



News Letter

关于中国化妆品市场的流通战略高层论坛

2017/12/12

一般社団法人日中化粧品国際交流協会 Japan-China Cosmetic Exchange Association

〒650-0045 兵庫県神戸市中央区港島南町 5-5-2 神戸国際商务中心 TEL :81-78-381-5304 FAX :81-78-303-3077

<http://www.cosmo-ic.org>

2017年11月30日，日中化妆品国际交流协会与创刊于1969年的日本化妆品营销第一媒体《国际商业》在东京共同举办了关于“中国化妆品市场流通战略”的高层论坛。来自宝丽、资生堂、高丝、芳珂、诺薇雅、狮王、曼丹、美伊娜多等化妆品企业的近100名行业人士参加了会议。

演讲会以娇兰佳人的创业者蔡汝青先生的演讲《超过2000家的店铺网所创造的竞争力及下一步成长战略》拉开序幕。蔡总首先介绍了中国化妆品市场的现状：实体店的客流总数在2005-2012年曾呈上升趋势，在2012-2017年之间有减少倾向，不过，2017年开始减少倾向有所缓和。而且，近年来涨势迅猛的电商的增长也有变缓趋势。然后，蔡总介绍了未来的计划：将通过APP开发及使用微信的销售方法等进一步强化针对1800万会员的服务。另外，蔡总提到：电商的发展确实削减了实体店的销售额，但将来线上线下应该会进一步融合。娇兰佳人今后将重点力推药妆、彩妆以及日用品这三个品类。

第二个演讲是大型EC运营代理店leqee的日本业务总括钱江峰先生的《详述2017年“光棍节”的幕后》。钱先生提到：双11可以说是当今世界上最受瞩目的购物节之一，以前曾是为了处理库存，但现在各个企业都非常重视，会特意推出双11限定的商品及套装。钱先生还详细向日本同行介绍了加入双11大战的方法及战略：从提前几个月制订计划、确定主打商品，到增加店铺关注人数、导入预购、灵活组合单品和套装，吸引顾客提前加入购物车等。另外，钱先生也提到：欧美的品牌企业已经开始加入双11，而日本企业大多尚在观望，指出日本企业要留心不要在中国市场落后。

最后是本次研讨会的重磅环节——以“彻底讨论实体店和电商的未来”为题的嘉宾对话。由《国际商业》的副主编长谷川先生主持、娇兰佳人的蔡总、leqee的钱先生、以及协会杨理事长作为嘉宾与参加了该环节。三位嘉宾分别从不同的角度就中国化妆品市场的现状及未来、以及商业模式等交换意见，现场交流与互动的氛围十分热烈。

通过本次座谈会，几位嘉宾向日本同行分析介绍了中国的实体店和电商各有强势及弱势、能否充分理解并加以活用才是打开中国市场的关键。在我们回收的调查问卷中，也收到了与会人员的许多好评意见。下一次协会的活动将在2018年举办，我们将继续导入中日两方的最新热点及趋势、努力策划能对大家的业务发展有所帮助的内容，还请大家继续多多支持和鞭策。

