



东方美谷

上海·奉贤

正在崛起的上海新都市产业生态圈

葛文耀：

“本土品牌走向世界的机会来了！”

现在奉贤的“东方美谷”正好是一个机会，让更多的美容、时尚、健康企业进驻，共同孵化中国的美丽健康产业，未来一定大有可为。

记者 | 陈冰

戴着招牌眼镜、衣冠楚楚的“海派男人”葛文耀准时出现在办公室，已经离开上海家化的葛文耀，依然和美丽脱不了关系。现在的他，是上海国际时尚联合会会长，奉贤区“东方美谷”总顾问。汇聚行业力量，推动本土品牌走向世界，是他眼下最大的梦想。

美丽使者

担任了奉贤区“东方美谷”总顾问的葛文耀显得比以前更加繁忙。虽然转身进入时尚领域，却一直被化妆品行业“惦记着”。



葛文耀现在是上海国际时尚联合会会长，有着更大的梦想去实现他的时尚版图——中国版“LV帝国”。

一年一度的“中国化妆品企业发展研讨会”今年3月在奉贤“东方美谷”召开，作为化妆品行业的泰斗级人物，葛文耀毫不意外地出现在会场上，并做了《当前中国经济形势及化妆品行业的应对》的主旨演讲，从化妆品行业在中国的重要性、化妆品是一个朝阳产业、持续发展的企业需要哪些要素三个方面对中国经济形势和化妆品产业的发展进行了深入浅出的分析。

作为有着近30年化妆品从业经验的“老法师”，在同行眼中，葛文耀是一位宏观与细节都研究得透彻的专家。说起奉贤区的“东方美谷”——美丽与健康的“硅谷”，葛文耀认为这是一个非常有前瞻性的举措。因为“这个行业有很大的机会，正处于发展的黄金时期”。

早在2007年，葛文耀便开始呼吁政府重视消费品行业。“当时的轻工业占比只有26%，轻重工业比例严重失衡，资源、环境都已经难以承受，国家需要转型，大力发展轻工业，很遗憾，没有一个政府把消费品行业作为支柱产业，政府都在追求GDP发展，根本扭转不过来。”

到了2012年，葛文耀再次在相关会议上向领导建言，要重视消费品行业的发展。“消费品行业不受经济波动影响，污染少，就业多，产业链长，企业毛利高，政府税收高，资本市场价格高……”葛文耀说，现在奉贤区政府提前出手做这件事情，对产业发展非常有利——当前化妆品产业还属于朝阳期，要抓住机遇，让化妆品行业成为新的经济增长点。

自2008年开始，本土化妆品企业开始向外资企业发起反攻，直至2014年，在中国市场本土品牌份额首次超越了外资品牌，并且呈现出愈发明显的态势。正是由于互联网的发展及本土品牌的努力，越来越多的本土品牌得到了消费者的认可，这进一步提升了本土企业的自信心。

然而，实现中国品牌走向世界的梦想还充满着各样的挑战，本土品牌与外资品牌也还存在不少差距，葛文耀用他在上海家