

伸，从包装到运输，欧莱雅在旅程的“每一公里”都践行着低碳环保的承诺。通过 3R 设计路径（减量化、可替换、可回收）从源头减塑，观众可通过展台上的趣味“翻翻乐”互动装置，快速了解不同产品的减塑科技亮点。

运输环节，欧莱雅与 BIG BANG 美妆科技共创计划优胜企业睿维新材合作的负碳防撞气泡膜，每年可减少碳排放约 700 吨；可持续礼盒已在兰蔻、科颜氏等多品牌推行，以轻量高挺瓦楞纸替代传统灰板并缩短盒盖高度，平均减碳达 30%；所有直达消费者的快递箱均使用 FSC 认证纸张。

当产品被使用完毕，欧莱雅还为其赋予二次生命。

欧莱雅携手爱回收（万物新生）构建的智能空瓶回收网络，已覆盖全国 38 个城市，累计实现 66 万人次参与美妆空瓶回收，回收总量约 440 吨。那些无法售卖的产品，被赋予全新的归宿：粉底、眼影等粉质内容物可制成生态砖，口红膏体可转化为工艺蜡，面霜乳液可提取有效成分制成工业清洁剂。

展台上的环保长椅就由空瓶回收材料制成，回收再生长椅还将作为公共设施捐赠。欧莱雅致力于把每一个“空瓶”的终点，变成下一个绿色生活的起点。

当日下午，一场主题为“很难不‘芯’动”的可持续消费沙

龙在欧莱雅展台举办，多位行业专家、青年大咖共同探讨。话题从替换芯延伸到范围更广的可持续消费，三轮激烈而精彩的交锋结束，一条清晰的共识逐渐成形：可持续是一场需要多方协同的“长期综合工程”，只有政府、企业、消费者的多方合力，才能让可持续从生活中的“小众选项”变成“默认配置”。

打造绿色“朋友圈”

碳中和博览会开幕式当天，欧莱雅首发了《很难不“芯”动：2026 替换芯消费趋势洞察》。报告显示，尽管消费者对可持续理念的认同度较高，但在实际行动中存在“Say-do Gap”（言行差距）。

为美“芯”动，是心之所向；为地球行动，是行之有恒。当消费者的心动汇聚成共识，真正的变革还需要生态圈的推动，以多样化的合作模式，共创一个有韧性、有氛围的可持续生态，从而构建美好未来。

2026 年，欧莱雅与蚂蚁集团宣布开启可持续长期战略合作，共同发起“芯”动就行动可持续消费与绿色生活宣言。

“我们相信，当绿色选择变得足够便捷、触手可及，又能带来真实的获得感时，消费者自然会坚持下去。”欧莱雅北亚及

中国首席可持续发展官朴智鲜表示，消费者越来越需要更具可持续性的产品或品牌，也期待品牌将价值回馈社会。“追求可持续让我们能确保品牌资产仍然与消费者的需求和期望紧密相连”。

记者了解到，目前欧莱雅集团旗下上千款产品已接入蚂蚁及天猫平台的绿色产品认证体系，获得“可持续产品标签”。消费者购买带有该标签的产品，即可获得蚂蚁森林绿色能量或直接种下一棵梭梭树。此外，双方还合作宣布推出“蚂蚁森林·芯动森林”长期项目，致力于让替换芯从一种“环保选项”转变为“消费常态”。

在引导消费端行为转变的同时，欧莱雅希望可持续的价值继续延伸，落到对自然生态的切实回馈。基于这一共识，双方将建立长期的生态修复合作机制，首个合作项目已在河北省围场满族蒙古族自治县启动，将种下 3.3 万棵防风固沙的油松，修复 300 亩荒漠，支持当地生物多样性保护与荒漠化防治。

从 2024 年携手爱回收探索空瓶回收新模式，到 2025 年联合京东推出首个美妆可持续消费激励计划，再到如今与蚂蚁森林将可持续消费嵌入国民级日常生活场景，欧莱雅始终在联合不同领域杰出的伙伴，书写一条从心之所向到行之有效的可持续路径。民