



从代加工到独立设计品牌 爱美经济借助互联网风生水起

“城阳北”小饰品做成大产业

目前长期从事小饰品产业的企业超过1000家 经历短暂低迷期有待爆发

大学毕业后的董占奎，在城阳开启了自己的“首次创业”，幸运的是赶上了电商风口，把服装、日用品、海鲜等产品搬到网上，销量颇佳。两年前，他启动二次创业，转战耳钉、戒指、项链等金属小饰品加工行业，借助当下红人直播等渠道也做得有声有色。

在城阳北部，像董占奎这样的小饰品产业工厂大约有上百家，从小饰品配件的生产、加工、组装再到销售，早已形成了完整的产业链条。无论是奢侈品大牌、新锐设计师品牌，还是快消时尚、网红爆款，其背后大多数都离不开青岛制造。天眼查显示，如今城阳长期从事小饰品产业相关企业超过1000家，当地人称，如果算上加工坊、夫妻店的话，估计有两千家。

从1994年第一家韩资工艺品企业入驻青岛城阳到后来的民营企业崛起，20多年来，凭借先进工艺技术、高质量产品和超强的设计研发能力，稳扎稳打的青岛小饰品产业已成为全球流行饰品的引领者。

从toB到直播 从代加工到自有品牌

在城阳北部的成马路一带，形成了小饰品加工的集中地。

在这一横一纵两条主干道上，走一段就有一家做小饰品加工的厂房，进入厂房中，这里陈列着琳琅满目的小饰品，有的颜色晶莹，有的造型奇特；手链、耳坠、戒指、项链……若不是内行，要迅速找到心仪的款式也不容易。

在一家名为寒武纪的小饰品公司内，厂房的流水线上，工人们正在忙碌着将采买来的配件按照设计图组装成完整的饰品，并进行最后的加工。

今年37岁的公司创始人董占奎在2008年来到青岛创业，当时的电商领域还处于起步阶段，经过几年打拼，他快速有了自己的仓库、物流，最高峰时拥有5个天猫店，几经周折，后来由于转型不顺遭遇了多次失败。2019年，经过多次浮浮沉沉的他再次杀入了小饰品行业。

如今，董占奎讲起小饰品行业滔滔不绝：一个小耳钉制作就需要近十道工序，先是设计图纸，然后生产各个配件、打磨、组装、定形……在操作时还要保证饰品的色泽不受磨损和影响，否则就会对产品质量产生影响。因为原材料的材质、长度、颜色等条件的不同，小饰品的种类繁多。

传统的小饰品加工厂多是劳动密集型企业，工厂赚取的利润多是工人的劳动差额，这样的加工厂，要么给知名品牌做代加工，要么给商家提供供应链。

再次进入小饰品行业的董占奎并不局限于代加工和传统电销，在供应链供大于求的时代，单纯的劳动密集型已经不适合当下的发展了，他开始尝试起多种营销方式。

董占奎的团队不仅拥有自主设计品牌，在直播方面也有了自己的探索。“我们抖音直播刚启动两个月，目前一个直播间每天的营业额在1万元到2万元之



某小饰品加工车间。

间，接下来是计划去复制直播间。”董占奎表示，自己做过电商、做过工厂，所以在小饰品领域探索新的营销方式可谓得心应手。

除了布局国内市场，董占奎也在尝试跨境营销，他希望有一天，印着“寒武纪”品牌的小饰品能销往世界各地，被更多人熟知。

曾是全国三大基地之一 经历短暂低迷期待爆发

和董占奎类似，另外一家名为玖慕工艺公司的老板胡宝钢也一直在思考该行业的突破，他和团队从事这个行业已9年多，但如今，无论是线下还是线上，营销渠道依然有很多天花板需要突破。

在城阳北部，还有许多像董占奎、胡宝钢一样的小饰品从业者，用特有的经营思路变革着这个与美有关的行业。与此同时，他们也靠勤奋与创新，改变着自己的人生。

说起城阳区饰品产业发展，青岛城阳时尚饰品产业协会秘书长陆云生介绍，城阳北部小饰品产业链要追溯到二十多年前，最初是韩国人在青开工厂带过来了技术和市场，经过不断的演变和发展，鉴于人力成本的增加，目前日韩的工厂在青的越来越少，多数转移至东南亚等地区。反而，本地人所开办的小饰品公司越来越多，逐步形成了规模化。

“十多年前，城阳的饰品产业主要转移自韩国，以‘两头在外’的中小企业居多，即原材料从韩国进口，产品销往韩日或欧美，只是把青岛作为制造加工厂。”城阳区贸促会有关负责人崔岭南介绍，从2003年开始出现韩企零星出走，此后逐年递增。但近些年，本土企业发展得越来越快，不仅原材料实现了本地化，销路也打开了。

小饰品如今的生产极为细分，细分到甚至一家公司只聚焦生产某种耳钉的小配饰。在当地，去国际工艺品城转一转，你会发现大多数商铺销售的并非成品的饰品，而是饰品上的某个零部件。

随着市场需求的增加，据保守估计目前城阳区从事小饰品产业的大小团队已多达1000家。入门门槛不高，从业者越来越多，小饰品厂家的竞争愈发激烈。据介绍，如今该产业已形成了涵盖设计、定制、加工、包装、销售、物流、外贸等完整的小饰品产业



创业者董占奎展示产品。

带。在城阳北，光这一项产业就带动了几万名劳动力就业，小饰品工厂生产线上的工人平均月薪可达5000元，如果能参与研发创新，工资过万也不是问题。

“曾经，城阳成为继义乌、广州之后的中国第三大小商品交易集散地、中国北方最大的珠宝及流行饰品专业市场，但现在，地位下滑比较明显。”崔岭南表示，城阳区饰品产业发展当下也遭遇到“瓶颈”，小的饰品加工贸易企业规模小而且分散，很难形成规模化，尤其是受到疫情的冲击，饰品产业也经历了短暂的低迷期。

“饰品产业”更多思考 创品牌实现产业升级

做直播、拍视频难，做品牌更难，这几乎是每家青岛饰品企业都面临的难关。“我们的外贸饰品单件能达到几十美金甚至上百美金，国内其他生产基地的饰品只有一两美金甚至更低，所以转战内贸、电商只有两条路，一是降价做低端品，二是做品牌。”青岛时尚饰品产业协会秘书长陆云生说，品质是青岛饰品产业的立身之本，多年来各家企业都形成了成熟的品控和管理体系，拥有自己的设计师团队，做品牌成了大家的共识，协会也在竭尽所能地支持大家发展自有品牌。

产业链也在逐步告别家庭作坊式的“单打独斗”，实施“品牌战略”，培育自主品牌走向国际化，将是城阳小饰品产业转型升级的重中之重——相比较而言中国最大的小饰品之城义乌，同样是县城，2021年商品远销80多个国家，总产值惊人。

“以前，城阳只是一个制造基地，可以说是只有工厂没有市场，缺少营销基地。为此，城阳区通过举办饰品节，串联了一条完整的产业链。而接下来，人才培养、设计加工、品牌营销等方面都要去落地。”在采访中，市商务局相关工作人员表示，当下不少饰品加工企业开始两条腿走路，打出了自主品牌，把生意做到了20多个国家，形成了自己的品牌和效益，不断提升产业链和价值链，不断向产业价值链高价值领域延伸。

在强者林立的中国美妆行业，城阳北曾凭小饰品抢占C位，现象背后的本质是：文化自信为时尚产业带来更大红利，小饰品产业也必将朝着规模化、精细化和时装化的方向发展。

观海新闻/青岛晚报 记者 薛飞

讲文明 树新风 公益广告

崇德尚礼 文明有我

