

观察美妆经济，刚落幕不久的第三届中国国际消费博览会或许是一个重要窗口。这是2023年中国举办的首场重大国际性展会，是“消费提振年”活动的重要组成部分，彰显了新时期消费促增长的良好势头。本届消费会上，各大化妆品集团纷纷带来不少新货首发亮相，消费活力清晰可见，显示出对中国经济发展的信心。

美妆经济

携手旗下九大标志性品牌，全知美妆公司科蒂再次参展消博会。据记者了解，今年是科蒂第三次参展，现场以“未来花园”为主题，全面展示了其在护肤、香水、彩妆等领域的最新产品和研发技术。欧莱雅集团、资生堂集团也是连续三年参加消博会。欧莱雅携旗下品牌碧欧泉在法国馆亮相，而资生堂则以“唤醒内在之美”为主题，呈现11大人气品牌，向消费者展示了该集团丰富而平衡的产品组合。雅诗兰黛集团是连续两年参展消博会，其展示规模与品牌阵容皆超往年，旗下参展品牌14个，涵盖雅诗兰黛、海蓝之谜、魅可、倩碧等标志性品牌。各化妆品巨头的参与热情，在大量的首展首秀中，透视出了美妆经济所折射出的消费新活力。比如，在科蒂集团的展台上，旗下高端护肤品牌Lancaster携全新“御颜系列”亮相，给消费者带来了全新的护肤解决方案；另一高端护肤品牌Orveda也首秀现场，被看作是品牌下半年正式进入中国市场的提前试水。步入资生堂集团的展区，记者看到，旗下高端护肤品牌CPB对此前人气爆棚的三亚“钻光之境”快闪店进行了复刻。进一步体验发现，消费者在此可体验光采赋活等系列产品，感受品牌对肌肤光彩和内在力量的追求。而彩妆品牌

NARS在展会上打造了品牌首个3D虚拟动画首秀，这一游戏化的互动方式为消费者带来了个性化妆容等专属体验。在碧欧泉打造的15平方米沉浸式展台上，生物科技与可持续发展的陈设让人眼前一亮，呈现的四大体验区也吸引了不少消费者的到访。值得一提的是，展区桌面上还配有触摸屏，参观者可借此直观了解碧欧泉在此次展会上首发的“产品环境影响五色盘”。据悉，此举旨在通过这一可持续创新解决方案，帮助消费者了解所用产品在整个生命周期中对环境的影响，做出更可持续的消费选择。集团作战，新品轮番上演……事实上，正如消博会“共享开放机遇 共创美好生活”的主题所言，化妆品巨头们也在借势消博会这一平台，与中国消费者携手共创可持续消费生态。



消费者参观“钻光之境”快闪店

美妆经济



各大化妆品集团参展消博会，还传递了一个积极信号——他们正在紧锣密鼓地布局中国市场。“中国是全球最具活力的高端美妆市场之一，拥有品位一流、眼光独到的消费群体。”谈及中国市场，雅诗兰黛集团总裁兼首席执行官傅懿德的激情溢于言表，“借助消博会，我们期待能够继续为中国消费者提供卓越高品质的产品和高感知的服务体验，加强市场参与、满足本土需求。”“我们看好中国市场的无限潜能，欧莱雅将继续乘着消博会‘溢出效应’的春风，为中国旅游零售消费者带来更多样的产品选择，满足中国消费者日益增长的‘美好消费’需求。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞表示。中国市场的反馈究竟如何？业绩最能说明一切。据记者了解，2022年，欧莱雅中国整体业绩实现逆势增长5.5%，并在2023年第一季度继续领跑市场。谈到布局中国，旅游零售市场成为最

近几年的消费热点。科蒂集团高端美妆首席商务官狄珊珊表示，消博会的举办地海南，极具国际竞争力的开放政策和营商环境，无疑为旅游零售业务的发展提供了极大机遇。“目前，我们在海南的发展已取得了显著的成绩，我们对海南乃至整个中国市场的发展充满信心，将持续投资。”记者了解到，截至目前，科蒂已在海南开设29家品牌专柜，到下一个财年，这个数字预计达到38家，其中包括能级更大的7家独立品牌精品店。狄珊珊进一步提到，“未来，科蒂将继续以海南为基点，持续深耕中国旅游零售市场，助力消费市场提质升级。”对于再度参展，资生堂集团相关负责人表示，消博会作为全球消费精品展示交易平台，为各国企业同享中国消费市场机遇、扩大互利共赢提供了优质平台，“资生堂集团也从消博会和离岛免税‘平台+政策’叠加效应中持续获益。”数据显示，2022年，资生堂集团旅游零售业务的净销售额同比增长15.3%。

深耕中国市场有信心

红旗连锁股份有限公司董事长曹世如也表示，新公司的成立将进一步整合双方优势，共同推动天府新区零售行业向多元化、品质化、智慧化方向转变，“红旗连锁还将一如既往发挥上市公司引领作用，加快科技创新和数字化应用，更好服务天府新区经济社会发展。”

据记者了解，截至目前，红旗连锁已在四川天府新区成都直管区开设有100余家连锁门店，为这里的居民日常生活提供重要基础保障。下一步，新成立的四川天府新区天投红旗商业管理有限公司将充分参考世界各地新型零售店的多元化设计风格，结合天府新区城市特质，努力打造一批集区域型、功能型、服务型为一体的时尚新消费升级店，比如在现有红旗连锁零售店基础上，针对不同区域居住和办公人群的消费习惯，推出红旗连锁高端社区店、CBD精品店等新消费门店，更好满足天府新区居民多元化消费需求。

值得一提的是，首家红旗连锁智能超市也将于近期亮相天府新区。据介绍，该超市不仅外观时尚，还将提供24小时服务，门店也运用了大数据、物联网、云计算等信息技术，将为当地消费者带来一站式全新购物体验。

消费观察

高端护肤市场群雄逐鹿

或许，你对这个“新面孔”还比较陌生，但此次兰嘉丝汀全新启航，则让消费者对其有了全面认识，纷纷感叹：“它着实大有来头！”兰嘉丝汀1946年诞生于摩纳哥，是摩纳哥王妃格蕾丝·凯利指定的“美容供应商”。其最新上市的御颜系列，其实也复刻了当年的王妃系列。兰嘉丝汀也是全球知名香水公司科蒂集团的一员。背靠科蒂集团，在一连串市场营销活动的影

响下，兰嘉丝汀的关注度越来越高。但对于一个高端护肤品牌来说，如何才能深度圈粉，“功效”才是最打动人的。以御颜系列为例，该系列产品首次采用了科蒂最新开创性技术成果——获得专利的“R.O.E.技术”，使得产品兼具抗衰和修复两大功效。不难看出，科技护肤是该品牌掘金中国高端护肤市场的一张王牌。而从产品的售价来看，也充分感受

到了它的不菲：御颜系列的主推产品御颜霜50ml规格售价2500元，30ml的御颜精华露2700元。随着兰嘉丝汀的入局，以兰蔻、雅诗兰黛、海蓝之谜为代表的高端护肤市场将风云再起。如何出奇制胜？除了前述提到的一些缘由之外，兰嘉丝汀也在通过定制化美容护理来吸引消费者，而这也融入新开店之中，升级消费者的护肤体验。在渠道布局上，除了线下蹄急步稳的拓展新店之外，目前品牌在线上的天猫和抖音官方旗舰店也已投入运营。凭借创新肌肤修护技术，以及差异化的护肤产品及服务，兰嘉丝汀或将在中国高端护肤市场杀出重围，占据一席之地。

劲爆四月 深交所中小板上市 股票代码：002697 活动时间：2023年4月27日

香奈 马贝克红葡萄酒 750ml 促销价 68.0元/瓶

小猪呵呵 火腿午餐肉罐头 340g 促销价 12.9元/罐

恒顺 香醋 500ml 促销价 4.9元/瓶

康师傅 纯萃零糖茉莉花茶 (原味茶饮品) 500ml 零售价：4.0元/瓶 3瓶仅售：6.6元

味乐士 去骨筋80g (泡椒香辣/柠檬酸辣) 促销价 6.5元/袋

康美纳卡 85%黑巧克力 100g 促销价 7.8元/盒

黄老五 麻花酥原味 500g 促销价 9.9元/袋

维达 纸手帕 24包+6包 促销价 7.9元/条

尤佳 凉拖 603 促销价 9.9元/双

为您提供以下便民服务 和信通 支付宝 微信支付 中国银联 中国移动 中国联通 中国电信 公共交、消费 电费预缴充值 自来水缴费、预存 燃气缴费、预存 成都市中小学学费代收 中国体育彩票 川航积分兑换 中国福利彩票 成都职工电子钱包消费 翼支付 成都市汽车违章代扣 广电网络业务代收