

Maybelline(美宝莲纽约)的名字是由他的妹妹的名字(Maybel)以及凡士林(Vaseline)的后半部分组成的。美宝莲纽约于 1917 年成立之时，生产出了世界上第一支现代眼部化妆品：美宝莲纽约块状睫毛膏(Maybelline Cake Mascara)。如今，美宝莲纽约已经成为了一个具有传奇色彩的全球化妆品先驱公司。世界 90 多个国家及城市中，美宝莲纽约已经成为第一个针对女性生产化妆及护肤品的公司。

美宝莲纽约的产品非常丰富，从粉底、遮瑕膏、睫毛膏、眼影、眼线、唇彩、唇线、唇膏、指甲油、卸妆水到保湿霜、润肤露，应有尽有。

美宝莲纽约同时也是世界知名的时尚领军人物。世界名模克里斯蒂特灵顿(Christy Turlington)，中国的 Vogue 封面女郎王雯琴(Anna Wang)，都是美宝莲纽约的品牌代言人。此外，美宝莲纽约同时与中国影星章子怡紧密合作。美宝莲纽约还与快乐女生冠军江映蓉签约，向中国地区推广一个以“把握属于你的美 (Power is in your hand)”为主题的广告活动，向中国女性推广，“简单 4 部打造自然美。”

美宝莲纽约在中国出售的纯矿物油粉底销量雄踞第一，并建立第一条生产帮助改善皮肤的矿物粉底生产线。

美宝莲纽约在纽约成立了城市肌肤研究所，旨在研究城市居住环境对女性肌肤的影响，同时针对城市肌肤，生产一系列将以种籽为配方的护肤产品，从大自然探寻到肌肤的净化力量，让肌肤保持自然美丽。

美宝莲纽约市公认的彩妆及美容时尚品牌，是纽约时装周以及其

他大型时尚秀指定的彩妆产品美宝莲纽约还与来自中国的谭玉燕 (Vivienne Tam)进行了紧密合作。

与大多数跨国品牌进入中国市场只走高档路线不同，欧莱雅将其在海外的大众品牌美宝莲引入中国，并且以越来越便利的购买渠道、越来越具有亲和力的价格延续了其大众品牌路线，随着对中国市场认识的逐步加深，美宝莲重新定位了自己，近年来不论是品牌管理还是渠道建设，都越来越符合中国国情。在大众彩妆品市场上，今天的美宝莲已经占据了市场的绝对主动权。

与其它跨国化妆品集团不同，欧莱雅采取的是全方位的品牌及产品策略。时尚、大众化的定位使得美宝莲在日本、台湾、欧洲等地大受欢迎。

在中国国内，根据欧莱雅中国公司总裁盖保罗的“金字塔式战略”，美宝莲被继续定位为大众消费品。美宝莲曾经有过一个口号“让每一个中国妇女至少拥有一件美宝莲的产品”。