

CIMC GSL

中集世倡

02

2021年07月刊
夏季刊

热烈庆祝中集世倡平湖仓库开仓大吉、广州分公司喜迎乔迁！
【海外仓两会】中集世倡展位吸引众人围观！

浅析2021年航运市场
大客户管理思想对第三方物流企业在组织机构上的影响

“散装”江苏的那些事儿
成语新解：外贸人才懂的梗

CIMC | 中集世倡

中集世倡国际物流有限公司

电话：0755-82145368 传真：0755-82145368-5544

地址：深圳市罗湖区笋岗东路12号中民时代广场A座22楼

地址：深圳市罗湖区梨园路6号物资置地大厦16楼

官网：<http://www.globesuccess.com.cn/>

打开微信扫描二维码
了解更多信息



官方公众号



官方视频号

卷首语

Front Notes

力尽不知热 但惜夏日长

昼夜轮转，春去夏来，很高兴《中集世倡》-夏季刊又如约和大家见面了。在过去的这几个月里，国内疫情总体可控，国际环境尽管仍面临一些不确定因素，但全球经济贸易往来依旧占据主流。

世界贸易组织在5月28日发布的《货物贸易晴雨表》显示，全球货物贸易景气指数达109.7，意味着全球货物贸易广泛恢复、规模加速扩大。而联合国贸发会议发布的全球贸易季度更新报告也显示，得益于中国等东亚经济体出口表现良好，今年一季度全球贸易强劲复苏，商品和服务贸易总额同比增长约10%，环比增长约4%，略高于疫前水平。

在这样的大背景下，重新启航的中集世倡开始了加速发展的步伐：积极拓展业务范围，尤其是铁卡多式联运以及跨境电商物流领域取得了新进展；广泛吸纳专业人才，总部及全国分办、海外分支机构均有新鲜血液的加入；为应对快速增长的电商发展趋势，在无锡、深圳新设电商团队……时代在变化，我们更应该激流勇进、顺势而为。我时常跟员工说，要抓住风口、抓住机遇，在今年一季度的管理层会议上，我也请他们对接下来几个季度的市场变化，谈了谈自己的判断，归根结底，就是希望大家能把握时机。

2021年已经过半，在这个适合挥洒青春与汗水的盛夏时节，期待与所有敢想、敢拼的中集世倡人一起，向着2021年的下半程高歌猛进！

公司总经理：许峻



2021年07月刊
第二期

CIMC
中集世倡

主办单位：
中集世倡国际物流有限公司

执行部门：人力资源部
名誉主编：许 峻
主编：钱伟荣 肖 华
策划：谭伯凯 凌小芸
责任编辑：凌小芸
美术编创：谭伯凯
审稿：吴晓贤
校对：方桂香
特约撰稿人：缪洪滨 欧阳任
Delia 朱小佳

地址：深圳市罗湖区笋岗东路12号中民时代广场A座22楼
地址：深圳市罗湖区梨园路6号物资置地大厦16楼
电话：0755-82145368
<http://www.globesuccess.com.cn/>

目录

CONTENTS

■ 卷首语

集团新闻 P01-08

- 热烈庆祝中集世倡平湖仓库开仓大吉、广州分公司喜迎乔迁！ 03-04
- 【海外仓两会】中集世倡展位吸引众人围观！ 05
- 热烈祝贺中集世倡江苏分公司盛大开业！ 06
- 深圳市国际货运代理协会副会长单位中集世倡荣获"2020年抗疫突出贡献奖"、"2020年政企协作奖"！ 07-08

行之有道 P09-16

- 浅析2021年航运市场 11-12
- 大客户管理思想对第三方物流企业在组织机构上的影响 13-16

销售论坛 P17-20

- 职场小白：从<当幸福来敲门>中感悟自身的业务开发 19-20

人生百味 P21-26

- “散装”江苏的那些事儿 23-24
- Thinking the way forward Hold on to tomorrow's opportunities 25-26

行业动态 P27-32

- 提前进入旺季，船公司宣布开始征收附加费 29-30
- 成语新解：外贸人才懂的梗 31-32

浮光掠影 P33-36

- 公司活动、团队风采 35-36

银河漫游 P37-40

- 满江红·百年征程 39
- 颂“中集世倡”的团队力量与凝聚精神 40

初次见面 P41-47



集团新闻
Group News

创·造·新价值



热烈庆祝 中集世倡平湖仓库开仓大吉、广州分公司喜迎乔迁！

5月29日，在这个良辰吉日子里，中集世倡双喜临门——平湖仓库正式开仓、广州分公司搬迁新址，让我们共同祝贺两个优秀的团队！

当天上午10点，中集世倡电商深圳团队齐聚深圳平湖，共贺仓库开仓大吉。中集世倡总经理许峻女士、副总经理钱伟荣先生、马守拥先生、缪洪滨先生、杨震先生及总部各位同事特地赶来现场，送上真挚的祝福。



10:28，仪式正式开始。剪彩、致辞、鸣礼炮、上香……在一个个仪式环节的背后，公司领导们也对电商团队寄予了深切厚望。

中集世倡仓库的设立，意味着公司电商团队在跨境电商物流服务领域又踏出了坚实的一步。让我们共同祝愿新仓库开仓大吉！红红火火！订单多多！

与此同时，广州分公司的乔迁典礼也在如火如荼地进行中。广州分公司总经理黄健聪先生特邀公司中东事业部总经理井冈先生、人力资源部总监肖华先生、流程优化部经理苏尚勤先生来到现场，与分公司同事们共同庆贺乔迁之喜。

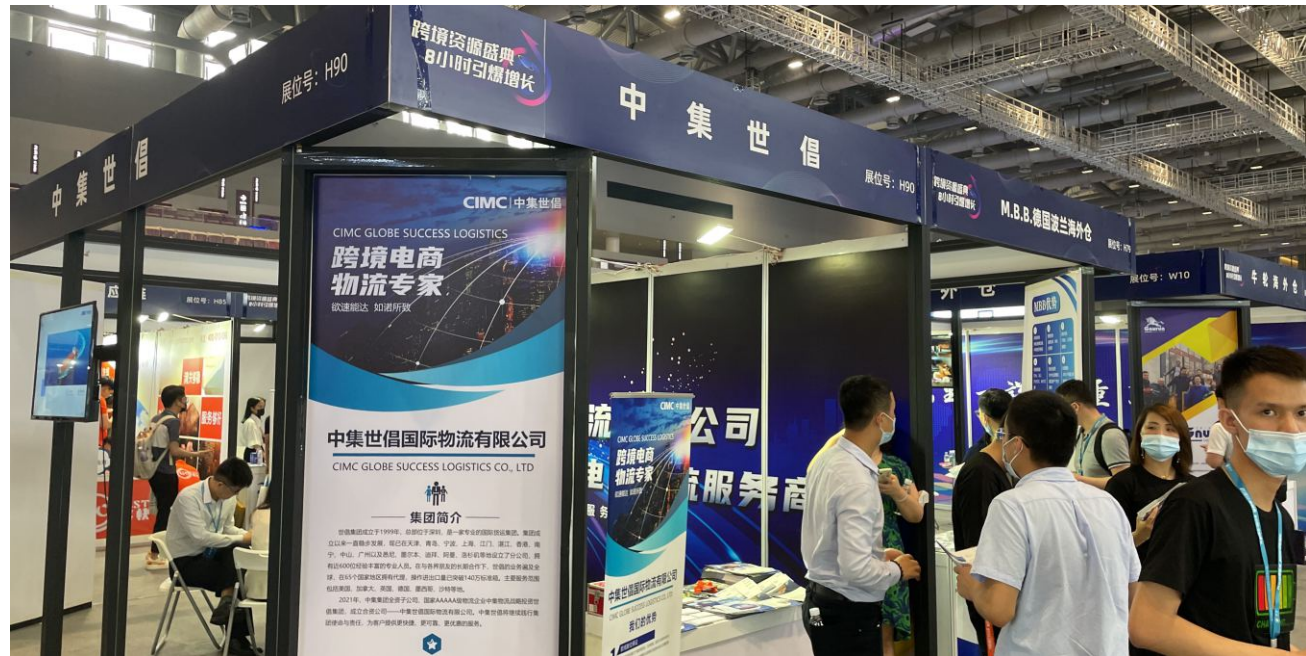


新地址，新起点，广州分公司将继续坚持客户为先的服务理念，配合中集世倡的整体战略方针，一如既往地为客户提供特色的多式联运服务！让我们共同祝福广州分公司：宏图大展！货如轮转！

广州分公司新址：广州市天河区林和西路3-15号耀中广场A3921房
联系电话：+86-20-38878268

【海外仓两会】中集世倡展位吸引众人围观！

导语：4月23日，第四届海外仓两会在深圳宝安国际中心隆重举行，中集世倡与来自全球的200多家优质跨境企业共同参加了此次盛会。



大咖云集，热议跨境增长话题

据悉，本次盛典是全球首个万人参与的海外仓两会，采用了3+1模式，分为主论坛、分论坛、管理论坛及大咖直播间，全面围绕如何“引爆跨境增长”议题展开探讨和交流，并特邀深圳市原市长李子彬，前微软高管、润米咨询创始人刘润与众多神级大咖面对面交流。

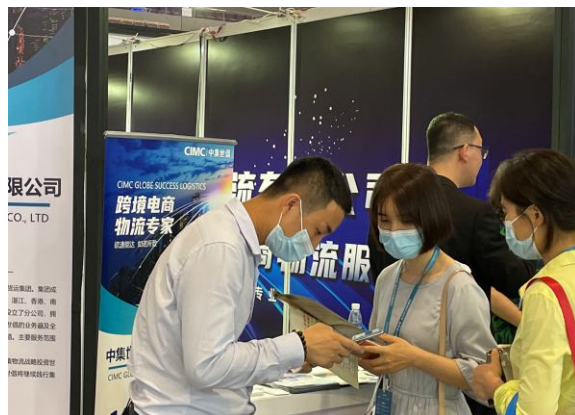
聚焦发展跨境全程物流

作为拥有丰富货代、货运经验的优质参展企业，中集世倡始终秉承客户为先的服务理念，聚焦发展跨境全程物流，致力于成为中国领先的跨境全程物流解决方案服务商。在此次展会上，面对前来咨询的展会嘉宾，中集世倡业务人员展现出了优秀的专业素养，从公司发展、业务范围、优势产品等方面为大家详细讲解，吸引了众多客户朋友的驻足聆听。

把握发展机遇，推动跨境电商事业稳步发展

随着疫情缓和，重建全球合作成为跨境电商必须面对的挑战。在企业全球布局加速的大背景下，未来，中集世倡将继续完善国际网络布局，提升跨境全程物流服务能力，充分发挥自身资源优势，积极把握发展机遇，推动跨境电商事业迈向新的台阶！

中集世倡人力资源部



热烈祝贺中集世倡江苏分公司盛大开业！

夏日炎炎，热情似火。经过一段时期的筹备，中集世倡江苏分公司终于正式开业了！

5月24日上午10点18分，中集世倡江苏分公司在无锡中锐佳诚国际大厦迎来开业典礼，公司总部澳新事业部总经理缪洪滨、中集黄真总以及中集凯通江阴分公司总经理王律参加了此次典礼，江苏佳利达、上海荣誉、佳成国际等货代企业代表也特地赶来现场道贺。

剪彩仪式结束后，江苏分公司经理朱亮邀请众嘉宾到公司参观，并向大家简单介绍了目前的团队成员。

在接下来的午宴中，朱经理进一步为

大家介绍了公司的企业概况、发展历程、业务情况等，使货代企业代表加深了对中集世倡的了解，为今后的合作开展奠定了良好的开端。

江苏地理位置优越，产业基础扎实，跨境电商发展存在巨大潜力。作为中集世倡在拓展跨境电商物流业务领域的重要分支机构，江苏分公司的成立将进一步推动公司在长三角地区的事业扩张，为长三角地区的企业提供更多专业、优质的跨境电商物流服务。

中集世倡人力资源部



货代事业的贡献、对社会责任担当、对政府政策的响应与支持，深圳市国际货运代理协会为贡献突出的企业颁发了荣誉奖项，并为第七届理事成员颁发了牌匾。其中，我司荣获“2020年度抗疫突出贡献奖”、杨启鹏经理荣获“2020年度政企协作奖”，同时，中集世倡被正式授予“深圳市国际货运代理协会第七届副会长单位”牌匾。



作为深圳市国际货运代理协会副会长单位、中国国际货运代理协会会员单位，中集世倡在肩负社会责任的同时，始终秉承客户为先的服务理念，为全球客户提供特色的多式联运服务。

运服务。



通过传媒力量，宣传抗疫精神

4. 央视十三台新闻频道播出货代专访



未来，我们也将继续履行副会长单位的职责，与广大成员单位，共同为促进国际货运代理行业的蓬勃发展不懈努力！

中集世倡人力资源部

深圳市国际货运代理协会副会长单位中集世倡荣获

“2020年抗疫突出贡献奖”

“2020年政企协作奖”

5月27日下午，深圳市国际货运代理协会第七届一次会员大会在深圳深航国际酒店顺利召开，中集世倡总经理许峻女士、航线管理部澳新航线经理杨启鹏先生作为公司代表受邀出席了此次大会。



会议首先通报了协会换届事宜，并经过全体会员无记名投票，选举出了新一届协会领导班底。随后，协会秘书长在会上做了2020年工作汇报及财务报告。

此次会员大会中，为表彰会员单位在过去一年里对



• 深圳市国际货运代理协会 第七届一次会员大会 合影留念

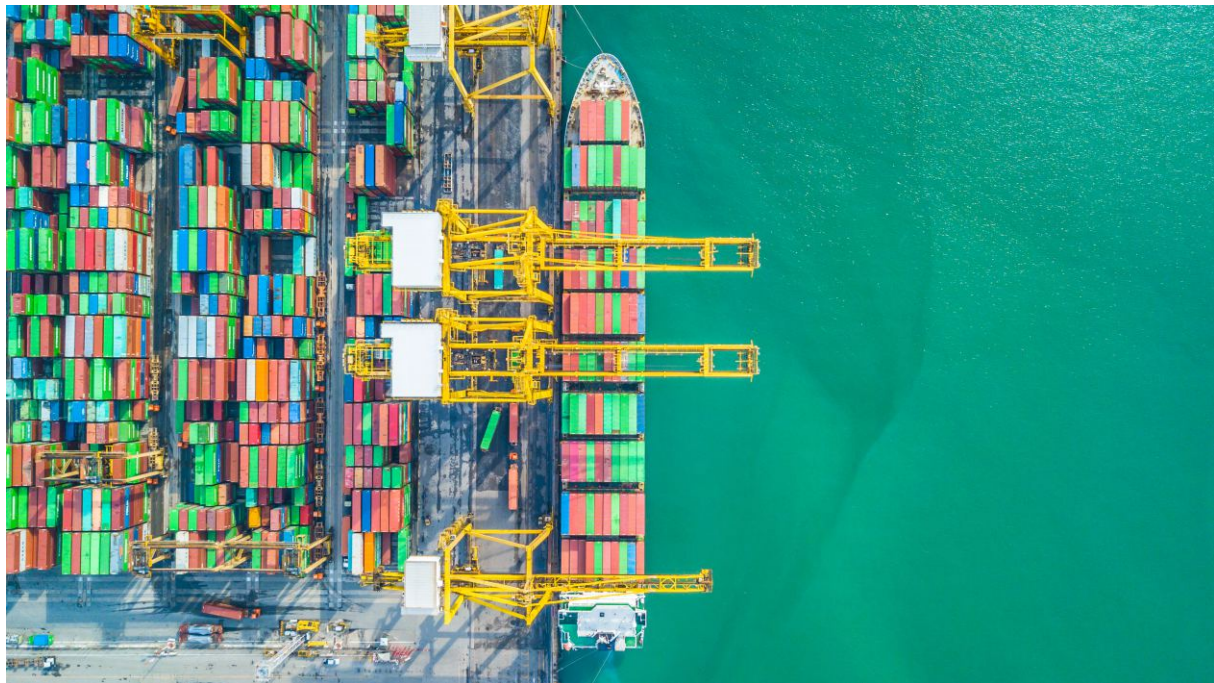


行之有道

Do it in a proper way

创·造·新价值

浅析2021年航运市场



对航运业来说，2020年是魔幻、难忘且不可预料的一年：上半年大规模停航，下半年全球供应链断裂，缺箱、运价暴涨、码头拥堵成了货代和班轮公司争论的话题，一个个属于航运业的新纪录接连产生。

货主和货代公司认为，高运价以及严重的集装箱设备短缺还有港口和内陆配送的延误，都是造成货物在物流配送段产生额外成本的原因。事实上，在过去的十年中，由于长期处于严重的供过于求局面，班轮运价长期在低位运行。船公司为了保障服务，即便是运价低也要维持和支撑庞大的运力规模和全球网络铺设。国际班轮业是完全开放、充分竞争的行业，但是，经过过去十年的整合，真正的全球承运人已缩减至9家，分为三大联盟，有关机构此前对船东的调查都未能证明有任何串通定价或操纵市场的行为。

据最新的统计数据显示，全球前十大班轮公司的运力规模已达到了85%。但即便是全球班轮运力规模最大的马士基航运，其运力占比也只达到17%。

当前全球贸易的反弹、订单的快速增长使得贸易商渴望在春节前夕承接更多的业务以弥补2020年上半年的亏损。出口增长、欧美澳等地区空箱调运困难、新箱产能不足等外部因素叠加，全球供应链确实面临巨大挑战。换言之，这些因素并不受航运物流公司控制，或者说已超出这些企业所掌控的范畴。

在新冠疫情开始之时，船公司在市场上采取缩减运力、停航的举措，并不是为提高运价，而是为了“生

存”。随着下半年需求的反弹，生产线很快恢复了产能。到2020第三季度，已投放的航线运力已超出上年度同期运力。不仅如此，受供应链断裂影响，更有有实力的货代公司租船租箱自开航线，还有将纸浆运输船货舱改造成具备装载集装箱货物运输功能的货舱。可见船东和货代都在为客户需求而不遗余力。即使彼时已是农历新年前夕，与往年不同的是，2021年的当下几乎没有停航的情况。另一面，由于所有可用运力的船舶都已投入使用，加之港口拥堵，班轮公司准班率接近历史最低点，而租船价格、运价均已达到历史最高点。所以，这不符合操纵市场的逻辑。



苏伊士运河封锁6天后已于2021年3月30号恢复通行，苏伊士运河通航后，大批此前排队通过的集装箱船

只（来自苏伊士运河和好望角）将密集抵达欧洲各大枢纽港，业内人士担忧港口集中卸货、集装箱数量激增或导致港口处理能力不堪重负，而这也给港口设施和内陆基础运输带来压力。

此外，欧洲一些国家本身由于第三波疫情的侵袭，目前的防疫政策、新的封锁措施、港口劳动力短缺等等问题，都让船舶的延误和未来船期的不确定性雪上加霜。

欧洲各大枢纽港的堵塞、船只的延误，也将影响亚洲可用集装箱的供给。如果后续海外船只延误严重，此前刚刚有所缓解的缺箱情况将再次转回“一箱难求”的局面。

除了对欧线的担忧，美线的拥堵从去年至今似乎也未有起色。目前长滩、洛杉矶、奥克兰、整个加州都处于拥堵状态，需要等7天以上，新兴市场的塞港问题也没有解决。

2021年全球航运来看，高运价维持到三季度是大概率事件，在乐观的情况下会维持到四季度，因为三季度是行业旺季，在旺季的货量支持下，运价会有所支撑。另外欧洲的疫情在下半年如果没有好转，那么欧线高运价也可能维持到第四季度。

5月21日，深圳市盐田区新增1例新冠病毒无症状感染者，导致盐田港采取最严格最全面最彻底的疫情防控措施。因此，盐田港作业速度全面减缓。盐田港作为全球最大单体集装箱码头、承担着中国对美贸易1/4货量，在一连串动作下，码头工人短缺、码头效率下降，港口塞港、船舶延期、缺箱等种种问题立即显现，对本就负重前行的港口运行和航运效率，又添加了一根稻草，也对本就刹不住闸的运费又添了一把火。

积压超过两万箱出口货柜，每天开放接收约5000个货柜，目前处理能力只有平时的1/7，主要原因是疫情导致码头一线人手吃紧，同时各大船公司最近暂停挂靠盐田港的航班航次。

盐田港拥堵影响广泛：

1、附近的上海港压力山大，也许受此



影响也会出现拥堵情况

由于盐田港船期严重延误，不少承运人不得不将货物、集装箱转移到上海其他港口作业。一位业界人士表示，这样做虽然会导致作业成本又再度攀升，但以现在的情况，如果要等到盐田港作业情况改善，最少要半个月以上，恐怕会耽误货件到货运送到北美、欧洲的交期。

实际上上海港当前自身也面临很大的塞港压力，由于在苏伊士运河大塞船“蝴蝶效应”影响下的堵塞，船舶日均进出超过3000艘。而从盐田港“出走”的货和箱，将使上海港口面临进一步的作业效率压力。

2、亚洲-欧美航线的海运价格有可能会再次冲高

欧美港口的拥堵目前已经蔓延到亚洲，而美国物流企业Flexport副总裁兼全球海运主管Anders Schulze预言，美东每40呎柜运价会涨到2.3万美元，是目前的倍数。

澳大利亚运输业者Neolin日前警告，盐田港暂停出口货柜，“可能引发严重的空间与货柜挑战，不仅仅是盐田港，蛇口港也会受影响，因为托运人势必得转移、重订或重新引导货物。”Neolin建议，手上有重要订单、规划未来两周在华南托付海运的

货主，应开始考虑空运选项。

3、缺箱问题更加严重，预计未来一周将出现码头拥挤和船舶靠泊延误

因为盐田港码头作业效率下降，集装箱卸下运往内陆交货，空柜返回港口复运回亚洲的时间从去年初的7-10天拉长到28天，周转时间增加数倍，缺箱的问题更恶化，现在船公司欧洲线也比照美国线，尽量不收欧洲出口货，避免拉长集装箱复运回亚洲的时间。

对此，不少航运巨头也纷纷向客户发出公告。马士基认为码头未来一周将继续拥堵，船舶延误5天；日本ONE公司则指出，盐田港西部港区仍处于暂停运营状态，而整体码头运营效率受到了不利影响，预计未来一周将出现码头拥挤和船舶靠泊延误。

虽然目前全球供应链仍然存在拥堵、运力不足的问题，但种种迹象仍在表明：2021年集运市场将会比2020更加繁荣！



大客户管理思想对第三方物流企业在组织机构上的影响

摘要：如何调动公司资源来充分满足全球性大客户的个性化物流需求，对于处在高度竞争的市场环境中的第三方物流企业来说，有着很重要的意义。文章主要从组织机构变化的角度探讨大客户管理思想对外资第三方物流企业在组织管理方面的影响，以期对本土的第三方物流企业的发展有所帮助。

关键词：第三方物流；大客户管理；组织结构

英国克兰菲尔德大学管理学院教授 TONY MILLMAN 在 1995 年首先明确提出了大客户管理的理论。他认为“大客户就是产业市场上卖方认为具有战略意义的客户。大客户理论是卖方采取的一种策略性的管理方法，目的是通过持续地为客户量身定制产品或服务，满足客户的特定需要，从而培养忠诚的大客户。为了保持顾客的日常联系，卖方通常建立许多大客户小组，每组由一名大客户经理领导，向某个大客户提供专门服务。这种特殊对待大客户的方式将对企业组织结构、价值传播和管理效果产生重大影响。

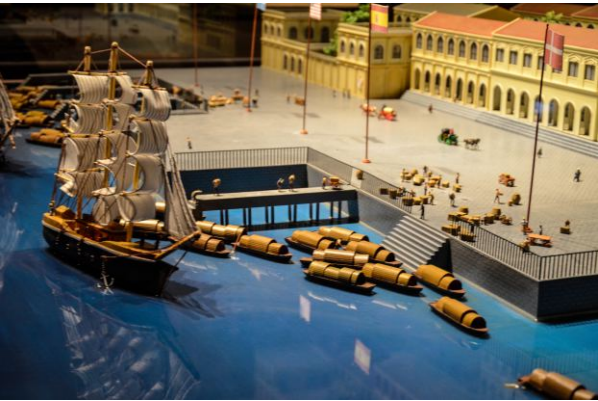
大客户管理是市场上以顾客为中心的和关系营销发展的必然结果，它为买卖双方带来增加利润的重要利益和机会。采用大客户管理方法的企业，以顾客维系为导向，持续地与顾客进行沟通，以为客户提供长期价值为中

心，实现企业与客户的双赢。企业的全球化、市场饱和、顾客力量的增长，这些因素要求企业要在更大更多的不同市场实施以顾客为中心的营销战略，以便在激烈的竞争中取胜。大客户管理理论的提出适应了时代发展的要求。

文章主要探讨大客户管理思想对第三方物流企业在组织机构上的影响。站在物流企业的角度，采用大客户管理模式是物流企业面临内外双重环境变化的必然选择。

从物流企业外部环境来看，作为国际物流服务对象的跨国公司在过去的几十年中发生了非常显著的变化，特别是从 20 世纪 90 年代以来西方工业国家的第五次企业兼并浪潮，进一步推进了国际生产的集中和垄断。第五次企业并购浪潮发生于经济全球化背景之下，并购的范围跨越了国界，并购的目的不再是单纯追求在国内市场上的垄断地位，主要是谋求在国际市场上占据支配地位。企业并购使

巨型寡头垄断企业的数目不断增加，总体规模不断扩大，使越来越多的行业操纵在越来越少的巨型企业手中。这些巨型寡头占有的资产、产值、销售额及利润的份额都远远高于其他企业。目前多个行业全球范围内的寡头垄断格局已经形成。全球 10 大化学公司、10 大半导体公司分别垄断了各自行业 90% 以上的国际市场；10 大轮胎企业则一直占据着世界轮胎市场 80% 以上的份额；在航空制造业，自麦道公司被波音兼并后，全世界只剩下波音公司和欧洲空中客车工业公司占据主导地位；在汽车领域，美国两大汽车公司外加大众、戴勒姆-克莱斯勒、丰田等少数厂商控制着全球 90% 以上的汽车生产和销售；在国际电信设备制造领域，华为、诺基亚、爱立信、中兴，思科占据了国际市场近四分之三的份额，等等。相应的物流业务机会也更多的集中到了这些行业寡头身上。以 FORD 福特汽车公司的物流业务需求为例，该公司库存配件 60 多万种，来自全球大约 5000 个供应商并销往全世界 15000 个经销商。每年福特公司通过 60 多个配送中心产生 1.2 亿条订单线。而另一个汽车业巨头通用公司 GM 每年的物流费用支出大约超过 50 亿美元。巨大的物流需求机会促使第三方物流企业要不断将公司大量的人力物力资源投入到为这些大客户的服



务这些大货主提供贴身无缝连接服务，百分百的客户满意，作为企业发展的重要战略，期望在激烈的物流市场竞争中胜出并实现企业自身的跨越性成长。

从物流企业本身的发展来看，20 世纪 90 年代和 21 世纪初的物流业的并购浪潮同样造就了一批新型的物流巨无霸企业。如 DSV 花费 88 亿美金先后对 Panalpina（2019 年）和 Agility GIL（2020 年）的并购整合，德国邮政对 DHL、DANZAS、EXEL、AEI、AIRBORNE 的并购整合，丹麦 MAERSK 对美国海陆 SEA-LAND、英荷铁行渣华 P&O NELLOYD、南非 SAFMARINE，德国 HAMBURG-SUD 的系列收购，德国铁路对德国物流巨头 STINNES（STINNES 是

SCHENKER 的母公司）及美国物流巨头伯灵顿 BAX GLOBAL 的收购，APOLO 资产管理公司花费 40 亿美金先后收购荷兰 TNT LOGISTICS（2006 年）及美国 Eagle EGL（2007 年）并整合成新品牌 CEVA，等等。这些巨型物流企业的出现，一方面可以从整体上达到削减成本开支，增加市场占有率，完善国际运营网络及服务的目的，另一方面在公司的内部运作管理上也提出了新的论题——如何有效利用公司已取得的丰富资源，来充分满足大客户在物流供应链方面的各异的个性化需求？通俗的说，就是如何让大象随着客户的个性化需求而起舞？

作为大客户管理思想（KEY ACCOUNT MANAGEMENT）在第三方物流业应用的直接体现就是创新性的设立了大客户经理这一职能并在组织结构上给予体现。DHL、SCHENKER、UPS、EXPEDITORS、CEVA 等都设立了不同级别的大客户经理职位，如全球大客户经理（GAM），区域大客户经理（RAM 或 CAM），等等。大客户经理这一职能和销售经理有着很大的不同，它追求的是大客户的百分之百满意度、客户的市场份额和客户的长久关系。公司在日常管理及地位上，也给予区别对待。图 1 是典型的第三方物流公司的全球大客户管理模型。

```
graph TD
    L1[某第三方物流公司高级管理层  
(总部在美国)] --- L2[A 客户全球大客户经理  
(GAM)]
    R1[大货主 A 高级管理层  
(总部在德国)] --- R2[大货主 A 总部  
物流采购专家组]
    L2 --- L3[地区大客户经理  
(巴西)]
    L2 --- L4[地区大客户经理  
(香港)]
    L2 --- L5[地区大客户经理  
(美国)]
    R2 --- L6[地区大客户经理负责当地的具体合作，  
这些经理向全球大客户经理负责]
```

在图 1 的模式中，在业务上全球客户经理向大货主总负责，而地区客户经理向全球客户经理负责。各个地区的区域客户经理负责大客户在当地的相关方，如工厂、供应商、地区 购中心等的日常接触和客户维护，保证公司对大货主在不同地区的相关方的需求都能保持高度的关注、良好沟通和满足。这种模式能较好的满足第三方物流企业在全球大客户管理中既保持全球统一部署、又能满足不同地区的弹性需求，在战略和战术这两个层面去满足大客户的需求。

那么全球客户经理在公司中应该具有怎么样的地位呢？事实上，对于大型的第三方物流企业来说，其大客户往往也是各行业内的巨头，如 FORD、GENERAL MOTOR、BMW、DELL、APPLE、DUPONT、AVON、MOTOROLA、SIEMENS、AVON、IBM，

等等。由于现代供应链管理在这些大客户的整个竞争战略中所起到的重要作用，他们也将与3PL的合作提高到了公司层面加以考虑。很自然的这些大客户希望看到与其交易的大客户经理在其组织中有着较高的职位。如果大客户经理没有被授予决策权，那么当客户需要决策和支持的时候会对其非常失望。权力的缺乏通常在于组织的机构设置，直接表现就是其处于较低的层级，给人的印象就是这些被任命为大客户经理的人显然缺乏较高级别的专业技巧和相应的权力。

大客户经理的报告途径向大货主表明了关于其职位的许多东西，这将影响到大客户经理同大货主的关系。较为理想的是，大客户经理在其所处的企业中有较高的职务。大货主的这种要求，也推动和提升了大客户经理在第三方物流企业中的地位。图2和图3很明显的反应了这种观念上的变化。

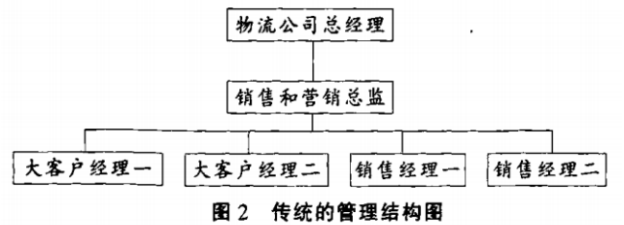


图2 传统的管理结构图



图3 目前被采用的新型管理结构图

（需要指明的是这里所说的大客户应该属于公司客户金字塔尖的那类客户。它们对第三方物流公司的业务发展具有非一般的战略意义。这些客户或者在公司的营业额中占有重要的份额，或是公司确定要进入的业务领域占有核心地位的行业巨头。以某著名国际物流公司为例，有幸进入其全球大客户名单的基本都是全球各行业的巨头，如DELL、HP、IBM、LENOVO、MICROSOFT、FORD、BMW、GE、NOKIA、AIRBUS、BOEING、AVAN、3M、HUAWEI、ZTE等等。其全球近2万个客户，能进入全球大客户名单的客户数量极为少数。公司的战略营销目标就是与这些行业巨头共同发展，建立战略合作伙伴关系，为它们提供100%满意的贴身的双赢的物流服务）。

在传统的官僚结构中，大客户经理处于较低的位置。而近年来在全球组织重组(RE-ENGINEERING)浪潮的推动下，公司的层级减少，大客户经理的报告途径也发生了

非常大的变化。有许多大型的第三方物流公司开始要求大客户经理直接向全球Executive-Level执行层汇报。事实上要求对公司营业额有重要贡献的公司职员直接向高级管理层汇报工作是自然而然的事情，也反映了公司高级管理层意识到与大客户经理及大客户直接接触的迫切需要。图4是某3PL在香港区的组织结构。

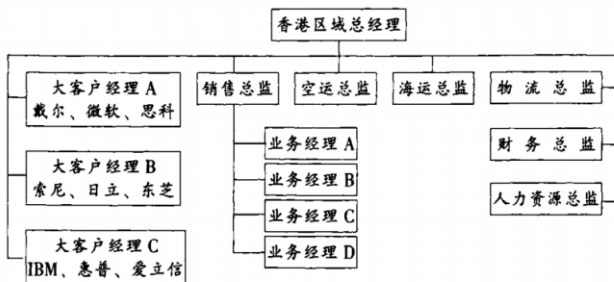


图4 某物流公司在香港及华南的组织结构图

在上面所举例的组织结构图中，每位区域大客户经理只需要负责配合少数几个大客户在香港及华南区域的日常物流运作管理，对公司在华南区域所提供的服务质量负责，并在组织汇报线路上直接向香港及华南区域总经理Managing Director汇报。所在区域的大客户经理在汇报途径上与销售总监，空运总监，海运总监等是平级的。这突显了大客户经理在公司构架中的地位和重要性，以便有利于他们在当地工作的开展。另一方面，在工作职能上向所负责客户对应的全球大客户经理汇报。双线的汇报机制可以对来自客户的需求做出最快捷和有力的反应。而在一线的大客户经理职位的具体功能运作上，则采用了矩阵式的运作方式。如图5。

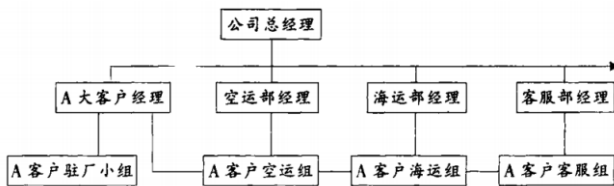


图5 某公司A大客户组运作的矩阵结构

在这一模型中，A客户的区域大客户经理直接负责了当地面向A大客户的整个服务团队的监督管理，对A客户的大客户服务质量总负责。而各职能经理(空运、海运、客服等)负责各自相应的功能方面对A大客户经理给予支持和汇报。这在组织运作上也提高了第三方物流企业在最前线对大客户的紧密关注度和密切联系，提升了对来自客户方的需求及变化的敏捷性。

而在公司更高级别的层面上，全球大客户经理GKAM是第三方物流企业的大客户营销管理中的核心人

物。在针对全球大客户的销售战略、客户沟通与维护、个性化物流方案设计、物流资源的配置中起着重要作用。优秀的大客户经理，一方面帮助企业在大客户的物流需求中为公司争取到更多的业务机会，另一方面也需要有能力在公司内部将大客户推销给各级管理层，提升大客户在公司中的地位，为大客户争取到更多的公司内部资源和支持。所以大客户经理不但要有销售和产品知识，也要具有相应的组织管理能力和战略眼光。以某公司为例，其能担任全球大客户经理的员工普遍为副总裁（VP）或总监（Director）级别的资深员工。大型跨国第三方物流企业在组织结构中给大客户经理较高的待遇和地位，既适应了来自大客户和来自公司内部这两方面的内在需求，也是大客户管理思想的在跨国公司业务组织结构中的体现。

在图6的全球大客户管理组织架构示意图中，全球大客户经理直接汇报全球行业执行副总裁EVP，而再往上一级就是公司C-level最高管理层成员首席商务官CCO。在一个几万人的国际物流组织里面，从汇报路径及信息传递链来说做到了最短和最简洁高效。而且为了进一步

保障来自全球大客户的声能用最短路径的被公司最高层所听见，公司在汇报上对全球大客户经理实行特别的“绿道”制度。公司最高管理层成员从首席执行官CEO, 首席商务官CCO到大片区总裁President，会被分配到几个全球大客户并作为它们的全球赞助人。全球大客户经理遇到重大问题时可以向对应的全球赞助人寻求帮助，以助于公司最高管理层对需求和挑战做出最快速反应。通过对组织结构的底层与高层设计，确保即使是几万人规模的第三方物流企业也可以迅速的对客户的变化做出反应，犹如体型巨大的大象却能够灵巧的与客户需求共舞。

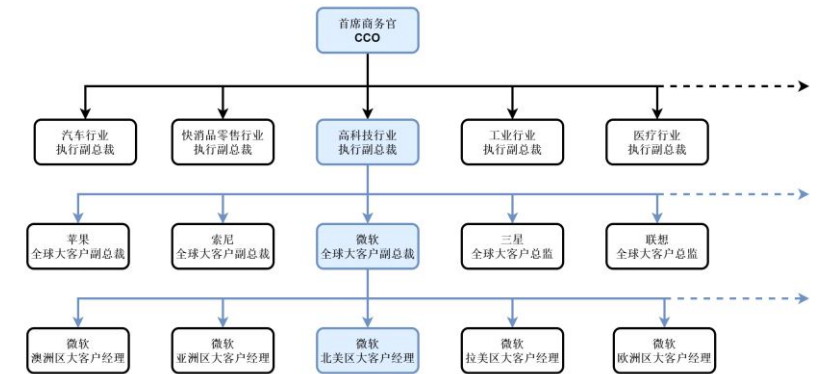


图6：第三方物流企业的全球大客户管理组织架构模型

综上所述，大客户管理思想在组织机构和运作上为国外的第三方物流企业带来了新的变化和活力，采用大客户管理方式为企业在竞争中取得优势提供了有利的武器，是物流企业在面对内外环境变化时在组织结构设计上所作出的主动选择和调整。大客户经理在组织中地位的提升则是大货主与物流企业双方利益的体现。这一组织设置方式对我国第三方物流企业在业务发展也有一定的借鉴意义。

大客户部 / 欧阳任





销 售 论 坛
Sales Forum

创 · 造 · 新价值

职场小白：

从《当幸福来敲门》中感悟自身的业务开发

我喜欢看电影，尤其是励志电影，情节背后往往能让人有感而发。有这样一部电影，叫《当幸福来敲门》，主角叫克里斯（演员威尔·史密斯扮演），这位老兄挺神的，在生活中的真实原型是美国黑人投资专家克里斯·加德纳。



克里斯是个推销员，一开始售卖的是一种手提式的测骨密度的仪器，仪器很精准，但性价比不高，所以一般的医院和治疗机构不太愿意购买，很难推销出去。克里斯花了很多钱，几乎倾家荡产，每天去卖这种仪器，但几乎都卖不出去，以至于连家里房租都付不出来。他的老婆为了养家糊口，需要每天打两份工，长此以往消耗了所有的耐性，终于有一天，老婆带着儿子离开了。

克里斯本人说，自己长到很大时才第一次见到生父，他不希望儿子重蹈他童年的覆辙，所以后来老婆把儿子还给他时，他就带着儿子一边卖器械，一边找新的工作，非常辛苦。



有一天，克里斯看到一个开敞篷车的人，他毫不畏惧的走到敞篷车旁边，询问到：“hi！老兄，您从事哪一行？”那人说：“我是做股票经纪的。”当下，克里斯萌生了这样一个想法：我也要做股票经纪。后来他找到了一家股票经纪公司，这家公司会招收一些实习生，经过6个月的无薪实习之后，从中选取一名变成正式员工，克里斯特别希望获得这个面试机会。

当看到这家公司的人事经理打车时，克里斯找机会蹭过去说：“你去的那个地方碰巧我也去，咱们能不能共享一辆车呢？”人事经理答应了。在车上，经理一直在玩魔方，可始终拼不好。克里斯看儿子玩过，他很聪明，很快就帮经理把

魔方拼成了六面一体的样子。经理对他印象深刻，最终给了克里斯一个面试的机会。

等到即将正式面试的时候，克里斯却因为车子违停、拖欠罚单要被关进拘留所里拘留。拘留前他正在家里面刷墙，满身都是油漆，就这样被关了一晚上。第二天他穿着带油漆的衣服去面试，差点迟到，还衣衫不整，面试官被惊到了。可是，克里斯的做法告诉我们——最好的面试方法就是要尽可能地表达你对工作的热爱、向往，你的真诚可以让对方看到你对于这份工作的渴望，那种渴望是非常打动人心的。克里斯也因此获得了宝贵的实习机会。

股票经纪的实习工作要靠不断打电话，从中获取客户。克里斯最终找到了31个客户，是他们所有的实习生里面业绩最好的，6个月实习期满，他作为正式员工被留了下来，并靠自己的坚持和努力成为了一个成功的股票经纪人。



在这部影片中，除了那些鸡汤，我们还能看到：一个人的成功有没有秘诀？总的来说没有秘诀，但是有一点你可以相信，那就是真诚待人，天道酬勤。影片我反复看了很多遍，尤其在低谷的时候，看完总能给我新的力量。拿我个人的情况来说，以前在国企和台资企业做着行政管理类的工作，拿着还算稳定的收入，经历了这次大疫情，作为社会中的一员，我开始有所思考。

于是，2021年4月中旬，我毫不犹豫地加入了货代行业，对开发海外客户充满雄心壮志。对于一个陌生的岗位，我没有捷径可以走，只能从各方面夯实起来。虽然只入职两个多月，但我的感触颇深。刚加入这个团队时，不熟悉业务，不熟悉流程，甚至不了解组织架构。谁负责什么，做到哪一步该由谁负责，包括业务中写邮件的格式，报价的方式，船司性质，以及每个区域的优势线路等等都是一头雾水。经历了几次培训，以及每天不间断的询问，我开始慢慢了解这个行业，到现在遇到询价之类的常见问题已经能够游刃有余地处理了。

为了更快地跟上大家的节奏和步伐，我必须利用自己的闲暇时间来夯实业务知识。比如说，经常到晚上22点还在社交平台上和国外代理沟通和联系，维系友谊；跟泰国人聊泰剧、跟埃及人聊法老、跟卡塔尔人聊王室，遇到开斋节和他们聊风土人情等等。除了日常的寒暄，经常发特价以及航线信息给代理，让对方加深对自己的印象，加深对我们产品的认识。周末

和晚上的时间也不能闲着，在家里发推广信、第一时间处理代理的询价邮件。其实并不是多努力，我只是相信“笨鸟先飞”。虽然做不到像老业务员一样每天战绩累累，但起码做到每天进步一点，日积月累之下必定熟能生巧。

经过一个月的努力，终于有单找上门。刚开始接单，经历了许多波折：疫情导致的各种政策导向变动，临时出现的突发状况，种种都让我措手不及。或许对于其他业务员来说已经是司空见惯的情况，但对于新手如我来说，多少还是有些慌乱：经历了有SO但是提不到空箱，即使是买单也来不及，后来只能取消；经历了谈好的价格，SO舱位放下来了，结果停航了；经历了月初客户装完箱还进码头，到月底货柜还在码头（被甩柜了、然后船又延误）；经历了塞港，码头停止打单，因而没有提到余下的空箱；经历了一水船临时涨价500美金，客户临时取消的；经历了马上要提空箱，结果拖车资源无法达到防疫要求，只能改港；经历了马上要装货了，结果客户告知含有电池；经历了信用证即将到期，可是船一再delay，出单困难……总之，大大小小的状况实在是不胜枚举。

但是无论面对怎样的困境，只要秉持着一份真诚，及时处理和反馈，客人们都给予了最大程度的理解。我相信，只要你抱着一份同理心，设身处地为客人着想，没有什么不可以解决的。6月份的时候，陆续有几票单出货，其中一票26TEU，这个货在6月底准备提箱做柜，结果都还不错。尽管前面的道路肯定不会是一片坦途，但我想对自己说一句：天道酬勤，真诚待人，结果就一定会是好的！

BD部 / 周炼



创·造·新价值

“散装”江苏的那些事儿

想必没有人会忘记2020年疫情的重灾区湖北，正所谓“一方有难，八方支援”，而国家部署的“一省包一市”对口湖北的支援方式，在江苏支援孝感（后调整为黄石）的时候，却成了“十三太保”包一市，甚至有拉着“某某村医疗支援队”横幅的队伍奔赴抗疫一线的现象，这也迅速引起了全国网友对“散装”江苏的调侃。那我们今天就来聊聊“散装”江苏的那些事儿。



为什么说江苏是“散装”的？

这“散装”的故事得要从两千多年前说起，当时来自现今江苏徐州的某村长带着隔壁淮安的一个兄弟，和宿迁的一哥们儿干了四年多的架——期间还穿插着抡翻一众江南小弟，最终登基帝位——这就是有名的楚汉之争。

到了清代，江苏实行的是“双省会”制度，也就是有两个政治中心，两江总督驻地江宁（现今的南京市），而江苏巡抚则驻地苏州。直到顺治年间，江南省一分为二，被分后的两省，一个是现在的安徽省，还有

一个由原省内两个政治中心（江宁和苏州）的名称各取一字，便有了现在江苏省的得名。



苏南，无疑是江苏的经济重心，狭义上的苏南城市群，只包含苏州、无锡和常州。改革开放以来，得益于“苏南模式”及民营经济的发展，该区域成为当代中国经济最富庶的区域之一，然而苏南地区的经济强势却未能换来与之匹配的政治地位，这里既没有“副省级城市”，也没有“计划单列市”，在政策、资源和人才等方面，出现了竞争力瓶颈。

如果说苏南地区经济备受瞩目却没有政治地位，那么苏北（徐州、连云港、宿迁等城市）就显得“普遍缺乏存在感”。整个江苏省南强北弱的现象非常明显，倘若对比GDP、人均GDP、基础设施等硬指标，苏锡常的人均GDP都在2万美元左右，几乎是徐州、连云港等市的两至三倍。

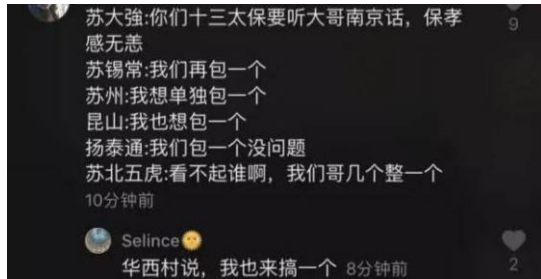
2021年一季度江苏各市GDP排名					
序号	地区	2021年一季度GDP (亿元)	2020年一季度GDP (亿元)	增量GDP (亿元)	同比增长
1	苏州市	4,723.95	3,743.93	980.02	26.18%
2	南京市	3,824.36	3,247.41	576.95	17.77%
3	无锡市	3,013.68	2,465.24	548.44	22.25%
4	南通市	2,516.10	2,030.78	485.32	23.90%
5	常州市	1,824.61	1,468.43	356.18	24.26%
6	徐州市	1,732.87	1,395.98	336.89	24.13%
7	扬州市	1,543.21	1,275.64	267.57	20.98%
8	盐城市	1,468.98	1,222.78	246.20	20.13%
9	泰州市	1,425.44	1,143.05	282.39	24.70%
10	镇江市	1,242.40	978.10	264.30	27.02%
11	淮安市	1,013.39	801.78	211.61	26.39%
12	连云港市	775.04	614.41	160.63	26.14%
13	宿迁市	733.79	589.92	143.87	24.39%

数据来源：地方统计局 制图：@城市博览

而作为省会的南京虽然历来政治地位极高，但其首位度一直是我国30多个省份里垫底的。由于地处苏西，经济实力又长期位居省内第二，与苏州差距明显，很难压住强势的苏锡常地区和广阔的苏北。所以江苏十三个市彼此有一定的独立性，对南京的依赖度不高，仅拿交通方面来说，江苏就有九个国际机场，还有两个在建。无奈之下，南京构筑了一个以自己为中心的都市圈，把安徽省的蚌埠市、滁州市、马鞍山市、宣城市、芜湖市，甚至黄山市都圈了进来，这也使得一些江苏本省人黑自家省会为“徽京”，甚至成了一种调侃习惯。再放眼江苏短短300多年的建省历史，省会也曾在南京、苏州、镇江乃至徐州等多个城市间摇摆，种种这些，让江苏呈现出无中心的“散装”状态。

形散而神不散的大江苏

仍以疫情防控工作为例，相比于对浙江、上海等地防疫工作不绝如缕的夸赞，江苏其实在2020年1月24日就启动了全省一级响应，而且苏州是全国第一个提出延长假期的城市。作为最重要的制造业基地之一，苏州第一时间宣布复工，开学时间推迟到2月9号，但一级响应和延迟开学通知却又都是由各市分开下达，甚至各个县、各个区都是分开的。这样我们就不难发现，当别的省市都是以省级单位逐一下达时，江苏却是“十三太保”八仙过海、各显神通，因此也有网友戏称江苏是“联邦江苏”，简称“苏联”。



不过换个角度来看，面对汹涌的疫情，江苏权力一再下放，原则性之余不失灵活，背后体现的，正是“散装”江苏其各地的独立性，拥有各自的强势产业和文化底蕴，江苏“形散”而神不散。

江苏的硬核实力

江苏“散装”归“散装”，但实力却历来不容小觑。

1989年，江苏GDP总量被广东反超，至今一直居于全国第二位。2020年，江苏受益于战略性新兴产业、高新技术产业产值占工业比重不断的攀升以及数字经济的高速发展，全年GDP首次突破十万亿，达到为10.27万亿元！这也意味着江苏成为全国唯二的GDP破10万亿的省份。作为

10万亿新星的江苏，实力雄厚，完美超越澳大利亚，经济实力相当于5.85个越南，几乎是瑞士、新加坡和阿根廷的总和。放在全球经济体进行排名，已排在第14位。

同时，2020年人均GDP前10的城市中，江苏占据4席，其中无锡市以人均GDP 16.58万元反超深圳，跃居全国第一，而我们中集世倡国际物流有限公司江苏分公司就坐落在这座经济强市之中。江苏分公司的成立作为中集世倡在业务板块和网络服务的战略布局，肩负着公司华东跨境电商物流业务的拓展重任，秉承“贴近客户、下沉服务”的运营宗旨，跨境、传统双管齐下，不断延申我们服务的细枝末节，打通我们网络的任督二脉。



值得一提的是，“散装”江苏同样也带来了“散装”市场：在平时的工作中，我们甚至会遇到仅隔两条马路，方言就大相径庭的情况，这让江苏的业务员不知不觉中熟练掌握了多种“外语”。然而当你领略着从苏南的精密仪器、高新科技到苏北的日常家居、琳琅轻纺，从CBD里的高端办公到乡办企业的整齐划一，从制造业中的叹为观止到服务业里的赏析悦目，“散装”江苏却又无处不为你带去惊叹与惊喜：它的“散”更多的是彰显着各地市场、各种集群自己的人文文化、商业文化。它们虽“散”，却在革新、创新的大潮中包罗万象、海纳百川，产业结构间互补长短，形成更新、更具价值的产业链，让“散装”江苏不同的市场在各自优势领域里“独领风骚”。

结语：

看似散装纷乱的江苏，却拥有着她独具一格的魅力，也正是这看似不完美的格局拼接，才更显市场的真实性，才更加激励着各行各业在这片生机盎然的热土上，因地制宜、因地制宜，学会更加尊重地方文化、商业文化，不断打造属于自己的品牌竞争力。



Thinking the way forward Hold on to tomorrow's opportunities

2010年4月，一个求职的黄金时期，跳槽的高峰期。我选择了中集世倡作为事业生涯的下一个篇章，只因我被公司总经理 Christina的一句话深深打动：Staffs and Clients are our most valuable assets（员工和客户是我们最宝贵的财富）！



最初加入时，公司只有一个女生，整个分公司也只有我和当地的经理。由于总部的大力支持，澳洲分公司在过去的10年里快速成长，团队构成由单一转为

多元，业绩也得以数倍的增长。我在这10年中，和公司一起经历了市场的变迁，与竞争对手的博弈，见证并参与了公司的发展历程。在此过程中，澳洲分公司涌现出了一个个优秀的员工和管理层，他们在各自的岗位上兢兢业业，不断成长，与中集世倡共奋进，同努力，助力公司越走越远、越飞越高！

2021年4月，注定是公司改革前行，并跨入一个全新时代的一年。我们的核心领导人物Christina又一次走在行业的尖端，与中集集团签订了战略合作伙伴的协议。

今天，全球的经济体系受到了新冠病毒严重的冲击，这一个新的战略型签订，无疑给我们打了一针强心剂。Christina 和总部再一次作为我们强大的后

盾，给了我们一个更加强大的平台，更多的可能性和发展机会，在中集世倡腾飞的时候，让我们也能张开双翼翱翔于天际。

借着公司季刊的机会，我谨代表澳办的整个团队，将继续与公司并肩同行，一起朝着更高的天空飞翔。以下是澳洲分公司的简要介绍，希望通过这个介绍和宣传，让其它的分办和同事对我们有更加深入的了解，期待更多的合作机会，一起创造共赢的时代！

CIMC GS Logistics is a full-service logistics services provider headquartered in Sydney.

We work with clients in Australia and abroad to support their domestic and international logistics needs via road, air, rail, and sea transport. We also offer services related to warehousing, customs, and e-commerce.

In Australia, we have chosen to centralise our operations and customer service divisions in Sydney to maintain management of all cargo movements, ensuring we have total control and responsibility for all shipments. This centralisation allows us to achieve greater efficiencies of scale, helps reduce overheads and ensures we remain competitive in our industry.

We are also on paperless system to support the green environment and anytime anywhere are equipped to ensure we do not disadvantage work remotely whilst Covid-19 pandemic or any other un-expected circumstances.

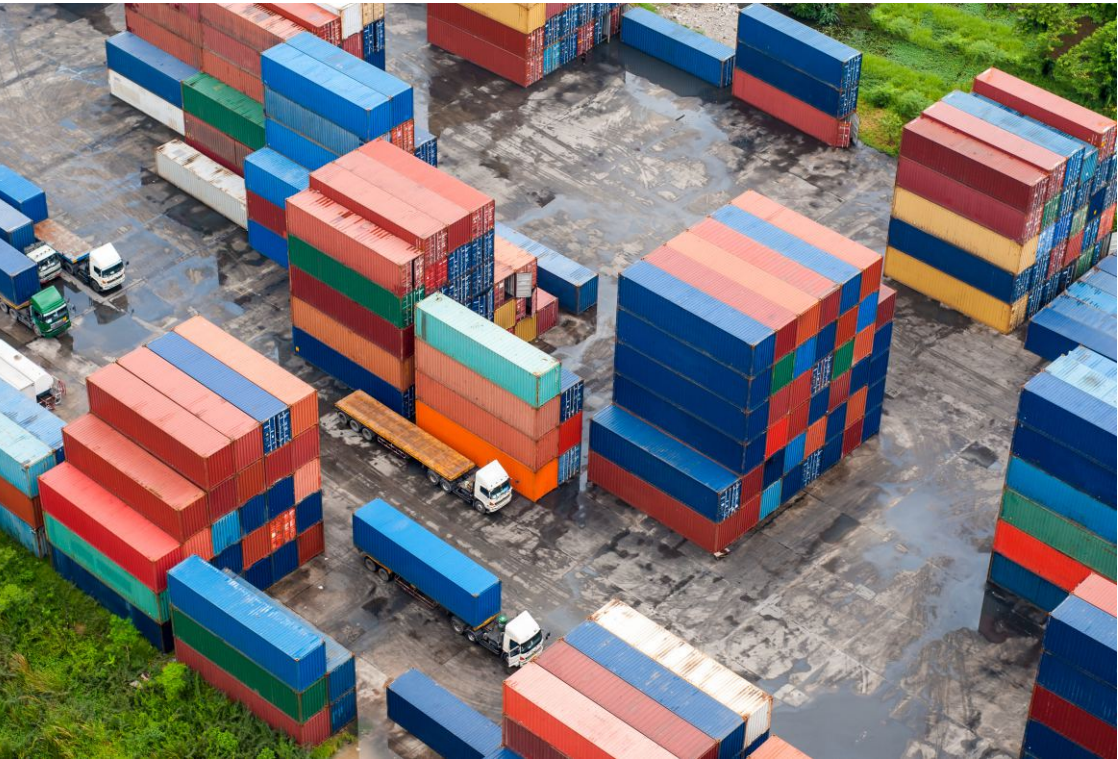
In addition to our own professional team, we have strategic alliances with all major service providers within our industry, team members are combined Australian, Chinese, Vietnamese, Malaysian to ensure we have all the necessary resources available to us to handle any shipment.

We are, thinking the way forward, hold on to tomorrow's opportunities!



行业动态
Industry news

创·造·新价值



提前进入旺季， 船公司宣布开始征收附加费

全球航运出现混乱之际正值欧美零售业的重要时期，零售商正努力保持与消费高需求同步，目前尚未开始积累可观的库存，随着秋季和假日旺季的临近，接下来零售商正进入通常从8月开始的假日商品的发货旺季。

马士基警告称，更糟糕的是今年美国线旺季可能会提早开始，因为零售商们正在为强劲的返校季预先做准备，返校季可能会与暑假旺季相叠一起。这为市场带来了一种有趣的局面，运价可能在今年余下的时间内继续维持高位。目前已有船公司宣布从7月份开始征收旺季附加费。

赫伯罗特6月18日发布公告征收东亚至美国 and 加拿大的旺季附加费。据公告称，自2021年7月18日起实施旺季附加费（PSS），适用于从东亚到美国 and 加拿大的所有干箱、冷藏箱、平架箱和开顶式集装箱，收费标准为：所有20尺箱收取1000美元，所有40尺箱收取2000美元。

- East Asia to North America (USA and Canada)
- USD 1000 per all 20' container types

- USD 2000 per all 40' container types

Peak Season Surcharge – Trans-Pacific Trade- East Asia to US and Canada

We would like to inform you that Hapag-Lloyd will implement **Peak Season Surcharge (PSS)** effective **July 18, 2021**.

PSS will be applicable for all dry, reefer, flat rack and open top containers from East Asia to US and Canada:

East Asia to North America (USA and Canada)

- USD 1000 per all 20' container types
- USD 2000 per all 40' container types

East Asia is defined as being the countries/districts of Japan, Republic of Korea, China/Taiwan, China/Hong Kong, China (PRC), China/Macau, Vietnam, Laos, Cambodia, Thailand, Myanmar, Malaysia, Singapore, Brunei, Indonesia, The Philippines and Russian Pacific Coast Provinces.

东亚定义包括日本、韩国、中国/台湾/香港/澳门、越南、老挝、柬埔寨、泰国、缅甸、马来西亚、新加坡、文莱、印度尼西亚、菲律宾和俄罗斯太平洋沿岸省份/地区。此前，赫伯罗特已经宣布从6月15日大幅上调亚洲到北美运费（GRI），其中小柜涨USD2400，大柜涨USD3000。

General Rate Increase – Trans-Pacific Trade Eastbound East Asia to USA and Canada

We would like to inform you that Hapag-Lloyd will implement the following **General Rate Increase (GRI)** in the eastbound trade from East Asia to all USA and Canada destinations as of **June 15, 2021** (date of cargo receipt at origin).

This General Rate Increase will apply for all dry, reefer, non-operating reefer, tank, flat rack and open-top containers as follows:

East Asia to North America (USA and Canada)

- USD 2400 per all 20' container types
- USD 3000 per all 40' container types

East Asia is defined as being the countries/districts of Japan, Republic of Korea, China/Taiwan, China/Hong Kong, China (PRC), China/Macau, Vietnam, Laos, Cambodia, Thailand, Myanmar, Malaysia, Singapore, Brunei, Indonesia, The Philippines and Russian Pacific Coast Provinces.

根据MSC此前通知，7月1日开始，地中海航运将对所有出口到美国 and 加拿大的货物征收GRI，具体涨幅是USD2400/3000/3798 per 20'/40'/45'。单次涨价幅度高达USD3798！创下航运史上单次涨价幅度最高记录！

Subject: GRI – USA & CANADA (美国及加拿大港口运费调整通知)

Date: 2nd June, 2021

Dear Customers,
尊敬的客户，

Please be advised MSC shall impose a GRI for cargo moving from Asia going to USA & CANADA (include all intermodal points moving through/via base ports).

接总部通知，由我司出口至美国及加拿大（含所有中转至内陆的货物）港口的货物将征收 GRI，具体如下：

Effective date / 生效日期:
1st July, 2021 (against gate-in date / 进港日)
** For inland cargo, against gate-in date no matter it is feeder BL or mother vessel BL**
** 长江流域-无论出内支线提单还是母船提单均以进港日为准 **

Quantum / 具体费率:
USD2400/3000/3000/3798 per 20DV/40DV/40HQ/45HQ

GRI & PSS IMPLEMENT FOR USA & CANADA WEF 15th June 2021

Date: May 15th, 2021

Dear Valued Clients, Mediterranean Shipping Company wishes to advise clients of General Rate Increase (GRI) and Peak Season Surcharge (PSS) for all cargo from ASIA to USA & Canada ports effective as of June 15th, 2021 (in-gate date) as follows:

Quantum of GRI:
GRI USD 2400/3000/3000/3798 per 20DV/40DV/40HC/45'
PSS USD 2000/2500/2813/3165 per 20DV/40DV/40HC/45'

The GRI & PSS shall be applicable to all equipment types and apply for the last container gate in date on same bill.

Using this opportunity, we would like to express our sincere appreciation for your continued support rendered and please do not hesitate to contact us if you require any further assistance.

Yours sincerely,
Mediterranean Shipping Company

另外，阳明海运曾于5月28日向客户发出通知，7月1日起将

扩大加收综合费率上涨附加费（GRI），每40呎柜加收2000美元、每20呎柜加收1800美元。其6月15日发给客户最新调涨通知指出，远东到美国线将在7月15日涨价，远东-美西、远东-美东及加拿大，每20呎柜加收900美元，每40呎柜加收1000美元。这是阳明最近连续两次涨价。

文章来源 / 海运网

chéng yǔ xīn jiě

成 语 新 解

外贸人才懂的梗

望洋兴叹

释义：形容外贸人的货都做好了，奈何订不到船，也付不起运费，只能望着汪洋大海叹气。



注：德鲁里世界集装箱指数比去年同期上涨了282%

“箱”愁难解

释义：形容大量集装箱滞留出口目的港，起运港柜子紧缺、一箱难求，为此感到十分忧愁。



注：来自央视财经的报道

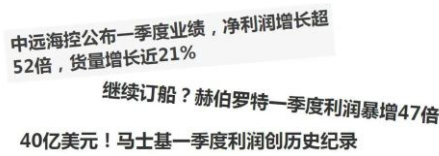
奉天承运

释义：形容当前情况下能否顺利出货，基本看天。



水涨船高

释义：形容船公司的利润随着海运费的上涨不断刷新历史最高。



大排“长荣”

释义：形容今年3月底长荣Ever Given号在通过苏伊士运河时突发事故，以一己之力堵塞欧亚运输咽喉长达6天，运河外排队等候的船只最多达450余艘。

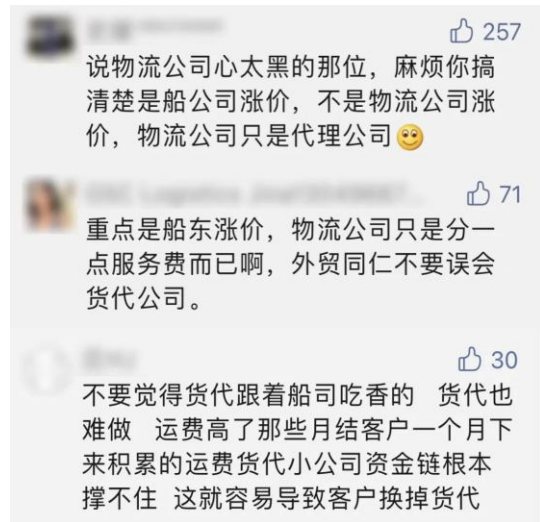


注：活久见的堵船现场



“代人”受过

释义：形容货代企业在一波运费涨价潮中钱没赚着多少，两头受气的委屈倒挺多。



仓“黄”无措

释义：形容仓库已无空间再囤货之后，外贸企业手足无措、左右为难。

连锁反“印”

释义：形容印度疫情暴发之后，为了阻止变种病毒入侵，全球多国港口限制印度海员换班甚至拒绝船舶入港。由于印度是海员主要来源国之一，约占世界海员总数的15%，他们被困在海上，极有可能引发全球海事劳工危机，甚至进一步影响全球航运业的正常运行。

文章来源 / 焦点视界



浮光掠影

Skimming over the surface

创·造·新价值



银河漫游

A tour of the galaxy

创·造·新价值

公司活动、 团队风采照片



广州分公司喜迎乔迁 ▲



▲ 平湖——中欧班列首发



▲ 平湖——中欧班列首发

一季度管理层会议 ▲



母亲节礼物 ▲



广州分公司喜迎乔迁 ▲



▲ 建党100周年活动



▲ 建党100周年活动



广州分公司喜迎乔迁 ▲

颂“中集世倡”的团队力量与凝聚精神

满江红·百年征程

——敬献中国共产党百年华诞

新征程，问谁与争锋，中国梦！

奥运世博犹未尽，一带一路耀古亘。

昔南粤渔村，壮美鹏城！

屈美苏，扬国声。

蘑菇云，惊世人。

越三年，挽狂澜既倒，立国门。

五岭逶迤两万里，浴血抗倭十四春。

战鼓急，沪顺豫章，硝烟未冷。

南湖画舫，扬帆起，百年征程。

文 铁卡多式联运部 / 朱小佳

我们照顾着生活
也没忘诗和远方
感谢与你有过闯荡
我们点燃自己
哪怕一点微光

付出就会有希望
得到的会是梦想
幸运有你陪在身旁
为更好的自己
无怨无悔发光

我们一起携手
在追求梦想的道路上
为了自己不负时光
告别昨日的辉煌
迎接明天的阳光
这就是我们的信仰

拉起你我的手
拥抱未知的前方
风雨兼程追寻着理想
汇聚每一点微光
照亮前进的方向
这就是世倡凝聚的力量

文 悉尼分办 / CharlesCao



初次见面

First meeting

创·造·新价值



初次见面 请多指教



姓名：颜嘉颖 英文名：Karen
籍贯：广东广州 生日：1998-01-25
所属部门/分公司：大客户部

爱好：旅游

想对大家说的话：

大家好，我是Karen。很荣幸能加入世倡这个大家庭，请大家多多指教。我将以更好的状态、更认真的态度、更饱满的精力，去创造，去拼搏，去努力，愿我们一起成长！

姓名：吴泽敏 英文名：Jemmy
籍贯：广东汕头 生日：1999-03-26
所属部门/分公司：海外二部
爱好：音乐
想对大家说的话：

本人性别女，目前从事海外操作相关工作，未婚未育，无交往史，无任何不良嗜好。在此诚征志趣相投的男士、女士、跨性别人士，一同挑战自我，组队打怪，我游戏玩得菜，希望各位带我飞。



姓名：李文娟 英文名：Winnie
籍贯：湖北荆州 生日：1997-07-05
所属部门/分公司：业务三部

爱好：追综艺，听音乐，打游戏，探店打卡美食 个人技：弹钢琴

想对大家说的话：

性别女，目前从事海外业务相关工作。个人比较慢热但喜欢交朋友（PS：熟前熟后两个人），希望能尽快熟悉新的大家庭，有相同爱好的欢迎滴滴我~



姓名：李丹 英文名：Sophie

籍贯：天津市河北区 生日：1989-12-27

所属部门/分公司：天津分公司/人力资源部

爱好：摄影、剧本杀、古典乐、瑜伽 个人技：主持小能手

想对大家说的话：

大家好！我是来自天津分公司人力资源部的李丹，非常荣幸加入中集世倡这个大家庭！我的性格热情开朗，乐观上进。工作中认真负责，踏实肯干，富有亲和力。生活中喜欢观察发现身边的小美好，用摄影的方式记录下幸福和感动的瞬间。未来希望和大家一起努力为公司创造更多的可能，共同进步，也请大家多多关照，谢谢。

姓名：周炼 英文名：Reagan

籍贯：湖南 生日：1989-01-12

所属部门/分公司：BD部

爱好：羽毛球，户外，写作 个人技：烹饪，游泳

想对大家说的话：

本人性格比较随和，初入业务岗位，是业务岗位的小白，但是我乐意学习，一切从零开始。俗话说，天道酬勤。我秉持这个信念，也有信心把工作做好。同时，嬉笑欢愉之外，工作中我也希望和公司的团队融合成一股绳，努力向上。有户外活动的朋友可以随时找我，我带你们一起飞！



姓名：黄舜苗 英文名：Amber

籍贯：广东潮州 生日：1994-12-02

所属部门/分公司：EPC项目物流部

爱好：爬山 个人技：爬山

想对大家说的话：

感谢公司这个平台，让我感受到了一个优秀企业应该有的样子，虽然入职时间不长，但公司的企业文化已深入我心，我会把握机会，与企业一起走向更美好的明天！

姓名：朱星晨 英文名：Alisa

籍贯：湖北荆门 生日：1995-02-10

所属部门/分公司：文件

爱好：拼图，养猫 个人技：睡觉

想对大家说的话：

本人在文件组工作，比较宅，喜欢手工活，但是没有这方面的天赋，天生手残党。养了只猫咪，猫主子很可爱，有兴趣的同事可以一起分享有关猫咪的日常。初来乍到，希望能得到大家多多的帮助，我很开心能够加入世倡大家庭！





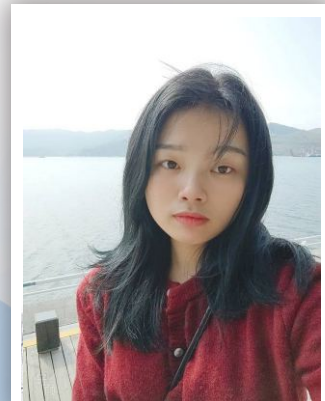
姓名：盛王源 英文名：Cain
籍贯：浙江湖州 生日：1999-12-16
所属部门/分公司：直客一部/宁波泽世分公司
爱好：喝酒打游戏 个人技：只要干不死就往死里干
想对大家说的话：
本人性别女，无不良嗜好。

姓名：钱爱玲 英文名：Candy
籍贯：湖北武汉 生日：1992-02-08
所属部门/分公司：文件部/武汉分公司
爱好：吃吃喝喝 个人技：善于沟通，人缘小能手
想对大家说的话：

我来到中集世倡虽然不到一个月的时间，但在这短短的时间里，同事的细心教导与帮助让我更快地融入进来。能荣幸成为中集世倡大家庭的一份子，我感到无比自豪，相信这种自豪感将使我更有激情地投入到工作中。作为一名进入一个全新工作环境的新员工来说，尽管在过去的工作中积累了一定的工作经验，但刚入公司，还是要经历一个适应期。为了能让自己尽快进入工作状态和适应新的环境，有问题我会及时请教同事，积极学习工作所需要的各项专业知识，努力提高自己的专业水平。在这里我要特别感谢在这段时间帮助过我的领导和同事，正是因为有了他们无微不至的关怀和不厌其烦的帮助，才使我尽早从那种紧张情绪中释放出来，尽快地适应环境，全身心地投入工作！



姓名：黄兰兰 英文名：Daisy
籍贯：广东梅州 生日：1998-04-06
所属部门/分公司：操作部
爱好：爬山 个人技：羽毛球
想对大家说的话：
大家好，我叫Daisy黄兰兰，来自梅州，很荣幸成为深圳操作部的一员。初来乍到，还有很多需要学习和锻炼的地方，请大家多多指教。我也会本着认真负责的态度对待我的工作，和同事友好相处，对领导尊敬服从，维护良好的人际关系，相信我会很快就融入中集世倡这个大家庭的。



姓名：邢澍 英文名：Ben
籍贯：山西晋城 生日：1988-12-01
所属部门/分公司：BD部
想对大家说的话：
我深信我是幸运的，很庆幸能够加入世倡这个温暖的大家庭，庆幸遇到了对我们关怀备至的领导，庆幸得到了这么多亲切热情、可爱可亲的同事。相信在这个温暖的家庭中，我能够迅速融入，也期望自我能够更进取更努力的掌握目前的工作。



初次见面 请多指教



姓名：吴昊 英文名：Jeffrey
籍贯：浙江台州 生日：1996-08-21
所属部门/分公司：直客部业务/宁波泽世分公司
爱好：游戏（RPG Moba类优先），读书 个人技：文字创作
想对大家说的话：
本人性别男，爱好女，目前从事直客业务推广，未婚未育，交往过的人数一个手掌数得清，全村人尽皆知的于谦三大爱好的绝缘体。爱好王者荣耀，在此诚肯求大神带我上分。

姓名：许庆跃 英文名：Johnnie
籍贯：山东菏泽 生日：1991-12-24
所属部门/分公司：电商事业部
爱好：看书、交友、睡大觉 个人技：乐于学习
想对大家说的话：
大老爷们儿一个，乐于交友，勇于开拓，在中集世倡大家庭和大家多多学习。



姓名：胥伟杰 英文名：Carry
籍贯：江苏无锡 生日：1991-05-22
所属部门/分公司：中集世倡江苏分公司
爱好：刷抖音，看新闻
想对大家说的话：
热情随和，活泼开朗，具有进取精神和团队精神，有较强的动手本领、良好的协调沟通力，适应力强，反应快、进取、灵活，爱创新，能提高自我，适应工作的需要。所以我期望找一份与自身知识结构相关的工作，具有必须的社会交往本领，具有优秀的组织力和协调力。





初次见面 请多指教



姓名：殷卫平 英文名：Mark

籍贯：安徽安庆 生日：1992-09-15

所属部门/分公司：直客三部/宁波泽世分公司

爱好：打篮球、跑步、运动

想对大家说的话：

本人男，比较好相处，比较善良，就是少点幽默，平时喜欢运动，不然天天对着电脑都成胖子了，健康和挣钱都重要，希望跟大家在新公司一起好好挣钱，好好发展，本人好人一枚。



姓名：徐海滨 英文名：GARY

籍贯：上海 生日：1987-05-08

所属部门/分公司：操作部/上海分公司

爱好：音乐，漫画，游戏

想对大家说的话：

很高兴成为公司的一员，愿在今后的工作中能成为各位的可靠帮手。

