

2026 数智供应链全球化发展报告

2026 Report on the Global Development of Digital and Intelligent Supply Chain

编写单位：亿邦智库

支持单位：中国对外贸易中心集团有限公司

版权声明

- 本报告版权归中国对外贸易中心集团有限公司与亿邦智库共同所有。未经版权所有者书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表或引用本报告内容的任何部分。如需引用或转载，请注明出处，且不得对本报告进行有悖原意的删节或修改。违者必究。

免责声明

- 《2026数智供应链全球化发展报告》由中国对外贸易中心集团有限公司委托亿邦智库编制，报告内容由亿邦智库编制完成。报告基于2025年面向外贸企业开展的线上问卷调研及访谈完成，覆盖不同规模、行业和区域的外贸主体；定性研究部分选取代表性企业进行深度访谈与案例分析。
- 报告中所呈现的数据、观点、结论及建议仅基于调研样本和研究分析得出，仅供读者参考，不构成任何投资、决策或经营建议。由于样本范围、研究方法、信息获取时间及信息完整性等因素的限制，报告内容可能存在不准确、不全面或滞后的情况。中国对外贸易中心集团有限公司及亿邦智库不对任何人依据本报告全部或部分内容所作出的任何行为及由此引发的任何直接或间接损失承担任何责任。
- 读者在参考本报告时，应结合自身情况进行独立判断和审慎决策。如有疑问，建议咨询相关专业人士。

数智供应链全球化定义与特征



特征1：数据智能的决策中枢

数智供应链的技术内核与运行基础，意味着数据取代经验成为核心生产要素，通过物联网、5G、人工智能算法等技术进行实时采集、分析与建模，实现从需求预测、库存优化到路径规划等环节的自动化、智能化决策。

特征2：需求驱动的敏捷响应

数智供应链的价值导向与市场能力，利用前端消费数据与市场信号快速感知变化，并依托柔性生产系统、动态路由规划等能力，实现生产、库存、配送等环节的快速调整与精准匹配，能够以最小成本和最快速度响应个性化、碎片化的市场需求。

特征3：生态协同的价值网络

数智供应链的组织形态与关系结构，通过云平台、区块链、API接口等技术，实现核心企业与上下游合作伙伴的数据共享、流程互通与业务协同。追求全局资源最优配置与价值共创，形成“以大带小、协同进化”的产业共同体。

特征4：韧性与安全的内生要求

数智供应链的组织形态与关系结构，通过云平台、区块链、API接口等技术，实现核心企业与上下游合作伙伴的数据共享、流程互通与业务协同。追求全局资源最优配置与价值共创，形成“以大带小、协同进化”的产业共同体。

数智供应链与传统供应链的对比分析

传统供应链 (工业时代范式)

■ 效率与成本优先

追求规模经济下的稳定与低成本运营，核心是优化既有流程，战略目标是控制与标准化。

■ 固定线性链条

结构呈串联式，企业间关系多为单向、零和的交易关系，信息逐级传递，易失真滞后，形成“数据孤岛”。

■ 经验驱动、事后反应

依赖历史数据和人工经验进行周期性、部门化决策，对市场变化反应迟缓，多为事后补救。

■ 可预测的产品与服务

输出相对标准化的产品，竞争力主要来源于成本与规模优势。


战略导向


组织形态


决策模式


核心产出

数智供应链 (数字时代范式)

■ 韧性与价值优先

在复杂多变环境中，战略核心转向敏捷响应、风险抵御与价值共创，强调适应性与创新。

■ 动态弹性网络

结构呈去中心化的网状，企业间是基于数据互信与能力互补的共生关系，通过平台实现信息实时共享与业务协同。

■ 算法驱动、实时智能

基于全域实时数据流和AI模型进行自动化、前瞻性与全局优化的决策，能够预测变化并主动调整。

■ 可定制的方案与体验

能够提供个性化、柔性化的产品与服务组合，竞争力来源于速度、创新与全流程客户体验，价值延伸至服务与数字化能力。

数智供应链价值跃迁：牵引产业向新、向智、向绿、向全球

从“规模复制”到“创新驱动”

- ❌ 传统产业链创新常受限于冗长的反馈周期、高昂的试错成本以及研发与市场的脱节。
- ✅ 数智供应链是基于实时、全域市场数据的开放共创——消费端洞察可直接反馈至研发与设计环节，驱动产品快速迭代；供应链生态内数据、工具能力开放共享，降低上下游创新门槛与成本；带来新材料应用、新工艺优化到订阅制、产品即服务（PaaS）等新商业模式涌现。

- ❌ 传统模式下绿色可持续发展被视为增加成本的合规负担或品牌宣传手段，难以精确度量、追溯，且常与经济效益目标冲突。
- ✅ 数智供应链凭借其全链路可视化与可信追溯能力，使得从原材料溯源、生产能耗、物流排放到产品回收的全生命周期碳足迹与资源消耗得以实时监测与不可篡改地记录。除了有效应对全球绿色贸易规则，供应链绿色报告作为可信数字资产，还可直接转化为碳关税节省、绿色融资便利或产品溢价。

从“合规成本”到“核心价值”

从“经验决策”到“全局智能”

- ❌ 传统产业链的“智能”是局部和孤立的，设备与系统间缺乏协同，决策基于局部信息与历史经验，常导致整体效率瓶颈与资源错配。
- ✅ 数智供应链通过全域数据的实时贯通与AI算法的全局调度，实现预测性生产排程、动态库存网络平衡、自适应物流路由等复杂决策，使设备综合效率（OEE）、库存周转率、资源配置效率等关键指标获得系统性、突破性提升。产业链由此进化为能够自我感知、自我优化、自主协同的有机智能体。

- ❌ 传统产业链全球化多基于劳动力、土地等要素成本优势进行产能平移，形式分散、协同困难，在面对地缘政治或市场波动时脆弱性高。
- ✅ 数智供应链通过实时透视并智能调度全球范围内的研发、生产、仓储与配送资源，实现多区域产能的快速互补与动态平衡。输出的不仅是实体产品，更是一整套可复制的数字化管理能力、供应链协同标准和弹性网络构建方案。同时，内嵌的安全与合规智能体，能帮助全球网络自动适应不同地区的法规与市场环境。

从“成本出海”到“能力出海”



全球数智供应链发展新格局 01

中国数智供应链全球化进程与挑战 02

把握向新向智向绿向全球机遇 03

观摩数智供应链全球化业态创新 04

探索“点线面体”产业发展模式 05

目录
Content

01

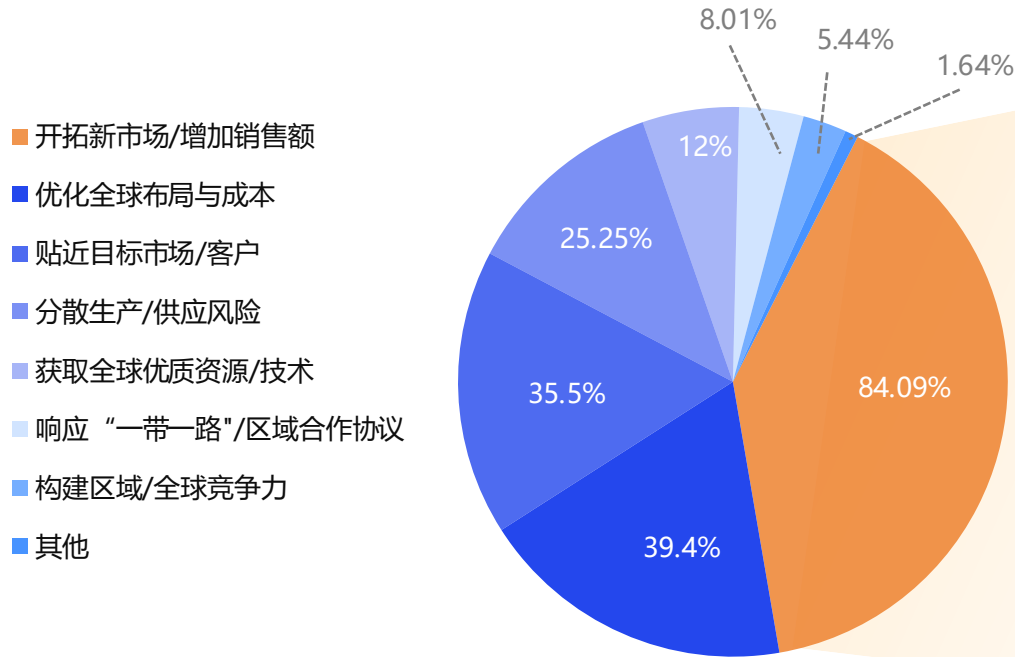
PART ONE

全球数智供应链
发展新格局

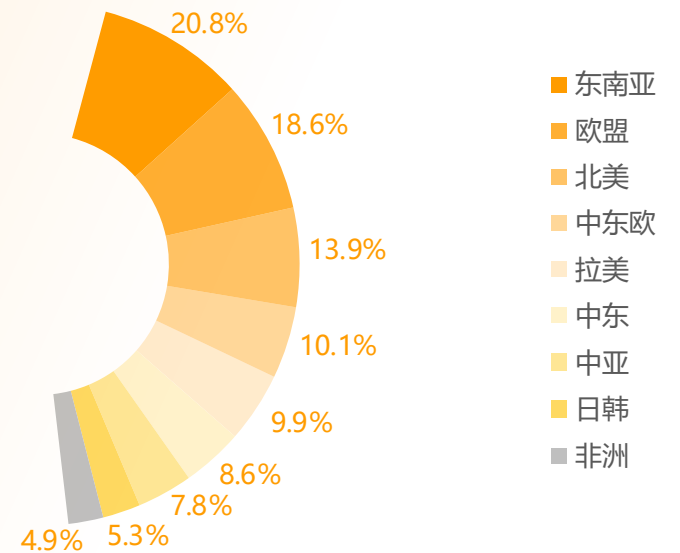
企业全球化战略寻求增长与安全新平衡

- **追求增长仍是中国供应链全球化的首要动力。** 84.09%的企业将“开拓新市场/增加销售额”作为供应链全球化的首要目标。同时，战略动机的复合化特征日益显现：39.40%的企业关注成本优化，35.50%强调贴近客户，而将“分散风险”作为明确目标的企业占比为25.25%。
- **中国企业的增长策略正从单一的市场扩张逻辑，转向分散押注、兼顾规模增长与风险防控的复合战略。** 在市场选择上，东南亚以20.8%的占比超越欧盟（18.6%）成为企业开拓新市场的首选，中东欧（10.1%）、拉美（9.9%）等新兴市场的关注度显著提升。

企业供应链全球化战略的核心目标排序



首要战略目标为“开拓新市场”的企业* 市场选择



数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

地缘政治与外部政策多变成为首要制约

在积极拓展的同时，企业需要直面全球化进程中日益凸显的刚性约束。数据显示，**外部环境的复杂性与不确定性已成为最大拦路虎**。地缘政治风险、各国法规政策多变最受关注，与跨境物流成本高、人才短缺、数据合规等内部经营挑战共同构成了一个多维度的压力测试场，考验着中国供应链在全球范围内配置资源、管理风险和持续运营的韧性。

Part 1
全球数智供应链发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

全球主要区域数智供应链演进趋势

Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

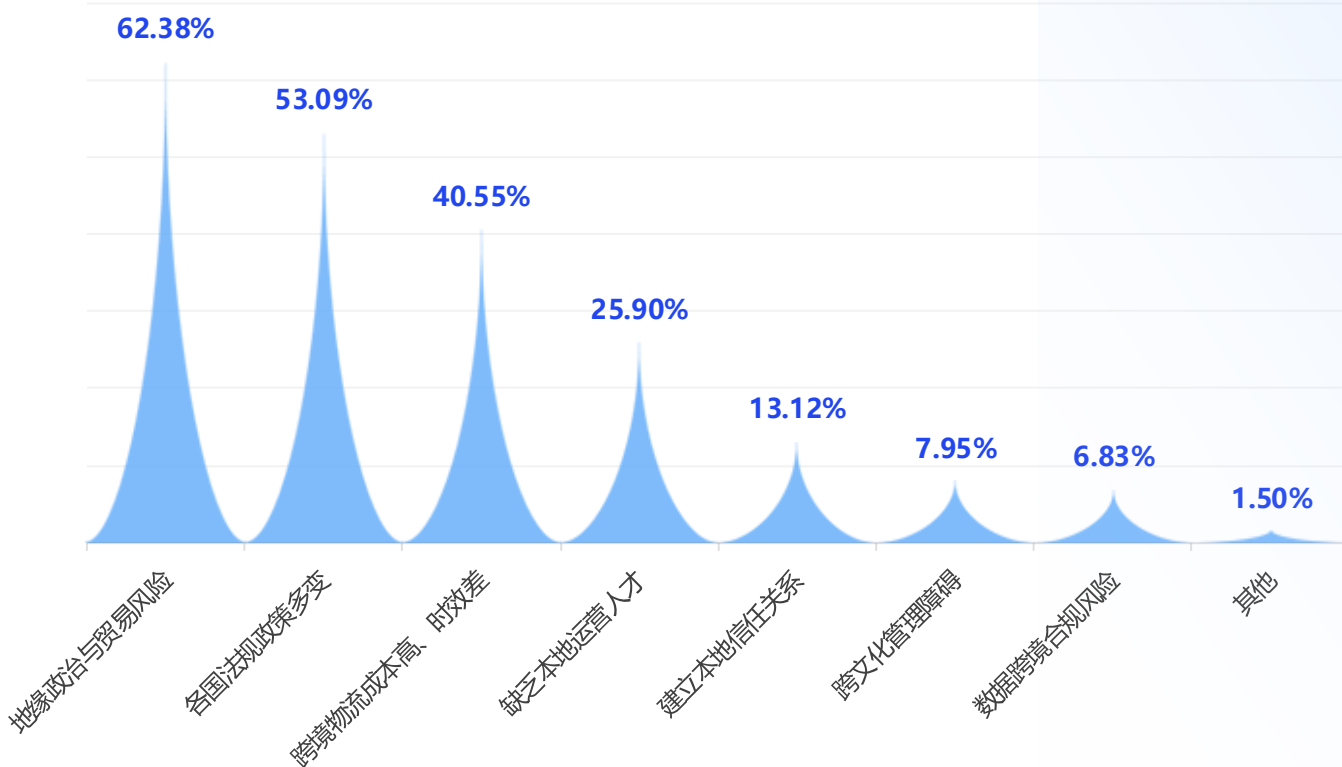
Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

Part 5
探索“点线面体”产业发展模式



企业在供应链全球化中遇到的挑战排序



数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

- 超过六成企业（62.38%）将“地缘政治风险”列为首要制约因素，超过半数企业（53.09%）担忧“海外政策/法规多变”。这表明，非经济因素、规则壁垒已取代传统的关税问题，成为影响全球化布局稳定性和可持续性的关键变量。
- 约四成企业（40.55%）受困于“跨境物流成本高、时效不稳定”，这将直接侵蚀企业的利润空间与客户交付承诺。
- 人才短缺、数据合规等长期能力建设议题虽占比较低，却是企业能否实现本地化深耕的关键。

市场规模、潜力与营商环境构成企业决策重点

- 在内部增长动力与外部刚性约束显性化的共同作用下，中国企业的海外供应链决策逻辑也在进化。调研显示，企业选择重点市场时，最看重的因素已从单一成本转向综合评估：近八成（79.9%）优先考量“市场规模及增长潜力”，超半数（57.7%）高度重视“政策稳定性与营商环境”。这表明，当前全球化战略的核心诉求，是在锚定增长机遇的同时系统性地管理非市场风险。

Part 1 全球数智供应链发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

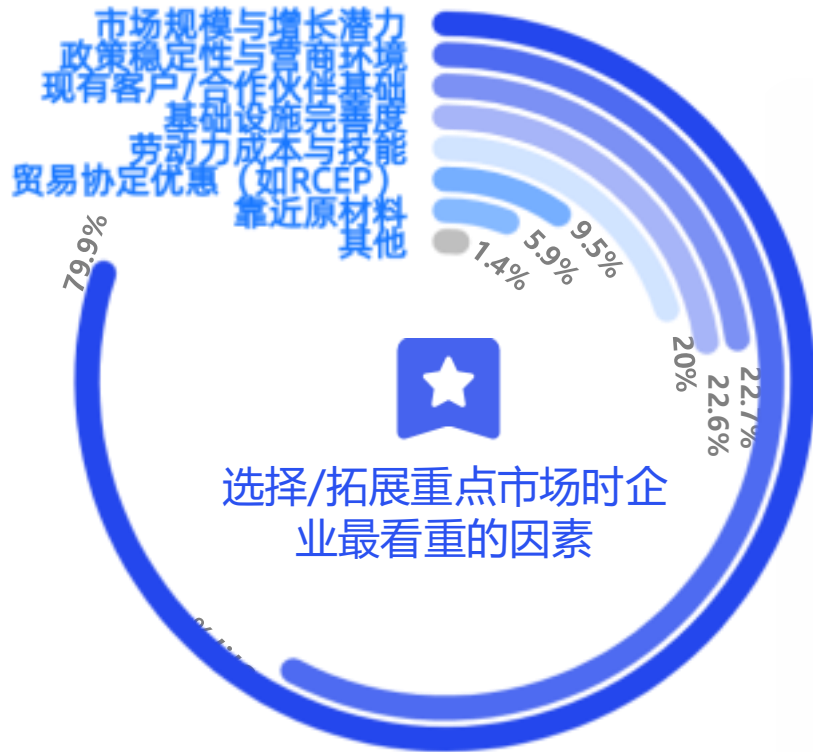
全球主要区域数智供应链演进趋势

Part 2 数智供应链全球化进程与挑战

Part 3 把握向新向智向绿向全球机遇

Part 4 观摩数智供应链全球化企业实践

Part 5 探索“点线面体”产业发展模式



企业决策重心的迁移，直接转化为对数智技术的具体需求

对“市场规模及增长潜力”的追求

- 意味着企业需要超越直觉，进行数据驱动的精准确市场洞察与前瞻性规划，由此催生利用人工智能与大数据分析，对目标市场的消费趋势、竞争格局和潜在需求进行量化预测的需求。例如，通过数智化工具模拟供应链网络在不同增长情景下的表现，从而优化海外仓布局与库存水位，确保产能配置与市场增长曲线相匹配。

对“政策稳定性与营商环境”的高度关注

- 反映出企业对地缘政治、贸易壁垒和合规风险的敏感度急剧上升。传统的静态信息已不足以应对快速变化的国际规则，企业亟需能够实时感知、评估与预警风险的数字化工具。这为数智供应链中的风险管控模块带来了机遇。例如利用区块链技术确保跨境贸易单据的真实性与合规性，或通过物联网与数字孪生技术，对物流运输中的延误、查验等异常事件进行实时监控与模拟推演，提前制定应急预案。
- 企业决策逻辑的成熟化也将重塑其对供应链能力的要求。未来，能够为企业提供“增长洞察”与“风险免疫”双重价值的数智供应链平台与服务，将成为支撑中国企业在复杂全球环境中稳健拓展的关键基础设施。

数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

从拿订单到看方向，企业借助展会平台校准全球化策略

在企业积极应对全球化挑战的实践中，**贸易型展会（如广交会）因其汇聚全球商业生态的独特属性，成为企业探索市场、验证策略、获取关键资源的核心节点。**未来，供应链全球化将更加强调在动态平衡中构建网络韧性，企业需系统性提升对国际政治经济环境的监测、研判与预警能力，借助广交会等国家级平台汇聚的全球商业生态，高效验证并校准市场策略、对接金融、物流、合规认证等专业服务，从而降低探索风险，织就覆盖全球的安全韧性网络。

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

全球主要区域数智供应链演进趋势

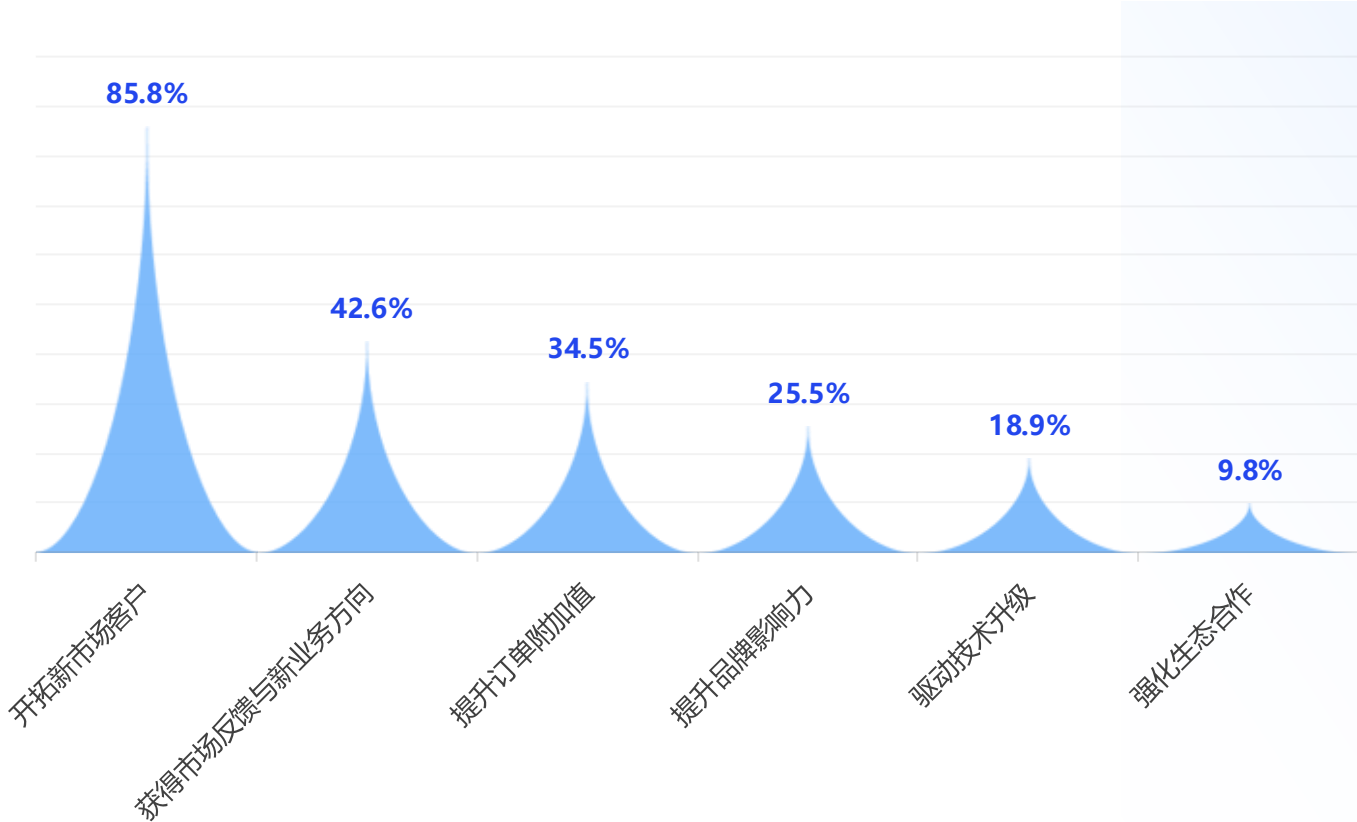
■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式

参加贸易型展会对企业供应链能力提升的关键作用



数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

- 高达85.8%的企业将“开拓新市场客户”视为参展首要目标，这与全球化“市场扩张”的核心动力高度一致。
- 42.6%的企业期望通过展会“获得市场反馈与新业务方向”，反映出企业在开拓之余，亟需借助平台的前沿触角进行市场侦察与趋势研判，以校准产品与战略。
- 尽管企业对“提升订单附加值”（34.5%）、“提升品牌影响力”（25.5%）乃至“驱动技术升级”（18.9%）抱有显著期待，但这些更高阶的战略性目标在当前展会价值兑现时相对有限，一定程度上表明，传统展会模式在满足企业从交易达成向价值提升与能力共建转型的需求上，仍有较大的提升空间。

企业酝酿数智化内驱力，初显整体运营效益

与全球化并行的另一条主线，是供应链数智化的纵深推进。当前，供应链数智化建设呈现出强烈的内驱性与务实特征。

- **降本增效为数智化首要目标。**超过八成的企业将“提升运营效率/降低成本”列为首要驱动力，改善客户体验、增强供应链韧性等内部目标亦占据重要位置，表明数智化初期的主战场在于企业内部运营优化。
- 从结果看，**数智化效益集中兑现在运营效率：**超过半数企业实现了“订单响应速度加快”（56.26%）与“库存周转率提升”（48.34%），物流成本降低（25.33%）、预测准确性提升（23.14%）、客户满意度提升（22.04%）等效益亦逐步释放。

Part 1
全球数智供应链
发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

全球主要区域数智供应链演进趋势

Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

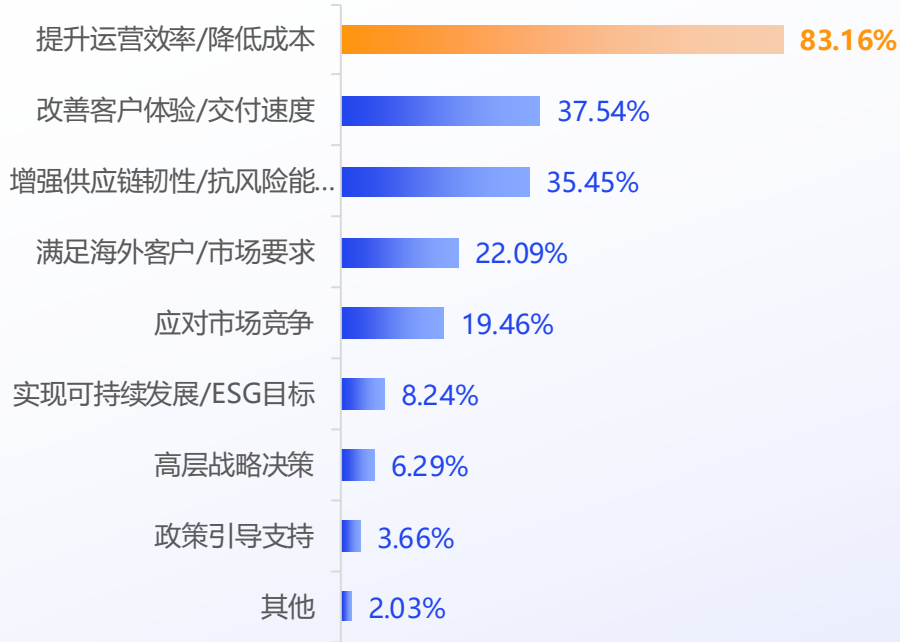
Part 3
把握向新向智向绿
向全球机遇

Part 4
观摩数智供应链
全球化企业实践

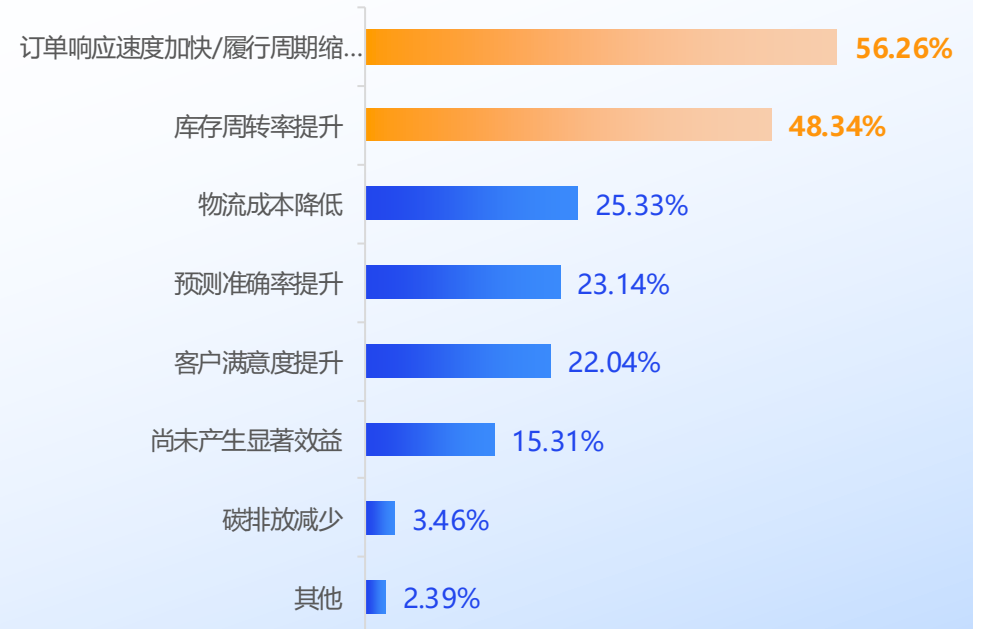
Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式



企业供应链数智化的核心驱动力排序



企业的供应链数智化建设效益排序



数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

北美区域：科技平台驱动与近岸供应链战略

北美数智供应链发展核心特征：**以尖端技术研发为内核，以国家政策工具为推手，力图巩固其在全球价值链顶端的生态掌控力。**技术原生优势与国家政策的紧密结合，使北美区域成为全球供应链基于技术和政治双重标准进行“区块化”重构的主要策源地。

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

▶ 全球主要区域数智供应链演进趋势

■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

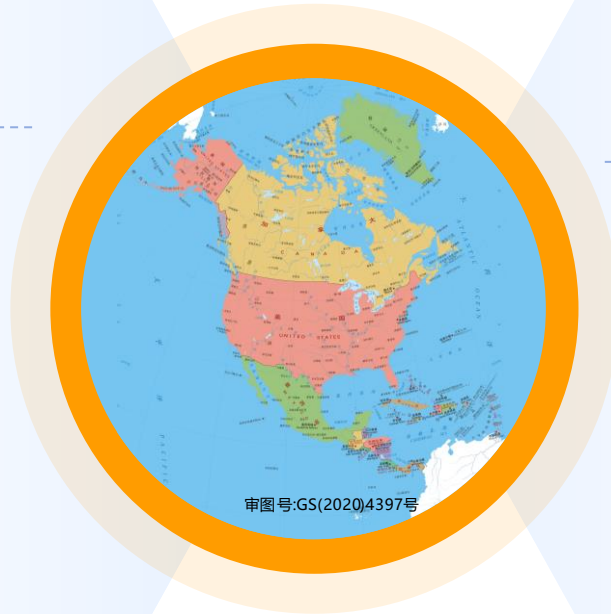
■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式



技术企业追求以创新保持代差

以美国为例，人工智能、云计算与工业互联网等数智技术被系统地植入从设计到履约的全环节，企业致力于通过高度自动化（如“黑灯工厂”）实现极致效率。

以亚马逊、微软、谷歌为代表的科技巨头，通过提供全球领先的云基础设施（AWS, Azure, Google Cloud）、企业软件（如SAP S/4HANA）和操作系统，构建全球数字供应链“基座”。通过设定技术架构、数据标准和接口协议实现“生态掌控”，从而占据价值链中利润最丰厚的研发与平台服务高端。



国家政策致力于将技术优势地缘政治化、安全化与同盟化

美国供应链政策历经从鼓励离岸外包到推动产业回流的根本转向，形成了一套对内高额补贴、对外构建壁垒的政策体系：

- 一是通过补贴吸引先进制造（如半导体、新能源）回流本土，强化供应链“归岸”；
- 二是通过“友岸外包”将传统制造环节导向墨西哥、越南等盟友，构建排除特定国家的供应链“近岸”网络；
- 三是以国家安全为名，持续在尖端科技领域实施精准脱钩与封锁。

欧盟区域：高标准规则引领下的绿色与可信供应链

欧盟数智供应链发展核心特征：**以严格的法规和标准为指挥棒，主导引领全球供应链向绿色低碳和透明可信方向转型。**这使得欧盟的数智供应链路径独具特色：率先将环境成本内部化，并通过数字化工具使这一过程可信、透明，从而在全球绿色供应链规则制定中占据绝对主导地位，为本区域环境技术服务和合规咨询等知识密集型领域创造了广阔的出口市场。

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

复杂环境下的供应链韧性重塑

全球主要区域数智供应链演进趋势

■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

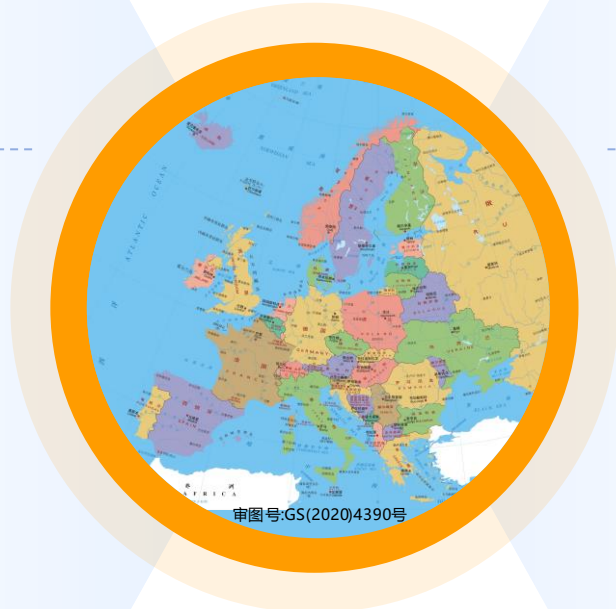
■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式



供应链转型目的 设定绿色门槛以重塑游戏规则

为扭转循环经济等优势产业受本土制造成本制约而难以规模化应用的局面，欧盟巧妙地利用本轮全球产业链重组的机会，通过设定绿色门槛来重塑游戏规则。

最具代表性的工具就是“碳边境调节机制”（CBAM），俗称“碳关税”。该机制要求进口到欧盟的高碳非产品根据其生产过程中的碳排放量额外缴税。这一机制迫使所有希望进入欧盟市场的全球供应商必须进行绿色升级，供应链的“绿色”不再是企业社会责任的选择题，而是关乎成本和市场准入的强制性经济要素。



供应链建设路径 利用数智技术实现绿色与可信

欧盟的数智供应链建设紧密围绕“可测量、可报告、可核查”的绿色与可信目标展开：

- 利用物联网和区块链构建覆盖全生命周期的、不可篡改的产品数字护照，精准追溯碳足迹、材料来源和循环利用信息；
- 发展数字孪生技术以优化能源消耗和模拟循环经济场景；
- 高度重视数据主权与安全，通过《通用数据保护条例》（GDPR）等法规，严格规范供应链中的数据流动。

RCEP区域：产供应链梯次协同与区域分工

亚太区域数智供应链发展呈现出鲜明的梯次协同特征：**日韩凭借技术与品牌优势主导高端环节，东南亚依托成本与区位优势承接制造与物流职能，RCEP框架主导实现区域资源整合与高效协同。**其中，中国凭借完整的工业体系、超大规模市场以及强大的制造能力，成为链接日韩高端技术与东盟生产网络的核心枢纽。

RCEP框架主导实现区域资源整合与高效协同

《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）作为粘合剂，通过降低关税、统一原产地规则和促进电子商务，极大地强化了区域内货物、数据和服务的流动效率，使得**设计在东京、核心部件在首尔、组装在越南、深度制造集成与大市场消费在中国的“区域一体化供应链”模式**更加顺畅。面对全球“近岸外包”和“中国+1”战略，亚太地区凭借这种内部紧密协同、灵活配置的网状结构，成为全球供应链调整中的关键缓冲区。



日韩 凭借技术与品牌优势主导高端环节

日本与韩国聚焦高附加值环节，发展“母工厂”模式和工业互联网平台（如日立的Lumada），将核心工艺、数据分析和生产决策能力留在本土，而将标准化制造外迁，以此维护供应链核心优势——复杂技术产品（如芯片、高端电池）的极致质量、可追溯性与全球产能协同。



东南亚依托成本与区位优势承接制造与物流职能

东南亚国家联盟（东盟）正从低成本的“代工基地”加速向区域性“制造与物流枢纽”转型。借助相对年轻的人口结构、持续改善的基础设施和吸引外资的优惠政策，越南、马来西亚、泰国等国承接来自中日韩的产业转移，并利用数字化工具提升本土供应链的响应速度和透明度。



中国方案：双循环格局下的现代产业链供应链体系

中国数智供应链以“双循环”新发展格局为战略导向，构建“内需牵引、外需赋能、内外联动”的发展模式。通过数智技术打通国内国际两个市场、两种资源，既强化产业链自主可控，又深度融合全球供应链网络，形成兼具韧性与开放活力的发展格局。作为全球制造业大国与贸易大国，中国数智供应链发展兼具规模优势与场景优势，成为推动高质量外贸与产业升级的核心引擎。

国内大循环

推动产业链上下游协同升级，激活内需市场潜力

政策层面：通过“中国制造2025”、“人工智能+”等行动计划，系统性推动工业互联网、5G、大数据、人工智能与实体经济的融合。商务部等八部门联合印发《加快数智供应链发展专项行动计划》，明确以数据为关键生产要素，构建“深度嵌入、智慧高效、自主可控”的现代化供应链体系。

产业层面：龙头企业主导构建数智供应链生态，如京东基于MRV-T技术打造碳管理平台；菜鸟网络通过物联网与AI技术优化物流网络，提升国内物流效率。同时，数智技术加速下沉市场渗透，通过直播电商、社交电商等新业态，打通农产品、工业品的产销链路，形成“需求端精准匹配-供给端柔性生产”的国内循环闭环。

国际大循环

全方位深化开放合作，从“产品出海”向“能力出海”和“体系出海”演进

如“一带一路”数字化延伸——除了传统的基建合作，中国正将数字基建（5G、数据中心）和智慧物流解决方案（自动化港口、海外仓网络）输出到沿线国家；

如区域价值链深度融合——中国与东盟形成高度互补、紧密联动的供应链伙伴关系，中国提供资本、中间品、数字平台和技术，东盟国家提供劳动力、部分制造产能和区域市场，共同构建了一个更具韧性的亚洲生产网络，以对冲“脱钩断链”的风险。

如依托广交会等高水平对外开放平台“走出去”——通过数智化展示平台、跨境服务集成，助力企业对接全球市场，推动数智供应链技术与服务的国际化落地。



02

PART TWO

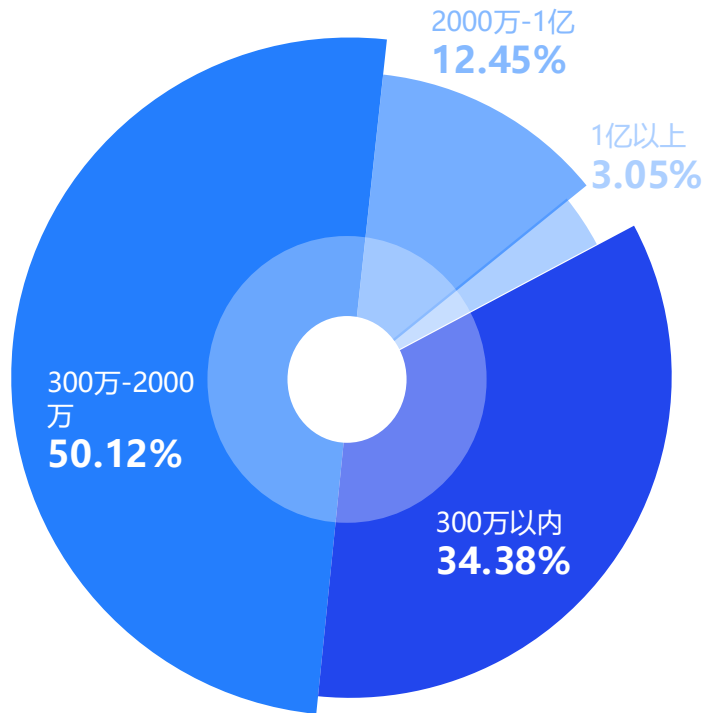
中国数智供应链全球化 进程与挑战

数智供应链重在盘活中小外贸企业

- 调研数据显示，年出口额在2000万美元以下的中小企业占比高达84.49%，一定程度上折射出中国外贸微观主体的结构特征——**中小企业是对外贸易与供应链全球化实践的广泛参与者**。中小企业的供应链数智化整体水平，不仅影响着中国制造融入全球网络的深度，更定义了这场产业变革的广度——只有当数以千万计的中小企业跨越数智化门槛，中国供应链的全球化竞争力才能实现根本性跃迁。



企业2025年度出口额 (美元)



数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。



中小企业凭借敏锐的市场嗅觉和灵活的应变机制，深度嵌入全球价值链的各个环节，成为“中国制造”触达全球每一个角落的毛细血管网络。尽管它们在技术、资金与专业人才方面存在天然约束（仅3.05%的企业出口额超1亿美元），导致其数智化起点较低，但其庞大的基数和丰富的应用场景，构成了产业数字化升级最广阔的“试验田”和需求来源。



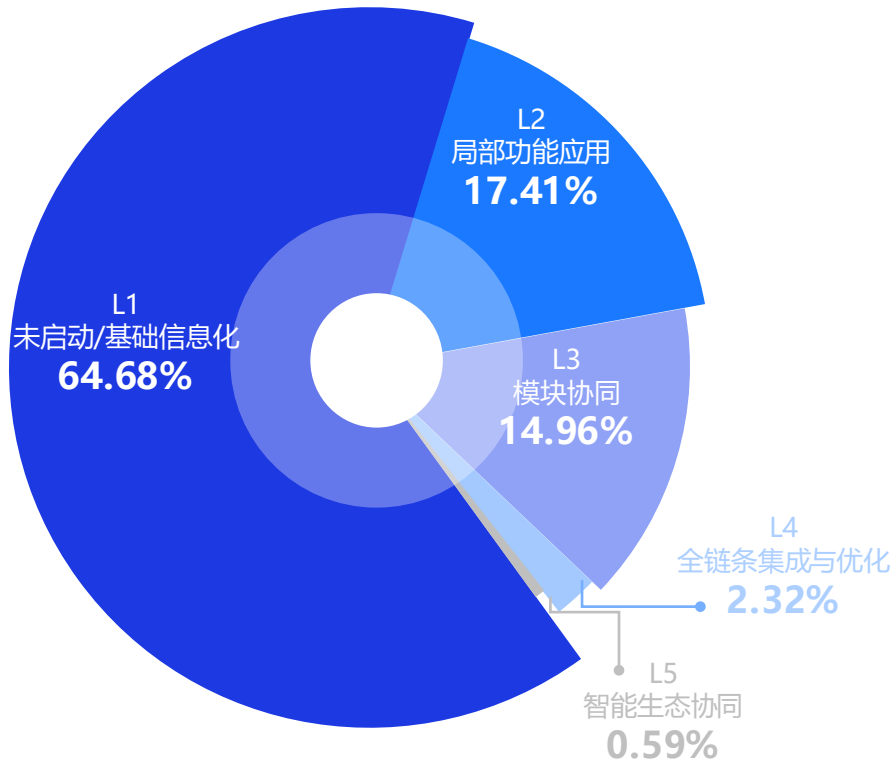
当前，广大中小企业的探索虽以“点状应用”和“效率提升”为主，却为孕育适合中国国情的、轻量化、普惠化的数智供应链解决方案提供了真实的土壤。未来，一旦通过有效的赋能机制突破资源瓶颈，这股分散但庞大的转型力量将释放出巨大的网络协同效应，推动中国供应链整体效率的提升。

规模企业近半迈入进阶阶段，中小企业尚待跨越启蒙门槛

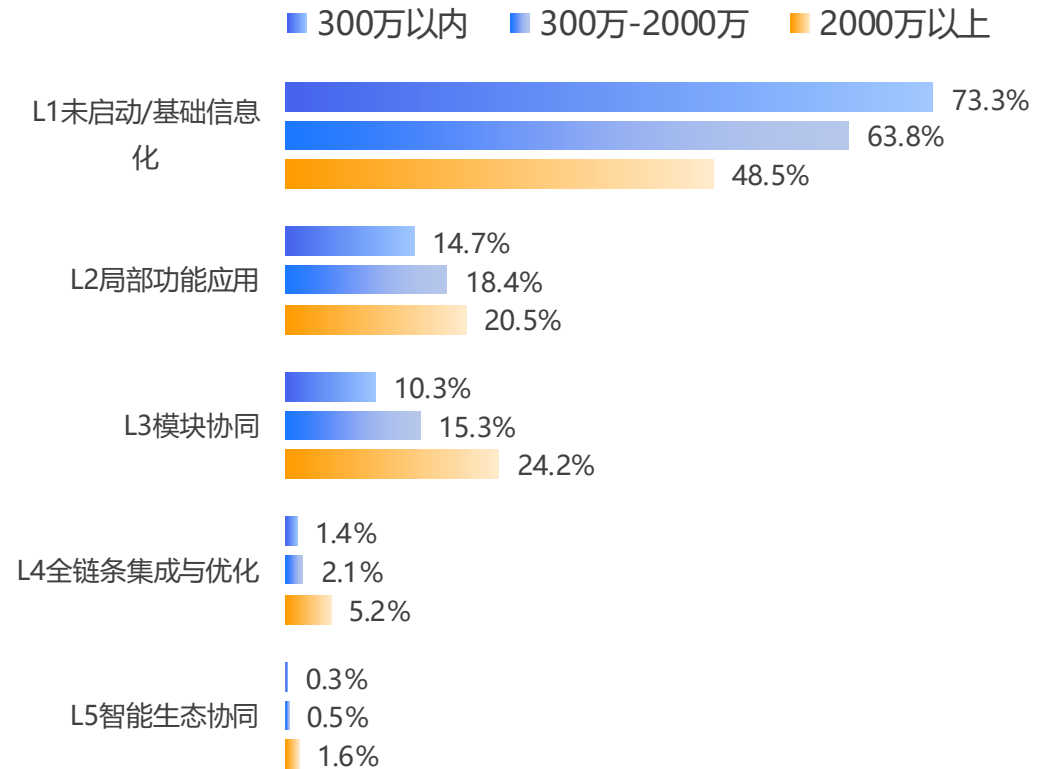
- 企业规模与数智化水平之间存在显著的正向关联。整体来看，近三分之二的企业仍处于尚未启动或仅完成基础信息化（L1）的启蒙阶段，但在年出口额2000万美元以上的企业中，处于L1阶段的比例降至48.5%，近半数已进入系统集成与模块协同（L2/L3）的进阶阶段。规模较大的企业往往具备更强的资金实力、更复杂的管理需求和更迫切的协同诉求，因而更早跨越单点数字化阶段，进入跨部门、跨系统的集成优化，并为中小企业提供可参照的实践路径。



企业所处供应链数智化阶段



不同出口额（美元）企业的数智化阶段分布

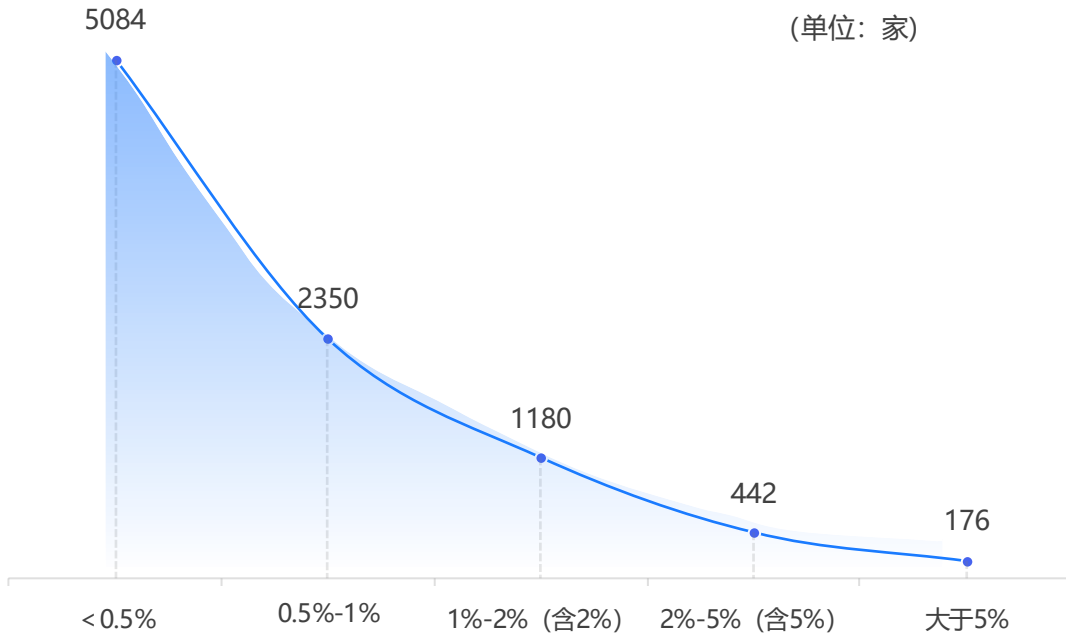


数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

投资意愿与战略认知分化，亟需“唤醒”中小企业

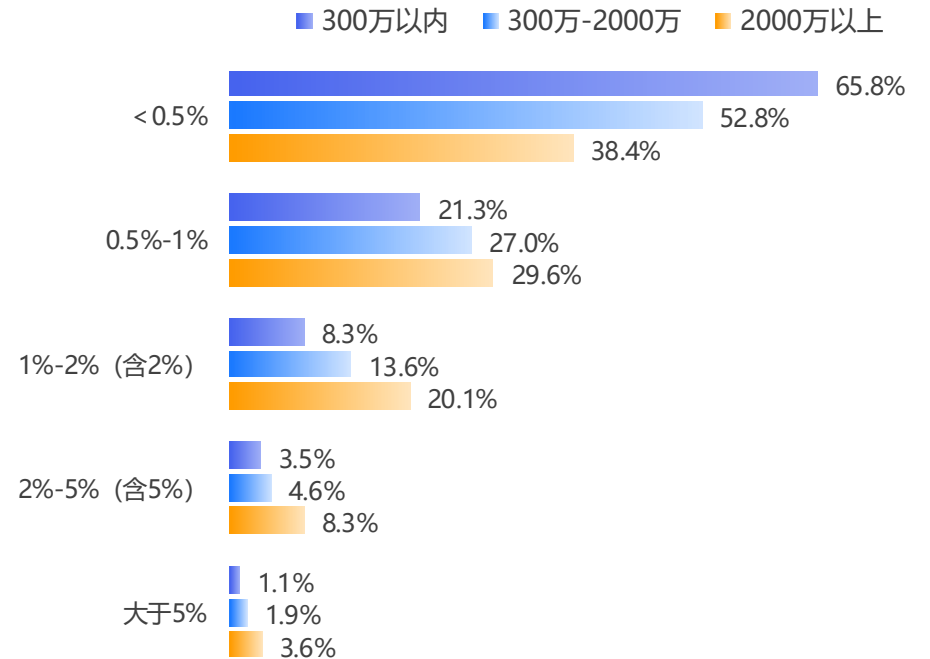
- **中小企业数智化投入偏保守。**企业对数智化的投入强度，直观反映了其战略认知的深度。调研显示，超八成企业数智化投入占营收比不足1%，其中超半数（55.06%）低于0.5%。这一数据表明：多数中小企业仍将数字化视为需严控的“成本项”，不想投、不敢投、投资力度与转型需求严重脱节。
- **规模以上企业数智化投入强度显著高于中小企业。**在出口额2000万美元以上的企业中，投入比例低于0.5%的骤降至38.43%，而计划投入2%-5%甚至5%以上的企业比例显著高于中小微企业。

企业数智供应链建设投入强度 (占年营收比例) 分布



数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

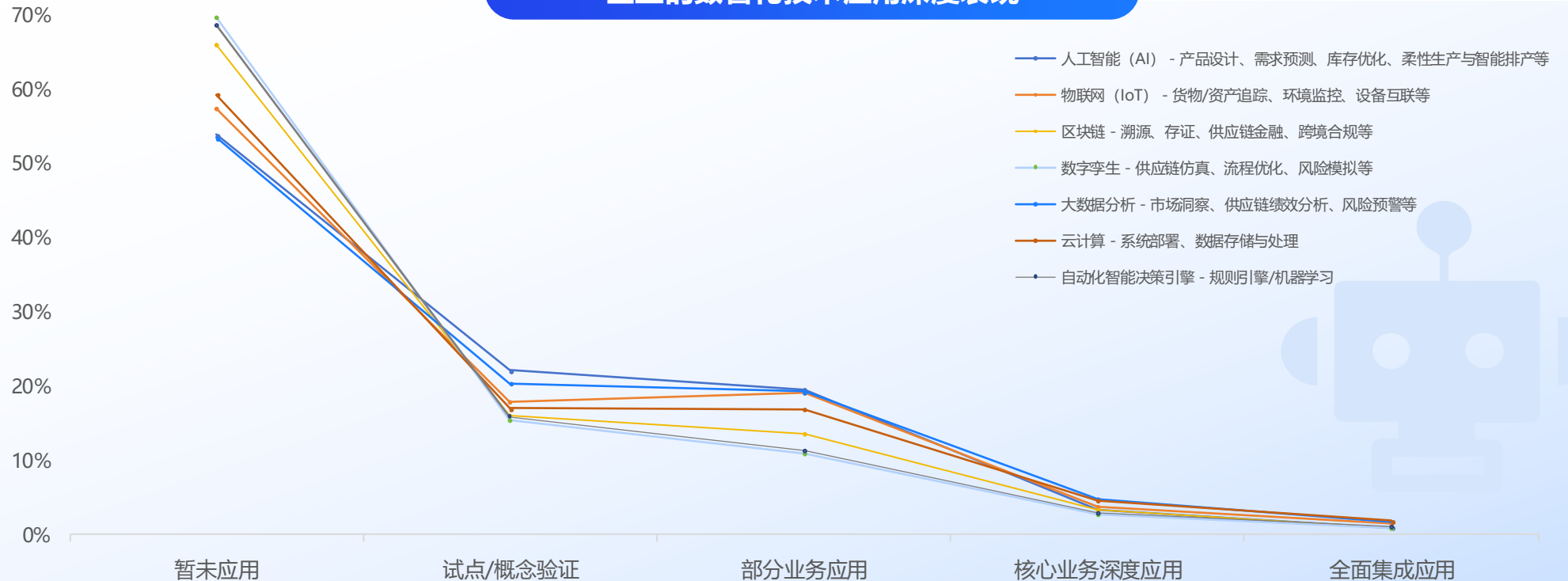
不同出口额 (美元) 企业的供应链研发投入分布



技术应用广度不足，深度不显，体系化融合成为关键

- 数据显示，多项核心技术的“暂未应用”比例超过50%，其中数字孪生（69.84%）、自动化决策（68.71%）等高阶技术应用程度最低，表明多数企业仍处于认知构建阶段。
- 在已尝试应用的企业中，技术落地多停留在“试点/概念验证”或“部分业务应用”层面，能够实现“核心业务深度应用”的企业占比普遍不足5%，全面集成应用更是微乎其微。这表明，从点状试验到系统融合之间存在巨大鸿沟，技术价值的深度释放需跨越应用深化与集成协同的双重障碍。

企业的数智化技术应用深度表现

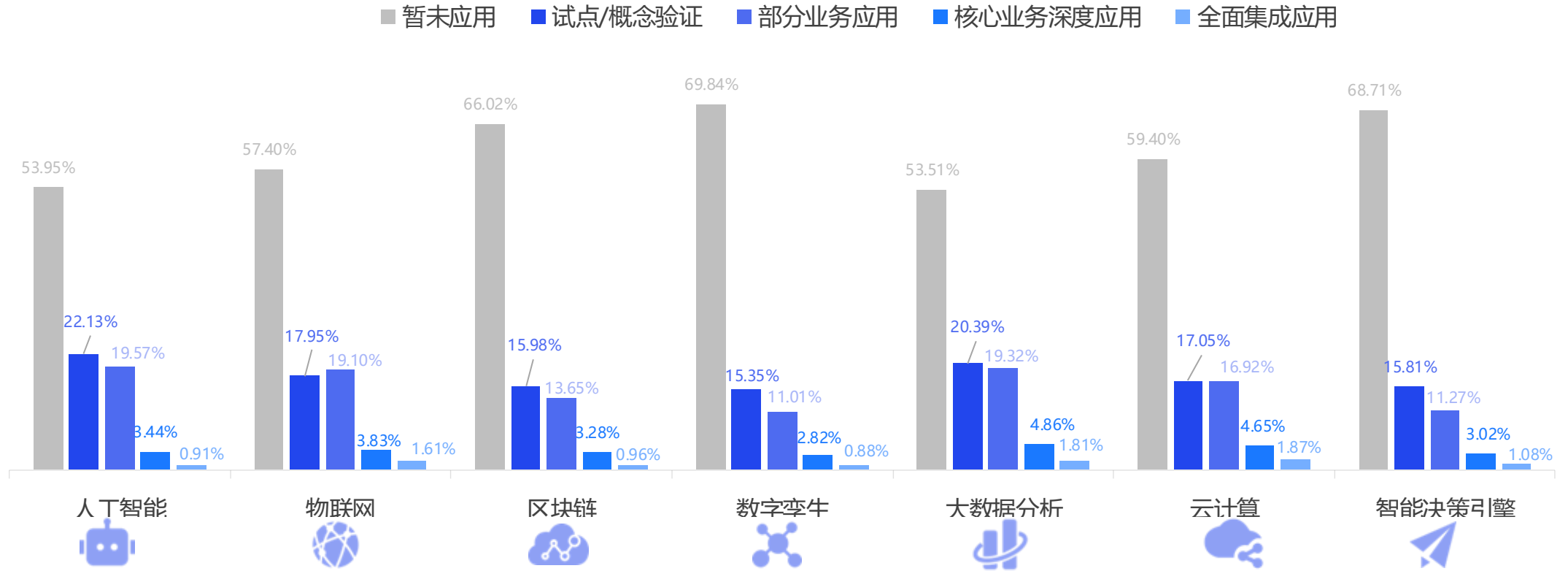


数据来源：外贸企业问卷调查 (N=9232)，2025年。

关键共识1：人工智能成为应用最广泛、渗透最深入的技术方向之一

- 从现有技术应用看，AI已进入大规模普及的前夜。在已尝试应用AI的企业中，22.13%处于试点/概念验证阶段，19.57%已实现部分业务应用，合计超过四成企业已迈入AI赋能的实际探索。
- 规模以上企业数智化投入强度显著高于中小企业。在出口额2000万美元以上的企业中，投入比例低于0.5%的骤降至38.43%，而计划投入2%-5%甚至5%以上的企业比例显著高于中小微企业。

企业的数智化技术应用深度比例

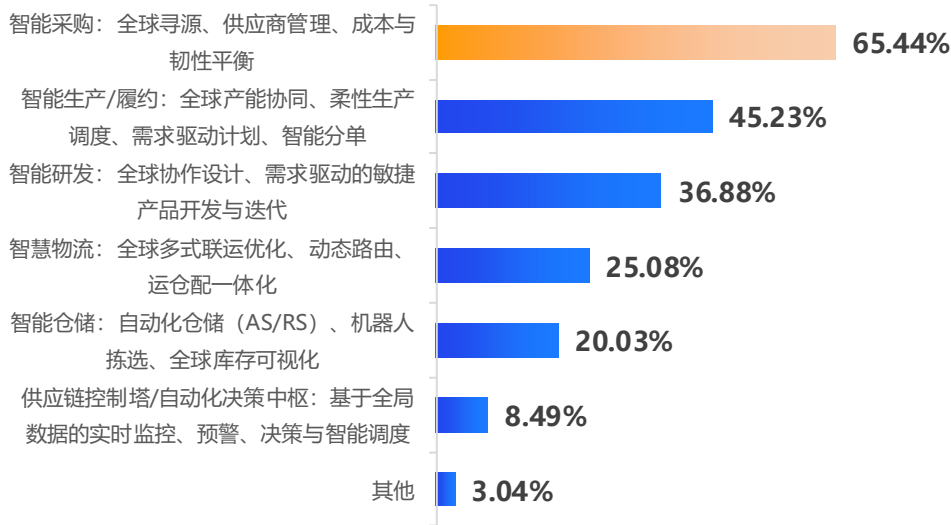


数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

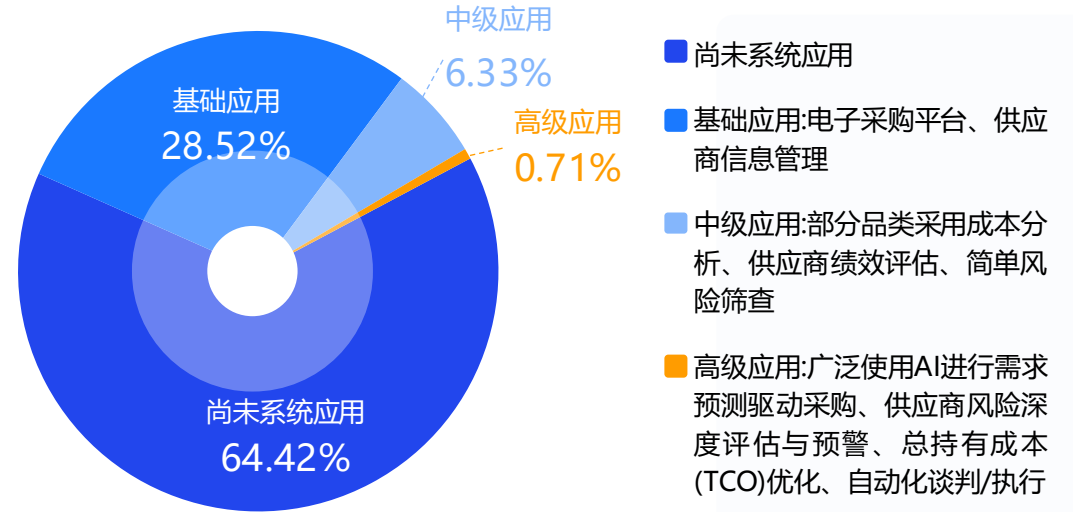
关键共识2：智能采购有望成为供应链全球化首选突破点

- 在企业评估全球化能力突破的关键节点时，智能采购以65.44%的压倒性占比高居首位，远超智能生产/履约（45.23%）和智能研发（36.88%）。这表明在供应链全链路的数字化优先级排序中，**处于价值源头的采购环节，已被企业共同认定为撬动全局优化、构建全球韧性的战略支点**。尽管当前系统、深度的应用尚处起步阶段，但已有近三成企业（28.52%）迈入智能采购的实际探索与应用，为行业积累了宝贵的先行经验。

企业评估实现全球化能力需突破的关键节点



企业评估自身在智能应用场景的应用水平



- 借助AI与大数据实现全球供应商的智能寻源、评估与风险预警，变被动应对为主动管理，从源头构筑韧性；
- 利用算法优化采购策略，在成本、质量、交期与ESG要求之间实现动态平衡，追求拥有成本最优；
- 通过区块链、物联网等技术实现关键原料的溯源与合规性自证，满足全球市场日益严格的监管与消费者信任需求。

智能采购 核心价值



数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

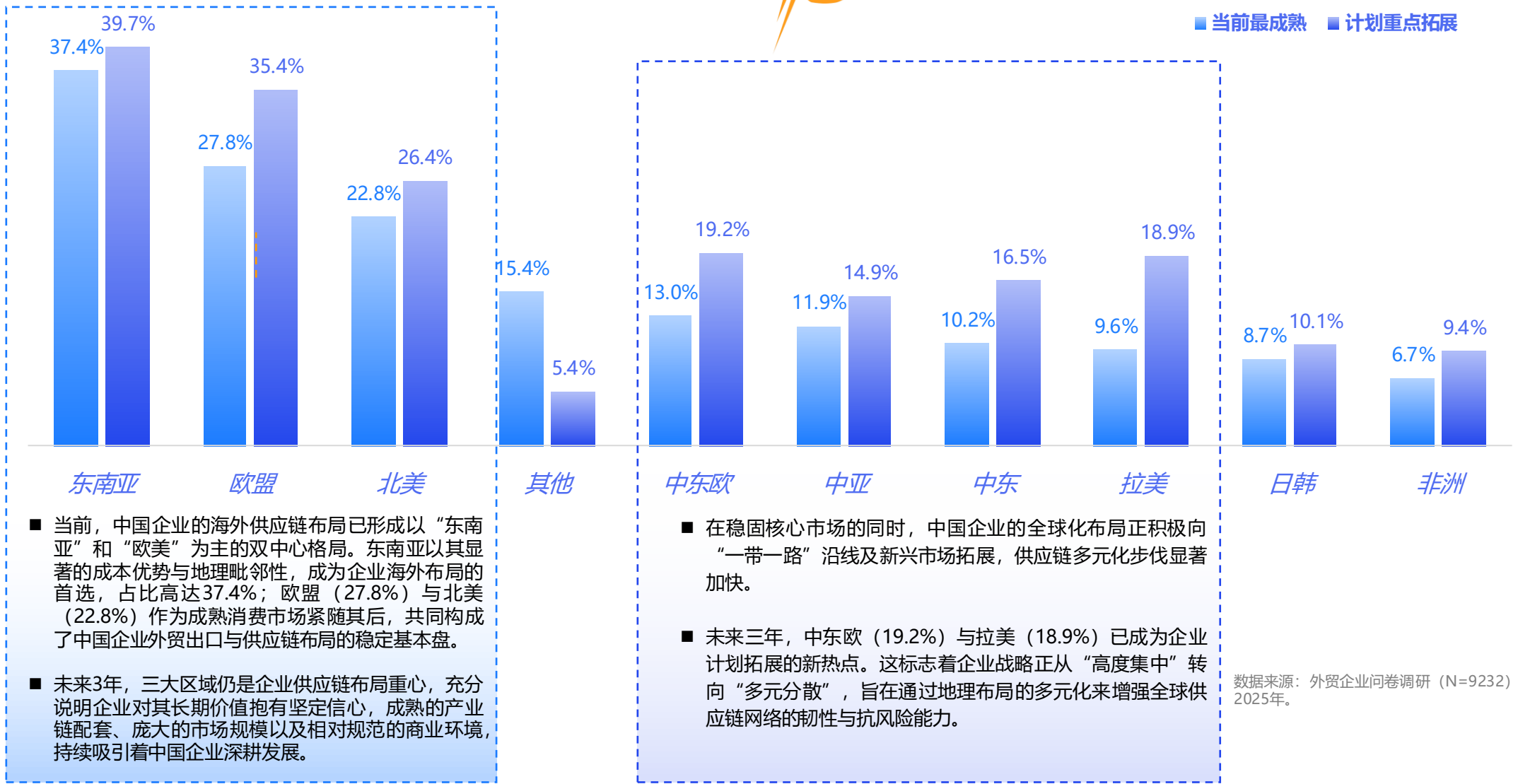
03

PART THREE

把握向新向智向绿向
全球机遇

供应链呈现“双中心”与“一带一路”全球化合作趋向

企业当前供应链布局最成熟的海外市场 VS 未来计划重点拓展的海外市场



■ 当前，中国企业的海外供应链布局已形成以“东南亚”和“欧美”为主的双中心格局。东南亚以其显著的成本优势与地理毗邻性，成为企业海外布局的首选，占比高达37.4%；欧盟（27.8%）与北美（22.8%）作为成熟消费市场紧随其后，共同构成了中国企业外贸出口与供应链布局的稳定基本盘。

■ 未来3年，三大区域仍是企业供应链布局重心，充分说明企业对其长期价值抱有坚定信心，成熟的产业链配套、庞大的市场规模以及相对规范的商业环境，持续吸引着中国企业深耕发展。

■ 在稳固核心市场的同时，中国企业的全球化布局正积极向“一带一路”沿线及新兴市场拓展，供应链多元化步伐显著加快。

■ 未来三年，中东欧（19.2%）与拉美（18.9%）已成为企业计划拓展的新热点。这标志着企业战略正从“高度集中”转向“多元分散”，旨在通过地理布局的多元化来增强全球供应链网络的韧性与抗风险能力。

数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

➢ 市场跃迁：从单一集中到多元韧性

· 模式跃迁：从简单采购到生态共创

· 技术跃迁：从传统贸易到数智协同

■ Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式

数字经济与绿色发展，为供应链全球化提供高阶舞台

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

■ Part 3
把握新向智向绿向全球机遇

➢ 市场跃迁：从单一集中到多元韧性

模式跃迁：从简单采销到生态共创

技术跃迁：从传统贸易到数智协同

■ Part 4
观摩数智供应链全球化企业实践

■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式

东南亚市场

机遇来自数字经济的爆发式增长

其互联网经济规模预计在2030年达到2万亿美元（谷歌、淡马锡、贝恩《2024东南亚数字经济报告》数据），电商的繁荣特别是直播等新业态，催生了对于柔性、可视化智慧物流的刚性需求，这为中国企业输出一体化供应链SaaS平台和智慧物流解决方案创造了广阔空间。同时，借助《中国—东盟自贸区3.0版》深化数字经济合作的东风，参与当地关键物流枢纽的智能化改造（如智慧口岸）并提供“数字化+产业升级”的全链条服务，将成为构建长期优势的关键。



欧盟市场

呈现鲜明的“规则驱动型”机遇

一方面，欧盟斥巨资推进AI战略（“2025 AI领导计划”计划至2027年投资200亿欧元）并出台全球首部《AI法案》，在构建严格监管框架的同时，其本土供给能力仍存缺口。这为能够满足严苛合规要求、提供可信工业AI解决方案的中国企业打开了窗口。另一方面，欧盟的绿色议程将可持续发展变为强制门槛，催生了对碳足迹追踪、区块链溯源等绿色供应链管理技术的爆发性需求，中国在新能源领域的领先实践可转化为解决方案输出的优势。



北美市场

前沿技术规模化应用的“竞技场”

北美市场的核心驱动力源于企业对提升供应链韧性、响应速度和决策智能的极致追求，而在劳动力成本高企和电商规模持续扩大的背景下，仓库自动化、无人配送等技术的应用需求旺盛。此外，北美成熟的电商生态要求供应链技术能与亚马逊Business等主流平台及SAP、Oracle等企业软件无缝集成。因此，能够提供标准化API接口、具备强本地化服务能力中国供应链SaaS平台，更有可能成功嵌入北美企业复杂的数字生态之中。

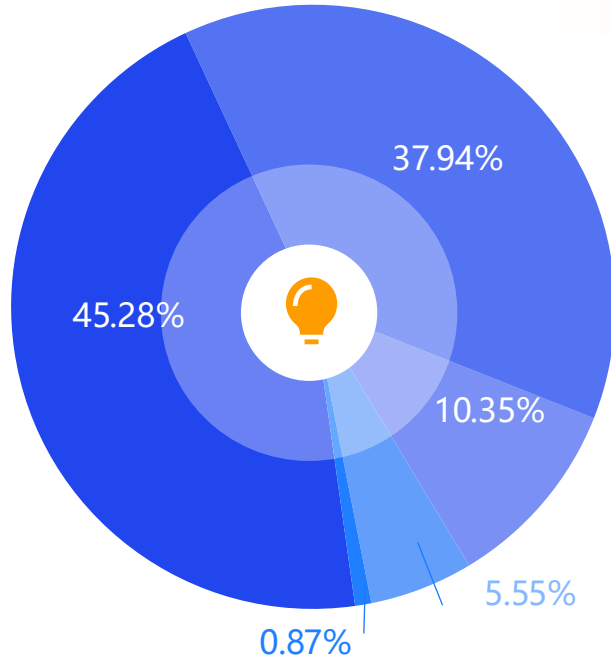


新兴市场基建合作需求升级，RCEP推动区域供应链深度整合

- 近半数企业（45.28%）明确看好“一带一路”沿线国家的基础设施合作机遇，10.35%的企业看好RCEP区域供应链协同机遇，这表明国家宏观战略与企业微观市场拓展相互呼应，政策红利正在转化为切实的商业风口。

企业最看好的新兴机遇

- “一带一路”沿线国家基础设施合作
- 新兴市场(如东南亚、中东、拉美等)电商发展
- RCBP区域供应链协同
- 绿色能源供应链构建
- 其他



数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

- 以铁路、港口、园区为代表的传统基建合作正升级为对“智慧口岸”、“数字走廊”的庞大需求，为中国企业输出智能关务系统、多式联运协同平台等数字化解决方案打开了市场。
- RCEP区域的供应链协同机遇，则指向更深层次的、基于规则与效率的整合趋势。RCEP通过原产地累积规则、贸易便利化等条款，可实质性降低区域内贸易与投资的门槛，从而激励企业将RCEP区域视为一个统一的“大市场”，并结合沿线市场对数智供应链的差异化需求，进行产能的优化布局与资源的敏捷调配。

东南亚与南亚

作为“数字丝绸之路”与RCEP的核心重叠区，其电商市场爆炸式增长。直接催生了对智能仓储、最后一公里配送算法及跨境支付风控系统的海量需求，为中国供应链服务商提供了广阔市场。

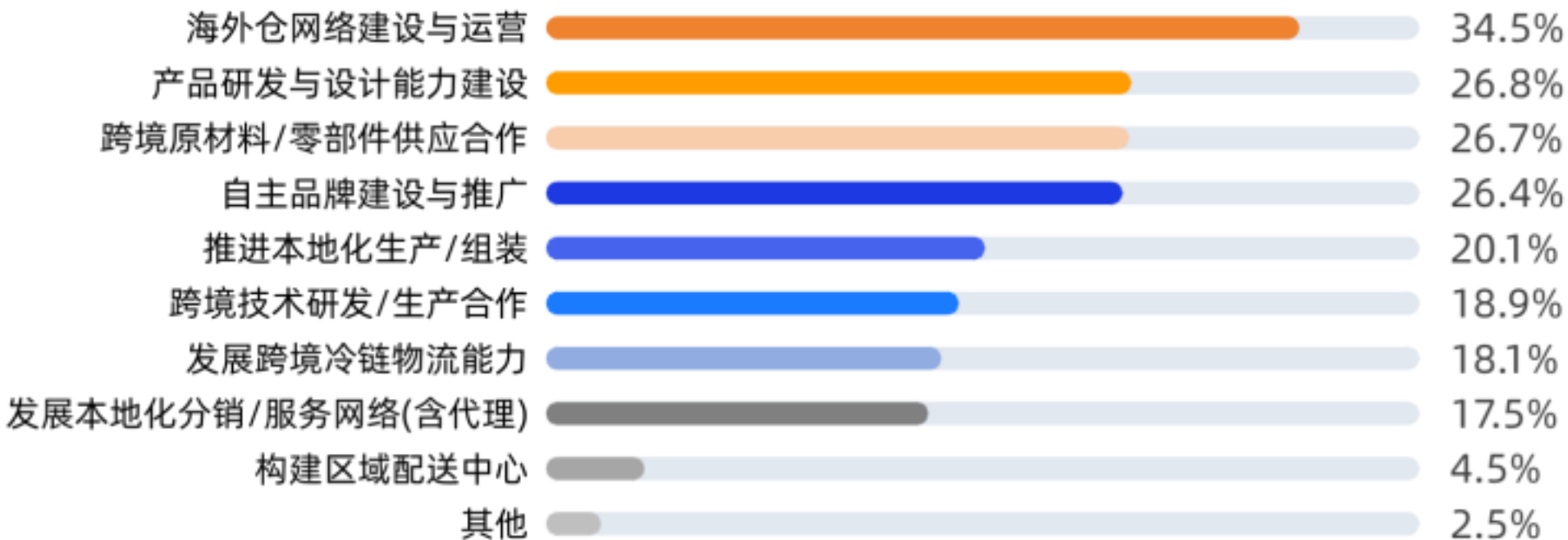
中东欧

该地区是连接欧亚的枢纽，制造业基础雄厚且正进行产业升级。例如，波兰的制造业数字化需求旺盛，旨在提升其对西欧市场的敏捷响应能力。这为中国工业互联网平台为本地工厂提供柔性生产与供应链协同解决方案创造了机会。

中东与中亚

中东国家如沙特、阿联酋正通过“2030愿景”等国家战略，斥巨资打造全球物流新枢纽与智慧城市，对智慧港口、航空货运数字化和高端冷链物流技术存在明确投资需求。中亚地区则随着中欧班列运量增长，对铁路口岸的数字化通关、在途货物监控与供应链金融服务需求激增。

企业全球化布局关注和投入的重点环节



海外仓稳交付

超过三分之一（34.5%）的企业将海外仓网络建设与运营列为全球化布局投入首位，这说明海外仓已从一种可选的物流模式，演进为中国企业全球化生存与发展的标准配置和核心基础设施。

研发强产品

企业不再满足于单纯的制造或贴牌出口，而是投入产品研发与设计，意味着企业致力于捕捉海外市场的本地化需求，通过原创设计和差异化功能提升产品附加值。

供应链控成本

企业正致力于将供应链的掌控力从成品端延伸至源头端。通过建立稳定的跨境原材料或零部件供应网络来保障核心物料的供应安全与弹性，以应对地缘政治或突发事件带来的断链风险。

品牌创价值

标志着中国企业出海正经历从“产品输出”到“品牌输出”的质变。在海外市场建立自主品牌，是为了获取品牌溢价和用户忠诚度，从而在海外消费者心中建立长久的认知壁垒。

数据来源：外贸企业问卷调研（N=9232），2025年。

基建升级：海外仓网成为外贸新基建

- 超过三分之一（34.5%）的企业将海外仓网络建设与运营列为全球化布局投入首位，这说明海外仓已从一种可选的物流模式，演进为中国企业全球化生存与发展的标准配置和核心基础设施。终端消费者对极致购物体验和中国卖家对高效履约的刚性需求，正推动着全球海外仓网络，尤其是北美、欧洲和东南亚等重点区域的快速布局与升级。
- 商务部数据显示，目前我国已建设海外仓超2500个、面积超3000万平方米。然而，随着硬件仓库的广泛铺设，单纯的仓储面积扩张所带来的竞争优势正在减弱。下一阶段的发展重心，将从“硬扩张”（仓库数量与面积）转向“软升级”（运营效率与智能水平）。



传统海外仓面临挑战

- 1 库存数据滞后失准，库存账面与实际脱节，容易造成备货决策失误，导致断货或积压
- 2 人工拣选动线混乱、效率低下，大促期间作业极易瘫痪，订单出库时效大幅延误。
- 3 系统孤岛各自为战，全局协同管控缺失。订单状态无法全程追踪，只能被动应对突发问题。



海外仓数智化升级，为提升单仓运营效率与全球网络协同提供了系统性的解决方案



智能化的仓内运营：通过部署物联网（IoT）传感器、自主移动机器人（AMR）和智能分拣系统，仓库可实现从收货、上架、拣选到打包出库的全流程自动化与精准管理。

1

数据驱动的网络优化：通过分析历史销售数据、市场趋势、物流成本甚至当地社交媒体热度，AI算法可以智能预测各仓的优化库存水平、自动触发补货指令，并动态规划最经济的仓间调拨与末端配送路径。

2

端到端的供应链可视化：将海外仓管理系统（WMS）与企业的订单管理系统（OMS）、运输管理系统（TMS）以及电商平台API深度集成，构建全程透明化追踪体系，不仅能让终端消费者实时了解包裹状态，更能让供应链管理实时掌控全局动态，将被动应对转化为主动管理。

3

价值攀升：研产销一体化催生全球化新品牌

- 企业对产品研发与设计（26.8%）、自主品牌建设（26.4%）的投入居于前列，标志着全球化战略从依托成本优势的规模扩张，转向依靠创新与品牌溢价的价值攀升。这不仅是应对传统制造环节利润挤压的必然选择，更是中国供应链在全球价值链中主动向上跃迁的集体行动。而数智供应链也不再仅是后端支持系统，而成为驱动“中国创造”与“中国品牌”在全球市场落地生根的核心引擎。

传统的线性、封闭式研发模式效率低下，构成了数智供应链的机会点。

- 云原生协同研发平台能够无缝连接全球的工程师、设计师与供应商，实现3D模型、设计文档的实时共享与版本管理，将概念到原型的周期大幅缩短；
- 通过分析电商平台评论、社交媒体趋势乃至供应链端的物料数据，AI可以辅助进行市场需求洞察、智能生成设计方案初稿，提高新品的市场适配度。
- 数字孪生技术允许在产品物理生产之前通过完整的虚拟模型进行仿真测试，极大地降低试错成本。因此，可提供协同平台AI设计和仿真模拟解决方案的数智供应链服务商将直接嵌入企业价值创造的源头。

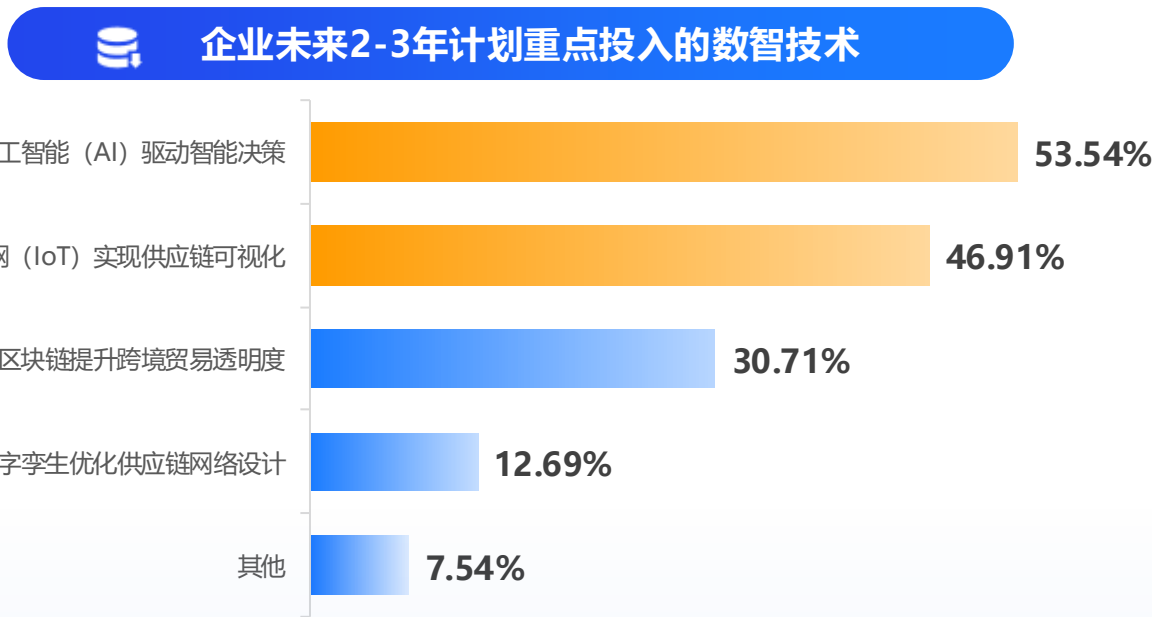
企业致力于通过自主品牌建立与终端消费者的情感连接与信任关系，离不开数智化供应链的支撑。



- 数智化通过“端到端可追溯性”构建信任。借助物联网与区块链技术，从原料来源、生产工序、检验报告到跨境物流的每一个环节数据都可被记录并加密上链，形成不可篡改的产品数字护照。消费者扫描二维码即可获取全链路信息，这为“中国品牌”传递品质承诺、践行可持续发展提供了极具说服力的技术叙事。
- 其次，数智化供应链是实现精准营销与柔性响应的闭环核心。通过整合销售数据、仓储库存与生产排程，品牌可以更科学地进行区域化选品、限量款预售与促销备货，确保“营”与“销”的高效协同。同时，面对直播电商、社交电商带来的脉冲式订单，具备AI动态预测和柔性生产调度能力的供应链，能够保障爆款产品不断货、体验不打折，从而巩固品牌声誉。

智能引领：人工智能重塑供应链科技竞争力

- 在企业未来对数智技术的投入蓝图中，人工智能与物联网成为无可争议的战略焦点。超过半数企业（53.54%）计划重点投入人工智能（AI）驱动智能决策，近半数（46.91%）聚焦于物联网（IoT）实现供应链可视化，其受重视程度显著高于区块链（30.71%）和数字孪生（12.69%）。这一选择精准回应了全球化运营的核心挑战：企业必须优先解决“如何更智能地决策”与“如何更透明地看见”这两个根本性问题，以应对动态市场与不确定性风险。



- 相比之下，区块链与数字孪生等技术当前投入意愿较低，体现了企业务实、分阶段的采纳策略。区块链的价值在于构建可信、可追溯的协同网络，但其应用依赖于跨组织生态共建与标准统一，现阶段大规模部署的边际收益尚不显著。数字孪生则因技术复杂、建模成本高、对数据基础要求严苛，多被视为一项战略性、前瞻性投资。

人工智能 (AI)

供应链的“智慧大脑”，其核心价值在于将数据转化为前瞻性决策与自动化行动。它不仅能在需求侧实现更精准的销售预测与库存规划，从源头优化全球资源配置；更在生产、物流等环节，通过智能排产、动态路由优化等应用，直接提升运营效率与资产利用率。AI正从辅助工具演进为嵌入核心业务流程的自动化决策主体，例如自动执行智能寻源或处理订单异常。

物联网 (IoT)

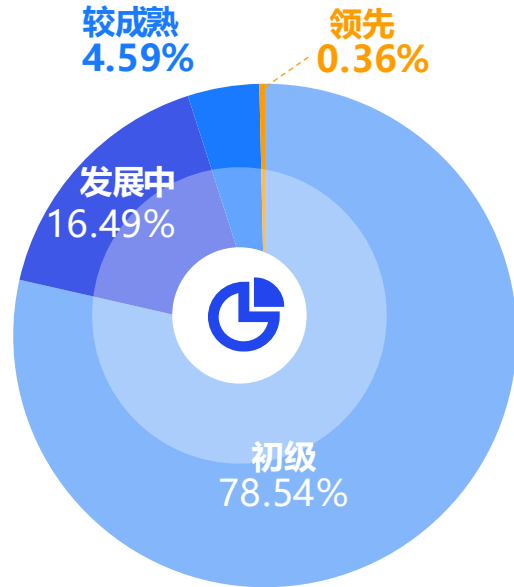
供应链的“感知神经”，其核心价值在于破解供应链中的“黑箱”问题，实现端到端的实时可视化与可控。通过为货物、载具、设备部署传感器，IoT能提供货物位置、温度、振动等关键状态信息，使全球物流轨迹透明可信。

数据来源：外贸企业问卷调研 (N=9232)，2025年。

要素激活：贯通数据孤岛形成新要素新资产

- 尽管企业对大数据分析技术已形成普遍价值认知，但当前供应链数智化发展仍受制于“数据孤岛”这一现实瓶颈。数据显示，高达78.54%的企业仍停留在局部数据采集的初级阶段，仅有极少数（0.36%）实现了全链条的实时贯通。这意味着从拥有数据到贯通数据之间横亘着亟待跨越的关卡。数据孤岛不仅是技术瓶颈，更导致企业决策视野受限、响应速度迟滞和协同成本高昂，因此，打通内部数据链，是释放已有数据价值、迈向下一数智化阶段的现实起点。

企业利用数据驱动供应链全要素链接与全链条贯通状态



- 初级：局部环节有数据采集（如仓储WMS、订单OMS），但系统孤立、要素未联通
- 发展中：关键环节（如采购-生产-物流）实现数据对接，但实时性与全局性不足
- 较成熟：核心要素（订单、库存、运输、支付）实现动态链接，可部分实时协同
- 领先：全要素（含碳排放、风险数据）全域实时贯通，支持端到端智能决策

“数据贯通”实践路径：“连接-洞察-赋能”

- 💡 价值目标 1：实现订单、库存、生产、物流等要素的动态链接与实时可视，使管理从“黑箱猜测”转向“透明驾驶”。
- ★ 企业突破口：以核心业务场景（如端到端订单履行）为牵引，优先打通相关联的系统接口，打破采购、生产、仓储、物流间的数据壁垒。
- 💡 价值目标 2：为AI模型提供高质量数据“燃料”，驱动更精准的需求预测、库存规划与柔性排产，推动供应链从被动响应转向主动协同。
- ★ 企业突破口：在数据连接的基础上，建设统一的数据中台或供应链控制塔，对多源数据进行清洗、整合与建模，形成可信数据源，为分析和决策提供支持。
- 💡 价值目标 3：最终实现支持端到端的自动决策与优化，例如基于实时数据自动计算最优履约方案或应对突发风险，实现从感知到执行的智能闭环。
- ★ 企业突破口：基于高质量的数据资产，开发和部署面向特定场景的智能应用，如动态库存优化、智能补货与物流路径规划，让数据真正驱动业务自动化和智能化。

04

PART FOUR

观摩数智供应链
全球化业态创新

■ Part 1
全球数智供应链
发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿
向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链
全球化企业实践

供应链能力的数智
化迭代

产业生态的开放式
协同

贸易模式的数智化
重构

■ Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式

供应链能力的数智化迭代：从“成本中心”到“价值引擎”

- 在全球化供应链的复杂网络中，跨境物流不透明、库存失衡、响应滞后等运营层面的具体挑战，长期将供应链禁锢于被动支撑的“成本中心”角色。要破解这一困局，必须推动供应链实现全链路能力升维。而引领这一系统性变革的关键力量，源自深耕供应链核心环节的专业服务商——包括物流服务商、SaaS供应商及细分领域技术服务商。
- 专业服务商凭借对行业痛点的深刻洞察与实体运营经验，率先将物联网、人工智能、数字孪生等技术与实体网络深度融合，推动供应链实现从静态、被动响应到动态、智能预测与决策的质变。这种由专业服务商主导的数智化迭代，本质上是将供应链的运营模式与价值属性进行系统性重构，使供应链从一个追求成本最低的“后勤部门”，转型为驱动业务增长、提升客户体验、构建竞争壁垒的核心战略资产。



拓威天海：基建+科技+服务，探索“科技物流”新内核

拓威天海专注跨境物流16年，以自建中美仓网为基座，以全链条数智履约系统为驱动，以专业产品服务能力为支撑，构建“基建+科技+服务”三层核心壁垒。这一模式将传统分段式物流升级为覆盖中国端到美国门的端到端数智履约平台，实现从运输执行到供应链赋能的跃迁，为中国制造出海提供高确定性、可追踪、可配置的基础设施支撑，成为“科技物流”的典型标杆。

Part 1 全球数智供应链发展新格局

Part 2 数智供应链全球化进程与挑战

Part 3 把握向新向智向绿向全球机遇


Part 4 观摩数智供应链全球化企业实践

供应链能力的数智化迭代

产业生态的开放式协同

贸易模式的数智化重构

Part 5 探索“点线面体”产业发展模式



**专业产品服务能力
深化客户价值绑定**

头程干线
“美X达系列”覆盖市场全部产品类型、全方位运输组合，满足全场景细分需求。

海外仓
提供跨码头转运/常规仓储/危险品仓储/电商补货等一站式物流仓配服务。

接驳与尾程
自有海外堆场/清关行/拖车行/卡车行，提供清/提/拆/派一站式服务，畅通最后一公里。

增值服务
涵盖清关/贸易合规/进出口咨询

全链条数字化履约交付系统

全球物流控制塔：从【人找信息】到【信息找人】的转变
监控国际物流全链路事件及内外部数据，实现订单跟踪、信息协同、过程预警、全程可控。

智慧物流平台SAAS系统
支持线上查价、下单等一站式服务

全球经纬度跟踪系统
为客户提供实时可视化轨迹查询

全球门到门拼单平台
支持美国全境收货地址，覆盖多种运输渠道

美国全境卡车平台
自建北美全境最后一公里数字运力平台链接自有卡车和美国数百家卡车行

美国拖柜平台
实时更新所有订单在美国拖柜的状态实时跟进提柜、派送以及还空状态

尾程拼单平台
客户可自主发布需求实现在线、实时拼单、实时报价、实时下单

**自建中美仓网
构筑端到端履约底盘**

国内布局
7大分拨中心、15个集货仓，提供中国全境第一公里提供中国全境第一公里提货、揽运与报关运输等服务。

外综服与集拼监管仓
合资设立外贸综合服务平台—广东建威外贸综合服务有限公司；率先推行“先查验后装柜”创新监管模式。

美国布局
深耕本土运输派送体系，拥有7个大型海外仓、全线服务资质及本土专业团队，实现美国全境门到门派送。

全球业务开展
在欧洲、东南亚开展跨境物流业务，是FIATA、TIACA双线认证会员。

50,000
服务企业客户数

15
中国仓网总数

7
美国仓网总数

100 万m²
海外仓面积

10 万+
海外仓日订单处理量

20 +
合作签约航司/船司

拓威天海：跨境门到门物流垂类模型与典型应用场景

拓威天海通过品类聚焦沉淀行业Know-how，自研“跨境门到门物流垂类模型”融合通用大模型底座+全球跨境物流全链路数据+多海关/多语言/多运输方式规则+门到门履约Agent，将分散的物流能力整合为专为中大件而生的数智履约平台，精准破解传统中大件物流核心痛点，实现了“高效”与“降本”兼得，从而在中大件这一高门槛赛道建立起领先优势。

Part 1 全球数智供应链发展新格局

Part 2 数智供应链全球化进程与挑战

Part 3 把握向新向智向绿向全球机遇

Part 4 观摩数智供应链全球化企业实践

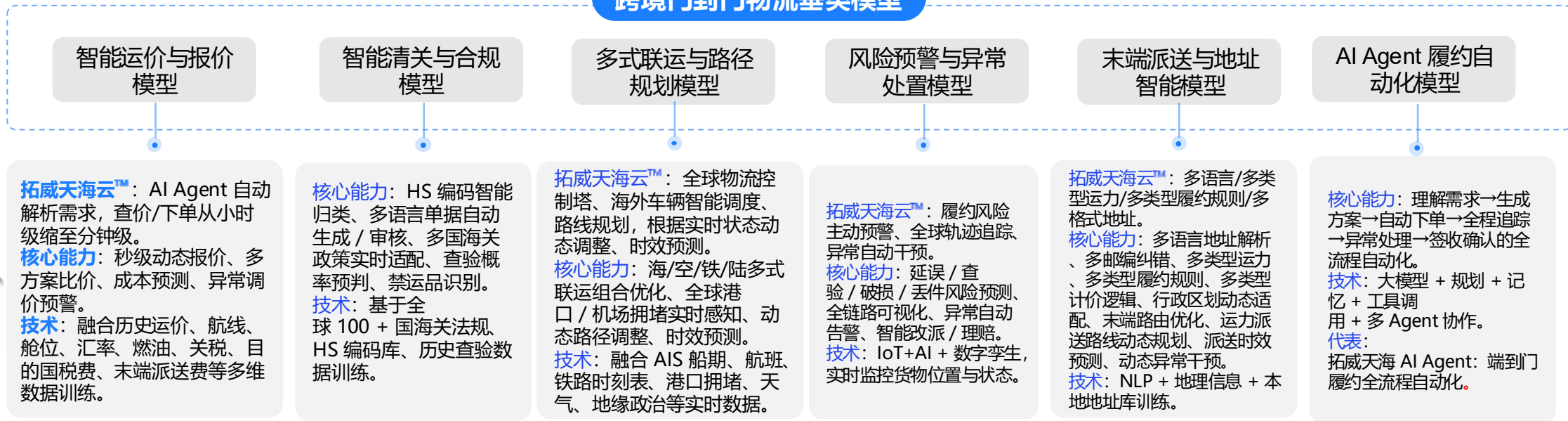
供应链能力的数智化迭代

产业生态的开放式协同

贸易模式的数智化重构

Part 5 探索“点线面体”产业发展模式

跨境门到门物流垂类模型



传统中大件出海全链条痛点交织



- 物流成本高企
- 货损退货严重
- 仓配效率低下
- 追踪履约困难

典型应用场景（门到门全链路）

货主端：输入起/终点、货量、时效要求，AI秒级给出2-3套门到门方案（含运价、时效、路径）并支持一键下单。
清关节点：自动生成/审核报关单、智能归类 HS 编码、预判查验、合规校验。
干线运输：实时监控全球航线/港口，动态调整路径，平衡成本与时效。
末端派送：多语言地址解析、智能路由、时效预测、异常改派。
客服与运营：7×24 多语言智能问答、轨迹查询、异常处理、理赔自动化。

拓威天海：出海物流定制化，打造“一客一策”精准履约能力

传统跨境物流以标准化产品覆盖通用需求，拓威天海依托北美自建仓配和数智AI履约平台，实现了从标准化承运到深度场景定制的模式跃迁，其通过AI Agent智能解析客户多维度需求、动态匹配运力资源、主动预警履约风险，可为不同品类、不同规模、不同时效要求的出海企业提供精准适配的端到端解决方案，这种“软硬结合、按需组装”的能力，使拓威天海能够为出海企业量身打造最优履约路径，真正实现“一客一策”精准履约服务。目前，拓威天海已为全球300余个品牌提供定制化物流服务，是亚马逊SPN服务商/FIST承运商，以及阿里国际站、TikTok、Temu、Shopee、Wayfair、AliExpress等平台合作物流。

定制化场景1

 重型机械/储能设备等复杂大件运输

传统标准化困境

客户需反复询价、比对方案，耗时耗力；复杂需求（超重、危险品、多约束条件）难以匹配标准产品。

定制化解决方案

AI Agent通过自然语言交互解析客户需求（货品属性、起讫点、时效、预算），启动思维链推理，在海量方案库、实时运价数据库及全球港口动态数据中多轮检索比对，综合清关难度、派送路径、潜在风险，分钟级生成多套备选方案并解释推荐理由。决策周期从数天压缩至一次对话。

定制化场景2

 家具/家电等大件商品尾程派送

传统标准化困境

美国卡车行区域化分布，报价逻辑、擅长线路差异大，卖家难以自主匹配合适运力；旺季运力稀缺，时效延误频发。

定制化解决方案

接入“美国全境卡车平台”，连接全美数百家卡车公司，实现实时报价、路由规划、全程可视，大大缩短个性化适配运力的寻源时长。平台系统基于算法动态匹配最优运力组合，针对不同区域资源禀赋智能调度；“尾程拼单平台”聚合零散订单，通过算法优化路径。

定制化场景3

 多SKU小批量货物拼箱运输

传统标准化困境

零散订单装载率低，单位成本高；中小卖家难以享受规模红利。

定制化解决方案

智能装箱算法在海外仓出货时自动生成最优拼箱方案并实时报价，最大化利用装载空间。智能拼单算法在三维空间与时间线上精准匹配不同客户的零散货物需求，实现拼柜、拼托盘、拼车有效提升载具利用率。

易达云：探索以数智化仓网重塑全球供应链履约体系

易达云作为中国海外仓上市第一股（02505.HK），以“海外仓+全段物流+SaaS系统”为核心模式，在全球布局60余座海外仓，总面积超100万m²，形成覆盖美、加、欧、澳及东南亚的密集仓网。其自主研发的SaaS平台打通了从国内揽收到尾程配送的全链路数据，实现订单自动同步、库存实时可视、履约过程可控。这种“实体仓网+数字技术”深度融合的模式，将传统分散的跨境物流升级为一站式、智能化的全球履约网络，为出海企业提供高标准、确定性履约能力，成为支撑全球化运营的基础设施。

规模化实体仓网 覆盖全球核心市场

- 自营海外仓60+座，总面积超100万 m²。其中美国40+座（分7大仓储群），加拿大、英国、德国、澳大利亚、东南亚均有布局。
- 据弗若斯特沙利文数据，是业内管理海外仓数量最多的企业。

数智化贯通全链路 实现可视可管可控

- 累计研发投入超3亿元，打造软硬一体化的全栈式解决方案，通过自研WMS/OMS/TMS，打破50+电商平台与200+物流渠道间的“数据孤岛”。
- 系统深度融合AI决策算法与自动化机器人集群，实现了从订单毫秒级同步、基于LBS的智能分仓策略，到动态库存水位调控及尾程物流深度协同的闭环管控。

全品类供应链能力 赋能企业出海运营

- 可承接家居家具、汽摩配件、家庭园艺、电子3C、健身器材、服饰鞋类、户外用品、宠物用品等全品类。
- 百万级SKU，千亿GMV全球订单，平均助力企业降低20%综合运营成本。
- 成为TEMU、eBay、AliExpress、TikTok Shop、SHEIN等平台的官方认证仓和Amazon SPN服务商。



100万+m²

仓储面积

2亿

全球消费者

100万+

日订单处理能力

20座

全球城市布局

3万+

电商客户

500+

生态伙伴

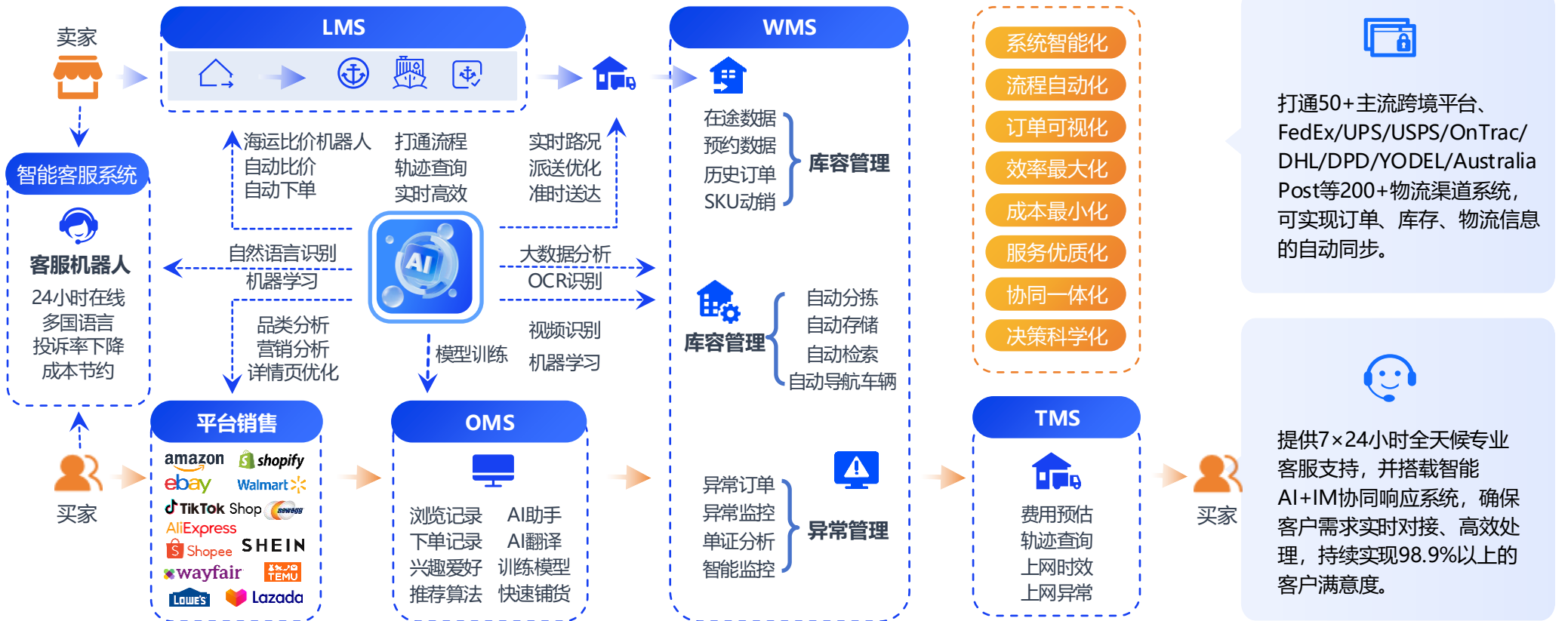
80+

知识产权

易达云：依托数智化供应链SaaS平台重塑智慧物流价值链

基于累计超3亿元的研发投入与80余项发明专利、软件著作权，易达云构建了覆盖卖家、平台、物流、买家的全链路数智化系统，实现了跨境供应链的“可视、可管、可控”。其核心SaaS平台集成OMS、WMS、TMS、LMS等模块，通过自然语言识别、机器学习、OCR识别、自动导航等技术，实现从智能客服、多平台铺货到仓内自动化作业、尾程路由优化的全场景赋能。易达云系统不仅为卖家提供品类分析、营销推荐等决策支持，更为买家提供实时轨迹、费用预估等透明服务。这种软硬一体、数据驱动的智能履约体系，将传统物流供应链升级为具备主动预测与智能协同能力的“价值引擎”。

易达云AI+硬件智能履约体系图示



易达云：多行业赋能实践，验证数智化供应链效能

易达云的数智化供应链解决方案已在多行业头部企业中得到验证。以家居家具、汽摩配件等品类为例，出海企业普遍面临大件运输难、库存管理复杂、多平台履约效率低等共性挑战。易达云通过专属仓配方案、智能分仓算法及全渠道数据协同，显著提升订单处理效率与库存周转，同时降低综合物流成本，有效验证了数智化供应链已具备支撑百亿级营收、提升企业竞争力并直接贡献商业增长的战略价值。

破解大件商品出海难题

企业面临痛点	易达云解决方案	实践成效
跨国仓储布局不足，库存周转慢、配送时效长	依托欧美密集仓群，提供“就近入仓+分区备货+快速调拨”服务	库存周转效率提升35%，配送时效缩短至2-5个工作日
大件产品存储易磕碰、货损率高	专属大件仓配备重型货架、液压叉车，支持超长（6米）、超重（500kg）商品存储	大件产品存储货损率控制在0.2%以下，综合物流成本下降10%~15%
尾程“最后一公里”履约难，破损、延误频发	与当地10+家尾程渠道深度合作（合作超5年），提供送货上门、入户安装等增值服务	履约完成率达99.7%，异常订单率0.3%以内，订单履约时效提升30%
备货盲目，库存积压与断货并存	自研SaaS系统实时库存同步，大数据智能分仓布局模型	库存积压率降低40%，断货率控制在1%以内

赋能多SKU、多平台复杂履约

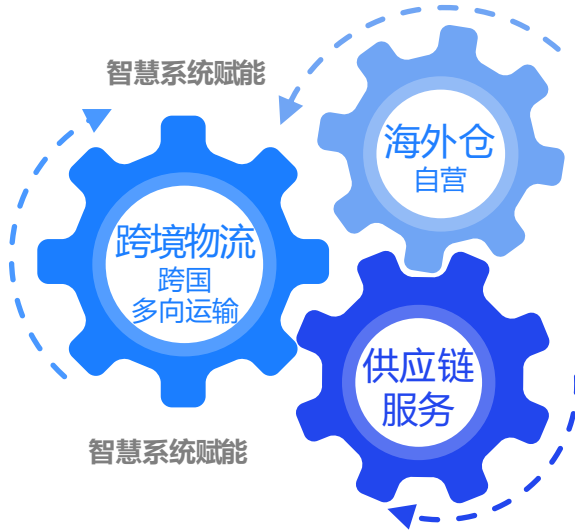
企业面临痛点	易达云解决方案	实践成效
多SKU（海量），备货计划错误率高，资金占用成本大	作为TEMU/eBay/ AliExpress/TikTok Shop/SHEIN等平台官方认证仓，实现“一次入仓、多平台发货”	多SKU订单处理效率提升40%
多平台同步发货，运营复杂度高	依托全球60+自营海外仓，通过智能调拨实现全美三日达、欧洲核心国家三日达	跨境配送时效缩短2-5个工作日
库存管理难，动销不确定，库存不精准	自研SaaS平台打通全渠道库存，实时可视化（精准度99%以上），平台系统直连	库存精准度达99%以上，订单处理准确率>99.9%

泛鼎国际：探索“仓配运销”一体化重构供应链服务能力

泛鼎国际成立于2013年，是国内少数具备“运仓配销”一体化全链条服务能力的跨境供应链综合服务商。以进出口跨境物流、海外仓储配送及增值服务、跨境供应链流通三大核心业务为驱动，泛鼎国际构建起覆盖全球的基础设施网络与属地化服务能力，帮助出海企业降低供应链复杂度、提升履约效率。依托这种端到端供应链服务能力，泛鼎国际深度绑定了新能源、高端制造、跨境电商平台等领域的头部客户，借助中国优势产业出海实现全球化同步扩张，逐步成长为具有全球影响力的物流与供应链一体化服务平台

进出口跨境物流：构建全球多式联运网络

- 提供中国与北美洲、欧洲、大洋洲、亚洲、南美洲的多向运输方案；涵盖海空运、铁路、快件、包机专线、头程运输报关、海外清关、转仓、FBA派送等全套跨境物流解决方案
- 亚马逊、eBay、菜鸟、京东、TikTok、Temu、沃尔玛、Wayfair等主流海内外平台指定物流服务提供商。

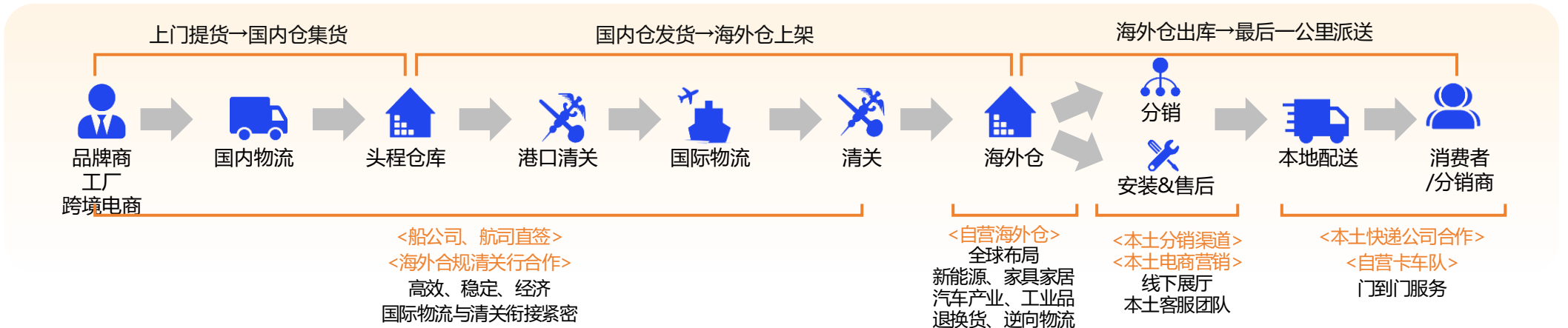


海外仓储配送及增值服务：以自营仓网支撑属地化履约

- 全球70+个海外仓，总面积超60万平方米，覆盖全球核心市场，服务触达100多个主要城市和地区。
- 仓储网络可满足普货、生鲜、家居、新能源产品等从小件快递到大件的多种仓储物流需求，并提供退换货处理及最后一公里配送服务。
- 多个海外仓拥有危险品存储许可、欧洲28国统一清关牌照、海关监管仓或保税仓资质。

跨境供应链流通业务：打通线上线下一体化分销渠道

- 提供全球优质产品资源对接属地化分销渠道；链接超过5000家中大小分销商及代理商。
- 打造数字化、可视化、全链条的IT系统；通过物流数据挖掘为库存优化、需求预测、产品升级提供解决方案。
- 提供培训代运营服务、搭建境外营销中心，为品牌商提供从产品展示到渠道拓展的综合支持。



泛鼎国际：“以仓带链”，海外仓升级全球供应链关键枢纽

当前产业出海面临物流成本高企、渠道渗透困难与合规风险攀升的系统性挑战，传统单点物流解决方案已难以支撑全球化深度运营。泛鼎国际“以仓带链”模式，以海外仓为物理支点和数据中台，向前整合头程运输，向后打通本地配送、安装及售后，横向更融合产品展示、销售渠道与分销资源，实现“运、仓、配、销”一体化运营。这种做法将传统的线性供应链重构为以“仓”为中心的网状生态，不仅通过“共享仓联”集约化大幅降低物流与渠道成本，促使海外仓从“成本中心”转变为“利润枢纽”；更通过“前店后仓”创新破解本地信任壁垒，深度嵌入海外市场的本地化供应链网络。

“共享仓联”提升海外仓资源网络规模效应

- 围绕“先有订单再开仓”的盈利模型——选址（新市场看客户/出货量/需求，成熟市场需满仓率85%）、控本（锁定长期租赁红利与现成资源）、服务溢价（自研WMS+专业运营）——实现海外仓的运营效率和成本控制
- 货主、分销商共享由泛鼎运营的专业仓储空间，削减自建仓成本，提升仓容利用率；客户共享末端配送网络，降低单独配送成本；泛鼎提供自研仓储系统、专业运营团队优质服务，实现显著高于同行的海外仓业务利润率。

【如荷兰4万平新能源仓开仓首月即盈利，4个月即回本。这种模式通过向合作伙伴输出运营SOP，具备强复制能力，支撑形成以泛鼎为核心的全球“仓盟”体系。】

“前店后仓”破解中国品牌出海信任壁垒

- 仓库前区改造为产品展厅，将样品展示、资质文件、售后承诺“打包呈现”，海外分销商可现场看样、仓内选货、即时下单，并获得本地配送和售后支持，实现一站式“产品即验即采”，极大提升了交易效率。
- 展厅还可作为创意营销场所，通过TikTok达人“探店”、本地设计师现场组装等线上线下营销互动实现C端热度反哺B端分销。将仓储节点变为渠道拓展前沿，极大降低信任成本与决策周期。

【该模式在美国、加拿大等地获得了分销商、地产开发商、建筑设计师等中小B渠道的广泛认可。2024年，泛鼎助力数家国内家居品牌斩获波特兰地区某大型公寓开发项目的全屋家居订单。】



■ Part 1
全球数智供应链
发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

■ Part 3
把握新向智向绿
向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链
全球化企业实践

· 供应链能力的数智
化迭代

➤ 产业生态的开放
式协同

· 贸易模式的数智化
重构

■ Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式

产业生态的开放式协同：从“单打独斗”到“共生共赢”

- 当全球化进入深水区，企业出海面临创新资源孤岛、跨境信任成本高昂、本地化能力构建困难等系统性瓶颈。突破这些瓶颈，需要一场从“个体竞争”到“群体协作”的深刻变革，产业生态的开放式协同成为战略方向，其本质在于超越单一组织边界，通过构建开放的技术中台、资源对接平台与创新共同体，促进技术、人才、资本等产业要素在全球范围内进行多向流动、智能匹配与价值共创。
- 这种协同形式将彻底改变全球化合作的底层逻辑。它通过透明的规则、共享的数据、确定性的履约与可验证的承诺构建信任，将零和博弈的甲乙双方关系，转变为共生共荣的生态伙伴关系，从而实现了竞争力从企业单体向生态网络的升维。其最终价值在于，构建了一个基于信任、更具韧性与创新活力的全球商业网络，不仅系统性地降低了各方的交易成本与创新风险，更通过激活“1+1>2”的网络效应，催生出可持续的共生式增长。

泛鼎国际：建设属地化分销网络，助力中国企业融入本土生态

中国企业出海需要突破来自海外分销体系的渠道垄断，关键在于挖掘被忽视的市场参与者。泛鼎国际通过属地化深耕与本土合伙人制度，织成覆盖北美、欧洲等核心市场的线下分销网络，链接超过5000家中小分销商及代理商。这张网络帮助中国企业绕过中间商直连海外线下渠道，降低渠道拓展成本与信任门槛，提升交付效率、服务体验与品牌认知。同时，泛鼎国际跟随核心客户全球化步伐，将服务节点延伸至新兴市场，形成“客户在哪，服务就到哪”的协同发展模式，推动产业生态从单打独斗走向共生共赢。

本地分销网络激活 线下渠道蓝海



- 深度连接5000+海外中小分销商，提供“零压货”优质货源、采购场景和本地物流，以精细化运营建立“服务安全感”；
- 帮助国内品牌商家直连海外线下小B，减少中间商差价、拓展销售渠道并提升当地市场认可度，带来稳定的订单来源。

帮助某中国出海宠物用品公司产品进驻欧洲地区超1000家分销商网络及多个线上平台，实现海外销售额翻10+倍。

本土合伙人制度 深化本地运营



- 泛鼎国际实行“本土合伙人”模式，在本地招募拥有当地市场资源的资深团队合作，共同运营区域服务中心。合伙人负责开发下级渠道与服务网络，泛鼎提供品牌、产品、系统及供应链支持。

在墨西哥，与YOZ地产公司合作打造AMB家居建材城，总面积34000平方米，打造统一品牌，以批发零售结合模式吸引中墨优质商家入驻，并在墨西哥全境开展业务。

跟随客户实现 全球化协同发展



- 泛鼎国际聚焦代表中国优势与未来的赛道，如新能源、高端制造等，提供高度定制化的解决方案，并围绕客户全球布局灵活迁移、深度落地。与客户共同攀登价值链高端。

泛鼎深度参与比亚迪印尼产能和物流网络建设，提供从工厂仓储规划到本地分销的一体化服务。当比亚迪拓展至其他新兴市场，泛鼎作为核心供应商同步进入，实现“区域支点”复制。

CoGoLinks结行国际：打造跨境资金管理基础设施，赋能企业全球化运营

CoGoLinks结行国际是结行科技集团旗下的全球化跨境支付服务平台，专注于为中国出海企业提供安全高效的收付款及增值服务，依托中国大陆、中国香港、美国、阿联酋、新加坡等多地支付牌照及相关资质，平台构建了覆盖近20个币种、80余个跨境贸易平台、超100个国家和地区的资金结算网络，并将“收、付、汇、管”功能模块化，帮助企业一站式解决跨境收款、多币种结算、供应商付款及汇率风险管理等出海业务需求，降低资金流转成本与合规门槛。通过将支付能力延伸至全球开店、融资服务及VAT缴纳等生态环节，CoGoLinks实际上构建了一个以资金管理为轴心的开放式协同平台，系统性降低了中小企业的全球化交易成本与创新风险。截至2025年，已累计服务超24万家跨境贸易数字店铺，成为支撑企业全球化运营的关键服务伙伴。

“收、付、汇、管”数字化产品矩阵，构建一站式资金管理平台



乐其创新SmallRig：打造全球化生态型产品创新平台

影像配件制造品牌乐其创新SmallRig，通过深度融合中国成熟产能与开放式价值创造体系，以前端影像场景拉动生态共创、以“快制造”模式优化供应链响应能力，打造了“小批量、多批次、多品类、高频次、半定制”的敏捷供应链，通过规模化SKU和产品的高频迭代满足全球用户及时和多层次需求。SmallRig模式本质上是一种以用户需求为起点、以供应链能力为支撑、以生态协同为延伸的系统性组织方式，不仅重塑了影像配件行业的价值逻辑，也为中国产业出海提供了可复制的“生态型创新”样本。

Part 1 全球数智供应链发展新格局

Part 2 数智供应链全球化进程与挑战

Part 3 把握向新向智向绿向全球机遇

Part 4 观摩数智供应链全球化企业实践

供应链能力的数智化迭代

产业生态的开放式协同

贸易模式的数智化重构

Part 5 探索“点线面体”产业发展模式



全球开放式价值共创生态

Co-Design

全球首创“用户-厂商共创”产品开发模式，实现产品从用户中来再回到用户中去的良性循环。已聚集全球数千名专业摄影师与一线摄影器材厂商。

DreamRig

面向全球创作者推出免费定制项目以回应全球用户创作优质内容需求的个性化需求。已连接1300+设计师，开发2700+共创产品。

Co-Create

乐其创新SmallRig“壹起创”社会共创平台，面向外部的创新、创意、创造等机构和个人主体，开放企业的商业系统，从创造用户需求和影像场景出发，助推和服务创新的商业化。具体可为创客、极客、创意客提供产品打样、生产及供应链、快速上市及营销和投融资服务等。

用户共创

行业共创

1.6 款/天
新品诞生

500+ 款/年
新品诞生

7 天/款
定制化产品开发周期

21 天/款
新品开发周期



“快制造”供应链

需求管理最优化

建立“三率”平衡模型，计算最优有货率，减少呆滞成本和生产排产换线成本

生产建设柔性化

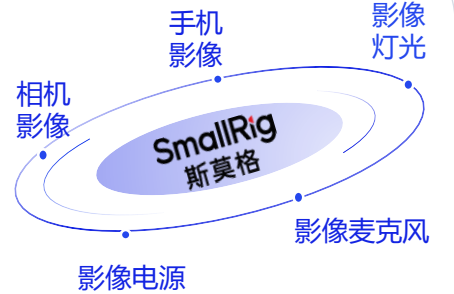
变批量式孤岛作业模式为Cell拉单元式，解决浪费及时效长问题，满足跨境电商“快”交付需求

协同效率最大化

建立供应商管理库存实现信息共享和风险共担，联合产能规划，释放需求预测，与上下游共制定生产计划。



产品生态矩阵

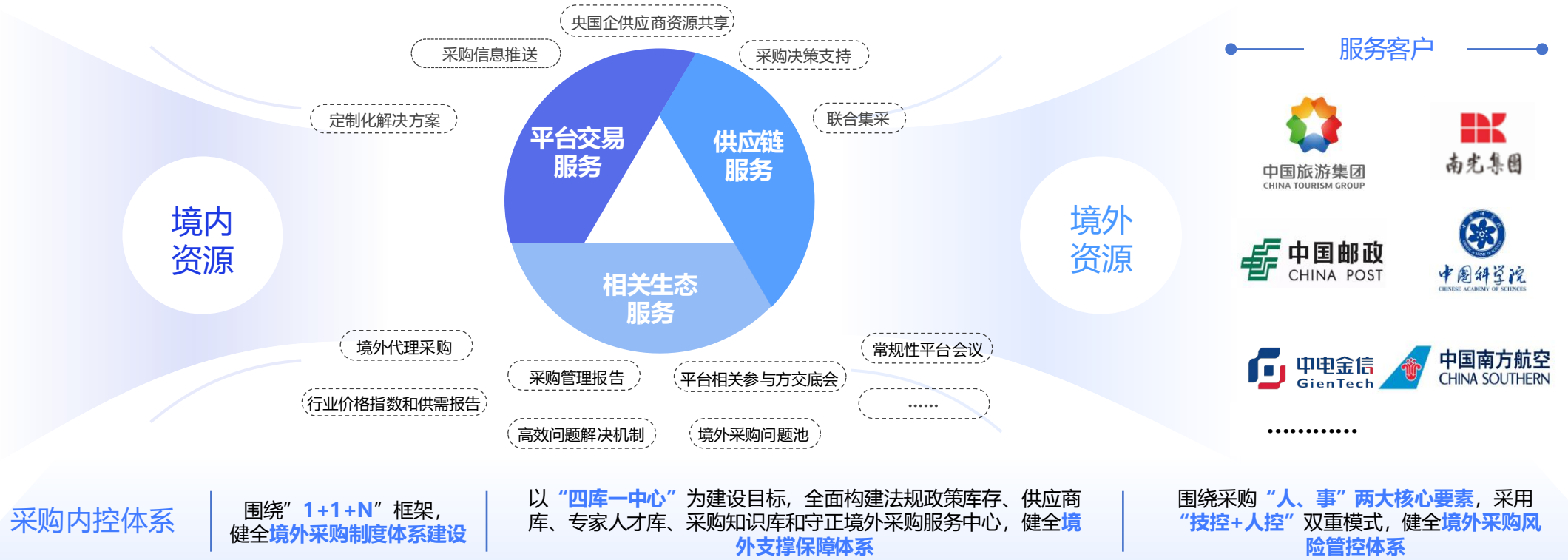


160+ 国家和地区触达

800+ 在售产品

华润：探索跨境采购服务平台，助力出海中资企业强化全球供应链

华润守正平台是华润集团统一的数字化交易服务平台，其旗下“润匯采”大湾区协同平台是央国企利用数字化手段优化跨境供应链管理的典型案例。该平台依托华润集团产业资源与供应链整合能力，以“央企资源共享+联合集采”为核心模式，整合境内外供应链资源，为“走出去”的中资企业提供规范、高效的跨境采购服务。通过健全境外采购内控体系、创新协同机制、延伸生态服务，平台帮助出海企业破解境外采购流程不规范、效率低下、信息不对称等痛点，推动跨境采购从单一交易执行向供应链能力输出转型，助力中国标准与中国服务跟随供应链走出去，构建深度融合的全球供应链网络。



采购内控体系

围绕“1+1+N”框架，健全境外采购制度体系建设

以“四库一中心”为建设目标，全面构建法规政策库存、供应商库、专家人才库、采购知识库和守正境外采购服务中心，健全境外支撑保障体系

围绕采购“人、事”两大核心要素，采用“技控+人控”双重模式，健全境外采购风险管控体系

大湾区协同平台

服务 14+ 家央企境外单位

累计成交金额 40亿+ 港元

累计成交标段近 3000 个

项目备案数量 500+ 个

■ Part 1
全球数智供应链
发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿
向全球机遇

■ Part 4
观摩数智供应链
全球化企业实践

供应链能力的数智
化迭代

产业生态的开放式
协同

贸易模式的数智化
重构

■ Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式

贸易范式的数智化重构：从“线性交易”到“网状协同”

- 国际贸易曾长期被地理隔阂、信息壁垒与冗长流程所束缚，传统的线下模式使“全球买、全球卖”成为少数巨头的特权，广大中小企业则面临寻源成本高、交易信任难、参与门槛高等根本性瓶颈。因此，借助数字化手段推动贸易范式重构势在必行。
- 这场革命以供应链平台为主导力量，因平台具备连接双边或多边市场的网络效应、汇聚与处理海量交易数据的能力，以及构建标准化、可复用数字基础设施的天然优势，所以能够超越单一企业视角，以生态化思维高效整合全球范围内极度分散的供需，通过数字化工具重塑信任机制与交易流程，从而将传统线下、长链条、高门槛的国际贸易，系统性重塑为在线化、集成化、数据驱动的智能协同网络。
- 这一由平台引领的范式重构，其革命性在于根本性变革了国际商贸的“连接效率”与“交易成本”结构。它精准击破了时空与信息不对称的枷锁，所构建的不仅仅是交易场所，而是覆盖全球的数字化贸易“基础设施”，其价值也不止于效率提升，而在于极大地降低了全球化门槛，使全产业链的资源得以高效配置与敏捷响应，为中小企业打开了通往全球市场的新大陆。

中国制造网：外贸全链路服务生态，赋能中国制造一站式出海

中国制造网（Made-in-China.com）创立于1998年，是国内领先的外贸B2B全链路服务平台，专注于为中国供应商与全球采购商提供数字化链接服务。平台以数字技术为驱动，整合营销推广、订单转化、仓储物流、金融支持等外贸关键环节，形成覆盖“获客—交易—履约”全链路的一站式服务体系，助力中国制造融入全球供应链网络。

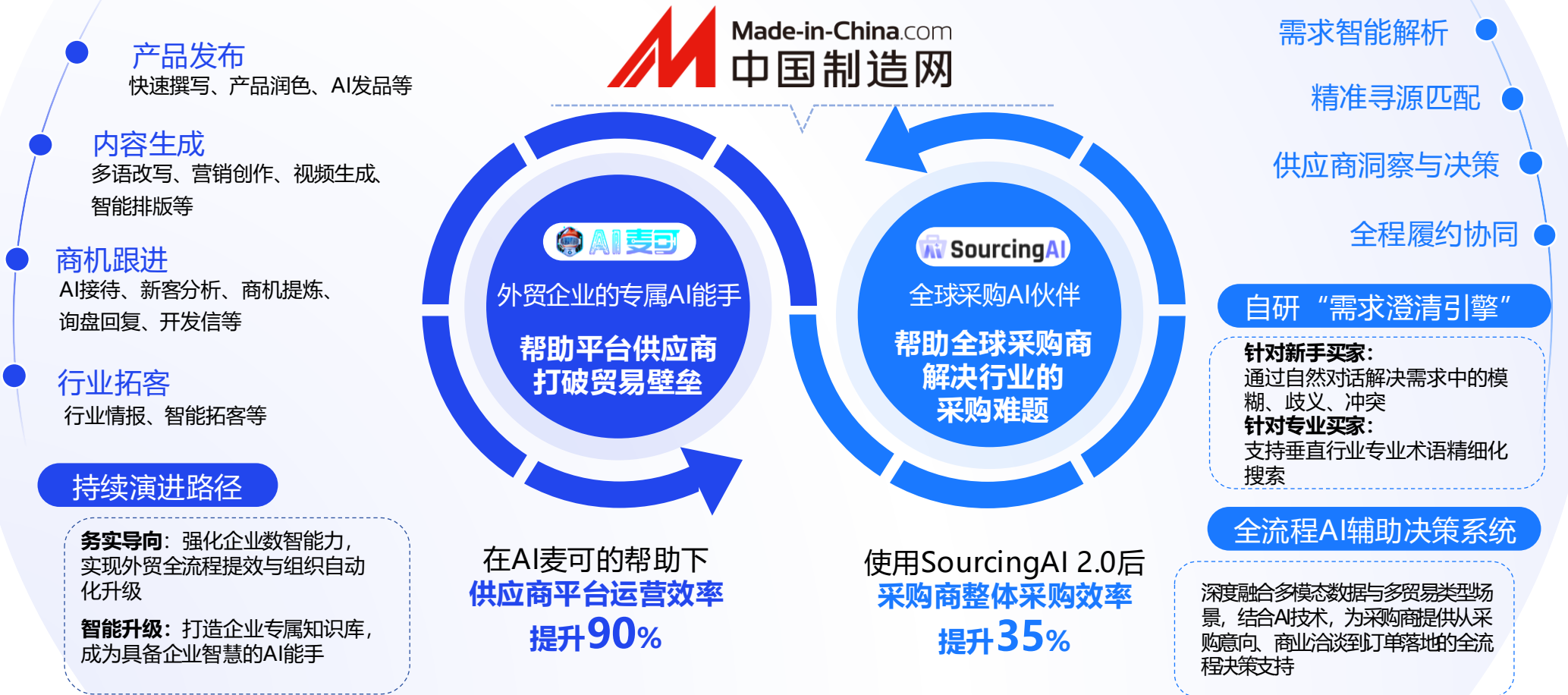


外贸全链路服务



中国制造网：AI双端赋能，重塑跨境采购协同格局

中国制造网以AI技术深度赋能外贸B2B全链路，推动跨境贸易向智能化演进。平台面向供应商与采购商构建双端AI产品矩阵（“AI麦可”与“SourcingAI”），形成覆盖寻源、磋商、交易的智能闭环。该闭环有效打通时区、语种、文化壁垒，通过提升采供匹配精度与协同效率，系统性降低跨境贸易的沟通与决策成本，为贸易范式的数字化重构提供可复用的技术路径，推动跨境采供从传统线性模式向数字化协同网络演进。

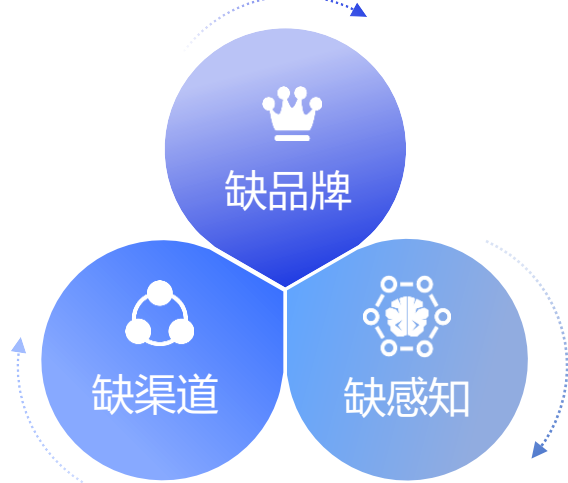


脉链集团：创新“集群品牌”模式，提质提价产业带出海

脉链集团深耕五金工具产业四十余年，从代工制造转型为产业数智化跨境服务平台。针对产业带工厂“缺品牌、缺渠道”的核心痛点，脉链创新“集群品牌”模式，将旗下成熟品牌向合作工厂开放授权，同时开放全球七大区域服务中心及3.5万家终端门店资源，依托数智化平台提供销售数据管理、供应链协同、金融支持等一站式服务，推动产业带中小工厂从单一代工走向品牌化、集群化出海。该模式通过品牌共享提升产品附加值（预计整体利润提高40%~80%），通过渠道共享与运营赋能重构跨境贸易协同效率，以组团出海降低单一企业拓展市场的交易成本，为中国产业带融入全球数智供应链提供了有效示范。

浙江金华电动工具产业带痛点

产业带工厂大多处于小、低、散状态，以OEM/ODM代工生产为主，没有形成品牌。



长期代工模式高度依赖欧美品牌和渠道订单，工厂没有自己的销售渠道网络。

产业带工厂往往偏安一隅，缺乏对市场需求变化的感知和洞察能力，也就无法根据市场需求研发创新。

脉链“集群品牌”模式赋能电动工具产业带出海

品牌共享

开放脉链旗下皇冠等四大等级品牌授权，在严格把关产品质量和包装设计的基础上，让产业带上下游企业共享品牌，形成合作与协同效应共同提升市场竞争力和影响力，一举打开产品认可度。

渠道共享

开放脉链全球七大区域服务中心、3.5万家终端门店的渠道资源，服务企业销售前置/物流仓储前置/培训前置/售后前置/制造前置，快速把产品铺至有精准需求的市場，推动产品快速占领市场。

运营赋能

基于脉链数智化平台为卖家提供海外本地销售/数智供应链管理/共享品牌/五金科创/供应链金融/园区生态/企业数智化等七大服务，提高业务和组织管理效率，让工厂可专注做好产品。目前已服务生产端企业500多家。

组团出海

脉链联合永康五金城集团组建了纵远商贸有限公司，为产业带企业提供出海获客、交易、履约等服务。全年组织国内外展会6次，一个月最多组织7批次企业“走出去”，2024年厂家组团出海数量同比增长10倍以上。



国联股份：海外复制探索“工业品深度供应链模式”

国联股份自2016年起启动全球化布局，依托国内优势产业带（如涂料化工、汽车装备等）供给与平台成熟的产业数字化经验，构建起“跨境电商平台+海外仓储物流+本地化服务”三位一体的出海支撑体系。在交易端，通过“自主电商+撮合电商”双模式精准对接全球贸易需求；在履约端，布局海外仓体系与多式联运网络，提升跨境物流的时效与准确性；在服务侧，通过在海外复制数字云工厂模式，打通国内外数据实现跨区域协同运营，助力中国供应链与全球市场高效链接，同时推动国联股份“平台-科技-数据”战略全球化落地。



05

PART FOUR

探索“点线面体”
产业发展模式

“点”的突破：外贸企业主体的数智化转型

企业是供应链数智化转型的实践主体与基础单元。面对资源禀赋与能力基础的差异，龙头企业和中小企业应采取差异化的行动策略：作为产业“链主”，龙头企业应致力于攻克高价值单点能力，并开放自身系统，牵引生态升级；中小企业则宜聚焦核心业务场景实现单点突破，并积极接入外部平台，借力融入更大生态。

制造企业和工程项目出海服务势必产生采购供应链海外服务需求。将智能采购打造为全球供应链风险管理与价值创新的战略平台。利用人工智能与大数据实现全球寻源、供应商动态评估与风险预警，更进一步，链主企业可将验证成熟的系统模块以SaaS服务形式开放给生态伙伴，发挥牵引作用，带动上下游中小企业共同进化。



避免重资产投入与盲目试错，积极采用由龙头企业或第三方平台提供的轻量级、模块化数智工具。例如，优先打通对业务影响最大的1-2个内部数据断点（如订单与库存的实时同步），以最小投入获得成本优化与运营效率的确定性回报，积累转型信心与经验。

数智供应链领军企业可将广交会作为展示其数智供应链整体解决方案与赋能成果的窗口，吸引生态伙伴，将展会转化为产业数字生态的招商会。

中小企业则可变身为主动学习者与连接者，将平台视为获取转型知识与资源的工具箱，有目的地寻找和对接出海解决方案服务商，借力降低独立探索的风险与成本。



Part 1 全球数智供应链发展新格局

Part 2 数智供应链全球化进程与挑战

Part 3 把握向新向智向绿向全球机遇

Part 4 探索“点线面体”产业发展模式

Part 5 探索“点线面体”产业发展模式

“线”的贯通：产业链上下游的高效协同

“点”的突破之后，关键在于“线”的贯通——打通企业内部以及产业链上下游的核心流程，让数据在供应链全链条中有序流动，从而实现高效协同与敏捷响应。这既是数智化价值的集中体现，也是企业融入全球供应链网络的基础门槛。

■ Part 1
全球数智供应链发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化进程与挑战

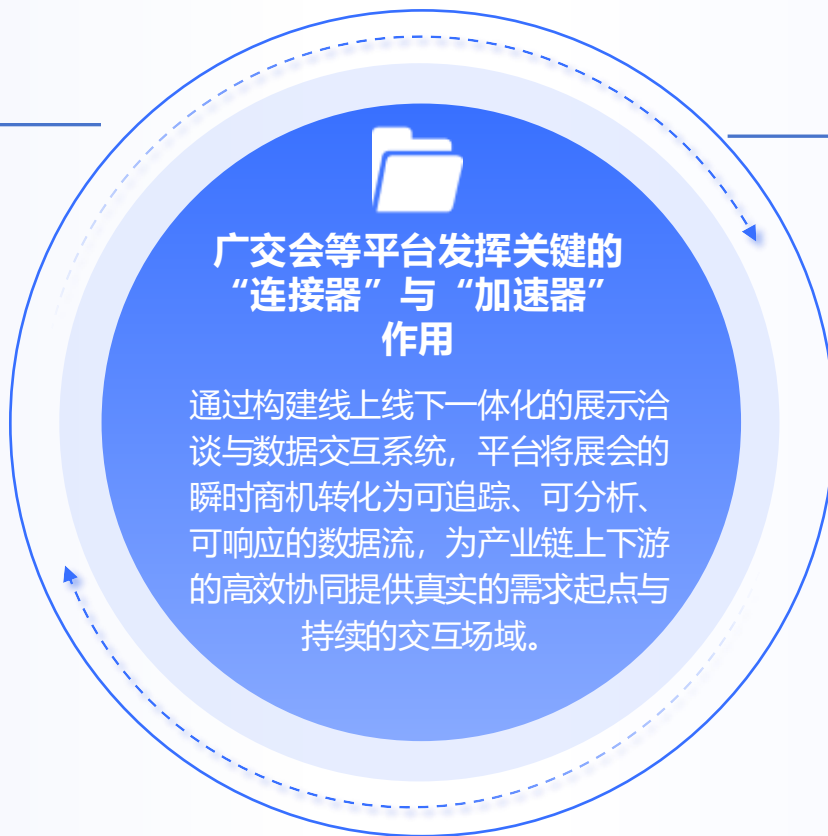
■ Part 3
把握向新向智向绿向全球机遇

■ Part 4
探索“点线面体”产业发展模式

■ Part 5
探索“点线面体”产业发展模式

产供应链核心企业 主导行业数据协同标准建设

在实现ERP、MES、WMS等核心系统数据贯通的基础上，核心企业应主动参与或主导建立细分行业的供应链数据协同标准与平台，为产业链层面的协同奠定基础。当设计、采购、生产、物流等环节的数据能够在企业内外高效流动时，从“展位洽谈到后端工厂的柔性快反”才能真正成为现实——采购商在展会的需求洞察，实时传导至后端生产线，驱动小批量、多批次的柔性生产，实现快速响应与精准交付。



中小企业 积极接入核心企业或平台提供的 标准数据接口

采取跟随策略，集中资源优先完成关键链路的对接，快速融入主流供应链“线路”。通过与链主企业的系统打通，中小企业可获得订单预测、库存协同等能力，从被动接单进化为主动协同的生产伙伴，在融入生态的过程中实现自身能力的跃升。

“面”的赋能：平台枢纽的生态化升级

当越来越多的企业和产业链在“点”上突破、“线”上贯通，就需要一个更高阶的“面”来承载生态资源的整合与系统能力的输出。以广交会为代表的国家级展会平台，通过配置全球高端生产要素、体系化集成能力输出，打造连接与调度全球供应链数据、技术、服务与知识的生态性枢纽，在“面”上为产业整体升级提供资源及能力载体。

■ Part 1
全球数智供应链
发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿
向全球机遇

■ Part 4
探索“点线面体”
产业发展模式

■ Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式



深化平台服务功能 从贸易撮合到全要素配置

平台的服务对象应从买卖双边，扩展至涵盖物流、金融、技术、合规等全球化服务商的多边网络。强化其“资源纽带”功能，集成各类专业服务商，构建一个“全球化可信资源的总调度台”，从提供产品信息与商机匹配，升级为提供涵盖“趋势洞察-技术方案-合规支持-履约保障”的全链条、线上线下一体化的解决方案式服务。



带动外贸企业 数智化发展

从展示成果到能力孵化。通过设立趋势主题展区、举办前沿论坛、发布权威报告，系统化展示与解读全球供应链“向新、向智、向绿、向全球”的先进范式，解决企业的认知问题。同时，利用平台的公信力与聚合力，为企业（尤其是中小企业）甄别和引入优质的数字化工具与服务商，降低其独立搜寻和试错的成本，真正实现从展示成果到能力孵化的跨越。



推动中国产 供应链全球化

平台应主动设置议题，将中国在数字化、绿色化供应链领域的先进实践，通过对话转化为国际采购商可理解、可接受的新标准或最佳实践。推动以链主企业为核心、配套服务商协同的产业链供应链模块化、网络化出海，为这种“团体赛”提供展示舞台和撮合服务。最终，将国际买家的关注点从单一的“中国产品性价比”，引导向“中国产供应链的稳定性、敏捷性、智能化和可持续性”等综合能力优势，实现从“产品出海”到“能力出海”的价值跃迁。

“体”的支撑：政策与产业公共服务的系统性优化

“点线面”的活力迸发，离不开“体”的系统性支撑。构建由政府引导、平台承载、多方共建的可持续生态体系，将分散的企业探索转化为行业公共资产，系统性地降低转型门槛，可加速产业整体能力的代际跃升。

■ Part 1
全球数智供应链
发展新格局

■ Part 2
数智供应链全球化
进程与挑战

■ Part 3
把握向新向智向绿
向全球机遇

■ Part 4
探索“点线面体”
产业发展模式

■ Part 5
探索“点线面体”
产业发展模式



■ 政策引导是营造良性“系统环境”的首要驱动力

- 探索将国家相关部委数智供应链、全球化相关政策，与展会平台形成协同效应，帮助企业将宏观政策转化为具体行动支撑。
- 推动部分针对供应链数智化、绿色化的政府专项基金、创新券或采购目录，将展会平台认定的创新产品或解决方案作为重要的遴选参考或加分项，引导资源流向切实提升产业能力的创新实践，实现政策资源与市场需求的精准对接。

■ 知识共享是降低行业整体转型成本、加速能力扩散的关键

- 应联合行业协会及专业智库，构建“政-产-学-研-用”赋能共同体的常态化协作机制。
- 设计“标杆提炼-知识扩散”的共享机制，每年评选并认证一批在智能采购、全链条贯通、绿色低碳等领域的“标杆实践”与“灯塔工厂”，将其解构为可复用的方法论、模块化工具包及数字化 workflows，通过白皮书、案例库、主题论坛等形式，形成系列化的“转型知识产品”，精准推送给广大外贸企业，让先行者的探索成果成为后来者的阶梯。

2026 数智供应链全球化发展报告

2026 Report on the Global Development of Digital and Intelligent Supply Chain



联系亿邦智库