

智慧领航

2024中大件跨境物流供应链洞察报告

发布单位：亿邦智库（亿邦动力）

联合发布：西邮物流



目录

- 1 中大件产品出海市场潜力及机遇
- 2 物流供应链能力决定出海核心竞争力
- 3 西邮物流打造中大件智慧供应链新模式
- 4 定制化 KNOW-HOW 高效赋能
- 5 中大件出海物流供应链趋势洞察



01

中大件产品出海市场潜力与机遇

西邮物流
大件出海 认准西邮

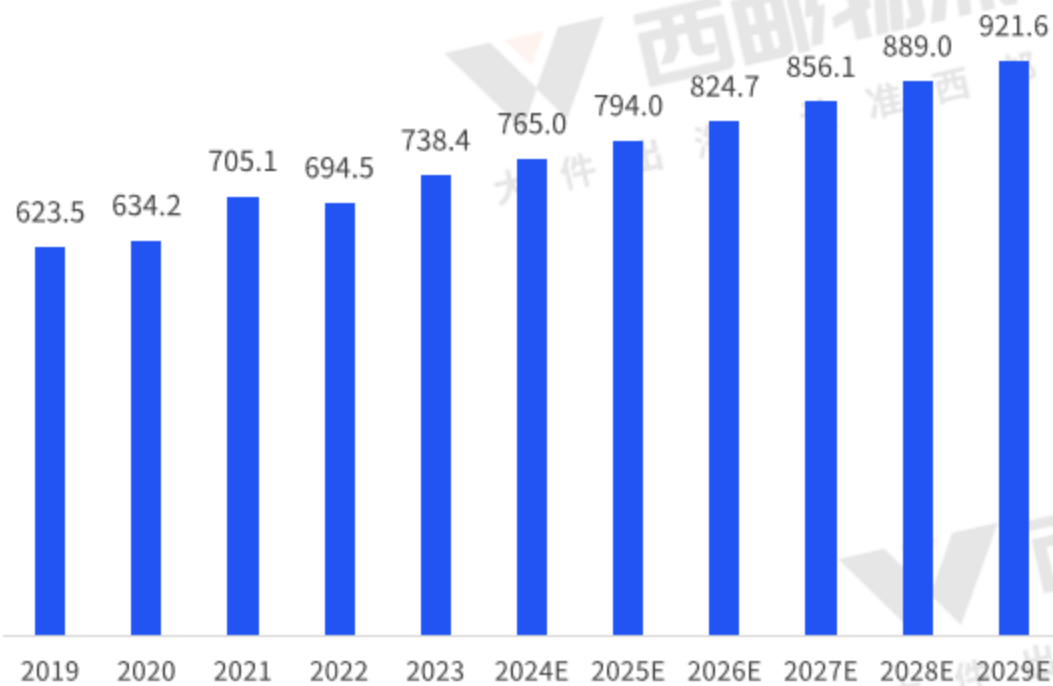
西邮物流
出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准

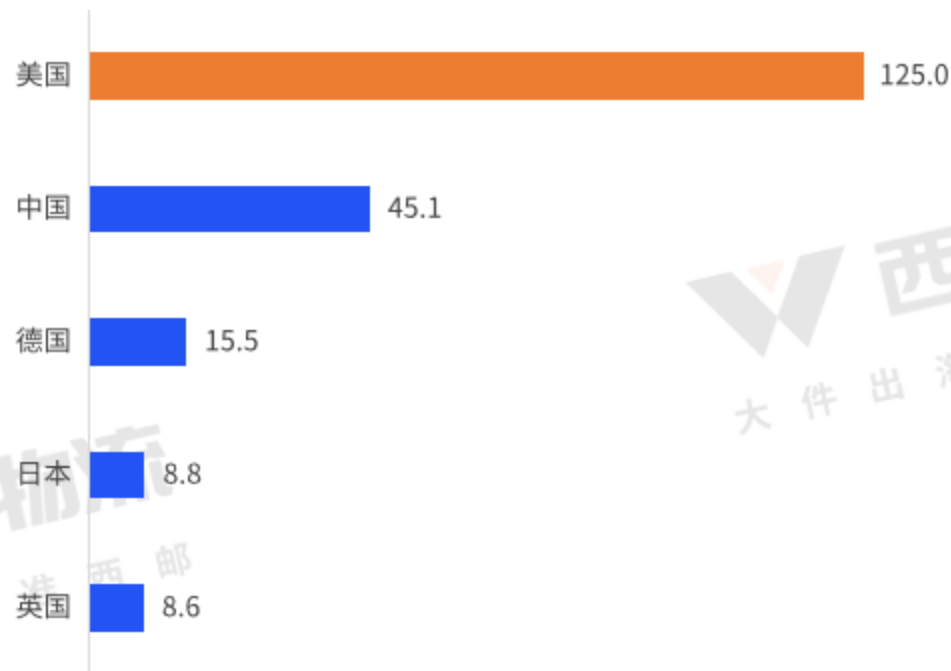
全球家具电商市场收入规模持续扩张，2024年美国为第一大家具线上销售市场

- 从收入规模分析，2024年至2029年，全球家具电商市场收入规模持续扩张，交易规模有望在2029年达到9,216亿美元。家具品类主要包括客厅家具、卧室家具、灯具和照明、餐厅和厨房家居等。
- 从2024年全球家具电商 TOP5 销售市场分析，美国为第一大市场，预计收入达1,250亿美元，其次为中国、德国、日本及英国。

2019-2029全球家具电商市场销售规模（十亿美元）



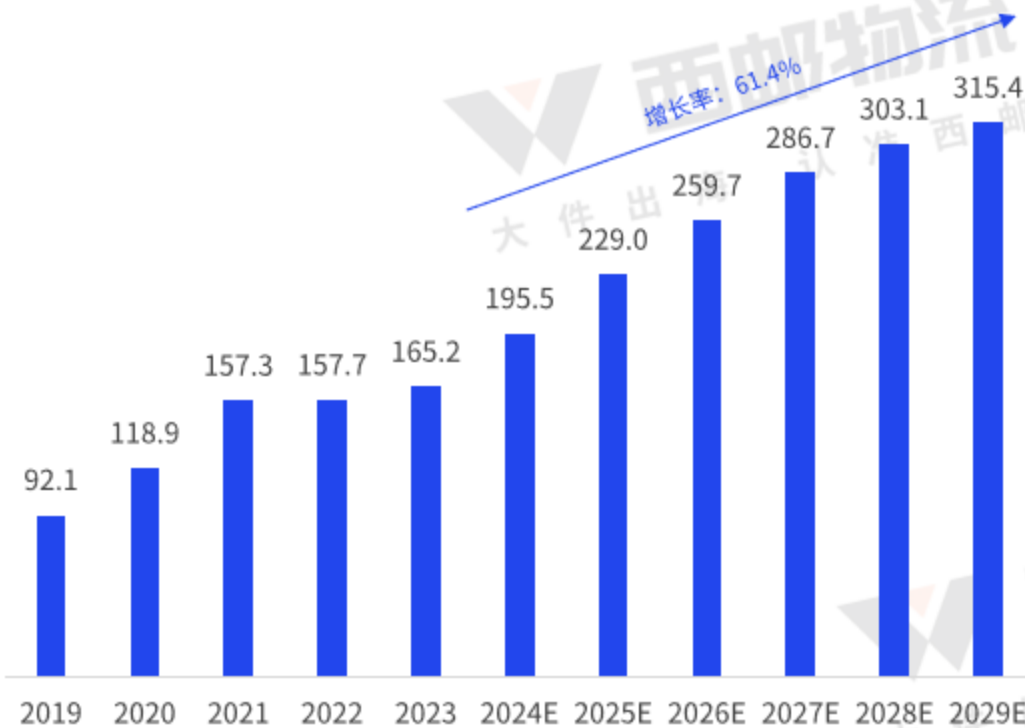
2024全球家具电商主要国家销售规模（十亿美元）



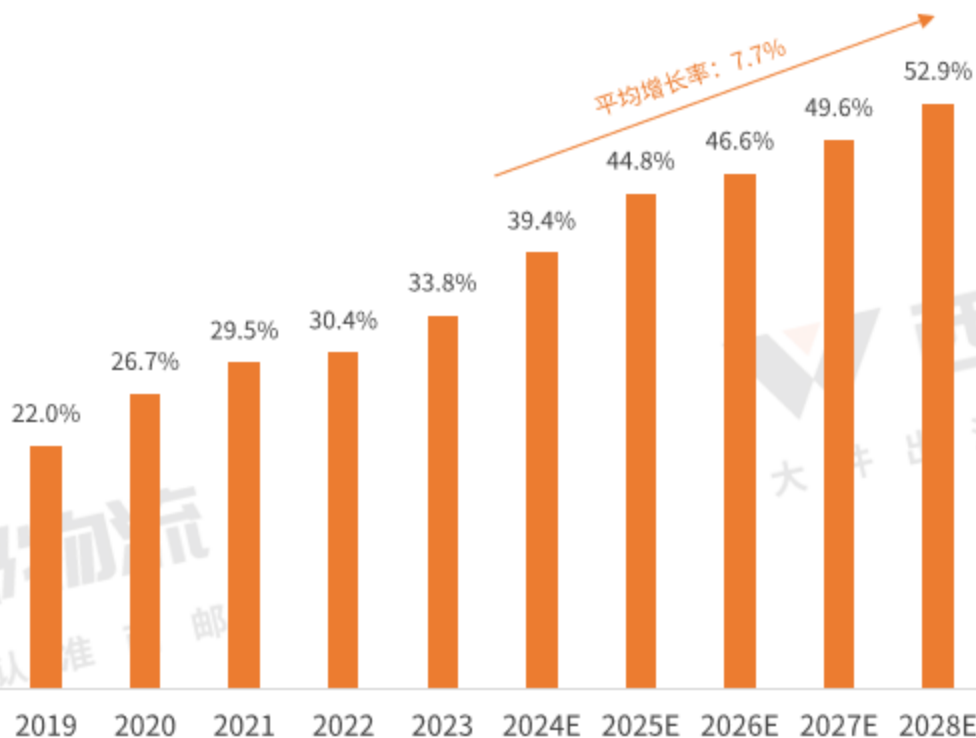
全球家用电器电商市场收入规模增长显著，2024年至2029年增长率达61.4%

- 2024年至2029年，全球家用电器电商市场将经历显著扩张，收入规模由1,954.5亿美元增长至3,153.7亿美元，增长率达61.4%。家用电器主要产品包括冰箱、洗衣机、空调、电视机、吸尘器、洗碗机、扫地机器人及割草机器人等。
- 2024年全球家用电器零售市场线上份额为39.4%，到2028年增长至52.9%，平均增长率为7.7%，电商成为家电市场重要增量渠道。

2019-2029全球家电产品电商市场销售规模（十亿美元）



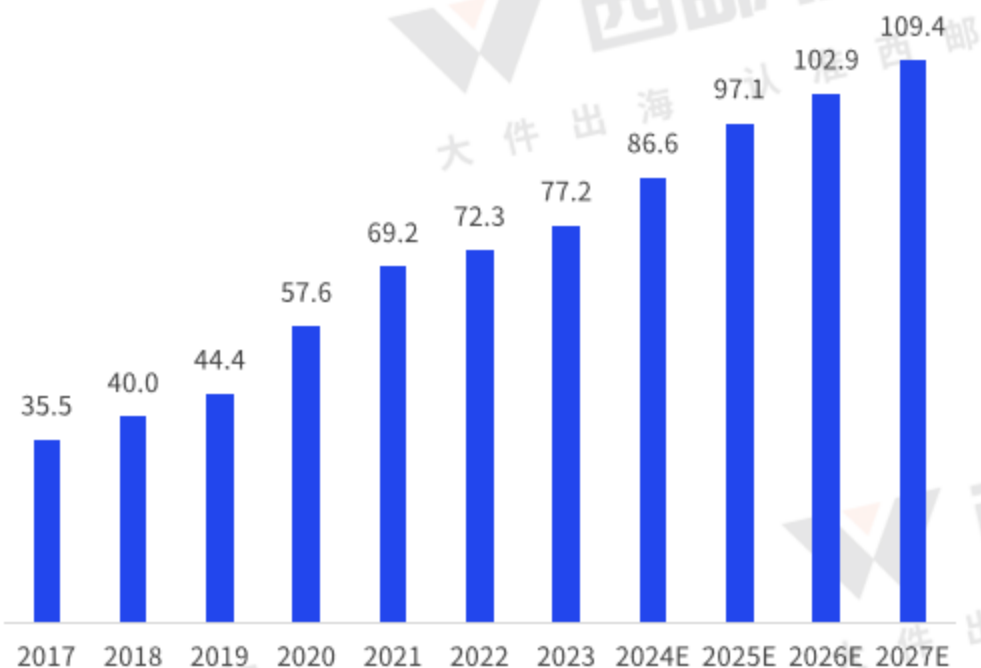
2019-2028全球家电产品线上渠道占整个市场份额 (%)



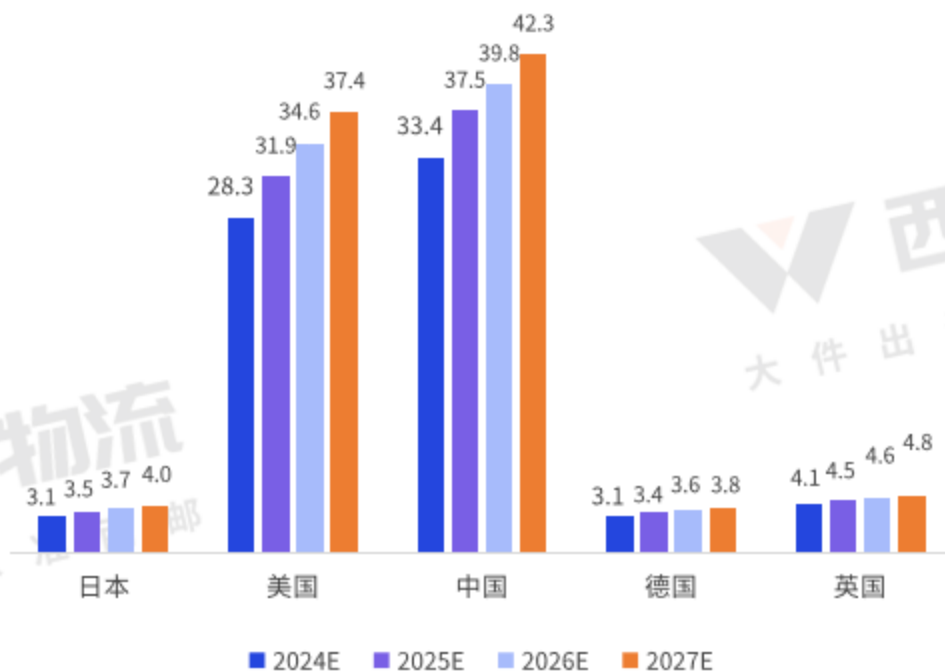
2027年全球户外运动电商市场收入预计达千亿美元，欧美依旧是主要消费市场

- 2024年至2027年，全球户外运动电商市场收入将持续增长，预计2027年将达到1,093.5亿美元。户外运动发展催生了品类繁多的户外用品，包括钓鱼及设备、冬季运动、夏季运动、运动鞋、泳衣等。相关运动场景涵盖骑行、露营、滑雪、登山、水上活动及跑步等。市场增长归因于消费者健康意识的提升和对健康生活方式的追求，叠加线上购物日益便利和普及，电商渠道市场份额正逐步扩大。
- 从全球前五电商市场分析，美国是户外运动发源地，市场规模位居前列；欧洲地区的德国和英国也是户外运动产品的重要消费市场。

2017-2027全球户外运动电商市场销售规模（十亿美元）



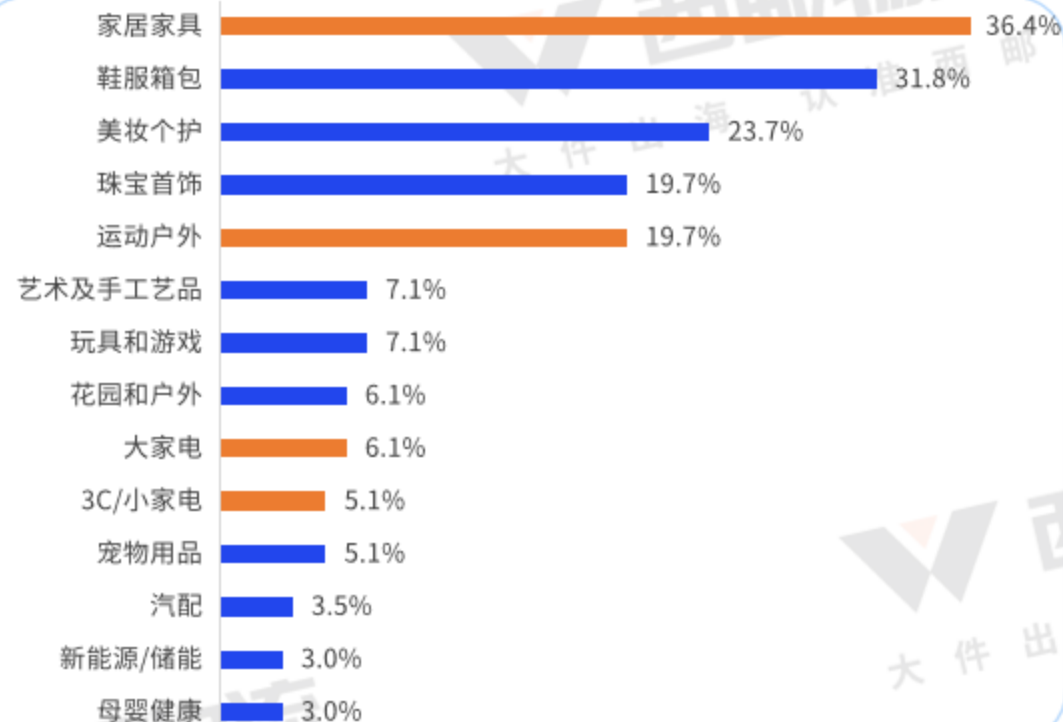
2024-2027 全球前五户外运动电商市场收入规模（十亿美元）



家居家具、运动户外、家电产品不仅是中国跨境电商卖家主要三大经营类目，且是亚马逊全球卖家实现高利润的类目

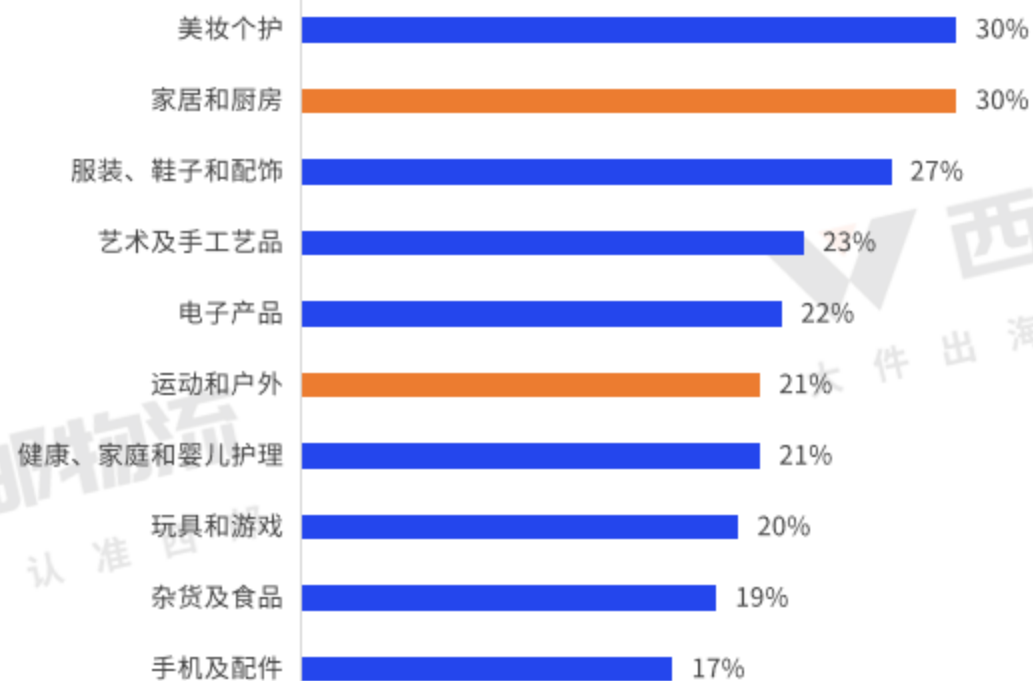
根据亿邦智库调研数据，2023年受访商家销售类目主要集中在家居家具、鞋服箱包、美妆个护、运动户外、珠宝首饰及家电类产品，有36.4%的商家选择经营家居家具类目，位列第一。

2023出海商家主要经营类目



根据 eCommerceDB 数据，2024年亚马逊全球卖家最赚钱类目TOP10 中，家居和厨房与美妆个护并列第一，均有30%的卖家实现高利润；运动户外位列第六，有21%的商家取得高利润。

2024亚马逊全球卖家高利润类目TOP10



平台红利驱动产业带商家涌入赛道，依托数字供应链及精细化运营拓展海外市场

得益于跨境电商平台推出全托管及半托管模式，降低入局门槛，带动众多特色产业带的外贸工厂、内贸工厂、品牌企业入局跨境电商。面向电商出海的新物种，产业带商家在紧抓新一波流量红利的基础上，需要从粗放式经营转向精细化运营，增强内生动力，打造更加灵活、高效且有竞争力的数字化供应链，以精准匹配海外消费者多样化的需求，提升用户体验，加速海外市场拓展步伐。

主要地区 + 特色产业带

珠三角地区

佛山家具、中山灯具、珠海智能家电、江门家居建材、肇庆五金制品

长三角地区

慈溪小家电、永康五金、安徽宣城卫浴、安吉家居家具、南通健身器材

华北地区

葫芦岛运动户外、菏泽家居建材、高阳办公家居、德州健身器材、威海垂钓和水上运动

跨境电商平台

传统海外平台

amazon

Walmart

wayfair

ebay

新兴平台出海

TEMU

TikTok Shop

AliExpress

SHEIN

全托管

电商平台全面负责店铺的运营，包括仓储、配送、售后等，而商家主要负责提供货品

半托管

商家在产品选择及定价策略上有一定灵活性和自主权，库存管理、本地化履约、逆向物流等供应链管理能力和需求进一步强化

自主运营

商家精细化自主运营，平台基础设施扶持，以数据驱动为核心深入理解用户，旨在提高运营效率

精细化运营实现供需两端精准匹配





02

物流供应链能力决定出海核心竞争力

西邮物流
大件出海 认准西邮

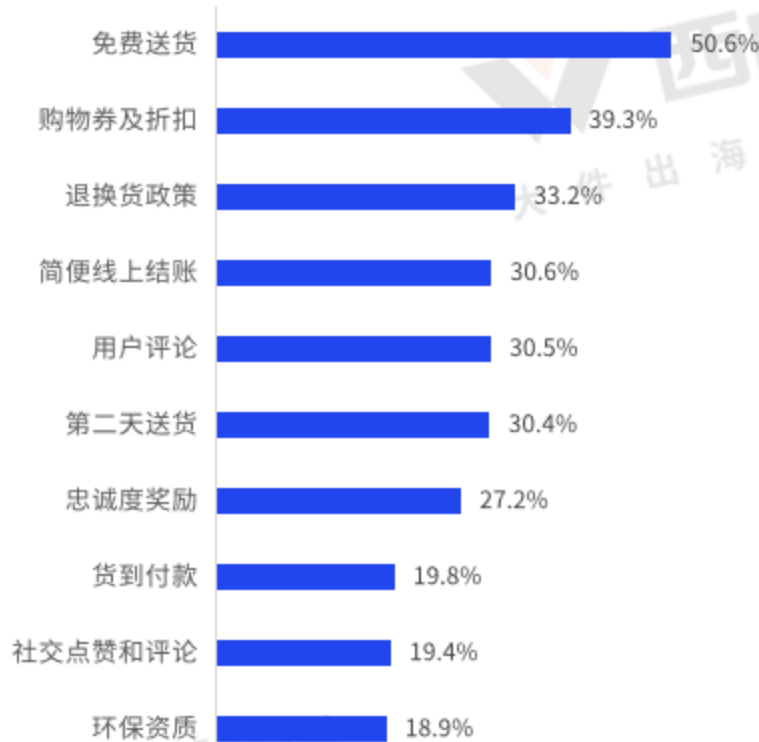
西邮物流
出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准

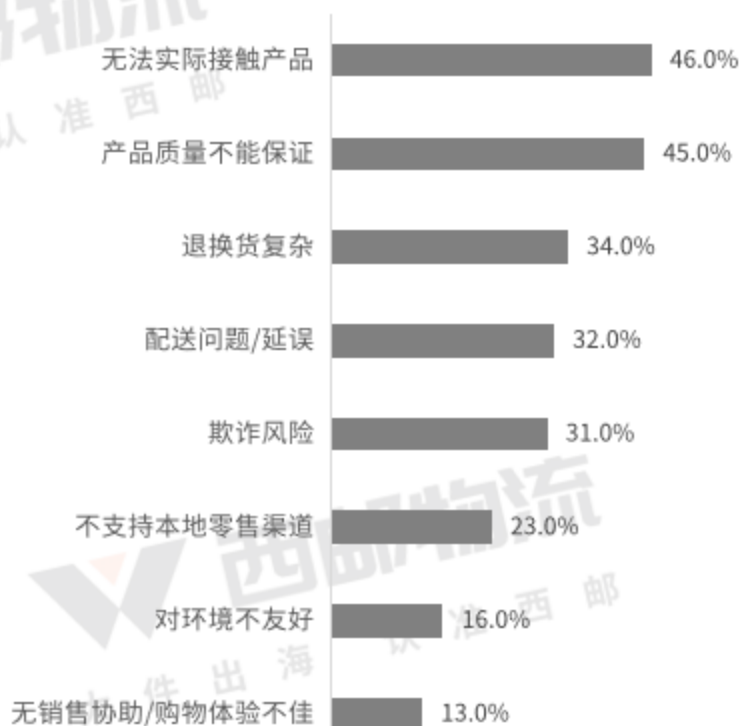
用户体验升级对供应链提出更高要求，消费决策由产品质量及交付履约强驱动

跨境电商供需两旺背景下，用户体验升级对供应链提出更高要求。根据2024全球消费者线上购物主要驱动因素及主要痛点分析，高效率履约能力、产品质量及个性化服务等显著影响消费者决策。出海商家需要在深刻洞察用户基础上提升供应链能力，在制造端，围绕多元化需求实现产品创新及质量提升；在交付端，凭借高效安全便捷的物流及合规支付等服务满足快速响应需求。

2024全球消费者选择线上购物的10大理由



全球消费者线上购物主要痛点



供应链能力影响消费决策



从中国发往欧美地区的集装箱运输量持续增长，家具为主要运输品类

- 根据笛卡尔数据 (Descartes Datamyne) 公开数据，2024年7月从亚洲发往美国的海上集装箱运输量189.3万，同比增长24%，其中运输量最大的是家具，同比增长29%；按装船地来看，中国大陆占整体运量六成，同比增长23%。
- 根据集装箱贸易统计 (CTS) 数据，2024年7月，亚洲至欧洲的集装箱运输量达159万标准箱，同比增长6.4%，连续17个月实现同比增长。按来源地分，中国大陆和香港出口124万标准箱，增长9.6%，家具、床上用品、服装和其他消费品需求旺盛。

2024年7月亚洲至美国集装箱运输量 (TEU)

189.3_w

亚洲发往美国
海运集装箱运输量

24%

集装箱运输量
同比增长

29%

家具品类
同比增长

6成

中国大陆发往美国
集装箱占整体运量

23%

中国大陆发往美国集
装箱运输量同比增长



从品类看，亚洲发往美国的货物中，家具的运输量最大，同比增长29%



2024年7月亚洲至欧洲集装箱运输量 (TEU)

159_w

亚洲发往欧洲
海运集装箱运输量

6.4%

集装箱运输量
同比增长

124_w

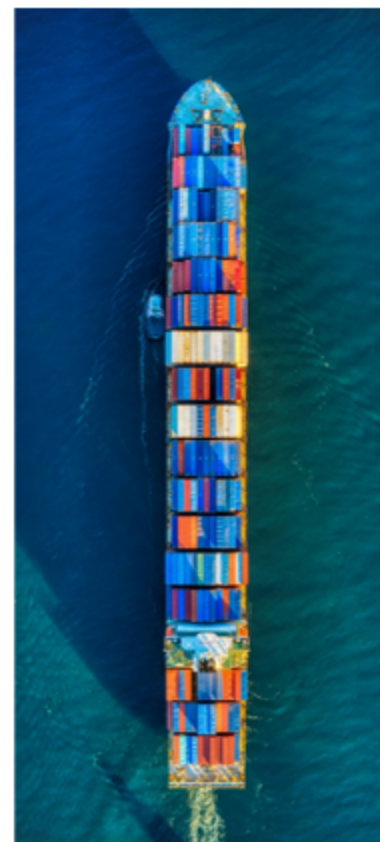
中国大陆和香港发往
欧洲的集装箱运输量

9.6%

集装箱运输量
同比增长



从品类看，亚洲发往欧洲的货物中，家具、床上用品、服装等消费品需求旺盛



中大件出海面临的物流供应链挑战更为复杂，本土化仓储服务有效破局

与小件商品不同，中大件产品在出海过程中面临的物流供应链挑战极为复杂。这些挑战一方面源于内部运营管理的要求，另一方面则受到外部环境不确定性的影响。中大件商品对物流的要求更高，其在头程运输、储存、库存周转、运送以及售后服务等全业务流程中需要精细化运营。因此，商家亟须提升数字化管理、本地化仓储以及本土化服务相关能力，打出一套行之有效的组合拳。

市场外部挑战

国际贸易
环境变化

国际贸易摩擦、地缘政治紧张局势以及全球供应链的重构，给世界经济增长带来不确定性

包装运输
成本及风
险较高

体积庞大、客单货值高、重量较重的中大件商品在包装、仓储及运输环节的成本和风险都相对较高，如港口罢工带来的不利因素

各国法律法
规差异化增
加运输难度

大件货物在国际运输中需要遵循不同国家和地区的法规与标准，清关和合规要求无形中增加了运输难度

运力紧张
运费波动

国际海运资源的不稳定性，如舱位紧张、运费波动大等问题，也给中大件产品的出口带来挑战

商家经营挑战

备货库存
挑战

商家需对消费者下单、售后等动作做出快速反馈。由于中大件库存积压成本高，管理难度复杂，因此对商家销售能力、计划准确性以及流程管理要求较高

仓储及尾程
物流成本高

中大件产品商家面临的物流成本会占据营业额的相当一部分，如仓储成本及尾程物流的各种附加费

海外货盘
周转挑战

需要整合打通多个销售渠道（2B/2C联动），提高海外货盘分销周转率。渠道整合中需解决信息同步、库存管理、物流配送等问题

退换货
成本高

中大件零件多、成本高，如果客户要求退货，商家所需承担的成本相对较大

本土化仓储服务破局

全流程透明化数字化协同

合理备货降低运输风险

海外仓储物流优化布局

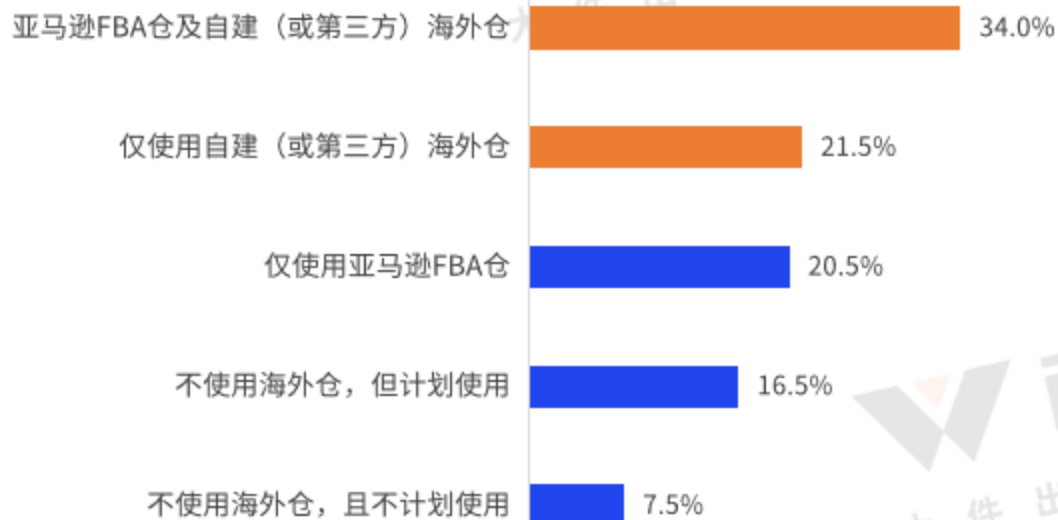
定制化尾程派送路线规划

提升售后服务能力

海外仓是开展本土化服务的关键节点，亟须通过数智化转型满足多元化服务需求

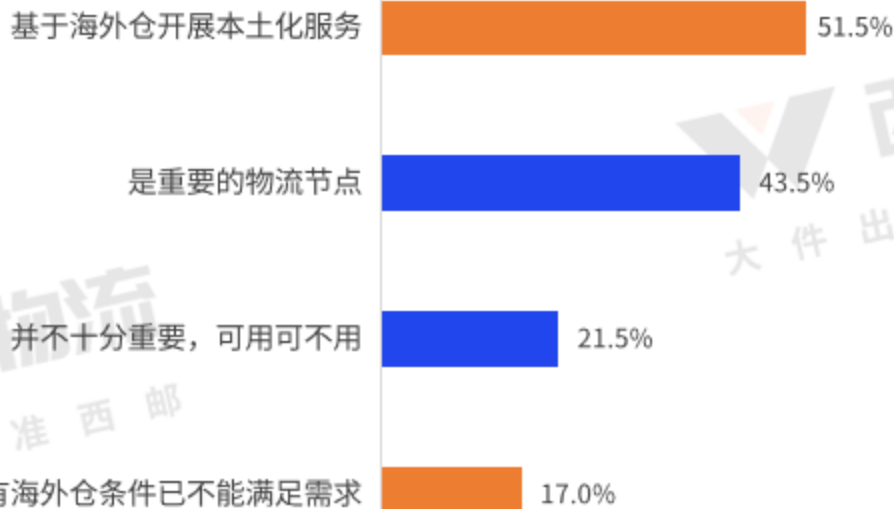
根据调研，34%的商家同时使用亚马逊 FBA 仓和海外仓，为降低仓储成本，亚马逊商家通常先把产品存放在海外仓，客户下单后再从海外仓发到 FBA。调研中，有21.5%的商家仅使用自建（或第三方）海外仓，此部分商家通常不依托亚马逊平台开展业务。

出海商家使用海外仓情况



超半数商家已利用海外仓开展本土化服务，17%的商家表示现有海外仓已无法满足其需求。为应对日益增长的高效履约需求，海外仓需要加速智能化、自动化和数字化的转型进程，例如，为商家提供科学的备货基准，结合平台数据和同期销售数据，实现精准备货、库存管理及多渠道履约等。

出海商家对海外仓的看法





03

西邮物流 打造中大件智慧供应链新模式

西邮物流
大件出海 认准西邮

西邮物流
出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准西邮

西邮物流：依托科技创新构建跨境物流生态，成为欧美中大件海外仓及物流领跑者

西邮物流 (即深圳市西邮智仓科技有限公司) 成立于2015年，深耕中大件海外仓9年，致力于为出海商家构筑起链接欧美市场的坚实桥梁。依托科技创新自主研发10多个 IT 智能业务管理系统，已搭建起完善的海运头程、海外仓储、尾程派送全链路跨境物流生态。根据弗若斯特沙利文资料，按2023年采用海外仓模式的B2C出口电商物流解决方案产生的收入计，深圳西邮智仓在所有专注于中大件的中国 B2C 出口电商物流解决方案提供商中排名第一。



欧美中大件海外仓及物流领跑者



企业愿景

做世界级的
物流企业



使命

以科技和创新
建设可持续发展的
跨境物流生态



价值观

快乐 探索
诚信 分享



环境、社会、
治理 (ESG)

始终践行ESG理念
推动供应链可持续发展
共筑绿色物流新未来

20+

自营海外仓

700W+

平方英尺仓储面积

9年

中大件海外仓经验

40+

自营卡车车队

2W+

年均发货柜量

10+

自研 IT 智能业务
管理系统

企业发展历程

2023-2024年

2023年，德国杜伊斯堡海外仓成为“义新欧”中欧班列德国集散中心

2024年，成为TEMU 官方认证对接仓、SHEIN 半托管认证仓，在多伦多建立仓储群，宾夕法尼亚新增103平方英尺仓库，全球拥有8大仓储群，覆盖网络进一步扩大

2019-2022年

2019年，在德国新增海外仓，自研 TMS 系统

2020年，建立销售及客服团队，专业度进一步提升，实现客户-客服-海外高效对接

2021年，成为亚马逊、eBay 的推荐服务商

2022年，西邮海外仓正式成为 eBay 金牌认证仓，新泽西新增77万平方英尺仓库，西邮全自营海外仓达27+，信息化仓储网络进一步完善，实现全球业务链条数据互联

2015-2018年

2015年，西邮集团正式成立，第一批货柜运往海外，收获第一个客户好评

2016年，在海外成立清关子公司，建立洛杉矶仓储群

2017年，建立新泽西、休斯顿仓储群，自研 WMS/OMS 系统，完善仓配一体化

2018年，建立芝加哥仓储群，全球已拥有6大仓储群，同年成立自营卡车公司

立足数智化自研体系，构建“三力一体”中大件出海智慧物流供应链新模式

对于专业的跨境物流供应链服务商而言，拥有科学先进且符合电商业务履约要求的数字化仓储物流管理能力至关重要。西邮物流立足数字化研发体系，以自研 OMS、TMS、WMS 智能业务管理系统为坚实底座，通过全链融合力、数智仓网力及渠道资源力构建“三力一体”中大件出海智慧物流供应链新模式，做深做细服务细节，帮助众多中大件商家以更简便高效的方式货销海外，在高增长市场更具竞争优势、灵活性及抗风险能力。

“三力一体”中大件出海智慧物流供应链模式



数智化自研 10+ IT 管理体系

数字化

完全自研的 OMS、WMS、TMS 业务 IT 管理系统，稳定安全可靠，所有业务环节数字化管理，物流全程可追踪，货物情况随时掌握

智能化

智能化运营中台，在全链路业务环节实现智能管理，如智能分柜、分库、分仓、车辆调度等等，效率提升的同时，有效帮助客户降低物流成本

信息化

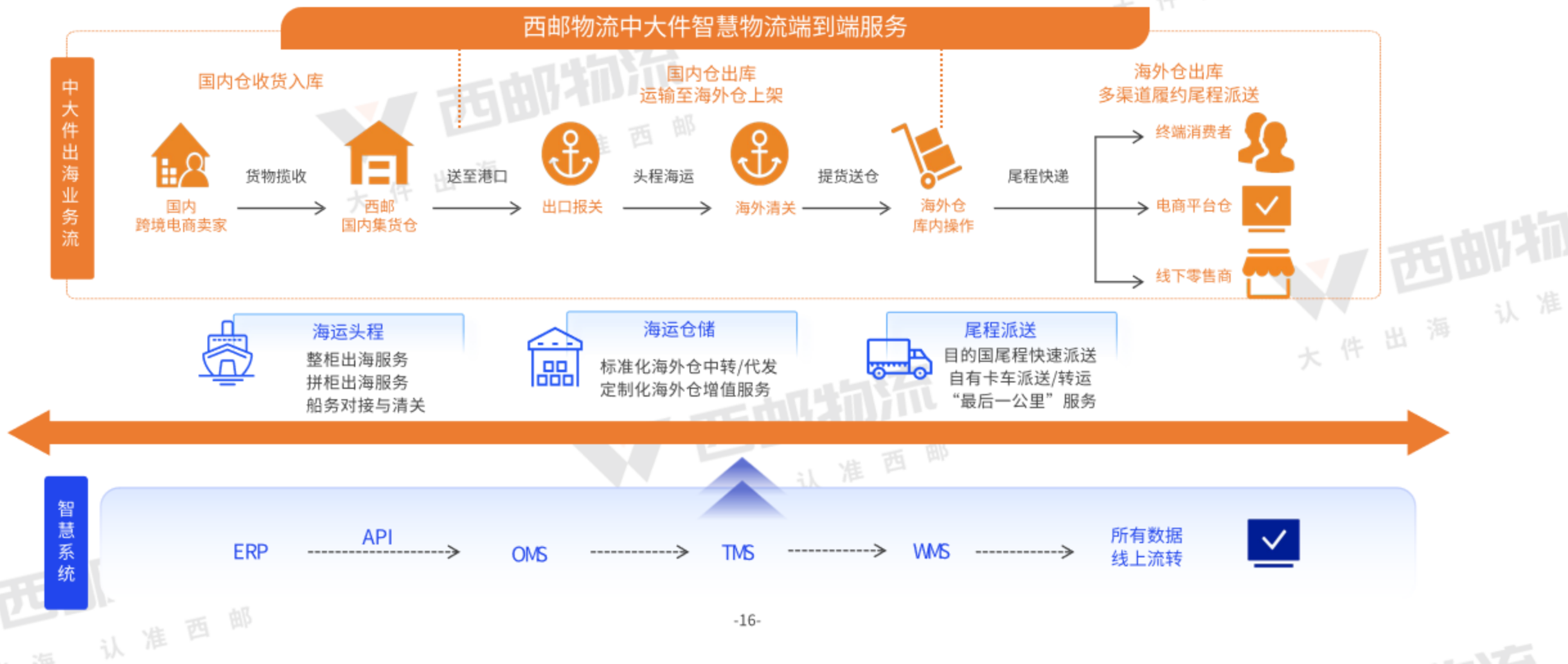
所有订单及货物数据线上流转，进行信息化数据沉淀，所需信息随时查取，一旦出现异常可快速逆向排查，精准溯源

自动化

在数字化、智能化、信息化加持下，西邮系统可快速下达操作指令。根据订单收件地址，自动选择最近仓库和最优渠道，为客户节省物流成本

全链融合力 - 中大件出海智慧物流端到端服务，纵深强化各链条环节把控能力

西邮物流并不将业务局限在跨境物流出海链条的某一环节，而是通过横向发展，纵向深耕，让业务范围覆盖头程海运、海外仓储、尾程派送三大环节，并把不同环节优质资源高效整合，将国内卖家出海需求与海外业务场景实现无缝对接，可针对不同卖家提供一体化或定制化的中大件产品出海解决方案，助力中大件商家货通全球。除海运头程、一件代发、FBA 转运、尾程卡派等标准化服务外，可按客户需求提供定制化增值服务，如外箱贴唛换标、bond申请等。



数智仓网力 – 已形成规模化八大智慧仓储群网络，20+海外仓覆盖欧美主要市场

伴随数智仓网半径进一步扩大，西邮物流已形成规模化八大仓储群，海外仓数量20+，总面积达66.6万平方米，遍布美国和欧洲人口集聚地。凭借数智化技术持续赋能，帮助商家快速抓住全球销售机会，通过引导商家智能分仓及多仓发货，实现99.99%库存与发货准确率，进一步提升物流效率与服务质量。

全球智慧仓储群：8个
总面积：66.6万平方米

美西地区

美西-洛杉矶仓储群：280000m²

美南地区

美南-休斯顿仓储群：40000m²

美东地区

美东-新泽西仓储群：235000m²

美中地区

美中-芝加哥仓储群：8000m²

美东南地区

美东南-萨瓦纳仓储群：33000m²

欧洲地区

德国-杜伊斯堡仓储群：48000m²

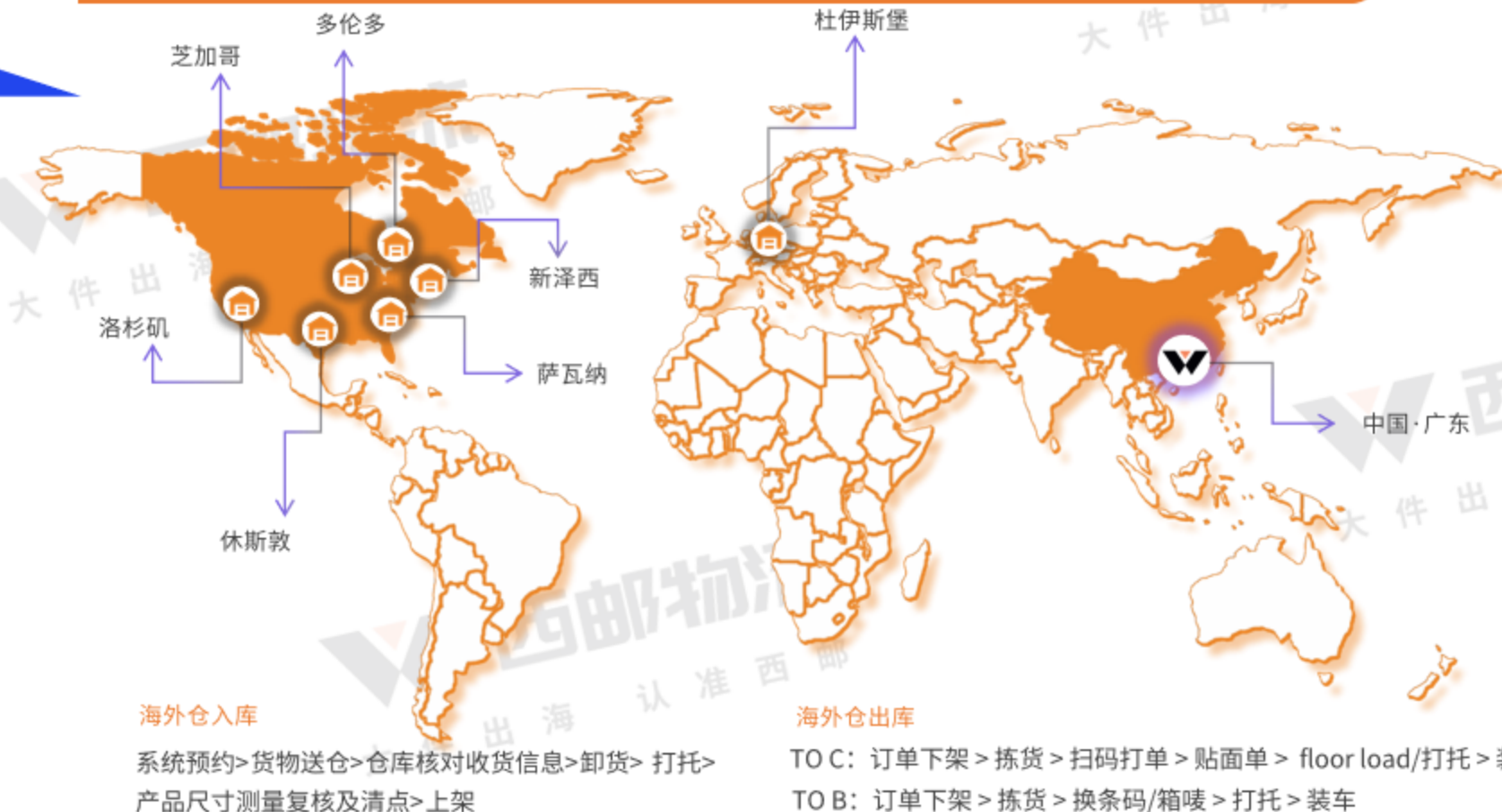
加拿大地区

加拿大-多伦多仓储群：10000m²

中国地区

广东-东莞仓储群：12000m²

西邮物流全球信息化仓储群网络



24小时发货

48小时入库

智能分仓

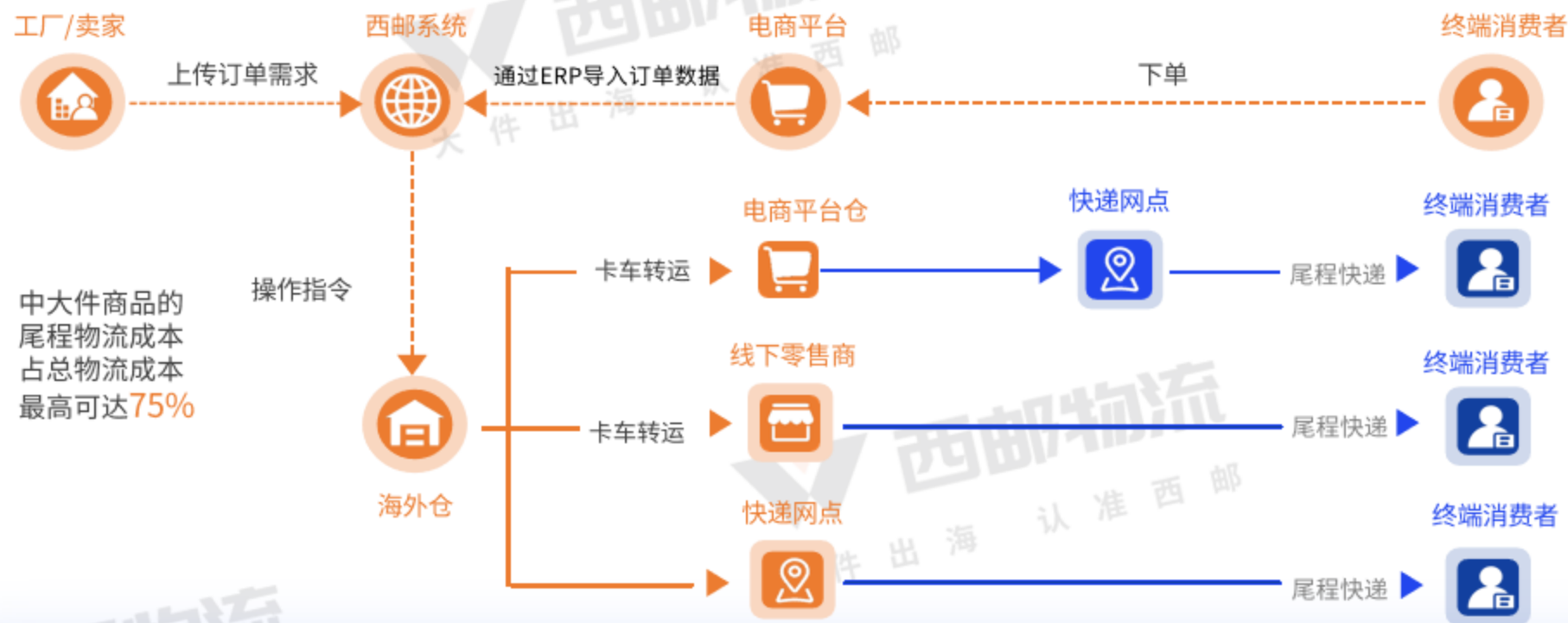
多仓发货

99.99%库存 & 发货准确率

渠道资源力 – 提供高效稳定且高性价比的尾程配送服务，助力商家提升盈利能力

一般而言，物流成本占整个跨境电商成本30%左右，而中大件商品的尾程物流成本在总物流成本中占比最高可达75%。可以说，尾程物流成本的控制能力直接影响到出海商家的实际利润。经过在中大件出海领域的多年深耕，西邮物流目前已经在尾程派送环节打造出独具优势的专业解决方案。凭借自研10+ IT 智能系统、智能化大数据算法及运营多年的尾程账号，结合尾程快递派送及自有卡车配送服务，通过高效资源配置克服行业卡点，形成能力壁垒，为出海商家提供极具性价比且高效稳定的尾程物流服务，有效提升商家盈利水平。

全渠道尾程派送流程



>98%
48小时出库率

>98%
5个工作日内妥投率



自研10+ IT 智能系统

智能化大数据算法

运营多年的尾程账号

智能匹配尾程渠道

自有卡车转运派送

尾程快递派送

西邮物流数字化系统全景图，出海全链路高效协同，助力卖家业务增长

依托先进的数智化10+自研体系，西邮物流全景打造数字化管理系统，该系统深度整合了物流运作的各个环节，实现了从订单接收、仓储管理、分拣包装到配送追踪的全链路高效协同。这一创新不仅极大地提升了物流运作的效率与透明度，更确保了每一环节都能达到高标准的履约要求。





04

定制化 know-how 高效赋能

西邮物流
大件出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准

西邮物流
大件出海 认准西邮

深度走进20+产业带，量身定做多类目一站式解决方案，赋能中大件商家高效出海

当前“跨境电商+产业带”已成为外贸发展新引擎，诸多企业发现蕴藏在海外的新商机，而海外仓成为外贸新质生产力的有力支撑。为助力产业带商家高效出海，西邮物流已深度走进20多个产业带，不仅为当地企业带去超多干货，而且针对家居、家电、户外用品、卫浴、汽配、灯饰、储能等中大件类目，推出一站式出海解决方案，破解产业带商家中大件出海难题。



2023年，西邮以“踏浪远行”为主题举办了产业带系列活动，走进了佛山、宁波、潮州、中山等9个产业带城市，为当地企业带去了超多实用干货。



2024年，西邮将主题升级为“穿越新浪潮”，在跨境电商产业进入新发展阶段的当下，西邮已走进超20+产业带，携手跨境电商产业上中下游，共同找到出海的最优路径。



亚马逊 SPN 服务商

eBay 金牌认证仓

SHEIN 半托管认证仓

TEMU 官方认证对接仓

案例 - 某家电品牌商家通过多仓布货、数据支持及退换货处理，大幅降低运营成本

客户画像

- 品类：厨房家电（冰箱、烤箱、微波炉等）
- 渠道：亚马逊
- 核心问题：尾程成本高，滞销货处理难，售后成本高

商家痛点

- 1 尾程物流成本高：没有针对订单分布情况进行分析，商品统一备货到美西仓，单仓发货导致尾程物流跨区多，交付时效慢，尾程物流成本高昂
- 2 原有渠道沟通效率差：货物分仓、库龄、商品周转率等核心数据反馈不清晰，滞销货物带来高昂成本支出，业务决策也缺乏部分数据提供支撑
- 3 退货导致损失高：家电产品货值高，退货率相对较高，只能销毁处理，因退货带来的成本损失很高

解决方案

- 1 结合家电销售市场情况和卖家订单分布进行分析，根据销售热力图及西邮仓储分布情况制定分仓计划，通过西邮自研系统实现智能分仓、多仓布货和调货，尾程交付效率提升，成本显著降低
- 2 专业运营及客服团队监控数据情况，提供分仓、库龄、周转率等关键数据指标，帮助客户及时处理滞销库存，数据支撑帮助卖家作出更精准的业务决策
- 3 通过维修仓为客户处理货物程度较低的退换货，完成商品的二次销售，大幅降低因退货带来的成本损失



获得成效

95%
五区内发货

39%
单件货物
尾程成本降低

60%
滞销库存
处理效率提升

60%
退货成本
损失降低

案例 - 某家具客户依托西邮智慧供应链及包装优化降低尾程物流及售后成本

客户画像

- 品类：家具（餐桌、书桌）
- 渠道：亚马逊
- 核心问题：尾程成本高，备货难度大

商家痛点

- 1 运营成本高昂：产品实行五仓布货，导致管理难度大，需消耗更多人力进行备货和库存管理，运营成本高昂
- 2 超尺寸发货导致成本上涨：由于产品和包装特性，容易被快递判定为超尺寸，oversize 渠道发货占比高，造成尾程成本上涨
- 3 包装破损导致售后成本高：产品包装厚度不足，牢固度低，容易出现包装破损情况，导致买家拒收，带来高昂售后成本。

解决方案

- 1 通过西邮完善的仓储布局和智慧供应链系统，将五仓布货优化为四仓布货，降低管理难度的同时，五区内发货占比基本不变
- 2 协助卖家重新优化包装尺寸，并通过智慧供应链分配最优渠道，降低超尺寸派送占比，节省尾程派送成本
- 3 帮助卖家进行产品包装分析，改善包装质量，降低破损率，提升了消费者的购物满意度，降低售后成本



获得成效

25%
管理成本降低

30%
尾程成本降低

36%
售后成本降低

案例 - 某户外运动商家 E-bike 产品利用密集存储降低仓储成本，提升出库效率

客户画像

- 品类: E-bike
- 渠道: 亚马逊为主+多平台发货
- 核心问题: 货架存储模式下，出库效率不够快，仓储及作业成本高

商家痛点

货架存储

- 1 货架存储情况下，仓库拣货动线复杂，需要花费更多的拣货时间，出库效率慢，作业成本高
- 2 货架存储存在过道等区域，且由于货架层高限制，同样体积空间能存储的货物较少，需占用更多存储空间，单位体积成本高昂

解决方案

密集存储

- 1 西邮针对 E-bike 等制造材料和结构设计不易变形的产品,规划了密集存储区域统一存放，拣货动线更简洁，整托拣货下架效率更高，作业成本更低
- 2 通过密集存储，同样体积的空间可以存储更多 E-bike 产品，单位体积成本下降，总仓储成本大幅降低



获得成效

50%
出库效率提升

50%
作业成本降低

33%
仓储成本降低



05

中大件出海物流供应链趋势洞察

西邮物流
大件出海 认准西邮

西邮物流
出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准西邮

政策红利支持下，跨境电商海外仓进入规模化数字化发展“快车道”

海关总署最新数据显示，2024年前三季度，我国跨境电商进出口1.88万亿元，同比增长11.5%，高于同期我国外贸整体增速6.2个百分点。其中，出口1.48万亿元，增长15.2%。根据商务部数据，我国目前建设海外仓超2500个、面积超3000万平方米。其中，专注于服务跨境电商的海外仓超1800个，面积超2200万平方米。

未来，海外仓发展将加快重点市场布局，更加依赖智能化和数字化技术，通过引入先进的物联网、大数据和人工智能技术，实现运输过程的实时监控、智能化仓储管理、预测性维护和智能路径优化，不断提高物流效率 and 安全性，持续完善新型外贸物流基础设施服务网络。

2022.3

2022年3月，政府工作报告指出，要“扩大高水平对外开放，推动外贸外资平稳发展”，明确提出要多措并举稳定外贸。与此同时，加快发展外贸新业态新模式，充分发挥跨境电商作用，支持建设一批海外仓。跨境电商连续9年写入政府工作报告

2023.9

2023年9月，商务部发布《关于印发支持外贸稳定发展若干政策措施的通知》，在依法依规、风险可控的前提下，进一步加强出口信用保险对海外仓建设和运营的支持力度。优化海关备案流程，加强中欧班列运输组织，支持海外仓出口货物运输。加快出台便利跨境电商出口退换货的税收政策

2024.6

2024年6月，商务部等9部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见，支持推动跨境电商海外仓高质量发展。统筹用好现有资金渠道，支持跨境电商海外仓企业发展。促进中欧班列沿线海外仓建设，积极发展“中欧班列+跨境电商”模式

2024年前三季度跨境电商进出口额

1.88万亿元

11.5%
同比增长



其中：跨境电商出口额

1.48万亿元

15.2%
同比增长



目前我国服务于跨境电商海外仓

数量：1800+ 个
面积：2200万+平方米

跨境电商数智化海外仓

以数智化为主要驱动力，增强跨境电商海外仓的市场竞争力，持续完善新型外贸物流基础设施服务网络，带动中国制造品牌拓展国际市场



满足“最后一公里送装修退”一体化需求，中大件出海本土化服务再升级

对于中大件出海商家而言，海外本地的尾程派送、仓储货物中转、售后维修等本土服务尤为重要，这与客户满意度与忠诚度息息相关。随着服务持续创新优化，海外仓已不仅仅只是“存货点”，更是具有综合服务功能的外贸新型基础设施，可以为出海商家提供派送、展览、售后、维修、组装包装等多重服务，精准满足中大件产品“最后一公里”送装修退一体化服务需求。



中大件海外仓本土化服务生态





06

附件

西邮物流
大件出海 认准西邮

西邮物流
出海 认准西邮

西邮物流
大件出海 认准

西邮物流智能仓储群全景



美西洛杉矶-LA4仓



美东南萨瓦纳-GA5仓



加拿大多伦多-TO1仓



美东新泽西-NJ4仓



美南休斯顿-HOU4仓



德国杜伊斯堡-DE2仓

开仓策略：“关小仓开大仓”，面积更大、库容更高，中大件出海服务迈向新高度

为应对市场变化，2024年以来，针对中大件产品的特性，西邮海外仓执行了“关小仓开大仓”策略，关闭了部分面积和库容利用率更低的仓库，同时新增了更多仓储面积更大，库容利用率更高的仓库，可以更好地为中大件卖家提供出海服务。2024年9月首个百万级海外仓——【WPPA2】正式启用，标志着西邮在中大件出海领域迈出了重要一步，也代表西邮海外仓已正式开启单仓百万级时代。基于突破百万平方英尺的超大容量，可以为中大件商品提供充足的存储空间。

【WPPA2】百万级新仓开启

供应链协同管理

订单管理

仓储管理

智能分拣

出入库管理



开仓时间

2024年9月



仓库地址

3363 Gun Club Rd,
Nazareth, PA
18064 US
距纽约港90分钟
车程，覆盖多个
FBA仓库



仓库面积

1030000
平方英尺
超大容量



可接货物

普货/
带电产品



仓储配置

100个Dock
72个拖车停车位
50台叉车



处理能力

单日最大出库
量20000单

商品库存精准控制和布局

更合理地进行库位分区

提升出入库效率

减少收发货过程中产生失误

带给商家和消费者更好的服务体验



扫码获取更多
中大件出海内容

关于亿邦智库

- 亿邦智库是亿邦动力旗下产业研究咨询机构。亿邦智库以“更懂行业”见长，以“专业、专注和专家”为特色，有敏锐的新观点洞察，有一线调研数据，有鲜活企业案例，有电商及产业数字化方法论，在未来零售、跨境电商、产业互联网等领域具有领先的智库品牌影响力。
- 亿邦智库也是长期为商务部、发改委等国家部委及各级政府，提供电子商务及产业数字化政策研究服务的知名专业机构。

商业模式解读

由亿邦智库署名发布的研究性文章，基于事实研究，协助企业讲透商业价值，展示创新引领能力，积极影响上下游客户和资本市场的高维产品

适用场景：Pre IPO、股权融资、合作伙伴的专业沟通场景

商业模式梳理

梳理企业商业模式，提炼企业产业互联网、跨境电商或新消费品牌价值，形成可持续发展的商业模式。

面向人群：产业互联网、跨境电商、新消费品牌企业决策人

行业报告

面向零售、跨境电商和产业互联网行业，进行专业研究、趋势前瞻是企业创新、风险投资和股票市场的重要参考，由亿邦专家级发布人召开双线发布会，全网传播下载，多家媒体分发

重点报告：未来零售、跨境电商、产业互联网等系列发展报告

定制报告

依据客户个性化需求，针对性帮助客户完成符合需求的行业研究，真实展示客户的行业趋势洞察和引领能力，为相关合作伙伴企业决策提供专业的研究参考

适用对象：有行业创新引领能力的企业

亿邦智库部分研究成果



面向零售、跨境电商和产业互联网创新企业

形成有行业引领效应的媒体联合传播，并将成果分享给风险投资机构、券商、基金及产业政策

研究部门参考

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
亿邦智库 院 长 郑 敏

数据来源

- 亿邦智库采取问卷调研、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。
- 如发现纰漏，恳请批评指正，不胜感激。

任何问题请联系 fanfei@ebrun.com



亿邦智库



西邮物流