



COSME TOKYO 2018

6th INT'L COSMETICS TRADE FAIR

展会亮点回顾

日本最大的化妆品展览 COSME TOKYO 2018——第六届国际化妆品贸易展于 2018 年 1 月 24 日至 26 日在日本幕张国际展览中心举行。COSME TOKYO 拥有 30 个国家及地区的 709 家参展商，其中包括 254 家国际参展商，以及 22,114 名参观者，重新定义了其作为亚洲化妆品行业中心的价值。

2018 年的亮点之一是本届展会聚集了众多首次参展的知名欧洲企业和韩国企业。例如，意大利的 L'ERBOLARIO 和爱沙尼亚的 NATURA SIBERICA 带来了各种各样的产品，并且吸引了众多来场买家的关注。同时韩国企业带来的具有最新技术的产品也引起了众多参观者的注意。

除了众多的国际参展商外，COSME TOKYO 也同样为来场观众提供了与众多日本参展商洽谈的机会。据估计，此次日本以外的来场观众人数在 COSME TOKYO 史上达到最高。这些来自全球的观众可以在展会上尽情筛选比较日本制造的产品，这是在其他国家的展会中无法做到的。

首次在幕张展览中心举办的本次展会也获得了巨大成功。尤其是当观众从二楼的大厅俯视整个展馆时，无一不被展会宏大的场面和现场热烈的气氛所震撼。由于上届 COSME TOKYO 和 COSME Tech 是在不同展厅举办，而今年两个展会会场合二为一，汇集从化妆品制造到成品的所有环节，这使两个相辅相成的展会更加精彩。

此外，COSME TOKYO 2018 今年和汇集各种生活用品的 LIFESYTLTLE EXPO TOKYO 和展示各种促销解决方案的 SALES PROMOTION WORLD 同期举办。美妆、生活、健康汇集一堂的盛会获得了来自展商和来场观众的一致好评。

商务配对

为了提升展商对展会的满足度，主办方组织了海外参展商和买家之间的配对活动，展会期间共进行了 567 次商务会议。通过此项活动，主办方相信这会更有效地协助海外厂商向日本出口化妆品。此外，主办方也组织了“超级买家”项目，以此邀请来自世界各地的知名企业暨超级买家前来日本进行采购，在主办方的协助下，这个项目在展会 3 天内举行了 545 次商务会谈。

最新企划——SNS 营销

知名网络名人和网红受邀参加展会巡回访问并在 SNS 上发文。并特别举办一个名为“#BeautyBuzzTalk”的研讨会，主题为“为何网红如此受欢迎？”。旨在表明 SNS 营销活动在化妆品行业中越来越重要，并逐渐成为各化妆品

制造商营销团队的关注焦点。展会主办方利用崭新的 SNS 推广方式，将现场气氛和线上平台推至高潮。由于化妆品行业的营销现在更关注 SNS 以吸引更多的目标，所以主办方也认为 COSME TOKYO 应该利用网络社群去支持展商。

展商感言

我们来到东京是因为希望与经销商见面，在这里，我们看到了潜力。例如，我们能够认识很多大型经销商，像是知名的阿里巴巴和日本亚马逊，我们还会参加下届展会，因为每次来到这里都会为我们打开一扇新门，受益良多。

我们在现场结识了许多日本客户，甚至在展会期间进行了 120 场以上的商务会谈，结识了来自美国、法国、中国等国家的客户，明年我们将会把展位面积扩展为两倍。

这个展会不只聚集日本还聚集世界各国的参观者。因此，参展 COSME TOKYO 对我们是最好的选择，因为我们可以遇见来自不同国家，甚至来自远方的俄罗斯和欧洲等许多参观者。⑥



Patom Organic Living (泰国) 业务发展经理 Cat Lau 女士



DERMAFIRM (韩国) 首席执行官 Peter Cha 先生



ARWIN BIO-TECH(台湾) 出口部经理 Danny Lee 先生