

“首发上海”聚焦美妆科技 CBE美容博览会引领全球美丽产业创新风向

新闻晨报记者 钱鑫

150场创新首发活动精彩上演,将有119个化妆品细分品类、1万家美妆品牌展示各自新品……作为上海市政府“首发上海”活动的三大重点展会之一,第29届CBE中国美容博览会日前在上海开展,本次展会以“全球新品,首发上海”为年度主题,国家组团、总部参展,大品牌、大集团汇聚,展示了中国美丽产业依托科技创新与消费转型双重驱动,展现出了强劲的产业韧性与创新发展活力,为消费者带来了极具创新性的美丽与健康体验。

根据中国香料香精化妆品工业协会发布的数据显示,2023-2024年中国化妆品市场交易规模连续两年突破万亿元人民币,其中,国货品牌线上交易额占比达55.2%。这一数据凸显众多的国货美妆企业,在科研创新、渠道升级、数智化生产及全球化发展等方面的持续突破,以及在科技力、产品力和品牌力等方面的协同跃升。

CBE中国美容博览会创始人、主席桑敬民在接受新闻晨报专访时表示,展会三天预计将吸引超过40个国家及地区、超3500家化妆品企业、数十万人次的全球化美妆从业者参观展会,并进行业务洽谈和对接。作为上海“首发经济”的重点展会,第29届CBE中国美容博览会,已成为了海内外美妆品牌年度新品首发的权威舞台。

全球美妆新势力汇聚

作为链接全球美妆资源的“超级接口”,CBE中国美容博览会迄今已连续举办28届。今年,第29届美博会展览面积超23万平方米,博览会重点聚焦全球护肤、彩妆、家用美容仪器等展品,覆盖了化妆品上中下游全产业链。

在这次博览会上,国际巨头欧莱雅、资生堂、LG集团携前沿产品亮相;国货代表珀莱雅、自然堂、华熙生物等则展现“国潮硬实力”,谷雨、润百颜、瑗尔博士、溪木源等新锐品牌更以创新品类引爆关注。法国、西班牙、意大利、瑞士、韩国、日本等国家组团参展,迪拜皇室香氛、北欧纯净美妆等小众品牌亦惊艳登场,全球美妆新趋势在此交织碰撞。

在本次博览会上,国潮美妆品牌,已成为中国美妆行业的重要组成部分,对增强市场活力、推动产业创新升级、丰富消费者选择及提升中国品牌的全球影响力等方面产生了积极影响。

中国美妆技术被世界关注

作为国潮美妆品牌的领头羊,珀莱雅科技系列新品首发。基底膜的健康是皮肤年



轻状态的关键,补充和修复基底膜中的关键成分,可有效实现肌肤抗衰。珀莱雅首席科学顾问兼欧洲科创中心副总裁 Lieve Declercq 博士,今年2月在西班牙 Beauty Innovation Days 2025 上首次发布了珀莱雅是如何聚焦基底膜结构修护,突破肌肤抗衰新维度,并在珀莱雅源力系列中实现创新应用,这也是首位受邀的中国美妆企业代表发表演讲,在国际舞台展现中国美妆的魅力。

此外,珀莱雅及其旗下品牌多篇研究成果被《Skin Health and Disease》、《Journal of Cosmetic Dermatology》等国际权威学术期刊收录发表。在标准化建设方面,珀莱雅牵头制定的《化妆品抗氧化人体测试方法》和《化妆品抗糖化人体测试方法》团体标准,成为全球首个抗氧抗糖人体检测标准,为全球化化妆品行业制定了标准。

2024年,珀莱雅欧洲科创中心的成立,更标志着珀莱雅在全球化研发体系建设上迈出了重要一步。该中心聚焦于研发技术创新、全球资源整合以及企业国际影响力提升等方面,为珀莱雅的全球战略实施全方位赋能。

近年来,珀莱雅始终坚持以科技创新为核心驱动力,不断推进数字化发展,拓展国际化布局,持续推动中国美妆行业的高质量可持续发展,逐渐成为全球美妆产业创新链和价值链的重要参与者。

林清轩和“杨梅姐姐”共谈黑金霜

美博会现场,中央广播电视总台“美丽焕新计划”快闪系列活动同期举办,该快闪直播由焕新特派员、总台主持人龚韵熹带领线上观众“云逛展”开启,聚焦林清轩新品发布与技术突破。据悉,各平台账号两日直播累计观看量近40万,此次林清轩推出的全新2.0黑金霜更是受到关注,全新2.0黑

金霜的正式发布,标志着林清轩在“细胞级”抗皱领域的研发与创新迈向新的台阶,其通过添加“时光能量因子”创新成分,增强肌肤抵御力。

央视春晚主持人马凡舒携总台妆造团队,发出“美丽召集令”,亲临林清轩展位,与林清轩创始人孙来春面对面交流。总台文艺节目中心和总台首个美妆账号“杨梅姐姐”全平台直播。

孙来春介绍说:“作为‘以油养肤开创者’,我们从高山红山茶花中提取的核心成分,不仅用于龙头产品精华油和黑金霜,现在还成功出口到日韩等国。”马凡舒又携手总台金牌化妆师,为林清轩品牌“小孙总”设计全新妆造,打造“视觉革命”,展现品牌产品力的同时,更随机邀请三位素人观众体验“换头级”改造。围观人群层层叠叠,此起彼伏的“哇塞”声与直播间疯狂跳动的点赞特效,将整个空间点燃成星光秀场。

作为国货美妆品牌代表,林清轩以“首发经济”为支点,携全新2.0黑金霜,以自主研发为突破口,展示国货品牌凭借硬核实力量势突围,见证东方美妆力量崛起。

将美丽之“芯”掌握在自己手里

核心原料被称为化妆品“芯片”,此次自然堂集团携自研原料创新成果亮相,自然堂以科技自研破局进口依赖,构筑行业壁垒,这不仅关乎美妆企业的核心竞争力,更是中国品牌在全球产业链中掌握话语权的必经之路。自然堂集团董事长兼总裁郑春颖表示:“自然堂集团将继续加大投资自研自产原料,将美丽之‘芯’掌握在自己手里。”自然堂聚

焦核心原料国产化替代,从喜马拉雅的水、植物、矿物、微生物中汲取创造美的灵感,开发产品原料。截至目前,已自研出喜默因酵母发酵液和溶胞物、野生细梗蔷薇细胞团等在内的20余种化妆品原料,并应用到集团旗下品牌的产品中,包括自然堂小紫瓶系列、美素玫瑰胶原系列、小绿罐等创新性科研成果在本届美博会上与广大消费者见面。

在自然堂自研的原料中,喜默因作为历时十余年潜心专攻的酵母成分,采用在喜马拉雅山脉中发现的独特微生物,全球首家采用第五代生物发酵科技研制,具有促进自体细胞新生,是提升产品竞争力、替代昂贵进口产品的一大有力武器。

LG 旗下 CNP 重磅首发修护密钥

韩国 LG 生活健康旗下的护肤品牌 CNP 希恩派携革命性新品“CNP 针修瓶”首次亮相上海中国美容博览会,以突破性 S-PDRN 成分重新定义修护紧塑功效,开启居家水光修护新时代,为专业院线护肤树立全新标杆。

作为韩国 LG 生活健康旗下专研皮肤学功效型护肤品牌,CNP 希恩派成立源自韩国 CNP 皮肤管理中心,至今在韩国内外拥有23家皮肤管理中心,50多位皮肤学专家。此次 CNP 希恩派携新品 CNP 针修瓶及四大明星系列产品首次加入美博会,开启全新护肤篇章。CNP 展台以极具辨识度的形象亮相,展区设计延续品牌标志性的专业院线风格,彰显出“简洁安心有效”的特点。展位核心区域的新品体验区为全场焦点,参观者可亲身试用感受“CNP 针修瓶”的修护紧塑能量。产品展示区,陈列着 CNP 四大明星系列产品:经典蜂胶系列、毛孔护理系列、弹润紧致系列和特殊护理系列。品牌历史墙,则集中展示了 CNP 品牌多年的发展历史、专利证书和销售战绩。

在美博会期间,皮肤学专业人士、中国整形协会功效护肤品分会常务理事袁超在 CNP 展台,从专业皮肤学与研发科技双维度,解码 PDRN 的革新价值。韩国 LG 生活健康研究所首席研究员金炳贤透露,LG 研究所通过冷凝技术攻克 PDRN 难吸收的技术难题,实现深层渗透、双效修护紧致功效。



广告

