

## 辉煌“十三五” 喜看新成就

□ 本报记者 李豪悦

转眼已至“十三五”收官年。自2016年《轻工业发展规划(2016-2020年)》发布并实施,中国香料香精化妆品行业四年时间里零售额持续提升,涌现出一批高口碑的国货品牌,迎来国货出海潮……而香料香精化妆品行业在“十三五”规划收官之际,也将继续以增强创新、质量管理和品牌建设能力为重点,大力实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略。

### 本土品牌已占半壁江山 农村消费需求助力线上销售

规划中提到,轻工业发展首先应积极扩大国内市场。“十三五”期间,为扩大国内市场,香精香料化妆品行业积极发挥产业优势,提高香料产品的有效供给水平。据悉,2013—2016年,中国化妆品产量整体处于稳定状态,每年产量维持90万吨左右。2017—2019年,中国化妆品产量增速明显。其中,2019年产量达124万吨,同比增长6%。

此外,近年来大量本土品牌快速成长,成为消费者喜闻乐见的民族品牌,在满足个性化多样化消费升级需求的同时,实现了促进境外消费回流的目的。相关数据显示,从化妆品消费市场份额来看,现如今国产品化妆品已占56%的市场份额;从消费者购买意愿来看,42%的消费者更愿意选择国产化妆品品牌,九成消费者表示未来会再次购买国产化妆品。

而中国化妆品类零售总额也从2016年的2222亿元,增长至2019年2992亿元,2020年突破3000亿元。为了开拓农村消费市场,行业里众多化妆品企业利用电子商务平台,推动线上线下营销网络和售后服务体系建设,在满足农村消费需求方面有了历史性进步。据了解,百雀羚、美肤宝、美即、自然堂、膜法世家等国货品牌,先后借助淘宝触电乡村市场,而妮维雅则针对乡村市场推出定制款洗发水、沐浴露和护手霜等产品,美肤宝甚至一次活动增粉16万。

事实证明,农村市场不容小觑,是扩大国内市场的重要方向。直播、短视频等模式的兴起,带动电子商务进一步发展,化妆品行业摆脱地域和时间的束缚,曾经的三四线城市甚至农村市场的消费者,迅速成为线上化妆品消费的主力。数据显示,这一群体贡献了超过40%的销售额,并且仍在继续扩大。

### 国货迎来出海热潮 推动出口额连年增长

为实现巩固开拓国际市场这一目标,让民族品牌在全球市场站稳脚跟,香精香料化妆品行业确定了“打东(南亚),学西(西欧)”的战略目标,通过各种形式,积极开拓新兴市场。

据了解,云南白药旗下的采之汲面膜,在日化化妆品国际交流盛会中,荣获“日本最受瞩目日汉方药妆奖”,并被UP PLUS杂志编辑部选为“汉方植物强效面膜呵护肌肤注目度NO.1品牌”;2018年12月在日本正式上市后,更是获得了日本消费者的好评。国货品牌在近几年更是掀起了一场出海热潮,佰草集、御泥坊,到膜法世家、植物医生、相宜本草、云南白药,无不热销于俄罗斯、巴西、美国、西班牙、法国、乌克兰、以色列等国,一度成为海外社交平台热议的网红产品和代表中国品牌的“新名片”。

民族企业为走出国门,同样离不开国内跨境电商的扶持和协会的推波助澜。据了解,通过线上电商平台通过推进美妆品牌扶持计划,孵化1000个全新的国产美妆品牌,帮助他们从贸易型企业实现品牌化转型,并推动至少100个国产品牌出海,打造中国美妆出海的新“国货之光”。香精香料化妆品协会则通过开具“自由销售证明”,帮助企业将产品推向国际市场。

而国货化妆品的出海,也推动了出口额的增长。海关数据显示,中国化妆品出口金额从2016年约17亿美元增长至2019年约28亿美元。

此外,在2019中国品牌日活动中,香料香精化妆品设置了自主品牌体验

区,布置了消费体验场景,精选多家自主品牌企业参与,接受消费者认同感,大幅提升消费者对国货品牌的认可度和自豪感,使观众和消费者共同感受新时代的美好生活,共同见证香料香精化妆品自主品牌的兴盛崛起。

### 高端市场缺乏主力军 行业仍需“步履不停”

今年5月,中国香料香精化妆品工业协会副会长李理表示,改革开放几十年间,我国化妆品生产企业数量已经激增至5000多家,产值近4000亿元,保持着2位数的复合增长率,持续着朝阳行业的魅力,已经成为世界第二大化妆品消费市场。

但我国香料香精化妆品仍有缺憾,全球高端护肤品市场仍然由海外企业占据,国内香料香精化妆品行业培育专业特色鲜明、品牌形象突出、服务平台完备的现代产业集群已初见成果,但在技术领域仍需探索。

对此,行业协会也在积极努力。据了解,为支持企业科研团队建设,鼓励行业科技创新的积极性,促进行业科技创新水平的提升,中国香料香精化妆品工业协会每年都会举办行业科技大会。以此期望未来国货不仅出海,还能依靠技术飞入高端市场,站稳脚跟。

## 敢破善立谋创新进取 殊途同归促高质发展

# 日玻行业企业家大讲堂圆满结束

实指出:企业文化也是生产力;而企业家是企业的灵魂,全员参与方可将企业文化转化为全员文化发芽结果,企业文化成果反补企业文化的推进、发展、扎根。苏州东方模具科技股份有限公司董事长戈剑鸣也围绕自身的企业文化讲述了应如何做人和如何做人。他说,要按照客观规律,遵守规矩做事,按照人的本性做人,要有利他思维,在客户满意成功中体现自身的价值。在公司文化的指引下,开展创新,将模具产品做成模具精品,为客户提供优质服务,为社会做出应有贡献。浦江东洲水晶有限公司董事长王淑东则用事实分析了新冠疫情对制造业的带来的重大影响,系统分析了我国制造业发展到现在存在的问题和面临的制造瓶颈。他认为,面对当前的不确定经济环境,我们无法改变就要去适应它,可以放慢发展节奏,用更多的时间夯实企业自身的基础,强化和完善企业内部管理体系。

共论发展趋势破解行业难题。在大讲堂上,宜安环球集团有限公司董事长余政纲结合自身实际和调研感受,针对异形形发展趋势指出了当前行业所面临

的形势和存在的问题,为研究和制定行业以及每个企业自身的发展方向提供了良好的建议。安徽德力日用玻璃股份有限公司董事长施卫东讲述了玻璃器皿行业发展及生产装备、工艺进步的历程,从八个方面分析了未来五年或更长时间内玻璃器皿行业的变化及发展。山西大华玻璃实业有限公司董事长闫保平分析了行业当前面临的严峻形势,从三个层面阐述了接下来常态化情况下企业的应对之策。重庆莱弗窑炉技术有限公司董事长陈兴孝从实用性、技术性谈了玻璃用窑炉的设计、建设和创新改革目前存在的问题和发展趋势以及创新点,重点讲了炉料技术中的窑炉结构及耐火材料的大型模块化的改进和炉料环节存在的问题并提出了了解决办法。

用创新引领行业未来发展。创新是企业 and 行业发展的不竭动力。山东三金玻璃机械有限公司总经理于军用国内外生动的事例,充分阐述了我们已经处在了一个飞速发展的时代。他认为,就中国制造业转型升级而言,已经从要素投入驱动转向创新驱动;传统高消耗、高污染、量的扩张的粗放式增长方式,正在

向绿色低碳、智能制造、服务型制造的精益型转变,同时出口拉动在向内需拉动转变。于海军还从六个方面阐述了企业经营中的重要环节和与时俱进的革新点。承德华富玻璃技术有限公司总经理秦诚认为,我国环境保护的力度一定会持续加大,因此制造产品的品质将会日益提升,出口产品靠粗制滥造拼价格的日子已走向末日,中国制造这个世界的品牌通过提升产品品质赢取的话语权这一态势已日趋显著。浙江嘉特保温科技股份有限公司董事长邱靖涛紧密结合自身企业的实际,紧紧围绕创新,道出了从各个方面如何做好创新以及如何依靠创新引领发展。他认为,提升全要素生产率,以获得新的增长点,已成为世界各国寻求实现新一轮经济繁荣的战略选择,因此创新尤为重要。湖北楚大智能装备有限公司董事长邓家辉指出,创新的内涵、特点、原则展示了创新的每一个层面和环节无不体现出“坚持需求导向和问题导向”的本质,而背后则需要有科学严谨的管理,用科技实力说话,以强大技术做支撑。坚持创新,持续改革是企业稳健持续发展的动能。

## “减塑风”蔓延至玩具行业 企业探索可持续发展之路

□ 本报记者 王洋

9月15日,乐高集团宣布将开始逐步淘汰在乐高产品包装盒中的一次性塑料袋,并在2025年之前实现所有包装使用可降解材料。

据了解,响应减塑的热潮蔓延至玩具行业,许多企业纷纷从产品回收、减少塑料包装使用和研发新型环保材料入手。

### 产品回收,减少塑料包装使用

减少塑料包装使用,对塑料玩具产品进行回收的风潮,在玩具行业已经初露端倪。

自2015年上市以来,L.O.L.惊喜娃娃便受到孩子们的喜爱。然而,这款可拆装塑胶娃娃却面临着一个问题——拆开产品后,有许多独立塑料包装的小球。为解决这一问题,L.O.L.惊喜娃娃的公司MGA从去年宣布加入泰瑞环保公司的回收计

划,“消费者可以将L.O.L.的包装材料和塑料玩具寄给泰瑞环保公司,或者把它们放在泰瑞环保公司的公共投递点上。玩具回收后,经过清洁会被改造成为用于建造游乐场所、花盆、公园长椅和其他创新的绿色产品。”MGA相关人员介绍说。

同样采取了产品回收方式的还有玩具巨头美泰。据外媒报道,美泰也与泰瑞环保公司在加拿大启动了积木回收项目。这些被回收的积木经过清洁后将被融化,随后改造成新的产品,例如操场、野餐桌等。

孩之宝在2016年便开始在产品包装中部分使用再生PET塑料,并将在2022年底前逐步淘汰塑料包装。

“我们收到了许多来自孩子们的信,他们对于环保问题非常关注,并且希望我们停止使用一次性塑料包装。我们花了一段时间来寻找替代材料,孩子们的热情和想法鼓舞着我们开始做出改变。”倪志伟在接受采访时讲道。

### 使用更加环保的材质

除了对塑料玩具产品进行回收,以及减少塑料包装使用,使用更加环保的材质代替传统塑料更成为不少玩具企业积极探索的方向。

在2020纽约玩具展上,MGA公司推出了一款用可降解材料制成的L.O.L.惊喜球,并宣布从今年夏季开始,所有L.O.L.惊喜系列的配件将改用纸质包装。此外,其他所有用树脂制成的包装材料将加入一种新的复合物以便于生物降解,减少环境污染。相关人士透露,2021年开始,所有L.O.L.惊喜娃娃包装材料将实现可完全降解,到2025年,MGA将只生产处理得当后可降解的产品。

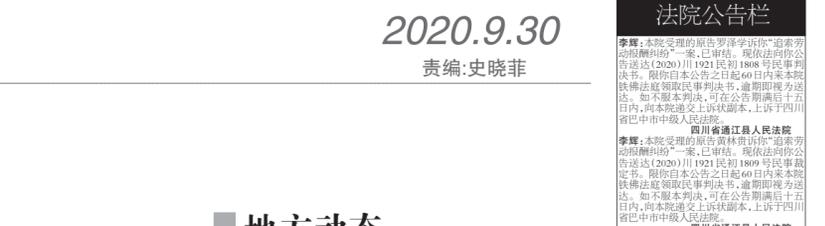
朝着可持续发展的目标又迈进了一步的还有美泰。据了解到,除了积木回收,美泰MEGA系列积木将采用植物环保原料,该产品采用了经世界森林管理委员会认证、可完全回收的包装材料。

Mega高级副总裁Bisma Ansari在接受媒体采访时说:“我们以植物为原料的积木系列是朝着创造可持续发展踏出的第一步,希望我们的这个创新举措,能对其它玩具公司产生影响。”

在2020年4月,新西兰玩具公司ZURU也宣布其爆款水球玩具也将采用环保材料。“从今年8月开始,BunchOfBalloons的气球塑料杆和连接杆与气球的帽檐部分将采用经过认证的环保材料,气球部分将采用天然乳胶原料,可生物降解,使用后可实现100%回收。”该公司相关人士对记者介绍道。

### 环保元素为企业增加竞争力

全球市场调研公司Euromonitor近期发布的2020年全球10大消费趋势报告显示,环保意识的提升推动“再利用革命”趋势的兴起,避免产生大量塑料垃圾的产品正变得越来越具有吸引力,在千禧代父母的消费因素中,考虑绿色环保的比重提升。“环保问题是一个社会问题,关乎地球未来发展,这些玩具企业可能只是踏出了第一步,但都有可能推动玩具行业改革。也许在不久的将来,环保因素会成为各大玩具企业在激烈的市场竞争中决胜的关键。”相关分析人士在接受记者采访时表示。



## 全球速卖通快闪店亮相法国巴黎

9月24日至26日,阿里巴巴旗下跨境零售电商平台全球速卖通首次在美国巴黎开设线下快闪店。该店面积240平方米,在法国艺术家设计布置的5个区域中,展出由当地时尚达人从速卖通上精心挑选出来的时尚、家居、家用小家电等法国热销的300多种商品。

快闪店门前排起了长队。排队等多位消费者表示,自己是中国电商平台的“老顾客”,对平台的首次线下展示非常好奇。店内在展示商品的同时,进行着国内业已成熟但在法国还处在萌芽状态的诸多电商互动方法,带货直播吸引在线观看人数破万,而将展示商品拍照即可找到商品链接的图搜功能也令在场法国消费者感到惊奇。

速卖通海外用户和市场用户总监张琪表示,中国跨境电商平台适应当前形势,为法国消费者提供了更多服务和内容。据悉,全球速卖通创建于2010年,开通有18种语言的站点,服务全球消费者超1.5亿,法国是速卖通排名前五的市场之一,也是增长最快的市场之一。(葛文博)

## 地方动态

### 内蒙古化德县推进资源保护与生态建设协调发展

本报讯(记者 闫廷 □ 兰玉山)今年以来,内蒙古化德县不断创新资源管理和生态文明建设,在保障发展和保护资源的同时,推进资源保护与生态建设协调发展。严格管护耕地资源,弘扬农耕文化。坚守耕地红线,落实耕地保护责任,实行管控、约束、建设、倒逼性保护措施,稳定耕地保有量,并弘扬农耕文化,推动产业升级。珍惜青山绿水,建设秀美乡村。按照规划引领、合理布局,保护耕地、节约集约,一户一宅、拆旧建新、彰显特色的原则,注重对自然生态保护,倡导人与自然和谐相处,加大文化广

### 前8个月新疆外送电量同比增长近六成

本报讯 今年1—8月,新疆电网累计外送电量66.18亿千瓦时,同比增长58.83%,创同期历史新高。随着新疆风能、太阳能等新能源发电量的增长,今年前8个月新能源电量外送187亿千瓦时,占总外送电量的28.28%,有力地促进了新疆新能源电量的消纳和能源消费结构的优化。今年7月,准东—皖南±1100千伏特高压直流输电工程输送功率提升至800万千瓦。疆电外送能力明显提高,外送规模持续扩大,7月份、8月份外送电量分别破百亿千瓦时,累计外送222亿千瓦时,同比增长71%。其中,8月疆电外送电量114亿千瓦时,同比增长79.43%。

疆电外送电量规模的不断扩大,得益于新疆电网资源优化配置能力的提升。目前,新疆已建成“内供四环网、外送四通道”主网架格局,最大外送能力达1640万千瓦,实现了新疆电源基地与华东、华中区域电力市场直接联网。同时,也是新疆电力市场化建设不断完善的结果。自新疆电力市场化交易平台运营以来,市场主体参与电力市场的积极性高涨,并开发出电力援疆、发电权替代等交易品种,7—8月共组织27批次市场化交易,完成54亿千瓦时外送合同,约占这两月外送电量的四分之一。(金辉)

### 吉林省发布“双节”消费提示 倡导合理消费

本报讯(记者 王春宝 □ 董建伟)近日,吉林省市场监管厅、吉林省消费者协会发布“双节”消费提示。今年中秋和国庆双节合一,探亲出游人数也会相应增多,为持续加强疫情防控,倡导勤俭节约,吉林省市场监管厅、吉林省消费者协会提醒广大消费者节日期间提高消费风险防范意识,安全出行,倡导厉行节约,合理消费。

节日期间消费者用餐时积极使用公筷,提倡小份、足量点餐,文明消费,不浪费粮食。餐饮经营单位要创新经营模式,推广“半份半价”“小份适价”等服务项目,引导消费者按需点菜,剩菜打包。网络订餐时,应选择合法正规、证照齐全、信誉好的网络餐饮服务单位订餐,不要选择来源不明的网络餐厅订餐,避免出现相关食品安全问题而影响健康或无法维权。

中秋来临,月饼消费进入旺季。不管是散装月饼还是预包装月饼,消费者一定要到正规经营场所购买标识齐全的商品,才更有利于维护好自身权益。节日促销是商家的重头戏,优惠幅度大,而消费者却很容易忽视促销背后的限制条件以及产品的质量、售后服务等重要问题,从而掉进促销陷阱。遇到这种情况消费者需保持理性,选择真正需要的商品,勿盲目消费。购买商品或服务后要主动索要发票并妥善保管。建议采取电子支付方式,减少接触。

### 湖北省发布“双节”消费提示 倡导合理消费

本报讯(记者 李强华 □ 董建伟)近日,湖北省市场监管厅、湖北省消费者协会发布“双节”消费提示。今年中秋和国庆双节合一,探亲出游人数也会相应增多,为持续加强疫情防控,倡导勤俭节约,湖北省市场监管厅、湖北省消费者协会提醒广大消费者节日期间提高消费风险防范意识,安全出行,倡导厉行节约,合理消费。

节日期间消费者用餐时积极使用公筷,提倡小份、足量点餐,文明消费,不浪费粮食。餐饮经营单位要创新经营模式,推广“半份半价”“小份适价”等服务项目,引导消费者按需点菜,剩菜打包。网络订餐时,应选择合法正规、证照齐全、信誉好的网络餐饮服务单位订餐,不要选择来源不明的网络餐厅订餐,避免出现相关食品安全问题而影响健康或无法维权。

### 四川省发布“双节”消费提示 倡导合理消费

本报讯(记者 王春宝 □ 董建伟)近日,四川省市场监管厅、四川省消费者协会发布“双节”消费提示。今年中秋和国庆双节合一,探亲出游人数也会相应增多,为持续加强疫情防控,倡导勤俭节约,四川省市场监管厅、四川省消费者协会提醒广大消费者节日期间提高消费风险防范意识,安全出行,倡导厉行节约,合理消费。

### 四川省发布“双节”消费提示 倡导合理消费

本报讯(记者 王春宝 □ 董建伟)近日,四川省市场监管厅、四川省消费者协会发布“双节”消费提示。今年中秋和国庆双节合一,探亲出游人数也会相应增多,为持续加强疫情防控,倡导勤俭节约,四川省市场监管厅、四川省消费者协会提醒广大消费者节日期间提高消费风险防范意识,安全出行,倡导厉行节约,合理消费。