

FineToday 菲婷丝发起「换」醒青年力|替换装营销挑战赛

以青年创意推动绿色消费，共筑可持续未来

FineToday 菲婷丝集团自创立初期以来，始终坚持业务运营与 ESG 发展并驾齐驱的经营理念，以创新实践稳步落地可持续发展战略，践行“Fine Today & Tomorrow 2030”中长期愿景。2026 年，FineToday 菲婷丝联合上海联劝公益基金会、益优青年共同发起「换」醒青年力|替换装营销挑战赛，通过搭建青年创新实践平台，鼓励大学生运用创意和商业思维推广绿色消费理念，为推动减塑行动和未来世代成长注入新的活力。



将减塑目标融入业务发展，让可持续理念落地生根

作为集团可持续发展战略的重要实践之一，FineToday 菲婷丝中国区自 2024 年起推进个护产品替换装业务发展，并将其作为落实减塑目标的重要举措。2025 年明确提出到 2030 年依托替换装销售累计减塑量实现 2000 吨。目前，FineToday 菲婷丝集团旗下已有超五成品类推出了替换装，涵盖洁面、洗发、护发、沐浴等品类，与同规格正装相比，替换装减塑量最高超过 90%。



今年，FineToday 菲婷丝集团旗下的 KUYURA 可悠然美肌沐浴露和风茶庭、花屿木林两款香型，SUPER MiLD 惠润新品蓬松控油和韧发丰盈两个系列的洗发露陆续也推出了替换装，不断充实的产品线，给予消费者更多选择。

以青年创意连接绿色消费与社会责任

在推进替换装业务发展的同时，FineToday 菲婷丝也积极探索可持续理念与社会公益深度融合的新路径。本次「换」醒青年力|替换装营销挑战赛正是在这一背景下诞生。赛事面向全国高校大学生，以真实商业实践+绿色消费推广为双核心，把“替换装”作为载体，传授青年群体营销理论知识同时，结合时新 AI 工具的利用，围绕消费者沟通和市场传播等方向提出创新解决方案，并在实践中亲自检验成果。

赛事采用“理论培训 + 赛事实训”的培养模式，除“初赛—复赛—决赛”全链路比赛模式外，同步配套线上培训课程、企业导师辅导、实践基金及线下训练营等成长支持体系。助力学生跳脱理论学习，在真实商业课题中提升市场洞察、营销策划、项目执行与团队协作能力，成长为兼具商业素养、创新能力与社会责任意识的未来青年人才。

初赛圆满收官，青年力量展现绿色创新活力

自今年 5 月启动以来，赛事已吸引全国众多高校学生关注和参与。初赛初期开展线上直播培训，来自 FineToday 菲婷丝中国区的企业导师团队，围绕替换装市场发展趋势、消费者洞察、营销实践案例等内容进行分享；同时，益优青年导师就绿色营销方法论、方案设计及 AI 内容创作等开展专题培训，为参赛学生提供了丰富的企业实践经验与专业知识支持。

随着初赛的顺利开展，涌现了众多创意新颖且具有实践价值的优秀方案，目前累计有来自 37 所高校的 72 支团体和个人参与挑战，10 支优秀团队脱颖而出，进入复赛筹备阶段。



复赛计划于 10 月内评选出 5 强团队，11 月进行线下决赛。FineToday 菲婷丝期待更多青年创意转化为推动绿色消费的实际行动，共筑可持续未来。

持续发力替换装市场，积极引导绿色消费，已成为 FineToday 菲婷丝集团事业发展的重要部分。未来，FineToday 菲婷丝也将继续携手社会各界伙伴，继续深化可持续发展实践，共同为人和环境和谐共生的美好未来贡献力量。