

乘风破浪有序复苏，首届华南国际美博会即将来袭

2020 对于美业而言是不平凡的一年。受“新冠”肺炎疫情影响，化妆品行业遭受短期冲击难以避免，但全年影响相对有限，且疫情后各国货大品牌依托线上渠道，复苏势头不容小觑。日前，据国家统计局公布的国民经济数据显示，日用品类 5 月零售总额达 525 亿元，同比增长 17.3%，为复苏较快品类；化妆品 5 月零售总额则达 270 亿元，同比增长 12.9%，位列同比增长较快品类前三。

将于 2020 年 7 月 30 日—8 月 1 日在深圳会展中心首度举行的华南国际美容博览会（简称：华南国际美博会）备受瞩目。尤其在新冠肺炎疫情的影响下，美容化妆品行业各产业链各渠道之间更加凸显出各自的优势与不足，行业破局，抢占格局重塑先机显得尤为重要。华南国际美博会作为大湾区首场专业美容展将聚合全产业链参展企业，纵横深挖美容商贸市场机遇点，助力美容产业有序复苏。

硬核质优展商蓄势以待，超强产业链为你助力

华南国际美博会作为聚合全产业链参展企业，助力产业复苏的重要商贸平台，起到了重塑美业信心，搭建美业新桥梁，聚合输出高新技术的重要作用。正是有着雄厚的实力背书，使得国内外一众卓越展商纷纷报名参展。展商涉及领域之广，不但有专业线、日化线，还有跨境电商、美妆供应链。

截至目前，展会已经吸引了兰瑟 LANSUR、天然之扉、德国小甘菊、惠之本铺、KISS NEW YORK、MATIS、Swiss Getal、CANMAKE 等知名美容品牌并形成强大美容矩阵；通产丽星、联昌、华南包装等杰出包材供应商云集；诺斯贝尔、伊斯佳等国内外出色的 OEM 代加工服务商蜂拥而至；博骏、悠丽美甲等美甲产品及配件参展商，深圳朗黛、虹望奈喜美、思肯 3D 等美容仪器参展商，圣莎拉化妆品、爱丽丝发制品等美发及用具参展商，以及国际知名企业 Maxkind Industrial Limited, L.C.L. International Ltd, Yogi Enterprise Co Ltd, Vuenicee Innovation Ltd, Aishitoto Co., Ltd, ASIS-TOBE, BouEki Company Limited, Toyo beauty Co., Ltd 等纷纷为此次参展做好十足准备。届时，包括上述展商在内的将有 800 多家美容行业内高质量展商集结而来。

科技创新潮流加持，特色专区解码零售、跨境新姿势

华南国际美博会充分发挥全球资源整合之优势，在产业复苏之际为行业破局解锁，在深刻洞悉市场需求、行业痛点的客观情况下，精心布局打造多元化特色展会，力求精准输出优质资源、时尚潮流科技资讯。

主办单位

www.southchinabeautyexpo.com



informamarkets

Baiwen

— 美饰生活跨界馆

创新、时尚、年轻、科技感等关键词越来越成为年轻消费者关注的需求点，而年轻一代的需求就是美容化妆品行业颇具潜力的市场。毫不夸张地说，Z 世代已经成为诸多时尚产品的主流消费群体，比如，时尚配饰消费年轻化、大众化、私人化就是很好的佐证。据《艾媒报告|2019 中国饰品产业发展状况与消费者行为变化监测调查报告》显示，2018 年，中国饰品的消费需求总人口为 10.0 亿人，同比增长 3.1%，中国饰品消费市场发展潜力巨大。在首届华南国际美博会上，汇集流行时尚配饰、独立设计师品牌和国潮美容品牌，展示时尚生活设计风格与个性触觉兼具的时尚产品的“美饰生活跨界馆”将多元地满足行业专业观众的迫切需求。



— 星展计划 KOL 直播间

近几年，直播 KOL 洗牌了整个 KOL 行业，越来越多的时尚产品尤其是美妆类寻找电商 KOL 带货。2020 的这场疫情，更是加速了电商和直播带货的发展，直播带货正式崛起，销售渠道和销售模式正在发生着颠覆性的变化。华南国际美博会特别开辟了“星展计划 KOL 直播间”，活动将邀请众多时尚达人莅临展会进行现场直播，实现云上带货线下逛展。

www.southchinabeautyexpo.com



- Future Shop 及 “LITTLE B BOX” 创新零售体验

零售技术的升级与革新是美业终端零售颇为关注的问题之一。尤其是当美业线下渠道深受此波疫情冲击后，更加需要成熟的零售新技术加持，帮助线下渠道弯道超车。华南国际美博会将联手上海逸岚会展在现场共同打造新一期 Future Shop，以未来生活零售店为载体向大湾区展示日趋成熟的中国零售新技术，展示智慧门店管理系统及场景沉浸式体验。Future Shop 未来零售体验值得期待。此外，野兽派集团下的品牌 LITTLE B 也将携手华南国际美博会和法尚设计公司打造 “LITTLE B BOX” 体验馆，实力演绎线下的零售商如何通过创新的商业模式提升消费者的购物体验，以此来吸引更多客源。



- 跨境电商 E-beauty

线上渠道，跨境电商为美业创造了一个开放、通用、便捷的全球性贸易平台，通过网络实现“买全球、卖全球”。华南国际美博会特设 E-beauty 跨境电商专区，用以辅助品牌直击新兴市场。该专区聚集外贸出口区域市场的知名跨境电商平台，分享掘金新兴市场的新模式。同期举办美妆跨境电商出海峰会，拟邀跨境电商平台 Wish, Shopee 虾皮网等海外热门电商平台参展。借此契机，新锐品牌更应理智清晰看清当前跨境电商大势，抓住跨境电商出海机遇，拓展国际市场，成就民族品牌。

- 淘宝全球购 2020 保税新玩法

呼应全面依法治国的理念，新电商法的出台对电商经营有了更客观的规范，这也对海外品牌通过电商渠道进驻中国市场提出了更高的要求。淘宝全球购应华南国际美博会之邀，将在会上重磅解读 2020 新电商法下保税新玩法。进而分享应对新电商法下进口品的一站式解决方案，以更专业解决行业需求痛点，助力海外新品成功着陆中国。

www.southchinabeautyexpo.com

特备活动触碰行业痛点，深挖后疫情时代美容市场新需求

为美业深度提振，华南国际美博会精心筹办了为期 3 天的现场特备活动，并以主题研讨会及现场表演活动方式来呈现，旨在与业内人士进一步探讨跨界潮流、市场趋势、包装设计等热门话题，碰撞出更多有价值的火花。

— AHMA 第十届美发及造型精英大赛及共享平台美发秀

值得一提的是，一直秉承关注年轻一代“助我成长，创造未来”这一宗旨，希望通过竞赛提升青年美发人的技术和时尚美感的 AHMA 第十届美发及造型精英大赛及共享平台美发秀，将在特备活动中有序开展。活动将邀请来自华尔大使团队及广东地区美发界颇具代表性的美发大师联合美发界潜力年轻一代发型设计师进行一场艺术和视觉效果兼具的发型秀，届时将会与现场 600 名美发界好友共享这次美好的表演和观赏体验。



- IP 授权业大会

越来越多的品牌都面临一个年轻化焦虑的问题，比如怎样去和 95 后、00 后甚至未来的 10 后进行沟通？怎样创造或者开发出面向他们的一些新产品？对于影响年轻人而言，只有符合他们消费文化的产品，利用他们语言的品牌才能让他们心动，产品要思考如何 IP 化。毋庸置疑，跨界尤其重要的是要找到 IP 和品牌的深层次的内涵和精神价值对接。

展会期间，一场 IP 授权业大会将充分展示 IP 授权业与美容业的创新结合，来自中创文旅、PPW、Kakao Friends 的嘉宾将通过实质案例分析艺术 IP 给品牌带来的变现打法，帮助品牌实现跨界合作，在新市场格局中脱颖而出。IP 授权与美业跨界的新思路将在首场华南国际美博会上得到极致的演绎。



- “共情”消费下的数字化营销和新零售体验

与消费者的人性化情感连接是品牌的重要资产，当零售、产品、供应链，一切都在回归消费者本质，实体门店如何运营私域流量，品牌端大数据如何抓取消费者喜好，供应链上游如何迎合原料及研发趋势，都关乎“共情”二字。有共情，才有消费。届时，联合主办方 C2CC 传媒将为专业观众带来“共情”消费或是美妆企业如何开展数字化营销的精彩分享。此外，精于品牌塑造的法尚也将围绕

“新世代零售：美容体验 2.0” 分享品牌如何构建强大而令人难忘的零售体验，提升流量及与消费者的互动。

有关展会资讯及活动详情，请浏览展会网页：www.southchinabeautyexpo.com