

中国首创，全球推广的首款人工智能痘痘检测应用艾菲卡痘痘检测。



当颜值经济与黑科技交相辉映

欧莱雅的美妆科技转型不止于消费者直观接触的创新，而是将科技创新自上而下、由内而外地融合于集团运作链路的所有环节。

□ 记者 | 周 洁

从只有“雪花膏”“擦脸油”的单一时代，到如今爽肤水、面霜、眼霜、精华等产品的百花齐放，人们对于自己的颜值越来越在意，“颜值经济”也令美妆行业市场规模不断加大。

随着中国消费者在脸上的投入越来越多，美妆企业们也是不断加码新科技。例如，进博会上，欧莱雅希望通过科技，为消费者创造更加个性化和更加极致的美妆体验。

“在去年的成功基础上，欧莱雅今年希望在进博会打造一个典范性的‘新消费’体验空间，让消费者在零距离接触全球尖端美妆风尚的同时，探见美妆‘新科技’将梦想照进现实的美好未来。”欧莱雅中国总裁兼首席执行官费博瑞先生指出。

“连续两年，欧莱雅都是首批确认参展进博会的企业，并担任进博会参展商联盟副主席单位，积极为进博会的成功举办

和中国市场的进一步开放建言献策。11月6日，欧莱雅确认参与第三届进博会，作为法资企业代表，欧莱雅鼎力支持中国商务部分享‘进博机遇’，带动更多法资企业参与第二届进博会。”欧莱雅中国有限公司副总裁兰珍珍女士向《新民周刊》表示。

世界级美妆科技首发，消费者迎来“你时代”

今年是中法建交55周年，法国品牌欧莱雅是进博会的“熟面孔”。欧莱雅集团董事长兼首席执行官安巩表示：“欧莱雅是最早来到中国的法国企业之一。在全球大变局的复杂背景下，进博会为经济全球化和贸易自由化建立起‘灯塔’。我们希望