽

### 中國跨境物流服務市場的競爭格局

#### 15大中國跨境物流服務提供商

中國跨境物流服務市場分散，按2022年收入計，前15大服務提供商（民營及國有）合計僅持有12.2%市場份額。通過自營的重資產、完善的信息系統及海運／空運訂艙的議價能力，領先公司擁有強大的跨境端到端服務交付能力。預計更多跨境物流服務提供商將提升成本管控能力、發展集中物流體系，以增強跨境物流服務能力。

下圖載列2022年15大中國跨境物流服務提供商。

2022年中國跨境物流服務收入排名						
排名	公司	成立年份	總部	收入 (百萬美元)	市場份額	背景
1	I	2002	北京	14,787.7	4.2%	中國領先的綜合物流服務提供商及集成商，於上海證券交易所及香港聯交所上市。公司I提供個人化物流解決方案及一站式物流服務。
2	J	2000	香港	8,627.6	2.4%	香港聯交所上市公司。公司J為領先的物流服務提供商，主要提供一體化物流服務及國際貨運代理服務（空運、海運、公路、鐵路及多模式）。
3	港中旅華貿國際物流	1984	上海	3,282.9	0.9%	上海證券交易所上市公司。該公司是一間領先的綜合國際第三方物流服務及國際物流解決方案提供商。
4	A	2009	深圳	2,600.0	0.7%	非上市國際物流集團。公司A主要向跨境電子商務賣家提供端到端跨境空運服務及海外倉儲服務。
5	K	1990	山東	2,000.0	0.6%	主要提供船舶代理服務的非上市公司。公司K擁有超過100個國際代理網絡，其主要航線包括歐洲、地中海、黑海、美國及加拿大。
6	B	2009	山東	1,826.4	0.5%	提供海運及空運服務的上市跨境物流公司，包括零散物流服務、合約物流服務及特殊供應鏈服務。
7	中創物流股份有限公司	2006	山東	1,763.9	0.5%	提供跨境海運服務的上市公司，包括貨運代理、堆場業務、船舶代理、國內航運及大型物品物流。
8	L	1997	香港	1,550.0	0.4%	非上市物流服務提供商，經營從空運、海運及陸運到倉儲、物流、存貨管理、信息及諮詢服務的全面對點運輸服務。
9	中菲行國際物流集團	1971	台灣	1,473.8	0.4%	台灣證券交易所上市公司，致力於提供國際物流服務及全面物流解決方案，擁有超過150個辦事處、超過80個合約業務及超過200個戰略合作夥伴代理。
10	D	2008	浙江	1,200.0	0.3%	非上市國際貨運代理及無船承運人。公司D的業務涵蓋貨運代理、船舶代理、倉儲、拖車、報關及清關以及散貨。
11	C	1990	上海	1,000.0	0.3%	提供端到端跨境供應鏈解決方案（包括海運及空運）的非上市公司。公司C主要專注於亞洲—北美貿易航線。
12	F	1998	北京	900.0	0.3%	非上市跨境物流公司，主要向具備國內收集服務的跨境電子商務賣家提供一體化端到端物流服務。
13	E	2001	上海	850.0	0.2%	非上市跨境物流服務提供商，主要基於自有散貨船隊、罐式集裝箱、拖車、節點及倉庫提供海運服務。
14	G	1993	江蘇	804.3	0.2%	上市跨境物流公司，主要為製造企業提供國際貨運代理及一體化供應鏈解決方案。
15	本集團	2004	山東	652.9	0.2%	本集團為中國一間民營跨境海運物流服務提供商。業務主要覆蓋跨境物流服務及船舶出租服務。
總計				43,319.4	12.2%	

附註：美元兌人民幣匯率為6.72。

資料來源：弗若斯特沙利文報告、上市公司的年報及招股章程，以及弗若斯特沙利文與領先市場參與者的專家訪談。

## 行業概覽

上圖中未具名的競爭對手包括福建縱騰網絡有限公司、海程邦達供應鏈管理股份有限公司、德威國際貨運代理有限公司、東南物流集團、北京燕文物流股份有限公司、上海環世物流(集團)有限公司、江蘇飛力達國際物流股份有限公司、深圳市遞四方速遞有限公司、中國外運股份有限公司、嘉里物流、嘉宏航運及鴻安船務有限公司。

### 十大中國民營跨境物流服務提供商

下圖載列2022年十大中國民營跨境物流服務提供商。

2022年跨境物流服務提供商（中國民營公司）收入排名						
排名	公司	成立年份	總部	收入 (百萬美元)	市場份額	背景
1	A	2009	深圳	2,600.0	0.7%	公司A是非上市國際物流集團，主要向跨境電子商務賣家提供端到端跨境空運服務及海外倉儲服務。
2	B	2009	山東	1,826.4	0.5%	公司B是上市跨境物流公司，提供海運及空運服務，包括碎片化物流服務、合約物流服務及特別供應鏈服務。
3	中創物流股份有限公司	2006	山東	1,763.9	0.5%	該公司是提供跨境海運服務（包括貨運代理、堆場運營、船舶代理、國內航運及大型物品物流）的上市公司。
4	D	2008	浙江	1,200.0	0.3%	公司D是非上市國際貨運代理及無船承運人。公司K的業務涵蓋貨運代理、船舶代理、倉儲、拖車、報關及清關以及散貨。
5	C	1990	上海	1,056.4	0.3%	公司C是提供端到端跨境供應鏈解決方案（包括海運及空運）的非上市公司。公司J主要專注於亞洲—北美貿易航線。
6	F	2001	上海	900.0	0.3%	公司F是非上市跨境物流服務提供商，主要基於自有散貨船隊、罐式集裝箱、拖車、節點及倉庫提供海運服務。
7	E	1998	北京	850.0	0.2%	公司E是非上市跨境物流公司，主要向具備國內收集服務的跨境電子商務賣家提供一體化端到端物流服務。
8	G	1993	江蘇	804.3	0.2%	公司G是上市跨境物流公司，主要為製造企業提供國際貨運代理及一體化供應鏈解決方案。
9	本集團	2004	山東	652.9	0.2%	本集團為中國一間非上市跨境海運物流服務提供商。業務主要覆蓋跨境物流服務及船舶出租服務。
10	H	2004	深圳	640.0	0.2%	公司H是非上市公司，專注向跨境電子商務賣家提供一體化跨境空運服務。
總計				12,237.5	3.5%	

附註：美元兌人民幣匯率為6.72。

資料來源：弗若斯特沙利文報告、上市公司的年報及招股章程，以及弗若斯特沙利文與領先市場參與者的專家訪談。

## 行業概覽

### 十大中國跨境海運物流服務提供商

下圖載列2022年十大中國跨境海運物流服務提供商。

2022年中國跨境海運物流服務提供商收入排名					
排名	公司	成立年份	總部	收入（百萬美元）	市場份額
1	I	2002	北京	7,387.2	2.2%
2	J	2000	香港	2,800.0	0.8%
3	中創物流股份有限公司	2006	山東	1,763.9	0.5%
4	B	2009	山東	1,500	0.5%
5	港中旅華貿國際物流	1984	上海	1,464.3	0.4%
6	K	1990	山東	1,050.0	0.3%
7	L	1997	香港	920.0	0.3%
8	D	2008	浙江	840.0	0.3%
9	C	1990	上海	800.0	0.2%
10	本集團	2004	山東	652.9	0.2%
	總計			19,178.3	5.8%

附註：美元兌人民幣匯率為6.72。

資料來源：弗若斯特沙利文報告、上市公司的年報及招股章程，以及弗若斯特沙利文與領先市場參與者的專家訪談。

### 五大中國民營跨境海運物流服務提供商

下圖載列2022年五大中國民營跨境海運物流服務提供商。

2022年跨境海運物流服務提供商（中國民營公司）收入排名				
排名	公司	收入（百萬美元）	市場份額	自營跨境海運服務能力
1	中創物流股份有限公司	1,763.9	0.5%	無
2	B	1,500	0.5%	無
3	D	840.0	0.3%	無
4	C	800.0	0.2%	無
5	本集團	652.9	0.2%	有
	總計	5,556.8	1.7%	

附註：美元兌人民幣匯率為6.72。

資料來源：弗若斯特沙利文報告、上市公司的年報及招股章程，以及弗若斯特沙利文與領先市場參與者的專家訪談。

---

## 行業概覽

---

### 中國跨境物流服務市場的主要增長動力

#### 中國品牌加速海外擴張催生多元化跨境物流服務需求

在中國完善的價值鏈背景下，隨著商業模式日趨成熟，愈來愈多中國品牌在全球各地不同地域市場擴展業務。對於重視發貨時效但又擔心物流管理成本的新進入市場者，端到端物流服務提供商可以通過提供按需要交付服務來縮短交貨時間。另外，端到端物流服務提供商可以提供增值服務，例如複雜的運營、管理及規劃。對於已發展成熟且具備倉庫或配送中心等海外基礎設施的品牌，定制化及碎片化的跨境物流服務能迎合他們以高品質及穩定的購物體驗滿足購買者的需求。

#### COVID-19疫情大幅促進中國跨境物流服務

##### 加快海外市場擴展

中國政府迅速應對COVID-19疫情，並實施了一系列政策以控制其傳播。與產能緊張、物流滯後的海外經濟狀況相比，憑藉中國經濟的能力和韌性，中國出口商更有可能抓住海外市場的機遇。

##### 消費習慣轉變

由於社交距離政策及零售店被迫大規模關閉，COVID-19疫情嚴重阻礙了線下消費。因此，消費者的購物行為已從線下廣泛轉變為線上。COVID-19疫情為市場參與者創造了優化線上基礎設施及物流服務的機會，以滿足消費者不斷變化的需求。

##### 政府頒佈的扶持政策

政府監管是跨境電子商務市場及相關物流服務市場發展的基石之一。中國政府提出「雙循環」措施，即「加快形成國內國際雙循環相互促進的新發展格局」，以帶動經濟發展。設立綜合保稅區、免徵增值稅、消費稅等政策，廣泛推動了中國跨境電子商務市場和跨境物流服務市場在進出口貿易規模上的增長。

---

## 行業概覽

---

### **數字化為物流效率提供重要推動力**

區塊鏈、IoT、無線射頻辨識系統及AI等數字技術應用於優化整個跨境物流過程的規劃、採購及追蹤。此外，由於在嚴格的衛生規定下幾乎完全不能進行面對面的人工物流操作及交易，COVID-19疫情加速了跨境物流轉向數字化。跨境物流服務提供商建立綜合平台，連接物流各個關鍵環節，使交付服務更加透明及高效。

### **中國跨境物流服務市場的發展趨勢**

#### **更深入地採用數據可視化及雲技術**

整個跨境物流過程中涉及數據可視化和雲技術的數字化，預計將成為提高效率的關鍵。它通過追蹤跨境物流的每個階段，評估、整合及可視化實時物流及運營概況，在消費者、零售商或商家與供應商之間共同運營物流平台。交付及運輸過程的透明度及可視性使公司能優化運營績效，並讓客戶在整個物流過程中監察他們的訂單，從而得到客戶信任及提高最終用戶的忠誠度。因此，吸引了更多跨境零售商及商家選擇一體化跨境物流服務提供商的物流服務。

#### **競爭激烈引致集中度日增**

長遠而言，我們預期跨境物流服務市場的競爭格局將會更集中。領先的跨境物流服務提供商傾向自營重要的貿易航線，並建立現場備貨點及倉庫，務求提供穩定及標準化的服務，從而增強其整合及控制貨運、倉儲及交付資源的競爭優勢。此外，領先的市場參與者將通過併購活動不斷擴大其市場份額。

#### **平台化及一體化跨境物流服務提升企業競爭優勢**

由於產品線分散及客戶群不同，品牌所有者需要目的地分散、貨量小而交付頻率高的貨運。貨運和代理需求正由滿箱轉向零箱，反映平台化及一體化跨境物流服務的市場利潤豐厚。平台化物流服務是根據包括自營及第三方航運網絡在內的廣泛運輸資源，根據行業細分、客戶密度、距離、回應程度以及產品的價值和數量，為客戶服

---

## 行業概覽

---

務。此外，一體化跨境物流服務使品牌所有者、零售商及製造商能夠提高其物流的透明度及效率。平台化及一體化的跨境物流服務有助企業在競爭中取得商業成功。

### **對跨境物流服務穩定性及安全性的要求提升**

由於國際環境瞬息萬變，跨境物流服務提供商按可預測的成本向客戶履行準時交付的承諾至關重要。同時，涉及B2B或B2C電子商務賣家的跨境發貨人類別越來越多，不僅需要大規模或重複性的行業運輸，亦需要高度可變及特定訂單構成批量的電子商務交易。此類量少但頻密的訂單必須依靠成熟可靠的跨境物流服務，以便發貨人為客戶就整體成本及運輸時間提供高度的確定性。

### **增加於自有固定資產的投資，加強履行能力**

長遠而言，越來越多的行業參與者預計將增加對船舶和倉庫等固定資產的投資，以提高跨境海運能力的精準度和穩定性。擁有自有跨境海運和倉儲能力的服務提供商，能夠更好地在第一時間掌握物流信息，為客戶提供最具性價比的價格，令追求穩定和高質量物流服務的客戶持續增加。

### **中國跨境物流服務市場的進入壁壘**

#### **全面的網絡及行業資源**

廣泛的地域覆蓋範圍、在重要貿易航線上充足的貨運能力以及整合的端到端資源，是跨境物流服務提供商保持領先地位的支柱。全面的網絡及行業資源可提供靈活多樣的物流解決方案，滿足客戶不斷變化的需求。此外，全面的網絡及行業資源使領先的跨境物流服務提供商能夠在電子商務等龐大垂直領域把握機遇。新進入者無法以有限的能力及資源建立如此全面的網絡。

#### **自營跨境海運**

自營跨境海運有助跨境物流服務提供商提高運營效率以及客戶黏性和滿意度。此外，與嚴重依賴第三方的傳統或新興市場參與者相比，自營跨境海運令領先參與者從穩定的運輸成本及運力中受益。新市場進入者將需要大量資本資源為其經營自營跨境海運提供資金，並承擔重資產的採購成本。

---

## 行業概覽

---

### 管理運營數字化

跨境物流服務提供商需要有良好的行業專業知識，並配備數字化系統，以大幅提升管理效率，從而很大程度上減低營運風險。因此，整個物流鏈中的領先市場參與者可以利用先進的數字化信息系統使運營更順暢，服務更具競爭力。由於缺乏強大的資本投入及行業專業知識，新市場進入者可能難以在跨境物流服務的各個階段建立信息系統，以滿足客戶的各種需求。

### 穩固的客戶關係

跨境物流服務的可持續需求來自長久合作及多元化的客戶群。具體而言，龐大的客戶群及穩固的客戶關係保證了訂單規模及頻率不斷提高，使市場參與者能夠充分利用資源及基礎設施。此外，憑藉較高的運營效率及顯著的品牌知名度，領先的市場參與者比新進入者更容易吸引客戶。

### 行業專業知識及授權認證

跨境物流服務市場高度複雜。市場參與者需要處理各種授權許可及資格。跨境物流服務提供商必須掌握報關、倉儲管理、貨運及貨代業務能力，克服潛在障礙及降低不確定性。跨國家運營航線所須的多重許可及資格要求可能是新進入者的主要障礙。

### 成本分析

影響跨境物流服務業成本的主要因素包括集裝箱船租賃費率，全球燃油價格及全球跨境海運費率。

集裝箱船租賃費及全球跨境海運費率於2021年大幅增加。由於COVID-19疫情持續，各大港口管理遞增貨運量的能力有限，導致全球跨境海運服務能力分佈不均。自2018年至2022年，全球跨境海運費率由每TEU約880.0美元增加至每TEU 3,318.0美元，年複合增長率約39.3%。

在COVID-19疫情於2020年引發的全球燃油價格大幅下跌以及隨後的全球經濟活動減少後，全球燃油價格有持續上漲的趨勢，包括船用汽油、低硫燃油及高硫燃油的價格增長。