



2011年4月,一场美丽风暴即将来袭。在这个春意盎然的季节,金鹰新街口店春季化妆品节如期而至。对于女人而言,它早已成为美丽生活必不可少的庆典。

《品尚》与金鹰新街口店强强联手,共同打造主题为“妙颜”的春季化妆品节。在《品尚》即将出版的春季化妆品节特刊中,我们将美妆的世界赋予文化的内涵,此届化妆品节不仅是化妆品的盛宴,更是文化的盛典,在这里我们可以感受由内而外的美丽。品尚主编和金鹰新街口店孔总面对面,共同探寻美妆世界的文化内涵,找到女性如何内外兼修身心平衡的美丽奥秘,美妆的世界可谓“妙不可言”。

快报记者 闫弋 泱波(摄影)

# 《品尚》联手金鹰新街口店启动春季化妆品节 探寻美妆世界之

## 妙不可言



### 妙不可言之 诗文之妙

美妆世界,文化表达。这是金鹰新街口店在化妆品领域一贯秉持的策划理念。此次春季化妆品节,金鹰新街口店企划部用最富文化内涵的古诗词诠释女人的美,正如此次化妆品节的主题“妙颜”。古语云,“姣若春花,媚若秋月,雅若幽兰,暗香

袭人醉。手如柔荑,肤如凝脂,螓首蛾眉,巧笑倩兮,美目盼兮。”古往今来女子清韵恬秀的美,虚幻至纯的情,诗情画意韵味之美,尽在无法言传的意境中,给这个纷繁的世界鲜活的生命、灵气与美感。

诗文之妙尽在不言中

### 妙不可言之 品牌之妙

金鹰一直领跑南京时尚,关注女性美丽。这里是时尚发布中心,这里紧跟大都市的风尚节奏,做一个时尚的领跑者,美丽的倡导者,皆是因为金鹰是新思维的创新者,在这里多种商业模式风生水起,每一次节日主题策划均吸引眼球无数。化妆品品牌一直是金鹰新街口店最具影响力的一张名片,在全国首届

一指,在金鹰新街口店目前拥有近32个国内外知名一线高端化妆品品牌,其中独有品牌就达到了9个。金鹰化妆品品牌阵容豪华,各品牌销售额更是稳居全国前列,其国际一线品牌兰蔻以全年近3.5亿的业绩成为全球专柜中的佼佼者。

品牌之妙妙在不断超越



### 妙不可言之 护肤之妙

不同年龄、不同肤质,使用不同的产品,如今,越来越多的人都知道保养应讲究“分龄保养”,如何让岁月不留痕迹地走过,这是无数女人的梦想,在金鹰,可以让大家美梦成真,

不用担心岁月痕迹,不用害怕手术的痛苦,在这里所有女性都可以根据自己的需要找到适合自己的护肤品。

护肤之妙妙在美丽无极限



### 妙不可言之 妆容之妙

妆容是女人肌肤的美丽衣服,个性的妆容是你人生态度的一种表达。正如一句广告词所说,“美丽的妆容,你值得拥有。”金鹰新街口店的彩妆品牌各具特色,娇艳、清纯、

高贵,选择一款化在脸上,就像没有痛感、没有副作用的整容手术,掩盖了你脸上的岁月痕迹。

妆容之妙妙在一切皆有可能



### 妙不可言之 天然之妙

现在,无处不在倡导着环保与自然,而美容保养也是如此,有机护肤的概念可谓越来越深入人心,若给皮肤吸收的物质来自天然有机植物,则能够避免皮肤吸收毒素和有害物质,避免过敏反应,唤醒肌肤本身自然

运作的功能。全球高端植物护肤品牌Origins悦木之源驻金鹰新街口店,将“整合健康,扑灭肌肤之火”的全新护肤新理念引进南京。

天然之妙妙在一切源于自然

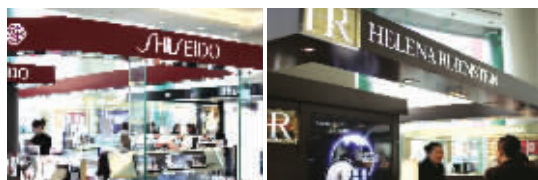


### 妙不可言之 护理之妙

四月,金鹰美颜坊将与普天下爱美丽女人见面了,这是为女人而生的美妆空间,呈献来自世界各地的奢华护肤体验,充满浪漫意境,愉悦身

心之旅,让艺术和美交织盛放,肌肤舒缓休憩,体验禅一般的宁静意境。

护理之妙妙在方寸间一花一世界



### 品尚会客厅

## 连续10年两位数增长 欧莱雅在华销售首破10亿欧元



欧莱雅中国总裁盖保罗先生和CEO 贝瀚青先生合影

近日,欧莱雅中国在上海公布,2010年其销售首次突破10亿欧元,一跃成为集团在全球的第三大市场,并连续第10年实现两位数增长。

据介绍,欧莱雅中国去年在华实现销售90.85亿元人民币,较上一年增长11.1%。如按欧元计,总额则达10.13亿欧元,增幅为17.6%。至此,中国正式跻身欧莱雅集团在全球的三大市场之列。欧莱雅(中国)总裁盖保罗表示:“2010年的市场环境充满挑战。但通过成功地创新、持续不断的新品推出、新市场领域的开发以及分销渠道的深化等诸多措施,得益于男士化妆品、彩妆产品及护发用品等领域的快速增长的影响,我们仍取得了销售和利润的双增长,并以超过市场平均的增速继续扩大市场份额。”

欧莱雅集团于1997年进入中国内地市场,目前在中国拥有赫莲娜、兰蔻、巴黎欧莱雅、美宝莲纽约、羽西、薇姿、理肤泉、卡诗等19个知名化妆品品牌。多个核心品牌已在中国市场上成为各自领域的市场领袖:如兰蔻在高档化妆品市场、美宝莲在彩妆市场、薇姿在药房市场,巴黎欧莱雅则是中国第一大多品类化妆品品牌。

多年来,欧莱雅在中国保持了持续、稳定和快速发展的良好势头。2001年至2010年期间,欧莱雅中国的销售增长了15倍以上,增速远高于市场。持续的高增长使欧莱雅中国的市场份额不断上升,并增强了中国在欧莱雅集团内的战略地位,其排名从2009年的第五位劲升至第三位。欧莱雅中国CEO贝瀚青表示,“中国是个快速发展、潜力巨大的国家,我们对欧莱雅中国的未来充满信心。我们拥有中国最好的化妆品品牌组合,我们有雄心赢得更多的新消费者,其中既有女性,也有男性,并为他们提供最优质、最安全的化妆产品。”