

借助这一平台续写与中国长期良好的合作关系。”

去年进博会上，欧莱雅首秀的四大品牌已全部在中国上市，今年欧莱雅更是带来千余进口展品，数量较首届几乎翻倍，其中约三分之一都是首次跟中国消费者见面。结合了美妆和尖端科技力量的美妆“黑科技”，成了欧莱雅此次进博会最大的亮点之一。

在进博会6号馆品质生活展区，来自上海的陈小姐尝试了欧莱雅旗下巴黎卡诗品牌的一款“头皮发质多功能智能检测应用”，通过3种不同光源拍摄高清头皮与头发画面，这个应用生成了一份针对陈小姐头皮与发质的4大维度的精准分析，并能为陈小姐提供专业、全面的护理方案建议。

未来，陈小姐还可以在微信小程序上看到自己个性化的头皮发质检测报告，随时随地查看，实时记录追踪头皮发质健康状况与改善进程。

头皮健康随时养护的同时，皮肤问题也解决了。据悉，由欧莱雅集团旗下人工智能和增强现实科技公司 ModiFace 研发的“Skin Genius 移动端一站式皮肤检测应用”在进博会上完成了首秀，只需用移动设备拍摄的一张照片，该应用就可以从皱纹、皮肤光泽度、毛孔、弹性、色斑等多个维度分析脸部皮肤状况，并结合用户的年龄、肤质等基本信息，迅速对皮肤状态进行评分，通过直观、易读的数据报告向消费者展示结果，并以此为据向消费者量身定制护肤方案。

品牌方表示，进博会上的 Skin Genius 仍是测试版本。正式上市前，Skin Genius 将在语言和界面上继续优化，未来将全面开放给集团内所有护肤品品牌使用，并可根据品牌的特性和需求定制界面和功能。

除此之外，欧莱雅还带来了全球首款不含电池的便携式肌肤环境探测仪——理肤泉“小针探”（UV Sense），理肤泉

欧莱雅集团董事长兼首席执行官安巩（左三）、欧莱雅中国首席执行官费博瑞（右一）。



品牌的“艾菲卡人工智能痘痘检测应用”、薇姿的“SkinConsultAI 肌肤老化检测系统”、巴黎欧莱雅沙龙专属的全球首个动态发色模拟应用 Style My Hair 等创新科技成果。

进博会上的美妆新格局

进博会是世界各地企业展示自己的舞台，也成了全球企业展示最新科技和产品亮相的绝佳之地。

今年，以“带上世界来宠你”为主题，以“三新”——新消费、新科技、新格局为关键词，欧莱雅将展区打造成了进博会最大的立体式“新消费”快闪体验展，也成为唯一一家联动6.1品质生活展区、新设立的6.2高端消费品展区和5.2法国国家馆“三馆共展”的消费品企业。

开幕式前，欧莱雅董事长兼首席执行官安巩先生作为世界500强企业代表之一，受到了习近平主席亲切会见。安巩先生表示：数字技术和电子商务不仅是消费的助推器，也是让人们生活更加美好的创新动力，正在推动中国经济转变为消费导向型、以消费者为中心、以人为本的经济体系。今天的中国已不只是一个市场，更是全球科技突破的试金石、研发创新的新枢纽和美好未来的实验室。

今天，中国已成为了欧莱雅全球数字化和创新的全新枢纽，也是欧莱雅转型成为“全球美妆科技领导者”的重要引擎。“欧莱雅是中国改革开放和营商环境持续优化的见证者、受益者和参与者。未来，欧莱雅将尽自己最大努力，与中国和世界各地的人们同享‘进博红利’和‘中国机遇’，迈向更美好的生活”。

欧莱雅将展区打造成了进博会最大的立体式“新消费”快闪体验展。摄影/沈琳

