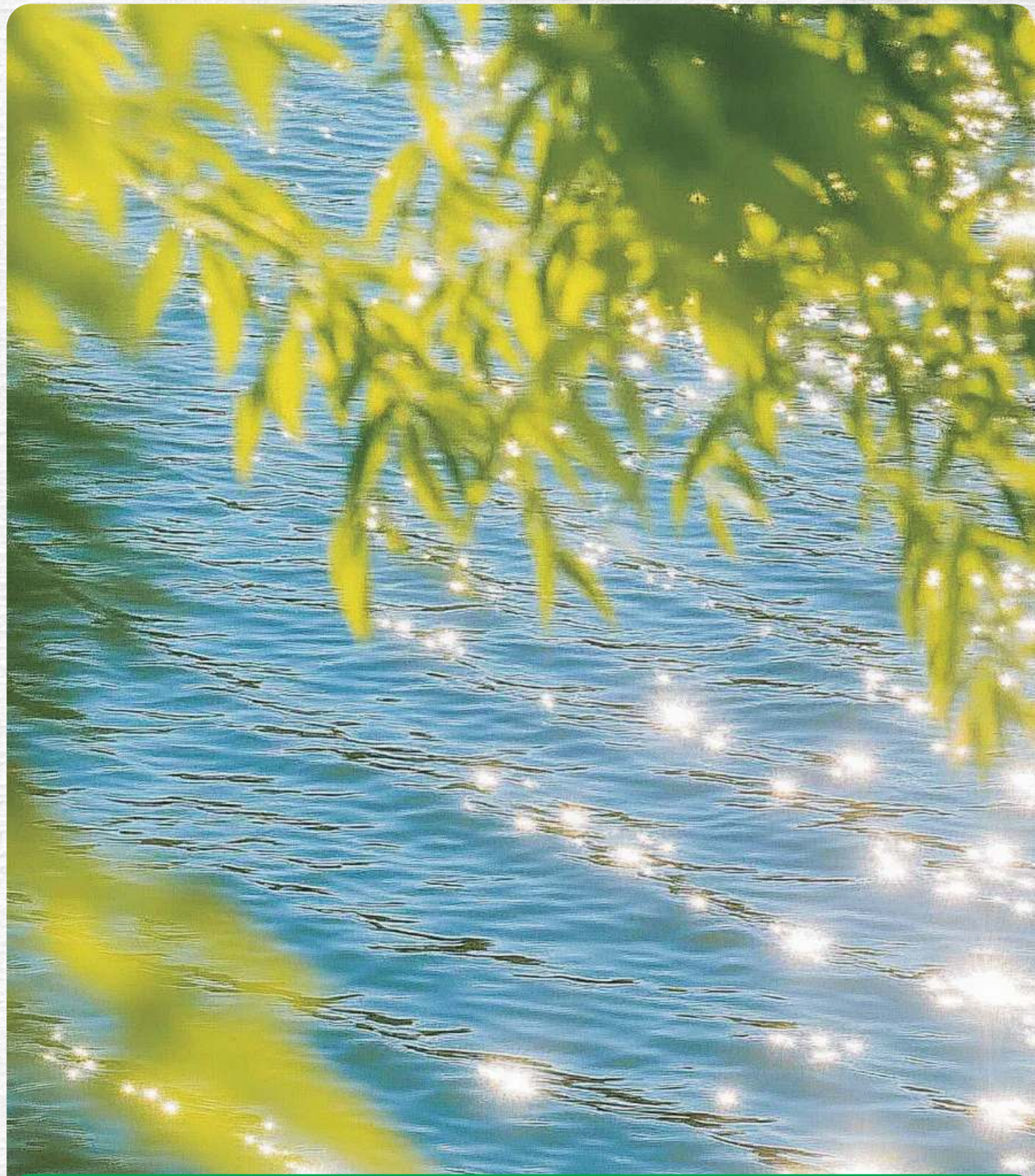


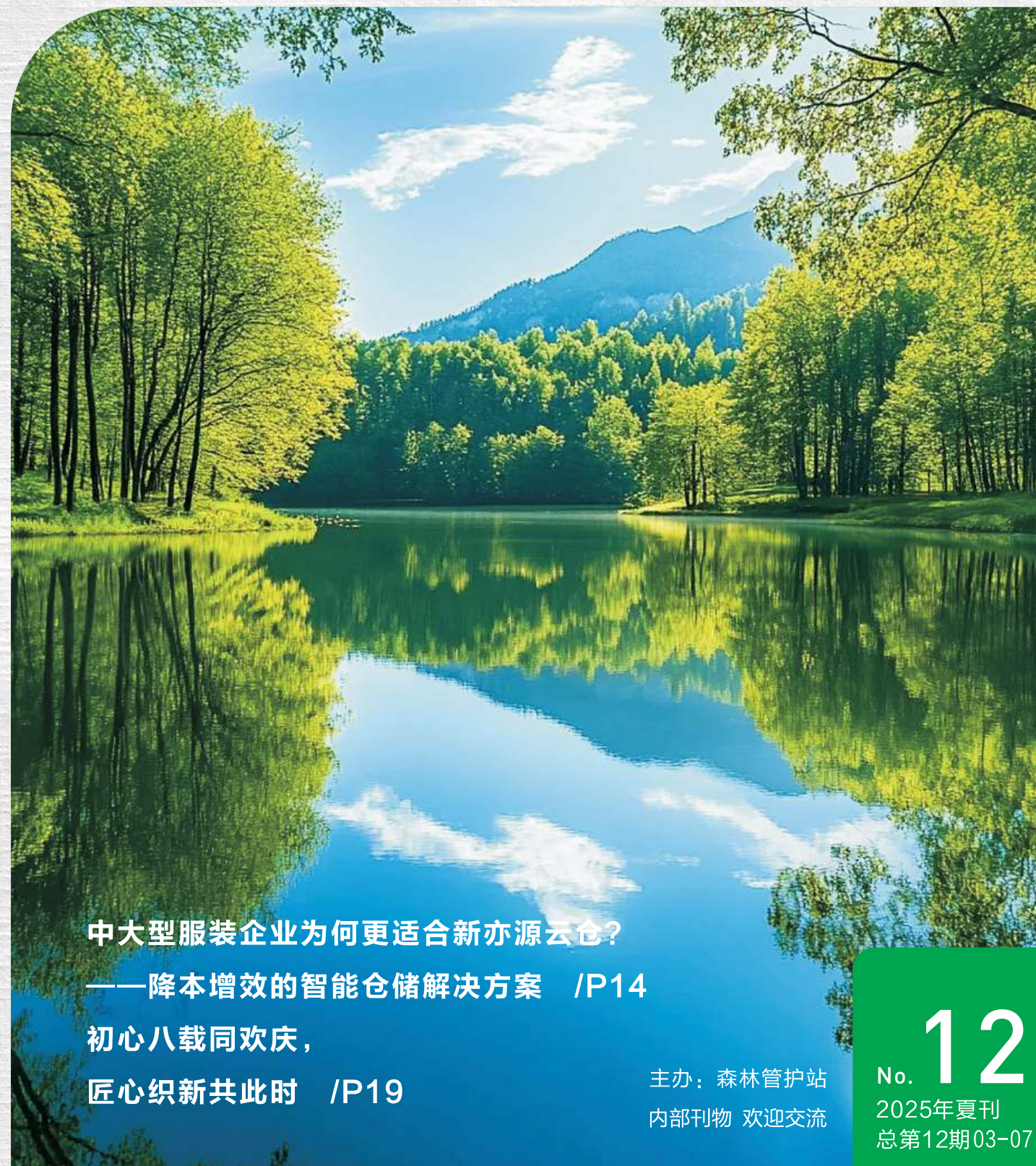


☎ 020-82513081
📍 广州市黄埔区果园一路2号
🌐 <http://www.56xyy.com>

中国 商圈物流

新亦源供应链
56XY

新亦源森林期刊



中大型服装企业为何更适合新亦源云仓？
——降本增效的智能仓储解决方案 /P14

初心八载同欢庆，
匠心织新共此时 /P19

主办：森林管护站
内部刊物 欢迎交流

No. **12**
2025年夏刊
总第12期03-07

目录 CONTENTS

02 ● 卷首语

02 服装品牌的长寿法则——躺着卷

04 ● 森林资讯

04 5月纺织服装出口分化加剧，对美出口下降，对欧盟等非美重点市场出口上升

09 2025年一季度中国服装行业经济运行分析

14 中大型服装企业为何更适合新亦源云仓？——降本增效的智能仓储解决方案

16 物流供需运行总体平稳 结构升级助力质效趋升——2025年1-5月中国物流运行分析

18 ● 森林发展

18 致广大用户的一封信：关于新亦源云仓公众号升级迁移的重要通知

19 服装质检研究方向总结

21 ● 森林活动

21 初心八载同欢庆，匠心织新共此时

24 步履云端第一期：水声水库首站全纪实

25 粽情端午，暖心相伴——新亦源云仓祝您端午安康

27 ● 技能装备

27 新亦源管理开放日 · 正式上线

28 ● 森林擂台

28 以赛促学，以劳为荣：看新亦源云仓如何“卷”出专业力

30 ● 筑巢引凤

30 温情汇聚，共谱花桥仓发展新篇
——昆山花桥仓员工关怀活动纪实



新亦源森林期刊

2025年夏春刊 总第12期 03-07

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

杨雯雯 李 楠 梁开荣

汤 娟 张娇玲 李杏子

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

服装品牌的长寿法则——躺着卷

◎ 文 / 程浩

近两年，服装电商行业经历了深刻变革，头部网红女装店闭店、中小规模店铺转让量增加、退货率飙升、流量成本高企以及低价内卷等问题不断涌现，让行业面临前所未有的挑战。

一、女装电商闭店潮与转让量激增

从2024年开始，女装电商掀起“大撤退”浪潮，进入2025年这一趋势仍在延续。众多知名网红女装店纷纷闭店，如坐拥46万粉丝、运营15年的“李大米Lidami”，初代网红张大奕的“吾欢喜的衣橱”，网红周扬青的“GRACE CHOW”，超460万粉丝的“大sim小sim”，以及曾在ifashion淘宝商家大会上获奖的“大C来也”等。

闭店原因各不相同，包括市场竞争激烈、运营压力大、个人选择等。例如，张大奕提到服装品类微薄的毛利率支撑不了各项运营成本；周扬青称是为适应市场环境和公司战略方向改变；“MAKI STUDIO”表示淘宝店占据太多时间，没跟上市场大环境成长。

不仅头部大店，中小规模的淘宝女装店也未能幸免。据一位在网店转让交易平台工作3年的服装店主透露，从2024年年中开始，其经手的淘宝女装店铺转让量一路攀升，最近半年转让量同比增长了40%，其中中小规模的网红风、韩系风女装店尤为明显。

二、退货率飙升与流量成本困境

退货率高是服装电商行业绕不开的难题。女装品牌 lamiaeta 创始人杰森表示，开店以来经历了退货率从 10% 飙升到 95%，从 2024 年夏天开始退货率突然暴涨。我们合作品牌初语所在集团茵曼的创始人方总也提到，电商平台退货率普遍在 60% 左右。退货率上涨与平台运费险、仅退款政策以及消费者冲动消费等因素密切

相关。

同时，女装网红店还面临流量成本高企的困境。前几年我们的最大客户，抖音女装品牌“罗拉密码”因成本问题，尤其是流量成本相比以前翻了10倍而宣告停播闭店。另一个跟我们合作的女装电商老板表示，在服装行业内卷的情况下，许多商家将衣服倍率调高至8倍，用剩下的钱投流，导致消费者钱没少花，却买到品质越来越差的衣服。

作为品牌主理人，我们不断抱怨经济环境差，不断抱怨市场卷似乎毫无意义。很多品牌说寒冬已至，存粮过冬，而粮草的充足完全取决于过去品牌打下的基础，公司的运营能力，团队的反应速度，甚至老板的快速决策。然而环境不好，我们也看到了很多异军突起，甚至逆势增长的品牌，例如我们合作的Mardi，肉眼可见的增速。仍然有持续保持增长的电商品牌，如简之寻，鹿妈妈系列。所以环境不好，是要选择躺，因为躺下可以降低消耗，躺下可以拉低姿态，躺下可以让你从不同的角度更清晰的看待这个市场。但是，躺下，一定不是躺着等死，躺着也一定不是自我毁灭，而是重新审视，从不同的角度，用不同的方法来卷自己。

卷什么？

1. 卷原创卷品质：淘宝发布服饰行业2025年新战略，重点扶持原创商家，鼓励原创新品，加大直播投入。通过推出新品全托管服务“新品超级橱窗”，为商家新品提供精准助推，降低发新成本。同时，针对盗款、仿款、抄袭等问题，加强知识产权保护。在品质方面，加大对货不对板、尺码材质描述不符等货品的打击力度，保障消费者权益，提升品牌口碑。加强新货的质检要求，由仓库把关严格控制出库前的商品品质。

2. 卷供应链管理：通过建立柔性生产体系，实现

小批量快速反应，满足消费者个性化需求，降低库存风险。不断研究现有库存，例如利用我们的库龄报警机制，对滞销品，过季款及时做下水道的处理，避免资金占用。

3. 卷海外市场：随着国内服装电商市场增长放缓，一些企业开始将目光投向海外。淘天联合阿里国际数字商业集团推出“大服饰全球包邮计划”，为服饰商家定制跨境出海服务。通过低门槛政策，吸引商家入驻，帮助其开拓海外市场，寻求新的增长空间。我们手头的几个客户都提出了让我们设置海外仓的需求

4. 卷服务质量：在售后环节，通过精细化的产品描述、准确的尺码推荐和细致的售后服务，减少因质量不符和尺码不合适导致的退货。同时，优化库存管理，利用数据分析预测消费者需求，合理控制库存水平。在物流配送方面，选择优质的物流合作伙伴，提高配送效率，减少物流时间，提升消费者购物体验。

5. 卷运营成本：缩短大促周期，减少商家运营成本。通过大促营销托管、运费险降本等方式为商家减负，同时投入重金补贴消费者，降低消费券满减门槛，促进成交，提升商家运营效率。此外，通过技术手段精准识别并限制恶意订单，减少恶意仅退款、羊毛党等对商家的损害。

最后，最重要的一定是专注，专注专注再专注。服装品牌的核心，一定是设计研发和销售，如果能有相对经验丰富的供应链管理团队配合满足高效高质的生产，那已经完全可以满足市场对品牌公司的需求，其余类似客服，仓库，运输，售后，质检等等一系列后勤保障工作，完全都可以采用外包形式完成，从而能够让品牌主理人更加专注的将精力放在需要投入的环节。

未来，环境何时能够有所好转谁也无法预言，但无论环境如何变化我们要做的都应该是自强不息，专注自己的品牌发展，专注自己的公司运营，专注自己的团队培养。不要随便卷，更不要随便躺，而是养精蓄锐后，卯足干劲，躺着卷。



5月纺织服装出口分化加剧，对美出口下降，对欧盟等非美重点市场出口上升

◎ 文摘自：中国纺织品进出口商会

形势综述

5月，我国纺织服装出口的外部形势依旧复杂严峻，美国所谓“对等关税”对出口带来的冲击显现，当月对美出口同比下降近20%，拖累1-5月对美累计出口增幅由正转负。出口企业加速调整出口策略，将订单转向其他地区。本月对欧盟出口同比大幅增长19.6%，对日本、韩国、沙特、尼日利亚等市场出口亦取得不同程度的增长。

为应对不断变化的复杂形势，加快推进外贸高质量发展，我国中央和地方政府协同发力，出台一系列稳外贸、促升级的政策举措，为企业排忧解难，助力企业加快转型升级，增强国际竞争力。在政府和政策层面，国家从制度创新、通关便利、市场拓展等多方面精准发力。海关总署会同外交部、国家发展改革委、商务部等20个部门单位，自4月24日起在全国25座城市联合部署开展为期5个月的跨境贸易便利化专项行动。商务部持续推进外贸促消费行动，4月13日启动“外贸优品中华行”活动。地方政府推出地方特色鲜明的“出海”行动，如广东的“粤贸全球”、四川的“川行天下”等，与国家层面的稳外贸政策相互配合、协同发力，共同营造出活力十足的外贸发展氛围。

在政策发力带动下，企业的获得感不断提升。第137届广交会期间，我会通过实地走访了解到，本届交易会纺织服装展区境外客商到会数量较往届大幅增长，令参展企业“倍感惊喜”，且客商来源多样化，除“一带一路”沿线国家和“全球南方”国家客商显著增长外，欧洲客商也稳定增长。

当前中美贸易关系虽然依旧复杂脆弱，但双方都展现了通过谈判降低对抗和防止经贸关系继续恶化的意愿。继5月两国在瑞士日内瓦举行经贸高层会谈并同意大幅降低双边关税水平后，双方持续保持沟通，并就关税及出口管制问题进行进一步协商，有利于双边经贸关

系走向稳定。现阶段仍处于关税暂缓的“窗口期”，我企业正根据美方进口商要求加快处理之前积压的订单并安排出货，亦有部分进口商继续下新小单、快单，以求在90天内集中备货，对美出口有望在6月再次迎来一波抢单高潮。尽管短期内贸易条件改善，但由于关税政策的不确定性，为规避风险，双方整体观望情绪依然存在，订单节奏偏谨慎，企业仍需通过政策加持、多元开拓和技术驱动三管齐下的多渠道赋能，力争突围。

贸易数据

2025年1-5月，全国货物贸易进出口总值24987.3亿美元，同比(下同)增长1.3%，其中出口14856.5亿美元，增长6%，进口10130.9亿美元，下降4.8%，累计贸易顺差4725.6亿美元。

5月，全国货物贸易进出口总值5289.8亿美元，同比增长1.3%，其中出口3161亿美元，增长4.7%，进口2128.8亿美元，下降3.4%，贸易顺差1032.2亿美元。

1-5月，纺织品服装贸易额1243.7亿美元，同比增长0.1%，其中出口1166.8亿美元，增长1%，进口76.9亿美元，下降11.5%，累计贸易顺差1090亿美元，增长2%。

5月，纺织品服装贸易额276.8亿美元，同比下降0.2%，其中出口262.1亿美元，增长0.6%，进口14.7亿美元，下降12.7%，贸易顺差247.4亿美元，增长1.5%。



市场分析

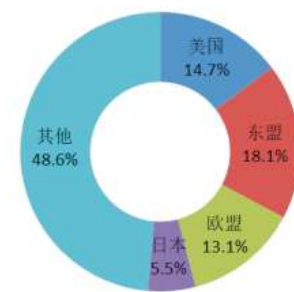
2025年1-5月纺织品服装贸易呈现如下特点：

5月我对美国出口大幅下跌，对东盟出口小幅下降，对欧盟、日本出口增长

5月，受美国政府对等关税政策影响，我对美国出口下降19.6%；对东盟出口下降4.4%；对欧盟出口增长19.4%，连续第三月增幅超15%；对日本出口同比由负转正，增长5.6%。

1-5月，我对欧盟和日本纺织服装出口分别增长9.8%和1.9%，对美国 and 东盟出口分别下降4.2%和5.7%。1-5月，我对上述四大传统市场合计出口599.8亿美元，占我出口总额的51.4%。对“一带一路”共建国家出口额为675.4亿美元，同比增长0.3%，占总体出口的57.9%。

2025年1-5月我国纺织服装出口各市场占比



（一）5月对美出口下降19.6%，前五月累计出口由正转负

美国对全球贸易伙伴加征“对等关税”挑起贸易战，同时针对跨境小包裹加税，使美国采购商关税风险上升。新关税政策实施后，针对中国及香港地区的出口商品，税率最高可达54%。这一变动对以直邮为主要模式的电商平台造成冲击。据外媒报道，5月，中国对美国的低价小包裹出口金额同比骤降40%，降至约10亿美元，创下自2023年初以来的最低水平。我对美出口纺织服装35亿美元，同比下降19.6%。对美主要出口产品针梭织服装出口额24.1亿美元，同比下降10.3%。其中，出口量同比下降5.3%，出口单价下降5.3%。

1-5月，我对美出口纺织服装171.7亿美元，同比下降4.2%，出口增速较1-4月下降5个百分点，由正转负。其中主要产品针梭织服装出口额107.8亿美元，同比增长0.6%，出口量同比增长7.6%，出口单价下降6.5%。

从美国进口数据看，4月美国自全球进口纺织服装96.1亿美元，同比增长6.5%。其中自中国进口额下降12.3%，自越南进口增长25.2%，自印度进口增长6.5%，自孟加拉国进口增长36.8%，中、越、印、孟四国占比分别为17.5%、14.5%、10.9%和8.2%。从量价指数看，美国4月进口数量增长12.7%，进口单价下降5.4%。

2024年7月-2025年5月我对美国纺织服装大类商品出口同比

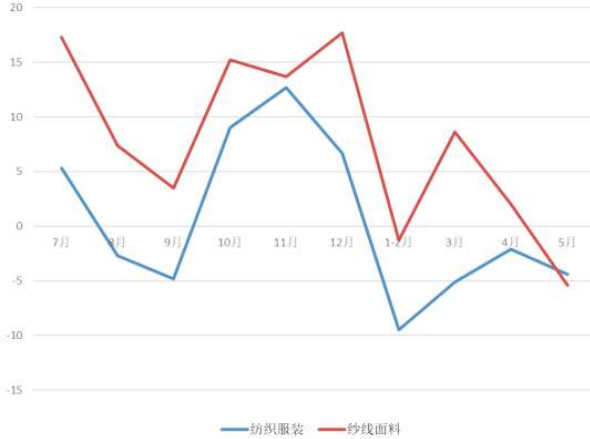


（二）5月对东盟出口下降4.4%，纱线面料出口下降5.4%

5月，东盟经济受“美国关税、全球需求疲软、内需不足”三重压力影响，多数国家增长放缓。短期内，出口导向型经济体如越南、泰国受冲击较大。当月我对东盟出口纺织品服装46.4亿美元，同比下降4.4%，降幅较上月扩大2个百分点；其中出口纱线面料25.3亿美元，同比下降5.4%，对越南出口纱线面料同比下降10.1%，对柬埔寨出口下降2.9%；出口服装12.2亿美元，同比下降3.4%。

1-5月，我对东盟出口纺织服装211.1亿美元，同比下降5.7%；其中对越南出口纺织服装73.2亿美元，同比下降5.8%；对柬埔寨出口28.8亿美元，同比增长15.4%；对印度尼西亚出口23.3亿美元，同比增长7%。分产品看，1-5月我对东盟出口纱线面料116.2亿

2024年7月-2025年5月我对东盟纺织服装大类商品出口同比



美元，同比增长0.6%；出口服装53.7亿美元，同比下降16.1%。

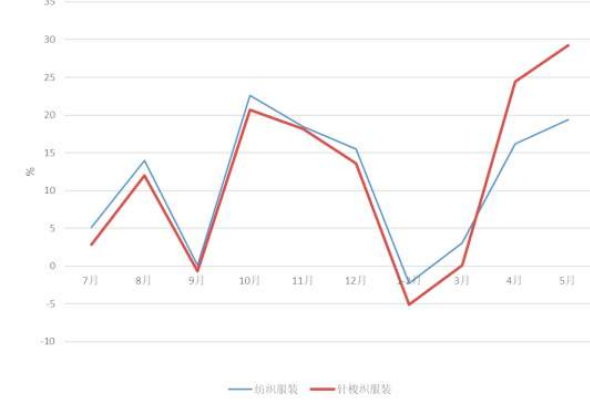
（三）5月对欧盟出口增长19.4%，针梭织服装出口量价齐升

5月，中美关税政策调整促使纺织服装贸易转移。欧洲市场消费品需求稳定，中欧供应链韧性强，物流与贸易便利化程度高，部分企业转向欧盟市场，推动我对欧盟纺织服装出口保持高速增长。当月我对欧盟出口纺织服装42.2亿美元，同比增长19.4%。从国别看，对德国、荷兰、法国出口增长较多，当月我对上述三国出口额分别为7.4、5.3和5.1亿美元，增幅分别达36%、31%和24%。从产品看，5月对欧盟出口针梭织服装26.8亿美元，同比增长29.2%，其中，出口数量增长21.4%，出口单价增长6.5%。

1-5月，我对欧盟出口纺织品服装153亿美元，同比增长9.8%；主要产品针梭织服装出口额86.1亿美元，增长12.4%，其中出口数量增长15.8%，出口单价下降3%。

从欧盟进口数据看，4月欧盟进口纺织服装108.5亿美元，同比增长5.2%。前三大进口来源地分别为中国、孟加拉国和土耳其，进口额分别为27.7、21.3和11.5亿美元，三者占比分别为26%、20%和11%。同比来看，自中国和孟加拉国进口额分别增长10.8%和11.1%，自土耳其进口额下降7%。

2024年7月-2025年5月我对欧盟27国纺织服装大类商品出口同比



（四）5月对日出口增长5.6%，1-5月累计出口保持增长

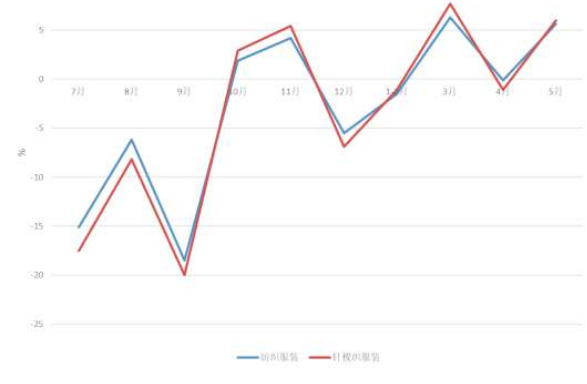
5月，中国与日本的双边贸易呈现“出口增长、进

口下降”的分化态势，贸易顺差进一步扩大。6月29日，海关总署发布公告决定有条件恢复日本部分地区水产品进口，是对日本贸易平衡和纺织服装出口的一大利好。5月，我对日本出口纺织服装11.6亿美元，同比增长5.6%。主要出口产品针梭织服装出口额7.1亿美元，增长6%，其中出口数量增长6.7%；出口单价下降0.7%。

1-5月，我对日累计出口纺织服装64亿美元，同比增长1.9%。其中，出口针梭织服装41.3亿美元，同比增长2.2%；其中出口数量增长5%，出口单价下降2.7%。

从日本进口数据看，4月日本进口纺织服装28.9亿美元，同比增长11.5%。中国、越南和孟加拉国为前三大进口来源地，纺织服装进口额分别为15、4.4和1.4亿美元，三者占比分别为52%、15%和5%，自中、越、孟进口同比分别增长8%、11%和27%。

2024年7月-2025年5月我对日本纺织服装大类商品出口同比



（五）5月对“一带一路”共建国家出口增速回落，累计出口保持增长

5月，我对“一带一路”共建国家出口纺织服装151.3亿美元，同比增长0.3%，增速较上月回落4个百分点。其中，对韩国出口增长4.6%，对尼日利亚出口增长33%，对沙特出口增长11%，对智利出口增长29%，对巴基斯坦出口增长19%。

1-5月，我对“一带一路”共建国家出口纺织服装675.4亿美元，同比增长0.3%，同比保持增长。其中，对韩国出口增长3.1%，对巴西出口增长4.5%，对尼日利亚出口增长29%，对智利出口增长26%，对巴基斯坦出口增长34%。“一带一路”市场在我出口的比重

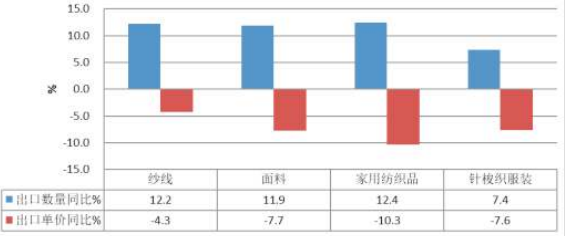
升至57.9%。

二、5月纱线和针梭织服装出口额增长，大类商品价格降势不改

5月，纱线和针梭织服装出口额同比分别增长3.9%和3.5%，面料和家用纺织品出口额分别下降1.6%和2%。纱线、面料、家用纺织品和针梭织服装出口量分别增长15.7%、9%、5.3%和5.9%。四大类商品出口单价延续跌势，纱线、面料、家用纺织品和针梭织服装出口单价分别下降10.2%、9.7%、6.9%和2.3%。针梭织服装出口价格降幅收窄。

1-5月，纺织品累计出口额584.8亿美元，同比增长2.5%；服装出口额582亿美元，同比下降0.5%。四大类商品中，纱线、面料和家用纺织品出口额分别增长7.3%、3.2%和0.8%，针梭织服装出口额下降0.8%。四大类商品全部呈现量升价跌的态势，出口数量方面，纱线、面料、家用纺织品和针梭织服装分别增长12.2%、11.9%、12.4%和7.4%；出口价格方面，纱线、面料、家用纺织品和针梭织服装则分别下降4.3%、7.7%、10.3%和7.6%。总体看，制成品价格下跌幅度超过中间品，制成品厂商的利润空间遭到挤压。

2025年1-5月纺织服装大类商品出口量价对比



三、5月浙江、山东、上海出口好于平均水平，广东、福建降幅较大

5月，排名前7的重点地区中浙江、山东和上海分别增长7.3%、17.8%和3.9%，江苏、广东、福建和新疆分别下降2.5%、11.9%、5.9%和5.7%。

1-5月，排名前7的重点地区中浙江、江苏、山东和上海纺织服装出口额分别增长7.5%、4.1%、10.1%和6.7%，广东、福建和新疆分别下降9.6%、18.6%和8.6%。全国31个省（市、区，不含港、澳、台）中的19个实现出口增长，其中湖北（12.2%）、河北（10.1%）、天津（12.1%）、北京（12.9

%）、黑龙江（29%）和重庆（29%）增幅较大。



四、5月进口跌幅超10%，纱线、面料和针梭织服装进口量价齐跌

5月，纺织服装进口14.7亿美元，同比下降12.7%。纺织品进口额7.9亿美元，下降14.2%。其中，纱线进口额3.5亿美元，下降19.6%，进口量下降17.4%,单价下降2.7%。面料进口额1.9亿美元，下降18.5%，进口量下降15.4%，单价下降3.7%。服装进口额6.8亿美元，同比下降11%。其中针梭织服装进口额6亿美元，同比下降10.9%，进口量下降8%,单价下降3.2%。

1-5月，纺织服装累计进口额76.9亿美元，同比下降11.5%。其中纺织品进口39.6亿美元，下降13.9%，服装进口37.3亿美元，下降8.8%。大类商品中，纱线累计进口额下降19.3%，进口量下降16.2%，单价同比下降3.6%。面料进口额同比下降15.3%，进口量下降15.3%，单价同比持平。针梭织服装进口额下降8.6%，进口量下降7.8%，单价下降1%。

五、棉价走势分化，内外价差扩大

根据中国棉花协会发布的信息，5月，中美日内瓦经贸高层会谈达成关键成果，双边关税大幅下调，同时国内降准降息等政策持续发力，有效激发市场消费活力，市场信心有所增强。受此影响，尽管纱线产量因季节性因素环比下滑，但在新疆产能扩张支撑下同比保持增长；棉花商业去库存速度加快，同比降幅进一步扩大；棉花价格月中前期上涨，下旬因纺织淡季来临、新棉丰产预期增强而回落。

5月我国进口棉花4万吨，同比下降86.3%，环比下降42.2%。主要进口来源国棉花进口量同比和环比均显著下降，其中巴西进口1.3万吨，同比下降87.4%，

环比下降39.3%；进口美棉0.8万吨，同比下降94.1%，环比下降53.5%。2024/25年度前9个月我国共进口棉花90万吨，同比下降67.1%。1-5月，化学纤维累计进口量增长1.8%，进口均价增长0.3%。



5月，国内棉价受中美联合声明及央行降准降息政策提振，中上旬持续上涨，后因新棉丰产预期增强、纺织行业步入淡季，月下旬价格回落；国际棉价受美棉区旱情缓解、美棉出口数据下滑及关税政策波动影响震荡下行，内外棉价差进一步加大。中国棉花价格指数（CCIndex 3128B）月均价为14445元/吨，同比下跌1997元，环比上涨78元；Cotlook A指数月均价为78美分/磅，同比下跌9.8%，环比下跌0.3美分/磅，折1%关税价格为13857元/吨，低于国内棉价588元，价差较上月扩大54元。



2025年一季度中国服装行业经济运行分析

© 文转载自：中国服装协会

2025年一季度，面对国际环境复杂多变、国内结构性调整阵痛犹存的外部形势，我国服装行业努力克服需求不足、竞争加剧、关税上涨等困难和挑战，行业经济运行基本实现平稳开局，生产、内销、投资等主要指标保持恢复性增长，但出口小幅下降，企业盈利严重承压。展望全年，我国服装行业面临的形势更趋复杂严峻，行业企业需笃定信心、稳字当头，积极应对国内外市场需求疲弱、贸易环境风险上升、地缘政治冲突加剧等多重挑战，持续深化转型升级，加快培育新质生产力，扎实推进现代化产业体系建设，全力推动行业经济保持平稳运行。

1.服装行业经济运行情况

1.1服装生产总体稳定

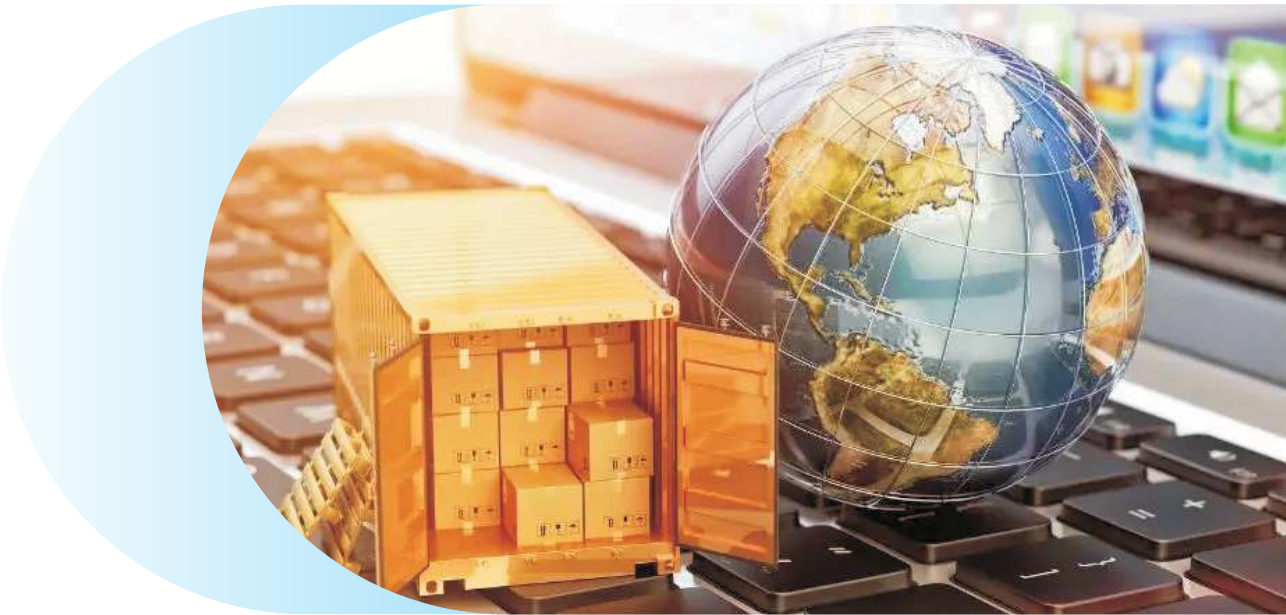
一季度，我国服装产业链供应链有序良性运行，生产总体稳定，规模以上企业工业增加值和服装产量均保持平稳增长，增速环比有所提升。根据国家统计局数

据，1-3月，服装行业规模以上企业工业增加值同比增长1.9%，增速比1-2月加快0.4个百分点；规模以上企业服装产量同比增长1.77%，增速比1-2月提升3.27个百分点。从细分品类来看，梭织服装产量同比增长3.90%，其中羽绒服装产量同比增长10.36%，西服套装和衬衫产量同比分别下降9.17%和0.83%；针织服装产量同比增长0.83%。

图1 2025年1-3月服装行业生产增速情况



数据来源：国家统计局



1.2内销实现温和增长

一季度，在国内宏观经济平稳向好、促消费政策发力显效以及春节假期效应等因素的支撑下，我国服装内销市场实现温和增长。根据国家统计局数据，1-3月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计2835.1亿元，同比增长2.7%，增速比2024年全年加快2.6个百分点。其中，3月当月限额以上单位服装类商品零售额同比增长3.0%，增速比1-2月加快0.4个百分点。同期，线上服装销售出现小幅波动，穿类商品网上零售额同比下降0.1%，降幅比1-2月收窄0.5个百分点。

图2 2025年1-3月国内市场服装销售情况



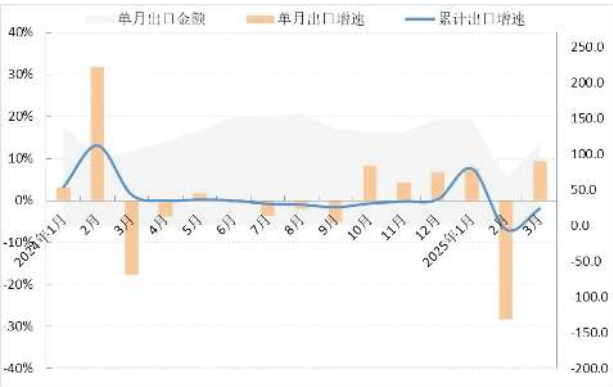
数据来源：国家统计局

1.3服装出口小幅下降

一季度，受国际市场需求疲弱、关税政策多变等因素影响，我国服装出口规模小幅下降，月度出口呈现较

大波动。根据中国海关数据，1-3月，我国累计完成服装及衣着附件出口330.1亿美元，同比下降1.9%，比2024年全年下滑2.1个百分点。其中，1-2月，服装出口216.6亿美元，同比下降6.9%；3月，在企业为避免更高关税、集中“抢出口”以及去年同期基数较低等因素的共同推动下，服装出口同比增长9.3%。从量价关系来看，服装出口延续量升价跌态势，出口数量为78.6亿件，同比增长9.9%，出口平均单价3.5美元/件，同比下降11.0%。从出口类别来看，针织服装出口金额142.1亿美元，同比下降2.9%，出口数量同比增长9.5%，出口单价同比下降11.3%；梭织服装出口金额129.9亿美元，同比下降1.4%，出口数量同比增长10.9%，出口单价同比下降11.1%。

图3 2025年1-3月我国服装及衣着附件出口情况



数据来源：中国海关

从细分品类来看，我国对美国、日本棉制服装出口增速有所提升。根据中国海关数据，1-3月，我国棉制服装出口111.6亿美元，同比下降6.9%；其中，我国对美国棉制服装出口22.7亿美元，同比增长16.8%，比2024年全年加快1.7个百分点；对日本棉制服装出口8.5亿美元，同比增长4.3%，比2024年全年提升8.1个百分点；对欧盟棉制服装出口14.9亿美元，同比下降0.6%，比2024年全年下滑6.6个百分点。附加值较高的便服、衬衫等通勤、社交类服装以及毛衫出口保持增长，其中便服套装和衬衫出口金额同比分别增长11.9%和2.1%，毛衫出口金额同比增长6.1%。除此之外，羽绒服、T恤衫和上衣出口金额同比分别下降14.6%、13.0%和9.9%。

从主要市场来看，我国对美国、欧盟服装出口保持增长，对日本服装出口增速由负转正，对东盟、一带一路沿线国家和地区等新兴市场出口降幅加深。根据中国海关数据，1-3月，我国对美国服装出口金额74.3亿美元，同比增长9.2%，增速比2024年全年加快0.5个百分点；我国对欧盟服装出口金额49.9亿美元，同比增长1.9%，增速比2024年全年放缓2.8个百分点；我国对

日本服装出口金额29.2亿美元，同比增长2.1%，增速比2024年全年提升9.9个百分点；我国对英国服装出口金额10.3亿美元，同比增长7.6%，增速比2024年全年加快0.2个百分点；我国对韩国服装出口金额15.1亿美元，同比增长6.8%，增速比2024年全年提升9.3个百分点。同期，由于市场空间有限、转口贸易政策收紧，叠加去年高基数因素，我国对东盟、一带一路沿线国家和地区出口降幅加深，但对拉丁美洲出口表现较为亮眼。其中，我国对东盟服装出口金额29.7亿美元，同比下降21.9%，降幅比2024年全年加深20.8个百分点；对一带一路沿线国家和地区服装出口金额86.3亿美元，同比下降15.1%，降幅比2024年全年加深11.8个百分点。另外，我国对拉丁美洲服装出口同比增长13.8%。

从出口省份来看，东部地区仍是我国服装出口主要集中地，中西部地区各省份出口表现差异较大，仅广西、江西服装出口保持较快增长。根据中国海关数据，2025年1-3月，东部地区服装出口金额262.6亿美元，同比下降1.5%，占全国服装出口总额的79.4%。在服装出口前五大省份中，浙江、江苏和山东服装出口同比分别增长7.8%、3.2%和8.0%；广东和福建服装出口



同比分别下降12.7%和25.4%。同期，我国中西部地区服装出口金额68.0亿美元，同比下降3.6%。其中广西和江西服装出口同比分别增长76.0%和15.8%；新疆、四川和湖北服装出口同比分别下降17.8%、38.4%和6.2%。

1.4投资延续较快增长

一季度，在国家“两重”“两新”政策加力扩围的有效支持下，服装企业为应对市场变化加大力度进行高端化、智能化改造升级，行业固定资产投资延续了2024年以来的较快增长态势。根据国家统计局数据，1-3月，服装行业实际完成投资同比增长22.9%，增速比2024年全年加快4.9个百分点。

图4 2025年1-3月服装行业固定资产投资情况



数据来源：国家统计局

1.5企业盈利严重承压

一季度，受市场竞争加剧、综合成本上涨以及出口价格下跌等多重因素影响，服装行业虽营业收入有所增长，但盈利严重承压，运行效率放缓。根据国家统计局数据，1-3月，我国服装行业规模以上（年主营业务收入2000万元及以上）企业13656家，实现营业收入2806.78亿元，同比增长3.30%，比2024年全年加快0.54个百分点；利润总额84.80亿元，同比下降10.07%，比2024年全年下滑11.61个百分点；营业收入利润率为3.02%，同比下降0.45个百分点，低于2024年全年1.89个百分点。

行业亏损面扩大，运行效率有所下降。1-3月，服装行业规模以上企业亏损面达34.00%，比2024年同期扩大0.47个百分点；营业成本同比增长4.03%，高于营业收入增速0.73个百分点；产成品周转率和应收账款周转率分别为10.04次/年和6.08次/年，同比分别下降3.85%和5.29%；总资产周转率为1.10次/年，同比增

长0.01%。

图5 2025年1-3月服装行业主要效益指标情况



数据来源：国家统计局

2.一季度服装行业发展特点

2.1积极实施市场多元化战略，加强风险管理

针对美国对中国加征关税等政策，服装出口企业积极优化全球供应链布局、探寻新型贸易模式、主动应对贸易摩擦与诉讼、充分运用各类政策工具等多维度进行战略调整与应对。一方面注重开发新兴市场，加强与上游供应链和下游客户沟通，共同分担关税带来的影响，以降低对企业经营的冲击。同时，通过优化合同条款、加强风险管理等方式，降低贸易风险，保障自身利益。比如在国际贸易合同中，为应对关税政策变化带来的成本上升风险，企业明确约定关税的承担方、约定价格调整机制，优化合同违约赔偿机制，增加关税政策变更的应对条款，避免因关税调整导致费用纠纷和结算风险。

2.2抓住当下消费热点，丰富消费业态

在消费有序恢复的背景下，服装企业更加关注市场对消费提质升级的需求，依照年龄、文化、圈层等细分原则，提炼和总结现代生活方式的特点，围绕绿色、自然、舒适等生活理念，抓住迎合户外生活的“轻出游”、“小众运动”和“新中式服饰”等消费热点，满足大众对“情绪价值”与“圈层认同”的双层需求，丰富消费业态、提升消费品质。同时，企业充分挖掘品牌价值，实施差异化发展战略，在品牌传播上强化与消费者的情感共鸣，借助新型社交平台加深与消费者互动，培养客户忠诚度，构建独特的品牌故事和文化。

2.3数智化改造推动产业，转型升级

面对目前复杂的外部形势，服装企业把智能化、数字化改造作为转型升级的重要抓手，加大对智能制造和数字化工厂的投资，建设自动化生产线，通过物联网和大数据分析，提升生产流程的智能化水平，节约成本。同时加速技术和产品迭代升级，提升定制化、个性化服务水平，满足消费者日益增长的多元化需求。另外，企业通过两化融合建设和数字化系统改造，从科技创新、产品创新、设计创新、管理创新、服务创新等多方面着力提高品牌和产品对市场的适应性，进一步加快数字技术和人工智能在创意设计、产品开发、生产、管理、营销和服务中的应用，不断提升产业协同创新能力，优化产业生态。

3.2025年服装行业发展趋势展望

一季度，我国服装行业经济运行平稳起步。展望全年，服装行业面临的外部形势更趋复杂严峻，在国内外市场需求疲弱、贸易环境风险上升、地缘政治冲突加剧等多重因素影响下，行业保持稳定运行存在较大压力。

从国内市场来看，3月16日，中共中央办公厅和国务院办公厅联合印发《提振消费专项行动方案》，将进一步完善促进消费的体制机制，打开消费市场新空间。在一系列提振消费政策推动下，市场活力持续恢复，多元化消费场景加速创新，冰雪经济、银发经济、国潮服饰等领域的服装消费需求加快释放，我国服装消费整体状况将逐步改善。从国际市场来看，5月12日，中美两国共同发表《中美日内瓦经贸会谈联合声明》，美国对中国加征关税降至30%，短期内有助于稳定我国对美服装出口订单规模。但同时也要看到，我国服装主要出口市场需求疲弱，中美贸易摩擦仍处于博弈阶段，贸易保护主义升温、地缘政治风险加剧等因素导致我国服装出口不确定性上升，给企业生产经营活动造成不利影响。

随着国家存量政策和增量政策共同发力，我国服装行业企业将凝心聚力深化转型升级，努力防范化解各种风险挑战，在强大的产业链优势和逐步企稳的内销市场支撑下，加快培育新质生产力，扎实推进现代化产业体系建设，全力推动行业经济保持平稳运行。



中大型服装企业为何更适合新亦源云仓？ ——降本增效的智能仓储解决方案



中大型服装企业面临库存管理复杂、物流成本高、旺季爆仓等痛点，传统仓储模式已难以满足高效运营需求。新亦源云仓凭借智能系统、全国多仓布局和行业定制化服务，成为年销售额超5000万企业的首选合作伙伴。本文将解析5大核心优势，说明为何中大型服装品牌更适合选择新亦源云仓。

一、中大型服装企业的仓储痛点

1. 库存管理复杂，人工成本高

传统仓储依赖人工盘点，库存准确率低（<90%），易出现超卖或滞销

新亦源方案：智能WMS系统实现99.99%库存准确率，自动化管理SKU

2. 多平台订单履约难

电商、门店、批发多渠道订单分散，错发漏发率高

新亦源方案：全渠道订单自动归集，智能分仓发货，错发率<0.3%

3. 旺季爆仓，淡季资源浪费

大促期间临时租仓成本飙升，淡季闲置仓库仍需支付全额租金

新亦源方案：弹性扩容，按需付费，节省20%-30%仓储成本

4. 物流时效慢，客户体验差

单一仓库发货，跨省配送需3-5天，退货处理周期长

新亦源方案：全国13大仓就近发货，80%订单次日达，退换货24小时内处理

二、新亦源云仓的5大核心优势

1. 智能仓储系统，提升管理效率

✓ 大数据预测：分析销售趋势，优化库存周转率，降低滞销风险

✓ 全链路可视化：实时监控库存、订单状态，支持ERP无缝对接

2. 全国多仓布局，优化物流成本

✓ 华中（武汉）、华东（上海）、华南（广州）等13大核心仓，超50万平专业服装仓

✓ 就近发货：缩短配送距离，降低物流成本15%-25%

✓ 智能调拨：根据销售数据动态调整库存分布

3. 大促弹性扩容，应对订单峰值

✓ 双11/618专属方案：分钟级扩容，支持单日100万+订单处理

✓ 预包装服务：爆款商品提前打包，出库效率提升3倍

4. 行业定制化服务，满足高端需求

✓ 商务男装：高端包装、VIP订单优先处理

✓ 童装品牌：多SKU精细化管理，赠品自动配对

✓ 户外服装：专业防潮仓储，重型装备存储方案

5. 成本透明，按需付费

✓ 无长期合约：按实际存储量、订单量计费

✓ 无隐性费用：系统对接、客服支持0附加费

三、成功案例：某知名女装品牌降本增效实践

合作前痛点

年仓储成本超500万，错发率5%

大促期间发货延迟，客户投诉率高

✓ 启用华东、华南双仓，物流时效提升至24小时达

✓ 大促期间弹性扩容，单日处理订单20万+

新亦源解决方案

✓ 接入智能WMS系统，库存准确率提升至99.9%

合作成果

✓ 仓储成本降低30%（年节省150万+）

✓ 客户满意度提升25%，退货率下降40%

结语：新亦源云仓——中大型服装品牌的高效之选

对于中大型服装企业，仓储物流的精细化运营直接影响利润与客户体验。新亦源云仓以智能系统、全国多仓和弹性服务为核心，帮助企业实现：

✓ 降本：节省20%-30%仓储物流成本

✓ 增效：订单处理速度提升3倍

✓ 稳体验：全年无间断高效履约

立即咨询专属解决方案，助力品牌突破增长瓶颈！

——2025年1-5月中国物流运行分析—— 物流供需运行总体平稳 结构升级助力质效趋升

◎文转载自：中国物流与采购网 中国物流与采购联合会 中国物流信息中心

进入5月，物流运行总体平稳。物流需求增速稳中趋缓但结构优化，工业品物流增势平稳，民生消费物流加速恢复。物流供给保持扩张，细分领域景气运行；物流服务价格水平总体趋稳，微观主体经营基本稳定。

一、物流需求总量保持增长，结构升级成效初现

1-5月份，全国社会物流总额138.7万亿元，按可比价格计算，同比增长5.3%，增速较1-4月回落0.3个百分点。5月当月增长5.0%，较4月回落0.5个百分点。尽管5月份增速有所回落，但波动幅度环比有所收窄，显示物流需求恢复态势趋稳，一定程度上缓解了外部因素的影响，为产业链供应链的顺畅运转和经济的平稳运行筑牢了基础。

（一）工业品物流承压前行，政策支撑稳定增长

1-5月份，工业品物流总额同比增长5.6%，增速较1-4月回落0.1个百分点。5月份同比增长5.5%，增速环比回落0.1个百分点。显示尽管受到外部环境的影响，工业品物流总体仍保持平稳较快增长。

从结构看，在产业升级与政策发力的双重驱动下，本月绝大多数行业物流需求仍保持韧性增长。产业升级方面，贡献率超过5成的装备制造物流需求引领工业品物流结构持续优化，其中汽车制造业、计算机通信和其他电子设备制造业等行业5月份增速均超过10%。政策支持方面，设备更新政策带动电机、船舶等装备制造业物流量高增，电机制造、船舶及相关装置制造、锅炉及原动设备制造等行业5月增速保持10-20%。

（二）假日经济带动民生消费，相关需求释放加速回升

1-5月，单位与居民物品物流总额同比增长6.4%，较1-4月增速提高0.5个百分点。5月份单位与居民物品物流总额同比增长8.3%，较4月提高2.1个百



分点。显示消费品以旧换新政策、假日经济带动下单位与居民物流需求扩大。

从新增长点看，直播带货、即时零售等消费新业态日趋成熟，5月份在电商促销及国补政策等因素叠加下，相关消费物流需求进一步激发。1-5月实物商品网上零售额同比增长6.3%，较1-4月提升0.5个百分点。5月电商物流指数为111.6点，环比回升1.1点，指数创年内新高显示需求增长态势良好。

（三）外部不确定影响结构调整，进口物流持续回落压力犹存

1-5月进口物流总额同比下降4.1%，降幅与1-4月基本持平。5月当月，进口物流总额同比下降3.8%，降幅较4月扩大2.7个百分点。显示进口物流需求仍受全球贸易环境制约，结构分化态势持续。

从货类看，大宗商品方面，1-5月铁矿砂及其精矿、煤及褐煤、钢材进口量累计同比下降5.2%、7.9%、16.1%，其中煤及褐煤、钢材受国内经济结构调整和房地产去产能影响，降幅较1-4月进一步扩大。农产品方面，粮食进口累计同比下降29.7%，降幅收窄10.2个百分点。中间品方面，机床、集成电路进口物流

量保持增长，累计增速分别为25.1%和8.4%。显示我国作为能源原材料进口大国，原材料进口受不确定因素影响较大而出现回落，但大宗商品进口物流需求回落与中间品进口韧性增长并存，一定程度上体现我国进口物流结构正从传统大宗商品向高附加值工业产品转变。

（四）绿色与再生资源物流协同发展，新能源产业链物流需求向好

1-5月再生资源物流总额同比增长16.2%，增速比1-4月提高0.3个百分点；5月份当月增长13.3%，同时新能源汽车、汽车用锂离子动力电池相关生产物流量同比增速超过30%。绿色新型材料物流量显著增长，高性能化学纤维、生物基化学纤维、碳纤维及其复合材料均保持高速增长。显示绿色经济与新能源产业发展对物流需求的拉动作用显著，物流需求结构向绿色化加速转型。

二、物流供给规模扩张，运力结构升级成果显现

1-5月，物流业总收入5.6万亿元，同比增长4.2%，增速虽较1-4月回落0.5个百分点，但物流市场

规模持续扩大，多数细分领域发展态势良好，物流供给保持活力。

（一）物流业景气状况：整体扩张，区域发展各有亮点

5月，中国物流业景气指数为50.6%，环比回落0.5个百分点，但今年以来连续三个月保持扩张。分地区看，三大地区业务总量指数均处扩张区间，中部地区和西部地区业务总量指数高于全国平均水平，分别为51.1%和52.8%。中部地区装备制造、汽车及零部件制造，西部地区煤炭物流以及化学化工制品物流增长势头良好，有力支撑了需求增长。

（二）运输方式协同：立体网络构建，高效运行成效初显

今年以来，我国物流运输网络运行稳定，结构调整态势延续，同时航空跨境物流、铁路国际运输等保障能力增强，有效支撑物流循环。一是高效运输方式占比提升：5月民航货邮运输量同比增长16.6%，高于货运量增长12.3个百分点，国际航空货运能力持续增强，仍保持26.3%的高速增长。二是大宗货物运输转型深化，国家铁路货运周转时效缩短，运输效率提高1.0%。中欧班列5月份开行1688列，同比下降2%，中亚班列开行

1321列，同比增长30.9%。多元化跨境铁路主通道保障支撑作用良好。三是多式联运逐步推进，大宗货物“公转铁”稳步增长。1-5月份发送铁水联运集装箱量683.3万标箱，同比增长18.4%。通过运输方式整合、流程简化，系统性降低物流成本提升综合物流运输效率。

（三）仓储物流：周转效率平稳，供应链稳定性增强

5月中国仓储指数为50.5%，连续7个月运行在扩张区间。库存周转次数指数为52.4%，大宗商品、日用品等仓储业务活跃，商品周转效率高。上游规模以上工业企业数据显示，4月末产成品存货周转天数为21.0天，环比缩短0.2天，显示供应链上下游衔接有所改善，库存水平周转时效有所加快。

三、服务价格与企业经营联动，微观物流主体韧性凸显

5月份，物流服务价格总体趋稳。公路物流：需求改善，运价指数微升，5月，国际贸易形势缓和，国内市场需求回稳，公路运输需求小幅改善。受节假日出行

影响，运力供给前低后高、逐步回升。5月中国公路物流运价指数为105点，环比回升0.06%，同比上涨2.02%。海运市场：供需平衡，价格波动收窄。干散货运输、集装箱运输量稳定增长，供需两端保持平衡，价格波动区间较小。5月沿海（散货）综合运价指数平均值为1041.60点，环比回落0.2%；中国出口集装箱综合运价指数平均值为1109.07点，环比回落0.3%。快递市场：竞争激烈，价格持续下探。5月快递服务单票平均价格继续下降，同比降幅扩大至7.6%，价格竞争激烈。从企业经营数据看，主要快递企业5月速运业务量均有较快增长，但单票收入普遍同比下降，领域“内卷性”竞争态势较为严峻。

物流企业经营承压，管理升级成盈利途径。1-5月，重点调查物流企业业务收入同比增长6.5%，较1-4月回落0.8个百分点。物流微观主体盈利基本平稳，主要经营指标运行稳定。从盈利情况看，企业每百元营业收入中的成本维持在95.3元左右，基本保持在前期水平，部分领域收入利润率边际改善，总体仍维持在3%左右。中外运、顺丰等头部企业披露数据显示，在当前物流需求规模波动性增大，结构性调整的背景下，

物流企业经营压力有所增大，智能化升级和精细化管理成为提质增效的重要手段。

综合来看，进入5月份物流需求增速虽边际趋缓，但工业品物流韧性支撑、民生消费回升与绿色物流扩张形成新动能基本对冲进口国际物流的影响。从物流供给看，运输结构优化，仓储物流周转提效，国际跨境物流稳定运行，系统性、协同性提升了综合物流运行效率。但也要看到微观物流服务主体经营压力犹存，部分领域服务价格竞争白热化，利润率水平持续处于较低水平。

从后期走势看，在设备更新、以旧换新等政策加力扩围推动下，装备制造、民生消费物流有望延续回升态势；但进口国际物流承压与部分领域价格战或将延续，年内物流需求有望保持平稳。从指数看，物流景气指数中的业务活动预期指数连续3个月保持在55%以上高景气区间，铁水联运、低空经济等领域物流市场预期向好，下一步物流供需仍需协同发展，通过深化物流组织模式创新等手段进一步提升经济运行效率，筑牢物流对供应链的稳定支撑作用。



致广大用户的一封信： 关于新亦源云仓公众号升级迁移的重要通知

尊敬的合作伙伴、客户及关注者：

您好！

感谢您长期以来对新亦源的信任与支持。为向您提供更优质的服务体验、更高效的信息交互能力，我们郑重宣布：自【2025年4月25日】起，原【广州新亦源供应链管理有限公司】（订阅号）将正式升级迁移至【新亦源鞋服云仓】（服务号）。此次升级是我们在数字化服务领域的战略性优化，旨在以更强大的功能体系为您创造更高价值。

一、升级核心价值

1.服务能力全面提升

服务号将支持更丰富的接口功能，包括但不限于：云仓介绍、合作咨询、招聘等，您的业务办理效率将显著提升。

2.信息触达更加精准

每月4次的高频次推送权限，确保重要资讯、产品更新及服务通知能第一时间直达您的微信对话列表。

3.交互体验全面升级

自定义菜单、模板消息、数据统计等企业级功能，将为您打造更便捷、更智能的移动端服务平台。

二、您需要知晓的事项

迁移影响说明：

✓原有粉丝请关注我们新服务号

✓历史文章及素材将保留在订阅号

✓原账号将暂停使用，新服务号功能同步上线

三、未来服务承诺

此次升级不仅是技术层面的迭代，更是我们践行“以客户为中心”服务理念的体验。未来，我们将通过服务号持续输出：

✓行业深度洞察报告

✓专属客户权益活动

✓智能化场景服务解决方案

四、联系我们

如有任何疑问，欢迎通过以下方式联络：

服务热线：400-686-5156

再次感谢您的一路相伴！新亦源将以更专业的姿态，为您提供更有温度的服务。

扫描右侧二维码，即刻体验全新服务号

新亦源鞋服云仓
2025年4月25日



服装质检研究方向总结

◎ 文 / 耿涛

一、传统服装质检技术与方法研究

1.服装品质控制体系与QC小组活动

《论品质控制对服装销售管理的意义》：分析QC（质量控制）小组在服装销售前的核心作用，强调标准化操作、员工质量意识培养及面料预检（如面料起皱污渍破洞等分析），提出通过QC团队实现“销售前质量闭环管理”

应用案例：

肇庆四会仓通过QC管理提升质检拦截率，降低返工成本。

广州黄埔仓通过QC管理提升质检深度，降低客诉。

东莞智谷仓通过QC管理提升标准化流程，降低退货率。

华东地区通过QC管理提升各品类质检手势及效能，降低用工成本。

2.牛仔品类专项质检研究

《牛仔品类质量检验》：从面料性能（耐磨性、洗水工艺）、版型设计（贴身/宽松款结构合理性）、工艺细节（缝线牢固度、线迹均匀性）及辅料（纽扣、拉链）多维度构建检验框架，提出“试模服帖法”验证舒适性。



二、智能化质检技术研究

1.机器视觉与质检监控设备

“智能视觉共享实验室”（肇庆四会仓）投放交叉带分拣机：

直发命中（商品直接复核打包出库）

拦截命中（退货需拦截商品）

混储命中（商品SKU量小满足混储条件）

散件命中（商品SKU量大满足一品一位条件）

手工波次（通过在主控电脑上导入手工报表开启）

2.监控技术在作业场景中鉴别溯源应用

采用USB+NAS方案精准鉴别质检小组作业场景，（监控作业手法是否规范标准，溯源不合格订单第一责任人）

三、专项质量问题的研究

类型	质量问题
面辅料	色纱、纱结、破洞、疵裂、色差、掉色、染色、布疵、更换面料（手感不一致、克重不一致）
外观	鞋底变形/磨损、污渍、刮痕、褶皱、掉漆、毛边/毛须、起球、皮屑、针眼/针洞、开胶、跑绒
缝制	断线、跳线、漏针、爆口、散口、打褶、左右不对称、线路歪斜、重线不齐、落坑、堆线
工艺	大货与样衣工艺不符（工艺单）
异味	香水味、泡面味、商品本身异味、火锅味等
配件	配件破损、污渍、开裂等

2.功能性服装质检

服装作为日常穿着用品，其功能性至关重要，好的功能性检测能确保产品质量，提升消费者满意度，同时也有助于树立品牌形象。

划分“功能款”（抗菌、防水）与“品质款”等级，要求安全性能（甲醛含量）、服用性能（起球率）、舒适性（透气度）、附件使用顺畅（拉链-纽扣-魔术贴）等几类指标升级。

四、行业标准与质量管理体系研究

1.标准化与质检红线推动

质检小组针对服装标签制定了标准化流水质检步骤

销退质检步骤：

一闻气味 二核三唛 三掏口袋 四查外观 五翻内里 六检配件 七标准叠 八规范包

新品大货质检步骤：

一对样衣 二核三唛 三称克重 四查外观 五量尺寸 六套人台 七标准叠 八规范包

为了建立规范、长效的流程标准制定相关质检“红线”

红线一：错款错码

红线二：刺鼻的异味

红线三：衣服存在血迹

红线四：用错包装耗材

红线五：口袋有异物

红线六：人为次品

五、研究趋势与发展方向

1.技术融合深化

5G+工业互联网实现“数据驱动质检”，如全面实施系统化质检。

2.标准体系完善

现行标准矛盾修订（如流水质检标准的适配性问题）

3.质检增值业务扩展

部分项目实施设定增值服务（例如：改标-车标-熨烫-基础清污）

初心八载同欢庆，匠心织新共此时

◎ 文 / 陈燕

开篇 · 全国同庆

八载风雨同舟路，九州共贺匠心年！

2025年5月6日，新亦源迎来8周岁生日。这一天，从总部到全国分仓，全体新亦源人以同一份热爱、同一种匠心，共赴这场跨越山河的生日之约！

总部主场：山水为证，匠心织梦

庆典仪式



王总以“努力尽今夕，少年犹可夸”寄语未来



郑玉华、余凤珍等五年员工获“五年贡献奖”



创意团建

手印旗帜共绘团队图腾，东湖徒步挑战趣味游戏，践行“行到水穷处，坐看云起时”的从容。



分仓联动，共抒匠心情

员工心声：八年同行，温暖相随



肇庆仓



合肥仓



黄埔仓



禾观仓



汇金仓



番禺仓



花桥仓



桥头仓

“八年同舟共济，未来携手并进。湖北仓祝新亦源八周年快乐。”

“八年栉风沐雨，八年春华秋实。桥头仓祝新亦源八周年生日快乐！”

“初心八载，匠心织新！风雨同舟共成长，砥砺前行创辉煌。黄埔仓祝新亦源八周年生日快乐，未来我们继续携手并进，再谱新篇章！”

“八度春秋织锦绣，千帆竞发再攀登。上海仓祝新亦源八周年生日快乐！”

“风雨八载铸辉煌，同心聚力谱新章！番禺仓祝新亦源八周年生日快乐！”

“八载风雨同舟路，九州共贺匠心年。总部祝新亦源八周年生日快乐！”

“在这辞旧迎新的时刻，禾观仓祝新亦源企业如巨龙般腾飞，事业蒸蒸日上，财源广进，祝公司新年新气象，事业更上一层楼，团队和谐，创新不断。”

“我们愿伴随着时光的脚步陪伴新亦源走过每个春夏秋冬！愿我们初心不变，再创佳绩！肇庆仓祝愿公司8周年生日快乐！”



未来展望：星辰大海，同心所向

以王总致辞作结：“八年不是终点，而是新起点。愿我们如‘大鹏一日同风起，扶摇直上九万里’，继续以优质的匠心云仓服务织就全国服务网络！”

步履云端第一期：水声水库首站全纪实

◎ 文 / 陈燕

6月16日，「步履云端」系列行动在黄埔水声水库写下序章——没有海拔的攀登，恰是云仓最贴地的飞行。

这是一场由新亦源总经理王伟先生发起的服务哲学实验：

“优质的服装云仓服务，它应如水流向低处——沉到每个仓库里，沉进客户动线里，沉入大地肌理中”

系列信条：

- ① 服务没有绝对高度，只有覆盖密度；
- ② 最优路径在鞋底磨痕里；
- ③ 团队共振是最高效的服务器。

在客户看不见的库房深处，有我们勇往直前的步履。
服务本应如此——俯身时听见大地心跳，抬头便见整片云端。



粽情端午，暖心相伴 ——新亦源云仓祝您端午安康

◎ 文 / 陈燕

粽叶飘香，端午将至。为感谢全体员工的辛勤付出，公司为各分仓的小伙伴们精心准备了端午暖心小福利，让每一位员工都能感受到公司的关怀与节日的温暖。



总部



肇庆仓



智谷仓



朗州仓



禾观仓



佛山仓



番禺仓



湖北仓



黄埔仓



花桥仓



汇金仓



合肥仓

粽香传情，心意相连。新亦源云仓再次祝愿大家端午安康，阖家幸福！未来，我们继续携手，共赴美好！



新亦源管理开放日 · 正式上线

◎ 文 / 曾静

各位亲爱的伙伴们，您有遇到过以下的烦恼吗？
感情卡关？明明相爱，却总在“谁洗碗”的战场里两败俱伤…
团队心累？定目标时全员点头，执行时像“散装游击队”…
社交窒息？一句“早点睡”被听成“你事多”，委屈到失眠…
情绪暴走？白天强撑专业微笑，回家对猫大吼“别碰我！”…
成长焦虑？同龄人升职加薪，自己连“5年计划”都写不出来…

别担心，这不是您的错！
您只是缺一个“破局点”！
您的崩溃，我们都懂！
资产缩水、企业裁员、人心浮躁…在这个充满挑战的时代，
我们深知您的压力与迷茫。

这一次，新亦源管理层开放日为您而来！帮助您解决情感、职场、情绪和成长等方面的困扰。

这一次，我们拒绝套路，拒绝形式化，只给干货！由公司高管组成“专家天团”，为您提供一对一私密咨询，帮您把职场、生活、情绪的“死结”一一拆解！

每个声音都被听见，每个困惑都有解答。
现在起，您不是孤军奋战！！
我们即将开放预约渠道，抢限量咨询名额
暂定5月16日上海专场，5月22日肇庆专场，5月23日东莞专场
(Ps：具体活动时间以人事行政中心预约链接为准)
欢迎预约报名，一起开启您的破局之旅！
更多活动内容，请关注内部沟通平台~
随时获取一手消息



以赛促学，以劳为荣： 看新亦源云仓如何“卷”出专业力

◎ 文 / 陈燕

劳动，是耕耘，更是成长。

在这个属于每一位奋斗者的节日里，我们想讲述一群“看不见”的服装守护者——他们不直接面对消费者，却用精准的分拣、高效的调度、严谨的品控，让每一件服装更快、更准地抵达千家万户。

他们，新亦源人。

五一劳动节前夕，新亦源肇庆仓开展了2025年第一季度技能竞赛，当中诠释了什么是真正的“专业力”——不是被动完成任务，而是不断突破极限，让服务更高效、更可靠。

赛场精彩回顾 WONDERFUL REVIEW >>>



荣誉时刻 HONOR MOMENT >>>

经过激烈角逐，以下伙伴凭借过硬的专业技能脱颖而出：

让我们用最热烈的掌声祝贺这些优秀的伙伴！他们的表现完美诠释了什么是“工匠精神”——在重复中追求极致，在平凡中创造不凡。

同时我们也期待更多的伙伴再接再厉，在下一次的技能竞赛中崭露头角！每一次的比拼都是新的起点，每一次的练习都在为更好的服务蓄力。相信在新亦源这个大家庭里，每个人都能找到属于自己的舞台，用专业和汗水书写属于自己的成长故事。

荣誉榜



NO.1 盘点-龙采焰



NO.1 拣货-何达军



NO.1 上架-杨廷杰



NO.1 收货-韩耀航



NO.1 复核-梁丽娜



NO.1 播种-雷雪萍



NO.1 客退-梁丽娟



NO.1 质检-蔡长妹



NO.1 包装-彭优玲

2025第一季技能竞赛获奖表彰

NO.1 技能标兵 奖金150元 +定制旅游	排名	姓名	竞赛项目	奖金	排名	姓名	竞赛项目	奖金
	NO.2 精英	黄志豪	拣货	100元	NO.3 能手	梁永威	拣货	50元
		郑菁峰	上架	100元		龙超合	上架	50元
		张荣	收货	100元		黄金秀	收货	50元
		赖龙德	盘点	100元		廖秀婷	盘点	50元
		黄金莲	复核	100元		朱海英	复核	50元
		黄美珍	播种	100元		孟珊	播种	50元
		周莉	客退	100元		杜军祥	客退	50元
		向丽敏	质检	100元		王倩	质检	50元
		林少玲	包装	100元		李水玲	包装	50元

劳动的价值，云仓的承诺

技能竞赛不是终点，而是服务升级的起点。正是因为这些劳动者的精益求精，我们才能兑现对品牌的承诺——

“一方云仓在，无忧千万单。”

未来，我们将继续以培训赋能员工、以科技优化流程，让每一位新亦源人都在劳动中成长，在成长中创造更大价值。

温情汇聚，共谱花桥仓发展新篇

—— 昆山花桥仓 员工关怀活动纪实

◎ 文 / 陈燕

在企业发展的征程中，员工是最宝贵的财富。为进一步提升员工的归属感与工作积极性，增强团队凝聚力，近日，昆山花桥仓精心策划并举办了员工慰问活动及新员工座谈会，以实际行动传递公司对员工的关怀与重视。



昆山花桥仓员工关怀活动纪实

感恩相伴，员工慰问暖人心扉

当日下午 15:00，员工慰问活动在花桥仓晨会区准时拉开帷幕。活动现场气氛热烈而温馨，轻松的音乐为活动营造了愉悦的氛围。

活动伊始，领导暖心致辞，肯定大家的付出，描绘美好未来，为我们注入前行的力量。内推机制宣导，让大家轻松了解如何成为“伯乐”，为公司揽才的同时收获丰厚奖励。“员工之声”与“管理开放日”宣导环节则为我们搭建起与公司沟通的桥梁。游戏环节更是欢乐不断！接力球、马兰开花，团队协作中，欢笑声此起彼伏。



关怀凝聚力量，携手共创未来

此次员工慰问活动及新员工座谈会的成功举办，充分体现了公司对员工的关怀与重视。通过这些活动，不仅让员工们感受到了公司的温暖与关爱，增强了员工的归属感和忠诚度，同时也为新老员工之间搭建了沟通交流的平台，促进了团队的融合与协作。

在未来的日子里，昆山花桥仓将继续秉承“以人为本”的理念，不断丰富员工关怀活动的形式和内容，为员工创造更加良好的工作和发展环境。相信在全体员工的共同努力下，昆山花桥仓必将迎来更加辉煌的明天！



倾听心声，新员工座谈会助力成长

活动当天，新员工座谈会在三楼员工休息区如期举行。本次座谈会旨在帮助新入职的员工更好地融入公司大家庭，快速适应工作环境。

在心声分享环节，新员工们纷纷敞开心扉，分享自己入职以来的感受。有的新员工讲述了在工作中得到同事帮助、顺利融入团队的温暖经历；有的则提出了在工作中遇到的挑战和困惑。公司管理层认真倾听每一位新员工的发言，并给予了积极的回应和建议。

活动的最后，新员工们在小纸条上写下了自己对未来在公司工作与成长的期望和目标，并投入“时光信箱”。这些承载着新员工梦想与憧憬的纸条，将被公司妥善保存，见证他们在公司的成长与进步。