



探迹大数据研究院

2024中国制造业 发展趋势报告

制造业“升级浪潮”汹涌，企业如何
智取市场新蓝海？

Copyright © 2016-2024 探迹



400 088 0046

 探迹

制造业是我国国民经济的支柱，为我国的经济高速发展起到主要的推动作用。在全球经济更加复杂的环境下，我国制造业发展迎来了严峻的挑战。国际政治周期新旧交叠，全球分工秩序遭受冲击，产业链裂痕持续加深；人口周期出现分化，劳动力数量与质量影响竞争红利；诸多技术从成熟度曲线的萌芽期走向过热，创新资源争夺日趋激烈；时代之变、历史之变，滔滔如浪，扑面而来，百年之大变局在加速演进。

2024是经济发展关键的一年，在制造业经历洗牌和重塑的过程中，市场呈现怎样的竞争格局与态势？企业如何抓住市场机遇从“活下去”变为“活得好”？如何借助数字化力量实现降本增效，快速发展？针对这些问题，探迹科技与广东省制造业协会开展了全面的行业调研和趋势洞察，盘点近年来涌现的新政策、新技术、新趋势，分别从技术、竞争、趋势等视角揭示制造业的发展趋势，联合发布《2024中国制造业发展趋势报告》。希望帮助更多制造企业跳出个体微观环境，俯瞰行业的全貌，抢抓增长机遇。

观点1：国家战略引领制造业高质发展，企业紧跟政策赋能，共迎制造新春天。

观点2：新质生产力成为制造业发展方向，新三样火爆全球，将取代“老三样”成为外贸新增长点。

观点3：数字化转型正重塑中国制造，引领企业乃至全产业链迈向更高效、更智能的未来。

观点4：数字化浪潮席卷制造业，智能销售引领企业摆脱低利润桎梏，勇闯新增长之道。

观点5：个性化、柔性化定制成产品创新方向，企业应构筑“制造+服务”新业态，向“整体解决方案”转型。

01 | 行业发展概览

- 1.1 全产业链分析
- 1.2 行业发展历程
- 1.3 行业市场规模
- 1.4 行业企业总量
- 1.5 行业地区分布
- 1.6 行业竞争格局
- 1.7 细分行业发展

02 | 行业发展因素分析

- 2.1 驱动因素：政策支持
- 2.2 驱动因素：技术变革
- 2.3 驱动因素：产业升级
- 2.4 制约因素：多方挑战

03 | 行业发展趋势分析

- 3.1 坚定高质量发展之路
- 3.2 发展新质生产力成趋势
- 3.3 数字化转型正当时
- 3.4 智能销售引领增长
- 3.5 定制化需求凸显

04 | 案例分享

01

行业发展概览

- 1.1 全产业链分析
- 1.2 行业发展历程
- 1.3 行业市场规模
- 1.4 行业企业总量
- 1.5 行业地区分布
- 1.6 行业竞争格局

1.1 全产业链分析

产业链上游技术壁垒高，中游产品种类繁多议价能力弱，下游应用领域广泛

制造业是指通过劳动人力、机器、工具等将原物料通过物理或化学处理后加工制造成可供使用或销售的制成品或最终产品的活动。被转化的材料、物质或成分是原料，即农业、林业、渔业、采矿业或采石业以及其他制造活动的产品。产品的实质性变化、革新或重建一般认为属于制造业的范畴。

上游产业，如原材料和关键部件供应，通常具有较高的产业集中度。这是因为上游产业涉及资源的开采、提炼或核心技术的研发，这些都需要大量的资本和技术投入，竞争壁垒通常较高，具有较强的议价能力。中游产业集中度可能相对较低，竞争壁垒较低。由于产品和服务相对标准化，新进入者更容易通过模仿和创新来参与市场竞争，这使得中游产业的市场结构更加动态和多元。中游产业的议价能力可能受到上下游产业的双重挤压，处于相对弱势地位。下游产业集中度较高，议价能力相对较弱。这是因为下游产业直接面向消费者或最终用户，需要通过差异化销售策略、品牌、渠道和服务等手段来建立市场优势。



数据来源：探迹大数据研究院整理

1.2 行业发展历程

行业进入转型升级期，从“制造大国”向“制造强国” 高端化跃升

中国制造业经历了从起步阶段到快速崛起再到转型升级的演变过程，始于改革开放，快速发展于全球化浪潮。在国家政策引领下，中国制造业积极融入全球产业链，不断提升技术水平和管理能力，从薄弱到强大，从模仿到创新，从数量到质量，最终走向智能化、数字化和高质量发展的新征程。回顾中国制造业的发展历程，通常可以分为五个阶段：

初步发展（1950年代-1970年代）：建国初期基于计划经济体制和赶超发展战略优先发展重工业。

快速发展（1980年代-1990年代）：改革开放助力中国制造腾飞，大量外资企业入驻，“世界工厂”规模初具。

迅速崛起（2000年代）：加入WTO后中国制造代工产能释放，整体朝规模化、多元化发展。

高质量发展（2010年代）：加速迈向信息化、智能化和绿色化，大力推动工业4.0、中国制造2025等战略，龙头企业向全球市场扩张。

未来展望（2024年）：“互联网+”时代来临，“智造”和品牌成为关键词。

制造行业发展历程



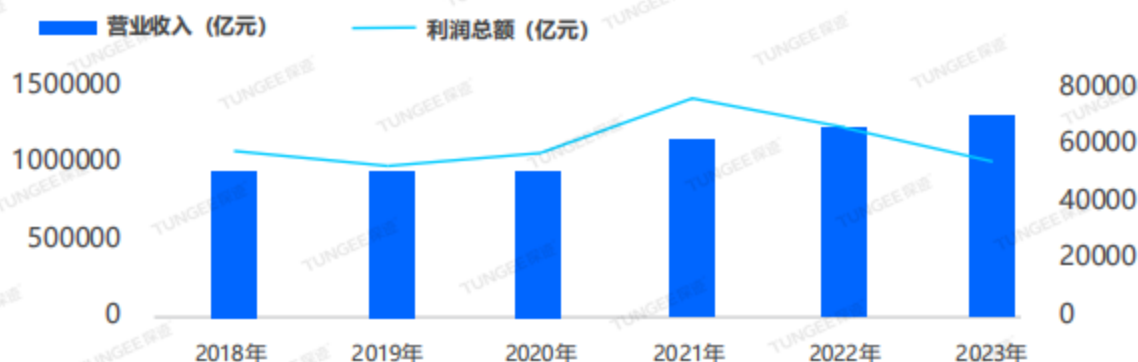
资料来源：探迹大数据研究院整理绘制

1.3 行业市场规模

2023年制造业营收达到115万亿，同比增长1.3%，世界制造业大国的地位更加牢固

随着我国经济发展进入新常态，我国制造业经济由高速到中高速增长转折点已经到来。为进一步增强制造业实力，国务院推出了《中国制造2025》战略。多年来，各地区、各部门积极落实，推动我国制造业取得了显著成效，技术创新能力增强，产业结构优化，国际化水平提升。2023年，我国制造业营业收入达115.3万亿元，同比增长1.3%，利润总额达到5.7万亿元，尽管利润总额同比下降2%，但制造业整体仍保持稳定增长态势，为未来发展打下坚实基础。

2018年-2023年制造业经济运行情况



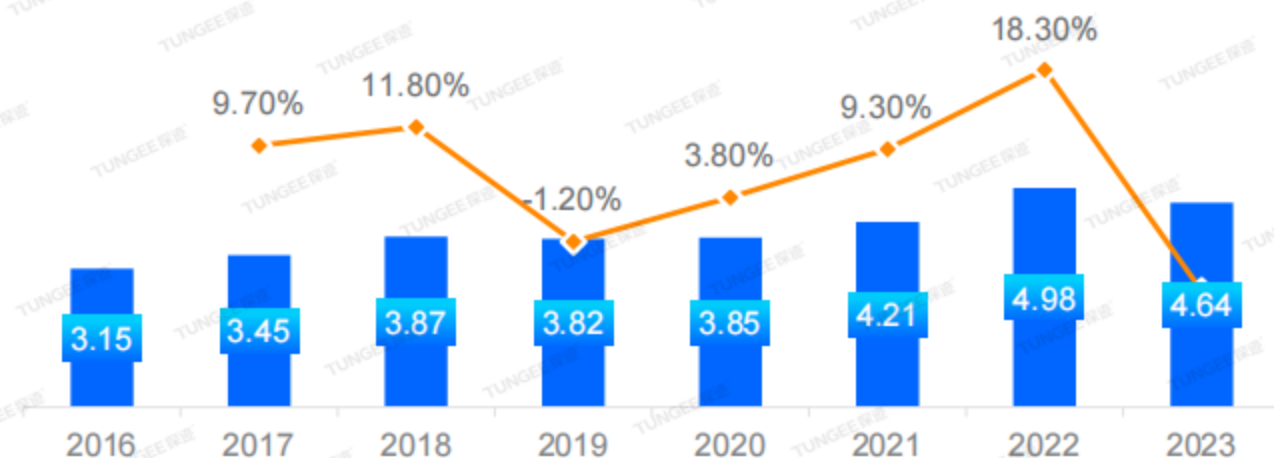
数据来源：国家统计局，探迹大数据研究院整理

国家统计局数据显示，2016-2023年中国制造业附加值平均每年增长6.4%，2022年增速达到峰值18.3%。工业和信息化部部长金壮龙表示，我国是世界制造业第一大国，制造业增加值占全球比重约30%，连续14年位居全球首位。在政策、研发、技术等因素的驱动下，我国制造业增加值也在稳步提升，不断降本增效，转型升级，产业结构持续得到优化。

2016-2023年中国制造业附加值

单位：万亿美元；%

■ 中国制造业增加值 — 同比增长率



数据来源：国家统计局，探迹大数据研究院整理

1.4 行业企业总量

行业整体活力和实力不断增强，10年间中国制造业企业数量增加近2倍，注销企业也在逐年增加，行业进入转型调整期

据探迹大数据研究院数据显示，2014-2023年10年间，中国制造业新增注册量呈稳步上升趋势，2014年新增注册量为95.2万家，2023年新增注册量已达到166.2万家，其数量接近为2014年的2倍，企业总量基数十分庞大。从注销情况来看，十年间企业注销数量快速增长。2023年全球经济动荡，制造企业普遍面临成本上涨、需求下滑的困境，对制造企业的业务造成一定影响，2023年注销数量达到峰值。

2014-2023年中国制造业新增注册情况与注销情况



数据来源: 探迹大数据研究院

骨干龙头企业做优做强，近十年注册资本达到1千万规模以上企业数量波动增长，在2020年达到峰值，2022-2023年受疫情、制造业迁移等因素影响，企业数量有所下降。

2014-2023年全国制造业注册资本达到1千万以上企业数量



数据来源: 探迹大数据研究院

作为“制造强省”，广东是我国工业发展的排头兵。2014-2023年10年间，广东制造业企业总量快速增长，2023年已达到23.2万家。从注销情况来看，2023年注销数量达到峰值，受产业升级和成本上涨等影响，广东省制造业进入行业转型期。

2014-2023年广东省制造业新增注册情况与注销情况



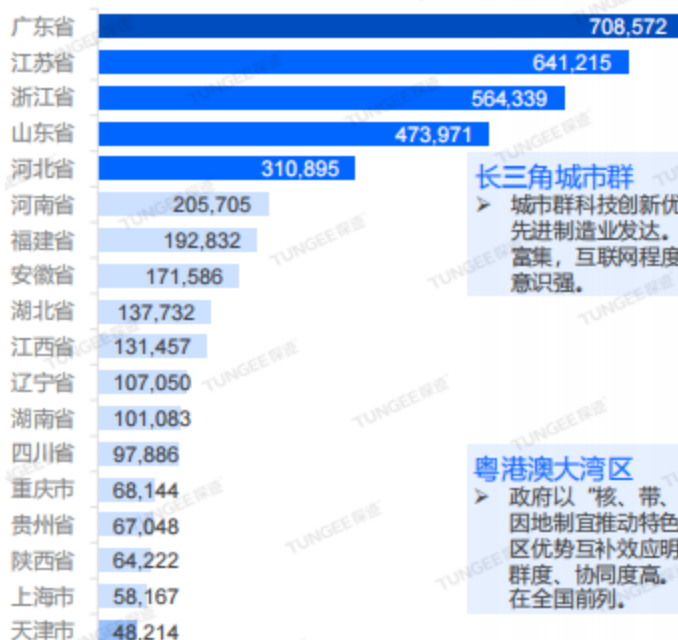
数据来源: 探迹大数据研究院

1.5 行业企业分布

广东省制造企业占比最高，围绕东部沿海地区分布，形成产业集群

据探迹大数据研究院数据显示，制造企业广东省占比最高，高达70.8万家。江苏、浙江、山东和河北等四大地区紧随其后，以上五大地区企业均分布在东部沿海地区，与贸易发达地区分布基本一致，充分利用分工的优势，加强彼此协助，形成长三角、粤港澳大湾区等产业集群。

中国制造业企业区域分布情况



长三角城市群

➢ 城市群科技创新优势明显，先进制造业发达。区域人才富集，互联网程度高，营销意识强。

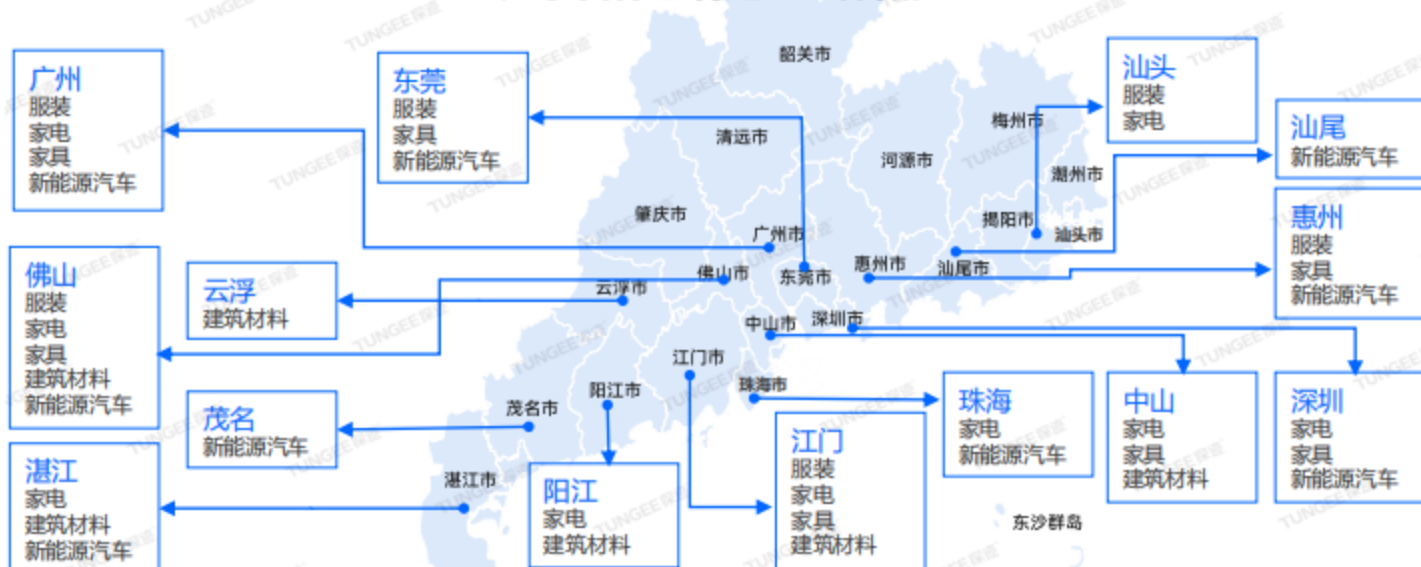
粤港澳大湾区

➢ 政府以“核、带、区”为核心，因地制宜推动特色化发展，地区优势互补效应明显，产业集群度、协同度高。营销转型走在全国前列。

数据来源：国家统计局，探迹大数据研究院绘制整理

前瞻产业研究院资料显示，广东省在特色产业的空间布局方面，服装、家具产业在大部分市区均有分布；新能源汽车产业主要分布在广州、深圳、惠州、珠海等。从各市产业布局来看，广州、佛山、江门特色产业布局较为全面。

广东省特色制造业总体概览

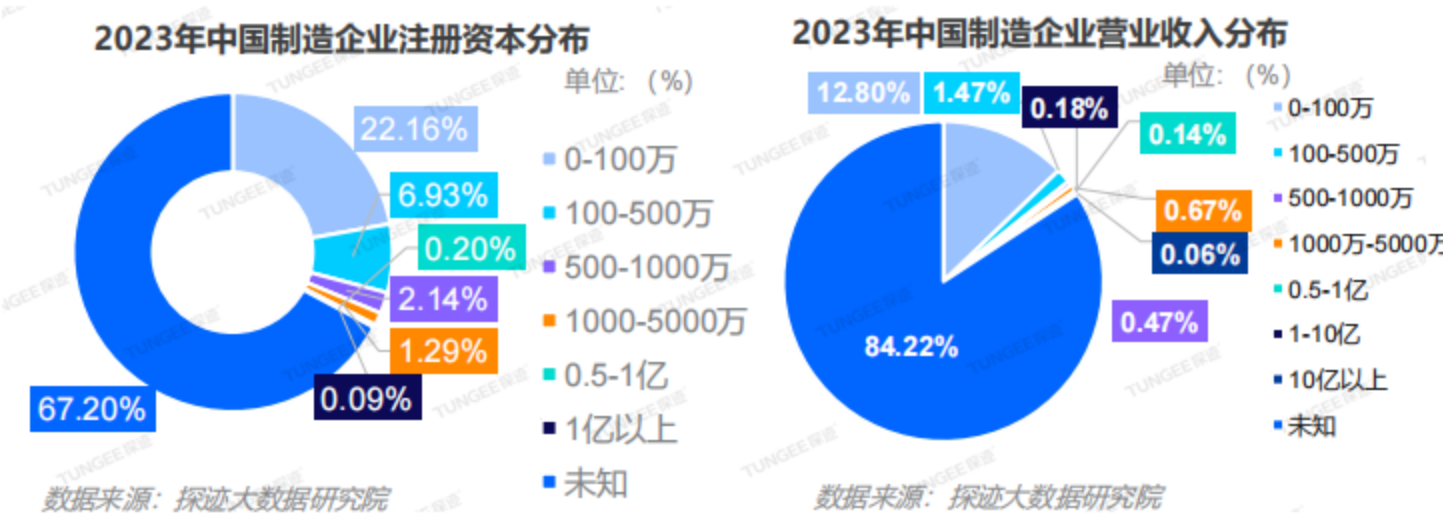


数据来源：前瞻产业研究院，探迹大数据研究院整理

1.6 行业竞争格局

竞争分散且激烈，未来10年预计中小型机械设备企业的平均利润占比将从原来的31%下降至23%

我国制造业拥有体量大、体系完善健全、品类齐全、光伏等产业核心竞争力强等优势。但部分细分行业仍处于全球价值链的中低端，产品附加值较低，在部分高端产业也缺乏核心技术与国际竞争力。探迹大数据研究院数据显示，2023年制造企业注册资本在500万以下的企业占比29%，营收在100万以下企业占12.8%，且未来相当一段时间将维持这个发展态势。中小型制造企业以迎合客户业务需求为主，产品同质化严重，附加值较低，竞争力不足。



在行业竞争结构方面，低端制造生产环节面临东南亚等发展国家竞争威胁，高端制造被外国巨头占据，高端制造还有广阔国产替代空间。行业整体呈现“强者恒强，弱者愈弱”的两级分化，大型企业不断侵蚀中小型企业市场份额，中小型企业的生存和发展愈发艰难。

细分行业	行业竞争结构
机床	国产机床多为中低端产品，中高端产品多从日本、德国等国家进口，国产化率仅6%。市场竞争较为激烈，受低端市场产能过剩等因素影响，国内机床行业亏损企业较多，未来有整合趋势。
工程机械	工程机械行业市场集中度较高，国产品牌市场占有率有所提升，市场份额将继续向龙头企业倾斜。随着竞争加剧，未来中小型、实力较弱的工程机械企业逐渐被淘汰，龙头企业市场占有率不断提高。
光伏设备	光伏设备技术迭代快，目前设备各环节均已实现国产化。
锂电设备	我国新能源汽车产业发展快速，动力电池厂商加码产能扩张，设备端国产化基本完成，未来绑定大客户共同成长。
半导体设备	全球半导体设备竞争格局集中度高，半导体装备国产化率不到15%。
工业机器人	国产机器人企业众多，但以中小企业为主，国内龙头企业与国外差距较大，且主要集中在系统集成环节，高端市场被国外巨头占据，高端工业机器人市场国产品牌占有率不足三成。

资料来源: 中国银河证券研究院, 探迹大数据研究院整理

1.7 细分行业发展

站在风口浪尖，机遇与挑战并存，多个制造细分行业从成熟走向过热，资源争夺日趋激烈

按照技术密度、人才和资本密度，探迹大数据研究院把不同行业分为人力密集型、技术密集型和资本密集型行业：

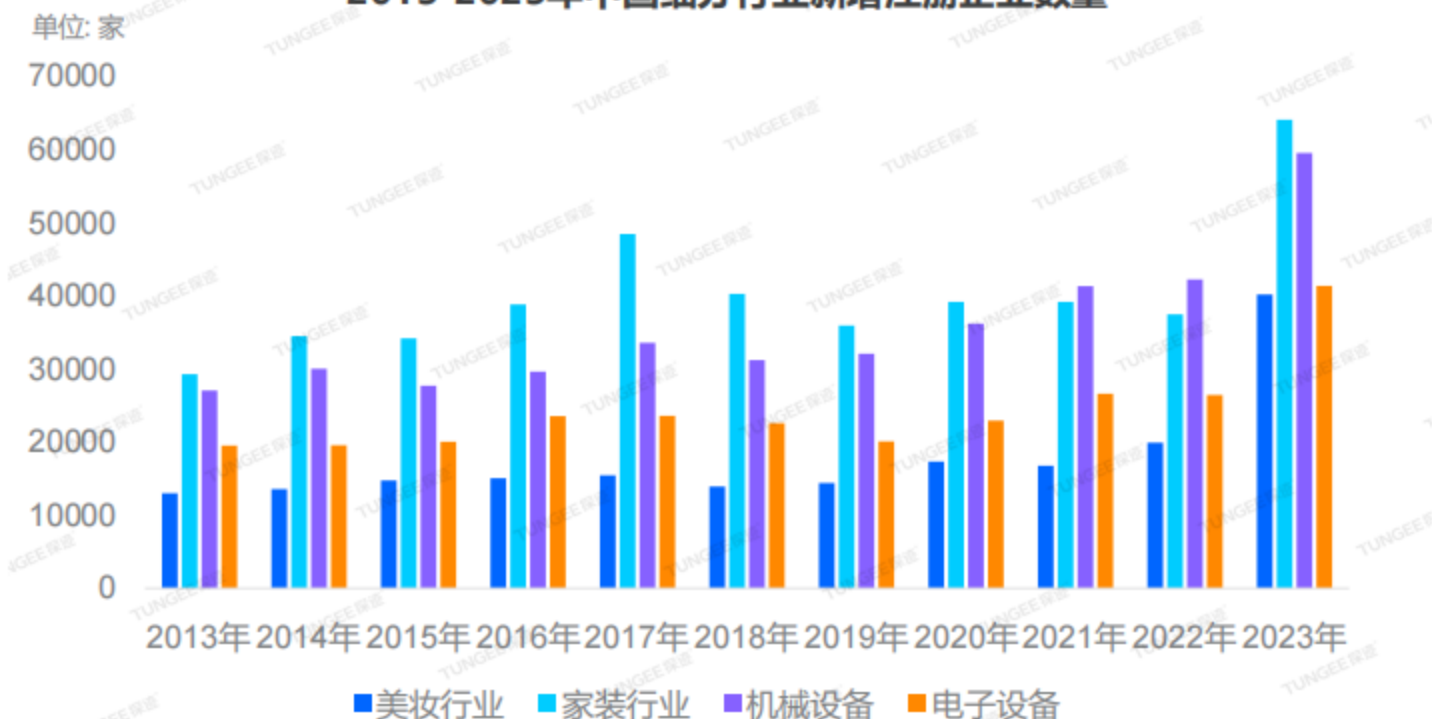
人力密集型行业：这些行业主要依赖大量的人力资源来完成生产或服务任务。人力成本在这些行业中占据相当大的比重，而自动化和技术应用相对较少。例如传统制造业美妆、纺织、玩具制造等行业。

技术密集型行业：这些行业高度依赖先进的技术、研究和开发能力，以及受过高等教育和专业技能训练的劳动力。技术创新和知识产权是这些行业的核心竞争力。典型行业例如机械设备等行业。

资本密集型行业：这些行业需要大量的资本投入来购买和维护高价值的设备、工厂和基础设施。资本成本在这些行业中占据主导地位，而劳动力和技术的投入虽然也重要，但并不是最主要的。例如电子信息、电子设备等行业。

站在风口浪尖，无论是以人力密集型为代表的美妆行业和家装行业、以技术密集型为代表的机械设备和以资本密集型为代表的半导体行业，近10年来，新增注册企业数量呈现出增长态势。多个细分行业从成熟走向过热，资源争夺日趋激烈，行业格局有望被重塑。“强者恒强，弱者愈弱”，大型企业不断侵蚀中小型企业市场份额，中小型企业的生存和发展愈发艰难。

2013-2023年中国细分行业新增注册企业数量



数据来源：探迹大数据研究院

02

行业发展因素分析

- 2.1 驱动因素：政策支持
- 2.2 驱动因素：技术变革
- 2.3 驱动因素：产业升级
- 2.4 制约因素：主要痛点

2.1 驱动因素：政策支持

政策聚焦产业升级、制造出海、税收优惠、数字化转型，向高端制造价值链进发

得益于政府前瞻性政策的引导及推动，中国制造业取得丰硕成果，得以向高端制造价值链进发，政策主要有以下四个扶持方向。

- 形成规模化产业集群布局，提升供应链能力；
- 多项出口开放、人才培养、金融扶持政策为制造业出海营造良好环境；
- 税收优惠政策，涉及增值税、企业所得税等多个税种减轻制造企业负担；
- 鼓励数字化转型高质量发展，优化制造业生产、分配、交换、消费各环节。

制造业重要扶持政策梳理

序号	国家政策文件	正式实施时间	发文机构	政策目标
1	《关于加快推进工业强基的指导意见》	2015 年	工业和信息化部	明确推进工业强基的六大任务：实施工业强基工程，持续提升产业链整体水平；加强基础领域研发创新，促进科技成果产业化；推动产用互动，加快推广应用；提高产品质量，强化品牌建设；深化军民结合，促进军民基础产业互动发展；优化产业结构，促进产业集约集聚
2	《中国制造 2025》	2015年	国务院	提出要瞄准新一代信息技术、高端装备、新材料、生物医药等战略重点，引导社会各类资源集聚，推动优势和战略产业快速发展。鼓励代工企业向带设计和出口自主品牌产品转变
3	十四五规划	2021年	中共中央政治局	推进制造业补链强链，强化资源、技术、装备支撑，加强国际产业安全合作，推动产业链供应链多元化
4	《区域全面经济伙伴关系协定》项下进出口货物原产地管理办法》	2021年	海关总署	对954项商品实施地域最惠国税率的进口暂定税率：新版外商投资准入负面清单施行，清单进一步深化制造业开放
5	二十大报告	2022年	中共中央	提出建设现代化产业体系：坚持把发展经济的着力点放在实体经济上，推进新型工业化，加快建设制造强国、质量强国、航天强国、交通强国、网络强国、数字中国；明确提出“坚持高水平对外开放，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”
6	关于印发第十次全国深化“放管服”改革电视电话会议重点任务分工方案的通知	2022年	国务院	加大对跨境电商、海外仓等外贸新业态支持力度
7	《关于进一步支持小微企业和个体工商户发展有关税费政策的公告》	2023年	财政部	包 括 减轻税费负担、推动普惠金融发展、支持创新创业、重点群体创业税收优惠等
8	《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》	2023年	工信部等八部门	我国传统制造业高端化、智能化、绿色化、融合化发展水平明显提升，有效支撑制造业比重保持基本稳定，在全球产业分工中的地位和竞争力进一步巩固增强

资料来源：中国政府网，招商证券，东吴证券研究所，工信部，探迹大数据研究院整理

2.2 驱动因素：技术变革

持续“智变”增动力，技改投资“蹄疾步稳”，高质量发展“活力足”，新技术正在重塑制造业格局

制造业面对不断变化的市场环境、多样化的客户需求、同质化竞争加剧等多重挑战，在质量、效率、成本等目标驱动下，不少企业选择顺应技术变革浪潮。国家统计局数据显示，2023年制造业技改投资增长3.8%，高技术产业投资增长10.3%，快于全部固定资产投资增速，高质量发展“活力足”。突出表现为以下三点：

01

创新投入和产出持续增加。2023年，我国全社会研究与试验发展（R&D）经费投入达3.3万亿，R&D经费投入强度达2.64%，国内发明专利有效量为401.5万件，成为首个国内有效发明专利数量突破400万件的国家。

02

国家战略科技力量强大。芯片、5G、量子计算等突破“卡脖子”技术成果相继涌现。国产大飞机C919首飞，手机5G芯片量产、国产大型邮轮制造。相关部门布局27家国家制造业创新中心、2家国家地方共建制造业创新中心。

03

新兴技术广泛应用，新产业成长迅速。2023年，我国高新技术产业投资比上年增长10.3%，高新技术制造业投资比上年增长9.9%，增速比制造业投资高3.4个百分点；新能源汽车、工业机器人、3D打印设备、太阳能电池产量均实现20%以上高增长，推动区块链、人工智能、大数据、物联网等新一代信息技术在制造业领域的融合应用，物联网+智能制造模式大受推崇。

数据来源：中国社会科学院工业经济研究所课题组、上海证券报，国家统计局

新技术助推制造业各环节高质量

生产工具

生产模式

组织体系

制造系统

生产管理

产业生态

传统装备升级为RFID、AGV、PLC等智能装备，效率大大提升

从劳动密集型生产向“智能决策+全自动化生产”的方式转变，AI参与产品模型、技术方案、信息处理、物流管控、安全生产等涉及生产过程的各个方面。

向“数据驱动型”组织变革，企业内外协同、运营决策效率和执行效率更高效，注重培养和引进既懂信息化技术又懂业务的人才队伍

从全球分散的孤岛式制造体系走向网络化协同开放制造体系，强化供应链上下游合作，实现生产过程中采购、计划、工艺、制造和集成等环节的协同优化

以AI深度学习为例，通过仿真系统模拟，可合理压缩产线成本、规划物流运输路线、规避传统管理痛点，实现管理的智能化。

以AI为核心，将产品制造、价值转化、科研成果转化等方面进行协同管理，促进制造产业生态的智能化升级改造

资料来源：公开资料，探迹大数据研究院整理

工信部印发的《制造业技术创新体系建设和应用实施意见》也提出要形成关键技术、物料、企业、研发设计、制造装备、质量、标准、管理服务、关键软件9张清单，助推制造业高质量发展。

2.3 驱动因素：产业升级

制造企业迈入产业链升级新阶段，重视品牌力与产品力建设，深入利润更高的产业链上游，掌握核心技术优势

传统优势产业抢抓5G、工业互联网、智能制造等新技术。截至2023年年底，我国已培育421家国家级示范工厂、万余家省级数字化车间和智能工厂，在国家层面创建绿色工厂5095家，产业升级的重点聚焦在高端化、智能化、绿色化，紧抓全球市场扩容机遇实现出海。重点可关注美妆、家装、半导体、机械设备这四大传统行业表现。

制造业产业升级，扬帆出海反哺全球



美妆品牌征服东南亚市场

国产原料兴起，美妆企业凭借产品技术、创新制造、成本控制等基础能力，实现从“化妆品代加工”到“工厂品牌化”的新跨越，建立自有工程师团队及产研团队，凭借专业度、原创性、柔性供应链能力和极致性价比征服东南亚等国际市场。



家装行业产业集群增强

家装行业经过多年深耕，目前已形成珠三角、长三角、环渤海等家居产业集群，丰富人才资源和强大的制造基础形成了整体家装制造中心，供应链健全完备，高附加值产品出口销量提升。在智能制造赋能下，产品科技含量提高，向定制化产品+差异化服务转变，自主品牌模式升级迭代，加速产业升级，构筑品牌全球化竞争壁垒。



半导体行业加速国产化

在政策大力支持下，政府发挥组织作用，集中优质资源推进关键核心技术攻关，国产设计企业与国内制造产线加速协同合作，国产供应链配套能力提升，推动国产替代节奏加速，包括蓝牙芯片、WiFi FEM、中低压电源管理IC等高性价比芯片产品出海规模扩大，为我国半导体生态建设打开新格局。



龙头设备企业全面推进出海

机械设备行业持续推进核心零部件自主化，以技术驱动产业链协同创新。在巩固“一带一路”市场的基础上，三一重工、徐工机械等龙头企业持续加大海外布局，机械设备出口从单纯的设备交易、对外承包工程转变为在海外投资建厂、跨国兼并收购和个性化产品研发与本土服务等出海模式。

资料来源：财经大巍、探迹大数据研究院整理绘制

中国制造业步入产业升级新阶段，不同类型产业升级形式的选择也不同：

- 1、需求驱动型产业（例如美妆、家装）应关注规模优势与结构转型，持续提升品牌附加价值，着力提升产品力，跨产业升级新业态；
- 2、供给驱动型产业（例如机械设备）聚焦需求扩容打开增长空间，产业升级方向是资本扩张并购推进制造流程升级、绿色转型实现功能升级迭代等。
- 3、供需缺口型产业（例如新一代信息技术产业、半导体）由政策指引助推，通过产品功能升级、深耕细分赛道和国产化替代实现升级。

2.4 制约因素：多方挑战

外部竞争激烈、内部挑战加剧、新增量难以挖掘是制造企业的主要痛点，行业亟需高质量发展

在经济全球化浪潮中，随着GDP增速放缓和产能过剩问题凸显，成本上升、市场饱和、技术更新迅速，传统制造业面临着内外部生存与发展压力。多品种小批量定制化业务模式下，传统计划模式难以灵活应变；制造成本不断攀升，企业的成本管控压力越来越大；经营效率与经营模式突破困难，产品附加值提升难；产业链业务协同性及资源整合能力不高导致低效运转；节能减排，环境治理，资源与环境的约束力越来越大。

制造行业面临的内外部挑战

外部竞争激烈

- 供应链中断、延迟或异常，影响生产和交付；
- 数字化挑战加剧，受限于人才和预算“不敢转”“不想转”；
- 价格内卷严重，产品同质化；
- 经济下行、需求萎缩造成库存积压，产能过剩；
- 新技术新工艺新设备冲击；

内部挑战加剧

- 运营成本上涨。原材料、设备维护和修理、用人、环保治理和合规成本都在攀升；
- 营销费用高企。获客成本昂贵、销售团队难搭建、新客增长乏力；
- 管理难度高。生产流程、内部供应链和质量管理难度高；

资料来源：探迹大数据研究院

制造行业面临的营销和管理痛点

营销痛点

获客成本昂贵

- 展会等线下获客效果不佳；
- 投放流量平台价格昂贵；
- 搜索引擎获客难竞争大；

销售团队难搭建

- 缺乏优秀人才；
- 销售团队搭建难；
- 销售主动性不足；
- 缺乏体系化管理；

新增量难以挖掘

- 细分行业机遇难以洞察；
- 难以挖掘利润增长点；
- 客户圈层难以突破；

管理痛点

高库存

- 供需不平衡；
- 生产节奏不协调；
- 供应商延迟发货；
- 市场需求预测错误

低质量

- 供应商原材料质量无法把控；
- 工艺流程和设备性能待提升；
- 产品设计不合理或存在缺陷；

高成本

- 成本核算不准确；
- 生产效率低下：设备老化、员工技能不足、生产过程不合理；
- 无形成本管理不善；
- 原材料和库存管理不当；

资料来源：探迹大数据研究院

03

行业发展趋势分析

- 3.1 坚定高质量发展之路
- 3.2 发展新质生产力成趋势
- 3.3 数字化转型正当时
- 3.4 智能销售引领增长
- 3.5 定制化需求凸显

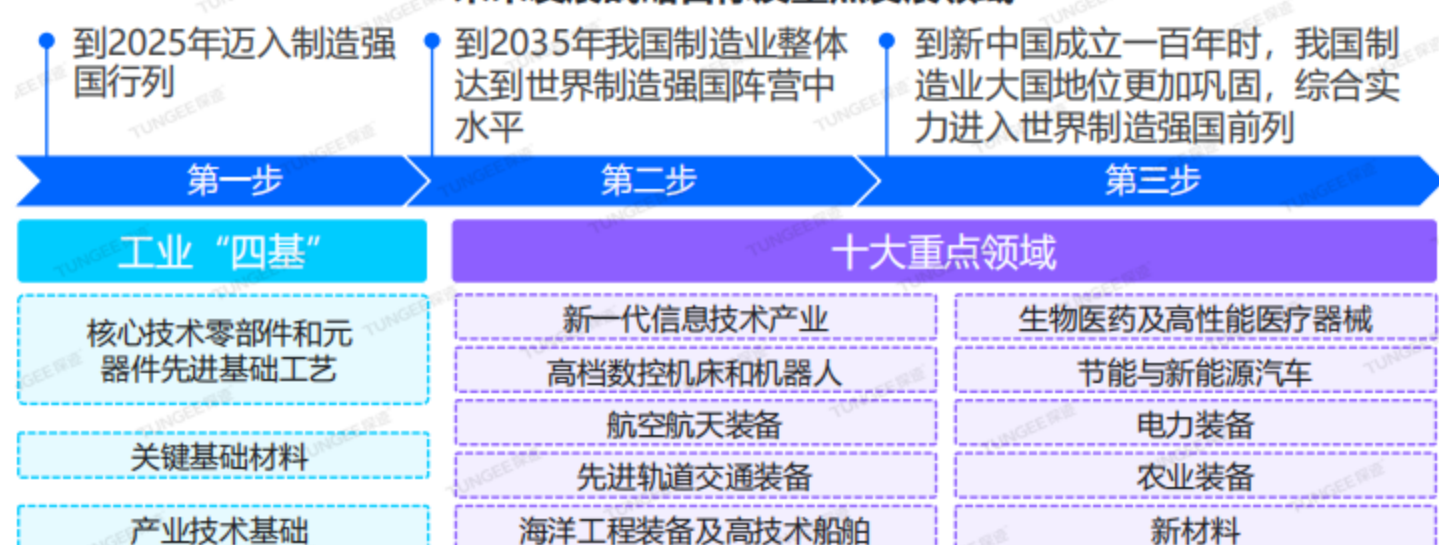
3.1 行业趋势：战略引领高质量发展

国家战略引领制造业向高质量发展，企业紧跟官方政策，共迎制造业新春天

我国未来将持续推动制造强国的建设，朝着世界制造强国的前列迈进。习近平总书记高度重视推动我国制造业转型升级、建设制造强国，提出“把推动制造业高质量发展作为构建现代化经济体系的重要一环”，在产业结构上推进高端化升级，在技术路径上加快智能化转型，在企业协作上促进畅通化循环，在空间架构上优化协同化布局，在发展模式上加快绿色化转变。

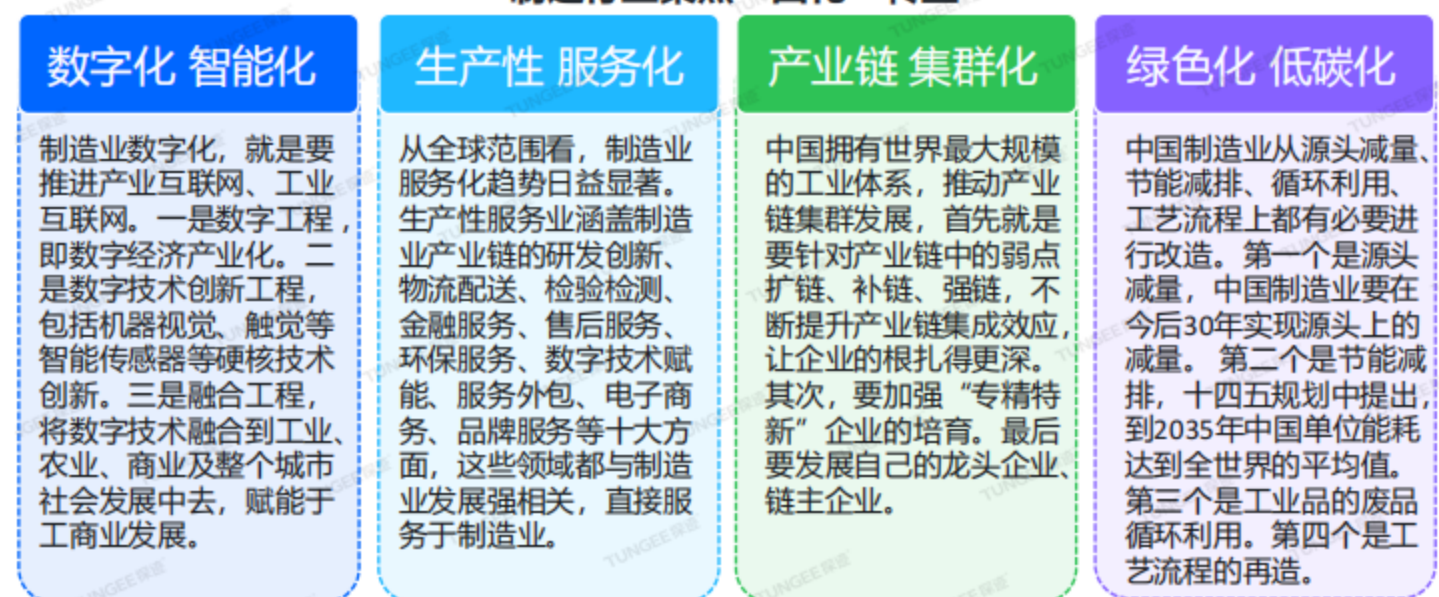
《中国制造2025》指出未来战略目标和方向，新一轮科技革命和产业变革深入发展，并催生出更多新技术、新产业、新业态、新模式，促进全国制造业加速向数字化、智能化、绿色化转型。

未来发展战略目标及重点发展领域



资料来源：探迹大数据研究院

制造行业聚焦“四化”转型



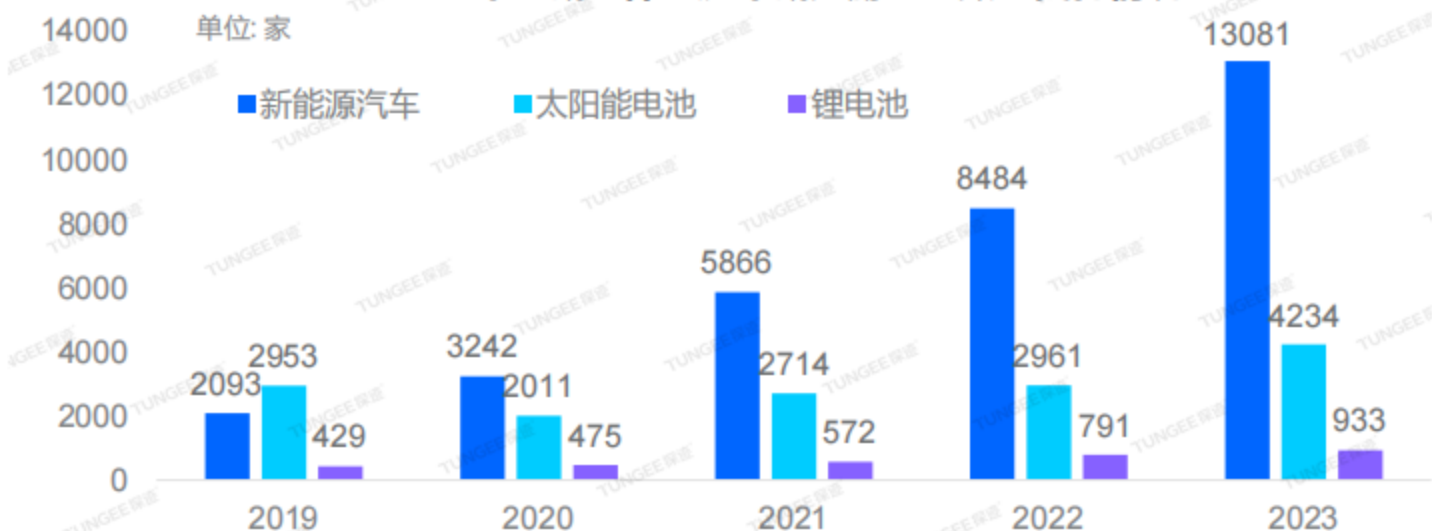
资料来源：探迹大数据研究院

3.2行业趋势：新质生产力成趋势

新质生产力成为制造业发展方向，新三样火爆全球，将取代“老三样”成为外贸新增长点

当前我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，发展方式转变，产业结构升级、增长动力转换，在生产力数量之外，国家提出“新质生产力”发展要求。中国制造“新三样”——新能源汽车、锂离子蓄电池和太阳能蓄电池，表现让人眼前一亮。2023年“新三样”合计出口首次突破万亿元，比上年增长29.9%，高于整个出口增速29.3个百分点。探迹大数据研究院显示，新能源汽车火爆全球，新能源汽车企业更是增长6倍不止。除2020年受疫情影响，太阳能电池相关企业增加数量下滑，其余年份企业数量迅速增长，2023年更是比2020年增加一倍多企业。

2019-2023年“新三样”历年新注册企业数量变化情况



数据来源：探迹大数据研究院

新三样在广东蓬勃发展，企业数量占比最高。广东新能源汽车企业数量全国占比14.2%，锂电池企业数量全国占比达到48%。“新三样”具有较高的技术壁垒和附加值，且符合绿色转型的趋势，是我国推进制造业向高端化智能化绿色化转型升级的成果体现。

2023年“新三样”企业数量全国占比情况



数据来源：探迹大数据研究院

3.3行业趋势：数字化转型正当时

数字化正重塑中国制造，引领企业乃至全产业链迈向更高效、更智能的未来

随着制造业数字化进程的加速，探迹大数据研究院数据显示，2017-2023年七年来，除2020年受疫情影响，制造业数字化转型相关岗位需求不断增长。数字化转型正在推动新的生产要素、研发范式和商业模式的建立，为制造业带来前所未有的价值。

2017-2023年数字化相关岗位招聘企业数量情况



资料来源：探迹大数据研究院

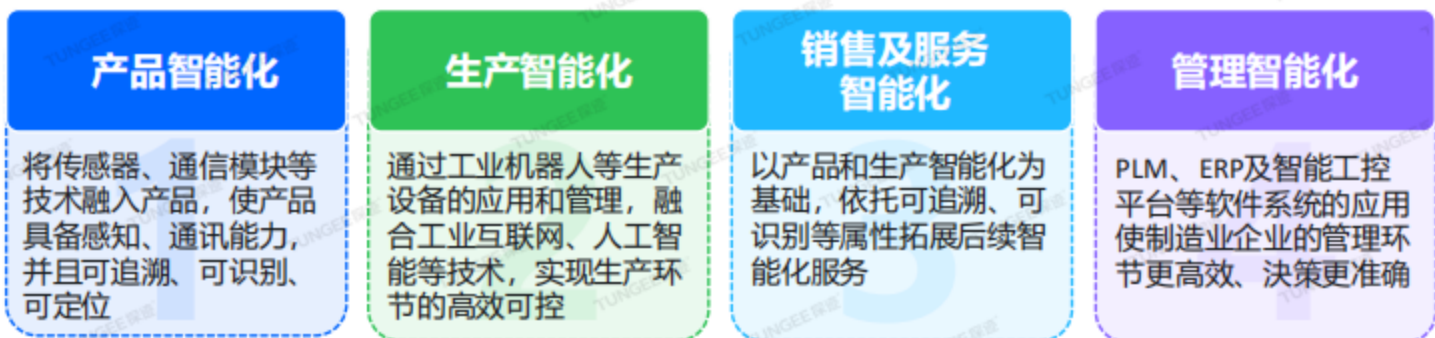
数字化正重塑制造业的未来，数字化的核心在于降低成本、提高效率并激发新的商业模式：

一、成本优化：通过智能设备和系统的应用，企业能够精确掌握生产现场的数据，优化物料管理，减少浪费。此外，自动化和智能化减少了人工干预，降低了劳动力成本和人为错误，从而提高了整体经济效益。

二、效率提升：数字化转型通过优化生产流程、提升设备利用率和精确控制生产过程，显著提高了制造业的效率。智能化的生产管理系统能够实时监控生产状态，快速响应市场变化，确保生产的高效运行。

三、商业模式创新：数字化转型为制造业带来了全新的商业模式。通过智能网络协同制造，企业能够跨越地域和行业的界限，实现资源的优化配置和高效协作。智能销售预测等新型服务模式的出现，为企业创造了新的收入来源，并增强了与客户的互动和黏性。

制造业数字化转型的目标



资料来源：公开资料，探迹大数据研究院整理

3.5 行业趋势：智能销售引领增长

数字化浪潮席卷制造业，智能销售引领企业摆脱低利润桎梏，勇闯新增长之道

随着行业朝高端化、智能化和数字化方向发展，制造企业想要在激烈的市场竞争中突围而出，更重要的是如何跳出传统销售模式构建自身核心竞争力，利用数字化手段寻找市场新的突破点。作为与企业核心目标“盈利”距离最近的一环，营销数字化成为大多数企业数字化转型第一优先级。

智能销售成为企业数字化转型的切入点



资料来源：探迹大数据研究院

由于市场进一步透明化，采取价格战，打信息差等方法将失效，未来的机械设备行业市场将是比拼方案质量、服务效率和销售效率的市场。因此不仅要做好获客环节，提升后续每一个环节的效率至关重要。不少有前瞻意识的企业通过大数据+人工智能的独特获客模式，大幅提升获客效率，获得更多的终端客户，摆脱低利润的魔咒，开辟新增长道路，持续提升企业的竞争力。

传统营销模式

创新营销模式

探迹制造业版解决方案



资料来源：探迹大数据研究院

3.4 行业趋势：定制化需求凸显

柔性化、小批量定制化成产品创新方向，企业应构筑“制造+服务”新业态，向“整体解决方案”模式转变

由于消费者需求端发生变化，个性化、柔性化、定制化成为制造企业产品创新发展方向，我国制造业企业纷纷寻求由生产型向服务型企业转型。这预示着产品的生命周期和更新周期越来越短，在创新、设计能力不足、成本大幅提升的严峻环境下，企业需转变发展思路，积极向高端市场和增值服务领域转变，提升自身核心竞争力。构筑“制造+服务”的发展新业态，远离同质化竞争，寻找新的增长点。

制造业向“整体解决方案”经营模式转变

制造业细分产品越来越多，更新速度越来越快，技术要求越来越高，依靠人力维护难以满足生产和运维需求，需要提供数字化手段代替人工密集型作业，应对与日俱增的业务和管理复杂度。

市场需求发生变化，用户更倾向选择一体化解决方案而非单一产品，如何通过提供数字化服务和用户建立长期联系，提升用户粘性，为企业带来持续性收益，应对市场对产品和服务更高的要求。

制造企业亟需在原有制造产品的基础上，向上下游服务环节延伸，并将服务环节的增值活动，全部或部分纳入自身的价值链中。

制造企业在传统价值链的基础上，从向上拓宽自身价值活动，并培育价值链中的核心增值环节，向后端服务化进行延伸，进而实现主营业务多元化，赋予原有产业新的经营领域及利润增长空间。

数字化需求

客户需求沟通与响应

纵向延伸需求

横向延伸需求

资料来源：公开资料，探迹大数据研究院整理

此外，个性化订单对于制造企业产品的材质、工艺、生产周期都有相应要求，从研发、制造到管理，要实现全产业链数字化，关键是通过智能销售模式构建供需匹配的获客链路，利用大数据+AI技术制定精准客户画像，精确地批量找到客户，再基于企业数据图谱、营销拓客、触达转化、销售管理等系列数字化工具，全面提升销售效率和业绩，达到快速布局的目的。

制造业企业全产业链数字化之路

具备数字化能力的高势能平台

- **精准开拓市场：**探迹制造业版客群涵盖生产厂家客群800万+；贸易客群1500万+；电商190万+；线下店铺2.4亿+。
- **精准触达：**智能外呼有效提升意向客户筛选效率。
- **潜客推荐：**帮助企业推荐全新的潜客，开拓更多未知下游行业客户。

制造

- **技术设备更新：**定期更新和升级设备和技术，确保生产线的高效运行和产品质量的稳定。
- **质量控制与标准化：**建立严格的质量控制流程和标准，确保产品符合客户要求和国家标准。
- **生产流程优化：**通过精益生产等方法，优化生产流程，降低成本，提高生产效率，并减少浪费。

研发

- **人才培养：**培养具有创新思维和设计能力的人才，提升设计水平和竞争力。
- **技术支持与研发：**投入资源进行技术研究和开发，提高研发效率和质量。
- **与客户密切合作：**与客户建立良好的沟通和合作机制，投产前做好打样，提供符合市场需求的创新设计解决方案。

管理

- **绩效评估与激励机制：**建立科学、公正的绩效评估体系，设定合理的激励措施，激发员工积极性和创造力。
- **团队协作与沟通：**建立良好的内部沟通机制，促进各部门之间的协调与配合。
- **管理信息化：**引入信息技术系统，实现生产、销售、采购等各个环节的信息化管理，提高信息共享和决策效率。

资料来源：探迹大数据研究院

04

案例分享

4.1 案例分享二

机械设备企业智能销售变革之路

尤**（杭州）机械有限公司

公司是减速机行业一站式配套服务商，致力于为客户提供更有竞争力的传动解决方案。

企业概况	成立时间：2010年	业务人员：100+	
合作产品	探迹拓客制造业版	找项目	探迹CRM



探迹为客户带来的价值



4.2 案例分享二

美妆企业智能销售变革之路

暨***科技（广州）有限公司

冻干粉OEM三大供应商之一，日均全产能达30万支。

企业概况	成立时间：2017年	团队人员：50人+	
合作产品	探迹拓客	AI智能外呼	探迹CRM



探迹为客户带来的价值



4.3 案例分享三

半导体企业智能销售变革之路

深圳市国**科技有限公司

公司创始团队均来自知名半导体原厂及全球Top分销商，主要客户群体涵盖医疗设备、汽车电子、通讯制造、工业控制等行业。

企业概况	成立时间：2019年	业务人员：150+
------	------------	-----------

合作产品	探迹拓客	探迹智能呼叫	探迹CRM
------	------	--------	-------



探迹为客户带来的价值



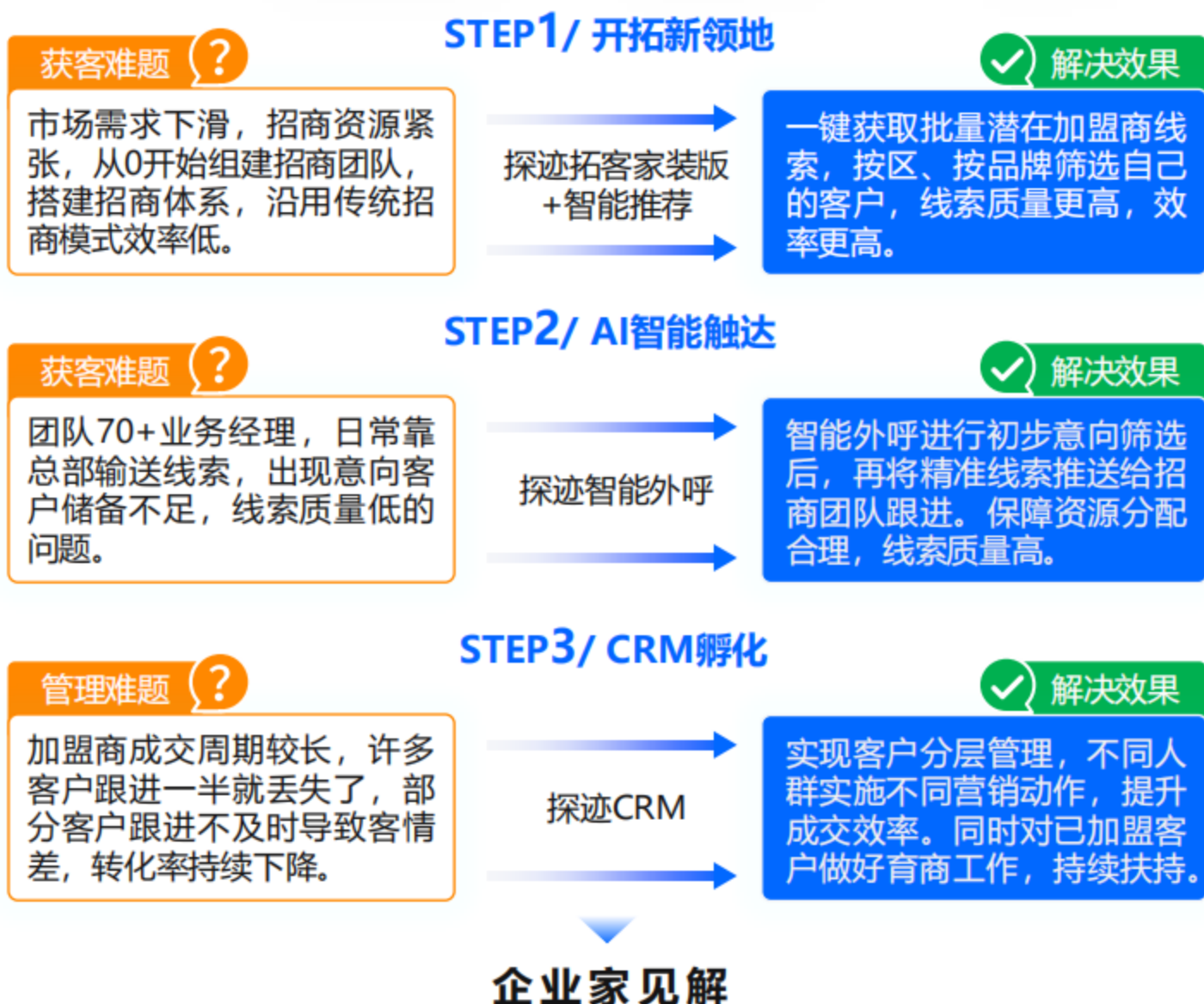
4.4 案例分享四

家装企业数字化精准招商变革

佛山市* *钢门有限公司

主营系统门、钢铜门、韩式门和卡门，是中国乃至亚洲最具规模的门类产品生产企业之一。

企业概况	成立时间：1999年	全国经销商：≥1000家	业务人员：70+
合作产品	探迹拓客家装版	探迹智能外呼	探迹CRM



单季度获
3000家
意向加盟商

营销总监 袁总

“我们实现了从传统招商到数字化招商的跃迁，数字化招商成为我们业绩增长第一驱动力，接下来我们将携手探迹继续引领行业营销变革。”

结语

审视当前形势，制造业挑战与机遇并存。一方面，传统制造业面临外部竞争加剧、资源环境压力、成本上升等挑战，需要寻找新的增长点；另一方面，新兴技术为制造业的转型升级提供了广阔的空间，推动着产业向高端化、数字化、智能化、绿色化方向发展。

未来已来，所有企业真正比拼的只有一项能力，那就是“进化能力”。在这个转折点上，制造业不再仅仅是规模与速度的竞赛，更是创新与质量的较量。我们欣喜地看到，越来越多的制造企业正在借助数字化的力量，推动产品创新、服务升级、运营优化，以自身之光照亮产业转型升级的道路，照亮中国经济前行的方向。相信在数智赋能下，会有更多的制造业企业在存量以及未来预期增量的市场中，再造辉煌。