

2025



☎ 020-82513081
📍 广州市黄埔区果园一路2号
🌐 <http://www.56xyy.com>

中国 商圈物流

新亦源供应链
56XY

新亦源森林期刊



齐新协力，持质以恒：
新亦源2025战略落地会议 /P14
2024新亦源各仓年会
盛况回顾 /P16

主办：森林管护站
内部刊物 欢迎交流

No. **11**
2025年春刊
总第11期 11-02

目录 CONTENTS

02 ● 卷首语

02 2024成长 2025质敬

03 ● 森林资讯

03 新岁序开，万事开门红

04 2024年纺织服装专业市场运行分析

10 2024国际物流数字化生存报告：韧性、AI与全球化新棋局

12 ● 森林发展

12 守护品质，智赢未来：新亦源助力服装企业排除风险

14 齐新协力，持质以恒：新亦源2025战略落地会议

16 ● 森林活动

16 2024新亦源各仓年会盛况回顾

20 中秋“趣”团圆：各地分仓中秋精彩纷呈

22 ● 技能装备

22 发现人·用好人：精益管理从“新”开始

24 ● 森林擂台

24 评优表彰“追逐光，成为光”优秀支援者专访

26 喜报：新亦源2024年表彰评优

28 ● 筑巢引凤



新亦源森林期刊

2025年春刊 总第11期 11-02

主管/主办

新亦源供应链管理有限公司

出版人：王 伟

编辑出版：新亦源森林刊社

社长：曾 静

总编：陈 燕

素材收集部

责任收集：陈 燕

图片收集：陈新玉 徐晓晴 区韵琪

李 楠 梁开荣 汤 娟

伍贤晴

经营及品牌发展部

主任：曾 静（兼）

广告投放：曾 静

服务热线：400-686-5156

2 成长 4

2 质敬 5

◎ 文 / 王伟

2024，最后时刻，无论大家经历了什么，我们庆幸，每一年这个时候能和大家一起跨年，每一年，能有机会和大家分享我们的一年。

在经历了八年的创业时光，对于我们创始团队而言，新亦源，不仅是一家公司，更是一家企业，有团队的责任、有行业的使命、有对未来的追求。

过去的八年，让我们知道只要正心、正念、坚持梦想，天地都会为你让路，我们每个人用极度认真的态度对待每一个客户、每一个问题，于是我们拥有了全国1500个同行伙伴，我们拥有了行业品牌。在这里，我向所有用汗水和行动滋养我们的伙伴们表示感谢，感谢大家陪伴我们一同成长。

2024，市场经济的寒风贯穿一整年下来，周围的很多朋友、同学躺平了。寒冬像一面镜子，照出了人性的贪婪，但市场从来不会辜负一路取经人，我一直相信，只要心中有佛，比抵达灵山更加重要。一路下来，感触最深的是我们都全心投入、兢兢业业在思考如何发展公司、如何管理好公司的管理团队，是这样一个团队支撑起来公司持续前进的动力和希望，是我们每次面临危机和困难的时候永远有这样的团队在努力的战斗，伊人、郁太、程浩、老江、伟奎、高姐、曾静……还有我们在一线奋斗的千人军团的伙伴们。

2024是深刻成长的一年，我们经历了***项目中标而放弃，很多时候要抵制住诱惑；我们流失了***华东仓，我们知道，要懂得放弃贪婪和欲望；我们掉进了***项目巨大的坑（我创业以来最大一次亏损），让我们知道，我们距离专业还有很长距离，让我们更加知道千军易得、良将难求；我们经历了**、**招标的危机，我们面对了所有客户在这一年降价洗礼，我们活下来了，我们经历了各种洗礼后成长了，我们更加相信，保持善心、坚定信心、言行一致走下来，这样的团队具备应对各种困难和风险的能力。

回头一望，我们又又在人间一年，时光不语，2024，我们各地都业务量逆势增长，以前我总说选择比努力重要很多，我们选择了一个创越周期的行业，伴随着市场稳定增长，现在我知道了，只有无限的努力，只有无私的行动，只有你做到感天动地，这个企业才能有存活的机会，因为我们从来不是为了自己在战斗，我们始终希望团队越来越好，想尽一切办法创造给大家提高收入、提高奖励方案，我们八年来一直初心未变，这是我们活下来的基础，让大家在这里提高收入、创造快乐。

如果重新选择，还会过2024么？虽然教训深刻，虽然我们代价巨大，但是时光已逝，我不会再选择。因为我知道2025，我们会更好。我们已经在行动了，因为我们知道我们还不够好，我们一直在努力，我们在做人才盘点、我们在做年度计划、我们在做全员计件方案、我们在做效率提升奖励，我们2025会更上一层楼。



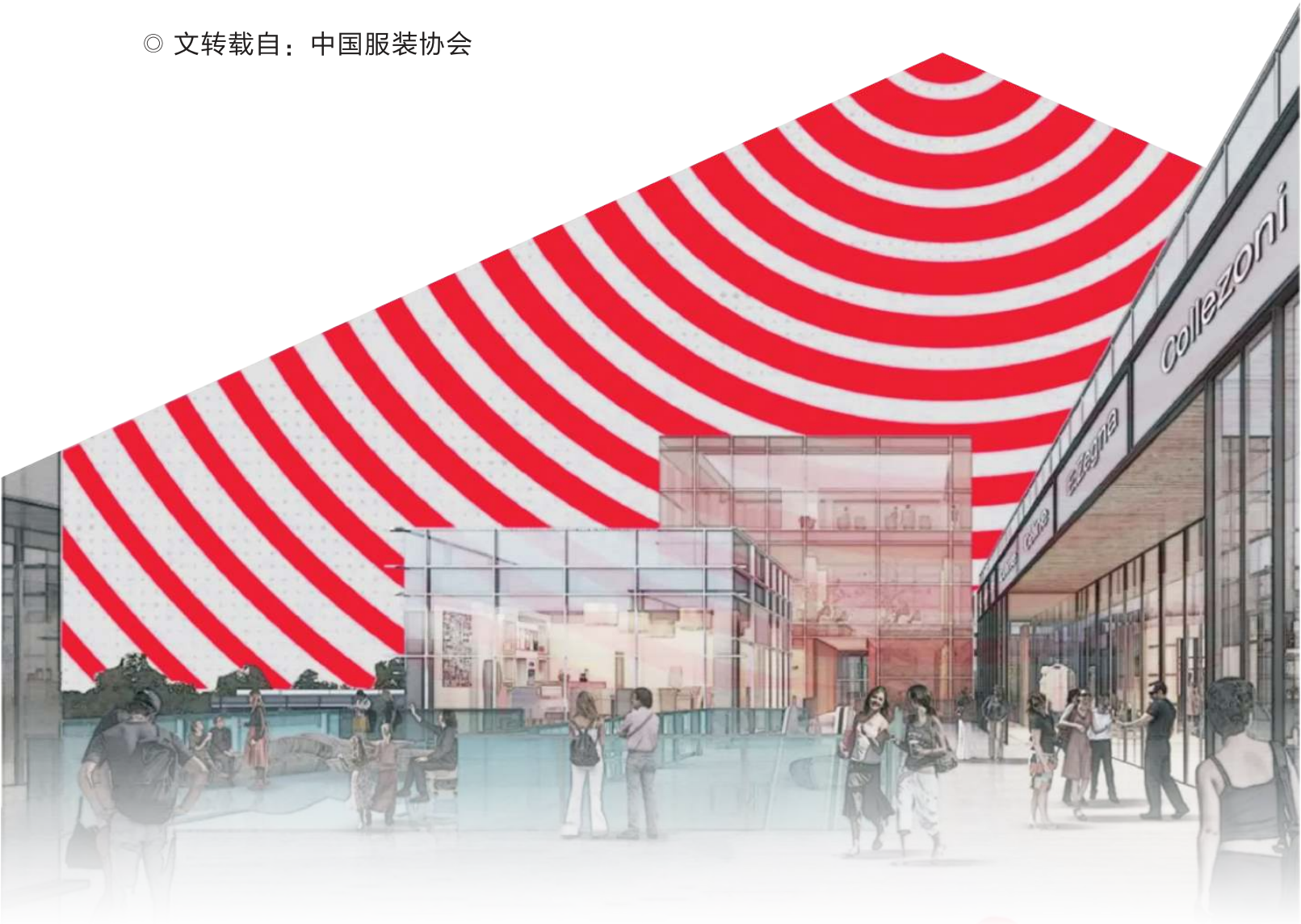
◎ 文 / 陈燕

金蛇纳福，新岁已至。案头新笺待墨香，恰似征程待闯荡。过往的拼搏凝为基石，未来的蓝图正待绘就。让我们以梦为马，不负韶华，在忙碌中寻价值，于挑战里铸辉煌。开工大吉，愿诸事顺遂，岁岁欢愉，携手共赴繁花盛景，同谱华章！



2024年纺织服装专业市场运行分析

◎ 文转载自：中国服装协会



2024年是充满压力挑战的一年，新的经济发展周期、地缘政治影响和技术创新冲击不断叠加，行业发展面临着复杂严峻的形势和有效需求不足的现实考验。2024年是承载希望与机遇的一年，行业大力发展新质生产力，纺织现代化产业体系建设取得积极进展，在稳定宏观经济中发挥了建设性作用。从纺织服装流行业看，2024年是行业竞争格局深刻变革的一年，传统渠道颠覆与创新渠道融合趋势不断加深，给纺织服装专业市场带来巨大挑战，行业进入结构深度调整周期。

2024年我国万平方米以上纺织服装专业市场862家，市场总成交额达到2.36万亿元，同比增长0.45%；

中国纺联流通分会重点监测的44家市场商圈总成交额为1.71万亿元，同比增长6.79%。专业市场在外部存在较大不确定性，内部发生剧烈结构挑战的现实条件下，坚持守正创新，融合发展，保障了总量规模的整体稳定，实现了平稳收官。

一、总体情况

据流通分会统计，2024年我国万平方米以上纺织服装专业市场862家，同比增长0.23%；市场经营面积达到7311.60万平方米，同比增长0.05%；市场商铺数量134.83万个，同比增长0.02%；市场商户数量

109.13万户，同比增长0.02%；市场总成交额2.36万亿元，同比增长0.45%。

总量规模方面。我国万平方米以上纺织服装专业市场数量于2018年达到915家，随着存量竞争的不断深入，专业市场行业优化与内部淘汰并存，歇业重装、关停倒闭、转变业态等情况加剧，新市场投资建设更加理性，市场总量减少。自2022年以来，关停市场数量和新增市场数量相对平衡（图表1）。

成交额增速方面。2019–2024年，专业市场总成交额年同比增速依次为–1.08%、–2.22%、1.98%、–8.54%、10.11%、0.45%。2023年，纺织服装专业市场市场成交额增速达10%以上，拉动成交额规模恢复至疫情前水平。2024年，专业市场在不利因素叠加的情况下，维持整体规模，实现了平稳收官（图表1）。

运行效率方面。2024年纺织服装专业市场商铺效率为174.71万元/铺，同比增长0.44%；商户效率为215.85万元/户，同比增长0.43%；市场效率为32216.03元/平米，同比增长0.40%。2024年，纺织服装专业市场运行效率、商铺效率、商户效率均达到近六年的最高值，更少的市场和商户创造了更大的价值，专业市场结构优化的成果在运行效率方面逐渐显现（图表2）。

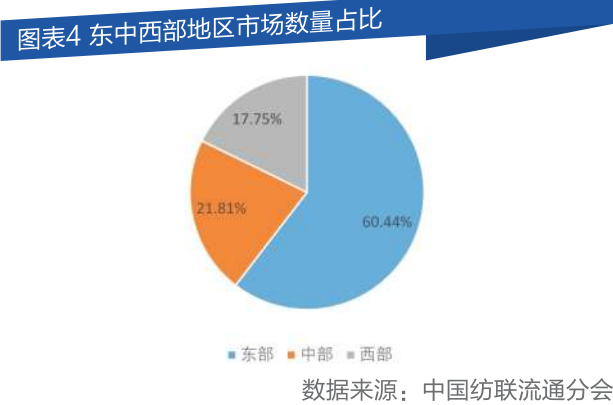
景气方面。2024年专业市场管理者景气指数全年

平均值为51.84，商户景气指数全年平均值为50.72，两项平均数均高于50荣枯线，可见，2024年我国纺织服装专业市场管理者与商户商业活跃度较高，整体处于扩张区间。从指数走势看，管理者指数起伏更大，专业市场运营淡季表现明显；商户指数相对平稳，可见商户在全年始终保持着较为活跃的商业活动（图表3）。



二、结构分析

从区域看，862家专业市场中，东部地区521家（图表4），成交额20142.78亿元，占总成交额的85.51%，同比增长1.58%。中部地区188家市场成交额2334.73亿元，占总成交额的9.92%，同比下降5.42%。西部地区153家市场成交额1077.57亿元，占总成交额的4.57%，同比下降6.32%。（图表5）



图表5 东中西部地区市场成交额占比、增速表

	东部	中部	西部
成交额 (亿元)	20142.78	2334.73	1077.57
占比 (%)	85.51	9.92	4.57
增速 (%)	1.58	-5.42	-6.32

数据来源：中国纺联流通分会

从品类看，服装和原、面（辅）料是我国纺织服装专业市场的主营商品，主营服装和原、面（辅）料的专业市场共610家，占市场总量的70.76%（图表6），成交额占总成交额的68.20%。其中，主营服装产品的专业市场453家，在各品类中成交额最高，达8500.66亿元，占总成交额的36.09%，同比下降3.23%；主营原、面（辅）料的专业市场157家，成交额位列第二，达7562.90亿元，占比32.11%，同比增长1.91%；小商品市场增速最高，达14.02%；家纺类专业市场也实现了正增长，同比增长1.26%；综合类市场、其他类市场成交额下降，分别下降4.95%、12.96%（图表7）。

图表6 各品类市场数量占比



数据来源：中国纺联流通分会

图表7 各品类市场成交额占比、增速表

类别	成交额（亿元）	占比	增速
面辅料	7562.90	32.11%	1.91%
服装	8500.66	36.09%	-3.23%
家纺	1853.08	7.87%	1.26%
小商品	3339.99	14.18%	14.02%
综合	1613.18	6.84%	-4.95%
其他	685.28	2.91%	-12.96%

数据来源：中国纺联流通分会

三、重点监测市场分析

2024年1-12月，流通分会重点监测的44家纺织服装专业市场商圈总成交额达到17177.57亿元，同比上升6.79%。其中，20家市场成交额同比上升，平均增幅为8.98%；23家市场成交额同比下降，平均降幅为1.66%；1家市场成交额持平。

（一）运行效率分析

从市场运行效率看，44家重点监测市场平均运行效率为77332.88元/平米，同比上升6.79%；平均商铺效率为591.72万元/铺，同比上升6.80%。

（二）市场区域结构分析

从区域结构看，1-12月，44家重点监测市场中，东部地区专业市场成交额为15083.36亿元，同比上升7.62%，占专业市场总成交额的87.81%；中部地区专业市场成交额为1499.21亿元，同比上升1.34%，占专业市场总成交额的8.73%；西部地区专业市场成交额为595.00亿元，同比上升0.71%，占专业场总成交额的3.46%（图表8）。

图表8 44家重点监测市场东中西部地区成交额占比、增速表

	东部	中部	西部
成交额（亿元）	15083.36	1499.21	595.00
占比（%）	87.81	8.73	3.46
增速（%）	7.62	1.34	0.71

数据来源：中国纺联流通分会

（三）流通层级结构分析

从流通层级来看，44家重点监测市场单位中包括26家产地型专业市场、18家销地型专业市场。2024年1-12月，26家产地型市场成交额达到15638.05亿元，占总成交额的91.04%，同比上升7.70%；18家销地型市场成交额为1539.52亿元，占总成交额的8.96%，同比下降1.66%。

四、2024年纺织服装专业市场运行分析

（一）数据分析

1、专业市场积极应对挑战稳住成交规模

2020-2022年，我国纺织服装流通领域遭受疫情冲击，专业市场承压运行，总成交额与疫情前相比存在一定差距。2023年，纺织服装专业市场高速增长，成交额重回疫前规模。2024年，纺织服装专业市场面临机遇与挑战并存的全新发展阶段，在技术革新、商业竞争、消费巨变的叠加之下，呈现出更加坚韧的发展意志和创新精神，在行业激励竞争和内部淘汰的情况下，稳住了成交额规模。

2、龙头市场对行业总量的影响持续加深

2024年，纺织服装专业市场面临激烈的内外部竞争，市场发展压力加大，较大比例专业市场成交额下降。另一方面，在行业困难模式之下，马太效应进一步凸显，各地龙头市场展现出更强的资源整合能力和市场竞争优势，成交额不断实现新的突破。从品类看，柯桥、盛泽面辅料市场群，义乌中国小商品市场，南通叠

石桥家纺市场等几大龙头市场群，在各自细分领域占据半壁江山，并在较大总量基数的情况下，实现了中高速增长，直接拉动面辅料市场、家纺市场、小商品市场等三大细分品类实现了成交额的正增长。从全国看，流通分会重点监测的44个龙头市场群占据了全国纺织服装专业市场70%以上的市场份额，并实现了6.79%的增长，对行业总量起到了巨大的拉动作用。

3、各区域市场积极探索破局发展

2024年，面对不断提高的行业竞争发展压力，我国东中西部纺织服装专业市场积极尝试新模式业态，探索破局发展之路。东部地区背靠产业集群，以强大的规模优势和生产流通协同生态为依托，创造了全国80%以上的成交份额。近年来，东部市场继续加大产品创新研发力度，探索流通创新模式，实现了逆势上涨，稳定了我国专业市场成交额的基本盘。中部、西部地区专业市场则积极探索模式业态创新，为我国专业市场行业结构优化和品质提升贡献力量。一方面，市场大力推动二批商户加速向1.5批转型，提升对供应链的把控能力；另一方面，市场积极打造批零兼营的新场景、新生态，加速融入城市商业版图，不断提升客户体验，稳定了市场运行，提升了客流量。

（二）专业市场进入品质化发展周期

2024年，服装电商发展进入瓶颈期，线上流量红利持续减弱；消费者逐渐向实体回流，随之而来的是实数融合、全域营销、场景体验的全新局面。在新旧商业文明交替的新阶段，我国纺织服装专业市场进入品质化发展周期。

1、以“新质”为引擎，推动行业全面创新

2024年全国两会后，“新质生产力”这一被写进政府工作报告的概念，引起各行业的广泛讨论。纺织服装专业市场作为纺织服装行业的重要中枢，积极探索以新质生产力为核心的转型升级路径，2024年，专业市场通过新产品研发、新技术应用、新模式融合等积极尝试，取得了良好的成果，带动了营业额的提升。

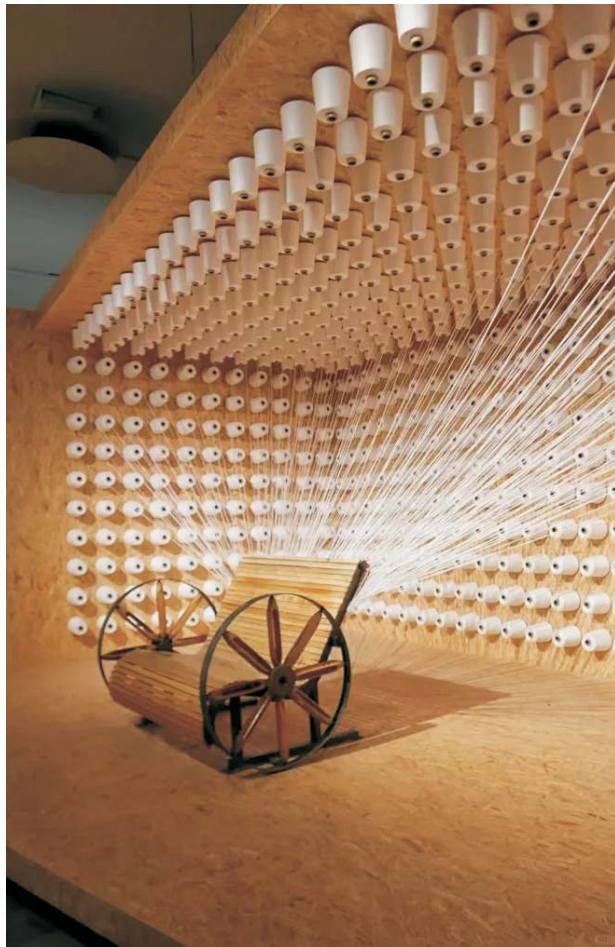
新产品研发方面，纺织面料市场以产业科技创新为引领，以新材料研发为抓手，以面料研发带动服装研发设计水平的全面升级。如柯桥中国轻纺城大力推进“纺织新材料中心”“纺织技术创新中心”项目落地，广州

国际轻纺城打造“时尚原创平台”，两大面料龙头市场从行业源头开始推动新质生产力在全产业链的深入发展。

新技术应用方面，各地专业市场积极组建技术团队，结合自身情况和现实需求，打造高匹配度、高实操性的全新技术工具，极大提升了专业市场的运营服务效率。如常熟服装城升级智慧商城“尚城小二”平台2.0版本，上线12个功能体系，建立线上线下载联动机制；郑州锦荣商贸城自主开发“快批吧”平台，通过“曝、探、推、引、聚、卖”实现商、客线上对接，助力商家营销拓客。

新模式融合方面，各地专业市场开展策展式运营，在郑州银基广场、汉正街服装市场等市场出现大面积的供应链集合品牌展厅，兼具供应链平台和“白牌小店”双轮驱动的发展特点；即墨服装城实现职业经理人分区托管和集中运营，打造特色专区，形成良好的示范带动效应；各地市场强化会员制运营，深耕私域流量池，全面提升会员服务体系；商户不断提升原创设计水平，试水轻量化定制、档口与工作室融合等新模式，提升客户的个性化设计服务体验。





2、以人为本，提升专业市场服务品质

2024年，胖东来在我国零售行业掀起以人为本的新浪潮，纺织服装专业市场作为满足人民美好生活的商业业态之一，不断提升批零兼营的服务品质。除了各类采购节、节假日促销节等传统模式外，各地纺织服装专业市场纷纷打造场景、提升体验，实现了品质服务的新突破。在场景打造方面，如广州国际轻纺城、广州中大门、郑州银基广场等打造艺术场景化展厅和策展空间；深圳华海达市场搭建中式古典美学打卡点；推动纺织服

装专业市场打造时尚与艺术融合的体验空间。在业态融合方面，重庆大融汇打造“好吃街”，广州白马服装市场引入一楼餐吧区，深圳笋岗商圈引进特色餐车，汉正街商圈打造十字街市集，建设烟火气十足的城市居民消费空间。

3、发展会展经济，畅通产业流通循环

2024年，纺织服装专业市场充分发挥展会在畅通供需循环中的关键作用，以博览会、采购节、时尚周等多种方式，推动线上线下双向引流，提升了影响力，带动了成交额的增长。

2024年，中国纺联春季、秋季联展在国家会展中心（上海）盛大开幕，白马服装市场、意法服装城、常熟服装城、中纺中心服装城、郑州银基广场等行业龙头市场组团参展，展示了纺织服装流通行业的创新发展成果；2024中国（大连）国际服装纺织品博览会、金正茂·汉派服装总部2024汉派秋冬采批节、第七届中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛展览会、绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会、海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展、濮院国际毛针织服装博览会等地方性展会连续举办，极大提升了产业流通活力，加强了各地市场、企业、商户之间的交流对接。

与此同时，各地专业市场积极创办时尚周、服饰节，大力发展“发布经济”，不断提升行业“首发”“原创”“时尚”“设计”内涵。2024 济南时装周、2024西柳国际时装周、2024朝天门原创时装周、2024湖南服饰博览会暨芦淞时装周、2024中国流花国际服装节等成功举办，不断提升专业市场在时尚艺术行业的专业地位和话语权。

4、促进国际合作，全球发展打开新局面

2024年，各地纺织服装专业市场不断发力外向经济，开拓海外市场。海城西柳举办“2024全国纺织服

装内外贸一体化融合发展大会”，绍兴柯桥举办“2024国际纺博会海外云商展（英国站）”，中国纺织服装企业积极参加第六届中国纺织精品展览会（南非）、家纺企业积极参加俄罗斯国际家用及室内纺织品展览会，“广州白马时尚行·边贸供应链对接会”在云南昆明拉开帷幕……纺织服装专业市场不断拓展对外国际贸易网络，深化供应链合作。

跨境电商方面，2024年，商务部、国家发展改革委等各部门相继出台文件，持续释放支持跨境电商行业发展的信号。纺织服装专业市场敏锐把握行业发展趋势，积极筹划产业出海，布局跨境电商。如“毛衫派”全球毛衫一站式跨境采购平台在洪合正式启动；2024广东服装跨境电商大会隆重举行；“希花怒放”产业带出海专场对接会在柯桥举行，TEMU秋冬季重点企业招商会在常熟举行；湖北天门以跨境电商为主题召

开2024中国（天门）服装电商产业大会。

结语

2024年，我国纺织服装专业市场行业进入震荡调整、结构优化的发展周期，同时也进入了新旧商业文明交替、实体消费复苏的战略机遇期。适应新环境、明确新定位、探索新模式、寻找新增量是一个相对漫长而充满挑战的过程，专业市场必须在外部环境的不断变化中，适应上下游主体之变、消费需求之变和渠道模式之变，立足行业内涵与趋势的深刻变化，围绕发展新质生产力的方向要求找到工作着力点，打造供应链平台市场，坚持线上线下融合、内外贸融合、产商文旅融合、供应链协同的发展理念，共建纺织服装产业流通新生态。



2024国际物流数字化生存报告：韧性、AI与全球化新棋局

◎ 文章来源：艾瑞网



导语：全球物流进入“算法战争”时代

国际航运研究机构DHL最新数据显示：2024年全球跨境电商物流市场规模突破8.3万亿美元，但行业平均利润率同比下降至4.7%——“效率黑洞”正在吞噬传统物流企业的生存空间。中国物流科技企业如何破局?本文通过一家典型的国际物流科技公司WallTech为样本拆解行业趋势与本土标杆案例，揭示数字化生存的终极答案。

一、2024国际物流三大变革引擎

1、从“经验主义”到“感知网络”

根据Gartner报告，78%的货代企业将在2024年部署AI决策系统，通过实时抓取港口拥堵指数、地缘政治风险(如红海危机预警模型)、碳税规则变动等200+维度数据，重构物流决策链。

2、“最小颗粒度”成本革命

马士基2024Q1财报披露：通过机器学习优化集装箱装载方案，单箱操作成本降低8.2%。行业共识：未来竞争焦点将从“运力规模”转向“每公斤货品的算法优化能力”。

3、弹性供应链的“数字孪生”

亚马逊全球物流启用供应链虚拟映射系统，将客户订单履约时效波动率压缩至4%以内。这预示着：物理世界的物流网络，正被数字世界的模拟推演重新定义。

二、行业启示录：谁在定义下一代国际物流系统？

“未来的物流巨头，本质是数据与算法的聚合器。”——麦肯锡《2024全球物流科技白皮书》

WallTech科技的实践印证了这一趋势：

1、数据沉淀：

WallTech累计处理3.4亿条物流业务，构建行业

最大异常工况数据库。

2024年，CargoWare系统全年迭代 175次，其中，平台常态化升级55次，配合客户需求升级 120次。eTower系统全年迭代 151次，平台常态化升级52次，配合客户需求升级99次。

2024年，eTower新增对接尾程资源 32 家，大迈、Emile、TechTMS、Evri IE、LTC Peru S.A.C.、Royal Mile SAPIENT、HiExpress、Mirex、Freightways、ShipRacer、Bpost、Coordinadora、Yanwen、DPEX、onFleet、EHUB、PostNL、Dragonfly、Posti、Jitong MX、Bill Express、Purolator ROW、Centiro、La Post、VeryKShip、Chaofan、HDN、YTO JP、Hound、FTL、Casesa、Hermes DE。

eTower累计已对接120+全球尾程物流资源、13个全球主流电商平台和数据服务平台、12家ERP系统；

除平台用户本身外，系统还对接了超110名物流商系统，数字化赋能878+物流产品(渠道)，覆盖 220 个国家和地区，编织一张横跨全球、互联互通的一体化云端供应链“巨网”。

2、生态壁垒：

2024年WallTech基于13年全球国际物流行业积累，联合用户和合作伙伴共同打造了物流生态圈——沃行之家(WallTech Family)。

通过整合国际物流供应链上各方资源，为用户提供物流系统的同时进行业务赋能，基于WallTech全球合作伙伴网络提供所需的物流资源，最终达成多方可持续共赢。

沃行之家将致力于将 CargoWare 和 eTower 用户与更多优质的物流资源对接，并通过扩展沃行之家社区，吸引更多物流资源方加入，构建更加强大的全球物流生态圈。



3、价值升维：

2024年，传统国际货代与跨境电商物流系统全面融合

CargoWare国际货代物流云服务和eTower跨境电商物流协同云服务在一个平台上深度融合：彻底打通传统货代和跨境电商物流业务壁垒，通过统一接单中心获取订单后，系统依据预设的智能规则，将订单派发至相应的业务单元进行高效执行。

所有业务数据则统一发送到财务系统中，实现了业务与财务的一体化。

在业态融合的大趋势下，越来越多的企业同时兼备干线端物流操作和跨境电商海外仓、直邮包裹物流业务。如今，这样的企业可以享受在同一平台管理所有物流业务的便利。



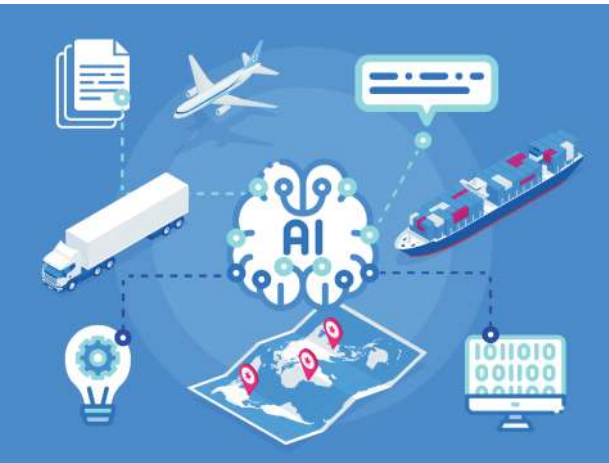
2024年，AI赋能国际物流数字化管理

CargoWare和 eTower接入 Claude3.5, Open AI, DeepSeek在内的多家世界顶尖AI大模型，深度赋能：托书识别，运价识别，自动对账，局部交互体验提升、内部知识库系统等功能：

1、2023年Q2：率先引入GPT-4。建立最初的“企业知识大脑”，将海量货代业务数据(报关、订舱、运输、历史案例等)进行语义解析与统一整合。

2、2024年Q1：引入Claude，在 GPT-4 架构之上进一步强化语义联想与推理深度，对多样化的行业文档与实践案例做精准关联与逻辑梳理。

3、2024年Q2：引入DeepSeek，结合货代行业特定场景的深度学习需求，对专业领域的规则、术语、流程进行定制化训练，形成垂直化的知识库。



两大平台以“深度智能、全链贯通”为核心，推出涵盖操作流程、智能决策、跨系统协作的10项革新功能，标志着国际物流行业迈入“全场景智能化”新阶段。

结语：数字化生存的终极命题

当全球物流业在不确定性中寻找确定性，中国科技企业WallTech给出的答案是：用比特世界的精准，对抗原子世界的熵增。这场无声的效率革命中，或许正孕育着下一个国际物流规则的制定者。

守护品质，智赢未来： 新亦源助力服装企业排除风险

◎ 文 / 陈燕

在快节奏的时尚行业，服装品牌企业面临着激烈的市场竞争和日益复杂的运营挑战。如何确保产品质量，减少损失，提升客户满意度？新亦源专业服装云仓，以其先进的监控系统，为品牌企业筑起一道坚实的防线。今天，我们就来深入探讨咱们服装云仓监控的三大亮点，让您的品牌在风云变幻的市场中稳如磐石。

01 无死角监控，规避人为漏检风险

质量是服装品牌的生命线。在传统仓储模式下，质检环节往往依赖人工操作，难免存在疏漏。而我们的服装云仓，采用高清摄像头全方位覆盖质检区域，实现无死角监控。

每一针每一线，每一个细节，都在严密的监视之下，确保每一件服装都符合高标准的质量要求。这不仅降低了人为漏检的风险，更提升了整体质检效率，让品质成为您品牌的名片。



02 高清监控举证客损，拒绝薅羊毛

面对日益增多的客户退货，如何快速准确地判断商品状态，防止恶意退货（俗称“薅羊毛”），是许多品牌头疼的问题。我们的服装云仓引入了先进的高清监控系统，对客退商品进行全程录像，为后续处理提供有力证据。同时，对于确认无误的商品，我们将协助品牌方进行二次销售或妥善处置，最大化挽回损失，维护品牌形象。



03 打包全程监控，避免客诉举证失败

高端产品因其独特的设计、精良的工艺和高昂的价格，更需要严格的包装保护。在打包过程中，任何细微的疏忽都可能引发客户投诉，甚至影响品牌声誉。

为此，我们的服装云仓特别设置了高清监控设备，对高端产品的打包过程进行全程记录。从选盒、填装、封箱到贴标，每一步操作都有迹可循。一旦发生客诉，我们能迅速调取相关视频资料，还原事实真相，有效应对纠纷，保护品牌免受不白之冤。

在这个瞬息万变的时尚界里，专业的服装云仓不仅是您高效管理库存的得力助手，更是您防范风险、提升竞争力的秘密武器。选择我们，让科技为您的品牌保驾护航，共同开启智慧零售新篇章！



齐新协力，持质以恒： 新亦源2025战略落地会议

◎ 文 / 陈燕

近日，我司成功开展了关于 2025 年战略落地实施工作会议，此次会议是公司发展进程中的重要节点，为公司后续行动提供了深刻洞察。

回顾
2024

2024 年是公司发展道路上具有深刻意义的一年。在这一年中，公司在多个业务领域积极探索，展现出了坚韧不拔的发展精神。然而，在发展过程中，我们也遇到了一些需要共同面对和思考的情况。



反思
与讨论

会议针对 2024 年运营过程中的现象展开了深入反思和广泛讨论。各部门积极参与，从多维度分析问题产生的潜在原因，并提出了切实可行的落地实施办法。

结语



此次战略落地会议是公司迈向 2025 年的重要一步。我们深知，只有解决好当前问题，才能更好地前行。我们相信，在全体员工的共同努力下，齐心协力以质量服务的根本，公司将在未来克服困难，稳健发展。



2024新亦源各仓年会盛况回顾

2024对于新亦源来说，是充满挑战与机遇的一年，更是收获成长与感动的一年！为了庆祝这一年的辛勤付出，展望更加美好的未来，新亦源全国各仓分别举办了精彩纷呈的年会盛典，让我们一起来回顾那些难忘的瞬间吧！

总部



华东区域



HUA

肇庆&佛山

东莞区域



中秋“趣”团圆 各地分仓中秋精彩纷呈

◎ 文 / 陈燕

月到中秋分外明，人到佳节别样亲。在这个象征着团圆的中秋佳节莅临之际，我司各地分仓纷纷举办了丰富多彩的庆中秋活动，让我们一起感受这份浓浓的节日氛围吧！



总部

总部举办的水果品鉴会，为员工们带来了一场味蕾的盛宴。各种新鲜的水果琳琅满目，散发着诱人的香气。大家品尝着甜蜜的水果，分享着生活的点滴，欢声笑语回荡在办公室里。这场水果品鉴会，不仅让大家品尝到了美味的水果，更增进了同事之间的感情，让大家在忙碌的工作中感受到了公司的关怀。



东莞仓

一杯杯温暖的奶茶，传递着浓浓的关爱。在这个渐凉的秋日里，奶茶的温暖仿佛也在提醒着大家，无论工作多么忙碌，都要记得关爱自己，珍惜身边的人。东莞仓的小伙伴们手捧着奶茶，脸上洋溢着幸福的笑容，这份温暖也将伴随着他们，在工作中更加努力拼搏。



肇庆仓

肇庆仓为每位员工发放了精美的中秋礼盒。这份礼盒承载着公司对员工们的深深祝福与关爱。礼盒不仅是一份物质的馈赠，更是一份精神的慰藉，让员工们在这个团圆的节日里感受到了家的温暖。



黄埔仓

黄埔仓为员工们发放了最为应景的中秋月饼，让人感受到了浓浓的节日氛围。月饼虽小，却蕴含着无尽的温暖与关怀。希望这份甜蜜也能激励着他们在工作中更加努力，为公司的发展贡献自己的力量。



中秋佳节，是团圆的时刻，也是感恩的时刻。在这个美好的节日里，让我们一起感恩过去的努力与付出，展望未来的美好与希望。最后，祝新亦源全体员工中秋快乐，阖家幸福！愿我们在未来的日子里，继续携手共进，共创美好未来！

发现人·用好人：精益管理从“新”开始

◎ 文 / 陈燕、李庆斌



在追求卓越运营与持续发展的征程中，新亦源始终高度重视员工的创新思维与积极贡献。近日，公司对一位在仓库管理工作中，展现出非凡智慧与创造力的员工李庆斌予以通报表扬及奖励。

李庆斌在日常工作中，凭借敏锐的洞察力和对工作细节的精准把控，深度挖掘现有作业流程中的优化空间。他将自身积累的丰富工作经验与对高效作业的不懈追求相结合，精心提炼出一套全面且细致的仓库作业标准操作程序（SOP）。

李庆斌：精益管理从“新”开始

平心而论，这项工作于我而言责无旁贷，而当得知自己荣获此奖时，内心满是意外与惊喜。

在尚未制定这份 SOP 之前，新员工入职培训的情况堪忧。仅仅依靠老员工口口相传那短短 10 分钟的培训，新员工对内容的吸收程度连 50% 都难以达到。如此一来，在对操作指引一知半解的情况下开展工作，出现异常状况也就不足为奇了。而新员工因缺乏有效培训而在工作频繁出错，必然会招致管理人员的批评，这无疑会使他们心理产生巨大落差，进而导致心态不稳，甚至可能选择离职，给团队带来人员流失的风险。

鉴于此种情形，我站在新员工的视角精心编写了这份 SOP，以清晰易懂的书面形式为他们提供操作指南，力求减少工作中的异常情况，助力新员工迅速熟悉业务、上手工作。

公司给予我这份荣誉，也让我深刻领悟到一个道理：稳定的团队，离不开稳定的人员架构、标准的 SOP 以及富有责任感的管理模式。其中，标准的 SOP 一定是仓库运作的根基所在，唯有将这一基石筑牢，方能无惧任何挑战与风雨，确保团队在稳健的轨道上持续前行。

此次表彰不仅是对李庆斌个人努力的认可，更是公司对创新精神和卓越绩效的大力倡导。公司将以此事件为契机，进一步营造积极向上、勇于创新的企业文化氛围，鼓励全体员工在各自的工作领域

不断追求卓越，为实现公司的长远发展目标而携手奋进。

展望未来，我们将继续秉持创新驱动、高效运营的理念，不断挖掘内部潜力，优化工作流程，提升整体竞争力。相信在全体员工的共同努力下，公司必将在行业内取得更加辉煌的成就。



Standard Operating Procedure



评优表彰 “追逐光，成为光” 优秀支援者专访

◎ 文 / 陈燕

在公司的发展历程中，总有一些人默默奉献，用自己的行动诠释着责任与担当。今天，让我们一起走进三位远赴上海仓支援的同事的世界，聆听他们的故事，感受他们的风采。



郑金龙

肇庆仓电商入库组

郑金龙于2022年5月加入公司，日常负责入库业务操作等工作。他兢兢业业，竭尽全力完成各项工作，在这次上海仓的支援中获评优秀支援者。

Q 是什么促使你决定远赴上海仓进行支援呢？

A 郑金龙：公司是一个整体，上海仓有需要，我觉得自己有责任去贡献一份力量，同时这也是我提升自己的一个机会。

Q 支援期间的工作与原本的工作有什么不一样吗？

A 郑金龙：最大的不同是工作流程和团队协作方式。我需要尽快熟悉上海仓的独特流程，与当地团队建立良好的沟通和协作关系，这是个不小的挑战，但也让我学到了很多新的方法和技巧。

Q 在这次支援工作中，你个人最大的收获是什么？

A 郑金龙：我在专业技能方面有了很大的提升，学会了如何在复杂的环境下高效地工作。

Q 获得“优秀支援者”这个奖项，你有什么感受？

A 郑金龙：我感到非常荣幸和自豪能够获得这个奖项。这不仅是对我个人工作的认可，更是对我们整个支援团队的肯定。



李小梅

肇庆仓电商出库组

李小梅负责复核打包等工作。她严格遵守、执行仓库管理规程和标准，将效率落实到每道工序、每个环节，在这次支援上海的工作中荣获优秀支援者。

Q 是什么促使你决定远赴上海仓进行支援呢？

A 李小梅：我一直渴望挑战自己，上海仓的支援工作对我来说是一个全新的挑战，同时也希望能为团队出一份力。

Q 支援期间的工作与原本的工作有什么不一样吗？

A 李小梅：上海仓的工作节奏更快，任务更加复杂多样，这对我的综合能力提出了更高的要求。

Q 在这次支援工作中，你个人最大的收获是什么？

A 李小梅：这次支援让我更加自信和坚强。面对各种困难和挑战，我不再害怕，而是积极寻找解决办法。

Q 获得“优秀支援者”这个奖项，你有什么感受？

A 李小梅：这份荣誉将激励我在今后的工作中更加努力，不断追求卓越，以更加饱满的热情和责任心为公司的发展贡献自己的力量。



黎岭

东莞电商智谷仓拆零组

黎岭日常负责客退和拣货等工作，他刻苦耐劳，恪尽职守，展现出了高度敬业和专业的精神，在这次支援上海的工作中荣获优秀支援者。

Q 是什么促使你决定远赴上海仓进行支援呢？

A 黎岭：公司的发展离不开每一个部门的协同合作，我希望能通过自己的努力，为公司的发展添砖加瓦。

Q 支援期间的工作与原本的工作有什么不一样吗？

A 黎岭：在上海仓，我们面临着更多的不确定性和突发情况，需要具备更强的应变能力。也让我变得更加灵活和果断。

Q 在这次支援工作中，你个人最大的收获是什么？

A 黎岭：这次经历让我更加了解公司的整体业务，增强了我对公司的归属感和责任感。

Q 获得“优秀支援者”这个奖项，你有什么感受？

A 黎岭：这个奖项是我职业生涯中的一个亮点，它将激励我不忘初心，砥砺前行。



他们是公司的优秀代表，是我们学习的榜样。让我们再次向这三位“优秀支援者”还有众多不畏困难远赴支援的伙伴们致敬！希望大家学习他们的奉献精神、团队协作精神和勇于挑战的精神。相信在他们的激励下，我们将共同创造更加辉煌的未来！

喜报：新亦源2024年表彰评优

◎ 文 / 陈燕

在这个收获的季节，我们不仅庆祝公司一年来的成就与突破，更要表彰那些在平凡岗位上做出不凡贡献的伙伴们。

今年的评优设置了5大奖项，分别是：产能效率快手奖、现场6S大神奖、质检高手奖、优质服务小二奖和优秀管理帮主奖。

从报名通道开启后，优秀的伙伴们相继活跃报名，我们一共收到了总计份自荐报名表。

经过一系列激烈的角逐与公正的评选，最终决出了我们公司年度表彰评优活动的获胜者们！这一刻，是对所有辛勤付出者的肯定，也是对卓越成就的庆祝。在此，我们满怀激动的心情，向每一位获奖者致以最热烈的祝贺和最崇高的敬意！

56%
新亦源2024年度表彰

产能效率
快手奖

	廖轩华	肇庆四会仓
	黄焕英	东莞电商仓
	高秀林	东莞电商仓
	朱玉娥	禾观仓
	陈丽	湖北仓
	龚亚平	湖北仓

齐新协力·持质以恒

56%
新亦源2024年度表彰

优质服务
小二奖

	吴晓婷	肇庆四会仓
	李梦云	东莞电商仓
	梁冬怡	总部
	王炳森	上海仓
	许豪	上海仓

齐新协力·持质以恒

56%
新亦源2024年度表彰

质检
高手奖

	郑二兰	肇庆四会仓
	刘小花	东莞电商仓
	余晓燕	佛山仓

齐新协力·持质以恒

56%
新亦源2024年度表彰

优秀管理
帮主奖

	余凤珍	总部
	罗雪苹	总部
	卢翠凤	肇庆四会仓

齐新协力·持质以恒

56%
新亦源2024年度表彰

现场
6S大神奖

	李秋霞	肇庆四会仓
--	-----	-------

齐新协力·持质以恒

此刻的荣耀属于每一位获奖者，但明天的辉煌则需要我们所有人共同创造。让我们以此次表彰为契机，继续发扬团结协作、勇于创新的精神，携手迈向更加辉煌的未来。再次恭喜所有获奖者，期待在未来的日子里，我们都能成为更好的自己，共同书写公司更加灿烂的篇章！

56XXX

JOIN US

在线



RECRUITING

摇人

月薪6000-10000

招聘岗位



发货员

工作内容

★ 根据不同客户发货要求进行复核出库。



拆零员

工作内容

★ 负责仓库的分拣、入库等工作。



质检员

工作内容

★ 对来货服装进行检验，检验结果反馈。



客退员

工作内容

★ 退件的拆包处理和退件登记等。

任职要求

年龄18-40岁，能识别 26个英文字母，无色弱色盲，简单操作电脑页面。

公司福利

社保、年假、员工活动、生日活动、优秀员工评比...

东莞电商仓：梁先生17623211173

佛山禾观仓：黄小姐18578539489

广州黄埔仓：伍小姐18826350589

广州番禺仓：李小姐13476990697

东莞桥头仓/惠州仓：汤小姐13424871286

肇庆仓：区小姐18565741820

佛山仓：李小姐17729625846

湖北仓：李小姐18671640596

上海仓：陈小姐15216757541

合肥仓：吴小姐15755106529

56XXX

推1人
奖1100

领

介绍大作战

300

在职满30天

300

在职满60天

500

在职满90天

每成功介绍一人，最高可获得

1100元现金

内介绍数越多，奖金越多，奖金上不封顶

活动详情见公告