

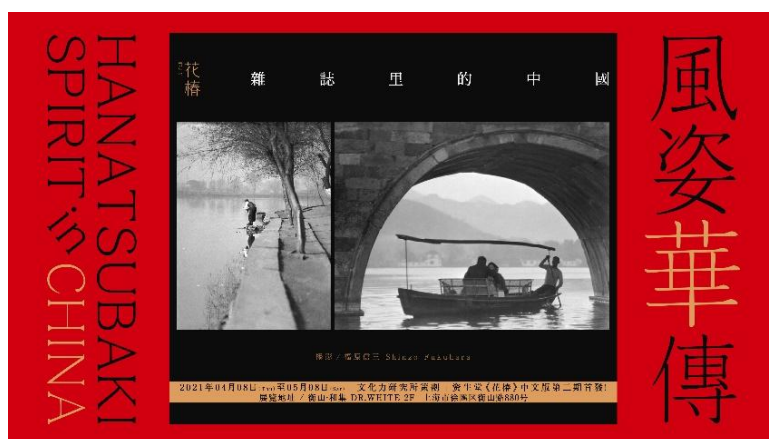
## 资生堂《花椿》中文版第二期发行 绽放跨界之美

极富视觉冲击力的封面和插画、诱人的“Beauty beyond Boundaries”跨界主题、独具智慧的走心之作、字里行间的潮流气息……最新出版的资生堂《花椿》中文版第二期又一次为时尚人群带来了惊喜。与此同时，“风姿华传”——《花椿》杂志里的中国展览也于4月8日至5月8日在上海衡山·和集书店精彩启动，带来了多元美学思想的精彩碰撞。



《花椿》中文版第二期封面

《花椿》是资生堂创立的文化资讯类杂志，其历史可追溯到1924年诞生的《资生堂月报》。近百年来，《花椿》以前沿时尚文化为内核，契合当代年轻人对美的诉求，从美容、化妆、文艺、饮食、服饰等方面引领时尚风向，致力于打造“传播时代最新潮流的媒体”。2016年开始，《花椿》加快走入大众视野，通过在公共场所的发放和新媒体传播，受到越来越多日本年轻人的关注和喜爱。继2018年推出首期英文版杂志后，《花椿》于2020年6月发行中文创刊号，产生了不俗的文化反响。



“风姿「华」传”——《花椿》杂志里的中国展览将于4月8日-5月8日在衡山·和集书店开启

《花椿》中文版第二期延续杂志自身的特色与格调，开启了一场有关跨越边界之美的先锋探讨。内容呈现上，读者不仅能了解到“二人静”日本能剧和观点新颖的“化妆疗法”，还能感受到妹岛和世的建筑哲学和石冈瑛子的广告语言，从学者到艺术家，从公众视角到大师思考，《花椿》中文版第二期继续描绘着生活中无处不在而又不可抗拒的美。正如杂志编辑部的寄语所言：当你发现内心觉得某样东西是“美丽”的时候，你就能将这份感动转化为力量，跨越界线。我们相信：“美”可以跨越一切界线。



日本能剧“二人静”



用化妆的力量优雅地连接个人与社会——“化妆疗法”

在去年发行创刊号之际，资生堂与文化力研究所合作开展了一系列活动，扩大了杂志的传播力和影响力。值此第二期中文版推出的契机，为期一个月的中国展览将再次引发时尚文化界的热切关注。期间，不仅能看到作为资生堂首任正式社长以及日本画意摄影(pictorialist photography)代表的福原信三在1931年出版的影集《Beautiful West Lake》(西湖风景)中的摄影作品。更可在资生堂顶级发妆艺术团队 SHISEIDO HAIR&MAKE-UP ARTISTS 计良宏文与百合佐和子的妆发世界里找寻到日式美学的另一种定义。

拥有 149 年历史的资生堂，在创造优质美妆产品的同时，也积极在世界各地传播日式美学。进入中国市场 40 年来，资生堂用产品、服务和品牌特有的情怀感染了中国消费者，成为家喻户晓、广受欢迎的时尚先锋。借助《花椿》这一文化载体，资生堂的经营理念 and 美学智慧将影响更多人，并用美的力量持续丰富人们的生活。

附：

本次《花椿》中文版第二期杂志可在全国方所书店，上海衡山·和集书店免费领取。

感谢此次合作伙伴文化力研究所的大力支持，其他领取地点也请关注文化力研究所公众号。