

Press Release

浦东开发开放 30 周年：资生堂感恩前行 坚定信心 将继续以“美力创新”聚力中国市场

近日，商务部部长钟山在两会上的一句“聪明的外商一定不会放弃中国市场”，体现出政府在稳住外贸外资基本盘上的信心。而资生堂这家著名的外资化妆品企业正是众多“聪明的外商”中的代表之一。

中国开放看上海，上海开放看浦东！30 年奋勇开拓，黄浦江东岸已立身全球经济创新的标杆行列，更成为吸引外资企业驻足发展的理想基地。资生堂在中国浦东的发展史也折射出中国改革开放的恢弘印记，也奠定了其在中国化妆品市场的重要地位。时至今日，资生堂正迎着中国进一步深化改革开放政策的春风，用创新追赶“浦东速度”，用“美力”为中国社会的发展持续贡献着力量。

拥有 148 年历史的资生堂与中国的渊源与生俱来，企业名称即出自《易经》中的“至哉坤元，万物资生”。伴随改革开放，资生堂最早于 1981 年来华，直至 2017 年中国区总部在浦东成立，其为中国化妆品行业的起势和腾飞注入了强劲动力。近年来，资生堂在夯实渠道开发和品牌建设的同时，着力推进创新研发，加速市场开拓，期望在中国的“美力创新”可以辐射至全球。



资生堂中国区总裁：藤原宪太郎

扎根浦东 顺势起航

上海的“时尚之都”城市气质，让资生堂毅然在 1998 年选择在浦东张江建立在华第二家工厂，以契合其时尚化妆品品牌的定位。扎根浦东的 20 余年，资生堂迎来一个又一个里程碑——专为中国女性开发的悠莱（URARA）品牌诞生、成为 2010 上海世博会的唯一一家日资企业官方赞助商、上海工厂产量破亿并成为集团海外生产基地中的最大工厂、成立资生堂研究开发有限公司上海分公司和中国地区总部、参加中国国际进口博览会……自 2017 年

起，中国也已连续三年成为资生堂海外第一大市场。

立足浦东，扎根中国，资生堂在经营成长的过程中，也得到了来自地方政府有力的政策扶持。2017年起，国家药品监督管理局在浦东新区开始实施进口非特殊用途化妆品备案，资生堂作为落户在浦东新区的知名进口化妆品企业，从最早就参与到该政策中，成为第一批通过审核的备案企业。对比之前的制度，审批流程缩短了约2个月的时间，加快了企业产品的上市速度。截至目前，资生堂已完成了数千件产品的备案。

随着改革开放的不断深入，资生堂受惠于政策红利，持续刷新在中国市场的业绩表现。资生堂中国区总裁藤原宪太郎先生对中国政府一直以来推行的开放政策和外资促进举措给予了充分认可：企业的成长离不开宏观政策的支持和浦东营销环境的持续优化，特别是上海政府对外资企业的优惠扶持和良好的执行力，都为资生堂的快速发展提供了有力帮助。

高效运转 创新加速

2016年，资生堂研究开发有限公司上海分公司成立，标志着资生堂中国的研发体系正式建成。藤原表示：“把地区总部、工厂、研发中心都设在上海，便于我们将来更快速地应对中国消费者需求，生产出更好的产品。”

无论在集团层面还是中国区总部，资生堂的R&D（研究与开发）投入占比都处于上升通道，为产品营销和品牌扩张提供健康支撑。近年来，资生堂先后设立中国事业创新投资室、致美创新中心，并于2020年与上海奉贤东方美谷签订战略合作协议，计划成立资生堂在华R&D研发机构，成为入驻上海东方美谷的首家世界级化妆品企业。资生堂将在未来继续加大在华投入，积极构建“美丽健康生态圈”，实现资源互补和协同发展。



东方美谷战略合作签约仪式现场

爱心接力 让爱资生

今年，面对突发的新冠肺炎疫情，资生堂在上海市人民政府发布的“稳外资24条”等政策的支持下，一方面积极复产复工，同时还不忘践行企业责任。秉承“PEOPLE FIRST 以人为本”的理念，第一时间捐赠1100万人民币，随后决定设立“爱心接力Relay of Love项目”社内基金，持续开展相关援助活动；疫情期间，资生堂还面向上海援鄂医疗队开展爱心理发、赞助集体婚礼等一系列充满“温度”的公益活动活动向社会传递正能量。

2020 下半年，资生堂将继续启用专项基金，派出爱心大巴前往全国七大城市，为更多传递爱的人们送去专业美护服务。



坚定信心 期待未来

在谈到如何消除疫情所带来的影响时，藤原指出，“资生堂一直秉承着‘以诚待客’的 DNA 宗旨，此次疫情，我们通过直播等线上销售方式延续了这种服务精神，真诚地对待每一位顾客。虽然本次疫情的影响暂时难以预估，但我们对中国市场前景充满信心。疫情恢复之后，资生堂会进一步强化对中国的投资，因为我们相信中国市场将来的前景，我们认为今后化妆品市场、美容行业还会有显著的增长。”而正是凭借对中国经济发展的信心，以及不断通过新的尝试应对市场变局的积极举措，旗下 SHISEIDO 资生堂品牌在今年天猫超级品牌日活动上成为首个破亿的日本品牌。

藤原表示，新冠肺炎疫情在全球暴发以来，中国利用外资的综合优势没有变，特别是随着中国稳外贸、稳外贸措施的密集出台，资生堂在华长期经营发展的信心没有变。今后，资生堂将会通过进一步强化研发创新等措施，持续加大对中国市场的投入。