

5000家企业占全球市场份额的70%,年产值约70亿元

# 假睫毛里有“真金”

## 阅读提示

打造龙头企业和品牌,发挥产业集聚优势,以“抱团式”发展的标准化、规范化代替家庭作坊式的“单打独斗”,进一步加大产业转型升级力度,做大做强产业链,打造核心竞争力。

本报记者 张婧 杨明清  
本报通讯员 张仰运

走进位于青岛平度市大泽山脚下的伊彩美尔假睫毛生产车间,一位女工正在将不同型号的假睫毛分类包装。

“我们企业生产的假睫毛有上千种不同的型号,在这里可以找到消费者所需要的各种假睫毛产品。”伊彩美尔假睫毛工厂的负责人李向英介绍说。

假睫毛,这种看似不起眼的美妆快消产品,却是美妆达人不可或缺的“点睛神器”。上世纪70年代,位于青岛平度市的大泽山镇开始生产假睫毛,数十年来,平度假睫毛产业不断壮大,截至2020年底,该市假睫毛产业年产值占全国产量80%,占全球市场份额70%,企业近5000家,年产值约70亿元,实现带动就业5万余人。

作为平度假睫毛产业萌发地的大泽山镇,更是占据了该市假睫毛产业的“半壁江山”。目前,大泽山镇域内的睫毛产业产值已达40余亿元,形成了涵盖设计、定制、加工、包装、销售、物流、外贸等完整的假睫毛产业链,工人月收入达5000元,成为了富民产业。

近日,记者走进平度大泽山镇,探访这里的企业是如何在假睫毛里挖掘“真金”的?

### 借助产业聚集优势

“我自己的工厂有近50名工人,还有其他的加工点,加起来有300多名工人。”2019年创立博秀睫毛公司的王海波,是当地假睫毛产业的“后起之秀”。借助大泽山镇假睫毛产业的聚集优势,仅仅经过两年发展,公司假睫毛月销售量就达到100多副。

走进王海波工厂的加工车间,数十名工人们正在操作台上忙碌着。说起假睫毛

的制作工艺程序,王海波顿时打开了话匣子。“假睫毛的生产原料有化纤、水貂毛、人发等多种材质,别看一对假睫毛不大,却需要经过压毛、合毛、合线、卷管、定型、抹胶、上台等近十道生产工序,最后质检合格后才能出厂。”

王海波告诉记者,几十年前当地最初开始生产假睫毛时,工人们只能凭借双手一根一根地把假睫毛原料按照款式要求排列好,由于假睫毛直径不超过1毫米,精细度要求高,当时压毛、合毛工序的生产效率很低。后来,当地发明了一种压毛模具,模具底部有按照睫毛原料规格精密加工的细小凹槽,假睫毛原料放入后便可以整齐地排成一排,工人使用胶带就可轻松粘取一排整齐的假睫毛。

得益于压毛模具的出现,当地企业的生产效率迅速提升了10倍。

“压毛、合毛、切毛完成后,就要用较细的钢管将一排排睫毛卷起来晾晒,以使睫毛有一定的翘度,进行初步定型,随后再经过3D定型、上台、质检后,就可以包装出厂了。”王海波说。

虽然进入这个行业较晚,但王海波如今不仅拥有固定的线下销售渠道,还通过阿里巴巴等电商平台进行销售,并逐步与广东、上海等地的外贸企业建立了稳定的合作关系。

### 另辟蹊径主攻海外市场

与王海波专注于国内市场不同,位于平度市经济开发区的青岛伊莎贝拉眼睫毛有限公司总经理孙航则专注于开发海

外市场,该企业目前年销售额达2000余万元。

80后的孙航原本在青岛的一家银行工作,2019年,他了解到家乡平度的假睫毛市场发展前景良好,经过一番市场调研和周密考虑,当年他便辞去工作开始创业。

“当时平度的假睫毛产业已经发展的非常好,很多企业都有了自己的市场,如果还是专注于国内市场,就不会快速形成自己的核心竞争力。”凭借着自己曾经的银行从业经历以及英语优势,孙航开始不断拓展假睫毛海外市场,并在美国建立了分公司。

“现在美国分公司有十余名员工,国内公司主要负责联系本地加工生产企业,为海外分公司供货。”孙航说。

海内外线上线下的面对信息技术的快速发展,孙航不仅着眼于线下市场,还积极开拓线上市场,不断打开公司产品知名度。“我们现在有自己的直播带货团队,也会制作一些产品的宣传短片,供国外的公司以及在国内推广使用,其中一款水貂毛防水假睫毛产品吸引了不少国外客户,一笔订单量就达到了200万副。”孙航说。

### 强健产业链条助力转型升级

与上述两家初创企业不同的是,青岛伊曼美睫商贸有限公司总经理邓晓军早在十几年前就尝到了技术和名气带来的“甜头”。

“想要打造好品牌,必须拥有自己的核心竞争优势,我们十分重视生产技术的创

新研发,目前已获得十余项专利技术。”邓晓军说,借助专利技术优势,公司逐步推出假睫毛品牌,目前已有爱睫仕系列和爱睫仕国潮系列等十余个品牌,公司年销售额达4000余万元。

记者了解到,多年来,通过承接知名美妆企业及大型外贸公司代加工生产,当地的假睫毛产品已经走向世界各地,但随之而来的就是龙头话语权缺失、附加值较低、劳动力不足等问题逐渐突出。因此,打造龙头企业和品牌,以“抱团式”发展的标准化、规范化代替家庭作坊式的“单打独斗”,成为当地探索假睫毛产业发展面临的选题。

“代加工不仅利润低,也不是企业发展的长久之计,打造自主品牌可以形成自己的市场竞争优势,是企业长远发展的必由之路。”邓晓军说,近年来,当地不仅出台支持睫毛产业发展的相关政策,还在税收、物流、人才、品牌等方面给予企业全方位扶持,并将建设睫毛产业园,这将是企业转型升级发展的良好机遇。

例如,当前平度已基本掌握假睫毛产业链中较为核心的成品加工环节,拥有较为完善的核心配套产业,为进一步强链、补链、延链,该市印发《支持睫毛产业发展若干政策》,同时筹建发展假睫毛产业的“美丽在线新经济产业园”,进一步加大假睫毛产业转型升级力度,扶持产业做大做强。

“产业园由平度市城市开发集团投资建设,将按照‘定制化’厂区建设,统一建设规范化厂区,以满足不同发展阶段企业的需求,还将设立电商孵化中心、销售展示中心、物流仓储中心品牌培育中心、研发科研中心等,为入园企业提供一条龙服务平台,助力企业聚集发展、转型升级。”“美丽在线新经济产业园”负责人杨焱勇介绍,园区将于年内开展培训服务,还将与平度市职教中心和技师学院合作开展电商培训,定向培养电商人才,助力园区发展。

## G 企事录

### 广汽华为联合开发首款车型2023年底量产

事件:广汽集团7月9日发布公告,同意全资子公司广汽埃安新能源汽车有限公司与华为(AH8车型)项目的实施。AH8车型为广汽与华为联合开发的首款中大型智能纯电SUV,具备L4级自动驾驶功能,计划于2023年底量产,项目总投资近8亿元人民币。

点评:随着新能源汽车的民众认可度越来越高,新能源汽车市场的发展潜力显而易见,不仅各大车企争相“扎进”新能源汽车的研发制造中,就连华为、苹果等企业也要跨界“造车”。最近两年,关于华为进军造车业的消息广为流传。

事实上,自2017年广汽与华为签署战略合作协议以来,双方在智能网联电动汽车领域技术展开战略合作,加速推进战略合作项目,已经实现多个系统的量产搭载。

随着汽车产业快速向“新四化”迈进,汽车作为一个完整的实体实际上已经开始解体,未来的汽车将是半导体和软件的载体,汽车业的价值重心将向这个方向转移,汽车内嵌的系统与芯片将更被重视。因此,当中国汽车业开始注入“华为科技含量”,这无疑为新能源汽车未来发展打开更多想象。

如今,广汽与华为发挥各自优势联合打造一个高端纯电动平台并推出系列化产品,不仅有助于广汽电动化目标的实现,更是在自动驾驶、电子电气核心技术领域实现中国品牌自主可控的有益探索。

### 国内挖掘机销量连续3个月下滑

事件:据中国工程机械工业协会对26家挖掘机制造企业的最新统计,今年6月销售各类挖掘机约2.31万台,同比下降6.19%。其中,国内销售约1.7万台,同比下降21.9%。

今年以来,挖掘机销量在3月达到峰值,26家挖掘机制造企业销售各类挖掘机7.90万台,当月同比增长60%。此后的4月和5月,挖掘机国内销售数量分别同比下降5.24%和25.2%。6月销量出炉后,国内挖掘机销量已连续三个月出现同比下滑。

点评:今年初,受就地过年政策影响,不少工地基本未停产或缩短停产时间,这使得挖掘机年销售旺季整体前移,2、3、4月市场销量大幅度超预期,变相预支了4、5月的原本需求。

另一方面,由于房地产新开工低迷,这也减少了市场对挖掘机的需求。6月中旬,包括三一、徐工、临工在内的挖掘机品牌纷纷发布涨价公告,而这也是今年内挖掘机的第三轮涨价,其中二、三轮涨价均与行业上游原材料涨价相关。

涨价策略在一定程度上可以缓解销量减少带来的压力,提升相关企业盈利能力,但对于受市场波动影响较大的挖掘机行业来说,在下一个基建浪潮到来前,苦日子还得继续熬一熬。

### 共享衣橱企业衣二三关停

事件:7月9日,以共享衣橱概念起家的女装月租平台衣二三发布公告,宣布公司将于2021年8月15日关闭服务。衣二三APP及相关小程序、网页版均停止运营,衣二三合法收集的相关信息将依国家法律法规进行删除。

衣二三成立于2015年1月,平台主打包月租衣服服务,以订阅会员制的方式为都市白领女性提供品牌时装的日常租赁。会员只需每月支付499元,就可不限次数租赁平台上的服饰(一次可选3件)。除了租赁外,用户也可以根据试穿喜好直接购买,购买价格根据衣物周转次数浮动。

点评:2014年共享衣橱正式在国内诞生。当时正值国内共享经济爆发期,紧随女神派之后出现的衣二三同样受到各路资本热捧。数据显示,该公司先后获得6轮融资,累计融资金额数亿美元,还曾跃升为行业内的独角兽。

然而,当“一切皆可共享”的浪潮退去,共享衣橱的处境也变得艰难,加之将一直以来作为私密物品的衣服共享这一理念始终没能获得大多数消费者的认同,共享衣橱的用户数量相比于共享单车、共享充电宝来说要少得多,这也加大衣二三生存的难度。

有数据显示,2015年国内一共有12家共享衣橱项目成立,但仅在一年后,5家平台就已停止运营。随着头部企业衣二三关停,共享衣橱的前景再一次被打上了重重的问号。

上半年完成旅客运输量2.45亿人次

### 我国民航业总体恢复符合预期

据新华社电(记者周圆)“上半年民航业经济运行稳中向好,总体恢复符合预期。”民航局发展计划司副司长张清9日介绍,上半年航空旅客运输稳健恢复,完成旅客运输量2.45亿人次,同比增长66.4%,恢复到2019年同期的76.2%,恢复程度较2020年全年提升12.9个百分点。其中,二季度国内航线旅客运输规模与2019年同期持平,恢复到疫情前水平。

在当日的民航局例行新闻发布会上,张清介绍,上半年,全行业完成运输总周转量465亿吨公里,恢复到2019年同期的74.1%,恢复程度较2020年全年提升12.4个百分点。在航空货邮运输方面,上半年,全行业共完成货邮运输量374.3万吨,同比增长24.6%,较2019年同期增长6.4%。其中,全货机运输保持较快增长,全行业全货机完成货邮运输量152.2万吨,较2019年同期大幅增长44.2%。

固定资产投资力度不减。张清表示,民航继续加大基础设施补短板力度,以推进枢纽机场提质增效和增强空管、科教基础设施保障能力为重点,加快推进基础设施重大项目前期工作进展和建设力度。上半年,全行业完成固定资产投资435亿元,同比增长8.5%。

在安全运行方面,上半年,全行业未发生运输航空事故,行业安全生产继续保持总体平稳态势。截至6月底,全国运输航空持续安全飞行130个月、9448万小时。

在提升服务质量方面,民航局运输司司长于彪介绍,上半年,国内客运航空公司航班正常率为85.6%,相较2019年同期提升了5.2个百分点;航空公司不断优化客票退改工作流程、改造系统,部分航空公司在直销渠道已实现客票“秒退”;目前已有21家国内航空公司的769架航空器具备空中互联网服务能力。

### 智慧采购推进 数字化转型



从“小打小闹”的家庭式作坊转型为管理规范、制度齐全的私营企业

# 为传统扎染工艺注入新活力

染制品,成为巍山县第一家与扎染有关的私营企业。

1995年3月,熊文杰接到第一笔订单,订单金额约10万元,实现当年建厂开门红,将产品一炮打响。

初战告捷,熊文杰信心倍增,他敏锐地感觉到传统扎染工艺广阔的市场商机。

企业要得到长足的发展,没有自己的品牌是不行的。善于思考钻研的熊文杰不断创新设计出服装、台布、茶艺等系列产品,为古老工艺注入了新的生命力。

记者在企业走访看到,不同色彩、不同花纹、不同风格的扎染布,图案千姿百态,造型栩栩如生,具有浓郁的民族文化韵味,又符合现代人的审美观。

熊文杰告诉记者,扎花机生产扎染工艺

品不受人为因素影响,是扎染产业规模化产业化的催化剂,弥补了传统扎花布系列工艺产品的不足,提升了产品的档次,提高了生产能力,增加了企业的市场竞争能力。

如今,兴巍民族工艺厂已经从一间45平方米的小车间发展到建筑面积2000多平方米的大厂房,年产值达1000多万元,年生产扎染工艺品约20万件,企业职工也从原来的几个人发展到正式员工52人,厂外用工2000余人,产品销往大理、丽江等热门旅游城市,甚至还远销日本、法国、韩国等地。

“受疫情影响,我们的产品销售有点受限,面对这些压力,我们还是有信心把工厂坚持下去,把工人留住,让他们有事做。”熊文杰说。

“以前的扎染大多是以传统的方式表达,现在的年轻人喜欢国潮,喜欢简单的元素,我们就想着将其与传统扎染工艺相结合,期望会有一个更好的市场,让更多的人去接受它、喜欢它。”熊天艳说。

近几年,熊文杰先后获得2019年度农民工创业带动就业先进典型、云南省五一劳动奖章获得者等荣誉,兴巍民族工艺厂也由“小打小闹”的家庭式作坊转型为管理规范、制度齐全的私营企业,并被中华全国总工会授予“全国模范职工小家”称号,荣获云南省总工会“工人先锋号”等荣誉。

如今,熊文杰的女儿熊天艳在大学主修国际经济金融专业后也回到了家,跟着父亲学习、传承扎染技术,同时承担起绘图设计和销售工作。

“以前的扎染大多是以传统的方式表达,现在的年轻人喜欢国潮,喜欢简单的元素,我们就想着将其与传统扎染工艺相结合,期望会有一个更好的市场,让更多的人去接受它、喜欢它。”熊天艳说。

本报记者 赵黎浩  
本报通讯员 左希义 王建明

在云南省巍山县兴巍民族工艺厂,厂长熊文杰不时穿梭于各个车间,对工人进行技术指导。对工人们来说,厂长就是一个“百事通”,任何生产难题他都能轻松化解。

“他们对我们就像是一家人一样,不管是扎染技术还是制作图样,我们有任何困难,他马上就会帮我们想办法解决。”工人胡志菊边说边根据图案用阵线把布料扎起来,放进大染缸里染色6、7次,一块扎染布就新鲜出“缸”了。

熊文杰自幼跟着父亲学习祖传的弹棉花、织布手艺,还拜师学习扎染技术,成立巍山县兴巍民族工艺厂,用三口大木缸生产扎