

ebrun 亿邦智库 | WINIT 万邑通™
WINIT CORPORATION
全场景 高效 海外仓

更先进供应链

2024 跨境供应链洞察报告

发布单位：亿邦智库（亿邦动力）

联合发布：万邑通



背景

当前，全球化商业浪潮推动着跨境电商行业迅猛发展，产业带接轨跨境电商、平台半托管模式兴起、社交电商红利机会以及海外仓扩张，驱动产业带外贸工厂、内贸工厂、传统进出口企业及品牌企业等加速布局跨境电商，赛道繁荣也加剧了供给侧竞争。面对海外消费需求快速变化和用户体验持续升级，以用户为中心构建高效履约供应链体系，已成为企业成功出海、扩大市场份额、实现长效增长的核心驱动力。

《2024跨境供应链洞察报告》深入剖析了跨境供应链面临的机遇与挑战，结合万邑通（WINIT）全场景高效海外仓创新服务及有效实践，详细阐述如何在激烈市场竞争中，利用智能技术与物流服务构建更先进供应链，通过科学选仓、合理备货、量体巧装及一盘货库存多渠道履约等定制化解决方案，助力出海商家卖得好、备得少、综合成本少。



图片来源：万邑通美国仓

CONTENTS

ebrun 亿邦智库

WINIT 万邑通™
WINIT CORPORATION
全 场 景 高 效 海 外 仓

01

行业之变带来发展机遇

02

核心洞察发现真实需求

03

更先进供应链价值呈现

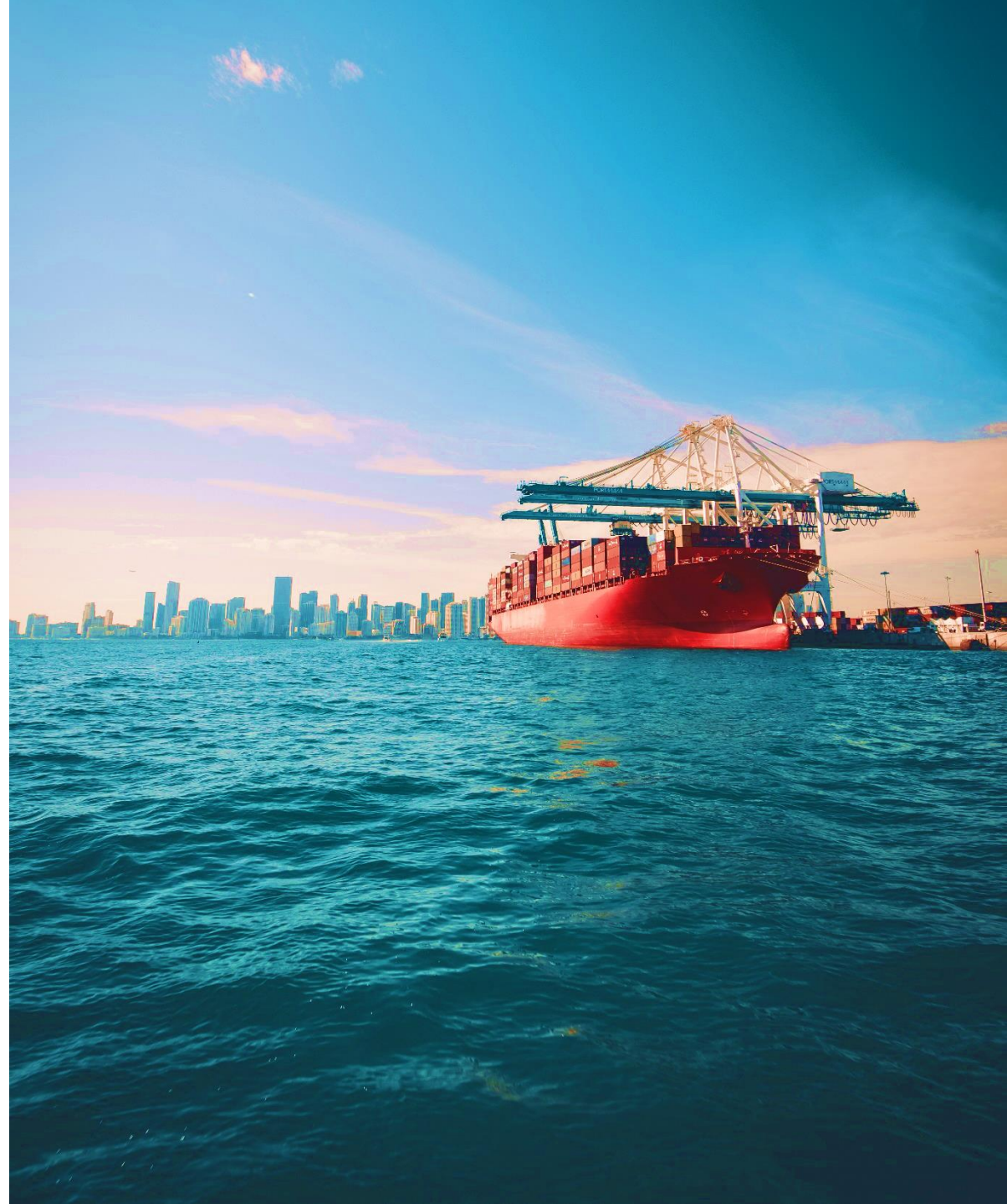
04

客制化服务案例拆解

05

行业趋势洞见未来方向

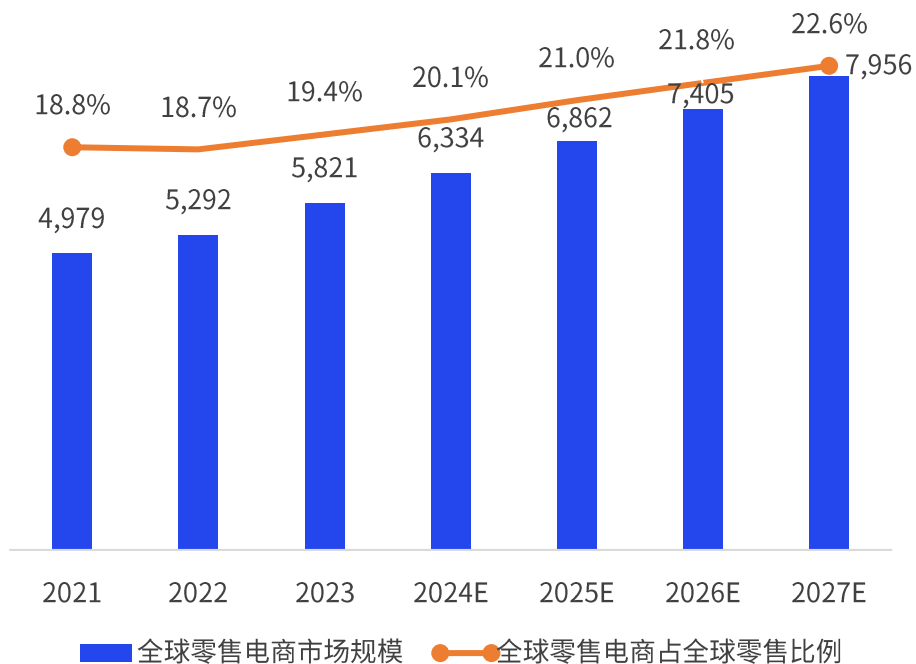
01 行业之变带来发展机遇



全球零售电商增速将达全球零售市场增速两倍，线上增量空间持续打开

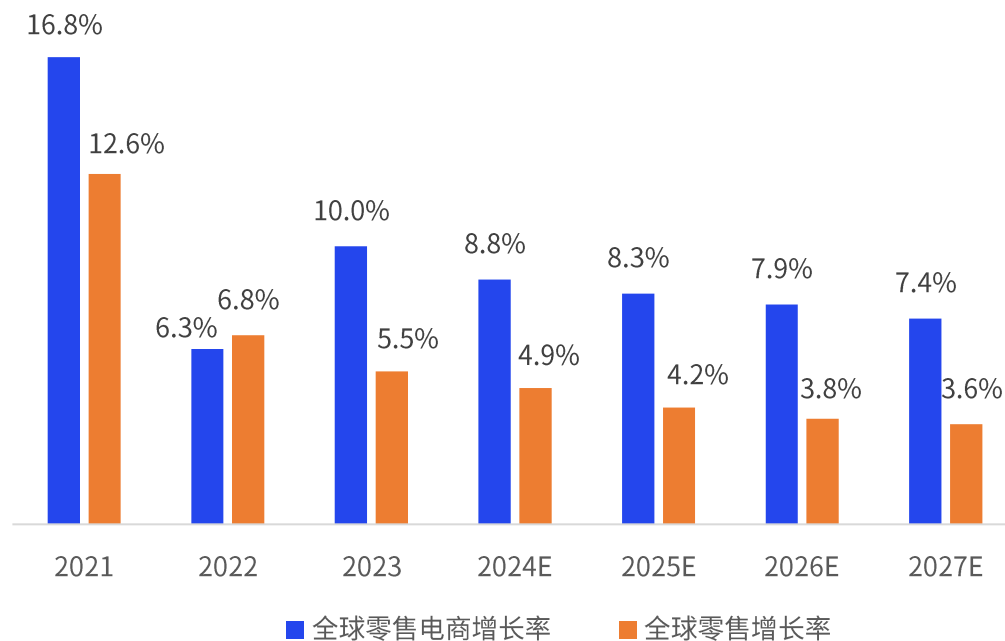
从规模看，2024至2027年，全球零售电商保持稳定增长，交易规模有望在2027年达到8万亿美元，占全球零售市场的比例将从2024年的20.1%增至2027年的22.6%

2021-2027 全球零售电商销售额（十亿美元）



从增速看，2024至2027年，全球零售电商继续保持高个位数增长，增速将达到全球零售增速两倍水平，行业仍具增长空间与潜力

2021-2027 全球零售电商增速 VS 全球零售增速 (%)



跨境出海迈入以“品牌化”“生态化”“数字化”为特征的增长新周期

2024年一季度，我国跨境电商进出口额达5,776亿元，同比增长9.6%，其中，跨境电商出口额为4,480亿元，同比增长14.0%，跨境电商海外仓出口同比增长11.8%，表现亮眼。跨境出海开启以“品牌化”“生态化”“数字化”为特征的新一轮增长周期。

2024年一季度我国跨境电商进出口额（亿元）

5,776亿元 ↑ **9.6%**
进出口额 同比增长

4,880亿元 ↑ **14.0%**
跨境电商出口额 同比增长

跨境电商海外仓出口 ↑ **11.8%**
同比增长

跨境出海开启新一轮增长

产品出海 – 品牌化

产品出海

- 覆盖多个标准化商品SKU
- 以铺货为主的销售策略

精品品牌

- 聚焦细分品类把控设计环节
- 提升产品力和品牌力

全球化品牌

- 全渠道出海渗透海外全市场
- 产品设计、生产、客户运营、私域流量等垂直一体化管理

依托中国制造能力，从产品出海到品牌全球化，满足多元化需求

平台出海 – 生态化

自营平台模式

- 商家：自主运营
- 平台：基础设施扶持

全托管模式

- 商家：保证产品供应
- 平台：定价+运营+履约

半托管/海外托管模式

- 商家：经营有一定自主性
- 平台：运营服务

整合产业链上下游资源，输出生态化能力

服务出海 – 数字化

基础数字化

- 基础业务流程数字化

全链路数字化服务

- 生产、运营、交付、供应链等全链路数字化管理协同

数据要素深度应用

- 通过数据要素的深度应用和价值挖掘，带来更加高效、透明、智能的运营体验

持续输出数智化服务能力，提升运营效率和用户体验

四大新势力共驱行业繁荣，供应链竞争力成为全球化扩张核心关键

当前，产业带接轨跨境电商、平台半托管模式兴起、社交电商红利机会以及海外仓广泛应用，驱动产业带外贸工厂、内贸工厂、传统进出口企业及品牌企业等纷纷涌入跨境电商领域，赛道千帆竞速加剧市场竞争。出海企业需从产品设计、生产效率、高效运营、库存管理到订单履约等全方位提升供应链竞争力，通过差异化优势抢占市场先机。

跨境电商+产业带



研发设计 生产制造 电商平台

新渠道拓展：通过“跨境电商+产业带”模式推动制造业转型升级。利用数字化平台精准对接海外买家，提供适销对路产品

新供给创新：依托供应链柔性、韧性和制造能力持续满足产品创新及多样化市场需求，助力企业在全方位全球化拓展中打造产品力与品牌力

数字化集约化供应链：依托数实融合打造数字化高效柔性供应链，持续挖掘和培育更多出口产业带隐形冠军和全球品牌

平台半托管模式



电商平台 仓储运营 物流服务

降低平台入局门槛：各大平台纷纷上线半托管模式，为商家在产品选择及定价策略上提供一定灵活性及自主权

对商家供应链能力提出更高要求：半托管模式下商家需要强化跨境供应链管理，包括库存管理、高效运营、本地订单履约等

供应链服务商有效协同：商家需与提供海外本土化履约解决方案的物流供应链服务商紧密配合，秉持长期主义和合作共生理念，提升供应链竞争力

社交电商



直播及短视频 KOL/KOC 爆款

获取品牌忠诚：当下年轻消费者个性化需求明显，倾向在社交媒体上发现品牌、观看网红推荐、研究使用体验，获取品牌忠诚

库存管理难：社交电商有效构建私域流量，助力商家打造爆品，库存管理需要具备快速响应能力，同时对一盘货多渠道服务提出挑战

打造敏捷柔性供应链：社交电商作为快速开拓海外市场的重要渠道，面临订单波峰波谷明显及退换货挑战，对柔性供应链提出更高要求

海外仓



仓储运营 尾程配送 退换货

海外仓服务创新：政策扶持驱动海外仓基建能力持续创新，部分海外仓，如万邑通等，不仅提供存储及一件代发等基础服务，还能提供多样化供应链解决方案

如何选仓成为关键：商家需要秉持可持续发展理念，有效利用海外仓支点力量实现供应链高效协同

构建供应链优势：出海商家应充分利用海外仓服务，提升履约效率与质量，顺应用户体验升级趋势，构建供应链竞争优势

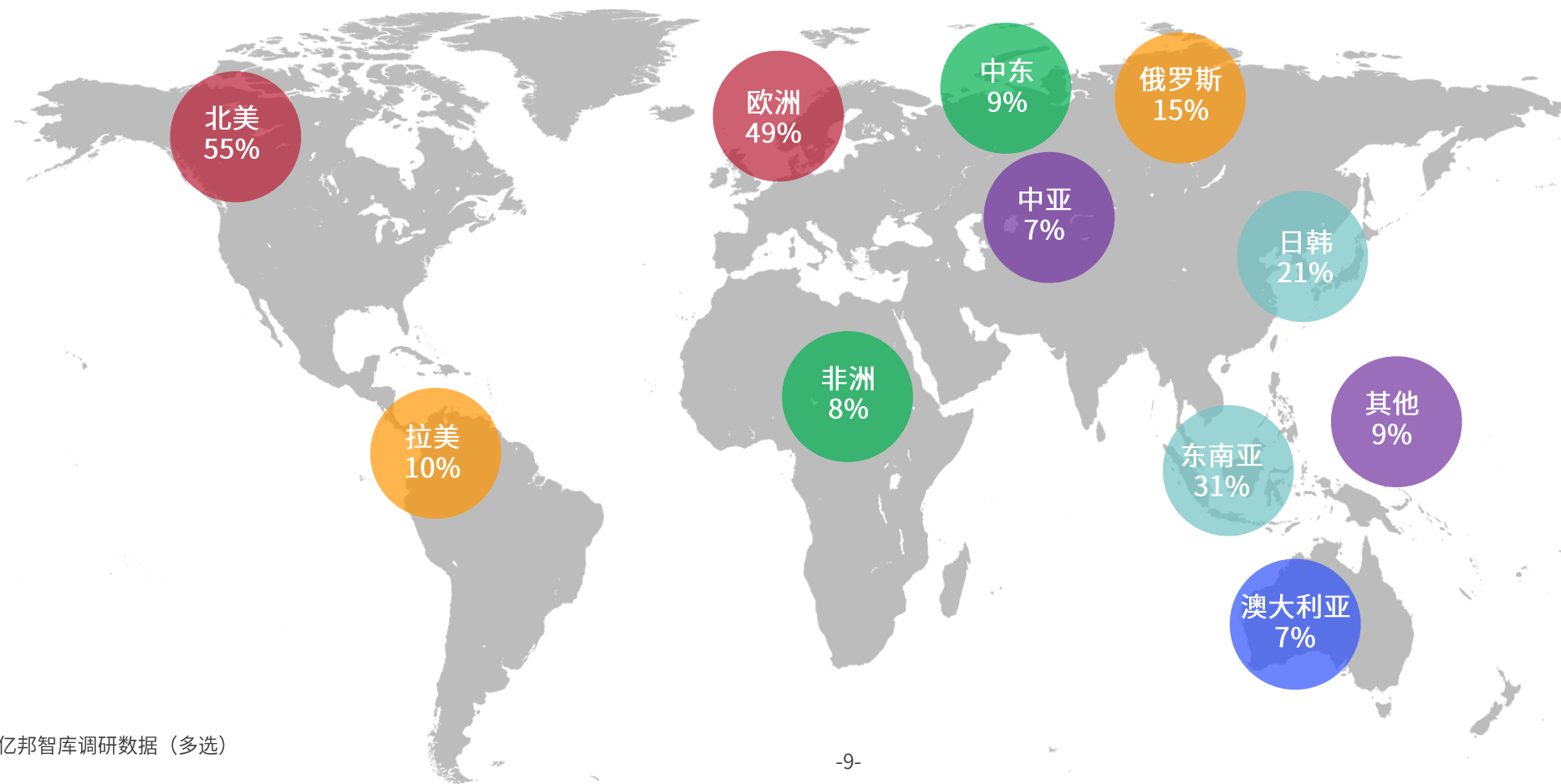
02 核心洞察发现真实需求



新兴市场提速明显，欧美依旧是出海企业核心布局

根据亿邦智库调研，2023年北美和欧洲依然是出海商家核心布局区域，分别有55%和49%的商家在这两个市场开展业务。值得关注的是，新兴市场持续放量，东南亚市场已超越日韩成为受访商家第三重要的国际市场。

2023年我国出海商家销售市场分布



资料来源：亿邦智库调研数据（多选）

美国进口增速与消费增速重合，库存基本消耗完毕，集装箱进口量增长强劲

2022年年中开始，美国商品进口增速明显低于商品消费增速，表现为厂商主动去库存。而从2023年底开始，商品消费增速基本与商品进口增速重合，说明库存基本消耗完毕，补库存迹象明显

美国消费增速 VS 进口增速 (%)



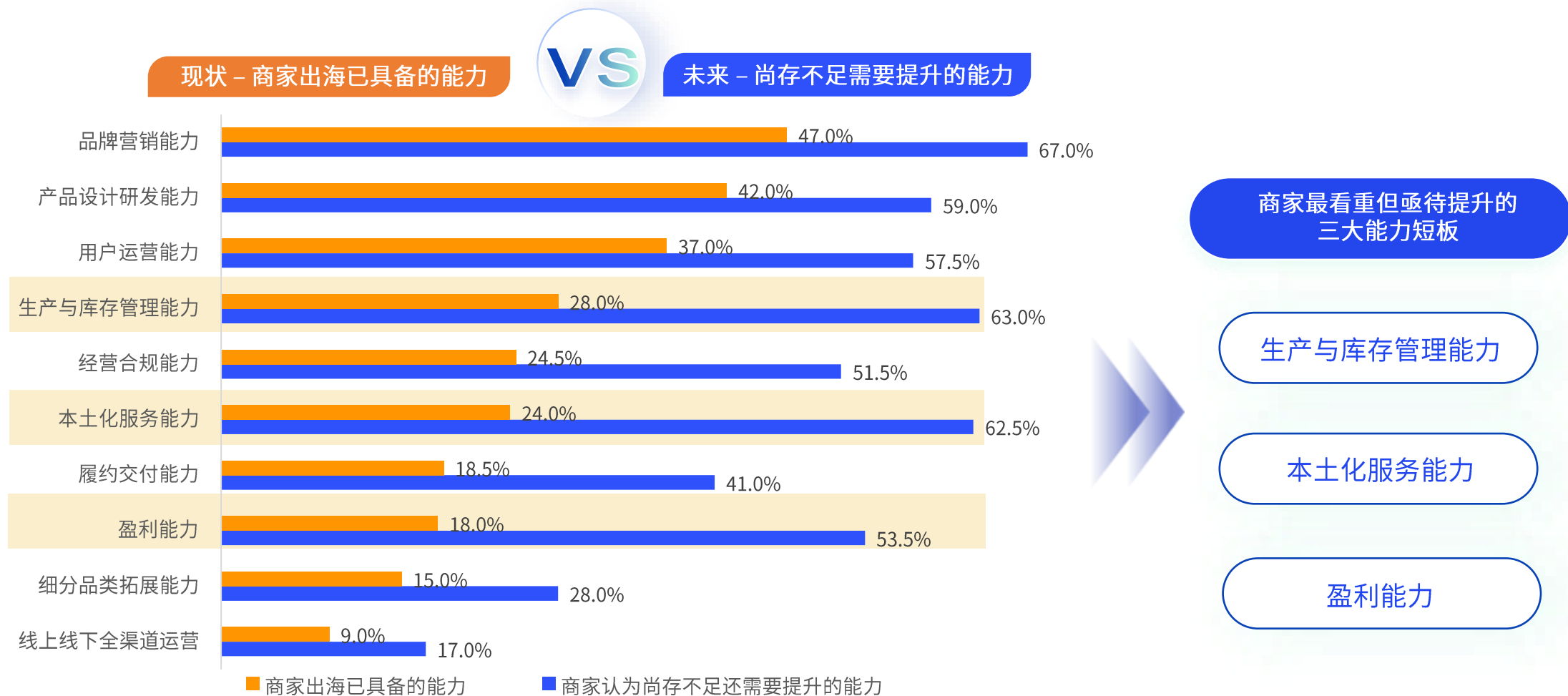
2024年5月至6月，美国集装箱进口量总计分别为2,346,382个及2,297,979个（20英尺当量单位 TEU），较2023年同期增长11.9%及10.4%，增长强劲

2019-2024 美国集装箱进口量 (TEUs)



生产与库存管理、本土化服务及盈利能力是商家看重但亟待提升的三大能力短板

根据调研，超60%商家一致认为“品牌营销”“供应链管理”和“本土化服务”是最为重要的三个核心能力。从出海商家经营中已具备的能力和未来看重的能力之间对比分析，“生产与库存管理”“本土化服务”“盈利”既是最看重的能力，也是当前亟待提升的三大短板。



牛鞭效应引发供应链痛点，搭建高效履约服务体系成为破局关键

从出海商家三大能力短板分析，供应链中的牛鞭效应对企业经营带来影响。牛鞭效应（Bullwhip Effect）是供应链中需求信息从下游终端客户向上游供应商逆向信息传递过程中被扭曲放大的现象。其形成原因主要包括需求预测不准确、库存管理策略不当、交货周期波动以及产品价格变化等。对于出海商家而言，如何通过打通供应链上下游实现货物流、现金流、信息流互通互联、缩短供应链周期，降低供应链成本、提升用户体验，搭建高效协同履约体系迫在眉睫。



海外仓显著提升履约效果，成为本土市场不可或缺的物流枢纽

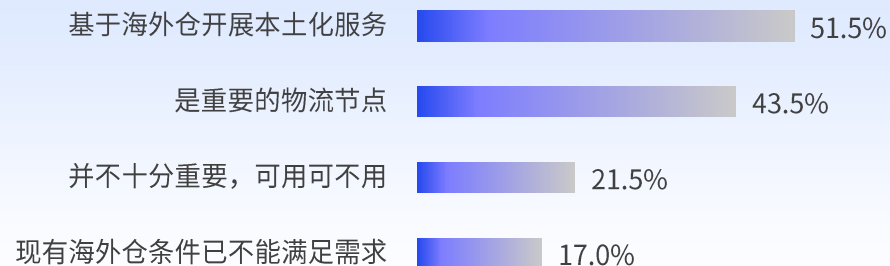
跨境物流流程长、环节多、配送周期慢，增加货物损坏、丢失及配送过慢等风险，消费者退换货风险急剧上升。海外仓在缩短物流时效、提升物流稳定性、提供便捷退货逆向服务及本土化服务等方面具有较大优势，已成为出海商家重要的海外物流节点。

根据调研，51.5%的商家已基于海外仓开展本土化服务。不容忽视的是，仍有17%的商家认为现有海外仓已无法满足其日益增长的需求，对专业化服务抱有更高期待。在海外仓完成首轮全球布局后，智能化、自动化及个性化服务能力将是商家选择海外仓的重要考量因素。

跨境物流服务链路



出海商家对海外仓的看法



更为专业高效的海外仓服务需求

智能化

自动化

个性化

- 专业化品类管理
- 灵活化货盘管理
- 合规化库存管理
- 弹性化库容管理
- 定制化增值服务
- 可靠的尾程资源

03 更先进供应链价值呈现




万邑通：通过智能技术与物流帮助跨境电商企业拥有更先进的供应链

万邑通成立于2012年，战略定位为全场景高效海外仓，仓库总面积超35万m²，网络遍布北美、英国、欧洲、澳洲等地，通过智能的技术与物流帮助跨境电商企业拥有更先进的供应链，助力企业卖得好，备得少，综合成本就是少。

 **战略定位** —— 全场景高效海外仓

 **企业使命** —— 通过智能的技术与物流帮助跨境电商企业拥有更先进的供应链

 **企业愿景** —— 成就更多企业成为隐形冠军和全球品牌

 **WINIT 万邑通**TM
WINIT CORPORATION
全 场 景 高 效 海 外 仓

提升
资金
使用效率

提高
产品
销量

降低
端到端
成本

卖得好

备得少

综合成本就是少

核心仓数量

13个

海外仓总面积

35万+m²

业务
规模

20,000+

累计服务卖家

5,000+

活跃卖家

从稳定运营到持续创新，四大核心优势全方位支持全场景高效海外仓服务

围绕全场景高效海外仓定位，万邑通在保障海外仓精细化稳定运营的基础上，构建深度本土化覆盖能力、一体化集成整合能力、技术研发能力及精细化运营能力，持续优化服务模块。针对跨境电商企业的多样化需求，迅速整合创新服务，从非标到标准化再到线上化，不断拓展履约服务场景，力求为市场提供全场景高效的海外仓服务。



深度本土化覆盖

- 全球主要市场全覆盖
- 深度本土化布局
- 尾程对接体系构建
- ...



一体化集成管理能力

- 订单履约管理
- 仓储运营管理
- 尾程运输管理
- 差异化需求管理
- 门户及API系统管理
- ...

数智化软硬件兼施

- 以技术和研发为驱动科学规划
- 自主研发“万邑联”软件管理系统
- 应用无人技术实现仓库智能化和自动化
- ...



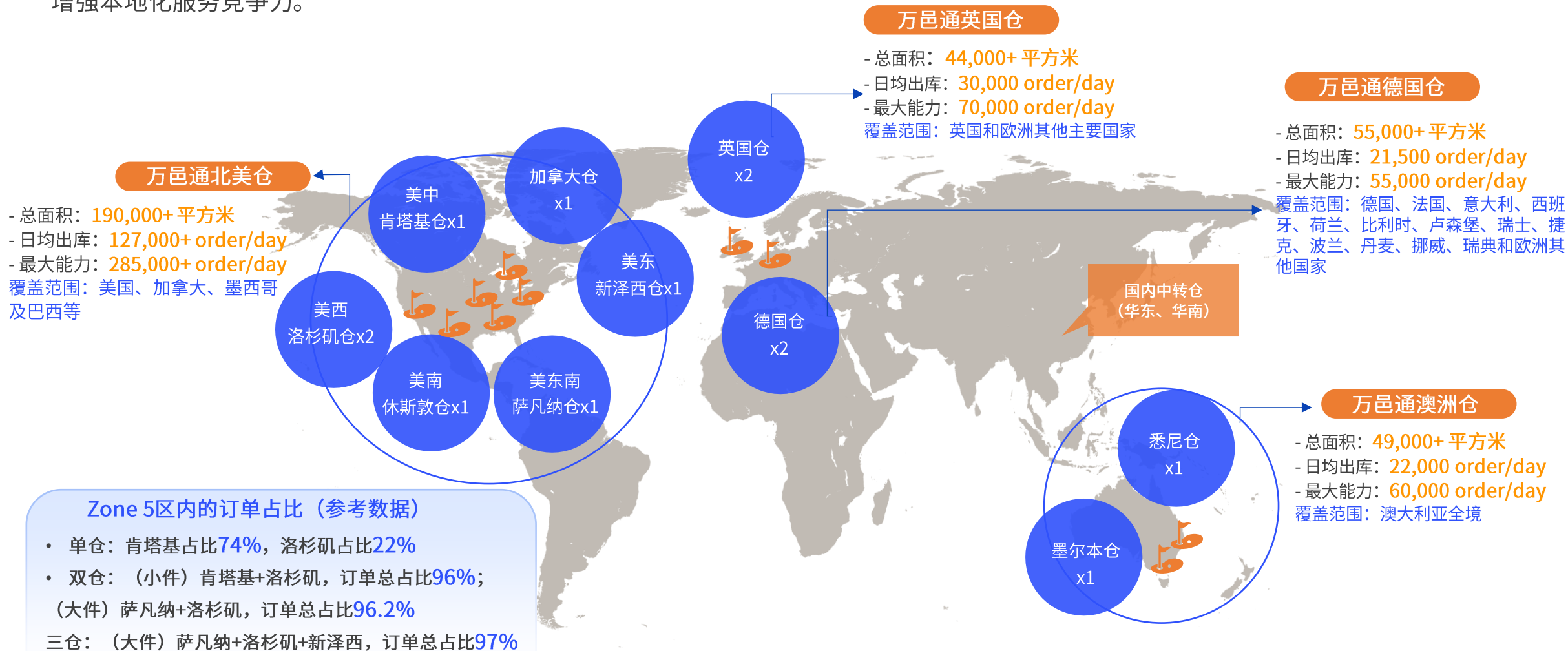
精细化运营柔性策略

- 商品合规策略
- 高货值管理策略
- 定制化出库策略
- 智能入库策略
- 小批量多频次补货策略
- 一盘货履约多渠道策略
- ...



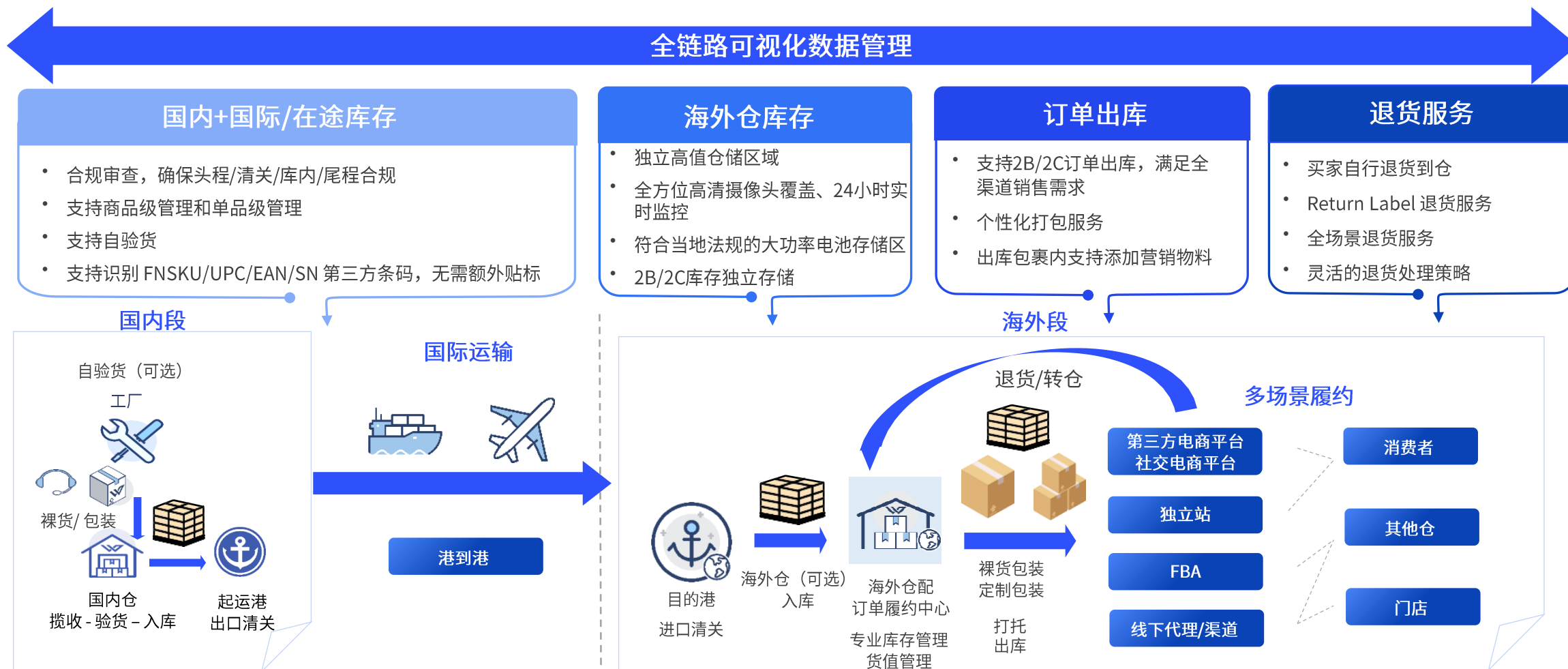
本土化：十三大高效海外仓深度布局，实现全球重点市场全覆盖

目前，万邑通在美国、加拿大、英国、德国、澳洲等主力市场拥有13大总计超35万平方米的海外仓储中心，并在上海、深圳、香港等华东、华南地区拥有多个集货转运仓，帮助20,000多家跨境商家优化全链路物流方案，丰富可售商品多样性，缩短派送时效，提高退换货便利性，增强本地化服务竞争力。



全链路：一站式可视化供应链管理体系支撑全场景跨境订单高效履约

万邑通对接众多跨境电商平台与服务商，共同构建一个透明稳定、合规高效的全程供应链服务体系，包括入库、出库、尾程派送及退换货处理。依托全流程在线可视化数据管理，助力出海商家实现全场景跨境订单高效履约。



数智化：自主研发软件管理系统与智能仓储有机融合，确保高标准履约服务

万邑通（WINIT），品牌名寓意“赢在IT”，自创立之初便致力于构建以技术和数据为核心驱动力的科技海外仓。通过自主研发“万邑联”管理系统，帮助出海商家监控管理全链路业务节点，提供诸多维度数据看板，大幅提升跨境物流的可视化、追踪和预测能力，显著提高了运营效率和服务可靠性。同时，积极引入仓储机器人和自动化立体仓库系统，实现了智能输送与高效分拣，进一步提升了物流效率和操作稳定性。通过软硬兼施的有机融合，实现“信息流、货物流、资金流”三流合一，确保高标准履约服务。



图片来源：万邑通

柔性化：灵活弹性的海外仓增值服务满足个性化需求

万邑通提供灵活弹性的海外仓增值服务，包括多样化条码兼容服务、精细化单品与商品管理、灵活的裸货与定制包装出库服务、高货值/特殊品类商品专业化管理以及一盘货双模式多渠道履约服务等，全面满足商家个性化需求。

灵活弹性的海外仓增值服务满足个性化需求

多样化条码兼容服务

- 多样化自主标签和条码识别，无需额外粘贴仓库条码
- 可识别商品包装标签、企业自身条码等，尤其适用工厂型、自有品牌型及多供应渠道型商家

商品管理及单品管理服务

商品条码支持识别 EAN-13/8 UPC-A/E 等

- 每个 SKU 下所有单品使用相同条码管理，适合配件或低值类 SKU

包裹条码支持识别包裹条码，如 WINIT 箱标

单品条码支持识别 IMEI/SN 序列号等

- 每个 SKU 下的每个单品配备唯一条码，精确追踪在海外仓全程状态，适用需要精细化管理或溯源管理的 SKU

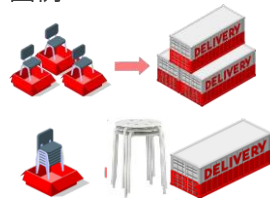
三种验货服务

- WINIT 国内仓验货**
 - 适用：WINIT 头程服务订单
 - 优势：省时省力且节省海外验货成本
- 商家自验货 工厂快速自验**
 - 适用：有自己的场地、人员和设备
 - 优势：商家自行扫描验货节省成本
- WINIT 海外仓验货**
 - 适用：不具备自验条件、受限制商品；高货值产品
 - 优势：省力验货，库存精准

裸货入库服务

- 商品无需加外箱、直接裸货运输入库
- 大幅提升装载率，帮助商家降低头程运输成本
- 尤其适用可拆卸/组合/搭售的产品

图例：



头程运输独立包装
需约3条柜子

商品叠加装箱入库，
或只需1条柜子

出库加包装服务

- 裸货出库加包装：根据 SKU 指定出库加包装，如纸箱/快递袋/礼盒等，灵活组合商品打包出库，节省头/尾程费用
- 客制化出库包装：支持添加 Packing List、宣传册、产品说明等，有助于提升品牌影响力及买家体验

产品组套出库服务

- 创建商品组套，灵活出库提高客单价



- 图例：某 3C 商家通过不同电商渠道销售，多个产品可按用户需求重新组合售卖

高货值/特殊品类商品管理

- 高货值/特殊品类，如纯电池类产品采取独立存储管理模式，保障商品安全
- 高效的机器人自动化操作，减少人为因素干扰，商品不易丢失
- 高货值商品投保服务



一盘货双模式多渠道履约

- 支持同一份库存 2B2C 双模式入库及履约：
 - ✓C端，采用单一产品入库及包裹出库；
 - ✓B端，采用箱产品入库及箱产品出库；
 - ✓当C端库存不足时，可以灵活拆箱 2B 库存补货 2C 库存
- 支持同一份库存履约多个平台，商家只需备一份库存，一盘货履约销售多个平台

商品管理

单品管理

04 客制化服务案例拆解

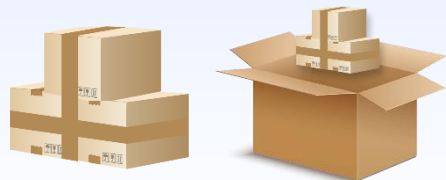


【某3D打印机品牌商家】利用“量体巧装”有效提升包材使用效率降低物流成本

- 品类：3D打印机
- 销售渠道：第三方平台 + 品牌独立站
- 发货方式：海运散货
- 发货场景：复合订单（一单多件）高达90%

商家痛点

- 1 主机和耗材分别带纸盒包装入库，商家或采用2个方式打包出库：
 - 采用多个包裹发货，主机/耗材/配件三个包裹分别发货，或者用缠绕膜将三个包裹简单捆绑缠绕发货
 - 把多个包裹简易放入一个更大的纸箱，极易造成纸箱空间浪费，尾程派送费用上升



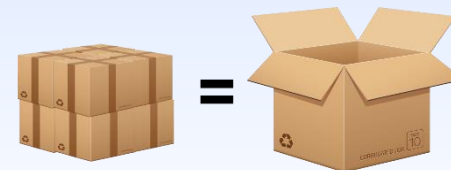
- 2 配件和耗材产品均带 LOGO 纸盒入库，由于复合订单高达90%，纸箱占用体积大，导致尾程重量增加、运费成本上升



万邑通解决方案

WINIT 智能测算最优打包算法

- 1
 - 出库时测算最优打包体积选择适合的包材包装，一单多件放在一个纸箱
 - 纸箱空间不浪费，尾程运费更低，包裹不易丢失，买家收货体验更佳



WINIT 头程裸货入库+出库加包装解决方案

- 2
 - 耗材、配件产品加带 LOGO 的塑封膜作为销售包装，国内发货不带纸盒，裸货入库到万邑通海外仓后统一出库加包装
 - 降低头程和尾程订单重量，降低物流成本



【某3D打印机耗材商家】 依托“库存安全攻防战术” 确保供需动态平衡与精准匹配

- 品类：3D打印机耗材
- 销售渠道：第三方平台
- 发货方式：海运整柜
- 发货场景：2B2C 混合发货模式

商家痛点

- 1 商家存在 2B2C 双模式销售需求：
 - ✓2C 买家需灵活购买任意不同颜色、不同规格的单件产品
 - ✓2B 买家需购买整箱产品
- 由于出厂时箱规固定，商家须采用不同形态入库策略：
 - ✓为满足 2C 订单需求，采用单一产品形态入库，即拆箱后按单品存放，导致库内成本高；
 - ✓针对 2B 订单，采用整箱产品入库，导致销售出库时仓库处理时间延长
- 2 销售迅速增长，工厂生产供应跟不上
- 货物到港后无法迅速销售，周转时间延长，履约效率降低



万邑通解决方案

WINIT 2B2C 双模式入库+自动拆箱补货解决方案

- 1
 - 部分采用整箱 2B 入库：降低库内操作成本
 - 部分采用 2C 单一产品入库：结合商家销售计划为单一产品 SKU 设定安全库存，确保 2C 订单产品备货量与安全库存量保持动态平衡
 - 自动拆箱补货：当单一产品 SKU 的库存量低于安全库存时，仓库会自动触发 2B 库存拆箱补货，实现库内成本和时效最优化

WINIT 预售战术+在途库存管理解决方案

- 2
 - 预售出库提前锁定订单：WINIT 支持提前创建出库单，即使产品还没有正式入库，商家也可以开始处理销售订单
 - 在途库存快速出库：对于在途但尚未到达仓库的库存，能够有效跟踪和管理，与之前创建的出库单可直接匹配，实现快速出库

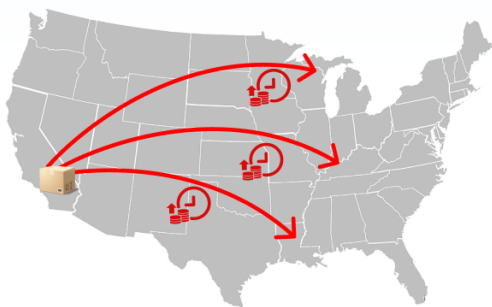
【某箱包类品牌商家】 凭借 “渠道严选 + 双仓备货”， 物流成本显著下降

- 品类：箱包
- 销售渠道：第三方平台 + 品牌独立站
- 发货方式：以海运散货为主
- 主诉问题：尾程派送成本高，远距离派送订单多

商家痛点

1 产品重量与物流渠道不匹配：大部分产品刚好属于2KG-4KG重量段，不适合美国主流USPS（主要优势重量段在1磅以下）和UPS Ground、FedEx Ground（主要优势重量段在5KG以上）等渠道，造成商家单品发货成本较高

2 单仓发货导致远距离订单多：由于商家之前所有商品均为单仓存储和发货，导致远距离订单增加，不仅导致运输时间长，而且物流成本高昂



万邑通解决方案

WINIT 物流渠道严选方案

1 精准匹配：WINIT 跟进产品重量，为商家推荐 FedEx Ground Economy，该渠道在1-4KG重量段成本上对比USPS、UPS Ground等有明显优势，帮助商家降低30%成本

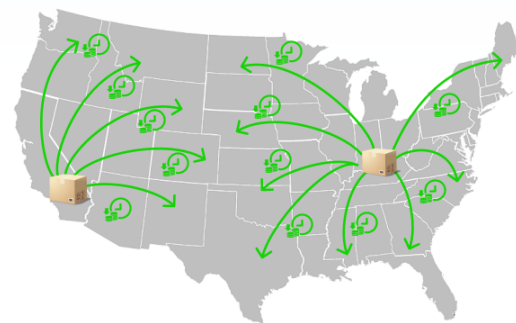
30%
物流运费
成本降低

WINIT 双仓备货解决方案

2 双仓备货：WINIT 通过对商家历史订单数据分析，推荐使用美东美西分仓备货。双仓模式下，商家95%订单都在经济派送覆盖范围内，可降低约10%运费成本，同时提高派送时效和买家体验

95%
经济派送服务
订单覆盖率

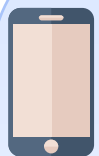
10%
物流运费
成本降低



【某手机品牌商家】采用“多样化条码识别组合拳”精准满足商品混合管理需求

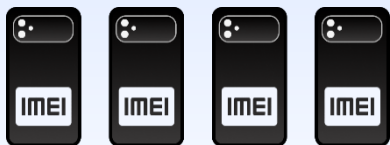
- 品类：高货值手机主机+低货值配件产品
- 销售渠道：第三方平台 + 品牌独立站
- 发货方式：以空运+海运散货为主
- 主诉问题：针对手机主机，需要单品级管理；针对手机壳、耳机等配件产品，采用商品管理

商家痛点



1

手机货值高，每个手机出厂时都有独特的IMEI单品条码，希望整个链路做到单品级的精细化管理



2

手机配件货值相对低，出厂带常见69码/EAN/UPC商品条码，无需也无法定位到每个单品，需要商品管理服务



万邑通解决方案

WINIT 单品精细管理+全流程可视化+高货值管理

1

- 单品化管理：利用IMEI条码直接入库，节省贴标成本（仓库标签）
- 全流程跟踪及可视化管理：实现某一台手机从入库至出库的全链条追踪，精准定位库存位置；通过入库、仓储、出库精准可视化管理，快速应对召回、换标及其他增值服务
- 高货值商品管理：提供专门安保、全节点360°高清视频监控、上架和出库享有优先级服务、高货值投保，确保商品安全与快速流通

WINIT 常规商品管理+条码捆绑技术+小料箱灵活备货

2

- 常规商品化管理：手机壳、耳机等配件适用常规商品化管理
- 条码捆绑技术：采用条码捆绑技术将多源头供货的同一款SKU配件捆绑在一个商品上，实现一盘货管理，大幅提升库存利用率和库存管理效率
- 采用“小批量、多频次”备货模式：通过小颗粒度的料箱机器人将库位缩小至1/8，提高利用率，有力支持浅库存、多SKU商品，无需为单一SKU大量备货，降低库存压力，加速资金周转

【某铁艺类品牌商家】利用“一盘货棋局”满足 2B+2C 多渠道履约

- 品类：铁艺（铁木桌椅、花架、置物架、铁床、摆件类、花园装饰等）
- 销售渠道：第三方平台 + 品牌独立站
- 发货方式：海运散货
- 主诉问题：多平台多模式备货发货模式，库存管不好、占用资金大

商家痛点

1

多平台销售分割备货到不同仓库：存在同一产品 SKU 在不同平台出现动销不一致情况，导致库存无法灵活调配，不同平台销售缺库存不能快速补货，既影响店铺销售表现，又增加资金占压

2

商家面临 2B2C 双模式订单履约：当前库存分仓备货模式限制库存的灵活调配能力，加剧库存管理的复杂性及资金占用压力



万邑通解决方案

WINIT 一盘货双模式多渠道履约解决方案

1

• 商家多平台货物全部备货到 WINIT 海外仓，实现一盘库存多渠道履约，有效解决平台间动销不一致的履约问题，降低库存管理难度，帮助商家实现卖得好，备得少

2

- 2B 方式集中入库：使用 WINIT 海外仓后，园艺装饰、摆件类产品入库采用 2B 方式入库
- 2B/2C 库存灵活管理：根据商家要求，部分 2B 库存直接转仓到 FBA 仓库；部分在 WINIT 仓库拆箱上架到 2C 库存，一旦多平台/自营订单产生，直接用 2C 库存发货出库，实现 2B/2C 库存“两不误”
- 智能化动态 2C 补货策略：当 2C 库存不足时，随时通过万邑联 OMS 系统发出指令让仓库继续拆箱 2B 库存上架到 2C 库存，确保特定平台订单需求快速响应

05 行业趋势洞见未来方向



依托科技创新，实现新要素配置、新技术应用及新服务体验，提升供应链价值

伴随生产和贸易要素成本不断上升，利润空间遭受挤压，行业正加速从粗放型增长模式向高质量发展阶段转型，以有效应对低价竞争挑战。展望未来，行业的竞争格局将深刻依赖于供应链效率提升与价值深度创造，这其中数字技术和数据要素起到关键作用。通过数据要素优化配置、数字技术深度应用及服务体验不断升级，持续提升供应链价值，推动行业向更加高效、智能和可持续方向迈进。

新技术应用 提升运营效率

- 全流程可视化：实时追踪和监控，提高透明度
- 运输线路优化：提高流通速度，缩短交货周期
- 智能设备集成：实现仓储智能化，降低管理成本

新要素资源 优化配置

- 人力、物力、财力新要素配置
- 通过资源有效整合和优化配置，减少资源浪费，释放生产力

新要素资源 相关投入

- 基于AI选址
- 建设海外仓储
- 购买设备/软件
- 利用机器人等新兴劳动力
- 扩大投融资

新服务体验 满足需求

- 一站式：综合性服务满足市场持续变化
- 柔性化：灵活且弹性服务实现快速响应
- 个性化：差异化服务增强满意度和忠诚度

以科技创新为驱动
持续提升供应链价值

秉持长期主义，商家与服务商共筑供应链高效协同管理体系，赋能生意增长

秉持长期主义理念，商家与供应链服务商通过合作共生构建高效协同管理体系，旨在增强供应链韧性、灵活性与竞争力。通过深度资源共享、流程精细化管理及服务模式创新，为生意增长注入强劲动能，在激烈的市场竞争中稳步拉开与对手距离。

长期主义合作共生

- 秉承长期主义：商家与供应链服务商作为战略合作伙伴，共同构建可持续的供应链管理体系
- 设定发展目标：共同设定清晰、具体、可衡量且可达成的目标，并与商家长期发展目标保持一致

提升效率与响应速度

- 资源整合：供应链服务商根据需求整合各种资源，包括运输工具、仓储设施、尾程派送资源等，量体裁衣为商家提供更加高效的供应链解决方案
- 效率提升：利用人工智能算法科学选仓降低成本，规划线路缩短配送时间，满足用户“最后一公里”需求

降低风险增强韧性

- 风险评估：双方定期对供应链各环节进行风险评估，识别潜在的风险点和脆弱环节
- 增强韧性：面对市场波动、更有效地制定应急预案，增强供应链的韧性和稳定性



供应链信息共享与协同

- 信息共享机制：确保关键信息如市场需求、库存水平、生产进度等能够可视化及透明化实时传递
- 定期沟通机制：双方就供应链管理中遇到的问题及挑战深入交流，共同寻找解决方案

库存高效管理

- 精益库存：商家可根据当地销售数据灵活调整库存，既不过度积压库存，又能保证在市场需求波动时有一定的缓冲空间
- 合理备货：利用大数据分析预测消费趋势提前布局；运用物联网技术实时监控货物状态，确保货物安全

本土服务与售后支持

- 快速售后处理：在商品出现质量问题或需要退换货时，更快地处理售后事宜，提升用户满意度
- 本地化客户服务：通过本地供应链服务团队，提供更加贴心和个性化的服务

万邑通全球海外仓一览



万邑通美西仓



万邑通美东仓



万邑通美南仓



了解更多海外仓内容
请关注万邑通视频号



万邑通英国仓



万邑通德国仓



万邑通澳大利亚仓



领取报告电子版
请扫描二维码下载

报告编写组

报告主笔

亿邦智库 首席分析师 樊 飞

报告指导

亿邦动力 董事长 郑 敏
亿邦智库 院长

亿邦动力 CEO 王 超

数据来源

- 亿邦智库采取问卷调查、访谈等形式，与部分企业代表、机构及行业专家进行深入交流，获得相关一手信息和数据。
- 行业公开信息、行业资深专家公开发表的观点、政府公开数据与信息、宏观经济数据、企业财报数据等。
- 本报告中数据采用研讨、调研或公开数据研判所得，某些数据未经相关企业认可，同时限于数据可得性等客观因素，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。

法律声明

- 本报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护。
- 未经本机构书面许可，任何组织和个人不得使用报告中的信息用于商业目的；任何非商业性质的报道、摘录及引用请务必注明版权来源。

任何问题请联系：fanfei@ebrun.com



-亿邦智库-



-万邑通官网-