

将最新技术与人文关怀相融合的美丽新设施  
“SHISEIDO 资生堂”首家品牌旗舰店于 2020 年 7 月 31 日盛大开张  
～放眼新的时代和未来的“虚拟商店”也同时开张～

资生堂集团旗下“SHISEIDO 资生堂品牌”已在世界 88 个国家和地区展开业务销售——2020 年 7 月 31 日，其首家品牌旗舰店“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”在资生堂集团的创业之地日本银座盛大开张。

“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”将面向到访银座的国内外客人传播品牌的世界观，提供将最新技术与人文关怀相融合的美的体验。为了满足人们对于美的多样化需求，应对多样化的生活方式，推出了可以运用五种感官来自由、快乐地体验化妆品的数字测试仪，还推出了基于顾客需求的美容咨询服务以及日本首次引进的尖端冥想体验等。店铺使用了大厦的 3 个楼层，在“SHISEIDO 资生堂品牌”全世界所有的专卖店中，该店的店铺面积是最大的。另外，该店除销售护肤、彩妆以及品牌所推出的全部商品系列外，还推出了本店专供商品。

受新冠肺炎疫情影响，“非接触式”的购买需求增加。在这种情况下，店铺加强了卫生管理，同时还结合新的生活方式，引进了能够让顾客放心体验的内容，如“非接触式”的美容咨询服务、可以自助试用商品的自动测试仪等。另外，“虚拟商店”也同时开张，顾客可以在 WEB 网站获得与实体店一样的体验，还可以直接访问品牌的 EC 网站购买商品。

“SHISEIDO 资生堂品牌”将为顾客提供本旗舰店独有的体验，激发顾客们对于美的追求，增加与新顾客邂逅的机会，促进顾客对于品牌的认知和理解。另外，品牌今后仍将继续加强挑战，帮助全世界的顾客发现自己的新魅力，从而实现更加美好、充实的人生。



“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”

【店铺概要】

- 所在地 : 东京都中央区银座 3 丁目 3 番 13 号“阪急阪神银座大厦”
- 楼层数 : 3 层（建筑规模：地上 11 层、地下 1 层）
- 「SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE」网站: [www.shiseido.co.jp/ginza](http://www.shiseido.co.jp/ginza)

## “SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”的概念和店铺设计

1872年诞生于东京银座的资生堂，一直致力于将艺术与科学相融合来创造符合时代潮流的美，而“SHISEIDO 资生堂品牌”是唯一一个以资生堂冠名的品牌。其品牌概念是“ALIVE with Beauty”，也就是要用最新的护肤产品和彩妆产品所营造的外在美为顾客带来自信与活力，并激发出内在的、生机勃勃的美，进而创造出美的良性循环。

“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”正是一家体现了品牌的“ALIVE with Beauty”概念的店铺，将通过提供各项内容体验，为顾客创造内外兼修、充满活力的美。

店铺的设计概念是“Japanese Digital Garden”。它以日本的美学观点和象征大自然的日本庭院为主题，选用了以日本纸、树木、西阵锦等为灵感的素材，并引进了水声、光影等元素，把日式之美“Japanese Beauty”从银座传向全世界。



1层



2层



地下1层

## 店铺在应对新生活方式方面的措施

“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”为了让顾客在与病毒共存的时代以及后新冠时代也能够放心地在店铺中享受各项体验、通过“美”来获取力量，采取了测温、手指和测试仪消毒、佩戴口罩防飞沫、保持社交距离等预防传染的措施，并引进了新的内容。

### 1. 完善自助体验，提供非接触式购买体验

借助可以记录体验结果、并且可以将欲购商品加入购物车的“S CONNECT”以及可以在触摸屏上查询商品信息并进行比较研究的数字测试仪等，顾客可以在不与他人接触的情况下体验从试用到购买的整个流程。触摸屏使用的是专用的触摸笔。

店铺还引进了可以通过非接触方式试用精华露和粉底液的自动测试仪。



S CONNECT

### 2. 课程式的“非接触式”咨询

店铺充分利用APP开展了新的、课程形式的咨询服务，顾客可以以“非接触”的方式听取美容顾问（下称BC）有关护肤和彩妆的个性化建议。顾客们可以选择一边观看原创视频一边试用商品的自助形式，也可以选择一边听取BC说明一边试用的形式。另外，还可以在“我的”页面里查询所听取的课程的内容，在家里进行复习。

### 3. 将线下、线上体验相结合的“虚拟商店”

“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”网站上还开设了虚拟商店，顾客无需到实体店也可

以体验相关内容，并经由该网站在“SHISEIDO 资生堂品牌官方线上店铺”中购买商品。借助 VR 浏览店铺时，将光标置于感兴趣的内容处，就可以观看相关内容的介绍视频了。对于二楼可以体验的美容课程的相关内容，顾客也可以在网站上观看视频，了解 BC 根据不同季节的肌肤情况所提供的建议和美妆技巧，并在家中实践。视频中所使用的商品都会标识出来，点击即可转至 EC 网站，直接购买商品。



虚拟店铺首页



2层首页



美容课程页面

另外，本网站将从 9 月份起开通“直播带货”服务，由 BC 发布介绍商品和美容方法的直播视频，顾客可以一边与 BC 进行实时交流，一边购买商品。

### 店铺专供商品

“SHISEIDO GLOBAL FLAGSHIP STORE”将销售 SHISEIDO 资生堂的代表性商品“ULTIMUNE”（红妍肌活精华露）的本店专供款。作为品牌象征的红色专用包装令人印象深刻。

※SHISEIDO 资生堂品牌官方线上店铺中不销售。

SHISEIDO ULTIMUNE™

红妍肌活精华露 N 银座旗舰店 专供款

75mL 16,000 日元（未含税 / 店铺专供商品）

彻底守护肌肤天然的美，营造光滑、富有弹性和光泽的肌肤。



### 店铺内容详情

【1层】“美与游戏” 用五官感受和娱乐之心，在玩乐中发现自己独特的美

#### DIGISKIN TESTER

可以自己很方便地检索护肤商品的信息，并当场进行比较研究的数字测试仪。再进行一些简单的测试，就可以找到适合自己的护肤商品了。



#### MAKE ME UP

将手边的彩妆产品放在导航仪上，就可以显示出商品的详细信息。使用模拟器功能，还可以了解商品在自己面部的上妆效果。



### FOUNDATION BAR

只需拍张照片，就能够从 SHISEIDO 资生堂品牌的 30 种颜色的粉底液中检测出与自己的肌肤相匹配的颜色，并可以立即自动试用的测试仪。



### POWER BAR

只要把手伸进去，“ULTIMUNE 红妍肌活”的精华露就会自动流出来的自动测试仪。可以在手心上体验其质感和香氛。



### ULTIMUNE TO-GO

“ULTIMUNE 红妍肌活”精华露专用销售机器。可以自助进行简单操作，点击即可购买。



## 【2层】“创造美”（用专业之手挖掘出每个人的美）

### SKINCARE LESSON

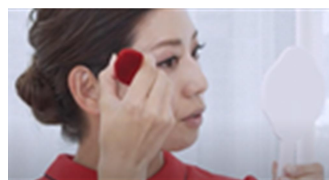
是一个使用 APP 进行的个性化免费课程，为您提供护肤建议以及可以培养内在美的生活方式建议。还会根据结果提供健身操视频及美食菜单。另外，顾客在上课之后，还可以购买根据本人的状态所推荐的茶叶与精油组合“Inner Beauty Set”。

### MAKEUP LESSON

是使用 APP 进行的个性化免费彩妆课程。可以通过观看视频来学习自己感兴趣的产品的使用方法。课程内容可以实时录制，供顾客带回家复习。



Inner Beauty Set



课程用视频

### MAKE YOUR MARK

对于购买了“ULTIMUNE 红妍肌活”精华露和部分口红产品的顾客，可以免费提供个性化的雕刻服务，将顾客喜欢的语句或图案刻印在商品上。

顾客可以享受店铺专供的原创刻印服务，获得世界上独一无二的个性化商品。



### WRAP IT UP

可以从 SHISEIDO 资生堂品牌原创的包装工具中自由选择免费包装服务。



### **【地下 1 层】“唤醒美”（日常与瞬间的重置、充值新的美丽）**

#### INNER BEAUTY CHARGE

在日本首次引进的冥想胶囊“SOMADOME”中，可以用五官（音、光、香氛、温度）来进行体验，这是一种借助语音导游自助进行的尖端冥想体验。通过让顾客从日常的忙碌中解放出来、在不同寻常的空间和时间中面对真正的自我，达到唤醒新的美的目的。胶囊外的环境音使用的是“高超音速音”，具有可以让视觉更鲜明、更美丽，让整体环境更舒适的效果。

**【需预约、体验时间大约 30 分钟、价格：4000 日元（未含税）】**

