

# 本土品牌加速崛起 美妆市场国货受青睐

新华社北京9月25日电(记者王雨萧、周蕊)故宫联名彩妆受到年轻人热捧、国潮原创设计频频“出圈”、更多新国货品牌走俏市场……随着本土品牌创新能力不断增强,美妆市场正在刮起浓浓“国”风。

从“大路货”到“卖断货”,国货美妆加速崛起,中国品牌影响力与日俱增,中国制造也在智慧转型中实现华丽变身。

## 国货上演美丽“蝶变”

以中国传统文化中的日晷造型为设计灵感、将汉字拆解运用于产品包装、海派文化元素与现代简约风格碰撞融合……在上海家化近两年推出的美妆系列产品里,“东方美学”的设计理念贯穿始终。

“在化妆品行业竞争日趋激烈的当下,消费者对设计的要求越来越高。好的设计不仅能为消费者带来更美好的体验,更能体现品牌力和差异化优势。”上海家化研发资深总监贾海东说。

近年来,越来越多国货品牌创新求变,在美妆市场占领一席之地。《2021 抖音电商国货发展年度报告》显示,国货品牌受到年轻消费者青睐,2021 年抖音电商国货品牌销量同比增长667%,其中美妆品类国货销量上涨696%。

国货美妆的崛起,不仅在于设计理念的

创新,更来自对市场需求的精准洞察。

随着消费升级,越来越多人美妆消费中,不再停留在试用、感受,而是更加关注核心成分。”国货品牌凌博士相关负责人方亮说。

有外媒报道称,中国消费者对于化妆品的偏好正在发生变化。从社交媒体上的发帖来看,热度靠前的品牌不再被欧美企业垄断,中国本土化妆品品牌正在飞速崛起。一家专注于研究中国消费市场动向的海外公司分析认为,中国的护肤品牌正在国内市场筑牢领先地位。

业内专家表示,近年来国货美妆强势逆袭,背后是中国品牌的文化内涵、科技含量、美学特征等属性不断提升,更是当代消费者文化自信的重要体现。

## “数”“智”赋能产业升级

通过发力直播等新赛道,今年以来,国货美妆品牌林清轩全渠道业绩实现稳步递增,在疫情期间逆势跑出“加速度”。

“疫情对线下消费造成影响,但人们对美好生活的热情一直在,消费需求也一直在。”林清轩品牌创始人孙来春说,上半年,部分线下门店受疫情影响暂时关闭,企业销售人员转战线上直播,进行不间断社群

营销。4 月全渠道业绩同比增长 12%,5 月增长 15.9%,实现“逆势增长”。

AI 肌肤检测、3D 皮肤断层成像扫描仪、VR 闻香体验……日前在上海举办的 2022 世界设计之都大会上,部分国货美妆品牌携最新研发的“黑科技”产品亮相。

“科技正在改变人们的生活方式和消费行为。”一家国货品牌负责人表示,国货美妆要牢牢抓住科技创新这一关键点,不断为消费者提供更“智慧”的美丽体验。

利用大数据分析实现柔性制造、反向定制,提高生产效率;通过社交媒体加强与消费者互动,让工厂与市场直连;制造供应链进一步整合,生产、消费、服务的边界逐渐打破……国货崛起的背后,是中国制造的智慧转型和产业逻辑的深度变革。

中国宏观经济研究院研究员王蕴表示,从线下到线上,从制造到“智造”,“数”“智”赋能不仅将推动美妆产业转型升级、促进国货供给迈向中高端,也将推动消费潜力进一步释放。

## 唱响中国品牌“好声音”

今年年初,在国外某视频平台上,一名拥有千万粉丝的美妆博主测评了中国品牌花西

子的产品。不少外国网友纷纷表示“它的细节、艺术性令人惊叹”“包装太好看了,我喜欢”……

如今,与国外美妆品牌同台竞技,精品国货人气不落上风,越来越多的国外消费者开始关注中国美妆品牌。

在上海家化董事长潘秋生看来,让“中国美”走向世界,最终要靠产品本身的“硬实力”,“未来,美妆市场增长的范式将从流量红利转向品质红利。打磨产品,稳健增长,才能真正夯实国货品牌的影响力。”

近年来,各大电商也纷纷搭建平台,助力国货品牌高质量发展:京东依托“618”等购物节,打造“新锐品牌日”,集中展示新国货美妆品牌和产品;抖音加大对国货品牌扶持力度,过去一年平台国货品牌自播销量同比增长超 700%;拼多多联合百雀羚等国货品牌,利用大数据分析推出定制产品线……

“十四五”规划和 2035 年远景目标纲要提出,开展中国品牌创建行动,保护发展中华老字号,提升自主品牌影响力和竞争力,率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

“未来,持续通过产品和服务创新,不断满足和创造新的消费需求,将是国货提升自主品牌影响力、实现长远发展的关键一步。”王蕴说。



▲质检员在三水“水都基地”的红牛维他命饮料公司灌装生产线检查罐体质量(9月17日摄)。佛山市三水区依托西江、北江、绥江“三江汇流”的水资源优势,做强“水经济”。该区引领型特色制造业园区“水都基地”集聚了饮料食品及相关企业 152 家。2022 年上半年“水都基地”规模以上工业企业实现产值 249.64 亿元,创税 5.07 亿元。

新华社记者刘大伟摄

## 三水做强“水经济”

# “区域集中供冷”能否有效应对高温的袭扰？



今年夏天,多地持续高温天气,“超长待机”的酷暑令人印象深刻。来自气象权威部门和研究专家的提醒显示,未来我们极可能要面对地球“越来越热”的情况。2022 年的夏天之后,我们该如何应对未来或即将来临的高温天气?

“新华视点”记者采访发现,济南、深圳、三亚、广州等多个城市的办公楼、写字楼开始探索“区域集中供冷”。或许,“区域集中供冷”能成为我们应对“热浪”的选项之一。

## “区域集中供冷”已在多地探索实践

近日,记者走进位于济南市解放东路的一家酒店,相比室外 36 摄氏度的高温,室内 26 摄氏度的室温凉爽舒适。这个酒店的冷气并非来自空调,而是得益于集中供冷,它所用到“冷源”是两公里外的济南市南部能源中心。

由济南能源集团所属济南能源投资控股集团建设的南部能源中心,是目前北方地区冷热同供领域规模最大的项目,为济南中央商务区(CBD)片区提供集中供暖和供冷服务。从去年开始试运行,已覆盖约 21 万平方米的供冷面积,主要服务对象为片区内的办公楼、写字楼、商业综合体等公建用户,预计明年将达到 50 万平方米。

记者采访了解到,所谓“区域集中供冷”是指在一定区域内设置集中的制冷站制备冷源,替代各公建共建设分散的制冷站系统,然后通过输配管网将冷源水输送进换热站,经过冷交换后将 7 至 9 摄氏度的冷冻水

输送到各用户的末端风盘系统。

在南方地区,由于夏季供冷需求长期存在且量级较大,集中供冷在多个城市兴起。作为深圳新开发的城市新中心,前海在区域范围内规划建设 10 个冷站、90 公里市政供冷管网,供冷服务建筑面积 1500 万平方米,可实现全年不间断供冷,是目前世界规模领先的区域供冷系统之一。

“前海已将‘区域集中供冷’列为公用事业,并纳入市政公共设施,目前已有 3 个冷站投入运行,216 万平方米建筑面积在使用集中供冷。”前海能源科技发展有限公司总经理傅建平说。

在海南,2021 年 9 月投产的三亚低碳智慧能源综合利用海棠湾示范区项目,面向海棠湾区域内公共建筑提供集中供冷服务,目前一期工程具备 130 万平方米的供冷能力,越来越多的酒店加入到集中供冷的队伍中。

此外,广州大学城、北京中关村等区域也开始使用集中供冷模式。北方工程设计研究院有限公司建筑工程设计研究院副院长刘强说,他们参与设计的河北大学新校区、石家庄职教园区也采用了中央冷站。深圳湾超级总部基地、广州金融城等不少地方也正在前期规划或建设集中供冷项目。

## 能源管网利用率提高,费用相对降低

记者采访发现,集中供冷具有集约用地、高效节能、错峰降容、有效避免重复投资等特点,比较适合在城市 CBD 等商业楼宇高密度集中的区域推广应用。

傅建平说,按照传统供冷方式,商业和

办公建筑普遍采取自建中央空调供冷,每栋建筑都需要设置大面积的制冷机房,并在顶楼建设一组冷却塔。前海推行的“区域集中供冷”,将半径不超过 1.5 公里范围内建筑物的制冷机房和冷却塔集中附建在一个公共空间的地下和楼顶,实现土地集约利用。

集中供冷采用的高效节能机组效率更高,实现二氧化碳减排。济南能源投资控股集团总经理张学谦说,根据测算,区域供冷系统比各建筑单独设置中央调节节能约 12.2%,一次能源利用率更高,碳排放更低。预计济南 CBD 集中供冷面积达到 220 万平方米后,每年可减少大约 12 万吨的二氧化碳排放量。

在北方城市,集中供冷与集中供暖使用同一套管网系统,大大节省了重复建设成本和空间资源。曾任太原市集中供冷项目负责人的赵临东说,集中供冷启动后,供热系统的管网在夏季也能发挥作用,提高了管网系统的利用率。

集中供冷的价格问题同样备受关注。经济南市相关部门共同研究,济南 CBD 区域集中供冷的收费模式实行“接入费+计量冷价”两部制,目前用户普遍选择接入费每平方米 110 元、计量冷价每千瓦时 0.63 元。“集中供冷费按用量来结算,挂表计量。如果不使用没有任何费用,省心又省钱。”山东港口物流集团酒店管理公司综合部张梓浩说。

以前海卓越金融中心为例,这个写字楼的集中用冷建筑面积 12 万多平方米,按照接入费每平方米 135 元和使用费每千瓦时 0.56 元计算,用户初始投资(支付接入费)共 1711 万元,与自建相比节省了一半以上;每年用冷费约 1363 万元,可节省约 38 万元。

## 因地制宜加强规划与引导

集中供冷能否进入寻常百姓家? 太原市热力集团总调度室主任石光桦说,居民用户的用冷需求个性化较强,集中供冷一般不好满足。同时,用户数量、入住率、使用时间等都是影响集中供冷进入居民区的重要因素。对于已建成建筑,由于二次改建的费用高,成本因素也会“劝退”大部分用户。

中国建筑节能协会区域能源专业委员会秘书长白首跃表示,与集中供暖相比,集中供冷在我国整体还属于一项新鲜事物。鉴于集中供冷的运营主体前期投资大、投资回报周期长,可研究制定相关鼓励政策,以推动集中供冷的推广使用。

据了解,山西省太原市集中供冷项目曾于 2000 年落地,涉及太原火车站、太原市公安局等三个场所,总供冷面积 4 万多平方米,每年集中供冷时间为 6 月末至 8 月末。但在运行 14 年后,因冷源电厂转型升级,供冷面积没有增加等多种原因,于 2014 年暂停。

专家认为,集中供冷必须规划先行,作为公共产品,需要政府特许经营。在新区城市规划过程中应同步规划集中供冷,将冷站设备、冷却塔等与产业规划、建筑规划、市政规划匹配设计,同步建设降低建设成本,以便在投入使用后发挥规模经济效益。

此外,各地应根据供冷需求、经济发展水平等因素,制定统一的收费标准。出台扶持政策,积极引导冷站周边楼宇业主选择使用集中供冷功能,提高运营商的持续经营能力,规范行业有序发展。

(记者王志、夏天、赵瑞希、王皓、王民)

新华社北京电

在遥远的塔里木河上游,塔克拉玛干沙漠北缘,有一座年轻的城市——新疆生产建设兵团第一师阿拉尔市。每年丰收时节,在当地一望无际的大田中,个大脆甜的香梨、色泽鲜艳的红枣、香甜饱满的“冰糖心”苹果……各色果品缀满枝头,浓香四溢。

记者走进阿拉尔方圆林果农民专业合作社看到,社员们正忙着分拣、装箱、打包,“开足马力”将“台州·阿拉尔线上年货节”之 2022 年中秋农产品“促销活动”中销售的 7 吨恐龙蛋、西梅、红枣、核桃运往浙江台州市。

“今年的活动开展短短十余天,我们已经发货三次了,销售额达 12 万元。”阿拉尔方圆林果农民专业合作社负责人雷露蕾开心地说。

自从合作社加入“台州·阿拉尔线上年货节”以来,雷露蕾在阿里巴巴的网店经常被全国各地客商“翻牌”,连线购买特色农产品。雷露蕾说:“去年我们合作社的产品市场都是新开拓的。市场拓展能这么快,真心要感谢台州市援疆指挥部的帮助。”

阿拉尔市位于北纬 40°,是世界公认的黄金水果带。特殊的光热条件、塔里木河畔肥沃的土壤、高山雪水的灌溉,造就果肉厚质细、香甜清脆等特点。但因为远离国内消费主力市场,阿拉尔与新疆其他地区一样,果品销售高度依赖收购商上门收购,销路和定价都比较被动。尤其是 2020 年以来,新冠肺炎疫情的影响,给果品销售增添不少烦恼。

“林果业不仅是职工群众增收致富的‘摇钱树’,更是抵御风沙的第一道生态防线!”浙江省台州市援疆指挥部深知林果业对这座沙漠新城发展的重要性,为此,持续帮助当地特色农产品“链接”全国市场。

台州市援疆指挥部产业组组长周海明介绍,为强化消费帮扶,第十批台州市援疆指挥部双管齐下,出台多项奖励政策,构建辐射台州各县市的“十城百店”销售门店,同时通过补贴运费,常态化开展“台州·阿拉尔线上年货节”,线上线下合力拓宽销售渠道。

这几年,八团 9 连职工李永标再也没为红枣销售问题发过愁,“我只需负责提高红枣品质,到成熟季,台州的收购商就会上门收购。”李永标说。而他口中的台州收购商就是浙江省“十城百店”产业援疆工程的台州运营商。李永标已经连续 4 年将红枣销往“十城百店”网点,收入越来越高。

台州市援疆指挥部党委书记、指挥长李震杰说:“消费帮扶要坚持系统思维、标本兼治”,不仅仅要着眼‘眼前’利益,帮助受援地销售农产品,增加果农受益,更要着眼‘长远’利益,引导当地树立品牌意识,切实提升农产品的质量 and 市场营销的本领,打造区域公共品牌,提升市场竞争综合能力,建立稳固的消费市场,从根本上帮助群众致富。”

(本报记者李志浩)

(上接 1 版)二楼是休息咖座,既有可供七八人互动的场所,又有露天的两三人小憩桌椅,还有现场制作的奶茶饮品。

德清县新华书店总经理郑奇说,这里的书除了儿童绘本外,全部都可以借阅,而且可以在全县所有的农家书屋异地借阅异地归还,依托新华书店的资源优势,赋能农家书屋实现了“从有什么书就读什么书,到想读什么书就投放什么书”“从只能买书,到可以借阅新书”和“从单一读书,到课外活动拓展”的三大变化,成为农村小型文化休闲综合体。

千山村蔡蔡果园水果店老板谈云学,就是这些变化的受益者,“我家孩子现在读初三,从上小学开始,我们就每周陪着她到县城的图书馆看借书,一去就是半天时间。现在好了,不出村就能享受图书馆的便利。”

郑奇说,千山村农家书屋改造一年来,吸引周边群众和工业区务工人员近 3 万余人次来阅读和参加线下活动,还销售了一些图书,“虽然收入还不多,但看到喜欢读书的人有了舒适的阅读体验,我们很欣慰。”

“新华书店+农家书屋受追捧,启示我们必须与时俱进满足农村群众对精神富有的新期待。”德清县委宣传部副部长陈磊说,德清将进一步总结经验,把农家书屋“升级”成加强农村文化服务的综合载体。

(本报记者黄书波)



▲9月20日,洛川县一家果品公司的工作人员在包装线上忙碌。眼下正值“苹果之乡”陕西洛川县53万亩苹果收获季节。据当地农业部门介绍,今年洛川县苹果总产量预测为101.9万吨,已经成熟上市的中早熟品种,凭借良好的品质受到市场青睐,洛川苹果将迎来产量和效益“双丰收”。

新华社记者邵瑞摄