

国产化妆品如何迈向高端

敖 蓉

市场瞭望

近期,很多消费者在购买国产化妆品时发现:不少热卖品牌明星产品的定价从过去的100多元上涨至200元、400元甚至千元以上,高于自己的预期。于是,“这么贵的国产化妆品,还不如买国外大牌”的抱怨不时从耳边划过。国产化妆品就该“便宜大碗”吗?国货应当靠什么来赢得消费者的“芳心”?

分析国货涨价背后的原因,可以归纳为3个方面:一是原材料价格上涨,部分从石油中提取的如甘油类等基础性原料提价尤为明显,同时受疫情影响物流不畅,乳化剂、活性剂等原料价格也有所上涨;二是多家行业龙头企业加大研发团队建设和研发投入,新技术新成分的应用带动了成本的提升;三是2021年开始实施的《化妆品监督管理条例》明文规定,化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据,因此产品在上市前,企业进行必要的功效测试也是一笔不菲的投入。

尽管国产品牌的卖点各有不同,不过涨价方式却有相似的轨迹。珀莱雅对其出圈产品红宝石精华进行了成分和技术的升级换代,“双

消费升级不是必须涨价,高价更不等于高端。化妆品行业要想在中高端市场

分得一杯羹,赢得话语权,必须实现差异化经营,走品质升级之路,这条路径的最优方式是提高科技创新水平。

12”期间2.0版本的折后价格为289元/30ml,比1.0版本上涨40元。除了对原有明星产品进行迭代升级,润百颜、薇诺娜、珀莱雅等品牌还针对抗老、保湿等消费需求,推出了400元以上的高端新产品,延长了产品线布局。从这些品牌的涨价策略可以看出,科技赋能已经成为化妆品行业重要的发展方向。这两年,国产化妆品行业比以往任何时候都更加“内卷”。众多国产品牌为建立起品牌“护城河”,在原料开发、生产工艺上重视研发投入,开足马力提升品牌的科技创新实力。

国产化妆品行业的变化是在消费升级大背景下发生的。国货兴起之初,依靠的是渠道驱动和流量推广,产品类型大多集中在保湿、清洁

等品类上。这两年,消费者对国货越来越认可,国货的品牌价值逐渐成长,消费者也需要和支持更多能够解决实际护肤问题的国产化妆品,这就从客观上促进了消费升级。但消费升级不是必须涨价,高价更不等于高端。化妆品行业要想在中高端市场分得一杯羹,赢得话语权,必须实现差异化经营,走品质升级之路,这条路径的最优方式是提高科技创新水平。

11月10日,市场监管总局、国家发改委、工信部等18部门联合发布了《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案(2022—2025年)》的通知,其中就加强质量品牌建设专门提到,“建立健全质量分级制度,促进品牌消费、品质消费。大力推进内外贸产品‘同线同标同质’工

程。推动在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域……培育一批高端品牌”。为此,化妆品行业应当面向高端制造所涉及的化学化工、生命科学、皮肤医学、生物技术、医药工程等多学科、高水平研究队伍进行研发,紧盯最新前沿科学技术发展及其在化妆品行业的推广应用,走向高质量发展。

经过近10年快速发展,当前国货品牌已初步具备了打造中高端品牌的能力。华熙生物前三季度财报显示,前三季度研发费用为2.77亿元,占总体营收的6.42%,较去年1.92亿元的研发投入增长了44.27%,远超行业平均水平。珀莱雅前三季度财报显示,2022年前三季度研发费用率提升至2.41%,较2021年前三季度1.74%的研发费用率有了大幅增长。因此,在政策推动、市场竞争、消费需求等多方促进下,希望在不远的将来,国货化妆品品质供给能力可以明显增强,质量稳步向中高端迈进,品质和使用功能不断提高,更好满足消费者的诉求。

做出优质产品是走向高端品牌的基础条件之一。国产化妆品要想成就高端品牌,还需在品牌塑造、产品开发、组织营销能力、渠道推广等方面综合提升。摘掉国产化妆品“便宜大碗”的标签,还得靠化妆品行业和企业自己加把劲。

华灯初上,贵州省贵阳市南明河畔的青云路步行街灯火通明,人头攒动,美味佳肴的香气在空中弥漫,特色美食小吃店前挤满了食客;在风格各异的壁画前,不时有人驻足拍照打卡……

青云路是贵阳传统的夜市所在地,不少本地市民对家的记忆都留在了那里,外地游客对贵阳“舌尖上的记忆”也与此关联。2020年,贵阳市投资1.9亿元,对整个青云路区域进行形象改造,推动业态升级,既保留了旧有风貌,镌刻了老贵阳“记忆的痕迹”,又新增了现代潮流元素,让“老贵阳”有了“新调调”。

“改造后的青云市集传统与现代兼具,成为市民和外来游客的‘深夜食堂’。”南明区兴关路社区党支部书记、居委会主任代秀英告诉记者,焕然一新的青云市集开张后,日均人流量保持在3万人次左右,最火爆的时候能达到10万人次。

贵阳夏无酷暑、冬无严寒,空气不干燥、四季无风沙,宜人的气候为发展夜经济提供了良好条件。贵阳人也喜欢夜生活,流光溢彩的夜生活是该市吸引外来游客的一大“利器”。在2018年发布的“全国最早睡城市”榜单中,贵阳位居倒数第五,在“城市夜生活活跃度”榜单上排名前列。

2020年9月,贵阳市出台《推动夜间经济发展的实施意见》,提出到2025年,全市(含贵安新区)培育打造1个以上具有全国影响力的夜间消费场景,10条以上夜间经济示范街(区),推出了包括繁荣“夜文化”发展、提升“夜购物”体验等8项具体措施。

截至目前,贵阳已经培育出20条夜间经济示范街(区)和商业步行街,形成了中华路、大南门、纪念碑、未来方舟、花果园、世纪城、金融城等一批夜间商圈。

让贵阳流光溢彩的不只有美食。该市积极繁荣夜间文化消费,推动延长博物馆、图书馆、体育馆等文化设施开放时间,丰富茶文体验项目及大剧院、星光剧场、曲艺剧场等夜间文化演艺活动的品类场次,吸引了更多市民游客参与“夜品筑城文化”体验。

夜幕降临,游客身着飞鱼服漫步在古色古香的街道上,品美食、赏古戏,恍如梦回明朝。在国家5A级旅游景区青岩古镇,运营方利用悠久的军事文化,打造“青岩·大明志”文化IP,推出沉浸式实景演艺项目,引得游人争相前往。

“青岩·大明志”已经成为推动青岩古镇旅游产业发展的重要引擎。“贵阳市花溪区青岩镇党委书记刘海峰告诉记者,自2020年推出“青岩·大明志”主题活动以来,青岩古镇景区累计接待游客400余万人次,夜间吸引游客近160万人次,带动街区接待游客上涨50%以上,核心区及周边110多家民宿和酒店的人住率从此前的不到50%提升到80%以上。

新开张的青云路步行街经过两年多升级,也逐步发展成为集文化体验、艺术休闲、商业购物等功能于一体的综合街区。市民游客既可到售卖“阅读时间”的三克瓦夜间图书馆看书,静静感受阅读的快乐;也可约上三五好友嗨唱,缓解工作中的疲劳和压力……

今年7月,贵阳出台《加快“流光溢彩夜贵阳”建设推动夜间经济高质量发展的实施方案》,提出以夜食、夜游、夜购、夜娱、夜读、夜宿、夜体、夜赏为主线,实施八大“夜筑城”工程,推动夜间经济高质量发展。

贵阳市商务局副局长莫非表示,贵阳市将重点围绕“都市时尚、黔山秀水、乡野田园”3条夜间经济发展轴,加快构建核心商圈、区域性商圈、15分钟便民生活圈“三圈”,构建特色夜间小镇、高校、大学城等“多点”空间布局,打好特色美食牌,推动更多深巷老街变身打卡胜地,让更多游客感受到贵阳的人间烟火、市井美味。



图为贵阳市南明区青云市集夜景。

冯小舟摄(中经视觉)

本版编辑 李丹

整合小众产品形成商品矩阵——

区域公用品牌让消费者情有独钟

本报记者 宋美倩

消费调查

打造区域公用品牌有利于推进区域产品在市场上进行更大规模的销售,其显著特点在于两个集聚:集聚零散产品为规模产品,集聚小众产品为产品矩阵。

隆冬时节,北京市民马霞在工商银行电商平台“承德山水”专区一下购买了5袋小米、3袋绿豆以及一些新鲜的水果蔬菜。“这个品牌售卖的商品是承德自产自销的绿色产品,可以放心购买。”马霞介绍。自从“承德山水”进入北京市场以来,从线下直营店到线上网络平台,她和家人都成了这个品牌的“铁粉”。

“承德山水”品牌是一个包含7个农副产品大类、1200多个农副产品单品的区域公用品牌。通过这个品牌的建设,青山绿水中的承德农副产品得以走上山外城市居民的餐桌。

架桥梁连市场

鲜嫩酥脆的围场胡萝卜、圆润饱满的双滦葡萄、红润美味的隆化草莓……今年秋天,在河北廊坊国际会展中心的农产品交易会上,来自“承德山水”品牌的绿色农产品成了与会人员的关注焦点,很多人拿出手机直接扫码付款购买。

“口感好、营养足、绿色纯天然,品质不错,值得购买。”在北京首农集团举行的“承德山水”农产品展销会上,正在购买百花蜜、坝上牛羊肉等承德绿色农产品的北京市民李云波说。

京津消费者为什么能够迅速认可“承德山水”品牌?这还得从该品牌的成立初衷说起。

2019年,地处燕山、太行山贫困带的承德进入了脱贫攻坚关键阶段,当地政府部门在研究扶贫措施时发现,要彻底解决当地群众的贫困问题,增加他们的现金收益是重要途径。而要增加他们的现金收益,就要将他们生产的农副产品尽可能地卖到市场上去。因此,建立一个有组织、能长期运维的区域公用品牌平台成为重要的筑桥之举。

经过周密筹划,承德山水生态农业集团于2019年8月挂牌成立。它的基本宗旨就是利用“承德山水”这个公用品牌,引导全市农业龙头企业、农村经济组织和广大农民群众形成联合体,将承德农民种出的好产品整合成商品矩阵,由政府支持进行统一包装、宣传、推介,让其在市场上获得更加显著的收益。

这一做法得到了北京、天津对口扶贫工作队的高度认可,两地市、县、区对口单位密切配合,在京津两地组织了数十场产品推介会,助推推介“承德山水”品牌。北京物美集团、北京密云双创中心、天津市教委、天津供销社、天津



承德市青年干部志愿服务队成员在“承德山水”品牌销售中心向消费者介绍特色农产品。

关鹏玉摄(中经视觉)

华旭集团等一大批单位与承德山水集团结成联合体,专门针对“承德山水”品牌农产品进行重点推介和销售。

大棚外微风徐徐,大棚中暖意浓浓。入冬后,位于河北省承德市双滦区的纳百农业科技园格外热闹。走进草莓种植温室,鲜红色、淡黄色、乳白色等各色果实娇艳欲滴、果香浓郁。

“承德产的草莓品相好、口感好,消费者订单不断,这是我们与承德纳百农业长期联系、大批量订购草莓的原因。”上海尚亦食品有限公司驻北京高碑店大红门商城分公司负责人刘伟贺告诉记者。每年从入冬到春节期间,公司都会分多次订购承德有机草莓,分销到北京多个水果精品店。由于质量不错,销售非常火爆。

承德山水生态农业集团总经理兰爱国表示,“京津共同推介‘承德山水’公用品牌的效果非常明显,仅3年时间,承德农产品在京津市场销售总额就突破了80亿元。”

强基地保供给

北京物美集团每日采购黄瓜1万公斤,天津宝超市年采购葵花油1900件、隆泉优质米2600袋……刚上线2个月的“承德山水”大宗农产品网络交易平台订单接踵而至,销售额已突破5000万元。

大宗产品快速销售,需要充足的货源支撑;要准备充足的货源,需要建设一大批有规模的生产基地。

“我们之所以建立区域公用品牌,主要目的是推进区域产品在市场上进行更大规模的销售,其显著特点就在于两个集聚:集聚零散产品

为规模产品,集聚小众产品为产品矩阵。比如北京物美集团,每天要1万公斤黄瓜,一家一户的农民从哪里去筹集?”兰爱国说。

出于这样的目的,承德市不仅加紧实施百万亩经济林、百万吨食用菌、百万亩中药花海、百万头优质肉牛、百万只优质肉羊“五个百万基地”建设,还在全市大力推进“龙头企业+基地+园区+合作社+农户”的联合经营模式,以此来扩大“承德山水”的农副产品矩阵和规模。截至目前,承德市已形成市级以上龙头企业458家;国家级现代农业园区1个、省级园区17个;组建了1.2万家合作社、1000个家庭农场。

冬日的早晨,河北最北线的平泉榆树林子镇室外气温已经降到了零下10多摄氏度,寒冷的天气依然阻挡不住蔬菜果品批发市场客商们的交易热情。在全国最大的鲜食黄瓜交易中心,正在采购黄瓜的新疆批发商祝学军告诉记者:“中国黄瓜看河北,河北黄瓜看平泉。平泉黄瓜种植面积已达2万亩以上。由于产品品质优、产量高、销售范围广,形成了完整的产业链条。”祝学军表示,就是有了这些基础条件,全国各地客商都到这里采购黄瓜。

铸名品促销售

每逢夏冬两季,平原区域的蔬菜会出现季节性短缺。“承德四季分明,发展农副产品具有天然的地理和气候优势,尤其是夏冬两季能填补京津等大城市的空档期,因此是发展绿色、有机、无公害农业的黄金宝地。”河北滦平新硕农业发展有限公司董事长张静新说。记者走进高山果蔬基地,只见大棚内西红