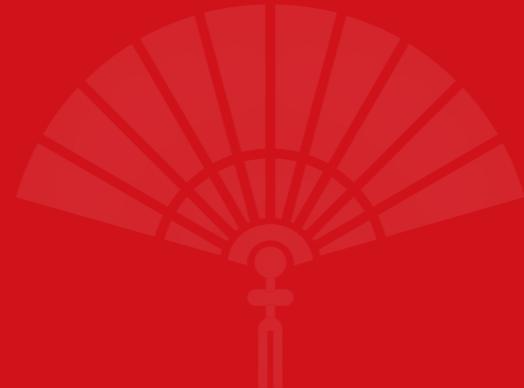
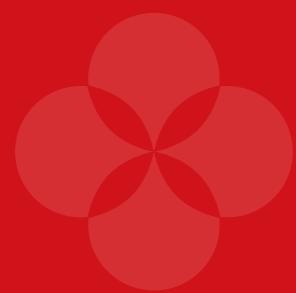


祥春搭起环球链
新岁畅连贸易桥



怡亚通携全体同仁祝广大合作伙伴
新年快乐 万事如意！



SCM

2024 第 4 期

SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT

供应链管理

VOL.016

P001

中办、国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》

P010

特朗普第二任期内的关税政策预测

P023

七赴进博之约

P045

怡亚通高质量发展生态蓝图

[本期重点]

P013 ↗

数字文明时代的外贸新业态



2025 新年献词

以必胜的信念照亮变革的征程



当 2024 的余晖缓缓隐于时光的峰峦之后，2025 的晨曦正在广袤云海中激荡，怀揣着无限希望穿透长夜的帷幕，以磅礴之势洒向大地与人间。

此刻，我们站在新旧的交汇点上，心中燃烧着激情与梦想，准备迎接一个充满未知与变革的新纪元。

感恩广大客户，你们仿若那熠熠生辉的繁星，闪耀在商业苍穹的各个角落，共同汇聚成了照亮我们前行的璀璨银河。

感恩所有的合作伙伴，你们恰似那紧密交织的经纬线，纵横交错间编织出怡亚通平台广袤且坚韧的锦缎华章。

感恩全体怡亚通人，你们宛如春风雨露，默默滋养着怡亚通这株茁壮成长的大树，使其枝繁叶茂、生机勃勃、昂扬向上。

回首 2024，中国经济与全球市场在变革的浪潮中起伏，我们如同行航行在由无数节点交织而成的商业海洋，每一个节点都代表着一次挑战，每一次跨越都是成长的见证。怡亚通始终坚守在这商业海洋打造共融共生的新生态，犹如一艘巨轮，穿越波涛，跨越海洋，将中国与全球市场紧密相连。

供应链的重塑、产业链的升级，已然成为不可阻挡的大势。在这百年未有之大变局中，怡亚通不是旁观者，而是肩负“供应链改变中国”的天命人！

我们深知唯有顺应趋势者方能脱颖而出，唯有持续创新者才能稳立潮头。怡亚通正是在一次次的创新探索中铸就了一往无前、永不言败的底色，团结一切能团结的力量，整合一切能整合的资源，去打破困境与枷锁，迈向可持续发展的康庄大道。

新的一年，我们坚持打造国际一流的“供应链+产业链+孵化器”整合型综合商社战略定位不动摇，聚焦最优价值链的核心环节，广泛服务中国产业发展，成为促进全球经济的推动力量。

我们要矢志不渝在大科技领域深耕细作培育“科创群”，持续在高纯石英砂、国产信创计算机、人工智能算力平台以及半导体数据存储等领域引领国产技术革新的浪潮，让供应链自主安全的旗帜高高飘扬。

我们要坚持不懈推动新能源领域的创新发展，携手产业链伙伴共同探索新能源（光储充+）基建的创新模式，深度融合成本效益、运营效率、卓越品质与客户体验，以一体化服务平台构筑绿色、高效的新未来。

我们要坚定不移投入大消费领域的自有品牌建设，同时以品牌运营战略赋能快消品、大健康等不同成长

阶段的品牌，为它们注入新的生命力与竞争力，插上腾飞的翅膀，共同谱写民族品牌崛起的辉煌篇章。

我们要持之以恒构建数字经济生态，推动小怡家数字化 B2B/B 平台整合中国流通业，聚合上下游品牌、终端和运营商，一键营销、一键裂变、一键覆盖，实现品牌直供，商家直采，推动流通业实现数字化、扁平化、共享化、去中心化，让中国商业更平坦。

我们要追求更高的宏伟目标——成为一家伟大的企业，以创新为澎湃动力，驱动社会不断向前迈进，镌刻进步的足迹。我们正构建一个共享共赢、共荣共生的商业生态，引领无数奋斗者在这片充满生机与活力的生态沃土上共绘蓝图，同谱华章，奏响时代发展的最强音。

在商业发展的同时，我们也将一如既往积极投身公益事业，关注环境保护，助力乡村振兴。我们希望通过大家的努力，为构建和谐美好的社会贡献一份力量。在这条充满爱的路上，我们将播撒希望的种子，让温暖洒遍每一个角落；我们将架起友谊的桥梁，连接你我他的心灵；我们将点亮知识的明灯，照亮前行的道路，谱写文明的新篇章。

2025 年正款步而至，带着创新的希望之光，穿透迷雾，驱散阴霾；带着必胜的信念之力，化作腾飞的翅膀，助力我们飞越重重高山，跨越浩瀚沧海。此刻，让我们紧密携手，凝心聚力，以钢铁般坚毅的必胜信念，热忱地拥抱奔涌而至的变革浪潮，满怀期待地迎接这充满无限希望与重重挑战的新征程。

愿新的一年里，我们皆能像那扶摇直上、搏击长空的雄鹰，以无畏的勇气和雄浑的力量，冲破云霄，在广袤的苍穹之上镌刻下属于我们的荣耀印记，谱写我们每个人的璀璨篇章！

一元复始 万象启新！

值此元旦佳节，祝愿所有客户、合作伙伴、投资人、社会各界朋友及怡亚通全体同仁：

生活如诗如画

事业蒸蒸日上

吉祥如意常伴

平安喜乐相随

2025 年 1 月 1 日

01 供应链前瞻 P001-P016

- 001 | 中办、国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》
- 005 | 2025年中国供应链趋势：四大转变重塑产业格局
- 007 | 深圳推出并购重组14条：三年并购重组项目数突破100单、交易总价值突破300亿
- 010 | 特朗普第二任期内的关税政策预测
- 013 | 新型离岸贸易：数字文明时代的外贸新业态

17 供应链动态 P017-P022

- 017 | 行业动态
- 019 | 公司动态

23 进博会专题 P023-P034

- 024 | 145.2亿元！怡亚通第七届进博会全球品牌签约总金额再创新高！
- 026 | 第七届进博会亮点纷呈，怡亚通精彩未完待续！
- 028 | 怡亚通进博会刷新签约金额
新质生产力赋能数字化平台创造新机遇
- 029 | 深圳市宝安区区委常委、区政府党组成员、副区长董哲致辞：用好进博会平台，更好赋能全球品牌创新

030 | 彭泗清：从“强美”到“亲诚”，构建现代新质品牌体系

031 | 怡亚通王辉：整合型数字化综合商社，引领新质生产力发展

032 | 怡亚通李勇：借助整合型数字化B2B/B平台，怡亚通赋能企业打造新质品牌力创新增长极

033 | 怡亚通携手德国史达德药业、瑞士Herb-Pharma研发的VIROSTOP品牌签署跨境药品战略合作协议，开启跨境医药电商新篇章

35 供应链创新 P035-P054

- 035 | 品牌直供，商家直采，怡亚通小怡家助力中国流通产业变革
- 037 | 小怡家行业生态合作伙伴招募
携手小怡家 共创辉煌新篇章
- 039 | 激流勇进——怡亚通2024年大事记
- 044 | 载誉前行——怡亚通2024年荣誉墙
- 045 | 怡亚通战略地图：
描绘怡亚通高质量发展生态蓝图
- 047 | 以“道、天、地、将、法”的智慧
赢战怡亚通第三次战役的全面胜利
- 051 | 荣耀加冕，载誉领航 | 怡亚通亮相2024(第六届)产业链供应链数字经济大会
- 052 | 产教协同，共塑未来 | 怡亚通联合高校培育供应链行业精英
- 053 | 重磅！“怡亚通号”卫星成功发射
- 054 | 怡亚通物流与衢州智造新城全面合作激发新质生产力，共筑产业全球化发展新引擎

55 供应链产业 P055-P062

- 055 | 旗下全线白酒品牌首次集中亮相，怡亚通酒业“制霸”酱酒靠什么？
- 057 | 大唐秘造携手江苏卫视《大使的飨宴》：
唐风酱酒，醉韵全球
- 058 | 跨界融合，共赢发展 | 怡亚通荣膺首届全国采购大赛“优秀支持单位”殊荣
- 059 | 喜报！怡亚通荣获2024年度（CPCF）中央企业集采供应链年会先锋企业荣誉称号
- 060 | 向“新”而行 扬帆出海 | 怡亚通物流与江阴市港口发展投资集团、美亚欧合作协会合力打造新能源产业出海平台
- 061 | 整合资源 拉动消费 | 怡亚通全力响应家电以旧换新政策

首要®
是和你喝好酒
— 好酱酒·有秘香 —



招商热线:400-026-6519

供应链管理

2024-04

(内部资料 免费交流)

主办单位 深圳市怡亚通供应链股份有限公司
总 编 周国辉
编 委 会 陈伟民 李程 王辉 李倩仪 邱普 周升宝 李崇喜
主 编 黎东标 廖雅莲
编 辑 向克
本期撰稿 孙豪杰 朱琳 张少映 郑棉烽 刘丰婷 黎羽 柯文婉 苏瑞 梁明凤
戴智媛 严才明 岑宏杰

联系我们

Contact Us

投稿邮箱 200873315@qq.com
联系电话 135 5028 1263
公司网址 www.eascs.com
公司地址 深圳市龙岗区李朗路 3 号怡亚通整合物流中心 5 楼
邮 箱 5180331

订阅杂志

How To Get This Magazine?

请将个人邮箱发送至: 200873315@qq.com
我们将发送杂志电子档

探索供应链

前沿思想与趋势
了解怡亚通最新服务与动态



* 本期刊发表的文章仅代表个人观点 Points In This Publication Only Represent Personal Views.

欢迎关注怡亚通官方微信

中办、国办印发《有效降低全社会物流成本行动方案》

来源：央视新闻

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《有效降低全社会物流成本行动方案》（以下简称《方案》），旨在从全局和战略高度推动全社会物流成本的有效降低，为构建高水平社会主义市场经济体制、加快构建新发展格局、推动高质量发展提供有力支撑。

总体要求与主要目标

《方案》以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以服务实体经济和人民群众为出发点和落脚点，坚持调结构、促改革，致力于解决物流发展不平衡不充分问题。其主要目标是到2027年，社会物流总费用与国内生产总值的比率力争降至13.5%左右，综合交通运输体系改革取得新突破，货物运输结构优化，铁路货运量、周转量占比提高，港口集装箱铁水联运量增长，同时培育一批有竞争力的现代物流企业，健全国家物流枢纽体系和服务网络。

核心措施

深化体制机制改革

1. 铁路领域：制定铁路货运市场改革方案，推动货运向物流转型，创新物流产品，发展直达班列和高铁快运，完善价格体系，降低专用线费用，推进综合配套改革，促进过轨运输便利化。

2. 公路领域：解决公路货运经营主体问题，治理超限超载、排放超标和非法改装行为，优化城市货运网络规划与监管，深化收费公路政策改革。

3. 数据共享：以多部门数据共享为核心，建立物流数据资源动态互联和公共数据开放机制，促进企业物流数据市场化流通。

促进产业链供应链融合发展

1. 供应链体系建设：推动企业提升物流管理水平，构建一体化供应链体系，加强制造业与物流企业合作，支持利用闲置土地建设物流设施，发展数字供应链和商贸供应链协同。
2. 商贸流通体系优化：推动商品市场升级，支持零售业数字化转型和流通设施改造，建设县域商业体系，深化内外贸一体化试点。
3. 大宗商品与“新三样”物流工程：推动大宗商品企业优化物流，发展供应链平台和储运设施，推广集装箱运输；加强“新三样”产品出口物流设施建设，优化运输安全规范，提升新能源汽车物流水平。
4. 国际供应链提升：支持建设国际物流枢纽，畅通国际物流，鼓励企业合作共建海外设施，优化中欧班列，推进内陆港建设，推动铁路国际联运单证物权化。

健全国家物流枢纽与通道网络

1. 枢纽设施整合提升：优化国家物流枢纽布局，完善配套设施和集疏运体系，推进“平急两用”设施建设，建立农村物流共享机制，推动客货融合。



2. 多式联运体系建设：健全多式联运经营主体制度，培育经营主体，推广标准化单证和集装化运输模式，统一运输规则标准，推进国家综合货运枢纽补链强链。
3. 运输结构优化攻坚：深化综合交通运输体制改革，推动大宗货物运输“公转铁”“公转水”，优化内河船闸流程，加强水运网络建设，实施内河水运和铁路货运网络工程。
4. 协同发展模式构建：构建“通道+枢纽+网络”物流运行体系，推动产业布局与物流枢纽协同，发展临空临港经济，建设物流枢纽经济区。

加强创新驱动和提质增效

1. 数智化发展：提高物流数字化水平，推动技术应用和装备研发，发展智慧物流新模式，促进平台经济创新，支持企业数智化赋能。
2. 绿色化转型：推广绿色物流技术和装备，开展企业对标达标行动，支持碳排放核算，扩大新能源物流车应用，推进包装绿色化。
3. 标准化行动：建立现代物流标准体系，加强基础和关键领域标准制定修订，推进多式联运标准统一，参与国际标准制定。

加大政策支持引导力度

1. 投资支持：支持铁路、水运、物流枢纽等基础设施建设，开展商贸流通体系试点城市建设。
2. 信贷融资：鼓励金融机构创新产品和服务，为物流企业长期融资支持。
3. 用地保障：保障物流重大项目用地、用海、用岸线需求，支持企业改造升级，推进铁路物流场站用地立体开发。
4. 人才培养：推动院校加强物流相关学科专业建设，打造人才培养模式，完善专业人才培养体系。

加强组织实施

各地区和部门要在党中央领导下，落实方案要求，治理不正当竞争行为，发挥行业协会作用，完善统计制度，跟踪评估政策效果。

【新举措解读】

物流成本怎么降？ 降什么？

物流总费用与GDP的比率降至13.5%左右

本次行动方案提出的主要目标包括：到2027年，综合交通运输体系改革实现新突破，货物运输结构进一步优化，铁路货运量、铁路货运周转量占比力争分别提高至11%、23%左右，港口集装箱铁水联运量保持较快增长；到2027年，社会物流总费用与国内生产总值的比率力争降至13.5%左右等。

国家发展改革委综合运输研究所物流室副主任陆成云介绍，社会物流总费用与GDP的比率，既反映物流行业运行的成本效率水平，也反映产业链供应链组织质量。2023年的这个比率是14.4%，由14.4%下降到13.5%，如果我们以2023年的GDP来测算，这0.9个百分点的降幅，相当于推动降低全社会物流总费用超过1万亿元以上，可以形成巨大的企业利润。

≈13.5%

社会物流总费用与国内生产总值的比率力争降至

(下一页)



铁路货运向铁路物流转型， 改革整体推进

记者注意到，在《有效降低全社会物流成本行动方案》中，“推进铁路重点领域改革”是20项具体行动的第一项。

行动方案中明确提出，制定实施铁路货运市场改革方案，促进铁路货运向铁路物流转型；大力发展战略化、市场化的直达货运班列，探索用好高铁快运功能；建立铁路物流服务价格体系；降低铁路专用线规划建设使用费用等。

北京交通大学交通运输学院物流工程系主任张晓东表示，这个方案的提出，解决了困扰铁路货运多年的发展战略定位问题，将推动我国铁路传统货运模式向现代物流的历史性变革。方案结合实际提出了改革铁路运输与调度生产组织方式，适当加速普速铁路建设，建立铁路物流服务价格体系，推进铁路物流场站设施用地分层立体开发，这些举措填补了有关领域的工作空白。相信这样的整体部署将让铁路在直接降本、间接降本、潜在降本等方面发挥出实际效能。

针对“新三样”出口， 推出新举措

《有效降低全社会物流成本行动方案》中明确，促进产业链供应链融合发展。在这当中，实施“新三样”物流高效便捷工程，是本轮推出的改革新举措。

行动方案中提到，加强电动汽车、锂电池、光伏产品“新三样”出口的国内港口仓储设施建设；开展新能源汽车物流提升工程，加强港口滚装码头建设，鼓励研发应用内河滚装船；探索发展新能源汽车集装箱运输，畅通新能源汽车国内联运通道和跨境物流通道等。

北京交通大学交通运输学院物流工程系主任张晓东表示，由于“新三样”这些产品新、出口量大，但我们现有的物流体系在一些方面表现出了一定的不适应性。这次的改革方案就针对行业普遍反映的突出问题，着重在港口设施、运输装备、安全管理等方面进行一系列针对性部署，降低“新三样”的社会物流成本，保障“新三样”产业链供应链的安全和顺畅。

国家物流枢纽经济区建设 将进一步加快

《有效降低全社会物流成本行动方案》中提出，健全国家物流枢纽与通道网络，构建现代物流与生产力布局协同发展新模式。

行动方案中提到，支持相关城市探索“产业集群+物流枢纽”协同发展模式；大力发展战略化、临港经济，依托现有国家物流枢纽建设若干国家物流枢纽经济区等。

国家发展改革委综合运输研究所物流室副主任陆成云介绍，建设国家物流枢纽经济区，这其中的关键是一体化的规划和建设，就是说一个物流枢纽提供什么样的服务、它的周围布局什么样的产业，这两者高度匹配，是需要整体策划、融合发展、一体推进的，从而形成以供应链为核心竞争力的产业发展新模式。同时，各地凸显自身的物流成本效率比较优势，来布局产业、发展枢纽经济，从全局来看，就体现为通过优化生产力布局，实现降低物流成本。

多个物流枢纽节点城市推新举措， 提高运输时效

围绕行动方案中明确的改革方向，多个物流枢纽节点城市在多式联运体系、直达货运班列、物流数据开放互联上推出新举措，探索降低物流成本。

作为江苏集装箱吞吐量最大的内河港，淮安港在今年与一家全球头部航运企业建立合作，在全国范围内率先打通内河支线与远洋干线，为进出口企业开设了一条高效便捷的物流新通道。

江苏江淮通集装箱航运有限公司外贸业务员杨善介绍，过去，我们内陆地区的货物一般是先公路再海运。现在是先内河再海运，而且是无缝衔接，进一步减少了货物转运过程中的时间和手续，平均每箱成本，节约了接近50%，再加上我们现在推行“船边直提”“抵港直装”“内外贸同船运输”等通关一体化便利化措施，使整个时间成本也都下来了。

(完)

喜报

热烈庆祝

怡亚通物流数字货运平台·运多星

突破
100
亿元

怡亚通物流数字货运平台·运多星

自2021年6月正式运营至业绩量已突破100亿元



全国一站式数字货运综合服务平台

全国服务热线：400-128-9699

运多星微信公众号
www.yunduoxing.com

2025年中国供应链趋势： 四大转变重塑产业格局

文：公共事务发展中心 孙豪杰

2025年中国供应链的变革体现在四个关键趋势：外商投资的“选择性”不断增强、中国企业全球化布局进程加快、产业集群创新升级以及数字供应链加速创新。这些趋势不仅标志着增长模式的转变，更指向供应链生态系统的全面重构，要求供应链管理者在投资决策、优化供应链网络和高素质人才培养等方面做出战略性调整，以适应这一新格局。



海外扩张加速：重塑全球供应链网络

在全球供应链重构的大背景下，中国企业的海外扩张正呈现出一个显著特征：从简单的市场开拓转向全方位的供应链整合。

这种转变首先体现在供应链网络的重构方式上。与传统的“生产在中国，销售在全球”模式不同，新一轮的全球化呈现出“本地化生产+区域供应链整合”的特点。在这种模式下，企业不是简单地在海外建厂，而是在目标市场构建完整的供应链生态系统。这种转变使得供应链的响应速度更快，成本控制更优，同时也能更好地规避贸易壁垒和地缘政治风险。

其次是供应链协同方式的创新。中国企业在全球扩张过程中，越来越注重与当地供应商和合作伙伴建立深度合作关系。这种协同不再局限于传统的采购关系，而是扩展到技术研发、市场开拓等多个层面。

同时，全球化扩张也带来了新的挑战。首先是竞争加剧，随着中国企业在海外市场的份额提升，必然面临更激烈的竞争。其次是资源重新分配的问题，全球布局需要企业在人才、资金和管理资源上做出新的平衡。最重要的是合规风险，不同国家的监管要求给企业带来了额外的挑战。

面对这些挑战，供应链管理者需要重新思考全球化战

略。首先是要识别战略合作机会，无论是在材料供应、设备采购还是服务外包方面，都需要建立新的合作关系。其次是供应链网络的优化，需要在效率、成本和风险之间找到平衡点。

最后是组织韧性的提升，建立能够应对全球市场波动的组织能力。中国企业的全球化不仅改变了它们自身，也在重塑全球供应链格局。

产业集群演进：从地域集中到创新协同

在全球供应链重构的大背景下，中国的产业集群正在经历一场由量变到质变的转型。这种转型最显著的体现是传统产业群的升级扩展。以生物医药产业为例，生物医药产业的布局则展现了新兴产业群的发展特点。除了传统的东部和南部集群外，东北和中部地区正在快速崛起。南部地区专注于生物制品和医疗器械，而东北地区则着重发展生物技术高端制造。这种差异化发展不是简单的产业转移，而是基于各地区禀赋特点的精准定位。

新能源汽车产业的发展更是展示了现代产业集群的创新特征。在沿海地区和西部三角形成的四大产业生态系统中，聚集了超过700家配套企业，覆盖从原材料到整车制

造的完整供应链。这种集群不仅提供了传统的规模经济优势，更重要的是形成了创新的生态系统，推动了技术进步和产业升级。

这种产业集群的演进对企业供应链管理提出了新的要求。首先，供应商策略需要更新，在保证效率的同时增强韧性。通过在不同集群间建立多元化的供应网络，企业可以更好地应对潜在风险。其次，企业需要充分利用集群优势推动创新。产业集群提供的不仅是优质供应商，更是创新伙伴和人才储备。

对供应链管理者而言，理解和把握产业集群的演进趋势至关重要。这不仅影响企业的选址决策，更关系到如何构建有竞争力的供应网络。那些能够有效利用产业集群优势的企业，往往能在竞争中获得更大的发展空间。在产业集群不断升级的背景下，供应链效率的提升不再是简单的成本控制，而是要通过深度协同实现创新驱动。这种转变要求供应链管理者具备更宏观的视野和更专业的能力，在确保运营效率的同时，持续推动创新和升级。

数字供应链创新：从自动化到智能化

在竞争日益激烈的市场环境下，企业面临着双重压力：一方面需要提高运营效率，另一方面又要确保产品质量和可持续发展。数字供应链创新绝不是简单的技术升级。根据2024年全球供应链创新调查显示，成功的供应链创新需要三个关键要素：明确的愿景和战略、充足的人才技能储备，以及高层的支持。这意味着企业在推进数字创新时，需要采取全方位的方法，将人才发展、流程优化和生态系统协作统筹考虑。

对供应链管理者而言，推动数字创新需要建立新的思维模式。首先，创新不能仅仅着眼于短期效益，而要放在企业长期战略的框架下考虑。其次，人才培养和组织变革同样重要，需要建立支持创新的文化和机制。最后，要充分利用外部资源和政府支持，通过生态系统协作加速创新进程。

在中国制造业迈向高质量发展的进程中，数字供应链创新正在成为关键驱动力。那些能够有效整合技术、人才和组织变革的企业，将在未来的竞争中占据优势地位。供应链的数字化转型不是终点，而是持续创新的起点。

供应链新格局下的战略思考

当我们把目光投向2025年的中国供应链图景时，这四大趋势之间的相互作用比单个趋势本身更值得关注。它们不是相互独立的变量，而是一个相互影响、彼此强化的复杂系统。

外商投资的“选择性”加强与产业集群的创新升级形成了良性互动。那些选择加大在华投资的跨国公司，往往着眼于产业集群带来的创新协同效应。反过来，他们的投入又进一步推动了产业集群的升级。这种互动在生物医药等新兴产业表现得尤为明显。外商的技术投入与本土企业的市场洞察相结合，加速了整个产业的创新节奏。

数字供应链创新则是连接国内外市场的关键纽带。中国企业的全球化扩张，很大程度上得益于数字技术带来的供应链可视化和协同能力。同时，全球化过程中面临的各种挑战，又推动企业加大对数字创新的投入。这种良性循环正在重塑全球供应链的运作模式。

在这些趋势的交织作用下，中国供应链正在经历一次质的飞跃。这不仅体现在技术升级和效率提升上，更体现在思维模式和组织能力的转变上。未来的供应链将不再是简单的物流网络，而是一个集创新、协同、韧性和价值创造于一体的价值创造系统。

在供应链新格局下，怡亚通正以战略性视角引领供应链转型，将变革作为核心命题，致力于构建一个适应性强、创新能力强、韧性强的供应链体系，以保持在国际市场中的竞争力。历经27年的发展，怡亚通持续创新，展现在吸引外商投资方面的选择性增强趋势，通过与政府和国企合作，提供“嵌入式+整合型”产业供应链服务，打造符合地方产业特色的服务平台。同时，怡亚通加速全球布局，聚焦新能源材料、石油化工、半导体等核心产业，通过整合型数字化综合商社模式，实现全球资源的优化配置。在产业集群创新升级方面，怡亚通采用“供应链+产业链+孵化器”模式，聚焦“大消费、新能源、大科技”三大赛道，推动地方产业集群创新发展。在数字供应链创新方面，怡亚通以小怡家数字化B2B/B平台为核心，为合作伙伴提供数智化解决方案，推动流通业向扁平化、共享化、去中心化的新型生态转变。在这场深刻的变革中，供应链不再是企业的支持功能，而是战略制胜的关键要素。怡亚通将充分把握时代机遇，积极利用外部资源和政府支持，以新质促变革，推动供应链转型，实现供应链改变中国的伟大使命！

(完)



深圳推出并购重组14条： 三年并购重组项目数突破100单、 交易总价值突破300亿

来源：央视新闻

为推动并购重组高质量发展，深圳推出并购重组14条。

11月27日，深圳市委金融办研究起草了《深圳市推动并购重组高质量发展的行动方案（2025-2027）（公开征求意见稿）》（简称《行动方案》）。这也是今年9月，证监会发布了《关于深化上市公司并购重组市场改革的意见》（简称“并购六条”）以来，地方首次披露并购重组政策全文。

《行动方案》全文共14条，涉及建立上市公司并购重组标的项目库、支持上市公司向新质生产力方向转型发展、持续推进上市公司高质量规范发展、联通香港资本市场打通境内外并购资源、支持上市公司开展并购业务“走出去”、丰富上市公司并购重组融资渠道、打造上市公司并购重组服务一流中心、培育壮大并购重组专业化服务机构、构建上市公司并购重组人才汇聚高地、提升大湾区并购重组辐射影响力、加强对并购重组活动的风险防控、强化并购重组联席会议机制和保障措施等十二项具体措施，鼓励上市公司通过并购重组向新质生产力方向转型升级，提升深圳科技产业金融一体化效能。

以下是澎湃新闻记者整理的七大要点。

要点一

力争2027年底完成并购重组100单

进一步发挥并购重组资源配置功能，适应新质生产力发展需求，支持深圳上市公司注入优质资产、提升投资价值，助力深圳以先进制造业为主体的“20+8”战略新兴产业集群和未来产业发展壮大，增强产业经济发展新优势，特制定《行动方案》。

根据《行动方案》总体目标，到2027年底，力争将深圳打造成为新质生产力投融资活跃区、技术和产业并购交易集聚地、上市公司质量提升示范地、金融市场互联互通先行地、创新资本生态健康规范先导区；推动深圳境内外上市公司质量全面提升、总市值突破15万亿元；推动并购重组市场持续活跃，完成并购重组项目总数量突破100单、交易总价值突破300亿元，形成一批优秀并购重组案例，发挥示范引领作用，助力深圳打造有重要影响力的创新资本形成中心。

要点二

明确并购重组的“向新性”

本次《行动方案》鼓励深圳上市公司以培育行业龙头、提升行业集中度、推动产业链供应链优化、促进产业转型升级为目标，围绕有助于重点产业补链强链、加快发展新质生产力、实现经济高质量发展开展并购重组。

《行动方案》提出围绕深圳市“20+8”战略新兴产业和未来产业布局，深化并购重组标的项目的储备、整合和对接等服务。支持上市公司注入优质资产、提升投资价值，助力深

圳以先进制造业为主体的“20+8”战略性新兴产业集群和未来产业发展壮大，增强产业经济发展新优势。鼓励聚焦新质生产力的“硬科技”“三创四新”属性尤其是集成电路、人工智能、生物医药等重点产业以及新赛道和未来产业领域，拥有自主知识产权、突破关键核心技术，能够解决“卡脖子”问题的科技型上市公司，通过并购重组持续做大做强。积极争取国家支持深圳在金融科技、绿色低碳等新兴领域先行先试开展上市公司并购重组。

持，探索实施差异化费率。支持银行、社保基金、企业年金、保险资金、私募基金等各类机构投资者参与上市公司并购重组。鼓励合格境外投资者通过QFII、RQFII、QFLP等参与上市公司并购重组。

要点四

丰富上市公司并购重组融资渠道

对于上市公司并购重组涉及的资金、资产等问题困难，《行动方案》通过多种举措丰富上市公司并购重组融资渠道，鼓励开展并购重组融资工具创新，鼓励金融机构为并购重组及

后续运营提供并购贷款、并购保险、并购债券等金融工具，探索非居民并购贷款创新试点，研究科技型企业并购贷款创新试点。持续创新“并购+”组合融资工具，拓宽直接融资渠道，通过设立并购基金、发行债券等方式提供低成本、全周期投融资服务。加大“20+8”产业基金对纳入深圳市并购重组项目库的项目的投资支持。通过投补联动等方式，支持深圳市符合“硬科技”领域的科创企业发展。支持有能力的产业链“链主”企业开展企业风险投资（CVC），围绕本产业链关键环节开展并购重组。

要点五

支持全球专业服务机构落地深圳

《行动方案》提出打造上市公司并购重组服务一流中心，支持深圳证券交易所构建更加适应上市公司并购重组的发展体系，加强市场培育并为相关项目提供全周期、一站式服务。发挥深交所科技成果与知识产权交易中心、区域性股权市场等在促进技术

并购和投融资对接的作用。在提升专业化服务方面，引导证券机构、公募基金、风投创投等机构加大并购重组业务布局和投入力度。加快培育并购重组专业服务头部机构，支持全球专业服务机构在深设立总部或者分支机构。支持上市证券公司通过并购重组提升核心竞争力，加快建设一流投资银行。在人才建设方面，《行动方案》提出构建上市公司并购重组人才汇聚高地，建立上市公司并购重组人才滚动培养计划，引进具有“产业+金融”复合背景的高层次并购重组人才在深发展。

要点六

加强专项协调和制度保障

围绕促进并购整合和产业集聚，进一步活跃并购重组市场、优化行业生态，《行动方案》提出加强并购重组区域联动、支持专项研究、加大政策宣传推广力度等，鼓励上市公司围绕产业转型升级整合跨产业企业、同类企业、产业链上下游企业资产，强化城市联动、加强区域间产业对接合作并加快形成产业规模效应。支持有条件的协会、机构设立并购重组相关专业委员会，凝聚各方力量促进行业高质量发展，促进上市公司并购重组项目、企业、技术、人才、资金集聚。为更好发挥政府协调保障机制作用，《行动方案》提出成立央地协同、市区联动的并购重组联席会议机制，协调推进上市公司并购重组相关工作，及时反映和协调解决并购重组项目面临的政策障碍，强化相关政策扶持，支持有条件的区打造并购集聚区，搭建并购重组服务平台。

(接下一页)



要点七

避免上市公司盲目扩张

《行动方案》表示，加强对并购重组活动的风险监控，在并购重组推进过程中加强对税务、财务、信息披露等方面合规性审查，对并购标的、并购价格与真实性进行审慎把关，加大对上市公司投资者的保护力度。倡导在资产债务稳健的前提下开展并购重组，避免上市公司盲目扩张、违规并购。加大对并购重组过程中违法违规行为的惩戒力度，维护金融安全与社会稳定。

【政策解读】

打造新质生产力投融资活跃区

支持向“新”转型

行动方案提出，围绕深圳“20+8”战略新兴产业和未来产业布局，深化并购重组标的项目的储备、整合和对接等服务。

行动方案明确，建立健全深圳上市公司并购重组标的项目库，形成基本覆盖深圳重点产业领域的并购标的项目储备资源。对于符合证监会并购重组政策要求的项目，积极推进申报；对于暂不符合但属于“硬科技”“三创四新”属性领域的项目，纳入深圳后备项目库培育。加快推出一批符合国家产业政策、具备并购重组潜力、具有发展前景的优质项目，形成“后备一批、意向一批、储备一批”的滚动实施机制。

支持向新质生产力方向转型发展。支持上市公司聚焦战略性新兴产业、未来产业等进行并购重组，收购有助于补链强链和提升关键技术水平的优质未盈利资产，以及支持“两创”板块公司并购产业链上下游资产等，引导更多资源要素向新质生

产力方向聚集。

联通香港资本市场打通境内外并购资源。依托香港资本市场优势，有序推进并购重组项目、金融产品等互联互通。鼓励深港合作设立并购重组相关的投资基金，支持境内外机构投资科技成果转化应用。支持深交所与香港联合交易所在探索深化股债融资、并购重组制度机制互联互通等方面加强合作，在整合两地产业资源和创新资源、丰富并购融资工具、提高支付灵活性上先行探索，争取推动创新性并购重组案例落地。

加速完善金融政策“拼图”

“深圳是创新之城，也是创新资本形成中心，有强大的产业基础、有优秀的企业集群，这是我们落实‘并购六条’最大的底气。”深圳市委金融办有关负责人说。

截至11月22日，深圳共有境内外上市公司574家，A股上市公司422家，A股上市公司总市值超过9万亿元。深圳有国家级高新技术企业2.5万家，国家级专精特新“小巨人”企业1040家，市场有丰富的并购需求及标的资源。

今年以来，深圳继续积极通过并购重组推动产业整合和升级，深圳上市公司及其子公司今年首次公告的并购重组项目累计90单，其中已完成34单，完成项目的交易总价值102.54亿元，名列全国主要城市第二。

从首提“大胆资本”，明确引领创投机构投早、投小、投硬科技，并圈定到2026年形成万亿级政府投资基金群的目标；到首发并购重组专项政策，明确打造新质生产力投融资活跃区，并描绘到2027年深圳境内外上市公司总市值突破15万亿元、并购重组交易总价值突破300亿元的“新蓝图”……种种迹象表明，深圳正加速完善金融政策“拼图”，持续加快科技、产业、金融一体化发展步伐。

(完)



客户提醒 | 国际贸易 / 国家安全

特朗普第二任期内的关税政策预测

2024年11月

来源：物流及跨境兵团 朱琳（译）

作者：David E. Bond, Gregory Spak, Ron Kendler, Matt Solomon, Samuel Scoles, Ian Saccamanno

当选总统唐纳德·特朗普将于2025年1月20日第二次就任总统。特朗普及其竞选团队的高级顾问已承诺并预计将进一步提高进口关税作为其新政府的首要任务之一。目前，特朗普将如何具体实施关税上调尚不确定。他对高级贸易职位的任命、国会权力平衡、其他国家的反应以及外部因素都将影响其政府实现总体政策目标的方式。

关注其他经济体对特朗普政府关税政策的反应也将非常重要。如果出现报复措施并引发关税升级的连锁反应，可能对世界经济造成比预期更严重的影响。另一方面，如果其他经济体能与特朗普政府成功谈判以缓和美国的行动，那么关税上调的后果可能没有预想的严重。

可能的贸易政策相关优先事项

与第一任期类似，特朗普承诺对他认为对美国不公平的国家提高贸易壁垒，降低国内税收，并支持国内石油和天然气的发展。然而，相较于第一任期，这些领域的议程似乎变得更强硬。尽管具体细节尚未敲定，但企业应预期特朗普第二任期内关税和其他贸易措施将带来显著更多的扰动。主要优先事项可能包括：

加剧与中国的经济对抗：特朗普政府的重点可能是进一步增加针对中国的贸易限制。除了提高关税外，特朗普

政府可能还会扩大利用国家安全限制，针对中国及在第三国的中国实体。

全球关税：特朗普政府可能会提高对来自世界其他地区的所有进口商品的关税。这可能采取单一的全球行动，也可能是一系列有针对性的关税提高（可能伴随着谈判）。

重新谈判《美国 - 墨西哥 - 加拿大协定》（USMCA）及解决其他国家的市场准入问题：如第一任期一样，特朗普可能通过关税威胁施压其他国家，迫使其为美国提供更有利的市场准入条款。重新谈判 USMCA 是最确定的行动领域。USMCA 的新要求是协议各方需在六年后对文本进行审查，这一要求将在2026年7月生效。

将能源开发重点从绿色能源转向国内石油和天然气生产：特朗普多次承诺结束拜登政府的绿色能源开发计划，优先发展国内石油和天然气生产。然而，行政部门在这一领域的行动潜力可能有限。总统可以修改某些《信息减少法案》（IRA）的实施法规，使税收抵免更难以获得。特朗普无法在没有国会行动的情况下废除 IRA，而由于共和党在国会两院仅拥有微弱多数，这可能会面临困难。在石油和天然气开发方面，特朗普最可能的政策选项是恢复发放天然气出口许可证并扩大公共土地租赁。

公司税和所得税减免：对于某些国内行业而言，新一轮的所得税减免可能部分抵消更高投入成本和减少外部市场准入带来的损失。在竞选总统期间，特朗普既承诺为企业和工人提供新的税收减免，也表示支持延长他第一任期内2017年通过的公司税和个人所得税减免。税法的变化需要国会授权，共和党立法者通常会支持。

贸易政策领导团队

总统需任命约4,000名高级职位的政治人员，以指导行政部门的运作——对于任何新政府而言，这都是一项重要的行政工作。特朗普尚未宣布高级贸易政策职位的任命，但他第一任期中的熟悉面孔可能会回归（包括罗伯特·莱特希泽和詹米森·格里尔）。在参议院共和党多数的情况下，特朗普应能为大多数他选择的候选人获得任命确认。

关税政策

特朗普通常认为，美国在国际贸易中受到不公平对待，这对美国制造业造成了重大损害。一些人认为，这种对不公平对待的看法往往基于片面的关系解读，忽视了美国自身的贸易壁垒，并对贸易逆差的成因和影响缺乏完整理解，但这仍是特朗普及其顾问世界观的重要组成部分。在特朗普

(接下一页)

认为贸易关系失衡的范围内，他将寻求通过积极使用贸易政策工具(包括关税)和强硬的谈判策略来纠正这种失衡，正如他在第一任期所做的那样。

特朗普的优先事项可能受特定政策争议、供应链安全利益、助手和企业高管向其反映的美国工业问题、新闻报道以及贸易数据的影响。

根据特朗普总统竞选团队的声明以及可能担任高级政策职务的贸易政策从业者的意见，特朗普第二任期可能会迅速寻求在全球范围内施加新关税，其中更高的关税将针对来自中国的进口商品(以及可能来自中国所有权企业在第三国的进口商品)。

这一政策的具体细节尚不明确。特朗普及其顾问提及了不同的关税税率和政策目标，通常建议对中国实施60%的关税，对全球实施10%或20%的关税。同时，对于某些国内无法供应的产品，可能存在申请关税豁免的机会。接近特朗普竞选活动的消息人士指出，他们正在考虑对某些产品(如关键矿物)实施小规模豁免，而部分制成品的关税可能会较为缓慢地逐步实施。

关税政策的具体策略、谈判选项、税率、时间表以及法律依据将由特朗普任命的关键领导职位人员来决定。

行政部门关税选项

根据美国宪法，总统没有普遍的权力提高或降低关税水平。然而，国会已授予总统在特定情况下实施和修改关税及其他贸易壁垒的广泛权限。特朗普的第二任期可能无法如其总统竞选中所提议的那样，未经国会立法实施单一的全球基准关税，但仍可通过现有权限建立显著的关税。

在第一任期内，特朗普大幅扩展了多项贸易政策权限的使用。他依赖1962年《贸易扩展法》第232条

和1974年《贸易法》第301条，对来自中国的多种进口商品以及来自全球大部分地区的钢铁和铝制品提高了关税。他可能会再次使用这些权力，对特定国家和商品逐步提高关税。

第301条和第232条调查不会形成单一的“普遍”关税，并且需要相关机构在实施关税前进行耗时的调查。不过，这些权限可能是优先选项，因为特朗普及其团队对这些权力的使用有经验，它们提供了比单一全面行动更多的灵活性和细微差别。此外，美国法院迄今未对特朗普第一任期内根据第232条和第301条实施的关税提出异议。

特朗普的顾问还建议使用1930年《关税法》第338条。第338条赋予总统对歧视美国产品的国家采取关税和进口禁令等措施的权力。与第232条和第301条不同，第338条在总统做出歧视性认定和补救之前不需要进行冗长的调查。政府自1930年代以来未使用过第338条，但该条款仍是现行法律的一部分。

另一个选项是使用《国际紧急经济权力法案》(IEEPA)，以命令更广泛的关税增加。接近特朗普的贸易政策顾问，包括莱特希泽，表示IEEPA是特朗普任期初期快速行动的选项。IEEPA紧急声明的广泛应用可能使特朗普政府能够实施单一的全球关税，尽管这一行动可能面临法律挑战。尽管没有总统曾使用IEEPA实施关税，其前身《与敌国贸易法》曾在尼克松政府时期为应对国际收支危机而被用于实施普遍关税。

1974年《贸易法》第122条是当前对国际收支危机采取关税措施的法律依据，但尚无总统使用过该条款。由于第122条授权的关税规模有限(15%)且持续时间较短(150天)，这可能使其对特朗普政府而言吸引力不足。

立法部门关税选项

如果特朗普能在国会中获得足够支持，也可能通过立法行动。共和党立法者已计划推出减税方案，并可能将关税增加作为补偿国内税收减少的手段。尽管第301条、第232条和IEEPA等行政部门权限是总统的强大工具，但根据这些权限实施关税可能耗时并引发法律挑战。如果国会通过修订美国关税表的法案，关税的快速实施将面临较小的法律风险。

与当选总统关系密切的顾问最近与有影响力的共和党立法者讨论了这一策略。竞选期间，特朗普表示，他将使用关税支付其他税收减免，这似乎是与国会讨论中的策略。然而，共和党声明中并不清楚以收入为重点的关税在实践中会是什么样子。自19世纪以来，美国并未将关税作为主要收入来源。在2022财年，美国政府的总收入为4.9万亿美元，其中仅有1118亿美元(2.3%)来自关税、税费和对外贸易费用(包括现行第301条和第232条关税的收入)。

目前尚不清楚国会能否形成支持立法关税增加的多数联盟。共和党在参议院拥有较为舒适的多数席位，但在众议院仅拥有微弱多数。国会中的亲商共和党人可能会反对这种行动，从而阻碍任何立法努力。此外，特朗普本人可能也会反对立法行动，更倾向于使用他可以控制的行政部门权力。

重新启动贸易谈判的潜力

另一个值得猜测的领域是特朗普计划在多大程度上将其威胁关税作为谈判新贸易协议的筹码。尚不清楚特朗普提高关税的承诺与改善贸易协议的承诺之间的关联。一些人认为，

特朗普的关税威胁是谈判工具，旨在从其他经济体中获得新让步。例如，2024年9月16日的一次采访中，特朗普总统竞选活动的一名高级成员将关税威胁描述为一种“谈判筹码”，用以迫使其他国家降低针对美国出口商的贸易壁垒。

特朗普竞选平台也提及了这些利益，表示特朗普将重新谈判贸易协议并解决其他国家的不公平贸易行为。然而，特朗普竞选团队的一些高级顾问认为关税本身就是一种可取的政策目标，他们将国际贸易归咎于美国国内经济的挑战，并认为关税是解决方案。在2024年11月1日的一篇文章中，莱特希泽提出了实现贸易“公平和平衡”的“三种方法”：(i)对国际贸易进行政府许可；(ii)对在美国的外国投资征税(旨在阻止外国投资)；(iii)实施关税。莱特希泽在评论中并未提及谈判新贸易协议，认为限制贸易和投资是更优的政策战略。

尽管如此，在特朗普的第一任期内，他确实通过实施新关税或威胁实施新关税来进行贸易谈判，例如中美第一阶段协议的谈判、重新谈判北美自由贸易协定(NAFTA)以创建美墨加协议(USMCA)、与日本谈判新的特定行业市场准入协议，以及修改韩美自由贸易协定(KORUS)。在特朗普第一任期结束时，美国还在与英国和其他几个经济体初步谈判新的贸易协议。如果特朗普第二任期的真正政策目标是从其他国家获得新的市场准入让步，那么就可能有机会就特定贸易问题谈判小规模贸易协议，并通过威胁提高关税来管理谈判。

如果特朗普政府决定追求新的贸易协议，其策略可能是双边谈判。在第一任期内，特朗普采取了类似模式，退出了跨太平洋伙伴关系协定(TPP)等多边安排，并与日本签署了新的行业协议，同时更新了KORUS。鉴于

特朗普在2017年退出了TPP，特朗普第二任期可能也会暂停拜登政府的两个区域经济合作安排：印太经济繁荣框架(IPEF)和美洲经济繁荣伙伴关系(APEC)。特朗普在竞选连任时承诺，在其上任第一天终止IPEF，称其为“第二个TPP”，尽管IPEF并未包含任何有争议的市场准入条款。相较之下，与台湾和肯尼亚的双边谈判可能会继续，并可能扩展为传统的自由贸易协定(FTA)谈判。

美中贸易争端升级

由于复杂的区域供应链和跨国企业，美中贸易战可能对第三国产生深远且难以预测的影响。在竞选总统期间，特朗普誓言大幅增加对来自中国进口的限制，包括要求对所有进口商品征收60%的关税。特朗普还寻求阻止中国拥有的公司通过第三国向美国出口，寻求针对性的关税和投资限制。例如，特朗普威胁对中国实体在墨西哥制造的汽车进口征收200%的关税。全面排除中国实体参与跨国工业供应链的努力可能会对涉及中国公司的新投资和合资企业，特别是在亚洲和墨西哥，构成重大风险。

基于国家安全的针对性限制将继续存在，这对市场准入产生重大影响。在美中竞争和供应链安全成为华盛顿的核心议题之际，国家安全利益在美国国际经济政策中的地位不断提升。加强对安全风险的关注尤其在数字贸易和高科技产品领域显得尤为明显，这些领域历来是美国在对外贸易中的优势。2024年出台的新法律和规定将限制与外国对手国家相关的数据交易、商业交易和数字应用。政府还在制定针对特定技术产品(如车辆和无人机)的数字交易安全限制。出口管制的适用范围也在

扩大，限制在一些对这些管制几乎没有经验的先进技术领域的出口。基于安全的排除政策可能会在特朗普政府下继续实施，这可能会对国际供应链和投资产生重大干扰。

前景

随着当选总统特朗普准备于2025年1月20日再次上任，关于他政府贸易政策的期待和担忧并存。特朗普及其高级顾问强调，增加进口关税将是政府的优先事项，尽管实施细节仍不确定，这引发了广泛的猜测。政府的政策将受到多种因素的影响，包括特朗普对高级贸易职位的任命、国会中的权力平衡、其他国家的反应以及其他外部因素。在接下来的几个月里，企业需要密切关注这些事态发展，以了解政府的短期计划及其对贸易政策的潜在影响。

White & Case LLP
701 Thirteenth Street, NW
Washington, District of Columbia
20005-3807 United States
T +1 202 626 3600

In this publication, White & Case means the international legal practice comprising White & Case LLP, a New York State registered limited liability partnership, White & Case LLP, a limited liability partnership incorporated under English law and all other affiliated partnerships, companies and entities. This publication is prepared for the general information of our clients and other interested persons. It is not, and does not attempt to be, comprehensive in nature. Due to the general nature of its content, it should not be regarded as legal advice.

© 2024 White & Case LLP

(完)

新型离岸贸易： 数字文明时代的外贸 新业态

作者：严才明 上海财经大学公共政策与治理研究院研究员、博士

新型离岸贸易，是传统跨境与离岸贸易借助数字技术支撑、通过对海外流通设施和国际物流枢纽的有序布局，由平台、电商、跨境物流与离岸服务融合形成的外贸新业态，是对外贸易与服务领域的新质生产力。党的二十届三中全会指出，要稳步扩大制度性开放，积极应对贸易数字化、绿色化趋势，营造有利于新业态、新模式发展的制度环境，支持新型离岸国际贸易发展。

传统离岸贸易

传统离岸贸易是区别于国内贸易和跨境进出口贸易的一种国际贸易形态，包括离岸货物贸易和离岸服务贸易两种形式。

离岸货物贸易，是指注册在离岸司法管辖区的跨国公司或境内外居民发生在注册地或居住地以外的国际贸易活动。包括：境内居民与非居民之间的货物贸易、居民的纯境外贸易和非居民的境内贸易业务。

传统离岸货物贸易主要有过境贸易、转口贸易、离岸转手买卖、全球采购、委托境外加工、境外承包工程、境外购买货物等业务类型。广义的离岸货物贸易，还可包括自由贸易港、口岸隔离区、境内免税店等面向境外旅客的零售业务和海外仓、边贸互市贸易活动。该类贸易货物不进出贸易主体所在国关境，或虽进出关境，但无需报关申报，属于不征税或免税业务。

如过境贸易，是指一国出口货物出境陆路运输中，需要过经中间国家或经过其转运、仓储、起卸才能到达目的国的货物贸易方式，过境货物在途经国家可能发生过境交通或转运等离岸费用，

但一般不在过境地发生税收义务。

转口贸易，是指海运或航空运输中需要通过第三国口岸中转完成的进出口贸易方式。与过境不同，转口贸易一般要在转口地卸载或转移物权，即可由第三方转卖，或在转口地经简单加工、分装后再转卖到第三国，但简单加工不能实质性改变转口货物形态，也不改变其原产地属性和进口国给予原产地的关税待遇，转口地海关实行保税管理，货物不进入关内区域。

离岸转手买卖，源于转口贸易离岸销售方式的拓展，包括国内贸易商自境外采购货物直接在境外销售，国内居民从非居民处购买货物又随手转售给另一非居民，以及物权凭证的离岸转手买卖业务。如基于仓单提单的离岸大宗商品买卖，境内保税区内货物提单仓单转卖，居民和非居民之间境外不动产或物权凭证买卖等。

离岸转手买卖的国际收支交易编码与转口贸易同类（122010），但相较于转口贸易，离岸转手买卖的物权改变频繁，资金也随物权转移随时结算，兼具投资、流通和金融属性，离岸转手买卖的原油、有色金属、矿产品，还有“底层资产”特征。

全球采购，是指跨国公司区域总部、销售或采购中心为成员企业生产配套需要统一提供低成本、高性价原材料的全球性资源配置活动。包括根据境外客户采购指令采购的原材料或零部件，需要在境外第三国离岸采购又在境外

组装销售的货物等。全球采购货物不进出总部中心所在国关境，但需跨境支付采购款项，并向境外收货企业收取货款。

委托境外加工，是指境内制造企业因技术能力、工艺局限或比较成本因素，将半成品或产成品委托境外加工后直接在境外供货或销售的离岸贸易模式。包括境内企业提供原料的带料加工模式，境外供应商提供原料的离岸加工模式，和国内企业自境外采购原材料、零部件直接发往境外第三方的委托加工模式。

境外承包工程，是指中标境外工程项目的境内建筑企业直接在项目所在地或从境外第三国供应商采购建材、结构件、工程机械、水电设施和建筑劳务并用于境外工程项目的离岸业务，采购资金可能从境内跨境垫付，也可从境外项目预付款中支付。

离岸服务贸易，是指一国居民企业在境外离岸区域向居民或非居民提供营业性服务并收取外汇的贸易形式，需具备三个条件，即服务提供在境外、服务地点在境外、服务对象在境外，传统服务不能时空分离和跨境提供，只能以离岸形式存在。

新型离岸贸易

新型离岸贸易，是指数字技术的介入使传统的跨境、离岸贸易与服务融为一体，形成数实融合、货物与服务贸易融合、跨境提供与离岸提供融合的贸易方式。新型离岸贸易的比较成本大幅降低、贸易效率大幅提高，是推动外贸新业态发展的新质力量。

如由数字化平台信息撮合搭成的新型离岸货物贸易，就是跨境电商向离岸转手买卖性质的纯境外交易延伸，这种买全球卖全球的交易货物不报关入境，而只在境外提供、境外消费，但平台内电商需从本国支付、收取和结算外汇，赚取贸易差价。在平台信息技术支撑下，新型离岸货物贸易可数字化实现几乎所有的传统离岸货物贸易目标。

数字化时代的离岸服务，则突破了服务不可贸易规律，更显新质特征。按经营属性分，新型离岸服务可分为离岸金融服务和离岸非金融服务，两者与离岸（跨境）货物贸易关联性均较密切。

数字金融服务是基于移动支付与分布式账户形成的新金融产品、新金融服务的价值创造模式，数字金融环境下，

(接下一页)



银行更有能力对信息不对称的离岸贸易服务提供金融支持，如以信用贷款替代传统的抵押和担保贷款模式，通过对客户商业数据信息和过往信用记录分析，解决信息更不对称和道德风险问题，并大幅提高信贷效率，降低服务成本和金融风险。

离岸金融服务涉及范围很广，境内有资质金融机构为非居民公司或个人提供的投融资服务均可归入。如吸收非居民存贷款、外汇买卖等离岸银行业务，离岸保险、融资租赁、离岸基金理财等资产管理类业务，数字货币、央行票据等离岸发行业务，离岸信托、科技金融、数字金融离岸业务等。

数字文明时代，离岸金融涵盖的服务内容均可通过数字金融实现，并可将跨境与离岸金融服务融为一体。如为跨境电商、离岸电商提供的跨境支付、结算和结售汇服务，离岸金融要素市场、债券市场和同业拆借服务，人民币国际化账户服务，非居民企业自由贸易货币账户（FT 账户）服务，数字支付与离岸数字人民币服务等。

由于跨境支付和结算需要主体资格、支付通道、支付货币的准入性、合法性、许可性认定，受国际银联组织结算与清算规则约束，并由国家主权信用作担保。一国货币能否实现跨境支付，是否有自己的跨境支付通道，也是一国金融安全和主权信用力的体现。

我国从 2015 年起建立了离岸金融支付体系即跨境人民币支付（CIPS）系统，2023 年人民币跨境支付业务已覆盖 131 个国家，在全球跨境支付货币中列第五位，支付总额占全球 3.71%，有 82 个“一带一路”国家参与共建，是仅次于 Swift 系统的离岸金融支付体系。

离岸服务业务，原仅限于在离岸区域独立发生的劳务和生活服务活动，也包括离岸外包、近岸外包和在岸外包服务等拓展形式。

数字文明时代，大数据产业又衍生出更多的新型离岸服务形式，如软件研发、电路设计、测试平台研发、系统运维等信息技术外包（ITO）服务；企业内部管理流程设计、数据分析、运营管理、供应链管理等业务流程外包（BPO）服务；技术研发、工业设计、数据挖掘、教育课件、动漫、人力资源、法律会计等知识流程外包（KPO）服务等。

新时代的跨境数字服务还使跨境与离岸贸易服务融为一体，成为新的外贸业态。如数字化平台主导的跨境信息服务、跨境物流服务、海外仓储服务、

跨境商务服务、跨境股权投资服务、跨境社交媒体服务和搜索引擎服务等，并随着技术进步而不断融合创新，孪生出新的离岸贸易形态。

业态特征与发展趋势

离岸贸易是以一国居民或非居民为主体，完全在境外发生的货物和服务贸易业态，因贸易标的物没有跨境行为发生，贸易额也不纳入海关统计。但国内贸易主体有贸易收入或所得，可能涉及境内纳税义务。纯粹的离岸贸易产值不计入国内生产总值（GDP），但可计入国民收入（GNP），体现国民财富价值。

广义的离岸贸易，也可包括发生在境内关外的口岸隔离区、自由贸易区、边贸、境内海关特殊监管区域的贸易服务，在 GDP 中体现其贸易服务价值。

与一般跨境贸易的交易特征与业务流程不同，离岸贸易没有跨境行为但有跨境支付发生，货物、信息、资金和单证流向不能保证一致性，也不构成出口货物退免税要件。但仍应符合商业规律和交易合理性，发票（invoice）、提单、关单（如有）、运单、仓单、水单（结汇），仍是印证离岸贸易合法性和合理性的法定凭证。

数字服务的融合只改变和拓展对外贸易业态，但不改变离岸贸易以居民或非居民为主体、完全在境外发生的业务本质。因此，对新型离岸贸易的受益、服务、管辖，均属于国际跨境治理范畴，应服从国际高标准经贸规则和治理准则，通过双边或多边协定或协商程序，分享权益并承担义务。如对离岸贸易间接税消费地征税主权的遵从，境内关外海关特殊监管区域的保税免税，均实行比跨境贸易更为简便的业务流程。但对离岸资金的跨境支付和收结汇，则可能面对比一般跨境贸易更复杂的外部环境和骗汇、洗钱等金融风险。

需要指出的是，国际社会和我国所鼓励发展的新型离岸贸易，并不是那种在离岸中心或离岸管辖区开设离岸公司并以规避税收为目的的离岸业务。

所谓离岸中心或离岸管辖区，是指那些没有或只是象征性征税、不与第三国签署避免双重征税协议的离岸区域，典型如英属开曼群岛、维尔京群岛、巴



哈马和百慕大等地，那些在离岸中心注册的离岸公司，在注册地也没有离岸贸易或服务的实质性业务发生，纯粹是将其在离岸地以外发生甚至虚构的贸易活动价值反映在离岸区域，以转移利润或侵蚀税基，规避或减少业务发生地、收入来源地或价值创造地所应该承担的纳税义务，违反市场竞争原则，理应受到国际社会反避税、反洗钱规则的规范约束。

就离岸金融服务而言，离岸中心与离岸金融中心也不是一回事。前者在离岸地只有形式上的账簿记录而无实质性金融业务发生，纯粹是域外金融服务的离岸避税庇护所。而离岸金融中心虽有税收优惠，但遵守国际税收竞争基本规则，旨在维护资金和资本的自由流动权利，降低金融服务制度性交易成本。离岸金融中心也是一国离岸货币、离岸银行业务和离岸金融市场市场的试验场，全球有 70 多个离岸金融中心，尤以纽约、伦敦、香港和新加坡的离岸金融市场最为活跃，其中香港是人民币最大的离岸金融中心。

离岸金融服务强调交易货币的离岸性和交易主体的非居民性，即两头在外。近年来，由于新型离岸贸易等外贸新业态的兴起，离岸金融账户越来越倾向于境内境外分离型设置，如美国就要求跨国公司设立专门账户，以区分境外美元和境内美元；吸收离岸存款也仅限于非居民与非本国注册法人，而离岸贷款则只能在境外使用，以避免离岸本币向国内金融市场过多渗透，产生汇率风险从而影响币值稳定。

随着数字服务对离岸贸易融合渗透的深入，跨境贸易与新型离岸贸易发展将出现四个转向：

转向一

从货物贸易转向服务贸易，其中数字与金融服务的离岸贸易份额逐步提高；

转向二

从产成品贸易转向原材料和中间品贸易，离岸转手买卖、全球采购等离岸贸易份额逐步提高；

转向三

从一般贸易转向加工贸易，委托境外加工形态的离岸贸易份额逐步提高；

转向四

全球贸易供应链的利润空间进一步向微笑曲线的两端倾斜，加工环节增值分享继续被挤压，注册在离岸中心的跨国公司总部则支配着更多的创新增值和利税空间。

如苹果手机 500 多个零件就靠全球几百家工厂离岸加工完成，原材料成本占 21.9%，组装成本占 5.3%，总部收益则占 58.5%。2015 年，苹果公司将知识产权资产装进爱尔兰的“专利盒”中，其全球实现的离岸利润也随之享受 12.5% 的所得税率优惠，以至于 2024 年欧洲法院裁定爱尔兰给苹果的所得税优惠违法后，苹果一下要补交 136 亿欧元税款，约占爱尔兰年财政收入的 13%，“矮腰经济”的离岸洼地效应，让爱尔兰财政发了一笔天外之财。

（作者严才明为上海财经大学公共政策与治理研究院研究员、博士，浙江省税务学会常务理事，著有《增值税的效率分析》，《竞争与合作：自贸区功能拓展与跨境税收治理》等）。

（完）

行业动态

作者：公共事务发展中心 孙豪杰

国家发改委：引导大型物流企业扩大运力规模，培育更多具有国际竞争力的骨干物流企业

11月28日，国务院新闻办公室举行国务院政策例行吹风会，介绍有效降低全社会物流成本的有关政策措施。11月27日，《有效降低全社会物流成本行动方案》公开发布，将“促进产业链、供应链融合发展”作为降低物流成本的重要任务，推动物流与产业联动协同降成本。国家发展改革委经济贸易司负责人吴君杨在发布会上表示，针对我国制造业比重比较高的特点，必须深化产业链、供应链融合发展，通过物流和相关产业的协同创新降成本。《行动方案》重点从三个方面进行了部署。首先是提升物流企业的综合服务能力。引导大型物流企业扩大运力规模，培育更多具有国际竞争力的骨干物流企业。促进中小物流企业向专精特新方向发展，在专业化的细分领域“深耕细作”，培育特色竞争优势，推动物流企业全面提升服务质量、时效和便利度，更好满足实体经济对物流的需求。

EA 点评：上述政策的发布，标志着我国在降低物流成本、提升物流效率方面迈出了重要一步。该方案通过促进产业链、供应链融合发展，推动物流与产业联动协同降成本，旨在提高经济运行效率，对构建高水平社会主义市场经济体制、加快构建新发展格局、推动高质量发展具有重要意义。此外，通过深化物流领域重大体制机制改革、加强创新驱动和提质增效等措施，不仅为物流行业带来新的发展机遇，也为供应链管理企业，提供了明确的发展方向和政策支持。



中共中央办公厅、国务院办公厅：《关于数字贸易改革创新发展的意见》

近日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于数字贸易改革创新发展的意见》（以下简称《意见》）。商务部有关负责人就《意见》进行了解读。《意见》包含三方面重点任务：

一是数字贸易细分领域和经营主体发展。包括积极发展数字产品贸易、持续优化数字服务贸易、大力发展数字技术贸易、推进数据订购贸易高质量发展、培育壮大数字贸易经营主体等5项任务，着力塑造我国数字贸易发展新动能新优势。

二是推进数字贸易制度型开放。包括放宽数字领域市场准入、促进和规范数据跨境流动、打造数字贸易高水平开放平台等3项任务，着力扩大我国数字领域对外开放。

三是完善数字贸易治理体系。包括积极参与数字贸易国际规则制定、深化数字贸易国际合作、加快构建数字信任体系、加强数字领域安全治理等4项任务，着力提升我国数字贸易治理水平。

EA 点评：当前，中国数字贸易发展迅速，已成为国际贸易的新增长点和经济发展的新动能。《意见》的出台，旨在进一步加强数字贸易系统谋划、政策创新和跨部门、跨领域、跨行业统筹协调，推动构建更高水平开放型经济新体制，促进数字贸易发展提供指导。这不仅展现了中国在数字贸易领域的前瞻性和主动性，也为全球数字贸易的发展贡献了中国智慧和中国方案。

国家发展改革委：以旧换新带动新能源车和节能家电销售

国家发展改革委日前表示，一系列最新数据显示，消费品以旧换新政策取得显著成效，推动我国消费潜力释放、绿色转型加快。

加力支持消费品以旧换新政策落地后，全国家用电器和音像器材类销售额8月份实现由降转升，

9月份同比增长20.5%。全国乘用车零售额9月份同比增长4.5%，6个月以来首次实现由负转正。

国家发展改革委表示，接下来，将组织地方加快完善覆盖县、乡、村的回收网络，指导中国资源循环集团设立全国性、功能性资源回收利用平台。

EA 点评：消费品以旧换新政策的成效显著，体现了我国在刺激内需和推动绿色消费方面的积极进展。从短期来看提振家电和汽车等大宗消费品市场，促进销售额的增长；而从长期来看，以旧换新政策则有助于通过完善回收网络和建立资源回收利用平台，提高资源的循环利用率，进一步促进环保意识的普及和绿色经济的发展。对于家电企业而言，需要在把握市场机遇的同时，积极应对挑战，通过技术创新和市场策略调整，实现可持续发展。

习近平总书记：推进中国式现代化，科技要打头阵

近日，习近平总书记在安徽合肥滨湖科学城，察看近年来安徽省重大科技创新成果集中展示，同现场科研人员和企业负责人亲切交流。习近平说，推进中国式现代化，科技要打头阵。科技创新是必由之路。党中央非常重视和爱惜科技人才。“人生能有几回搏”，大家要放开手脚，继续努力，为实现科技自立自强贡献聪明才智。

EA 点评：习近平总书记的讲话强调了科技创新在推动中国式现代化中的核心作用，对于企业而言，在数字化转型的过程中，必须将科技创新作为驱动力，通过加强科技研发和产业融合、深化科技体制改革、构建数据治理体系等措施，探索适合自己的数字化转型路径，以此提升企业核心竞争力。

(完)

公司动态

作者：公共事务发展中心 孙豪杰

怡亚通斩获“2024 中国产业数字金融企业 50 强”殊荣，并荣膺产业链供应链数字经济典型案例之一

怡亚通作为特邀嘉宾出席 2024（第六届）产业链供应链数字经济大会，并凭借在产业数字金融领域的杰出成就，斩获“2024 中国产业数字金融企业 50 强”殊荣。此外，怡亚通基于数智化驱动的‘供应链+产业链’融合服务平台，经过专家评审及对外公示，荣膺产业链供应链数字经济典型案例之一。

怡亚通号”卫星成功发射

11月11日，由怡亚通河北综合商业平台联合天津云遥宇航科技有限公司推进实施的“怡亚通号”卫星通过力箭一号遥五运载火箭在酒泉卫星发射中心成功发射。这一举措标志着怡亚通在科技创新领域迈出了坚实的一步，展现了怡亚通在前沿技术与商业场景应用领域的雄心和实力，引领中国供应链行业迈向“新纪元”。

145.2亿元！怡亚通第七届进博会全球品牌签约总金额再创新高！

2024年第七届中国国际进口博览会期间，怡亚通在上海隆重举行了2024新质品牌年会暨第七届进博会全球品牌签约仪式，现场与飞利浦、研华、菲仕兰、达能、惠氏、雀巢、杰尼亚、美赞臣、罗技、宏碁、史达德、Healthy Haniel 康倍信、H&S、卡瓦利亚、纽仕兰、Herb-pharma等17家企业达成战略合作，签约总额突破145.2亿元，签约客户数量及签约总额均创新高。



上海怡亚通供应链有限公司顺利通过海关 AEO 高级认证企业复核

10月29日，上海怡亚通供应链有限公司收到海关正式通知，已成功通过海关AEO高级企业认证复核，再次获得海关授予的最高信用等级认证。这一成就标志着上海怡亚通在企业管理、财务稳健性及国际贸易安全等多个关键领域均达到了行业内的顶尖水平，彰显了其在供应链管理领域的卓越实力与深厚底蕴。

怡亚通亮相第七届中国国际进口博览会

在第七届进博会上，怡亚通与旗下香港公司-联怡国际以“立足中国链接全球”为主题，集合小怡家、新能源、大健康医疗、3c 数码科技四大业务板块最新的产品服务第七次征战进博会。



怡亚通荣获 2024 年度 (CPCF) 中央企业集采供应链年会先锋企业荣誉称号

怡亚通受邀参加2024年度(CPCF)中央企业集采供应链年会，并凭借卓越的供应链管理能力、高效的履约服务执行和过硬的产品质量，在众多供应商中脱颖而出，荣获“2024年度(CPCF)中央企业集采供应链年会先锋企业”荣誉称号！



怡亚通荣膺首届全国采购大赛“优秀支持单位”殊荣

12月2日，首届全国采购大赛在深圳完美收官，怡亚通作为大赛的重点支持单位之一，受邀出席颁奖典礼，并因其在大赛中的卓越贡献，荣获“优秀支持单位”称号。

怡亚通成功中标中国电建集团千万级螺旋管桩供应链订单

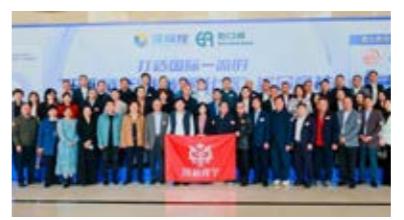
近日，怡亚通在中国电建集团贵州工程有限公司的18亿隆发共和100万千瓦源网荷储及70万千瓦光伏EPC总承包项目中脱颖而出，中标千万级螺旋管桩供应链订单。更加令人期待的是，双方的后续合作，包括支架和电线电缆供应，也即将启动。

药购网 380 战略发布会圆满落幕

11月19日，药购网380战略发布会在武汉成功举办。本次发布会以赋能基层医疗流通行业的数字化转型为目标，通过创新模式和战略布局，推动行业迈向高效、精准、共赢的新生态。

国福商学学员一行到访怡亚通，共探企业数字化转型升级新路径

11月23日，国福商学的50余名企业家学员在国福商学文化交流中心王丽峰主任的带领下莅临怡亚通，进行深入的参观与交流，怡亚通集团董事长周国辉及高层管理团队给予热情接待。在这次为期一天的交流盛会中，双方围绕“新时代、新技术、新文化、新经济——企业数字化转型升级”的主题，展开了富有成效的对话。



1997-2024，
怡亚通成立 27 周年



怡亚通物流数字货运平台·运多星累计业绩量突破 100 亿元



(接下一页)

喜报 | 热烈庆祝怡亚通2024年第一期中期票据成功发行

2024年12月18日，在控股股东“深投控”的大力支持下，怡亚通在银行间市场交易商协会公开发行了2024年第一期中期票据5亿元，本期债券主体评级为AA，债项评级为AAA，期限3年。经过激烈角逐，最终票面利率定格在3.17%，圆满完成簿记。本次债券发行利率再次创历史新低，较公司最低同等期限的债券利率下降了28BP，进一步为公司节省财务费用420万元。

数字化奖项权威发布，小怡家与物流平台联袂登榜

12月9日-10日，“2024（第四届）数字供应链发展大会”在重庆召开，怡亚通作为供应链行业的领先企业，因其对中物联物联网专委会和数字化仓储分会的长期支持，受邀参与此次盛会。



怡亚通物流深圳仓与中铁物资集团东北有限公司等86家单位成功获批为中物联全国数字化仓储企业试点单位，标志着怡亚通在数字化仓储领域的领先地位。

怡亚通物流与衢州智造新城全面合作激发新质生产力，共筑产业全球化发展新引擎

2024年12月13日，深圳市怡亚通物流有限公司与衢州智造新城管理委员会在衢州举行战略合作签约仪式，双方通过资源共享和优势互补，将围绕资本合作、数字物流、保税与外贸综合服务基地、产业出海、跨境物流、人工智能、人才培养及总部经济等多个领域展开全方位深度合作。

智造新城管委会党委书记、管委会主任方世忠、智造新城管委会党工委副书记郑志忠、智造新城管委会党工委委员、管委会副主任苏凯、工业集团董事、副总经理付亚民，怡亚通集团副总裁兼跨境及物流总裁李倩仪、怡亚通物流常务副总裁姚继胤、怡亚通物流投资发展总经理赵磊、怡亚通物流总经办副主任凌翔出席了本次签约仪式。



省政协专题调研组到怡亚通供应链公司调研

12月6日上午，省政协专题调研组赴怡亚通供应链公司调研县域经济特色产业平台建设情况。河北交投集团党委书记、董事长王国清，副总经理杨虎山参加调研。

喜报！怡亚通再次成功中标 - 中国邮政集团有限公司物资供应平台供应商入驻服务项目

怡亚通凭借强大的供应链整合能力和专业的采供服务能力，再次成功中标中国邮政集团有限公司物资供应平台供应商入驻服务项目。

喜报！上海怡亚通获评“2024年浦东生产性互联网服务平台优秀案例企业”

近日，浦东新区生产性互联网服务平台高质量发展推进会在浦东新区行政办公中心召开。会上，上海怡亚通供应链有限公司（以下简称“上海怡亚通”）凭借数字化驱动的“1+N”模式，聚焦产业链+品牌建设，打造集成式的供应链物流综合服务生态，成功与中远海科、翼舶港、工创中心等18家企业共同获评“2024浦东生产性互联网服务平台优秀案例”。



(完)

药购网·构建医药F2B2C 基层医疗终端即时配送新生态



品牌直供·终端直采·交易赋能

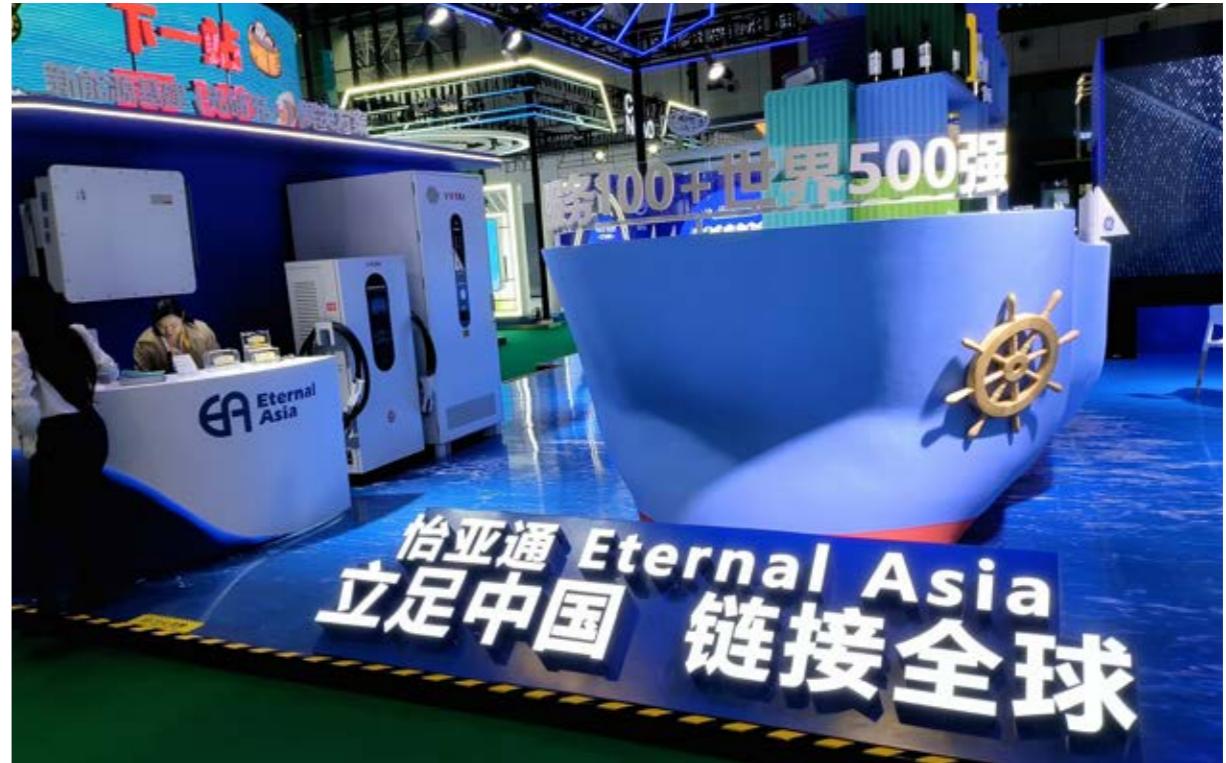


七载同行 再赴进博之约

文章来源：公共事务发展中心 作者：向克

立足中国·链接全球

随着进博会成为产业融合、创新发展、规则对接的关键平台，国内外市场和资源的互动日益紧密。在第七届进博会上，作为“中国上市公司 500 强”之一的怡亚通与旗下香港公司 - 联怡国际以“立足中国 链接全球”为主题，第七次征战进博会，向全球企业清晰传达了怡亚通作为中国与全球市场桥梁、纽带与连接器的角色定位、全球化战略目标以及国际化视野，并在此期间于上海隆重举行了 2024 新质品牌年会暨第七届进博会全球品牌签约仪式，怡亚通与飞利浦、研华、菲仕兰、达能、惠氏、雀巢、杰尼亚、美赞臣、罗技、宏碁、史达德、Healthy Haniel 康倍信、H&S、卡瓦利亚、纽仕兰、Herb-pharma 等 17 家企业达成战略合作，签约总额突破 145.2 亿元，签约客户数量及签约总额均创新高。



145.2 亿元!

怡亚通第七届进博会 全球品牌签约 总金额再创新高！

来源：新华社客户端

新质生产力作为创新增长引擎，推动着全球资源的优化配置，供应链作为新质生产力的应用场景，以数字化革新为锚点，带动国际化产业价值重构与合作共赢。

在全球化经济深度融合的浪潮中，新质生产力作为创新增长引擎，推动着全球资源的优化配置，供应链作为新质生产力的应用场景，以数字化革新为锚点，带动国际化产业价值重构与合作共赢。近些年，怡亚通持续展现出领导力和创新力，吸引了越来越多的跨国企业巨头加入怡亚通的“大家庭”。目前，怡亚通的服务网络已广泛覆盖中国大陆 320 多个大中城市，并延伸至美国、新加坡、中国香港等 10 多个国家或地区，为包括众多世界 500 强企业在内的万千海内外用户提供了优质的服务。

本次大会以“新质共创 连接无限”为主题，吸引了包括相关部门领导、行业专家学者、国内外著名企业家代表等数百位嘉宾出席。深圳市宝安区委常委、区政府党组成员、副区长董哲在开场致辞中，对怡亚通高效、专业的供应链服务给予高度评价。董哲表示，供应链服务在推动产业转型升级、提升城市竞争力、实现经济稳健发展等方面发挥着不可或缺的作用，他希望怡亚通能充分利用好进博会这一平台，进一步赋能全球品牌，拓展市场，实现共同发展。

(接下一页)



新质生产力模式

构建高质量发展的创新引擎

现代化产业体系建设过程中，品牌建设被视为新质生产力的重要体现，品牌建设是承载者，也是助推器，对高质量发展起着关键作用，在经济发展中具有重要地位。会上，北京大学光华管理学院市场营销系教授彭泗清就“共享、连接，着力构建现代新质品牌体系”发表主题演讲。彭泗清提出，面对逆全球化、数字化和新消费时代挑战，品牌需转向消费者导向，构建新质品牌体系。他提出“三三三”模型，强调关注消费者深层动机，建立价值认可、能力信任和情感亲和的关系，并通过强化品牌竞争力、内生力和亲和力实现进化。策略包括转向生态模式、追求自然美、建立真诚和亲和品牌，以适应中国消费者需求的变化和文化自信的提升。

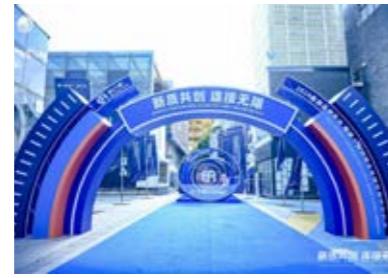
作为行业龙头及A股第一家供应链上市公司，怡亚通紧跟经济脉搏，创新构建新质生产力，采用“供应链+产业链+孵化器”的模式，聚焦大消费、新能源和大科技三大赛道，打造整合型数字化综合商社。这一模式不仅包括供应链平台服务，还涵盖产业链整合运营、品牌运营、数字化商业和企业投融孵等多维一体的服务。更好地整合多行业源头原材料优势，并提供品牌运营服务，推动产业链资源共享和协同发展。会上，怡亚通集

团副总裁兼数字化总裁王辉就怡亚通的“新、质”提出发展愿景，强调怡亚通将继续以“1+N”战略为基础，深度整合与创新，做大供应链，做强产业链，聚焦最优价值链，通过平台服务能力与数字化能力的双轮驱动，推动规模、盈利能力的双向提升。

“1+N”品牌模式显成效

进口品牌选小怡家

通过“1+N”战略服务模式，怡亚通紧密连接产业链上下游合作伙伴，实现了资源共享、互惠共赢。与此同时，怡亚通强化数字化平台与产业创新，发展AI算力，打造科技引领的供应链服务体系，旗下的B2B/B数字化平台小怡家，凭借品牌引擎、终端引擎、大客户引擎和运营商引擎四大核心引擎，为流通行业提供了全面的数字化赋能。会上，小怡家数字化B2B/B平台总裁李勇深入剖析了小怡家商业模式优势，小怡家基于数字化品牌引擎（AI）的未来平台发展，“进口品牌拓展中国市场，就选小怡家！”李勇讲到，小怡家推出全新“380计划”，通过创新“平台+营销合伙人”模式，打破了传统模式的局限，以品牌直供、商家直采的商业模式，赋能品牌方实现业绩保量增量，打造新质品牌力。



2024年，怡亚通积极打造符合自身特色的新质生产力模式，通过深度整合与创新，投资并购优化产业链布局等方式，加大在IT、医疗、机械、电子、冷链等多个产业的服务网络覆盖，推动跨产业链协同发展，构建高质量发展的创新引擎。

本次签约大健康领域四家世界品牌，取得了重大突破，“1+N”服务模式的落地成功，加速了供应链数字化、扁平化进程，为品牌商、终端门店以及供应链产业端带来了更高效、便捷的解决方案，也为国际品牌在中国的高效流通和市场拓展提供了广阔的发展机遇。

在名企分享环节上，飞利浦大中华区高级副总裁、健康生活事业群总经理吴品慧，康倍信联合创始人、大中华区总经理孟妍，以及史达德大中华区产品及创新总监郭炜，和现场嘉宾分享了与怡亚通的合作历程，并对新质品牌发展之道给出了对应的行业答案。

通过构建强大的供应链平台，怡亚通正引领着中国供应链管理向更高水平迈进。作为深圳交易团的重点采购商，本次签约总金额突破145.2亿元，再创历史新高，不仅展示了强大的供应链整合能力和数字化转型成果，更凸显了中国供应链产业在全球供应链体系中的核心地位。通过进博会这一国际平台，怡亚通与全球合作伙伴建立了更加紧密的联系，也进一步推动了自身全球化战略的实施。

(完)

第七届进博会亮点纷呈，怡亚通精彩未完待续！

撰稿：
公共事务发展中心 孙豪杰 / 深怡数字能源 戴智媛
大健康事业部 梁明凤 / 公共事务发展中心 向克（整理）

在第七届进博会上，怡亚通与旗下香港公司 - 联怡国际以“立足中国链接全球”为主题，集合小怡家、新能源、大健康医疗、3c 数码科技四大业务板块最新的产品服务第七次征战进博会（展位号：8.2 馆 B2-05）。向全球企业清晰传达了怡亚通作为中国与全球市场桥梁、纽带与连接器的角色定位、全球化战略目标以及国际化视野。

位于8.2号服务贸易馆的中心位置，怡亚通 - 联怡国际打造了一个约150平方米的开放式现代化供应链服务展厅。展厅中央，一艘宏伟的货轮模型静静地“停泊”在蓝色的水面上，象征着怡亚通与合作伙伴共同的梦想和希望，它承载着来自世界各地的商品，连接着中国与全球市场。展厅采用蓝白配色，结合流线型设计和灯光效果，展现出浓厚的现代感与科技感，体现了公司持续创新、追求高效和可持续发展的理念。

展厅共分为四大特色区域，其中小怡家数字化B2B/B平台以“品牌直采，就上小怡家”为口号，以客户产品及合作伙伴品牌墙为载体，向广大客户展示其通过品牌直供、商家直采的模式，帮助品牌商快速触达全国20万+终端渠道，依托怡亚通强大的供应链能力，实现精准的终端管理与运营。进口品牌拓展中国市场，就选小怡家！

怡亚通旗下香港公司联怡国际在8.2号馆，以“立足中国连接世界”为主题，展示了包括风光储充一体化解决方案在内的核心新能源产品及供应链服务。在这一期间，怡亚通收获颇丰，成功与来自意大利、俄罗斯、印尼等全球多国客户建立联系，深入洞察需求，为合作开启新篇章。

怡亚通在新能源领域构建了一条完整的新能源产业链，从锂矿开采起步，延伸至电池生产环节，最终形成光储充一体化解决方案。这一产业链的构建，不仅与国内外知名主机厂紧密合作，更是积极投身地方政府新能源项目，为产业蓬勃发展注入强劲动力。

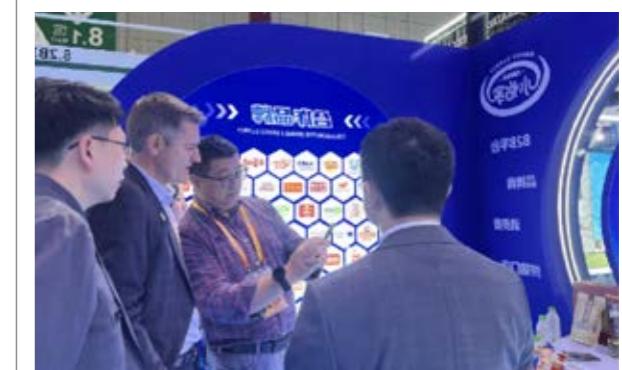
大健康事业部不仅以越比时、泽优美系列等大健康产品为依托，还携手堃博医疗，创新展示了医疗器械等核心产品，以及供应链服务、特医食品研发、医疗器械CRO等核心服务，向外界展示了怡亚通在大健康及医疗领域的最新动向。

刘丽娜女士表示：“能够参与进博会这一重要的全球性交流平台，我们深感荣幸。此次与英国牛津大学携手合作，是公司发展的新契机。”双方合作打造的大健康品牌，融合了一定的科学研究成果和先进生产工艺，针对不同人群的健康需求，努力开发出高效、安全且个性化的健康解决方案。

诺和新元 Novonesis 中国区团队及丹麦乳制品企业 Thisé Mejeri 代表分别到访怡亚通展位，就进出口贸易进行深入讨论，为未来进一步合作打下坚实基础。

此外，作为罗技中国区总代理，怡亚通还特别展示了罗技的最新AI解决方案。现场盛况空前，引得国内外客户驻足询问，人民日报、新华网、第一财经、深圳特区报等媒体也竞相报道。

凭借进博会显著的溢出效应和强大的平台属性，怡亚通不仅展示了其在供应链和产业链领域的创新成就，也进一步巩固了其作为行业领导者的地位。通过进博会，怡亚通与来自世界各地的客户和合作伙伴进行了深入的交流与合作，共同探索未来的无限可能。



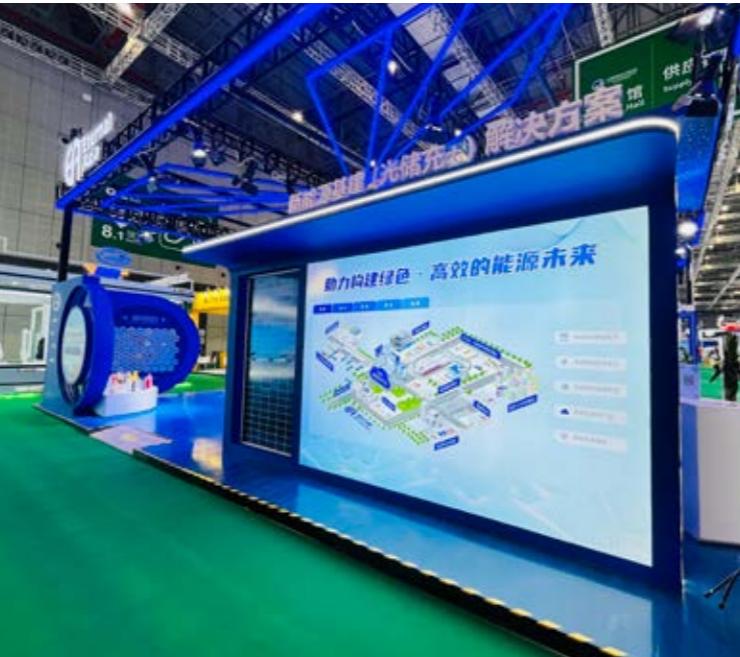
(下一页)

[进博会]

怡亚通王辉：进博会促进商业和文化交流

撰稿：新华网 石海平供稿

不但海外芯片代理、半导体产品代理和存储代理业务在不断增长，还在持续为满足国产替代需求开发新方案、新产品。



怡亚通集团副总裁兼数字化总裁王辉在接受新华网采访时表示，进博会是好的窗口和机会。“不仅能够帮助产品交流、商业服务模式交流，更多的是人文文化交流。”

王辉表示，怡亚通今年的业务布局进行了重大调整，核心领域扩展到新能源产品、高科技产品和大消费产品。在全球能源转型和可持续发展的大背景下，怡亚通积极响应国家号召，布局新能源领域，特别是在原材料供应链整合方面，如在尼日利亚的锂矿业务，从原材料的开采、进口、加工到供应给国内外的合作伙伴，都展现了怡亚通在全球资源配置中的积极作为。

在高科技领域，怡亚通专注于半导体、芯片、国产服务器以及主板解决方案，与国内外算力公司、算力企业和研究机构合作，提供算力中心业务。在全球芯片短缺的背景下，怡亚通的这一布局显得尤为重要。

王辉强调，怡亚通的核心资源在过去10年里沉淀，不但海外芯片代理、半导体产品代理和存储代理业务在不断增长，还在持续为满足国产替代需求开发新方案、

新产品。

在数字化转型方面，怡亚通在过去两三年进行了大量的数字化变革，包括ERP体系重构和管理架构的数字化。“我们建立了一支强大的IT团队，以帮助怡亚通在未来所有行业和领域中快速裂变能力。”王辉说，怡亚通的数字化进程不仅提高了存量业务效率，还扩大了覆盖范围，加快了销量提升。

据了解，在今年进博会上，怡亚通不仅展示了其在新能源和高科技领域的成果，还举行了签约金额创新高的全球品牌签约仪式。王辉透露，怡亚通在现场签约的金额达145.2亿元，覆盖多个领域，如小家电、健康类产品、保健品等。

“我们的定位是打造中国最强大的综合商社。”王辉说，未来，怡亚通可以在国内帮助进口海外服务商，也可以帮助产品提供商更好地在国内进行落地、渠道建设、产品落地、销售和营销。

(完)

怡亚通进博会刷新签约金额 新质生产力赋能数字化平台创造新机遇

文章来源：新浪财经

“145.2亿元！签约客户数量及签约总额均创历史新高！”这是在上海举办的怡亚通2024新质品牌年会暨第七届进博会全球品牌签约仪式上，主持人宣布成绩时的激动人心时刻。

在全球经济深度融合的浪潮中，怡亚通作为深圳交易团的重点采购商，紧跟经济脉搏，为品牌提供全方位的销售甚至是研发支持，赢得越来越多的世界级企业前来合作，不仅展示了怡亚通在供应链整合和数字化转型方面的强大实力，也凸显了怡亚通在中国供应链产业中的领导地位，更加说明中国供应链产业在全球供应链体系中的影响力与日俱增。

出席本次签约仪式的深圳市宝安区委常委、区政府党组成员、副区长董哲对怡亚通高效、专业的供应链服务给予高度评价。此次签约仪式后，怡亚通将协同众多优质合作伙伴共同打造新质生产力与新质品牌，探索市场新机遇，推动中国经济的高质量发展。

从18亿到145.2亿： 新质生产力打造显成效

回顾怡亚通在进博会历年来的表现，其成果丰硕，呈现出一条不断攀升、步伐日益加快的发展轨迹。自2018年（首届）进博会起，怡亚通便取得了18亿元的签约成果。而到了2024年，第七届进博会上，怡亚通的签约总金额已飙升至145.2亿元。这七年间，怡亚通实现了从初露头角到品牌飞跃的华丽转身，其发展势头之迅猛，犹如发展坐标图上一条持续上扬的抛物线。

对此，怡亚通集团副总裁兼数字化总裁王辉表示，怡亚通的今日成就离不开大股东深投控的支持。加入国资体系后，怡亚通充分利用国有资本的资源和

平台优势，实现了跨越式发展。怡亚通不仅在资本层面得到了强有力的支持，还在市场拓展、资源整合、品牌建设等方面获得了更多机遇。这为怡亚通打造新质生产力奠定了坚实基础。

怡亚通明确了“供应链+产业链+孵化器”的整合型数字化综合商社战略定位，围绕“做大供应链，做强产业链，聚焦最优价值链”的基本方针，不断推动产业升级和创新发展。通过整合产业链上下游资源，利用数字化生态赋能供应链平台和服务，2024年，怡亚通在新质生产力的打造上取得了显著成效。

面对复杂的市场环境，怡亚通发力新能源、高科技、大消费三大赛道，通过深耕细作，不断打造核心竞争力。

在新能源领域，怡亚通从锂矿开采到电池生产，再到光储充解决方案，形成了一条完整的新能源产业链。怡亚通不仅与国内外知名主机厂合作，还积极参与地方政府的新能源项目，推动新能源产业的快速发展。

在高科技领域，怡亚通深耕半导体、国产信创、AI算力等前沿技术，为政府、银行、企业等提供整体解决方案。怡亚通通过代理、研发、生产等多种方式，不断推动国产替代和自主创新，为高科技产业的发展贡献力量。

在大消费领域，怡亚通围绕食品、母婴、日化、酒饮、家电等快消品和耐用品，构建了线上线下一体化的运营渠道。怡亚通不仅在传统渠道上保持优势，还在电商、私域渠道等新兴领域积极布局，为品牌商提供更加全面和高效的供应链服务。

如今的怡亚通，正扮演产业链的联结者角色，打造万亿规模“供应链+产业链+孵化器”商业生态，实现高质量发展转型，助力产业经济转型升级与创新发展，2023年怡亚通以不到1万人的在职员工规模，创造了1400亿元产值，2024年，这一目标还将向上递增。

数字化引领未来： 以科技重塑供应链价值链

以科技为翼的数字化是怡亚通打造新质生产力的关键。怡亚通通过构建数字化平台，将传统供应链服务全面数字化，实现了前台应用场景、业务模式以及中后台管理系统的全面升级。怡亚通推出的数字化新流通平台小怡家，以数字化平台为载体，以怡亚通强大的供应链能力为依托，精准营销能力为核心，布局、赋能终端，通过“1+N”模式整合、融合品牌商、平台商、批发商、批发市场、大客户、中小客户，实现一键营销、一键覆盖、一键服务。

小怡家不仅为品牌商提供了高效的渠道覆盖和营销服务，还为终端门店带来了更多的增长机会。通过数字化平台，品牌商可以实时了解终端销售情况，精准投放营销活动，提高销售效率。同时，终端门店也可以通过平台获取更多优质商品和服务，提升经营效益。数字化赋能不仅提升了供应链效率，还推动了产业链上下游的协同发展。

王辉坦言：“数字化是怡亚通未来发展的核心驱动力。后续将继续加大在数字化方面的投入，推动供应链服务的智能化、自动化和透明化，为客户提供更加高效、便捷、可靠的供应链解决方案。”

2024年的怡亚通，作为全球领先的供应链服务商，站在国家新质生产力风口上，通过先进的供应链服务水平和强大的资源整合能力，正逐步成为推动国际贸易交流、促进品牌合作的重要力量。通过共享资源、优化流程、提升效率，怡亚通将助力更多品牌实现全球化布局，拓宽国际市场。同时，怡亚通也将积极响应国家“一带一路”倡议，推动更多中国优质品牌走向世界，提升中国品牌的国际影响力。

(完)



深圳市宝安区区委常委、区政府党组成员、副区长董哲为本次活动致辞

深圳市宝安区区委常委、区政府党组成员、副区长董哲致辞： 用好进博会平台，更好赋能全球品牌创新

董哲常委介绍，作为深港文化之源的宝安区，已经有近1700年的历史，是粤港澳大湾区的核心城区、产业大区、经济大区。宝安不仅是深圳面积最大、人口最多的区，更是中国制造业门类最齐全、集聚度最高、链条最完整的区之一，2023年宝安区地区生产总值突破5200亿元，7200多家国家高新技术企业、总量连续7年全国区县第一；培育国家级专精特新“小巨人”企业277家。

在提到怡亚通时，指出怡亚通是宝安区重点企业，作为全球领先的供应链管理服务商，其先进的供应链服务水平和强大的资源整合能力，与宝安区的发展战略高度契合。相信怡亚通将以高效、专业的供应链服务，通过利用好进博会平台，将更好赋能全球品牌创新产品、拓展渠道、升级品牌，覆盖更广阔的国内外市场，实现共同发展。

(完)

彭泗清：从“强美”到“亲诚”， 构建现代新质品牌体系

来源：人民日报客户端

会上，北京大学光华管理学院市场营销系教授彭泗清发表了题为“共享、连接，着力构建现代新质品牌体系”的演讲，深入探讨了新质品牌建设的内涵、挑战与对策，为企业品牌升级提出了建议。彭泗清指出，在逆全球化、数字化、新消费多重因素叠加的大背景下，中国品牌和国际品牌都面临着新的挑战。传统的以强化品牌竞争力和提升品牌形象力的品牌发展模式已无法满足新的消费者需求，构建新质品牌成为必由之路。消费者不再仅仅关注产品的功能和形象，更关注品牌是否与其价值观相符，是否能够建立起真诚的情感连接。因此，品牌建设需要从竞争导向转向消费者导向，以真诚提升信任，以亲和凝聚人心。

彭泗清将新质品牌的特点与传统的强品牌和美品牌进行对比。他认为，传统的品牌建设方法更多地强调品牌自身的强大和形象，而新质品牌则更加关注消费者的需求和心理，致力于与消费者建立更加紧密和真诚的关系。此番论述，引起了与会嘉宾及众多国际品牌商代表的深刻思考和强烈共鸣。彭泗清分析了改革开放以来中国消费者需求的变化历程，指出消费者



需求已经从1.0时代的温饱问题，依次经历地位提升、个性彰显和参与共创等阶段，迈向消费5.0时代的爱心和社会价值。消费者越来越关注产品的品质、功能和体验，同时也更加关注品牌的社会责任和价值观。他强调，新质品牌建设应该关注消费者深层动机，构建消费者和品牌关系的三个支柱。会上，彭泗清阐释了新质品牌建设的“三三三”模型，即以消费者的三种深层动机（包括控制感、关联感和尊荣感）为出发点，以消费者品牌关系的三个支柱（价值观认可、能力信任、情感亲和）为立足点，并落实三个关键行动：一是打造新质强品牌和新质美品牌，强调生态模式下的共同繁荣，注重自然内在的美和美美与共；二是建设真诚品牌，以诚为本，赢得消费者信任；三是打造亲和品牌，通过情感亲和、品牌热爱度等方式，与消费者建立真诚的情感连接。这个模型为新质品牌建设提供了清晰的路径。

随着科技的不断进步和消费者需求的不断变化，新质品牌建设将面临新的机遇和挑战，怡亚通作为供应链行业的领军企业，也是新质品牌建设的实践者。目前，怡亚通正积极探索新质生产力，致力于构建整合型数字化综合商社。新质品牌建设对产业发展或将带来一场全新变革，怡亚通在新质生产力方面的成功实践，为合作伙伴提供了宝贵的经验和启示，相信会有越来越多的企业加入到新质品牌建设的行列，共同推动中国品牌走向世界，并帮助国际品牌更好地服务中国市场。

(完)



怡亚通王辉：整合型数字化综合商社，引领新质生产力发展

来源：科技日报网



会上，怡亚通集团副总裁兼数字化总裁王辉发表了主题演讲，阐述了怡亚通“供应链+产业链+孵化器”整合型数字化综合商社的战略定位，并分享了怡亚通在新能源、高科技、大消费三大领域的布局和数字化解决方案，为推动新质生产力发展提供了新的思路。

王辉回顾了怡亚通从最初的进出口

业务到如今“供应链+产业链+孵化器”模式的发展历程，王辉表示，怡亚通将过去30年沉淀的线下业务全部数字化，构建了从前台到中台到后台的数字化生态系统，为企业提供数字化解决方案，提升新质生产力。

通过数字化平台，怡亚通能够更高效地整合资源、优化流程、提升服务，为客户提供更优质的服务体验。怡亚通旗下数字化B2B/B平台“小怡家”就是一个典型的例子，它以数字化平台为载体，以怡亚通强大的供应链能力为依托，通过“一键营销、一键覆盖、一键服务”的模式，帮助品牌方实现保量增量，促进终端门店增长，推动流通业实现数字

化、扁平化、去中心化。

为了更好地发挥自身优势，怡亚通不断向微笑曲线两端延伸，从基础供应链服务升级为“品牌运营者”和“产业链整合者”，帮助品牌方进行营销、开发新产品、拓展渠道，并最终孵化出更多优秀品牌。

会上，王辉展示了怡亚通目前在新能源、高科技、大消费三大垂直领域，如何通过整合产业链上下游资源，帮助产业客户打造具有竞争力的供应链生态圈，提升其新质生产力。在新能源领域，怡亚通从锂矿开采到锂电池生产，再到充电桩解决方案，为客户提供一站式服务；在高科技领域，怡亚通深耕半导体、国产信创产品、AI算力解决方案，助力中国科技产业发展；在大消费领域，怡亚通布局线上线下全渠道，通过数字化平台赋能终端，帮助品牌方实现“一键营销、一键覆盖、一键服务”。

王辉强调，怡亚通深知，单打独斗的时代已经过去，合作共赢才是未来发展的王道。怡亚通积极与国内外优秀品牌合作，共同打造新质品牌，推动产业发展。

(完)

怡亚通李勇：借助整合型数字化B2B/B平台，怡亚通赋能企业打造新质品牌力创新新增长极

来源：新华网

作为怡亚通“1+N”模式的数字化载体，小怡家以怡亚通强大的供应链能力为依托，精准营销能力为核心，布局、赋能终端，通过1+N模式整合品牌商/平台商/批发商/大客户等产业端资源，赋能品牌保量增量，助力企业打造更强更具竞争力“新质品牌”的优质平台。怡亚通小怡家总裁李勇在签约仪式上介绍了小怡家如何赋能品牌客户打造新质品牌力。在外界看来，传统B2B/B平台专注于构建封闭商业生态，小怡家数字化B2B/B平台的商业模式是开放与共荣，小怡家致力于联合所有可以联合的力量，携手打造一个开放的数字化B2B/B平台，以数字化为驱动力，推动渠道流通业实现数字化、扁平化和去中心化的转型，为品牌客户降本增效。

揭秘小怡家成功秘诀： 双轮驱动直达终端 打造新质品牌力

小怡家数字化B2B/B平台作为怡亚通的重要展示板块之一，会上吸引了众多国际品牌的关注。通过这一数字化平台，这些国际品牌能够更高效地进入中国市场，实现本土化运营。同时，小怡家的双向触达能深度参与国际品牌在海外的运营，实现更加高效的资源整合，进一步减少成本支出。李勇在签约仪式上指出，小怡家的核心在于，依托于怡亚通强大的供应链实力以及小怡家强大的数字化平台为载体，是怡亚通赋能客户打造新质品牌力的关键。

通过品牌引擎、终端引擎、大客户引擎和运营商引擎，小怡家数字化B2B/B平台业务模式不仅限于B2B/B，还可赋能门店开展2C业务，让品牌方能够直接触达所有活动的终端，高效拓展市场。此外，小怡家的三大定位清晰明确：它是品牌与供应链做大量交易的新平台，是商家与实体店做生意的好帮手，也是行业运营商整合上下游资源共享裂变的新生态。围绕这三个定位，小怡家构建了三大增长曲线：品牌1+N直供、跨界营销和定制化产品。通过这些策略，小怡家旨在实现品牌方、终端和运营商的共赢。

深化1+N战略 助力国际品牌快速触达中国消费者

平台资源共享和品牌影响力是未来合作的关键，飞利浦通过怡亚通的数字化平台，拓展了更多消费场景和服务。Haniel康倍信联合创始人、大中华区总经理孟妍则表示，希望未来与怡亚通在数字化领域开展更多合作，利用AI云数据算法帮大家实现大健康、大体检、大医疗，通过数据分析和个性化服务，为消费者提供私人管家式的健康管理方案，帮助所有老百姓进入到2.0时代。通过1+N战略模式下的品牌直供、一键覆盖、一键营销的数字化营销赋能服务，国际品牌客户可以更容易地找到优质的供应商和渠道商，实现资源的优化配置。为了进一步提升平台的吸引力，小怡家开发了产品低价工具、临时促销工具和特爆工具等帮助品牌裂变发展的营销工具，帮助品牌方快速提升品牌影响力，增长销量。

借助1+N战略指导，通过小怡家数字化B2B/B平台的端口和服务，进口品牌能够更高效地触达中国消费者，实现品牌在中国市场的快速增长。怡亚通集团副总裁兼数字化总裁王辉在演讲中指出，“希望通过怡亚通的渠道能够帮助品牌把好的产品、优质的产品和服务带给客户，这是今天怡亚通在大消费赛道里面做的事情”。此次签约的成功，不仅彰显了怡亚通在全球供应链领域的领导地位，更是其赋能客户打造新质品牌力的有力证明，是“1+N”模式的成功，也是市场给到的正向反馈。未来，怡亚通将继续秉承“整合、共享、创新”的经营理念，携手合作伙伴，以创新为核芯驱动力，共同打造更多具有市场竞争力的新质品牌，为我国经济高质量发展贡献力量。

(完)



七载同行
再赴进博之约

怡亚通携手德国史达德药业、瑞士 Herb-Pharma 研发的 VIROSTOP 品牌签署跨境药品战略合作协议，开启跨境医药电商新篇章

来源：中国报道网



为进一步开拓怡亚通医疗板块的全球化布局，促进医药产品的国际化发展，提升企业竞争力，经过多轮深入沟通与洽谈，怡亚通与史达德，以及 Herb-Pharma 研发的 VIROSTOP 品牌达成跨境药品战略合作，并在此次新质品牌年会暨第七届进博会全球品牌签约仪式上，正式签署《跨境药品战略合作协议》，达成战略关系。此次合作，标志着怡亚通在探索多元化发展的道路上迈出了坚实的一步，共同开启合作共赢的新篇章。

发挥优势，驱动创新

史达德是一家百年德国医药健康企业和优质药片制造商。专注于三大支柱战略，包括消费者健康、仿制药和特药，产品在全球范围内约 120 个国家销售。在全球药企排名前 43 强，德国最大的 OTC 制造商，旗下品牌和产品覆盖呼吸系统、消化系统、外用医疗器械等多个品类，遍布全欧洲和亚洲部分国家地区，经过多年的发展，并购不同国家的领先药品品牌，在多个类目中都占据当地市场份额前列。

Herb-Pharma，是一家总部位于瑞士的医疗器械、非处方药产品、食品补充剂和化妆品开发和生产的领导者，所有产品均在欧盟生产制造。

Herb-Pharma 研发的 VIROSTOP 系列产品，均采用纯天然草本成分制造，并包括口腔喷剂、鼻腔喷雾和口服含片等多种剂型，为呼吸系统提供天然有效的防御，免受呼吸道病毒感染的侵害，有效减少呼吸道病毒感染患病的几率。VIROSTOP 畅销欧洲多国，市场份额稳步提升，在客户以及消费者群体中享有很高满意度和美誉度。



战略合作，共创辉煌

怡亚通医疗作为业界知名的数字化综合商社医疗供应链管理平台，始终专注于“供应链+产业链+孵化器”的创新模式。此次与史达德以及 VIROSTOP 的合作达成，是怡亚通跨境药品事业部业务开展的重要里程碑。未来怡亚通会根据国内消费者对于新质产品日益增加的需求，挖掘和引进更多海外的知名品牌，并和品牌方一起开拓广阔的市场潜力，孵化更多满足消费者需求，并具有良好美誉度的品牌，给国民提供更好的健康产品和服务。

(完)

加入怡亚通 启航财富新纪元

-掌控商业新动脉，成为品牌供应通合伙人-

支持全方位，创业有保障

- ▶ 海量品牌资源，多元业务矩阵，一键直连，轻松拓展您的业务版图。
- ▶ 强大技术平台，高效运营管理，让您的业务开展更加顺畅。
- ▶ 专属团队服务，全程贴心陪伴，解决您的后顾之忧。

回报超丰厚，成就新高度

- ▶ 接口费收入提成20%，销售提成毛利20%-30%，多劳多得。
- ▶ 持续收益，让梦想照进现实。



“携手怡亚通，共赢未来”

加入怡亚通品牌供应通业务合伙人，开启财富新征程！

辜女士/18883170412
0755-88392820

yayu.gu@eascsc.com





品牌直供，商家直采， 怡亚通小怡家助力中国流通产业变革

文：网易新闻

10月25日，怡亚通“逐梦创新路·整合赢未来暨小怡家380加盟运营服务商启动大会”在深圳举行，数百位企业家和行业代表齐聚一堂。本次活动不仅标志着怡亚通在数字化转型道路上的重要战略迈进，也预示着我国流通业数字化变革将迈出更为坚实的一步。

会上，怡亚通正式推出小怡家“380计划”，借助互融互通，构建一个高效、透明、共生的B2B数字化平台生态。实现品牌直供、商家直采，推动中国流通业的数字化、扁平化、共享化、去中心化。

四大引擎助力， 小怡家赋能行业新篇章

本次大会上，怡亚通正式宣布启动小怡家“380计划”，怡亚通集团副总裁兼数字化总裁王辉表示，重启的“380计划”将吸引更多合作伙伴参与，为整个流通行业带来变革。小怡家作为怡亚通旗下的B2B数字化平台，正通过四大引擎——品牌引擎、终端引擎、大客户引擎和运营商引擎，全面赋能流

通行业，服务“380计划”商家，推动其向数字化、扁平化、共享化、去中心化转型。

品牌引擎针对品牌方，提供一键覆盖、一键营销和一键服务，助力品牌方快速覆盖终端，实现自主营销和高效分销。终端引擎则关注终端门店的需求，通过跨界通和营销通，帮助门店构建云店模型，实现第二生意增长，并通过AI智能推送精准触达目标客户。大客户引擎为政企大客户、团购客户提供专属服务和定制化商品，满足其多样化需求。运营商引擎则帮助运营商整合资源，实现自主运营和收益共享。

小怡家还通过数字化工具，如十大营销工具、智能仓拣配系统和进销存管理系统，提升运营效率和客户体验，帮助品牌方和终端门店实现精准营销和快速订货。智能仓拣配系统则通过自动化存储、智能拣选和高效配送，降低物流成本，提升履约效率。进销存管理系统则通过智能采购、库存优化和财务分析，帮助运营商简化流程，优化决策。

小怡家的目标是通过数字化手段，打破传统供应链的束缚，实现品牌方、运营商、终端门店和大客户之间的无缝对接。平台不仅提供丰富的商品选

择和有竞争力的采购价格，还通过数据分析和个性化推荐，帮助商家提升销售业绩。同时，小怡家还注重跨界整合，与批发市场、农产品、家具家电等行业合作，构建全方位的B2B/B生态体系。

在运营层面，小怡家不断优化服务，提供可视化的生意看板和精细化的管理工具，帮助商家实现高效运营。平台还设有区域赋能小组，提供线上运营、系统培训、区域采购和销售支持等全方位服务，确保商家能够快速适应数字化转型。

小怡家数字化B2B/B平台总裁李勇更是在大会上坦言，未来的第一步，怡亚通给小怡家定下了百万月活及千亿元规模目标。第二步，通过小怡家创新特色的数字化工具，整合各行业的资源，逐步助力产业，从源头F2B2C一体化运营，实现整个快速裂变。最终，小怡家将成为中国整合型最强的数字化B2B/B运营服务平台，实现行业的资源共享、生态共享，共同发展行业新格局。



小怡家的B2B/B： 创新数字打通全链路

小怡家做为B2B/B平台，帮助品牌直接覆盖终端，降低流通成本，提升行业效率。“以往，百事食品主要依赖批发商进行市场覆盖，而现在通过小怡家，百事食品能够触及更多的销售点，实现更广泛的覆盖和更大的市场裂变。”小怡家合作品牌方代表，百事食品重点客户高级经理张伟在本次大会上分享了百事食品与小怡家合作的成功经验。

通过怡亚通的小怡家平台，百事食品可以直观地看到其产品在全国市场乃至更细粒度的市、镇、门店的覆盖情况。这些数据不仅全面，而且支持多维度查询，有助于百事食品在后续市场覆盖中做出更精准的决策。



千亿规模目标， 打造最强B2B/B运营服务生态平台

本次大会不仅展示了小怡家在数字化布局方面的成果，也预示着小怡家将继续深化数字化布局，拓展更多行业和领域，推动产业从源头到终端的一体化运营。同时，平台将积极拥抱创新，不断探索新的商业模式和合作方式，以适应不断变化的市场需求，推动中国流通行业向纵深和未来变革。美宜佳营销合伙人jimmy出席大会，分享了案例，并认可小怡家平台通过数字化手段深度洞察消费者需求，实现精准定位。协助商家更好地理解目标消费群体，制定更加贴合

市场的营销策略。

小怡家数字化B2B/B平台运营中心总经理黄嘉宏补充了小怡家在推动品牌直供和商家直采方面的具体举措和案例，并向在场嘉宾展示了平台在实际操作中的成效和优势。黄嘉宏表示，小怡家已经整合了成千上万的服务商和几十万家终端门店，拥有强大的落地服务团队，能够帮助品牌方实现精准覆盖和有效营销。

小怡家的目标是让所有参与和贡献者都能享受到联合的优势和发展的红利，让小怡家成为中国流通业数字化进程的领航者，引领行业迈向更加辉煌的未来。通过这三大战略，小怡家旨在构建一个涵盖品牌、运营商、平台、批发市场和行业资源的全方位、多层次的服务体系，推动B2B/B市场的持续发展与繁荣。

随着小怡家“380计划”的正式启动，一场流通行业的数字化变革正在悄然发生。未来，小怡家将继续以数字化为驱动，以整合、赋能、共享为战略，携手合作伙伴共同开创流通行业的新篇章。

(完)

小怡家行业生态合作伙伴招募 携手小怡家 共创辉煌新篇章

文：小怡家 张少映



小怡家 B2B/B 模式引领行业变革

小怡家作为怡亚通旗下数字化 B2B/B 平台以有定位（“1+N”模式），无边界（各行各业都可以合作），线上平台供应链资源整合的核心理念，诚邀各行各业的生意伙伴参与共建 B2B/B 运营服务的新生态蓝图，共享渠道终端，共同做大做强。现面向五金、宠物、农业、办公用品、家居服装、美容、健身、家政服务等领域（涵盖 20+ 细分行业）的精英伙伴发出诚挚邀请，期待与您携手并肩，推动业务增长，共同开创辉煌未来！

寻找志同道合的合伙人

上下游资源丰富：我们期待拥有丰富上下游资源的合作伙伴加入，共同推动业务增长，实现销量裂变。

年规模 5 亿以上：优先考虑年规模达到或超过 5 亿的合作伙伴，携手共创更大商业价值。

合作理念

我们通过数字化工具赋能品牌商、供应链及终端商家，加速流通业数字化转型，助力推动流通业实现数字化、扁平化、去中心化、共享化，构建全链路、全场景、全行业的数字化商业生态，希望在这里，让每一位合作合伙人都能找到属于自己的舞台！

(完)



小怡家是：

品牌/供应商

做大销量的新平台

商家/实体店

做大生意的好帮手

行业运营商

整合上下游共享创新裂变的新生态

加入我们 共创未来

如果您渴望突破自我，寻求更广阔的发展空间
那么小怡家将是您的理想选择！

张女士 0755-82867280

zhang.shaoying@eascsc.com

扫码下载APP、进入小程序或关注公众号
了解更多详情，与我们一起开启商业新篇章！



扫码下载APP



扫码进入小程序



扫码关注公众号

激流勇进 ——怡亚通 2024 年大事记

加速布局

大科技赛道多条战线取得瞩目成果

2024 年，怡亚通加速布局大科技赛道，培植多个极具前景的“科创企业”，大力推动国产替代技术创新，在关键技术上均取得了阶段性成果。

▶ 8月 29日 怡亚通携手成都清数科技有限公司正式成立怡亚通算力科技（深圳）有限公司通



▶ 8月 怡亚通旗下卓优云智与中科院某所签订了基于华为昇腾架构的算力中心项目合同

▶ 8月 怡亚通旗下卓怡恒作为麒麟软件的“卓越伙伴”受邀加入“麒麟操作系统硬件生态提质计划”

整合裂变

新能源赛道实现里程碑式跨越

2024 年，怡亚通在新能源领域大展拳脚，以整合共享创新发展新能源光储充基建及新能源汽车出口等项目，目前已突破性进展。

▶ 4月 19日 怡亚通与隆基绿能签署战略合作协议，携手开发光伏新能源

▶ 9月 30日 顶丰怡亚通（荆门市）供应链有限公司成立，将专注于新能源行业，提供从产品出厂到物流运输，再到送达交付的一体化解决方案

▶ 9-10月 怡亚通举办多场新能源合伙人沙龙，携手行业先锋，共探低碳发展新篇章



▶ 10月 18日 怡亚通物流与江阴市港口发展投资集团、美亚欧合作协会合力打造新能源产业出海平台

▶ 10月 18日 沙特企业代表团一行访问怡亚通，共谋商业合作新前景

▶ 11月 怡亚通数字能源负责的郑州客运总站屋顶分布式光伏项目成功完成验收交付，为后续项目的落地提供可复制经验

合作加码

与大消费领域大客户合作持续深化

2024 年，怡亚通与众多合作的大客户在此前合作的基础上就业务发展、深化战略合作伙伴关系等议题进一步达成重要共识，不断拓展合作的深度，共同开启合作新篇章。

▶ 9月 霍尼韦尔全球人力资源副总裁一行来访怡亚通

▶ 9月



飞利浦大中华区高级副总裁一行来访怡亚通



罗技中国区总裁一行来访怡亚通

逆境破局

实现酒业品牌影响力与市场份额双重飞跃

2024 年，怡亚通大力发展大唐秘造、首要、贵宫御膳、天下大唐、赤水洞藏等自有品牌，实现品牌影响力与市场份额的双重飞跃。

【大唐秘造】

▶ 5月 23日 大唐秘造与华祥苑达成战略合作，共同推动中国茶酒文化的融合与发展。



▶ 6月 19日 大唐秘造与餐饮业跨界合作，深圳首家大唐秘造专题湘菜馆正式开业



▶ 7月 20日 大唐秘造沉浸式品鉴会成都站圆满落幕



▶ 9月 10日 天下大唐北方区域中秋动销品鉴会举办

▶ 8月 20日 大唐秘造沉浸式品鉴会暨味道湖南美食季《师傅呷么子》节目发布会圆满举办



【大唐首要】

▶ 4月 18日 大唐首要品牌启动会隆重召开



▶ 5月 18日 大唐首要新品发布会暨大唐酒厂探秘之旅圆满落幕

▶ 6月 15日 大唐首要强势登陆各大电商平台

▶ 7月 -8月 大唐首要先后召开惠州、揭阳等城市联盟商启动会议



▶ 9月 天下大唐体验店四家体验店开业建设完毕，分别位于广西、安徽、福建三地

【天下大唐】

▶ 5月 21日 天下大唐品牌启动会举行



▶ 6月 25日 天下大唐新品发布会暨大唐酒厂探秘之旅圆满举行

▶ 9月 10日 天下大唐北方区域中秋动销品鉴会举办

▶ 【赤水洞藏】
▶ 3月 18日 赤水洞藏酒战略发布暨新品推介会举办，怡亚通完成大众酱酒到高端酱酒的整体布局



【定制酒】

▶ 8月 2日 怡亚通定制酒事业部启动会盛大举行

▶ 9月 23日 怡亚通定制酒与广东珠海博怀贸易达成战略合作

【合作与创新】

▶ 7月 怡亚通与山图酒业达成战略合作，携手在酒业市场开展深度探索和革新

▶ 9月 30日 怡亚通酒业与河南经济报达成战略合作，携手打造河南酒业市场的辉煌



▶ 10月 26日 怡亚通酒业品牌日盛大举办



▶ 1月 17日 怡亚通 2024 家电产业融合创新峰会圆满召开，多方共同探索家电产业融合的创新发展路径

▶ 5月 怡亚通家电公司产业创新平台先后在山东、山西、河南等区域召开家电龙头企业供应链创新座谈会



▶ 8月 15日 怡亚通与尚品宅配达成战略合作，共同打造全屋家居新生态



▶ 9月 5日 怡亚通家电产业创新平台山东省公司正式启动，标志着家电产业创新平台业务正式落地启航

扭转乾坤

医疗业务多点开花成为行业先锋

2024 年，怡亚通医疗业务发展实现多点开花，已发展成为拥有全国医药品牌代理能力的行业先锋。

▶ 5月 21日 怡亚通深药控股与辽宁药联制药签署合作协议

▶ 6月 28日 怡亚通深药控股池州人民医院 SPD 项目成功上线

▶ 7月 17日 怡亚通医疗与海正海南正式签订战略合作协议

▶ 7月 31日 怡亚通医疗战略发布会暨全国首届产品招商会召开，成功首签珍宝岛复方芩兰口服液、血塞通注射针两款卓越产品

(下一页)

- ▶ 10月 14日 怡亚通与津药达仁堂达成战略合作，共创中医药数智未来
- ▶ 10月 22日 怡亚通与九州通医药科技就儿童健康品牌好娃娃签订战略合作



提质提速

小怡家加快打造品牌增长强力引擎

2024年，怡亚通B2B/B数字化平台“小怡家”搭载着全新的B2B/B模式出发，目前该平台已成功汇聚众多上游品牌方、各类供应商及其下游的大客户、终端门店等多维渠道终端。

- ▶ 5月 小怡家正式更名，以全新的B2B/B模式重新定义中国商业



- ▶ 7月 12日 怡通数科湖北天网供应链有限公司日用品链首次地推活动暨“小怡家”武汉平台宣讲会成功举办



- ▶ 5-9月 小怡家先后与联合利华、玛氏箭牌、百事食品、农夫山泉、青岛啤酒、景田百岁山、统一、百草味、元气森林、蒙牛、白象、加多宝、南孚电池、达利园、徐福记、久久丫等品牌达成品牌直供签约合作，通过品牌直供模式，品牌商能够直接触达终端消费者，实现高效、精准的市场布局和产品推广。



- ▶ 6-8月 小怡家先后在太原、苏州、安阳、郑州、鹤壁、南宁、邯郸、惠州、厦门等多地核心重点市场，持续召开小怡家品牌直供推介会，整合1+N上下游进驻，自主裂变，使业务增长与深耕全国终端门店、渠道的征途上加快了步伐。



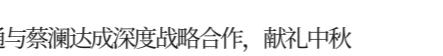
- ▶ 9-10月 小怡家亮相第18届中国物博会及第32届中国（深圳）国际礼品展览会
- ▶ 10月 25日 “逐梦创新路·整合赢未来暨小怡家380加盟运营服务商启动大会”大会成功举办

筑巢引凤

牢筑物流运贸一体主引擎

2024年，怡亚通物流以数字科技为依托，不断提升自身综合物流、数字货运、跨境物流能力，成功吸引了众多客户前来合作。

- ▶ 3月 23日 怡亚通物流上海实利松江新仓盛大启幕
- ▶ 6月 25日 怡亚通物流与深圳格力公司达成战略合作



- ▶ 7月 16日 怡亚通与蔡澜达成深度战略合作，献礼中秋
- ▶ 8月 7日 怡亚通物流汽车人事业部开业典礼圆满举行

- ▶ 8月 14日 怡亚通与荆门高新区管委会签订战略合作协议，共筑数字化供应链新未来

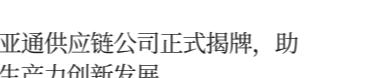
- ▶ 9月 20日 怡亚通与罗莱战略合作暨新品发布会圆满举行

一城一策

综合商业打造多个特色产业供应链服务平台

2024年，怡亚通综合商业平台加快整合政府与国资的各项资源，打造“一城一策”，围绕当地最优产业链，挖掘整合产业资源，全新打造多个特色产业供应链服务平台，实现营收及利润水平双提升。

- ▶ 2月 黄冈市怡亚通供应链管理有限公司注册成立，全面助理怡亚通新能源产业战略布局
- ▶ 3月 29日 河北交投怡亚通与国富农业投资集团达成合作，实现小麦采销业务落地
- ▶ 4月 25日 怡亚通与湖北交投襄阳投资公司合作签约，为襄阳地区的产业升级与发展注入新的活力



- ▶ 5月 9日 佛山科创怡亚通供应链公司正式揭牌，助力佛山新质生产力创新发展

- ▶ 5月 23日 怡亚通与正大集团达成战略合作，共同助推畜禽养殖板块发展

捷报频传

充分彰显政企采购平台领先地位与卓越实力

2024年，怡亚通政企采购平台接连中标众多央企、国企、政府、金融机构、事业单位、中外资500强企业等客户的综合物资采购供货服务项目，充分证明怡亚通政企采购的专业能力与品牌影响力。

- ▶ 4月 怡亚通亮相第十三届金融采购高质量发展论坛，共同探讨构建金融采购新质生产力



怡亚通成功中标——中央国家机关电子卖场办公用品等产品供应商项目

- 怡亚通先后成功中标——
 - 兴业银行零售积分积点相关权益采购项目
 - 中国有色集团电子商务平台第三方电商入围项目
 - 国铁通用物资采购平台2024-2026年度职工福利类&MRO类平台型供应商引入项目

怡亚通先后成功中标——

- 中国能建2024年度办公用品及办公电器集中采购项目

- 郑州局集团公司工会2024年中秋节会员慰问品采购项目
- 国家电网2024年办公类物资框架竞争性谈判采购项目

怡亚通数字化小程序“EA怡优采”上线，专注于B端商品，服务于合作伙伴，旨在实现供应链共享。

怡亚通受邀出席第八届中央企业采购电商化生态建设高峰论坛



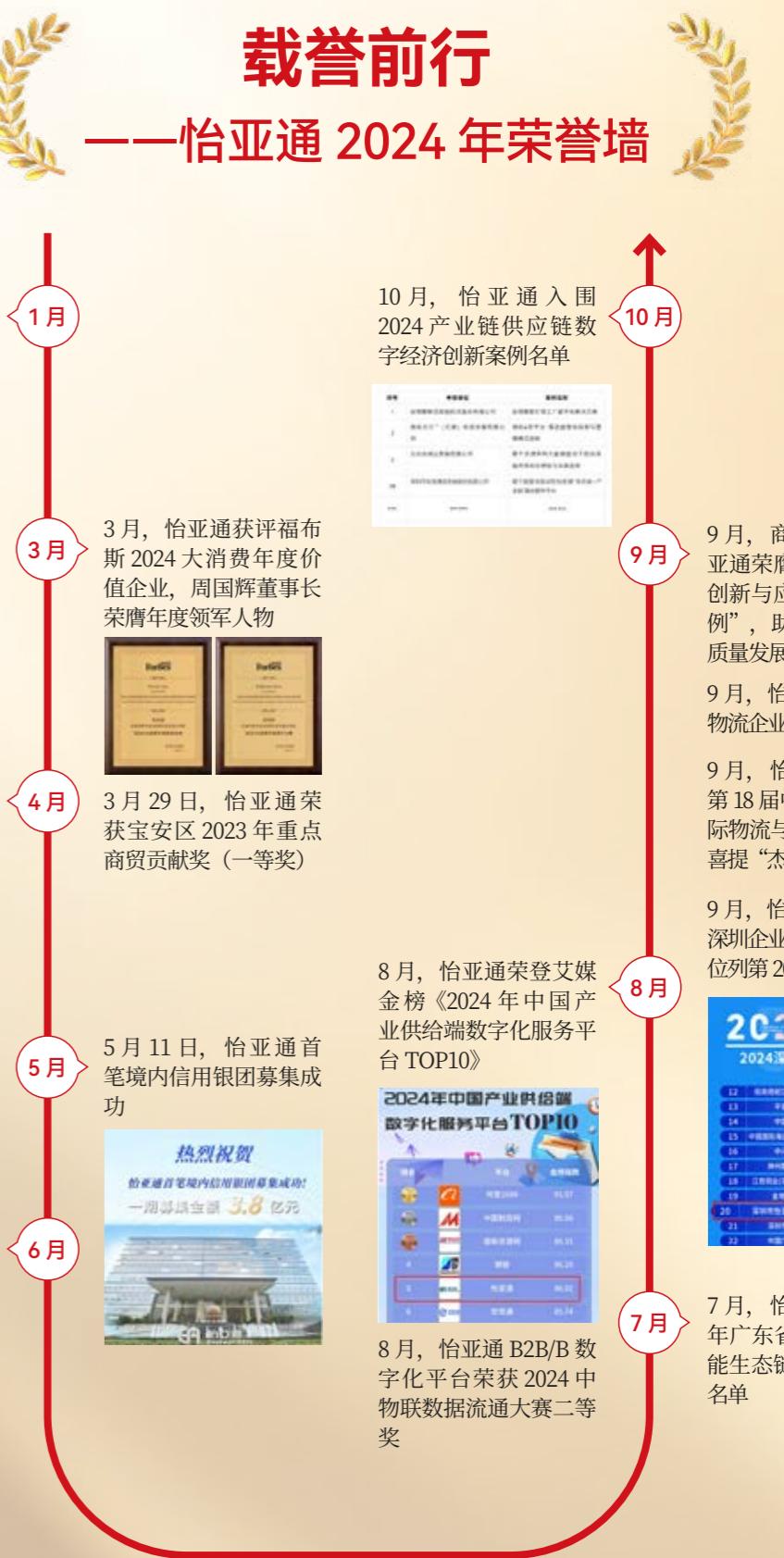
怡亚通先后成功中标——

- 中国铁建股份有限公司2025年度中南区域二三类料物资框架协议采购项目
- 中铝物资供销有限公司“绿星链通商城”平台第三方综合类电商平台接入公开遴选项目
- 怡亚通成功中标——中信易家智慧采购平台2024年-2026年引入合作电商项目

(完)

载誉前行

——怡亚通2024年荣誉墙



(完)

怡亚通战略地图： 描绘怡亚通高质量发展生态蓝图

文：企业文化部

在当今这个瞬息万变的商业环境中，怡亚通深知，唯有与时间赛跑，与努力赛跑，方能紧跟胜利的步伐，才能用最短的时间打开新局面，创造出崭新的未来。

为此，怡亚通以高远的格局和战略眼光，绘制战略地图，让战略可视，运筹帷幄，决胜未来。



怡亚通锚定“做大规模、利润及影响力，成为千亿市值、万亿生态的伟大企业”的战略总目标，以打造成为国际一流的“供应链+产业链+孵化器”整合型综合商社为战略定位，通过“做大供应链、做强产业链、做盛孵化器”的业务模式，发挥“道天地将法”的智慧，最终实现“构建一个共融共生、共享共赢的供应链商业生态圈”的宏伟愿景。

在实现宏伟愿景的征途中，供应链1+N模式是怡亚通成为一流企业的底座，更是怡亚通的根基。做大客户1+N及小怡家1+N平台做大做强是关系到怡亚通底座能否厚实、强大的关键。底座根基强大了才能把平台上的产业链公司做到精深博大，乃至成为行业独角兽，才能实现“以无边界、有定位做大供应链、以聚焦最优价值链做强产业链、以整合孵化行业独角兽做盛孵化器”的目标。

以无边界、有定位做大供应链

怡亚通供应链业务发展无边界、有定位。无边界在于合作行业无边界，有定位在于大客户1+N采、销等服务，同时对有竞争力、有话语权的源头企业进行投资合作，加强整合力度，将大客户1+N模式做深、做透。怡亚通做大供应链将围绕两大目标进行布局——

▶ 把大客户1+N进行到底

以不断发展各行业大客户1+N模式做大供应链。怡亚通将集结各兵团1+N团队的力量，全力出击，每年开辟新战场、发展新客户、创造新业绩，把大客户1+N进行到底。通过不断优化服务流程、提升服务质量，进一步巩固与大客户的合作关系，实现互利共赢。

▶ 让小怡家供应链数字化战斗不息

全力推动供应链实现数字化，让数字化成为供应链的核心竞争力。小怡家作为怡亚通供应链数字化的先锋，将以无边界的（整合+连接）1+N模式，建立强大的新时期数字化多维引擎商业平台，让各行各业的生意合作伙伴都可以参与共建，共享所有的渠道终端，共同做大做强，实现三年千亿目标。

以聚焦最优价值链做强产业链

在产业链方面，怡亚通将坚持以“整合、共享、创新”的经营理念，聚焦最优价值链，打造核心竞争力。未来几年将是发展关键机遇期，怡亚通将集中精力重点关注数字化、新能源、新材料、新医疗、新科技、新资本等领域的机遇。

▶ 让新材料成为怡亚通产业链新星

在新材料领域，怡亚通将重点关注高纯石英砂、碳酸锂、催化剂、铜铝新材等关键材料。通过整合上下游资源，形成完整的产业链条，提升怡亚通在新材料领域的市场竞争力。同时，怡亚通也将加大研发投入，推动新材料技术的不断创新和升级。

▶ 让新能源/新算力基建成为新生产力

在新能源/新算力基建领域，怡亚通将以光风储充绿色能源为核心，打造全新的生态体系。通过

建设绿色能源基地、推动能源互联网的发展，怡亚通将为社会的可持续发展贡献自己的力量。同时，怡亚通也将关注新算力基建的发展动态，积极布局相关领域，为未来的数字化转型提供有力支持。

▶ 让新医疗大放光彩

在新医疗领域，怡亚通将重点发展MAH持证公司和大健康（中药）产业。通过整合创新资源，推动医疗行业的不断进步和升级，为客户提供更加优质、高效的服务；在大健康（中药）产业领域，将整合源头-加工-终端/药厂/用户，实现扁平化的整合运营，提升中药产业的竞争力和影响力。

▶ 让三大品牌运营异军崛起

在品牌运营方面，怡亚通将重点聚焦酒饮品牌、大健康品牌和功能饮料（新柠）品牌战略。通过精准的市场定位和营销策略，怡亚通将不断提升品牌的市场知名度和美誉度。同时，怡亚通也将加强与消费者的互动和沟通，了解市场及客户需求和期望，为品牌的长远发展奠定坚实基础。

▶ 让新科技与资本战略相得益彰

在新科技与资本战略领域，怡亚通将重点关注国产替代、半导体、人工智能和低空科技等前沿领域。通过加大整合核心技术及团队，提升资本运作力度，推动科技创新和产业升级。

以整合孵化行业独角兽做盛孵化器

在做盛孵化器方面，怡亚通的目标是在供应链平台上孵化产业链整合公司，打造行业独角兽及上市公司，增强市值，提升投资回报率。怡亚通将不断提升资本运营能力，在国家政策驱动下，坚持兼并收购，并选择有潜力的创新型团队/中小企业进行投融资，实现供应链平台和孵化企业之间相互促进，打造独角兽企业，同时将内部符合上市条件的团队、合资公司等进行分拆/整合上市。

怡亚通第三次战役的冲锋的号角已经吹响，怡亚通将继续秉持“道天地将法”的智慧和战略眼光，以必胜的信念和坚定的决心，迎接各种挑战和机遇，用智慧与坚强战胜困难、战胜恐惧，以最快的速度、最短的时间给成功插上翅膀，实现业绩利润双腾飞，赢取第三次战役的全面胜利！

(完)

以“道、天、地、将、法”的智慧 赢战怡亚通 第三次战役的全面胜利

文：企业文化部

“道、天、地、将、法，是中国5000年历史进化的智慧结晶，是《孙子兵法》的精髓所在。每个王朝的没落到新王朝的崛起、每个企业从0到发展成为伟大的企业，都是靠道、天、地、将、法“五事”的引入发展起来的。今天的怡亚通，只有把道、天、地、将、法的智慧融会贯通，用于实战，才能赢得第三次战役的全面胜利，才能实现怡亚通的利润目标，才能证明怡亚通的能力和价值。”

—怡亚通董事长兼CEO周国辉

“道”

能走通、走成功、能打胜仗的方法，就是怡亚通的道。如今，怡亚通第三次战役要走的道，就是要通过数字化驱动，全力打造成为国际一流的“供应链+产业链+孵化器”整合型综合商社。

“目前从事供应链的公司，一部分以做大宗为主，一部分以物流、进出口为主，还有一些做垫资。像怡亚通这种供应链+产业链+孵化器的商业模式，在中国没有第二家。”怡亚通董事长兼CEO周国辉指出，“怡亚通的商业模式源自客户的需求，不同的客户有不同的需求，我们用创造力去响应需求，用专业力去实现需求。”

怡亚通将通过整合的力量，整合一切能整合的资源，团结一切能团结的力量，聚焦“大消费、新能源、大科技”三大赛道，以数字化手段驱动业务模式从传统走向新兴，推动做大供应链、做强产业链、做盛孵化器。

做大供应链

供应链服务无边界、有定位。深耕供应链行业几十年，服务行业无边界，服务规模不断壮大，怡亚通也在服务过程中不断创新，至今已进化三重供应链服务：

第一重“本量”供应链服务：基于客户现有业务，提供采购或销售执行等服务，帮助客户存量业务提升效率，提升竞争力。

第二重大客户1+N“保量增量”供应链服务：在本量业务的基础上叠加产品创新、营销创新、渠道创新等服务，助力客户保量增量。（如：飞利浦服务模式）

第三重主导供应链整合运营服务：由怡亚通主导供应链，抓源头、控终端、走线上、创营销，整合上下游建平台，提供供应链整合运营服务。（如：北美服装品牌授权模式）

供应链三重服务是怡亚通第三次战役在供应链领域的主战场，是做强产业链和做盛孵化器的基石。

做强产业链

怡亚通发展产业链的核心是在供应链基础上聚焦最优价值链，找到最优价值链的支点。在新能源、新材料、新医疗、国产替代、健康消费等领域，建立自有品牌、源头资源、技术等核心优势资源，打造自主可控的产业链整合运营；拓展一批“有优势、有价值、有前景”的产业链新项目，并向整合型企业发展，致力于成为行业独角兽；建立供应链平台推动产业链资源共享、协同发展，构建中国产业发展新动能。

做盛孵化器

怡亚通选择有潜力的创新型团队/中小企业进行投融资解，

实现供应链平台和孵化企业之间相互促进，推动怡亚通供应链商业生态做大做强，推动怡亚通获得稳健发展的持续动能。

数字化驱动

数字化是企业的未来，是企业战略落地、商业变革的驱动力。怡亚通将不断推动数字化转型变革，通过打造“小怡家、怡通云、药购网”等数字化服务工具，驱动供应链三重服务和产业链整合运营持续创新突破，推动实现业绩的持续裂变增长，为怡亚通打造成为国际一流的“供应链+产业链+孵化器”整合型综合商社不断蓄力加码。

“天”

“天”，即时机、机遇。面对瞬息万变的市场，怡亚通始终在危机中寻找转机，在机遇中把握未来发展的动向。怡亚通唯一不变的就是变，因时而变、因势而变。多年来怡亚通始终走在时代的前沿，抓住趋势，把握机遇，通过不断整合资源，为发展积蓄了无限能量，在当下供应链行业的市场竞争中，正赢得发起进攻的主动权。

大势已至，未来已来

面对中国经济的持续增长和消费市场的不断扩大，彻底变革中国流通业和制造业散、乱、穷、小以及产能过剩的局面已迫不容缓。

国家近年来也一直在推动供应链创新和应用，鼓励企业深化供给侧结构性改革，提升运营效率和服务水平。数字化供应链将数字技术和数据整合到整

个供应链过程中，可以预测需求，减少库存浪费，降低运营成本，塑造行业的核心竞争力。这些努力将使怡亚通在供应链服务领域继续保持领先地位，引领行业发展。

当前时机已成熟，战斗的号角已经吹响，现在，就是怡亚通发起第三次战役的最佳时期。我们将发动全集团的力量，用智慧与坚强抓住趋势、把握机遇，打造“供应链+产业链+孵化器”于一体的整合型综合商社，推动怡亚通成为中国供应链的旗帜，实现供应链改变中国的伟大使命！

“地”

“地”，即环境、市场变化下的战略选择、取向、战术等。怡亚通第三次战役的胜利，关键在于能否在新能源、新流通、新医疗、各产业链公司、综合商业、跨境与物流、数智化七大板块进行业务创新破局。这是怡亚通在新时期、新环境下的战略选择和进攻方向——

新能源业务以整合、共享、创新全力发展“光储充”新能源基建+整合发展算力，并通过整合广大合伙人，以轻资产运营模式发动进攻型侧翼战，打造核心竞争力，立足中国、面向全球。

新流通业务

以“小怡家”B2B/B数字化平台整合中国流通业，推动中国商业的扁平化、共享化、去中心化，建立全新品牌引擎、跨界新零售等，打造数字化新流通平台核心竞争力，实现从传统业务向“小怡家+全域电商+终端

（接下一页）

大客户+品牌运营”的战略转移。

新医疗业务以三维一体数字化打造大健康生态，坚持深耕“机场+航空公司”模式，抓源头、控终端、建平台，上游整合源头资源（品牌运营/MAH），下游聚合终端（医院+OTC+第三终端），以“品牌运营+数字平台+营销覆盖”2B+2C建立核心竞争力，推动医疗平台做大做强。

各产业链公司

聚焦最优价值链，整合源头+整合技术+整合用户，不断提升核心竞争力，把自身打造成行业独角兽，进军资本市场。

综合商业业务聚焦各地供应链产业链中最优价值链环节，脚踏实地把供应链红旗插遍全中国，目标建立100家超100亿销量/1亿利润的各地国企控股的整合型供应链管理公司。

跨境与物流业务

立足中国、面向全球、走向世界，实现“数字化平台+新能源出海+重大项目运营+城怡通整合发展”的战略转移。

数智化业务全力打造怡亚通整合供应链三维一体数智化运营：ERP+大数据（AI算力）+互联互通（小怡家+），让数智化成为怡亚通核心竞争力。

没有一成不变的市场，也没有一劳永逸的战略。面对风云变幻的市场环境，怡亚通将坚定进攻的方向，不断在战略的选择中找到业务发展的空间位置，找到撬动怡亚通业绩及利润实现双增长的支点，多行业发展。

“将”

怡亚通认为“将”是指强大的团队、更是能统能打的管理者，这是推动怡亚通战略落地的关键力量。怡亚通多年来坚持打造并持续完善高效协同一体化的前、中、后台数字化进攻型平面组织，使得团队的战斗力不断提升。在此基础上，怡亚通深知只有具备“搭班子、定战略、建组织、觅先机、出奇胜”的致胜策略的领导者，才能真正带领团队占据高地、攻下山头。

搭班子：每个团队的管理能力再强，手大也捂不过天来，也需要帮手。这就需要管理干部积极发挥整合的能力，善于寻找能够和自己能力互补、价值观相同的人和团队，打造一支支具备“整资源、创客户、聚力量、占市场”能力的强大组织。

定战略：管理干部应深刻理解怡亚通战略目标及要点，顺应新时期市场变化，在行业改革、政策导向中找出最佳进攻突破点，同时对战略进行分解、执行、管理，制定详细的战略和战术计划，并基于对趋势的洞察，设定3~5年的长远目标，以应对市场变化、竞争对手和新兴商机，确保战略目标的实现。

建组织：整合团队，建立强大的组织，是推动怡亚通组织及业绩裂变、实现战略目标的重要保障。怡亚通将帅要有带队伍的能力，提高团队的凝聚力和执行力，培养更多将帅、培育更多精兵，推动组织人才裂变，激发组织活力，增强团队的整体战斗力。

觅先机：管理干部要有“吃在碗里、看在锅里、想在田里”

的前瞻性，洞察市场、熟悉政策、抓住先机，“先下手为强”。一方面要具备市场前瞻性，敏锐洞察市场变化，及时调整战略方向，先人一步布局占领目标渠道市场；另一方面始终坚持吃在碗里、看在锅里、想在田里，坚持开疆扩土，深挖竞争力，广积客户与资源，全力打造纵向核心能力及横向业务增长能力。

出奇胜：进攻战是靠兵力原则，狭路相逢勇者胜，旗鼓相当出奇胜。管理干部要采取出奇制胜的策略，善用侧翼战，在夯实主业第一增长曲线的基础上，规划第二增长曲线及第三增长曲线，并使之成为公司持续发展的全新动力。

优秀的管理者是团队的灵魂，怡亚通需要具备更多头狼精神的猛将、强帅，狠抓“搭班子、定战略、建组织、觅先机、出奇胜”的制胜关键点，不断进行批评与自我批评，带领团队创新突破、冲锋陷阵、艰苦奋斗，成为推动怡亚通战略落地的关键力量，共同创造公司价值，实现个人价值。

“法”

在怡亚通赢战第三次战役中，坚持思想和行动上的统一是怡亚通的制胜之“法”，怡亚通人都必须遵循“法”的原则和理念，将其融入到日常工作中，才能实现管理高效化，助推公司行稳致远。

坚持以利润为中心

业绩就是尊严，利润就是荣辱。怡亚通第三场战役中，怡亚

通董事长兼CEO周国辉指出

“一定要以利润为中心，而不是以业务量为中心，只有利润才能彰显怡亚通的竞争优势，只有利润才能彰显我们各个团队的尊严。”

坚持开源节流、增收增效

在经营活动中的怡亚通强调开源是发展的关键，节流则是管理的核心。在开源方面，公司通过整合优质价值资源、优化客户结构、增加市场份额、扩大合作的广度和深度来实现经营指标。同时，怡亚通不断拓展新客户，开辟新的战场，探索新的商业模式和销售模式。在节流方面，关键在于预算与费用管控。怡亚通致力于消灭僵尸资金及超期库存，加快资金及库存周转，以商誉支撑少资金或无资金的运营发展业务。此外，公司还注重提升人力资源价值创造，实现全员正效益、高效益，提升人均效能，降低运营成本，控制费用支出，推动全面预算管理到位。

坚持目标管理、结果导向

怡亚通提倡高目标、高绩效、高激励，以奋斗者为本，以创造者为荣，以结果论英雄。目标结果是考验管理层及其团队的事业能力及创造价值的最重要体现。怡亚通人以集团战略目标为核心，制定团队、组织、个人的目标，并做好目标管理，一切以取得胜利为导向，不畏艰难，不惧挑战。

坚持批评与自我批评

开展批评与自我批评是推动怡亚通高质量发展的内部催化剂，其核心在于能真正从中找到解决问题的思路和方法，从而更好地从思想和行动上打破思想的壁垒、击破能力的壁垒、突破沟通的壁垒。通过批评与自我批评，总结经验、吸取教训、否定错误、肯定正确，才能提升能力。怡亚通人以集团战略为目标，善用SWOT分析法，坚持开展批评与自我批评，厘清业务发展与个人发展中的优势、劣势、机会与威胁，以创新的思想、以高瞻远瞩的眼光、以出奇制胜的方略，找到新的突破口，确保战略、组织、经营管理体系的完善与高效运行，为公司创造更大的利润。

坚持团结奋进、努力拼搏、永不放弃的三创精神

从来都没有现成的模板可供学习，从来都没有优秀经验可供复制。驱动怡亚通走向成功的，始终是怡亚通人团结奋进的干劲、努力拼搏的闯劲和永不放弃的韧劲，怡亚通人始终牢记“创新、创业、创收”

的三创精神。坚持以创新精神为驱动，把“供应链+产业链+孵化器”模式做成功；以创业精神为基石，将怡亚通的平台和优势作为自己创业的基础，去整合去创造，把不可能变为可能；以创收精神为动力，不断为公司创造价值，证明自身的能力。

怡亚通的“法”是文化信

仰上的利剑，更是制度体系上的炮火。怡亚通将始终在思想上保持高瞻远瞩，行动上保持求真务实，全力推动实现怡亚通高质量发展。

以打胜仗为信仰，才能打胜仗！在全新的战场上，怡亚通没有退路，只有奋力拼搏，没有如果，只有结果。怡亚通人将秉持“道、天、地、将、法”的智慧，以更加高远的格局，坚定必赢的信念，坚持以“供应链+产业链+孵化器”的模式，不断整合资源、创新突破，优化团队管理和体系建设，推动中国商业实现数字化、扁平化、共享化、去中心化，实现供应链改变中国的使命。

怡亚通的征途是星辰大海，怡亚通人必将以更加自信、更加昂扬的姿态、更加全面的战略视野和战略定力及执行力，探索通往成功的胜战之道。同时，怡亚通也将以更加开放包容的心态，携手全球合作伙伴，共同构建一个共融共生、共享共赢的商业生态圈，实现成为国际一流的“供应链+产业链+孵化器”整合型综合商社的目标，赢得怡亚通第三次战役的全面胜利，再次书写属于怡亚通的辉煌传奇。



(完)

荣耀加冕，载誉领航 怡亚通亮相 2024（第六届） 产业链供应链数字经济大会

作者：公共事务发展中心 孙豪杰



10月24日至25日，2024（第六届）产业链供应链数字经济大会在上海成功举办。此次大会由中国物流与采购联合会和上海市静安区人民政府联合主办，涵盖了产业区块链大会开幕式及主论坛、第六届数字经济大会、区块链与数据要素创新发展论坛等多个主题活动，旨在响应党中央、国务院关于数字经济发展战略规划，有效实施《“数据要素×”三年行动计划》，促进数字产业与实体经济深度融合，共同探讨产业链供应链与数字经济发展大计。

怡亚通作为特邀嘉宾出席此次盛会，并凭借在产业数字金融领域的杰出成就，斩获“2024中国产业数字金融企业50强”殊荣。此外，怡亚通基于数智化驱动的‘供应链+产业链’融合服务平台，经过专家评审及对外公示，荣膺产业链供应链数字经济典型案例之一。

在“数通链谷·通全球·链世界”2024产业链大会中，怡亚通集团副总裁邱普发表了主题为“怡亚通基于数智化驱动的‘供应链+产业链’融合服务平台”的精彩演讲，向在场数百家参会企业、行业专家展示了怡亚通旗下B2B/B数字化平台——小怡家以及综合商业服务平台——冀诚通APP，在促进地方经济蓬勃发展方面的实践成果与突出贡献。

在供应链行业的创新升级过程中，怡亚通以数字化协同和平台化管理为核心竞争力，深化在流通产业和多产业整合领域的发展，引领行业迈向新的发展阶段。邱普副总裁在流通产业案例中重点介绍了小怡家项目，她表示，小怡家供应链数字化商业服务平台以“品牌直供，商家直采”为核心，通过一键营销、一键覆盖、一键服务等功能，帮助品牌快速触达终端市场，实现品牌直付，从而推动业绩增长。目前，小怡家已成功帮助众多世界500强企业拓展客户渠道，提高终端覆盖率，达成数字化升级，实现降本增效。

在多产业整合领域，怡亚通围绕“打造县域特色产业供应链生态圈”目标，聚焦当地优势企业，成立综合商业服务业务板块。其中，河北交投怡亚通联合省内其他企业服务平台和地方政府，合理建设的河北省县域经济特色产业供应链平台——冀诚通APP，通过展示县域经济特色产业信息、企业入驻、产品供需发布等功能，实现全省农业产业数据与农业厅的对接，促进了省内县域经济工业和农业板块数据的互联互通。

当前，数据要素、数字技术正加速传统生产力向新质生产力变革转化，为经济发展注入新动力。借助本次产业链供应链数字经济大会平台，怡亚通向外界展示了其正以“供应链+产业链+孵化器”的创新业务模式，走在供应链领域前端，并通过数字技术与实体经济深度融合，不断提高供应链领域数字化、网络化、智能化水平，帮助广大合作伙伴实现业务扩展和增强，构建一个共融共生、共享共赢的商业生态。



(完)

产教协同，共塑未来 怡亚通联合高校培育供应链 行业精英

文：公共事务发展中心 孙豪杰



12月7日，新质生产力与跨境供应链产教融合高质量发展论坛暨全国跨境供应链行业产教融合共同体2024年度工作会议在怡亚通总部召开。怡亚通集团副总裁邱普、集团教育服务事业部总经理姜保军、集团教育服务事业部副总经理李铁光与来自政府、教育、产业、科研及协会等有关部门领导、行业专家及全体理事单位齐聚一堂，共同探讨产教融合、校企合作新路径。

怡亚通作为本次活动的主办方与承办方，携手西北师范大学和甘肃财贸职业学院，积极发挥龙头企业及院线牵引作用，深入贯彻落实党的二十大精神和教育部政策指导，致力于加快培育和发展新质生产力，推动产业创新与升级，塑造产业在国际市场上的竞争新优势，确保技能人才培养与产业需求精准匹配，实现“共商、共建、共育、共享、共赢”，为供应链行业的高质量发展贡献积极力量。

全体理事嘉宾参观

怡亚通全球供应链
体验馆和生态科技馆

邱普副总裁在致辞中首先对与会嘉宾的到来表达诚挚的欢迎，她表示，怡亚通非常荣幸承办本次“全

国跨境供应链产教融合共同体”年会，积极推动共同体生态圈建设，让更多的企业和高校在这个平台上获得价值成就。她强调，怡亚通近年来聚焦大消费、新能源、大科技三大赛道，依托新质生产力，推动供应链体系的创新与应用，逐步发展成为一家拥有近万名员工的中国500强企业，这一成就与怡亚通在人才体系上的投入与建设密不可分。跨境供应链人才的培育需紧跟物流、商流、信息流、资金流等领域的核心要素，培育与企业实际需求高度契合、与企业实践操作能力良好结合的创新型人才，实现学以致用、培为所用，为供应链事业的蓬勃发展奠定深厚根基。

怡亚通作为供应链行业的领军企业，长期致力于推动产教融合，积极参与高校供应链专业课程的开发与推广，培训和培养了3万余名供应链人才。如今，怡亚通教育事业实施“走出去”战略，通过产投、产学、产研、产创四大合作维度，与高校携手，为中国供应链行业的蓬勃发展培育、输送人才。怡亚通教育事业部成立八年来，始终秉承校企共融共生的运营宗旨，肩负把供应链思维与技能传播给全天下的老师和孩子们的使命，为供应链领域的人才培养开启新篇章，拓展新领域。近期，怡亚通更是成功入选2024年广东省“产教评”技能生态链链主培育单位名单，成为引领广东经济领域产教融合的先锋力量。

会上，西北师范大学管理学院院长董青发布了《2024跨境供应链行业发展趋势白皮书》，内容涵盖跨境供应链简介、跨境供应链发展现状及跨境供应链发展趋势三大核心板块，此白皮书的发布旨在帮助广大企业、学校、教育机构以及相关从业者把握行业方向，灵活调整行业发展策略，对人才培养的供需对接、科研技术提升、产业升级以及社会服务等都有重要的参考价值及意义。

供应链与人才链的紧密对接是实现产业升级和经济发展的双引擎。怡亚通未来将继续通过教育与实践的深度融合，努力做好产教融合型国家示范企业，培养具备实战能力的供应链专业人才，为行业的长远发展提供强有力智力支持！

(完)

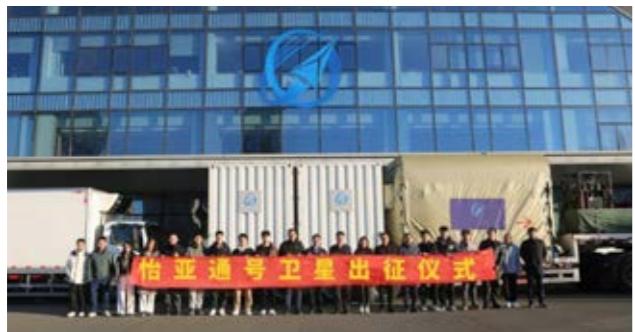


重磅! “怡亚通号”卫星成功发射

作者：公共事务发展中心 孙豪杰

11月7日，由怡亚通河北综合商业平台推进实施的“怡亚通号”卫星在酒泉卫星发射中心成功发射。这一举措标志着怡亚通在科技创新领域迈出了坚实的一步，展现了怡亚通在前沿技术与商业场景应用领域的雄心和实力，引领中国供应链行业迈向“新纪元”。

“怡亚通号”卫星项目不仅有效彰显了怡亚通在供应链



管理领域的技术水平，也为其在全球供应链市场中树立了新的标杆。通过卫星技术的应用，怡亚通能够更有效地监控和管理其全球供应链，提高物流效率，降低运营成本，这对于进一步推动怡亚通市值的增长，增强其在资本市场的竞争力和影响力具有重要意义。

该卫星项目主要承担气象、海洋和空间数据探测任务，所收集的探测数据被广泛应用于精确化的数值天气预报。此外，怡亚通将原始探测数据进行销售与深度加工，为广大客户提供基于卫星探测数据的高价值服务。

目前，此项服务已覆盖航海、交通、新能源等多个领域，通过这种方式，怡亚通不仅为行业伙伴提供了宝贵的数据资源，还通过深度分析和应用，帮助他们提高运营效率和决策质量。

“怡亚通号”卫星为云遥宇航的业务卫星，该卫星具有高集成度、低重量、体积小等特点，卫星上加装了先进的GNSS掩星探测仪、红外相机。值得一提的是，GNSS掩星探测仪为全球首个支持GPS/北斗/GLONASS三系统的掩星探测仪。作为云遥星座组网重要组成部分，“怡亚通号”卫星运行在500km的太阳同步轨道上，以GNSS掩星观测载荷为主载荷，可提供全天时的GNSS掩星观测，同时搭载长波红外相机，进一步增强了观测能力。

“怡亚通号”卫星项目，不仅是怡亚通科技创新能力的象征，也为怡亚通广泛业务运营提供了坚实基础，更为国家商业卫星发射市场带来更多样化的选择。这一举措满足了国内外市场对商业载荷入轨需求的增长，有效增强了我国在商业航天产业的国际影响力。

(完)

怡亚通物流与衢州智造新城全面合作 激发新质生产力，共筑产业全球化发展新引擎

作者：物流平台 岑宏杰



全面合作

怡亚通物流 & 衢州智造新城
共筑产业全球化发展新引擎

2024年12月13日，深圳市怡亚通物流有限公司与衢州智造新城管理委员会在衢州举行战略合作签约仪式，双方通过资源共享和优势互补，将围绕资本合作、数字物流、保税与外贸综合服务基地、产业出海、跨境物流、人工智能、人才培养及总部经济等多个领域展开全方位深度合作。智造新城管委会党工委书记、管委会主任方世忠、智造新城管委会党工委副书记郑志忠、智造新城管委会党工委委员、管委会副主任苏凯、工业集团董事、副总经理付亚民，怡亚通集团副总裁兼跨境及物流总裁李倩仪、怡亚通物流常务副总裁姚继胤、怡亚通物流投资发展总经理赵磊、怡亚通物流总经办副主任凌翔出席了本次签约仪式。

衢州智造新城目前已形成产业链完备的氟硅新材料、锂电新材料、电

推向国际市场，为衢州“工业强市、产业兴市”汇聚新动能。

怡亚通物流以“一核三翼”为发展战略，以数字科技为发展核心，打造集综合物流、数字货运、跨境物流的全球综合性物流服务网络。怡亚通物流近年来大力发展跨境出海服务，特别是围绕新能源产业出海，服务网络覆盖东南亚、北美、非洲、欧洲等众多地区与国家，通过一站式服务模式，为客户提供从国内物流、报关出口、国际运输到目的地清关、仓储和配送的全链条跨进物流解决方案，满足客户在不同阶段的物流需求，助力中国品牌企业在全球市场中提升核心竞争力，实现全球化布局。

衢州智造新城位于浙江省衢州市主城区，是国家级经济技术开发区、国家高新技术产业开发区，是四省边际最具发展潜力、发展潜力和投资价值的产业高地，总规划面积117.21平方公里。

园区已集聚吉利控股、鹏辉能源、先导稀材、巨化集团、华友钴业、仙鹤股份、五洲特纸、元立集团、立昂微电子、永和制冷、牧高笛户外、韩国晓星、旺旺集团等重点企业1100余家，其中规上工业企业355家，国家级高新技术企业308家，主板上市公司8家，报会企业1家，新三板上市公司11家。

(完)



旗下全线白酒品牌首次集中亮相， 怡亚通酒业“制霸”酱酒靠什么？

作者：深怡酒业 郑棉烽

10月26日，“同心筑梦·怡通未来”怡亚通酒业品牌日在深圳糖酒会期间举办。

作为总部在深圳的千亿国企，怡亚通极尽地主之谊，遍邀旗下各白酒品牌的经销商伙伴、白酒爱好者及意向客户前往总部参观，并且首次拿出了旗下全线白酒品牌集中公开展示。



三步打造

全国最有活力的
“共创·共享”酒业平台

怡亚通成立于1997年，2007年上市，是国内第一家上市的供应链公司。2013年，怡亚通切入白酒分销领域，借助公司强大的供应链服务网络，为茅台、五粮液、泸州老窖等白酒品牌商提供深度分销渠道及营销，业务嵌入了快速消费品、家电、医疗等板块，旗下深度分销业务白酒板块年销售额70亿。除了分销名酒，2018年，怡亚通开启品牌运营之路，先后成功打造了钓鱼台珐琅彩、国台黑金10年、摘要12年等多款酱酒产品。

2021年，怡亚通设立怡亚通酒业，并选定茅台镇基酒生产企业大唐酒业，启动自有酱酒品牌打造，成功联合开发出品了“大唐秘造”。次年，怡亚通酒业更是直接通过自身强大的供应链管理及白酒品牌运营优势赋能大唐酒业，又打造了首

要、天下大唐、贵宫御膳等酱酒品牌及系列产品。

过往十年的经历，验证了怡亚通在酒业渠道端的优势及其打造品牌的功力，也坚定了怡亚通酒业布局酒业的信心。

会上，怡亚通集团酒业总裁陈有为表示，白酒是永远的阳光行业，资源稀缺、附加值高的酱酒，更是一条好赛道，怡亚通酒业将坚持“长期主义”，坚守“品牌主义”与“创新主义”，将怡亚通酒业打造成为全国最有活力的“共创·共享”酒业平台。

会上，怡亚通酒业提到将以三维战略做大产业资产，实现大唐酒业规模的显著扩张；做宽品牌资产，以多品牌、多模式、跨界整合入局白酒板块，打响怡亚通白酒品牌百团大战；做强客户资产，协助客户建设品牌体验店，打通线下酷酒汇IP，从多个维度实现怡亚通酒业的战略落地。

同时，怡亚通酒业也将通过实施品牌“123”战略，对产业链进行了全面加强与升级：一是秉持多品牌战略，实施“1+N”多品牌多模式并行，不仅深化自身品牌矩阵，通过开放渠道，有效整合浓香型、清香型白酒及啤酒等多元产品线；二是积极拓展业务领域，涉足六大跨界领域：新能源、新消费、金融、科技、医疗与教育培训，以跨界融合激发新活力；三是在此基础上，公司推出九大核心赋能策略，全方位助力市场品牌发展，不仅强化了品牌竞争力，也为合作伙伴提供了强有力的支持，共同推动市场繁荣与业务增长。

以文化创品牌

持续进阶发展

当晚的品牌之夜活动，怡亚通旗下全线白酒品牌迎来首次集中、公开亮相，其自有品牌大唐

秘造、大唐首要、天下大唐、贵宫御膳以及怡亚通定制酒板块，运营品牌国台黑金十年、国台丹青博雅、国台圆明园甲辰龙首、摘要12年、钓鱼台珐琅彩等一系列爆款白酒，一起为与会嘉宾呈现了一个精彩纷呈的品牌、产品展示秀。

值得一提的是，在自有品牌打造上，怡亚通酒业深谙“文化先行”之道，创造性的为不同产品构建了独特的产品文化体系，以文化为产品赋能，在消费者品味美酒的同时，为其提供独特的情绪、情感价值。

比如大唐秘造，不仅酒体珍贵，曾斩获SFWSC(美国旧金山烈酒大赛)双金奖、2023~2024中国酒业年度最具潜力新品奖、第二届遵义十大名酒等，外观上也犹如身披盛唐文化的华丽战甲，带着睥睨天下酱酒的豪迈之气与雄浑之姿。这一外观设计荣获了美国muse设计金奖殊荣。

“兼修”的大唐秘造，怡亚通酒业精心打造了唐风沉浸式品鉴会，消费者身处其间，品味美酒的同时，每一口都仿佛能触摸到大唐盛世的辉煌荣耀。自大唐秘造上市，唐风沉浸式品鉴会至今已举办上百场，在行业内掀起一场盛唐文化酱酒的新风尚。

又如大唐首要。作为中式商务用酒新典范，大唐首要不仅口感醇厚，更在香气上独具特色，让人一闻倾心。无论是商务洽谈还是宴请宾客，它彰显的品味与格调，都能为饮用场景增添一份尊贵与优雅。

如天下大唐。作为大唐酒业稀缺老酒小批量勾调的年份酱酒，小批量勾调赋予每瓶酒独特个性，秉承“品质至上，文化传承”的理念，天下大唐不仅致敬大唐盛世，还传承了中华民族传统文化，象征着民族复兴，怡亚通酒业致力于将其打造为民族酱酒新典范，在文化酱酒领域绽放光彩。

再如贵宫御膳。怡亚通酒业对其

的定位是不仅是一款美酒，更是中华“敬文化”的传承者，是弘扬中华“敬文化”的宫廷酱酒瑰宝。在享受美酒的同时，贵宫御膳倡导的“敬文化”，更能让消费者在饮酒中感悟尊重与谦逊的美德，为生活增添一份温暖与和谐。

在与知名酒企合作的品牌运营模式中，怡亚通酒业也发挥着至关重要的作用。对于酒企而言，怡亚通酒业强大的渠道资源和专业的运营团队，为其产品的推广和销售提供了有力保障。同时，怡亚通酒业还通过精准的市场定位和营销策略，为酒企的产品打造独特的品牌形象，提升品牌价值。

此外，在定制酒业务上，怡亚通酒业也有着独特的竞争力。怡亚通酒业为消费者提供一站式白酒定制服务和小单定制业务。无论是企业定制还是个人定制，怡亚通都能根据客户的需求，打造独一无二的专属美酒。从包装设计到口感调配，每一个细节都彰显着客户的个性与品味，助力客户在特殊的场合中，用定制酒传递出最真挚的情感。

而对不同品牌及业务，怡亚通酒业也有着清晰的战略规划。怡亚通酒业副总裁王庆福介绍，怡亚通酒业短期目标稳健增长，同时设定了明确的

扩张计划，开放其他品牌打造事业集群，预计在未来三年内建立多个事业部，每个事业部都将拥有一定的业务规模和盈利能力。此外还设定了长远的增长目标，希望通过持续的努力和创新，实现销售额的稳步进阶增长，并在未来几年内取得显著的业绩突破。

多元布局

在确定的酱酒赛道
拥有更多可能

“中国经济是长期向好的，白酒产业有韧性。”和君咨询副总经理、



酒水事业部总经理李振江认为，中国经济发展持续在一个健康的轨道上，消费规模持续扩大，酒业扩容也随之继续，预计今年销售规模突破8000亿大关。

此同时，酱酒产能刚刚完成释放的第一阶段，在李振江看来，行业长期缺好酒的状态会存在，酱酒还是一个相对来说确定性很高的赛道。但随着酱酒市场规模扩容，消费市场多元化、大众化也将随之而来。

怡亚通集团酒业总裁陈有为对此也有着清晰的判断，在他看来，目前酒类消费的主导力量逐步从商务消费向大众消费转移，白酒进入深度调整期，回归消费品属性的趋势已然清晰，酱酒市场也已从次高端的价位下探到200-300价位段。

这就要求酱酒企业甚至经销商，为满足消费者需求，在产品、营销方式乃至合作机制等各方面做出更多元化的努力。

从这个角度来看，坐拥雄厚的酒业优质资源、强大的整合能力、丰富的品牌打造经验等多重优势的怡亚通酒业，无疑具备强大的竞争力。在此基础上，怡亚通酒业还提出赋能式经营，帮助客户、伙伴成长，实现共赢等高质量经营举措，以及酒业组织发展团队扩编、集团组织发展共享等多项支持，为品牌长久发展赋能，为伙伴长远合作护航。

(完)

大唐秘造携手江苏卫视 《大使的飨宴》：唐风酱酒， 醉韵全球

作者：深怡酒业 郑绵峰

美食美酒，是中国餐桌上千年未绕不开的话题，似星辰与月光，交相辉映，共同编织起文化交融的绮丽锦缎。

大唐秘造携手江苏卫视美食类综艺节目《大使的飨宴》，浓厚唐风文化酱酒与美食文化交流碰撞出奇妙的火花，该节目预计在春节前夕与观众见面，届时将共启一场跨越国界与历史长河的文化盛宴。

12月17日，由江苏卫视和芒果TV联合播出的美食综艺《大使的飨宴》在佛山禅城南风古灶举行了盛大的新闻发布会。

节目前身《大使的厨房》在全网斩获9亿多播放量，作为该档栏目的第二季，本季《大使的飨宴》节目将以美食为纽带，搭建起国际文化交流互鉴的桥梁，计划探访5个大使馆、5座美食之城。本季节目以美食之都佛山为始发站，联手西班牙大使馆、格鲁吉亚大使馆，前往广州、佛山、新会等地，体验岭南之美，共飨岭南与世界美食盛宴。

在发布会前日，节目拍摄组来到深圳怡亚通总部大楼拍摄取景，节目常驻嘉宾聂远、

孙越、张楚寒以及特邀嘉宾王晶一道参观怡亚通酩酒汇体验中心及怡亚通供应链全球科技馆，对怡亚通及大唐秘造品牌有了深度了解。

怡亚通酒业公司副总裁、大唐酒业副总裁、大唐秘造品牌负责人王庆福亲自接待来访嘉宾及导演组，细致讲解大唐秘造从品牌创设到产品内核的历程，向他们展示了唐风国潮文化酱酒的独特风采。

唐朝，作为中国文化交流的鼎盛时期，展示着中华民族礼仪之邦的胸怀。如今的大唐秘造，接力盛唐的文化交流使命，用酒文化这一桥梁，跨越国界藩篱，让嘉宾及各国大使在舌尖上领略大唐古韵遗风，于杯盏间续写文化交流佳话，重现大唐风华于世界舞台之上。

当天下午，大唐秘造的王庆福总化身为大将军，带领一众嘉宾开启了一场别开生面的梦回大唐之旅。通过飞花令、猜诗词等充满趣味的游戏互动，嘉宾们穿越回千年盛唐，一起沉浸于唐朝盛世之美，同时也充分感受到了大唐秘造国潮酱酒的别样魅力。

《大使的飨宴》预计将于2025年1月在江苏卫视和芒果TV播出。让我们满怀热忱，共同期待节目的播出，在佳肴与美酒的陪伴下，尽情领略中外文化交流的波澜壮阔，细品大唐秘造于其中散发的悠长韵味，共同踏入这场别开生面、韵味无穷的文化飨宴之旅。

(完)

不断，在游戏中，大唐秘造所蕴含的深厚文化底蕴得以生动展现，相信节目播出之后，嘉宾们及观众朋友会对大唐秘造品牌留下更加深刻的印象。

大唐秘造与《大使的飨宴》在美食美酒的文化交流内涵上相互赋能。对于《大使的飨宴》而言，大唐秘造作为具有独特文化魅力的唐风国潮文化酱酒，为节目增添了浓郁的历史文化氛围。

其品牌所承载的唐朝文化元素与节目所追求的文化交流深度契合，丰富了节目在美食文化之外的多元文化展示，提升了节目文化内涵和品质。

而对于大唐秘造来说，赞助《大使的飨宴》无疑是一个绝佳的品牌推广机会。借助节目的高关注度和广泛影响力，大唐秘造能够将自身的品牌形象和文化理念传递给更广大的观众群体，进一步提升品牌知名度和美誉度。

同时，与各国美食文化的交流碰撞，也为大唐秘造注入了新的文化活力，使其能够在传承唐朝文化的基础上，不断创新和发展，更好地适应现代消费者对于文化与品质的双重追求。

大唐秘造，源自茅台镇核心产区大唐酒业，国资旗下千亿规模上市公司怡亚通独家运营，拥有强大的品质背书和雄厚的实力背书。

大唐秘造，于时代酿造酒中珍品，自2021年9月上市以来总销量破亿！全年开展唐风沉浸式品鉴会百余场，广告投放覆盖各大城市商圈、居民住宅、交通枢纽等地段，相信此次与美食综艺《大使的飨宴》跨界合作，能够让唐风文化酱酒的知名度响彻千家万户，让高端酱酒理念深深根植于每个观众的脑海，在成为名酒的道路上持续闪耀光芒！

《大使的飨宴》预计将于2025年1月在江苏卫视和芒果TV播出。让我们满怀热忱，共同期待节目的播出，在佳肴与美酒的陪伴下，尽情领略中外文化交流的波澜壮阔，细品大唐秘造于其中散发的悠长韵味，共同踏入这场别开生面、韵味无穷的文化飨宴之旅。

(完)

跨界融合，共赢发展 怡亚通荣膺首届全国采购大赛“优秀支持单位”殊荣

文：公共事务发展中心 孙豪杰



图片来源：首届全国采购大赛官方照片

12月2日，首届全国采购大赛在深圳完美收官，怡亚通作为大赛的重点支持单位之一，受邀出席颁奖典礼，并因其在大赛中的卓越贡献，荣获“优秀支持单位”称号。

本次大赛由中国物流与采购联合会主办，深圳交易集团有限公司与中国石油物资有限公司联合承办，旨在深入贯彻党的二十大精神，落实《关于规范中央企业采购管理工作的指导意见》（国资改革规〔2024〕53号）和《国务院办公厅关于积极推进供应链创新与应用的指导意见》（国办发〔2017〕84号），聚焦国家战略和产业发展需求，加快复合型、创新型采购管理人才队伍建设。此外，本届大赛通过构建一个多方参与、深度互动的交流平台，极大推动了行业内的协作与对话，并在激发企业采购创新思维和实践方面起到显著的催化作用。

近期，怡亚通荣获2024年度(CPCF)中央企业集采供应链年会先锋企业荣誉称号，并连续中标多个关键采购项目，包括深圳能源集团股份有限公司采购管理系统2025-2026年度预选电子商城

化在大科技、大消费、新能源三大领域的布局，并积极聚焦地方产业链中的最优价值链，致力于打造国际一流的整合型数字化综合商社。

小怡家数字化B2B/B平台作为怡亚通在数字化领域重点布局的供应链数字化商业服务平台，深入实施“1+N”战略，创新B2B/B模式，实现品牌直供、品牌直付，赋能品牌商和供应商，确保业绩保量增量，提升流通业效率，降低运营成本，致力于成为中国整合型最强的数字化B2B/B运营服务平台。

此外，怡亚通在县域经济板块的发展策略体现了其对国家战略和地方产业需求的积极响应，其以“打造县域特色产业供应链生态圈”为目标，联合河北交投物流有限公司，共同出资成立河北交投怡亚通，充分发挥自身供应链整合优势，通过总结河北省重点县域特色产业，逐步发展县域特色产品的拓展路径，并通过“冀诚通”APP，整合产业上下游资源和要素，促进科技、资本、延伸产业等加快向县域流动，为河北省县域经济发展提供坚实的服务和支持。

供应链是企业采购的基石，企业采购则是供应链管理的关键环节，二者相辅相成，共同推动企业运营效率和成本控制。怡亚通作为供应链行业领军企业，积极贯彻国家政策，不遗余力支持首届全国采购大赛举办，未来，怡亚通将持续整合各方资源，促进跨行业合作，推动供应链数字化转型升级，提升全链条的创新能力和资源配置效率。

(完)



怡亚通政企采购总裁焦斌
受邀担任首届全国采购大赛评委



喜报！怡亚通荣获 2024 年度 (CPCF) 中央企业集采供应链年会先锋企业荣誉称号

文：政企平台 苏瑞

2024 (第七届) 中央企业集采供 应链年会

荣获“中央企业集采供应链先锋企业” 称号

近日，由中国国际商会商业行业商会、中央企业集采供应链促进委员会主办，央采传媒、平安网联合主办的 2024（第七届）中央企业集采供应链年会暨中央企业集采供应商共享招募大会在北京成功举办。

本次年会以“推动集采升级，共建绿碳标准”为主题，旨在搭建一个高规格、高水平的交流平台，汇聚中央企业集采供应链领域的专家学者、企业高管和优秀供应商代表，共同探讨供应链管理的最新趋势、最佳实践和创新模式。会议围绕供应链战略、数字化转型、风险管理、绿色低碳发展等热点议题展开深入交流，促进思想碰撞和经验分享。内容包括开幕式、主旨演讲、优选产品推介、一对一供需对接活动、组团观展等多种形式，共同构建更加高效、协同、可持续的供应链生态系统。

怡亚通受邀参加了此次盛典，并凭借卓越的供应链管理能力、高效的履约服务执行和过硬的产品质量，在众多供应商中脱颖而出，荣获“2024 年度 (CPCF) 中央企业集采供应链年会先锋企业”荣誉称号！

这项荣誉体现了怡亚通在供应链领域的卓越表现得到了业界的广泛认可，既代表了对公司过去努力和成就的肯定，也为公司未来的发展提供了强大的动力和激励。展望未来，怡亚通将持续秉承“整合、共享、协同、创新”的经营思想，以客户为中心，以市场为导向，为行业的高质量、可持续发展贡献力量。

(完)

向“新”而行 扬帆出海

怡亚通物流与江阴市港口发展投资 集团、美亚欧合作协会合力打造新 能源产业出海平台

作者：物流平台 岁宏杰



为响应国家鼓励新能源产业出海的号召，贯彻落实《关于支持新能源汽车贸易合作健康发展的意见》等文件精神，怡亚通物流正积极投身于推动新能源产业国际化的进程，着力解决产业出海痛点。

2024 年 10 月 18 日，以“创新共进 开放共享 合作共赢”为主题的 2024 江阴经贸合作洽谈会在江阴大剧院盛大举行。在会议活动期间，

江阴市港口发展投资集团有限公司、深圳市怡亚通物流有限公司与美亚欧合作协会签署战略合作协议，共同打造新能源产业出海平台，一方面能为国内新能源品牌企业（如汽车、储能、光伏等）提供一站式出海全链路服务，推动新能源产业出海贸易合作向更高质量迈进，另一方面，新能源产业出海平台也将整合江阴市本地优势产品和资源并推向国际市场，实现更广泛的市场拓展和品牌国际化。

江阴市人民政府市长包鸣、江阴市人民政府副市长陈涵杰、江阴市政府办副主任徐慧南、江阴市港口发展投资集团执行董事肖晶、怡亚通集团物流及跨境总裁李倩仪、怡亚通物流常务副总裁姚继胤、美亚欧合作协会顾问唐象千、联席会长马丁等代表出席并参加了此次签约仪式。

此次战略合作协议的签署，是怡亚通物流在新能源产业服务领域的重要里程碑。怡亚通物流期待与江阴市港口发展投资集团和美亚欧合作协会的紧密合作，共同推动新能源产业出海平台的发展，为中国新能源产业的国际化贡献力量。

近年，外贸“新三样”（新能源汽车、锂电池、太阳能电池）成为我国外贸出口的新亮点和增长点。根据海关总署统计数据显示，2023 年，外贸“新三样”出口额合计达到 1.06 万亿元人民币，首次突破万

亿大关，同比增长 29.9%，国际市场份額遥遥领先，这些数据均显示了我国新能源产业领域的强劲竞争力和国际市场的旺盛需求。

怡亚通物流瞄准这一国际市场发展机遇，携手江阴市港口发展投资集团与美亚欧合作协会，依托江阴市的区位、产业、资源和政策等优势，结合怡亚通物流及美亚欧合作协会出海供应链一体化服务的综合实力，高质量赋能产品出海、品牌出海、产能出海，共同打造新能源产业出海平台。

怡亚通物流新能源产业出海平台聚焦国内新能源产业，包括新能源汽车、光伏、风电、机电产品等领域，可为新能源品牌企业提供从产地集货到海外销售的“1+N”全链路出海解决方案。

新能源产业出海平台不仅具备内外贸一体化的特质，实现国内外市场的无缝衔接，同时融合了运贸一体化的优势，将贸易与物流服务紧密结合，能为新能源企业提供更加高效、便捷的一站式出海服务，助力我国新能源产业顺利拓展国际市场，实现全球布局。

未来，怡亚通物流将利用其在供应链管理和物流服务方面的优势，进一步赋能中国新能源汽车出口增长，提升国际化经营能力和水平，拓展多元化市场渠道，同时健全供应链、物流、金融等贸易合作支撑体系，加强与海外各国在新能源汽车领域低碳发展合作，更好服务经济社会全面绿色转型和全球低碳发展，促使出海平台成为江苏省省级乃至国家级新能源产业出海平台赋能标杆，助力中国新能源产业高质量发展！

(完)



整合资源 拉动消费 怡亚通全力响应家电以旧换新政策

文：公共事务发展中心 孙豪杰

7月24日，国家发展改革委与财政部联合发布《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》文件，这一政策的出台为家电消费市场注入强劲动力，带来了新的增长机遇。

作为深投控旗下企业，怡亚通积极拥抱国家补贴政策，紧跟时代发展、产业转型和消费趋势。近期，怡亚通旗下家电平台与各地合资公司

陆续被纳入国补名单，通过提供补贴激励消费者选购高能效家电，以此促进消费升级和经济内循环。家电板块作为怡亚通自成立以来重点布局的行业，正充分利用国补政策，进一步激发市场活力，推动销量增长。

为贯彻落实国务院关于推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动有关部署要求，怡亚通子公司龙

岩市精博亚通贸易有限公司（以下简称“龙岩精博”）近日在龙岩市商务局的支持下，成功开展了家电以旧换新暨“情系职工·共办实事”家电百万专项补贴活动。该政企专项活动由龙岩精博联和各合作厂家，为家电以旧换新活动提供了6000台（套）补贴产品，补贴覆盖了空调、彩电、冰箱、洗衣机、厨房电器、生活电器、净水设备、手机等多个家电品类。活动当天，龙岩精博销售额便突破千万大关，显示出该政策对激发家电消费市场活力和促进消费升级的积极影响。

以旧换新国补政策，作为一股强大的外力，对于家电消费市场而言，是机会，也是挑战。怡亚通家电平台主动把握时代机遇，坚定不移通过“1+N”模式，整合上游品牌商、下游渠道商资源，建立家电产业创新平台，打通家电产业上下游产业链全链条，实现全链路资源整合与共享。

今年，怡亚通家电平台重点推进的中电创联项目正快速展开，该项目秉承“共创共建、高效协作、创造价值、厂商共赢”的理念，有效赋能联盟商家和合作品牌，助力成员进行供应链升级、新场景打造以及新能力构建。目前，已在山东、河南两省成功落地省公司，并计划未来进一步扩大业务覆盖范围，以打造家电行业发展的新质生产力，共同开启家电行业的新篇章。



(完)

岁贺秘造酒
花舞大唐春



招商热线：159-9962-0126