

2020 NEXT CHINA SEMINAR in Tokyo

2019.12.10 / 東京ビッグサイト会議棟 (607+608会議室)



美容先進国 韓国で400名以上の
ブランド関係者が集結した超人気セミナーが
ついに日本に上陸!

「2020年、激変する中国市場で知っておくべき化粧品市場トレンド」

SEMINAR SESSION

1. 中国ビューティー市場のトレンド
2. 日中韓ブランドの商品開発/流通戦略
3. グローバルブランドの革新戦略
4. ブランディング&マーケティング

The Speakers



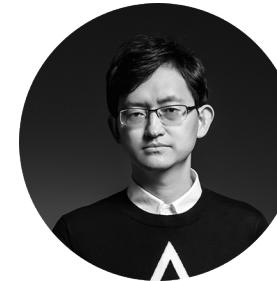
Holly Kim
Head of Data Business

MeasureChina



Chisako Hirose 廣瀬知砂子
CEO

 株式会社
キカクブレーン



Xia Tian 夏天
Co-Founder & CCO

 聚美丽



Luo Wenqin 罗文琴
CEO

 天勤



Ko Jeongseok
前) Head of
Brand Activity

 LG生活健康



Wu Zhigang 吴志刚
CEO

 OIB.CHINA



Celine Ko
Benefit Cosmetics
LVMH PNC

 benefit



Tyrone Mao 毛庆革
Senior Director of
Consumer Scientific Innovation

 Johnson & Johnson



Louis Houdart
CEO

Creative Capital



Terry Wang
General Manager JD Beauty

 JD.COM



林萍在日本
(リンピンザイリーベン)
KOL

Agenda

TIME	AGENDA	SPEAKER
09:00～09:30	チェックイン / 入場 / 通訳機材の配布	
	中国ビューティー市場トレンド	
09:30～09:35	ご挨拶及びセミナー紹介	
09:35～10:25	#ビッグデータ #中国市場トレンド 2020 中国ビューティーカテゴリ別トレンドおよび展望 7,300万件のビューティー商品とその取引内容15億件を基にした中国ビューティー市場のカテゴリー別トレンド分析	Holly Kim Head of Data Business, MeasureChina
10:25～10:40	Coffee Break	
10:40～11:20	#J-Beauty 中国市場で成功するために日本の化粧品担当者が注意すべき点 週刊粧業のコラムでおなじみ化粧品企画 コンサルタント廣瀬知砂子氏が、大手から中小までの日本企業の戦い方のポイントを現場目線で解説	Chisako Hirose 廣瀬知砂子 キカクブレーンCEO 女性潮流研究所 所長

TIME	AGENDA	SPEAKER
11:20~12:00	<p>#C-Beauty</p> <p>中国ビューティーの現状と 成長するグローバルブランドの特徴</p> <p>中国現地の専門家が見る中国ビューティーの現状および注目すべき日本、中国、韓国、そしてグローバルブランドの事例分析</p>	<p>Xia Tian 夏天</p> <p>Co-Founder & CCO, Jumeili</p>
12:00 ~ 13:00	ランチタイム	
	日中韓ブランドの商品開発/流通戦略	
13:00 ~ 13:30	<p>#C-Beauty</p> <p>日本ブランド向け中国チャネル別商品開発戦略</p> <p>中国の多様な流通チャネルで人気のある商品は何か？ チャネル別に最適化された商品づくりの秘訣とは？</p>	<p>Luo Wenqin 罗文琴</p> <p>CEO, Taking Brand Consulting</p>
13:30 ~ 14:00	<p>#K-Beauty</p> <p>Kビューティー成功の秘訣、中国市場向けの選択と集中</p> <p>K-Beautyブランドが中国市場で成長した理由とは？ 中国市場で成功するためのコンセプト開発、 そして「選択と集中」戦略</p>	<p>Ko Jeongseok</p> <p>Former Head of Brand Activity, LG Household & Health Care</p>

TIME	AGENDA	SPEAKER
14:00 ~ 14:30	<p>#J-Beauty</p> <p>日本 & 海外ブランドの商品開発戦略</p> <p>資生堂とP&G中国のブランドコンサルタントが教える 中国市場進出の際の考慮すべきブランドコンセプト、 商品開発戦略</p>	<p>Wu Zhigang 吴志刚 CEO, Oib-China</p>
14:30 ~ 14:40	Coffee Break	
	グローバルブランドの革新戦略	
14:40~ 15:20	<p>#R&D #Innovation</p> <p>中国市場攻略のためのブランド革新戦略</p> <p>LVMH, Johnson & Johnson グローバルブランドの担当者が考える中国市場攻略の ための革新戦略とは？</p>	<p>Panel Discussion</p> <p>Celine Ko Benefit Cosmetics LVMH PNC</p> <p>Tyrone Mao 毛庆革 Senior Director, Johnson and Johnson Scientific Innovation</p> <p>Louis Houdart CEO, CREATIVE CAPITAL Chief Strategy Officer, Altavia Group</p> <p>Moderator : Holly Kim</p>

TIME**AGENDA****SPEAKER****ブランディング & マーケティング**

15:20~ 15:50

#Branding

**中国におけるファッショントビューティーブランドの隆盛。
ブランディングに失敗したブランドから学べるものとは？**

中国人消費者の文化的プライド意識にどう対処する？

- 成功するビジュアルブランディングと失敗するビジュアルブランディング
- ミレニアル世代の文化的プライドに応えるべく、歴史的要素を取り入れたジェエリー、ファッショントビューティー、スキンケア関連グローバル&ローカルブランドからの教訓

Louis Houdart

CEO,
CREATIVE CAPITAL
Chief Strategy Officer,
Altavia Group

15:50~ 16:20

#JD #E-commerce

リテールにおけるリードの変化：スマートマーケティングの解説

中国のビューティーの消費トレンドを解説し、Jingdong(京東)で行われたSK-IIマーケティング成功事例を徹底分析。JD.comの紹介。

Terry Wang

General Manager,
JD Beauty
JD.com

16:20~ 16:40

#Social Media #Influencer

在日中国人KOLが考える中国顧客ニーズの変化

在日中国人トップKOL、「林萍在日本(リンピンザイリーベン)」が語るSNSチャネル別特徴と中国顧客ニーズの変化

林萍在日本

(リンピンザイリーベン)
Weiboフォロワー数
500万人保有のKOL

16:40~ 17:00

ネットワーキング

Price

¥39,000

(お一人様・税込)

ネット購入 (12/6まで)

- 現場決済: ¥43,000(お一人様・税込)

チケットに含まれるサービス

- セミナー終日入場券
- ランチタイムのお弁当1箱
- コーヒーおよび軽食(フィンガーフード)
- 講師とのネットワーキング

Past Attendees

L'ORÉAL
PARIS

Unilever

LVMH

Johnson & Johnson

The history of 

SU:M 37°

Sulwhasoo

innisfree

• ETUDE HOUSE •

kolmar

COSMAX
THE SCIENCE OF KOREAN BEAUTY

LOTTE
DUTY FREE

Who Should Attend?



Venue

by SECTOR

グローバルブランド/日本ブランド/投資会社/証券会社/免税店/OEM, ODM/流通会社/ TP(Tmall Partner)会社/マーケティング・PR・デザイン代行社等

by POSITION

C-Level 役員 (CEO / CMO / CFO / CCO / COO 等)
主要実務担当者 (R&D / 商品企画 / 戦略企画 / マーケティング / セールスチーム / E-commerce担当者等)

東京ビッグサイト会議棟 (607+608会議室)

〒135-0063-東京都江東区有明3-11-1

お問合わせ : contact@measurechina.ai | www.measurechina.ai/ja

<申込受付事務局>

新社会システム総合研究所内ネクストチャイナセミナー担当

TEL:03-5532-8850 | E-mail: mc2020@ssk21.co.jp

 **MeasureChina**