

“一带一路”战略下中欧班列运营中的 问题与对策研究

孔 昊

韩国顺天大学, 韩国 · 57922

【摘要】一带一路战略的核心部分,则为基础设施的互联互通^[1]。它向该战略周遭国家及地区的信息连通,文化沟通,贸易来往,人才交流等产生推动性效用,且由于其存在尺度较小等诸多特点,如此变成促进该战略周遭国家及地区协作的关键领域。陆路基础设施互联互通建设的目的在于提升沿线国家间的陆路运输能力和口岸通关能力,实现国际运输便利化。其重点包括:积极构建全球运输通道,促进全球运输机构协作,促进主要跨境项目的构建。中欧班列属于全球联运列车,在我国同该战略周遭国家以及欧洲地区间行驶,运营机构则为中铁集团,依据计划的时刻表、班次以及路线等行驶。中欧班列为加深中国同该战略周遭国家及地区间经贸往来的主要工具,属于推动该战略构建的核心力量。在该战略下,中欧班列借助低能耗,高运能,高速度,高安全性,较强的适应能力,较广的网络覆盖范畴,较短的行驶时间等诸多优势性,向亚洲以及欧洲地区的商品运送给予高效的渠道。

【关键词】一带一路; 中欧班列; 贸易

1 中欧班列的发展现状

1.1 开行线路大幅增加

2011年中欧班列正式开通,到如今,辐射范畴持续增加,通行效果明显增强。到2016年中,总共发出1881列,当中的回程,达到502列,我国有16个始发地,而海外有12个目的地,具有39条行驶路线,外贸总金额达到170亿美元。如今该班列发出次数比较多的地区,主要有郑州以及上海等。关键线路为由重庆发出,最终到达杜伊斯堡的线路,即渝新欧,于2011年通行,具有1.1万公里的运送里程,15-17日的运送时长。核心产品是包含家具,服饰以及设备等,产品主要源自于重庆以及东部地区,非本地货源所占比例达到五成以上。当前班列频次为每周3到4列,相比其他班列,“渝新欧”开行时间最早、运营最为成熟、通关最为便利(一关通)。“汉新欧”班列,武汉至捷克、波兰,2012年十月首次开通,运输里程为10700公里,运输时间为15至17天。主要货类为电子产品、服装、机械及医用产品等,主要货源腹地在湖北省境内,湖北及武汉产货物占比达70%左右,当前班列频次为每周1到2列,同其它班列相比较,汉新欧所属省份货源,所占比例相当高,但是规模并不大。关于蓉欧快铁,通行时间为2013年,发出地为成都,目的地则为波兰罗兹,全程大约9826公里,行驶时间大约而两周。产品主要包含衣帽,家电以及汽部件等,当地货源占比最高,而且已经扩展至深圳等诸多地区。当前运行频次为每周1到2列。郑新欧班列,通行时间为2013年,目的地为汉堡,沿途将经过波兰,总里程大约为10214公里,行驶时间大约为16-18天。产品主要包含机电与轻工产品,高档服饰等,货源基本上源自郑州及其周遭地区。如今每周发出两列班次,在所有班列当中,其辐射范畴是最大的,而且补助限额也是最多的。

1.2 已形成三条运输通道

如今中国借助两座大陆桥,即新亚欧以及西伯利亚,大致构建中东西运送通道。当中的西通道,首条线路的发出地为霍尔果斯,同西伯利亚铁路等进行对接,沿途经过波兰等诸多东西欧国家,可以抵达诸多欧洲国家以及地区。第二条线路的发出地,则为阿拉山口,沿途经过伊朗等诸多国家以及地区,可以抵达大部分欧洲国家;或者穿过里海,通过哈萨克,可以进入格鲁吉亚等诸多国家,从而最终抵达欧洲诸国。第三条线路则经过伊尔克什坦,或者计划建设的中吉乌铁路,土耳其等诸多国家以及地区,

同欧洲诸国展开对接。货源基本上源自华中以及西北等地,借助陇海等诸多铁路干线进行运送。西线具有大量线路,例如郑新欧等诸多线路。关于中通道,发出地为二连浩特港,借助蒙古,同西伯利亚铁路展开对接,可以抵达欧洲多个国家。其货源基本上源自华中等诸多地区,通过京广等铁路干线进行运送。中线列车包括诸多线路,比如蓉连欧等。关于东通道,发出地则是满洲里港,沿途经过西伯利亚铁路,最终可以抵达俄等诸多欧洲国家。货源基本上源自华东等诸多地区,沿途经过京沪等诸多铁路干线。至于东线包含大量线路,达到二十多条,主要包含津满欧等诸多线路^[2]。

1.3 货物种类丰富且运营模式多样

中欧班列运送到海外的产品,重点包含通信与石油开采设备,钢结构与橡胶产品;办公与家居、健身用品,日化用品与运动器械,汽车与计算机零部件,医疗设备与化工品,液晶屏以及服饰等。依据进口地区以及国家进行划分,对于该班列而言,欧洲为最重要的进口地区,至于进口最多的产品,包含汽车以及相关的配件,IT消耗品、高端零部件和材料、木材、食品、畜牧业副产品;从中亚进口矿产品、粮油副产品、石油副产品、水果生鲜;从俄罗斯进口机电产品、农副产品、酒类、毛皮等;从蒙古进口矿产品,农牧产品,肉类;从日韩进口化妆品、家居用品、食品等^[3]。

就班列运营机构的性质而言,如今应用最多的运营方式为:

①国企参与成立班列运营公司,将政府作为重要导向,通常由政府提供相关的补助。比如渝新欧物流企业,是通过四个国家以及一个城市共同建立的,当中的城市为重庆市,而四国则为德国与俄,哈萨克以及我国,构建跨国海关全球调节与运作体系,开启跨国海关,也就是一卡通,还有重要试点,即安智贸,进口和出口由两家公司分别运营。关于郑新欧,河南物资集团,联手郑州开发区,共同组建郑州国际鹿港集团,其业务延伸至欧洲多个地区,在法兰克福设立分公司,主要负责欧洲城市的市场开发和货运管理;②民企自行发出的班列,比如义新欧等,则是民企自行担负盈亏的。关于义新欧的运营管理机构,则为义乌天盟集团。

2 中欧班列运营中的主要问题

2.1 各地方无序竞争激烈

在中欧班列热络之时,然而无法掩饰各个地区盲目建设的状况。各地政府大肆建设,造成大量重复建设。就中部地区来看,武汉以及郑州等各个省会城市,均已经开通该班列,如今它们的

货源地基本上是一样的,同时各个城市间相距较近,存在明显的无序竞争的状况。例如郑州市已经开通国内各个重要地区的公路运输网络,在多个重要城市设置分支机构,比如大连市以及宁波市等,集货半径相当长,达到了1500多公里,囊括我国大部分身份,由外省聚集至郑州地区的商品,所占比例大约为八成。苏州靠近义乌、武汉靠近郑州、广州靠近长沙、西安靠近洛阳、重庆靠近成都,这些城市之间的线路趋于同质化,造成沿线运力的极大浪费。同时,苏州作为我国重要的制造业基地,许多苏州对欧洲出口商品的供应商,都选择先将这些商品发到郑州、武汉,甚至重庆,再转运到欧洲。由于苏州直达班列太少,频次太低,供货商更倾向于选择向欧洲发车密集的城市。

2.2 班列返程货源不足

班列返程货源是严重缺失的,这是因为中欧贸易的特征所造成的。在2015年,由欧盟出口至我国的产品,在金额上达到1870.8亿美元,同比下降大约13.9%,在欧盟出口总金额当中,所占比例达到大约9.4%,而我国出口至欧盟的产品,在金额上达到3876.6亿美元,在欧盟进口产品的总金额中,所占比例达到大约20.2%,由此可见,欧盟实现的是逆差,金额大约为2005.8亿美元。在2016年的1-8月份,我国出口至欧盟的产品,在金额上达到大约1.45万亿元,同比上升大约2.8%;自欧盟进口8975.7亿元,增长4.6%;对欧贸易顺差5528.5亿元。如今中欧每个年度的陆运量,大约在七千万吨左右,至于海运量达到两亿多吨,然而大多数商品均是从我国运往欧洲地区的,至于欧洲地区运往至我国的商品,只有少数高档服饰以及高精设备等。更为构建的是,由欧洲地区进口的产品当中,同铁路运输相适的非常少。在2015年,重庆地区的外贸金额,达到大约750亿美元,借助渝新欧运送的产品,在金额上所占比例在5%以下。目前,重庆和成都都在做汽车整车的进口口岸,但效果并不理想,这使得返程货物量一直不足,通过“渝新欧”列车进口到重庆的汽车只有100多辆,与原先预计的5000多辆相去甚远。究其原因,一是汽车进口公司成熟的物流流程是在过去海运的基础上建立起来的,但这套物流流程并不适合铁路;二是对汽车实行落地征税,“渝新欧”入境后,将在新疆征税,重庆也得不到税收,因此,相关部门的积极性不高;三铁路采取的是单个车厢单次税,至于海运,采取的是单只船单次税,必定导致中欧班列面临较高的税负。

2.3 班列运营时间偏长且成本较高

目前,中欧班列运行时间偏长,运行成本还比较高。运行时间长主要有两个原因,一是需要建立跨国海关和跨国铁路部门的协调机制以及争端解决机制。转关和换轨的效率还有很大的提高空间,中欧班列在各口岸的滞留时间约占运营总时间的30%。二是中欧班列运行速度偏慢,班列途中仍有甩车现象,境外速度不高,运行时间过长。

3 “一带一路”战略下中欧班列发展对策

3.1 协调各方关系,构建合理的补贴退出机制

对于中欧班列运行当中出现的各类问题,我国相关部门必须实施顶层设计,对于各个地区的利益展开有效地协调,防止各个地区出现无序竞争,对于行驶至欧洲的所有货车,实施统筹运作以及管控,确保业务平稳而持续地运作。对于国家一级的顶层设计,首先要规划我国货运列车开往欧洲的运营计划和运营线路,避免运力浪费,尽可能减少发车等候的时间,将中欧班列运送耗时较少的优势性完全展示出来。

3.2 加强中欧班列宣传,加快境外沿线国家货源开发

政府、企业及社团组织,通过多种方式,多层次全方位与沿线政府、社会组织、企业等相关机构和部门沟通,主要基于对方利益来进行推广,不仅需介绍一带一路战略到底是怎样的,而且

必须介绍该战略并非是怎样的,避免产生分歧以及误会,力争形成共识。再则强化中欧班列的推广,主动同周遭国家以及地区的各类协会交流,例如华商以及公司、产业协会等,同时借助同此类协会或者国家举办推广会,介绍班列的相关情况,促使愈来愈多的公司认知、推广以及运用班列,使得班列具备更高的名气度,运用效率以及次数增加^[4]。

3.3 推进便利化通关,探索中欧班列联盟形成统一品牌

加强沿线国家海关国际合作。同周遭国家及地区的海关,共同构建全球协作体系,推动海关信息沟通,执法协作,签订与磋商海关协作合约,推动认证运营机构互认协作,促使通关效率增加。把铁路运输体系,添加至安智贸航行试点规划当中。促进国内通关一体化,公司能够任选海关进行申报,并且支付税款。强化核心物流联运监控中心构建,达成对目的地的一次性检验以及申报,在封存状态并未发生变化的状况下,立即放行换装地。各类口岸检测机构,比如海关等,强化合作,争取让班列停滞在口岸的时长,在六个小时以内。加速物流检测智能化构建,使得联运管理更为合规化,自动化以及高效化,构建安全、稳定、高效以及便利的联运监督管控体系。

推进检验检疫一体化。强化周遭国家及地区检验检疫全球化协作,推动疫情互认以及地区管控,在周遭国家开通绿色通道,针对的是没有植物或者动物病害的产品,在班列周遭国家及地区的所有检测机构间,采取通报以及通报等,对于同规定相符的集装箱商品,采取免开箱检测等各类举措。打造海铁(水、陆)联运国际中转(过境)物流通道,建立中欧班列检验检疫信息系统,实现全口径出入境班列数据共享,简化纸质单证,推进检验检疫无纸化,实行“入境口岸检疫、境内全程监控、出境直接核放”监管模式。

进一步扩大口岸开放。激励条件较佳的地区,打造国家特定的口岸,比如进口汽车或者木材等,对于同国家规定相符的,则先行审核,先行验收。在获取特定口岸资质以前,拥有相关监管条件的,准许其充当相关类别的口岸,从而先行先试。

加强品牌建设。关于中欧班列这个品牌,其管理运营方以及承建方均为中铁集团。它是国家支持与关注的全球物流品牌,公司以及各地政府必须依据《中欧班列品牌建设方案》的相关规定,联合推动该品牌的构建。中铁负责设置与发布管理条例,强化该品牌的管控。打破“各自为战、相互竞争”的格局,推动“资源整合、竞合共荣”,形成国内一盘棋、全路一张图,共同打造国际物流品牌。构建一致的品牌标志,管理队伍与运送机构,服务规范与运输价格等,科学而有效地设定所有线路,构成一致的时刻表以及路线图,实现“公共班列式”服务。形成统一的对外声音,统一开展全程优惠价格谈判。

参考文献:

[1] 国家发展和改革委员会,外交部,商务部. 推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动. 北京: 外交出版社, 2015.

[2] 国家发展和改革委员会. 中欧班列建设发展规划(2016-2020年). [2016-10-17]. <http://xbkfs.ndrc.gov.cn/gzdt/201610/P020161017546978452480.pdf>.

[3] 蒋晓丹.“一带一路”战略下中欧班列开行中的问题与对策探讨,对外经贸实务,2017年1月.

[4] 许英明.“一带一路”战略视角下中欧班列发展路径探讨,西南金融,2015年10月.