



文/图 羊城晚报记者 戚耀琪

沙面，这个中西方文化融合碰撞特别活跃的小岛，有169栋欧洲风格的历史建筑，有“万国博物馆”之称，百年来都是广州融通世界的一个见证。在沙面大街上，有一个名叫“华洋里”的企业在保护与活化西洋建筑肌理与文脉的同时，还构筑起一个具有活力的文化、商业和社交的综合实体。



区馨文

A 二次创业做华洋里

“华洋里”的创始人叫区馨文。小时候，区馨文的父母带着她和弟弟，骑着单车，穿行在麻石巷、西关大屋、骑楼之间，去荔枝湾吃艇仔粥、云吞面，去荔湾湖公园听粤曲。区馨文直言，从小陪伴自己长大的，就是荔湾富有历史底蕴的建筑、人物故事和西餐美食。

不过，当年的区馨文是做梦都没想到，如今能扎根沙面，保护和运营一批珍贵的历史文物建筑并将其重新推向世界。毕竟区馨文出身苦寒，父母都是工人，除了梦想，什么都没有。

1992年区馨文考上大学，家里穷得根本供不起，她只能去读旅游高级中学。中专毕业，第一份工就是东方宾馆的前台接待员，一个月收入500元，

400元给家里，自己留100元。东方宾馆的十年，区馨文一边工作一边进修，读了成人大学。然后把所有积蓄都用在去澳大利亚留学。读完书回来，她创立了一本财经娱乐杂志，这是她第一次创业。杂志在粤港澳三地同步发行，仅仅运营了一年多就已经拿到了诸如奔驰、卡地亚等豪华品牌的全年广告投放，赚到了第一桶金。

在业绩最巅峰的时候，区馨文把杂志卖了，进入房地产，成了一家房地产企业的副总裁。在积累了开发房地产经验后，2018年辞职，2019年第二次创业，于是就有了现在的“华洋里”。19年里，两次创业，都做出了不小的事业，区馨文觉得自己这种穷人逆袭的故事简直可以拍电影了。

B 活化老建筑赋予新商业

2019年的沙面，正处于全岛建筑外立面翻新的阶段。区馨文通过朋友牵线，接手了一批历史建筑，总建筑面积有1.2万平方米。始建于清末民初的沙面大街36号、38号原来是法国传教社楼，后来被单位用作民居，位于沙面大街黄金位置，屋里竟然密密匝匝地住了72家房客。室内电线凌乱，阴暗潮湿，墙壁发霉，楼梯开裂，和建筑外立面童话般的西洋风格简直是两个世界。

区馨文有了两个打算，首先是焕新和活化建筑，然后是打造文化产业IP品牌。她日夜奔波，在不同的部门之间跑动，一户户地迁原居民。所谓活化老建筑，都是摸着石头过河。每个空间的设计与翻新，都耗费了数百万元进行改造。最终，新的业态取代了原有的居住功能，垂垂老朽的建筑终于焕发出生机与活力。

在沙面大街39号原为沙宜洋行的建筑里，近400平方米空间命名为Lighthouse，各种老式装饰构件依旧保持着当年的精致，犹如封存了时光。新置入的钢结构不与原房屋结构包括原始地板接触，在将6.9米高

的空间创造隔层的同时，还出色保护了历史建筑的形态。如此建筑的活化与利用，成为了沙面建筑改造的经典案例，并因此获得了多个奖项。

2022年，来回咖啡沙面店落成开业。这个文物级的两层洋楼，成了来回与公众邂逅的新空间，亲历着无数的跨越时空界限的文化体验。康有为所书的“结想属霄汉委怀在琴书”成为了网红们“出片”的绝佳素材。除此之外，曾国藩、左宗棠等人的墨宝亦为空间增添了雅致。

来回咖啡创始人对记者说，当时改造这个空间，时间不可控，成本不可控，每一个步骤都需要根据上一步去推敲，每一种材料都需要对比和实验，没有完整、确定的方案，施工队无法报价，只能一步一个脚印地往前走。这是一个不计成本的开端，比如，楼梯的一些线条缺失了，得先把模具做出来，再做出缺失的木线，最后把木线拼接上去。另外还有很多窗户和门都烂了，要重新在史书里找出类似的样板复刻出来，最后才让这座折衷主义风格的文物建筑空间复活了。

19年里她两次成功创业

新锐文化IP从百余年老建筑起步



华洋里助力打造城市新名片

C 携手龙头品牌打造服务平台

从古典建筑的活化与经营起步，华洋里逐步搭建线上与线下的资源矩阵，进而形成可复制、可移植的品牌运作。如今，俱乐部、咖啡厅、服装设计、健康管理、文旅等都成为了华洋里的客户资源。摄影展、艺术展、新品发布会、影像展览，常年在这里上演。最终，华洋里不是一个有形的建筑，而是一个中国知名的数字文化产业IP品牌。

区馨文说，文物活化的过程也是一个焕发文物让其与当代社会相结合的过程，通过创新的手段和

方法，让这些文物建筑与世界对话。华洋里通过强大的产品及服务矩阵，助力打造城市新名片，拉动区域消费，带动社会效益及经济效益。

此外，华洋里还携手“航航集团”城市数字营销生态服务平台、中国新一代住宿集团“路客集团”、青年艺术家平台的大学生艺术博览会、中国文旅策划运营行业龙头品牌“锐丰文化”打造元宇宙生态圈，初步形成了以城市为基础，以内容为依托，以数字工具、品牌传播、整合营销为闭环的服务平台。

芭薇股份成功上市，总部位于白云区 美妆代工企业前景会更美？

羊城晚报记者 汪海晏

国内化妆品企业上市进程迎来新进展。3月29日，伴随着一声响亮浑厚的钟声，总部位于广州市白云区的广东芭薇生物科技股份有限公司正式登陆北交所，成功拿下“北交所美妆代工第一股”称号。同时，芭薇股份也是今年第一家成功上市的美妆企业。

营收主要依赖ODM模式

招股书显示，芭薇股份主营化妆品ODM(贴牌)业务，主要客户群体为化妆品品牌商。2020年至2023年上半年，公司营业收入分别为3.14亿元、4.16亿元、4.59亿元及2.13亿元，净利润分别为2835.67万元、2125.13万元、3803.95万元及2172.18万元。

值得注意的是，ODM模式在公司营收中的比例绝对优势。2020年至2023年上半年，芭薇股份ODM模式实现收入分别为3.09亿元、4.05亿元、4.50亿元、2.09亿元，占主营业务收入的比例常年保持在98%左右。虽然芭薇股份也运营自主品牌业务，但这部分业务收入在主营业务收入中占比不到1%。

此外，芭薇股份一直聚焦大客户、大单品战略，公司客户的集中度不断上升。去年上半年，公司前五大客户贡献收入占比高达67.83%，而在2020年，这一比例还仅有32.02%。招股书显示，去年上半年，芭薇股份的前四大客户为广州董美网络科技有限公司、仁和集团、深圳市护家科技有限公司以及山东荣采尚生物科技有限公司，均为千万级别客户，贡献收入分别为5489.24万元、3843.6万元、3020.39万元、1346.46万元。

截至目前，芭薇股份的产品广泛覆盖国内外市场，累计为1000多个化妆品品牌提供产品及服务，与仁和匠心、HBN、SKINTIFIC、丸美、凌博士、谷雨、红之等国内知名化妆品品牌商建立了业务合作关系。

为美妆业注入“强心针”

业内人士认为，近年来国货品牌的崛起，在很大程度上推动了化妆品代工行业的持续

壮大。新兴品牌选择与专业ODM合作，代工厂以其专业的生产能力、高效的研发响应速度和严格的质量控制体系，帮助新兴品牌实现了产品从概念到落地的快速转化。同时，代工模式也使得初创品牌能够节省大量初期投入，从而集中资源投入到品牌策划、产品研发设计以及市场营销等核心竞争力构建上。

据《2023年中国化妆品市场发展洞察报告》显示，2023年中国化妆品行业市场规模约为5169亿元，同比增长6.4%，2025年有望增至5791亿元。

伴随着美妆行业的持续发展，化妆品代工行业也将面临更多的机遇和挑战。

目前，我国化妆品代加工市场较为分散，行业内参与企业众多，但竞争格局基本稳定。科丝美诗、韩国科玛、莹特丽占据外妆化妆品代工市场第一梯队；国内代工市场中，诺斯贝尔是面膜ODM龙头，嘉亨家化在化妆品、家庭护理产品OEM业务上具有行业竞争力，而芭薇股份在护肤品ODM领域具备一定的市场规模及竞争力。

尤为值得一提的是，当前登陆A股的国内化妆品代工企业屈指可数，因此，芭薇此番成功上市，不仅是中国化妆品代工产业发展的里程碑，也将为中国美妆制造注入一剂“强心针”。

针对芭薇股份成功上市，艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅在接受羊城晚报记者采访时表示，这不仅提振市场信心，还将对国内美妆行业格局产生一定影响。

“一方面，芭薇股份的成功上市，会使得更多的代工企业进入美妆代工这个领域，从而导致市场竞争加剧。另一方面，这也促使其他美妆企业提升产品质量和服务水平，从而推动中国美妆行业向标准化、专业化发展。”张毅说。

他表示，随着美妆行业的持续发展，尤其是消费者对美妆产品的需求日益多样化和个性化，要让企业保持创新力去跟进市场，对处于产业链上游的芭薇股份来说是一个挑战。

光大银行积极服务实体经济 推动公司金融高质量发展

文/戴曼曼

近日，光大银行交出了2023年的发展答卷。作为中管金融企业，光大银行胸怀“国之大事”，强化责任担当，坚守金融本源，坚决落实党中央、国务院决策部署，坚持把服务实体经济作为根本宗旨，加强体系建设，强化数字经营，推动产品创新，打造公司金融“商行+投行+私行”转型竞争新优势，提升服务实体经济能力，赋能新质生产力发展，助推中国式现代化建设。

立足大局，为金融高质量发展增动能

为深入贯彻党的二十大精神，落实中央金融工作会议和中央经济工作会议各项决策部署，2023年光大银行积极融入国家发展大局，主动作为，结合自身实际制定了“推动高质量发展工作方案”，遵循“八个坚持”，聚焦“综合、科技、绿色、普惠、跨境、区域、乡村、生态”八大金融服务方向，从产业深耕、客群

挖掘、产品创新、生态共创、价值共生五大实施路径出发，精准有力支持实体经济重大战略、重点领域与薄弱环节。

据统计，截至2023年末，该行公司客户融资总量(FPA)超5万亿元，比上年末增长5.1%，其中，对公贷款(不含贴现)突破2万亿元，较年初增量创近五年新高，切实助力实体经济高质量发展。

培育赛道，为新质生产力发展添活力

服务新质生产力，是金融支持高质量发展关键着力点。2023年，光大银行重点发力科技金融、绿色金融、先进制造业“三个新赛道”，从体系建设、优惠政策、产品服务等方面，强化服务实体经济能力，为发展新质生产力注入金融活力。先后推出了支持科技创新、绿色金融、先进制造业等系列指导意见和工作方案，启动“百群大战”“万户成长计划”“走进深交所”等系列服务，推进“红星计划”“优质服务主体”“一事一议”“授信白名单+红黄绿灯正反馈”等支持机制，创新“专精特新巨人贷”“专

精特新企业贷”“无感贴现”“可持续发展挂钩贷款”等特色产品，以优质高效的金融服务赢得了社会各界的认可和肯定，获得科创企业服务银行“拓扑奖”、中国金融出版社“中国金融年度品牌大奖”、财经网“2023年度绿色金融企业”等荣誉。

截至2023年末，该行科技型中小企业贷款、战略性新兴产业贷款、专精特新企业贷款、绿色贷款、制造业中长期贷款较上年末增幅分别达50.6%、46.7%、44.2%、57.4%、38.3%，均明显快于一般贷款增幅，助推实体经济行稳致远。

突出重点，为支持实体企业发展提质效

光大银行坚持以“企业所需、光大所能”为发展基础，完善以“战略客户、潜力客户、基础客户”为核心的分层分级客群服务体系，聚焦普惠小微、民营企业、房地产“三大工程”，乡村振兴等重点客群，不断加强优质金融服务。制定了落实国家区域战略、推进城市房地产融资协调机制、支持民营企业、做好普惠金融等系列工作方案，推出上市及拟上市客群营销小红书、机构资格及专户白皮书、成长型小微企业专属金融服务方案等多个经营范式，致力于为企业客户提供“商投私一体化”服务，陪伴客户共同成长，并肩前行。

截至2023年末，该行在京津冀协同

发展、粤港澳大湾区建设等六大重点区域的对公人民币贷款(含贴现)比上年末增长超1800亿元，涉农贷款较上年末增长355亿元，普惠型小微企业贷款较上年末增长达24.2%，民企贷款较年初增量是上年的1.75倍。

征程万里风正劲，扬帆奋楫再起航。光大银行将牢牢把握高质量发展这一新时代的硬道理，在服务实体经济过程中构建核心竞争力，奋力谱写“五篇文章”，在服务发展新质生产力过程中塑造新优势，为走好中国特色金融发展之路、助力金融强国建设贡献光大力量。

直销平台全面“入淘”为哪般

电商供应链整合，行业变革加速

首批三店入淘

过去人们对1688的印象，是找工厂，是批发生意，但在过去一年中，1688的用户结构和供给发生了很大的变化。淘天集团公布的数据显示，目前1688专业买家数超6500万，跟小红书用户高度重合，主要是以“00后”为代表的“Z世代”和一二线城市年轻的新中产。买家年龄平均25岁，女性居多。

近年来，钱包还没鼓起来，“Z世代”和钱包有点瘪的新中产，对直连源头厂货的平替消费激增，推动1688在买家数和商家数上持续打破公司成立24年来的历史纪录。

而随着买家结构的变化，1688也全面提升买家购物体验，推出全场可赊、全场包邮、预计达和信任退等服务。其中，全场可赊指的是买家可以先采后付、先货后款，符合信用标准的买家均可开通此服务，确认收货后下个月8日自动还款。而全场包邮指的是一件起批且包邮，包邮范围参照C类电商平台。这意味着，1688正从原来的“线上批发工厂”转变为“零批一体”的线上卖场。

而此次1688全面入淘，记者了解到，首期入淘的三家店铺中，目前销售业绩最好的是严选店。该店汇集了迪士尼、奔驰和无印良品等知名品牌的代工厂资源。例如，汕头最大的玩具工厂推出了一款产品，以全网最低价供应，单日销售量突破了2万多件。无印良品的垃圾袋代工厂推出的某款产品一经上线，迅速跻身行业类目前列。

目前，1688严选店主要面向的是以“95后”和“00后”为代表的“Z世代”、新中产和精致宝妈等群体，经营以家为中心的生活品类，以家居百货为主。商品定位在中高端价格带，与淘工厂的中低端价格策略形成互补；1688企业自采店主要经营办公用品和经营耗材，主打人体工学椅等热销单品。在该店铺的买家中，88VIP会员占了20%；此外，1688工业行家选店铺主要提供产地源头白牌(无品牌)供给，例如五金工具、安防劳保等MRO工业用品，以及微型电机、元器件等工业中间品及各种包装耗材。

谈及入淘原因，1688内部人士透露，他们在用户调研时发现，淘宝上有两类需求增长很快，一是品牌平替和大牌代工厂直供的需求，这正是1688严选的优势；二是淘宝企业自采需求很大，用户对供给的丰富度、独特性、专业性和定制化要求比较高，而针对细分市场特殊人群的场景组货能力，恰恰是1688工业品的强项。

淘宝工业品的商家数量非常庞大，但供给主要来自贸易商和五金店，工业和民用用品的供给较多，中间品、原材料的供给较少。此外，淘宝的

实际上，从市场竞争的角度来看，1688全面接入淘工厂并升级业务是对其他电商平台如京东、拼多多等竞争对手的一种积极回应。郭涛认为，通过资源整合和业务协同，阿里巴巴能够更有效地对抗市场竞争，提升市场份额。从阿里布局的角度来看，这一举措是其电商生态战略的延续，通过构建更加完善的电商生态系统，阿里巴巴能够为商家和消费者提供更多元、更高效的服務，从而增强用户黏性，提升整个集团的市场价值。

百万工厂入淘

工业品买家不只有现货采购需求，还有中间品(即半成品原材料)、定制和配单组货的需求。比如，工业行家选店铺开张后，很快就有买家拿着详细的型号、规格和数量需求清单来采购。过去一个淘宝的卖家不太可能有这么多品类，但今天买家可以一站式采齐。

1688内部人士透露，在淘工厂开店的目的不是卖货，而是到一个更大的市场去测品，孵化出超级单品，变成1688数字供应链的单品，进入全网销售。因此，1688也会在淘宝

对标京东拼多多

网经社电子商务研究中心主任曹磊则表示，随着电商市场的竞争日益激烈，如何提供更优质的商品和服务，成为各大电商平台争相探索的问题。而此次阿里巴巴通过1688与淘工厂的整合，不仅展现了其在电商领域的创新能力，也为整个行业提供了新的思路和方向。

此前，1688升级为淘天集团一级业务并布局跨境业务，这表明阿里巴巴正在加大对1688的重视程度，将其作为集团战略的重要组成部分。郭涛认为，这一升级意味着1688将



工作人员在做直播 新华社发

尝试自营品牌贴牌的生意，比如严选和行家选的贴牌。

对此，天使投资人、知名互联网专家郭涛表示，1688全面接入淘工厂的举措，是阿里巴巴集团在整合资源、优化业务结构、提升市场竞争力方面的重要策略。通过将B2B平台1688与B2C平台淘宝进行整合，可以实现供应链资源的共享，提高运营效率，同时也为消费者提供更多丰富和优质的商品选择。这一举措有助于阿里巴巴进一步巩固其在电商领域的领导地位，这同时也是对市场变化和消费者需求不断适应的体现。

获得更多的资源支持，包括技术、资金和人才等，以加速其业务发展和市场扩张。同时，布局跨境业务也是对全球化趋势的顺应，有助于1688拓展国际市场，提升全球竞争力。

不过，关于1688转型To C能否适应，也有专家提出了质疑。宁波新东方工贸有限公司CEO朱秋城表示，从B端市场的供给驱动到C端市场的用户渠道，1688的转身，在情理之中。但1688的商家资源基本仍然会以B端为主，因此在C端运营方面的经验还需要强化。