



焕白亮泽保湿乳套装

价格选择,用诉求决定产品

投资化妆品时,你还沉浸于“最贵的就是最好的”这种过时的理念中吗?

近一、两年来,一线化妆品市场也出现了“低价格”的趋势。例如早年曾经进入过中国的某个韩国护肤品牌,当年产品的均价在三四百左右,一年多时间后便悄然退出中国市场了。而在若干年后,重新回归中国市场时,均价下调了一半以上。

很多人会问,同一集团的化妆品品牌,10倍价格的差距,难道功效也会差10倍吗?

当然不是。一般来说,同一个集团中,会将针对消费者年龄较低的品牌定价略低。这个品牌会相对更注重清洁、保湿等基础护肤问题。而对一些消费者年龄较高的消费者来说,她们有抗老、美白的需求,收入也会相对高些,所能承受的价格自然也更高。

作为美妆投资者,我们要注意,千万不要被这种品牌希望的“按年龄”定位方法给误导了。谁说三十岁的女人就不需要保湿了?又是谁说三十岁后就必须要买昂贵的保湿产品了呢?

化妆品投资的第一准则就是“诉求决定产品”。先审视自己肌肤的需求,比如保湿、抗痘、美白、抗老等,按照需要做预算。举个例子,如果以150元以内的单品作为单纯保湿的标准,那亮白(提亮、不改变肤色)产品的标准将在300元左右,而希望有一些抗氧化、抗老功效的护肤品,单价一般都在接近600元左右。

按照这个预算,我们首先应该投资的便是保湿产品,洁面、化妆水、乳液三者是基础护肤的重点,而偏偏是这个“重点”很多时候能为我们省下不少钱。比如资生堂旗下的洗颜专科品牌,既拥有集团技术支持,而因其特有的低价定位,基础护肤品都在百元以内。这就解释了同一集团价格差10倍的产品,功效是否差10倍的疑惑。科研背景雄厚的洗颜专科,独自开发的“微分子乳化技术”,这是一种能将提升肌肤活力的营养成分和保湿因子变为微小分子的独特技术,可使养分充分渗透至肌肤,达到持久高效保湿和不黏腻的双重效果。冬季主打的高渗透保湿霜就是通过这个技术使营养成分充分渗透至肌肤。

如此,把从洁、水、乳上省下来的钱集中投资一瓶抗氧化、抗老化的精华,功效、荷包两不误!

品牌选择,多形式省荷包

新一年的美妆投资,与过去可能会不同的是,可以更多地关注一些国外化妆品大集团在中国引进的小品牌,或者是由中国化妆品公司来定制、研发的由国外生产的化妆品。

这是两个完全不同方向的经营模式,但是,对于消费者来说,它们有一个共性——价格相对便宜。

如果有机会去欧洲旅游,你就会发现其实即使在法国,大多数的化妆品价格还是很便宜的。在人民币50—100元左右,就能买到使用感不错的产品。这正是2014年应该投资的方向,不要“迷信”大牌了,只要安全、质量可靠,即使小牌也能给你带来非常愉悦的护肤体验。更何况,目前定义“大牌”、“小牌”还多以广告、宣传为界限,这就不合理。

近年来,在化妆品行业中出现了这样一种运营方式,即由本土的公司进行产品规划、开发,而原料、生产等均外包国外的生产线。一般这类护肤品,我们能见到包装盒上写明是全进口的,但价格却又不贵,基本能满足保湿补水、镇定舒缓、抗痘清洁的护肤需求。这种由国内打造品牌,国外打造产品的方法,的确是使产品定价较低的原因之一。

还有一种化妆品公司,代替消费者进行“选择投资”的工作,在世界各地搜罗一些好用的、价廉物美的产品,引进国内,进行统一的品牌命名,让这些“混血儿”归入同门(这有些类似于我们如今常看到的药妆店铺形式)。常常能在这些店铺中淘到“稀奇古怪”的美肤产品,比如各种成分的浴盐、身体磨砂、丰胸产品等等。而价格也相对亲民。



Origins悦木之源水润畅饮保湿面膜RMB270/100ML

雅漾清透美白润肤水RMB228/200ml

牛尔亲研NARUKO娜露可菩提花舒缓小脸精华液RMB220元/30ml

“马”上绘精彩 脉动打造国内首个3D画新年庙会

摇摇欲坠的鞭炮吊桥山谷,迎面奔来将要“破墙而出”的马车,“时空穿越”般展现不同城市的新年盛况……这不是发生在科幻电影中的场景,而是脉动与顶级3D艺术家万氏兄弟携手打造的“国内首个3D画新年庙会——‘马’上绘精彩”的震撼实况。

现场前所未有的视觉震撼让广大市民惊叹不已,有兴趣的朋友不妨亲自到广州中华广场实地亲身感受一下。本次3D新年庙会将从元旦持续到2014年1月7日。

有评论认为,在继引爆网络的“脉动马上体”祝福互动之后,脉动再将2014马年创意祝福延伸到线下,通过线上、线下相结合的方式,进一步与广大消费者形成了互动。这一组合拳,也使得“脉动马上体”在一片新年祝福的声浪中脱颖而出。

3D元素带来不一样的新年旅程

3D电影、3D电视、3D动画……这些大家也许都体验过,但3D画新年庙会你肯定是头一次听说。

刚踏入活动会场,记者就被现场浓浓的新年气息所包围。红墙黄瓦、灯笼对联,乍一看,现场布置似乎与一般的新年庙会无异。在逐渐走近后,出现在记者眼前的竟是一座架设在“万丈深渊”上“摇摇欲坠”的“鞭炮山谷吊桥”。

小心翼翼走过“吊桥”后,地上迎面而来的新年祝福3D地画似乎是处于倾斜状态,谁料,在走过地画的过程中,倾斜的祝福3D地画竟会逐渐“转正”。这一从未有过的视觉效果,实在让在场的市民大赞神奇。据脉动品牌负责人介绍,这一独特的神奇体验寓意着脉动祝福消费者在马年马上回“福”好状态。



回“福”好状态,“马”上绘精彩 2014脉动3D画新年庙会活动现场

在“天马行运”的3D互动大画周围,还有5幅分别以北京、上海、广州、成都和西安新年庙会为主题的3D画。北京舞龙、上海黄包车、广州美食、成都麻辣火锅、西安兵马俑,每一个极具当地特色的新年风俗均以幽默搞笑的方式重新演绎。市民可以在3D画预设的互动位置,摆出各种创意搞笑姿势,亲临其境般“游遍”了各大城市的新年庙会。与此同时,上述五个城市的市民可以通过参与脉动官微的“城市日”互动(1月2日—6日这五天,五个城市都有其对应的城市日)说出自己的愿望,以便不在广州的消费者也能参与其中。

最后,市民还可以在出口的互动祝福墙以自拍照的形式,加上各种有趣的“马上祝福”,发送给自己的亲朋好友,以不一样的方式送出祝福。

市民纷纷表示“点赞”

在元旦当天上午11点多,笔者在现场发现,脉动3D新年庙会人头攒动,气氛十分热烈。市民张女士表示,“前段时间,‘脉动马上体’微博互动活动十分精彩。通过关注@随时脉动,我知道脉动元旦在广州中华广场还会有3D庙会体验。为在新年图个好彩头,感受新年好状态,一大早就拉着男朋友来体验了。”

李女士则表示:“我每年都会参加广州大大小小的庙会,今年感觉很不一样,这种加入了3D地画艺术的新年庙会,我还是头一次参加,觉得很新颖。我会建议我的亲朋好友都过来体验这种不一样的3D庙会。”

来自上海的陈先生说:“与上海城隍庙会相比,我觉得广州这个3D新年庙会更有意思!”

3D艺术家万氏兄弟在谈到他们创作3D庙会的原因时表示,“3D艺术很容易与大众互动,充满了乐趣,为普通市民喜闻乐见,无论儿童、青年、老年各种群体都可轻松参与,同时,可以与艺术作品融为一体。”

据脉动品牌负责人透露,自2013年12月20日,脉动《马上成真》微电影上线后,通过苍井空、芙蓉姐姐、范冰冰、张亮、黄晓明等众多女神、男神互动示范,成功掀起了“脉动马上体”网上模仿互动浪潮。而通过打造国内首个3D画新年庙会,脉动更进一步将“马上体”创意祝福互动延伸到了线下。2014年1月7日中午,即3D新年庙会最后一天,脉动还将把2014瓶脉动马年限量版饮料限量派发给参与现场互动的市民,希望广大市民通过喝脉动、逛庙会、玩游戏的方式,在新年到来之际,回“福”好状态,马上绘精彩。