

项目 3

跨境电商海外仓管理



学习目标



知识目标

1. 理解海外仓的定义、主要类型及特点。
2. 理解海外仓选址需要考虑的关键因素，掌握海外仓选址流程。
3. 掌握海外仓选品规则。
4. 掌握海外仓主要费用结构。



技能目标

1. 能够根据企业实际情况进行海外仓规划设计。
2. 能够灵活运用海外仓选品规则，开展海外仓选品工作。
3. 能够制订海外仓库存管理计划，包括确定合理的库存水平、补货策略。
4. 能够根据海外仓费用计算方法计算海外仓的基本费用。



素养目标

1. 提高学生适应不同文化背景和商业环境的能力。由于跨境电商涉及跨国运营，学生应能够理解和尊重不同国家（地区）的商业习惯、文化差异，快速适应海外仓运营中的各种变化。

2. 培养学生对跨境电商行业和海外仓管理领域新趋势、新技术的敏感度，鼓励学生在面对复杂多变的运营环境时，勇于尝试新的管理方法和解决方案，具备创新思维。

情景案例

中科云谷智慧仓储整体解决方案

工程机械制造类企业长期面临仓储管理难题。在传统仓储模式下,人工操作频繁,仓库内“人找货”的作业方式效率低下,工人需在大量货架间穿梭寻找货物,不仅体力消耗大,还容易出错,拣选准确率较低。同时,仓库空间利用不合理,存在大量闲置区域,而部分区域又过于拥挤,导致物流调度混乱,货物积压情况时有发生,仓库运营成本居高不下,严重影响了企业的生产效率和经济效益。

中科云谷智慧
仓储解决方案

中科云谷为企业量身定制了智慧仓储整体解决方案。首先,以“云原生+AI 原生平台”为基础,搭建起强大的数字化管理框架。其次,以集成自主移动机器人、四向穿梭车等智能物流设备,构建起存储、分拣、调度、搬运等仓储数字化管理体系。在实施过程中,中科云谷的技术团队与企业员工紧密合作。一方面,对企业现有仓库进行全面评估和改造,合理规划货架布局,为智能物流设备的运行创造良好条件。另一方面,为企业员工开展系统操作培训,使其熟悉新系统的使用方法,包括如何通过语音或文字与 AI 大模型交流、如何监控系统执行任务等。

方案实施后,仓库作业模式从“人找货”转变为“货到人”。当系统接到订单后,智能物流设备迅速响应,准确找到货物并送到工人面前。这使得仓库作业效率提升了 2~3 倍,拣选准确率高达 99.99%,大大缩短了订单处理时间。智能物流设备的应用减少了人工操作,降低了 60% 的人工成本。同时,通过优化仓库空间利用和物流调度,空间利用率提升了 400%,物流调度效率提升了 100%,有效降低了仓库运营成本。企业管理人员可以通过系统实时掌握仓储情况,包括库存水平、设备运行状态等。这有助于企业做出更加科学的决策,提高仓储管理的精细化水平。例如,根据实时库存数据,企业可以合理安排生产计划,避免库存积压或缺货。

该方案在中联重科多个仓储管理场景中成功应用后,取得了显著的经济效益和社会效益。其基于大语言模型的智能仓储管理系统将为更多客户提供高效、智能的仓储管理解决方案,助力企业实现可持续发展。(资料来源:中科云谷官方网站)

【案例解析】该方案实施后,仓库作业模式从“人找货”转变为“货到人”,充分体现了科技创新驱动生产力变革的先进理念,作业效率显著提升。智能物流设备的应用不仅减少了人工操作,降低了企业运营成本,更展现了“以人为本”的发展思想,将工人从繁重的体力劳动中解放出来,使其转向价值更高的技术性工作,助力产业工人队伍转型升级,彰显了新时代制造业高质量发展的路径。

企业管理人员可以通过系统实时掌握仓储情况,以数字化手段提升管理精细化水平,这既是贯彻落实新发展理念的具体实践,也是推动实体经济与数字经济深度融合的生动案例。该方案的成功应用,不仅优化了企业资源配置,更为我国制造业智能化升级提供了可复制、可推广的经验,彰显了科技自立自强在构建现代化产业体系中的核心作用,为实现中国式现代化贡献了行业智慧。

任务 3.1 海外仓认知

海外仓作为跨境电商的关键基础设施，通过在目标市场国家（地区）设立仓库，实现本地化存储、分拣、包装和配送，能缩短物流时效、降低运输成本、提升客户体验。随着跨境电商领域智能化升级，海外仓与 AI 生成内容的串联带来了多方面优势。

3.1.1 海外仓的定义

海外仓是在海外市场国家（地区）建立或租赁的仓储设施。国内企业将商品通过大宗运输的形式运往海外目标市场，在当地建立储存商品的仓库，根据当地销售的订单，第一时间做出反应，以实现仓储、分拣、包装、配送及售后服务等一系列物流及相关业务操作的本地化。直发与海外仓发货流程的对比如图 3.1 所示。

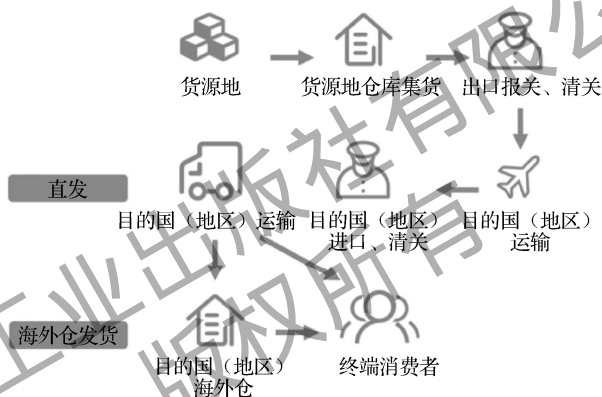


图 3.1 直发与海外仓发货流程的对比

1. 直发流程

商品直接从卖家所在国家（或货源地）通过国际快递/邮政小包等方式发货，直达海外消费者手中，无需提前备货至目的国海外仓。

2. 海外仓发货流程

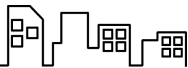
卖家提前将商品批量运输至目的国（地区）的第三方或自营海外仓，消费者下单后，商品直接从当地仓库配送。

3.1.2 海外仓的类型

海外仓有多种类型，根据建设和运营主体不同，主要可分为以下 3 类。

1. 自建海外仓

自建海外仓也称自营海外仓，是由跨境电商卖家或大型外贸公司自行投资建设和管理在海外仓，只根据企业自身业务需求灵活调整仓库、配送等物流服务，但需要较高的初始投资和专业的团队管理，风险和成本相对较高。



2. 平台仓

平台仓是由大型电商平台自身投资建立的海外仓，如亚马逊平台的 FBA（Fulfillment By Amazon）和 Wish 平台的 FBW（Fulfillment By Wish）。卖家将商品发往平台仓，平台仓为卖家提供包括仓储、拣货、打包、派送、收款、客服与退货处理等一站式物流服务。平台仓物流水平高，且能为使用平台仓的卖家提供流量扶持，但运费较高，卖家对商品的控制权相对较弱。

3. 第三方海外仓

第三方海外仓是由第三方物流企业建立并运营的海外仓，为多个跨境电商卖家和出口企业提供清关、入库、质检、接受订单、订单分拣、多渠道发货、后续运输仓储等物流服务，如递四方、谷仓等提供的海外仓服务。

3.1.3 海外仓的优点

1. 大幅降低物流成本

以发货为例，企业批量从国内发货至海外仓，然后从海外仓采用当地快递配送至客户，物流成本远比一单单从国内直接发货给客户低。一单单发货，如果遇到客户退换货，就会非常棘手，来回的物流费用高昂。

2. 有效避开物流高峰

使用海外仓，企业可以预估商品销售量，提前将货物发至仓库，避开物流高峰。以节假日为例，每逢特殊节假日（如圣诞节、万圣节等），就会出现待发运货物激增的问题。囤积的货物将加重国际物流商的运营负荷，从而影响派送时效，最终影响客户的收货时间。

3. 提升商品曝光率

海外仓还能为卖家创造独特的竞争优势，从而提升商品曝光率，增加销量。如果电商平台或卖家在海外有自己的仓库，那么当地的客户在购物时，一般会优先选择当地发货，因为这可以显著缩短收货时间。

4. 提高客户满意度

并不是所有已送达的商品都能让客户满意，其间可能出现货物破损、短装或错发等情况，这时客户可能会要求退货、换货、重发等。利用海外仓处理此类售后问题，可以大幅提升物流响应效率，不仅有利于重新得到客户的信任，也能为卖家节省跨境运输成本，减少损失。

3.1.4 海外仓的缺点

除上述优点外，海外仓也存在一些缺点，主要包括必须支付仓储费、对卖家库存量有一定要求、库存压力大、资金周转不便、海外仓服务商的本土化服务和团队管理存在问题等。

3.1.5 海外仓的发展趋势

海外仓自发展初期至今，经历了提供简单的仓储空间和物流中转功能的 1.0 时代，以及随着跨境电商蓬勃发展，开始提供一件代发、FBA 转运、贴标换标、退换货处理等增值服务的 2.0 时代。如今的海外仓正处于从智能协同 3.0 时代向全球智能中枢 4.0 时代加速转型的关键过渡期，其功能已远超单一的仓储和物流节点。

1. 综合服务集成化

在跨境电商蓬勃发展的当下，海外仓已不再局限于传统的仓储和物流节点角色，而是成为多元化增值服务的集成者，全方位满足卖家在多场景下的本土化出海需求。具体表现为：定期举办产品展示活动，邀请目标市场经销商、零售商及终端消费者参与，让产品直观地呈现在目标受众面前；建立涵盖退换货、维修等多个环节的完整售后服务体系；与目标市场金融机构合作，为卖家提供融资、结算、保险等金融服务。

2. 处理智能化

随着 AI、机器人等前沿技术的引入，海外仓加速向智能化和自动化方向迈进。智能设备和管理系统的深度集成极大地提高了仓储运营效率，降低了成本，使海外仓能够更加从容地应对市场变化。自动化存储和检索系统通过智能算法和机械臂等设备，实现了货物的快速入库和精准拣选，能在几分钟内完成大量货物的入库和拣选任务，相比传统的人工操作，效率提高了数倍。机器人接收订单信息后，可以 24 小时不间断工作，快速、准确地将商品从货架上取下，并分拣至相应的包装区域，提高了分拣的准确性和效率。

3. 运营本土化

海外仓在本土化经营方面，为应对不同国家（地区）的法律法规和政策要求，发挥着越来越关键的作用。通过提供本地物流派送、售前售后服务及本土合规支持，帮助卖家实现真正的本土化，进而提高运营效率和复购率，提升客户购物体验和品牌力。海外仓熟悉当地的商业环境、税收政策、海关规定等，能够为卖家提供合规咨询服务和解决方案。例如，在商品认证方面，海外仓可以协助卖家办理相关认证手续，确保商品符合当地的市场准入标准；在税务申报方面，海外仓能够提供专业的税务服务，帮助卖家合理避税，降低税务风险。通过海外仓，卖家可以更加顺利地进入目标市场，树立良好的品牌形象。

4. 全球供应链协同化

海外仓已成为全球供应链协同的重要一环。通过与国内外物流、仓储、电商等企业的深度合作，海外仓实现了资源的优化配置和高效利用，为卖家提供了更加便捷、高效的全球供应链服务。

【知识链接】菜鸟海外仓助力中国制造加速出海

近百万件、涵盖近 2 万个 SKU 的中国商品整齐地陈列在货架上；近百台 AGV 搬运机器人接受指令后，整齐划一地按照预设路径拣选当天出库的货物。这座占地面积超过 4 万平方米的仓库仿佛一个微缩的中国市场。家居用品、3C 电器、汽配零件、户外家具等中国制造的商品正

从这里源源不断地发往欧洲各地。这座仓库位于德国，正是菜鸟海外仓的缩影。

作为当前重要的新型外贸基础设施，海外仓通过减少中间环节、直达消费者等方式，有力支撑了跨境电商的发展。正如《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》中所指出的，跨境电商与海外仓等新型外贸基础设施协同联动，有利于优化外贸结构、稳定外贸规模，对培育国际经济合作新优势具有积极意义，已成为我国外贸发展的有生力量，也代表着国际贸易发展的重要趋势。（案例来源：环球网）

任务 3.2 海外仓建设

在全球化的浪潮下，跨境电商行业蓬勃发展，海外仓作为跨境电商物流体系中的关键一环，正发挥着越来越重要的作用。海外仓的建设不仅关乎物流效率的提升，更直接影响企业的市场竞争力与客户满意度。

3.2.1 海外仓选址

1. 海外仓选址原则

(1) 系统性原则

海外仓选址是一个复杂且关键的决策过程，需要综合考虑多方面的因素，包括当地的基础设施和配套服务、物流运输和仓储能力，以及是否能够为跨境电商企业的发展服务，并形成系统化的物流网络。

(2) 适应性原则

深入开展市场调研是海外仓选址的重要步骤，如调研不同地区消费者对商品品类、款式、功能的偏好差异。同时，研究当地消费者的购买习惯，包括购物频率、购买渠道偏好等。此外，对当地市场的竞争态势进行细致分析，明确竞争对手的分布、优势与劣势，基于历史销售数据，结合市场趋势，如新兴消费热点的出现、经济形势变化对消费能力的影响等，对市场进行精准预测，从而合理确定海外仓的规模和初始库存水平，以便确保海外仓设立后具有极强的适应性，能够在竞争中脱颖而出。

(3) 协调性原则

海外仓选址需要协调物流网络的多个环节。例如，运输距离与成本是海外仓选址时决策的重要考量因素，同时，海外仓运营必须严格遵守目标市场的法律法规，确保运营合规。此外，周边配套设​​施及同类型仓库分布情况也需纳入评估范围。

(4) 经济性原则

建设成本对海外仓选址十分重要。选择靠近主要商品销售区域或交通枢纽的地点建仓，能够显著降低运输成本，缩短运输时间。例如，在靠近主要港口或机场的位置设立海外仓，可缩短货物在途时间，提高货物周转速度。同时，仔细比较不同地区的仓储费用，包括租金、管理费、税费等各项开支。不同地区由于经济发展水平、土地资源稀缺程度不同，仓储费用差异较大。企业需综合考虑运输成本与仓储费用，选择性价比最高的地点。

(5) 战略性原则

海外仓选址应基于战略性的眼光，在理性调研的基础上，统筹兼顾当下需求与未来拓展空间，使海外仓为跨境电商的发展提供持续的增长动力。

2. 海外仓选址流程

(1) 明确目标，进行前期市场调研

根据自身战略，企业要明确建立海外仓的目标和意义，如更好地服务于特定区域，或者提升物流时效、降低物流成本。例如，企业主要面向欧洲市场，且首要目标是提高客户对物流的满意度，那么海外仓的选址就要围绕欧洲市场展开。再对目标地区进行深入、全面的市场调研，涵盖政治、人文、地理、交通等多方面情况。以北美市场为例，要通过调研了解当地消费者对物流时效要求高，期望快速收到商品，因此选址时需优先考虑靠近主要港口或交通枢纽的位置，以便货物能快速进出仓并配送到消费者手中。还要研究竞争对手海外仓的优势和不足，找出差异化竞争方向。

(2) 列出多个备选地点，初步筛选

根据前期调研结果，结合企业海外布局需求，列出多个备选地点。在考虑备选地点时，要关注土地租金、交通便利性、当地政策等因素。例如，靠近港口便于海运货物的装卸与转运，靠近机场则便于空运货物的快速收发。同时，也要考虑与当地市场的距离，若主要服务于某个区域的消费者，则选址靠近该区域能提升物流时效，提高消费者满意度。

(3) 多维度因素分析

分析其他影响海外仓选址的因素，主要包括市场需求、运输便利性、成本效益、法律法规、人才资源、市场前景等。在市场需求方面，要分析目标市场的商品需求量、销售渠道、消费者分布等，选择离目标市场最近的地理位置，以便更快地将商品送到消费者手中。在运输便利性方面，要考虑当地交通运输的便利程度，包括是否靠近港口、机场或重要的物流枢纽，以及物流基础设施和运输网络的发达程度。在成本效益方面，需要评估当地的劳动力成本、租金、税收政策等因素，选择成本相对较低的地区，以降低运营成本、提高竞争力。在法律法规方面，要了解当地的海关手续、进口税率、知识产权保护等规定，选择法律法规相对稳定、对外商投资友好的地区，降低经营风险。在人才资源方面，要评估当地的劳动力素质、人才储备情况，以及是否存在相关行业的专业人才，因为高素质的人才队伍能提高仓库运营效率和服务质量。在市场前景方面，要评估目标市场的经济增长、消费者购买力、竞争环境等因素，选择具有良好市场前景的地区，为企业提供更大的发展空间。

(4) 选址结果验证

将各因素的得分乘以相应的权重，再相加求出总得分。权重应根据各因素对海外仓运营的重要性来确定。例如，如果企业对物流时效要求较高，那么运输便利性这一因素的权重可以适当提高。总得分高的方案即为最优选址方案。

【课堂案例】亚马逊 Prime 会员实现次日达

亚马逊宣布，在 2024 年，其已为全球 Prime 会员提供了迄今为止最快的配送服务，全年超过 90 亿件商品实现当日达或次日达；其中，北美站以美国站为核心，辐射加拿大站和墨西哥站，是亚马逊的核心站点。

在美国等国土面积广阔的国家，将海外仓布局于中部地区是优化全境配送网络的关键策略。中部仓库可覆盖全美 90%以上的人口，平均配送时效缩短至 2~3 天，较东西海岸仓库效率提升 40%。例如，芝加哥仓库可实现东海岸（纽约）2 天达、西海岸（洛杉矶）3

天达, 时效较传统单仓模式提升显著。

【想一想】 亚马逊选择在美国中部地区布局海外仓的核心要素有哪些?

3.2.2 海外仓规划设计

海外仓作为跨境电商物流体系中的关键节点, 以及提升物流效率、优化客户体验的关键基础设施, 其规划设计显得尤为重要。科学合理的规划设计不仅能降低运营成本, 还能增强市场竞争力。当前, 海外仓的规划设计已不再局限于企业层面的商业考量, 而是被提升至国家战略高度, 如我国商务部等 9 部门联合印发文件推进海外仓发展。

1. 开展全球海外仓规划布局研究

根据各国国情、市场需求、交通位置及与我国的经贸合作情况, 分批分类布局海外仓, 优先重点布局枢纽海外仓。

① 全球重要自贸港, 如中国香港自贸港、新加坡自贸港、迪拜自贸港和中国海南自贸港。其中, 海南自贸港有望成为中国与东盟经贸合作交流的战略枢纽, 推动区域经济一体化进程。

② 中欧班列沿线, 如德国的杜伊斯堡、波兰的罗兹。德国工业发达, 对各类商品需求大; 波兰是欧洲物流枢纽。这些城市是中欧班列的重要节点, 贸易频繁。中越班列沿线, 如越南的河内、胡志明市。随着中国和东盟贸易增加, 中越班列的开行频次、货运量及货物品类也不断增加。据广西壮族自治区 2024 年政府工作报告, 2024 年广西始发的中越班列累计发运货物 19670 标箱, 全年 5 次刷新单月发运量纪录。班列货源来自我国 25 个省, 跨境货物运输范围覆盖越南、老挝、泰国等多个东盟国家。

③ 国际重要航空港, 如迪拜国际机场、新加坡樟宜机场、法兰克福国际机场、香港国际机场。航空港航班密集, 能高效连接全球主要市场, 且周边配套设施完善, 物流配送网络发达, 当地政策法规对仓储等行业支持力度大。海外仓在此选址, 不但可以降低运营风险与成本, 还可以借助航空港优势及时响应市场需求。

④ 全球重要港口, 如德国威廉港、美国洛杉矶港、韩国釜山港、阿联酋杰贝阿里港、荷兰鹿特丹港、德国汉堡港、比利时安特卫普-布鲁日港。这些港口位于各国交通要冲, 拥有密集的航线网络。

⑤ 区域性中心城市, 如东京、曼谷、吉隆坡、莫斯科、伦敦、里约热内卢等。

⑥ 我国沿边重要地区, 如满洲里、丹东、瑞丽、凭祥等。满洲里是东北亚地区交通要冲, 紧邻俄罗斯, 有利于开展对俄贸易; 丹东作为中朝边境最大城市, 贸易往来频繁; 瑞丽地处中缅边境, 是连接东南亚地区的重要节点; 凭祥则是中越交通要冲, 基础设施不断完善, 有助于降低物流成本, 便于货物通过海防港运输至东南亚其他国家, 有利于扩大双边贸易。

除了枢纽海外仓, 重要的交通物流节点还可以基于 B2B 或 B2C 的业务需求设置海外仓, 形成主辅并重、干支结合的海外仓网络体系。

2. 制定灵活的海外仓建设经营策略

结合我国国情与政策，制定灵活的海外仓建设经营策略至关重要。从国情看，我国外贸规模庞大、商品品类丰富，不同商品对海外仓的需求各异。因此，要依据商品特性规划海外仓布局，如对时效性要求高的电子产品可在靠近消费市场的发达地区设仓；大宗商品可选择成本较低的周边国家港口城市设仓。在政策层面，国家鼓励企业“走出去”，支持跨境电商等新业态发展，出台了一系列税收优惠、资金扶持政策。企业应充分利用这些政策红利，降低建设与运营成本。同时，要紧跟政策导向，关注国际经贸规则变化，及时调整经营策略。例如，在“一带一路”共建国家（地区）布局海外仓，借助政策支持拓展市场。还需加强与当地政府、企业的合作，了解当地市场需求和政策法规，灵活应对汇率波动、贸易摩擦等风险，实现海外仓建设经营的可持续发展。

3. 大力推进数字海外仓平台建设

我国海外仓建设虽已取得一定进展，但仍存在布局分散、信息不互通、服务标准不统一等问题。国家级数字海外仓平台的建设能有效整合分散的海外仓资源，打破信息壁垒，实现数据互联互通与共享。通过该平台，企业可实时掌握全球海外仓的库存、物流、配送等信息，优化供应链管理，降低运营成本。中小企业资金有限、技术薄弱，难以独立建设海外仓。国家级数字海外仓平台可凭借规模优势，提供仓储、物流、清关等全方位服务，降低中小企业开展海外业务的门槛和风险，帮助它们开拓国际市场。

4. 使用海外仓的建议

（1）使用自建海外仓的建议

① 自建海外仓能完全自主控制仓储和物流环节，适合大型企业或有长期海外业务规划的卖家。

② 在选品方面，可涵盖多种类型的商品，尤其是对供应链时效性要求高的大件商品，如家具、家电等。

③ 在运营方面，搭建先进的仓储管理系统，实现库存实时监控、订单自动处理等功能，提高运营效率；深入了解当地法律法规，确保海外仓的运营符合海关、税务等方面的要求，避免法律风险。

（2）使用平台仓的建议

① 平台仓依托电商平台，与平台生态深度融合，适合在特定电商平台销售的卖家。

② 在选品方面，优先选择体积小、重量轻、附加值高、销售周期短的产品，如3C数码配件、美妆小样等。这类产品周转快，能充分发挥平台仓快速响应订单的优势，降低库存积压风险。

③ 可以借助平台提供的数据分析工具精准预测销售趋势，合理设置安全库存。例如，根据平台历史销售数据提前为促销活动备货，同时避免过度囤货。

④ 与平台指定的物流服务商紧密合作，确保订单处理和配送高效衔接。及时跟踪物流信息，处理异常订单，提升客户体验。

(3) 使用第三方海外仓的建议

① 适合各类标准化产品,如家居用品、服装等。但要充分考虑产品的季节性和流行趋势,避免产品过时导致库存积压。

② 控制成本,对比不同第三方海外仓的收费标准,选择性价比高的海外仓。同时,优化包装,降低仓储和物流成本。例如,采用合适的包装材料,减少商品的体积和重量。

【课堂活动】Kimi+辅助生成海外仓选址方案

TechFast Global 公司是一家专注于电子产品跨境销售的电商企业,主要通过亚马逊、eBay 等平台销售小型电子产品,如智能手机配件、蓝牙耳机、智能手表等。公司总部位于中国深圳,近年来业务迅速扩展至北美市场,尤其是美国市场。为了进一步提高物流效率、降低成本并优化客户体验,公司计划在美国建立一个海外仓,要求设立在洛杉矶港口附近。公司要求具体运营人员结合公司业务特性、海外仓选址规则快速制定出 3 个海外仓选址方案。现在通过 Kimi+生成优化方案,具体步骤如下。

步骤 1: 访问 Kimi+官方网站并登录,如图 3.2 所示。



图 3.2 Kimi 官方网站

步骤 2: 登录后,输入需求并生成方案。在对话框输入提示词:根据以下信息生成 3 个海外仓选址方案,输出结果通过表格进行对比,结果中包括对单件物流成本的预估。业务类型:一件代发;商品:蓝牙耳机、手机配件、智能手表等小件电子产品;订单量:日均约 500 单;仓库尺寸要求:约 1000 平方米;选址要求:靠近洛杉矶港口,便于货物进出。发送提示词后,生成如图 3.3 所示的方案。

步骤 3: 保存结果。复制结果后,将方案保存为 pdf 格式,可命名为学号_姓名_海外仓选址方案.pdf。



图 3.3 生成方案页面

任务 3.3 海外仓运营管理



海外仓视频微课

海外仓运营管理是跨境电商海外仓管理的核心要素，其重要性体现在通过科学布局与高效管控，显著缩短商品交付周期。

3.3.1 海外仓选品规则

海外仓选品是指跨境卖家针对目标市场特性，筛选适合海外仓存储与配送的商品品类，此类商品需深度契合当地消费者的购物偏好及市场刚性需求。在选品策略层面，不同卖家可基于资源禀赋与市场定位做出差异化布局。大件重货型卖家优先选择体积庞大或重量超标的商品，利用海外仓本地化配送优势降低跨境物流成本；时效敏感型卖家聚焦于时效要求高的品类，如电子产品配件、应急用品等，通过海外仓实现当日达或次日达，提升竞争力；售后依赖型卖家侧重于结构复杂或需专业安装的商品，如智能家居设备、精密仪器等，通过海外仓前置售后团队，缩短服务响应周期。无论何时，根据买家需求进行选品都属于正确的选品思路。一般来说，海外仓选品可考虑以下 3 类规则。

1. 选择畅销品

畅销品即货物周转率高的商品，市场需求旺盛、销售周期短、需求量大。选择畅销品是最重要的规则。通过海外仓前置库存可显著缩短畅销品的订单处理周期，实现资金快速回笼与库存高效流转；而周转率低的滞销品则会因库存积压导致资金被长期占用，并持续产生仓储成本，降低供应链整体效率。

2. 选择单价和毛利润高的商品

根据国际仓储协会《服务质量白皮书》的数据，优质海外仓服务商通过智能分拣系

统、动态库存监控与全链路物流跟踪技术,可将商品破损率控制在 0.3%以下,丢件率控制在 0.05%以下,显著降低高价值商品,如珠宝首饰、精密仪器、奢侈品在跨境运输中的货损风险。

3. 选择尺寸大、重量大的商品

依据国际邮政联盟大件包裹分类标准,当商品体积超过 0.15 立方米或单件重量不小于 20 千克时,将受到航空舱位载重标准(通常 ≤ 30 千克/件)与尺寸阈值(长宽高总和 ≤ 150 厘米)的约束。此类商品若采用国内邮政小包或专线邮递方式,往往难以运送。

3.3.2 海外仓费用结构

海外仓费用结构是指把仓库设立在海外而产生的一系列费用,包括头程运费、处理费、仓储费、尾程运费、税金等,如图 3.4 所示。



图 3.4 海外仓费用结构

1. 头程运费

头程运费是指出口跨境电商企业在接收境外消费者订单前,通过海运、空运、陆运或多式联运等方式,将货物从国内提前运送到境外仓库的过程中产生的运费。主流运送方式有以下 3 种。

(1) 直发快递送仓

直发快递送仓是指卖家通过国际商业快递(DHL、FedEx、UPS 等)直接将商品从生产地或国内仓库运输至海外仓的物流模式。直发快递送仓的货物重量常在 20 千克以上,尤其适合对时效性要求较高的企业或紧急补货场景。

(2) 空运加当地快递送仓

空运加当地快递送仓是指卖家通过国际空运将商品批量运输至目的国机场,再由当地快递公司完成清关、提货及最终派送至海外仓的物流组合方案。与直发快递送仓相比,这种方式运输较慢,适合资金周转率和货物销售连续性高的轻型、小型商品。

(3) 海运送仓

海运送仓是指卖家通过国际海运将商品批量运输至目的国港口,再由当地快递公司完成清关、提货及最终派送至海外仓的物流组合方案。相比前两种送仓方式,这种方式运输最慢,但运输成本最低,适合货量大、时效要求不高、资金周转相对灵活的大宗商品,能有效降低大规模补货的物流成本。

2. 处理费

处理费也称订单处理费,是指买家下单后,海外仓所属的第三方对其订单进行拣货打包产生的费用,包括入库费和出库费。以亚马逊平台 FBA 海外仓订单处理费用为例,通常包含人工处理费、移除订单处理费、退货处理费和计划外预处理服务费。

(1) 人工处理费

如果卖家未按照亚马逊的包装和准备指南准备商品，或未提供有关货物内容的任何信息，导致亚马逊在处理买家订单、拣货打包时需投入额外人工，亚马逊将收取人工处理费：1月至10月为每件0.15美元，11月至12月为每件0.3美元。

(2) 移除订单处理费

卖家需要移除滞销品、残次品或要更换境外市场，产生的费用即移除订单处理费。移除订单处理费根据商品尺寸、重量和特殊处理需求收取。

(3) 退货处理费

亚马逊针对服饰、钟表、箱包等的买家退货订单向卖家收取的费用即退货处理费，旨在覆盖亚马逊处理退货商品所需的成本，包括仓储、分拣、重新包装等人工操作成本。

(4) 计划外预处理服务费

亚马逊针对卖家未按要求准备商品（如未贴标、未包装等）而收取的额外人工处理费用，即计划外预处理服务费，旨在确保商品符合入库标准，避免影响仓库运营效率。例如，商品未贴FBA标签、标签模糊或贴错位置、商品未使用亚马逊规定的包装材料或方式，亚马逊会先对商品进行处理（如贴标、重新包装等），再收取该费用。

3. 仓储费

仓储费是指为客户在仓库中存储货物而收取的费用，商品在仓库分配前发生的处理费用，以及为卖家提供多样化增值服务而产生的费用。增值服务如一件代发、货物中转、退货换标（这里的“标”包括出货箱单、外箱标、快递标、托盘标、SKU标等）与商品维修等。

4. 尾程运费

尾程运费也称尾程配送费，与商品包装后的尺寸和重量有关。以FBA为例，计算时将商品划分为标准尺寸商品和大件商品。

5. 税金

税金也称税费，是指货物出口到目的国之后，根据当地进口政策需要缴纳的税费，主要涉及进口关税、增值税（Value Added Tax, VAT）等。其中，增值税由进口增值税（Import VAT）和销售增值税（Sales VAT）组成。前者是指在进口环节征缴的增值税，后者是指跨境电商卖家在进口国销售货物时代替进口国税务机关向消费者收取的税金。例如，当货物进入德国时，卖家会被征收进口增值税；当货物销售后，卖家按照销售额缴纳销售增值税后，可申请退回进口增值税。境外经营缴纳增值税流程举例如图3.5所示。

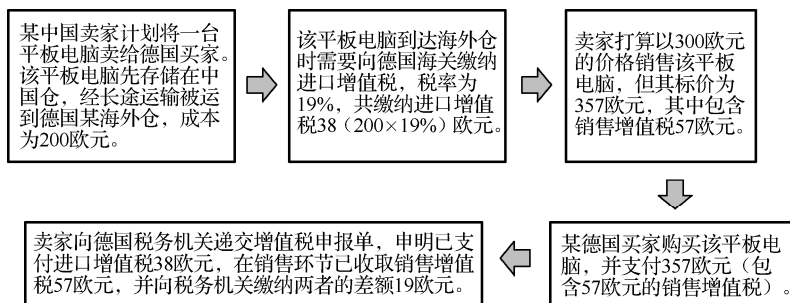


图 3.5 境外经营缴纳增值税流程举例

增值税计算分为进口增值税和销售增值税两部分，相关公式如下：

$$\text{进口税} = \text{进口增值税} + \text{进口关税} + \text{进口消费税}$$

$$\text{进口关税} = \text{申报货值} \times \text{商品税率}$$

$$\text{进口增值税} = (\text{申报货值} + \text{头程运费} + \text{进口关税} + \text{进口消费税}) \times \text{进口增值税税率}$$

$$\text{销售增值税} = \text{含税销售价格} \div (1 + \text{销售增值税税率}) \times \text{销售增值税税率}$$

$$\text{实际缴纳增值税} = \text{销售增值税} - \text{进口增值税}$$

在缴纳增值税时，当销售增值税大于进口增值税时，卖家须补缴无法抵扣的销售增值税；当销售增值税小于进口增值税时，卖家将获得退税，但应在目的国注册，在目的国有固定经营场所，有离岸外汇银行账户，并与目的国税务机构签订扣税协议。同时，目的国税务机构可定期去卖家仓库核查。

部分国家进口税费计算方式如表 3.1 所示。

表 3.1 部分国家进口税费计算方式

国 家	进口关税计算方式	增值税计算方式	备 注
英国	根据商品类别、价值及原产地，按相应税率计算	通常为商品总价（含运费、保险费）的 20%	可能需要缴纳消费税等其他税费，具体取决于商品类型
德国	根据商品 CIF 价值（成本、保险费加运费）及原产地，按相应税率计算	通常为商品总价（含运费、保险费）的 19%（标准税率）	特定商品可能需要缴纳额外税费或办理证书
法国	根据商品分类、价值及原产地，按相应税率计算	通常为商品总价（含运费、保险费）的 20%	某些商品可能享受关税减免或优惠税率
美国	根据商品分类、价值及原产地，按相应税率计算	各州税率不同，通常不称为增值税，而是销售税（Sales Tax），由州政府或地方政府征收	需关注特定商品的进口限制和监管要求
加拿大	根据商品价值、分类及原产地，按相应税率计算	通常为商品总价（含运费、保险费）的 5% GST（Goods and Services Tax，联邦商品及服务税），部分省还有 PST（Provincial Sales Tax，省销售税）或 HST（Harmonized Sales Tax，统一销售税）	特定商品可能享受关税减免
澳大利亚	根据商品分类、价值及原产地，按相应税率计算	通常为商品总价（含运费、保险费）的 10%	某些商品可能需要缴纳额外的奢侈品税或环境税

【想一想】某跨境电商卖家要运送一批货物到英国伦敦海外仓，货值 24 万英镑，运费为 2500 英镑，适用关税税率为 12%，假定英镑兑换人民币汇率为 9.28，为简化计算，假设英国的进口税费仅由关税和增值税构成。请以人民币计算该批货物的应缴进口税费。

$$(1) \text{关税} = \text{货值} \times \text{关税税率} = 240000 \times 12\% \times 9.28 = 267264 \text{ (人民币元)}$$

$$(2) \text{增值税} = (\text{货值} + \text{运费} + \text{关税}) \times \text{增值税税率} = (240000 + 2500 + 240000 \times 12\%) \times 20\% \times 9.28 = 503532.8 \text{ (人民币元)}$$

$$(3) \text{应缴进口税费} = \text{关税} + \text{增值税} = 267264 + 503532.8 = 770796.8 \text{ (人民币元)}$$

3.3.3 海外仓云仓系统

海外仓云仓系统作为跨境电商物流的核心基础设施，通过数字化技术重构仓储与配送

体系，通过云计算技术整合多国仓库资源，实现库存共享、订单智能分配与物流动态优化，能够显著加快供应链响应速度，提高运营效率。

1. 云仓与传统仓的区别

(1) 技术应用角度

云仓的“云”概念可以延伸至云计算技术，具备很强的订单处理能力和库存集中优化能力。与传统仓储不同，云仓具有多批次、小批量的发货特性，为了保证整体作业正确率，需依托软件系统和硬件设备协同运作。在软件方面，开放式移动系统（Open Mobile System, OMS）、仓储管理系统、终端远程维护管理系统（Terminal Management System, TMS）无缝对接、智能协同，支撑中央系统运营；在硬件方面，自动导引运输车与自动化设备的应用，缩短了订单响应时间，降低了人力成本。云仓与传统仓在技术应用角度的对比如表 3.2 所示。

表 3.2 技术应用对比

技术应用	云 仓	传 统 仓
数字化程度	部署 WMS/TMS 系统，支持自动化设备，实现全链路可视化	依赖人工操作和纸质单据，库存误差率较高
数据分析	通过大数据预测需求，动态调整库存（如季节性商品提前备货）	依赖经验管理，库存积压或缺货风险较高
系统集成	与电商平台、物流商 API 对接，支持自动分仓、自动回传单号	需人工录入订单信息，物流轨迹需登录第三方平台查询

(2) 运营模式角度

传统仓储模式下的商品品类布局往往呈现“单一化”特征，不同品类的商品被分散存储于独立仓库或区域，导致订单履约时需跨库区甚至跨仓库调拨。例如，企业收到一笔包含服装、电子产品与家居用品的混合订单后，传统仓储需分派人员至不同库房依次取货，再集中至分拣区打包。这种“多点取货”模式不仅增加了人力与时间成本，更因多次搬运、路径冗余导致配送时间延长，综合物流成本显著攀升。

与之形成鲜明对比的是，云仓通过“多品类集成化”管理重构了仓储逻辑。其核心在于将 SKU 集中存储于同一物理仓库内，但通过精细化库位规划实现“同仓异类”存储。例如，将服饰、3C 配件与日用品分区存放于相邻货架或楼层，同时依托智能仓储管理系统实时跟踪每个品类的库存位置与数量。当订单下达时，系统可自动规划最优拣货路径，引导工作人员或自动导引运输车一次性完成多品类商品的高效集单，避免了传统仓储中“跨库奔波”的弊端。云仓与传统仓在运营模式角度的对比如表 3.3 所示。

表 3.3 运营模式对比

运营模式	云 仓	传 统 仓
资源整合	通过云计算平台整合多仓库资源，实现库存共享与动态调配（如全国分仓协同履约）	仓库独立运营，库存信息割裂，难以跨仓调拨
订单处理	智能分配订单至最优仓库（如华南地区订单由东莞仓处理，华东地区订单由上海仓处理）	订单按固定仓库分配，无法根据实时库存优化路径
服务对象	支持多品牌、多平台共享仓储资源（如中小卖家可租用部分仓位）	通常为单一企业专属仓库，资源利用率低



2. 云仓的分类

云仓作为一种基于云计算技术，整合仓储、物流、信息等资源，实现商品管理、存储、配送等全过程智能化管理的仓储模式，在电商、零售等行业发挥着重要作用。根据不同的构建主体和运营特点，云仓主要可分为以下几类。

（1）平台类云仓

平台类云仓是由电商平台自建的仓储体系，旨在为平台自有商家提供仓配类增值服务。它们依托电商平台强大的数据和技术能力，与平台业务深度融合，自动化和智能化水平高。以京东云仓、菜鸟仓为例，它们在行业内具有较高的知名度和影响力。京东云仓凭借京东在物流领域的深厚积累，拥有先进的仓储设备和高效的物流配送网络，能够为商家提供快速、准确的仓配服务。菜鸟仓则依托阿里巴巴生态系统，整合了众多物流资源，实现了仓储和配送的一体化运营。平台类云仓的优势在于能够根据平台数据分布库存，具备高度自动化的订单履行能力，还能主动以货主为单位对库存进行调拨、优化，提高库存周转率和配送效率。平台类云仓主要服务于平台自有商家，适用于对配送时效和服务质量有较高要求的电商业务。例如，在促销活动期间，平台类云仓能够快速处理大量订单，确保商品及时送达消费者，提升消费者的购物体验。

（2）物流快递类云仓

物流快递类云仓是由各个快递公司建立的仓储设施，规模大、自动化程度高、运营能力强、订单响应速度快、订单履行能力强。布局采用全网协同的形式，能够充分发挥快递公司在物流配送方面的优势，实现仓储和配送的无缝衔接。例如，顺丰云仓以其高效的物流配送服务和严格的质量管控而闻名，能够为商家提供快速、安全的仓配解决方案。圆通和中通云仓则凭借广泛的物流网络和较低的成本，在市场上具有一定的竞争力。物流快递类云仓的优势在于能够整合快递资源，优化配送路线，降低物流成本，同时提高配送效率和服务质量。物流快递类云仓适用于对物流配送时效和成本有较高要求的电商业务。例如，对于一些高价值、对时效性要求极高的商品，如电子产品、生鲜食品等，物流快递类云仓能够提供快速、准确的配送服务，有效保障商品的新鲜度和质量。

（3）第三方云仓

第三方云仓是由专业仓储企业组建的云仓，通过规划和管理提供专业化的仓储服务，并与多家快递公司合作，实现多渠道、多平台的商品发运。这类云仓具有较强的灵活性和响应能力，能够根据不同客户的需求提供个性化的仓储解决方案。第三方云仓的优势在于能够整合社会闲置仓储资源，构建全国分仓网络，形成一张云仓网络。其服务内容包括货物存储、快递服务、增值服务等。在货物存储方面，能够提供多样化的存储方式，以适应不同类型商品的存储需求；在快递服务方面，与多家快递、物流公司建立了长期稳定的合作关系，能够根据电商企业的要求，灵活选择最适合的快递服务；在增值服务方面，能够提供产品包装服务、贴标服务、质量检测服务等，满足电商企业的多样化需求。第三方云仓更适合处于市场拓展阶段，想在多个平台进行销售推广的品牌商家。对一些中小电商企业来说，使用第三方云仓可以降低仓储成本和运营风险，提高仓储和物流效率。

【课堂案例】辰星云仓

作为跨境电商生态体系的重要一环，辰星云仓依托本地仓、海外仓资源和十余支运营

团队，为 SHEIN、Temu、亚马逊、TikTok、eBay 等主流平台提供代运营、直播、电商供应链一体化解决方案。其“日销万单”“智能调仓”“品牌直供”等特色运营模式，受到了入驻商家的一致好评。

(4) 海外仓云仓

海外仓云仓是海外仓与云仓概念的融合，结合了两者的优势，一方面具备海外仓的本地化存储和配送能力，另一方面又拥有云仓的信息化、智能化管理特点。它不受地理位置限制，可通过网络连接全球仓储资源，实现库存的集中管理和动态调配。同时，它更侧重于提供本地化服务，如快速配送、清关、退货等，能显著缩短国际物流时间，提升用户体验。

海外仓云仓系统不仅是技术工具，更是跨境电商企业的战略资产。通过数据驱动与柔性响应，它帮助企业在全球市场中抢占先机，实现“全球买、全球卖”的无缝衔接。未来，随着技术的持续迭代，这一系统将成为数字经济时代的基础设施，推动全球贸易迈向更高效、更可持续的未来。

【课堂案例】京东物流的海外仓云平台

根据《京东物流 2024 年全球供应链报告》，京东物流在美国洛杉矶打造的智能云仓，依托云计算、AI 算法和自动化仓储技术，为跨境电商卖家提供高效的仓储、分拣和配送服务。该云仓采用“一盘货”管理模式，整合多渠道库存，实现智能调拨和快速履约，能够大幅提升跨境物流效率。基于京东物流的海外仓云平台，卖家可实时监控美国、欧洲、东南亚等多地的库存，实现智能调拨，使仓储运营成本降低 35%，并通过应用自动化设备减少约 70% 的人工依赖。

任务 3.4 海外仓仓储管理

海外仓仓储管理不仅是物流环节的“基础设施”，更是连接供应链上下游、驱动业务增长的核心引擎。从成本控制到用户体验，从合规运营到战略扩张，高效的仓储管理能力直接决定了企业在跨境市场中的竞争力。随着跨境电商行业的全球化与精细化发展，仓储管理将成为企业构建差异化优势的关键战场。

3.4.1 海外仓仓储管理流程

1. 海外仓仓储作业流程

海外仓仓储作业流程涵盖商品从入库到出库的全链条操作，涉及多环节协同与合规性管理，包括入库作业、存储管理、出库作业及逆向物流 4 个阶段。

(1) 入库作业流程

入库作业是仓储管理的起点，直接影响库存准确性与后续运营效率，需严格把控验收、上架与数据录入环节。入库作业流程包括入库预约、运输送货、验单登记、卸货作业、交接签单、搬运作业、入库签收、收货抽检、扫码清点、货品上架，如图 3.6 所示。

入库预约环节是整个入库作业流程的起点，旨在提前协调仓库资源，确保商品到货时仓库具备足够的接收能力，避免因仓库拥堵或资源不足导致延误。

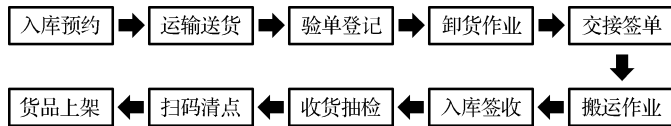


图 3.6 入库作业流程

运输送货环节是将商品从供应商或发货地安全、及时地运输至仓库的过程，其运输方式的选择和运输过程的监控对商品是否完好和按时送达至关重要。

验单登记环节是对运输单据进行审核和记录，确保商品信息与单据一致的过程，为后续的入库作业提供准确的基础数据。

卸货作业环节是将商品从运输工具上卸载到仓库指定区域的过程，需确保卸货过程安全、高效，避免商品损坏。

交接签单环节是商品从物流承运商转移至仓库的重要环节，通过双方签字确认，明确责任划分，保障双方的合法权益。

搬运作业环节是将商品从临时存放区域搬运至验收区域的过程，需合理规划搬运路线和方式，提高搬运效率，减少商品损耗。

入库签收环节是仓库正式接收商品的环节，标志着商品正式纳入仓库的库存管理体系。

收货抽检环节是对入库商品进行质量检验的重要环节，通过抽样检查的方式，评估商品的质量状况，确保入库商品符合质量要求。

扫码清点环节是通过扫描商品条码或二维码，对商品的数量和信息进行快速、准确核对的过程。准备好扫码枪、扫码终端等扫码设备，并确保设备性能正常，能够准确识别商品条码或二维码，以提高入库作业的效率 and 准确性。

货品上架环节是将验收合格的商品按照规定的存储策略和库位分配方案放置到仓库的指定货位上的过程，是入库作业流程的最后一步，也是商品正式进入存储状态的标志。

上架完成后，应及时在仓储管理系统中更新商品的库存信息和库位信息，确保系统数据与实物状态一致。通过更新系统记录，仓库管理人员可以实时掌握商品的库存分布和存储情况，为后续作业提供准确的数据支持。

【知识链接】商品库位分配及堆码方式

根据商品的特性（如体积、重量、周转率、存储要求等），结合仓库的库位规划和库存管理策略，为商品分配合适的库位。例如，将周转率高的商品放置在靠近出库口、便于拣货的位置；将需要特殊存储条件（如恒温、恒湿）的商品放置在相应的专用库位。

搬运人员按照库位分配信息，将商品搬运至指定的货位，并按照规定的堆码方式进行存放。堆码方式应考虑商品的稳定性、空间利用率和安全性等因素。例如，对于纸箱包装的商品，可采用重叠式、纵横交错式等堆码方式；对于托盘货物，应按照托盘的尺寸和承载能力进行合理堆码。

（2）存储管理流程

存储管理流程主要包括储位分配、货物流通加工、保管作业、盘点作业、移库作业，如图 3.7 所示。

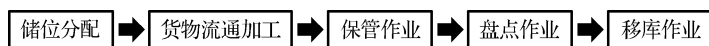


图 3.7 存储管理流程

储位分配环节是存储管理流程的起始环节,合理的储位分配能够提高仓库空间利用率、加快货物存取速度并降低作业成本。应根据货物的体积、重量、形状、保质期、温湿度要求等特性进行储位规划。例如,将易受潮的货物存放在干燥通风的区域,把需要恒温存储的食品、药品等放置在配备相应设备的专用库房;对于体积大、重量重的货物,应安排在靠近出入口且地面承重能力强的位置,便于搬运设备操作。

货物流通加工环节是在仓储过程中对货物进行简单加工的过程,旨在满足客户多样化的需求、提高货物的附加值并优化物流配送。根据订单要求,将大包装的货物分装成小包装,或者将多个小件货物组合成套装进行销售。例如,将一箱化妆品分装成多个小礼品套装,方便客户作为礼品赠送;将不同款式的服装组合成时尚套装进行销售等。对于一些需要组装的货物,在仓储环节进行初步组装,可以减少客户收到货物后的组装工作量。例如,组装一些简易的家具、电子产品配件等。为货物贴上品牌标签、价格标签、条形码等,以便识别和管理货物;根据货物的特性和运输要求,对货物进行重新包装,如采用防震、防潮、防伪等包装材料,增强货物的安全性,提升品牌形象。

保管作业环节是确保货物在仓储期间保持安全、完整和品质稳定的重要环节,涉及货物的存储环境控制、安全防护及日常检查等多个方面。

盘点作业环节是对仓库内货物数量和质量进行全面清查的重要环节,可以核实库存数据的准确性,发现仓库管理中存在的问题并及时调整。盘点作业流程主要包括做好盘点准备、确定盘点时间、清理盘点现场、实施盘点作业、分析盘点差异、制作盘点盈亏汇总表和进行库存盈亏调整。

移库作业环节是将货物从一个储位转移到另一个储位的过程,通常根据货物特性变化、仓库布局调整和订单处理需求等执行操作。

(3) 出库作业流程

出库作业流程包括生成波次、订单打印、拣选作业、包装作业、称重作业、终检作业、分拣作业、出库交接,如图 3.8 所示。

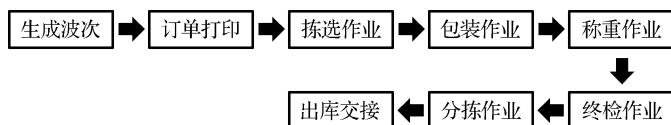


图 3.8 出库作业流程

生成波次环节是出库作业流程的起始环节,其核心目的是对众多订单进行科学、合理的整合与规划,以提高后续作业的效率。根据订单的紧急程度,将加急订单、普通订单和预约订单分别归类生成波次。加急订单优先处理,确保能够及时发货;普通订单按照正常流程安排;预约订单则在约定的发货时间前集中处理。同时,按照订单来源渠道,如电商平台订单、企业客户订单等,分别生成波次,以适应不同渠道的订单处理要求。

订单打印环节是打印详细订单信息的过程,为后续的拣选、包装等作业提供必要的凭证和指导信息,包括订单编号、客户姓名、收货地址、联系电话等基本信息,以及所购买商品名称、规格、数量、单价等详细信息。这些信息是仓库作业人员进行货物核对和发货的重要依据。发货标签上通常包含物流单号、条形码、收货地址、发货仓库等信息。物流单号用于物流跟踪和查询,条形码方便在分拣、称重等环节进行快速扫描和信息录入。

如果订单有特殊要求,如需要礼品包装、加急发货、备注留言等,也会在打印的订单上明确标注,以便作业人员在处理订单时能够注意并满足客户的需求。

拣选作业环节是按照订单要求从仓库中准确选取商品的过程,其效率直接影响整个出库作业流程的速度。拣选方式分为摘果式和播种式。

包装作业环节是包装商品的过程,目的是保护商品在运输过程中不受损坏,同时提升商品的外观形象和品牌形象。对于易碎品,可选择具有良好缓冲性能的包装材料,如泡沫板、气泡膜、珍珠棉等,以减少运输过程中的震动和碰撞对商品的影响。对于贵重物品,可使用坚固的纸箱或木箱进行包装,并配备防盗、防潮等防护措施。对于服装、纺织品等柔软商品,可使用塑料袋或无纺布袋进行包装。随着环保意识的提高,越来越多的企业选择可降解、可回收的包装材料,如纸质包装盒、生物降解塑料袋等,以减少对环境的污染。

称重作业环节是获取商品实际重量信息的过程,为物流计费 and 运输安排提供依据。

终检作业环节是对出库商品进行最后的质量检查和审核的过程,确保商品符合发货标准。

分拣作业环节是将终检合格的商品按照物流配送要求进行分类和归集的过程。其中,人工分拣适用于订单数量较少、分拣要求简单的情况。分拣人员根据订单信息,将商品手动分拣到相应的区域或容器中。自动化分拣是指利用自动化分拣设备,如交叉带分拣机、滑块式分拣机等,根据商品的物流信息,自动将商品分拣到指定的通道或格口。自动化分拣具有效率高、准确率高的特点,适用于大规模的订单处理。

出库交接环节是出库作业流程的最后一个环节,标志着商品正式离开仓库,进入物流配送环节。需将分拣好的商品按照物流承运商的要求装车,并与物流承运商或其他内部部门的工作人员进行交接。交接内容包括商品的数量、品种、物流单号等信息,双方在交接单上签字确认,明确责任。

(4) 逆向物流流程

逆向物流流程通常涵盖退货申请受理、退货商品接收、检验与分类、处理决策、修复与再加工、库存管理及二次销售或处置,此处不作详述。

【课堂案例】用零差错诠释工匠精神

走进江西某铜业科技有限公司的成品仓库,首先映入眼帘的是其宽敞明亮且整洁有序的环境。仓库的墙壁上张贴着《仓库管理员安全管理规程》等规章制度,清晰、醒目。发往全国各地的成品铜按照区域和类别码放得整整齐齐,仿佛在等待着奔赴各地的使命。

多年来,成品仓库班组面临着诸多挑战:货物多、重量大、规格多、品种杂、客户多。但凭借对业务流程的科学设计、对管理制度的严格执行及员工对工作的严谨细致,班组取得了入库和出库作业“零差错”的卓越成绩。

班长何青春有一个特别的工作习惯:每天上班的第一件事就是校对磅秤,确保设备没有误差。他深知:“出库成品重量必须绝对准确,这关系到公司在客户眼中的形象。”复核数据是仓库管理人员的主要工作之一,每天开工后需将前一日各车间入库产品的手工台账、电子账目数据与实物进行核对,做到账目与实物相符。

除了数据核对,班组还要配合公司生产部各车间和销售部编制各类报表。虽然工作烦琐、任务繁重,但班组凭借高度的责任感和专业素养,始终保持零差错,得到了公司上下的一致好评。

【想一想】哪些举措可以提高仓储作业的准确率？跨境电商仓库管理人员应该具备怎样的职业操守与职业精神？

3.4.2 海外仓仓储增值服务

1. 海外仓仓储增值服务的概念

海外仓仓储增值服务是指仓储企业在基础仓储保管功能之外，依据跨境电商卖家的多样化需求，借助自身资源与技术优势，额外提供的一系列能为客户创造附加价值的服务。

2. 海外仓仓储增值服务的功能

(1) 库存管理优化

跨境电商市场需求受到季节、节日、促销活动、文化差异等多种因素的影响，呈现出高度的复杂性和不确定性。仓储增值服务提供商运用先进的数据分析技术和机器学习算法，构建精准的需求预测模型。该模型综合考虑历史销售数据、市场趋势、社交媒体舆情、竞争对手动态等多源信息，对不同品类、不同地区、不同时间段的商品需求进行动态预测。基于需求预测结果，结合企业的库存策略（如安全库存水平、再订货点等），制订科学合理的库存规划方案，确保库存水平既能满足市场需求，又能避免积压，降低库存持有成本和缺货风险。

(2) 仓储融资

一些资金周转困难的跨境电商企业可以考虑接受仓储融资服务。企业将存储在仓库中的商品作为抵押物，向金融机构申请贷款。仓储增值服务提供商作为第三方监管机构，运用先进的仓储管理系统和物联网技术，对抵押物进行实时监控和管理，确保抵押物安全、完整。同时，建立风险评估模型，对企业的信用状况、经营状况、抵押物价值等进行动态评估，及时预警和防范融资风险。仓储融资服务能够帮助企业解决资金短缺问题，扩大业务规模，提高市场竞争力。

(3) 质量检测

在商品入库环节，仓储增值服务可以为商品进行专业的质量检测，根据不同品类商品的特点和行业标准，制定详细的质量检测标准和流程。检测内容包括商品的外观、规格、功能、安全性等。严格的质量检测确保只有符合质量标准的商品才能进入仓库存储，从源头上杜绝了质量不合格商品流入市场，降低了商品质量问题导致退货和客户投诉的风险。



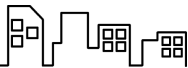
供应链管理系统的操作

项目提升

一、单项选择题

(1) 以下（ ）放在海外仓能最大限度地发挥其提升物流时效的优势，从而显著提升客户体验。

- A. 定制化手工艺品（制作周期长且订单量小）
- B. 大型健身器材（体积大、重量重）



- C. 限量版收藏邮票（需求不稳定且价值高）
- D. 特色地方手工艺品（受众群体小）

(2) 海外仓在物流成本方面具有优势，以下关于海外仓降低物流成本原因的表述，错误的是（ ）。

- A. 批量运输商品至海外仓可获得更优惠的头程运输价格
- B. 本地发货能缩短国际长途运输距离，减少运输次数，降低运输成本
- C. 海外仓能精准预测需求，完全避免库存积压导致的额外成本
- D. 海外仓能优化库存管理，减少缺货导致的紧急补货成本

(3) 对于跨境电商企业，海外仓能有效提升商品的竞争力。以下关于海外仓提升商品竞争力的说法不正确的是（ ）。

- A. 凭借更快的配送速度，吸引对时效要求高的消费者
- B. 降低物流成本后，企业可适当降价，以提高价格的竞争力
- C. 海外仓的商品一定比国内直发的商品质量更好
- D. 良好的物流体验有助于提升品牌形象，增加消费者的信任

(4) 某跨境电商企业主营电子产品配件，如手机壳、耳机线、充电器等。在仓储管理方面，企业希望优化库存以降低成本并提高效率。以下关于该企业跨境电商仓储策略的说法正确的是（ ）。

- A. 为防止缺货，应大量储备各类配件，即使部分配件销量很低
- B. 依据产品历史销售数据和市场趋势，将配件按畅销、平销、滞销分类，合理控制不同类别配件的库存量
- C. 仓储选址无需考虑目标市场位置，只要仓储成本低即可
- D. 对于所有配件，都采用统一的包装和存储方式，以降低管理难度

(5) 一家跨境电商企业销售美妆产品，包括口红、眼影、粉底液等。近期企业发现部分产品在仓储过程中出现了质量问题，如口红融化、眼影受潮等。以下关于解决该企业美妆产品仓储质量问题的措施，错误的是（ ）。

- A. 根据不同美妆产品的特性，调整仓储环境的温度和湿度，如为口红设置较低的储存温度
- B. 优化仓储布局，将易受潮的美妆产品与干燥剂一同存放，并放置在通风良好的区域
- C. 增加仓储人员数量，让人员更频繁地检查产品，但无需对人员进行专业仓储知识培训
- D. 采用合适的包装材料，如为易碎的粉底液瓶身增加缓冲包装，防止在运输和存储过程中损坏

二、多项选择题

(1) 下列选项中，适合放入海外仓的有（ ）。

- A. 超大、超重物品
- B. 境外热销品
- C. 日用快消品
- D. 境内小包无法运送的物品

- (2) 海外仓的优点包括 ()。
- A. 时间短、效率高
 - B. 物流成本低
 - C. 提升商品利润率
 - D. 提升商品曝光率
- (3) 盘点作业流程的环节包括 ()。
- A. 确定盘点时间
 - B. 清理盘点现场
 - C. 分析盘点差异
 - D. 进行库存盈亏调整

三、简答题

- (1) 简要描述海外仓的含义和优点。
- (2) 海外仓费用包括哪些?
- (3) 简述出库作业流程。

电子工业出版社有限公司
版权所有