

企业家日报

2025年7月5日 星期六
乙巳年 六月十一

今日 4 版

第155期 总第11458期

国内统一连续出版物号:CN 51-0098

邮发代号:61-85

新闻热线:028-87319500

13811660079

全年定价:450元 零售价:2.00元

做中国企业的思想者

中国美妆品牌发展大会提出 中国化妆品品牌要走高质量发展道路

■ 中新网记者 陈静

“中国经济不断开放，我们必须来到中国。我们需要和中国经济结合，确保未来的美妆行业能蓬勃发展。”美妆领域相关跨国企业北亚总裁及中国首席执行官博万尚(Vincent BOINAY)近日在此间直言，中国的生态体系也越来越强劲。据悉，该企业被中国香料香精化妆品工业协会授予“2025化妆品企业50强TOP1”荣誉。

“企业今年迎来中国研发实验室成立20周年。目前，企业在浦东新区有超过400名研发人员，他们在中国，为整个亚洲市场做研发服务。”博万尚表示。

中国美妆品牌发展大会近日在上海举行。中国香料香精化妆品工业协会产业研究中心主任姚永斌介绍了《2025化妆品品牌TOP50》调研结果。据此，TOP50品牌占市场总零售额21.74%；中国品牌数量最多，50强里面中国品牌有22个。

“中国化妆品品牌一定要走高质量发展的道路，要培育一批以消费者为中心的高端品牌。我们应该向国际化美妆巨头学习。”姚永斌直言。

当日，《中国化妆品产业数据统计规范》团体标准及《中国化妆品企业和品牌市场地位评价方法》“出炉”。根据中国香料香精化妆品工业协会发布的数据，2024年中国化妆品市场的零售规模已经达到了10738亿元，连续两年突破万亿元规模，其中国货品牌的占比上升到55.2%，展现出蓬勃的市场生命力和巨大的行业发展潜力。

“中国从2023年开始已连续两年进入万亿级规模发展阶段，成为世界上第一大化妆品消费国。”中国香料香精化妆品工业协会理事长、医学博士颜江瑛表示，行业正面临着深刻的转型与挑战，唯有回归品牌价值的内核，



●中国美妆品牌发展大会1日在上海举行。

构建起穿越周期的核心竞争力才是中国化妆品行业行稳致远之根本之道。

在颜江瑛看来，中国美妆品牌发展大会的核心意义就在于凝聚共识，汇聚智慧，共同探索中国美妆行业迈向高质量发展的品牌发展模式与路径。颜江瑛指出：“中国美妆行业需要在研发创新上继续加大投入，不断探索前沿技术，用硬核科技赋能产品品质；在文化传承上，深入挖掘中华美学的深层内涵，让每一款产品都成为文化的载体；在可持续发

展上，从科研到绿色生产，绿色包装，消费者绿色参与全链条的ESG理念的践行；注重口碑积累与长期价值，用真诚、品质赢得消费者的信赖。”ESG是指：环境、社会和公司治理。

2015年，位于上海奉贤的东方美谷诞生，聚焦美丽大健康产业发展。10年来，东方美谷已成为“都市产业生态圈”，东方美谷目前已经集聚美丽健康产业规上工业企业311家，各类品牌数量接近4000个，规上工业产值超过560亿元。其中化妆品生产企业数量占全

上海37%，销售额占全上海的40%。一批龙头企业与上下游企业在这里投资兴业，蓬勃发展。奉贤区委书记袁泉表示，奉贤推动美妆行业与生物技术、与现代中药跨界融合，鼓励企业应用合成生物、基因编辑、人工智能等通用技术，推出更多高附加值、强竞争力的产品，全力打造全球化美妆创新高地。

曾发起中国品牌节的王永在论坛上指出，要重构消费场景，要创造深度连接和情感共鸣，包括：线上沉浸式的交互、线下高感性空间。

没试过就敢卖？ 网红直播带货乱象 该管管了

■ 王诗尧

近日，“晚晚直播卖卷发棒翻车”登上热搜榜，引发网友广泛讨论。这场本意为带货的直播，因假发试用失败、产品效果翻车而变成“翻车事故现场”，不仅令“网红鼻祖”晚晚口碑受损，也再度暴露出当前直播带货乱象中的诸多问题。

在这场直播中，晚晚因事先已做好发型，选择以假发代替亲自试用卷发棒。令人尴尬的是，产品在假发上的效果为“卷一秒回直”，完全无法呈现应有的产品功能。

面对尴尬场面，晚晚坦言“这个假发真的不行……我们事先没有试”，一番“坦诚”发言反倒坐实了其团队未做功课、带货流程不严谨的事实。

更令人唏嘘的是，面对网友质疑，商家迅速与其“划清界限”，称系主播个人行为，显然试图止损，却也暴露出合作缺乏明确约定与风控机制的问题。

“人设”、“信任”是网红带货的基石，尤其是以“生活方式博主”起家的晚晚，其带货行为一度被外界看作是“审美和生活品质”的延伸。然而此次直播却让人看到了其带货内容与真实体验之间的断裂。在直播电商竞争白热化的今天，消费者越来越不买“脸”更买“真”，一旦信任崩塌，再高冷的人设也可能“一夜归零”。

实际上，晚晚的失误并非个案。此前，网红带货“翻车”事件屡见不鲜：产品质量不过关、虚假宣传、售后无保障……直播间光鲜亮丽的滤镜背后，问题频发，已引起平台与监管部门的重视。

作为带货主体的主播，不仅要有影响力，更应承担起相应的责任。特别是在产品试用环节，更应以“用户体验”为底线，避免“探拍式试用”误导消费者。反观一些头部主播的成功之道，无不是建立在严格选品、亲自试用、专业讲解的基础上。

晚晚的卷发棒翻车不卷或许不是最重要的，但它卷出了一个真问题：带货不是“卖脸”，更是“卖责”，唯有专业、真实、负责，才是这个行业可持续发展的根本。

每一次“翻车事件”都应成为行业自我净化的契机。唯有主播回归专业本位，商家坚守质量底线、平台履行监管责任，才能让直播经济行稳致远。毕竟，假发可以一秒变直，但消费者的信任一旦“变直”，可能就再也卷不回来了。(转自中新网)

全球首台单机容量最大冲击式转轮 研制成功

7月2日，全球首台单机容量最大500兆瓦、转轮尺寸最大6.23米的冲击式水轮机核心部件——转轮在哈电集团哈尔滨电机厂有限责任公司(以下简称“哈电电机”)自主研发成功并发送，标志着中国在高水头、大容量冲击式水轮机核心装备领域实现历史性突破。

冲击式水轮机的水斗式转轮作为机组核心部件，承担着将水流动能转化为机械能的关键作用，堪称水轮机的“心脏”。

哈电电机研发的这颗“心脏”将应用于西藏扎拉水电站。作为中国“藏电外送”骨干工程，扎拉水电站是世界在建综合难度最大的冲击式水电项目，电站装机2台全球单机容量最大、技术难度最高的500兆瓦冲击式机组。

该机组作为中国国家能源局能源领域首台(套)重大技术装备项目，具有高海拔、高水



●哈电电机研制全球首台最大单机容量最大尺寸冲击式转轮。史铁夫/摄

头、大容量等技术特点，是服务中国国家“加快西南水电基地建设”战略的主力机型。

扎拉转轮对结构参数、水力性能及制造工艺的要求极高，代表着当前冲击式水轮机组的最前沿技术水平。哈电电机为扎拉冲击式机组量身定制了高性能水斗式转轮。

该转轮由21个精密水斗构成，外径达

6.23米、整轮高度1.34米、重量约80吨。其核心部件——轮毂锻件，更是目前世界最大的马氏体不锈钢锻件。这些突破性参数标志着该转轮在水力性能、高效运行区间和承压能力方面均实现行业颠覆性提升。

作为世界水电技术的巅峰之作，该转轮的研发过程堪称系统工程创新的典范。哈电电机研发团队从机组安全与性能等维度出发，综合考虑水斗与喷嘴的精密匹配、射流直径与效率的一致性、射流与水斗的相互作用、多喷嘴相邻射流的干涉效应，以及水斗的刚强度指标等，依托水力发电设备国家重点实验室的冲击式水力试验台，创新性地将计算流体力学流动分析、高速摄影与流态观测技术融合，通过持续优化，最终实现了过流参数的极致化设计。(王学善 魏子添)

推动气候创新 中国纺织行业加速转型步伐

■ 阮煜琳

“在全球全产业链协同推进绿色发展的时代浪潮中，中国的纺织行业正以前所未有的决心和行动力，积极创新，明确减排路径，加速转型步伐。”中国绿色碳汇基金会理事长杨超表示，纺织行业是国民经济传统支柱产业、重要的民生产业和国际竞争优势产业。纺织行业绿色低碳转型对我国实现“双碳”目标具有举足轻重的战略意义。

中国是全球最大的纺织服装生产国、出口国和消费国，中国的可持续实践直接影响全球时尚产业的转型进程。据联合国环境署数据显示，纺织服装业的碳排放量占全球碳排放总量的10%，超过国际航空和海运的总和。我国碳达峰碳中和战略目标不仅是政策要求，更是产业升级的历史机遇。

据中国纺织信息中心等机构发布的《中国纺织业碳达峰碳中和能源投资可行性研究报告》显示，我国纺织纤维加工量占全球总量50%以上，纺织工业年碳排放量约占全国碳排放总量的2%，行业碳排放主要源于能源使用。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲日前在北京举行的“2025气候创新·时尚大会”上说，绿色发展深刻改变时尚产业的价值内核，在设计创新、品牌塑造、消费引导中，生态智慧与时尚表达深度融合，抽象的绿色理念转化为具体的产品形态和生活方式。数字时尚成为绿色理

念传播新载体，ESG理念构筑品牌价值新体系，形成“可持续时尚”的新美学范式。

相关数据显示，2005年至2022年，中国纺织行业碳排放强度下降超60%，近两年继续下降14%，行业持续为全球气候治理贡献中国方案、纺织智慧。孙瑞哲说，中国纺织工业绿色发展影响大、关涉多、走在前。从末端治理到全链优化、从线性消耗到循环利用，“降碳、减污、扩绿、增长”一体发展，系统推进。

“推动气候创新，需要我们把握这场变革的逻辑与趋势，开展更加深入的实践。”孙瑞哲提出：一要完善绿色治理体系，夯实发展基础。推进从纤维到成衣的全产业链碳足迹核算；推广可持续纤维、生态染料、节水工艺等绿色技术规范；建设涵盖全链条的ESG创新体系，推动统一透明的信息披露框架。推动企业减碳实践转化为可交易的“碳资产”。

二要打造协同创新生态，提升全链价值。

发挥龙头企业引领作用，推动产业链协同减排；强化绿色纤维、无水少水印染、废旧纺织品类循环利用等关键领域技术创新；要加速前沿绿色科技产业化应用；打造优势互补、风险共担、利益共享的创新共同体。

三要推进全球务实合作，优化产业布局。融入全球绿色发展，加强与“一带一路”共建国家合作，共享绿色技术、共建绿色标准、共建绿色市场。推动在绿色产品、再生纤维等关键指标的互联互通，探索构建稳定高效的纺织品类循环利用体系。

“绿色引领、绿色推动是我们高质量发展的关键环节，也是重要内涵。因此，我们推动‘双碳’工作有着具体的实践意义。”国家发展改革委环资司原二级巡视员杨尚宝提出了下一阶段绿色发展的五个方面，分别是全面绿色转型、资源节约、污染治理、生态保护及完善“双碳”工作。(转自中新网)



据“网信中国”微信公众号消息，近期，国家网信办扎实开展“清明·优化营商环境”专项行动，部署地方网信办积极处理处置涉企网络侵权不法行为，督促重点网站平台强化涉企信息内容管理，从严从快处置一批涉企违法违规账号。现将部分典型案例通报如下。

1.“柴怼怼”等账号编造涉企虚假信息，恶意诋毁攻击企业。抖音账号“柴怼怼”“怼怼柴”，小红书账号“柴怼怼”等，无事实依据蓄意抹黑某企业的产品质量，恶意诋毁某企业和企业家形象声誉，并借机吸粉引流带货。涉及的账号已被依法依约关闭。

2.“孟栖笔谈”等账号发布涉企负面信息，谋取非法利益。微信公众号账号“孟栖笔谈”“辉常观察”，微博账号“-孟永辉-”，百家号“孟永辉”等，长期集纳发布涉企负面不实信息。在企业与其沟通删除不实信息时，要挟开展商务合作。涉及的账号已被依法依约关闭，账号主体被纳入平台黑名单管理。

3.“车说道”等账号蹭炒涉企热点，发布虚假信息。懂车帝账号“CHE车说道”、易车账号“CHE车说道”，搜狐账号“车说道”等，为博眼球、吸流量，恶意蹭炒智能驾驶、辅助驾驶等汽车行业热点话题，发布某品牌汽车不实信息，捏造人员伤亡事故，虚构法院判决，恶意诋毁企业产品质量。涉及的账号已被依法依约关闭。

4.“物联网咨询室”等账号散布企业商业秘密，传播虚假信息。微信公众号账号“物联网咨询室”“物联网咨询室号外”为博取流量，长期发布某高科技企业的商业秘密，并恶意传播虚假信息，干扰企业正常生产经营和发展。涉及的账号已被依法依约关闭。

5.“兴德旺业”等账号冒用企业、企业家身份，开展市场营销。微信公众号账号“兴德旺业”“杭州娃小哈”，微信视频号“兴德旺业书院”，抖音账号“王少甫·瀚慈”等，在账号名称、简介中假冒仿冒企业名称或假借企业家名义发布信息，开展商业活动。涉及的账号已被依法依约关闭，侵权信息已被清理。(转自中新网)

满足海外用户需求 虎牙海外布局变现

近日，游戏工委发布《2025年5月中国游戏产业月度报告》，5月中国自主研发游戏海外市场实际销售收入达15.77亿美元，同比增长6.93%。2024年中国自主研发游戏海外收入在连续两年下降后回归增长，2025年中国游戏“出海”仍在加速。与此同时，围绕游戏“出海”的相关产业也在快速布局。

据虎牙公司2025年第一季度财报分析师会议信息，虎牙海外游戏相关服务的收入在第一季度实现环比数倍增长，有望成为公司重要的增长引擎之一。通过旗下的海外直播平台、国际移动应用服务平台，虎牙已搭建完成从游戏直播到游戏加速、战绩查询、用户社区、道具购买、赛事组织等全环节游戏用户服务的能力，积累了庞大的FPS、MOBA品类用户人群。稳定的游戏加速、活跃的用户社区、高效的道具购买付费等服务广受用户好评。

虎牙海外游戏发行相关负责人表示，满足用户的核心需求是商业变现的先行关键。在确认可以服务好游戏用户的前提下，作为深耕全球多地区游戏直播、分发业务的企业，

[紧转 P2]

责编:桂宾 版式:黄健
企业家日报网:www.zqceo.cn 电子版:www.entrepreneurdaily.cn
官方微博:http://weibo.com/jnybd 投稿邮箱:qjb490@sina.com

