





卷首语 | Preface

用热爱去拥抱物流时光岁月

文/王伟

新年伊始，春意大地，预示着万物复苏，生机勃勃！
穿梭在一座座城市，承载着各种交通工具，从清晨到夜晚，感受着每个人都在和时间赛跑，都在追逐着过去的三年岁月。
有人觉得工作繁重、单调，其实不是工作无趣，而是我们过早地放弃了自我的健康和目标。
生命中积累了一些微小的目标，让我们可以抵抗住岁月漫长，为我们自己挑点“骨头”，让工作更加多彩，你会发现每天如此精彩。
二十年岁月间，从未放弃对专业物流的追求，从未改变对物流的执着。从电子到服装，庆幸自己的选择，有一种选择是骄傲，更是一种缘分。
而最，愿让这个事业持续美好的旅程。
三年过去，每个人都经历了自己煎熬的时刻，面对未知的明天，期待希望的未来是靠自己。
过去时光告诉我们的，走出来，最好的办法就是持续热爱自己的职业！
那看似微不足道的每一张订单，总是让我们在时光岁月看到物流的力量。
过去的岁月，感恩用热爱去拥抱物流时光。
物流，就应当努力使之幸福地发光。
人尽其责，择一事而专，择一事而精！
我要物流，为之发光而发光！

森林资讯 | Forest information

生产商品包装辅料的生产或成衣的生产，获取的利润在整个服装产业链中是最低的，大多数服装生产商的利润率水平为 5~10%，ODM 可以承接客户需求进行产品的一部分设计和生产，而此利润率通常为 10~20%。
品牌商核心竞争力体现在品牌定位、产品设计能力、渠道建设以及供应链管理等方面，主要的经营开支体现在销售费用上。用于产品和渠道等的建设，由于品牌在产品中占据重要的地位，并且是消费者购买决策时的重要考量，因此品牌商通常在整个产业链中占据的利润最多，可占到产业链上所有参与参与利润的 40~50%。
渠道商在我国行业现状中对品牌商依赖性较强，不同的品牌商渠道结构不同，有些品牌商设立经销商层级仅有一层，也有些品牌商在渠道中设立二三层经销商结构。渠道商的核心竞争力体现在区域深耕和对终端网络效率的把控上，因此，渠道商在整个产业链中大约可赚取总利润的 30~40%。
我国服装品牌商在发展早期，由于国际品牌渗透率较低，国内竞争相对较为平缓，为了抢占市场份额，渠道商通过推动收入规模增长的决心，因此借助多层次的经销商模式实现快速扩张。然而，过多的渠道层级导致企业的销售效率变低，消费者的购买成本变高。

首先，渠道商是受多方利益集团和经销商消费者的选择，导致品牌商对终端消费数据的感知变弱，无法对市场变化做出及时的反应。其次，渠道商是受多方利益集团加价率变高，产品价差一级经销商加价倍率为 3 倍左右，至二级经销商时加价倍率为 4~5 倍，因此渠道层级增加也会导致消费者购买成本变高。
2.2 商业模式
2020 年的疫情促使零售方式向多元化发展，销售渠道逐渐由线下渠道向线上渠道转移，线上及线下渠道融合的新零售模式发展迅速。
2.3 技术发展
服装零售行业的技术发展主要提供供应链转型升级支持。
供应链转型
第三方平台介入服装生产领域构建了行业的供应链模式：需求预测+数字工艺+中央供应链+柔性智能制造工厂模式，提高了服装行业快速反应和柔性生产的能力。



资料来源：资产信息网 千际投行

物流升级
生产服装品牌从分散运输模式向集中配送模式，以提高仓储物流能力，提高第三方物流企业提供的解决方案，使服装品牌在物流环节具备灵活的供应链优势。
第三方平台为服装行业提供的解决方案



资料来源：广州新亦源供应链管理有限公司

2.4 行业主管部门和管理体制

目前我国服装零售行业实行国家宏观指导及行业协会自律的管理体制。行业行政管理归商务部和各级商业管理部门，其主要职能是制定行业政策及发展规划；行业自律组织有中国商业联合会、中国百货商业协会、中国连锁经营协会、中国家用电商协会等，其主要职能是协调成员单位之间以及成员与政府部门之间的沟通交流。

第三章 行业估值、风险及竞争分析

3.1 服装零售行业发展

政策利好及国际文化传播助推我国服装零售行业快速发展。近年我国体育服饰行业增长较快，预计 2025 年市场规模将达 5,990 亿元，2020 年到 2025 年的年复合增速达 13.7%。2021 年 4 月新疆棉花事件，7 月郑州暴雨事件推动国货文化加速传播，特别是国货品牌。

2023 年服装零售行业研究报告

文/ 摘录并引用“千际投资”数据

第一章 行业概况

服装零售行业是以零售方式销售各种类型的服装产品的商业行业。经营方式有实体店和电子商务两种。实体店是指传统的实体店销售，而电子商务是指通过互联网在线销售。随着互联网技术的发展，电子商务在服装零售行业中的地位越来越重要。

服装零售行业是一个竞争激烈的行业，产品更新换代迅速，消费需求多样。因此，服装零售商需要具备敏锐的市场洞察力和快速的反应能力，以满足消费者的需求和保持竞争力。同时，品牌营销、设计、采购、销售等方面的专业能力也是服装零售商必备的竞争力。

服装零售行业是 C2C 模式下的零售行业，受全球经济增长的推动，居民可支配收入提升，市民生活水平持续改善及消费升级，这推动全球服装零售行业持续增长。从类别来看，全球服装可分为女装、衬衫、运动休闲服、内衣、毛衣、外套、定制及其他。

中国服装零售行业是一个庞大的市场，消费需求旺盛。截至 2022 年 9 月，我国服装零售额达到 6562.1 亿元。

在中国服装零售行业中，电商平台已成为重要的销售渠道。除了淘宝、京东等传统电商平台外，一些直播电商、社交电商平台也在崛起。例如，拼多多通过低价策略、社交裂变等手段吸引了大量用户；小红书通过社交媒体影响力及精准推荐模式为用户提供个性化服务。



资料来源：资产信息网 千际投行

中国服装零售行业具有巨大的潜力和竞争优势，但

同时也面临着激烈的市场竞争和消费者需求多元化的挑战。服装零售商需要不断创新，加强品牌建设和提升服务水平，以满足消费者需求并保持竞争力。



资料来源：资产信息网 千际投行

目前，我国服装零售行业整体保持平稳，出口趋于平稳。2022 年 1~12 月全国社会消费品零售总额同比增长率为 -0.2%，其中服装零售同比增长率为 -0.5%，降幅显著高于社零增速。出口方面，2022 年 12 月，服装出口额为 142.904 亿美元，同比增长率为 -10.25%。

第二章 商业模式和技术发展

2.1 产业链价值链

服装产业链可以分为三个环节：生产、品牌商和渠道商。具体来看：



资料来源：资产信息网 千际投行

中国 | 商业数据

森林资讯 | Forest information

奥运会及《全民健身计划（2021-2025 年）》政策出台，预计我国体育服饰行业未来将保持高速增长水平。

3.2 行业风险分析和风险管理

常见风险分析

风险类型	风险描述	应对措施
市场竞争	行业竞争激烈，品牌商面临来自新兴品牌的挑战。	加强品牌建设和营销推广，提升产品竞争力。
供应链	供应链不稳定，原材料价格上涨，物流成本增加。	优化供应链管理，寻找替代供应商，降低采购成本。
消费者需求	消费者需求多样化，对产品质量和售后服务要求提高。	加强市场调研，了解消费者需求，提升产品质量和服务水平。
政策法规	政策法规变化，如环保要求、税收政策等。	密切关注政策法规变化，及时调整经营策略。

资料来源：资产信息网 千际投行

由于 2020 年上半年受疫情影响严重，多数企业在 2021 年上半年营收业绩的大幅反弹亦不出意料。随着后疫情行业低基数效应逐渐减弱，内生增长强劲，业绩持续向好的企业将有更出色的表现。预计未来头部企业的市场占有率将进一步提升，行业分化将愈加明显。而尾部企业经营和财务负担较重，仍可能面临较大的现金流压力和债务集中兑付风险。除此之外，行业还存在以下风险：

- (1) 行业增长低于预期，造成公司营收及利润增速不及预期。
- (2) 产品推广不及预期，市场竞争激烈，存在市场开拓不及预期的风险。
- (3) 消费倾向的变化，若品牌商无法及时把握消费风向的变化，营收增速将面临压力。

3.3 竞争分析

受益于中国运动服饰行业品牌集中度持续提升，头部服装零售品牌通过代建领先运动服饰品牌持续抢占市场份额。中国运动服饰零售行业市场集中度亦不断提升。中国运动服饰零售行业，将与世界国际品牌巨头竞争，从品牌门店数量、零售额占比、营业收入及营收结构等维度对上述企业进行比较。



中国服装品牌市场占有率排名，2015 年-2020 年数据



资料来源：资产信息网 千际投行

中国 | 商业数据

第四章 未来展望

未来，服装零售行业将继续受到消费者需求变化、科技创新、产业升级等多方面的影响。首先，随着消费者对个性化、高品质、可持续发展的需求不断增长，服装零售商需要更加注重产品设计、品牌形象塑造和质量管理，以及可持续发展理念的引入。

其次，新兴技术的应用将促进服装零售行业的转型升级。例如，人工智能、大数据、物联网等技术的运用将帮助服装零售商提高运营效率、降低成本、提升客户体验。同时，虚拟试衣、智能导购等技术也将进一步提升消费者购物体验。

第三，线上与线下的融合将成为服装零售行业的一个趋势。随着消费者线上线下购物的需求越来越复杂，服装零售商需要通过整合多种销售渠道、提供多样化的购物体验、实现线上线下无缝衔接，以更好地满足消费者需求。

最后，国际化布局将成为服装零售品牌拓展业务的重要手段。随着全球化的发展，服装零售商需要更好地把握国际市场机会，拓展海外市场，以提升品牌知名度和国际竞争力。

综上所述，未来服装零售行业将面临诸多机遇与挑战。服装零售商需要不断创新和升级，以满足消费者需求并保持竞争力。

资料来源：资产信息网 千际投行

中国 | 商业数据

新亦源，请回答

◎文/曾静

前言：走进新亦源，聆听新亦源人讲品牌故事。
本期分享嘉宾简介：

程浩

新亦源供应链联合创始人，CMO
中国仓储与配送协会专家
服装物流专家委员会专家
罗戈研究院服装物流专家
细分行业物流变革方案专家

- 物流管理专业毕业，从事第三方物流15年，拥有丰富的理论和实战经验
- 专注于服装行业物流解决方案研究与实施，为国内多家服装品牌企业定制物流解决方案
- 先后参加多次服装行业及物流行业高峰论坛，作为嘉宾分享成功案例
- 致力于不断推动服装行业供应链变革，新亦源“产地仓”模式创始人

主持人：程总，下午好

程总：你好

主持人：在刚刚过去的312植树节看到新亦源的标准是“植初心，种未来”，我其实很好奇，新亦源的初心是什么？

程浩：这个问题问得很好。今年是新亦源成立的第六个年头，其实最开始我们几个人创业做这家公司的时候，我们的初心就很清晰，我们是为整个鞋服行业而生的。鞋服鞋服行业，深耕一万米，成为鞋服行业物流的领导者。

主持人：请问一下，为什么会在鞋服行业选择仓储？有没有选择传统物流呢？

程浩：其实我们在鞋服行业的时候，做过很多服装品牌的传统物流，大概前三年的时间里，基本上我们

合作的都是国内的一、二线的品牌，以Shopping Mall里的品牌为主，比如像UR、NewBalance、拉夏贝尔等等二十多个品牌，后来我们发现这个传统很多传统平台公司提供的物流服务比较通用，或者说也更容易被大平台公司整合，所以后来我们把这一批独立出去，将公司的整体方向做了调整，开始向仓储这个环节转移。而刚好在18、19年赶上新兴电商爆发，所以我们就开始去做仓储的业务。目前B2C的业务大概占到80%左右。

主持人：据我了解，云仓的兴起是在17、18年左右，也属于一个新兴的行业，众所周知在新行业其实不太好开拓，新亦源是如何去拓展业务的呢？

程浩：最早起，其实我们没有什么营销体系和销售策略，那个时候就是靠朋友关系服务好每个客户，

最后获取一定口碑的机会。再后来我们开始研究新媒体推广。我们通过类似于会客、社群、小红书等新媒体方式在推广我们品牌。另外一方面，内部也会根据新兴品牌、跨境电商、跨境电商、跨境电商的个性化需求去调整内部的整个运营策略。甚至包括我们整个的系统，从供应链提供了人无法有，人有较强的增值服务体系，深入地解决了不同平台客户的不需求。而因为这些增值服务体系，所以让我们在新媒体的推广标准更加清晰明确。

主持人：咱们目前的规模有多大呢？

程浩：目前公司有800名员工，我们在全国有50多万平仓库，基本上这几年来，每年大概增长30%—50%的速度。

主持人：真的不容易，在一个专业领域坚守初心，为新亦源点赞！

程浩：谢谢。坚守初心本来就是一个不简单的事情，在成长过程中，总会面临很多诱惑，但我们挺住了诱惑，在这个专业领域深耕，统一口径，深耕1万米。

主持人：听说这个深耕都已经延伸到质检、生产环节了？

程浩：我们现在已经开始在帮客户做服装新品从工厂生产出来以后，我们把工厂的QC（质量控制）已经做掉了，由我们来做整个产品的质检，甚至一些小的瑕疵修复，帮客户直接在线内现场处理了，然后再重新吊牌，重新做包装，重新做吊牌，然后二次上架，再做二次销售。我们现在已经可以在仓内帮客户生产T恤卫衣了，我们把印花设备搬进仓库里，客户卖了货以后，我们才开始帮他在仓内印花，车标，挂吊牌，质检包装，然后快速发货，这样的客户其实

是零库存，等于是（消费者）现买现做，生产出来之后我还能做到满足客户24小时发货的标准。

主持人：也就是说做了增值服务，把供应链进行了延伸。

程浩：是的，而且公司基于原有的整个服装仓储业务，已经延伸出了两个新的板块。一个是我们在专门给服装门店做了一个快速退换货的平台，这样的平台对我们来说，我们没有需要从中赚差价，我们更多的是为了通过这个平台去获客，另外一个板块就是我们帮服装店，给客户做库存的印花T恤和卫衣的供应链，从西裤到客户的门，因为以前单从物流角度来看，帮服装品牌公司做物流服务，其实是很难的，所以我们要更多是在市场营销侧做了一些深度布局。

主持人：业务延伸后还能再延伸吗？

程浩：“细分可以再细分”，我们其实也做过类似的一些拆分，大品、女装和男装操作上都会做区别，还有童装，它的区别更大，所以这时候我们现在的服务能力，更多的是在个性化的需求中，寻找和标准标准化的服务能力。比如你说的整个物流流程来说，一定都是入库、质检、上架、拣货、下架，然后包装、发货。基本上整个都是这样的流程，但在这个过程中，因为每个客户的前端生产供应链面对的工厂不同，它的生产供应链的模式不同，可能到仓之后对货的要求不一样，入库的环节不一样，这时候就会有一些个性化的需求，所以这个时候我们是在个性化的服务服务体系下，去寻找个性化的服务内容，然后从帮客户找这个环节的个性化服务。

主持人：好的，感谢您的耐心知识，让我们更深入地了解新亦源，期待新亦源继续发力，加油！

中国 | 服装物流

中国 | 服装物流



喜讯：36000m²东莞桥头仓第一期正式启用

◎文/罗锦添

近年来，随着新亦源在鞋服行业领域的深耕，专业服务能力得到了众多鞋服品牌的认可，仓储规模有了快速发展，客户及订单量的不断增加，现有的仓库容量已难以满足客户的需求。面对客户日益增长的仓储需求，我们一直寻求在全国各地开设更多高标准仓库，以满足客户仓储需求！

2023年3月，东莞桥头仓项目第一期正式投入使用。第一期占地面积为36000m²，新仓按照高标准建设，每栋有5台货梯，满足大运力，楼面净高30多米，方便大货车进出。

新亦源东莞桥头仓启用后，全国现有总仓容量高达50万平，是新亦源发展历程中又一个重要里程碑，也标志着新亦源在鞋服仓储领域再上新台阶。

欢迎各地的客户前来仓库参观交流！



中国 | 服装物流

广检集团与新亦源达成合作 共同推进鞋服QC技能认证培训项目

近日，广州检验检测认证集团（以下简称“广检”）与广州新亦源供应链管理有限公司（以下简称“新亦源”）正式达成鞋服QC技能认证培训项目合作协议。

为了适应市场的需要，向行业输送高质量的验货人才，有针对性地设计了一系列鞋服验货人员精品培训课程，以培养一名合格的验货人员为目的，让其充分认识到自己工作的紧迫性，牢固地掌握验货的基本理论和实操能力相结合，不断地强化其业务技能，提高其业务素质，提升其职业素养，为企业的产品品质把好关。

通过鞋服验货人员精品培训课程以系统地培养验货人员的职业能力为主线，围绕鞋服验货岗位方面内容进行展开。课程内容包括理论知识、实操学习和实践训练三大部分。

理论部分包括验货人员的职业规划、岗位和发展、产品质量的相关政策与法律法规的解读、验货手段及技术的应用及行业发展趋势、验货的基本知识、鞋服检验的介绍与应用、服装、服饰特征的要求、实施过程的介绍和案例分析、鞋服验货的要求、实施过程的介绍和案例分析、各类产品标识的解读及验货的注意事项等。

实操学习包括在行内和名鞋质检机构进行实操训练，例如：验货机的使用实操训练、各款服装、服饰的检验、各类鞋子的验货等。

实践训练包括在校外指定的实习基地进行点对点的实习实训，现场实操。

本课程将资深专家、名师面对面讲解理论知识，针对每位学员特点安排特色教学，增加互动时间，结合实操讲解，实操机会多，加上上岗实习，实现“三位一体”教育模式。着力培养学员动手能力、拓宽知识面、加强职业素养、坚定志向、有针对性地向企业输送人才，填补此类鞋服职业技能培训领域中长期存在的空白，在培养鞋服企业技能人才输送转型上迈出了崭新的一步。



中国 | 服装物流

新亦源拍了拍你，说“我们新官网上线啦”

◎文/陈燕

春天回到大地！万物焕上新装！踏着美好春天的步伐，新亦源的新官网正式上线啦！改版后的官网在原有基础上增加了新功能模块——获取报价，你只需简单填写信息，就能获取到更直观的报价方案！当然如果你有其他业务上的咨询也可以直接电话联系哦。



其次，新官网新增合作案例库。如果仔细观察就会发现，我们的生活中有那么多充满智慧的人在做着充满智慧的事情。就像蜜蜂和蜜蜂离不开花，兔子离不开胡萝卜，手机与充电器难舍难分，新亦源与每个品牌商家紧密相连，所以发给你报价你也能在上面占一席位！



除此之外，新官网还新增新闻资讯栏目，在这里你可以获取我们最新的资讯和动态。新亦源将努力成为你成功路上的得力助手，提供优质的服务给你。
www.56xyy.com，新亦源欢迎你！

中国 | 尚源智选

信息驱动，服务创新

新亦源2022年度总结及2023年度会议

◎文/曾静

旧岁已展，新岁将临。
时光的表盘上，③会留下奋斗的痕迹，篆刻着发展的篇章。

回顾2022，记忆的新亦源闪烁着岁月的自信在砥砺前行。2022年，第二个五年计划开局之年，站在新的历史起点，梦想的征途召唤着新亦源人再启新程，踔厉奋发，勇毅前行。



2023年2月10日-12日，信息驱动，服务创新——2022年度总结及2023年度会议在广州番禺区凤凰城酒店顺利召开。新亦源总经理王生，副总经理涂建强先生及各中心负责人、各区域总监、骨干员工参加本次会议。



总经理王生先生发表了讲话。王总表示，过去的三年，是我们每个人刻骨铭心的三年，是充满挑战的三年。

的三年。新亦源克服各种困难，过去的三年里一直保持稳健增长和发展。在此衷心感谢每一位新亦源人的付出。感谢每一位客户的信任与支持。现如今，我们与这个时代共同成长。在这个时代机遇与挑战并存，管理是问题的根源。所以，我们要持续改进，时刻保持成长的状态，没有退路。

在谈到行业机会时，王总说，目前合同物流12%增速，行业整合，优化速度在加快，未来是合同物流黄金十年崛起。而面对市场的变化，库存变小，带来的柔性供应链的变化，叠货模式将逐步被快速周转模式所取代。客户对我们小单快速服务能力要求不断提升，所以，每个新亦源人要有紧迫感。

2023年是新亦源第二个五年计划开局之年。公司第二个五年规划务实务实主义，专业主义。长期主义，我们的第二个五年目标是成为细分市场领域第一名。深耕供应链供应链物流外包，提供快速、专业、增值服务，用数据说话，数字化、专业化的管理，成为效能、效率、效能化的企业。最后王总表示，2023年，奋斗物流路，超越新目标。



回顾历程，共筑硕果。一分耕耘，一分收获。时光的表盘上，总会留下奋斗的足迹，篆刻着发展的篇章，记录着新亦源走过的历史进程。

中国 | 尚源智选

签署《目标责任书》

一元复始，万象更新。新的一年开启新的希望，新的挑战从新年的梦想开始。新的一年，挑战与机遇并存。全体员工参与其中，明确责任与义务，实现一座的共同利益。需要我们恪守诺言，为整体目标的完成保驾护航。



岁月悠悠，一载春秋，群策群力，共谋发展。会议期间，围绕“全员营销”、“明星客服”、“员工离职率”、“客户反馈”、“服务创新”、“SIR标准落地”等进行了相关议题讨论及培训。



《如何激活员工管理团队——激活组织，激活自我》



《阿米巴第二期》、《SIR标准落地》



《培训如何有效落地，员工离职率如何管控》



《围绕家书创新，我们可以做什么？》



《我们应该给客户什么样的数据模型？》



中国 | 尚源智选

至此，“信息驱动，服务创新”2022年度总结及2023年度计划会议圆满落下帷幕。新的一年让我们更加紧密地团结在一起，我们相信，坚韧不拔的新亦源人定能乘风破浪，勇毅前行。2023，奋起再出发！

312“植初心 种未来”植树主题活动

◎文/曾静

阳春三月
山清水秀
春天已带着丝丝暖意
携着蓬勃生机向我们走来
植树节也如约而至
春风和煦，春光明媚
我们带着春风，带着希望
3月12日
新亦源开展了
“植初心 种未来”植树主题活动
一锹土，一桶水
“植”此青绿
种下绿色的生机和希望



中国 | 尚源智选

森林活动 | Forest activities

Forest activities | 森林活动

面朝大海，春暖花开 | 年度企业之星旅游奖励

文 / 曾静



还记得年初我们的年度之星评选活动吗？被成功评选的伙伴们除了收获丰厚的奖金，还有我们的重头戏——华南旅游奖励！昨天，总部及华南区域的伙伴们齐聚出发啦~



休息片刻，小伙伴们陆续来到海边，欣赏着丫丫所在软棉棉沙滩上，温暖的太阳，温柔的风，还有浪花的声音，惬意的时光正式开始。



带着愉悦的心情，小伙伴们陆续从各地集合。见到大海的那一刻，所有的疲惫都消失不见，取而代之的是兴奋。打开房门，映入眼帘的是180°海景。小伙伴们迫不及待放下行李，欣赏这片美丽的海。



来到海边，必不可少的活动一定是乘坐快艇出海游玩啦！浪水拍打着船身，浪花冲撞着艇面，感受坐着游乐场的“过山车”，一上一下，跌宕起伏的视觉，犹如一片波浪起伏，被浪花抛在空中又重重跌回来。甚至激起了一波海浪，扑在身上，凉凉的，加上海风的威力，回去后低夏日的灼热。

努力工作中得到的幸运果然也在旅途中展现，出海途中偶遇的超级大水母，这运气，简直太好了！

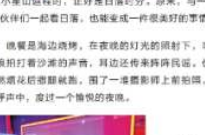


飞艇前往小星山，小星山是一个绝佳的野岛，风光旖旎，碧海蓝天。这里有绝美的景色，水质清澈见底，能见度可达10米以上。岛周海域平坦有许多鹅卵石和珊瑚，是一个不可多得浮潜圣地。可惜，3月的海水还是比较凉的，于是，我们选择了在小星山附近进行海钓。



鱼儿游到大海中，波光粼粼的海水，放眼望去，碧天一色。

从小星山返程时，正好是日落时分，原来，与一群志同道合的伙伴们一起看日落，也能变成一件很美好的事情。



晚餐是海边烧烤，在夜晚的灯光的照射下，听着海浪拍打着沙滩的声音，耳边还传来阵阵民谣，伙伴们点燃烟花后，围了一圈圈，围上一圈圈，围上一圈圈，在欢呼声中，度过一个愉快的夜晚。



当然，当然，上面只是上半场，我们还有下半场活动呢——爱莲太嗨，就不详细介绍了。

森林活动 | Forest activities

Forest activities | 森林活动



3月的清晨，带着丝丝凉意，但和煦的阳光步行在搭配在一起，却是最佳搭配。今天一早，我们从海龟岛乘坐双月湾观景点，俯瞰整个双月湾的景色，清晨的凉爽感，也让整个人神清气爽。



从观景台下来，我们直接前往海龟湾，漫步在海龟岛的栈道上，面朝大海，春暖花开。



丰富的海水，温柔的海风，蓝天的幕幕，从海岸线到海边栈道，站在岸边，欣赏着亚洲大陆上海龟岛一绝的壮观。

#鼓励担当，表彰先进#

企业之星之旅虽然结束，但新建的脚步不停歇。2023年新的开始，让我们携手并进，一路向前，以更好的状态，更饱满的热情，迎接更大的挑战，创造更多的价值。

“为企业谋发展，为客户谋价值”。我们也期待更多的员工加入到企业之星队伍中，一起加油，下一个企业之星就是你。



至此，本趟旅程也快要接近尾声了，这也是你期待的旅程吗？



女神节 | 不负时光馈赠，每一个你都自带光芒

文 / 曾静

光阴如画，岁月成诗

我们又在这2023年的女神节见面了

新亦源全体员工向大家道一声：女神节快乐

为庆祝这个自带美丽的日子，新亦源在各地举办了女神节活动，跟随我们的脚步，一起来看看活动盛况吧



森林活动 Forest activities

华南区

华中区

华东区

宇宙洪荒，生命浩渺
愿你不惑于年龄，不因于身材独立平等，骄傲自由
愿你云淡又执掌
对每件热爱的事情全力以赴又满载而归
愿你成为美好的人，做热爱的事情
尽情热爱作为女性的爱与美
不负时光馈赠
每一个你都值得光芒，女神节快乐！

成衣入库外观质检知多少？

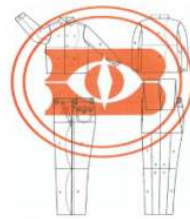
文 / 曾静

纺织服装大批生产环节，入库前的检验是公司服装生产中的一个重要环节，直接影响出库到市场的产品特质的质量高低，会直接影响到公司的经济效益，甚至影响到公司的品牌效应。在市场竞争日益激烈的市场环境下，为确保服装品质合格，防止不合格品入库，对其实入库前质检是非常必要的。那么，你对成衣质检了解多少呢？

成衣质检主要包括成衣上衣和下装外观检验、成衣对称部位检验、成衣工艺质量检验、成衣疵点检验、成衣缝制检验和规格检验等内容，使用皮尺、铁剪、去污粉、吹风机、镊子/镊针、酒精、白醋、破布等工具，采用先外后内、先上后下、先前后后（同个人的习惯和衣服的种类不同，确保工作实操人员可以进行适时变通，但不可有遗漏未检现象）的顺序进行质检。

正常外观检验采用目测，距实物50cm距离目测为准，实物以平铺、45度、90度方式目测。

检验的次点位置用红色箭头标示，将疵点的位置尽量放在表面上，疵点处或面料不可用疵点的可以用针穿线标示。



注：成品衣检验时对不同部位，会有不同的要求标准，需为成品衣检验部位部分成衣规格检验。

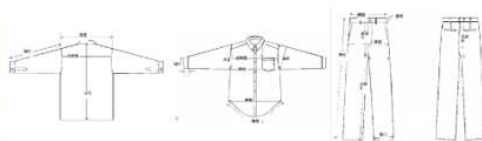
成衣规格检验



部位	项目	检验方法	检验标准
头围	头围	将皮尺绕过头部最宽处，保持皮尺与头部平行，测量头围。	±1.0cm
	帽围	将皮尺绕过帽子最宽处，保持皮尺与帽子平行，测量帽围。	±1.0cm
	领围	将皮尺绕过颈部最宽处，保持皮尺与颈部平行，测量领围。	±1.0cm
	肩宽	将皮尺绕过肩部最宽处，保持皮尺与肩部平行，测量肩宽。	±1.0cm
上身	胸围	将皮尺绕过胸部最宽处，保持皮尺与胸部平行，测量胸围。	±1.0cm
	腰围	将皮尺绕过腰部最细处，保持皮尺与腰部平行，测量腰围。	±1.0cm
	臀围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量臀围。	±1.0cm
	袖长	将皮尺绕过手臂最宽处，保持皮尺与手臂平行，测量袖长。	±1.0cm
下身	裤长	将皮尺绕过腿部最宽处，保持皮尺与腿部平行，测量裤长。	±1.0cm
	裙长	将皮尺绕过腿部最宽处，保持皮尺与腿部平行，测量裙长。	±1.0cm
	裤围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量裤围。	±1.0cm
	裙围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量裙围。	±1.0cm

中国 | 服装协会

技能装备 Skills equipment



成衣缝制检验

采用与所用面料尺寸变化率、性能、色泽相适应的缝线；绣花线的粗细应与面料相适应；缝纫线应与面料的色泽相协调；缝合线应与面料的色泽相协调；缝合线应与面料的色泽相协调。

项目	检验方法	检验标准
缝线	将皮尺绕过缝线最宽处，保持皮尺与缝线平行，测量缝线。	±1.0cm
缝合	将皮尺绕过缝合最宽处，保持皮尺与缝合平行，测量缝合。	±1.0cm
缝合	将皮尺绕过缝合最宽处，保持皮尺与缝合平行，测量缝合。	±1.0cm
缝合	将皮尺绕过缝合最宽处，保持皮尺与缝合平行，测量缝合。	±1.0cm
缝合	将皮尺绕过缝合最宽处，保持皮尺与缝合平行，测量缝合。	±1.0cm

成衣对称部位检测



项目	检验方法	检验标准
领围	将皮尺绕过颈部最宽处，保持皮尺与颈部平行，测量领围。	±1.0cm
肩宽	将皮尺绕过肩部最宽处，保持皮尺与肩部平行，测量肩宽。	±1.0cm
胸围	将皮尺绕过胸部最宽处，保持皮尺与胸部平行，测量胸围。	±1.0cm
腰围	将皮尺绕过腰部最细处，保持皮尺与腰部平行，测量腰围。	±1.0cm
臀围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量臀围。	±1.0cm
袖长	将皮尺绕过手臂最宽处，保持皮尺与手臂平行，测量袖长。	±1.0cm
裤长	将皮尺绕过腿部最宽处，保持皮尺与腿部平行，测量裤长。	±1.0cm
裙长	将皮尺绕过腿部最宽处，保持皮尺与腿部平行，测量裙长。	±1.0cm
裤围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量裤围。	±1.0cm
裙围	将皮尺绕过臀部最宽处，保持皮尺与臀部平行，测量裙围。	±1.0cm

成衣缺陷划分及不合格定义

缺陷分类	定义	判定	处理
致命缺陷 (A类缺陷)	缺陷严重影响穿着安全或对人体健康，也可能造成财产损失，甚至造成成品报废的缺陷。	严重	报废、返工或退货
严重缺陷 (B类缺陷)	缺陷严重影响穿着舒适性或美观性，但不影响穿着安全或对人体健康，也可能造成成品报废的缺陷。	一般	返工或退货
轻微缺陷 (C类缺陷)	缺陷不影响穿着安全或对人体健康，也不影响穿着舒适性或美观性，但不影响穿着安全或对人体健康，也可能造成成品报废的缺陷。	轻微	返工或退货

中国 | 服装协会

技能装备 Skills equipment

疵点案例图



上述检验要求仅适用于入库检验过程中遇到的部分项目，并不说明其他项目不需要去关注，当然，特殊要求及未尽事宜均按照各品牌及生产工艺标准要求进行。

中国 | 服装协会

服务数万家门店 运到智能寄件平台 为何受连锁企业青睐

文 / 罗锦添



最近，随着与京东内衣、童装服饰、家居服饰、飞渡服饰等一众服装品牌达成合作，运到智能寄件平台在2023年第一季迎来了新一波用户增长。

自运到智能寄件平台上线以来，为连锁企业提供基于B2C+B2B+O2O全渠道覆盖的物流寄件服务，是众多品牌商家选择该平台的重要原因。该平台已服务数万家实体店，持续赋能企业，满足连锁企业多样化的寄件需求，且能大幅降低寄件成本。

下面给大家分析一下，连锁企业在选择与运到平台合作前，都用什么“土办法”解决全渠道门店寄件需求：

1、门店自主寄件，次月报销

场景：由各门店自行找快递小哥寄件，门店垫付运费，次月站场核算提交总部报销。

痛点：快递价格高，公款寄件，总部难管控，报销繁琐，财务对账难，门店需投入大量时间协调和跟进寄件，异业件协调难。

2、总部合作一家快递承运商，门店统一使用

场景：由连锁总部与某一家快递承运商合作，所有门店使用该承运商。

痛点：无法满足门店的寄件数量需求，合作折扣低，单一承运商无法满足门店多样的寄件需求，快递快

运都用同一承运产品造成成本浪费，异业件协调难。

3、总部合作多家快递承运商，门店选择使用

场景：由连锁总部与两三家快递承运商单独签订合作协议，店员根据不同的寄件数量和线路，选择对应承运商下单寄件。

痛点：多承运商合作导致单量分散合作折扣低，店员下单寄件需切换不同的快速下单操作界面，操作难度大，出错率高，且与多家承运商对接，并需一对一多线沟通。

4、总部外包物流，由物流承包商分配资源派收

场景：总部把门店寄件业务整体外包出去，通常是一口价合作。门店寄件时，由物流承包商根据包裹情况分配快递员上门取收。

痛点：物流承包商为了赚取更大的利润，通常把包裹分配给财务或时效差的快递承运商，导致门店整体物流服务质量和服务时效非常差，甚至影响门店正常业务，连锁企业投入了高成本却获得低质服务，费用都转嫁给物流承包商。

5、寄件采用到付，原价寄件

场景：总部没有统一的快递合作商，而是采用到付的方式，谁寄谁付快递费，通常出现在联营和加盟模式的连锁企业。



痛点：收件门店原价支付运费，造成高额的运营成本，增加了门店的运营成本，影响了与品牌方的合作满意度。

6、线上电商订单，解密后下发门店发货

场景：新零售O2O业务的线上电商订单，适配到指定线下门店发货，降低总仓发货压力，赋能门店清库存。

痛点：线上订单需要解密收件人信息后才能下发到门店发货，门店需快速处理，发货效率低，操作成本高，操作快速且不及时。

7、各区域/事业部独立谈快速合作

场景：规模较大的连锁企业由各区域独立解决门店寄件快速问题，独立谈快速合作。

痛点：各区域快速成本不一，多承运商合作无法

统一监督，总部需与各区域单独对接处理。

以上所列的七种场景是大多连锁企业采用的门店寄件方案，每个方案都存在一定的缺陷，其痛点可归纳为“寄件贵、服务差、对账难”。

那么，是否存在更好的解决方案呢？答案是肯定的，运到智能寄件平台是专门为解决连锁门店寄件痛点而研发的创新型快速平台。运到智能寄件平台能全面解决上文所提的各场景门店寄件痛点。

运到智能寄件平台，值得你选择！

中国 | 阿里巴巴



印花加工的系统应用 ——新亦源印花服装供应链

文 / 江记松



印花服装供应链是一种结合了衣服面料加工以及仓库发货的模式。从实现降本增效，提升整体时效效果，同时可以很好的解决商家货源问题、库存问题以及发货问题。真正意义上实现商家0库存管理，让我们从印花加工的系统应用的角度来了解印花加工在供应链管理上的数据应用。

一、系统需求/问题

1、逻辑数据

使用专业的OMS订单管理系统，可供查询每天系统库存进销存数据，随时查看，随时导出。

2、订单管理系统

OMS系统与平台直接对接，买家购买下单，OMS系统实时下单订单信息，无需人工操作。

3、订单发货数据报表

每一系统发货数据，系统都会保留并记录，以供后期查询应用。

4、系统对接

商家如有已使用OMS，也可以通过接口进行系统对接，对接后，商家OMS系统订单可直接推送至仓库WMS进行出库操作。

5、库存管理

库存由仓库方统一存储以及管理，商家无需担心库存存放以及占库面积问题。

6、货源

仓库可提供货源，商家不用担心四处寻找货源找不到，若商家有自己货源，也可以存放在仓库进行发货，真正实现一件代发。

7、退货管理

退货可直接推送至仓库，仓库接收后重新入库，二次发出时，不收取二次操作费用，系统也可提取退货数据明细。

二、仓库流程介绍

1、库存入库

1) 商家自有货源

由商家一方根据实际供货数量进行采购单创建，仓库根据此采购单进行到货清点、验收、入库，期间如有异常，系统上实际入库与计划数量会有数据提示，可实时查看仓库入库情况。

2) 仓库货源

商家无需管理，仓库操作所有入库流程，入库时会进行质检，不合格商品会入库至次品区，不进行发货，提高发货质量保障。

2、库存处理

仓库会定期进行盘点，已确保库存的准确性，防止

商家出现缺货的情况，库存不足的商品，仓库会及时通知商家进行商品下架。

3、订单出库

仓库严格根据订单信息进行拣货、复核，并出库前进行复核，复核确认后自动出库单打印发货。

订单从平台流入系统后，系统会自动匹配承运商，判断商品是否有问题，没有问题仓库进行接单，获取快递单号并生成拣货标签，然后打印标签，拣货人员通过标签进行拣货，然后装袋、复核、打包、出库。

4、图片

商家提供PNG或者PSD格式图片，仓库根据图片进行排版打印至打印胶板上，仓库也可提供一个图片库给客户自由选择。



森林舞台 | Forest Arena

Forest 森林舞台

仰望星空，追逐梦想

2022年度表彰评优结果公示

“服务之星”颁奖词

“对客户有最深的关爱，所以才不能不勤；对工作有更深的钻研，所以才不获不恤，他们忙碌的身影，折射出沉甸甸的承担与责任。”勤办源、心服务。

廖文浩-廖文浩

王倩-王倩雯

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

“节约之星”颁奖词

“继续管理降本，创新思维降本，节能减排点满，保质提效严控好。有这么一群人，在工作中用实际行动严控每一分钱，每一度电，每一分钟，用坚强的信念、积极的心态、主动的改善。”为客户谋发展，为企业谋生存。

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

“效率标兵”颁奖词

“他们是先进的效率标兵，是工作效率中的旗帜，他们用实际行动，诠释了效率标兵的真正含义，他们与时间争分夺秒，和日月进行勇敢的拼搏，用高效向大家证明他们的业绩。”提效率，准业绩。

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

“最佳新人”颁奖词

“循以谦和的朝气，迅速融入集体，精准迅速地演绎自己的角色。有朝气，勇于思考，有时感，乐于实践。他们拥有专业技能，不乏天真热情，用实际行动彰显了自己的工作特色，并以谦虚学人的态度冲出一片天地。”虚心气，尽责任。

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

“优秀讲师”颁奖词

“如果有一种力量可以指引人生方向，这力量一定来自他们的光芒；如果有一种力量可以影响一个人的思想，这其中一定也有他们的奉献。在员工成长路上，总有他们的温暖关怀和孜孜不倦的引导。”有力量，引方向。

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

“优秀管理”颁奖词

“用实际行动去激励，以人格魅力去驾驭，拿专业知识去指导，用丰富经验去处理，打造一支强有力的队伍，为公司的蓬勃发展不可忽视的功劳。这，才最真正的智者风范！”用心思考，打造团队。

王倩倩-王倩倩

“优秀团队”颁奖词

“他们相互团结，相互支持，相互帮助，团队成员之间配合默契，依靠团队集体的力量，出色地完成各项工作任务和生产任务。用团队优秀表现诠释了什么是最真的团队精神。”团结互助，完成目标。

王倩倩-王倩倩

王倩倩-王倩倩

2022年度表彰评优结果公示

2022年度表彰评优结果公示

筑巢引凤
Build nests to
attract phoenix

筑巢引凤
Build nests to
attract phoenix

追随平凡之光，汲取非凡力量

文/鹿芳芳

项目中心
客服组长 罗翠翠
2022年服务之星

座右铭：没有躺平平等的道理，只有奋斗拼来的精彩

自我要求：尽力做到最好

罗翠翠是这样的：平凡的工作在她的担当下，变得丰富与生动；琐碎的投诉在她的梳理下，变得顺畅与通达。她用耐心与技巧、耐心与毅力告诉人们：客户的感情线、工作的流程线、同事的沟通线环环相扣，牵一发而动全身。

——脚踏实地，行稳致远，道而有力——

采访过程中，罗翠翠和我们分享了她成长历程：一开始在工厂里凭借自身的努力当上了品控组长一职。后面做了客服的工作，在2021年6月份这个特殊意义的季节，新亦团和这个充满烟火气的女子开启了一段奇妙的缘分，加入新亦团后，罗翠翠一直在负责商务商务、新亦客户以及会员系统的维护，“一直都觉得自己的运气很好，能够在新亦团遇到一群志同道合的工作伙伴，在大家的支持和帮助下，可以有更高的成长空间，突破舒适圈。”这个短跑一出场就以积极向上、落落大方的精神面貌吸引了大家的注意。

对新亦团的第一印象：

她说：“同事们都很热情，工作氛围很融洽，领导很耐心地指导，经常会组织一些娱乐、培训学习等活动，平时可以参加一些员工活动，例如生日会、年度旅游等等，同时也提供了很多学习的渠道，可以通过培训学习完善自己，提升专业度，在这些工作能感受到自己的一点点价值之心在为理想而奋斗。”

——得到大家的认可是我前进的最大动力——

她回忆道：“刚开始在负责项目的时候，每天上班都很焦虑和不安，害怕自己能力不足，把项目搞砸，后面在领导和同事的指导和帮助下，自己已经成长了很多，慢慢了解这个项目并且自己把它做到最好，对这个项目也越来越有信心了，要学会和客户交朋友，多了新客户的需求，遇到困难不要害怕拒绝，拒绝也是成长的过程。”

回忆一路的成长，她感慨：有付出才有回报，事业成就不易，没有什么成就是可以一蹴而就的，现在的路还有很多的不确定因素，唯一不变的是在成长的路上一直在认真做好每一件小事，不断提升自我专业度，服务好每一个客户。不忘初心，方得始终，我的初心就是和新亦团一起成长，为新亦团创造价值。一直都很喜欢《朋友》这首歌里面的一句歌词：朋友不曾孤单过，一声朋友你会懂，在新亦团真切感受到了来自朋友的支持和鼓励，感谢遇见。

财务中心
出纳 吴燕娟
2022年最佳新人

座右铭：心诚自实力，实力自勤奋

自我要求：持之以恒，付诸行动

燕娟是这样的：朴实而不普通，平凡而不平庸，聪明与勤奋是她标志，对待生活和工作一丝不苟，遇事保持冷静理智，火气虽盛，亦能照亮天空。

——新亦团缘——

我的职业生涯到现在为止已有6年光阴，第一份工作是在一家中外合资的企业做会计助理，后来在新媒体行业也是从事财务类工作，一开始找工作的定位就是发展比较稳定，发展前景广阔的行业，有接触了新亦团亦一直专注于财务领域，在专业的方向上不断深耕，一直以来都保持积极上进的工作态度，在2022年5月份满两年后加入了新亦团这个大家庭，一直从事财务类工作，负责在财务团队的出纳、会计等，负责的工作内容比之前更加专业和深入，我的性格比较内向和谨慎，领导和同事在工作和生活方面对我诸多关心，让我能够很快地融入这个团队里面。在工作方面，一开始有些不熟悉的工作，也能够得到领导和同事的耐心指导，师兄师姐加入新亦团。

——向往优秀，成就更好的自己——

她相信：学会和別人学习，才是一个人渐渐成长的标志，一开始对工作不熟悉，会自己花更多时间去翻看很多以往邮件、表格，学习以往前辈经验，业务数据千变万化多学也不曾出错，如今面对自己工作的要求就是能够在工作中有所突破，优化应收账款的时间，及时保证资金流，为新亦团节省成本，做到：提升服务，降本增效。

——第一印象——

新亦团给我的第一印象是一家实力很雄厚的公司，工作氛围很融洽，同事之间的相处像家人一样，遇到团队大家会帮忙出谋划策解决问题，偶尔有事外出或者请假了，同事都会热心帮忙，例如一些紧急付款等事也能够尽力帮忙处理，把工作完美地做到我们最目标一致的目的。在这里能够遇到关系不错的领导和互相帮助的同事，平时还有一些下午茶、生日会、旅行等活动，可以有一个愉快的工作环境开心地开展好工作，什么是团队的力量？那亦满足以证明：团结就是力量。

——在认真做事中实现自我——

工作以来她深有感触：在工作中，对自己狠一点，对自己要求高一点，对工作负责，对公司负责，就是对自己负责。每一个细小数据都要时刻保持认真，精准核对，保证财务类工作数据准确，避免给公司造成损失，一直追求精益求精的工作态度。

中国 | 海南博鳌

中国 | 海南博鳌