

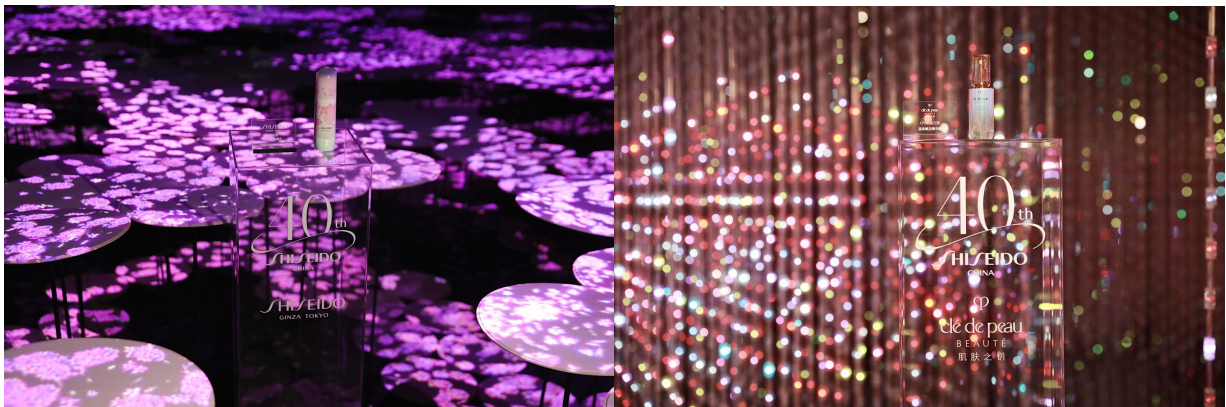
创新四十 创美无限 ——资生堂中国 40 周年主题创美日成功举办

2021 是资生堂集团进入中国的第 40 个年头。这是日新月异、不断开拓的 40 年，也是不忘初心、以美赋能的 40 年。3 月 9 日，资生堂中国在上海 teamLab 无界美术馆特别举办 40 周年创美展及晚宴，上海市人民政府副市长宗明、浦东新区人民政府副区长杨朝、资生堂中国区总裁藤原宪太郎先生亲临现场，一同回溯四十载“美力”时光。



资生堂中国 40 周年创美展

创新是资生堂持续发展的内核所在。主题展中，资生堂集团旗下人气品牌携明星单品进驻主题空间，与沉浸式互动相辉映，以绚烂多姿的艺术形式呈现产品创新力。更有别出心裁的艺术装置“万象镜花”特别呈现，400 余支回收的产品空瓶在棱镜上循环“永动”，传递资生堂利用可再生资源，坚持可持续发展的理念。





资生堂集团旗下人气品牌携明星单品进驻主题空间



400个回收空瓶打造艺术装置“万象镜花”

晚宴以一段承载岁月的口述历史视频拉开序幕。资生堂丽源化妆品有限公司原副董事长吕实璟先生等七位资生堂中国发展史的见证者和亲历者，以研发、生产、销售和行业观察的角度，将40年创新历程娓娓道来。随后，资生堂中国区总裁藤原宪太郎先生上台致辞。藤原总裁表示，资生堂中国伴随着1979年中国改革开放政策一同发展至今。始于1981年在北京友谊商店的进口商品销售、以及与北京市开展技术合作研发产品。然后，也获得了上海政府的大力支持，2003年将上海作为中国地区的总部后，构建了全新商业模

式，获得了事业的飞跃式发展。中国消费者能带着“美力”积极自信地前行，这些也成为了资生堂“创美无限”的原动力。今后资生堂中国也将秉持“美力创新让世界更好”的企业使命，创造出更好的产品与服务，以满足中国消费者的期望。



资生堂中国区总裁藤原宪太郎先生上台致辞

资生堂集团全球 CEO 鱼谷雅彦也从日本发来祝贺视频。他表示，“如今中国地区业务增长强劲，销售额已经占到资生堂全世界合并结算销售额的 26%左右，同时也成为拉动整个资生堂集团发展的巨大动力。预计在不久的将来，中国将成为世界最大的化妆品市场。今后我们将在被定位为整个资生堂集团第二总部的中国积极开展源自中国的创新和商品开发，除了把中国作为市场之外，我们还希望运用资生堂集团的力量，开发出“从中国走向世界”的各类商品和服务。资生堂今后将继续努力，为中国消费者创美无限。”



资生堂集团全球 CEO 鱼谷雅彦从日本发来祝贺视频

正是这份决心，驱动资生堂中国 40 年不断砥砺，不负信赖，交出“美力”答卷。晚宴上，宗明副市长为资生堂颁发在华发展 40 周年铭牌。这不仅是对资生堂 40 年来在美丽事业上不懈耕耘的肯定，更是对资

资生堂于改革开放之初就进驻中国，在时代浪潮中激流勇进精神的嘉奖。相信在上海政府的坚定支持下，资生堂可以持续进取，如鱼谷社长所言“让每一位中国消费者都实现一生健康与美”。



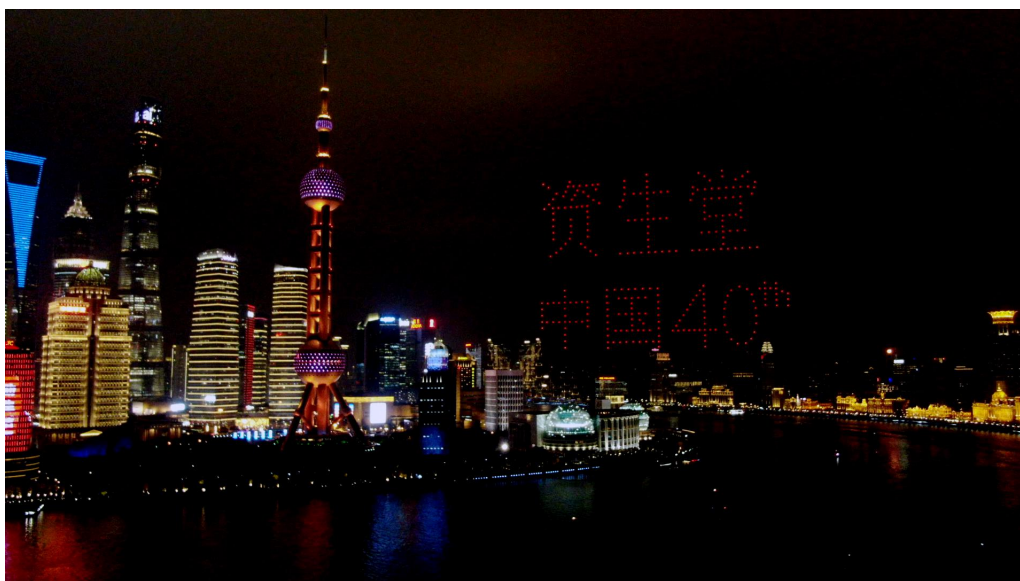
上海市人民政府副市长宗明为资生堂颁发在华发展 40 周年铭牌

一直以来，资生堂致力于将日式美学与东方美韵创新交融，晚宴也精选了 4 道寓意别致的佳肴，配合 4 支由资生堂集团旗下品牌代言人章子怡、黄轩等明星配音的影片，将资生堂中国为环境、社会、文化和产品赋能的“美力”历程逐一呈现。



代表产品“美力”的DIY甜品创意源自
“日本商业美术之夫”山名文夫时任资生堂创意总监期间的代表作之一

晚宴结束后，一段精彩的无人机表演在外滩上演。数百架无人机腾飞升空，以资生堂红点亮上海夜空。巨幕星空下的这场创美大秀象征着资生堂中国四十年来的蓬勃发展，用创新在美力史册上留下浓墨重彩的笔画。资生堂也将继续以美赋能，为万千中国消费者带来更优质的服务和产品。



资生堂红点亮上海夜空

1981至2021，四十年匠心，不惑于前路，更志在未来。今年不仅是资生堂中国40周年的里程碑，也是集团正式进入2021-2023基本战略“WIN 2023 and Beyond”的改革元年。资生堂将继续坚持创新，培育更多美肤品牌，并在2030年成为美肤领域世界No. 1的企业，延续“美力创新让世界更好 (BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD)”的使命，以创新筑梦，续写美的历程！

