

打开颜值脑洞

Victoria Beckham x Estée Lauder

维多利亚·贝克汉姆与雅诗兰黛的跨界合作彩妆在英国发售,代表着四个城市:黑色、金色代表伦敦;裸色、蓝宝石色和灰色代表纽约的“快节奏”。小麦色(青铜)和金色是向洛杉矶的light, spirit and energy致敬。翡翠色的眼影搭配大红色的唇膏,让你沐浴在法式风情、迷失于巴黎的时尚。



Diptyque限量版飞鸟烛台

这个限量版烛台在中国只有150套,据说已经全部卖空。当点燃蜡烛时,随着蜡烛热量的释放,金色飞鸟会缓缓转动起来,关上灯,屋内仿佛上演了一场皮影戏。



IPSA七天密集精华组合(30周年限量)

这是IPSA纪念创业30周年发售的第三款限量版产品(前两个据说日本也已经没有了)。这组7天密集精华,针对皮肤透明感设计,总共28瓶,10月底在日本发售。



资生堂气垫粉底

日系化妆品集团资生堂终于出气垫粉底了,这也算是业界大事件! Synchro Skin Glow Cushion Compact, 总共有5个颜色,号称能持妆8小时。本月起在香港已经有售。



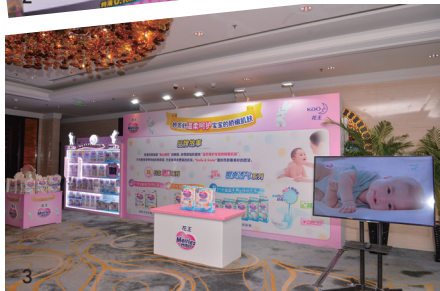
科技脑洞

“脑洞”,终究是个关于科技的词汇。除了关注趣味性、便捷性,最重要的,还有它的功效和含量。

日系化妆品品牌的研发向来走“技术宅”路线,有一种精雕细琢的工匠精神在里面,一代、两代、三代……誓把一件产品做到极致为止。在这方面,资生堂旗下的IPSA的“脑洞”绝对让你瞬间“懵了”。这个牌子有一款卖了30年的产品,自律循环美肌液,更新了8代,各种型号加在一起总共有17瓶,长得还都差不多。据说30年里,研发人员搜集了1000万人的肌肤状况数据,第8代产品有17个研发专家,每人负责研发1瓶。话说,不去专柜做个皮肤测试,你根本搞不清楚自己应该用哪一瓶。

而欧美品牌,则常常以“语不惊人死不休”的精神在做产品,且常常“豪”一把!比如,以鱼子酱成分闻名中国的La Prairie莱珀妮,最近在“投资黄金”!新品晶莹亮采修护美颜液,可谓“脑洞大开”,融合了纯金、黄金光线反射因子,通过黄金成分,来改善肌肤泛红现象,有助于安抚肌肤,展现所谓的“柔焦”效果(皮肤紧致、质感更加细腻柔滑)。此外,还有能促进胶原蛋白生成的独特黄金多肽以及独有的黄金花精粹。如此奢华的成分,你舍得涂在脸上吗?

花王(中国):渠道与产品双升级,只为消费者安心



1. 花王2016全国经销商大会
2. “乐而雅零触感系列”卫生巾
3. “妙而舒瞬爽透气系列”纸尿裤
4. “洁霸瞬清系列”洗衣液

海外百年企业如何维持中国消费者的满意度?花王给出了自己的答案——渠道和产品的双重升级。近日,花王(中国)在上海召开了全国经销商大会,花王(中国)董事长中西稔先生表示,花王(中国)将着力打造直销、经销商、电商三大渠道齐头并进的销售体制。除了有效利用整个花王集团的销售关系网络,继续加强与跨国零售商客户间的良好合作,以及进一步强化电商渠道之外,还将借力经销商渠道,发挥其优势,力争为消费者创造可在身边,方便快速地购买花王产品的良好环境。

除了营销渠道的拓宽,花王(中国)更把产品升级换代放在首位。大会上,花王(中国)展示了包括“妙而舒瞬爽透气系列”婴儿纸尿裤、“乐而雅零触感系列”卫生巾及“洁霸瞬清系列”洗衣液3款旗舰产品在内的重点品牌产品,具象化展现了花王“创造优质产品”的理念和举措。

花王在对中国消费者的调查中发现,大多消费者为避免洗涤成分残留在衣物中,往往倾向于彻底“漂洗”,直至泡沫完全消失。由此,花王(中国)于2010年推出了“洁霸瞬清系列”洗衣液,运用花王独有的源自环境技术的全新清洗机制,有效去污,同时洗涤成分易于漂洗、不易残留,从而减少了“漂洗”的次数和时间,并实现了节约用水。

之后,花王(中国)的研发团队持续开展对消费者洗衣行为及需求的调查,改良产品,并于今年10月推出了全新升级的“洁霸瞬清”系列产品。新产品在原有特点的基础上,添加了可以去除皮脂污垢的“活力酵素”成分,可集中作用于蛋白质类污渍,进一步满足消费者的洗衣需求。

此外,针对消费者对衣物洗涤产品抗菌功能的需求,花王(中国)还于今年1月上市了“洁霸抗菌EX”系列洗衣液。

中西稔先生表示,他是研发出身,曾和团队一起对婴儿纸尿裤进行过彻底的研究。他发现,“无论在哪个地方,基本诉求都是亲肤性、吸收性以及防止侧漏。而纸尿裤的高品质体现在哪里?妈妈给宝宝脱下纸尿裤的时候,发现宝宝皮肤还是非常健康,这是最能体现纸尿裤品质的。”

所以花王在纸尿裤的设计方面,第一个非常注重表面材料,表面材料直接接触宝宝的肌肤,它既要保持干爽又要保持柔软。另外就是吸收体,要保证吸收量,以及不会渗漏出来。另外就是透气膜,要有良好的透气性,保证皮肤能够呼吸。

中西稔说:“在研究开发的阶段,很多医生会进行临床实验,看我们研究的表面材料等等是不是真正的温和。我们的研究开发都是基于以上基准来做的,所以我们对提供的纸尿裤非常有信心的。整个花王集团执行全球化、非常严格、统一的品质管理标准,从原材料的使用到商品开发、生产,都是按照用全球统一的高标准执行的。”

中西稔先生表示,为满足消费者不断增长变化的需求,花王在中国将会继续扩充品类及产品阵容,努力在“清洁、健康、美丽”的领域,进一步提供更多高品质的、具有高附加值的产品。