

两大星品亮相消博会，资生堂用「新」描绘美力未来

2021年5月7日至10日，第一届中国海南国际消费品博览会（以下简称：消博会）在海南国际会展中心隆重举办。此次资生堂作为首家确认此次展会的化妆品集团以“美力全开，从此绽放”为主题，在海南自贸港以更开放的姿态，将集团的两大全新品牌——THE GINZA（御银座）和 BAUM 带入中国，以更美的姿态从海南开始绽放“美力”。



展会全貌照片

5月7日上午，位于海南国际会展中心5号馆的资生堂展台举办了本届展会资生堂开馆仪式暨新品战略发表会，海南省人大常委会副主任关进平先生，日本国驻广州领事馆总领事龟井启次先生，日本国驻广州领事馆领事阿部尚行先生与资生堂中国区总裁藤原宪太郎等领导共同出席。发布会中，藤原总裁与海南省人大常委会副主任关进平先生进行了隆重的纪念品交换仪式，并在活动现场发布集团战略和新品发布演讲。



发布会上，资生堂中国区总裁藤原宪太郎表示：中国国内的消费力持续高涨，中国消费者对“美”的需求日益增进并不断呈现出多元化趋势，尤其在疫情之后，海南无疑成为新兴的购物城市。资生堂作为深耕中国市场 40 年的品牌，会将海南作为新的发展契机，通过持续强化数字营销提升消费者购物体验。今后我们将聚焦海南，将此作为扩散和传递 BRAND-NEW BEAUTY MOMENTS 的核心，让消费者不仅享受到离岛免税的优惠政策，更可以在海南领略资生堂创新、多元、前沿的美力。



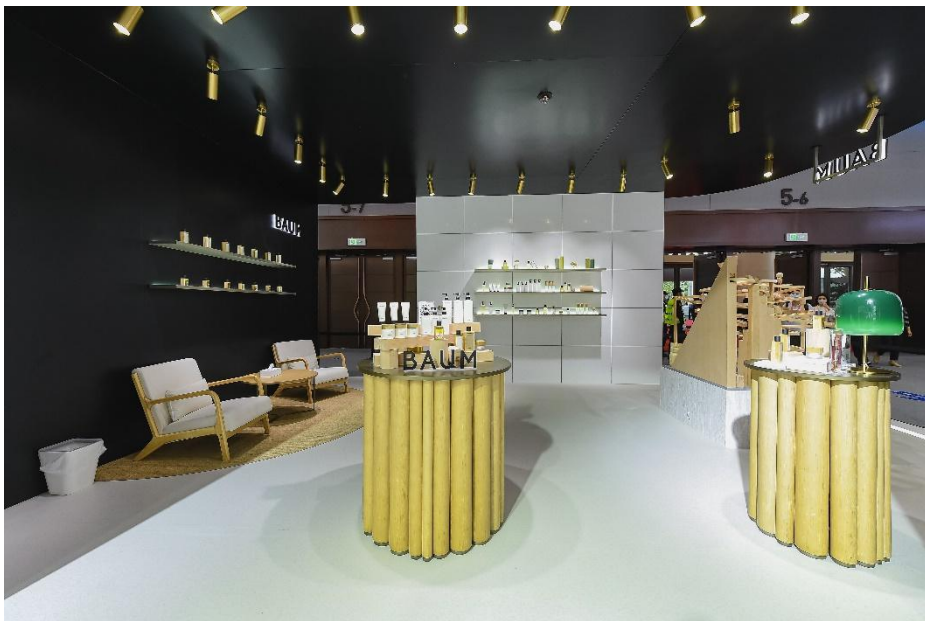
借消博会的契机和海南独特的开放优势，资生堂集团也将迎来新的机遇，进一步发展其在海南岛上的离岛免税店业务、力争成为全球旅游零售热点区域。借助资生堂中国区业务与资生堂旅游零售业务，资生堂集团将扩大其高端品牌对于中国旅游消费者的影响力。通过推出旅游限定产品和触动人心的品牌体验，给中国旅游消费者带来新颖且多元化的品牌组合体验，本着以诚待客的企业 DNA 精神，资生堂力求吸引并加深更多与新老消费者的联系。

在此次消博会现场，资生堂集团亮相了两大新品牌的专属展台。其中，THE GINZA 倡导“宛如量体裁衣的高级定制服装”理念，产品特含的 Perceptive Complex™ 能感知使用者个体肌肤对不同养分的需求定向输送，让肌肤得到恰到好处的滋养从而莹润、细腻、无暇，极简的产品种类与宛如肌肤高级定制地及奢完美地融合，诠释了日本美学的精髓。



THE GINZA 展台照片

另一新发布品牌 BAUM 以“与自然共生”可持续发展价值为根基，是资生堂于 2020 年 6 月在日本推出的全新高级护肤品牌，此次也在海南隆重登场。BAUM 融入“与树木共生”的理念，拥抱源自森林的种种福祉，汲取树木的非凡力量，为消费者带来内在之美。BAUM 品牌努力确保每种产品均对环境友好，在包装中使用再生木材和可回收材料，提供替换装，以确保可持续发展循环。海南也是对环境非常重视的一个地区，两者对环境的理念，也在此次消博会上产生了很好的融合。



BAUM 展台照片

此外，3 大跨境品牌展区，将让中国消费者能够在线下专柜感受到跨境品牌带来是护肤体验，让大家尽情感受品牌产品美丽。最后展区内还有特别安排了企业专区，不仅展现资生堂中国 40 周年的“美力”集征程，更集结 13 个品牌人气产品，带领消费者展开一段前所未有、一览无余的美妆旅程。



海南消博会是对资生堂“BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD（美力创新让世界更好）”理念的精彩诠释，必将为中国化妆品市场凝聚更多活力。2021年5月7日-10日，海南自由贸易港，见证资生堂生生不息的美力，与海南这片臻美之境，开放共赢。

