



# 在进博“生态圈”中共享更多机遇

## 兰珍珍：连续五年参展进博会，我们从参展商变成投资商

五年  
聚焦五个维度的“进博人”  
五人

步入6.2馆，今年进博会新设的“参展商变投资商”五周年专区，欧莱雅展位的LOGO分外醒目。回首五年进博会，让包括欧莱雅在内的展商们看到了实实在在的改变，体会到了真真切切的获得感。这也是为什么有那么企业，从头回客变成了回头客，从回头客变成了常驻客。在本届进博会开幕前，不小心骨折的欧莱雅北亚及中国首席企业事务与公众联动官兰珍珍坚持坐着轮椅来到展位上，监督布展情况。作为连续五年参展企业的高管，她亲眼见证了无数展品变商品，更进一步从商品变成了爆品；见证了越来越多参展商变投资商，更进一步从投资商变成了合伙人；见证了创新科技变创新市场，更进一步从创新市场变成了创新制度。 青年报首席记者 范彦萍



欧莱雅北亚及中国首席企业事务与公众联动官兰珍珍。

本版摄影  
青年报记者 常鑫

### 连续五年参展进博会 旗下16个国际新品牌首展首发

进博会目前已俨然成为全球好物的重要首发地，也成为欧莱雅每年最新美妆科技成果亮相的首选地。

时光荏苒，一晃五年过去了。谈及五年前参展进博会的场景，兰珍珍回忆说，当时收到邀请时，便觉得这一定是好事，于是毫不犹豫参展了。“参展第一届进博会的时候，我们还在摸索，从第二届进博会开始，我们逐渐优化策略，将我们最创新的产品和理念带入这个盛会，每次都获得了观众和美妆行业的极大关注。”

参展每一届进博会，都能收获消费者对创新产品最直观的市场反馈。让兰珍珍记忆犹深的是“节水神器”第一次在进博会展出时，观众排着长队来洗头。口红打印机、个性化肌肤检测仪等高科技设备也均获得好评。“在这几届进博会期间，我们共有16个国际新品牌在进博会首展首发。很多新品牌实现了从展品变商品，从商品变爆品的过程。比如欧莱雅旗下的3CE韩国品牌，第一次亮相就是在进博会上，之后在彩妆市场上独占鳌头，受到消费者的欢迎。”

兰珍珍和欧莱雅其他高管

发现，通过进博会的平台，很多创新理念得以快速突破甚至很快落地。“比如兰蔻的个性化粉底液、修丽可‘Custom D.O.S.E 高端个性化皮肤学配方仪’等受到围观，去年展出的YSL‘口红打印机’、与环保创新公司Gjosa合作推出的首款节水洗发护发神器等受到多方关注。一旦这些产品、创新新理念通过展出、试水获得很好的反响，我们就可以和相关政策决定者一起来探讨如何推进产品的落地。这是我们感受到的进博会平台对企业的助益。”

“进博会目前已俨然成为全球好物的重要首发地，也成为欧莱雅每年最新美妆科技成果亮相的首选地。”兰珍珍透露说，在本届进博会上，欧莱雅将带来更多新品牌、新产品、新科技、新理念和新项目，为中国消费者带来多维升级的美的体验。“比如今年我们将展示一款轻便的手持染发设备Colorsonic。染发霜经创新工艺混合后，当使用者沿‘之’字形移动设备时，染发剂将通过振荡刷头被均匀地涂抹在头发上，实现了精准、稳定、易操作的居家染发体验。又比如我们的YSL圣罗兰‘电波穿香室’，通过基于脑电波原理的多传感器、头戴式装置，跟踪和分析消费者闻到不同香味系列时的情绪反应，从而帮助消费者更好实现香水产品的个性化选择。”

有了上海本地产业园区的支持，中外初创科技企业的支持，希望能不断孵化好的美妆科技企业。

受到参展进博会的启发，欧莱雅集团发起了中国首个美妆科技初创挑战赛“BIG BANG美妆科技创造营”，吸引了中国不少初创科技企业的参与。

该赛事的首届颁奖典礼于2020年11月6日在第三届进博会欧莱雅展台举行，优胜项目核心技术涵盖人工智能、直播生态、虚拟人物、智慧供应链、智能工业机器人、3D电子打印、微生态研究、柔性电池、肌肤检测技术和生物合成技术等多项前沿技术。

巧合的是，正是在那次颁奖典礼上，欧莱雅与位于奉贤的科技园东方美谷结缘。彼时，东方美谷的负责人正好前来参观展台，也对美妆科技创造营非常感兴趣，双方颇有些相见恨晚，便一起联手举办了第二届挑战赛。

兰珍珍介绍说，随着赛事的知名度越来越高，欧莱雅联系到

### 从参展商到投资商 创新产品落地最终消费者获益

了法国商务投资署，希望赛事能多一些国际化的视野，双方一拍即合，法国商务投资署立即将赛事消息广而告之。3000多家法国科创企业。

到目前为止，该项目已取得丰硕成果，共吸引超过1000家国内初创公司及50余家法国初创公司的参与，并有30多个项目成功落地。同时，该项目也成为中法化妆品产业合作的标杆项目。

“参与这项赛事的并非都是美妆类企业。”兰珍珍解释说，所谓美妆科技创造营，就是希望各个领域的科技企业来为美妆行业献计献策，很多创始人也许并不懂美妆，我们通过专业人员和他们讲述什么是美妆，希望将他们最前沿的科技理念应用到美妆市场上，帮助中小企业发展。

2022年5月8日，欧莱雅正式宣布在中国市场设立首家投资公司——上海美次方投资有限公司，落户上海市奉贤区东方美谷核心区内的临港南桥科技城，致力于投资创新美妆科技，推动中国开放式创新高质量发展。此次投资将由欧莱雅集团享誉全球的战略创新风险投资基金公司BOLD提供支持，这一突破性的举措进一步印证了中国市场在欧莱雅全球布局中的重要地位。

“有了上海本地产业园区的

支持，中外初创科技企业的支持，我们发现这样的合作还需要再提升一下。除了赛事，一些创新理念、产品需要通过资本的加持，尽快应用到消费场景，这就是我们成立美次方投资有限公司的初衷，希望它能不断孵化好的美妆科技企业，构建美妆生态圈。”兰珍珍告诉记者，随着美次方的成立，欧莱雅从普通的展商，实现了到投资商的蜕变。

在兰珍珍看来，这些美妆科技产品的落地最后获益的肯定是消费者，她举例说，以前自己去染头发容易当“小白鼠”，乍一看很喜欢的染色膏，染出来后却没有想象中好看。让人纠结的是一旦染发不能马上“悔棋”。消费者在挑选口红、粉底液时也有类似的困惑。但通过高科技的应用，这样的困惑迎刃而解。“运用科技手段，仪器可以捕捉到消费者所处的光线、平时喜欢穿的衣服、肤色等，提供最合适的粉底液、口红的型号。”

“我们集团已经是连续三届的参展商联盟主席单位。”兰珍珍表示，“一花独放不是春，百花齐放春满园，希望各大展商迎着进博会的‘春风’，继续拥抱‘共同体’的理念，进一步开放自己的‘朋友圈’，在进博‘生态圈’中与中国、与世界共享更多机遇。”