

新质生产力赋能化妆品产业高质量发展的逻辑机理、现实挑战与实践进路

郭峥¹, 程伟²

(1. 中国科学院大学, 北京 海淀 100080;

2. 中国抗衰老促进会化妆品产业分会, 北京 西城 110032)

摘要: 在深入贯彻习近平总书记关于发展新质生产力与扎实推进高质量发展重要论述的背景下, 化妆品产业作为“美丽经济”的重要构成, 其高质量发展不仅是行业自身发展的内在需求, 更是时代赋予的重大课题。围绕这一核心理念, 深入探讨了新质生产力赋能化妆品产业高质量发展的逻辑机理, 提炼出高科技创新、高标准市场建设、高水平人才培养及高品质生态构建这一“四高”核心机制。然而, 化妆品产业在追求高质量发展的道路上仍面临诸多挑战, 诸如专业研发人才短缺、产业结构失衡、基础研究领域薄弱及前沿科技研发滞后等, 这些问题严重制约了我国化妆品品牌核心竞争力的提升。基于此, 从宏观政策引导、中观产业结构调整、微观创新主体培养三个层面, 系统解析了新质生产力视角下化妆品产业实现高质量发展的实践路径与策略选择, 旨在为化妆品产业的转型升级与高质量发展提供理论支撑与实践参考。

关键词: 新质生产力; 化妆品产业; 高质量发展; 逻辑机理; 实践进路

中图分类号: TO658

文献标识码: A

文章编号: CACAF0124011

The theoretical mechanism, practical challenge And practical path of new quality productive forces enabling High-quality development of cosmetics industry

GUO Zheng¹, CHENG Wei²

(1. Sc1. University of the Chinese Academy of Sciences, Haidian 100080, Beijing;

2. Cosmetics Industry Branch of China Anti Aging Promotion Association, Xicheng, Beijing
110032)

Abstract: Under the guidance of President Xi Jinping's important discourses on the development of new quality productive forces and the promotion of high-quality development, the cosmetics industry, as a

收稿日期: 2024-08-28; 定用日期: 2024-09-04

作者简介: 郭峥, 女, 博士研究生, E-mail: gz@caseab.ac.cn

key component of the "beauty economy," faces not only an inherent demand for its own advancement but also a significant task mandated by the times. delves into the logical mechanisms by which new quality productive forces the high-quality development of the cosmetics industry, extracting the "four-high" core mechanisms: high-tech innovation, high-standard market construction, high-level talent cultivation, and high-quality ecosystem building. However, the cosmetics industry still encounters numerous challenges on its path to high-quality development, such as a shortage of specialized R&D talents, imbalanced industry structure, weak foundational research, and lagging frontier technology development. These issues severely restrict the enhancement of brand core competitiveness. In response, this paper systematically analyzes the practical paths and strategic choices for achieving high-quality development in the cosmetics industry from the perspectives of macro-level policy guidance, meso-level industrial structure adjustment, and micro-level cultivation of innovative entities. The aim is to provide theoretical support and practical reference for the transformation, upgrading, and high-quality development of the cosmetics industry.

Keywords: new quality productive forces; cosmetics industry; high-quality development; logical mechanism; practical path

1 引言

2024年1月31日,习近平总书记在中共中央政治局第十一次集体学习时深刻指出:“发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点”^[1],这一重要论断为新时代我国经济社会发展指明了方向,也为化妆品行业的转型升级与高质量发展提供了根本遵循。近年来,我国化妆品行业积极响应国家号召,以满足人民对绿色、健康、美丽生活的追求为目标,围绕提升消费者生活品质,致力于推动行业全方位升级与转型。通过规范行业标准、丰富产品种类、探索新原料等方面,取得了显著成效。国家统计局数据显示,2023年我国化妆品零售额达4142亿元,同比增长5.1%^[2],同时,我国化妆品行业在科技创新方面表现突出,专利申请总量长期居于世界前列,彰显了我国化妆品行业发展的创新活力和巨大潜力。

然而,在快速发展的同时,中国化妆品市场亦面临专业研发人才匮乏、产业结构不合理、基础研究领域薄弱、前沿科技研究滞后等多重挑战,导致品牌核心竞争力不强、产品同质化现象严重等。这些问题的精准识别与有效解决,是推动我国化妆品行业迈向高质量发展阶段的

重要前提。

新质生产力本质是由创新驱动的先进生产力,是由技术革命的突破性突破、生产要素的创新性配置以及产业的深度转型升级,共同塑造的一种全新的、先进的生产力形态^[3]。化妆品产业,作为科技与艺术完美交融的典范,本质上是一个创新创业驱动型产业。其中,科技是“质”变的核心引擎,是推动化妆品产业高质量发展的根本动力;而资金、技术、人才等生产要素的创新型配置,是实现这一发展目标的关键所在;而产业的深度转型升级,是化妆品产业迈向高质量发展的必由之路。因此,新质生产力的内涵和化妆品产业高质量发展的目标高度契合,探讨新质生产力如何赋能化妆品行业高质量发展,不仅具有重要的理论价值,更具有深远的实践意义。

2 新质生产力赋能化妆品产业高质量发展的逻辑机理

新质生产力以其高技术、高效能、高质量的发展特征,成为推动产业升级和经济转型的核心动力,其显著标志是全要素生产率的大幅提升,根本在于创新驱动,关键在于质优增效。在这一发展背景下,化妆品行业作为消费升级的重要领

域，其高质量发展不仅关乎产业升级和经济效益的提升，更与消费者的健康福祉息息相关。本文认为，新质生产力赋能化妆品行业高质量发展的逻辑机理，主要体现在以下四个核心维度：科技创新提升产业核心竞争力、数字化赋能高标准市场体系构建与优化、高水平复合型人才驱动创新链与产业链的深度融合、绿色科技助力高品质生态可持续发展。这四个维度相互协同、共同作用，不仅推动化妆品产业向高质量发展阶段迈进，更引领构建一个更加健康、可持续、富有竞争力的产业生态体系。

2.1 科技创新提升产业核心竞争力

科技创新不仅是“质”的核心，也是化妆品产业得以高质量发展的核心驱动力。新质生产力理论强调，通过技术创新和模式创新，能够催生新的生产要素组合方式，进而形成产业升级的新动能。一方面，中国化妆品产业正经历着“原料热”的深刻变革。据国家药品监督管理局的数据显示，2023年化妆品新原料备案数量增至69项，与2021年的6项和2022年的42项相比，实现了显著的增长。这一趋势不仅标志着化妆品原料“国产化”步伐的加速，也体现了中国化妆品企业在研发和技术领域的深耕细作，正逐步突破进口原料的依赖瓶颈。另一方面，中国植物成分研究的持续升温，为新质生产力的释放开辟了又一重要阵地。随着“纯净护肤”理念的深入人心，消费者对成分天然、绿色的护肤品需求日益增长，这为富含中国传统文化底蕴的植物成分提供了广阔的市场空间。

自主研发是化妆品产业提升核心竞争力的金钥匙。当前，“中国成分”的自主研发已成为化妆品行业的主流趋势，它不仅极大地丰富了产品阵容，更为中国化妆品企业实现跨越式发展、实现弯道超车提供了前所未有的宝贵机遇。通过持续精进研发技术，以新技术、新材料和新工艺为试金石，不断探索与创新，化妆品企业能够开发出更多蕴含创新性与显著差异性的产品，这将有效提升产品的核心竞争力和附加值，助力化妆品产业在供给侧实现质的飞跃。同时，这种创新策略还能够精准对接需求侧消费者对安全、有效、

个性化等新兴消费范式的追求，从而全面推动化妆品产业向高质量发展阶段迈进。

2.2 数字化赋能高标准市场体系构建与优化

习近平总书记明确指出，深化要素市场化改革，建设高标准市场体系，加快构建全国统一大市场^[4]。这一战略部署不仅是实现我国经济高质量发展的重要举措，更是全面提升市场经济效率、公平性和透明度的关键环节。党的二十大报告进一步强调，加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，是把握新一轮科技革命和产业变革机遇、加快实体经济高质量发展进程和建设以实体经济为支撑的现代化市场体系的战略选择^[5]。在此背景下，化妆品行业作为“美丽经济”的重要构成，其高质量发展对于高标准市场体系的构建具有示范效应。

化妆品原料的核心成分及其提取技术，是化妆品企业在市场透明度日益提升背景下维持并强化市场竞争优势、实现差异化发展的关键要素。中国社会科学院国情调查与大数据研究中心、透明标签、时代消费实验室联合发布的《2024中国护肤品消费趋势报告》显示，超九成（94.93%）的消费者认为护肤品的“成分配方安全、科学”至关重要^[6]。这表明，化妆品市场透明度的提升是建设高标准市场体系的核心内容。通过提高市场透明度和加强市场监管，以更高标准引领市场健康有序发展，可有效解决信息不对称问题，促进公平竞争，增强消费者信心。在此过程中，数字化赋能发挥关键作用。大数据、区块链和人工智能等数字技术，不仅能将化妆品原料的有效成分、产地信息以及研发和生产过程等消费者关注的关键信息公开化，显著提升市场透明度，减少信息不对称，还能赋能监管机构，实现更为精准和高效的市场监控。

此外，数字化技术的深度融合和广泛应用，将为化妆品高标准市场体系的构建注入新的活力，对于促进市场资源配置的高效化、优化供应链管理的精细化以及全要素生产率的显著提升具有重要意义。借助大数据分析，企业能够较精准刻画消费者行为模式，从而提升营销策略的针对性和科研成果的商业化效率，进而研发出更

加贴合市场需求、引领消费趋势的新产品，以实现市场响应速度与竞争力的双重提升。

2.3 高水平复合型人才驱动创新链与产业链的深度融合

当前，新一轮科技革命和产业变革加速演进，发展新质生产力、提升产业核心竞争力，迫切需求培养具备深厚专业知识、精湛技能、前瞻性洞察力及先进管理创新思维的高水平复合型人才。此类人才能够打破传统思维桎梏，开辟全新技术路径，引领行业实现跨越式发展。

化妆品行业作为交叉学科领域，兼具化学、生物学、材料学、医学、艺术学等跨学科特性，正面临前所未有的技术革新机遇。随着生物制造、生命科学、人工智能等前沿学科的迅猛发展，化妆品研发与生产正不断融入先进技术。这要求化妆品行业不仅需在技术层面持续创新，更需加大专业人才培养与引进力度，以应对日益复杂的市场需求和技术挑战。高水平复合型人才不仅是科技创新的推动者，更是科技与产业的桥梁。他们凭借跨界思维和国际视野，能够有效促进创新链与产业链的深度融合，为化妆品行业高质量、可持续发展奠定坚实根基。

2.4 绿色科技助力高品质生态可持续发展

习近平总书记强调，“绿色发展是高质量发展的底色，新质生产力本身就是绿色生产力”。新质生产力代表着先进生产力的发展方向，深度融合了绿色发展理念，不仅代表着产业技术创新与发展模式变革的前沿趋势，更对生产力各要素提出了前所未有的高标准。对于化妆品行业而言，新质生产力的引入意味着从原料采购、生产加工、包装设计到市场营销的全链条都需要重新审视与优化，以实现绿色转型。这一转型过程要求劳动者不断提升专业技能与环保意识，掌握绿色化学、生物科技等前沿知识，成为推动行业绿色转型的中坚力量。同时，劳动资料的选择与使用也需紧跟绿色步伐，采用可再生、可降解或回收材料，减少生产过程中的碳排放与环境污染。此外，劳动对象，即化妆品的成分与配方，更需遵循绿色原则，开发天然、有机的产品，满足消费者对安

全与环保的双重需求，彰显出化妆品行业绿色转型与高质量发展的协同并进。

3 新质生产力视角下化妆品产业高质量发展面临的现实挑战

从新质生产力理论的视角审视，化妆品行业的发展已超越了传统的产品创新与市场竞争的范畴，跃升至生产力结构与创新能力的深层次变革。在这一理论框架下，生产力结构不仅包括物质资本和人力资本，更涵盖了技术、信息和组织方式等多元化要素。

当前，我国化妆品行业展现出蓬勃的发展态势，据国家药品监督管理局公开数据显示，截止2024年8月31日，持有化妆品生产许可证的企业数量已达到7674家，国产化妆品种类接近80万种，市场活力显著增强。然而，透过行业表象的繁荣，深入剖析其内在结构，不难发现，尽管我国在化妆品行业标准规范、产品种类丰富、新原料探索及品牌渠道运营等方面取得了积极进展，但国货品牌仍主要盘踞于中低端市场，而欧美及日韩等跨国企业则在国内化妆品市场中占据主导地位。这一现状凸显了我国在化妆品领域的专业人才培养、品牌影响力构建、自主研发能力提升等核心竞争力方面，相较于国际大品牌仍存在显著差距。因此，精准识别并解决上述问题，成为推动我国化妆品行业跨越至高质量发展阶段的关键前提。

3.1 人才维度：化妆品行业高水平专业人才匮乏

基于生产力理论，生产要素的质量与配置效率是决定产业发展质量的关键。化妆品产业作为创新驱动型产业，人才是创新驱动的核心生产要素。高水平科研人才与专业技能人才的数量充足性、质量优越性以及配置的高效性，是推动化妆品产业高质量发展的内在动力与关键所在。

然而，当前我国化妆品产业高水平专业人员的匮乏已成为不容忽视的问题，这一现状实质映射出生产力发展过程中生产要素的供给与需求之间的失衡态势。这不仅直接制约了创新产品的研发速度与质量提升，更在深层次上削弱了化妆品产业整体的创新力与竞争力。此外，我国高等院校化妆品专业设立时间相对较短，专业人才培养

体系尚待完善，这一现状导致行业内大量从业人员的技能水平参差不齐，无疑加剧了化妆品行业高水平专业人才短缺的问题，因此，化妆品产业在专业人才培养与储备方面的短板，无疑已经构成了制约其向高质量发展阶段跨越的关键瓶颈。

3.2 市场维度：化妆品产业结构失衡

中研普华产业研究院发布的《2024-2029年中国化妆品行业深度发展研究与“十四五”企业投资战略规划报告》中显示，中国化妆品企业主要在珠三角、长三角、山东地区形成产业集群，但市场集中度相对较低，生产企业规模普遍偏小，整体竞争实力仍显不足。这一结构性问题不仅限制了化妆品企业在研发、生产、营销等方面的投入，也影响了品牌核心竞争力的形成和提升。

中国化妆品企业的全球化程度相对较低，这成为其国际市场上竞争力提升的另一重要制约因素。目前，多数中国化妆品企业仍停留在初级加工出口的阶段，如植物提取物的简单加工和出口，而难以构建起涵盖研发、生产、销售等环节的完整产业链。这种产业模式不仅削弱了企业在国际市场上的话语权和议价能力，更限制了其获取国际先进和市场信息的能力，从而在国际竞争中处于不利地位。

3.3 技术维度：化妆品产业基础研究领域薄弱、前沿科技研究滞后

尽管中国化妆品消费占全球总量的比例（12%）显著高出平均水平（4%）^[7]，凸显了中国市场的庞大潜力与消费活力，但本土企业在高端市场的占有率极低，市场份额高度集中于外资品牌。在全球市场份额中，欧莱雅、宝洁、联合利华、雅诗兰黛和资生堂等五大巨头占据半壁江山，达52.4%；而市场规模前20的企业中，外资企业占比高达80%，本土企业仅占20%^[8]，这一比例失衡凸显了中国化妆品品牌在国际竞争中的劣势地位。

探究这一现状的深层次原因，一是我国化妆品产业在基础科研领域的积淀尚显薄弱。具体而言，皮肤科学、基因工程、药学、材料学等基础学科的研究深度与广度均有待加强。这一薄弱环

节直接导致了产品技术创新力不足，科学配方研发滞后，进而引发同质化竞争问题凸显，科研活动与产业发展实际需求之间的衔接不够紧密，形成了脱节现象。二是化妆品产业在前沿技术的探索、应用技术及跨学科交叉研究方面亦显滞后。生物科技、生命科学、纳米材料、绿色化学、人工智能等领域的最新研究成果转化为产业应用的速度相对较慢，工程技术水平相对落后，加之功效评价体系与质量控制技术尚不完善，共同造成了高端市场几乎被国际知名品牌全面占据的局面。三是化妆品企业研发投入占比偏低且结构单一。我国化妆品品牌的研发费用率平均仅为2%-3%，这一比例远低于国际知名化妆品品牌。以欧莱雅、宝洁等为例，这些国际巨头的年度研发费用均超过10亿元人民币，相比之下，我国化妆品品牌虽然近年来在研发费用上有所增长，但绝对值仍然较小。另外，我国大部分化妆品企业的研发投入多集中于产品配方优化和安全检测等短期见效领域，而在皮肤科学、基因工程等基础研究及前沿技术探索上投入不足。这种研发投入结构的不均衡，限制了化妆品企业在关键技术领域的突破能力和产品的长期竞争力。

4 新质生产力赋能化妆品产业高质量发展的实践进路

化妆品作为时尚消费品的代表，已成为大众不可或缺的日用品。新质生产力理论的指导下，化妆品行业的高质量发展显得尤为关键，它不仅标志着产业转型升级的重要方向，更是一个涉及政府、企业及社会各界协同合作的复杂系统工程。通过宏观政策的引导、中观产业的升级和微观人才的培育，形成协同推进的发展格局，化妆品产业才能实现从消费大国向产业强国的历史性转变。

4.1 宏观层面：强化监管政策引导，优化产业生态环境

新质生产力的蓬勃发展是我国化妆品产业实现高质量发展的重要环境基础。为引领行业迈向新高度，国家层面不断强化监管政策引导，优化产业生态环境。

一是完善政策支持与激励机制。近年来，国务院及国家药品监督管理局等监管部门紧密围绕高质量发展目标，出台了一系列政策文件，旨在全面规范与促进化妆品行业。这些政策不仅构建了严格的监管框架，确保产品质量安全，还积极鼓励技术创新与品牌建设。通过实施《化妆品监督管理条例》、《化妆品质量管理规范》等关键措施，强调对产品全生命周期的追溯与控制，推动行业智能化、数字化、绿色化转型。同时，制定激励机制，引导并促进企业、科研机构、高等院校、社会组织等多元主体积极参与化妆品研发，全面提升社会参与度和积极性。同时，明确界定产品的生产标准和市场准入门槛，为化妆品产业的高质量发展提供有力保障。

二是，健全标识管理与品牌建设体系。构建一套科学、全面且具有前瞻性的绿色化妆品认证与评价体系，对符合行业安全标准的化妆品，授予绿色产品标识，以此增强市场信任度与消费者信心。通过严格的认证程序与标识管理，规范绿色化妆品的生产与流通全链条，确保每一环节均符合高质量发展要求，切实维护消费者权益。同时，深化并创新品牌建设战略，致力于培育并推出一系列兼具中国特色与国际竞争力的绿色化妆品品牌，并依托多元化渠道与营销策略，提升品牌知名度与消费者忠诚度，进一步增强绿色化妆品的市场影响力与综合竞争力。

三是，强化质量监管与信息公开制度。制定并执行高标准产品质量规范，推动化妆品行业实现绿色化、可持续化、高质量化的发展目标。建立健全的质量检测与监控体系，实施从原材料采购到终端产品的全链条、全过程监控与不定期抽检，确保每一步都严格符合既定的高标准。此外，利用智能化技术构建化妆品全链条追溯系统，实现产品生产、流通至销售各环节信息的无缝对接与可追溯，大幅提升产品透明度与消费者信任度。同时，加大信息公开力度，定期发布绿色化妆品的生产过程、质量控制及市场反馈报告，全面提升市场透明度，促进行业内外的监督与合作，共同推动化妆品产业的高质量、可持续发展。

4.2 中观层面：创新驱动产业升级，实现中高端

市场跨越

在新时代背景下，我国化妆品产业面临着从中低端向中高端市场转型升级的迫切需求。化妆品产业必须积极调整产业布局和分工，以现代化产业体系建设为载体，通过优化产业结构，实现技术创新、模式创新和管理创新，进而提升行业整体竞争力。

一是，优化产业结构以适应生产关系的调整和技术革新的需求。化妆品行业应积极响应国家政策，聚焦于关键共性技术、前沿引领技术及现代工程技术的创新，利用科技成果改造传统产业，培育壮大新兴领域，如生物合成、纳米科技等。同时，完善针对新一代信息技术、人工智能等战略性新兴产业的政策与治理体系，催生新的消费模式和场景，为化妆品产业提供现代化载体，支撑其系统优化与升级。

二是，实现技术创新、模式创新和管理创新的深度融合与协同发展。具体而言，在技术创新方面，化妆品企业应加大研发投入力度，尤其聚焦于天然成分的高效提取技术、生物合成技术的革新、科学严谨的功效评估体系以及智能化生产流程的构建，旨在形成具有核心竞争力的技术优势。通过这些技术创新举措，不仅能显著提升产品品质及其附加值，更能精准对接并满足消费者对高品质化妆品日益增长的需求，推动产业价值链的高端化升级；在模式创新方面，化妆品产业应积极探索并实践定制化、个性化服务模式，充分利用大数据分析技术深度挖掘消费者需求，实现营销策略与服务的精准定制化。此举不仅能有效增强消费者对品牌的忠诚度与粘性，还能显著提升企业在激烈的市场竞争中的差异化优势与市场份额。在管理创新方面，化妆品企业应积极引入并融合先进的管理理念与工具，全面优化供应链管理流程，大幅提高资源利用效率，同时，积极构建绿色、可持续的生产运营体系。这一系列管理创新举措不仅有助于企业在经济层面实现成本控制与效率提升，更能在社会层面促进环境保护与社会责任的履行，实现经济效益与社会效益的双重丰收。

三是，结合国家政策与中华文化，打造中国

特色品牌。一方面，在国家政策的扶持下，化妆品企业应充分挖掘中华文化的深厚底蕴，将传统文化元素巧妙融入产品设计之中，同时依托中国丰富独特的绿色植物资源，开发具有鲜明中国特色的绿色化妆品品牌。在此过程中，应重视中医药对化妆品的渗透作用，推进化妆品行业与中草药文化的深度融合与传承创新，以此形成民族化、差异化的竞争优势，实现“弯道超车”。另一方面，政府与企业应共同引导各地区根据自身资源禀赋和区位优势，凝聚化妆品产业资源要素，通过优化产业分工，推进化妆品产业链各环节要素精准衔接、加速推动创新引领、协同发展的现代化产业体系建设，为化妆品产业的高质量发展奠定坚实基础。

4.3 微观层面：加强专业创新人才培养，为产业的高质量发展注入强劲动力

习近平总书记在2024年1月31日二十届中央政治局第十一次集体学习时的讲话中明确指出，要按照发展新质生产力的要求，畅通教育、科技、人才的良性循环，并进一步完善人才培养、引进、使用及合理流动的工作机制。为积极响应这一指导方针，并结合当前科技发展新趋势，中国化妆品产业在追求由大到强的转变过程中，亟需在新质生产力理论的引领下，探索并实施一系列创新策略，以强化专业人才培养，为产业的长期高质量发展奠定坚实的人才基础和技术储备。

一是，强化跨学科融合应用。特别是在化学生物医药技术与化妆品产业的深度融合方面，这将成为提升基础研究能力、加速高科技研发进程的关键路径。为此，应鼓励高等教育机构优化学科设置，打破传统学科壁垒，促进化学、生物学、医药学、材料学等多学科间的交叉融合，培养具有宽广视野和创新能力的复合型人才。同时，通过与化妆品企业的紧密合作，共同设立实习实训基地，让学生在实践中深化理论知识，掌握前沿技术，从而缩短理论到应用的转化周期。

二是，构建产学研用一体化体系。依托国家

政策支持和引导，建立化妆品产业创新联盟，整合高校、科研机构、企业及市场资源，形成协同创新机制。通过联合研发项目、共享实验平台、技术转移转化等方式，促进科研成果快速转化为生产力，同时为化妆品企业定制化培养符合市场需求的高技能人才。

三是，实施人才引育并重策略。既要加大对国内外顶尖化妆品研发人才的引进力度，提供具有竞争力的薪酬福利和职业发展平台，也要注重本土人才的培养和激励，通过设立专项基金、举办国际研讨会、开展化妆品创新创业竞赛等形式，激发人才的创新活力和职业发展动力，形成化妆品产业人才辈出的良好生态。

四是，注重数字化与智能化技能提升。结合新质生产力的发展趋势，加强对化妆品行业人才在数字化、智能化技术方面的培训，如大数据分析、人工智能应用等，使人才能够熟练运用现代科技手段提升产品研发效率、优化生产流程、精准洞察市场需求，推动化妆品产业向高端化、智能化、个性化方向迈进。

参考文献：

- [1] 习近平在中共中央政治局第十一次集体学习的讲话——加快发展新质生产力 扎实推进高质量发展 [N]. 新华社, 2024-02-01.
- [2] 国家统计局. 2023年12月份及全年社会消费品零售数据. 2024-01-17.
- [3] 习近平. 发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点 [J]. 求是, 2024年第11期, 2024-06-01.
- [4] 习近平在中共中央政治局第二次集体学习的讲话 [N]. 新华社, 2023-01-31.
- [5] 国家数据局. 加快发展数字经济, 促进数字经济和实体经济深度融合. 2023-12-30.
- [6] 2024中国护肤品消费趋势报告. 中国社会科学院国情调查与大数据研究中心, 2024-07-02.
- [7] 陈磊. 中国化妆品全球消费第二产业发展却遭遇科技掣肘 [N]. 科技日报, 2020-11-02.
- [8] 2022年全球化妆品市场规模及行业利润分析. 中商产业研究院, 2022-01-11.