

中山美妆产业去年年产值突破143亿元,一批知名代工厂抓住国货化妆品行业黄金期,纷纷“出圈”

美丽经济能否实现美丽一跃

2月底,在广东博然堂生物科技有限公司(以下简称“博然堂”)生产车间里,一瓶瓶粉红色包装的喷雾正源源不断地走下生产线,在工人们的熟练操作下打包装箱;明亮的实验室里,应客户需求而研发的新原料正在科研人员的精心调配下,逐渐呈现出理想的质地与功效……成立不到8年,这家化妆品代工厂,已成长为年营收超2亿元、产品远销多个国家和地区的“黑马”。

博然堂的快速成长壮大并非个例。据统计,2024年中山化妆品产业产值达143.9亿元,同比增长5.4%。中山美妆产业在为大众“制造美丽”的同时,产业集群效应持续释放,成为行业内有影响力的产业集群。在“三八”国际妇女节前,记者走访企业,了解中山美妆产业集群如何在国货化妆品行业的黄金时期抓住机遇,实现“美丽”跳跃。

统筹 黄启艳 文/本报记者 付陈陈 黄启艳

广东博然堂生物科技有限公司实验室,技术员在检测产品是否符合标准。
本报记者 余兆宇 摄



头部代工企业引领产业升级

诺斯贝尔化妆品有限公司被称为“化妆品界的富士康”,是中山美妆产业当之无愧的“龙头老大”,去年交上一份翻倍增长的业绩单:2024年,诺斯贝尔所属福建青松股份有限公司(以下简称“青松股份”)归属母公司净利润和扣除非经常性损益后净利润均实现了超过160%的高速增长。

过去20年间,诺斯贝尔已经跃升成为中国本土规模最大的化妆品ODM企业之一、全球四大化妆品ODM企业之一,面膜品类ODM规模位居全球第一。2024年,诺斯贝尔实现了超速增长,主要归功于几个因素:一是诺斯贝尔持续推进化妆品原料创新研究及产品配方优化,努力提升产品竞争力,积极聚焦国际国内优质客户,

使得产品毛利率同比有所增长;二是持续推动供应链整体环节降本增效,通过加强原材料采购管理工作,利用规模采购优势控制原材料采购成本,使得原材料采购成本同比进一步下降;同时诺斯贝尔还以数字化工厂建设为抓手推进数字化、科学化管理,进一步优化客户服务流程和生产工序、减少物料损耗,提高生产经营效率。

诺斯贝尔负责人范展华介绍,为实现供应链整体降本增效,诺斯贝尔打造了企业信息化、数字化、智能化全链条解决方案,覆盖从研发、生产、成品到物流等多个关键业务数字链路。其建设了超12万平方米的智能化生产车间和占生产设备比重超90%的数字化装备,极大提升了客户平均打版时间和效率。

“大带小、强扶弱”提升行业整体实力

无论是头部代工厂诺斯贝尔还是成长型企业博然堂,都是正在壮大的中山美妆企业集群的代表,彰显了“中山美妆”的实力。据中山市化妆品行业协会秘书长张舒广介绍,中山化妆品产业基础扎实,已形成覆盖研发、生产、销售的完整产业链,目前全市拥有70余家相关企业,其中诺斯贝尔、完美、好来化工、曼秀雷敦、中研、天图、佳丽、博然堂、馥琳、爱护等约20家优质企业成为行业某细分市场的“单打冠军”,引领行业发展。一定程度上说,在国内地市级中,中山美妆已然成为不可忽略的“头部”。

一花独放不是春。为提升“中山美

妆”的整体效率和生产质量,近年来,协会通过“大带小、强扶弱”模式,由会长单位、专家团队和高校组成专家顾问团,专门为中小企业提供技术指导和规范化生产支持,中小企业“背靠大树”迅速成长。在协会的推动下,各化妆品企业间的协作日益紧密,在优势互补方面取得了显著成效。行业协会还积极引入外部资源,联动深圳电商协会、网红机构与本地工厂对接,推动订单转化。

作为产业智库的香山化妆品研究院,近来也陆续承接了多个国家课题研究,体现了在行业中的影响力。

产业提升需走出代工模式

张舒广表示,尽管产业链协同效应显著,但中山化妆品产业仍面临“生产强、品牌弱”的挑战。她坦言,当前行业订单高度依赖代工,尤其在直播电商推动下,品牌附加值被进一步稀释。一组数据显示,当前国内一流化妆品代工厂年营收约3-4亿元,国际超一流梯队为10亿元起步。代工模式的低“天花板”,使得发展自有品牌成为突破瓶颈的关键。

尽管当下不少新兴品牌通过营销快速崛起,但方电力强调“真正的品牌需以市场占有率和后端体系为支撑”,他呼吁行业避免短期流量思维,深耕产品力与供应链建设。

除了品牌推广力度不够,张舒广认为,新型原料优势不足、数字化生产有限、电商销售渠道薄弱等正在制约产业的发展壮大。

例如新原料方面,张舒广表示,新质生产力的核心在于创新,化妆品行业的创新源头则在于原料的创新,但目前新原料的研发却一直受制于“高校成果转化难、企业投入风险高”的困局,中山亟待补齐这块短板,进入新原料竞争赛道。“拥有新原料,就掌握了话语权。”她表示。

化妆品产业的延链补链,不仅需要企业发力,更需要政府给力。张舒广表示,化妆品是人们生活中的“刚需”,化妆品产业是“长青产业”,满足了人们对美好生活的追求,现在正是国内化妆品行业发展壮大的黄金时期,更需要政府大力扶持。包括加大资金投入,支持企业在新原料研发、工业设计、品牌推广等领域突破,形成自主创新能力。同时,建立健全产学研合作平台,加速科研成果转化,提升产业链整体竞争力。“通过政策引导和市场激励,激发企业创新活力,推动中山美妆产业向高端化、品牌化转型,实现可持续发展。”张舒广表示。

方电力表示,美丽是人一生的追求。中山美妆产业数十家企业就创造了超过140亿的产值,说明中山具有扎实的产业基础和行业竞争力,如果政府层面统筹,把整个产业集群真正拧成一股绳,抓住国货化妆品发展的黄金时期,将会发挥更大的效应,中山美妆产业规模将迎来跨越式增长。他认为,未来5-10年内,国内或将诞生具有国际影响力的国货品牌。中山美妆产业能否把握黄金时期快速腾飞的机会?答案在于政府和行业的共同努力。

国内化妆品产业迎来“黄金时期”

从基础护肤到高端定制、从国潮新品到国际大牌,博然堂展厅内,琳琅满目的美妆产品令人目不暇接,中山美妆产业强大的生产能力由此可见一斑。

“目前,我们的产品已经涵盖面膜、面霜、洗发水等48个品类,2024年,我们的业绩同比增长46%,市场占有率稳步提升。”博然堂董事长方电力说。

这样的增长速度,让博然堂在行业内备受瞩目。方电力认为,能够取得这样的业绩,主要得益于外部环境与内部管理的双重优化。一方面,国家提倡高质量发展战略,为美妆产业的发展指明了方向,同时推动了行业规范化发展,为优质企业腾出更多市场空间;另一方面,博然堂不断优化质量管理、资金管理和核心技术的掌控,确保产品质量的稳步提升、成本的合理控制以及创新能力的持续增强,从而在激烈的市场竞争中占据有利位置。“产品品质背后是一个系统的支撑。”方电力说。

方电力认为,受中美贸易战与消费

风向转变等因素影响,加上国内配方技术及应用水平和品牌营销能力不断提高,国货化妆品迎来了前所未有的发展机遇,预计近两年会陆续出现产值上百亿的企业。方电力说:“现在正是中国化妆品行业最重要的‘黄金时期’。”

就在今年2月17日,博然堂与火炬工业集团举行了增资扩产项目签约仪式,未来将打造集产品设计研发、智能制造、检验检测及成果转化于一体的综合性平台,助推企业数字化与智能化转型升级提速,进一步提升品质和市场竞争力。

方电力认为,未来一两年要脚踏实地地把OEM、ODM这一块做好,逐步探索与大公司、顶级公司的合作。他觉得公司成立前5年是打基础阶段,5-10年是高速增长阶段。现在公司的高速增长期,恰好赶上了国内化妆品的“黄金时期”。“今年产值预计突破3亿元,我们争取用几年的时间跻身国内一流代工厂梯队。”