

# 2024年上海美博会-上海美容博览会chinabeautyexpo

产品名称	2024年上海美博会- 上海美容博览会chinabeautyexpo
公司名称	上海百文会展有限公司-CBE上海美博会
价格	2600.00/平方米
规格参数	
公司地址	上海市静安区南京西路993号10楼1010室
联系电话	18301740328 18301740328

## 产品详情

2024年上海美博会-CBE上海浦东美博会

2024年5月22-24日，第28届上海美博会、CBE、CBE SUPPLY邀您再次相聚在上海新国际博览中心，共创未来。

展会地点：上海新国际博览中心（浦东）

展览时间：2024年5月22-24日

主办单位：中国国际贸易促进委员会轻工分会、英富曼集团、上海百文会展有限公司 上届精彩回顾：2023第27届CBE中国美容博览会（以下简称：CBE）、CBE SUPPLY美妆供应链博览会（以下简称：CBE SUPPLY）在上海新国际博览中心圆满闭幕。上午9点，上海新国际博览中心三大广场已经人头攒动，三大厅入口更是人声鼎沸，数万来自海内外美妆全产业链的企业、品牌，来自全国各省市的线上线下渠道精英，以及国内外协会、专家和媒体，已经迫不及待地要见证并享受这一年一度的\*\*\*美妆盛事。本届博览会，以“共享全球创新资源”为主题，汇聚超过40个国家及地区的3200+ 化妆品全产业链企业，10000+ 美妆品牌，70000+ 余件产品，同期100+场特备活动，以更大规模、更高规格、更强磁场，助力美妆经济新增长！万商云集，共享全球创新资源开展首日，以\*\*\*为代表的国际美妆集团，以上海家化、伽蓝、\*\*\*、百雀羚、环亚等为代表的本土美妆集团，以花西子、华熙生物、福瑞达等为代表的新锐品牌集团，以莹特丽、科诗美丝为代表的供应链企业……都携年度新品、爆品与科技成果亮相，奏响时尚与科技交汇乐章，吸引了万千\*家驻足洽谈。国内外美妆巨头汇聚的W1馆、OEM&ODM制造N1馆、两大\*\*包装馆W4&W5馆、意大利主宾国领衔的E3\*\*\*\*馆、日本美妆精品N5馆、国际高端美容品牌云集的E5馆、新锐品牌&进口优选的E7馆……更是人潮涌动，尽显美妆产业超强魅力。开展首日，线下展位及活动现场\*\*已经拉满，线上CBE云快选直播间也是热闹非凡，线上线下全面助燃中国美妆经济新增长！一、\*\*引领，创新品牌良性增长第27届CBE现场，汇聚来自国内外头部的美妆集团企业，以\*\*\*集团为代表的国际美妆大企业引领，上海家化、伽蓝集团、\*\*\*、百雀羚、环亚等为代表的本土美妆集团，以花西子、华熙生物、福瑞达、PMPM、谷雨为代表的创新品牌，各自展现出自身的强劲实力，不同的定位，不同的发展路径

，丰富了中国化妆品市场。值得关注的是，历经了过去3年的严峻挑战与考验之后，创新品牌通过不同的赛道，已形成向上的良性增长，并在第27届CBE展会现场形成聚合效能，除了“落户”于E1馆外，E7馆创新品牌生态区也备受关注与欢迎。二、市场开放，进口品再掀浪潮以“共享全球创新资源”为主题的第27届CBE，今年再次在国际化板块“出圈”。来自全球超40个国家及地区的美妆企业，携\*\*美妆资源进驻展会现场，与中国市场展开深度的贸易与交流。第27届CBE上海美博会以意大利主宾国引领，汇聚于N5馆的日本美妆精品馆，法国馆、德国馆、英国馆、西班牙馆、泰国馆、瑞士馆等在内的以国家组团形式出展的展区，人潮涌动，无不彰显出市场开放之后的进口品新一轮风口。三、科技创新驱动增长科技正在驱动美妆产业增长，这已是业内共识。从第27届CBE现场的CBE SUPPLY的火热盛况来看，美妆科技正在逐渐释放能量，赋能并驱动产业的发展。#1超能供应链秀出中国制造实力在莹特丽、科丝美诗、日本科玛、韩国科玛、COSMO BEAUTY等国际化供应链企业的引领下，诺斯贝尔、贝豪、伊斯佳、栋方、芭薇等OEM\ODM企业；HCP、阿克希龙、阿蓓亚、洽兴、益发、新奎、紫丹印务、乔艺、通产丽星、爱索尔等包装企业；布鲁克纳、VETRACO、LEIDEX、JOOSHING柱信机械、PRIMIX、全驰、科瑞特、诚兴、轻工、日高、泰瑞等机械设备企业；奇华顿、铭康、双马香精、芬豪、焦点福瑞达、斯拜科、莱昂生物、华汉生物、仙萃生物、克琴科技等原料企业；SGS、欧陆集团、上海微谱、上海晓创、上海华测、广东博溪、杭州希科、谱尼、北京颐唯实、三立慧评等检验检测企业……在第27届CBE现场秀出自己的“肌肉”。从原料/材料，OEM/ODM，到包装、机械设备、检测机构等领域的CBE SUPPLY，覆盖了供应链的全链路，无不展现出中国制造的\*\*实力。#2美妆科技周，掀起科研热早在2015年，CBE便率先在行业内提出“科技成就好品牌”的理念，并连续多年举办CBE国际化妆品科技大会，同时聚合了国内外的业界科学家、科研人员、产品经理等，为美妆行业的科研交流奠定基础。今年，CBE更在过去的科技资源沉淀中，升级了“美妆科技周”，以科技大会为核心，举办超过50场的科技活动。#3科学传播，多形式表达埋头做科研，固然重要；但是在当下这个新竞争格局中，秀出自己的科技力，也同样值得关注。从第27届CBE现场来看，科学传播这件事变得更有意思，品牌入局，多形式的表达方式，出乎想象的跨界融合，让人眼前一亮。譬如，CBE x AMWC皮肤抗衰老新趋势论坛，将抗衰老的科研成果通过论坛的形式向行业传播；CBE x 朗斯国际美妆生物艺术时尚展，则将科技与产品、与艺术、与时尚多维融合，并以展览的方式向行业与消费者表达科技的魅力。更值得关注的是，今年CBE推出的“直播逛展”项目，邀请了前\*\*\*配方师江小訢和知乎时尚盐究员胖博士乔舰两位科研达人，探访供应链企业，解读新技术、新趋势。四、消费提振，零售业百花齐放在开年之初，商务部就将2023年定义为“消费提振年”，为此推出了诸多激励政策，而第一季度的化妆品零售逐季增长的态势，见证了消费的信心。从第27届CBE展会来看，零售业正在迈进百花齐放的新征程。除了线上渠道的多元化外，线下零售同样进入多元化发展的趋势。以林清轩为代表的品牌店、WOW COLOUR为代表的美妆潮流零售店、绿叶为代表的超市等，都在展会中各显自信。今年迈进第12届的中国化妆品零售业大会更以“零售新增长”为主题，邀请来自全国31个省市及自治区的1589位化妆品商业精英共话增长方法与方式；同时，在展会现场设置了“中国美妆电商论坛”及“零售连锁加盟论坛”等，从不同维度探索美妆零售的增长路径。五、赛道细分，产品专业化渐显第27届上海美博会CBE，在覆盖日化与专业线的品牌板块，以及供应链，共划分出了超过100个的细分品类。这样的品类细分，亦可见当前中国化妆品发展的趋势，产品赛道精细化，产品专业化与差异化逐步展现。今年值得关注的几大细分赛道的增长：一是，香水香氛品类在展览面积与品牌数量上都呈现了明显的增长；二是，口服保养品逐步走进人们视野；三是，大日化的增长，如纸品、洗衣液等产品的数量同样有明显增长。六、数字化赋能，线上线下融合随着互联网技术进一步的发展，数字化是大势所趋。不止品牌企业在运用数字化赋能，展会也在数字化进程中不断探索线上线下融合的方式。第27届上海美博会CBE，以CBE云快选小程序为主要载体，融合线下展会的贸易属性，以数字化方式运用于展会期间与展会之后，为更多美妆工商企业链接与服务。展期推出的“云上逛展”模块，不仅展示所有参展企业，更结合直播进行探展，发现并挖掘行业发展趋势。尽管第27届CBE、CBE SUPPLY已闭幕，但是美妆的精彩每日都在上演，而CBE将以服务美妆全产业为己任，时刻陪伴行业共发展。