



艺淘假睫毛创始人王鹏娟在指导工艺。本版摄影 薛飞

一个产业带动一方经济，大泽山镇堪称样板。走在“假睫毛之乡”街头，随处可见某某假睫毛的大型广告牌，在这个小镇上，每户人的生活都绕不开假睫毛这个产业。

有人说，每年77亿元的交易额让一个小镇发家致富，也有人说全球假睫毛几乎被这里“垄断”。在这个行业的背后，催生了一批又一批因假睫毛而发家致富的个体户，艺淘假睫毛的创始人王鹏娟就是其中之一。

十五年前，对“美丽产业”一直感兴趣的王鹏娟辞去工厂工作，成立了一家假睫毛公司。十五年后的今天，公司已有近百名员工，拥有四家工厂，年产千万盒假睫毛产品。

小睫毛大生意 足不出户生意遍全球

“假睫毛之乡”创业者王鹏娟15年聚焦“美丽产业”不断推出新产品

与假睫毛结缘 创业15年卖向全球

拉毛、卷毛、粘毛……在大泽山镇一家名为博秀假睫毛工厂内，工人崔姐手中的镊子快速翻飞，一对对整齐的睫毛出现在模板上。

这是王鹏娟创业的第15年，作为土生土长的大泽山人，她见证了假睫毛产业在当地的兴起和变革，也眼看着从最早的一两家小作坊到如今的遍地开花。

跟她聊起假睫毛产业的发端，她很快打开了话匣子：“假睫毛在平度能火，主要受韩国人的影响。早在30多年前，不少韩国人来山东投资建厂。”

“最近这几年，我们镇上这个产业发展达到高峰期。”她回忆说。

“每天下午最忙，因为要出货，

我这里每天出货两三万对假睫毛，理货、分装、打包、发货各个环节不能出差错。”王鹏娟介绍，她的工厂从炕头加工式小作坊做起，2020年在大泽山镇陈家村投资建设了新厂房，车间、办公条件有了提升，工作环境改善了，工人们的待遇也在不断提升，在接到外国客户的大订单后，她将一部分订单派发给周边的加工厂，促进了20余家睫毛及相关配套企业发展。

“前几年效益好的时候，订单接不完，客户大多来自欧美一些国家。”谈及自己如今的成就，王鹏娟笑着说还是人对了行。

王鹏娟与假睫毛结缘，还得从十五年前说起。十五年前，作为大

泽山当地人的王鹏娟有一份稳定的工作，但不安分的她想有更大作为。一次偶然机会，王鹏娟发现镇上假睫毛的生意越来越好。发现新商机的她碰巧接到一位老顾客的邀请，请她在线上帮忙卖假睫毛。“没想到简单上传几张实物图，一个星期后就开始起量了，一天能卖出几千元的货。”早期的淘宝店还没有如今这般竞争激烈，尝到甜头的王鹏娟在网上卖起了假睫毛。

“与其做代发，不如设立自己的品牌！”随着业务的积累，王鹏娟熟悉了全产业链流程后，于是就在平度开了自己的第一家假睫毛厂，并创立了属于自己的假睫毛品牌——艺淘假睫毛，开启了自产自销新路径。



艺淘假睫毛创始人王鹏娟。

相关链接

为啥假睫毛行业利润薄

“有的时候一盒一对装的假睫毛利润不足一角钱。”针对假睫毛的利润，王鹏娟补充到，根据原材料、款式不同，她将假睫毛一盒的单价定在10元到15元之间，但利润其实很微薄：“我们采购的材质，大都是比较亲民的化纤原料，一盒的原料价格也就几角钱。但人工费用才是假睫毛成本中的大头。”

她表示，工厂中每位女工每道工序的计件价，大约在1.2-1.5元，这也就意味着6道工序过后，假睫毛的劳动力成本就达到了7-9元。多道工序需要投入的资产多，对劳动力数量和熟练度的要求也高。

王鹏娟说，今年开始行业内卷比较明显，订单量在下滑。

“感觉整个行业又进入了一个新的阶段。”王鹏娟在假睫毛行业摸爬滚打十五年之久，穿越了3次该行业的商业周期。

在迈入假睫毛这个行业之前，王鹏娟总觉得“这个行当门槛不高、成本低，挣钱不难”。但“一猛子”扎进去，她才发现挑战比想象中多。“不过，大的洗牌有3次了，每次我都能留下来。”

观海新闻/青島晚报/掌上青島 记者 薛飞

多数工序凭借手工 未来发展靠技术创新

作为全球最大的假睫毛供应链集聚区，大泽山镇的工厂流水线依然多数靠手工。

假睫毛从原材料采购到最终成品，需要十多个工序，比如：切毛、卷毛、卡毛、粘毛等等，十多个工序中，仅仅少数工序需要人工配合机器完成，多数工序依然全凭手工。

据王鹏娟介绍，毛发具备一定

的特殊性，难以实现全流水线化，所以，经过这些年的“进化”，她们划分出多个加工点，每个加工点负责整个流程中的三五个流程，最终再整合。

“比如卡毛这个流程，是人工拿着一个小型机器，手工一次次操作。”王鹏娟说，再比如说有一个流程中叫“定型”的机器，是最近几年才被开发出来的，在此之前，这

个流程也是人工，非常繁琐。

每年有着高达70多亿元的交易额，为何工厂并没有出现全程机械化？王鹏娟解释到，交易额大部分被中间商拿走了，我们只是供应链端，利润并不高。

“不过，大泽山镇上的一些产业园已经有一批机器正在研发中，过段时间可能会面市，如果效果好我们肯定第一时间上新。”王鹏娟说。

计划做直播 加快产品更新迭代

从事这个行业十多年之久，王鹏娟经历了行业多次洗牌，也历经了电商与短视频时代的巨变。

王鹏娟说，从前的展销会，参与者主要是线下批发市场与外贸公司。如今，诸多社交平台的MCN、KOL也都会与我们洽谈。

“但我们一般不愿意和大博主合作，一是要大量备货，二是利润压得太低。”王鹏娟说。

但不可否认的是，电商平台为一些年轻创业者提供了更广阔的市场空间。但对于更多业已中年的创始人而言，抖音、淘宝、拼多多

等电商巨头的入局，意味着更激烈的价格厮杀，更繁冗的运营模式。

“我也想做工厂直播，直接找询单的客户以及零售的客户，但找不到合适的人才。”王鹏娟说。

谈及未来计划时，她还是坚定地表示自己要去做那个吃螃蟹的人。“虽然身边那么多工厂没有做直播，但我们都知道，一旦做起来就有很强势能。”

除了在销售端找出路外，十几年来，王鹏娟也在加快款式上的迭代速度。“从粗眉浓妆，到细眉裸妆，这些年假睫毛流行的款式，变

化很大。我们厂月月都会上新品。”她说着，指着身后展示柜上一排排款式各异的假睫毛，分别介绍：“这是太阳花、小火苗、懒人三部曲、白月光……”。

据她介绍，以前，戴假睫毛的以18-30岁的年轻人人居多。如今，随着“美不分龄”的观念渐趋流行，假睫毛的消费人群拓展到了16-55岁。

王鹏娟认为未来实现规模化生产，直播等新的营销方式配备到位，才是假睫毛行业下半场较量的开始，也是“假睫毛之乡”跃升的最佳路径。



王鹏娟展示产品。