

EXPLORERS
by *EsXence*

COSMOPROF

ASIA HONG KONG
亞太區美容展

•
香港
•

2025年11月11-13日

亚洲国际博览馆

COSMOPACK ASIA OEM/ODM &
RAW MATERIALS

COSMOPACK ASIA MACHINERY &
PACKAGING

•
2025年11月12-14日

香港会议展览中心

COSMOPROF ASIA PERFUMERY &
COSMETICS & NAIL

COSMOPROF ASIA HAIR & BEAUTY
SALON

•
COSMOPROF-ASIA.COM

主办单位 - COSMOPROF ASIA LTD



informa **markets**

A new world for beauty

Bologna, Hong Kong, Las Vegas,
Mumbai, Bangkok, Miami

项目概览

Explorers by Esxence 专区是一个**极具魅力的企划**，坐落于展场**核心位置**，作为通往**艺术香水世界**的入口，汇聚了艺术性、创新与嗅觉叙事的精髓。此项目聚焦于卓越品牌与富有远见的调香师，他们将**香气重新定义为真正的艺术形式**。

透过沉浸式内容、精心策划的体验与独家见解，本企划邀请香氛爱好者与充满好奇心的探索者，一同超越主流框架，**发掘香气的灵魂**。

在此领域中，香水的界限不仅被挑战——更被重新诠释。**创意与工艺**成为核心，激发**创新与传统**之间的对话。与品味卓越的**买家、业界专家及热情的鉴赏家**互动，共同追寻嗅觉艺术的崭新篇章。

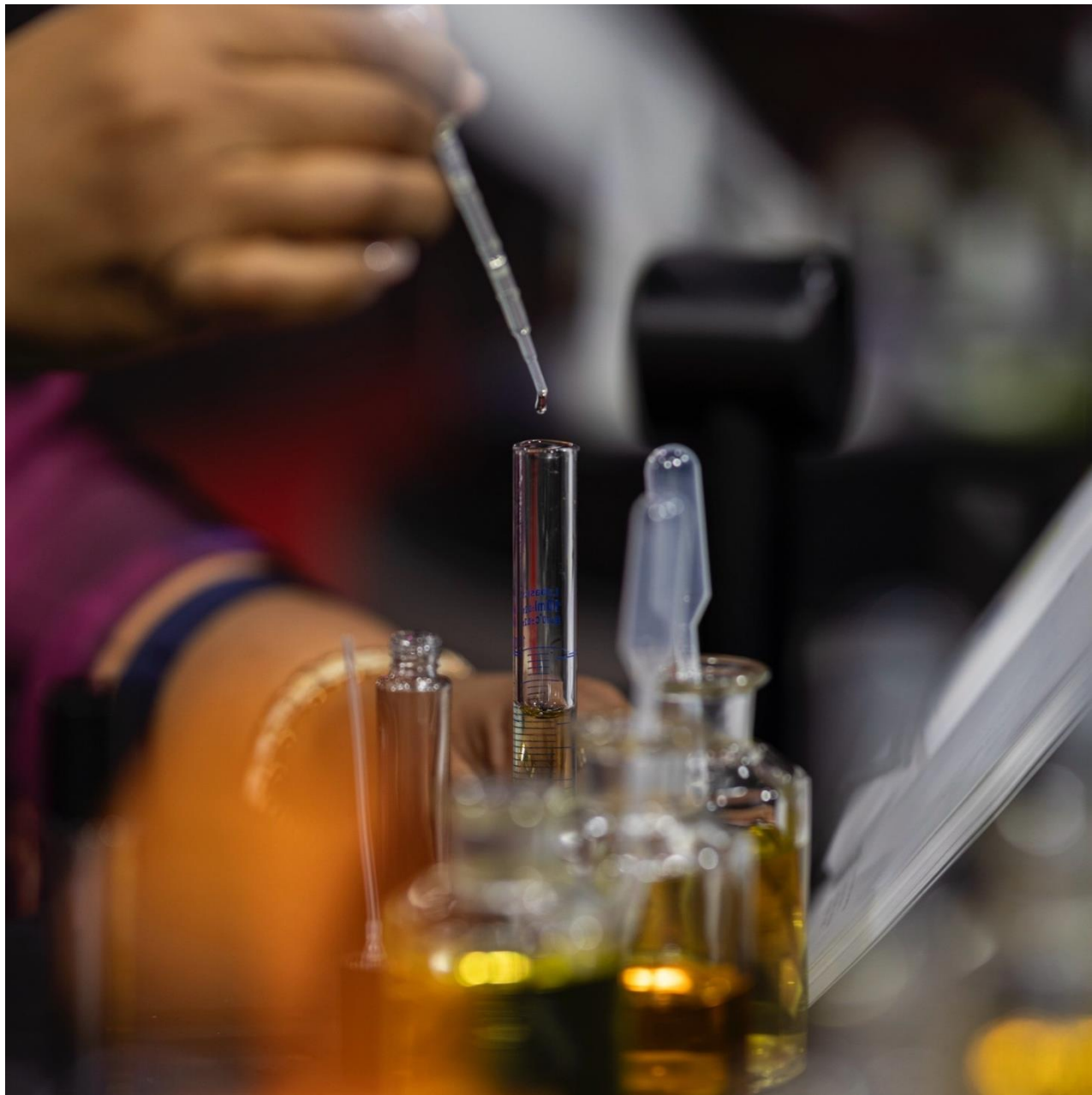


为何选择艺术香氛？

- **市场潜力：**2024 年艺术香氛市场估值达 24 亿美元，预计至 2033 年将攀升至 81 亿美元，年复合成长率高达 14.5%。
- **成长动能：**受惠于个人化香氛偏好、可支配收入提升，以及奢华生活风潮兴起，市场需求持续攀升。
- **人口趋势：**千禧世代与 Z 世代青睐小众与具愿景的产品，推动高端香氛消费显著增长。
- **消费者期待：**当代买家知识丰富且重视价值导向，追求透明度、道德实践与卓越表现——尤以持久度与扩散力为关键指标。
- **区域展望：**亚太地区（特别是中国与印度）凭借城市化进程与收入成长展现强劲潜力，中国更被视为未来精品香氛领域的全球领导者。
- **亚太市场趋势与消费者洞察：**中性极简香调蔚为风潮——偏好细腻、纯净如肌肤般的气息。本土精品品牌结合文化底蕴的叙事备受推崇；兼具优雅美学与小众格调的精品香氛，更能引发消费者共鸣。

资料来源：

[Business Research Insights](#), [Dataintel](#), [Formes De Luxe](#), [Luxury Society](#), [Business of Fashion](#)



参展商类别

- 艺术香氛制造商
- 艺术香氛品牌商
- 艺术香氛产品经销商
- 独立/新锐艺术香氛品牌

参观者类别

- 艺术香氛与香水零售商
- 高端百货商场
- 艺术香氛经销商
- 精品专卖店
- 美妆电商平台
- 奢华水疗中心、沙龙及酒店
- 高端独立买手店与概念店经营者
- 小众香氛进口商



严选标准

为打造一场能完美呈现业界最具特色精品、同时为渴望加入 **Explorers by Esxence** 的新锐创意机构提供舞台的顶级展会，我们特别由**技术委员会**核心成员制定了以下严选标准。

质性 – 艺术标准

品牌故事与核心价值 — 品牌须奠基于真实且具文件佐证的核心理念，并将其转化为完美体现高端香氛工艺之卓越品质、艺术性与独特性的产品。

风格一致性 — 作品须具备鲜明且连贯的美学特质，與品牌整体视觉形象高度契合。

高度艺术价值 — 产品应以非凡的艺术构成、包装设计、品质与风格脱颖而出。

独家性与原创性 — 产品须满足追求独特创作的鉴赏家，以鲜明的个性与极致品质树立标杆。

分销概况分析

品牌行销规范 — 必须透过极其严谨的精品销售网络进行市场布局，以确保其独特价值，避免商品化风险。

全球营运标准 — 于所有进驻市场皆须维持一致的卓越品质与精选销售策略。

参展商专属权益

将您的存在感最大化:

专属现场推广套装：

- 附有 **Explorers by Esxence** 标志的展位展示
- 参观指南中的专区广告宣传
- 专属导向标示

专属线上推广套装*：

- 1封综合电子直邮推广至亚太区美容展全球数据库
- 1则综合社群媒体贴文于亚太区美容展官方频道发布 (Facebook、Instagram 及 LinkedIn)

免费行销宣传工具帮助您提高参展投资回报：

- **专业大奖：**提交品牌产品参选，争夺参展商中的优胜殊荣。
- **CosmoTalks：**申请成为演讲嘉宾，分享专业见解。
- **智能商贸配对：**透过 AI 平台对接优质买家。
- **Cosmotrends：**透过提交产品，有机会在年度趋势报告中获得专题报道。

*推广活动旨在提高香水香氛展区的整体知名度，并方便买家识别香水行业内的所有参展公司。



亚太区美容展资料一览

亚太区美容展是亚太区内享负盛名的国际美容商贸盛事，展会涵盖美容产业的所有领域，展品范围由产品原料以至各式各样品牌美容成品一应俱全。

亚太区美容展作为 Cosmoprof 环球美容展品牌系列之一，与博洛尼亚、拉斯维加斯、孟买、曼谷和迈阿密共六大展会，携手为来自世界各地的 50 万名业界人士和过万名参展商共同打造 360 度美容商贸 B2B 平台。



2025 年

28TH

平方米

120,000

预计入场人士

70,000+

预计参展商

2,800+

点击此处观看
2024年亚太
区美容展展后
视频→

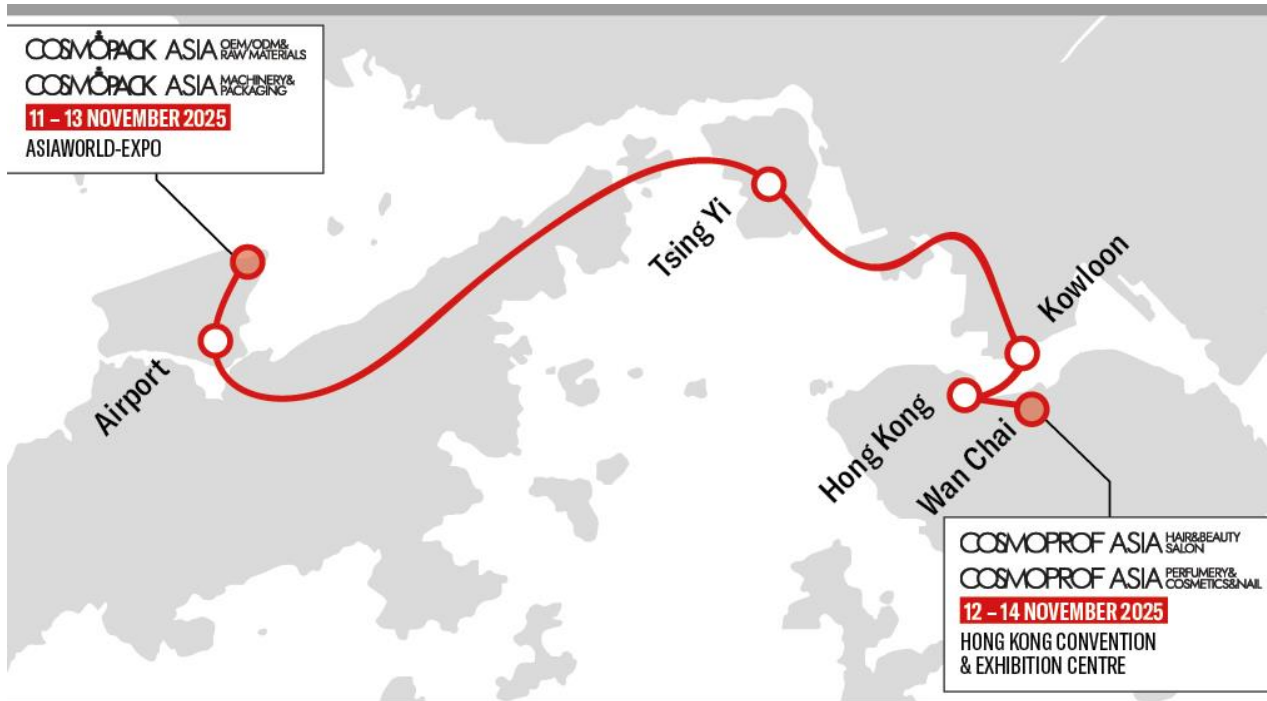
COSMOPROF ASIA: 战略枢纽

- **理想的展览地点：** 香港是举办展览的关键、具成本效益及吸引力的地点，提供物流、策略及商业优势。
- **区域领导地位：** 28 年來 COSMOPROF ASIA 一直是亚太地区首屈一指的美容盛事。
- **高度国际化：** 得益于国际参展商和参观者的踊跃参与，COSMOPROF ASIA 是亚太地区唯一能提供如此多样化的展会。
- **亞太地区的门户：** 香港是亚太地区的枢纽。
- **引领潮流：** 大量国际公司的参与，将活动提升至全球层面，推动化妆品及美容业的新趋势。

亚洲美容市场：崛起中的力量

- **成长最快：** 预期年复合成长率为 6.7% (2023-2027)，超越北美 (5.7%) 和西欧 (4.3%)。到 2027 年，亚洲将驱动 50% 以上的新销售额。
- **高级化趋势：** 消费者追求奢华、优质成分和创新配方。
- **Z 世代的影响力：** 占亚洲人口的 25%，到 2032 年，他们将成为主宰，重视：
 - 永续性与道德 – 环保、负责任制造的产品
 - 个性化与包容性 - 量身打造、多元化、不分性别的选择
 - 数字参与 - 社交媒体驱动的发现、无缝购物

资料来源：BDA Partners



两个场馆之间的无缝旅行



轻松往返香港站及亚洲国际博览馆 (AWE)。

机场快线停靠站点：九龙、青衣、香港国际机场。

从香港站到亚洲国际博览馆只需 28 分钟。

从香港国际机场到亚洲国际博览馆只需 2 分钟。

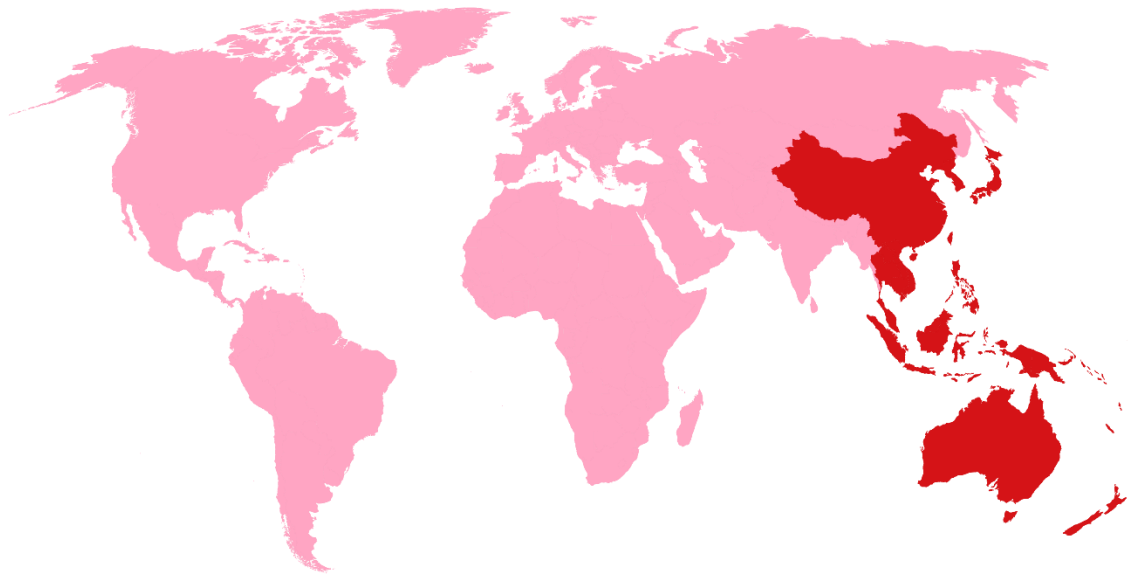


香港会议展览中心亚洲国际博览馆之间的免费穿梭巴士服务。

无缝连接，服务连续不断。

2024 展商参与

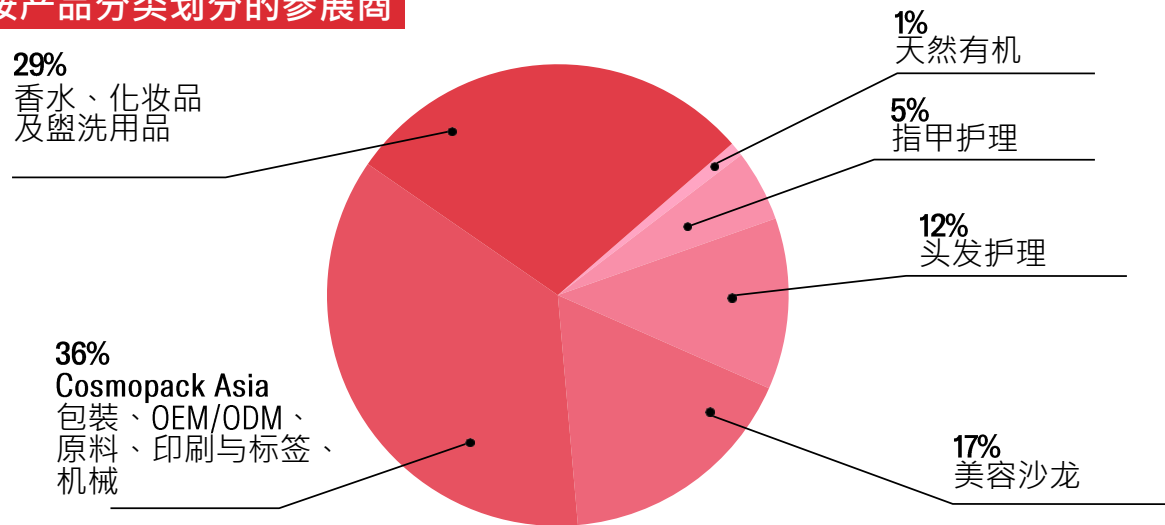
来自 47 个国家及地区，代表了化妆品行业的所有领域的超过 2,550 家参展商参加了 2024 年香港亚太区美容展，确认了香港作为美容品牌业务发展的战略市场。



84% 亞太區

16% 其他地區

按产品分类划分的参展商



国家展团

澳洲、加州、中国、南韩、法国、德国、日本、香港、意大利、马来西亚、台湾地区、新加坡、西班牙、南非、瑞士、泰国、土耳其和美国。

2024 COSMOPROF ASIA 买家和参观者

第 27 届香港亚太区美容展吸引了超过 60,750 名来自全球各地的专业人士参与，包括**零售商、进口商、供应商、分销商、品牌主、电子商贸平台及贸易媒体**，共同探索最新趋势、创新及新商机。与会者来自 119 个不同的国家和地区，突显了展会的国际吸引力和作为亚太地区首屈一指的美容展的影响力。

出席率最高国家

前十名

- | | | | | |
|---------|------------|---------|----------|-----------|
| 1
中国 | 2
香港 | 3
南韩 | 4
菲律宾 | 5
台湾地区 |
| 6
印度 | 7
印度尼西亚 | 8
日本 | 9
美国 | 10
泰国 |

主要业务性质

28%

分销商、批发商、代理商、进口商

19%

品牌主

17%

制造商/OEM-ODM/包装/原料/机械供应商

17%

美容沙龙和水疗中心 / 保健中心

9%

电子商务平台

7%

零售商、连锁店

3%

媒体与其他

