



大牌化妆品借美妆突围

近几年,香奈儿、阿玛尼、纪梵希等品牌在南京各大商场加速了开店的步伐。记者在走访中了解到,不仅商场里的美妆品牌增多了,商场内也扩大了美妆区域,不少护肤品牌开始加大对美妆品类的开发,美妆成为各大品牌争抢市场份额的“新战场”。而以此为突破口,不少品牌也加码美妆业,通过品牌试用、美容SPA等增值服务吸引客群。

现代快报记者 张雷



雅诗兰黛花漾倾慕唇膏



美妆成新的增长点

雅诗兰黛德基店美容顾问说,“倾慕系列唇膏最受消费者青睐,尤其是420色号”。其他品牌彩妆品类唇膏的人气也很旺。

国内化妆品市场年增长幅度在13%~15%。据新百相关负责人介绍,目前已进驻六大彩妆品

牌,比如MAC、纪梵希等,而包括Chanel等在内的奢侈品也加速美妆新店拓展。

全新的欧珀莱视觉形象颠覆了原有设计,专属粉色搭配纯黑logo,不仅充满时尚气息,也提升了品质感。



推增值服务,提升体验感

在茉莉蔻,消费者可以体验面部SPA;Sissly还有美容坊提供身体护理服务……不少美妆护肤品牌依托产品特性,推出不少增值服务,提升顾客体验感。韩剧的火爆也引发了国内韩妆热,雪花秀、悦诗风吟、伊蒂之屋等品牌在

南京已开出多家门店。

不少还推出免费的皮肤测试服务。欧珀莱南京分公司经理马政介绍,欧珀莱在柜台增加了四季肌肤综合测试仪,帮助顾客了解肌肤的黄金循环状况,提升肌肤咨询体验。

美妆也要“小而美”

“从近年来的化妆品市场来看,概念清晰又十分个性、有趣的小众品牌表现不错。”护肤保养专家小新告诉记者,这些个性化产品常常从小的细分领域切入,将概念打实,比如雅漾主打安心安全呵护敏感肌肤,在药妆市场上升很快。

欧珀莱南京分公司经理马政

表示,未来的消费趋势将越来越走向个性化,从追求美丽角度而言,消费者越来越倾向于打造一个专属于自己的美丽。

在小新看来,从消费者角度来说,主要是图新鲜。对于品牌来说,要做到更人性化、精细化的贴心服务,为消费者打造一种生活方式和审美方式。

时尚快讯

陈意涵的私家美容心得

刚出道时我的皮肤并不太好,意识到保湿很重要,每天敷脸跟泡澡,让血液循环变好。化妆前也会敷脸,妆会比较服帖;早睡并睡满八小时。

作为屈臣氏燕窝系列的最新代言人,产品淡淡的香味、细腻的质地,我很喜欢。这个系列都很保湿,擦完精华液还要擦比较厚一点的面霜,把所有东西都锁在里面。保养品的顺序其实很重要。

如果旅游,护肤品我一定要有面霜、精华液、面膜。化妆品,我会带护唇膏及唇彩。旅行我一定会带的还有莲蓬头,去每个地方都可以过滤水质,出来的都是纳米科技的细微分子……

星球大战里的BB-8就在你身边



1月9日,星战迷们期待的《星战7:原力觉醒》在内地上映,影片中圆滚滚、肥嘟嘟的萌宠机器人BB-8抢了风头。2016年第一天,三胞集团旗下Brookstone中国首店在南京开业,不少重量级的新奇特商品开业当天就卖断货。

Brookstone中国首店开业,让南京市民欣喜的是在家门口就可以体验到全球最新的新奇特产品,感受到科技给生活带来的改变。业内人士表示,随着科技、智能的发展,越来越多的极客、创客投入到新奇特产品的研发中,不管你有没有在意,或许,一个“新硬件时代”正悄然来临。

现代快报记者 刘德杰

新奇特走进南京大众

“门店面积还不到800平方米,开业当天营业额突破900万,创造出的坪效之高可以想象。”宏图三胞Brookstone店相关负责人告诉记者,诸如无人机、猫耳机、机器人、太空沙等新奇特产品当天就卖脱销。

周一下午,记者来到了位于水游城一楼的宏图三胞Brook-

stone店。进门首先被吸引的是一款红酒醒酒器,据门店工作人员介绍,只需将其放入红酒里30秒钟,就可以完成醒酒过程,与传统醒酒方式相比,不仅便捷而且省时。而旁边从瑞士空运过来的SAND黏沙也让记者脑洞大开,不光是易塑形,关键是小朋友们玩起来既卫生又安全。

一位正在挑选猫耳机的二次元萌妹子告诉记者,人性化的功能设计让听音乐更享受,性价比超高,不用考虑就直接买了。猫耳机、随时可以起舞的机器人、获得红点设计大奖的助眠仪等等,在宏图三胞Brookstone店你可以看到各种新奇特的产品,更能体验到科技对人们生活的改变。



BB-8有了“中国版”

1月9日,《星战7:原力觉醒》内地上映,BB-8大受欢迎。这款由Orbotix公司出品,号称全球最萌机器人的BB-8,被《福布斯》评为有史以来最好的《星球大战》衍生品。而趁着影片的大热,中国版BB-8也诞生了,由狗尾草智能科技研发的、外形和BB-8相似度极高的情感社交机器人,已拿到

羽泉的千万元投资,未来将会做定制开发,真正的去工具化、去产品化,作为人类真正的伙伴存在。

记者在宏图三胞Brookstone店看到,猫耳机的设计来自一位华裔女孩,Brookstone将这个创意发起众筹,将这款萌萌哒的猫耳机生产出来。洛可可设计集团创始人、董事长贾伟介绍,从7月

份开始,洛可可接到了百余个机器人的设计项目。进入智能时代后,用户变成了主角,人们买的不仅仅是功能,而且开始关注兴趣、情感、自我。

正如一位消费者在宏图三胞Brookstone店体验了各式新奇特产品后感叹,真没想到科技竟能如此改变生活。



顾客在宏图三胞Brookstone门店体验

“新硬件时代”是否已来临

如今,谷歌、亚马逊、FACEBOOK等企业,都已在布局围绕硬件的产业。你可以在大街上看到戴着谷歌眼镜的人耍酷,或者是开着谷歌无人汽车兜风,而率先生产KINDLE阅读器的亚马逊,正在完善多轴无人飞机送快递,FACEBOOK用虚拟设备让年轻人体验到“真实世界”。

在互联网技术的大潮下,越

来越多的新奇特产品改变了人们的生活及体验方式。业内人士认为,所谓的新硬件时代,是以美国强大的软件技术、互联网和大数据技术为基础,由极客和创客为主要参与群体,以硬件形式表现形态的一种新产业形态。

记者了解到,目前宏图三胞Brookstone店自有新奇特产品比例达到50%以上,依托Brook-

stone强有力的研发及创意能力,进入中国市场的Brookstone将延续其在美国开店策略,成为最新、最智能产品的首发平台。业内人士直言,中国是制造业大国,放眼2到3年的未来,一个“新硬件时代”正悄然来临,这个时代更适合制造业的习惯,更渴望传统制造业的供应链和经验,基于此的中国制造业必将是坦途无限。