

**中国石油吉林石化公司5000吨/年秸秆制糖技
术开发试验项目**

环境影响评价公众参与说明

中国石油天然气股份有限公司吉林石化分公司

2026年9月



目 录

概述	2
首次环境影响评价信息公开情况	3
公开内容及日期	3
公开方式	3
公众意见情况	3
征求意见稿公示情况	5
公开内容及时限	5
公开方式	5
查阅情况	10
公众意见提出情况	10
公众意见处理情况	11
报批前公开情况	12
公开内容及日期	12
公开方式	12
其他	13
诚信承诺	14

概述

根据《中华人民共和国环境影响评价法》、《环境影响评价技术导则·总纲》（HJ2.1）、生态环境部令第 4 号《环境影响评价公众参与办法》等要求，为了解公众对本项目的认识和要求，广泛听取公众在各方面提出的宝贵意见和建议，中国石油吉林石化公司 5000 吨/年秸秆制糖技术开发试验项目环境影响评价过程中开展了公众参与调查工作。

本项目于 2026 年 4 月启动环评工作，项目启动后，按照生态环境部令第 4 号《环境影响评价公众参与办法》要求开展了首次网络公示，公示时间为 10 个工作日。

本项目报告书完成后，按照生态环境部令第 4 号要求开展了环境影响报告书征求意见稿公示网络公示、两次报纸公示、张贴公告工作，并将按照参与办法进行报批前公示。

本次公众参与调查的范围主要为项目评价范围内的集中居住区等。

综合以上情况，本项目公众参与调查符合相关法律法规要求。

首次环境影响评价信息公开情况

公开内容及日期

根据《中华人民共和国环境影响评价法》及生态环境部令第 4 号《环境影响评价公众参与办法》的相关规定，建设单位于 2026 年 4 月 8 日在“全国建设项目环境信息公示平台”网站上进行了环评首次信息公开。

首次信息公开的主要内容包括：

- (1) 建设项目名称及内容
- (2) 建设单位名称和联系方式
- (3) 环境影响报告书编制单位名称和联系方式
- (4) 公众意见表的网络链接
- (5) 提交公众意见表的方式和途径

公开方式

1.1.1 网络

首次网络信息公示于 2026 年 4 月 8 日发布，公示时间为 10 个工作日，公示网址为 <https://www.eiacloud.com/gs/detail/1?id=60408emRkH>。首次网络公示见图 2-1。

公众意见情况

首次信息公示期间，未收到公众反馈意见。

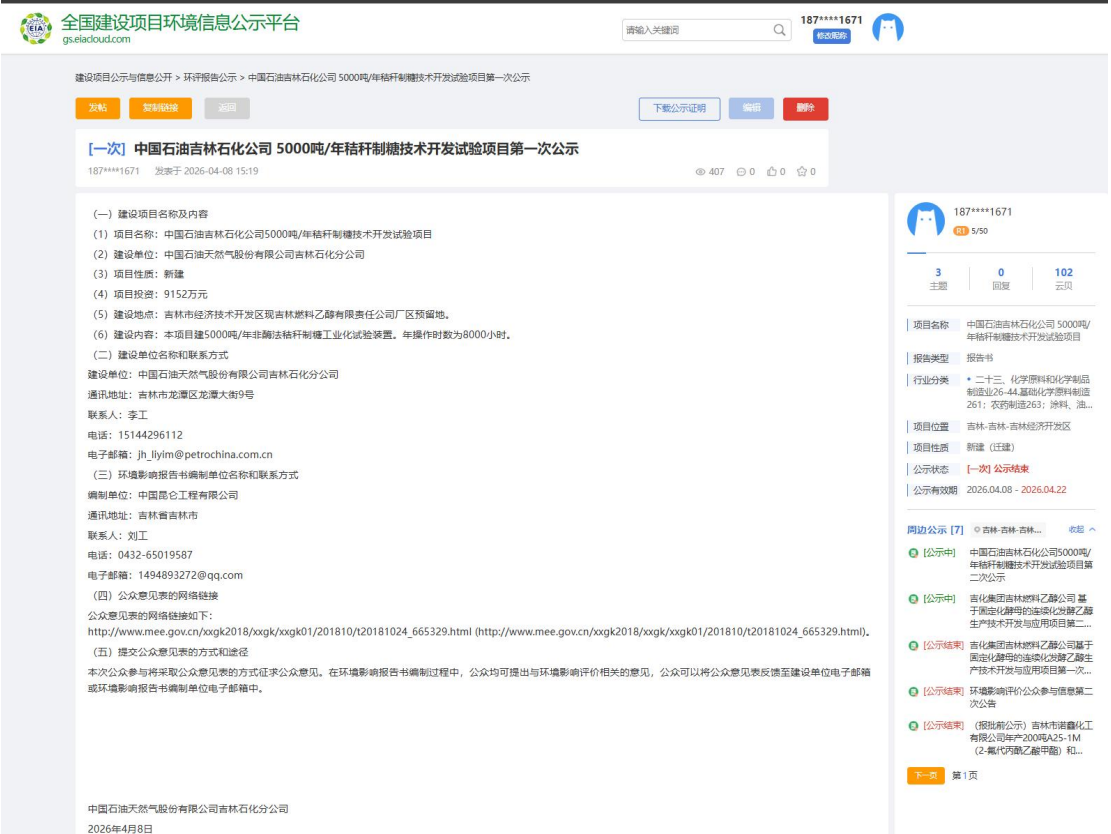


图 2-1 首次网络信息公示截图

征求意见稿公示情况

公开内容及时限

根据《中华人民共和国环境影响评价法》及生态环境部令第 4 号《环境影响评价公众参与办法》的相关规定，建设单位于 2026 年 6 月 17 日~7 月 2 日分别在全国建设项目环境信息公示平台、中国商报、绿茵小区、振兴小区进行了环境影响报告书征求意见稿信息公开。

环境影响报告书征求意见稿信息公开的主要内容包括：

- (1) 征求公众意见的范围
- (2) 公众意见表链接网址
- (3) 环境影响报告书征求意见稿链接网址
- (4) 纸质环境影响报告书查询方式
- (5) 提出意见的方式和途径
- (6) 公众提出意见的起止时间
- (7) 建设单位信息和联系方式

公开方式

1.1.2 网络

征求意见稿网络信息公示于 2026 年 6 月 17 日发布，公示时间为 10 个工作日，公示网址为全国建设项目环境信息公示平台：

<https://www.eiacloud.com/gs/detail/1?id=60617RcSPh>。征求意见稿网络公示见图 3-1。

1.1.3 报纸

征求意见稿报纸公示于 2026 年 6 月 23 日和 6 月 26 日分别在中国商报发布 2 次。征求意见稿报纸公示详见图 3-2。

1.1.4 张贴

征求意见稿信息公示现场张贴公示于 2026 年 6 月 17 日~7 月 2 日期间发布，公示时间为 10 个工作日，公示地点绿茵小区、振兴小区。征求意见稿现场张贴公示详见图 3-3。

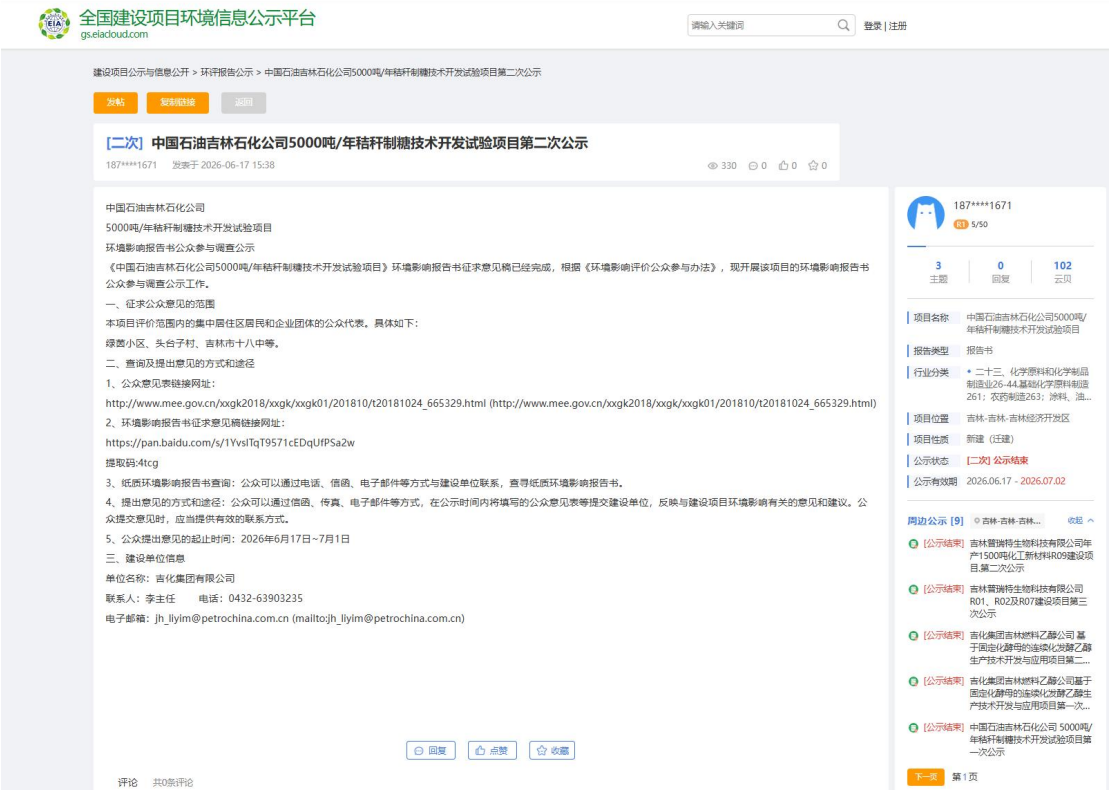


图 3-1 征求意见稿网络信息公示截图

外资高端品牌霸榜 AI营销成“必选项”

美妆赛道告别价格战 国货品牌分化加速

本报记者 马嘉

今年“6·18”，功效护肤品类成交额同比增长超100%，外资高端品牌在天猫、京东、抖音三大平台全面霸榜，AI技术从营销“可选项”变成“必选项”。美妆赛道“价格战”硝烟正在散去，大促不再只是一场GMV（商品交易总额）的数字游戏，美妆品牌都在积极争取把一次成交转化为持续复购，把促销人群沉淀为长期用户，力争真正“笑到最后”。

功效护肤翻倍增长

功效护肤类产品的销售成绩引人关注。京东数据显示，“6·18”期间，抗衰、修复、舒缓等相关功效护肤产品成交额同比增长超100%。天猫方面，欧莱雅集团旗下专业护肤品牌修丽可实现两位数增长，雅诗兰黛集团旗下The Ordinary成交额同比增长超200%。中信证券发布的研报称，电商大盘及美妆类目在此次“6·18”大促中取得10%以上GMV增速，性价比护肤与中高端彩妆各有突出表现。

在各大品牌直播间中，围绕功效成分不断扩充品类。比如，可复美从胶原原液延展至面霜、凝胶水等产品矩阵，本质上是用品类承接“胶原修护”心智。男性消费者的需求同步进阶，直播间搜索关键词从“男士洁面”扩展到“抗老”“修复面膜”等产品上。

“消费者不再单纯追求低价囤货，而是更注重产品实用功效、使用体验和品质稳定性。”宝洁相关负责人对记者表示，公司聚焦国人真实生活痛点进行研发，拒绝无效功能。

雅诗兰黛集团相关负责人也表示，品牌正通过使用AI智能客服精准推荐产品功效，缩短消费者决策链路。比如“逆时面霜”的产品功效是什么“适用肤质是什么”，消费者在品牌电商旗舰店通过简单的对话就能得到答案。AI不仅能进行精准的产品功效推荐，还能自动提取商品

详情页的核心参数生成对比表格，并智能总结真实买家的差评痛点，这极大缩短了消费者的决策链路。

外资高端品牌霸榜

从各大平台的美妆销售榜单数据来看，外资高端品牌正在夺回增长主动权，国货则呈现“头部稳固、尾部承压”的分化态势。

在天猫美妆“6·18”抢先购全周期成交榜TOP20中，国际品牌占据15席。珀莱雅继续位居榜首，可复美、毛戈平、薇诺娜也跻身前20。在京东“6·18”开门红竞速榜美妆品牌销售榜TOP10中，国际品牌兰蔻、SK-II、修丽可、雅诗兰黛、安热沙、OLAY、赫莲娜、海蓝之谜、欧莱雅、肌肤之钥依次位居前10。在热销单品中，兰蔻菁纯面霜、SK-II神仙水、修丽可AGE面霜等百款核心爆品成交额同比增长超100%。

抖音平台的变化尤为突出。今年5月，抖音美妆品类目总GMV达284.58亿元。赫莲娜以5.7亿元销售额拿下美妆护肤榜单第一，终结了韩束长达17个月的连冠纪录。5月抖音品牌榜前五名分别为赫莲娜、雅诗兰黛、珀莱雅、海蓝之谜、韩束，仅有珀莱雅和韩束两家国货品牌。抖音“6·18”首日，TOP1品牌海蓝之谜以1.02亿元的GMV断层领先，为国货头部珀莱雅（5576万元）的1.82倍。

开疆拓土分析认为，头部高端外资品牌已构建起“达人矩阵+品牌直播”的双路经销售模式，结构较为均衡，叠加长期积累的品牌认知度，大促期间更具流量竞争优势。

国货并非没有机会。Fan Beauty Diary首次冲进天猫美妆TOP20并进入亿元俱乐部；Off&Relax同比增长超500%，摇滚动物园、安野屋同比增长超200%；百雀羚新品灵之2.0系列销售超2000万元，带动品牌同比增长近100%；六神驱蚊驱重新品系列在天猫“6·18”首阶段

成交额同比上涨125%。

美妆时尚行业分析师孔思瀚表示：“外资品牌更占优势的核心原因是补上了内容电商的短板。过去两年国货在抖音靠自播直播间和达人矩阵吃到了红利，现在高端外资品牌学会了同样的玩法，品牌优势重新显现。”

AI重塑消费全链路

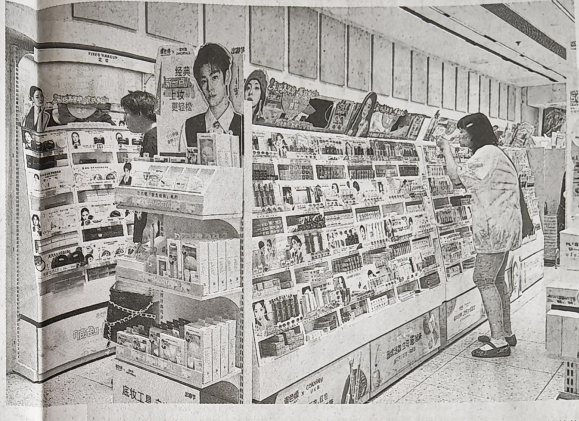
美妆行业数字化进入新阶段，AI技术在今年“6·18”渗透得更深了。雅诗兰黛集团方面表示，其全面落地数字化智能工具：AI模型可“秒级生成”多场景商品图文与短视频；借助平台AI自动化投放工具，基于用户行为精准适配产品，实现“货找人”；AI还能自动提取商品详情页核心参数生成对比表格，智能总结真实买家差评痛点。

宝洁方面则表示，在供应链端，宝洁依托全球领先的智能柔性供应链和灯塔工厂实现AI全链，“6·18”期间联动欧莱雅搭建前置仓，推出“极速达”“夜展”服务。宝洁首创“生产、定制、仓储、分拣、直发”一站式直发消费供应链解决方案，运用数字孪生优化仓储布局。

孔思瀚认为：“AI在美妆行业的应用正从营销端向研发端延伸。今年‘6·18’看到的则是AI在投放和客服环节的落地，下一步更值得关注的是AI辅助成分筛选和配方优化，这将从根本上提升产品创新能力。”

复购率也值得关注。天猫数据显示，今年“6·18”美妆复购率超过40%，远高于行业平均水平。雅诗兰黛集团相关负责人表示，消费者正从“大促囤货”转向“情绪价值与仪式感”，将品牌转化为承载情感与仪式感的“专属礼物”。

有证券机构消费分析师表示：“复购率超过40%是一个重要门槛。如果大促只能带来新客而不能带来复购，那么对品牌的长期价值是负数。今年‘6·18’，消费者越来越精明，会在促



申万宏源判断，2026年全年美妆整体增速将较2025年的3.5%进一步提升，开启新一轮美妆消费复苏之路。图为消费者在挑选美妆产品。 本报记者 陈文丽 摄

销节点选择自己真正信任的品牌购物，而不是被低价吸引去尝试陌生品牌。”

美妆行业走向“价值战”

业内人士认为，今年“6·18”大促后，美妆行业应告别“价格战”，走向“价值战”。

国泰海通证券表示，满足性价比需求已成为供给端主线。由万宏源判断，2026年全年美妆整体增速将较2025年的3.5%进一步提升，开启新一轮美妆消费复苏之路。美银证券则提示，对部分品牌“6·18”后GMV增长的可持续性持谨慎态度。

宝洁相关负责人表示：“真正的品类增长不是在某一个点上赢，而是长期不断地迭代升级五大品牌竞争力，即产品、包装、品牌沟通、零售体验、客户和消费者价值。”

雅诗兰黛集团相关负责人则强调，电商渠道已不仅是销售阵地，更是品牌价值与消费体验的传播场。

功效护肤翻倍、外资全面回归、AI重塑链路、复购率创新高——2026年“6·18”美妆行业的这四个信号，共同指向一个判断：“价格战”的时代正在过去，“价值战”的时代刚刚开始。

有券商分析称：“今年‘6·18’最大的意义在于验证了品牌的真实竞争力，不是谁补贴多、谁投流猛，而是谁有真正的产品力和品牌力。未来两到三年，美妆行业将完成从流量驱动到研发驱动的切换。谁能在AI辅助研发、功效验证、供应链效率上建立壁垒，谁就能在下一轮竞争中胜出。”

Multiple small text blocks containing legal notices, company announcements, and public information. One notice mentions a 5000-ton straw sugar technology trial project.

Legal notices and public information from various companies, including notices about debt restructuring and company announcements.

Legal notices and public information from various companies, including notices about debt restructuring and company announcements.

Legal notices and public information from various companies, including notices about debt restructuring and company announcements.

图 3-2 征求意见稿报纸信息公示截图 (1)

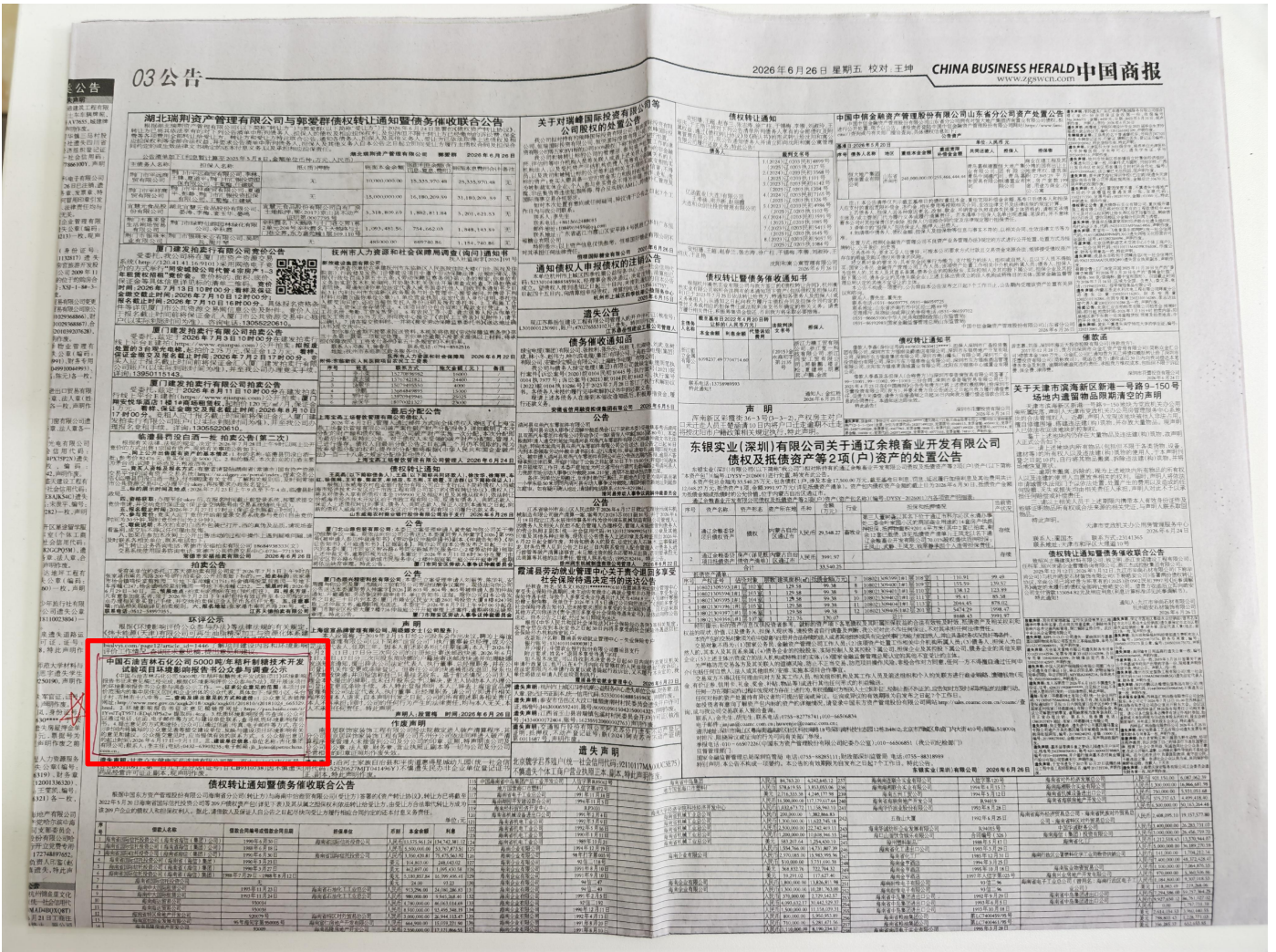


图 3-2 征求意见稿报纸信息公示截图 (2)





图 3-3 征求意见稿现场张贴信息公示

查阅情况

征求意见稿信息公示期间，吉林燃料乙醇有限责任公司在厂区综合办公楼一楼设置了纸质环境影响报告书征求意见稿查阅场所，方便公众查阅。

截止公示截止期限，尚未有公众提出查阅纸质报告要求。

公众意见提出情况

截止公示截止期限，尚未收到公众反馈意见。

公众意见处理情况

本项目在首次环境影响评价信息公开期间、环境影响报告书征求意见稿公开期间均未收到公众反馈意见。

报批前公开情况

公开内容及日期

根据《中华人民共和国环境影响评价法》及生态环境部令第 4 号《环境影响评价公众参与办法》第二十条要求，建设单位于 2026 年 9 月 20 日进行了环境影响报告书和《中国石油吉林石化公司 5000 吨/年秸秆制糖技术开发试验项目公众参与说明书》信息公开。

公开方式

采用网络公开方式，公示地址为全国建设项目环境信息公示平台网址为 <https://www.eiacloud.com/gs/detail/1?id=60920kVTCm>。网络公示见图 4-1。



图 4-1 报批前网络信息公示截图

其他

本项目公众参与公示材料（报纸、照片、网络截图等）等材料均由吉林燃料乙醇有限责任公司进行存档备案。

诚信承诺

诚 信 承 诺

我单位已按照生态环境部令第 4 号令《环境影响评价公众参与办法》要求，在《中国石油吉林石化公司 5000 吨/年秸秆制糖技术开发试验项目》环境影响报告书编制阶段开展了公众参与工作，在公示阶段未收到公众反馈意见，并按照规定编制了公众参与说明。

我单位承诺，本次提交的《中国石油吉林石化公司 5000 吨/年秸秆制糖技术开发试验项目环境影响评价公众参与说明》内容客观、真实，未包含依法不得公开的国家秘密、商业秘密、个人隐私，如存在弄虚作假、隐瞒欺骗等情况，及由此导致的一切后果由中国石油天然气股份有限公司吉林石化分公司承担全部责任。

承诺单位：中国石油天然气股份有限公司吉林石化分公司

承诺时间：2026 年 9 月 20 日

