

海宁打响
“高端灶·海宁造”
名产地品牌

■ 嘉声 柴天明

高端灶，海宁造。为加快推进海宁集成灶产业集群化发展，构建海宁集成灶产业发展新高地，打造“智慧集成灶产业”海宁样板，打响“高端灶·海宁造”名产地品牌，7月11日，海宁正式发布《关于加快推进集成灶产业集群化发展的若干措施(2022-2026)》，计划通过五年时间，形成200亿规模的集成灶产业集群，使其成为“142”先进制造业集群中高端装备制造产业的重点板块。

据悉，该《措施》涉及顶层设计、设立专项基金、企业梯度培育、产业创新平台、创新运营模式、提升品牌能级六大方面，共二十条，全方位加大对集成灶产业的扶持力度，推进海宁集成灶产业高质量发展。

目前，海宁已规划布局了以集成灶为主体的厨电产业园，并制定了系列支持政策，引导企业入园集聚发展。同时把品牌培育、标准化制定作为提升集成灶产业的关键环节，努力打造全国知名的厨电产业研发生产基地和智慧集成灶产业样板。不仅如此，为做大做强集成灶产业，海宁也依托领军企业，加大厨电技术研发力度，先后与高校、研发机构建立了产学研平台，将科技成果转化为生产力。活动中，海宁集成灶产业招大引强榜单、产业链核心部件招引榜单及海宁集成灶产业技术攻关榜单、集成研究院招引榜单也正式发布。



让“青字号”品牌
越来越响亮

■ 张多钧

青海海西州都兰县素有“柴达木粮仓”之美称，枸杞、藜麦种植面积及产量均是全省第一，青稞溶度最高、品质全省第一，柴青1号等品种畅销全省。尤其是枸杞资源最为丰富，枸杞种植面积达1509万公顷，产量达5.17万吨，是我国名副其实的枸杞种植基地。

曾经一段时间，受市场冲击和其他外部因素，都兰县枸杞产业跌入低谷。好在都兰县及时助推枸杞产业，解决发展瓶颈，枸杞产业逐步回暖。这不是最终的胜利，要想让“柴达木枸杞”品牌越来越响亮，还需要苦练“内功”。

要扶持枸杞加工企业，提升枸杞精深加工生产能力，促进农产品加工就地就近转化增值，积极开发枸杞浓缩汁、枸杞茶、枸杞籽油、枸杞多糖等产品，打造枸杞品牌。

要加强枸杞良种繁育基地建设，发展枸杞种苗繁推一体化企业，提高枸杞苗木自给率。加强标准化示范基地建设，推动枸杞丰产栽培技术、标准化种植技术等标准落地。

要运用适宜的栽培与田间管理方法，推广测土配方施肥技术，增施有机肥，多元复合肥，逐步淘汰劣质品种，提高治理低产种植基地，改善果实品质的技术水平。

就枸杞产业，都兰有规划、有方向，到2025年，以都兰国家现代农业产业园为载体，在香日德镇、宗加镇、诺木洪农场等地区，建设集诺木洪“富硒有机”枸杞种植、标准化绿色有机枸杞生产、精深加工、冷链仓储物流等为一体的标准化富硒有机枸杞产业基地，相信，只要努力，这个目标一定能实现。

平阴玫瑰：一朵花惊艳了一座城

■ 冯昭

在山东平阴，有这样一个流传甚广的故事。明朝万历年间，当地诗人朱世维得了一种罕见的病，寻医问诊无果，偶然间被邻家女孩儿用自己种植的玫瑰花入药治好了，二人于是私定终身。不久，朱世维赴省城参加乡试，邻家女孩儿却被家父许配他人，以至忧郁而终。朱世维考试归来，得知此事后大病了一场，留下“隙地生来千万枝，恰似红豆寄相思”的诗句。

四百多年后，平阴玫瑰已不止是爱情象征，更是名动一方的“致富花”。

北纬36度的绽放

平阴因玫瑰而闻名。

相传，早在唐朝时期，慈净和尚就开始在翠屏山下种植玫瑰。但是，平阴玫瑰有据可查的文献，止于清朝初年——顺治年间印行的《平阴县志》，物产篇已有记载，考虑到序言提到该志内容多来自明朝，那么平阴玫瑰的栽培历史，或许还可以推导到更早。

北纬36度线上的平阴，四周环山，中间谷地狭长，黄河、玉带河穿流而过，土层深厚疏松，属暖温带大陆性半湿润气候。优越的地理环境、适宜的气候条件、稀有的褐土资源、泉水灌溉以及充足的光照，孕育出平阴玫瑰花大色艳、瓣多瓣厚、香味浓郁、精油含量高的独特品质。

在生物地理学上，北纬36度有“玫瑰种植黄金带”之称。自西向东，从摩洛哥、法国、土耳其、伊朗、巴基斯坦到中国的新疆和田、甘肃永登、陕西渭南、河南兰考等知名玫瑰产区，都在北纬30-45度之间，平阴不仅是北纬36度线“一带一路”东方玫瑰的起点，也是世界种植面积最广的玫瑰花种类——重瓣红玫瑰的中国主产区。

1915年，平阴玫瑰初露端倪，获得巴拿马万国博览会银奖。

新中国成立后，经过几十年的发展，平阴玫瑰栽培品种已达50多个，种植面积6万余



亩，年产玫瑰鲜花(蕾)两万余吨，从观赏、食品拓展到香料、医药、化工等领域，成为全国面积最大、品种最多、产业链最长的玫瑰产业基地。

平阴玫瑰的“三个转变”

随着产业声誉的不断扩大，平阴先后摘取中国玫瑰之乡、山东省花卉产业重点县、中国玫瑰之都等桂冠；平阴玫瑰则在被原农业部批准实施农产品地理标志登记保护十年之后，入选《中欧地理标志协定》互认互保的第二批175个中国地理标志产品清单。

2021年4月，经济济南市十七届人大常委会审议，增选玫瑰为济南市市花，为这个济南下辖县的优势特色产业带来新机遇。

平阴县玫瑰镇党委副书记杨欣表示，玫瑰被增选为济南市花，意味着平阴玫瑰将实现“三个转变”——从县级品牌向市级名片转变，从带动农民增收的经济作物向代表城乡形象的重要表示转变，从单一经济效益向经济、社会、生态综合效益转变。

实际上，早在2019年，平阴县土地整治投资有限公司就与山东芳蕾玫瑰集团、海南优航集团共同出资，创建了总面积超三万亩的芳蕾·玫瑰花乡田园综合体。该项目三面环山，东北可仰望圣母教堂、梦幻宇宙星空乐园，西南远眺翠屏山多佛古塔，玉带河横贯南北，周围翠屏山环



抱，以梦幻、浪漫、动感、爱情、圣洁、祈福为主题，构建起绝佳的玫瑰农业旅游区。

为拉长游客观光产业链，附近村庄还改造了老百姓房子，建成包括农家乐民宿、公社大食堂、青年实践公寓在内的配套设施。

依托芳蕾·玫瑰花乡田园综合体，国家平阴玫瑰全产业链发展标准化示范点建设将育苗、栽培、采摘、加工、销售各个环节纳入标准化轨道，推动一二三产业协同发展。

创造“甜美产业链”

为吸引更多人才投身于此，玫瑰镇举办了“红色合伙人”签约仪式。济南市文联副主席徐国卫、花冠集团副总经理蒋晓莉、平阴玫瑰总经理李志刚、山东康辉旅游济南营业部负责人王辉等12位“能人”走上舞台，成为乡村振兴的“红色合伙人”。

这一荣誉称号，是为了表彰他们近年来对平阴玫瑰的殷勤付出——花冠集团研发了以平阴重瓣玫瑰为原料发酵的玫瑰酒，并在平阴成立花之冠酒业，与玫瑰镇东唐村共同投资兴建了玫瑰酒庄；玫瑰颂品牌购买玫瑰苗赠送村庄，并捐建了玫瑰花田；山东康辉旅游则与玫瑰镇各个旅游点积极对接，让研学游成为新的业绩增长点。

此外，芳蕾·玫瑰花乡田园综合体还联合高校，成立全国首家民营芳香研究院，自主研

发的真空低温循环干燥、光电微波低温干燥、VLT冷萃技术打破传统工艺，使规模制造、多元销售、国际花茶、精油贸易等玫瑰产业链实现了立体化发展。

近三年来，平阴累计投入资金近亿元扶持龙头企业，并联合中国云谷科技集团设立玫瑰产业投资基金，用于中国云谷(平阴)玫瑰产业基地及配套项目、产业链其他优质项目的开发建设。

如今，玫瑰种植已遍布平阴八个镇街，拥有玫瑰加工企业60多家，生产系列产品130余种，由单一的观赏、食用走上综合开发之路。

上下游企业跨界发展

食品、医药、化妆品领域的广泛应用，为上下游企业提供了合作良机。

早在2006年，集玫瑰花种植、加工、生产、销售于一体的惠农玫瑰就在土耳其专家指导下，建成了中国第一条工业化玫瑰精油生产线，采用保加利亚、土耳其普遍使用的古法水蒸馏工艺提取玫瑰精油。2021年，惠农玫瑰又与平阴好玫护肤品牌玫瑰颂合作，正式进军化妆品。

主打“玫瑰+”概念，强调内外调养的华玫生物也不再止步花茶、食品，研发了包括玫瑰面膜、玫瑰喷雾、玫瑰乳液等系列产品在内的化妆品“炫后”。

通过与平阴玫瑰加工企业合作，A股上市公司华熙生物则完成了透明质酸的全产业链布局。

2022平阴玫瑰文化节期间，集农业示范、花海观光、主题乐园、网红打卡、研学拓展、民宿酒店、康养医疗、旅游度假于一体的芳蕾·玫瑰花乡田园综合体凭借为期三天的“一花倾城”平阴玫瑰潮品汇活动，汇聚了约5万人打卡。

“未来计划在全国布局10个玫瑰精品园，在海外布局5个玫瑰精品园区，届时芳蕾玫瑰旗下将拥有40万亩玫瑰种植基地，真正让平阴玫瑰遍布全国、走向世界。”芳蕾·玫瑰花乡田园综合体相关负责人说。

本土品牌有望替代外资品牌

■ 李钢

中国是全球第二化妆品大国。据统计，从2011年到2022年，我国市场规模年复合增长率高达9%。2020年以来，疫情对整体经济造成较大影响，但化妆品市场规模仍保持6%左右正向增长，充分体现了我国化妆品市场的发展潜力。广州是我国化妆品市场极为重要的一级。

如何进行品牌塑造？如何形成市场核心竞争力？近日，由广州市科学技术局、广东科学中心、社联会主办的珠江科学大讲堂第98讲，邀请了广东省化妆品学会理事长、俄罗斯自然科学院外籍院士杜志云对此做科普演讲。

中国市场增速全球第一

2021年1月9日，《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》出台，提出要将广东建设成为中国化妆品产业高质量发展的典范，成为国际化妆品优质原料生态圈、科技创新中心、先进制造示范区和时尚文化高地。

力争到2025年，培育年销售收入超过200亿元、百亿元领军企业各3到5家，超过50亿元的本土企业10家以上，拥有10个以上的知名民族品牌，本土自主品牌产品市场占有率达到全国50%以上，打造国内乃至全球最具影响力和知名度的化妆品产业高质量发展集聚群。

杜志云认为，当年化妆品行业已进入了快速发展阶段，市场规模巨大，2019年我国化妆品市场容量达到4777.2亿元，预计2024年



市场容量将达到8282亿元。中国化妆品市场规模为全球第二，但市场规模的增长速度为全球第一，未来有更大发展空间。

当前，国际大牌牢牢霸占一二线城市的优质消费市场，本土品牌则在三四五六七线城市艰难生存，寻找缝隙寻求发展。中美两国人均化妆品消费金额的差距约为6倍，中国人均消费金额为50美元，而欧美国家达到了300多美元，预测到2030年，我国人均化妆品消费能力将达到美国2022年的水平。

杜志云说，中国化妆品行业的发展空间非常大，因此一定要将美妆产品深耕下去，要以长期眼光布局，做大做强自有品牌。而且，化妆品行业一定要向国货高端品牌定位去发展，跟风走的时代已经过去。

本土行业曾经历“至暗时刻”

从空间分布来看，目前国内化妆品行业呈现“南广东北上海”的产业分布特点。上海、浙江、四川、云南等省市，都形成了自己各具

特色的产业集聚区。而从广东来看，化妆品产业则主要分布在广州和潮汕地区，其中广州白云区已成为全国化妆品产业集聚地之一，产业链条完整。持证化妆品生产企业1388家，占全国的三分之一，形成了良好的产业生态圈，且打造出了千亿元级别的广州“白云美湾”区域品牌。

从时间上来看，本土化妆品行业曾经历过“至暗时刻”，含汞美白祛斑霜、含荧光增白剂的美白化妆品、含激素类美白延缓衰老化妆品等都曾形成了对“颜值”的伤害。此后，经过行业调整，化妆品市场逐渐健康起来，成了让消费者放心的行业。

杜志云说，现在化妆品产业已发展到了一个相当高的水平，国内行业的智能制造水平远远高于国外厂商。现在大部分品牌开始转型，转向国内本土特色和技术含量高的原料。

杜志云认为，现在是国内化妆品企业的机会期，要形成自己的核心竞争力，形成自己的产业链，不能总是被别人牵着鼻子走。中国化妆品行业正在崛起，涌现出许多优秀国产品牌。

目前，本土品牌正在开启高质量发展时代，从发展眼光看，2015年之前，国外品牌占据高端市场，2016年国产化妆品品牌掀起出国潮运动，2025年至2030年，本土品牌有望替代外资品牌。

杜志云说，预计再过10至12年左右，国

有品牌将与日本、法国高端品牌平起平坐。

通过新零售实现弯道超车

“电商和新零售出现后，国有品牌开始弯道超车，不少新锐品牌开始涌现，受到广大消费者热爱，正在不断做大做强之中。但目前依然是国外大品牌在新零售平台上占据着前列位置。”杜志云说。

杜志云特别提到，现在行业发展需要有源源不断创新能力，国内企业在原料、配方、智能制造水平方面都有长足进步，甚至已超过国外企业。但现在遇到一个痛点，就是原始数据较少，这说明基础研究和产业研究之间存在脱节问题，国家正在力图破解这些问题。

“现在，研究体系和产业研究之间存在完全脱节的问题。我们行业的技术人员，可能才刚刚开始会读原始研究数据。”杜志云说。我国化妆品行业虽然发展水平不断提高，但仍存在小、散、乱等问题，行业整体竞争力与欧美、日韩还有较大差距。此外，化妆品法规与市场需求、科技水平之间不平衡的问题突出。这些问题的存在，都有待全行业的共同努力去解决。

杜志云有针对性地指出，要从产业集聚发力和企业集团作战两方面努力，形成集团优势，布局更多目标人群与细分市场，提升行业整体竞争力。并且要在新零售市场布局和产品技术创新等方面努力，实现技术与市场的双向超车。



众志成城 抗击疫情

戴口罩 勤洗手 多通风
少出门 不聚集 不接触

公益广告