

新时期化妆品国际化发展新思考（修订连载 11）

四、摊开“危”与“机”

1、辨“危”

从 2021 年起的五年内，我们化妆品制造业面临的“危”，主要是：

- ①、RCEP 会让一些低端的化妆品制造业，丢失国际代工市场。苟延残喘，不如往西或西南转移；而产业升级，方是正道，并已迫在眉睫。
- ②、CAI 后，会出现一批欧洲企业独资的化妆品工厂，外资品牌的市场响应速度必然提高。随后逐步也提供 OEM/ODM 制造，将进一步挤压本土已经产能过剩的化妆品制造业。增强本土化妆品的产能输出，势在必行，无论产品输出、还是品牌输出。
- ③、多年来，美国向中国的产能转移，带起了一批为美国贴牌的化妆品工厂，他们将在中美二国持续的战略博弈中，面临高风险。转移业务向其它国家，将是必然之举。
- ④、人民币对美元升值，而对内贬值趋势，将可能削弱我化妆品出口的竞争力。提高我出口化妆品的价值含量，才是正确的应对之道。产品输出的价值提升关键在技术、品牌输出更还有品牌价值提升。
- ⑤、RCEP 和 CAI 会开放更多的国外品牌便利地进入中国消费市场，群雄们即将以更惠民的价格逐鹿中土。对于业界之企业和品牌，鹿死谁手并不重要，自己不要成为了“鹿”，更加重要。

作者：

广州市思无域商务服务有限公司：陈曦

2021 年 5 月 12 日发稿，本稿为 6 月 7 日修订版



欢迎加微信与作者讨论：



；更多资讯：