



新质供给破局传统制造

拼多多如何激活产业带新动能

文/沈判 图/受访者提供



在“新质供给”加持下，惠东女鞋实现了产业升级，产业带工人月入上万元

A 年轻人爱上勃肯鞋，传统鞋都焕新生

2024年，惠东女鞋商人老陈的新工厂机器轰鸣。不足百人的两家工厂开足马力，年产勃肯鞋达140万双。流水线上的工人月新过万，连带着真皮供应商的伙计们也鼓了腰包——这般景象若退回三年前，连老陈自己都不敢想象。

作为“中国女鞋之都”，惠东县曾坐拥6000多家鞋厂及配套企业。但在三四年前，流水线上“流淌”的是璀璨的高跟鞋，流水线外涌动的却是焦虑：消费趋势骤变，年轻人不再为“美丽刑具”买单，海外订单又因疫情冲击断崖式下跌，“就跟坐过山车一样，生意时好时坏。”老陈回忆起2021年的寒冬，仓库积压的鞋盒堆成小山，全县不少小厂在破产边缘挣扎。

转机出现在2022年秋。一位广州电商客户发来勃肯鞋订单，这款在老陈眼中“又丑又土”的鞋型，竟在拼多多平台上成了爆款。嗅到商机的他果断押注转型：“接单一个月，我就决定工厂全部做勃肯鞋。”

这场豪赌改写了惠东的命

运：惠东的同行们看到了希望。全县都掀起了一股“勃肯热”。“勃肯鞋是做过的最火单品。”这是惠东女鞋产业链上商家们的共识。“带帮的”“带绒毛的”“带厚底的”……曾经“千厂一面”的代工集群，在拼多多的消费数据反哺下，蜕变为爆款策源地。本地商家、鞋企老板赚得盆满钵满，惠东县本地16万做鞋的熟练工人也收获了涨薪。

扔掉高跟鞋、穿起勃肯鞋，年轻人不再被传统意义上的美束缚，更加注重舒适度和个性表达。惠东的女鞋生意因为年轻群体的改变差点消亡，又因为顺应改变而迎来生机。而拼多多，成了传统制造和新兴需求两端的那个支点。

实际上，拼多多“新质供给”的产业效应不止于惠东。拼多多近日发布的2024年第四季度及全年财报显示，2024年拼多多全年营收达3938亿元，去年第四季度营收1106亿元，其中“新质商家扶持计划”覆盖上千个产业带，成为推动增长的核心引擎。

B 价格内卷到品质突围：拼多多再造“婚纱之乡”

在安徽六安丁集镇，另一场转型大戏正在上演。苏州是国内最大的婚纱礼服市场，占据着国内七成市场份额。此前大量六安人涌入苏州，掌握着当地婚纱礼服的主要产能，其中又以丁集人为主。2017年前后，随着苏州丁集两地政策调整，大批丁集人带着制作手艺和工人，返回了丁集。

查兰如便是返回丁集小镇中的一员。最初的时候，查兰如靠着传统网店将生意维持了下来。但他没想到两年后消费环境开始变化，生意逐渐分流，这给他的工厂运转和网店经营带来了变数。“那时候传统电商平台几乎没多少流量了，而且婚纱礼服本就不好卖，我们也发愁在找其他路子。”当时，传统电商平台流量成本飙升，商家为竞价排名挤占利润，最终陷入“降价降质”的死循环。而

查兰如也以15万元的价格卖掉了经营两三年的网店，还曾尝试转型批发生意。

很快，他幸运地碰上了拼多多崛起。2019年，抱着试一试的心态查兰如在拼多多上开设了第一家店铺。经过近半年的短暂磨合期，查兰如的生意很快步入了正轨。“婚纱礼服这个类目天然就很特别，用户买来只穿一次，客群其实很小众需要时间积累，所以前半年日销售额大概有三四千元。”查兰如说，但一到2020年网店生意开始爆发，年销售额迅速达到了500万元，他也顺势将工人规模扩大至数十人。

查兰如也曾短暂地陷入“价格内卷”的漩涡中，但调整策略后，他选择了一条差异化的路径：提升面料品质与工艺细节，主打高性价比的敬酒服。这一转型的

背后，拼多多的低成本经营模式成为关键支撑。“传统平台单件礼服上投流、年费，成本要三百多元，而拼多多没有年费，自然流量占比高，我们能把价格压到一百多，质量反而更优。”查兰如坦言。

这一成本优势并非偶然——拼多多的“百亿减免”政策累计为超千万商家降本增效，仅“推广服务费退返”一项，每年便为商家节省数十亿元。轻装上阵的“查兰如们”得以将资源聚焦于产品升级，逐渐在市场中站稳脚跟。

随着订单量攀升，查兰如的工厂从数十人扩至近百人规模，更多曾在苏州打拼的工人选择返乡。如今，丁集婚纱产业带从业人数达15万人，占当地常住人口的40%以上。曾经冷清的小镇，因电商的“新质供给”逻辑重焕生机。

C 新质供给重构价值链，“隐形冠军”从幕后走向台前

从丁集镇的设计台望向西北，另一场“隐形冠军”的破壁之战正在上演。当伊利、蒙牛占据乳业头条时，很少有人知道，2023年刷屏全网的“酱香拿铁”里，那抹醇厚的奶香竟来自宁夏一家沉寂多年的老字号——金河乳业。

这家扎根西北三十余年的乳企，早在1998年便研发出国内首款凝固型酸奶，却因线下渠道布局迟缓，始终困于地域认知的牢笼。即便成为瑞幸“酱香拿铁”厚乳原料的核心供应商，消费者依然只知茅台不知金河。“就像给明星伴舞的演员，聚光灯永远照不到你”。

转机始于与拼多多的相遇。2020年入驻平台之初，金河乳业便发现一个意外惊喜——后台订单中，北上广年轻消费者的占比持续攀升，首年未做系统运营便实现三四百万元销售额。这让掌舵人闫建国看到了可能：与其困守“酱香拿铁幕后功臣”的角色，不如借新电商直抵C端市场。

很快，金河乳业加大了在拼多多的投入：开设品牌直播间，先后通过“云端牧场”直播、营养师讲解，展示了金河乳业的牧区优势、宁夏老字号的技术积淀。借助直播间的互动，金河乳业了解到年轻人更加追求健康的生活方式，便顺势研发了脱脂牛奶。

“相比全脂牛奶，脱脂牛奶不仅保留了蛋白质、钙等必要元素，还脱去了不必要的脂肪，更适合高血压、肥胖

人群。”宁夏金河乳业电商总监靳锐嘉说，脱脂牛奶一经推出，便成为拼多多店铺的拳头产品，并成为细分赛道的第一名。尝到甜头后，金河乳业进一步加大在拼多多的投入，积极布局万人团、三人团等平台活动，快速吸粉年轻用户群体，月销售额很快突破数百万元。

这样的转型故事正在全国复制。据拼多多最新发布的数据，“电商西进”计划推动西部地区订单量实现两位数增长，超2000万农业生产者借平台接入数字经济，印证了拼多多“普惠”与“升级”并行的战略逻辑。

惠东的勃肯鞋撕掉“代工”标签、丁集的婚纱挣脱“低价陷阱”，金河的逆袭印证着同一条逻辑：拼多多的“新质供给”战略，正在将中国制造的隐形价值重新校准。那些曾囿于地域、困于渠道、隐于产业链幕后的“技术派”，借力消费洞察与爆品逻辑，终于从“幕后英雄”走向“台前主角”。当流量红利褪去，这场由数据驱动、供需重构的产业升级，或许才是中国制造穿越周期的真正底牌。

知名经济学家朱克力认为，拼多多推出的“新质供给”强调产品、技术等创新，通过提供差异化、高品质的商品来赢得市场。既有助于提升商家盈利能力，也能改善消费体验，形成良性循环。长远看，新质供给可以引领电商行业走上更加健康可持续的发展轨道。



伊利受邀出席中国发展高层论坛

共话“奶业新质生产力”，共谋大健康产业未来

文/图 受访者提供



伊利现代智慧健康谷

A 带头攻关奶业核心技术，筑牢国民营养根基

奶业的高质量发展关系国计民生，是建设“健康中国”的中坚力量。培育“奶业新质生产力”，关键在科技创新。一直以来，中国奶业虽然发展水平持续提升，市场规模稳步扩大，但仍然面临着核心原料技术受制于人的困境。以乳铁蛋白为例，其提取技术长期被海外垄断，而伊利通过全球首创的“乳铁蛋白定向提取保护技术”，将常温纯牛奶乳铁蛋白保留率由10%提高到超90%，率先打破技术壁垒，让“奶黄金”从稀缺资源走向普惠化应用。作为中国奶业的先行者，伊利在母乳化营养、功能成分功效

研究等领域实现了系统性突破，锻造国民营养健康硬实力。除此之外，伊利开发的高纯度β-酪蛋白提取技术，为实现β-酪蛋白产业化提供了科学支撑，有力推动了乳基原料的进口替代进程。自主研发出的浓缩乳清蛋白制备技术，打破了国外长期的技术垄断，为保障婴幼儿配方奶粉供应链安全构筑了坚实屏障。此外，伊利研发的益生菌新型递送系统，有效降低了益生菌在加工过程和胃肠道消化过程中的损失，这一系列核心技术的突破与创新，标志着我国乳制品行业自主创新能

力的显著提升，为改善国民营养健康状况奠定了重要基础。

科技成果转化后的高品质、高营养、特定功能的乳制品，进一步满足消费者对健康的多元需求。针对乳糖不耐受人群，伊利历时四年研发了“0乳糖奶粉”，通过酶解技术既解决了肠胃不适问题，又完整保留钙、蛋白质等核心营养成分；而融合中医“药食同源”理念开发的猴头菇养胃牛奶，更是奶业跨界创新的典范。伊利始终以国民健康为导向，满足消费者的多样化需求，让更多人共享营养与健康，促进大健康产业高质量发展。

B 推动行业实现数智升级 护航国民健康

在全球奶业竞争加剧与消费升级的双重驱动下，中国奶业正面临转型升级的关键期。在传统制造向“智能制造”转变的过程中，数智化正在催化奶业新质生产力的爆发式增长，为行业高质量发展注入持久动能。伊利通过“智慧牧场—智能工厂—数智消费”的全链改造，为守护国民健康提供了更加敏捷高效的新方式。

在上游，伊利打造的“智慧牧场”让奶牛的活动量、产奶量、睡眠情况等数据在数字终端一目了然；同时，伊利引入了全自动挤奶机器人等设备，通过智能自动饲喂系统实现全程可追溯，保障原奶品质。

在中游，伊利建设了“智能工厂”，通过深度运用人工智能、机器人、物联网等技术实现自动化生产线的高效运转，伊利现代智慧健康谷就拥有全球速度最快、每小时灌装4万包的生产线，日处理原奶

可达到6500吨，每天生产的牛奶可充足保障千万级人口城市的日饮奶需求。

在下游，伊利推动“全域、全场景、全生命周期”的消费者数智化运营。搭建覆盖400多个数据源的大数据雷达，开发智能洞察系统，平均用3.5天就可以完成市场洞察，精准洞察消费者的健康需求，让伊利成为消费者的“知心人”。消费者有所心动，伊利就有所行动，不断打造满足消费者多元需求的健康产品；还能实现与1.5亿消费者在线协同共同创新。

伊利通过“科技+数智”双引擎构建的产业新动能书写着大健康产业的新范式。引领行业加速迈向现代化和智能化，为中国奶业赢得国际竞争主动权，也为大健康产业树立了高质量发展的标杆。未来，伊利将继续依托科技创新和数智化升级，努力为推动大健康产业高质量发展作出更大贡献。



库卡机械手



伊利集团高级执行总裁刘春喜在“大健康产业高质量发展”专题研讨会上发言



国家乳业技术创新中心