

八年进博之路，欧莱雅重塑“美”的叙事

- **品牌名称：**欧莱雅
- **所属行业：**美妆护肤
- **执行时间：**2025.11.05-11.15
- **参选类别：**大事件营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://video.weibo.com/show?fid=1034:5230492791013473>

营销背景：八年进博“全勤生”，如何从“亮相”走向“引领”？

进博会对欧莱雅的战略意义

进博会是欧莱雅在华最高规格、最具公信力的战略展示舞台，是其向公众传递“扎根中国、引领创新”长期承诺的核心场合。

从‘首发新品’到‘价值升维’

前七年，欧莱雅在进博会侧重产品首发与市场信心的单向输出。

在进博会步入第八年的关键节点，欧莱雅拒绝陷入“审美疲劳”的常规展示，主动转向以“美妆科技领导者”身份重构认知，将国家级展会的公域流量转化为品牌精神价值升维。



营销洞察：超越成分战争，在进博舞台重塑品牌“美之道”叙事

市场洞察

欧莱雅洞察到，其深厚的科研与可持续积淀，尚未在公众认知中突破“美妆巨头”的产品形象边界。

为此，品牌突破传统产品陈列逻辑，将展台系统性地打造为一条可沉浸、可交互的“寻美之道”。

“看见美” ➡ “理解美”

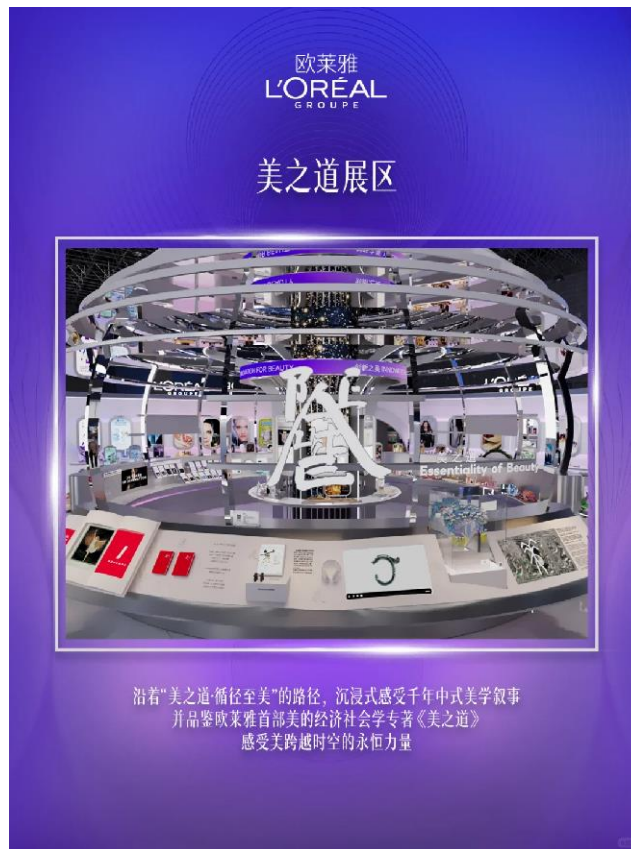
——将品牌价值从视觉感知深化为精神认同——

用户洞察

年轻一代正经历审美话语权的根本迁移——从“为他者目光而妆”走向“为自我认同而美”。欧莱雅“新龄美”主张正回应这一时代情绪。

“悦人” ➡ “悦己”

——让品牌真正服务于“我”的认同与生长——



欧莱雅
L'ORÉAL
GROUPE

美之道展区



沿着“美之道·循径至美”的路径，沉浸式感受千年中式美学叙事
并品鉴欧莱雅首部美的经济社会学专著《美之道》
感受美跨越时空的永恒力量



欧莱雅
L'ORÉAL
GROUPE

主展台「美妆寰宇」(6.1H B2-01)



打造五大展区
全面展现研发、产品、可持续、开放式创新和「美之道」最新成果
一场融合人文与科技的旅程，前瞻未来之美
25大品牌集结，揭秘历届最强「首发」阵容

营销挑战：八年之“痒”：如何在进博喧嚣中重构欧莱雅品牌认知？

认知破壁

如何将欧莱雅美妆产品的消费者认知，升级为【美妆科技+人文美学】？



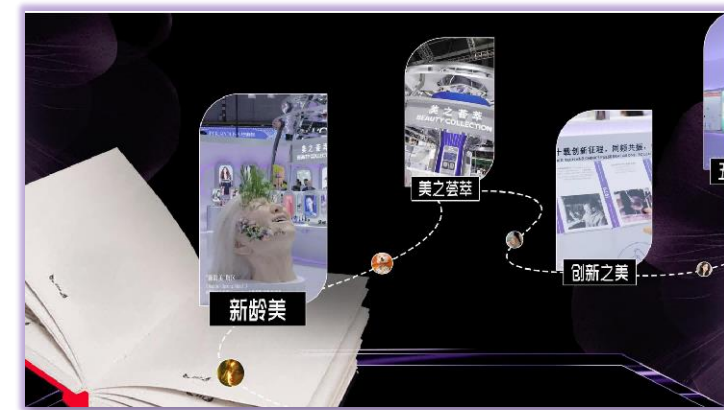
热度突围

如何在进博会这一宏大国事议程中，不让品牌声量被淹没？



叙事迭代

作为八年参展者，如何避免重复叙事，赋予品牌新的故事支点（如“新龄美”“长寿科技”），实现品牌形象焕新？



营销目标

声量目标：占领进博会美妆话题主场

以美之道叙事为核，引爆品牌讨论声量，推动欧莱雅成为进博会美妆领域的“必谈品牌”

认知目标：占领“美妆科技领导者”心智

通过系统化内容叙事，提升品牌科技感知度与理念认同，使“美妆科技=欧莱雅”成为公众共识，扭转“重营销、轻科技”的刻板印象

资产目标：提升品牌可运营人群资产

沉淀高浓度、可链接、可持续沟通的消费者资产，为品牌长期价值转化奠定基础。



营销破局：选对社交主场，才能打赢认知战役

微博不仅是进博会舆论发酵的核心场（占全网超七成声量），更是品牌实现“从官方叙事到公众共鸣”闭环的唯一平台——在这里，品牌可同步完成媒体定调、圈层穿透与用户共创，将“美妆科技”从行业话题推向全民共识。

官媒矩阵领衔关注

热搜60+ 用户热议不断

借势国家级热点，将科技优势转化为公众可感的内容资产



SOURCE: 微博圆点CIRCLE社交大数据平台, 2025/11/05-2025/11/15
 信息量占比-指统计周期内, 微博上进博会相关博文占全网主要社交平台进博会相关博文的比例
 热搜次数-指周期内微博主榜、文娱榜、实时上升榜中进博会的相关热搜次数

营销策略：从“单点曝光”到“价值共振”，全链路叙事驱动品牌升维

官方定调
占领叙事制高点

定高度

跨界破圈
重塑科技人文感

拓深度

全民任务
驱动流量自循环

广覆盖

联动新华社等国家级媒体，将“欧莱雅进博之路”锚定在“中法友谊”与“科技创新”的国家高度，实现行业旗帜的身份跨越

组建“郑钦文（力量感）+ 毕导（科技感）+ 媒体人（深度感）”的传播矩阵，将深奥的“美妆科技”翻译为可感知的生活美学

依托微博“星选任务”建立流量闭环，将品牌从“展台中心”推向社交中心，与用户共同探讨“美之道”



战略成果：构建“国家高度+社会广度+情感深度”的品牌资产新格局

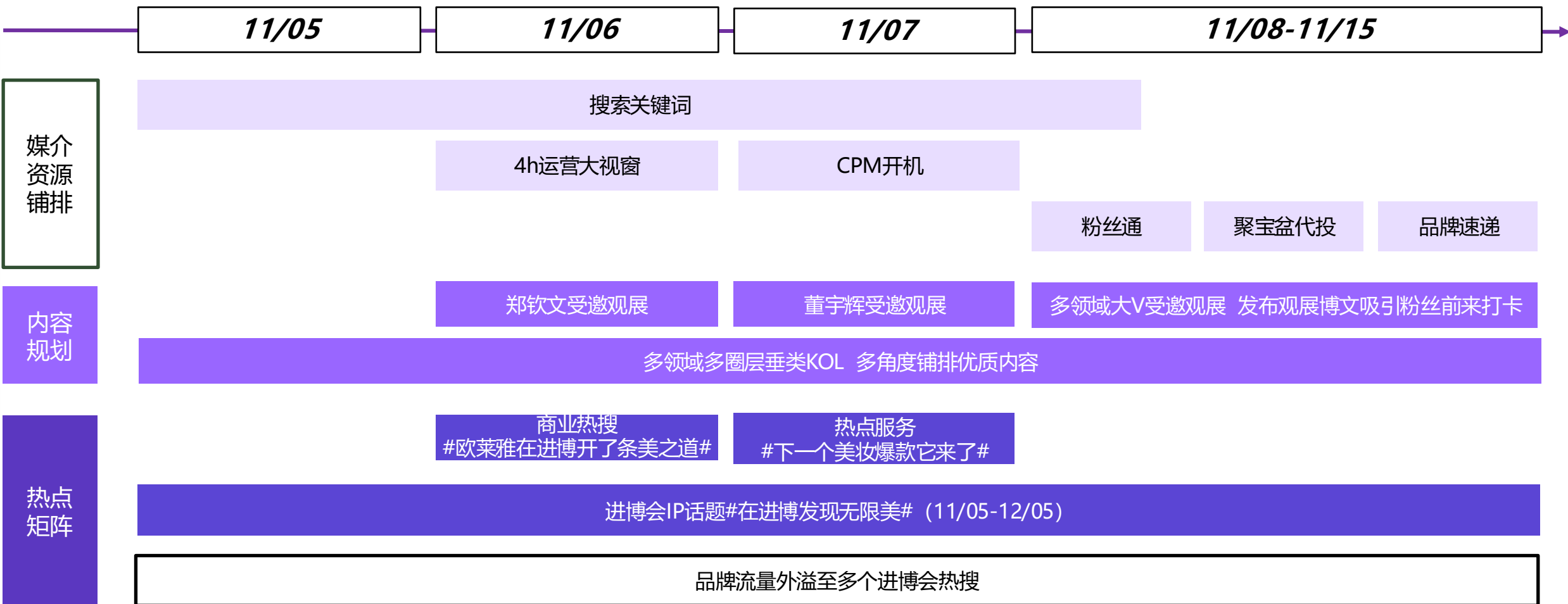
媒介策略

依托平台生态，围绕进博会热度展开多层次媒介策略：

- **生态借势**——联动媒体、垂类达人、跨界KOL构建热点内容矩阵，将进博会流量转化为品牌叙事场；
- **资源协同**——通过热搜定制、开机大屏、搜索关键词等优质资源组合，实现品牌内容的高频曝光与精准拦截；
- **热议引导**——以话题运营与用户任务激发UGC，推动“科技美学”从传播话题延伸为公众可感、可参与的社会讨论，提升品牌形象认知度。



预热到引爆，解锁欧莱雅进博会“美之道”



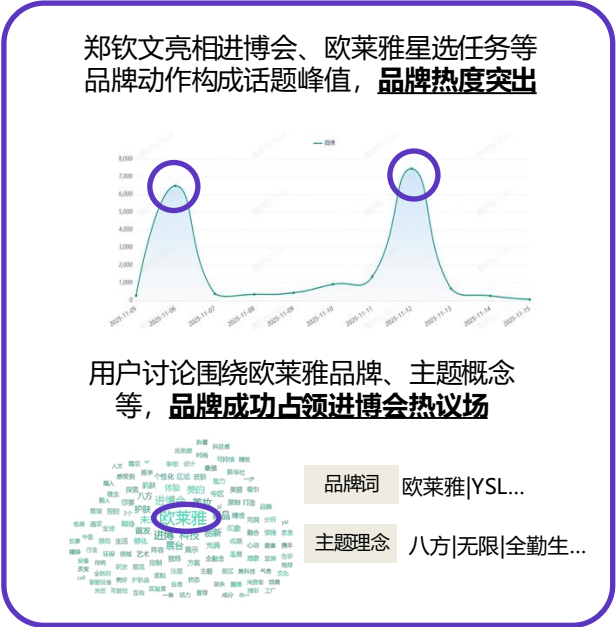
IP话题引领，声量占位

成功打造进博会专属IP话题，全程运营持续占领核心舆论场，高效聚合兴趣人群，深度传递“美与科技”品牌理念

11/05-12/05 进博会定制IP话题全程运营

品牌丰富内容资产聚合露出

11/06 运营资源提升IP影响力



运营话题页

运营话题传播效果

运营话题内丰富博文

4h运营大视窗

明星助阵，破圈传播

借助明星、名人及大V现场探展，通过多渠道精准触达目标人群，强化品牌科技形象与观展号召力



明星/大V观展博文 吸引更多用户关注

郑钦文亮相传递美的力量

互动率表现 TOP3 人群

- 环保账户关注人群
- 环保低碳兴趣人群
- 时尚穿搭深度阅读人群

董宇辉亮相对话欧莱雅集团CEO

互动率表现 TOP3 人群

- 家居生活方式人群
- 环保账户关注人群
- 时尚穿搭深度阅读人群

粉丝通精准触达覆盖星粉&兴趣人群 持续沟通强化产品印象

解读科技亮点 传播品牌理念

展示品牌各展区设计及体验

展示品牌各展区设计及体验

互动率表现 TOP3 人群

- 环保账户关注人群
- 公益账号粉丝人群
- 环保低碳兴趣人群

带动用户热议 提升品牌认同感

讨论明星相关

讨论品牌展会主题与科技实力

讨论品牌展台设计

跨界共创，内容引爆

联动新闻、美妆、时尚等多垂类博主，从宏观叙事到产品解析，共同构建内容矩阵，彰显行业引领力

新闻媒体

背书品牌价值理念与科技发展

欧莱雅美的理念 展台科技/嘉宾亮点

美妆垂类

进行领域内专业解读

重点展品

品牌行业地位

美妆/时尚等多领域博主

多维度剖析展台/品牌/产品

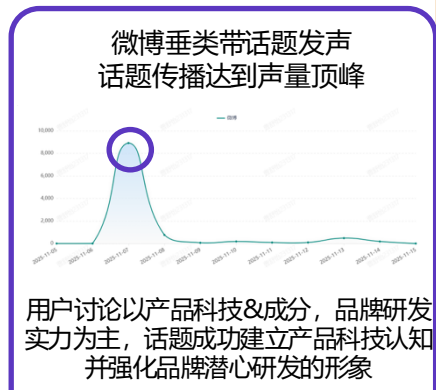
全网首发新品种草

微博截图：#下一个美妆爆款它来了# 阅读量437.5万 讨论量2.2万

XXX万 X万 讨论量

最高位 TOP11 在榜时长 77mins

微博截图：#下一个美妆爆款它来了# 微博美妆行业...



用户讨论以产品科技&成分，品牌研发实力为主，话题成功建立产品科技认知并强化品牌潜心研发的形象

微博截图：#欧莱雅在进博开了条美之道# #在进博发现无限美#

微博截图：手机上的新浪 #欧莱雅在进博开了条美之道#

微博截图：新浪新闻客户端 #欧莱雅在进博开了条美之道#

微博截图：#下一个美妆爆款它来了# 欧莱雅美的理念...

微博截图：欧莱雅与进博会 第八年携手 美丽故事再续新篇

微博截图：#下一个美妆爆款它来了# 欧莱雅美的理念...

微博截图：#下一个美妆爆款它来了# 欧莱雅美的理念...

更多大账号&探展博主持持续扩散品牌进博会热点

新闻/娱乐/文化/美妆等多领域大账号引领热议，探展博主带话题分享真实探展感受，持续扩散品牌事件，扩大公域流量曝光

10+ 垂类大账号 营造热议氛围

向各领域人群宣推品牌展台

新闻媒体

Grid of news media posts including '新浪新闻热搜', '全球新闻眼', '明日头条', and '新浪图片'.

文化垂类

新浪文化 post about the exhibition with text and images of the booth.

娱乐垂类

Grid of entertainment posts including '新浪段子', '种草星球日记', and '时尚头条'.

时尚/美妆垂类

Grid of fashion/beauty posts including 'Fashion Feed', '时尚头条', and 'IN话题指南'.

20+ 探展氛围组 分享真实探展感受

以进博会体验，软植入品牌科技亮点

Large grid of user-generated content posts with circular callouts: '新品震撼首发', '集团各品牌 展台亮点', '展台设计巧思', '产品试用体验', '展台主题解读', and '集团科技分析'.

'看-刷-搜' 全链路覆盖欧莱雅美的内涵

商业话题强势霸榜，提升品牌事件关注度，话题页内品牌展出信息、玩法、路线内容等高亮露出，全面诠释美的内涵



11/06 商业热搜6



商业话题页



跳转展示品牌企业责任形象

跳转进博会品牌展台&玩法

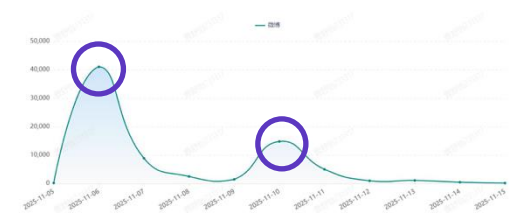
三大展台介绍

参展子品牌介绍

"寻美"玩法介绍



肖战、张凌赫、周深等子品牌代言人物料发布带动话题讨论，形成话题峰值



用户热议从明星物料关注至品牌展台等更多元内容



话题传播效果

'看-刷-搜' 全链路覆盖欧莱雅美的内涵

优质媒介点位与高质感素材强势吸睛，精准拦截进博会流量，实现品牌价值的高效传递与用户导流

11/07 开机

以明星+品牌社会责任议题吸引用户点击
导流用户进入品牌话题



XXX万
曝光量

XX万
互动量

CPM开机



334,200

欧莱雅在中国直接或间接
创造334,200个就业岗位

11/05-11/08 搜索关键词

绑定进博会关键词
伴随事件节奏更换置顶内容



11/05上线集团CEO素材

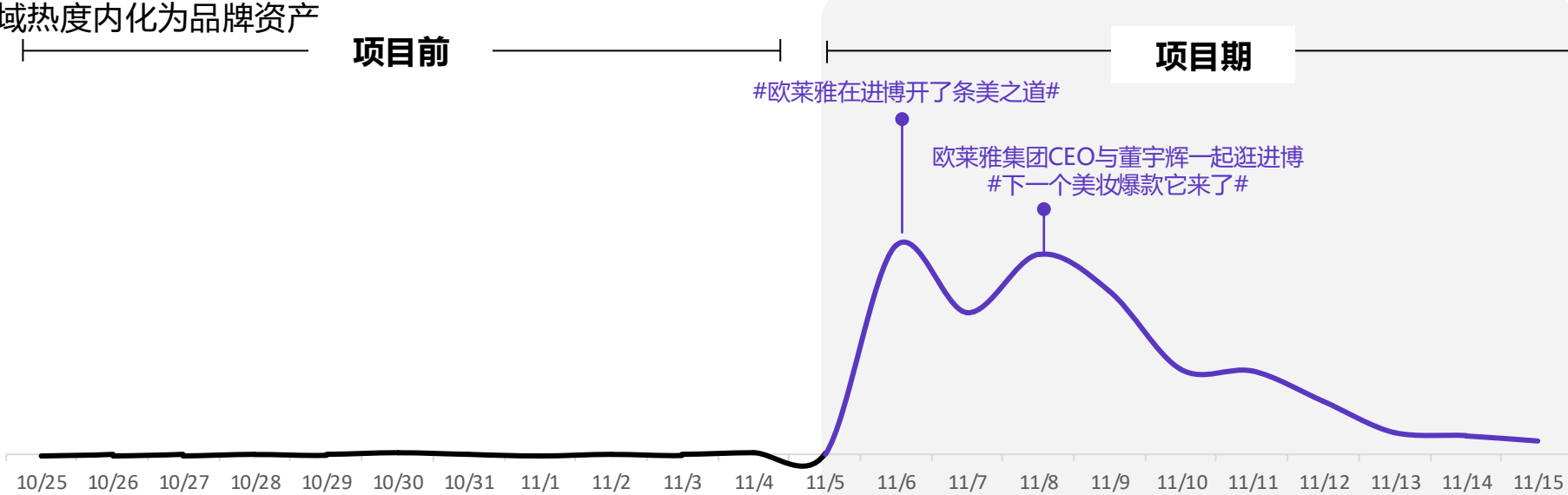


11/08上线董宇辉素材

【全域引爆】实现品牌声量的断层领先

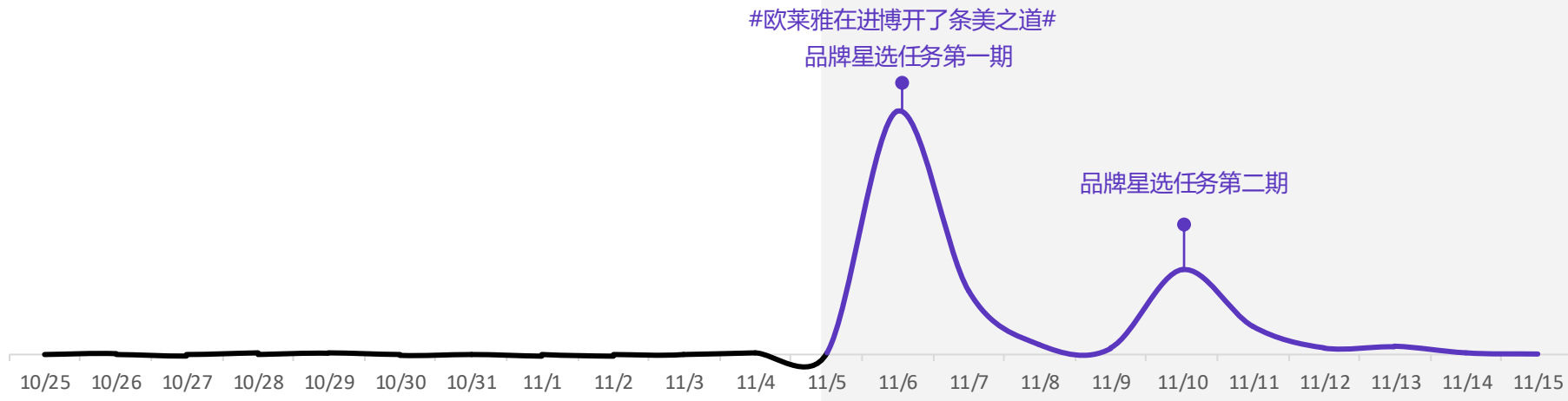
通过微博生态的深度经营，实现了品牌声量的爆发式增长。这标志着传播链条已从“品牌单向触达”转变为“用户主动渗透”。欧莱雅成功将进博会期间的公域热度内化为品牌资产

整体声量



品牌整体声量
+ 1xxxx%

提及声量



欧莱雅提及声量
+ 4XXXXX
%
投放期间普户UGC占比
8X%

【心智耦合】深度渗透进博会核心词云，成功建立“美妆科技=欧莱雅”心智共识

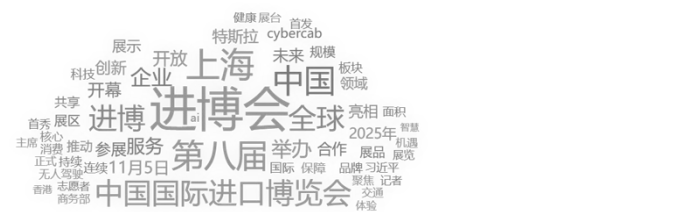
数据监测显示，欧莱雅品牌词与“进博会”在社交媒体呈现极高的耦合度，标志着欧莱雅已从进博会的“参展者”跃升为“价值定义者”，完成了品牌科技心智的闭环构建。

【欧莱雅集团】：进博会事件、品牌理念、产品科技词增长

【进博会】：欧莱雅与展台内容、品牌认知词高权出现

项目前 VS 项目期欧莱雅集团热议词云

项目前 VS 项目期进博会热议词云



- 事件相关 +XXXX%
- 品牌理念认知 +XXX%
- 产品科技认知 +XXX%

进博会 | 进博
展台 | 合作 | 参展

美无限 | 八方
新龄 | 未来

美妆|科技|
抗老|创新|成分

- 品牌相关
- 明星/大v相关
- 品牌理念相关

欧莱雅|巴黎欧莱雅|
兰蔻

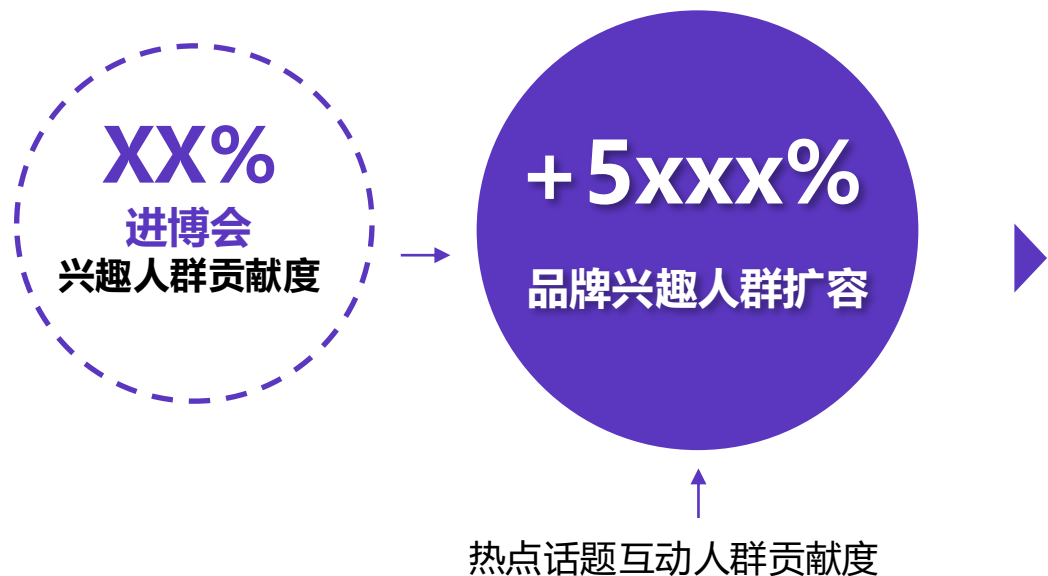
董宇辉|郑钦文
.....

美之道|无限
.....

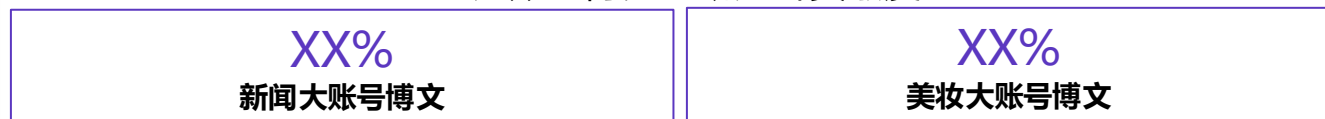
数据来源：微博圆点CIRCLE社交大数据平台，项目前10/25-11/4 VS项目期 11/05-11/15

【资产裂变】精准扩容兴趣人群，成功穿透一线高净值女性消费圈层

营销不只是为了当下的热度，更是为了长期的资产沉淀。本项目成功为品牌引入大规模高质感人群资产（90/00后高净值女性），为品牌在中国市场的后续转化蓄积了庞大的、可运营的私域动能。

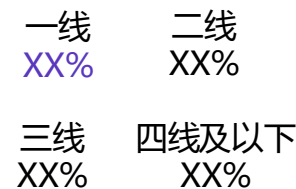
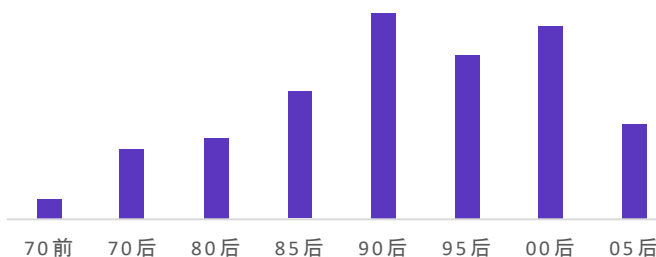
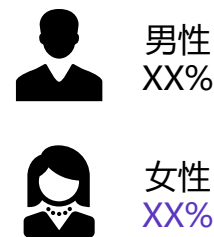


大账号博文互动人群贡献度



品牌新增兴趣人群画像

项目后品牌新增兴趣人群以一线城市90、00后女性为主，娱乐明星和科技、时尚等兴趣浓厚



一级兴趣标签浓度	二级兴趣标签浓度
娱乐明星XX%	内地剧XX%
电视剧XX%	国产电影XX%
互联网科技XX%	明星时尚XX%
时尚穿搭XX%	明星安利XX%
电影XX%	生活记录XX%
综艺XX%	美发XX%

数据来源：微博圆点CIRCLE社交大数据平台，项目前10/25-11/04 VS项目期 11/05-11/15，贡献度：指项目期间进博会兴趣人群、热点话题/大账号博文互动人群中转化为品牌新增人群的比例

【行业引领者】实现“科技向善、品牌向美”战略的完美闭环

八年进博，欧莱雅用一场‘美之道’策展，赢得了中国市场认可，奠定了‘生态创新者’声望

“投资中国就是投资未来”，欧莱雅集团CEO叶鸿慕进博会上演讲强调

2025年11月10日 11月7日，欧莱雅集团首席执行官叶鸿慕在2025年进博会主展台发表开幕式演讲，强调“投资中国就是投资未来”，演讲稿全文如下：尊敬的各位来宾，女士们、先生们，亲爱的同事们、朋友们、



欧莱雅以开放式创新再赴进博会之约，携手全球初创力量共塑未来之美

2025年11月10日 11月6日，欧莱雅在进博会创新孵化专区的主舞台举办了2025年BIG BANG颁奖典礼暨创新峰会。活动汇聚了来自北亚五大市场的100位初创企业代表、生态圈合作伙伴以及政府机构嘉宾，共同见...



权威媒体定调
获誉“长期主义伙伴”与在华认可

新民周刊

欧莱雅于进博会展示开放式创新，构建美妆科技协同新生态

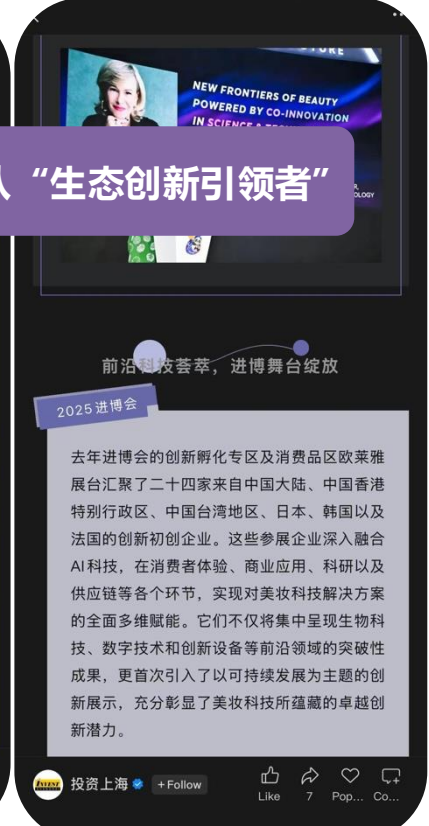
2025年11月11日“欧莱雅集团全球研发、创新和科技事务副首席执行官Barbara LAVERNOS就第八届中国国际进口博览会表示，2025年，欧莱雅连续第三年携“BIG BANG美妆科技共创计划”亮相进博会创新孵化...



进博会“八年全勤”背后：解码欧莱雅的全能引领力



2025年11月17日 而这场胜利的阅兵场，被选在了上海的“四叶草”。2025年11月，欧莱雅，这位连续八年的“全勤生”，再次以“三馆联动”的庞大阵容高调赴约第八届进博会。欧莱雅集团首席执行官（CEO）叶鸿慕在进博会上直言，投...



公认“生态创新引领者”

前沿科技荟萃，进博舞台绽放

2025进博会

去年进博会的创新孵化专区及消费品区欧莱雅展台汇聚了二十四家来自中国大陆、中国香港特别行政区、中国台湾地区、日本、韩国以及法国的创新初创企业。这些参展企业深度融合AI科技，在消费者体验、商业应用、科研以及供应链等各个环节，实现对美妆科技解决方案的全面多维赋能。它们不仅将集中呈现生物科技、数字技术和创新设备等前沿领域的突破性成果，更首次引入了以可持续发展为主题的创新展示，充分彰显了美妆科技所蕴藏的卓越创新潜力。