

精准出击 数智赋能 和合共美 台州打造化妆品现代化监管市域样板

李敬仙 傅静之

2023年以来,台州市市场监督管理局围绕浙江省药品监督管理局“四治融合、四责协同、四妆共美”工作理念,坚定对标“化妆品产业高质量发展”工作要

求,以“亮妆”规范提升行动为载体,全面布局、全域联动,实现“点上发力”“链上精控”“线上突破”“域上延展”,逐步形成具有台州辨识度的高效集成、精密智控

的“美妆”新生态。

截至目前,台州市县所三级联动,共检查化妆品生产经营企业9719家次,发现问题并责令整改512家次,立案219起,立案数同比增长65%。“亮妆”行动成效明显,化妆品现代化市域监管样板初具成型。

“台州并非化妆品产业大市,但在‘化妆品监管强市’目标下,这几年探索出了非现场‘智慧化’监管新路径。”台州市市场监管局相关负责人表示。

比如,由台州首创的化妆品经营“五查三有一录入”即“531”工作法,解决了新条例出来前经营领域查什么、怎么查、录什么等问题;探索网销化妆品监测、固证、核查、处置、应用全数字化监管“五环”工作法,解决了监测难、固证难、落地难等问题。2021年,“浙江省化妆品网络监测中心”落户台州。

一直以来,网销化妆品都是监管难点。如何破题?台州构建起“数字辨妆”

智慧监管系统。经过不断迭代升级,化妆品经营云查验平台、云监管平台和云共享平台功能更加成熟。2023年,台州优化了不合格化妆品处置流程,问题查找更加精准、风险锁定更加快速。截至目前,“数字辨妆”已注册经营主体9419家,入库商品数12.5万个,企业活跃度维持在75%上。

“数字化监管工作格局,让台州打造化妆品现代化监管样板有了技术支撑。”台州市市场监管局相关负责人表示。2023年,台州市市场监管局创新开发了“云哨”监测端,将网络直播和手机移动端纳入监测范围,发现存疑线索392条,均有效处置。

不光网上监测精准,台州市市场监管局线下监管同样高效。围绕“企业落实化妆品质量安全主体责任”,在省局飞检基础上,2023年实现生产企业检查全覆盖。同时,以产业链、价值链、价值链创新发展需求为导向,建立重点企业

、重点项目、重点产品遴选及专人服务机制,实施“线上+线下”和“单点+集中”服务,切实提升安全评估、备案指导、生产规范等服务效能。2023年,开展化妆品生产企业线下和线上交流培训27场次,“点对点”现场指导36家次,助力419个国产普通化妆品上市,指导竹之语生物科技等4家企业完成转型升级。

多年深耕,台州美妆产业集群趋势明显,已初步形成了黄岩洗发、染发类产品,黄岩、临海除臭类化妆品,路桥、台州湾新区香水产业带,辐射带动周边能力不断增强。随着化妆品经营领域的管理日渐规范,台州涌现出了以“名媛名妆”等为代表的本土美妆专卖店、美容美发店,在规范经营、质量管控上起到了较好的示范作用,极大满足了群众“安全用妆”需求。

借势借力,台州化妆品共治共享“金名片”更具辨识度,在全省率先推行

化妆品经营使用单位好差评晾晒管理,深入推进“双随机+信用”监管。2023年,台州共创建品质商圈街区4个、示范宾馆42家、美容美发示范单位416家,超额3倍完成省定任务,行业自律显著加强。围绕“3·8”“3·15”及化妆品科普宣传周等重要节点,举办系列活动117场,创新开展“你点我检”“你拍我查”“你问我答”三个“你我活动”,强化公众监督和参与,“美丽消费升级”工程更加深入人心。

接下来,台州将紧扣政务服务增值化改革主题主线,紧盯生产、流通、使用和网销四端夯实企业主体责任,做好服务与监管文章,将以“亮妆”提质增效行动为抓手,全流程严管确保化妆品全生命周期安全;以台州产业优势为支撑,做强“品质好妆”、做优“时尚潮妆”、做精“生态美妆”、做新“功效特妆”,切实提升“台产美妆”知名度和美誉度。



市场监管干部协同化妆品社会监督员,对“百千万”美丽消费升级工程创建单位进行对标检查。(图片由玉环市市场监督管理局提供)

当前,国货消费浪潮已成趋势,民族品牌和中国制造越来越受到消费者的青睐。国货美妆如何做到加速崛起、开拓属于自己的高质量发展之路?

这是整个国货美妆行业面临的挑战,也是专注纯净美妆赛道的花皙蔻一直在思考的问题。

花皙蔻自创立至今,一直以纯净护肤理念深入人心,构建了集品牌美学、亲测功效、科研技术于一体的产品体系。历经10年打磨,花皙蔻不仅成为CLEAN BEAUTY纯净护肤引领品牌,也是中国纯净美妆国家标准的制定者与第一起草单位;主打的牡丹抗老系列产品连续登上抖音“爆款榜”“年度金榜”。

花皙蔻,让世界看到东方美,新花样。

妆是生命周期符合公开透明可追溯、对人体健康安全、对环境友好的化妆品。同时规定了产品生命周期各环节的高标准要求,从成分、研发、设计、功效、亲测、包装等每一项环节,高标准运作,高标准执行。

做标准的引领者,花皙蔻的底气来自专注纯净美妆赛道11年的专业资历。2019年,国内外品牌关注纯净美妆的初期,花皙蔻率先发布了2000+NEVERLIST禁用成分清单,禁用成分数量高于国内与欧盟标准,尽可能为消费者提供安全、无毒的纯净美妆,构筑化妆品成分安全墙;2023年,花皙蔻又联合行业权威机构、品牌方、科研机构共同见证《纯净美妆可持续发展9C认证体系》启动;2023年9月,由花皙蔻母公司美出莱及12家企业共同起草的国家标准《化妆品中禁用组份酸性红73和溶剂红1的测定 液相色谱-串联质谱法》文件发布;目前,由花皙蔻参与起草的国家行业标准《日用化学用品质量追溯体系

花皙蔻:让世界看见东方美 新花样

傅静之



品牌主理人韩婕珺应邀作为世界牡丹大会牡丹化妆品企业代表发言

规范》也正在制定推进。花皙蔻持续聚力纯净美妆标准的制定,为化妆品用户构筑安全墙,也让上下游供应链共享共创“纯净美妆”标准。

花皙蔻始终将科技创新作为高质量发展的核心驱动力,2023年,花皙蔻获“国家级高新技术企业”荣誉。致力于东方花植的传承与研究,2024年1月,花皙蔻接连在国家级学术期刊上发



花皙蔻牡丹青花瓷限定礼盒

(图片由美出莱(杭州)化妆品有限责任公司提供)

表两篇牡丹研究相关的论文。左手源头把控,花皙蔻在中国牡丹之都菏泽的1600亩种植基地,提供安全纯净的牡丹原料;右手科技研发,花皙蔻与北京大学&未名拾光生物研究中心、北京市植物资源研究开发重点实验室合作,并联合知名原料供应商Givaudan奇华顿成立创新研究院,以高新技术平台为依托研发出“牡丹生物芯技术”,研发了4

款特有牡丹原料并取得11项牡丹护肤技术专利。

聚焦牡丹护肤研究,50位科学家倾注心血,15轮原料的数据测试,62轮次的配方打磨,千名用户的体验,只为追求心之所向的牡丹之美和护肤效果。这个世界上没有完美,但是我们可以通过坚持和努力,不断趋近完美。”花皙蔻品牌主理人小苏(韩婕珺)说。

以跨界为纽带 走美妆产业与文化融合之路

当传统文化遇上现代美妆,会绽放何种精彩?花皙蔻通过传统文化与美妆产品的跨界融合,在继承和发展中尽显东方韵味,激荡文化自信。

2023年9月5日,花皙蔻作为国货美妆代表,亮相2023国际消费全球趋势大会,花皙蔻牡丹系列产品作为护肤礼赠送给各国外交官。

这份特殊的礼物,是花皙蔻特邀国画大师手绘牡丹纹,融合青花瓷元素匠心打造的花皙蔻品牌主理人小苏亲手题赋,呈现东方之美、品牌研发理念和产品内涵;内含“牡丹盛世美颜霜”“牡丹盛世美颜霜”两款主打产品及“牡丹倾城琉光雕花口红”“牡丹遮瑕气垫”两款牡丹成分产品。

有颜值更有内涵,花皙蔻所有产品都严格遵循纯净美妆标准,花皙蔻牡丹盛世美颜淡纹紧致精华霜的修护、精致、抗皱功效经由瑞士SGS人体亲测验证。

花皙蔻将传统文化与国货美妆完美结合,打造“国妆”新高度,毋庸置疑的是,以美好生活为名,花皙蔻还将讲好更多的中国故事、创造更多的国货传奇。

气蕴东方,让国妆闪耀世界舞台 ——毛戈平美妆的特色发展之路

朱言

毛戈平,多次开启中国美妆行业的先河:他是发行化妆艺术教学VCD的化妆师,创办自己形象艺术设计学校的校长,也是推出个人同名化妆品品牌MAOGEPING的品牌创始人……他参与、推动、见证了整个中国美妆行业的萌芽、发展、壮大,把化妆艺术和化妆师从幕后推向台前。也正是他,让中国化妆品在国际品牌的“竞争丛林”中闯出了一条具有东方辨识度的发展道路。

2000年,毛戈平成立毛戈平化妆品股份有限公司,用自己的名字创建了化妆品品牌——MAOGEPING。20多年过去了,做中国人自己的高端美妆品牌,他初心未改。

为满足消费者关于“美”的需求,帮助其通过“美”由内而外获得文化自信,毛戈平美妆以东方人的肤质肤色为起点,通过独有的光影美学理念、卓越的产品品质、专业的化妆技巧,帮助更多人美起来,并用体验的方式传递给消费者,让消费者真正感受到产品的品质后再进行消费。这套行之有效的理念,使毛戈平美妆赢得了越来越多的忠实用户。

目前,MAOGEPING品牌已在全国90多个城市的中高端主流百货商场设立了近400家直营形象专柜,而这背后,全国9所毛戈平形象设计艺术学校的人才和专业储备是其强大技术力量,这也是毛戈平美妆最独特的“护城河”。

与时代同行,与美丽共舞。通过杭州第19届亚运会等国际赛事舞台,毛戈平美妆以“彩妆+文创+体育”走出了一条化妆品产业高质量发展的特色之路,助推浙江化妆品高质量发展驶入快车道。

美妆牵手文创 把中国传统文化植入时尚新潮

东方美学,不只是对民族文化的风骨传承与坚守,更是坐拥世界舞台一席之地的大国自信。让世界看到东方美,是毛戈平美妆自创立以来一直坚持的品牌信念。

2018年,毛戈平品牌与故宫文创展开深度合作,先后五期开发推出“气蕴东方”系列产品。这个系列的最大特点是彩妆产品的艺术品化,通过彩妆产品诠释中国传统文化中的东方之美。然而,它不是纯粹对古代元素的照搬复制,而是现代时尚审美的提炼与升华,如取自宋徽宗《草书千字文》和《白头丛竹图》元素的翰墨赋倾颜双色高光盘、借鉴宋画《梅花绣眼图》造型的暗香疏影凝颜粉饼。

灵感背后,是孜孜不倦的研习与精耕细作的匠心。通过对故宫藏品的大量研究,毛戈平美妆从中萃取到了属于自己的“东方美学”基因。如何将中国传统文化符号通过美妆载体时尚地转换和表达出来,让新一代的消费者接受和喜欢,是品牌的追求,也是国潮的使命。



翰墨赋倾颜双色高光盘



气蕴东方·亚运礼献系列

代表彩妆行业一流开发能力和工艺品质的匠心之作吸引了更多具有国际化视野的合作方。2020年,丝芙兰给毛戈平美妆抛来橄榄枝,希望开展独家合作,MAOGEPING·LIGHT毛戈平光韵系列诞生了,并迅速成长为丝芙兰销售过亿的中国高端美妆代表之一。2021年,杭州亚运会组委会邀请毛戈平化妆品股份有限公司作为杭州亚运会官方指定彩妆用品及化妆服务供应商和特许经营零售企业联名发布美妆特许产品。历经一年多的反复修改调整,2022年8月10日,亚运历史上第一套美妆类特许商品“气蕴东方·亚运礼献”正式面市。其以杭州风土人文为灵感,还创新性地将杭州人文美景和亚运元素融入美妆产品,打造出杭州亚运会特许商品的“新玩法”。

此次推出的亚运联名美妆特许产品在亚运会色彩系统中汲取4种色彩主题融入系列产品,诠释淡墨·包容之色、青山·生态之色、桂花·芬芳之色和霞光·气韵之色;新品外观以龙的形象作为华夏精神的代表元素,内部分别配以亚运主场馆莲花、山景、祥云、西湖月影、钱塘江潮等描摹江南印象,诠释“欲把西湖比西子,淡妆浓抹总相宜”的独特韵味和诗情画意。

持续强化企业自研能力,是打造高品质国货的重中之重。同样道理,放在

美妆行业亦如此。想要在高质量发展的道路前行,国货美妆需要更笃定地坚持“大胆创新、深耕精耕”的态度与精神,带动品牌走向世界舞台。

彩妆跨界体育 让世界看到五千年东方美学

在杭州第19届亚运会上,多位女运动员一袭“彩妆”、指尖斑斓上“战场”,用矫健的身姿争金夺银,成为亚运会上亮眼的风景。

这一抹靓丽东方色的背后正是有毛戈平及其彩妆团队的贡献:为亚运会开闭幕式演职人员提供妆造设计与化妆服务,在亚运会运动员村和主媒体中心开设美妆服务站,为对比赛妆容有极高要求的中国花游队做妆造设计和呈现……

毛戈平创新性地走出“彩妆+体育”路径,以美妆为运动锦上添花,助力中国健儿展现更大能量与更美风采的

同时,也让东方美更闪亮地走向世界舞台。

比如,在花样游泳比赛中,毛戈平美妆团队为运动员王柳懿与王芊懿的花游作品《猎豹》设计了专属妆容,以“东方之美”的色彩着墨,使“猎豹”更富力量感,带来更强烈的视觉冲击,增强了作品的艺术性与观赏性。运动联动美妆更好地呈现运动健儿在比赛中坚定、专注和自信的状态,向世界展示东方的力学与美学,向世界传递出力量之美、运动之美。

美妆跨界体育强势破圈生长,不仅刷新了大众对于美的想象力,为美妆行业发展提供了新方向,更以亚运会为契机在国际的舞台上彰显出强大的东方力量,让世界看到了东方之美。在运动场上,展现的是兼具力量与诗情画意的东方魅力。

经过23年的市场锤炼以及对消费者的洞察,毛戈平深刻地意识到,创造一个美妆品牌的意义,不仅是要精益求精做好产品,更要把情怀和文化融入其中。“我们能参与亚运会,在世界级赛事上大放异彩,是品牌力建设发展所迈出的重要一步,也是毛戈平美妆在消费者心目中‘专业彩妆品牌’形象的一次深化,具有里程碑的意义。”

美妆品牌与体育界的合作不再局限于一场赛事,深度合作已成为品牌沉淀的一种选择。始于中国,放眼世界,从发力国潮文创到美妆与体育跨界,毛戈平致广大而尽精微。

浙江化妆品产业集群走高质量发展道路,其中像毛戈平美妆这样推动品牌升级的民营企业,也正发挥着积极作用,在机遇与挑战中,探索可持续发展的新解思路。

正如毛戈平所说,“体育精神的本质是勇敢,是无所畏惧,是不断挑战自己,勇敢的人是美的,而美就是一种力量”。毛戈平美妆挖掘出美妆和体育运动之间的契合点,为美妆与东方文化的发展传播找到了新的赛道,也为其他国货产品的发展提供了全新的参考。



毛戈平美妆服务团队正在为亚运会闭幕式演职人员做妆造

时,也让东方美更闪亮地走向世界舞台。

比如,在花样游泳比赛中,毛戈平美妆团队为运动员王柳懿与王芊懿的花游作品《猎豹》设计了专属妆容,以“东方之美”的色彩着墨,使“猎豹”更富力量感,带来更强烈的视觉冲击,增强了作品的艺术性与观赏性。运动联动美妆更好地呈现运动健儿在比赛中坚定、专注和自信的状态,向世界展示东方的力学与美学,向世界传递出力量之美、运动之美。

美妆跨界体育强势破圈生长,不仅刷新了大众对于美的想象力,为美妆行业发展提供了新方向,更以亚运会为契机在国际的舞台上彰显出强大的东方力量,让世界看到了东方之美。在运动场上,展现的是兼具力量与诗情画意的东方魅力。

经过23年的市场锤炼以及对消费者的洞察,毛戈平深刻地意识到,创造一个美妆品牌的意义,不仅是要精益求精做好产品,更要把情怀和文化融入其中。“我们能参与亚运会,在世界级赛事上大放异彩,是品牌力建设发展所迈出的重要一步,也是毛戈平美妆在消费者心目中‘专业彩妆品牌’形象的一次深化,具有里程碑的意义。”

美妆品牌与体育界的合作不再局限于一场赛事,深度合作已成为品牌沉淀的一种选择。始于中国,放眼世界,从发力国潮文创到美妆与体育跨界,毛戈平致广大而尽精微。

浙江化妆品产业集群走高质量发展道路,其中像毛戈平美妆这样推动品牌升级的民营企业,也正发挥着积极作用,在机遇与挑战中,探索可持续发展的新解思路。

正如毛戈平所说,“体育精神的本质是勇敢,是无所畏惧,是不断挑战自己,勇敢的人是美的,而美就是一种力量”。毛戈平美妆挖掘出美妆和体育运动之间的契合点,为美妆与东方文化的发展传播找到了新的赛道,也为其他国货产品的发展提供了全新的参考。

(图片由毛戈平化妆品股份有限公司提供)