

# 2020 全球海运有多难 三大巨头有话说



对于矿石、煤炭、油等大宗商品的影响比较小。但接下来可能会轮到大宗商品了。

第二,张永锋提到,现在全球船队是处于供过于求的状态,停航的船舶越来越多,再加上库存高企,一个是原材料的库存,比如原油,一个是成品高企,生产的汽车等消费品卖不出去,这个库存的高企也会传导到船队里面。此外,从企业层面来看,受到疫情影响,其现金流也会受到影响,人员等方面的成本会比较低。

日前,全球管理咨询公司美国AlixPartners的《全球集装箱班轮行业展望》报告中指出,全球集装箱班轮业的资产周转率下降,债务增加了210亿美元,Altman Z<sub>A</sub>一种常用的破产风险衡量指标)在最近12个月的平均水平,从2018年的1.35降至了1.16。据美国顾问公司AlixPartners使用这一评分系统分析,太平船务、长荣海运、阳明海运和HHM等7家公司Altman Z<sub>B</sub>评分低于1.3,破产风险较大。

目前,各公司都在积极自救。在回应北京商报记者的置评请求时,地中海航运MSC发言人表示:“我们在必要时为受影响的货物提供了替代路线和应急计划。总体而言,我们始终致力于提供往返中国的货运服务。”

达飞轮船则在回复中表示,集团已进行了产能调整并推出了新服务,例如“商务通行包”,这是一种新的全球性综合定制解决方案,可用于调整装运速度,支持业务活动和保护货物以及远程开展业务活动。

“整体而言,现在航运市场的运价波动比较大,中国春节过后这段时间内处于一个低位,近期则是出现了一个反弹,但接下来,市场还有下探的可能性,因为整体利空的可能性比较大”,张永锋还提到,现在全球都在采取量化宽松,未来可能会导致通货膨胀的情况,这种汇率的变化也会对行业产生比较大的冲击,因为航运本身就是重资产行业,运费结算也是依靠美元。

“短期内贸易要想回暖还是比较难的,且航运直接和国际贸易挂钩,还是需要等到全球疫情平稳之后才有希望”,白明表示。根据WTO的预测,在较乐观情况下,今年全球商品贸易将下滑13%,在较差情况下,将重挫32%。Sea-Intelligence在报告中直指,班轮业在2020年可能会损失234亿美元,航运业部门可能会受到最大的打击。

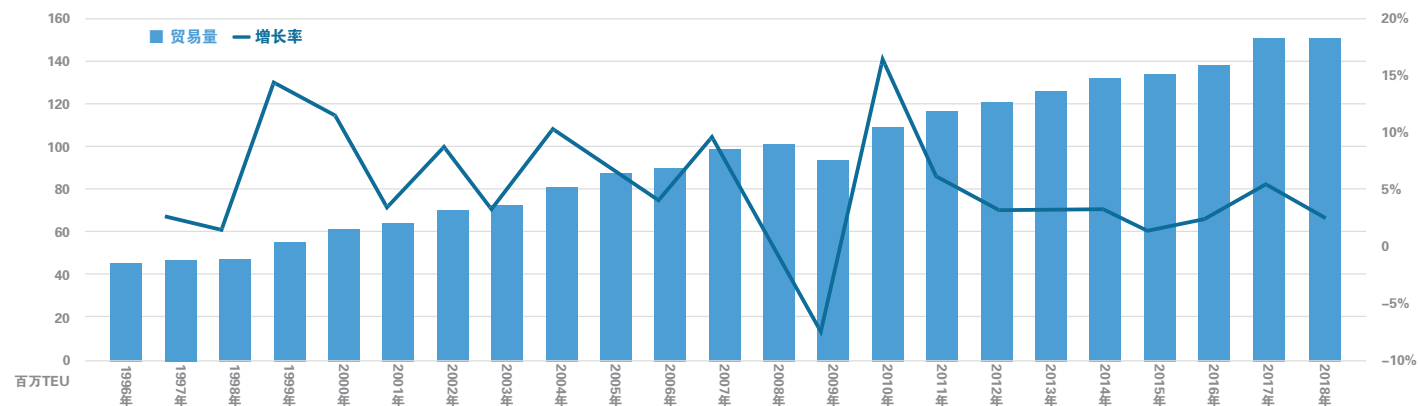
北京商报记者 陶凤 汤艺甜

“一个大概的数字是,跨太平洋的亚欧航线中,25%-30%已经被取消。”航运巨头马士基对现状并无讳言。

“最近几个月中,为应对需求下降,我们通过减少部分航次以减少集装箱船的过剩容量。”地中海航运也在进行相同的瘦身疗法。

受益于全球贸易成长起来的海运业,也因疫情之下的前者受阻,正经历前所未有的困境。产业链中断、货运量暴跌,从马士基到地中海航运,从亚欧到北美线,越来越多的班轮被标注停航。过去一周,北京商报记者分别采访了三大航运巨头和航运业专家,了解2020全球海运有多难。

▼ 1996-2018年全球集装箱贸易量以及增长率变化



## 停航潮与储油热

5月3日22时,“阿尔赫西拉斯”号安全顺利地靠泊洋山港。10天前,长399.9米、宽61米、型深33.2米、实际容量达到23964TEU的HMM“阿尔赫西拉斯”号在韩国大宇造船海洋公司玉浦造船厂顺利下水,成为海运界别的新晋“船王”。

1956年4月26日,理想X(Ideal X)号载着58个33英尺集装箱,从美国纽瓦克港出发前往休斯敦港,开创了海上集装箱运输的先河。作为集装箱运输的发明者,马尔科姆·麦克莱恩一定不会想到,64年后,全球“船王”的容量已经超过了400艘理想X号的容量总和。

“由于世界各国大封锁措施导致的全球货物需求急剧减少,预计韩国海运和经济将面临巨大困难,有了全球最大集装箱船的助力,韩国航运业将走向复兴!”在演讲中,韩国总统文在寅对这艘“船王”的未来充满希望。

不过,就在航运业刷新着容量新高的同时,黑天鹅的突袭也让这个国际贸易动脉被拦腰切断。航运咨询机构Sea-Intelligence的统计数据显示,受疫情影响货物需求大幅下滑,由马士基航运Maersk和地中海航运MSC组成的2M联盟将在今年二季度停航亚欧航线和亚洲-地中海航线超过1/5的航次。

另一联盟THE也没好到哪去。该联盟成员Hapag-Lloyd、HMM、Ocean Network Express(ONE)和Yang Ming已经修改了5月和6月的时间表,以应对市场需求的减少。

运力也正急速下降。丹麦海洋情报公司eSea进行的最新分析显示,4月的集装箱运力下降了11%,5月将有11%的航次被取消,实际部署的运力也仅占正常运力的80%。与去年同期相比,包含已停止的航线服务,5月的运力降幅将为21%,6月则有15%的航次宣布取消。

不过,油运行业是个例外。上海国际航运研究中心国际航运研究所所长张永锋坦言,现在油价整体处于低位,对于航运公司是一个提振,因为石油运输在航运公司里面占的比例算是比较高的。

联合国贸易和发展会议(UNCTAD)发布的《2019年海运报告》显示,2019年初,全球船队总数为95402艘,总载重量为19.7亿载重吨(DWT)。其中,散货船和油轮在全球船队中保持最大的市场份额,分别为42.6%和28.7%,而集装箱船市场份额为13.4%。

随着近期油价暴跌、存储需求上升,海上储油成了热门生意。张永锋表示,现在一些船舶已经开始用作储备油轮了。相关数据显示,2月时,浮式储油的油轮数量还不到10艘,现已增至大约48-55艘。石油分析机构Vortexa指出,其中有32艘为超大油轮(VLCC)。原油运价也开始暴涨,从2月中旬的3万美元/天涨至21万美元/天,涨幅高达600%。

不过,国际航运组织波罗的海国际航运公会(BIMCO)首席航运分析师桑德提醒称,虽然目前油运业正经历着十年来最赚钱的季度之一,但未来的风险在于,一旦减产开始,盈利之旅可能会陷入停顿。5月1日起,由OPEC、俄罗斯和其他产油国组成的OPEC+将开始减产970万桶/日。

## 高速增长与下坡路

“谁控制了海洋,谁就控制了一切。”2000多年前,古罗马哲学家西塞罗曾这样描述人类对于海洋霸权的追逐。

2000多年后,事实的确如此。成本低、覆盖广、容量大等诸多优势让海运成了全球贸易的动脉。数据显示,在国际贸易中,一吨货物每一公里的运输成本,公路是海运的26倍,航空是海运的95倍。

UNCTAD的报告显示,2019年全球商品

贸易总额在19万亿美元左右;从商品重量的维度计算,海运贸易量占全球贸易总量的90%;按商品价值的维度计算,则占贸易额的70%以上”,即19万亿美元中有13.3万亿美元的交易是通过航运实现的。

全球贸易的繁荣也成就了马士基这样的航运界恐龙。2005年,马士基收购铁行渣华获欧盟批准,轰动全球航运业。交易完成后,马士基将拥有800艘集装箱船,年营业额达2100亿丹麦克朗,占全球集装箱航运市场的17%。彼时,马士基手握超过180亿丹麦克朗的净利润,其中集装箱航运业占45%。

那一年,全球贸易保持着高速增长态势。按照联合国贸发会议《2006年世界投资报告》的数字,2005年全球外国直接投资流入量达9160亿美元,比2004年提高了29%。

直到2009年之前,马士基从未尝过亏损的滋味。那次的黑天鹅事件为疾驰的航运业带来了一股寒流。当年,马士基集团亏损了12.92亿美元,其中航运部门亏损了3.83亿美元。这是马士基成立105年以来史上首次出现年度亏损。

“目前的航运市场,从2008年金融危机之后一直在往下走,2015年、2016年触底,2017-2018年开始反弹。如果没有疫情影响,从市场这几年的走势来看,2020年有回弹的趋势,但本身就比较脆弱,是一个弱平衡下的态势。”张永锋指出。

UNCTAD的数据也显示,2018年,全球集装箱货运量为1.51亿TEU,同比增长2.6%,远低于2017年同比6%的增速,也与2000年左右两位数的增速形成鲜明对比,甚至还不到过去20年间5.8%这一平均增速的一半。

与此同时,运力过剩也困扰着这一行业。与2018年同期相比,2019年初,全球船队总载重量增长了2.6%。但自2011年以来,除2017年略有回升之外,这一增长率一直持续走低。“集装箱市场变得‘黯淡无光’。”国际

## Focus

# 美国零售业站在转型“十字路口”

新冠疫情在美国蔓延导致经济大面积“停摆”,但美国零售业却呈现“冰火两重天”。一方面,大量传统零售企业裁员、关店,甚至走向破产;另一方面,数字化转型走在前端的零售企业却迎来增长契机。

分析人士认为,疫情或重塑消费者购物习惯,倒逼美国零售业数字化转型。但美国各大零售商尚未对“电商时代”做足准备,转型仍面临诸多限制。

## 传统零售商受重创

4日,美国服饰零售企业克鲁服装集团申请破产保护,成为美国首个受疫情影响走向破产的大型零售品牌。

对于很多传统零售商来说,疫情带来了灾难性打击。美国商务部数据显示,3月美

国零售销售额环比下降8.7%,创1992年有数据记录以来最大环比降幅。

截至目前,美国已有约100万名零售员工被迫休假。以美国连锁百货巨头梅西百货为例,自疫情爆发以来,该集团旗下12.5万名员工大多休假在家。其股票甚至被移出标准普尔500种股票指数,市值也从2月中旬的约60亿美元缩水至17亿美元。

还有不少知名零售商登上分析师的破产观察名单”,奢侈品零售商尼曼·马库斯就是其中之一。目前,该企业大部分员工被临时解雇。

## 电商迎来契机

与处境惨淡的传统零售商不同,美国电商在这场突如其来的危机中渐显崛起。美国

食品杂货零售巨头塔吉特表示,今年一季度线上销售额比去年同期增长了一倍多。

贝恩公司合伙人史蒂夫·凯恩指出,疫情推动零售商和快递服务的手机应用下载量和新注册用户数量激增。随着消费者逐渐养成网购习惯,他确信“购物曲线会发生永久性转变”。

凯恩预计,即便在疫情危机消退后,美国线上杂货销售额占总杂货销售额之比仍有望保持在5%-10%的水平。

知名咨询公司麦肯锡的研究结果也与这一预测相呼应。麦肯锡认为,在疫情蔓延期间,美国线上杂货零售销售额占总杂货销售额之比有望攀升至8%-10%;未来,这一比例可能稳定在5%或6%。

麦肯锡负责零售和杂货业咨询服务的合伙人史蒂夫·贝格利和负责电子商务咨询

服务的合伙人维什瓦·钱德拉在发给客户的电子邮件中指出,由于疫情期间消费者获得更多网购经验,同时养成在购物时避开人流的消费习惯,等疫情结束后,他们很可能会继续增加网购行为。同时,强劲的网购需求促使美国零售商重新思考其电子商务服务模式,并借此倒逼形成一波颠覆性的网购浪潮”。

## 转型面临限制

虽然疫情下电商迎来发展机遇,但有业内人士指出,面对陡增的网购需求,不少美国零售商显得“准备不足”,导致日益蓬勃的在线零售业务面临诸多增长限制。

其一,缺乏强大的物流支持。由于网购将更多物流工作和成本从消费者转移到零

售商,企业一时难以应对陡增的物流压力,短期无法突破增长瓶颈。

其二,缺乏足够劳动力,难以应付激增的网购需求。以美国零售巨头沃尔玛为例,自疫情爆发以来,沃尔玛已增加了15万名员工,并计划再招聘5万名,凸显劳动力短缺压力。

其三,与网购相关的客户服务不到位,无法让消费者感到满意。例如,很多物流服务无法指定送货时间,或存在不按吋送货情况。同时,大量商品线上缺货甚至部分商家在疫情期间哄抬线上销售价格,导致消费者购物体验难及实体店。

贝恩公司警告,眼下受出行限制,消费者尚能忍受网购的“瑕疵”,但随着疫情好转,这种容忍度将下降,消费者价格敏感性也将恢复。

据新华社