

中国企业加码海外仓储基建 跨境电商本地化经营蔚然成风

证券时报记者 曹晨

“今年1月至今，我们海外仓出库订单同比增长193%、环比提升37.13%。对比前两年，整体订单规模实现翻倍，货品结构也从3C数码、玩具等低毛利品类，转向小家电、功效美妆、户外工具等高附加值品类。”欧之萌海外仓总经理李华向证券时报记者表示。

海外仓订单规模持续大幅增长，速卖通、京东、SHEIN等头部平台持续扩建海外仓网络，加码本地化履约体系建设。证券时报记者采访获悉，跨境电商加

速布局本地化经营，一方面源于多国收紧低值包裹税收监管，依靠低价单件直邮的粗放式运营模式难以为继；另一方面海外消费者对物流时效、售后服务等要求持续抬升，前置备货海外仓、本地履约发货，已然成为行业转型的必然方向。

不过，海外仓仍存一些发展难题：重资产投入带来资金压力、库存滞销积压风险突出、各国合规监管标准不统一。业内建议，平台可共享仓储网络资源、打通多渠道库存链路，同步完善合规管理体系与滞销商品清货渠道，缓解商家单一市场集中备货的经营风险。



京东旗下欧洲线上零售平台 Joybuy 在欧洲落地 211 限时达模式。 受访单位/供图



图为阿里旗下速卖通海外仓。 受访单位/供图

1 平台加速本地化履约

欧之萌海外仓是一家专注跨境赛道的综合海外仓储供应链服务商，已在北美、欧洲等布局多处自营仓库，服务覆盖美国、英国、德国等市场。

李华告诉记者，今年以来公司海外仓订单实现翻倍增长，客户结构同步发生明显迭代。2024 至 2025 年，合作商家以轻资产、选择全托管、半托管模式的中小初创卖家为主；而今年的客户群体，逐步转向一批具备重资产备货实力、采用半托管方案的中大型品牌卖家。

欧之萌海外仓订单高增，可谓是整个跨境行业的缩影。速卖通、京东、SHEIN 等头部出海平台加快完善海外仓基础设施，本地化履约趋势明显。

“今年海外‘618’大促，平台运营重心已全面从跨境直邮转向本地仓本地化运营。大促期间，速卖通巴西海外仓大件商品出货量涨幅超 70%，欧洲官方仓订单规模达到平日 25 倍，本地仓发货占比首次超越跨境直发，成为行业发展里程碑。”速卖通品牌出海负责人衍之介绍，平台仓配网络现已覆盖欧洲 27 国，在 4 个核心市场落地次日达服务，英国本地订单最快可实现次日送达。

为降低商家出海履约成本与运营门

槛，近日，速卖通迭代海外履约体系，推出轻量化官方本地配送方案，并在美国、波兰、法国、西班牙、墨西哥五国上线“平台配”标准化配送服务。

衍之透露，速卖通欧洲仓配网络后续将重点推进两项规划：一是密织海外仓储网点、提升自动化运营效率，把现有 4 国次日达服务拓展至更多区域；二是加快拉美、韩国仓配基建落地，配套落地美国、韩国、拉美市场业务倍增计划。

京东旗下欧洲线上零售平台 Joybuy 搭建起本地团队、本地物流、本地采购、本地发货一体化电商闭环。京东相关负责人介绍，京东物流已为 Joybuy 在欧洲运营超 60 座仓库及快递站点。英国米尔顿凯恩斯智能仓搭载近 200 台自动化物流设备，采用“货到人”作业模式，拣货出库效率提升约 4 倍。

“依托自有仓储体系，京东同步推出自营快递品牌 JoyExpress、自建末端配送车队，在欧洲搭建仓拣运配一体化物流网络，同时将国内成熟的 211 限时达模式落地欧洲，服务覆盖伦敦、巴黎、柏林等 30 余座核心城市。”该负责人表示。

出，综合仓配成本整体可降低约 10%。

入驻海外仓的商家经营效果逐渐显现。今年海外“618”前夕，深耕欧洲市场的车载清洁品牌 TUREBB，将原有第三方海外仓库存全部迁移至速卖通波兰官方仓。

“‘618’期间订单量是此前的 15 倍，目前我们正紧急补货。”TUREBB 品牌负责人胡经理坦言，入驻前品牌曾担忧仓位

紧张、入库周期漫长、回款周期偏长，综合物流成本偏高等问题。接入平台官方仓体系后，货品 1 个至 2 个工作日即可完成入库上架，平台一站式承接仓储、履约、退换货全链路服务，简化品牌海外运营流程。稳定的本地化履约有效规避跨境物流各类异常问题，提升了海外消费者信任与品牌口碑。

3 建议打通多渠道库存链路

尽管海外仓在配送时效、订单转化、综合成本层面优势突出，但行业规模化扩张过程中，仍存一些行业痛点。

谈及海外仓行业现存经营压力，李华说：“海外仓运营首要难题是前期资金占用体量大，市场需求难以精准预判，滞销货品极易造成仓内库存积压，扰乱日常出入库作业节奏；叠加海外本地人工成本偏高、仓配管控难度大，商家普遍面临垫资压力、库存滞销、服务商履约不稳定、头程物流波动、各国关税合规差异等多重风险。但在平台规则与海外税收政策双重引导下，海外仓长期仍是跨境履约主流模式。”

商家入驻海外仓的各类顾虑，在平台实操层面体现得更为具体。“商家入局海外仓挑战主要三方面：仓储租金和头程物流的前期投入不小，尤其中大件；各国 VAT（增值税）和合规认证要求不同，欧盟监管趋严；库存周转上备货过多易滞销、备货不足易断货，新市场需求预测难度大。”衍之向记者分析。

针对商家面临的经营难点，速卖通推出海外全托管模式，商家完成头程入仓、仓储、履约、逆向退换货全流程由平台承接。

广东省互联网协会副会长、艾媒咨询首席分析师张毅向记者表示，物流时效短板、逆向退换货成本、清关合规难题，长期制约跨境出海发展。头部平台加码海外仓布局，可有效补齐履约短板、缩短配送周期、优化库存调度、降低海关扣货风险，但无法彻底消解行业结构性难题，重资产投入、各国法规差异、逆向物流高损耗等痛点依旧突出。

基于上述行业现状，张毅建议，海外仓赛道需平台与商家协同破局、共同优化：商家可采用小批量、多批次的柔性备货模式，依托 AI 销量预测严控库存风险；平台进一步开放共享仓网资源、打通多渠道库存互通体系，完善各国合规配套服务与本地滞销清货渠道，分散单一市场集中备货的经营压力。

2 海外仓备货优势凸显

“跨境行业已经迎来发展拐点。欧盟合规监管持续收紧、美国进口关税上调、小包直邮税收优惠逐步取消，低价直邮的流量红利持续消退。但对于具备品牌实力的中国出海企业而言，这正是重要发展机遇，率先完善本地化基建的企业将抢占先发优势。”衍之对证券时报记者分析。

伴随跨境监管与税务政策持续收紧，海外仓备货价值凸显。李华表示，海外仓采用整柜一般贸易统一完税模式，能够有效缓解小包税费上调、低值免税政策取消带来的经营压力。商家可通过前置备货锁定税率，多仓布局分散风险，摊薄综合税务成本，平滑海外贸易政策波动带来的冲击。

从商家维度看，据李华测算，批量头程运输能够大幅压缩单件物流成本，叠加本地退换货体系减少货品损耗，商家整体履约成本可降低 20%—60%。同时，

本地仓 1 至 3 日极速配送可将商品转化率提升 30% 至 50%，有效降低订单弃购率与差评风险；平台针对本地发货商家给予流量倾斜，在商品曝光、自然流量分发、大促活动准入等维度全面优于跨境直发模式。

终端消费体验层面，海外仓履约优势更为直观。记者采访获悉，传统跨境直发普遍需要 5 至 15 天送达，本地仓可实现次日达、2 至 3 日达，在家电、户外器材等时效敏感品类上优势显著。同时，本地仓履约不受航班运力波动、清关延误、极端天气等不确定因素干扰，配送时效稳定，能够持续提升用户复购率与净推荐值（NPS）。

速卖通平台数据同样印证这一趋势，带有本地仓标识商品的转化表现显著高于跨境直发商品。尽管使用海外仓会产生仓储租金，但批量入仓可大幅摊薄单件直邮物流成本，中大件品类优势尤为突

到 1221.49%。

近年来，杭电股份巩固电力电缆业务作为公司稳健发展的“压舱石”，同时将光通信业务与铜箔业务打造为驱动未来增长的两大战略支柱。

公司电线电缆板块主要从事电线电缆的研发、生产、销售和服务，是国内综合线缆供应商。主要产品为涵盖从中低压到高压、超高压的各类电力电缆、导线、民用电线及特种电缆，产品具体包括 500kV、220kV、110kV、66kV 高压超高压交联电力电缆，35kV 及以下中低压交联电力电缆，轨道交通电缆、风电电缆、光伏电缆、防火电缆等特种电缆。该公司是国家电网和南方电网高压、超高压电力国家和特高压导线的主要供应商；导线产品具体包括钢芯铝绞线、铝合金导线、铝包钢

导线等品种，涵盖了 1100kV、1000kV、800kV 及以下特高压、高压导线全等级产品。公司拥有四大生产基地——杭州富阳东洲、杭州富阳高尔夫路、淳安千岛湖以及安徽宿州生产基地。

同时，杭电股份光通信板块主要由富春江光电及其子公司从事经营，其主要从事光通信产业链中光纤预制棒（下称“光棒”）、光纤、光缆、光通信相关设备等产品研发、生产、销售和服务，公司具备光通信“光棒—光纤—光缆”一体化产业链。

公司光棒产品具体包括 G.652、G.657 系列单模光棒等产品，光纤产品具体包括 G.652、G.657 系列单模光纤等产品；光缆产品具体包括 GYTA、GYTS、GYTA53 等普通光缆；GYDTA、GYDXTW 等带状光

缆；ADSS 光缆、防鼠光缆、光电复合缆、全干式光缆、气吹微缆等特殊光缆产品；光通信相关设备具体包括高纯合成石英生产设备、高纯原料/气体供应系统、工控及智能系统等产品。

3 日晚间杭电股份公告表示，报告期内，公司净利润实现大幅增长，主要系光纤光缆市场回暖，光纤产品需求实现量价齐升。公司二级全资子公司杭州永特信息技术有限公司光纤销量随行业复苏实现同步增长，对公司营业利润做出了积极贡献。



进入 7 月，造纸行业迎来新一轮密集涨价潮。日前，太阳纸业宣布自 7 月 1 日起文化用纸全系列产品在现有价格基础上恢复上调 200 元/吨。与此同时，白卡纸、瓦楞纸等包装纸品种也在纸厂协同推动下纷纷提价。

值得关注的是，在行业“涨声一片”的背后，却是纸企盈利持续承压、下半年产能集中释放带来的分化隐忧。这场由成本驱动的涨价潮，能否真正改善纸企困境，成为市场关注的焦点。

多纸种“涨声”再起

对于此轮涨价缘由，太阳纸业在调价函中直指，市场价格已严重背离产品实际价值，且受化工、能源、物流运输等成本影响，企业综合运营压力持续加大，叠加公司机台转产因素，整体产能供给将大幅缩减。这意味着，供应端收缩有望对价格形成支撑。

除了太阳纸业外，近期国内造纸行业正迎来一轮大范围、多品类同步涨价潮，覆盖纱管纸、白卡纸、牛卡纸、灰纸板、文化纸等主流纸张，市场氛围被迅速点燃。

玖龙纸业表示，受化工、能源、物流等价格持续上涨影响，公司运营成本持续攀升，决定自 7 月 1 日起，所有全木浆文化纸系列产品在现有价格基础上，执行价恢复上调 200 元/吨。博汇纸业发布，7 月 1 日起，针对非涂类纸品价格在 2026 年 6 月价格基础上恢复上调 200 元/吨。晨鸣纸业通知，自 7 月 1 日起，公司生产的文化纸、铜版纸系列产品在 6 月份价格基础上上调 200 元/吨。

据卓创资讯监测，6 月国内 250—400g 平张白卡纸市场均价为 4038 元/吨，较月初上涨 1.13%，呈现出典型的淡季反季节上涨特征。与往年 6 月需求淡季、价格通常以下跌为主的季节性规律不同，今年白卡纸市场在纸厂协同拉涨下走出独立行情。

瓦楞纸市场的上涨则更为凌厉。据卓创资讯数据，上半年中国 AA 级 120g 高瓦市场均价为 2820 元/吨，同比上涨 5.15%。

银河证券研报表示，6 月造纸行业延续“停机+提价”组合拳，箱板瓦楞纸淡季逆势大涨。相关企业协同大规模停机检修收缩供给，涉及瓦楞纸、箱板纸等多纸种，进一步改善供需关系，为纸价上涨提供底部支撑。

业内人士认为，无论是太阳纸业在文化用纸领域的率先表态，还是白卡纸、瓦楞纸领域规模纸厂的集体行动，均反映出在行业盈利低迷的背景下，纸厂挺价意愿空前强烈。贸易商在成本压力下被动跟涨，下游包装企业和印刷企业则面临“买涨不买跌”的采购心态转变，短期内为涨价提供了一定的需求支撑。

行业面临成本高压

尽管涨价函频发，市场氛围转暖，但值得注意的是，此轮涨价更多是纸企在成本高压和盈利困境下的被动自救，纸价上涨的速度和幅度，不及成本端的压力。

以白卡纸为例，虽然 6 月纸价实现了小幅上涨，但行业整体仍处于近五年低位水平。卓创资讯数据显示，按照进口木浆价格测算，白卡纸行业目前仍处于亏损状态，毛利率较去年同期下滑 0.91 个百分点。6 月主要原料木浆价格虽以下跌为主，白卡纸月均成本较上月下滑 1.07%，毛利率较上月增加 2.25 个百分点，但成本压力整体缓解有限，低盈利格局并未得到根本性扭转。

瓦楞纸市场的盈利状况同样不容乐观。2026 年上半年，瓦楞纸价格虽实现了震荡上涨，但行业理论毛利率仅为 8.33%，较 2025 年上半年减少 1.64 个百分点。利润最低点出现在 1 月下旬，仅为 4.46%，主要由于原料废纸价格止跌反弹而瓦楞纸价格延续跌势，行业利润被严重挤压。

造纸行业作为典型的能源和原材料密集型产业，其生产成本对木浆、废纸、煤炭、化工辅料及物流费用高度敏感。2026 年以来，尽管部分原料价格出现阶段性波动，但综合运营成本居高不下，而纸价长期低位运行，导致企业“增产不增利”甚至“增产反亏损”的现象普遍存在。

值得注意的是，纸厂始终维持低库存运营，这在一定程度上赋予了其定价主动权。卓创资讯数据显示，以瓦楞纸为例，截至 6 月 18 日，样本企业库存仅 23.72 万吨，同比大幅减少 46.10%。这种极低的库存背景使得纸厂在政策调控上拥有充分的挺价余地和拉涨空间。

行业分析师认为，低库存既是挺价的底气，也反映出纸厂对后市需求的谨慎态度——不敢大量备货，只能通过控制供给来人为制造紧张氛围，以支撑价格。这种“以供给收缩换价格上涨”的模式，本质上仍是成本倒逼下的被动策略，而非需求端的真正复苏。

下半年纸价走势分化

展望下半年，业内人士认为，不同纸种的价格走势或将出现明显分化。一方面，文化用纸和白卡纸在旺季预期和出口支撑下有望维持相对稳健，但涨幅有限；另一方面瓦楞纸市场则在高位成本、中游高库存和新增产能释放的三方博弈中，面临更大的回调风险。

据了解，每年下半年是教材教辅、期刊杂志的集中印制期，文化用纸需求通常迎来季节性回升。在龙头企业主动控制产能、行业协同度较高的背景下，文化用纸价格有望获得阶段性支撑。

白卡纸市场的支撑因素主要来自出口。根据海关总署数据，2026 年 1—5 月中国白纸板累计出口量达 2126.24 千吨，同比增加 7.26%；其中 5 月出口量约 483.95 千吨，同比增加 23.12%。但国内需求释放有限，原料木浆价格存下行压力，整体上涨幅度有限。

综合来看，2026 年下半年造纸行业的核心矛盾已从单一的“成本支撑”升级为“高位成本、供需博弈、产能释放”的多方角力。生意社认为，展望第四季度，行业传统旺季阶段，中秋国庆消费、电商大促、海外圣诞备货三重需求集中释放，下游企业将集中补库，市场将迎来第二轮涨价窗口。

值得关注的是，本轮周期反转确定性较强，但行情运行过程中仍存在阶段性调整风险，可能打破当前供需紧平衡格局，制约行情上行空间。

造纸行业再现大范围提价 后市涨价与回调风险交织

证券时报记者 黄翔