

材料博士论坛

指导单位：广东省生产力促进中心

主办单位：广东材料谷、广东博士创新发展促进会、广东省科技金融促进会

联合主办：广东省材料研究学会、中国高校（华南）科技成果转化中心、广东股权交易中心

环亚研究院副院长龚盛昭： 培养精细化技术人才 助推化妆品产业 高质量发展

国产化妆品要突围，材料是关键，尤其是精细化材料，必须要把原料生产技术牢牢掌握在自己手里；而要薪火相传、生生不息，校企共建、产教融合是关键。

采访、编辑 | 李佳琪 文 | 何静怡 责任编辑 | 苏莉娜 图 | 由受访者提供

《科技与金融》出于传递商业资讯目的刊登本栏目文章，不代表本刊立场。



龚盛昭

- 国务院特殊津贴专家、国家级名师；
- 广东省绿色日用化工工程技术研究中心主任；
- 广东省化妆品学会副会长；
- 华南理工大学日化行业校友会副会长；
- 广东轻工职业技术学院精细化技术专业教授；
- 广州环亚化妆品科技有限公司研究院副院长。

国潮风下，国货强势崛起，多个国产化妆品成功“出圈”，成为新消费趋势。然而，流量经济下，品牌更新速度快，仅靠营销手段难以获得持久生命力，不少“网红”产品稍纵即逝。国产美妆该如何破局，让“网红”成为“长红”？广州环亚化妆品科技股份有限公司研究院副院长龚盛昭博士用自身经历悟出了破解之法：既要有顺应潮流的营销能力，也要扎根研发、注重品质、产教融合以及创新产品，这才是品牌突围之道。

行业突围：材料是关键

直播带货、国潮文化、政策红利等多重因素下，本土化妆品迎来发展春天。“现在年轻人接触到很多信息，有独特的消费观，不会一味迷信国外大品牌，他们会对比产品价格、成分、使用

效果，讲求高性价比，质优价廉的产品更能获得认可，这为国产化妆品的崛起创造了很大机会。”龚盛昭说，国产化妆品的配方技术跟国外大牌已经没有显著差异，但部分化工材料的精细化技术，跟国外还有一定距离，尤其是一些高端原材料，大部分都掌握在国际化工企业手上，国内企业几乎只能代理，极少数企业具备新材料研发能力，成为行业发展的一大掣肘。”

化妆品作为配方型产品，需要多种材料复合搭配，其产品功能与原材料密切相关，攻克原料精细化技术是国产化妆品品牌发展的突破关键。龚盛昭打趣道，“给化妆品做配方犹如日常炒菜，有好食材才能做出好味道，好的化妆品也必须要有好的原料。”

然而，当前国产化妆品的新材料研发速度一直

要发展就要突破，要突破就要创新，从材料源头到生产技术都要创新，没有创新是做不成品牌的。

弱于新产品的出现速度，这对行业长远发展极为不利，也容易受全球供应链等因素影响，出现原料“卡脖子”困境。对于这些，龚盛昭深有体会，“化妆品领域，材料才是真正不可替代的，必须要把原料生产技术掌握在中国人自己手里。”

广州环亚化妆品科技股份有限公司（以下简称“环亚”）作为一家集研发、生产、销售、服务为一体的综合性美容化妆品高新技术企业，主打天然活性化妆品，涵盖洁肤护肤、洗护发、身体护理、精油、彩妆等领域，不仅需要多个种类的原料，而且需求量非常大。“环亚专门设立了研究天然活性物的部门，就是要把关键材料掌握在自己手里。”龚盛昭告诉记者，对原料及其产地的深入挖掘也是研发优质天然化妆品的重要步骤，他们通过探寻各地，建立合作基地，以保证道地原料的稳定供应。目前，环亚已在云南、甘肃等地建立起玫瑰、中药材等原料生产基地。

深耕精细化工领域多年，“稳定性”早已成为龚盛昭考虑最多的问题。在他看来，不仅要保障供应量的稳定，材料品质的稳定性更是至关重要，尤其是化工原料。行业对国产原料信心不足，很大一个原因就是品质参差，保证产品稳定性是当下原料生产商亟需解决的关键一环。“化妆品是复配产品，即使是添加率只有1%的原料出现问题，另外99%的其他原料也要一起倒掉，甚至导致整批产品报废，这无论对化妆品生产商还是材料商来说，损失都是巨大的。”

龚盛昭直言，大牌化妆品企业早期使用的大部分原材料是进口材料，现在随着技术进步，国产原料的品质得到了很大提升，也逐渐被大牌化妆品生产企业所接受。原料作为推动整个化妆品行业发展的核心动能之一，其国产化势在必行，尤其在精细化领域。“现在很多知名化妆品生产企业，已逐步增加国产原料的使用量，一方面可减轻企业成本，另一方面也助推了原料国产化进程。”龚盛昭还提醒广大企业，平时要多考虑替代方案，无论是使用国产原料还是进口材料，都要防患于未然。

品牌“长红”：技术创新是秘诀

创新是引领发展的第一动力。自创立以来，环亚一直致力于高科技化妆品的研发，注重科技创新，已建有皮肤素材研发、配方研发、应用基础研究、功效评价研究、中医中药研究、包装创意设计和开发、消费者研究等领域的研发体系。如今，环亚已取得134项授权专利，其中发明专利60项，实用新型15项，外观设计59项，多项成果获得科技进步奖，成功获批高新技术企业，广州市创新型企业、广州市创新标杆百家企业等。

“网红经济”下，营销方式多样，风口之上的国产化妆品快速崛起，但龚盛昭始终保持着清醒认识，“要发展就要突破，要突破就要创新，从材料源头到生产技术都要创新，没有创新是做不成品牌的。”他透露，一些中小化妆品OEM

（Original Equipment Manufacture）加工厂，平时主要以仿制为主，不太注重研发，很多时候做一次产品出去就没有回单了。虽然我国的化妆品生产技术水平跟国际大企业相比还有距离，要完全实现自主创新还有一段路要走，但只靠流量挣快钱，是难以长足发展的，还是要扎根研发，主导创新创造，注重品质，才能打造品牌、走得更远。“化工材料种类繁多，有些化学性质是非常相似的，容易彼此替代。要发展创新，就要做功效型的、附加值高的、技术含量高的新材料。”据悉，环亚当时就是凭借对行业发展趋势的预测，创新性地把氨基酸表面活性剂运用到洗发水上，打开了整个洗护产品市场。

在互联网时代，企业除了要打造硬技能，还要有品牌思维。“现在已不再是酒香不怕巷子深的时代，不仅要把品质做好，还要通过多元化的营销方式，把产品推销出去，打响品牌知名度。”龚盛昭介绍，为了更好地走向国际，实现“做冠军产品，创世界名牌”的企业使命，环亚已在澳大利亚设立工厂，为进一步国际化奠定基础。

随着国产化妆品品牌的不断沉淀和新零售方式的强势崛起，展望未来，龚盛昭充满信心，他相信中国十年之内定会有国际品牌出现。

薪火相传：产教融合是关键

人才，是企业的生命线，而人才培养更是企业发展的动力。龚盛昭除了是广州环亚化妆品科技股份有限公司研究院副院长，也是广东轻工职业技术学院精细化技术专业教授、广东省高校珠江学者特聘教授。多年来，他为日化行业培养输送了大批优秀人才。

企业工程师与教师的“双重身份”，让龚盛昭对人才培养有着更加深入的思考。常年游走在企业与教学之间，他深知人才培养对企业发展的影响之大。“以前高校和企业是脱节的，学校对企业不了解，很多成果不知道如何产业化，企业也不知道高校有什么成果可用于优化生产。所以职业教育要强

调应用，若老师教给学生的知识跟企业实际应用不一致，人才培养质量就会降低。”

回顾自己多年的教学与科研经验，龚盛昭表示，学校有各领域的专家教授，有课题支持，应该承担起行业基础研究的重任；而企业人力成本昂贵，讲究投入产出效益，可以做一些应用基础研究，比如化妆品美白物质的机理研究、功效对比等。他强调，“产业要跟教育融合在一起才有前途，校企之间应该是联动而不是脱节，要把产业与教学密切结合，互相促进。”

作为职业院校教师的龚盛昭也深深体会到校企合作的不易。“企业要技术支持，一般都是优先找高等院校合作，高等院校挑剩的项目才有机会给到职业院校。”他跟记者回忆，之前为了拿到企业的合作研发项目，跑遍中山、佛山等珠三角地区，靠着主动上门服务的诚意，才打动对方。

龚盛昭用亲身经历进行着产教研实践，总结出“以研促教、以研育创”的高职创新型技术技能人才培养模式，提出“四强四能”卓越高职教师培育实施方案。他指出，要用科研积累教学素材，继而转化为教学资源。同时，要从师德、教学、科研和技术服务四个维度提升职业院校教师的师德思政育人能力、教学设计实施能力、科技创新转化能力、产业发展服务能力。“学校要做产学研，首先就要自身硬，要做到强师德、强教学、强科研、强服务，老师也要有追求卓越的动力。”

龚盛昭坚信，要解决教学资源与企业不一致、企业参与动力不足等问题，学校、企业需要协同创新、协同育人，才能实现校企双赢。“我们会鼓励企业技术人员、工程师把一些研究数据、心得内容以科技论文的形式公开发表，分享环亚智慧，共同促进整个行业发展。”

产教融合、薪火相传，龚盛昭一边带领环亚研发团队攻克化妆品技术难关，一边培养精细化工技术专业人才，用行动践行产业高质量发展之路。

