



欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官博万尚分享重点战略

○ 商报记者 郭小萍

近日，上海——欧莱雅中国举办“大美泱泱，向美而升”年度发展战略沟通会。欧莱雅北亚总裁博万尚宣布，集团2024年持续领跑中国美妆市场，并通过Asterès经济咨询公司数据揭示：每1个欧莱雅中国岗位可带动其他领域新增20个就业，乘数效应达行业平均水平的8倍，累计创造33万就业岗位。博万尚强调，美妆产业正深度融入中国社会经济肌理，在促进消费、拉动就业和推动中法文化交流方面展现独特价值。

向美而声，以消费者为中心跨越周期

在消费需求从“性价比”向“心价比”跃迁的背景下，欧莱雅构建了五大核心战略：聚焦Z世代、熟龄及男性消费群体，计划2030年触达1.5亿中国消费者；引入Miu Miu、Dr.G等新品牌，塑造32个差异化品牌矩阵；持续打造兰蔻「超修小黑瓶」、理肤泉「紫砂精华」等明星产品；通过O+O全渠道覆盖下沉市场，创新赫莲娜头等舱体验店等新零售模式；完善人才梯队建设，夯实可持续发展根基。马晓宇指出，品牌必须时刻洞察消费者需求，以极致产品服务知识型消费群体。欧莱雅将进一步在中国因地制宜，开展“美之道”系列项目，让更多人参与到美的探索、创造和传播中。

向美而生，在中国开创璀璨“美之道”

沟通会上，面对当今世界的不确定性和不稳定性，博万尚表达了对中国美妆市场的坚定信心。信心一方面来自中国高质量发展带来的确定性和稳定性，另一方面源于美与中国社会心心相系的“美之道”(Essentiality of Beauty)。美是人类亘古不变的追求，正在文化习俗方面塑造个人身份归属感，从日常生活角度助力公众身心健康，在社会经济层面为消费增长和促进就业贡献力量，从国际合作维度助推中外交流。

向美而升，全新格局开启美妆寰宇新征程

2024年欧莱雅加码在华投资，苏州智能运营中心启用提升电商供应链效率，战略投资颜术医美布局新赛道。集团全面实施“美丽跃升计划”：研发端聚焦长寿科学TM技术转化，推出L'Oréal Cell BioPrint皮肤解码仪等创新产品；社会端深化可持续合作，与京东共建绿色消费生态，推动“科技女生赋能项目”走向联合国舞台；人才端升级“有意思青年”项目，培育美妆科技与公益新生力量；生态端设立两大投资基金，支持中国美妆新势力全球化发展。同步推进的“美之道”文化工程，将携手国家博物馆出版学术专著、开展美学研究。站在新起点，欧莱雅将持续践行“在中国、为中国、和中国创造美”的承诺，以科技赋能、文化传承和生态共建，开启“大美泱泱，向美而盛”的新纪元。



▲欧莱雅中国副首席执行官及高档化妆品部总经理马晓宇分享重点战略

一个岗位带动新增二十个就业机会

欧莱雅中国发布美的社会经济学数据：



▲欧莱雅中国副首席执行官及高档化妆品部总经理马晓宇分享重点战略



▲欧莱雅中国研发和创新中心总监白林分享研发战略



▲欧莱雅北亚及中国公共事务总裁兰珍珍分享“美之道”项目理念与进展