

明年元旦假期将至，春运也不远了，想要携宠出行但又不想办理托运的“毛孩子家长”看过来：近期又有一家航空公司推出“爱宠进客舱”服务，旅客出行有了更多选择。除了航空公司，广州白云国际机场、深圳宝安国际机场等不少机场也都相应地为宠物的空中出行推出了不少便民措施，并公布了相关收费标准。羊城晚报记者将为您细细盘点。

又有一家航空公司推出“爱宠进客舱”服务 为携宠舒适出行算笔账

文/图 羊城晚报记者 李志文 通讯员 机场宣 南宣

多家航司推出宠物进客舱服务

从12月12日起，中国南方航空在广州至上海虹桥往返航线上首次推出“爱宠进客舱”个性化服务，在限定条件下允许旅客携带宠物进入客舱，并支持旅客加购宠物专属座位，成为国内首家提供宠物客舱座位服务的航司，进一步满足携宠旅客的出行需求。旅客可在航班起飞前6小时，通过中国南方航空App或小程序等官方途径下单购买“爱宠进客舱”产品，根据实际需要及航班客座情况，选择将宠物放置在座椅前排下方或旅客相邻座椅上两种不同的放置方式，实现与“毛孩子”全程相伴乘机。南航“爱宠进客舱”服务包含宠物客舱运输、宠物服务柜台、爱宠登机牌、宠物箱包防护网、基础宠物运输保险等内容，同时支持旅客升级宠物保险。记者查询发现，旅客如果选择将宠物放置在座椅前排下方，每只宠物每航段收费1299元；如果选择将宠物放置在旅客相邻座椅上，额外一个座位收费400元，两个座位收费600元，不过此种放置方式需要根据航班剩余座位情况而定，且需在柜台办理。值得注意的是，目前南航“爱宠进客舱”服务仅限广州至上海虹桥往返的国内直飞航班经济舱，除ARJ机型以外的客机机型。旅客须年满18周岁且具有民事行为能力及陪护能力，每名旅客最多可将1只宠物带进客舱，每个航班最多可带2只宠物，宠物仅限家庭饲养的小型狗、猫。

港的国内直航航班上推出客舱宠物关爱服务，除北京、宁波、郑州和厦门外，其他城市均可支持线上预约申请。旅客可在航班起飞前7天至航班起飞前48小时，提前登录海南航空App、海南航空移动网站或海南航空微信小程序，点击“客舱宠物”或“宠物客舱关爱服务”页面进行线上预约申请；审核通过后，旅客需在航班起飞前2小时携带宠物、宠物箱以及相关证明文件到达值机柜台办理乘机手续；办理成功后，即可和爱宠一起开启快乐的飞行旅程。值得注意的是，海南航空接收符合规定的狗、猫作为客舱宠物运输对象，每个航班客舱可运输宠物数量有限，先到先得。产品说明显示，该服务的收费标准为1430元/航段/每只宠物。



多家航司推出宠物进客舱服务

白云机场为猫狗打造“专用洗手间”

近年来，“宠物友好”的理念逐渐得到社会推崇，粤港澳大湾区也有多个机场先后推出了专门针对宠物的便民服务。今年年初，南航在广州白云国际机场T2航站楼正式启用宠物出行服务专区，以更好地满足旅客携带萌宠乘机飞行的个性化需求。据悉，南航是国内首家在机场内落地专属宠物功能服务区的航空公司。位于广州白云国际机场T2航站楼到达行李提取区的南航“爱宠乐园”，精心设置了萌宠提取区和萌宠候车区，为旅客等候爱宠交付提供舒适环境。宠物服务专区在外围设计上，选取绿色和大地色作为主色调，设置休闲等候区，在营造温馨氛围的同时，为萌宠主人提供休息和交流的平台，以亲和精细服务为广旅旅客提供更美好的出行体验。除了宠物出行服务专区，白云机场还拥有为猫狗贴心打造的“专用洗手间”。据悉，白云机场是国内第一家提供此项设施的机场。

为宠物设置的专用厕所位于白云机场二号航站楼出发厅O岛旁边的洗手间，虽然面积不大，但是里面的设施非常齐全：地面用绿色人造草皮铺成，设有铺了猫砂的猫屋、狗狗专用厕所。厕内还装有喷淋花洒供主人用来进行宠物清洁等作业。此外，专用厕所以后，清洁人员会立即进行打扫清理。白云机场方面表示，新设“宠物专用”是进一步体现人文关怀，满足不同旅客出行差异化需求的一项新尝试，同时，白云机场也提醒携带宠物的旅客文明出行，除了使用专用，出行途中仍需要按照相关规定用航空箱妥善安置好爱宠，避免影响他人。

宠物候机厅在深圳机场国内货站正式启用。据了解，深圳机场宠物候机厅位于国内货站B1区，室内面积约210平方米，厅内配有全方位监测系统，可对温度、湿度、PM2.5、PM10、氨气进行24小时实时监控和预警。除了柔和的灯光、健康的材料、整洁的环境，宠物候机厅还实行宠物分区，每只宠物都拥有独立的候机空间，可以让宠物在此享受“惬意”的“候机”体验。“航空运输中，宠物常被当作活体货物对待，然而‘毛孩子’早已成为很多家庭的一分子。”深圳机场相关部门负责人表示，宠物候机厅的设置改变过去宠物与航空货物混合运输的托运方式，同时基于数字化平台和物联网技术，引入远程医疗诊断系统和卫生防疫措施，为宠物提供寄养、护理等服务，最大程度确保宠物的安全。

羊城晚报

读懂“国际美湾” 2024广州化妆品产业白皮书重磅发布

出品人：任天阳 总策划：林海利 统筹：孙璇 统筹执行：吴江 吴珊 文/图 羊城晚报记者 陈泽云 汪海晏 黄颖琳 詹淑真 吴珊

5 迎机遇：凭创新力应对竞争



发布会现场

当前，广州化妆品企业呈现出怎样的发展趋势？从羊城晚报报业集团、广州质量监督检测研究院共同编写的《白皮书》深度调研来看，头部企业除了积极拥抱海外市场，也在品牌建设、科技创新、国潮营销等方面积极发力。数据显示，广州已孕育了一批颇具影响力的本土化妆品品牌，90%的广州化妆品头部企业样本已拥有自建品牌，其中，拥有1-3个品牌的企业占比约51%，4-6个品牌的企业占比约24%，7个以上品牌的企业占比约24%，头部企业的品牌矩阵初步建成。随着广州化妆品转型升级的步伐加快，本土化妆品企业的品牌性正逐步提升。当前，“创新力”成为化妆品品牌应对激烈竞争的关键。从问卷调查结果来看，68%的广州化妆品头部企业已经引入了智能化生产线。开展智造升级的原因，主要集中在提高部门工作效率、提高产品和服务的差异化程度和显著降低成本上，分别占比78%、74%和68%；精准响应客户需求、开拓新市场及业务，以及响应国家号召的比例分别为50%、44%和42%。

科技研发方向同样影响着企业未来的发展路径和战略。调研结果显示，新产品开发和配方优化成为“重头戏”，比例分别达到了100%和96%；生产工艺改进和包装设计创新受到较高的重视，比例分别为76%和70%。此外，基础研究的比例为68%，智能化生产设备的比例为62%，环保材料应用的比例为44%。充足的资金及高素质的人才支撑是企业创新的关键。接受问卷调查的样本中，2023年科技研发投入占总营收的比例10%以上的广州化妆品头部企业占比22%，集中在0%-5%和5%-10%区间的企业数量分别占比40%和38%。本土化妆品品牌的东方美学元素已成为新浪潮。当东方美学的文化内涵与化妆品产品的功能理论和技术框架碰撞与融合，自然演绎形成化妆品品牌的风格调性，有助于其形象建设和品牌塑造。当前，超五成企业已经推出了融合东方美学元素的化妆品产品。对于在营销中使用东方美学元素的想法，超九成企业表示支持。

1 总量大：年产值居全国首位

广州是化妆品产业大市，在全省乃至全国具有举足轻重的地位。截至今年11月底，广州市化妆品生产企业数量达1841家，约占广东省总量的56%，约占全国总量的31%。在产值方面，广州市化妆品产业年产值超过1000亿元，占比超过全省70%，位居全国首位。在流通领域，广州市拥有全国最大的化妆品交易集散地，每年有近40万种化妆品在全国范围内流通，超过全国总量的一半，拥有全国最大的化妆品交易集散地。从产业布局看，广州化妆品产业已形成全域布局、全链条发展和多点开花的格局，具备头部

企业集聚、科技创新能力强、智能制造水平高、知名品牌众多以及市场辐射范围广等特点。广州市化妆品产业基础牢固，基本囊括产业链的所有环节，包括原料厂商、分销商、配方设计师、OEM厂商和化妆品厂商等。产业链条齐全，可提供生产、研发、策划等全程服务，日化线、专业线产品完备，包含洗护、膏霜、染烫等所有化妆品产品门类，从业人员超过60万人。根植于雄厚的产业基础，广州化妆品产业呈现出创新驱动强劲、产学研合作加码、优质品牌百花齐放等鲜明特征，不断积蓄向上的动力。

3 带货强：线上销量强劲增长

随着广州国际消费中心城市建设的深入，消费正逐渐成为广州提升城市发展能级、强化国际竞争力的“一张王牌”，在“颜值经济”下，新一代年轻人消费习惯逐步养成，直播带货模式和新媒体崛起助推行业复苏。据抖音直播带货量数据统

计，广州每日直播带货品类超过100万种，有9项排名全国第一，主要集中在都市消费品的美妆护肤、服装鞋帽、家居生活、母婴用品、个护家清等领域，是名副其实的都市消费品带货第一大城市。今年前三季度，广州线上化

妆品品类零售额同比增长16.0%，化妆品制造业一直保持强劲增长态势，前三季度产业增加值增长46.6%。在全球经济环境复杂多变、国内产业结构调整的双重考验下，广州化妆品行业跑出增长步伐更足弥足珍贵。

2 站位高：锚定“国际美湾”目标

为推动化妆品产业从“大音量”向“高质量”迈进，近年来，广州市瞄准化妆品产业高质量发展目标，以“二次创业再出发”的闯劲、拼劲，坚持产业第一、制造业立市，不断加强化妆品品牌培育和质量提升，打造国内领先、国际水平的高端高质量化妆品产业集群，建设化妆品产业发展政策高地。《广州市人民政府办公厅关于推动化妆品产业高质量发展的实施意见》的发布，坚定了广州构建“4+6+4”（4个基地、6个

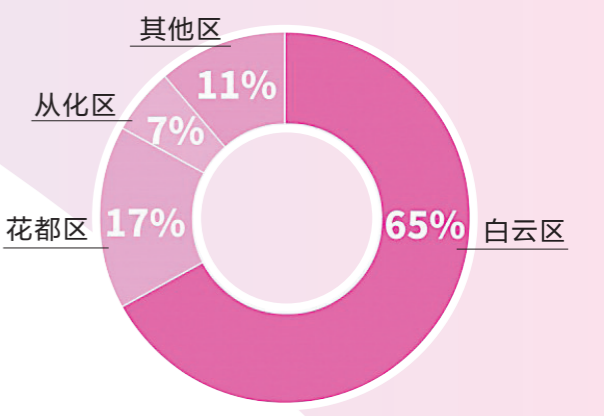
高园、4个关键领域）化妆品全产业链高质量发展格局的战略目标。在“白云美湾”“南方美谷”“中国美都”“湾区美谷”区域品牌的引领下，各区以政策创新为先导，着力实现各区特色化、错位化发展，共同促进化妆品产业的整体提升。到2035年，广州市计划建设成集总部经济、产品研发、智能制造、市场营销和文化传播于一体的全球化化妆品制造中心和消费中心，努力发展成为享誉全球的“国际美湾”。

4 出海兴：迈向更广阔的市场

向海而生、因商而兴。近年来，广州美妆产业出海步伐明显加速。海关总署数据显示，2023年广东省化妆品出口总额达22.8亿美元（约合165.8亿元），同比增长20.9%，在中国化妆品出口总额中占比35%，连续3年蝉联第一。其中，“化妆品重镇”广州白云区化妆品出口额达30亿元，外贸成绩显著。早在2020年前后，来自广州的完美日记、珂拉琪（Colorkey）、菲鹿儿等新兴国货美妆品牌就已经开始集体出海东南亚，通过Shopee、TikTok小店等电

商平台实现品牌和市场的积累，相继斩获多个品类排行榜第一。从《白皮书》问卷调查来看，当前，70%的广州化妆品头部企业样本都有出海业务。其中，东南亚市场最受企业青睐，占比约94%，其次是欧洲、中东和北美市场，企业布局占比分别约为46%、31%和29%。非洲和拉丁美洲市场的比例较低，分别为11%和9%。超九成企业对海外市场的发展持乐观态度，认为这是公司前行的重要方向或潜在的增长点；超八成企业透露，未来三年有出海或者加码海外的计划。

这背后，得益于一系列稳外贸政策效应的持续显现，以及外贸新动能的加速释放，也再次凸显了广州化妆品面对外部环境挑战的强劲韧性。但是，出海之路仍然任重道远。大部分化妆品企业在海外市场的销售占比低，企业出海依然面临不少挑战。其中，法律法规差异（占比80%）、贸易壁垒（占比70%）、物流成本高（占比58%）、出海人才匮乏（占比54%）等方面较为突出，品牌知名度不足、语言文化差异、市场准入门槛高也被部分企业所提及。



广州市化妆品生产企业在分布

6 案例集：记录求新求变历程

时间是忠实的记录者，镌刻着产业的奋进步伐。一个个鲜活的企业案例，展示了新时代广州美妆企业创新求变、大有可为的强劲势头。近距离、深观察、细思考，《白皮书》还通过“案例集”内容，以丸美、卡姿兰、完美日记、Colorkey珂拉琪、溪木源、Home-

FacialPro（hfp）、谷雨、红之、阿道夫、诗妃、芭薇股份、花安堂、科丝美诗、蛋壳、创尔生物、丹姿、立白、仙迪生物、理想生物、赛来拉等广州本土知名企业和品牌为例，解码广州美妆产业品牌力、创新力、营销力和出海力，凸显广州打造国际美湾的底气和实力。