

# 近九成90后仍选择线下购买美妆

## 美团打造新美妆数字解决方案

买美妆,你会去电商平台还是线下实体店?有调研显示,90后新一代消费者在线下有美妆购买行为的比例达86%,线下购买美妆的消费金额约为总体的一半。伴随着美妆电商的风生水起,实体店仍是美妆行业不可或缺的模式。“互联网+美妆店”或引领美妆业的第二次数字升级。近日,美团宣布推出针对美妆线下新业态的数字化解决方案,包含线下品牌认证体系、营销服务、配送服务、评价内容、直播、探店评测等六项服务,为美妆线下实体经济的发展提供数字新服务。

### 美妆“零售+服务”新业态层出不穷

数据显示,2025年中国美妆消费者规模或达4亿,人均美妆消费金额在2019年达到1500元,受消费人口和人均消费力的双飞轮驱动,未来三年美妆行业增长潜力巨大,预测2023年行业规模或超6000亿元。

“线下专卖店、柜台仍然是美妆品牌获客的重要渠道,占有一半以上的市场规模。对成熟品牌来说,线上推广成本在持续增长,线上线下渠道运营成本逐步接近;对新兴品牌而言,开拓线下渠道、尝试‘服务+零售’的新业态,是快速打开市场的方式。”美团美妆业务负责人表示。

“作为国产美妆护肤品牌,我们一直将线下门店作为重要的消费者触点,希望通过美团为用户提供更极致的体验,同时实现持续性为门店引导客流。”林清轩相关负责人表示。

与此同时,以“产品零售+服务体验”为主打的新型美妆实体店正在兴起。护肤类品牌出现“前店后院”的产品售卖+美容服务实体店形式,如湖南本土品牌、护肤集合店SN.SUKI提供美容护肤现场体验服务;彩妆品类近年来兴起大量彩妆集合店,如THE COLORIST调色师提供试妆体验,推行自助购物;香水品类中,定制调香型线下门店发展迅速,如香遇为消费者提供个性化的定制调香体验。

香遇沙龙香水品牌总经理张浩明介绍说:“年轻一代消费者越来越愿意为个性化的体验买单。香遇专门设有调香师指导顾客进行定制调香体验,让门店不仅是购物的地方,更是大家可以结伴来休闲放松和互动体验的地方”。

### 填补线下美妆业务空白

#### 让门店和消费者互相吸引

“约40%的消费者会通过美团App、大众点评App来找美妆品

牌的线下专卖店、专柜,并乐于在平台分享对门店以及‘柜姐’的真实评价。另一方面,我们发现美妆品牌线下门店大多只依赖商场和官方公众号的自然客流,引流获客能力短缺。”美团美妆业务负责人表示,美团切入线下美妆正是想填补这块“空白”。

为了帮助美妆品牌线下引流到店和线上长效营销,美团推出了包含品牌认证、营销、配送、评价内容、直播、探店评测等六项服务在内的数字新美妆解决方案。

调研显示,“正品”和“优惠”是美妆购买中最主要的诉求。美团为美妆品牌打造基于线下门店的品牌认证体系,能有效提升正品保障的消费者认知。基于门店的直播、探店评测等品牌活动,真实有用的消费者评价内容,快速提升品牌认知和顾客信任度,对于新兴品牌而言极其关键。

“优惠”的信息可通过平台活动、门店营销功能,触达给精

准客户,有效转化为到店客流。“很多消费者的固有认知是觉得电商平台价格就是比线下门店便宜,但其实很多品牌线上线下的价格和折扣体系已经越来越一致,甚至线下店还会提供额外的到店优惠,包括赠送免费现场体验等。”SN.SUKI品牌负责人表示。

此外,美团还为消费者提供“妆品到家”服务。“我们发现有不少消费者缺面膜、卸妆水甚至护肤品时,会直接找熟悉的品牌专柜BA通过快递或跑腿来帮忙寄送。利用美团的即时配送能力,我们可以为有需求的消费者提供更方便的预约服务。”美团美妆业务负责人表示。

据介绍,目前美团美妆业务已与国内外超过100家品牌合作,包括国际知名美妆品牌雅诗兰黛、娇兰、娇韵诗、whoo后、欧莱雅,国内本土美妆品牌完美日记、自然堂,以及美妆综合店屈臣氏、丝芙兰、调色师等。姜卓

### ■ 资讯

## 雅迪冠能为中国女排增程助威

近日,雅迪联合《夺冠》电影,在上海举行首映会暨冠军“增程礼”。

参与电影演出的女排冠军运动员袁心玥和前女排运动员陈展现场分享了女排冠军精神。她们表示,作为女排队员,最重要的事情是为国家赢得荣誉,而每一次赛场上胜利的背后都是不断的拼搏与突破自我。

雅迪品牌企划中心总监石海威介绍说,雅迪冠能系列电动车搭载雅迪自主研发的TTFAR 7级增程系统,内置TTFAR石墨烯电池、TTFAR电机及TTFAR能量回收控制器三大核心部件,实现了电动车动力与续航的双重突破,为用户带来“一次充电,多跑一半”的体验。

雅迪冠能体现了在19年的发展历程中,雅迪坚持不懈努力与突破,致力于提供让消费者有幸福感和的产品和服务,这与《夺冠》所展现的女排精神非常契合。未来,企业将在女排精神的驱动下,继续拼搏,以冠军姿态引领行业发展。姜卓

# 三星 Galaxy Z Fold2 5G 追求更极致的科技体验

手机,是我们日常生活中最离不开的科技产品之一。从功能机到智能机,手机不仅让我们的生活更加便利,同时也帮助我们不断探索更新颖的生活方式。随着5G网络的全面普及,人们对未来的移动互联生活有了更多憧憬。为了满足消费者日益增长的使用需求,折叠屏手机应运而生。



折叠屏手机,既满足了人们对更大屏幕的追求,又兼具了便携性。同时,全新的产品形态也为人们提供了更多的使用乐趣。在目前的手机市场中,三星的折叠屏手机是较为成熟的。在不到两年的时间里,三星已经推出了多款折叠屏手机,其第三代折叠屏手机三星 Galaxy Z Fold2 5G 于9月25日在国内正式发售。在产品快速迭代的过程中,三星收集了大量的用户反馈,并在三星 Galaxy Z Fold2 5G 上做出完善与改进,这也令三星

Galaxy Z Fold2 5G 的折叠体验提升到了一个全新高度。

三星 Galaxy Z Fold2 5G 在闭合状态下是一部拥有6.2英寸全视开孔屏的时尚智能手机,可以像普通智能手机一样,观看视频或是玩游戏;展开之后,三星 Galaxy Z Fold2 5G 的内部主屏幕达到7.6英寸(直角),让用户尽情享受广阔视野。相较于前代产品,三星 Galaxy Z Fold2 5G 主屏幕变得更加柔韧耐用。其采用了三星超薄柔性玻璃(UTG)。为了让屏幕能够更好地

承受外部冲击,三星还重新设计了柔性层和刚性层。在国际权威机构 Bureau Veritas 的测试中,这块屏幕通过了200,000次开合的考验,这样的耐用性足以令消费者感到安心。

而为了让 Galaxy Z Fold2 5G 折叠过程更加流畅平顺,三星 Galaxy Z Fold2 5G 采用了精密的隐形铰链设计。从外观上看,铰链与机身精密贴合,不仅没有影响机身的厚度,还令机身的设计风格更加一体化。在隐形铰链内部构造方面,三星凭借强大

的制造工艺将60多个元器件置入其中,并且应用了凸轮制动技术,这为三星 Galaxy Z Fold2 5G 可以实现多角度旋停奠定了坚实的基础。并且为了给产品更好的保护,三星还升级创新了防尘纤维技术,不仅采用了目前顶尖的超微割技术,更对纤维的成分和密度进行了调整,可以更加有效地防止灰尘及其它细小异物进入。

在影像系统上,三星 Galaxy Z Fold2 5G 的内外屏各配备了一枚1000万像素的前置摄像头;后置摄像头则采用的是1200万像素广角摄像头+1200万像素超广角摄像头+1200万像素长焦镜头的组合。在拍摄体验方式上,三星 Galaxy Z Fold2 5G 也为消费者带来多重惊喜。得益于内外双屏的优势,三星 Galaxy Z Fold2 5G 的双重预览功能可以在拍摄时,兼顾拍摄者与被拍摄者的视角,被拍摄者可以从外屏上实时看到自己的影像,最后拍出令双方都满意的照片。此外,当打开相机模式并折叠至一定角度时,三星 Galaxy Z Fold2 5G 会自动进入自适应分屏模式,内部主屏幕将自动分为2个部分,上面屏幕为取景框,而下面屏幕则被划分为照片预览区和功能区。

上面便于查看,下面便于操作。另外,三星 Galaxy Z Fold2 5G 还拥有如专业视频模式、AI 一键多拍、夜间模式等众多旗舰拍摄功能。

作为一款“二合一”形态的智能移动终端,三星 Galaxy Z Fold2 5G 让工作生活更有效率。展开后的三星 Galaxy Z Fold2 5G 带来了有如平板电脑般的生产力,为用户提供更多高效便捷的交互体验。三星 Galaxy Z Fold2 5G 升级了多任务处理功能,支持在主屏幕上同时打开和操作3个应用程序,并且可以灵活合理布局。在拖拽功能帮助下,用户还能完成将图库中照片直接拖拽发送给好友的操作,无需频繁切换应用程序。甚至,在使用截屏功能时,用户也无需全屏截图再剪裁,而是可以通过分屏截图直接捕获所需部分的图像,并且完成快速传输。

无论是从外观设计、性能还是在交互体验上,三星 Galaxy Z Fold2 5G 都是当前完成度最高的折叠屏手机,再一次颠覆了移动智能终端的使用体验。如今,这款前沿的折叠屏手机已经在国内正式开售,如果想先人一步感受未来极致科技的魅力,三星 Galaxy Z Fold2 5G 值得考虑。姜卓