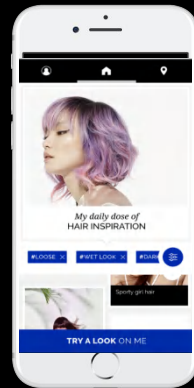
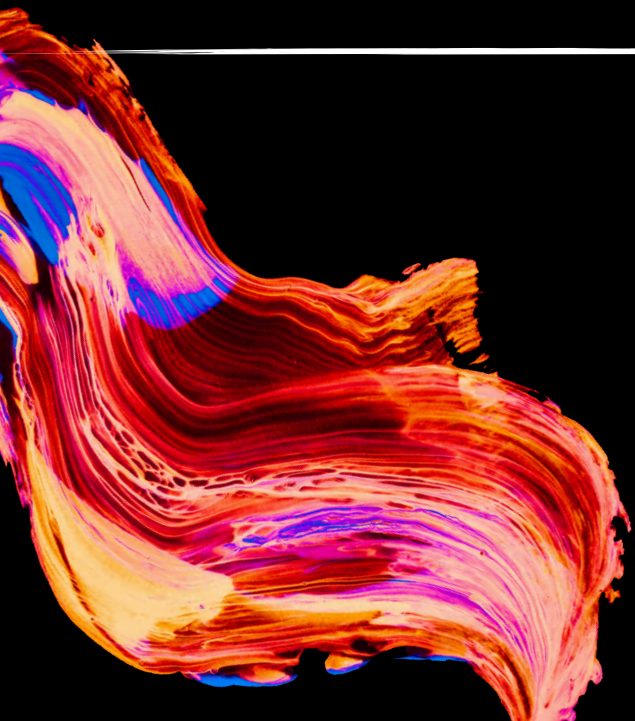


# 欧莱雅：领军中国美妆数字变革

2019年7月22日

Marc Dicko  
欧莱雅中国高级数字营销官

# 当美妆遇上数字化：完美碰撞催化市场潜力



资料来源:《解读中国千禧一代的全球购物者通讯》和《BCG新版中国玩家手册》

- 预计到2021年，“数字原声代”千禧一代将贡献：
  - 46%的中国人口
  - 69%的消费占比
- 花样百出的社交分享
- 计划和自发实现的电子商务
- CRM与消费者分析
- AR/VR/AI 将强烈需求变成现实



## 2.5次元消费者体验

### “帮助我”

- 关键意见领袖(KOL) & 消费者评价
- 沉浸式卓越服务 & 自由感



### “提供便利”

- 随时随地，移动体验
- 即时消费，即时运送

### “吸引我”

- 零售娱乐化
- 体验化消费路径

### “了解我”

- 个性化互动
- 回馈忠实消费者

# 全擎提振数字化领导力



以消费者为中心  
数字化营销助力扩能欧莱雅制胜优势

社交聆听  
超过36,000家网站  
覆盖2亿多声量

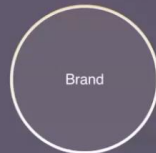


数百万用户数据

识别与预测消费者趋势

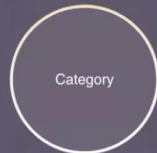


1. 深度消费者洞察
2. 实时产品反馈
3. 趋势识别算法
4. KOL选择与追踪



Brand

DBPI  
(Digital Brand Pulse Index)



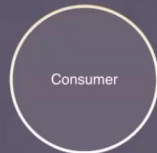
Category

CII  
(China Ingredient Index)



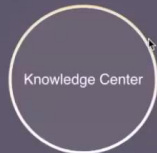
Influencer

CSI  
(Celebrity Selection Index)  
KSI  
(KOL Selection Index)



Consumer

Tribe System  
(Corporate topic & tribe monitoring system)



Knowledge Center

Sharing  
(Report center)  
Social X  
(Real-time social listening tool)  
Trend Seeker  
(Discover the latest trend)

新营销：打造挚爱品牌

## 23个挚爱品牌的新营销玩法初探

毋庸置疑，欧莱雅集团完全主导了市场排名。



排名前7的挚爱品牌，欧莱雅占据个5个席位 L2

- |    |                           |               |
|----|---------------------------|---------------|
| #1 | L'ORÉAL PARIS             | (#2 in 2017)  |
| #2 | LANCÔME                   | (#3 in 2017)  |
| #4 | YVES SAINT LAURENT BEAUTE | (#18 in 2017) |
| #6 | Kiehl's SINCE 1851        | (#16 in 2017) |
| #7 | MAYBELLINE NEW YORK       | (#5 in 2017)  |

讨论分享第一

搜索分享第一

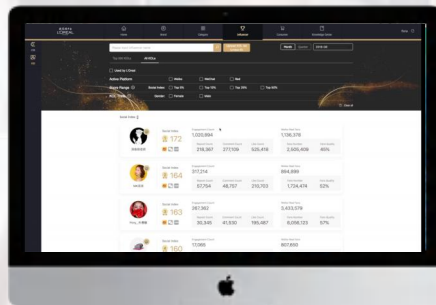
新营销：挚爱品牌

## 全方位社交策略与专属KOL工具

3,000+  
KOL合作伙伴

50,000  
相关KOL (美妆、时尚等领域)

1,000,000  
所有KOL账户



专属KOL评估工具：影响力 / 性价比 / 目标受众等

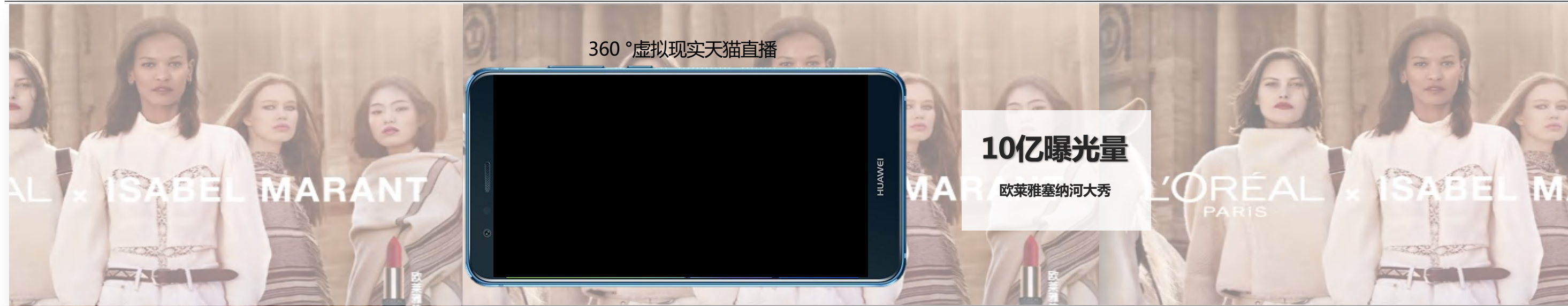
The collage features several key elements:

- SKINCEUTICALS** branding and product images, including a woman applying serum.
- CeraVe** social media post featuring a doctor and the text "蔡老师严选".
- ROGER & GABRIEL** perfume bottle.
- GIORGIO ARMANI** dress on a red carpet.
- Platform icons** for WeChat, Weibo, Xiaohongshu, Douyin, and Taobao.



新营销：挚爱品牌

以创新内容强化品牌，创造沉浸式消费者体验



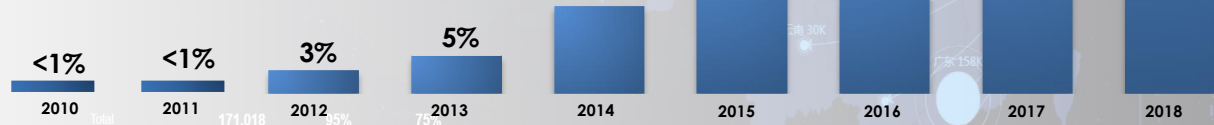
新零售：线上+线下 (O+O)

# 欧莱雅中国电商业务占比动态增长

## Suzhou Logistics Center

### 苏州物流中心

Rank	Brand	Orders	Delivered	Received
排名	品牌	订单数	发货率	签收率
1	Kiehls	46,937	94%	71%
2	YSL	31,890	96%	72%
3	Giorgio Armani	31,077	95%	80%
4	Lancôme	20,705	96%	85%
5	Shu Uemura	9,043	94%	61%
6	Biotherm	8,817	96%	75%
7	Skinceuticals	7,695	97%	63%
8	Helena Rubinstein	7,593	99%	94%
9	Yue Sai	5,826	97%	61%
10	My Beauty Box	993	97%	78%
11	House99	442	95%	70%

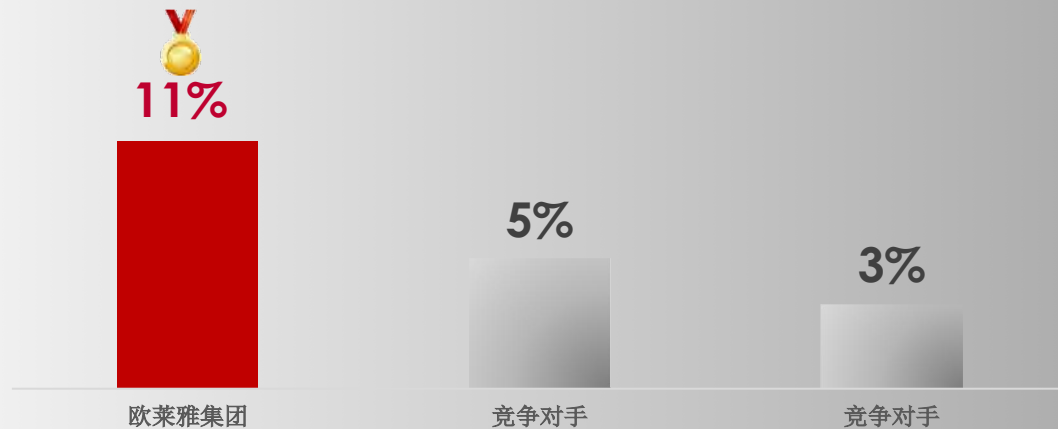


数据来源：净销售额  
From: 2018-09-01

新零售：线上+线下 (O+O)

欧莱雅中国：雄踞美妆电商业务No.1，两倍领先于No.2

前三大企业市场占有率(B2C)



Source: Smartpath B2C, 2018 YTD Dec

欧莱雅中国

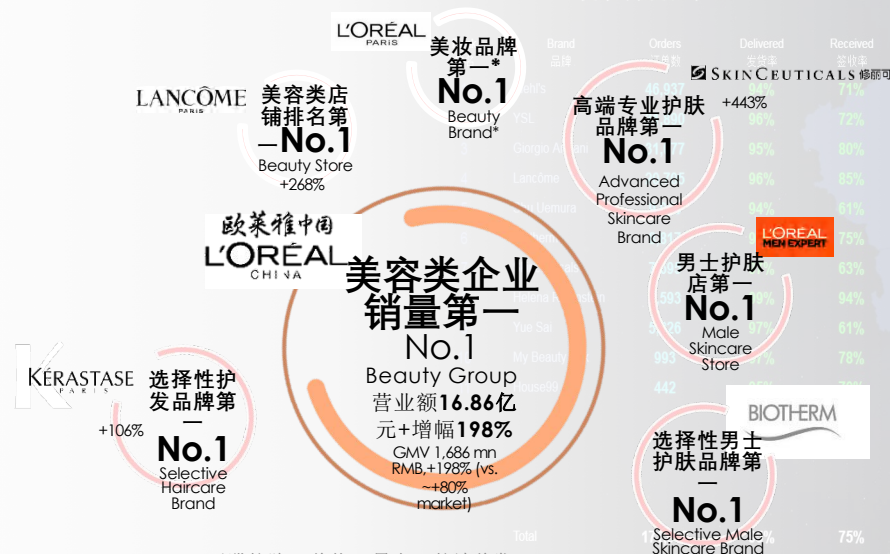
L'ORÉAL  
CHINA

11.11 2018

# 2019天猫618销量，欧莱雅横扫榜首

Suzhou Logistics Center

苏州物流中心



## 行业销量排名 Beauty Ranking

01	Lancôme
02	L'Oréal Paris
03	Competitor 1
04	Competitor 2
05	Competitor 3



快递成交量

200万+

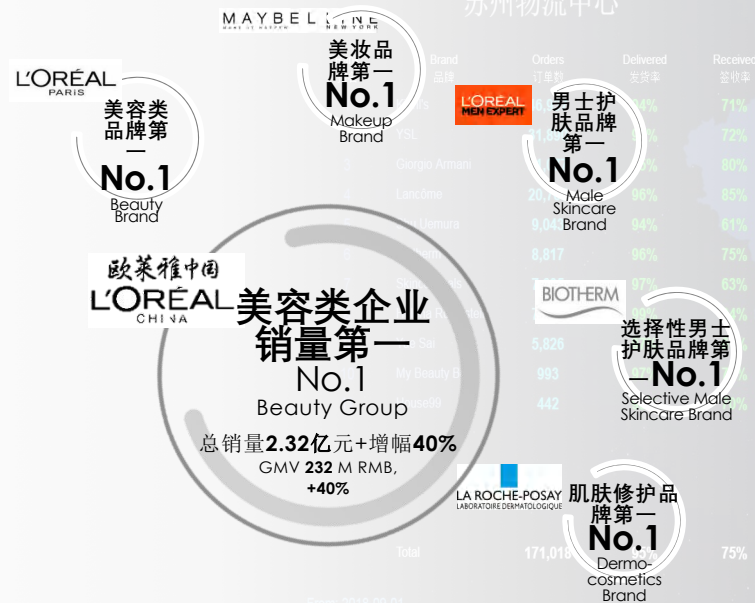
2+ million green parcels

天猫护肤 + 美妆 + 男士 + 护发美发  
Tmall skincare + makeup + male + hair stores

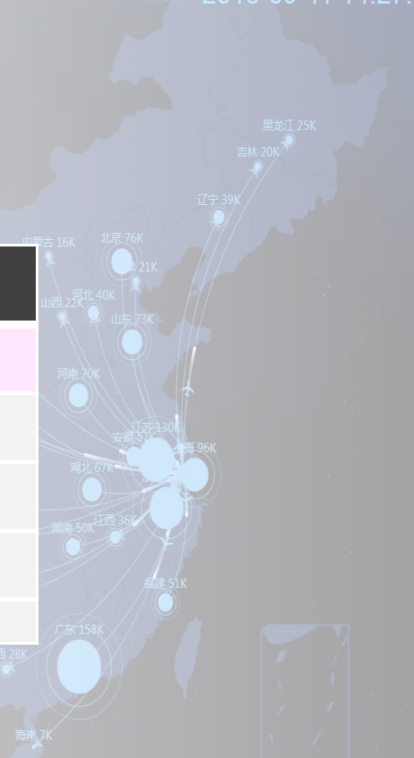
# 2019京东618销量，欧莱雅连续摘桂

Suzhou Logistics Center

苏州物流中心



行业销量排名	
01	L'Oréal Paris
02	Competitor 1
03	Competitor 2
04	Competitor 3
05	Competitor 4



美丽科技

打造线上+线下一体化消费服务

新零售快消企业第一  
No.1 New Retail FMCG Company

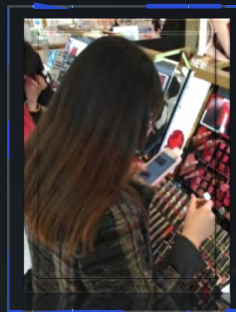
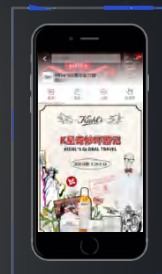
线上零售第一  
No.1 online

未来5年：  
O+O线上线下联动品牌体验

5年前：  
线上销售模式

线下零售第一  
No.1 offline

20年前：  
线下柜台销售模式



新零售：YSL圣罗兰美妆 O+O 娱乐化  
天猫高端彩妆类开店销量第一



线上官方渠道线上直播观看量 **1,120万**

360°AR 互动



抽奖赢得礼物



自拍分享



长按保存  
分享获得Y coin

YVES SAINT LAURENT



转出四个相同YSL元素  
赢取神秘惊喜



新零售：线上+线下 (O+O)

线下触点全面数字化，重塑线上+线下融合的消费者路径

预定线下服务



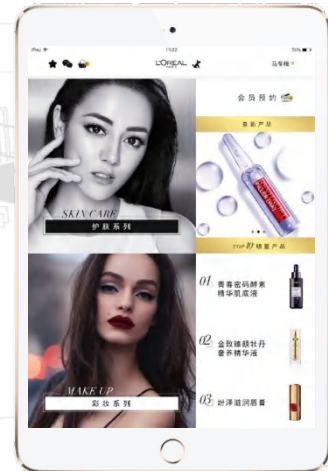
14个品牌

虚拟现实试妆镜



11个品牌

美妆顾问APP



6个品牌

无人售卖机

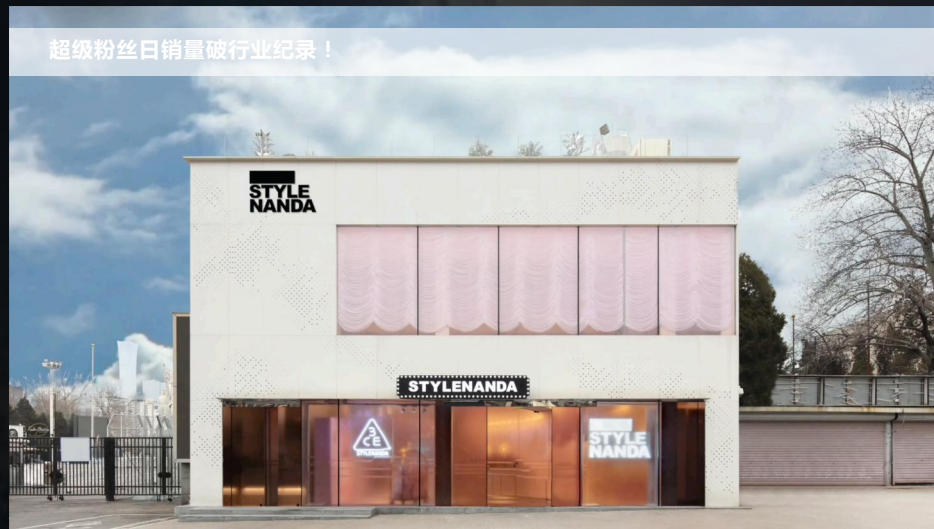


12个品牌

新零售：线上+线下 (O+O)

玩转新零售科技，3CE首创沉浸式体验快闪店

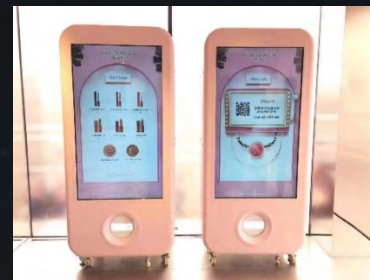
超级粉丝日销量破行业纪录！



基于阿里技术的定位营销



互动美妆镜



阿里贩售机

新零售：线上+线下 (O+O)

线上+线下渠道融合的新零售应用覆盖所有品牌、事业部和地区



巴黎欧莱雅  
上海



科颜氏  
天津



兰蔻  
北京



专业美发产品部服务预订  
17个城市



薇姿  
广州



美宝莲  
杭州

新零售：电商结合O+O

# 欧莱雅：媒体眼中的O+O领军者



大数据与人工智能  
运用人工智能实现精准营销

20个特征选择



品牌受众群体



护肤爱好者

27%



城市旅行者

23%



一线城市白领，  
时尚爱好者

20%



名媛、时尚主妇

15%



个性精英，  
运动爱好者

9%



办公室员工，  
普通护肤者

5%



通过人工智能，针对不同人群，呈现千人千面的广告创意  
使广告点开率比市场平均水平高50%~100%

# Dashboard

Projection Screen

3

On-going

130

Finished

0

In plan



Details: [blurred text] [blurred text]

数字化人才和企业文化

具备数字化初创企业灵活度，以消费者为中心的美妆巨头

每年约300人  
参加数字化工作坊



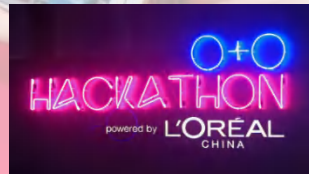
约600人观看数字化学习视频



98%  
数字化能力提升



约60人参与  
欧莱雅O+O“黑客大会”



约300人参与数据工作坊



# 始一切才刚刚开始.....



## 中国市场

- 电商规模约占全球50%
- >10亿微信用户
- >100万KOL
- ≈95%的移动端美妆电商平台
- >70%的电商移动支付
- 增长最快的消费者市场

## 欧莱雅中国

- 美妆行业电商业务第一（市场份额2倍于第二位竞争对手）
- 11.11/6.18阿里&京东美妆No.1
- 搜索量和声量占比No.1
- Top5数字化挚爱品牌占得3席
- 顶尖人才（98%受过数字化培训）
- >5亿数据资产

## 巨大潜力

- 中产阶级对美的渴望
- 互联网渗透空间（美国互联网渗透率达89%）
- 彩妆市场潜力巨大
- 巨大全国市场，规模化想象空间，美美与共的未来