

(2023)

11月

中国产业带 发展报告

CHINA INDUSTRIAL BELT
DEVELOPMENT REPORT





沥金创始人 静仪

近年来，产业带进入数字化创新驱动期。

首先，从生产端来看，优势产区产能及规模均在稳步增长，数字化是产业带复工复产并实现增长的主要动力；其次，从销售端来看，跨境电商、线上销售、全域营销等是其新增长引擎。

一方面，大规模的内需市场和国民消费升级带来的广阔发展空间，激发着产业带的创新创造，成长中的新国货品牌备受瞩目。另一方面，短视频、直播等形式让产品有效实现产销链接，推动优质产业带打破地域限制、对接全球市场，进一步推动增长。

那产业带如何提质升级，提升品牌化、数字化能力，就成为了品牌的重要课题。

为了更好帮助产业带品牌了解新消费市场下的增长机遇，沥金联合腾讯广告、中国轻工企业投资发展协会共同推出《2023中国产业带发展报告》，梳理了281个产业带的发展情况，总结出目前产业带发展的痛点和趋势，并就九大赛道的重点产业带发展进行了分析，提炼增长要点、洞悉营销趋势，为产业带的增长提供指引。

作为专注消费创投的资源型平台，沥金会持续观察行业，以敏锐洞见和强大资源，赋能并陪跑广大创业者，助力产业带品牌在消费变迁中把握契机，实现增长。



中国轻工企业投资发展协会副理事长 刘旭

轻工业覆盖国民经济20个大类68个中类，涉及吃、穿、住、行、玩、乐、教等多个领域，是市场消费的支撑产业，也是人民美好生活的主力军。2022年，轻工业营业收入和利润总额分别占全国工业的17.3%和16.9%，出口占全国出口总额的26.5%，是工业经济稳增长的重要支撑行业。今年上半年，轻工业规上企业实现营业收入10.48万亿元、利润5668.1亿元，增速分别高于全国工业2.8和9.3个百分点。轻工业发展“稳”优势持续显现，不断提振市场信心。

产业集群是推动区域经济高质量发展的重要载体。目前，我国轻工产业集群带达300多个，涉及食品、皮革、陶瓷、家电、家具、塑料、日化等35个行业，占轻工行业总数的70%以上，轻工产业集群营业收入占轻工业的比重达到40%，部分产业集群产量占全国同类产品总量的50%以上。

产业集群的发展在中国轻工业经济中发挥着重要作用。从重点地区的产业带看，广东珠三角地区聚集着众多家电、轻工机械、玩具、家具等轻工业产业带，成为全球知名制造中心；浙江的五金、礼品、箱包、日用品吸引了全球买家和供应商，义乌也是全球最大的小商品批发市场之一；江苏苏州以高新技术产业为主导，引入智能制造、数字化工厂、绿色工厂、科技创新等类型轻工企业，吸引了众多国内外投资。

这些产业带通过优势互补、协同创新和资源集聚，推动了相关行业的发展，提高整体竞争力，成为地区高质量发展的强劲引擎，并在国内外市场取得了良好声誉。

从增长上看，家电、家居、食品等是产业集群稳增长的重点领域。今年7月，工业和信息化部等3部门联合印发《轻工业稳增长工作方案（2023—2024年）》（以下简称《方案》），明确了一系列轻工业稳增长举措，提出着力稳住家居用品、塑料制品、造纸、皮革、电池、食品等六大万亿级规模行业，同时培育壮大老年用品、婴童用品、文体休闲用品、生物制造和预制化食品等市场空间大的新增长点。

新的技术革命在重塑经济发展，科技创新、数字化转型、跨境电商等都是轻工产业集群不可忽视的重要增长点。未来，我国轻工产业集群只有不断塑造新优势、开辟新赛道，才能更好地促进行业提质增效、巩固发展优势。

中国轻工企业投资发展协会作为唯一一家服务轻工消费品企业投融资和经营发展的国家一级协会，以各类举措促进企业创新发展，与重点产业集群一起赋能产业数字化、智能化升级，推动轻工业走进新格局、高质量发展的新时代。



腾讯广告市场副总经理及腾讯智慧零售市场副总裁 常越

随着扩内需促消费等利好政策的推行，消费活力持续释放，拥有完善产业链和优质产品的产业带商家迎来了发展新机遇。而数字化的进一步升级为产业带腾飞提供了良好环境，视频号直播等新商业模式助力产业带逐步打通直面消费者的新链路，将新渠道、新营销和新模式带入源头产地，在推动提升特色产品影响力，促进产业转型发展，带动各地产业带蓬勃发展中发挥着积极作用。

作为产业带商家布局数字化的重要阵地，腾讯生态在过去几年当中发生了显著变化，高客单价、强品牌心智的商家在腾讯生态中仍然发展良好，消费群体与消费需求仍然存在。与此同时，最近一年当中，大量产品优质、性价比高的产业带中小商家在腾讯生态中发展极其快速，截止今年5月，在腾讯广告投放的类目数量同比增加了20%，爆品数量同比增加了36%。腾讯生态中商家结构发生显著变化，也一定程度上映照了产业带在整个市场中的飞速发展和良好机遇。在这个过程中，视频号作为新的流量场景成为商家生意增长的关键引擎，2022年消费品行业视频号商家数量增长54%，视频号直播带货GMV增长了8倍，吸引了不同行业商家加速入局。这些变化让腾讯广告更加相信产业带发展的蓬勃势头，也将持续为商家发展提供积极助力。

生态的蓬勃增长和商家结构的变化趋势可以看出腾讯生态中拥有巨大的市场空间给更多的产业带商家、中小商家实现生意增长与品牌化转型。腾讯广告也将不断精进生态能力，通过以视频号为核心的流量场景，从抓住新的触点、跑通新的通路、新商品矩阵管理等维度为商家提供助力，帮助商家在腾讯生态获取生意新增量。

同时，腾讯广告将通过「域见超新星」计划深入百个产业带城市，深挖9条行业赛道，扶持千个商家成长，打造产业带商家标杆TOP100，并对其进行全域经营阵地搭建支持，提供亿级曝光及千万级策略扶持金支持，让每一款好货打开销路，让每一个商家在腾讯都有属于自己的经营阵地。

核心结论

伴随着中国经济的加速转型，通信成本、交易成本和运输成本大幅下降，消费在升级、产业在升级，产业带的发展也有着新的特点和趋势。数字化是产业带从传统粗放的加工制造向前更进一步的新动力，也是产业带经济增长的新引擎。

目前产业带数字化有三大痛点：生产流程不同，难易程度不一；成本有顾虑，数字化研发工具渗透率低；尝试多成功少，数字化路径不清晰。两大趋势：平台助力，赋能数字化产业带，打造样本、批量复制、出海找增量。

此外，从政策看，产业带的质量监管、知识产权及核心技术专利保护是重点，绿色低碳产业集群是未来一大趋势；技能人才缺失，未来人才职业教育及培养体系是趋势。

营销策略上，产业带品牌的三大营销策略分别是针对细分产业带制定差异化营销策略、借力数字化趋势做足全域经营、塑造好IP增强品牌竞争力。

同时，企业可借力腾讯的渠道、资源、内容生态等优势，共建数字化产业带，而腾讯的全域生态可助力产业带进行爆品孵化、按需定产，实现产业带的降本增效。

一、281个产业带全景概览

P1-P04

二、产业带发展痛点及趋势

P05-P06

2.1 数字化的三大痛点、两大趋势

2.2 政策趋势

2.3 人才支持

三、九大赛道重点产业带分析

P07-P13

3.1 食品

3.2 服饰鞋帽箱包

3.3 珠宝钟表眼镜

3.4 综合类家居百货

3.5 运动户外

3.6 数码电子

3.7 护肤彩妆

3.8 亲子

3.9 酒水

四、产业带营销策略洞悉

P14-P24

4.1 产业带营销打法总结

4.2 产业带典型营销案例

2、九大行业赛道数量分布情况。

注：服饰鞋帽箱包（包含皮革、毛皮、羽毛绒及其制品业），珠宝钟表眼镜，综合类百货（包含造纸及纸制品业、娱乐、文教、工美用品制造业），户外运动，数码家电，护肤彩妆，亲子，酒水（包含饮料和精制茶制造业），食品（包含食品制造业、农副食品加工业）

01综合百货	
中国提琴产业基地平谷区东高村镇	中国制伞名镇建德市三都镇
中国文房四宝文化第一街西城区琉璃厂街	中国毛笔之都湖州市
中国乐器产业基地天津市静海区	中国口杯之都永康市
中国特色定制家具产业基地霸州市胜芳镇	中国竹笛之乡杭州市余杭区中泰街道
中国民族乐器之都饶阳县	中国办公家具产业基地杭州市
中国北方瓷都唐山中国核雕之乡永清县	中国扑克牌生产基地武义县
中国制镜基地沙河市中国北方乐器之都肃宁县	中国文教用品产业基地武义县
中国玻璃器皿之都祁县	中国五金(配件)之乡萧山义桥镇杭州市萧山区
中国澄泥砚之都新绛县	中国工程塑料之都宁波市
中国北方日用瓷都塑州市	中国钢琴之乡德清县洛舍镇
中国砂器之城平定县	中国编织艺术之都温岭市
中国塑编城康平县	中国日用塑料名城温岭市
中国松花砚之乡通化市	中国刺绣产业机产业基地诸暨市
中国松花砚文化产业基地白山市	中国纽扣产业基地嘉兴市嘉善县西塘镇
中国制笔工业基地上海市奉贤区	中国石雕小镇泰顺县
中国表面活性剂产业基地上海市金山第二工业区	中国工艺美术产业贸易之都义乌市
中国牙刷之都扬州市生态科技新城广集镇	中国五金之都永康市
中国提琴产业之都泰兴市黄桥镇	中国厨具之都嵊州市
中国玻璃模具产业基地常熟市	中国文房四宝之都宣城市
中国酒店日用品之都扬州市杭集镇	中国徽墨之都歙县
中国琴筝产业之都扬州市	中国徽砚之都歙县
中国毛笔画笔之都扬州市江都区	中国木梳之乡泾县榔桥镇
中国玉雕之乡扬州市广陵区湾头镇	中国日用玻璃产业基地凤阳县
中国制笔之都温州市	中国刷业城桐城市范岗镇
中国塑编之都温州市	中国宣纸之乡泾县
中国塑料薄膜生产基地温州市瑞安市	中国徽墨之乡绩溪县
中国伞城上虞市秘厦镇	中国宣笔之乡泾县黄村镇
中国木雕之乡东阳市	中国油画笔之乡泾县榔桥镇
贝发中国制笔城宁波市北仑区	中国文房四宝文化名城黄山市
中国圆珠笔制造基地杭州市桐庐县分水镇	中国刷业之都源潭安庆市潜山市
中国文具产业基地海宁波市宁海县	中国羽毛球产业基地无为县中国柳编之都阜南县
中国椅业之乡安吉镇	中国木雕之城莆田市
中国水晶玻璃之都	中国伞都晋江市东石镇
中国礼品城龙港市	中国瓷都德化县
中国休闲用品礼品生产基地临海市	中国礼仪工艺用品之都莆田市
中国湖笔之都湖州市南浔区浦江县	中国香都永春县达埔镇
中国制笔成产基地丽水市	中国生态合成革产业园福鼎市
中国文具之都宁波市	中国家居工艺产业基地安溪县
中国工艺礼品生产基地瑞安市	中国油画产业之都莆田市
中国伞乡杭州市萧山区南阳街道	中国工艺美术之都泉州市
中国制笔工贸基地义乌市	中国特色陶瓷镇永春县苏坑镇
中国缝制设备制造之都台州市	中国漆艺之乡永春县仙夹镇
中国竹地板之都安吉县	中国毛笔之乡进贤县文港镇
中国工艺礼品工贸基地义乌市	中国款砚(原产地)之乡婺源县
中国流行饰品工贸之都义乌市	中国陶瓷煲都黎川县
中国台挂历礼品生产基地苍南县	中国瓷器名城淄博市
中国铅笔生产基地庆元县	中国实木家具之乡德州市宁津县
中国竹制品产业基地庆元县	中国民族毯业城德州市武城县
中国石文化之都青田县	中国琉璃之乡淄博博山区
中国紫陶之都建水县	中国制伞名镇建德市三都镇

01综合百货		02运动户外	
中国黑陶城德州市		中国自行车电动自行车产业基地武清区王庆坨镇	
中国红丝砚文化产业基地临胸县		中国自行车电动自行车之都天津市静海区	
中国红丝砚之乡青州市		中国自行车零配件基地暨儿童自行车之都平乡县	
中国柳编之都临沭县		中国休闲运动车之都永康市	
中国五金产业工贸城临沂市河东区		中国钓具生产基地宁波市慈溪市	
中国汝瓷之都汝州市		中国钓具之都威海市	
中国中原瓷都禹州市		中国健身器材生产基地淄博市	
中国铸铁锅之都郑县		中国塑料绳网之都惠民县	
中国密玉之都新密市		中国健身器材生产基地天津市	
中国挤出模具之都黄石市		中国钓具浮标之乡临湘县	
中国土家织锦之乡龙山县		中国电动车产业基地沂南县	
中国陶瓷之都景德镇市		中国运动杖之乡宁海县深叭镇	
中国香业之乡江华瑶族自治县		03服饰鞋帽箱包	
中国灯饰之都古镇中山市古镇镇		中国皮革皮衣之都辛集市	
中国红木家具生产专业镇中山市大涌镇		中国裘皮之都肃宁市	
中国玩具礼品之都澄海汕头市澄海区		中国箱包之都保定市白沟新城	
中国家居商贸与创新之都佛山市乐从镇		中国毛皮碎料加工基地阳原县	
中国瓷都潮州市		中国运河裘都故城县	
中国视都肇庆市		中国毛皮产业基地昌黎县	
中国家具出口重镇东莞市大岭山		中国裘皮服装服饰名城枣强县	
中国家具设计与制造重镇佛山市顺德区龙江镇		中国羽绒之乡安新县	
中国家具材料佛山市顺德区龙江镇		中国皮草之都灯塔市佟二堡新城	
中国日用陶瓷出口之乡饶平县		中国制革产业基地阜新市	
中国玉都揭阳市		中国皮革产业基地肇源县	
中国印刷产业基地鹤山市		中国鞋业基地丹阳市	
中国工艺礼品产业基地深圳市		中国羽绒名镇宝应县山阳镇	
中国制笔研发制造基地始兴县		中国雪地靴之乡镇江市丹徒区高桥镇	
中国香业产业基地江门市新会区双水镇		中国鞋都温州市	
中国工艺美术之都潮州市		中国皮革之都海宁市	
中国制伞名城桃源镇鹤山市		中国羽绒之都杭州市萧山区	
中国塑胶商贸重镇东莞市樟木头镇		中国眼镜零配件生产基地玉环市	
中国塑料新材料之都东莞市常平镇		中国羽绒之乡杭州市萧山区新塘街道	
中国工艺美术产业基地江门市台山市		中国麻编工艺鞋之乡杭州市萧山区浦阳镇	
中国塑料建材产业之都佛山市顺德区龙江镇		中国水性生态合成革产业基地丽水市	
中国塑料商贸之都乐从佛山市顺德区		中国鞋业名城温岭市	
中国五金不锈钢制品产业基地潮州市潮安区		中国水貂皮服装产业基地余姚市	
中国传统古典家具产业基地江门市新会区		中国女鞋名镇桐乡市石门镇	
中国不锈钢制品生产基地江门市新会区		中国箱包产业基地东阳市	
中国青花瓷之乡大埔县		中国旅行箱包之都平湖市	
中国衣架之都桂林市荔浦市		中国箱包名城瑞安市	
中国香杉家居板材之乡融水		中国现代制鞋产业城宿州市	
中国弯曲胶合板之都容县		中国羽绒名镇六安市裕安区固镇镇	
中国家居板材产业基地崇左市		中国羽毛羽绒之乡无为市	
中国陶瓷产业基地藤县		中国鞋都晋江市	
中国日用玻璃产业基地合川区清平镇		中国箱包皮具产业基地干县	
中国西部陶瓷之都荣昌区		中国鞋业生产基地高密市	
中国书画纸之乡泾川县		中国毛皮产业基地临沂市临沂经济技术开发区	
中国首却砚之乡攀枝港市仁和区		中国箱包皮具产业基地鄂陵县	
中国乌木根雕艺术之都芦山县		中国制鞋产业基地睢县	
华夏笔都南昌市进贤县文港镇		中国箱包皮具生产基地邵东县	
中国琥珀之都腾冲市		中国皮具之都广州市狮岭镇	
中国传统工艺美术特色基地扬州市		中国合成革产业基地佛山市高明区	



中国女鞋成产地惠东县	06护肤彩妆
中国塑料鞋之都吴川市	中国化妆品产业之都上海东方美谷奉贤区
中国皮具商贸之都广州市白云区	中国化妆刷之乡鹿邑县
中国裘皮之乡广州市白云区长腰岭村	
中国男鞋生产基地鹤山市	
中国塑料时尚鞋之都揭阳市	07珠宝钟表眼镜
中国西部鞋都磐山县	中国眼镜生产基地丹阳市
中国女鞋之都成都市武侯区	中国眼镜生产基地温州市
中国皮革化工基地德阳市	中国眼镜零配件生产基地玉环市
中国制帽之乡胶州市李哥庄镇	中国太阳镜生产基地厦门市
中国制鞋基地沂南县	中国钟表名城漳州市
04酒水	中国黄金珠宝首饰之乡莆田市北高镇
中国葡萄酒之城秦皇岛市	中国钟表名城烟台市
中国乳业之都呼和浩特	中国钟表之都深圳市
中国北方浓香型白酒生产基地巴彥淖尔	
中国玻璃模具产业基地常熟市	
中国醋都镇江市	08亲子
中国黄酒之都绍兴市	中国毛绒玩具礼品之都扬州市邢江区
中国白酒之乡六安市霍山县	中国木制玩具城云和县
中国芝麻香白酒第一镇安丘市景芝镇	
中国白酒原酒基地高青县	
中国酒类包装之城郸城	09数码家电
中国啤酒之都青岛市	中国家电产业基地宿迁市
中国白酒之乡绳池县	中国锁都温州市
中国白酒名镇宜昌市夷陵区	中国电池产业之都长兴县
中国白酒名城枝江市	中国家电产业基地合肥市
中国鼓香型白酒产业基地佛山市	中国家电及装备制造产业基地滁州市
中国(宜宾)白酒之都宜宾市	中国电瓷之都芦溪县
中国白酒原酒之乡峡市	中国电热锅产业基地淄博市周村区
中国酒城泸州市	中国制冷设备产业基地民权县
中国酱香白酒核心产区(仁怀)仁怀市	中国电池工业之都新乡市
05食品	中国家电品牌基地中山市南头镇
中国醋都清徐县	中国小家电创新基地中山市东凤镇
中国芥花油之都呼伦贝尔	中国小家电产业基地湛江市廉江市
中国海盐之乡大连普湾经济区复州湾街道	中国家电之都佛山市顺德区
中国食品产业基地滁州市	中国家电制造业重镇佛山市顺德区北溶镇
中国烧鸡之都宿州市埇桥区	中国家电制造基地中山市黄圃镇
中国罐头之都漳州市	
中国特膳食品(九制熟地)之乡帖山永春县帖山镇	
中国桃酥之乡鹰潭市	
中国功能糖城禹城市	
中国柠檬酸特色产业基地潍坊市昌乐县	
中国豆制品产业基地枣庄市山亭区	
中国特色食品产业集聚区济宁市金乡县	
中国食品之都临沂市	
中国水果罐头之都平邑县	
中国食品产业名城仙桃市	
中国月饼名城茂名市	
中国糖都崇州市	
中国焙烤之镇合浦县	
中国肉类罐头之都遂宁市	
中国食品绿色产业城宜宾市南溪区	
中国羊乳之都富平县	
中国花椒之都韩城市	

二、产业带的发展痛点及趋势

1、产业带数字化发展的三大痛点：

（一）生产流程不同，难易程度不一

各产业带的生产流程、生产装备及设备不同，因而数字化转型难易程度不一致。食品、家具、家电、日化等细分产业带的产品创新周期短，设备智能水平高，数字化转型相对容易。而娱乐、文教业对产品个性化要求较高，不易形成标准且统一的生产流程，数字化转型难度较大。

（二）成本有顾虑，数字化研发工具渗透率低

数字化转型的资金投入有门槛，中小规模产业带力不从心。资金成本、数字化能力是中小规模产业带的两大顾虑。由于投入后的收益并不明确，目前多数产业带高成本的智能生产线、数字化研发工具的渗透率低。中小规模产业带数字化转型的最优解是因企施策，在成本范围内选收益最高的环节进行数字化改造。优先改造投入资金少、实施及检验周期短的项目，循序渐进地进行数字化转型。如借助电商平台提供的数字化工具，率先实现营销、销售环节的数字化转型。

（三）尝试多成功少，数字化路径不清晰

数字化转型复杂度高，企业尝试多但成功少的原因就是还未理清数字化转型各环节链路，数字化路径不清晰。如轻工机械、玩具等行业数字化设备薄弱，也有行业存在不重视数字化信息安全建设的问题。数字化是手段，而不是目的，需因行制宜。对于制造工艺相对传统的行业而言，核心工艺的数字化转型路径不清晰，解决方法是先从管理、物流等环节入手，提升管理效率，优化供应链。

2、产业带数字化两大趋势：

（一）平台助力，赋能数字化产业带

平台服务具有共建共享、付费使用、共同运维等特点，能够较好解决中小规模产业带在数字化转型过程中的成本、运维、技术等问题。产业带可借助平台的渠道、资源、内容生态等优势，以实现工艺优化、按需定产、爆品孵化，而平台提供的数字化解决方案，可助力产业带的开拓转化、降本增效。

如今年8月，腾讯研究院到霞浦举办视频号直播培训活动，助力原产地农产品数字化增长。不仅向当地的个体工商户、电商企业的学员们对《视频号平台红利及发展趋势剖析》《生鲜直播爆款案例拆解》《视频号直播人货场的高级运营匹配》等进行详细讲解，还通过视频号等数字化工具赋能当地个体工商户、中小微企业发展，实现当地中小企业在‘县’也在线。目前，霞浦县有3000多家电商企业，从业人员十几万人，排名全国农副产品网络销售县第50名。

（二）打造样本，批量复制，出海找增量

企业的数字化转型是一个系统工程，以企业样本进行批量复制，连点成线，聚线成面，推动产业带向全生态数字化协同转变、出海寻找新增量是趋势。

如今年1月，中国厨具之都嵊州市发布《嵊州市智能厨电行业“N+X”数字化改造实施方案》，以“小而精、模块化、组合式、普适性”的行业级数字化解决方案，打造应用样本、批量化复制推广。2022年，嵊州市累计数字化改造企业达420余家，已建成的数字化车间、智能工厂生产效率提升60%以上。

此外，企业出海寻求增量的新机遇是跨境电商。如中国羽绒之乡杭州萧山新塘现今也在打破传统产销模式，大力创新发展独立站、海外仓等多渠道融合型跨境电商销售新模式，减轻销售成本，推动家纺羽绒产业进军海外市场。

3. 产业带政策趋势及人才支持

（一）质量监管、知识产权保护待加强

目前，我国大部分产业带中的中小企业从贴牌和仿制做起，缺乏核心技术，利润率和附加值较低。而许多中小企业为主的产业带在质量管理上存在认识不到位、管理模式传统粗放、实施全生命周期质量管理困难等短板。因此，产业带的质量监管、知识产权及核心技术专利保护是重点。政策上，工业和信息化部在2022年6月发布《关于推动轻工业高质量发展的指导意见》，强调加强对重点轻工产品的质量监管，打击和曝光质量违法和制假售假行为，依法加强反垄断、反不正当竞争监管；加强知识产权保护力度，优化市场化、法制化、国际化的营商环境。

（二）准入门槛提高，绿色低碳是趋势

国内轻工产业带在吸纳劳动就业、解决三农问题等经济发展和社会稳定中发挥着举足轻重的作用，同时轻工制造也是我国污染防治、节能降碳的重点领域。故提高产业带相关企业的准入门槛，加快形成绿色低碳产业带对我国轻工产业带的高质量发展极为重要。

最新动态来自今年6月，中国轻工联制定印发的《轻工业重点领域碳达峰实施方案》（以下简称《实施方案》），提出18项重点任务和9项重点行业达峰行动，绘制了轻工业重点领域绿色低碳转型的“路线图”，同时也为环保产业发展提供了更多机遇。

（三）技能型人才缺口大，人才招引是趋势

随着我国经济的快速增长及结构转型，当下产业带劳动力市场存在供给、需求不匹配问题。对轻工产业带而言，技术型人才缺口大，未来完善相关人才职业教育及培养体系是趋势。目前，轻工从业人员有3500万人，其中技能劳动者超1000万人，高技能人才超300万人。总鉴定人数中，高技能人才占23%，有较大提升空间。

2022年6月，工信部等五部门发布关于推动轻工业高质量发展的指导意见。意见提出，强化高素质人才支撑。完善轻工业人才培养体系，加强学科专业建设，鼓励普通高校、职业院校（含技工院校）、科研机构和企业建立联合培养模式，建设一批现代产业学院，加快建立多层次的职业教育和培训体系。

最新动态来自今年7月，全国轻工行业职业能力评价工作会议召开，中国轻工业联合会会长张崇和在会议讲话中指出，培养技能人才、建设技能轻工是中国轻工业联合会推动行业高质量发展的重要举措。

三、九大赛道重点产业带分析

1、食品

📍 中国食品产业名城仙桃市

仙桃作为我国唯一的“中国食品产业名城”，拥有旺旺、亲亲、真巧、中粮、加多宝、燕京、华美等30多家“国字号”品牌企业，构建了集食品标准化生产、加工、包装、物流、检测于一体的完整产业链。

从产业带规模及产值上看，2022年全市食品产业集聚规模以上食品加工企业62家，全年实现产值170.38亿元，占全市工业比重的18%。

从政策导向看，工业和信息化部、国家发展改革委、商务部在今年8月联合发布《轻工业稳增长工作方案（2023—2024年）》，着重提到要培育壮大预制化食品这一新增长点，鼓励瞄准当前现代食品加工工艺中数字化技术应用，推出更多品质优异、口味独特、营养安全的预制化食品。

该产业带资源优势在于依托江汉平原丰富的农产品，作为全国唯一的“中国黄鳝之都”，大力发展食品加工产业。其增长热点是允泰坊食品公司所制作黄鳝相关的预制菜。另外，“顾大嫂”鳝鱼粉、“中和仙品”鳝筒等是该产业带热销产品。

📍 中国功能糖城禹城市

消费升级下，消费者寻找饮料考虑的首要因素也变成了注重“健康+功效”。近两年，主打无蔗糖的饮品迅速出圈，颇受年轻消费群体青睐。

禹城市的保龄宝公司作为首家实现低聚麦芽糖、低聚异麦芽糖的工业化生产，为赤藓糖醇的成功开发打下了基础，也为禹城播下了“功能糖”的种子。

从产值上看，目前禹城市有功能糖产品60多种，总体产能150万吨，国内市场占有率70%以上，国际市场占有率35%左右，是目前全国集聚程度最高、规模最大、品种最多、市场占有率最高、品牌知名度最好的功能糖制造基地，区域品牌价值达72.89亿元人民币，荣登全国区域品牌价值评价百强榜。

从政策支持及优势上看，随着低糖、减糖食品健康消费的兴起，国家政策助力，去糖化将成为中国家用食品市场甚至医药保健食品市场的消费趋势。禹城也正不断擦亮“中国功能糖城”名片，未来将以功能糖城二次创业为抓手，深入实施“强链工程、延链工程、强企工程”三大工程，实现产值、税收、上市企业市值翻番。

2、服饰鞋帽箱包

📍 中国皮草之都灯塔市佟二堡新城

有着“中国皮草之都”美誉的灯塔市佟二堡镇，经过45年变迁，从名不见经传的传统型农村乡镇，变成了集养殖、印染、加工、销售、电商等全产业链的皮装裘皮市场集散地。

电商是该产业带的主要增长驱动力。借助“佟二堡·中国皮草之都”的品牌效应、货源供应、物流体系、配套服务等资源，佟二堡镇同步实施“电商网店”和“实体商户”的线上线下融合发展，着力打造全产业链型电商基地，建设东北电商城。目前，佟二堡日均发货量达5万单，占据国内60%以上的裘皮服装销量。

除电商外，“原创设计”也是“时尚佟二堡”的全新驱动力。其背后是佟二堡皮草产业设计研发的深度融合，一批原创皮草品牌、机构纷纷入驻佟二堡，新鲜设计力量加速集结，为其不断注入“活水”。

从政策支持上看，灯塔市一直用展会助推产业带宣传、带动增长。该产业带于今年先后成功举办了2023年海宁皮革城直播基地“年货节”及“春季大促特卖节”，成交额达4.7亿元。

中国羽绒之乡杭州市萧山区新塘街道

“世界羽绒看萧山，萧山羽绒看新塘”，新塘是中国“羽绒之乡”、“中国羽绒家纺名镇”。

从产业带规模及产值上看，辖区内以制绒为主的制造业企业30余家，如柳桥实业、华英新塘、浙江三星等重点企业，年均羽绒产值100亿元，羽绒出口50亿元，占全国出口额的60%，直接从业人员近1万人，产值增速基本维持在10%-30%，增加年产值超15亿元。

从政策支持及优势上看，新塘将合理规划“党建引领、行业领跑、产业链接、互促共进”的发展路径，力求以项目支撑发展有关“羽绒”产业，通过数字赋能来助力转型升级，积极探索引进专业招商团队与园区企业合作经营模式；此外新塘还致力于创新发展B2B、B2C等多渠道融合的跨境电商营销模式，加快推进三星羽绒总部研发运营中心和羽绒博物馆等项目建设。

3、珠宝钟表眼镜

中国钟表之都深圳市

改革开放后，深圳钟表业脱胎于香港制造业的内迁来，经过来料加工、产品研发、品牌创建等阶段的发展和沉淀，逐渐成为优势产业；如今在国内处于绝对领先地位，并成为中国钟表品牌走向国际的领军者。

从产业规模和产值上看，深圳钟表业已形成较为完整的产业体系，深圳现有钟表企业1500多家，中国钟表“十强企业”占7家；年产值680亿元，其中传统手表的产值380亿元，智能穿戴产品产值220亿元。中国手表产量占全球产量80%，深圳手表产量占中国产量53%、占全球产量42%。

该产业带优势在于参与中国手表标准制定。深圳钟表企业参与制定编制的各等级标准占行业标准的50%左右，申请外观专利和发明专利超过1000件。

从政策支持上看，深圳政府发挥深圳领头羊的重要作用，引领深圳制造业从追求效率向追求创新的战略转型，推动“深圳速度”向“深圳质量”转变。龙头企业要积极主动从价值链底端向“世界级品牌

建设”的高附加价值转变，打破“made in China”廉价低品质的刻板印象。深圳政府也应从顶层设计上构建与引领“Created in SZ”城市品牌，传播“创新之都”、“科技之都”、“设计之都”的世界品牌形象。

📍 中国眼镜生产基地丹阳市

从产业带规模及产值上看，丹阳拥有眼镜产业及相关配套工贸企业2000多家，年产镜片4亿多副，占全国总产量的四分之三，全球总产量的二分之一。

该产业带优势在于专利技术，全市有近80家企业通过ISO国际质量认证，树脂镜片生产企业万新、海昌隐形眼镜、眼镜网络销售专业化公司江苏淘镜，国家级专业眼镜检验中心“国家眼镜产品质量监督检验中心”、国家级公共技术服务示范平台“精通眼镜技术创新服务中心”以及中国镜片领军企业“明月镜片股份有限公司”等一大批优秀眼镜企业。

眼镜作为丹阳的支柱产业，在开辟元宇宙、AR/VR新领域、新赛道，塑造发展新动能上提供了坚实基础，而该产业带的新增长点在于元宇宙应用场景的赋能。

今年9月，丹阳眼镜产业高端转型暨元宇宙创新发展大会展开，其目的就是加快推动眼镜产业的转型升级，集聚一批富有创新能力和开拓精神的产业链上下游企业，利用元宇宙应用场景为产业带赋能。

4、综合类家居百货

📍 中国酒店日用品之都扬州市杭集镇（中国牙刷之都扬州市杭集镇）

据记载，早在清道光六年，杭集镇就开始生产牙刷，最开始制作最简易的洁牙工具。直到1970年，杭集镇的牙刷开始批量生产，上世纪80年代，在改革开放的春风吹拂下，制造牙刷的民营企业进一步扩大。

从产业带规模上看，这个不足40平方公里的小镇生产的牙刷占据了超80%的中国牙刷市场，30%的国际牙刷市场，这意味着全球每三只牙刷中就有一支来自杭集；且该产业带并拥有高露洁三笑、倍加洁日化 and 两面针等一批行业龙头企业。

从产值上看，仅2023年上半年，杭集牙刷行业的销售情况稳步提升，而今年1至7月，其工业开票销售达69亿元，同比增长14.1%。

从政策优势上看，杭集立足特色优势产业链，发展高端日化、医美健康产业，打造“中国美妆港”。未来，将在产业空间、创新载体、企业培育等方面有一系列具体措施。

📍 中国椅业之乡安吉镇

安吉是闻名中外的“中国椅业之乡”，是全国最大的办公椅生产基地。经过三十多年的发展，产品由原来的单一型发展到系列化生产，椅业已成为安吉县第一大支柱产业。

安吉无论从椅业生产规模、市场占有率还是品牌影响力，在全省、全国乃至全球，都具有领先地位：椅业产量占国内市场1/3，出口量占全国1/2。

从产业带规模上看，截至2022年底，安吉现代家具集群已有规上企业270家，其中主板上市企业3家、科创板上市企业1家、年销售10亿元以上企业3家、亿元以上企业52家，呈现明显的集群化发展特征。

从政策支持上看，大力推动企业智能化改造，加快推进生产技术转型升级，将数字技术嵌入生产全流程各环节，提高全要素生产率、拓展产业链空间。而安吉正加快制定《鼓励绿色家居企业转型升级实现高质量的实施意见》。

5、运动户外

📍 中国钓具之都威海市

作为全球渔具最大生产基地，威海一度富有“中国钓具之都”的美誉。

产业带规模上，这里有4000多家钓具生产及贸易企业，承包了全球近半的钓具业务。可以说，全球约80%的钓具都由中国企业生产，而中国市场的一半以上是“威海制造”。仅2022年威海市钓具出口额43亿元，约占全国钓具出口总额的47%。

目前，威海市已经建立起原材料、设备制造、配件、成品、电子商务、会展赛事等多要素全产业链发展体系，本地配套率达到80%以上，成为出口规模最大、品种最全、功能最齐全、市场占有率最高的钓具研发、制造和出口展销基地。

政策支持及优势上，今年9月，“威海钓具”品牌Logo发布，这一集体商标的注册和推广将进一步巩固提升威海钓具制造业先进产品质量一流的整体形象，促进钓具产业积聚发展，加强知识产权保护，形成对威海钓具的品牌共识。

📍 中国自行车电动自行车之都天津市静海区

低碳出行”理念深耕国人脑海，越来越多人愿意选择利用自行车出行或锻炼，甚至把骑行当作一种生活方式，这也让不少本土的自行车企业迎来了发展机会。

产业带规模上，作为全国唯一的“中国自行车电动自行车之都”，静海目前拥有知名整车及配件企业80余家，各类整车和零部件企业3000余家。

此外，自行车行业想要打造更多高附加值产品、延长产业链，科技创新是必修。其中，静海区里知名自行车品牌“优贝”麾下80%的零件具有自主专利技术，公司拥有专利155项，其中国际专利15项，发明专利3项。

政策支持及优势上，静海区商务局联合静海海关，组织艾瞰、富士达、捷安特等重点自行车企业，开展跨境电商政策培训会，对海关监管政策进行详细解读，为企业量身定制“一企一策”扶持措施，推广跨境电商出口B2B通关新模式，引导企业用足用好“便捷通关、优先查验”海关扶持政策。

6、数码家电

📍 中国家电品牌基地中山市南头镇

家电产业作为现代轻工业的重要支柱，是最能体现中国制造实力的标志性产业之一。

中山市南头镇南头镇作为“中国家电品牌基地”，2022年的产业带收益成绩亮眼，全镇实现生产总值167.4亿元，实现规上工业增加值110.2亿元。

产业带规模上，南头镇产业带经营面积为28平方公里区域面积，聚集了各类企业5500家，其中家电及相关配套企业4500多家，产值占全镇工业总产值的70%以上；并培育了TCL空调、长虹电子、奥马冰箱3家“百亿家电龙头”、亿元以上企业70家、规上工业企业292家、高新技术企业130家。

目前，南头镇形成了以空调、电视、冰箱等大家电为龙头，小家电门类丰富，零配件配套完善的区域特色产业优势，产品涵盖165个家电种类，是全国唯一一个白电、黑电产业链齐全的镇区。

值得关注的是，为推动地跨境电商健康发展，2022年国务院批复同意中山市设立跨境电子商务综合试验区，这意味着南头镇将享受更多的跨境电商红利政策。除此之外，明年南头镇拟设立2000万元跨境电商专项资金，通过一系列精准扶持政策，为跨境电商企业实现跨越式发展持续注入动能

📍 中国家电产业基地合肥市

世界第一台DVD、第一台变容式冰箱、第一台仿生洗衣机.....这些“第一”均产自合肥，使家电产业成为合肥最具代表性的产业之一。

从产业带规模看，全市家电产业规上企业合计90余户，从业人员8万余人，该地拥有惠而浦、海尔、美的、格力、TCL、长虹、京东方7个国际知名品牌，以及美菱、荣事达、帝度、晶弘、尊贵、欧力、雪祺、华凌、惠科、万和10个国内知名品牌。

政策支持上，在重点产业发展领域，合肥市兑现各类专项政策近35亿元。据悉，合肥财政局为保障重大项目稳中有进，根据招商协议约定，兑现了维信诺、京东方等30余个重大项目政策资金，有力促进新型显示、集成电路、新能源汽车等战略产业龙头企业加快发展。

7、护肤彩妆

📍 中国化妆品产业之都上海东方美谷奉贤区

从产业带规模看，目前东方美谷集聚美丽健康品牌3000多个，化妆品企业占全市30%，化妆品销售额占全上海市的40%。

该产业带优势在于中高端的品牌和化妆品集团聚集，研发、生产资源强，产业带品牌价值已达到近300亿美元。

该产业带增长的第二曲线是对生物医药领域的布局，目前奉贤区集聚生物医药企业200多家，产值超亿元企业40家；共有393家中医药企业，占全市的11.2%，全区规模以上中医药产值超过40亿元。

📍 中国化妆刷之乡鹿邑县

该产业带优势在于鹿邑县域所处豫东黄淮平原地区，当地农户有养羊传统，羊尾毛加工产业风生水起。

其历史发展转折点在于2020年鹿邑县主持编订的省级化妆刷地方标准发布，该产业带从海外大品牌代工跃升至拥有50多个自主品牌、90多项专利。

从产业带规模及产值上看，该产业带目前有近150家化妆刷企业，配套经营主体1000多家，年产值近130亿元；每年生产中高档化妆刷1.5亿套，出口创汇近3亿美元。

近两年，该产业带的增长热点来自对预制菜产业的加速布局。今年3月，中原预制菜产业发展论坛在鹿邑举行，鹿邑携手澄明食品工业园，提出共建中部最大火锅、烧烤、预制菜食材基地。

8、亲子

📍 中国自行车零配件基地暨儿童自行车之都平乡县

平乡的自行车童车产业起源于二十世纪70年代末，由最初的购置零配件自行组装到家庭小作坊式生产，逐步发展到现代化规模企业。

从产值及规模看，该产业带目前拥有各类自行车、童车企业达4800多家，年产自行车、童车及玩具1.2亿辆，占国内市场的50%、国际市场的40%，销售收入达300多亿元，去年童车出口总额达到21.8亿元。

该产业带的强势增长在于积极抢占海外市场。今年年初，平乡组建经贸代表团，组织15家自行车、童车、电动玩具企业赴印度尼西亚抢订单、拓市场，成功签订4.9亿元人民币的合同，后又在年中赴德国法兰克福参加欧洲自行车展，签订订单合同总额1500万欧元。

从政策支持上看，平乡正在制定《平乡县自行车（童车）产业数字化改造激励措施》政策，政府拿出2000万元产业发展基金，促进数字技术与实体经济融合，推进企业上云、上平台，赋能传统产业转型升级。

📍 中国毛绒玩具礼品之都扬州市邗江区

20世纪50年代末，扬州人利用衣服上剩下的花布边角料制作布娃娃，并在此基础上发展成为国营玩具厂。又在20世纪60年代，扬州玩具厂与上海轻工业品进出口公司合作，从此走上了以生产布绒玩具为主的道路。

从产业带规模看，该产业带有生产类毛绒玩具礼品注册企业300余家，知名卡通形象授权200余个，开票销售总量约10亿元。

目前制约该产业带发展的原因主要是外贸加工为主的产业模式逐渐不能满足内需市场要求，有工厂无知名品牌，缺乏自主设计、生产缺乏弹性。

从政策支持上看，邗江区通过创新服务平台建设，引导年轻人创新创业等形式推动该产业带发展。

9、酒水

📍 中国酱香白酒核心产区 (仁怀) 仁怀市

今年上半年，仁怀市完成地区生产总值911.09亿元，同比增长9.3%，其中白酒企业产值累计增长16.8%。

白酒产业的特殊性决定了对生态环境、自然资源有较大依赖性，**该产业带优势**在于赤水河谷独特的气候、土壤、水和微生物等为该产业带提供了绝佳的酿酒自然环境。

从产值及规模上看，2022年仁怀地区白酒产业总产值完成899.7亿元，产值上亿元的白酒企业达25家，新增规模以上白酒生产企业27家，累计达132家。

从产业带增长上看，仁怀围绕白酒产业延伸带动其上下游产业链快速增长：一是有机高粱种植业发展，目前全市常年种植有机高粱30万亩以上，带动6万余农户增收；二是围绕白酒产业大力发展包装印刷、文化创意、现代物流等第三产业，通过配套产业间接带动就业人员10万人。

📍 中国葡萄酒之城秦皇岛市

秦皇岛作为中国第一瓶干红葡萄酒的诞生地，历经30多年的发展历程，已经建立起了集生产、研发、旅游、休闲为一体的葡萄酒全产业链体系。

从产业带规模及产值上看，目前秦皇岛拥有6万亩酿酒葡萄种植基地，共有葡萄酒酿造企业40余家，全产业链年销售收入达40多亿元。

该产业带优势在于拥有酿酒葡萄所适宜的生态环境和地理优势，山、海相连的独特区位，日照充足、四季分明的气候，富含矿物质、通透性好的土壤。

从政策支持上看，今年9月，《秦皇岛市碣石山葡萄酒产区保护条例》正式实施，使得葡萄酒产区保护有法可依，对保障葡萄酒品质、培育品牌、促进产业融合发挥重大作用。

四、产业带营销策略洞悉

一、产业带营销打法总结：

01 针对细分产业带制定差异化营销策略：

基于九大产业带的分析结果，品牌需要将当下自身及消费者的需求进行详细切割，挖掘消费者痛点，把握好私域触点影响其心智，实现精准转化。

02 借力数字化趋势做足全域经营：

基于视频号不断完善其生态功能和连接能力，头部品牌接连入驻视频号开始直播。品牌想要满足消费者需求，除通过矩阵号直播外，还需牢牢把握产品卖点、打造爆款，并通过线上渠道/平台不受时间及空间限制，更好地连接消费者，实现营销场、内容场、货架场三大场域有机协同，互相推动转化，覆盖用户全场景、全链路购物需求。

03 塑造好IP增强品牌竞争力：

大多数产业带商家仍然规模较小，品牌IP较为薄弱。此外，大量中小商家易陷入同质化竞争，争夺市场的手段单一，迫切希望通过更丰富的渠道，寻求更多销售机会，触达更多消费者。想要在产业带脱颖而出，品牌需塑造发展性强的IP及品牌经营阵地，搭建健康可持续的营销通路，形成更稳定的品牌竞争力。



二、产业带典型营销案例

1. Full of Hope希望树：定制化场景组货，深耕内容素材，助力直播促转化

案例背景 家清行业标杆品牌「希望树」在视频号快速起号。

营销打法 短视频推广，引流直播间实现带货转化。

亮点 1.定制化场景组货；2.素材深度诠释甲醛危害；3.视频号投流+直播，并延长直播时间。

把握单品爆量的三大关键点：

一、根据场景组货（根据不同平米/家具数量推荐购买数量），弥补单品价格弱势。

二、素材优势协同短视频+直播同时上，带动转化火速起量，GMV一路狂飙至18w。

三、延长直播时长：5-7个小时，引流直播间广告在线时间长起量率更高，客单价涨至400~500元，高于其他平台；团队专攻视频号运营，生意转化再提速。

单品爆单+客单价攀升 商家快捷起量全攻略

商家品牌 Full of Hope希望树

行业赛道 日百家清

主推产品 除甲醛果冻



300%

直播GMV提升

3

投放ROI高达

4000

全场

直播场观人数高达



2.初旭：公私域组合拳快速起号，把控直播前中期，筑造品牌好口碑提高复购率

案例背景

服饰赛道品牌「初旭」在微信平台实现快速起号。

营销打法

ADQ投流引流直播间。

亮点

1.不断优化直播选品；2.ADQ投流起号；3.赠品好礼+私域运营有效促单。

把握单品爆量的三大关键点：

一、不断优化直播选品，适配平台人群品质需求，带动客单价由59元直线攀升至149元；直播单场GMV高达20万。

二、ADQ投流起号，快速度过冷启动期实现ROI正增长高达2。

三、精油好礼有效促单，配合私域运营有效促进口碑与复购，单场消耗峰值高达15万。

快速投流放量+跑通高客单 视频号直播3个月起号秘诀

商家品牌 初旭

行业赛道 服饰

主推产品 内衣



20w

2

15w

直播单场GMV最高达

直播投放ROI高达

单场消耗峰值高达

3.四只猫咖啡：视频号买量引流直播卖货，电商直购私域加粉，最快冷启动放量

案例背景 字节头部品牌，低客单价咖啡源头商冷启动巨快放量。

营销打法 短视频推广，引流直播间实现带货转化。

亮点 1.视频号短视频PDD CID直购链路；2.ADQ投流消耗。

把握单品爆量的三大关键点：

- 一、直接复制其他平台上的爆款SKU，搭配新奇电动咖啡杯+买一送二优惠，打造视频号爆品。
- 二、实拍工厂生产素材，强化产地直发+工厂生产的核心卖点，吸睛下沉市场，冷启动第3天跑量突破17W。
- 三、视频号短视频PDD CID直购链路+ADQ投流消耗，适配低客单价冷启动巨快放量，带动转化火速起量，实现投放ROI与复购率双高增长。

爆单生意经之咖啡工厂品牌

四只猫如何打爆ROI?PDD CID直购 如何快速放量?

#视频号如何3天冷启动



4.多多提：一站式便捷购物，强强联手孵化爆款，共振食品产业带新增长

案例背景 打造一站式的‘便利店’，助力品牌在全域生态中持续提升转化效率。

营销打法 打造微信小程序一站式购物平台，爆品+精细投放广告引流触达潜力消费者实现转化。

亮点 1.共建微信小程序平台；2.丰富素材获流量+腾讯数据能力投放广告；3.迎合消费者需求孵化新产品。

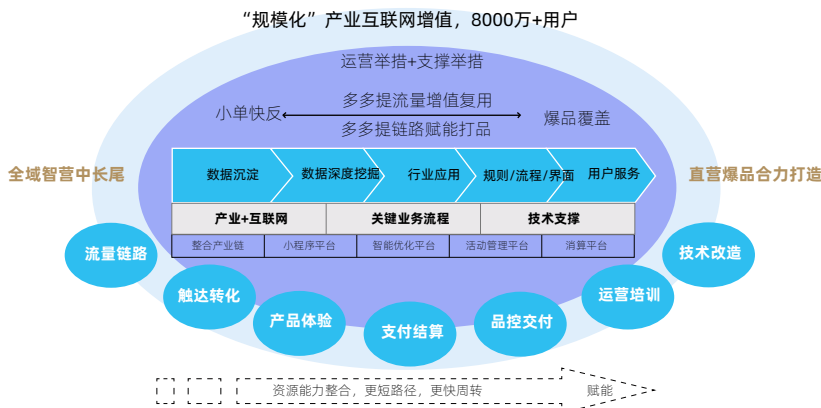
把握单品爆量的三大关键点：

一、共建微信小程序平台，打造一站式购物。多多提活跃用户超8000万，日订单量已达到5万单。

二、丰富素材获流+腾讯数据能力精准投放广告，持续助力提升转化，日耗不断走高，爆品率高达16%；投放层面，多多提依托腾讯数据能力以及高效抢量策略，帮助产品快速度过冷启动，并进一步延长了品牌的爆品周期。且目前多多提在竖版视频素材占比达94%。

三、迎合消费需求孵化新产品，基于腾讯数据对去年的消耗占比分析，助力多多提延展品类，今年多多提新增测试商品超100款，进一步深耕爆品。

为品销一体化增值/赋能，拎包入驻，供货、入驻一站式



5. 渝品川生鲜：初秋果品爆单生意经，ADQ投流撬动额外自然流，高品质打造好口碑

案例背景

食品赛道品牌「渝品川生鲜」在低价跑量的市场销售策略围剿下，高客单的优质产品顺利突围。

营销打法

ADQ投流触动自然流，精准触达高消费人群直播间。

亮点

1.精选产品，保质保优；2.ADQ投流起号撬动自然流；3.掌握消费者购买生鲜痛点，强调时效售后。

把握单品爆量的三大关键点：

一、选优品，精选高品质进口牛油果，以高品控策略保证产品质量与口碑好评。

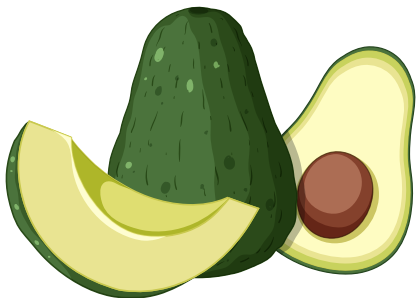
二、利用视频号以“直播”为载体的销售渠道，发挥短视频推广直播的链路优势，通过ADQ投流拉动自然流，有效撬动30%自然流激增，直播投放ROI显著飙升。

三、针对用户对于生鲜产品物流速度、售后维权的痛点，反复通过直播话术强调收货时效与售后保障，推动客群下单消费。

水果生鲜 爆单生意经

如何撬动30%额外自然流 赢下高客单 与好生意

#初秋果品 爆单第一波





6. 曾味Sumerians: DTI模式渗透专属群体, 小程序大玩法, 多方位捕获客群味蕾

案例背景

食品调味料赛道品牌「曾味Sumerians」借微信生态围绕“专属”客户做营销促转化。

营销打法

微信小程序、视频号+DTI模式运营。

亮点

1. 打造全产业链, 参与立法, 保护云南菌菇产业带; 2. 研发与生产并行, 高要求出品; 3. 私域精细化运营, 与用户建联。

把握单品爆量的五大关键点:

一、曾味自成立就对标国际流通产业, 建立自主知识产权标准体系打造全产业链, 工厂落地云南, 期间积极响应ESG理念, 并影响产区保护立法, 规范了云南松露开挖期, 保护了益林及云南菌菇产业带的可持续发展。

二、生产食品安全受HACCP和BRCGS等国际通用与权威质量管理体系认证; 研发与生产并行, 有松露相关发明专利11项, 实用新型专利14项, 通过了IOS9001体系认证; 曾味不单是百胜、麦当劳、汉堡王、康师傅等国际餐饮和零售企业上游供应链, 亦是米其林、黑珍珠餐厅的供货商。

三、曾味运用单一调味, 不断推广进行本土化渗透, 扩大其在中餐的应用, 为方便消费者食用还围绕松露研发推广复合调味料、松露风味米面速食, 扩大其产品矩阵, 产品有: 黑松露调味粉、松露调味油、松露鲍鱼饭等, 这使松露商品化、零食化, 锁定了更多便捷应用场景。

四、在微信生态利用小程序“真香星球”, 精细化人群运营, DTI模式(Direct To Influencer)渗透厨师群体, 这是因为餐厅出品由厨师确认; 对于普通消费者小程序可查看到有关黑松露食谱, 曾味致力于让更多中国消费者有机会品尝这一世界珍馐。

五、为凸显黑松露的亲民感, 渗透上下游客群, 曾味选择使用微信视频号与达人协同制作、发布有关曾味黑松露食谱系列视频, 围绕在易上手主题, 提供详细教学, 最大限度发挥短视频推广的链路优势, 提高转化率。



7.金燕耳：公私域联动，引爆销量建立产品壁垒，精准传播拉长用户生命周期

案例背景

食品赛道银耳标杆品牌「金燕耳」借微信生态扩大品牌声量。

营销打法

ADQ投流触动自然流，精准触达高消费人群直播间。

亮点

1.全产业链闭环，保证品质安全、营养；2.公私域联动，视频号种草，个人顾问维护关系引爆销量。

把握单品爆量的三大关键点：

一、确保品质安全，采用高山生态有机培植，不打农药，灌溉山泉水；形成了涵盖银耳的种植、加工、销售等各环节的全产业链。

二、营养价值是经过福建农科院认证，金燕耳的高分子银耳多糖是普通银耳的3-4倍；并且方便性佳，最快冲泡5min即可食用。

三、圈层传播，主攻熟龄消费圈层，外加公众号及微信生态内官方商城搭建，实现一站式购物。视频号种草，个人顾问的私域运营拉长用户生命周期，实现复购和裂变。



8.速虾记：大单品做成大品牌，依靠强大产业供应链能力，完成DTC超级品牌的蜕变

案例背景

食品赛道品牌「速虾记」通过微信平台最大限度的提高生产效率，打造产品力。

营销打法

全链路搭载大单品策略，BC渠道共建。

亮点

1.打造全链路，提高生产力、产品力；2.大单品策略，赋能品牌；3.BC渠道共建，形成种草销售闭环。

把握单品爆量的三大关键点：

一、速虾记建设8亩中国最大虾滑制造工厂，做通全产业链，最大限度的提高产品生产效率，打造产品力。

二、锚定大单品市场，力求把滑类产品做到极致，研发重心全部赋能到虾滑产品上。

三、通过微信生态——熟人传播助力企业建联，并用企业微信加以维护关系；其次建立小程序矩阵，全面对BC两端产品交付进行支持；形成了一整套的从认知种草到销售转化的闭环链路。



9. 鹿优鲜：击破品类，多场景满足用户；公私域有效建联，提高复购率

案例背景

食品赛道品牌「鹿优鲜」从微信生态起家，用视频号实现品销双收。

营销打法

子品牌，深刻感知消费者痛点；DTC精准触达用户，公私域打通营销链路形成闭环。

亮点

1. 鱼按种类划分，分别做子品牌；2. 战略破圈，通过DTC精准运营触达用户。

把握单品爆量的二大关键点：

一、不同鱼种逐个击破，分别做子品牌，逐个击破；对用户需求深刻感知后，再用心设计产品，中高客单价下仍能达到30%的复购率。

二、微信生态做私域，通过企微、公众号、朋友圈和视频号联动，DTC精准触达用户；同时，布局1000位视频号达人矩阵、协同直播、短视频和分销，业绩持续稳定增长。



10.杭州广麦：坚果品类好货爆单新招，临安山核桃，探出原产地带货方法论

案例背景 在坚果消费旺季，原产地产品开拓新路径实现消费者和产业带商家共赢多赢的新局面。

营销打法 前期测套餐、测素材、测出价、测版位，后期持续更新广告维稳账户，沉淀出一套原产地带货方法论。

亮点 1.将“原产地”概念贯穿售前售后；2.选择合适素材、优质运营团队坐稳旺季投放；3.小程序链路，实现便捷购物。

把握单品爆量的四大关键点：

一、以量大质优、工厂价为核心卖点，并从客户心理角度出发，‘原产地效应’又容易给客户提供购物安全感，从而促进下单，再配合多买多赠优惠拉高客单价至140元。

二、素材优先选择真人出境带产品包装的展示视频，同时原声品尝，让客户身临其境地体验品尝产品的过程，还拍摄有关产地工厂加工画面，吸引用户点击并直观感受产品利益点，获得高点击率。

三、投放选择专业代运营团队助力投放，主要以直购链路为主，选择类似爆品起量的版位多账户多素材同时测试，起量及转化成本可控后再扩展投放版位，进行ADQ放量，坚果消费旺季稳定拿量爆单，日耗均值高达4w左右。

四、在转化上搭配小程序链路，以产地工厂风格落地页强化产品只有实惠特点，撬动高转化率；其中ADQ投流的各链路仍处于红利期。根据公式 $ECPM = \text{出价} \times \text{预估点击率} \times \text{预估转化率} \times 1000$ ，可以知道在ADQ投放使用中，通过优化点击率和转化率，进而来提升ECPM，最终用较低的成本获得流量。

好货开销路 商家辟新场

从田间到舌尖，原产地好货如何爆单？ 一条山核桃仁视频日销2000单的秘密

行业赛道

休闲食品

主推产品

山核桃仁



带货亮点：

日耗峰值13w 日销500-2000单，ROI高达1.7

结语

改革开放以来，特别是加入WTO后，中国积极主动地融入全球市场，成为“世界工厂”和全球供应链的枢纽中心。而近两年宏观环境的冲击不断重塑着全球各产业，我国产业带发展也随之变化。

一直以来，我国制造业以劳动力总量和成本为核心优势。日趋完善的工业化体系推动着我国各地区近三百个产业带的飞度发展。而人口、经济、产业的结构化转型的当下，我国产业带发展由传统的成本、规模利润驱动转向技术、创新驱动。

目前，我国广东、浙江省的产业带发展领跑全国。这主要由于两省积极推动劳动密集型产业带转向知识、人才、技术密集型产业带。此外，优质产业带不仅强势推动着我国的经济增长，也培育着大量新老国货品牌，承载着国货、国牌出海的重要使命。

可预见的是，未来我国产业带品牌只有不断创新升级，提升数字化能力、健全人才链，才能在新消费环境中抓住增长机遇，高质量推进产业带的现代化发展。

版权声明 COPYRIGHT DECLARATION

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归于沥金、腾讯广告及中国轻工业企业投资发展协会共同所有。

凡未经上述双方书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示，或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部内容。

任何单位或个人违反前述规定者，均属于侵犯上述双方的版权行为，沥金及中国轻工业企业投资发展协会将追求其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

关于我们 ABOUT US

沥金

沥金成立于2022年，是一家专注财经、创投和品牌报道的深度内容及资源链接平台。沥金由资深媒体人和一线风险投资人共同发起，致力于在茫茫市场中“披沙沥金”，寻找那些能够经得起时间考验的超级品牌，和有着超前洞见的优秀投资人和机构平台，并为其搭建起高效通路，助力品牌、机构共同成长。

腾讯广告

腾讯广告作为腾讯面向企业统一的商业服务平台，致力成为“企业全域经营伙伴”。腾讯广告依托“全场景用户连接”、“全链路经营提效支撑”、“行业化营销服务”，以及“服务生态体系”四大核心能力，帮助广告主实现数字化经营与生意增长。

中国轻工企业投资发展协会（简称中轻投资）

中国轻工企业投资发展协会成立于1995年，是经原国家轻工业部批准，在民政部登记注册的国家一级社会组织。现党建领导机关为中央社会工作部，中国轻工业联合会代管，并接受工信部、发改委、市场监督管理总局、国资委、商务部等部委指导，是轻工消费品领域服务企业投融资和经营发展的综合性行业协会。

作者团队 AUTHOR TEAM

报告名：《2023中国产业带发展报告》

出品方：沥金、腾讯广告与中国轻工企业投资发展协会联合出品

出品时间：2023年

撰写团队：韩雷 谭昕婕

视觉设计：王颂娜