

千年商都孕育千億美妝產業

廣州以全鏈創新向全球策源地躍遷

以「潮起美灣，妝耀全球」為主題的第三屆廣州國際美妝周日前在廣州啟幕，大會通過發布產業白皮書、集中展示近百億產業項目落地成果及探討全球化戰略，全景式展現了廣州打造世界級化妝品產業集群的硬核實力與開放胸懷。

作為中國化妝品產業的搖籃與龍頭，廣州正憑借其千億級的產業規模、全國領先的原料創新能力和「品牌+供應鏈」協同出海的全球化新模式，實現從「中國美妝第一城」向「全球創新策源地」躍遷。連續三年舉辦的廣州國際美妝周，既發揮了政府引導的宏觀優勢，又充分激發市場主體的參與熱情，高效促進全行業社會資源精準對接，持續激發了美妝產業的市場活力與創新潛能。

文：徐紅 李紫妍

千年商都孕育千億產業

廣州美妝行業的發展，扎根於這座千年商都的商業基因與產業生態中。從唐宋繁榮的海上絲綢之路，到上世紀八九十年代國際巨頭如寶潔、安利經由廣州進入中國市場，帶來先進產業經驗，再到如今眾多民族品牌、「國貨之光」從廣州走向全國乃至全球，這座城市親歷並推動了中國化妝品產業蓬勃發展。

近年來，廣州化妝品產業規模持續領先，年產值連續數年超1000億元，佔全國極大份額。全市擁有化妝品生產企業超過1800家，註冊備案主體超過7000家，流通產品超過120萬種……第三屆國際美妝周發布《2025廣州化妝品產業白皮書》通過一系列數據顯示，廣州化妝品產業規模正持續擴大，穩居「千億產業集群」，在全球美妝產業鏈中的地位愈發重要。



▲第三屆廣州國際美妝周主會場實力「吸睛」，超萬名海內外買手赴約。（受訪者供圖）

「全產業鏈」生態 多區協同齊聚

千億級化妝品產業生發於廣州的全產業鏈生態。從原料研發、生產製造、包材配套到品牌營銷，近200家美妝企業在第三屆國際美妝周現場構建起一條微縮全景式閉環鏈條，濃縮呈現了廣州化妝品產業發展全景，鏈條上所有環節毗鄰而居，有任何需求、創意都可當場洽談。

「廣州的供應鏈在全國相當發達，是化妝品產業發展的核心地區，所有的廠家和渠道都在這裏。」總部位於福建廈門的海尼集團日前剛剛在廣州設立全球研發中心，標誌其正式在廣州落地科研領域的戰略布局，採購、倉儲部門也隨之而來，都是因為這裏的產業集聚效應。阿道夫集團總裁李志珍也表示，廣州的產業集聚效應極強，可以大大降低企業研產銷的供應鏈成本和週期，加之市、區政府的政策扶持等，極大賦能了美妝產業的發展。

除了市場主體規模優勢，廣州各區還形成多區協同、優勢互補的產業發展格局。白雲區作為核心承載區，2025年前三季度化妝品出口額同比增長28%；黃埔、花都、從化等集聚區規上企業產值增速均保持在10%以上。同時，白雲區「白雲美灣」、黃埔區「南方美谷」、花都區「中國美都」、從化區「灣區美谷」各有定位、特色鮮明，構建起多



▲第三屆廣州國際美妝周日前在廣州啟幕。

（受訪者供圖）

點支撐的產業發展版圖。

技術驅動創新突破

龐大產業集群發展和大批本土品牌的崛起，背後是堅實的科技支撐和創新突破。《白皮書》指出，廣州正加速突破核心原料「卡脖子」困境，推動產業從「配方應用」向「原料定義」躍升。截至2025年10月，廣州化妝品發明專利申請總量達1.49萬件，在技術含量最高的化妝品原料領域，發明專利申請量更是突破11774件，位居全國第一，標誌着產業發展已從早期的規模擴張邁入以技術驅動為核心的高質量發展新階段。

創新成果的湧現也得益於完善的創新生態和服務體系支撐。品牌建設方面，廣州全市化妝品相關商標持有量居全國首位，90%頭部企業擁有自有品牌，以芭薇股份等為代表的企業成功實現了從傳統代工製造向「技術研發+品牌運營」雙輪驅動模式的戰略轉型；創新支撐體系方面，廣州已建成31家省級工程技術研究中心，認定省級企業技術中心12家，產學研合作持續深化，全市已有4所大學開設化妝品相關專業、多所高校建有省級工程中心等，為產業輸送大量高端研發人才。

企業研發投入持續加大，據《白皮書》統計，22%的頭部企業研發費用占銷售收入比重超過10%，新產品開發率達到100%，智能化產線普及率提升至68%，產業正逐步向智能化、高端化邁進。綜合來看，廣州化妝品產業已構築起「專利築基、新原料突破、品牌增值、平台賦能」四位一體的創新生態體系，形成一個內生增長、有機循環的創新閉環。這一發展格局標誌着廣州正實現從「化妝品製造中心」向「全球化妝品創新策源地」的戰略轉型，為加快建設具有國際影響力的「國際美灣」奠定了堅實基礎。



▲廣州美妝企業智能化產線普及率提升。圖為廣州企業芭薇數字化產線。（受訪者供圖）



◀位於廣州市白雲區的雪蕾香氣博物館，以9500.878平方米的沉浸式空間挑戰吉尼斯世界紀錄稱號，獲得「最大的香氣博物館」榮譽。在這裏，讓世界看見中國香文化的體系化建設、當代表達與文化自信。

（受訪者供圖）

香啟嶺南 從海絲之路到香氣產業集群

自古以來，廣州便是商貿窗口，是中國與世界連接的重要樞紐。早在唐宋時期，作為「海上絲綢之路」的主要起點之一，廣州的港口已帆檣雲集，商旅不絕。在繁盛的海外貿易中，香料是其中璀璨奪目的重要商品。來自東南亞、南亞乃至更遠地區的各類香料，經由海路匯聚於此，再輻射至中原內陸；與此同時，中國盛產的香藥也經由此條航線遠銷海外。這段綿延的貿易史，不僅為廣州奠定了深厚的商業底蘊，更在這片土地上播下了與「香」不解的緣分，形成了早期香氣文化的交流與積澱。

依托悠久的貿易傳統、毗鄰港澳的區位優勢、強大的製造業基礎以及高度集中的化妝品產業生態，廣州逐步孕育並形成了具有全球影響力的香氣產業集群，匯聚了從香精香料研發、香水設計、生產製造到品牌運營、包裝設計、市場營銷的完整產業鏈條。國內眾多知名香水品牌在此誕生、成長，許多國際品牌的香氣產品也在此進行研發與生產。產業集群內部分工精細，協作緊密，形成了強大的協同效應和規模優勢。

其中白雲區擁有國內最完整的產業鏈，從香原料研發、香精調配至成品生產，各環節專業高效，「香氣」元素滲透護膚品、空間香氛、洗護用品等多類型產品。以當地香氛企業雪蕾為例，其攜手國際調香團隊，累計推出超5萬款原創香型、1.5萬款熱門香型及8000款香精配方，覆蓋高端香氛到大眾日化的全場景需求。

不僅如此，廣州香氛產業還通過文產融合拓展化妝品產業鏈延長新方向。11月底，位於廣州白雲的雪蕾香氣博物館獲吉尼斯認證「最大的香氣博物館」榮譽，創新設計了「聞香—識香—調香—創香」的沉浸式體驗鏈路，通過50多個互動香氣裝置和AI調香系統，調動遊客主動參與體驗。

廣州市雪蕾化妝品有限公司董事長翁振國表示，博物館的建設既是傳播和激活傳統香氛文化的一個場景，也濃縮展現了一家香氛企業發展30年的歷程，是講述和傳承嶺南文化的一個載體。翁振國認為，化妝品行業未來的發展應注重打造企業文化和產品文化，「特別是香氛行業，未來我相信更多的是講內容、講故事、講情緒價值的，通過我們東方的產品文化走到海外去。」

文化賦能國貨崛起 東方美學風行全球

在廣州化妝品產業不斷升級發展歷程中，除了硬核科技力的加持，文化軟實力賦能也不可或缺，這一點從「國貨崛起」可見一斑。統計顯示，2024年國內化妝品市場交易額達1萬億元以上，其中國產品牌市場份額達55.2%，深受消費者青睞。國貨產品在購物平台琳琅滿目的商品欄中十分好辨認，從產品設計、包裝、命名和宣傳中的梅蘭竹菊、青花瓷和山水畫等東方美學，到主打成分中的黑茶、青蒿油、山茶花等中國特色藥用植物原料，「文化」已成為國貨美妝發展的重要內核與抓手，越來越多企業青睞於用中國傳統文化賦能品牌建設。

「過去我們更追求渠道和市場、產品，如今消費者和市場對產品品牌力和品牌文化訴求越來越清晰，這迫使我們進行大量變革。」廣州環亞化妝品科技股份有限公司董事長胡根華自小見證了廣州美妝產業的發展，在他看來，當前正處於

產業從量變到質變的變革節點，文化建設更成為品牌塑造的重要方面。他介紹環亞在品牌文化塑造採用「兩條腿走路」——一方面與非遺文化結合，挖掘傳統內涵；另一方面與當下的專家、網紅（KOL/KOC）進行「文化共創」，貼近現代消費者。

出海過程的文化賦能作用更加顯著。胡根華介紹，隨着國產化妝品企業出海模式從依托廣州供應鏈成本優勢、主打性價比、匹配價格敏感型市場的「產業帶出海」模式，進階到「品牌力出海」模式，市場也進一步拓展到更加成熟的歐美和澳洲市場，其對品牌文化出海的要求也相應更高，「進入這些市場不能僅靠『產業帶』的性價比思維，而應通過輸出中國文化來帶動化妝品消費。」胡根華說。

暨南大學文化遺產創意產業研究院副院長葉志海認為，當下消費者不再僅僅滿足於產品的基本功效，更追求產品所承載的文化價值與精神共鳴。胡根華也強調，無論何種文化出海，產品質量和消費體驗是根本。近年來中國製造的整體形象已從「廉價」轉向「質量、審美、科技有保障」，美妝產品應乘此「紅利」，「但必須抱着做到最好的心態，保證產品質量、提供更好的消費體驗，維護整體國家品牌形象。」胡根華表示，希望借助廣州國際美妝周等平台向海外展示中國化妝品的進步和國產品牌獨特的東方魅力。

機遇大於挑戰 專家：穗美妝產業把握轉型關鍵

第三屆廣州國際美妝周化妝品高質量發展大會開幕式上，中國香料香精化妝品工業協會理事長、醫學博士顏江瑛剖析了「廣州化妝品產業發展的機遇與挑戰」，指出廣州化妝品產業雖面臨品牌升級、研發創新等多重挑戰，但在政策支持、消費升級及大灣區建設等機遇疊加下，發展前景依然廣闊。產業需聚焦科技創新與品牌建設，方能實現從「製造」到「創造」的高質量躍升。對於「十五五」期間廣州化妝品產業發展，顏江瑛提出「政產學研資用傳」協同發力的思路，錨定產業高質量發展方向。

顏江瑛分析指出，化妝品產業正迎來多重戰略機遇。政策層面，近年來國家與地方相繼出台了一系列扶持美麗健康產業發展的措施，為技術創新與轉型升級創造了良好的政策氛圍。消費市場方面，隨着國內消費持續升級，消費者對化妝品的安全性、功效性及個性化需求顯着提升，為中高端國貨品牌提供了成長空間，「消費者需求越來越精準，廣州有強大的研發實力和臨床資源，完全有能力打造針對性強、功效可信的產品。」她表示，本地深厚的製造業基礎與完善的供應鏈體系，仍是產業穩固發展的核心優勢，尤其在快速響應市場變化、控制生產成本方面表現突出。

儘管前景廣闊，專家也提醒，產業面臨的壓力與挑戰不容忽視。結合廣州良好的產業基礎和



▲廣州美妝企業持續投入硬核技術研發。（受訪者供圖）

政策紅利，顏江瑛提出了「政產學研資用傳」協同發力的思路，為廣州「十五五」期間化妝品產業發展給出幾大建議，包括將智能製造升級作為關鍵抓手，筑牢核心競爭力；將ESG指標納入到企業戰略中，提升企業長期競爭力；深耕品類拓展與場景化布局，敏銳感知消費趨勢，搶佔新興賽道先機等。

顏江瑛總結道，「廣州化妝品產業有全國最完善的生態系統、最堅實的產業基礎、最有力的政策支持，『十五五』期間只要聚焦核心問題，協同發力，一定能實現從『制妝大國』核心引擎到『制妝強國』標桿的跨越，讓廣州化妝品成為中國品牌的驕傲。」

►廣州美妝產品在海外市場越來越受歡迎，這背後是產品力、品牌力和出海策略共同作用的結果。（受訪者供圖）

