

跨境物流专题系列第二期

海外仓需求激增背后 驱动因素与机遇

市场现状

驱动因素

运营模式

企业案例



目录

TABLE OF
CONTENTS

01 / 海外仓
市场现状概览

02 / 海外仓
驱动因素洞察

03 / 海外仓
运营模式解析

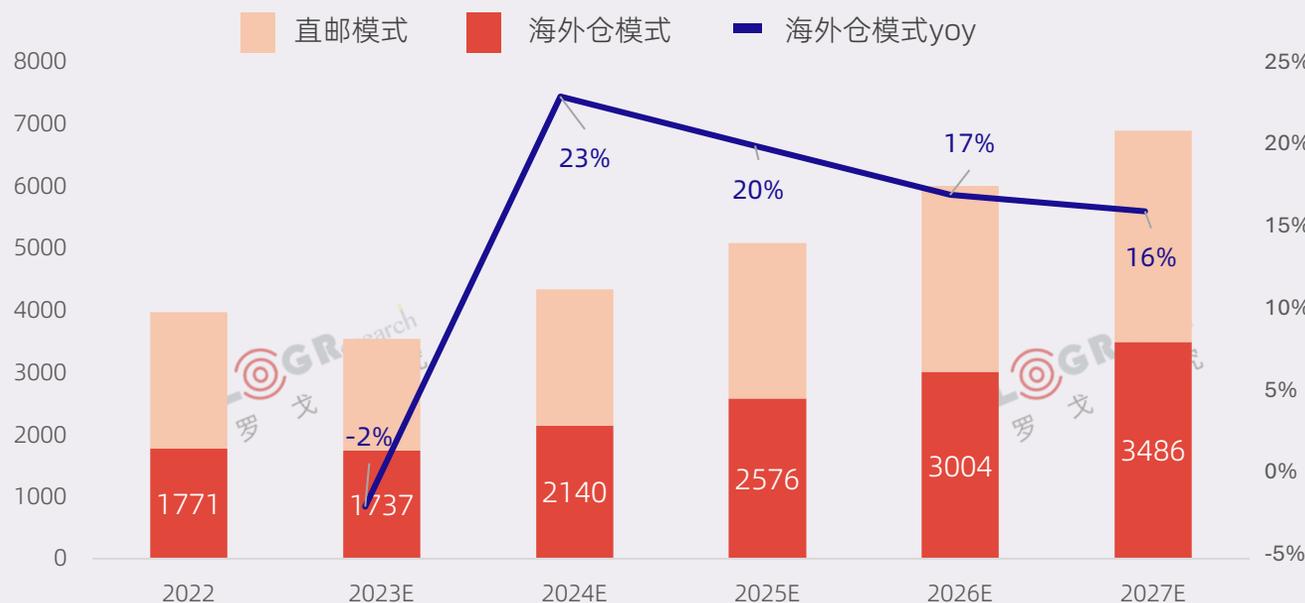
04 / 海外仓
典型企业案例

中国出海平台和品牌卖家双向驱动，海外仓行业狂飙突进

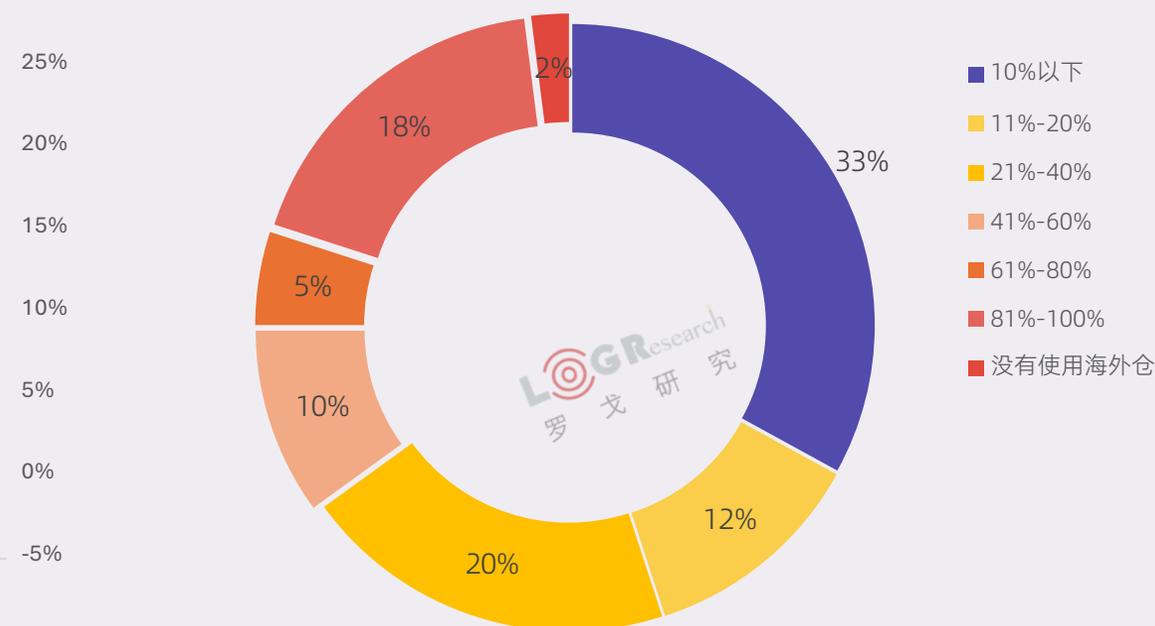
现在，跨境商家绝大多数已经采用海外仓发货。据跨境眼观察2025跨境电商年度数据报告，海外仓发货的货量占比超过40%的卖家。

数据显示，2018年至2023年间，中国B2C出口电商采用海外仓模式的物流解决方案市场规模从486亿元增长至2039亿元，市场份额占比45%，年复合增长率达33.2%。

中国B2C跨境电商（出口）供应链解决方案市场规模（亿元）



跨境电商企业采用海外仓发货的货量占比 (%)

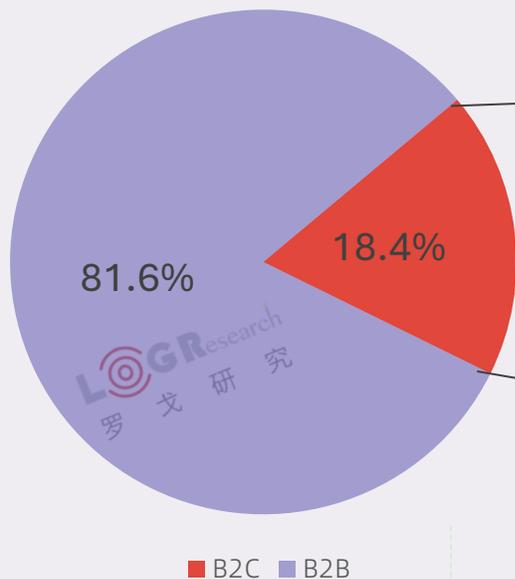


资料来源：《2024年海外仓蓝皮书》、弗若斯特沙利文、跨境眼观察等

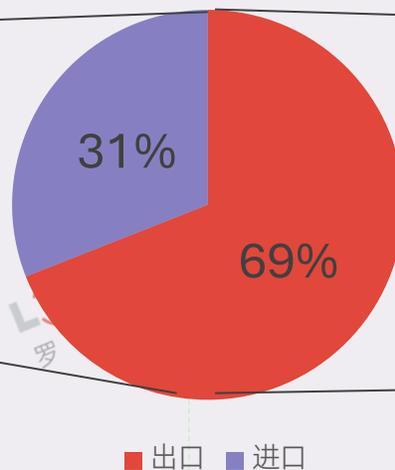
海外仓增速超越传统直邮模式，预计2028年市场份额将增至51%

作为跨境电商物流行业的细分市场之一，B2C出口电商供应链解决方案市场在2023年约占跨境电商物流行业的11.9%。此外，B2C出口电商供应链解决方案市场的海外仓和直邮模式在2023年分别占跨境物流行业的5.3%和6.6%。据预测，到2028年，该市场规模将扩大至3870亿元，市场份额将提高至51%，年复合增长率预计将达到13.7%，这一增长速度将显著超越传统直邮模式，彰显了海外仓模式的巨大市场潜力。

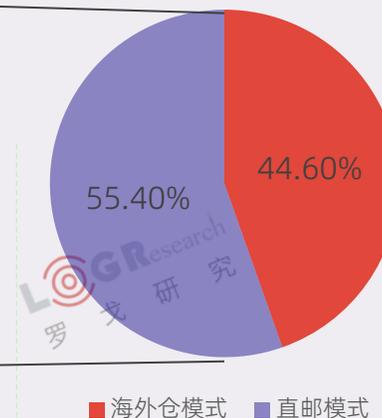
跨境电商物流行业



B2C电商物流行业



B2C出口电商供应链解决方案市场

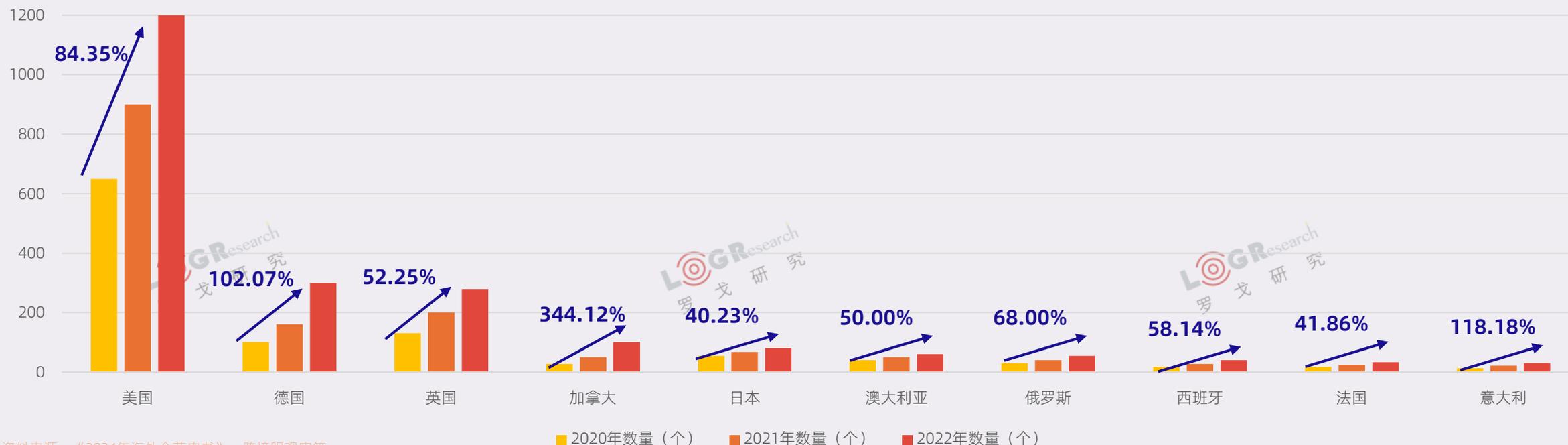


数据来源：海关总署、弗若斯特沙利文

跑马圈地，从零星到集群，中国公司海外仓面积超三千万平米

据商务部2024年中公开数据显示，根据各地初步统计，全国跨境电商主体已超12万家，跨境电商产业园区超1000个，建设海外仓超2500个、面积超3000万平方米。其中，专注于服务跨境电商的海外仓超1800个，面积超2200万平方米。业内人士称，自2024年起，基本每家头部企业每月都有新仓，且面积在50万英尺起步，截至2024年第三季度，在美国新增海外仓保守估计就达200万平方米。

■ 中国在主要国家的海外仓数量增长情况（截至2022年）



头部梯队趋于稳定，价格和服务开始拉锯，行业告别低门槛阶段

随着跨境电商的兴起，海外仓作为必要基础设施走向台前。2020年开始，头部海外仓服务商反应迅速。2021年谷仓海外仓、递四方扩充数十万平方米仓库；乐歌在2020年也面向卖家开放数十万平方米自有海外仓，营收超2亿元。目前，海外仓也已进入资本化时期，2020年7月，纵腾集团完成5亿元C轮融资；2024年，我国“海外仓第一股”EDA集团控股（02505.HK）宣布上市。

企业	布局时间	提供服务	海外仓数量 (截止2024年Q3)	海外仓面积 (截止2024年Q3)	主要服务产品
谷仓海外仓	2015年	头程干线+海外仓储+尾程派送+合同物流	运营处理中心超80个	200万m ² +	中小件为主
递四方	2004年	订单履约+仓储与物流管理系统+全球退件解决方案+全球包裹直发+全球转运进口	50+个	100万m ²	中小件为主
乐歌股份	2002年	头程海运+海外仓储+尾程派送	19个	62.11万m ²	中大件为主
大健云仓	2013年	海外仓+B2B 平台	42个	约97万m ²	中大件为主
无忧达	2016年	国际海运+端到端物流（自有船司合约+自营车队+自有清关团队）	21+个	46万m ² +	专注中大件
西邮物流	2015年	海外仓、海运头程、尾程卡派等多项业务	27	65万m ² +	专注中大件
运去哪儿	2015年	头程海运、仓储、转运、一件代发、尾程配送等服务	14个	27万m ² +	专注中大件
京东海外仓	-	国内工厂提货、海运出口、目的港清关、海外本地入仓和仓配服务等全链路物流服务	100+个	100万m ² +	中小件、大件
万邑通	2012年	国内揽收至海外上架、仓储，再到尾程派送的一站式海外订单履约服务	15个	50万m ² +	中小件为主

数据来源：各公司公告，浙商证券研究所

发展历程：伴随跨境电商成长，2020年爆发，当前布局再次加速

海外仓从2020年开始爆发，这几乎是行业内的共识。海外运力受疫情影响处于不稳定状态，包括跨境电商和传统外贸在内的大量卖家，开始选择在海外仓大量囤货，市场对仓的需求开始爆发。经历过2022年到2023年的去库存阶段后，2024年以来，诸多因素的作用下，海外仓布局又一次加速。

海外仓萌芽时代

(2005年之前)

服务客群：以海外留学生为主，通过“蚂蚁搬家”方式，通过网络平台销售国内商品；

发展规模：商品通常存放在留学生公寓、车库以及海外亲友家中，面积小，功能单一；

运作模式：物流主要依赖邮政小包直邮，海外仓需求小，缺乏管理系统，运营效率低。

海外仓1.0时代

(2005-2013年)

服务客群：中国卖家加快入驻亚马逊、eBay等电商平台，B2C跨境品牌商大量涌现；

发展规模：速卖通于2005年设立美国仓，亚马逊于2007年发布FBA，将自身仓储及配送设施开放给第三方卖家，海外仓概念兴起，谷仓（纵腾）、出口易、万邑通、递四方（4PX）等相继入局；

运作模式：早期跨境电商卖家SKU较少、重量轻，海外仓以转运为核心，仅提供入仓、人工上架基础服务。

海外仓2.0时代

(2014-2019年)

服务客群：亚马逊快速增长，中国跨境电商“四小龙”崭露头角，国内卖家品牌化经营，海外仓迎来跨境渠道、平台与品类快速扩张期；

发展规模：海外仓玩家开始网络化布局，分仓模式受到客户青睐，海外仓布局加快。数据显示，2019年，亚马逊全球约有2200万平方仓亏，但国内助力海外仓第三方企业总计约100万平方，市场空间巨大；

运作模式：SKU愈发丰富，卖家需求愈发个性化，海外仓逐步接入数字化系统，并提供增值服务和专业服务，除大统仓外，专业仓开始出现。

海外仓3.0时代

(2020年~)

服务客群：海外电商需求激增，跨境电商“四小龙”快速崛起，全国跨境电商主体已超12万家。中国跨境电商走向品牌精耕阶段，B2C品牌模式兴起，品牌注重与消费者接触，销售、物流更加注重时效和体验；

发展规模：2020年起，海外仓开始爆发式增长，2020年，跨境电商海外仓数量超过1800个，同比增速达80%，面积超过了1200万平方米，2024年面积达到2200万平方米。30万平米成企业海外仓规模TOP10门槛；

运作模式：海外仓玩家围绕核心区域布局仓群，海外仓开始从混仓向品类仓布局，单仓规模不断增大。海外仓针对不同品类需求提供定制化仓储服务，并不断升级数字化、智能化、自动化仓储设施。头部企业基于海外仓进行跨境供应链整合，提升综合竞争力。

2005年

2014年

2020年

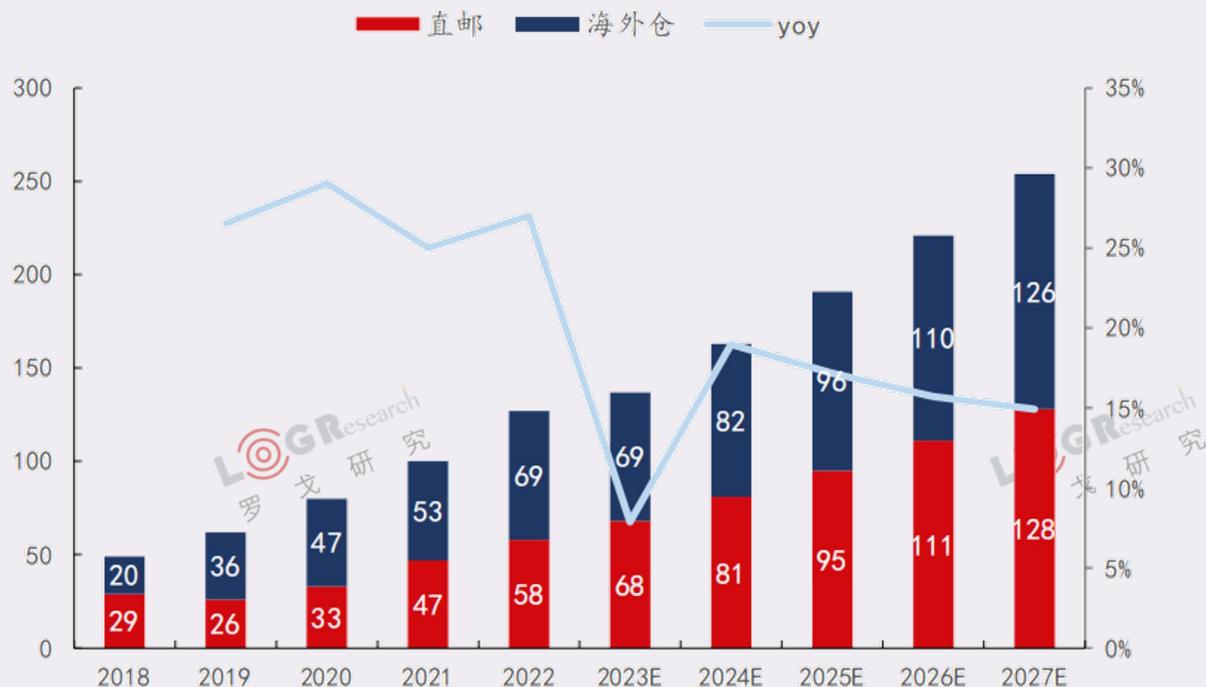
2024年

资料来源：36氪、民生证券

跨境激增：我国跨境电商5年10倍增长，带动海外仓走向台前

过去5年，我国跨境电商贸易规模增长超过10倍。海外仓是跨境电商重要的境外节点，是新型的外贸基础设施。跨境电商与海外仓等新型外贸基础设施协同联动，发展速度快、增长潜力大、带动作用强。如今，多点开花的海外仓，正在助力国货加速出海，也让更多外国消费者收货更便利。

中国跨境出口电商包裹量逐年增长（亿件）



资料来源：灼识咨询、国联证券、飞书深诺

海外电商规模增长吸引国内企业布局

2024海外电商规模

28902亿美元 (大约1.95个中国电商市场)

YoY增长

9.3%

2024全球各地区电商市场规模与增长（单位：亿美元）



政策驱动：出海基建先行，国内政策加码，推动海外仓建设发展

海外仓作为跨境电商重要的境外节点，是新型外贸基础设施，也是带动外贸增长实现高质量发展的重要平台。国家在海外仓领域出台了大量政策措施，将持续推动海外仓的建设发展。

发展期：2014-2019

陆续发布多项政策，涉及鼓励建设海外仓、规范海外仓、海外仓覆盖范围等

2014 完善贸易平台

《关于支持外贸稳定增长的若干意见》：鼓励设立“海外仓”等各类国际营销网络

2015 规范化海外仓

《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》：通过规范的海外仓实现经营规范化、管理专业化、物流生产集约化、监督科学化

2016 扩大跨境电商试点

《政府工作报告》：支持企业建设一批出口产品“海外仓”

2016 推进跨境电子商务综合试验区建设

《对外贸易发展“十三五”规划》：鼓励设立海外仓储，推进B2B业务创新发展。

2017 覆盖重要国别、重要市场

李克强总理国务院常务会议：围绕推动“一带一路”建设，着力打造互联互通、智能化的新型外贸基础设施，鼓励建设覆盖重要国别、重点市场的海外仓

2019 打造智能物流网络

《关于推进贸易高质量发展的指导意见》：鼓励建设境外仓储，打造智能物流网络

爆发期：2020-至今

宏观因素致海外备货需求提升+政策支持力度加大

2020 提高业务办理便利性

《关于支持贸易新业态发展的通知》：跨境电子商务企业出口至海外仓销售的货物，汇回的实际销售收入可与相应货物的出口报关金额不一致

2020 促进跨境电商等新业态发展

《关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》：支持建设一批海外仓，扩大跨境电商零售进口试点。

2021 发展跨境电商、市场采购贸易等新模式

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》：鼓励建设海外仓，保障外贸产业链供应链畅通运转。

2021 提高海外仓数字化水平，完善海外仓网络

《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》：鼓励企业提高海外仓数字化水平 2021 健全电子商务行业标准 《“十四五”电子商务发展规划》：开展海外仓新业态标准研制

2021 全面加快海外仓发展

《“十四五”对外贸易高质量发展规划》：培育智能化、多元化、本地化经营的海外仓

2021 提升跨境冷链物流全程组织能力

《“十四五”冷链物流发展规划》：鼓励具备实力的企业建设冷链海外仓

2022 加大金融支持，发挥海外仓带动作用

《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》：加大对建设和使用海外仓的金融支持

2022 加强出口信用保险对海外仓建设和运营的支持力度

《支持外贸稳定发展若干政策措施的通知》：加强出口信用保险支持，优化海关备案流程，加强中欧班列运输组织，支持海外仓出口货物运输。

2022-2023 进一步支持建设

《政府工作报告》：新设跨境电商综试区，支持建设一批海外仓

2023 建设海外仓标准

《跨境电子商务海外仓运营管理要求》国家标准的发布，填补了行业规范空白。

2024 明确海外仓建设方向

商务部等九部门联合印发《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，明确优化布局、金融支持、国际合作等五大方向。

2025 强化海外仓金融支持

国家税务总局实施“离境即退税”政策，进一步缓解企业资金压力。政策组合拳的实施，推动我国海外仓网络快速扩张。

资料来源：浙商证券、罗戈研究整理

加税影响：新政震撼跨境赛道，或将把跨境物流需求挤向海外仓

2月1日，美国总统特朗普签署行政令，从2月4日起对所有产自中国的商品征收10%附加税。对中国外贸出口造成重大影响，更是对跨境出口行业的成本、利润等多方面带来严峻挑战，并加速了行业的分化与重构。目前，美国对中国加征10%关税的政策正式落地；“800美元小额豁免”政策取消又恢复后，尽管中国跨境卖家又可以通过 T86 清关模式（简化流程）进口商品到美国，但需要强调的是，这仅仅是暂时恢复。

● 关税推动中转仓需求上涨，供应链“近岸化”布局

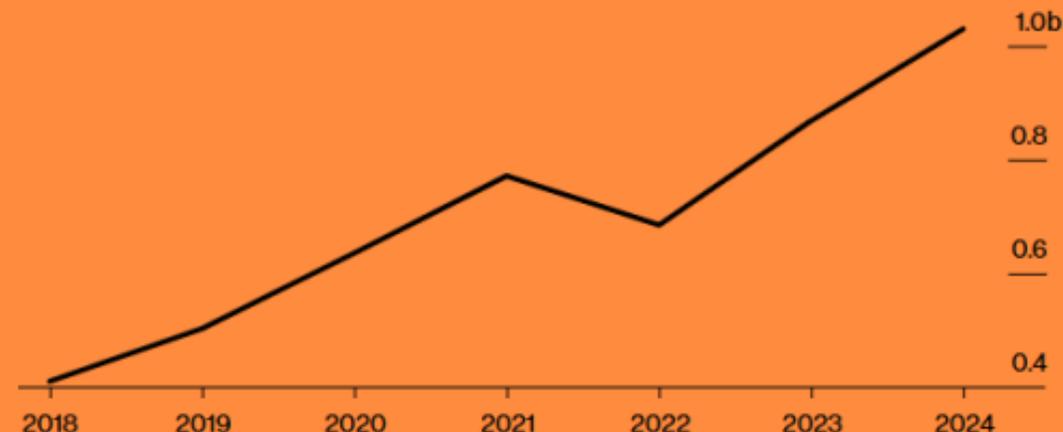
加征美国关税，使得中国出口企业的产品进入美国市场的成本上升。许多商家会选择提前备货到美国海外仓，以避免政策调整后的高额关税。通过采用“中国+1”模式，保留中国优质供应链的同时，将部分组装环节转移至靠近美国且享受美墨加协定关税优惠的墨西哥，实现供应链的多元化布局，降低因单一供应链带来的风险。加拿大、墨西哥等美国周边国家的海外仓市场需求会迎来一波涨幅。

● 布局海外仓，被认为是当下破局行之有效的方法之一

根据美国海关和边境保护局的数据，免税直邮的小额包裹数量超过13.6亿件，其中中国商品占比达48%，也就是说，每天近200万件。如果其中一部分转向海外仓，也将带来新一轮增量。此轮增量更多为中小件，将促使海外仓中小件比重大幅提高，海外仓一件代发的需求将不断增加，该业务或加速普及。

数据来源：CBP

历年小额免税包裹进口数量



Note: Years are fiscal

Source: US Customs and Border Protection

加税影响：使用海外仓备货，将减少因政策调整带来的运营风险

海外仓模式能够更好地适应目标市场的政策变化，减少因政策调整带来的运营风险。若美国T86再取消，预估中国发往美国的低价值包裹平均关税税率或将从0%提升至25%~30%区间（其中美国对中国出口征收的平均税率20%左右，加征10%），在小包模式下，预估终端售价60%-70%将被海关认定为交易价值，对应关税对终端零售价影响15%-20%。在海外仓备货模式下，预估终端售价30%~40%将被海关认定为交易价值，加征10%税率预计对终端零售价影响在3%-4%。

小包模式

海关认定终端售价占比预估

60%-70%

10%关税对终端零售价影响

15%-20%

海外仓备货模式

海关认定终端售价占比预估

30%-40%

10%关税对终端零售价影响

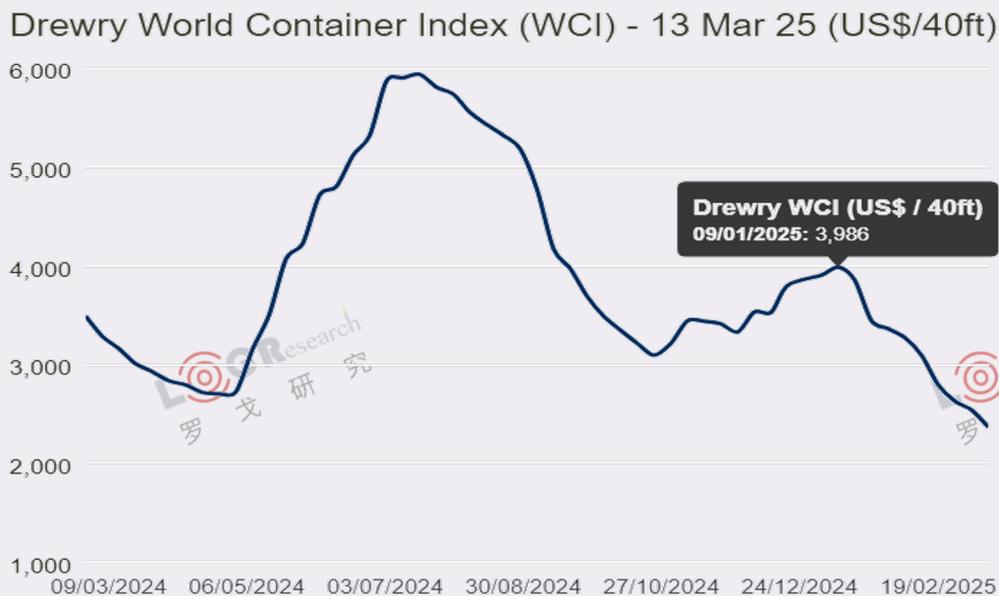
3%-4%

数据来源：中信证券

地缘冲突：海运价格波动大，热门航线爆舱，海外仓备货量增加

受到地缘政治冲突、港口工人罢工、以及关税政策影响，海运价格波动大，热门航线也因需要绕行而频繁出现爆舱。24年10月底以来，美国、欧洲、南美等海运航线就相继传来爆舱的消息。即便各大船运公司宣布上涨旺季附加费用，舱位还是供不应求。跨境电商卖家被迫增加海外仓备货量以缓冲运输延迟，数据显示，2024年欧美海外仓短期租赁需求激增300%。

全球集装箱指数（截至2025年2月19日）



数据来源：Drewry，浙商证券研究所

全球物流供应链关键节点出现堵点，影响全球供应链效率



模式演进：平台扶持半托管模式，海外仓热度和市场份额持续攀升

2024年以来，半托管模式在跨境电商行业迅速崛起，各大平台如速卖通、Temu、SHEIN等推出吸引政策，商家享受低运营成本和流量优势。半托管模式的核心是商家首先要海外备货，这一模式的兴起也带火了海外仓。

TEMU	核价	备货	运营	物流
全托管	平台	商家:货权在商家 选品+备货+寄样+ 提供图片和基本信息	平台: 投放+ 营销+售后 客服	商家: 头程配送至国内仓
		平台: 选品审核+审版+图审+ 核价+上架到各国站点		平台: 集货+仓储+跨境运 输+尾程投送以及 逆向物流
半托管	平台	商家: 货权在商家 开店+选品+ 提供图片 与基本信息		商家: 仓库管理+发货履 约+ 维护库存及逆 向物流
		平台 完善商品详情+协助比 价+上架到所在国站点		平台: 灵活的发货选项

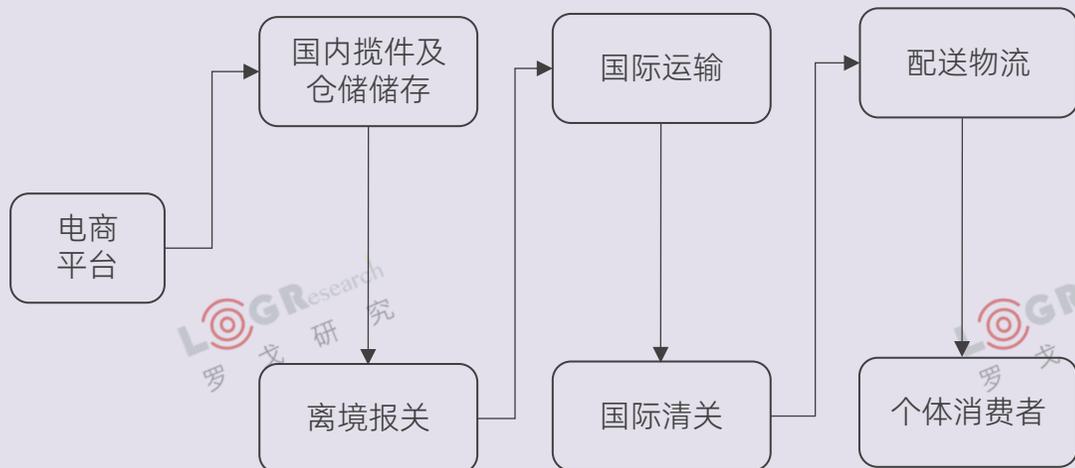
模式类型		定价权	货权	运营	物流
速卖通半托管		商家	商家	商家	商家: 头程配送至前置仓 (VMI 与JIT两种式) 平台: 跨境和尾程配送+ 仓 储服务+逆向物流
亚马逊VC	Direct Fulfillment (DF)	平台	商家	平台& 商家	商家: 一件代发; 平台: 尾程派送
	Prepaid PO		平台		商家: 跨境物流 (卖家预付) 平台: 仓储+打包尾程派送
	Collect PO		平台		商家: 跨境物流(平台到付) 平台: 仓储+打包+尾程派送
	Direct Import(DI)		平台		商家: 跨境物流(平台到付) 平台: 仓储+打包+尾程派送

资料来源：亿邦动力，浙商证券

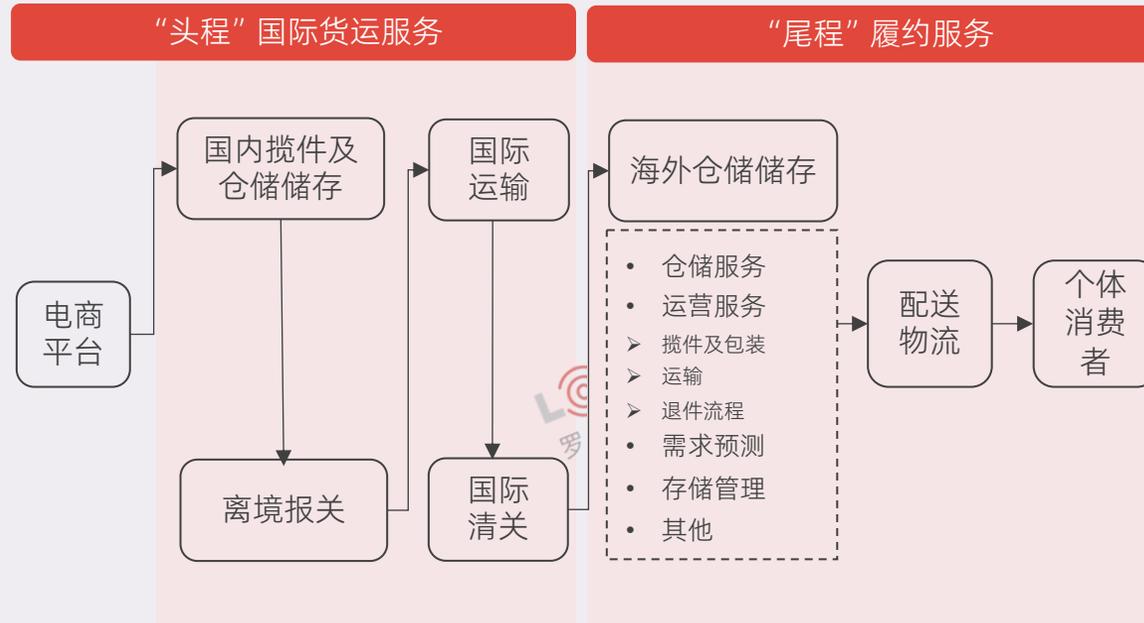
解决方案：以仓为核心，上游延伸国际运输、下游延伸尾程物流

与直邮模式不同，在海外仓模式下，B2C出口电商供应链解决方案供应商提前将货物从卖家运往目的地地区的海外仓做预售备货，随后在终端消费者下单后直接从海外仓发货。海外仓作为跨境物流综合方案的一种优化，具备低成本和高时效的优势，但也存在重资产运营、仓储资源周转的挑战。长期来看，海外仓与直邮模式将会并存。

采用直邮模式的B2C出口电商供应链解决方案过程



采用海外仓模式的B2C出口电商供应链解决方案过程



数据来源：弗若斯特沙利文

运营模式：三类模式，依据自身情况和目标市场需求来选择

目前，跨境电商出口海外仓业务，根据海外仓库类型区分，主要有出口至境外电商平台仓库模式、第三方海外仓模式、自建海外仓模式三种。企业需要评估自身的财务状况和预算，选择适合自己的海外仓模式。自有海外仓模式成本高，适合规模较大的企业；合作海外仓模式成本较低，适合规模较小的企业；平台海外仓模式灵活性高，适合各类企业。

分类	定义	代表海外仓	适用商家	进入壁垒
平台海外仓	依托平台建立的仓储配送物流体系，通常采用一件代发	亚马逊FBA、 大健云仓3P模式、 沃尔玛海外仓	平台型卖家 中小件卖家	背靠平台，无需担心仓储货源等获客问题，一般为平台的附加服务。
第三方海外仓	由第三方企业（多为物流服务商）建立并运营的海外仓	谷仓海外仓、 递四方、 万邑通、 京东海外仓、 文鼎供应链	中小型卖家	两级分化严重，赛道进入壁垒偏低，但头部壁垒极高。小供应商不具备全链路的服务能力，只能卷价格吸引客户；大供应商主要依靠尾程派送规模优势及各类型附加服务盈利。
卖家自营海外仓	卖家基于自身需求建造的海外仓，部分公司也会将多余仓库储存能力外租，则成为自用+第三方仓库	乐歌股份海外仓自用部分、 恒林股份海外仓、 致欧科技海外仓、 赛维时代海外仓自用部分	业务规模大且追求高度自主控制的大型卖家	主要为顺应家具、家电等产品卖家出海的产物。该类卖家一般具备雄厚的资金实力，规模较大的自营海外仓一般会给第三方卖家使用，凭借品牌优势和自用积淀的信息化能力能够吸引部分中小客户，加强规模效应。

资料来源：浙商证券

综合优势：海外仓模式下成本更优，交付稳定并提升客户体验

海外仓成本优势：海运摊薄成本（运费仅为空运的1/2左右）；长期成本可控（通过智能库存管理（如动态补货），滞销风险降低30%）

海外仓时效优势：“本地发货”标签可显著提高转化率，提升消费者体验。尾程配送不受国际航线波动影响，时效标准差小于直邮，交付稳定。



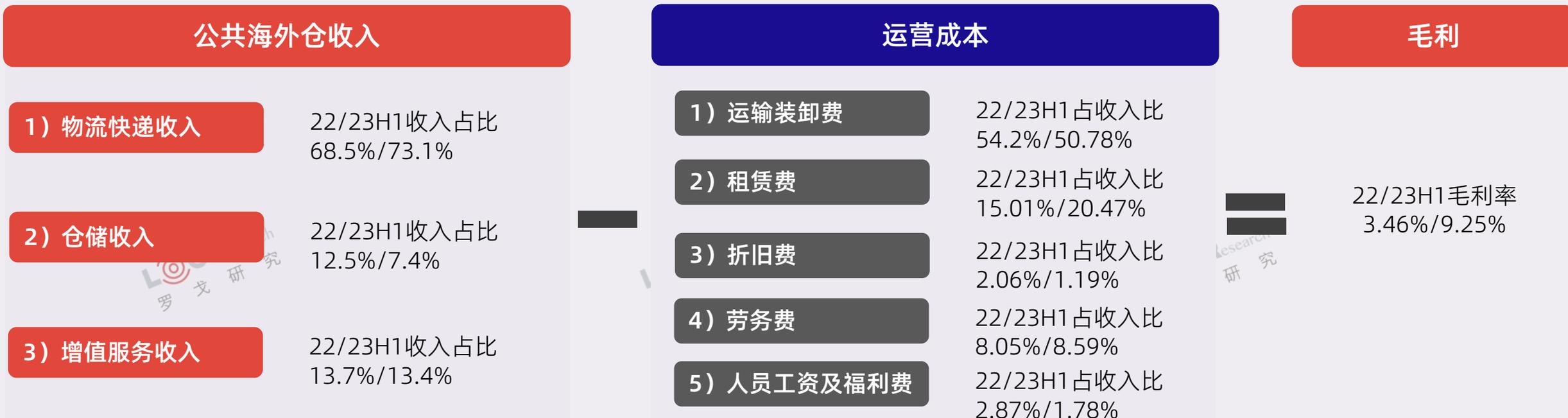
运输方式	空运	海运	海外仓（海运为主）优势
时效（头程）	3-5天	15-25天（普船）/10-15天（快船）	慢于空运，但提前备货可对冲
时效（尾程）	1-3天	1-3天	持平，但稳定性更高
总时效	4-8天	16-28天（普船）/11-18天（快船）	慢于空运
仓储成本	无	\$1-2/立方米/天（美国仓）	需承担，但摊薄后单位成本低
库存周转率	高	低	-
库存风险	低（灵活补货）	高（滞销风险）	-
运输费用（头程）	\$5-12/kg	\$0.5-3/kg（普船/快船）	降低60%-90%
运输费用（尾程）	\$2-4/kg	\$2-4/kg	持平，但规模化配送更优
总运输费用	\$7-12/kg	\$2.5-5.5/kg（普船）/\$3.5-7/kg（快船）	-
综合成本	\$7-12/kg	\$3-7/kg	节省40%-60%

运费：基于2024年市场均价（来源：Flexport、Freightos）；时效：包含清关与尾程配送时间（来源：DHL、马士基、民生证券研究院）；仓储成本：基于美国仓市场均价（来源：谷仓、万邑通）。

市场盈利：大仓卷供应链，小仓打价格战，海外仓盈利空间压缩

海外仓的收入包括租金收入、进出仓相关操作费、尾程物流配送差价。其中租金收入一般为阶梯式收费，因此，在货物周转较快时，尾程物流差价才是核心收入和利润来源。虽然跨境市场对海外仓的需求在持续增长，但过量供给导致竞争尤为激烈，挤压了利润空间。如果说大仓的卷更多基于供应链的整合，那么小仓的卷则来自入局者增加而引发的价格战。除了海外仓企业间的内卷，商家利润减少也挤压了海外仓的盈利空间。

■ 海外仓盈利模式（以乐歌为例）



资料来源：乐歌股份公告

纵腾集团：推动海外仓布局，并入云途物流，完成对专线小包布局

纵腾集团成立于2007年，总部位于中国深圳，以“全球跨境电商基础设施服务商”为企业定位，为跨境电商商户提供海外仓储、专线物流服务及商品分销、供应链服务等一体化物流解决方案，旗下拥有“谷仓海外仓”、“云途物流”、“纵腾冠通”、“沃德太客”等知名的服务品牌，主要流向为欧美国家以及地区。

谷仓海外仓不光拥有海外仓基础设施，也具备端到端海外展约供应链服务能力。谷仓海外仓致力于为全球跨境电商卖家、出海品牌商客户产业带客户提供头程干线、全球仓配售后退货的标准化以及定制化的端到端的供应链解决方案助力中国品牌走向全球。

头程服务

提供多种不同时效和价格的头程运输渠道，国内中转仓揽收验货，提升海外仓入库上架时效。

标准化仓配服务

为客户在销售目的地提供货品仓储、分拣、包装、派送一站式服务。

定制化仓配服务

仓库租赁、库内管理、人才招聘、渠道共享、专业尊享仓等多元化定制服务。

端到端海外供应链服务

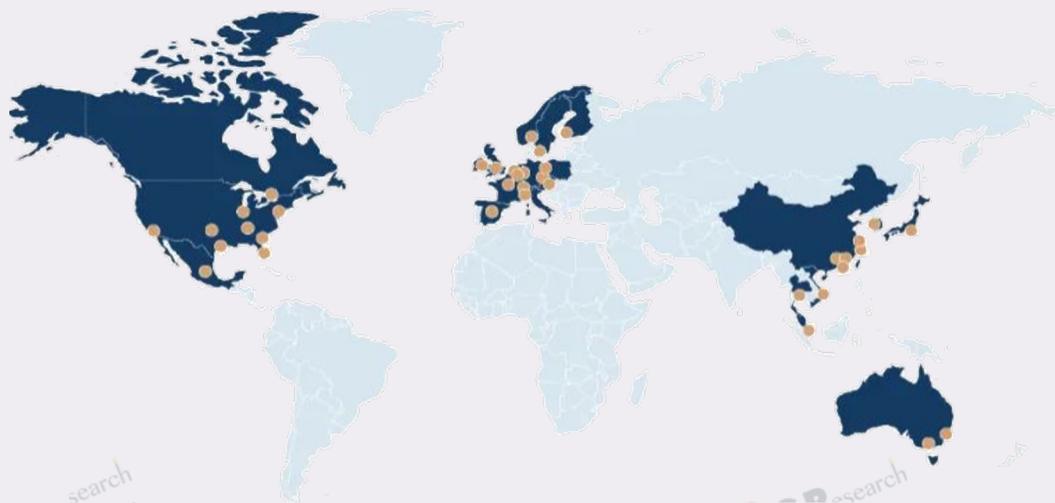
整合供应链全链路物流服务模块和网络，从制造端到消费端为2B、2C客户提供弹性、可靠、敏捷全链路服务。

纵腾集团：谷仓全球海外仓布局，全球面积已突破200万m²

截至2024年12月31日，全球仓储总面积率先突破200万m²。其中，北美仓群突破130万m²，欧洲仓群70万m²，亚太仓群和国内四大中转仓15万m²，谷仓全球仓储总面积已接近220万m²。

北美仓群130万m²

- 新泽西仓 - 新泽西
- 加州仓 - 洛杉矶
- 亚特兰大仓 - 亚特兰大
- 芝加哥仓 - 芝加哥
- 萨凡纳仓 - 萨凡纳
- 达拉斯仓 - 达拉斯
- 迈阿密仓 - 迈阿密
- 休斯敦仓 - 休斯敦
- 加拿大仓 - 多伦多
- 墨西哥仓 - 墨西哥城



欧洲仓群70万m²

- 英国仓 - 伯明翰
- 德国仓 - 杜塞尔多夫
- 法国仓 - 巴黎
- 捷克仓 - 布拉格
- 意大利仓 - 都灵
- 波兰仓 - 斯武比采
- 西班牙仓 - 马德里
- 比利时仓 - 列日
- 荷兰仓 - 罗曾堡
- 奥地利仓 - 维也纳
- 爱尔兰仓 - 都柏林
- 挪威仓 - 奥斯陆
- 芬兰仓 - 图尔库
- 瑞士仓 - 伯恩
- 瑞典仓 - 哈姆斯塔德

亚太仓群10万m²

- 澳洲仓 - 墨尔本
- 澳洲仓 - 悉尼
- 日本仓 - 东京
- 中国香港仓 - 香港
- 泰国仓 - 曼谷
- 韩国仓 - 仁川
- 新加坡仓 - 新加坡
- 越南仓 - 胡志明

国内中转仓5万m²

- 东莞仓 - 东莞市
- 宁波仓 - 宁波市
- 广州仓 - 广州市
- 上海仓 - 上海市

谷仓AMR智能仓，配备「AMR搬运机器人+货到人拣选工作站+WMS智能仓储管理系统」三大“黑科技”，自2021年起便陆续在美东、美西、英国、德国等热门市场落地运营服务。



资料来源：纵腾集团公告

乐歌海外仓：海外仓业务快速扩张，已部署19个全球站点

作为宁波跨境电商的先驱者和领军企业，乐歌海外仓深耕跨境电商行业14年，并拥有12年的海外仓运营经验，在多仓自营基础上，致力于服务跨境卖家，提供公共海外仓创新综合服务，主要包括头程海运、一件代发FBA转运、海外仓储、售后托管、创意视频拍摄等一站式跨境物流服务。

截至目前，乐歌海外仓在全球已经部署了19个海外仓，总仓储面积约667.5万平方英尺，已服务超800家跨境电商企业，持续助力中国品牌跨境出海。



资料来源：乐歌股份公告