

森林期刊

第10期

文章前言 | SUMMER

为响应 ESG 理念，咱森林期刊转型为电子书刊啦！

现在为大家送上最新一期森林期刊，也可以通过文末链接跳转浏览往期内容噢！

中国 商图物流

新亦源供应链
56XXX

新亦源森林期刊

服装电商倒闭潮来袭：
服装云仓或成破局关键 /P14

新起点·新使命·新征程：
新亦源总部乔迁之喜 /P21

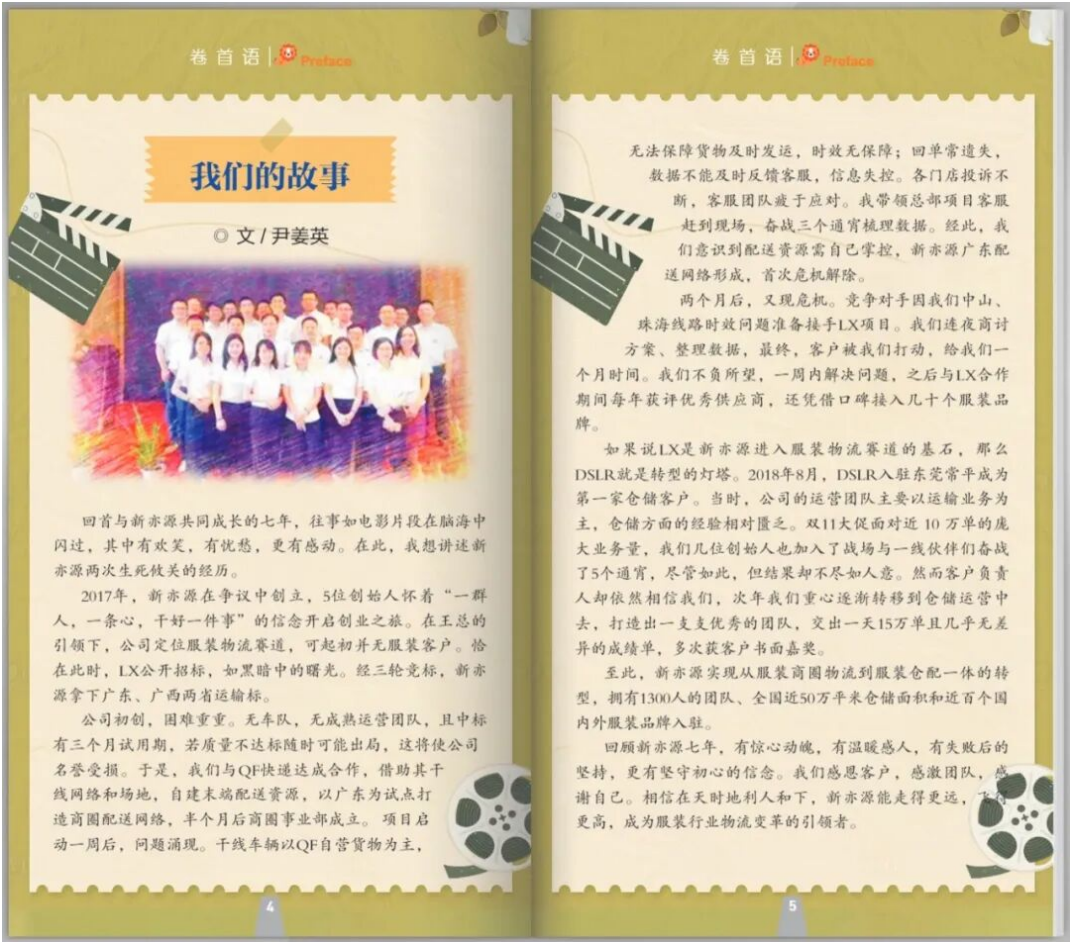
主办：森林管护站
内部刊物 欢迎交流

No. **10**
2024年秋刊
总第10期06-10

森林期刊 第10期

长按识别二维码
微信扫码阅读





单场GMV破亿，轻奢极简风女装在直播间爆发

◎ 文摘自：公众号-降噪NoNoise，作者戴菁

女装行业没有秘密。

无论是一个流行元素、一个爆款版型，还是一个爆红品牌，信息的流动和拆解永远是即时性的。比如最近一年，一个走轻奢极简风的红人店铺COCO ZONE快速成为女装圈的研究对象，以及各类拆解短视频的主角。

圈外人可能听都没听过这个品牌名，圈内人却已忙着拆解COCO ZONE的增长神话。一个名不见经传的主播，动辄四五百元的衣服，单场直播能卖出上亿GMV、全年销售额高达50亿，连续霸榜抖音女装销售第一……这在消息灵通的女装电商群体中，很难不引起关注。

在亿万服装行业中，女装向来属于空间最大、竞争最激烈的美目。一波时尚潮流，可以捧红一批品牌；一批库存，又可能惩罚另一波谈判趋势的商家。而每一波新涌现出来的平台红利，亦有可能重塑整个行业格局。

在这一过程中，什么类型的女装商家能够实现稳定而长久的经营，是行业共同关注的命题。作为业内最大黑马，COCO ZONE及其所代表的中高端女装商家，能否给行业带来新的启示？这是我们颇感兴趣的地方。

01 单场GMV破亿：谁是COCO ZONE？

2023年2月，在一件售价599元的冲锋衣被买成爆品后，抖音女装商家开始纷纷打听，谁是刘一一？COCO ZONE是什么来头？

这款名为COCO ZONE的冲锋衣，出现在腰部达人刘一一的直播间。衣服男女同款，黑白灰三个颜色，设计风格既适合城市通勤，又能满足户外运动场景需求，兼具极简审美与实用性强。当然，售价也不菲。

按照许多直播电商从业者的经验，平价走量型产品和偏下沉区域的

用户群体才是直播间的基本盘，但COCO ZONE这个新品牌，自从上线便走高品质、中高价格段路线，而且销量越卖越高，去年GMV超过50亿元。

这一战绩在女装行业属于什么量级，我们可以参照国内几家女装上市公司的业绩：2023财年，江南布衣旗下品牌JNBY收入约25亿元。另一中高端女装品牌「播 broadcast」，2023年收入9.98亿元。

关键是这一增长势头延续至今：今年618期间，COCO ZONE的GMV达到4.5亿；巅峰时刻，刘一一直播间1分钟成交40万元、1小时1600万元。

仅从粉丝量来看，COCO ZONE的体量并不在超头部行列，因为后者动辄有五六百万粉丝。而COCO ZONE作为与达人IP强绑定品牌，作为创始人之一的带货主播刘一一，3个同名账号矩阵中粉丝量最大的@刘一一，只有140万粉丝；其次是@刘11生活号，92万；@Bella刘一一，30万，三个店铺矩阵号中，@COCO ZONE服饰旗舰店有14万粉丝。



图源：刘一一直播切片



618当天，COCO ZONE单场直播破亿



刘一一的3个同名账号矩阵

粗算下来，COCO ZONE矩阵粉丝量约在300万+，但这并不影响刘一一和品牌的种草号召力。翻阅刘一一的生活记录、穿搭分享短视频，单条点赞数平均在上万左右，评论区诸如「这套什么时候有？」「——穿啥衣服，都买」的老粉互动非常多，还有粉丝会在评论区分享「买家秀」，互动氛围恍若小红书。

从服装风格来看，COCO ZONE走极简轻奢风，时装颜色以低饱和度的黑白灰棕为主，既日常百搭，又能突显高级感。款式以女性基础款为主，但又不像被MUJI发挥到极致的寡淡性冷淡风，更偏向时尚大牌的设计剪裁，追求一个简约和大气。

这一风格很容易吃到潮流趋势的红利。最近两年，凭借松弛和低调维持的「高级感」，让极简风俨然成为时代审美的一个高地，静奢风、老钱风均是这股潮流的代表。年初曾有服装供应链人士估算，在抖音电商平台，去年仅刘一一、Romi、欢姐、hala、洛哥等在内的20多个极简风头部主播，就拿下超百亿销售额，势头不可谓不猛。

这其中既有时尚风向的助力，也少不了平台的推荐机制。抖音作为内容平台，不仅能通过内容种草实现对潮流趋势的引领，也能通过兴趣电商的个性化推荐，把趋势迅速推到潜在用户的面前，进而激活整个商业变现链条。

从COCO ZONE和刘一一的脱颖而出、持续霸榜女装品类第一名，

我们或许也可以窥见，平台和消费者当下更欢迎什么样的女装商家。

02 没有短板的打爆

在同行的拆解中，COCO ZONE的崛起被归因于达人IP风格差异化+货盘+运营能力。站在品牌运作的视角，多名业内人士评价COCO ZONE「没有明显短板」。

从直播风格来看，刘一一直播间没有喧嚣的「123上链接」「姐妹们冲」，她的个人风格更接近小红书博主的慢直播，一个人坐在沙发上，或者蹲在地上，以轻柔的聊天方式介绍货品、材质、穿搭理念，也会跟粉丝分享生活近况和个人感悟。

相比其他带货直播间的卖力吆喝、刻意营造出来的「手慢无」的紧张感，刘一一的直播间给人感觉更松弛、没那么急迫推销商品，商品介绍之外的互动内容还能为女性粉丝提供一定的情感共鸣，也就是情绪价值。

不难看出，刘一一的人设、话术、直播风格与COCO ZONE想要通过极简风传递的松弛自在生活的价值主张，高度契合。

这一点也体现在结果中。在刘一一账号首页，其内容体验评分为5分；拥有独特竞争力的内容也带来更高的粉丝黏性，不论是评论区还是品牌私域运营中，COCO ZONE的粉丝活跃度高于行业平均水平。



图源：刘一一抖音

森林资讯 | Forest information

当然有个「好观众缘」只是第一步。在直播电商中，真正让达人和品牌拉开差距的，还是后端的货品和服务能力。电商平台都吃货盘，只是直播电商平台尤甚，但货盘对后端供应链的要求极高。

「做这个品牌之前，我们已经就是准备好的状态。」COCO ZONE创始人之一、负责供应链的「建哥」透露，他本人在广州服装行业积累十多年，此前一直为国内一二线品牌做产品研发设计类供应链服务，并由此积累了大量设计师和工厂资源。可以说，这个团队有时尚研发设计基因。

直播电商兴起后，建哥团队转向为头部主播供货，仍以中高端货品为主。但他一直有做高品质女装品牌的念想，「做供应链是服务别人，属于被动型，你的设计是被选择；做品牌不同，可以尽情表达自己想要呈现的东西。」

此时的达人主播刘一一，尽管从粉丝量看来仍处于腰部，但已经在直播间展露带货能力，只是流量爆发后，货品跟不上。既然都想做「好货」，两人经朋友介绍后很快一拍即合，于2023年初共同创立COCO ZONE。

不少同行在拆解COCO ZONE的货盘数据时，都感慨品牌的上新速度和爆品能力。COCO ZONE目前共有6个直播间，每场直播大概都会有二三十个新款。建哥透露，除了公司内部的设计师团队，品牌还有4个外部研发设计小组，大概六十多人，这些人负责源源不断的创意输出，平均每天能提供30-50个新品设计方案，供直播间选择。

这也解释了为什么在去年10月的上海时装周上，COCO ZONE可以在品牌专场中一口气发布几十款2024春夏新款，提前预判趋势的背后亦需要强大供应链能力的支撑。

这种研发设计并非闭门造车。根据我们的观察，在新品开播前，COCO ZONE大都会有短视频测款环节，即通过短视频的评论区种草情况，再决定哪些商品需要提前备货，这样可以在直播间第一波打爆后现



COCO ZONE在上海时装周的秀场

10

森林资讯 | Forest information

货直发。这样操作有一个明显好处——通过提前预热积累意向订单、降低库存风险；但也有一定门槛，比如考验达人IP的粉丝量及粉丝粘性，否则有可能信息失真，背离真实市场情况。

选品、打版环节，至今仍由建哥本人亲自把关，他会紧盯成品效果是否符合设计预期。按照建哥的理念，创始人对产品的理解是内核，否则产品就没有灵魂。「我们自己看得过去的衣服，才能下厂生产。自己和周围人都看不上的，肯定不能卖给消费者。」

COCO ZONE用户画像为30岁-50岁的高消费能力女性，如精英白领、中产妈妈。这些人买衣服，不仅要版型好看，对品质也有更高的要求。尤其是高客单价服饰，品质往往决定复购率。而COCO ZONE从最初定位就在对标线下大牌，目标是在同等品质的前提下，做到比线下更具「性价比」。

至于如何确保品质，凭借深耕供应链多年的经验，建哥快速沉淀出自己的标准：比如合作的代工厂均有一二线品牌代工经验，所用纺织品面料至少为国标一等品；配件如拉链，统一采用日本YKK。之前服装业内有个说法，「用得起YKK拉链的，衣服鞋包质量都不会太差。」

为了保证消费者的购物体验，COCO ZONE全部采用顺丰发货，且每件服装出库前都要进行人工全检，以确保消费者收到的衣服没有线头及其他瑕疵，而目前行业内通行的是人工抽检、机器混检。

另据COCO ZONE品牌运营负责人锦文透露，售后服务部门会专门请LV柜姐做培训。除了为复购率高的老粉提供一对一专属客服、定期送礼品，团队在退货理由审核上相对宽松。比如官方要求的是7天无理由退货，但只要刘一一在直播间做过承诺的——比如说鞋子买回去一个月穿着不舒服可退，售后都会履行，「既然粉丝选择相信你，你就要做到位。光卖不管，那肯定是不长久的。」

COCO ZONE店铺信息显示，其服务分同样为5分。很多粉丝在商品评论区的留言是，「除了贵，没毛病。」

03 内容电商新风向，中高端货品崛起

飞瓜等平台数据显示，COCO ZONE品牌秋冬装平均客单价在400元以上，春夏装在300元以上。

有业内人士观察，COCO ZONE是抖音电商女装类目第一批做高客单价的红人店铺。从2023年秋季开始，许多同类型女装商家杀入，一批

11

森林资讯 | Forest information



COCO ZONE 抖音店铺

长了54.5%。

事后来看，COCO ZONE创立的时机，也刚好顺应了直播电商平台需求细分、中高端女装进入快速增长阶段的大趋势。抖音日活用户已经超6亿，用户生态的丰富性决定了平台不仅要为部分用户提供「平价」商品需求，还需要用品质好货满足另一部分用户群体的需求，并以此走出平台间的差异化。

对于商家而言，货品品质也是同粉丝最真诚的沟通方式，以及实现品牌长久经营的一个保障。

在一个新的结构性机会面前，先行者往往能吃到更多红利。COCO ZONE之所以能成为行业拆解视频中的「电商教科书」，可以说同样受益于。但在日益激烈的行业竞争面前，即便已经跑到女装类目第一名，COCO ZONE始终不敢松懈。

「抖音电商本身是一个快节奏的平台，商家自身要不断改变，才能稳得住。」COCO ZONE品牌运营负责人锦文认为，即便已经跑到头

在广州十三行根基颇深的大批发商、供应链商家，都开始发力这一赛道。

建哥告诉《降噪NoNoise》，当时决定做高客单价，有两个原因。一方面是基于产品理念：做高品质女装，面料、工艺、质检、物流及售后都要高标准，背后是更高的成本。另一方面是对趋势的观察。在为头部主播供货阶段，他发现，中高价格带在抖音电商正呈现一个爆发的趋势，与此同时淘系的高品质、高端女装，业绩也在增长。

这种趋势同样出现在线下，即便有疫情冲击，一些高品质女装品牌仍在快速反弹。去年下半年，设计师女装品牌江南布衣收入同比增长了26%；净利5.74亿元，同比增

12

森林资讯 | Forest information

部的商家，也要不断迭代，才能跟上平台的节奏。没有人可以停留在原地，「我们自己能做到的东西，只有做到了极致，才有底气去跟别人竞争。」

比如面对竞争，COCO ZONE开始在做品牌升级，建哥透露，今年开的款基本采用定制面料、进口面料，以此同市场上的通货做一定区隔。依托国内成熟的服装供应链，市面上的大多数款型都很容易被复制，创新成本颇高，但面料材质等品质细节是跟随着很难复制的地方，可以说，未来竞争会越来越向供应链上游演进。

锦文团队则在流量运营上寻求迭代。在直播之外，COCO ZONE今年大力探索店铺、商品卡、短视频、切片等经营模式，「多场域是抖音电商的大趋势，品牌必须要布局。」

如果说每一轮平台经营模式的拓展都有机会带来新的规模性红利，在兴趣电商领域上，全域运营正给更多品牌商家带来了全新的增长空间。锦文透露，目前品牌自然流量大约有70%，其中来自平台推荐的流量约为30%。据他观察，抖音电商货架场域给商家带来的增量越来越多。此时全域经营不仅可以「补量」，还能挖掘新的增量。比如今年618，光「商品卡」就为COCO ZONE带来日均120万元的销售，618当天更是冲到600万元。

今年618期间，抖音电商亦推出「保障新品牌」的扶持活动，给予参与活动的品牌返现等多重奖励，COCO ZONE积极参与了评选，并在618当天创下抖音女装单场GMV首次破亿的纪录。

当前直播电商行业已经进入下半场，平台流量、直播间氛围、消费者购物心理都在微妙变化。什么类型的商家能够脱颖而出、实现更为长久的经营？细究下来，我们认为各行各业还是有最大公约数的——比如好内容和好产品的强强联合。

具备这个底层优势的商家，亦有可能跑出下一个COCO ZONE。



全域运营正成为商家流量增长的新来源

13

服装电商倒闭潮来袭：
服装云仓或成破局关键

◎ 文 / 陈燕



2024年，服装行业风云变幻，令人震惊的是，据不完全统计至今已有超过 40 家服装网店倒闭或停止上新，其中甚至包括粉丝过几百万的知名企业。这一现象引发了行业的广泛关注和深思，究竟是什么原因导致了它们的衰落？

01 原因剖析

1. 库存管理失控

大量的库存积压，占用了企业大量的资金，导致资金链断裂。许多服装企业无法准确预测市场需求，盲目进货，最终造成了库存的严重过剩。

2. 运营成本高涨

仓库租赁、人力成本等不断攀升，压缩了企业的利润空间。

3. 退货率居高不下

消费者对服装的品质、尺码、款式等要求越来越高，一旦不符合预期就会选择退货。而服装企业如果处理不好退货流程，不仅增加了成本，还影响了品牌形象。

02 服装云仓的优势

1. 精准库存预测

凭借精准的库存管理和先进的分析技术，我们的云仓服务能够帮助企业准确预测市场需求，合理控制库存水平，避免库存积压和缺货现象的发生。

2. 降低运营成本

通过优化仓库布局和管理流程，我们能够有效降低企业的仓储和运营成本，让您的资金得到更合理的利用。

3. 优化退货管理

提供专业的退货处理方案，24小时内处理退货质检达到二次上架标准，加速商品的周转率，减低商品次品率，减少对企业的负面影响。

在这个充满挑战和机遇的时代，服装企业要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，必须不断创新和优化运营模式。选择新亦源专业服装云仓，或许就是您破局的关键一步。

让我们携手共进，共创服装行业的美好未来！



物流革命：跨境电商如何
借力服装云仓

◎ 文 / 陈燕

在全球化的浪潮中，跨境电商如同一艘艘航船，穿梭于国际市场的波涛之中。而服装云仓服务，便是这些航船上不可或缺的稳定之锚，为品牌企业提供坚实的后勤支持。今天，我们将探讨服装云仓公司如何为跨境电商提供专业服务，并揭示它们如何成为跨境电商成功的关键因素。

全球布局，无缝对接
50万平方米专业服装仓

我们在关键节点城市设立仓库，确保了货物能够快速、高效地流转至世界各个角落。无论是亚洲的时尚潮流，还是欧洲的经典设计，都能在最短的时间内抵达消费者的手中。



智能管理，精准高效
全平台全渠道系统打通

借助先进的仓储管理系统，我们实现了对库存的精准控制和实时更新。每一件衣服的流向，都在我们的监控之下。这不仅减少了库存积压的风险，也大大提升了发货的速度和准确性，让跨境电商的运营更加顺畅。



定制化服务，满足需求
服装质检增值服务全覆盖

我们深知每个服装品牌都有其独特的需求。因此，我们的质检服务不是一成不变的，而是根据每个客户的具体需求进行定制。无论是特殊的存储条件，还是复杂的物流要求，我们都能提供个性化的解决方案。



成本优化，提升竞争力
自主研发人效通系统

在保证服务质量的同时，我们还致力于帮助客户降低成本。我们自主研发的人效通系统可实现仓储优化成本30%，帮助跨境电商企业节省了大量的物流成本，从而提升了他们的市场竞争力。



安全保障，放心无忧
仓库财产险运输险保额高达100亿

货物的安全是我们始终关注的重点。我们的仓库配备了先进的安全系统，确保每一件服装都在安全的环境下储存和转运。此外，我们还提供全面的保险服务，让客户在享受高效服务的同时，也能拥有安心的保障。



结语

一个专业的服装云仓不仅仅是一个存储货物的地方，更是跨境电商企业的得力助手。我们用专业的服务，为品牌的国际化之路保驾护航。在这个充满机遇与挑战的市场中，我们期待与更多的跨境电商企业携手，共创辉煌。

森林发展 | Forest development

喜报连连：新亦源鞋服云仓 花桥仓开仓大吉

◎ 文 / 陈燕



在鞋服云仓行业中持续扩展和创新的我们，又迎来了新的里程碑——昆山花桥新开仓！

至今已正式运营一段时间了，展现了令人瞩目的运营效率和业务增长潜力。

自开业以来，昆山花桥新仓不仅加强了我们在华东地区的物流网络布局，更具体地提升了我们对当地及周边客户的服务能力和响应速度。凭借先进的设施和系统，我们的团队已经成功地地为众多品牌提供了高效、准确的仓储物流支持，以及多样化的增值服务以确保他们的产品能够安全、及时地到达市场。



18

森林发展 | Forest development

昆山花桥新仓的成功运营是我们承诺和实力的体现，更是我们不断追求卓越、致力于为客户创造更大价值的具体行动。

我们期待着与更多合作伙伴一起，推动业务向前发展，实现双方的共赢与成长。



19

森林发展 | Forest development

合肥开仓势如破竹 首日万鞋入库显神威

◎ 文 / 陈燕



近日，新亦源鞋服云仓合肥仓迎来了它的首日运营。这不仅标志着我们服务能力的进一步提升，也象征着地区物流行业迈入了一个全新的发展阶段。

开业当天，仓库就迎来了10000双鞋子的大规模入库。这不仅考验了我们的物流效率，更是对我们团队协作和执行力的又一次重要检验。



当晚9点，经过全体工作人员的不懈努力，所有鞋子均已清点完成并顺利上架。这一成就的背后，是我们对每一个细节的严格把控和对时间管理的精确计算。从接货、验货到上架，每一步都流畅高效，确保了货物的安全与完整。

展望未来，我们将继续深耕细作，不断优化供应链解决方案，力争成为行业内的佼佼者。让我们共同期待在未来的日子里，能够收获更多的成功与喜悦。

20

森林发展 | Forest development

新起点·新使命·新征程： 新亦源总部乔迁之喜

◎ 文 / 陈燕



01 乔迁大吉

在这绚烂的夏日里，我们带着满腔的热情和无限的憧憬，向您宣布一个重要消息：我们的公司总部正式搬迁到了一个新的地点啦！这不仅是一次简单的搬迁，更是我们企业发展历程中的一个重要里程碑，它标志着我们即将在新的舞台上，书写更加辉煌的篇章。

新居落成喜亦盈，瑞气满仓聚精英。
源远流长云如意，图强创新展宏程！
6月25日下午3点，我们在总部新址举行了一个喜庆的庆祝仪式。



21

森林发展 | Forest development

鞭炮一响，黄金万两！
鞭炮齐鸣，吉日良辰，
紫气萦绕，财源广进！



03 新的根据地

新的起点，新的环境，新的可能性。我们的新总部位于黄埔区果园一路2号。在这里，我们拥有更加宽敞的办公空间以及更加舒适的工作环境，为我们的团队提供了一个更好的创造和发展的平台。



在此，我们诚挚欢迎您，来我们的“新家”做客。
期待在新的征程中，与您一起前行！



22

森林活动 | Forest activities

“饮”领夏日，关怀满载：
新亦源夏日消暑行动

◎ 文 / 陈燕

随着夏日的热浪席卷而来，高温仿佛在每一个角落蔓延。为了缓解炎热给员工带来的不适，公司特别准备了一系列的消暑饮品，让每一位在仓库中辛勤工作的员工都能感受到来自大家庭的关怀与凉爽。

南沙仓



肇庆仓



东莞电子仓



23

森林活动 | Forest activities

东莞电商仓



黄埔仓



湖北仓



在这个夏天，我们不仅仅是在传递货物，更是在传递一份温馨的爱。从冰镇西瓜到清凉绿豆糖水，从甜蜜的小冰棍到解渴的冰可乐，每一款饮品都是我们对员工辛勤劳动的深深敬意和贴心呵护。

一直坚持“以人为本”的企业文化，我们深知，员工是公司最宝贵的财富。在酷暑中，我们希望这些小小的举措能为员工带去一丝丝凉意，让他们在忙碌的工作之余，也能感受到公司如家一般的温暖。



24

森林活动 | Forest activities

618特辑：时尚背后的力量
服装云仓揭秘

◎ 文 / 陈燕

每年的618电商大促，都是一场消费者的购物盛宴。在这长达一个月的购物狂欢背后，是无数商家和服务提供者的辛勤付出和精心策划。其中，我们公司作为一家专业的服装云仓，为这场电商盛宴提供了强有力的后勤支持。

在这个特殊的时期，我们为了确保每一件商品都能安全、准时地送达消费者手中，无论是在商品入库、存储、出库，还是在物流配送、退货处理等环节，我们都更为严格把控，力求做到最好。



其中我们的退货质检服务是我们的一大亮点。对于消费者返回的退货，我们会进行严格的质检，确保退回的商品符合要求后完成二次上架。这样既能保障消费者的权益，也能为商家节省大量的成本和时间。

(详细介绍见上一期期刊：把专业做到极致：新亦源鞋服云仓质检服务介绍)



25

今年的618电商大促活动虽然战线拉长，但我们新亦源服装云仓始终坚守在后勤一线，为各大服装品牌提供全方位的支持，让他们能够更加专注于商品的销售和推广，为消费者带来更好的购物体验。

在未来的日子里，我们将继续努力，为时尚行业的发展贡献自己的力量！

技能装备 Skills equipment

人效通升级： 全面实现面试登记无纸化

文 / 陈燕

新亦源一直是追求效率和坚守环保理念的公司，近日，我司对自主研发的人效通系统——员工管理系统，进行进一步的优化与升级，引入了面试二维码扫码登记功能。这一创新举措允许面试者通过简单扫描二维码即可完成信息登记，不仅简化了面试流程，还实现了面试登记的无纸化，为求职者提供了更加便捷的面试体验。

人效通自2022年研发以来，一直致力于引领和推动仓库效能数字化浪潮的发展。这项技术的应用，标志着该公司在人力资源管理方面迈出了重要一步。过去，面试者需要手动填写纸质面试表格，耗时且效率低。现在，通过一次扫码，面试者的信息便可被系统自动记录，未来入职时无需重复填写，大大节省了时间和资源。

此次人效通的升级不仅提升了面试效率，同时也展现了公司对环境保护的承诺。无纸化操作减少了纸张的使用，有助于减轻对环境的压力。同时，这也体现了公司对于科技运用的前瞻性思维，以及对提升员工和在员工体验的重视。

展望未来，我司将持续探索和实施新技术，不断完善员工管理和招聘流程，致力于打造一个高效、环保、且员工友好的工作环境。



求职者首次面试
在线登记场景



作业现场无纸化面试场景

26

技能装备 Skills equipment

员工之声：打工人， 你的上下班安全谁来守护？

文 / 陈燕

最近，或因天气原因，各地接二连三地发生安全事故。日前，大连一父亲送女儿上班双双溺亡事件已过去一周，却依然让人心有余悸。

这让我们不得不重新审视我们每天的上下班路途，安全意识的重要性不言而喻。

安全出行必修课

作为社会的辛勤工作者，我们每天都要经历上下班的路程，而这看似平常的过程却隐藏着各种风险。那么，我们该如何提高自己的安全意识，确保每一次出行都能平安顺利呢？

01 选择合适的交通工具

根据路线和交通状况选择最安全的出行方式。避免在极端天气或者身体状态不佳时驾驶。

02 遵守交通规则

无论是步行、骑行还是开车，都要严格遵守交通规则。不闯红灯、不逆行、不疲劳驾驶，稳定情绪，保持清醒的判断力。

03 规划时间充足

预留出足够的时间出门，避免因赶时间而导致的超速驾驶或者疏忽大意。

04 了解天气情况

出行前关注天气预报，遇到恶劣天气时要格外小心谨慎，必要时选择推迟出行。

05 学习自救知识

掌握一些基本的自救和急救知识，了解如何应对紧急情况，如遇险情能够保持冷静，采取正确的自救方法。

06 结伴同行

特别是在夜间或者偏僻路线，可以相互照应，增加安全性。

生活无常，安全至上。我们每个人都应该是自己生命的第一责任人，从现在开始，从我做起，提高安全意识，保障自己平安。希望每一位打工人都能安全上班去，平平安安回家来。

祝愿大家每一天都能安全出行，快乐工作！



27

森林擂台 Forest Arena

专业专注 · 质敬客户： 服务效率提升背后的举措与成果

文 / 温俊衡

今年，我们将“质敬客户”作为行动指南，深入梳理和评估仓库各环节人员的效能目标。根据客户、品类以及项目类型的差异，精心制定了与之对应的效率目标，全力满足客户与市场需求，至今已实施近半年。此刻，让我们通过具体举措和成效来回顾这一过程，为后续的培训提升提供有力依据。



肇庆仓

— 入库模块（收货、上架、拣货）：通过优化操作流程、加强员工培训以及合理调配资源等措施，实际产能相比目标产能有了显著提升，员工操作更加熟练，工作效率提高明显。

— 出库模块（发货，涵盖 B2C、B2B、JITX）：在优化发货流程、提高设备利用率以及加强团队协作等方面发力，实际产能接近目标产能且略有超出，各环节协同配合更加顺畅，有效保障了出库效率。

— 客退模块：采取了改进客退处理流程、加强与客户沟通以及提升员工处理问题的能力等手段，实际产能超出目标产能一定幅度，客退处理更加高效，客户满意度得到提升。

— 质检模块：由于客户需求的变化，内部持续调整操作流程，但仍面临一些挑战，实际产能距离目标产能尚有差距。后续将进一步优化流程，加强员工培训，以提高质检效率。

在入库模块以及客退模块业务量稳定的情况下，通过一系列的措施，人员效率熟练度不断提高，产出效率稳步增长。仓库整体效率超出预期，在单量稳定饱和且员工在职稳定的条件下，整体人员产能效率逐步提升，效能呈上升趋势。

28

森林擂台 Forest Arena

湖北仓

— 入库模块（装卸、上架、退货）：通过合理安排人员分工、优化装卸设备的使用以及加强退货管理等措施，实际产能超出目标产能，取得了较好的效果。

— 出库模块（拣货、车标、核单以及发货）：在优化拣货路径、提高车标准确性、加强核单效率以及提升发货速度等方面进行改进，实际产能略高于目标产能。

— 质检模块：通过加强质检标准的培训、优化质检流程以及提高质检设备的精度等措施，实际产能接近目标产能且稍有超出。

湖北仓整体产能能够跟上目标产能，增长幅度主要源于客户品类及季节因素。尽管人员调动频繁，但通过有效的管理和协调，仓库在配合客户需求服务方面的契合度较高，保障了各项工作的顺利开展。



禾观仓

— 入库模块（包装、上架、拣货）：管理层注重效率提升的培训，包括操作技能培训、团队协作培训等。同时，优化包装流程、合理规划货架布局以及改进拣货策略，实际产能达到了目标产能，并略有超出。

— 出口模块（正逆向发货）：同样通过加强员工培训、优化发货流程以及提升物流管理水平等措施，实际产能达到了目标产能，并略有超出。

出入模块能够达成效率目标，离不开管理层对效率提升的高度重视和一系列有效的培训及管理措施。

29

东莞电商仓

- 桥头、朗州仓
 - 入库模块（收货、上架、拣货）：通过引入先进的收货设备、优化上架流程以及提高拣货准确性等措施，实际产能接近目标产能
 - 出库模块（B2C、B2B 发货）：采取了优化订单处理流程、增加发货通道以及加强物流配送管理等手段，实际产能超出目标产能较多。
 - 质检模块（新品、退货拆包质检）：通过加强质检人员的培训、完善质检标准以及改进质检设备等措施，实际产能接近目标产能且稍有超出。
- 东莞桥头、朗州仓整体目标产能的达成率与预期目标没有显著差异，各模块环节的达成率幅度存在偏差。

番馬倉

- **入库模块（收货、上架、拣货）**：通过优化收货流程、合理安排上架时间以及提高拣货效率等措施，实际产能超出目标产能一定比例。
- **出库模块（B2C、B2B 发货）**：由于打包所需的包装耗材、品类在组装耗材及播种、质检的全流程花费时间较长，导致实际产能未达目标。后续将针对这些问题进行流程优化，提高设备利用率，加强人员培训。
- **质检模块（新品、退货质检）**：同样受到流程繁琐等因素影响，实际产能未能达标。未来将进一步优化质检流程，提高工作效率。
- 从上述服务目标产能情况可以看出，我们各仓库在管理方面针对不同客户的特点和需求，制定了多样化的操作流程以及履约效率提升措施，充分展现出我们的专业专注，以优质的服务向客户致敬。

内推大作战：抓住创“薪”机会

◎ 文 / 陈燕

2024年已过大半，在这个充满机遇与挑战的季节，我们肇庆仓的内推活动重磅来袭！

01 为什么参加内推

在这里，你不仅能成为朋友、前同事牵线搭桥，找到一个理想的职业发展平台，还能为公司注入新的活力和智慧。更重要的是，还有丰厚的奖励等你来拿！



02 内推奖励方案

凡介绍对经过面试合格被录用,通过试用期且在公司工作满3个月以上的(期间请假不得超过10天),公司给予介绍人按人头500元/人的奖励。

奖励发放形式：

在职满1个月，在次月薪资中发放100元；

在职满2个月，在次月薪资中发放150元；

在职满3个月，在次月薪资中发放250元。

03 内推流程&方式

- ①介绍人扫码内推专页登记内推信息
- ②HR安排面试
- ③应聘者面试通过
- ④应聘者办理入职手续
- ⑤定期核发内推奖金



04 当前热招职位

我们是一家专业的鞋服云仓公司。在当下竞争激烈的市场环境中，我们公司始终保持着强劲的发展势头，与众多知名企业建立了长期稳定的合作关系。

赶紧行动起来，把身边的优秀人才推荐给我们吧！让我们一起携手共进，共创美好未来！



加入我们



公司简介



新零售供应链（简称“新供应链”）总部位于广州，是专注于互联网时代的新物种、国内领先行业物流实践领导者。从创业开始，在国内首创并持续迭代进化，现已成长为集品牌、商品、物流、零售等为一体的新零售生态。是业内第一家拥有全品类、全渠道、全场景门店，上亿会员量，实现了300000+城市全覆盖。

我们拥有丰富以仓储物流体系，提供全链条的仓内增值服务，通过数字化、运营、智能物流提升管理效率。未来，我们以物流革新，创造新商业。

质检员-80名

负责货品外观质检，异常标记，折食包装设计。

拣货上架-50名

仓库商品上架码放，拣货下单不限经验、个人件件。



福利待遇

- 综合工资5000-12000元（底薪按照20元/小时，4500起）
- 有食宿，不强制吃，计件计薪（4500底薪+高额的业绩提成）
- 福利超群，不定期组织各种团建活动
- 免费工作餐，员工公寓（热水空调独立，健身房、球场、超市）
- 享有节假日8天，国家法定假期，带薪年假，节假日福利等











福利待遇：综合工资5000-12000元（底薪按照20元/小时，4500起）
 食宿：提供免费，餐补，水电费自理，提供员工宿舍，免费健身房及篮球场
 福利：带薪年假，法定节假日，年终奖，节日福利，节假日加班费

《期待您的加入》

面试地址：广州市白云区江湾路100号（江湾路地铁站B出口步行100米）

面试时间：早上9:00-12:00 下午13:00-17:00 面试当天无需预约

面试须知：面试当天请携带身份证及近期一寸照片2张



020-82513081

广州市黄埔区果园一路2号

<http://www.56xyy.com>