

欧莱雅中国副总裁及皮肤科学美容部总经理马岚表示：“全世界范围内，有 20 亿皮肤病患者深受各种各样皮肤问题困扰；同时全球有至少 6 亿医美人群。所以作为一个化妆品品牌集团，一方面是用化妆品去帮助面临皮肤问题困扰的用户的需求，另外一方面要符合专业美容求美者的需求，能够给这部分人群属于欧莱雅独特的解决方案。”

欧莱雅旗下的专业科学护肤品牌修丽可，正是前文提及的“现场个性化服务”最先应用品牌。据介绍，修丽可的 CUSTOM D.O.S.E 个性化护肤服务已完成核心配方方案，并在 5 月中上海“五五购物节”期间以预约服务的形式正式上市发售，开启化妆品现场个性化服务在中国内地的先河。届时，只需 10 分钟，消费者就能根据自己的皮肤状态精准定调配出专属的修丽可精华液产品。“我也想感谢政府在审批方面对我们支持，使得我们有一个政策性突破产品带到中国市场。”费博瑞说。

在美妆行业，欧莱雅一直是先行者和推动者。

去年进博会上，欧莱雅带来了染发领域的最新个性化产品——手持居家染发神器 Colorsonic，以及于北亚首次发布店内个性化香氛体验服务——YSL 圣罗兰美妆 Scent-Sation（YSL 电波穿香室），这是另一类应用于消费场景的服务，能够帮助消费者选择适合各自皮肤状态、喜好的气味等。“从 2018 年第一届进博会开始，我们每年都将高科技的适合个性化需求的产品，作为重点展品首发首秀。”费博瑞表示，“与此同时我们将全世界最好的东西带到中国，让中国看到世界的美好，也让世界看到中国的美好，得到启发。”

这样的案例还有很多，比如由“中日韩美妆黄金三角洲”协同打造的兰蔻菁纯精华粉霜，灵感源自日本，技术合作与韩

修丽可服务人员在现场为顾客解析皮肤状态。



SHANGHAI

4 月，欧莱雅中国宣布获得上海市药品监督管理局颁发的中国首张“现场个性化服务”化妆品生产许可证，**成为中国内地市场首家“持证上岗”，能在门店中提供化妆品个性化服务的公司。**



国进行，中国率先发布，取得了巨大的成功。

此外，从 2020 年到 2023 年，欧莱雅已经连续四年参加上海“五五购物节”。在费博瑞看来，欧莱雅参与支持“五五购物节”是再正常不过的决定。“这不仅是因为我们是全球和中国最大的美妆集团，更在于我们对这个行业本身参与的广度和深度。我们追求各种各样的美，覆盖不同品类、渠道和价格区间，这都使得我们对这个行业的认知非常深刻。”

欧莱雅中国还积极参与多个重点活动及“全球新品首发季”“上海国际美妆节”“上海制造佳品汇”等标杆 IP 活动，以美妆消费新动能发力新客群、新供给和新场景，为上海国际消费中心城市建设注入美丽新势能。

2023 年对于欧莱雅来说，是下一个 25 年的新起点，有着极为特殊的意义。费博瑞表示：“欧莱雅已经在中国走过了一段很长的美丽之旅。我们一直在见证市场的开放，政策的需求，过去几年来我们在中国不断发展。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。我们对中国市场充满信心，并将继续加码中国市场，加大投资。”

据了解，为了打造第二增长曲线，释放“美丽新势能”，欧莱雅已制定了全新的“5 界”策略，通过创新、多元包容、多极化、全球本土化和可持续，旨在创造无界之美，拥抱无界未来。■