

同比
增长30倍

广州今年前7个月跨境电商出口海外仓超90亿元

新快报讯 记者陆妍思 通讯员穗商宣报道 海外仓是跨境电商发展的重要基础设施。9月15日,记者从2026广州跨境电商海外仓高质量发展促进活动上获悉,目前广州海外仓覆盖全球31个国家和地区,面积突破130万平方米。今年1—7月,全市跨境电商出口海外仓超90亿元,同比增长30倍。

活动现场,广州市商务局发布支持举措,从政策支持、多元赋能、企业服务和保障四方面发力,支持重点市场布局和服务升级,每年开展不少于20场仓储资源对接活动,降低中小微企业海外仓入驻和使用成本。

点亮全球仓网 推介优质资源

本次活动由广州市商务局指导、广东省网商协会主办,以“跨境赋能·仓储全球”为主题,通过集中展示、国际交流、供需对接等环节,搭建全市仓储资源与用户企业对接平台,提升海外仓发展能级,服务全市外贸高质量发展。

活动发布广州海外仓宣传片,展示企业全球布局与服务实践。现场举行广州海外仓全球布局点亮仪式,以数字化场景展现广州链接全球仓网的图景。

主题分享环节更是干货满满。eClear AG集团创始人兼首席执行官Roman Maria Koidl解读欧洲跨境进口



监管变化,分析不同履约模式的成本与合规要求,介绍商品归类、增值税管理各环节的数字化应用。

拓海天海副总经理苏增军聚焦美国中大件物流,分析末端派送对整体履约成本的影响,结合仓网布点、运力整合和数字化比价,分享海外仓与“最后一公里”协同降本思路。派速捷副总经理朱天宇围绕欧洲中大件仓配,介绍将仓储、配送、合规与本地服务相衔接的实践,推动广州产业带产品优势与海外履约能力协同,支持中国品牌在当地持续经营。

贝法易市场总监林少慧结合巴西、

阿根廷、秘鲁等拉美市场特点,提出根据测品、起量、深耕等发展阶段,匹配空运、海运备货及本地仓配方案,统筹时效、成本和库存。盈浩工艺副总经理许垠垣从卖家视角分享海外仓选择与9810业务实践,介绍系统对接、尾程履约、库存及退货处理等选仓考量,为企业选择适配服务提供参考。

广州海事法院相关负责人针对跨境物流纠纷案例,分析运输与货运代理合同性质、限额赔偿及申报合规等问题,提示企业明确合同责任,将风险防范落实到日常经营。

优化项目合作 促进供需对接

在广州全球供应链协同·海外仓赋能合作集中签约仪式上,拓海天海、派速捷、贝法易等企业与合作伙伴围绕供应链服务、海外仓合作开展集中签约。广东省网商协会与eClear AG签署“企业出海欧盟合规赋能项目”框架合作协议,开展合规知识交流与企业需求对接,支持企业拓展欧洲市场。

活动设置企业展示与交流洽谈区域,集中推介广州优质海外仓的仓网布局和服务方案。跨境电商企业围绕目标市场、商品品类和发货需求,与服务企业面对面沟通,寻找合作伙伴、优化仓配安排。

参展企业还提供活动专属业务优惠券,涵盖仓储物流服务优惠、运费抵扣及合作礼遇,将资源推介与业务实惠相结合,支持企业降低出海成本。具体适用范围及使用条件以企业公布的规则为准。

广州市商务局介绍,广州通过政策支持、推广“双前置”货站模式、落地“9810”出口“离境即退税”等举措,帮助企业降本增效、合规经营。下一步,广州将会同海关、税务、外汇管理等部门,持续优化海外仓企业服务和供需对接,加强优质仓网与国内产业带深化协作,提升跨境履约能力,推动海外仓从“点状布局”向“全球织网”跨越,更好服务“广货行天下”。

特别报道

立白大师香氛荣膺“全国高端香氛洗护领导品牌”认证以“香水级”标准重塑洗护行业格局

在消费升级与“悦己经济”的双重驱动下,中国家庭清洁市场正经历一场从“洗干净”到“洗体验”的深刻变革。艾媒咨询数据显示,2026年香氛洗衣液品类销售额预计同比增长32%,其中“高级香”产品占比达42%。2025年,香氛洗衣液销售额已达85.8亿元,同比增长43.4%,在洗衣液市场中占比超过44%。

在这场从基础清洁到香氛美学的行业升级中,立白大师香氛凭借差异化的“香水级”产品策略,于2026年8月正式获得欧睿国际认证的“全国高端香氛洗护领导品牌”宣称,以扎实的市场数据与品牌力背书,持续夯实其在高端香氛洗护赛道的领导者地位。

法国香水大师出品:让香氛洗护拥有“香水级”基因

立白大师香氛能够从众多品牌中脱颖而出,关键在于其对“香水级”标准的极致追求。品牌背后站着一位真正的香水大师——Calice Becker。她是迪奥“真我香水”的创造者,曾获“香水奥斯卡”国际菲菲奖“终身成就调香师”,被法国政府授予艺术与文学骑士勋章。Calice Becker为立白大师香氛专门调香,将奢品香水级别的创香工艺应用于织物洗护,打造立白大师香氛“香水级”的层次体验。

2025年,立白大师香氛联合时尚产业商业智库VOGUE Business,在“世界香水之都”法国格拉斯发布了行业首个“香水级洗衣液标准”。标准从法国香水大师出品、香水级原料、引领穿香风尚行业认证三大维度建立规范,进一步为高端香氛洗护赛道树立了新的品质标杆。

珍稀原料:格拉斯玫瑰的“液体黄金”

如果说大师是灵魂,那么原料便是血肉。立白大师香氛真实添加臻世金纯格拉斯玫瑰精油。格拉斯玫瑰产自法国香水之都格拉斯小镇,与香奈儿、DIOR、兰蔻等奢品香水同源。这种玫瑰

每年仅在5月的清晨绽放,纯手工采摘,每30万朵玫瑰才能提炼出1公斤精油,被誉为“液体黄金”。

值得一提的是,立白大师香氛更在2025年成为首个人驻法国格拉斯国际香水博物馆展陈的中国家清品牌。这座博物馆是全球香水文化的权威殿堂,能够入驻展陈,意味着立白大师香氛的“香水级”品质获得了世界香水原产地的官方认可。2026年立白大师香氛携手雪蕾香氛博物馆在广州举办《流动的气息——芬芳从宫廷进入家庭》香水文化主题特展,首次将格拉斯香水文化的深厚底蕴呈现在国内,让更多中国消费者近距离感知香氛文化的魅力,建立起对品牌“香水级”洗护的深度认同。

技术创新:让“穿香”成为一种日常自由

技术创新,一直是立白的核心竞争壁垒。作为中国洗护行业的科技领跑者,立白拥有深厚的研发积淀和多项核心专利技术,其首创的微胶囊悬浮专利技术早已在行业内树立了技术标杆。立白大师香氛在依托大师创香与珍稀原料的基础上,更凭借自身强大的研发实力,研发出品牌独家专利的微胶囊留香技



术,确保每次衣物洗涤时都能获得均匀且持久的香气体验,让衣物在每一次穿着中都能持续散发高级香氛气息,真正实现“穿香”自由。

市场数据佐证:销量与份额双冠王

产品力最终转化为市场话语权。立白大师香氛的行业领导地位,首先体现在实打实的市场数据上。据凯度消费者指数认证,立白大师香氛已成为“高端洗衣液全国销量第一”,累计销量超1亿瓶。魔镜洞察数据显示,在香氛洗衣液这一高增长细分赛道中,立白大师香氛以24.3%的市场份额位居行业首位。2024年,立白大师香氛单品牌销售额突破20亿元,在抖音、天猫等主流电商平台持续霸榜洗衣液热销榜、回购榜。品牌还获得VOGUE“2024年度时尚穿香之选”认证,并被VOGUE Business授予“时尚穿香独家战略合作伙伴”身份。

立白大师香氛
法国香水大师出品



此次获得“全国高端香氛洗护领导品牌”的第三方认证,不仅是对其过往市场成就的官方确认,更是对其“法国香水大师出品、香水级原料、引领穿香风尚”三位一体品牌战略的高度认可。在国货品牌集体向上的时代浪潮中,立白大师香氛以扎实的产品力与创新能力,完成了从品类开创者到行业引领者的跃升,为中国高端香氛洗护品牌走向世界舞台提供了值得借鉴的范本。(文/陆妍思)