

美在静安 妆动全球

作为2024上海全球新品首发季的重磅活动,日前举行的上海国际美妆节以“美在静安,妆动全球”为主题,联手欧莱雅、雅诗兰黛、娇兰、希思黎、娇韵诗、资生堂、爱茉莉、LG集团、上海家化、优时颜等国内外知名美妆企业集中发布新品,共同开展美妆新品首发、美妆品牌快闪、新品发布直播、美丽共生公益等系列活动。美妆企业从静安这片热土出发,拥抱更多的消费者。

■记者 黄小清



2024年,源自法国的高端美容护肤品牌娇韵诗迎来70周年里程碑。自诞生以来,娇韵诗凝聚天然植萃之力,专研先锋科技,为全世界女性带来卓越护肤体验,在欧洲市场保持三十多年雄踞高端脸部护理品排行榜榜首。目前生意遍及六大洲一百五十多个市场,确立了全球高端护肤专家的地位。2024上海国际美妆节上,娇韵诗带来了适合当季美白需求的娇韵诗牛奶奶水乳以及小娇韵诗my clarins的重磅新品O椰面霜。

美妆节效应背后

娇韵诗在中国深耕多年,目前在全国已有超过200个化妆品专柜和精品店,覆盖74个城市,有娇韵诗官网、天猫官方旗舰店、微信官方商城、抖音官方旗舰店等多个线上销售渠道。作为专业高档护肤全球性品牌,娇韵诗产品涵盖面部护理、身体护

理、防晒、香氛、男士护理及彩妆等多元化品类,并继续凭借创新性产品扩展自己的美丽疆域。镇牌之宝双萃精华,是第一款水油质地、高效的强御龄维稳精华,同时也是第一款分肤质的强抗老精华。

谈到为何参加此次美妆节,娇韵诗大中华区执行副总裁钟晓鸣认为,这是一个与行业同仁、消费者和潜在合作伙伴建立联系的绝佳平台,“我们可以通过展位展示新品,举办产品体验活动,以及通过直播形式,更加生动充分地面向大众展示,让更多人了解到品牌和产品。”

钟晓鸣还谈到,静安区作为上

海的商业和文化中心之一,拥有繁荣的美妆产业氛围,这里聚集了众多国内外知名美妆品牌,不断引进和创新高端美容产品和服务。“静安的美妆市场不仅服务于本地消费者,还吸引了来自全国乃至全球的顾客。此外,静安区在推动美妆产业发展方面也表现出了积极的政策支持和市场活力,使其成为中国美妆行业的重要枢纽。”

自2010年在上海市静安区设立第一家公司以来,娇韵诗始终与中国市场共同成长。“在静安区政府领导的大力扶持下,我们取得了实实在在的健康发展,每年销售额保持高两位



从中国地区总部到首个海外实验室

法国高端美容护肤品牌娇韵诗钟情静安

数增长,在过去的十几年时间里,业务量增加了近22倍。”钟晓鸣表示,娇韵诗得到了静安区各政府部门的大力协助和支持,同时静安区政府也为品牌提供了非常良好的营商环境,“开放包容的政策、高效优质的政府服务,使得娇韵诗在中国发展的这14年中,不断地健康成长。”

持续投资静安

在集团决定进一步扩大娇韵诗品牌在静安区的投资和发展后,静安区商务委和区投资办都给予了大力支持和帮助。2020年,娇韵诗在静安

区设立了中国地区总部。同年,娇韵诗的第一个海外实验室也在静安区的市北高新园区落户。“从实验室选址到最终公司注册成立,我们仅用了一个半月的时间,真正体现了静安区的便民便企高效服务。我们相信在这种良好的政商合作下,娇韵诗不仅能够创造更好的成绩,也能更好地回馈社会。”钟晓鸣说。

据悉,娇韵诗首个海外实验室致力专研中国消费者肤质需求,与总部实验室携手研发更适合中国消费者的护肤产品,在2022年推出了娇韵诗至臻凝时Precious系列,该系列产品也是在中国首发,满足消费者更高

端、更高效、更具仪式感的护肤需求。娇韵诗至臻凝时系列Precious是品牌凝聚珍稀天然成分、数十年卓越科研成果与非凡使用体验的巅峰之作,旨在为消费者带来更高效、更高端、更奢享的抗老护肤体验。

随着中国消费者的护肤需求变得更加精细化、更加高阶,信息化让越来越多的消费者,变成了“成分党”。娇韵诗在不断研究植萃科技的同时,积极探索消费者不同的护肤需求,推陈出新。针对不同年龄,不同护肤需求,提供给消费者更有针对性的产品。镇牌之宝双萃,就是第一款分肤质的抗老精华。据透露,高端抗老线至臻凝时Precious系列也有新的产品即将面市,提供给消费者更高端高效的抗老护肤体验。此外,位于静安嘉里中心的美容SPA,也将在下半年完成升级,以全新的形象,为顾客提供一如以往的优质服务和护肤体验。

光疗美容健康行业鼻祖

“QuasarMD科施佳”

带来全球新品

本届上海国际美妆节,光疗美容健康行业鼻祖“QuasarMD科施佳”(以下称科施佳)带来了全球新品“光疗塑形腰带”。该产品利用光学技术等加速腰部脂肪代谢,实现躺在床上或者戴在身上就能瘦腰的功效,斩获2024年德国红点设计大奖。

“美妆节这个平台跟我们品牌的匹配度很高,也是很好的展示产品的机会。同时,静安在外资、国际化这些方面都走得很超前,我们希望通过扎根静安,立足上海,从中国逐渐扩展到全球。”对于今年第一次参加美妆节,科施佳品牌总经理曾旭如此说道。

泽之生物科技(上海)有限公司成立于2013年12月,隶属于宜美科技集团有限公司,2021年落户静安。2018年全资收购美国家用红光仪鼻祖品牌“QuasarMD科施佳”,目前品牌产品线包括面部线和身体线,代表产品分别为光子美容仪、光疗塑形腰带等,广受消费者好评,曾获LED美容仪品类TOP1。

在探索光学护肤这条道路上,科施佳通过持续深耕光学科技,整合全球战略资源,历经20年不懈研发与创新,成功将光学护理技术引入家庭日常场景,以安全有效、轻松便携的产品形态,满足快节奏社会人们对抗衰老、紧致肌肤的追求,为消费者提供领先的家

用美容健康解决方案。

据介绍,从光疗技术出发,科施佳研究出了特定波长和能量组合,应用在抗衰、祛痘以及嫩肤上。其仪器经过了临床验证,专为家用设计,并通过持续重复试验,让医疗效果能够完全实现家用化。通过优选安全有效的红光和近红外波段,加速肌肤内循环,达到抗皱紧致的作用。同时,量化特定时间内真正为肌肤吸收的光能,结合大量的试验数据,确定了合理的参数范围,再加上不断完善的人体工学便利性设计,用户便利的使用场景时间,最终开发出安全、有效、优质的科施佳产品。

“无论是市场监管方面、网上税收方面、商务方面,还是大宁集团,都给予了很多支持和帮助,助力企业落户静安后得到较快的发展。”曾旭表示,未来,科施佳将继续坚持以“光技术”为品牌原点,携手全球创新研发团队,以光聚科技,释放专业之力。采访最后,曾旭还透露了品牌未来3个发展方向:“从上海到全球”,立足上海,通过加强海外渠道建设等加快全球化发展的脚步;“从美丽到健康”,通过延展光学科技,拓宽更多健康领域的应用场景;产品方面,未来将致力于带给消费者“从标准化到个性化”的更多产品。



近期于静安启幕的2024上海国际美妆节上,国内外美妆大牌纷纷携重磅首发新品亮相。其中,一个年轻的国货美妆品牌引起了行业广泛关注。UNISKIN优时颜斩获上海国际美妆节科技引领奖,品牌创始人杜乐博士在启动仪式上发表主题演讲,围绕“赋能明天,年轻品牌的可持续发展方向”这一主题,分享、探讨了行业新理念、新方向和未来发展新趋势。

“这次之所以来参加美妆节,不仅仅是因为我们优时颜扎根静安,我们的专柜也落地在芮欧百货,还在于静安给我们这些年轻的国货品牌带来了巨大的助力与推动。”杜乐博士表示,静安的美妆产业是最具消费活力的市场之一,静安区内各美妆企业立足静安辐射全国,市场规模不断扩大,成为企业全球战略中越来越重要的部分。

国货美妆“黑马”

UNISKIN 优时颜即“UNIQUE SKIN”,意为“独特的肌肤”,是一个关注中国人肌肤的科学护肤品牌,致力于为生活在各地的国人提供肌肤护理方案,让不同年龄段的肌肤都能达到年轻健康的状态。

静安美妆企业辐射全国

国货美妆品牌“黑马”引起行业关注



品牌目前拥有7条产品线,分别针对眼部抗老、面部抗老、面部平衡保湿、面部舒缓、面部角质调理、身体部位护理开发出高效产品。其中,明星单品微笑眼霜、黑引力精华、光源精华、黑引力面霜等大获市场喜爱。

2019年1月,UNISKIN优时颜正式推出首款淡纹眼部精华霜“微笑眼霜”,上市后便一举成为好评如潮的当家爆品。此次美妆节,UNISKIN优时颜带来了从未亮相过的新品——优时颜淡纹紧致眼部精华霜(真空版),相较之前的版本,这款全新包装的第三代微笑眼霜采用了全翻盖开合+全真空按压泵的专利设计。

UNISKIN优时颜由UCLA附属医院医生于2018年创立,总部位于上海静安。品牌联合创始人许嘉祺认为,静安区有着非常丰富的历史文化底蕴,在商业、金融上也有着很多明显的优势,而具体到美妆圈层,南京西路商圈聚集了众多国内外美妆品牌,这对于国货品牌来说,有助于学习和成长。“所以我们选择落户静安,落户之后也得到了静安区政府的许多支持,如相关政策扶持、项目申报、搭建行业学习交流渠道等,帮助品牌在近几年保持稳定增长。”



扎根静安以来,品牌发展不断迎来新的挑战与成绩。去年“双11”,优时颜旗舰店成交金额2.8亿,同比提升47%,全美妆行业TOP20,创造了品牌“双11”行业排名新纪录,天猫国货美妆排名NO.7。其中,爆款单品第3代微笑眼霜热卖45万瓶,同比增长20%,跃居天猫美妆国货NO.1眼霜,黑引力面霜开售10分钟80000瓶售罄,平衡洁面乳热卖160万支,同比增长50%,占据天猫美妆国货NO.1洁面。

专研国人肌肤的抗老品牌

品牌成立前期,曾花费近两年时间搭建品牌肌肤科研团队并不断壮大,创始团队来自临床医学、IT、分子生物学、高级化工等领域。“创业之初,我们并没有急着创品牌、推产品,而是花了近两年时间,对中国人的皮肤衰老特征展开研究,并搭建了国人皮肤研究体系以及检测和分析方法。为此,做了大量活性物、原料、成分相关的研究,在护肤品领域寻求关于中国人皮肤问题的解决方案。”杜乐博士介绍说,基于前两年的积累沉淀,UNISKIN优时颜于2018年成立,并确定了品牌定位——打造专研国人肌肤抗老护肤品牌,针对中国人皮肤特性做有针对性的调整,开发研制更适合国人皮肤的护肤产品。

杜乐博士认为,UNISKIN优时颜的核心竞争力在于对产品原料的

研发技术。像优时颜这样的新锐国潮品牌,通过打造产品的技术差异化,以及与新一代消费者沟通的优势,从而更高效地获得消费者的信任。2022年,优时颜发布了《人体皮肤衰老评价标准》,表明对中国人皮肤衰老的研究有了一些结论性的成果。这是结合了很多相关领域的专家,其中包括皮肤科等相关的学科,将各自关于中国人皮肤衰老洞察汇聚成册。

“中国消费者需要一款适合国人自己肤质的抗老产品。”基于UNISKIN优时颜对中国人特定皮肤的需求、特定市场设定开发的抗老产品,研制出适合中国人肤质的活性功效成分和高效配方体系。去年,UNISKIN优时颜落成了两个新的实验室,将基础研究成果转化成核心产品。未来,品牌将在皮肤学的基础研究和成分配方技术转化研究这两个领域持续深耕,开发出更多适合中国人抗衰老的护肤产品。

展望今年消费市场,许嘉祺透露说,品牌仍保持一定的增长预期,并将积极发力线下业态。今年4月,UNISKIN优时颜就在上海开创了品牌线下首店,通过多种途径实现关于“UNIQUE SKIN”的诠释——即所处环境和生活习惯的不同,决定了个体面对不同的肌肤问题,通过整合独家专研配方产品及科技美肤仪器,全方位帮助更多中国消费者解决肌肤问题。

