

经过10年培育,美妆小镇年总产值已超百亿元,成为湖州区域特色经济的一匹“黑马”——

吴兴美妆产业的“吸金密码”

文/ 记者 李则名

“有一次,我在英国伦敦的一家奢侈品商场闲逛,竟然发现有9家门店的品牌专柜在展示我们生产的香水。”湖州御梵化妆品科技有限公司总经理曹慧星用“崛起”2个字来形容这些年企业的发展势头。8年前入驻吴兴区美妆小镇以来,该企业专注于香氛生产研发,聚焦年轻客群探索“嗅觉经济”蓝海,产品日益丰富的同时产值也节节攀升,

去年就接近2亿元,展现出了强有力的发展后劲。曹慧星根据一季度的产销情况预测今年产值将会继续创新高。

崛起,正是美妆小镇建设近10年来的生动写照。2015年,浙江首创特色小镇。由此,湖州高质量发展的版图里,多了一道美妆小镇的风景。最新数据显示,美妆小镇已成为全国三大化妆品产业集聚中心之一,约300家化妆品

上下游产业链配套企业在此集聚。去年美妆小镇总产值较上年增长27%,达到109.18亿元,成为湖州区域特色经济的一匹“黑马”。

向好的数据背后,美妆小镇呈现出产业活力迸发、文旅深度融合、品牌价值提升等新特点。近日,记者就此展开采访,寻找美妆产业显露锋芒的“吸金密码”。



活力迸发 好项目带来新优势



浙江高妍科技有限公司董事长束毅峰最近又多了一个新的头衔:美妆小镇产业教授。接下来,他将以兼职形式,和其他两位产业教授一起负责小镇内一些初创团

队的科研培育和创新帮扶,以促进辖区项目与企业之间优势互补和协同创新。

束毅峰算得上是美妆小镇的“元老”。2015年,他作为杭州的企业家代表受邀到

规划中的美妆小镇投资调研。在此立项目、造厂房,他起初有些许担心,这里的基础设施、地理位置等与周边城市不尽相同,企业落户后是否会“水土不服”?但当地政府部门凭借主动高效的服务和真心诚意的政策,让他看到了在这里发展的潜力和机遇。

事实证明,选择美妆小镇是有远见卓识的。经过7年多的建设和运营,“高妍科技”已在当地生根发芽,精心打造了多条高智能化生产线,并与周边的美妆企业携手合作,在加大科研力度、改进生产工艺、提高生产效率等方面下功夫,持续释放发展活力。

好项目,正是美妆小镇撬动新质生产力的支点,也是民营企业蓬勃向上的动力。吴兴区埭溪镇副镇长吴霜介绍,近些年,美妆小镇的固定资产投资、工业技改投资等均保持每年60%以上的高速增长。

源源不断的项目,正是美妆小镇向高质量发展进阶的有力抓手。在营商环境持

续优化、产业结构不断完善过程中,小镇内部分企业生产的国货美妆原料、功能、技术,和国际大牌差距在不断减小,消费者不再只认国际品牌,对国货美妆的接受程度持续变高,为项目的落地和后续经营创造条件,提升产业活力。

去年底,美妆龙头企业“珀莱雅”在当地再次投资,启动了占地约70亩的珀莱雅智能工厂(龙驰地块)新项目。珀莱雅化妆品股份有限公司董事长侯军呈介绍,项目建成后将由制造车间、检测车间、智能立体仓储等单体建筑组成,计划引入45条全自动化生产线和全面的数字化软件系统,进一步提高企业美妆产品生产的科技水平。

项目带来的优势同样离不开政策的引导。市政府联合省药监局在去年发布的《关于支持吴兴美妆小镇高质量发展的若干举措》显示,预计到2027年底,美妆产业全链营业收入预计将突破200亿元;至2030年底,美妆产业全链营业收入预计将突破300亿元。



御梵香氛潮流店。李则名 摄



美妆小镇一处化妆品生产车间。项飞 摄



工作人员正在采集玫瑰花。何伟卫 摄

文旅深融 生产线巧变风景线

在不久前举行的美妆小镇第七届玫瑰文化活动中,美妆小镇与吴兴西塞山旅游度假区签订战略合作,推出“美妙四季”精品路线。“瞄准文旅融合的方向进行创新谋划,这是美妆小镇当下正在发力的新赛道。”埭溪镇党委书记汤雪东说,未来双方将构建项目共建、资源共享、线路共连、产业共促的“互利共赢”联动机制,将绿水青山的生态优势与美丽经济的发展特色相结合,进一步推动湖州文旅高质量发展。

与青山掩秀、树影婆娑的美景相比,偏安一隅的美妆小镇曾经的文旅资源并不具备先天优势,甚至一度陷入“有客无市”的尴尬境地。“不过,吴兴从未放弃过探索。”据市文广旅旅游局介绍,美妆小镇曾在4年前率先打造“美丽工厂”,计划建成具有工业文化特色的省级以上工业旅游示范基地,培育一批工业旅游商品创意、设计、生产及销售企业,同时优化

旅游服务配套,设计推出一批工业旅游精品线路。

让生产线巧变风景线,这正是文旅深融在工业产业领域的全新尝试。与娱乐、观光、探险等旅游景点不同,升级后的“美丽工厂”侧重研学、疗愈等内容。这项工作目前已成为美妆小镇推进文旅融合的重头戏。

位于小镇的四季玫瑰庄园就是这样一处大自然里的“美丽工厂”。庄园占地约600亩,以山清水秀的乡村自然生态环境为基础,集玫瑰种植、展示体验、贸易销售、网红直播、教育培训及旅游休闲等为一体。庄园负责人季梅认为:“文旅融合是赋能美妆产业的新方式,人们对旅游的认识不再只是看山看水看风景,而是向体验生活、享受人生的模式转变。”

体验是消费的前奏,季梅的观点在当地持续走高的游客数量中得到佐证,埭溪镇的年游客数量已突破30万人次。这些

年,美妆小镇在市、区有关部门的指导下大胆创新,相继办起了浙江诗词大会、美好生活节、香氛艺术节、中医药与芳香美容产业发展国际会议等精彩活动,围绕美妆主题,从迎客集散、产业汇聚、美妆中枢、生态美谷4个角度出发,为游客提供全方位、多视角、沉浸式、体验化的文旅参观路线。

根据市文广旅旅游局的一份调研报告显示,通过融入美妆产业、休闲度假等元素,美妆小镇目前已有50余家企业借助文旅融合,对企业品牌运营实现反哺,有效拉动了美妆企业的销售,实现奇妙的“化学反应”。

当前,国际贸易形势复杂多变,美妆产业面临的挑战愈发多元,逐步进入“存量博弈”与“增量创新”并行的新周期。区域经济在产业竞争中要迈向更高层次,如何进一步打响品牌成为必答题,在不久前召开的第七届浙江省化妆品产业高质量发展大会上,“品牌”成为诸多权威专家口中的关键词。

中国香料香精化妆品工业协会产业研究中心一位专家介绍,经过这些年的培育和发展,美妆小镇已形成了清晰的产业格局,分工有序、优势互补的完整产业结构初步形成,加强品牌建设对于产业未来发展意义深远。

诚如该专家所言,品牌是美妆小镇的立身之本,也是国际美妆企业这些年更加注重的核心领域。正是看中了美妆小镇的品牌价值,成立于1981年的法国乐尔福香精公司选择把生产基地搬到湖州,立足高端香水市场,与香奈儿、迪奥、兰蔻等知名品牌展开合作,并于去年底投产。

品牌的背后是品质。在生产端,美妆小镇已经落地全省首个化妆品生产企业基础设施共享试点,解决了“母子公司”共用水处理系统、仓库、检测室等基础设施难题,可以帮助企业节省生产成本20%至25%。在研发端,小镇拥有29家原料研发企业,还与四川省小金县合作共建玫瑰共富基地,开展精油萃取、香精提炼、香氛调制等产业技术帮扶和优质原材料认购。

值得一提的是,自去年开始,湖州市场监管部门在埭溪镇创新推进化妆品全链条增值化改革,全面提升监管与服务能级,开设集成标准、认证认可等7项质量基础服务以及知识产权、人力咨询等18项增值服务,并把“美妆小镇”品牌按照“一体化设计、标准化实施、第三方认证、市场化运作”的模式予以统一规范,提升品牌影响力。

“眼下,我们已初步构建‘美妆小镇’区域公用品牌标准化体系,培育‘品字标’化妆品企业3家,帮助两家企业成功创建省级商业秘密保护示范站。”吴兴区市场监管局表示,美妆小镇品牌效应的释放,能进一步推动产业集聚、产品创新、产能升级,从而带来经济增长点。

价值提升

硬品牌孕育金品质



美妆小镇一角。何伟卫 摄



空中俯瞰建设一新的美妆小镇。何伟卫 摄

现代化生产流水线。何伟卫 摄