

EXPLORERS

by *EsXence*

COSMOPROF

ASIA HONG KONG
亞太區美容展

•
香港

•
2025年11月11-13日

亞洲國際博覽館

COSMOPACK ASIA OEM/ODM &
RAW MATERIALS

COSMOPACK ASIA PACKAGING &
MACHINERY

•
2025年11月12-14日

香港會議展覽中心

COSMOPROF ASIA PERFUMERY &
COSMETICS & NAIL

COSMOPROF ASIA HAIR & BEAUTY
SALON

•
COSMOPROF-ASIA.COM

主辦單位 - COSMOPROF ASIA LTD



| informamarkets

A new world for beauty

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

項目概覽

Explorers by Esxence 專區是一個極具魅力的企劃，坐落於展場核心位置，作為通往藝術香水世界的入口，匯聚了藝術性、創新與嗅覺敘事的精髓。此項目聚焦於卓越品牌與富有遠見的調香師，他們將香氣重新定義為真正的藝術形式。

透過沉浸式內容、精心策劃的體驗與獨家見解，本企劃邀請香氛愛好者與充滿好奇心的探索者，一同超越主流框架，**發掘香氣的靈魂**。

在此領域中，香水的界限不僅被挑戰——更被重新詮釋。**創意與工藝**成為核心，激發**創新與傳統**之間的對話。與品味卓越的買家、業界專家及熱情的鑑賞家互動，共同追尋嗅覺藝術的嶄新篇章。



為何選擇藝術香氛？

- **市場潛力：**2024 年藝術香氛市場估值達 24 億美元，預計至 2033 年將攀升至 81 億美元，年複合成長率高達 14.5%。
- **成長動能：**受惠於個人化香氛偏好、可支配收入提升，以及奢華生活風潮興起，市場需求持續攀升。
- **人口趨勢：**千禧世代與 Z 世代青睞小眾與具願景的產品，推動高端香氛消費顯著增長。
- **消費者期待：**當代買家知識豐富且重視價值導向，追求透明度、道德實踐與卓越表現——尤以持久度與擴散力為關鍵指標。
- **區域展望：**亞太地區（特別是中國與印度）憑藉城市化進程與收入成長展現強勁潛力，中國更被視為未來精品香氛領域的全球領導者。
- **亞太市場趨勢與消費者洞察：**中性極簡香調蔚為風潮——偏好細膩、純淨如肌膚般的氣息。本土精品品牌結合文化底蘊的敘事備受推崇；兼具優雅美學與小眾格調的精品香氛，更能引發消費者共鳴。

資料來源：

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



參展商類別

- 藝術香氛製造商
- 藝術香氛品牌商
- 藝術香氛產品經銷商
- 獨立/新銳藝術香氛品牌

參觀者類別

- 藝術香氛與香水零售商
- 高端百貨商場
- 藝術香氛經銷商
- 精品專賣店
- 美妝電商平台
- 奢華水療中心、沙龍及酒店
- 高端獨立買手店與概念店經營者
- 小眾香氛進口商



嚴選標準

為打造一場能完美呈現業界最具特色精品、同時為渴望加入 **Explorers by Esxence** 的新銳創意機構提供舞台的頂級展會，我們特別由技術委員會核心成員制定了以下嚴選標準。

質性 - 藝術標準

品牌故事與核心價值 — 品牌須奠基於真實且具文獻佐證的核心理念，並將其轉化為完美體現高端香氛工藝之卓越品質、藝術性與獨特性的產品。

風格一致性 — 作品須具備鮮明且連貫的美學特質，與品牌整體視覺形象高度契合。

高度藝術價值 — 產品應以非凡的藝術構成、包裝設計、品質與風格脫穎而出。

獨家性與原創性 — 產品須滿足追求獨特創作的鑑賞家，以鮮明的個性與極致品質樹立標竿。

分銷概況分析

品牌行銷規範 — 必須透過極其嚴謹的精品銷售網絡進行市場佈局，以確保其獨特價值，避免商品化風險。

全球營運標準 — 於所有進駐市場皆須維持一致的卓越品質與精選銷售策略。

參展商專屬權益

將您的存在感最大化：

專屬現場推廣套裝：

- 附有 **Explorers by Esxence** 標誌的展位展示
- 參觀指南中的專區廣告宣傳
- 專屬導向標示

專屬線上推廣套裝*：

- 1封綜合電子直郵推廣至亞太區美容展全球數據庫
- 1則綜合社群媒體貼文於亞太區美容展官方頻道發佈 (Facebook、Instagram 及 LinkedIn)

免費行銷宣傳工具幫助您提高參展投資回報：

- **專業大獎：**提交品牌產品參選，爭奪參展商中的優勝殊榮。
- **CosmoTalks：**申請成為演講嘉賓，分享專業見解。
- **智能商貿配對：**透過 AI 平台對接優質買家。
- **Cosmotrends：**透過提交產品，有機會在年度趨勢報告中獲得專題報導。

*推廣活動旨在提高香水香氛展區的整體知名度，並方便買家識別香水行業內的所有參展公司。



亞太區美容展資料一覽

亞太區美容展是亞太區內享負盛名的國際美容商貿盛事，展會涵蓋美容產業的所有領域，展品範圍由產品原料以至各式各樣品牌美容成品一應俱全。

亞太區美容展作為 Cosmoprof 環球美容展品牌系列之一，與博洛尼亞、拉斯維加斯、孟買、曼谷和邁阿密舉辦共六大展會，攜手為來自世界各地的 50 萬名業界人士和過萬名參展商共同打造 360 度美容商貿 B2B 平台。



2025 年

28TH

平方米

120,000

預計入場人士

70,000+

預計參展商

2,800+

點擊此處觀看
2024年亞太
區美容展展後
視頻→

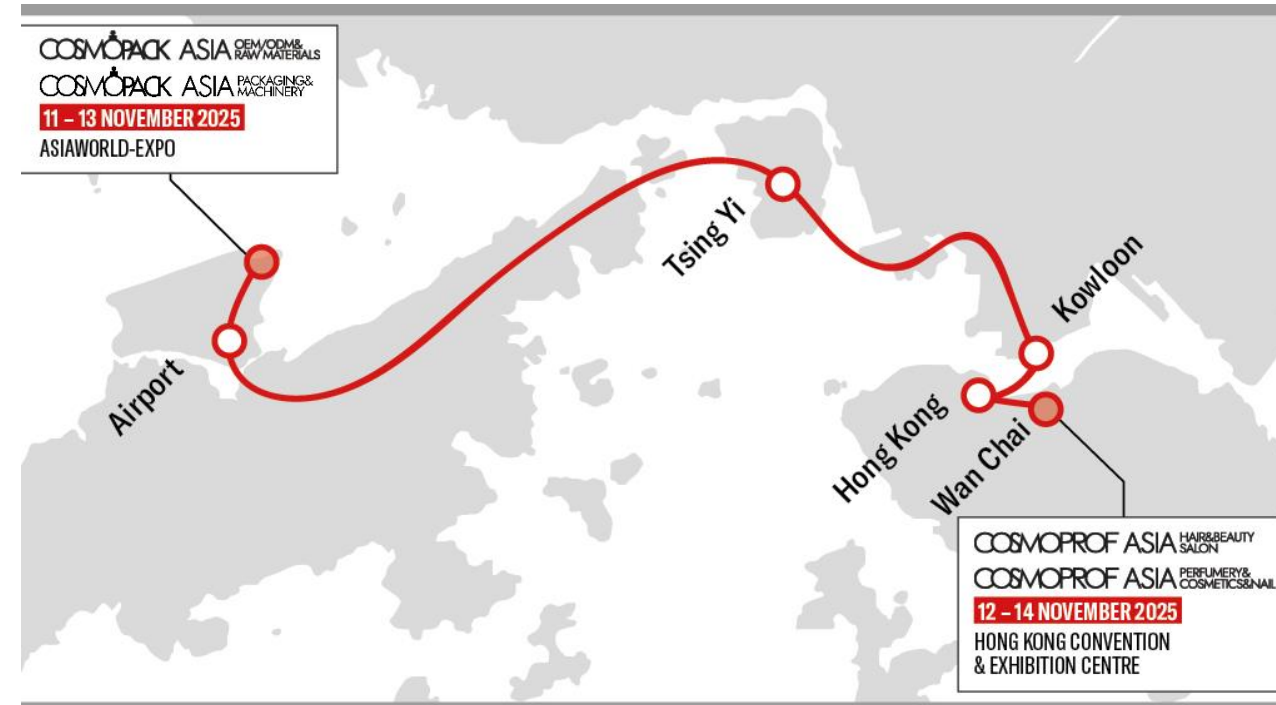
COSMOPROF ASIA: 戰略樞紐

- **理想的展覽地點：**香港是舉辦展覽的關鍵、具成本效益及吸引力的地點，提供物流、策略及商業優勢。
- **區域領導地位：**28年來 COSMOPROF ASIA 一直是亞太地區首屈一指的美容盛事。
- **高度國際化：**得益於國際參展商和參觀者的踴躍參與，COSMOPROF ASIA 是亞太地區唯一能提供如此多樣化的展會。
- **亞太地區的門戶：**香港是亞太地區的樞紐。
- **引領潮流：**大量國際公司的參與，將活動提升至全球層面，推動化妝品及美容業的新趨勢。

亞洲美容市場：崛起中的力量

- **成長最快：**預期年複合成長率為 6.7% (2023-2027)，超越北美 (5.7%) 和西歐 (4.3%)。到 2027 年，亞洲將驅動 50% 以上的新銷售額。
- **高級化趨勢：**消費者追求奢華、優質成分和創新配方。
- **Z 世代的影响力：**佔亞洲人口的 25%，到 2032 年，他們將成為主宰，重視：
 - 永續性與道德 - 環保、負責任製造的產品
 - 個人化與包容性 - 量身打造、多元化、不分性別的選擇
 - 數字參與 - 社交媒體驅動的發現、無縫購物

資料來源：BDA Partners



兩個場館之間的無縫旅行



輕鬆往返香港站及亞洲國際博覽館 (AWE)。

機場快綫停靠站點：九龍、青衣、香港國際機場。

從香港站到亞洲國際博覽館只需 28 分鐘。

從香港國際機場到亞洲國際博覽館只需 2 分鐘。

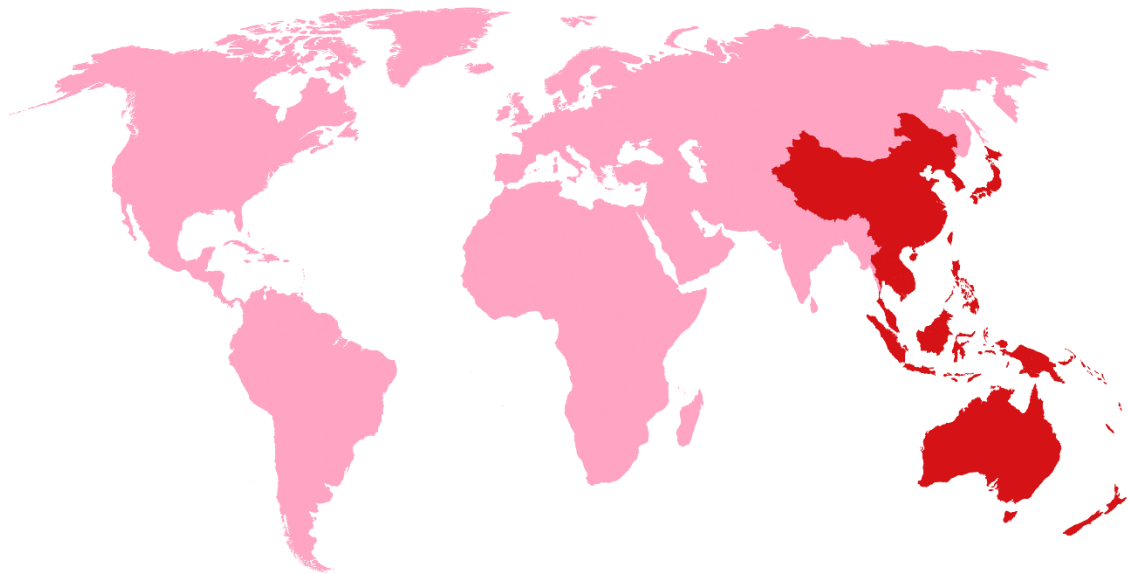


香港會議展覽中心與亞洲國際博覽館之間的免費穿梭巴士服務。

無縫連接，服務連續不斷。

2024 展商參與

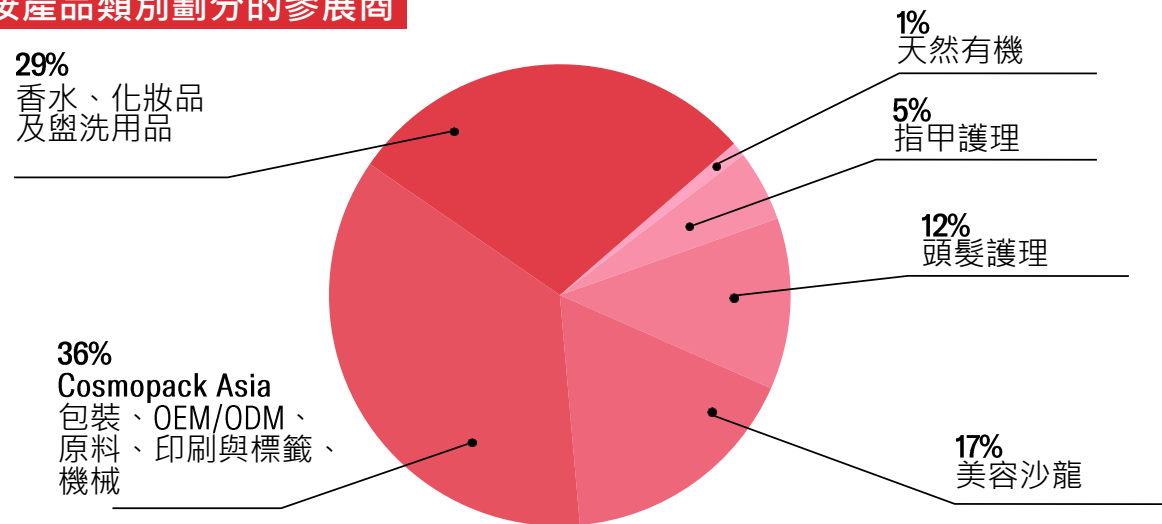
來自 47 個國家及地區，代表了化妝品行業的所有領域的超過 2,550 家參展商參加了 2024 年香港亞太區美容展，確認了香港作為美容品牌業務發展的戰略市場。



84% 亞太區

16% 其他地區

按產品類別劃分的參展商



國家展團

澳洲、加州、中國、南韓、法國、德國、日本、香港、義大利、馬來西亞、台灣地區、新加坡、西班牙、南非、瑞士、泰國、土耳其和美國。

2024 COSMOPROF ASIA 買家和參觀者

第 27 屆香港亞太區美容展吸引了超過 60,750 名來自全球各地的專業人士參與，包括**零售商、進口商、供應商、分銷商、品牌主、電子商貿平台及貿易媒體**，共同探索最新趨勢、創新及新商機。與會者來自 119 個不同的國家和地區，突顯了展會的國際吸引力和作為亞太地區首屈一指的美容展的影響力。

出席率最高國家

前十名

- | | | | | |
|---------|------------|---------|----------|-----------|
| 1
中國 | 2
香港 | 3
南韓 | 4
菲律賓 | 5
台灣地區 |
| 6
印度 | 7
印度尼西亞 | 8
日本 | 9
美國 | 10
泰國 |

主要業務性質

28%

分銷商、批發商、代理商、進口商

19%

品牌主

17%

製造商/OEM-ODM/包裝/原料/機械供應商

17%

美容沙龍和水療中心 / 保健中心

9%

電子商務平台

7%

零售商、連鎖店

3%

媒體與其他

