



MAYSU  
SHANGHAI

# 美素太空霜 事件营销推广项目议题

美素花胚生肌霜 (太空霜)



MAYSU  
SHANGHAI

美素MAYSU，源自上海  
源自内心对中国现代女性的赞美

美由心生，素来不同

Beauty comes from the heart, but it's always different

## 美素，中国科技美妆高端品牌

通过**太空科技**为用户带来高功效的产品和高品质服务，为客户带来高利润和稳定的客源。

美素的使命：激发和赞美中国现代女性之美，  
引领每一位中国女性骄傲的展现自身独特的时尚魅力。

产品结构以护肤为主，主打**抗老**功效，重点专注在精华液和面霜类产品，结合部分基础彩妆类产品。

定位为高端品牌，护肤品主品价格在**300-1000**元。



# 美素品牌历程

MAYSU  
SHANGHAI

2001

2001年伽蓝集团在上海诞生。

2013

2013年6月，美素将植物酵母搭载神舟十号，激发酵母强大活性。

2016

- 2016年10月，历经四年研发、1253次实验，美素研发出“太空人参酵母”并运用到化妆品中。
- 2016年，来自云南香格里拉小玫瑰种籽，搭载实践十号进入太空。

2021

- 2021年10月，美素三款花胚御龄系列产品，助力中国载人航天事业。

2014-2015

- 经5年孕育，美素品牌华美再生。人参水诞生，第一家百货开业。参加博鳌亚洲论坛。舒淇代言品牌，由王家卫导演掌镜广告大片。
- 与米兰世博会中国馆达成战略合作，成为官方唯一指定化妆品。

2018-2019

- 2018年，美素花胚御龄系列上市。
- 2019年5月，第一款高功效“太空酵母”安瓶精华上市。





护肤科技进入“太空时代”

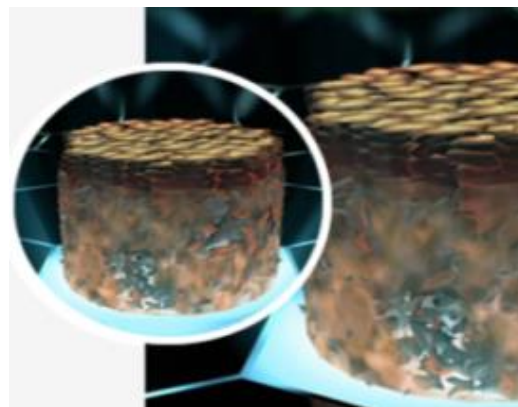


## 首创 太空人参酵母科技

2013年，美素将优选的酵母菌株通过神舟十号太空飞船搭载，首次实现化妆品科研项目进入太空。标志着我国化妆品科研技术进入了“太空时代”。

本次研究所带回的“太空酵母”，通过进一步研制，成为美素品牌的灵魂成分——“太空人参酵母”，并运用于美素多款明星单品中：“美素人参水”与“美素太空安瓶”等。该成分能促进肌底源生蛋白生长，提升肌肤再生能力。





## 3D皮肤细胞模型

伽蓝研发中心构建了以中国人的肌肤细胞为种子的“3D皮肤细胞模型”，深入研究东方肌肤特质，不断突破，以创新科技研制**最适合东方肤质的化妆品**。2016年，伽蓝集团的皮肤模型研发团队，与世界顶尖的法国皮肤实验室LabSkin Creations合作，终于用3D生物打印机第一次成功打印出亚洲人的皮肤。



# 高品质—严苛检验标准

MAYSU  
SHANGHAI

美素追求细节极致，以“工匠精神”和“奢侈品”的标准来打造“五感六觉”完美超卓的品质，“六觉六性”产品宛若精致细腻的“高级定制”，让每一位女性拥有者都有被尊重、被宠爱的幸福感。这是美素的<sup>®</sup>品牌精神。

视觉美观 听觉悦耳 嗅觉愉悦 触觉丰盈 味觉细腻 内心感觉愉悦







MAYSU  
SHANGHAI

“反”重力 “不”垮脸<sup>1</sup>

助力中国载人航天事业

美素花胚生肌霜 (太空霜)

<sup>1</sup> 长期使用本品可使肌肤紧致、弹润，肌肤重获年轻活力，有效预防和改善重力引起的松弛感。



# 花胚御龄抗皱紧实生肌霜(太空霜)功效介绍

MAYSU  
SHANGHAI

【青春曲线测试结果】使用美素太空霜8周后，发现其表观年龄减少2-3岁。



**抚纹微小球：**

即刻充盈皱纹细纹

**充盈皱纹**

**植物甾醇：**

结构与肌肤表皮脂质结构类似，强韧肤质

**提拉紧塑**

**葡聚糖：**

保湿性能  
超越透明质酸2倍

**深度保湿**



# 花胚御龄抗皱紧实生肌霜(太空霜)核心成分—花胚御龄科技

## 花胚御龄科技 — -196度超低温萃取

为臻获梅花花胚的超强活性，美素创新花胚御龄科技，精心挑选和采摘直径为1厘米、花形饱满均匀的梅花花胚；然后采用-196℃超低温萃取工艺，臻获花胚生肌精萃，安全浓缩全部活性，为肌肤带来全面御龄能量，清零岁月痕迹，触发年轻生机。



**优选梅花花胚**  
直径1cm、花形饱满、具有巅峰活性的梅花花胚



**-196℃超低温萃取**  
天然高效，不添加化学试剂



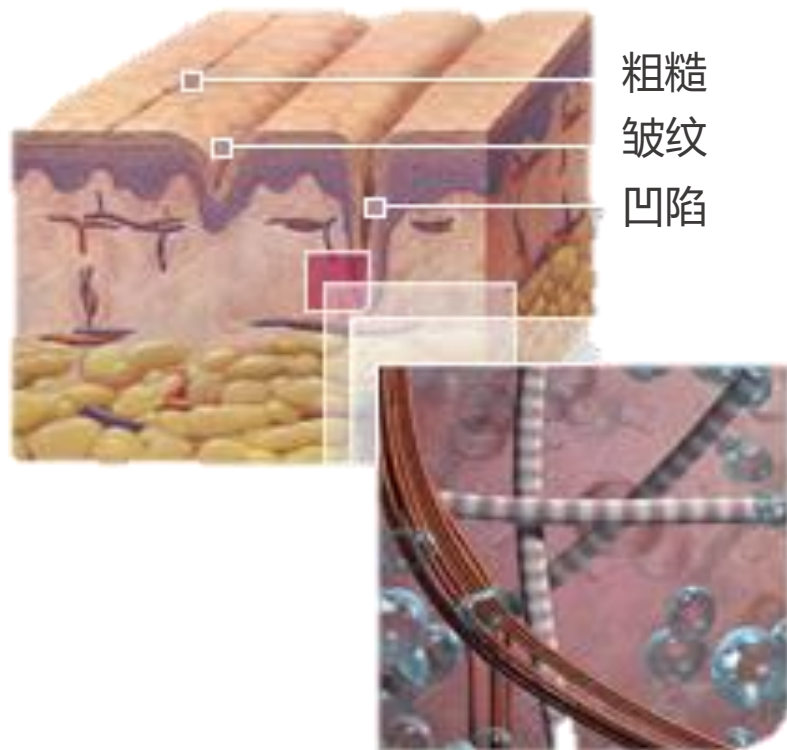


# 花胚御龄抗皱紧实生肌霜(太空霜)核心成分—花胚御龄科技

叩击三大“抗老因子”，抚纹，弹韧，充盈肌肤。

## 未加入梅花花胚精萃

随着年龄的增加、温度的变化、环境污染的侵害，随着这些结构成分的流失是，更容易出现：



## 加入梅花花胚精萃后

当三大因子充足的条件下，肌肤呈现年轻饱满平整的状态



**+ 24% 弹性蛋白**

**+ 23% 透明质酸**

**+ 27% 胶原蛋白**

MAYSU  
SHANGHAI

项目议题：  
美素太空霜事件营销传播方案





# 项目背景



## 项目背景：

2013年，美素将优选的酵母菌株通过神舟十号太空飞船搭载，首次实现化妆品科研项目进入太空。2016年美素研发出了“太空人参酵母”并运用到了产品中，标志着我国化妆品科研技术进入了“太空时代”。

作为中国航天事业的合作伙伴，美素一直致力于运用太空科技研发出高功效的护肤产品，2019年，美素再次成功推出蕴含“太空人参酵母”成分的酵母肌底修护安瓶精华，到如今（2021年10月），美素花胚御龄系列登上太空，为中国航天事业再献一份力。**其中美素花胚御龄抗皱紧实生肌霜（美素太空霜）为美素此次营销事件中重点主推产品。**

# 预算及策略目标

**核心诉求：结合太空事件推广“美素太空霜”**

**活动推广日期：2021年10月-2022年3月**

**方案预算：200W**



## 要求：

针对此次营销事件，设计出创意big idea

基于big idea打造能引发关注、有传播力的系列活动；

增加公众对美素太空霜功能效果的认知度；

增加公众对美素助力中国载人航天事业的认知度；

改善公众对国货高端品牌的初级印象，普及品牌研发实力，展示品牌价值观，是国内高端品牌的佼佼者。



# 内容方向



## 产品力：

从产品角度出发，让受众了解美素太空霜的核心功效。

## 科技力：

从产品的科技力出发，普及产品背后的研发技术，并传播美素和航天事业的渊源及“太空科技”的概念。

## 品牌力：

改善公众对国货高端品牌的初级印象，展示品牌价值观，是国内“高端科技美妆品牌”。



# 目标群体及传播渠道

## 目标受众

- **核心目标人群**：20-40岁的精致妈妈、资深白领、小镇贵妇。使他们感知产品价值、体验产品功效
- **潜在受众**：洞察更年轻有初抗老需求的群体，建立用户认同感，深入人心，参与传播。

## 传播渠道

- 美素官方自媒体矩阵（双微、抖音、小红书、豆瓣、B站等）
- KOL/KOC
- 新媒体
- 硬广（线上/线下）
- 线下活动
- .....





# 方案效果评估及其他注意事项

## 方案效果评估要求：

数据要求：曝光、点击、转化等预期效果

预算费用：每块活动费用预估

## 风险预警：

### 1) 需注意的违禁词：

不能说美素太空霜是“女航天员同款”、“指定护肤品”等字眼；

不能用航天员作为宣传重点；

不要使用“航天科技”字眼；

### 2) 可说的话术：

可说助力中国载人航天事业、太空科技 等字眼



A cosmic background featuring a deep blue and black space filled with numerous white stars. In the upper right corner, a portion of the Earth is visible, showing green landmasses and white clouds. In the upper left, a smaller, grey, cratered sphere, likely the Moon, is visible. A bright, glowing celestial body, possibly a distant galaxy or nebula, stretches diagonally across the bottom right corner.

MAYSU  
SHANGHAI

美由心生 素来不同