广东省制造业协会 GUANG DONG Guangdong Manufacturers Association × 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

探迹观点

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。

目录

Content

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。

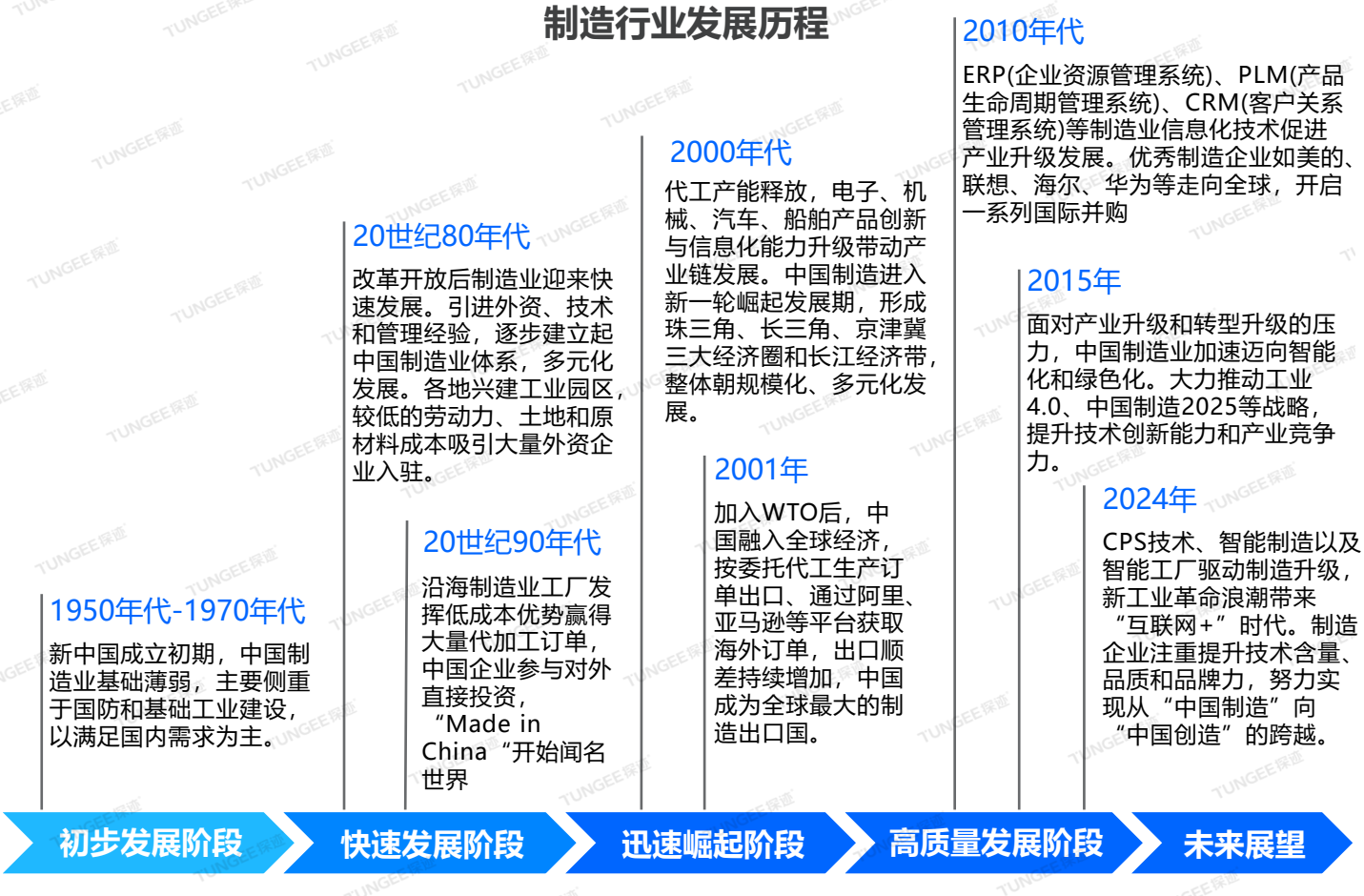
数据来源：探迹大数据研究院整理

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。



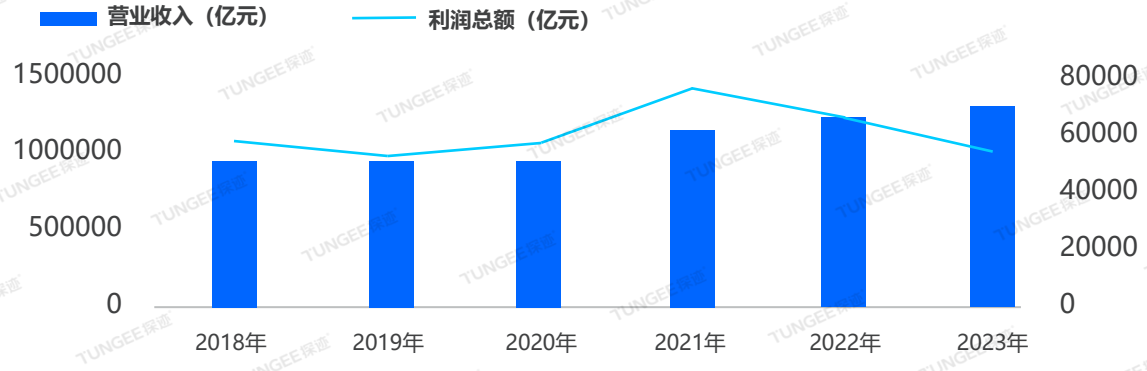
资料来源：探迹大数据研究院整理绘制

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的转折点已经到来。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。

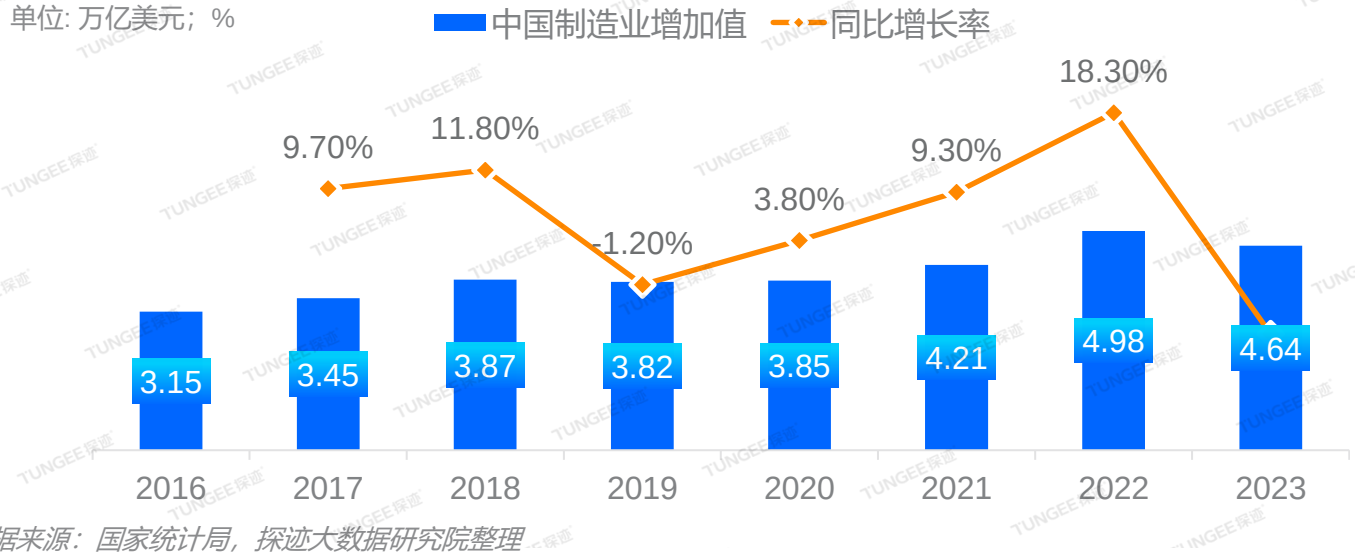
2018年-2023年制造业经济运行情况



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、技术等因案的驱动下，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



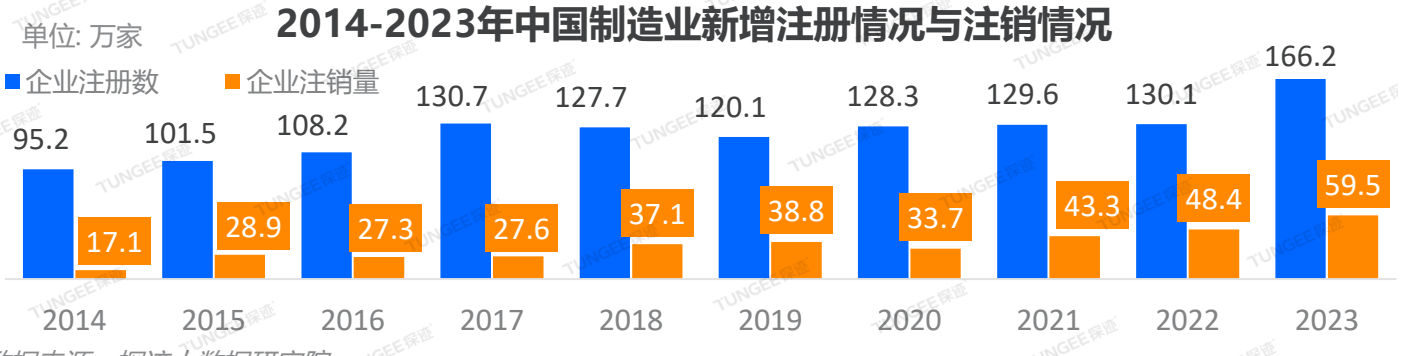
数据来源：国家统计局，探迹大数据研究院整理

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。

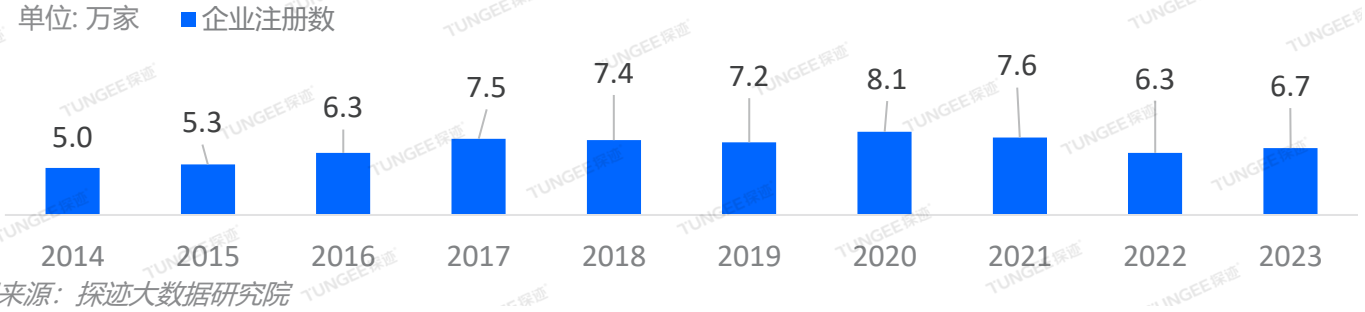
2014-2023年中国制造业新增注册情况与注销情况



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。

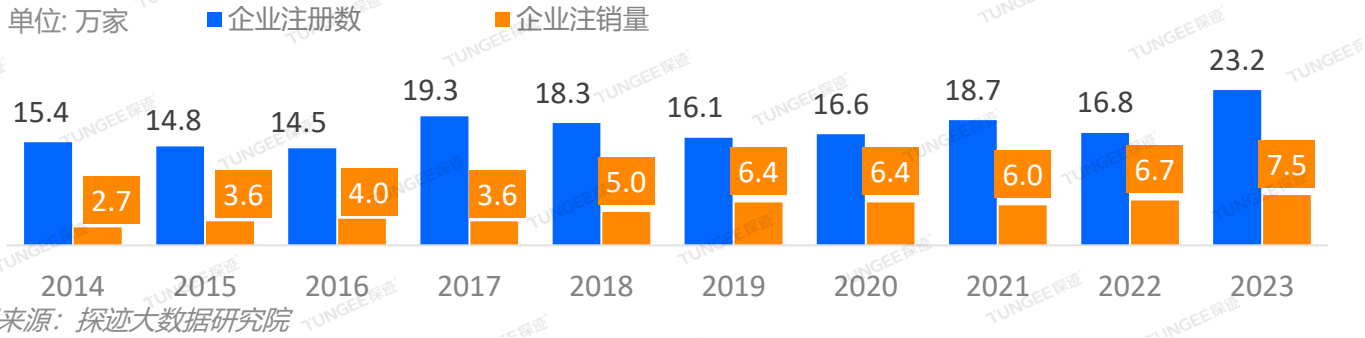
2014-2023年全国制造业注册资本达到1千万以上企业数量



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



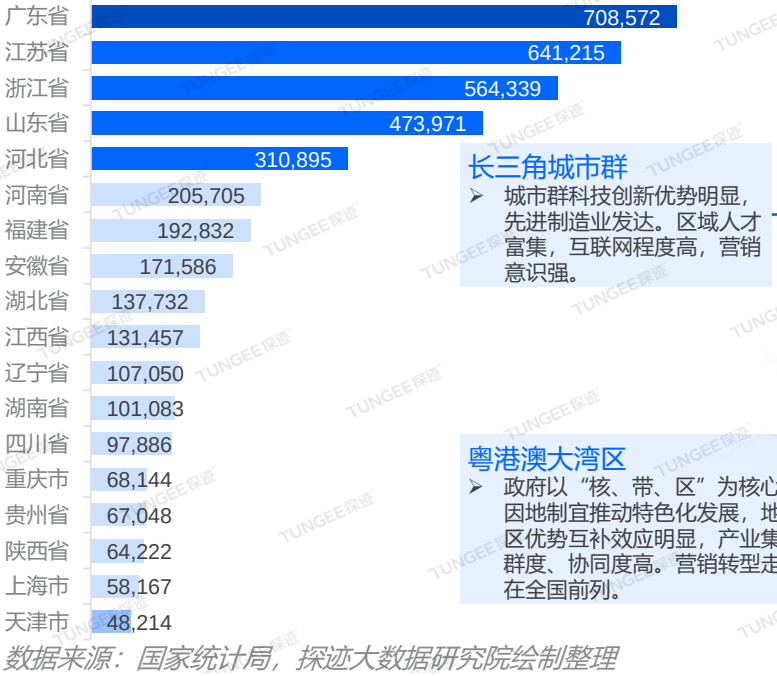
数据来源：探迹大数据研究院

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

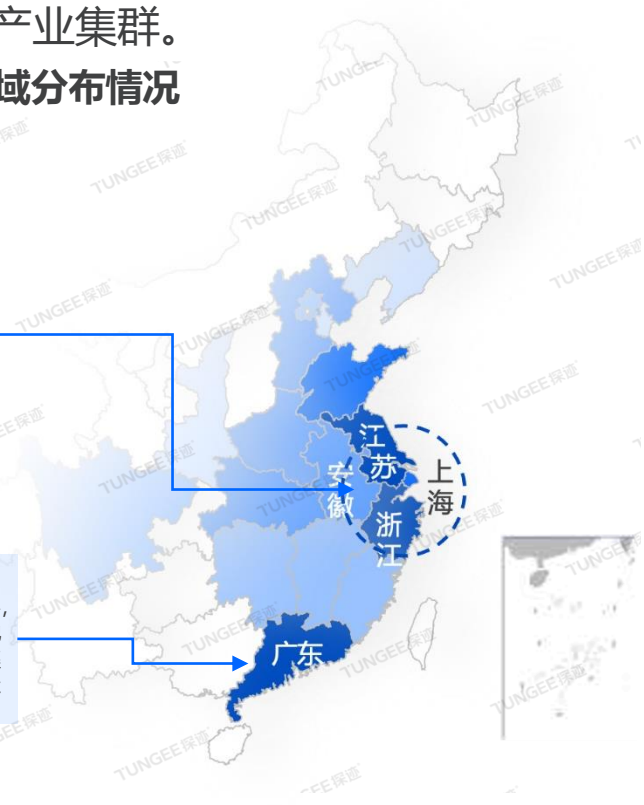


长三角城市群

- 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

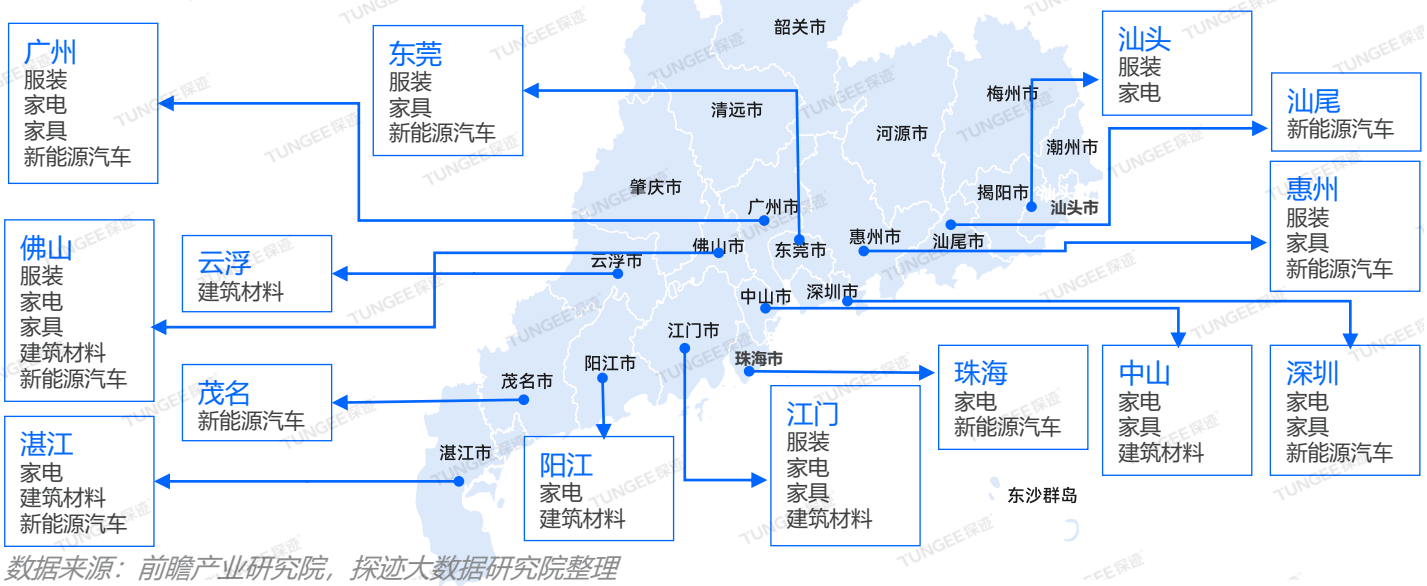
- 政府以“核、带、区”为核心，因地制宜推动特色化发展，地区优势互补效应明显，产业集群度、协同度高。营销转型走在全国前列。



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



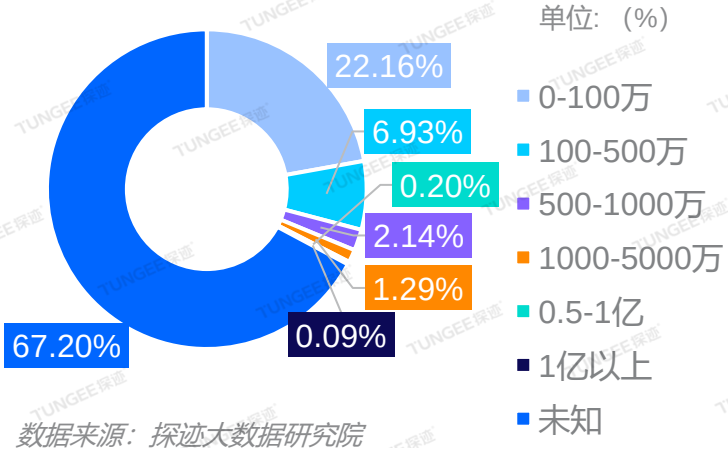
数据来源：前瞻产业研究院，探迹大数据研究院整理

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%

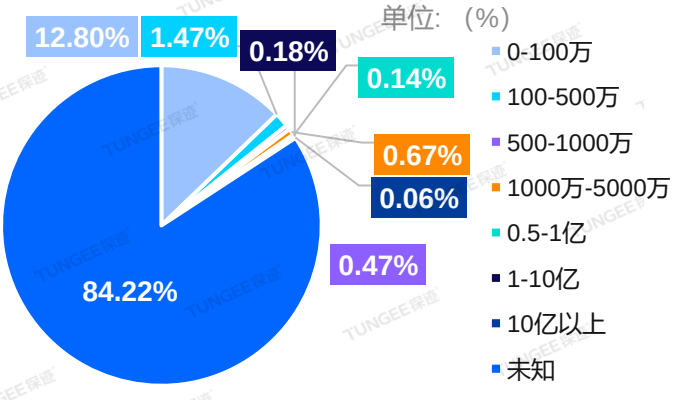
我国制造业拥有体量大、体系完善健全、品类齐全、光伏等产业核心竞争力强等优势。但部分细分行业仍处于全球价值链的中低端，产品附加值较低，在部分高端产业也缺乏核心技术与国际竞争力。探迹大数据院数据显示，2023年制造企业注册资本在500万以下的企业占比29%，营收在100万以下企业占12.8%，且未来相当一段时间将维持这个发展态势。中小型制造企业以迎合客户业务需求为主，产品同质化严重，附加值较低，竞争力不足。

2023年中国制造企业注册资本分布



数据来源：探迹大数据研究院

2023年中国制造企业营业收入分布



数据来源：探迹大数据研究院

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的市场份额，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：

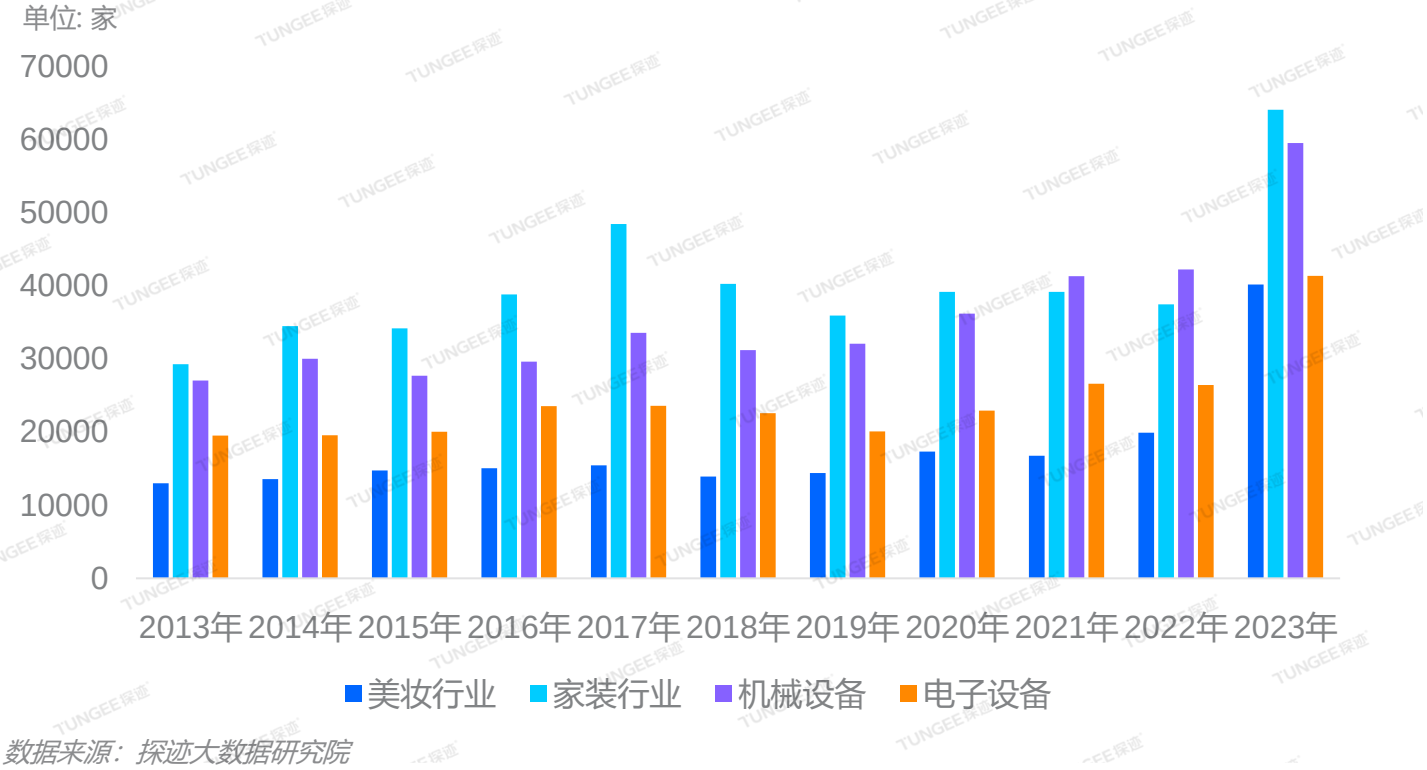
人力密集型行业：这些行业主要依赖大量的人力资源来完成生产或服务任务。人力成本在这些行业中占据相当大的比重，而自动化和技术应用相对较少。例如传统制造业美妆、纺织、玩具制造等行业。

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的市场份额，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、人才培训、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发展方向，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

第一步	第二步	第三步
到2025年迈入制造强国行列	到2035年我国制造业整体达到世界制造强国阵营中水平	到新中国成立一百年时，我国制造业大国地位更加巩固，综合实力进入世界制造强国前列

工业“四基”	十大重点领域	
核心技术零部件和元器件先进基础工艺	新一代信息技术产业	生物医药及高性能医疗器械
关键基础材料	高档数控机床和机器人	节能与新能源汽车
产业技术基础	航空航天装备	电力装备
	先进轨道交通装备	农业装备
	海洋工程装备及高技术船舶	新材料

资料来源：探迹大数据研究院

制造行业聚焦“四化”转型

数字化 智能化	生产性 服务化	产业链 集群化	绿色化 低碳化
制造业数字化，就是要推进产业互联网、工业互联网。一是数字工程，即数字经济产业化。二是数字技术创新工程，包括机器视觉、触觉等智能传感器等硬核技术创新。三是融合工程，将数字技术融合到工业、农业、商业及整个城市社会发展中去，赋能于工商业发展。	从全球范围看，制造业服务化趋势日益显著。生产性服务业涵盖制造业产业链的研发创新、物流配送、检验检测、金融服务、售后服务、环保服务、数字技术赋能、服务外包、电子商务、品牌服务等十大方面，这些领域都与制造业发展强相关，直接服务于制造业。	中国拥有世界最大规模的工业体系，推动产业链集群发展，首先就是要针对产业链中的弱点扩链、补链、强链，不断提升产业链集成效应，让企业的根扎得更深。其次，要加强“专精特新”企业的培育。最后要发展自己的龙头企业、链主企业。	中国制造业从源头减量、节能减排、循环利用、工艺流程上都有必要进行改造。第一个是源头减量，中国制造业要在今后30年实现源头上的减量。 第二个是节能减排，十四五规划中提出，到2035年中国单位能耗达到全世界的平均值。第三个是工业品的废品循环利用。第四个是工艺流程的再造。

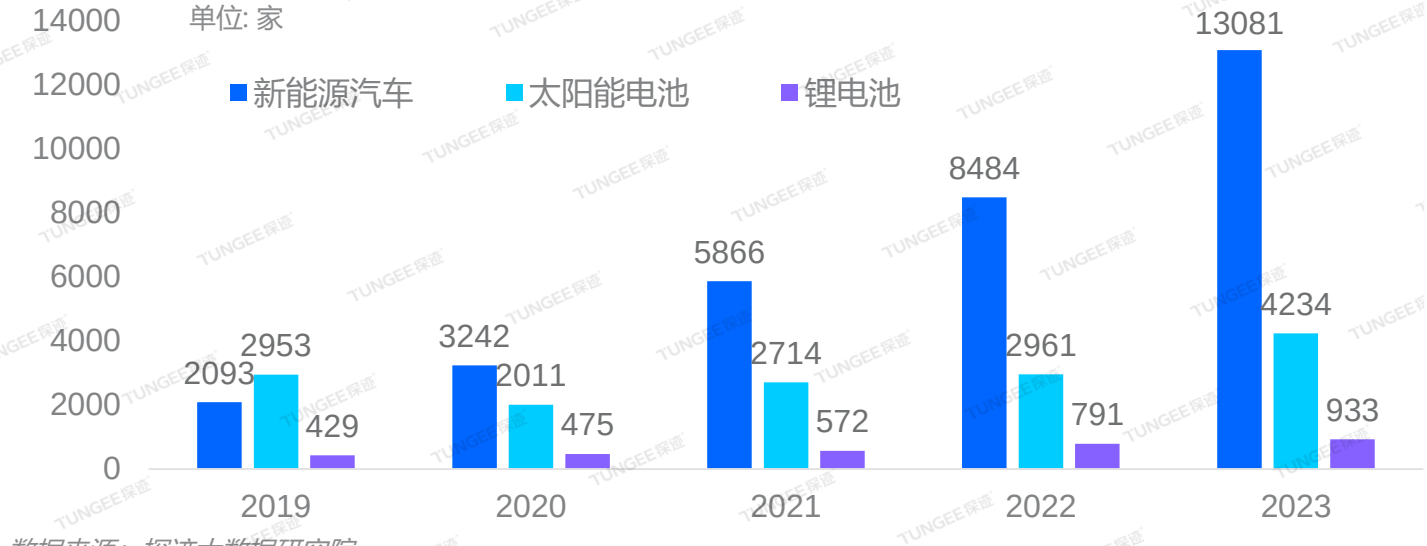
资料来源：探迹大数据研究院

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，国家提出来“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。

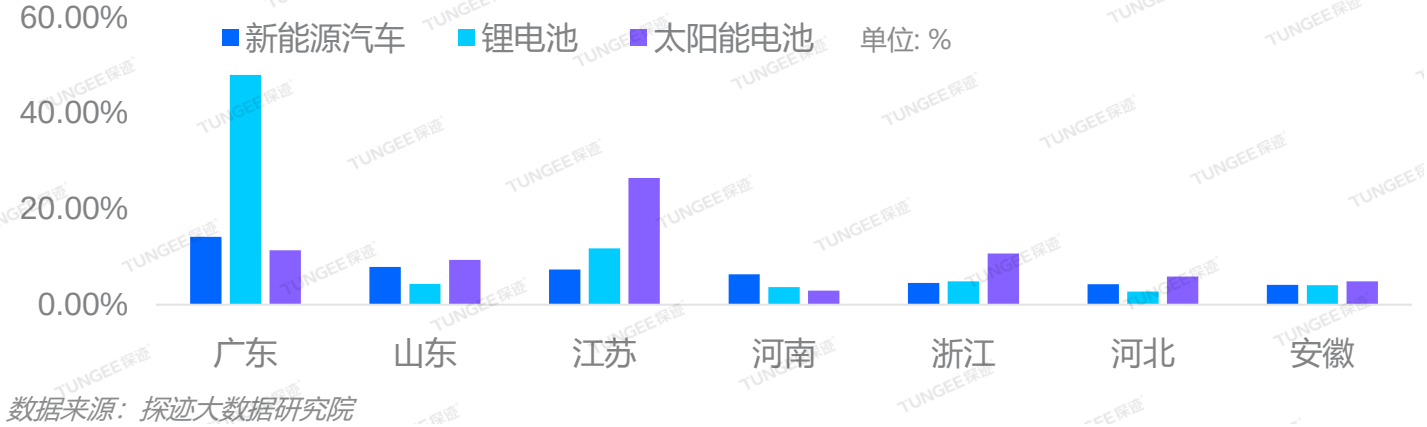
2019-2023年“新三样”历年新注册企业数量变化情况



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



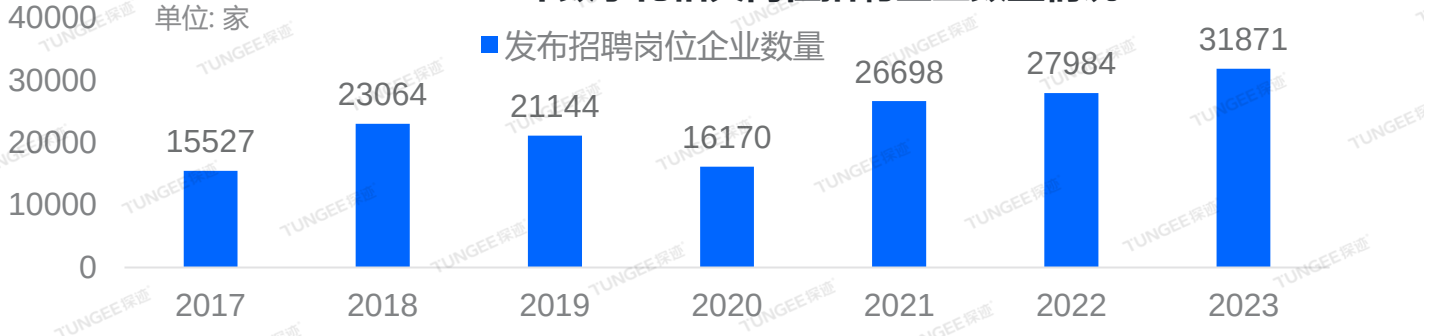
数据来源：探迹大数据研究院

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

产品智能化	生产智能化	销售及服务智能化	管理智能化
将传感器、通信模块等技术融入产品，使产品具备感知、通讯能力，并且可追溯、可识别、可定位	通过工业机器人等生产设备的应用和管理，融合工业互联网、人工智能等技术，实现生产环节的高效可控	以产品和生产智能化为基础，依托可追溯、可识别等属性拓展后续智能化服务	PLM、ERP及智能工控平台等软件系统的应用使制造业企业的管理环节更高效、决策更准确

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

产品力	供应链能力	营销力	服务能力
• **研发设计标品**，降低销售售卖难度 • **打造爆品**，进行投放引流，占领市场 • **推出高利润产品回流现金**	• **与供应商建立**长期互利的关系 • 确保原材料的稳定供应 • 优化供应链，**提高效率，降低库存** • **优化物流和运输过程**	• **新人主推标品定向触达，**提高成单量 • 降低营销成本，**目标客户定向展示** • **一键生成**广告视频素材 • **掌握主动拓客的能力**	• 提高新/老客户的**私域运营能力** • 标准化销售流程**提升新客户转化** • **激活老客户，增加复购**

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
低效被动获客	高效主动获客	探迹拓客客群涵盖800万+内外贸厂家，1500万+渠道卖家，190万+国内跨境电商卖家，2.4亿+线下店家等六大客群。潜客推荐帮助企业推荐全新的潜客，开拓更多未知行业客户。
粗放营销获客	精准营销获客	探迹智能素材能够根据企业的产品优势，一键智能生成营销视频，定向人群包可以实现产品与客户的精准匹配，锁定To B目标客群，从而实现精准营销。
触达效率低 数据无法沉淀	智能呼叫高效触达	结合智能呼叫等触达手段，实现自动拨打与智能应答，有效提升意向客户筛选效率，数据沉淀在系统帮助全盘掌握外呼转化情况，为客户管理提供决策参考。
过程数据没记录 客户资产无法沉淀	智能客资管理 便捷销售管理	探迹CRM智能评级让企业聚焦优质客户，客户信息自动补全，降低销售使用门槛。结合跟进记录、目标管理、监控提醒等销售管理工具，让团队协助更高效，助力企业沉淀客户资产。

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

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
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。

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

获客难题

原先销售主要是通过网上B2B平台推广企业信息，拓客渠道有限，推广成本日益高涨。

STEP1/ 线上找客户

探迹拓客制造业版

解决效果

一键快速找到批量精准客户，基于知识图谱了解企业潜力和经营情况，针对性提供解决方案，促进成交。

转化难题

招投标项目无法了解有关采购单位以及竞争对手的全部信息资料，无法实时关注招投标方面动态变化。

STEP2/ 挖掘更多商机

找项目

解决效果

探迹找项目整合全国1.8亿+招投标公告，每日新增20万+数据，智能分析潜在竞争对手，挖掘更多合作商机。

留存难题

销售跟进商机的状态无法实时更新，商机有时被重复跟进。

STEP3/ 客户资源管理

探迹CRM

解决效果

通过探迹CRM灵活分配意向客户，最大化团队效能。

探迹为客户带来的价值

每月意向客户数
从100个/人增加到300个/人

意向客户数增长约

3倍

获客效率
从30%提升到180%

获客效率提升约

5倍

获客成本
从300元降低到30元

获客成本降低约

90%

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

获客难题

价格降低、订单缩水大环境下，地推陌拜效率低，线下展会转化少，被动等待客源难以为继

STEP1/高效拓客

探迹拓客

解决效果

利用探迹高筛精准筛选出有化妆品研发需求的客户，KP准确度高，转化意愿强。

触达难题

电销团队获客难，线索筛选效率低，外呼效果容易受到销售心情、状态影响

STEP2/批量触达

AI智能外呼

解决效果

智能判断对方是否有产品代工需求，意向客户推送至销售微信，线索初筛效率和业务开发速度提升。

管理难题

对线索利用率低、过程量管控缺乏数据、丢单复盘缺乏方向

STEP3/维系客情

探迹CRM

解决效果

客户资料沉淀至CRM，实行全生命周期管理，未合作客户定期触达，激活沉睡客户，寻求其他美妆产品合作机会

探迹为客户带来的价值

每月潜在客户数
由20+提升为10000+

提升约

500倍

成交转化率
从2.4%提升至12%

提升约

4倍

成交周期
从6个月降低为1~2个月

获客周期提效

75%

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

STEP1/ 线上找客户

获客难题

受疫情影响，地推陌拜受阻，通过门户网站方式获客收效甚微，团队扩张，销售新人无法产出价值。

探迹高级筛选+智能推荐

解决效果

利用探迹高筛，筛选出来的线索都带有智能标签的精准联系方式，方便触达KP。同时每日自动推荐优质客户。

STEP2/ 高效触达客户

触达难题

电销越来越难做，手动一个一个拨打电话，效率低，通话内容没有保留，复盘困难。

探迹呼叫中心

解决效果

直接在探迹平台点击拨打键，系统内呼出，操作云呼方便，不用担心被封号，效率大大提高，电话内容自动留存。

STEP3/ 快捷跟进客户

转化难题

激烈的行业竞争下，运营效率低下，团队花费大量时间整理客户资料，记录客户情况。

探迹CRM

解决效果

探迹CRM记录存档客户信息，跟进记录系统自动补全，通过客户标签做好精细化运营，缩短成交周期。

探迹为客户带来的价值

销售周期
从2个月到3周

效率提升约

2倍

每月意向客户数
从90个/人增加至300个/人

意向客户数提升约

3倍

触达关键人概率
从10%增加至70%

触达关键人效率提升约

60%

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

STEP1/ 开拓新领地

获客难题

市场需求下滑，招商资源紧张，从0开始组建招商团队，搭建招商体系，沿用传统招商模式效率低。

探迹拓客家装版+智能推荐

解决效果

一键获取批量潜在加盟商线索，按区、按品牌筛选自己的客户，线索质量更高，效率更高。

STEP2/ AI智能触达

获客难题

团队70+业务经理，日常靠总部输送线索，出现意向客户储备不足，线索质量低的问题。

探迹智能外呼

解决效果

智能外呼进行初步意向筛选后，再将精准线索推送给招商团队跟进。保障资源分配合理，线索质量高。

STEP3/ CRM孵化

管理难题

加盟商成交周期较长，许多客户跟进一半就丢失了，部分客户跟进不及时导致客情差，转化率持续下降。

探迹CRM

解决效果

实现客户分层管理，不同人群实施不同营销动作，提升成交效率。同时对已加盟客户做好育商工作，持续扶持。

企业家见解

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。

免责声明

1．本报告仅供广州探迹科技有限公司（以下简称“探迹”）的客户使用，探迹不会因接收人收到本报告而视其为客户。

2．探迹是智能销售SaaS开创者，具备大数据及人工智能技术，可获取大量行业、企业的公开数据。本报告部分相关数据来源于探迹，部分来源于网上公开信息。并已注明来源。

3．探迹所获取的数据信息来源均合法合规。探迹所获取的数据信息均来源于互联网公开信息，探迹仅对相关公开信息如实展示，探迹不对所获取的源数据进行任何编辑、控制或修改，仅通过算法模型得出深度的研究分析结果。对于所获数据的真实性、准确性、完整性和及时性，探迹不作任何保证。

4．本研究报告的分析结果是基于探迹所获取数据以及一定的假设，并根据探迹的理解而得出的，由于所获取的数据、假设及理解存在一定的局限性，所分析得出的结论也具有一定的局限性。

5．本研究报告探迹不承担任何责任。本报告也不应作为您判断和决策的唯一参考，且在依据本研究报告作出判断或决策前，请进一步核实此类信息的准确性及完整性，并自行承担使用后果。

6．本报告所载的资料、意见、观点及推测仅反映探迹于发布本报告当日的判断，探迹有权更改。探迹亦可发出其他与本报告所载资料不一致及有不同结论的报告。

7．任何有关本报告的摘要或节选都不代表本报告正式完整的观点，一切须以探迹向客户发布的本报告完整版本为准。本报告版权仅为探迹所有，未经探迹事先书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制、发表、转发或引用本报告的任何部分。如征得探迹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“广州探迹科技有限公司”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

8．广州探迹科技有限公司对本声明条款具有唯一修改权和最终解释权。

关于探迹

探迹

智能销售SaaS开创者

探迹，智能销售SaaS开创者，秉承“让天下没有难做的销售”的使命，以大数据和人工智能技术为驱动力，助力千万中小企业成长。基于全球领先的AI和大数据智能销售SaaS平台，探迹构建了超过1.8亿家企业的全量知识图谱，并结合NLP、机器学习算法等人工智能技术，为企业提供从线索挖掘、商机触达、客户管理到成单分析的全流程智能销售服务，帮助企业高效获取精准销售线索，降低获客成本，从而全面提升销售效率和业绩。

2016年成立至今，探迹开创了智能销售SaaS新时代，先后荣获“专精特新”“高精尖”“高科技高成长企业”及“全球独角兽”等荣誉，服务客户超过30000家，其中包括阿里巴巴、微软、亚马逊、戴尔等行业巨头。

广东省制造业协会 GUANG DONG Guangdong Manufacturers Association

× 探迹大数据研究院

打造全球新商业连接方式

扫码了解更多智能销售案例

扫码添加小探试用拓客利器

Copyright © 2016-2024 探迹

全国服务热线：400 088 0046

探迹