

# 从9.9元到89元 “中国拖鞋之乡”逆袭记

正值拖鞋秋冬备货季，位于慈溪市逍林、桥头等乡镇的工厂一派火热景象。依托上千家配套企业构筑的完整产业链，慈溪坐稳“中国拖鞋之乡”的地位，全国每10双居家棉拖，就有8双产自慈溪，产能、产量常年领跑全国。

但庞大的产业规模背后，是曾经难以摆脱的发展困境：9.9元包邮低价内卷、抄袭跟风泛滥、产品高度同质化。产量稳居全国第一，利润却“薄如纸片”。

惊喜的是，短短数年时间，慈溪拖鞋悄然完成一场颠覆性蜕变，高端单品成功突破89元单价，实现溢价翻倍。一双不起眼的居家小拖鞋，究竟如何打破低端固化标签，实现从“廉价地摊货”到“居家精品”的逆袭？

## 1 从“乱”到“治” 告别低价“内卷”

早些年，慈溪拖鞋行业入门门槛偏低，市场竞争乱象频发。多数企业单纯依靠压缩生产成本、打价格战抢夺市场份额，产业长期深陷低端发展泥潭。

深耕行业21年的慈溪市强仁鞋业有限公司负责人涂国强对此深有体会：“以前行业很乱，大家都在抄款、压价，看着销量很高，其实根本赚不到钱，整个行业被低端标签死死框住。”

破局必先立规。2022年，慈溪鞋行业协会联合相关职能部门出台《室内棉(麻)拖鞋团体标准》，为混乱多年的行业立下清晰质量红线，行业正式迈入“拼品质、拼设计、拼品牌”的精细化发展新阶段。

与此同时，以胖东来为代表的全国头部商超，大幅抬高居家用品准入门槛，对棉拖的面料、做工、细节、审美等实行全方位严苛把控。

手握头部商超核心供货资源的河南省商超供应商商会执行会长陆龙咏，几度到访慈溪筛选优质供应链，精准点出产业蜕变：“我们对棉拖的标准拉得非常高，远超普通市场。以前慈溪产业带体量很大，但大而不清，如今经过标准化升级，品质和原创能力肉眼可见提升，完全具备接轨高端渠道的实力。”

内外双向变革之下，市场逻辑彻底颠覆：不再是消费者迁就工厂，而是工厂必须适配新一代消费需求。高端渠道的严苛筛选、大众消费的品质升级，双向倒逼慈溪拖鞋产业迭代升级。

## 2 从量到质 错位布局提质转型

从科技材质迭代、年轻化颜值设计、精细化细分赛道多点突破，慈溪各拖鞋企业差异化布局，彻底告别以量换微利的粗放模式。

在宁波佰莱克斯纺织品有限公司，自研科技材质成为产品突围的核心王牌。企业负责人介绍：“我们这款拖鞋用的是钛基EVA高弹新材料，属于专属科技材质，回弹性特别好，上脚就像踩在海绵上，整体脚感和普通拖鞋完全不是一个档次。”

即便这款新材料的生产成本远超普通材质，翻倍的成本投入依旧凭借极致脚感与过硬品质实现上市即爆单、供不应求。依托这款创新单品，企业去年订单突破200万双，2025年销售额成功突破1.8亿元。常年高频迭代、年年上新的发展模式，让企业每年推出上千款新品，提前布局下一年秋冬款式，持续以新鲜设计抢占市场先机。

瞄准年轻消费群体，宁波朗立鞋业精准拿捏市场流量密码。企业负责人坦言：“我们的设计主打鲜艳、年轻化的风格，核心瞄准80后及年轻消费群体，这个年龄段审美在线、愿意为颜值买单，也是我们销量爆发的核心人群。”

手握回力棉拖独家授权的慈溪市强仁鞋业有限公司，则深耕中年男性细分赛道，走出专属差异化路径。负责人涂国强坦言：“现在做拖鞋，质量只是入场门槛，根本不是核心竞争力。行业早就不靠人情、不靠渠道红利，拼的是整套品牌体系、精准定位和全域运营能力。”企业聚焦单一客群精耕细作，从面料选材、鞋底工艺、色彩搭配到包装设计、终端运营全维度精细化打磨，稳稳占据细分赛道头部地位。



“强仁”握有回力棉拖的独家授权。



“善艺”主打的高端功能性精品棉拖单价已突破89元。

## 3 从老到新 传统工厂玩转新媒体“破圈”

与此同时，慈溪本土制造企业跳出传统工厂的固化思维，以年轻化、透明化的新媒体玩法直面终端，彻底改写大众对居家拖鞋的固有认知。

5月21日，记者走进宁波市善艺家居有限公司。现场采访过程中，企业负责人李胜第一时间叫来视频部工作人员，全程记录交流画面。“这些一线素材、产业对话都很珍贵，我们后续剪辑发布，自己讲好慈溪拖鞋的故事。”这种轻量化、年轻化的品牌运营思路，让老牌制造工厂摆脱刻板印象，解锁了全新的出圈方式。

记者了解到，自2024年7月起，李胜持续运营个人视频

号“善艺拖鞋牛强强”，通过直播分享工厂日常、实测产品品质，把真实、透明的慈溪智造直观呈现给消费者，快速积累起用户信任。

依托对多层次消费需求的精准把控，“善艺”针对性深耕功能性、高品质赛道，重点打造艾草抑菌、乳胶回弹、居家静音等功能性精品棉拖，高端款单价突破89元，目前已售出20万双，全年销量有望累计突破50万双，彻底打破“拖鞋卖不上高价”的行业固有认知。

如今，“善艺”年销量达1200万双，产品成功入驻胖东来、大润发、永辉等头部商超，远销亚欧市场，稳稳扎根中高端赛道。

## 4 从“旧”到“智” AI赋能产业全新升级

传统制造，从不同步于老旧落后。如今的慈溪拖鞋产业，正主动拥抱AI技术，让老牌特色产业焕发全新活力。

今年逍林镇举办的“创意逍林·足下生辉”AI+手绘拖鞋设计大赛，面向全国征集创意作品，吸引无数设计师、高校师生、AI爱好者踊跃参与，累计收获150余件优质创意作品，为本土产业打开了跨界创意的全新思路。涂国强感触颇深：“以往行业设计高度依赖老匠人经验，思维固化，很难跟上市场变化。AI和年轻创意力量的加入，打破了传统设计壁垒，让整个产业更有创新活力。”

赛事的创新探索，也落地转化为企业实打实的生产动能。如今，AI早已不是赛事噱头，已然成为慈溪拖鞋企业日常研发、款式迭代的标配工具。李胜对此十分认可：“接入

AI工具后，能快速捕捉全网流行趋势，高效产出多元化新款，大幅提升研发效率。”

科技赋能提速产业创新，也彻底扭转了行业风气。涂国强感慨行业的颠覆性变化：“以前同行之间互相提防，有新款就藏着、只会抄袭内卷，现在大家互通交流、共创原创，比拼设计、比拼创新。”

标准引领、科技赋能、设计出圈、品牌升级，多重优势叠加发力，推动慈溪拖鞋产业实现质的有效提升和量的稳步增长。数据显示，2025年慈溪市拖鞋销售额达16.4亿元，同比增长16.2%。

从9.9元低价到89元高端出圈，慈溪凭借一双小小的居家拖鞋，跑出了轻工产业升级新速度。

记者 吴丹娜  
通讯员 丁烨 蔡芳洁 文/摄