

COVID-19 衝擊下品牌策略的轉變

L'Occitane Japan 日本歐舒丹

適應“新常態”

自COVID-19爆發以來，消費者正在改變他們的購物習慣和生活方式。L'Occitane Japan也注意到人們對自我保健及衛生的高度關注，因而將 SKIN CARE & HOME CARE 作為產品策略中心。

L'Occitane Japan 品牌策略

- 提供最優秀的品牌體驗：通過美容顧問，激動人心的產品發布，與線上美容諮詢強化客戶黏著力。
- 注重自我保健：透過皮膚護理和居家護理方面的策略來因應“新常態”，並藉由多樣的產品組合滿足客戶期望。
- 以客戶為中心：傾聽消費者和加強客戶關係管理，重新思考客戶參與度和全通路體驗 (Omnichannel experiences)，加強節日連結性，提高品牌及產品曝光度，使購物過程變得方便有趣，且令人印象深刻。



Kao Corporation 花王

復甦重創：COVID-19再起重創日本花王的化妝品營銷

Kao 報告指出，疫情危機使化妝品部門的營業利潤下降了72億日元（約6900萬美元）

花王公司表示這些損失主要由於疫情帶來的持續性健康危機，儘管付出了很多努力，日本第二波疫情蔓延仍影響經濟復甦。

Kao 於2020年10月28日宣布，截至2020年9月30日的9個月，其整體營業利潤下降了20.5%，從1,510億日元（約14.5億美元）降至1,201億日元（約11.5億美元）。淨利潤減少了77億日元（約7,360萬美元），降至874億日元（約8.36億美元）。其中化妝品部門的虧損最大，淨銷售額同比下降24.6%，至1,606億日元（合15.4億美元）。

化妝品再次受到衝擊

在日本，Kao 受到衝擊的品牌包括 Kanebo、Freeplus、Curél 和 Molton Brown 等品牌，由於入境需求顯著下降以及日本COVID-19政策的限制，銷售受到影響。

此外，口罩成為生活中的習慣後，化妝產品的銷售更加衝擊。反之，花王在中國的電商策略成功促使 Freeplus 和 Curél 的穩定銷售。



參考來源：https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2020/10/13/L-Occitane-japan-to-centre-product-strategy-on-skin-and-home-care?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright
<https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2020/10/29/Kao-Q3-COVID-19-revival-in-japan-hits-cosmetics-performance>



5 大美容趨勢動態

1 “品牌至上，產品第二” “Brand first, products second”

歐萊雅強調在危機時期品牌信任的重要性

在 COVID-19 蔓延驅使下，歐萊雅集團亞太地區執行副總裁 Jochen Zaumseil 強調，在動盪時期，品牌的信賴度變得至關重要，因為消費者將傾向選擇穩定且可靠度高的品牌。



2 自我護理 & 健康就是財富 Self-care & Health is wealth

“幸福感”已成為一種消費趨勢

消費者將美容作為日常的一部分，在家中透過豪華沐浴、香氛產品和面膜護理享受平靜時光，逃避當前的情況，從 FOMO 到 JOMO 的思維突顯自我的重視。

也因疫情關係，人們越來越重視自己的健康，護理產品變得越來越有價值。自3月中旬以來，Google 對“自我保健”的搜索量激增，創下了全球新高。



◎ FOMO (Fear of Missing Out 意為：害怕錯過訊息更新的社交控)；JOMO (Joy of Missing Out 意為：錯過的快樂)。
FOMO 讓社交接管了生活，改變了生活，進而讓人們失去了生活。而 JOMO 只是讓人們重新找回對生活的控制權，看似 missing out，但反而不會 missing 任何東西。

3 新的“必需品” New “must-have”

衛生觀念崛起加速 0 接觸保養的發展

疫情爆發以前通常採用小刮杓提供客戶挖取，但仍有產品汙染疑慮。現今美容品牌多使用“0接觸”式瓶器，以防範產品汙染問題。



包裝公司 Meiyume 包裝創新部副總裁 Stephane Bulle 表示，
隨著疫情蔓延以及消費者對細菌和病菌的意識日益增強，以往不起眼的噴頭現已成為“獨一無二的必需品”。

4 加速數位化 & 奢侈品牌的危機 Digital acceleration & Luxury in time of crisis

市場情報公司 Euromonitor International 預測，由於疫情蔓延，全球奢侈品市場將下降 18%

自疫情爆發，各國封鎖限制出境等政策迫使經濟型態轉變，Google 搜索“免運費”

的情況呈上升趨勢，我們也看到許多在線零售商主打免運費優惠。

By Terry Beauty 也在亞洲積極轉型數位化，為了繼續保持消費者與他們的消費。

Luxury Goods	👑	-18%
Personal Accessories	👜	-14%
Clothing & Footwear	👕	-13%
Eyewear	🕶️	-8%
Tobacco	🚬	-2%
Beauty	💄	-2%
Consumer Electronics	📱	-1%
Consumer Health	🏠	-1%

Source: Euromonitor International Estimates

法國獨立奢侈品品牌首席執行官 Marion Assuied 表示
“在 COVID-19 之前，美容業已逐漸往數位化方向發展，COVID-19 則使其加快腳步，
美容公司若沒有將數位媒體與零售通路整合，並提高吸購度，品牌將無法避免地殞落”

5 終結塑料 Switching off plastic

Kao 開發了環保包裝，與塑膠胖胖瓶相比，其使用的塑料減少了 50%

日本花王株式會社開發了一種新薄膜型包裝，取代以往使用的塑膠胖胖瓶。

Raku-raku 開關是一種通過按按鈕分配固定量液體內容物的噴嘴，可與薄膜型

Raku-raku Eco Pack 補充裝一起使用，與傳統塑膠瓶相比，可以減少大約 50% 的塑料用量。



參考來源: <https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2020/10/02/Hot-topics-Top-5-beauty-and-cosmetics-stories-trending-on-our-socials-right-now>
<https://knews.cnhnews.com/2020/10/02/>



代理商：
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook

POLA合作ANA日本航空公司 共同開發用於外太空的化妝品

全日空航空公司 (ANA Holdings Inc.) 與化妝品株式會社寶娜奧蜜思 (Pola Orbis Holdings Inc.) 計劃在2023年之前開發出世界上首個太空友好型化妝品系列，以「優美愜意地過著太空生活」、「就算在太空也能使用的化妝品」為概念。

CosmoSkin

這項企劃名為「CosmoSkin」，打造即使在太空極度乾燥和零重力的條件下也能讓皮膚感覺舒適的化妝品。皮疹等皮膚病是宇航員在太空任務中最常見的健康問題之一。而在零重力環境下，隨著人體水分的蒸發，皮膚組織也會隨之膨脹。

ANA和POLA一致認為，開發與太空生活有關問題（如極端乾燥、心理健康、減少浪費）的創新解決方案，將有助於提高可持續性，改善後疫情時代的老齡化生活。



L'Oréal AI Perso 智慧彩妝機將於2021年Q1揭開序幕

消費者可以個性化

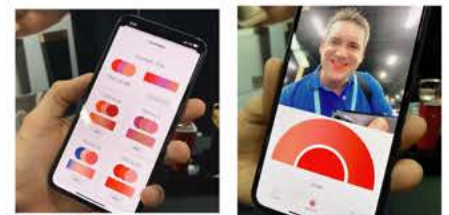
Perso 頂部具有動力系統，可將保養品從底部向上推壓至頂部的取用盤中。Perso系統會隨著使用時間優化，更精準地評估膚況，逐步提升個人化程度，隨時享受個人化技術服務。

數以百計的顏色

Perso 整合時尚趨勢和色彩搭配技術，可依照穿搭選擇唇彩，或挑選社群媒體上最夯的唇色。並支援自動填裝流程，確保 NFC 標籤的蕊芯可供每日使用，且使用者也可透過 Perso app 輕鬆管理訂單資訊。



AI Perso 護膚儀預計於2021年底推出。



Perso 搭載專利自動偵測系統 4 步驟打造個人化護膚配方

- 個人肌膚分析
Perso app 使用萊雅 ModiFace 技術，分析使用者的皺紋、細紋、黑斑和毛孔等整體膚況。
- 環境評估
運用 Breezometer APP 提供的空氣品質指數，評估使用者所在地的溫度、花粉、紫外線指數和濕度。
- 產品偏好
除了隨時更新個人皮膚狀況，還能輸入偏好的產品質地和保濕度，以進一步客製出個人專屬的保養品。
- 客製配方與產品取用
依照數據，打造個性化黃金比例且單次份量的產品，讓使用者可輕易上手。

參考來源: https://www.cosmeticdesign-asia.com/Article/2020/09/21/Japan-s-Pola-Orbis-and-ANA-aiming-to-develop-and-launch-cosmetics-for-space-by-2023?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright
<https://www.cosmeticdesign-europe.com/Article/2020/10/01/L-Oréal-Perso-lipstick-device-to-launch-Q1-2021-ahead-of-skin-care-device>



代理商：
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook

你是氣味騷擾者嗎？

氣味騷擾在日本簡稱為“スメハラ”，意味著身上帶有不好的氣味如身體異味和口臭，卻不採取任何措施，使周圍的人感到不舒服。

パンシル・PANCIL | 一次解決生活中的難聞氣味...



頭皮味
(中鏈脂肪酸臭)



口臭
(甲硫醇)



狐臭
(硫醇)



魚腐臭
(三甲胺)



加齡臭
(2-壬烯醛)



香菸臭
(乙醛)

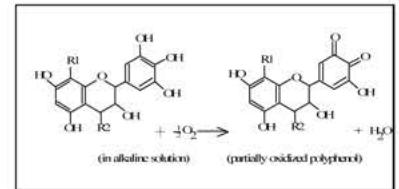
パンシル・PANCIL | 國產愛宕澀柿

柿子果實中含有強烈澀味，是因為澀柿果實內含有大量的柿子單寧，採收後須人工脫澀，而柿子萃取物的消臭力來自其含有豐富的「柿子單寧」。

專利製程 (特許第3919729號)

經由鹼性處理將酚類氫氧基(-OH)部分氧化而成的柿子單寧，對於揮發性硫化惡臭類也具有消臭效能。

單寧的部份氧化過程



パンシル・PANCIL | 消臭方法 - 化學法

- 酸鹼中和
- 氫鍵結合
- 氧化還原

パンシル・PANCIL | 產品種類

- 雜貨等級
- 化粧品等級
- 食品等級

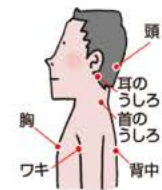
パンシル・PANCIL | 委託原廠進行消臭測試

通過氣體檢測管、氣相色譜儀(Gas chromatography)氣味傳感器(Odor sensor)等各類檢測設備對異味去除效果進行檢驗。



加齡臭

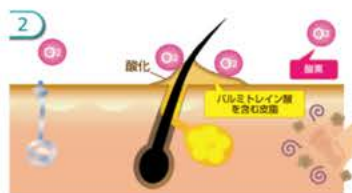
- 約莫40歲開始。
- 主要發生在胸部、耳後和背部。
- “老化氣味”(2-壬烯醛)是由皮脂成分的氧化引起的。它不是由細菌的代謝產生，因此建議使用具有除臭效果的沐浴露，或經常用濕紙巾擦拭皮脂。
- 在衣服上使用除臭劑噴霧，以防止異味積聚在無法清洗的衣物上。



容易產生異味的地方



1 皮脂中所含的脂肪酸“棕櫚油酸”隨著年齡的增長而增加。



2 空氣中的氧氣會氧化皮脂。



3 棕櫚油酸被氧化並轉化為2-壬烯醛。這是“老化的氣味”氣味成分。

參考來源: https://m-ags.jp/sme/management/specialist/interview_02.html



代理商：
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook

パンシル・PANCIL | 2-壬烯醛消臭機制

柿子單寧是目前唯一有效去除加齡臭(2-壬烯醛)的天然萃取物。

消臭効果

硫化氫 (20ppm)	甲硫醇 (5ppm)	異戊酸 (50ppm)	加齡臭/老人味 (5ppm)
99.7%<	96.0%<	98.3%<	88.9%



私密處飄異味

男性器官異味

包皮垢

角質、皮脂腺分泌尿道球腺液與殘留的尿液，囤積在生殖器形成包皮垢，營養潮濕與悶熱的環境，成為細菌溫床，產生藍起司或魷魚一樣的臭味。

出汗

頂漿腺富含蛋白質和脂質。在悶濕狀態下，原生細菌會與包皮垢和汗液中的蛋白質發生反應，產生難聞氣味。

性病

發炎、尿道感染、性病，造成細菌過度滋生，發出惡臭。



容易潮濕悶熱部位

女性私密異味

金屬味/鐵鏽味

通常在月經期間會出現這種氣味。精液也會影響私密處的pH值，產生金屬味。

阿摩尼亞

漂白水或阿摩尼亞的味道多半來自尿液、保險套或精液。

體臭味

胯下及腋下都有大汗腺，分泌的汗液本身沒有味道，當混合外陰部的細菌時，味道就會變得濃郁。

魚腐味

陰道發炎有關，可能是細菌性陰道炎、性行為傳染的滴蟲性陰道炎，而黴菌性陰道炎(白色念珠菌)多半搔癢但無異味。



パンシル・PANCIL | Ammonia 消臭機制

消臭効果

氨 (150ppm)	三甲胺 (20ppm)	醋酸 (50ppm)	異戊酸 (50ppm)
99.9%<	98.1%<	96.7%	96.6%
抗菌効果(MIC)			
大腸桿菌・枯草芽孢桿菌		綠膿菌・沙門氏菌・金黃色葡萄球菌	枯草乾酪菌・棒狀桿菌
5.00%			

酸鹼中和除臭

& 氫鍵結和除臭



パンシル・PANCIL | 相關市售品



株式会社RENDS
私密處濕紙巾



柿の幸
加齡臭・體臭沐浴露



株式会社バイン・クリエイト
精液除臭劑噴霧



POLA Aroma Esse Refresher

參考來源: <https://sakae-o-c.jp/news/1678/>; <https://www.upcol.com/pages/health-04>



代理商：
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook

在家體驗前所未有的感動

Microneedle patch 醫美微針貼片

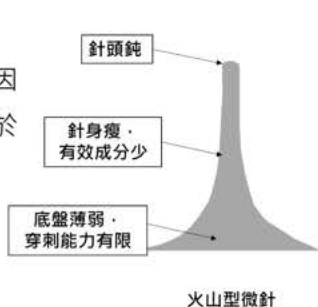
微針貼片 (microneedle patch, MNP) 為一新型經皮吸收遞藥系統 (transdermal drug delivery system, TDDS)，其結合了貼片和皮下注射的優點；因貼片上的微針甚短、不致碰觸神經，不僅沒有皮下注射的疼痛感，還可輕易攜帶大分子藥物與活性傳過皮膚角質層進入人體。

微針的啟蒙 | 蚊子是靈感的來源

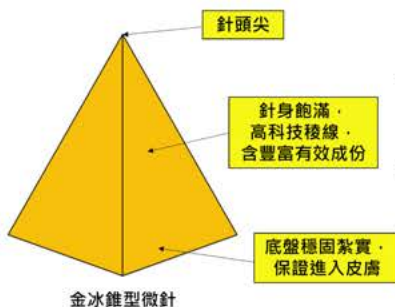
國際期刊《生物醫學材料力學行為》發表了一項有趣的研究，美國俄亥俄州立大學的研究人員，因發現蚊子的刺吸式口器在刺穿人體的同時，不易引起疼痛感，因而設計出一款無痛微針。

小小一針 大大學問

- 製程技術:DAB法
- 針尖直徑:約30-40 微米
- 此種微針的針頭較鈍，不易穿刺進入皮內，但因製作方便，故普遍應用於醫美產品



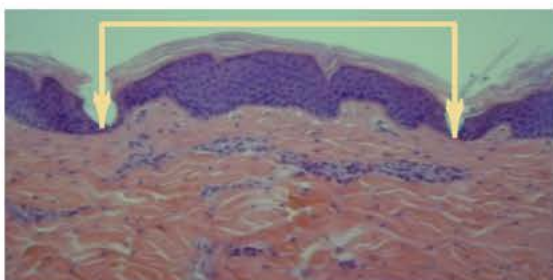
火山型微針



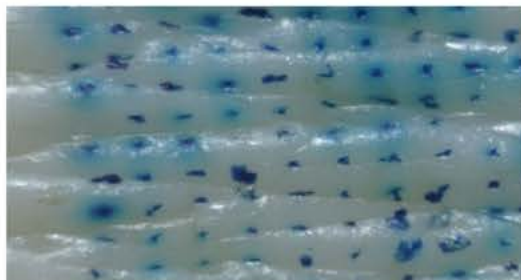
金冰錐型微針

- 製程技術:製模/脫模反覆成形
- 針尖直徑:小於15 微米，大約是頭髮的1/4
- 針尖形狀完整，確保皮膚穿刺力
- 深入角質層，可達角質層深處並溶解，活性釋放

微針穿刺圖



微針穿刺橫截面照片



微針陣列穿刺照片

參考市售品

ナビジョン
HA フィルパッチ B

100%透明質酸微針

當它與皮膚緊密接觸時，針狀透明質酸進入角質層。通過長時間粘附，吸收了角質層中的水並溶解，並深入到角質層中。



參考來源: <https://www.abiseido.co.jp/navision/products/ha-filmpatch/>
<https://www.acimeth.com.tw/tw/article/show.aspx?num=244&no=5&page=0>



代理商:
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook

9萬朵玫瑰 僅有1克的珍稀夢幻玫瑰蜜

Fermented Honey 發酵玫瑰蜜

獨特的發酵玫瑰蜜

蜂蜜含糖量高，幾乎不含水，微生物很難起作用。在最佳時機將酵母溶液添加到玫瑰花蜜中，珍貴的保加利亞大馬士革發酵玫瑰蜜終於誕生。



保加利亞大馬士革
玫瑰花蜜



X 日本傳統發酵技術

Damask rose
(保加利亞大馬士革玫瑰)



發酵
(從桃花中分離出
→ 葡糖桿菌屬)

Fermented Honey C
(發酵玫瑰蜜)

利用酵母發酵而成的玫瑰蜜

- Honey: 從玫瑰中採集
- Yeast: 提取自桃花

煥膚機制

透過發酵蜂蜜玫瑰促進
Cathepsin D(組織蛋白酶)分泌，
利用其會分解橋粒蛋白特性，
而達到換膚的效果。

溫和 & 安全的去角質成分

發酵蜂蜜玫瑰去角質不易產生刺激性問題！



5% AHA

5% Fermented Honey

中性範圍下的的煥膚效果

不同於普遍酸類產品受限於pH值，
可使用的pH值較廣，產品更全面！



Blank



5% Fermented Honey

香林快訊

香林Lab 已搬遷完成囉！

Before



After



代理商：
香林企業股份有限公司 KALIN ENTERPRISE CO., LTD
116 台北市文山區景文街46之1號9樓10樓
TEL : +886-2-8931-3301 | FAX : +886-2-8931-3323



Official Site



Facebook