

April 2015**美容零售 - China**

“随着O2O模式兴起,中国美容产品零售市场的供应端和需求端都在快速发展。

供应端方面,科技巨头深入零售市场,大型美容连锁店在低线城市扩张。需求端方面,消费者出现了社交购物行为,对促销活动,对新科技充满兴趣。为了更全面的覆盖市场,线上和线下渠道的整合已成必然。同时,美容品牌需要整合社交网络、品牌建设和购物从而提供一体化的体验。”

— 陈文文,高级研究分析师

March 2015**Beauty Retailing - China**

“The China beauty retailing market is evolving fast with both supply and demand side driven by the online-to-offline movement.