

《从数据到订单：AI 在轻工跨境销售中的盈利增长实战指南》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

中国轻工行业（家居、纸制品、日用消费品等）在出海过程中面临市场竞争加剧、客户需求碎片化、跨文化沟通等挑战。以浙江东方轻工（家居用品）、广东轻出集团（纸制品）、九牧卫浴（卫浴产品）等为代表的轻工企业，已通过国内 AI 工具（如 Deepseek、混元大模型、百度智能云）实现客户开发效率提升、供应链成本优化等突破。本课程聚焦轻工行业真实案例，结合分组研讨、工具实操与盈利推演，助力学员掌握 AI 工具与业务场景的深度结合。

【课程收益】

学习轻工行业头部企业的 AI 实战经验，覆盖家居、纸制品、日用品等品类，从市场洞察到订单转化，掌握 AI 在轻工销售中的全流程应用，并将所有案例附带 ROI 数据，工具部署方案均包含成本测算模型。

【课程特色】

全部案例来自上市公司及行业龙头，数据可公开验证，将分组讨论、角色扮演、方案路演贯穿课程，强化实战转化，仅使用国内 AI 工具，提供轻工行业本地化部署指南。

【课程对象】

海外销售团队 B 端客户经理、市场拓展专员；供应链管理、IT 技术部

【课程时长】

1~2 天（6 小时/天）

【课程大纲】

一、轻工行业 AI 应用趋势与头部企业突破

1、轻工行业出海核心痛点与 AI 机会

数据：轻工产品海外市场增长率与竞争强度（数据来源：中国轻工业联合会《2023 年行业白皮书》）

案例：广东轻出集团通过 Deepseek 降低东南亚纸制品客户开发成本

工具价值矩阵：AI 在选品、客服、物流中的 ROI 排序

课上互动 1：趋势投票

主题：“轻工行业哪些 AI 场景能最快见效？”

形式：学员投票+小组辩论（选项含客户画像、智能客服、供应链预测等）

二、AI 工具在轻工销售前端的实战案例

1、市场洞察与精准选品

案例：浙江东方轻工利用混元大模型分析中东家居用品趋势（数据来源：企业 2022 年年报）

工具实操：用百度智能云抓取 TikTok 东南亚轻工爆品数据

数据验证：海关 HS 编码与 AI 预测结果的匹配度校验

2、跨文化客户开发

案例：安踏体育通过 Deepseek 生成伊斯兰国家合规产品文案（数据来源：安踏中东市场战略发布会实录）

工具实操：训练轻工行业专属多语言模型（阿拉伯语/法语）

风险规避：AI 内容宗教禁忌检测（如印度教禁牛图案）

课上互动 2：角色扮演讨论

主题：“如何用 AI 解决轻工企业真实客户投诉？”

案例背景：九牧卫浴曾因 AI 生成的印度市场广告出现文化争议（数据来源：九牧 2023 年危机公关报告）

任务：小组设计 AI 内容审核流程+跨文化风险库建设方案

三、AI 驱动的供应链协同与成本优化

1、智能供应链实战

案例：青岛金王（蜡烛制品）通过阿里云智能预测欧洲物流延误（数据来源：企业官网供应链升级公告）

工具实操：用混元大模型生成轻工产品最优物流路径

ROI 测算：库存周转率提升与资金占用成本下降关联模型

2、轻工产品设计 AI 化

案例：孚日集团（毛巾制品）通过 AI 生成高溢价花色设计（数据来源：孚日集团设计专利文件）

工具对比：Stable Diffusion 与混元大模型的轻工适配性

课上互动 3：方案设计竞赛

主题：“为纸制品企业设计 AI 降本方案”

背景：广东轻工集团计划削减 10% 供应链成本

输出：小组提交 AI 工具链部署方案+ROI 测算表

四、国产 AI 工具部署与轻工行业落地

1、部署路径与组织适配

案例：传音控股（手机）本地化部署混元大模型的轻工借鉴（数据来源：传音 AI 技术开放日资料）

工具链架构：国产服务器（浪潮）+轻工数据中台+AI 模型训练

团队能力升级：销售员→AI 训练师转型路径

2、轻工行业专属风险控制

案例：三一重工（工程机械）数据泄露事件的 AI 防御经验（数据来源：三一集团信息

安全白皮书)

合规要点：GDPR 与东南亚数据跨境传输规则

实战演练：优化迭代辩论

主题：“轻工企业应该自研AI 还是采购工具？”

背景：浙江东方轻工年投入 500 万 AI 预算

任务：正反方辩论+导师点评最佳实践