

华府首创的华裔老人日间健康护理中心



彩虹老人日间健康护理中心

地址: 8400 Helgerman Ct, Gaithersburg, MD 20877

彩虹宗旨

真心对待 细心照顾
耐心辅导 热心员工



- 隶属全美最大的医疗护理机构,正规化、现代化、人性化的管理模式。
- 拥有华人优良传统,积累了十四年专业管理经验和细心的工作人员。
- 完善的医护服务:预约医生,问诊,跟踪健康状况及安排交通接送。
- 在营养师的指导下提供营养美味的早餐、午餐及点心。
- 协助申请各项老人福利(包括Medicaid 和 Medicare)。
- 提供有趣的室内外娱乐及购物活动和中美两国传统节日庆祝活动。
- 全新装修,安全舒适卫生的活动环境。



加入我们吧
彩虹这头是您
期待已久的幸福

衷心感谢华府地区的华裔老人的支持!

在新的一年里我们推出全新打造的彩虹老人日间健康护理中心!

欢迎您来电咨询: 301-987-8889

消费复苏回暖,华熙生物领衔国货发展再上扬

从“新十条”发布,到“扩大内需”政策推出,干扰消费的核心因素逐渐走弱,消费需求复苏的预期信号迅速增强,大消费板块跃跃欲试,或将再次一跃成为经济增长“发动机”。

华熙生物作为消费领域的国货标杆品牌,在化妆品市场整体下滑的2022年,依然保持着上扬的态度,不仅销售数据屡创新高,还因此获得了资本市场的长足认可。

站在消费复苏与经济增强的转折节点,回溯华熙生物的逆势上涨,最抛不开的是公司对研发投入的坚定,对全产业链的掌握、对品牌建设的用心,以及对新技术、新产品的持久探索。

研发投入筑基,布局前沿合成生物

12月,中央经济工作会议展开,先后发布《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》和《“十四五”扩大内需战略实施方案》,为消费市场打了强心针。

其中,《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》明确指出,要强化企业科技创新主体作用。回到化妆品市场,2022年是《化妆品监督管理条例》,也是相关政策法规密集出台的一年,而化妆品行业法规趋严将有利于以科技构建竞争力的企业。

华熙生物以原料起家,二十余年不断加强科技底层根基建设,坚持投入基础研究和应用基础研究,最终建成六大平台,为的是以生物科技赋能终端产品创新。华熙生物2022年Q3财报显示,前三季度研发费用达2.77亿元,同比增长44.28%,研发

投入占营业收入比例达6.42%。

2018年,华熙生物全面进军功能性护肤品市场,5年以来,坚持在护肤品“基建”方面大手笔投入,不断浇筑科技护城河。2022年半年报显示,华熙生物功能性护肤品在研项目24个,覆盖功效检测、人体功效检测、配方工艺等化妆品开发的核心基建,并拥有12个专注护肤品的研发工作室,报告期内推出护肤品新产品(SKU)约199个。

华熙生物的研发人员

华熙生物还在积极打通产学研,2022年,不仅与上海市皮肤病医院开展医研共创,还与山东省科学院生物研究所合作共建“功效评价联合创新中心”。

潜心研发之外,华熙生物还对新技术的保有灵敏洞悉。合成生物是新材料方面的科技引擎,国内外多家护肤品企业已经相继入局合成生物。而华熙生物早在2018年就对合成生物进行了前瞻性布局,目前已成为国内“唯一”集合成生物“研发创新能力、中试和产业转化能力、市场转化能力”三大能力为一体的合成生物全产业链企业,这将为护肤品原料创新、产率提升以及终端产品创新提供强大的科技支撑。

建成闭环全产业链,把控原料和终端话语权

立于扎实的地基之上,华熙生物筑起了全产业链闭环能力。

区别于代工厂和贴牌生产等,华熙生物拥有自主可控的化妆品全产业链运营能力,从原料端到终端产品,能为长期主义

发展提供支撑。作为全产业链平台型公司,华熙生物依托底层研发技术,牢牢握住化妆品原料“核心命脉”,不断丰富终端应用场景满足消费需求。

目前华熙生物化妆品级原料SKU已超过100个,除了玻尿酸,还有如依可多因、gamma-氨基丁酸、麦角硫因、聚谷氨酸等原料。另外,华熙生物在透明质酸寡糖库、硫酸软骨素、肝素及胶原蛋白等生物活性物上也均有进展成果,以针对性解决原料端的国外“卡脖子”难题,为终端产品创新提供“能源库”。

2022年华熙生物化妆品新原料“水解透明质酸锌”、“水解透明质酸钙”以及“N-乙酰神经酰胺”已完成备案。

华熙生物的次抛生产车间

在产品端,华熙生物提供量肤定制的护肤解决方案,以满足不同消费者的护肤需求,如今华熙生物形成了以润百颜、夸迪、米蓓尔、BM肌活四大品牌矩阵为主,润月雅、珂岸、润熙禾、润熙泉等多品牌协同发展的格局。其中,润百颜专研玻尿酸科技护肤,主打“HA+X”的智慧配方理念;夸迪定位硬核抗老,主打冻龄抗初老市场;BM肌活专研发酵,致力成为“发酵护肤第一品牌”;米蓓尔专研敏感肌、分级护理。

2022年华熙生物大单品势能强劲,已产生9个过亿单品。其中,润百颜和夸迪已成为年销售额超过10亿的国货品牌,用户基础日渐稳固。

功能性护肤品创佳绩,力夺国货“C”位

随着消费者护肤需求从“成分”向“技术”的进阶,化妆品行业更迭速度加快。

据Euromonitor预测,2024年护肤品市场规模将达4402亿元,2019-2024年复合增速约12.5%,远高于化妆品行业整体预计增速,可以预见护肤品赛道领军企业的高成长性已经确定。

以华熙生物来看,2022年功能性护肤品业绩持续高位增长,并带动公司整体业绩上扬。2022年Q3财报显示,公司前三季度营收43.2亿元,同比增长43.43%。

在今年618以及双11大促中,华熙生物创造了多个霸榜明星大单品,领跑功效护肤市场。如夸迪在双11天猫美容护肤TOP榜单中位居第16位、国货第3位;润百颜屏障调理次抛位列天猫护肤必买榜TOP1;米蓓尔明星单品“蓝绷带”和“粉水”分别获得涂抹面膜和爽肤水类目国货TOP1。

化妆品领域将迎来国货高端品牌的崛起。国家对品牌建设也提出了更高要求,《进一步提高产品、工程和服务质量行动方案(2022—2025年)》强调,要在化妆品等消费品领域培育一批高端品牌。政策支持及消费复苏大势下,化妆品领域将迎来真正的“王牌军”选拔。

华熙生物作为持续在科研、全产业链等方面不断投入的国货品牌,将率先实现重点突围,获得长足竞争优势,这股砥柱力量将引领中国品牌成为全球发展中的主导力量。

