

消费日报

2024年9月26日
星期四
总第8785期
第5844期
今日8版

我国制造业企业总量突破600万家

本报讯 据全国组织机构代码数据服务中心统计,我国制造业企业总量突破600万家。

数据显示,2024年1至8月,我国制造业企业数量呈现稳健增长态势。东部地区产业集中度及产业链成熟度优势明显,制造业企业总量占比最高。中部地区承东启西、沟通南北区位优势独特,制造业企业数量增幅最大。我国制造业企业的规模和质量逐步提升,国家政策促进经济结构优化升级的效果开始显现。

(宗禾)

A版 ■ 国务院国有资产监督管理委员会举办 中国轻工业联合会主管主办 ■ 国内统一连续出版物号CN 11-0057 ■ 代号81-9 ■ 广告经营许可证:京丰工商广字第0054号

中国乐器协会多点融合联动
助推乐器消费 提振产业活力科技创新引领
化妆品行业兴起
「中国成分」

□ 本报记者 王薛滢

最近国内外美妆和日化企业纷纷发布了2024年半年度财务报告,数据显示,国货美妆迎来了上半年业绩的显著跃升,实现了两位数乃至更高的增长。

追溯历史,我国化妆品工业自上世纪80年代起,经历了从模仿学习、本土品牌涌现与跨国品牌竞争,到现代化发展的“黄金十年”阶段。时至今日,21世纪第三个十年的序幕已经拉开,国货美妆重新崭露头角,在全国范围内再次掀起了“国货热潮”。众多历史悠久的品牌和老字号也积极响应,纷纷启动了“国潮”复兴的战略与举措。值得一提的是,去年国货美妆在国内市场的份额首次超过了50%;而今年上半年,这一比例更是攀升至56.7%。

七十五载岁月流转,中国以惊人的速度创造了经济发展的奇迹。化妆品行业作为“美丽经济”中的一颗璀璨明珠,在这段波澜壮阔的历史进程中同样熠熠生辉。它不仅见证了国家与人民生活的华丽转变,更成为这一转变的积极参与者和推动者。

国货情怀遇国际挑战

新中国成立初期,化妆品行业犹如初升的朝阳,光芒初露,潜力巨大。那时,市场上的化妆品种类虽不丰富,却承载着人们对美好生活的简单向往。上海家化的雅霜(雪花膏)以其朴素温润的形象,成为了那个时代护肤记忆的标志性产品;上海家化的前身广生行推出的双妹品牌,涵盖美妆和香水等多个品类,受到当时的名媛们的青睐;谢馥春、孔凤春等品牌不仅在国内外市场广受欢迎,其产品质量和口碑也在国际上获得了认可。在资源和技术都相对匮乏的条件下,国货品牌凭借实用性和亲民价格,服务了无数国人的“美丽需求”。

伴随改革开放的春风,中国的化妆品行业迎来了前所未有的活力与机遇。上世纪八九十年代,中国的大门向世界敞开,经济的快速增长和人民生活水平的显著提升,使得消费者对美的追求愈发强烈。这股时代浪潮吸引了众多国际美妆和日化巨头,如宝洁、欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等,它们携带先进的生产技术、丰富的产品线 and 成熟的市场营销策略,纷纷涌入中国这个充满活力的新兴市场。

国际品牌的进入,不仅为中国消费者带来了更多元化、更高质量的美妆和护肤选择,也极大地推动了国内化妆品行业的快速发展。外资的引入和技术的交流,如同及时雨般促进了行业的迅猛崛起。这些国际巨头凭借其品牌优势、技术创新和强大的市场推广能力,在中国市场迅速占据了一席之地,甚至一度占据了八成以上的市场份额,引领了中国化妆品行业的潮流。

与此同时,激烈的市场竞争也为中国本土化妆品品牌提供了宝贵的学习和成长机会。它们不断创新,努力提升产品质量和服务水平。

科技引领 创新致胜

如今,得益于对天然植物提取物的精妙应用以及生物科技的突破性进展,化妆品已不再是简单的外在装饰,而是科技与美学的融合,化妆品行业已经悄然步入了科技驱动的新纪元。而在这场科技引领的变革中,珀莱雅、贝泰妮等国货美妆品牌依托科技创新,产品研发屡获佳绩,引领化妆品行业兴起“中国成分”的热潮。

随着外资品牌在中国市场的逐渐式微,国货美妆品牌迎来了广阔的发展机遇。这些品牌凭借富含特色植物成分的产品,深受消费者喜爱。它们深入挖掘东方美学的独特韵味,巧妙融合现代科技,助力“中国制造”向“中国创造”华丽转型,让中国之美在全球舞台上熠熠生辉。

事实上,近年来,国家对化妆品研究和创新的鼓励与支持政策层出不穷,消费需求的迭代升级也推动了行业的快速发展,我国化妆品行业的科技创新能力显著增强。行业企业研发投入逐年攀升。2023年度,几乎所有的国货美妆企业都在积极增加研发投入,其中华熙生物、贝泰妮、珀莱雅等企业成为研发投入的佼佼者。华熙生物以4.46亿元的研发投入、占总营收7.35%的研发投入比例,彰显了其对科技创新的坚定决心和雄厚实力。新原料备案数量逐年提升。《化妆品监督管理条例》实施三年多来,化妆品新原料备案数量逐年创新高,从2021年的6个增长到2023年的68个。论文数量显著增长。在第十五届中国化妆品、香料香精学术研讨会上,论文数量和质量均创历史新高,这不仅是对行业科研成果的集中展示,也是对行业科技创新氛围的热烈回应。

科技创新不仅推动了产品的研发和创新,更促进了整个行业的健康发展。2023年全年限额以上单位的化妆品零售总额为4142亿元,同比增长5.1%,这一数据充分证明了行业稳中向升的发展态势。中国香料香精化妆品工业协会理事长颜江瑛对当今化妆品行业给出的三个精炼的评价:国货崛起、科技创新、政策支持。随着科学和技术的进步,我国化妆品行业正在快速改变和适应新的趋势,把握机遇,迎接挑战,不断重塑自己,取得新的发展。

七十五年来,中国化妆品行业由青涩逐渐走向成熟。在这条美丽与智慧并存的道路上,中国化妆品行业正在向“新”提“质”,全面升级高质量发展。面向未来,中国化妆品行业将以更加开放的姿态、更加坚定的步伐,继续书写属于中国的美丽传奇,让世界见证东方之美的独特魅力。



图为2024“6·21国际乐器演奏日”黄桥主会场启幕。

2024年初至暑期,中国乐器协会策划并主导六大具有市场导向的乐器文化盛事。通过以创新展演形式与市场联动等方式,直接促进乐器消费,拓展企业的市场空间。无论是“6·21国际乐器演奏日”还是“国民音乐教育大会”,一系列创意活动推动了音乐人口有序增长,深度挖掘乐器消费潜力,助力乐器行业高质量发展。

1. 中国国际提琴和琴弓制作比赛:高端定制带动消费升级

5月15日,第五届中国国际提琴和琴弓制作比赛在北京平谷举行,吸引了全球10个国家和国内24个省市的261名选手参赛,提交了456件高水平作品。该赛事不仅展示了中国提琴制作的工艺水准,还推动了高端定制乐器消费市场的扩展。参展作品吸引了众多国内外高端乐器收藏家和演奏家,进一步激发了高品质乐器的消费需求。赛事的成功举办,不仅带动了高端提琴消费,还提升了中国提琴制作行业的国际影响力和竞争力。

2.“6·21国际乐器演奏日”:全球乐声共鸣,激发乐器市场需求

夏至时节,全球规模最大的音乐文化盛事之一——“6·21国际乐器演奏日”在中国主会场江苏黄桥镇及全国多个城市同步举行,全球音乐爱好者喜迎盛大节日。截至2024年,全国共有200多个城市138家联合主办单位参与,演出总场次累计超过15000场,直接参与人数累计达到100万人次,在线观看人数超过3.7亿人次,成为传播音乐文

六大活动:聚焦乐器消费,激活市场潜力

化、玩乐器、交朋友的重要载体。活动直接推动乐器消费市场的扩展,特别是“乐器进校园”项目,仅黄桥镇由去年7所示范学校扩展至19所,带动当地居民乐器购买需求。电商平台数据显示,乐器销售额显著提升。活动激发了乐器市场活力,提振企业发展信心。

3. 国民音乐教育大会:AI技术赋能,激活智能乐器消费

7月4日至7月6日,2024年国民音乐教育大会在华东师范大学举办,吸引了全国近千名音乐教育专家、学者和一线教师。大会围绕“音乐教育‘AI’时光”主题,展示人工智能在音乐教育中的广泛应用,激发广大音乐教师对乐器教育与培训、文化普及与推广的信心。通过智能钢琴课堂和AI创作工具,许多乐器企业借此契机推出智能乐器产品,得理、吟飞、蔚科等企业的智能乐器受到广泛关注。2024年初至今,电鸣乐器强企科技赋能品牌创建,激发潜在电鸣乐器消费市场。国家统计局数据显示,2024年1—7月电鸣乐器规模以上企业主营业务收入同比增长7.54%,利润同比增长162.78%。这进一步印证智能化乐器产品创造出的新的市场需求风口。

4.“敦煌杯”民族乐器大赛:文化传承与消费推动并行

7月29日,第三届“敦煌杯”民族乐

器大赛在北京音乐厅举行,活动吸引了众多民族乐器爱好者参与,汇聚来自全国各地的22支民族室内乐团。比赛通过多样化、创新性的室内乐作品,展示中国民族器乐的独特魅力,激发观众对民族乐器的兴趣和购买需求。此次赛事特别吸引青少年群体的关注,推动了民族乐器的学习和消费,助力扩大乐器消费市场,进一步提升和挖掘民族乐器的市场影响力与消费潜力。

5. 首届全国乐器设计大赛:创新设计助力高端市场拓展

8月19日,中国乐器协会与南京艺术学院紧密合作,成功举办首届全国乐器设计大赛,吸引全国235件参赛作品。金奖作品“云荒古筝”凭借融合传统文化与现代工艺的创新设计,受到高端乐器收藏家和音乐爱好者的关注。此次大赛通过引领创新设计,推动高端定制与智能乐器市场的发展。大赛同期举办了参赛作品展览,吸引了诸多在南京艺术学院参与文华奖评选的参赛选手参观,获奖作品得到广大专业人士好评。数据显示,近年来,高端定制乐器需求显著增加,成为乐器消费市场的新亮点。乐器设计大赛的成功举办,不仅积极推动智能乐器的创新发展,更务实引导了乐器企业重设计、抓创新、提品质的热情与投入。

2024年以来,中国乐器协会认真贯彻落实中央精神,在中国轻工业联合会党委领导下,积极协同地方政府和会员企业,跨区域多方联动,通过多元化音乐文化互动形式和国际化赛事平台,激活乐器消费市场并促进行业品牌建设、技术创新,扩大音乐消费人口,提升乐器品牌影响力和市场占有率,提振行业发展信心,努力为乐器产业高质量发展注入新动能。

6.“凌云音乐奖”:古典乐器创新推动市场增长

8月22日,2024年“凌云音乐奖”室内乐、重奏与独奏独奏比赛在北京落幕。比赛不仅为青年演奏家提供展示平台,还通过名家讲座和互动环节提升参赛者演奏水平和乐器消费兴趣。赛事设立多个组别,涵盖专业与业余选手,并特别关注青少年的培养,进一步激发古典乐器市场的潜在需求。“凌云音乐奖”不仅促进了古典乐器市场的消费增长,更为演奏人才的培养和古典音乐的发展提供了动力。



图为8月19日,首届全国乐器设计大赛期间,中国轻工业联合会党委副书记、中国乐器协会理事长王世成及其他领导嘉宾在南京艺术学院观看获奖作品展。



图为5月18日,专家评审团召开第五届中国国际提琴和琴弓制作比赛赛前联席会议。



图为7月4日至6日,国民音乐教育大会在华东师范大学举行。

地方政府联动非遗与创新,协会助力消费增长

器的市场销售。

2.“好花红”盛放黔南:非遗文化助力乐器消费与旅游发展

8月5日,贵州省黔南州成功举办了第十届“好花红”文化旅游季民族乐器展演活动,展示当地独特的民族乐器和丰富的非遗文化。活动不仅吸引了大批游客,还通过线上线下结合的模式,有效推动了黔南州的乐器消费。民族乐器与文化巡游相结合,增强了民族乐器在年轻群体中的吸引力。尽管具体销售数据仍在统计中,但根据乐器企业反馈,展演活动对民族乐器市场的拓展效果明显,提升了黔南州的文化旅游业和乐器产业的融合度。

3. 薪火传承,筇竹千秋:黄河流域文化周奏响非遗文化新篇章

8月10日至8月15日,作为传承非

遗瑰宝、彰显黄河文化的重要平台,河南省新乡市人民政府、文化广电和旅游局联合主办了首届黄河筇竹文化周,乐器协会给予了指导引导。此次活动以“薪火传承·璀璨星‘筇’”为主题,吸引了全国各地的文化艺术专家学者及百余名非遗传承人齐聚筇竹之乡,通过研学交流、集训展演、专业研讨等形式,共同展示和探讨筇竹这一千年乐器的传承与创新。黄河筇竹文化周的成功举办,提升了新乡作为筇竹文化发源地的知名度,促进了黄河非遗文化的保护与弘扬。

4. 琴声悠扬,数字化引领:“笛箫杯”手风琴艺术节谱写文化新篇章

8月12日至8月16日,天津东丽区举办了2024第三届“笛箫杯”国际手风琴艺术节,活动通过数字化技术创新,提

升了手风琴文化的互动性和普及度。手风琴独奏、重奏比赛和大师课吸引了众多演奏家和爱好者参与。据乐器行业反馈,艺术节期间的手机销售数据较往年有明显提升,反映了数字化手段对乐器消费市场的推动作用。通过此次艺术节,天津进一步巩固了其手风琴文化影响力,并推动了手风琴产业发展。

5.“二胡之乡”,国乐新章:江苏民族音乐盛典强化文化与产业融合

8月18日至8月20日,江苏省常州市举办了2024江苏二胡之乡民族音乐盛典。活动展示了江苏丰富的二胡文化,并推动了二胡制作工艺的创新与发展;通过二胡演奏、展览和行业研讨会,展现了二胡在现代市场中的潜力。此次盛典吸引了众多二胡爱好者和行业专家,二胡产业也因展演活动而受益。活动的成功举办,进一步提升了“二胡之乡”国际知名度,推动了二胡文化和高端定制市场的发展。(下转A2版)