



欧莱雅中国逆势增长领跑市场 全新“5界”策略勾勒美的无界未来

○ 本报记者 郭小萍

近日，欧莱雅中国在上海举办了“美无界·新奇点——2023年发展战略年度沟通会”。欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞先生携集团战略委员会成员，与来自政府、行业及媒体的各方嘉宾分享了欧莱雅在中国的最新业绩、市场洞察和战略规划。2022年，欧莱雅中国迎来了25周年里程碑，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。站在下一个25年的起点，欧莱雅中国发布全新“5界”策略，旨在打造第二增长曲线，释放“美丽新势能”，携手各方共同迎接“美好消费”新纪元。



“首个数字美妆循环经济共建项目”暨“循环美 新奇点 88减碳日”正式启动

化挑战为机遇，重振美妆无限潜能

面对外部环境带来的不确定性和复杂性，欧莱雅中国在“美：共同进化·生生不息”的战略指引下，化挑战为机遇，实现了2022全年销售额同比增长5.5%的成绩，超越市场平均水平11个百分点，继续领跑市场。欧莱雅中国积极拥抱中国领先的数字生态，在电商渠道实现了两位数增长，并于2022年“双11”期间荣登天猫、京东、抖音平台美妆集团榜首。此外，其四大事业部也全面开花：

- **高档化妆品部**：在中国所占市场份额已超过30%，形成了最多样化且均衡的强大品牌矩阵
- **大众化妆品部**：产品功效持续创新，其中巴黎欧莱雅和三美玉分别斩获2022年“双11”美妆品牌和彩妆品牌第一名
- **皮肤科学美容部**：北亚区净销售额增长18%，中国区增速高达市场6倍
- **专业美发产品部**：北亚区同比增长24%，中国区同比增长高达32%

打造第二增长曲线，创造“5界”之美

作为中国乃至全球最大的美妆集团，欧莱雅对中国美妆行业的韧性和潜力深信不疑。随着中国的高水平对外开放和高质量发展，美妆行业将进一步满足消费者对于美好生活的向往，也在引领“美好消费”方面继续发挥至关重要的作用。为此，站在下一个25年的新起点，欧莱雅制定了全新的“5界”策略，通过创新（Innovation）、多元包容（Diversity & Inclusion）、多极化（Multipolarity）、全球本土化（Glocalization）和可持续（Sustainability），旨在创造无界之美，拥抱无界未来。

欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞先生表示：“美，是人类本质的需求。在全球市场拨云见日、中国高水平的对外开放和高质量发展环境下，美妆正为世界经济复苏注入强劲动力、带来无界生长，也为像欧莱雅一样的在华企业带来无限机遇。我们始终对欧莱雅在中国的发展充满信心，并希望与中国一路同行。欧莱雅衷心感谢所有共同创造美的员工、合作伙伴和广大消费者。站在下一个25年的起点，这一传承与超越的原点，欧莱雅正蓄势待发，去迎接新纪元的曙光，并携手更多行业伙伴，创造更加创新、多元包容、充满韧性和可持续的美，与让世界为之所动的‘新奇点’！”



欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞先生发表演讲

欧莱雅中国“美无界·新奇点——2023年发展战略年度沟通会” 媒体专访 Q&A

Q：当前中国消费者他们在皮肤健康方面会发生什么样需求转变，有没有相关的数据可以分享给我们？

A：关于消费者目前趋势的变化，我觉得有两个趋势。第一个趋势是更精简，刚才在分享里面我们也有提到，在搜索关键词的时候屏障的搜索关键词已经比敏感这个词高达1.7倍，这个背后当然是说中国用户皮肤的状况，可能是由于一部分不够科学的护肤方式导致皮肤屏障的受损。中国超过50%的女性会说自己皮肤有各种各样的敏感性的体现，所以在用产品的部分，今天我们也看到有趋向精简、有效、高效这么一个趋势。

第二个大趋势是精简的反义词：要高效，尤其在抗衰上面，今天在用户层面搜索抗衰上面已经进行很多样的细分，包括紧致、去纹、提亮、祛斑，甚至是在祛斑和去纹上面，有T区的纹等等，就非常精细了。所以，我觉得现在从大的趋势来讲就是两端，非常极端的护肤方式，主要是在修复部分。另外一头是更细分的抗衰的需求，在这几年当中都有非常高的增长。



受访者：
欧莱雅中国副总裁及皮肤科学美容部总经理马岚



欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官费博瑞先生介绍皮肤科学美容事业部战略升级

近日，欧莱雅中国宣布旗下活性健康化妆品事业部（L'Oréal Active Cosmetics）正式更名为皮肤科学美容事业部（L'Oréal Dermatological Beauty），这一全新的名字标志着该事业部在皮肤科学美容领域的进一步精进革新，以科学、专业的护肤解决方案持续引领健康之美。

在欧莱雅中国2022/2023年度发展战略沟通会上，中国皮肤科学美容事业部携手大健康产业中不同专业背景的合作伙伴，启动了五项全新战略合作项目，推动美妆与健康生态圈深度融合，助力“美丽大健康”蓝图的实现。