

Press Release

Hashtag: #资生堂集团与腾讯达成全球战略合作#

资生堂集团与腾讯达成全球战略合作

输出中国数字经济力量 打造全球增长“数字引擎”

上海，2021年12月21日——资生堂集团今日宣布与腾讯公司达成三年期全球战略合作。集团将通过与腾讯社交及内容生态、企业数字化转型服务、创新科技等全面合作，打造 D2C (Direct to Consumer) 增长引擎，提升全球消费者体验，并加速集团数字化能力建设及转型。



资生堂和腾讯于资生堂中国总部签署战略合作协议。左起：腾讯智慧零售美妆行业总经理李洋、资生堂中国 CEO 藤原宪太郎、腾讯广告行业销售运营总经理兼智慧零售商务副总裁范奕瑾、资生堂中国首席数字官陈怡

1981年，资生堂乘着改革开放的春风进入中国市场。过去四十年中，资生堂始终立足本土，在每一个历史阶段都积极部署，深耕市场。资生堂中国 CEO 藤原

宪太郎表示：“中国拥有庞大的市场体量和积极尝试创新的消费群体，而突飞猛进的互联网技术应用也为创新营造了得天独厚的条件，帮助中国日益成为全球美妆产业的创新策源地。近年来，资生堂中国作为集团全球第二总部，不仅加速自身的数字化转型，同时积极探索如何携手合作伙伴，向外输出中国生态圈的创新力量。”

经过积极拓展，资生堂中国与腾讯在品牌宣传、产品推广、全渠道消费者体验管理，及微信商城渠道拓展等领域持续加深合作。资生堂中国首席数字官陈怡表示：“随着双方的合作基础日益深厚，资生堂集团也见证了腾讯对中国业务的强大赋能，并水到渠成达成了此次全球战略合作。”

双方将通过资生堂中国社交电商平台及数字化美容技术创新，率先着眼于全球华人消费体验的提升。未来，资生堂集团将联合腾讯，通过数字化解决方案逐步在智慧零售、创新模式、虚拟沉浸式品牌体验和针对特定人群的智能护肤方案等领域展开合作。

腾讯公司总裁刘炽平表示：“‘用户为本、科技向善’是腾讯的使命与愿景，我们希望通过科技创新为用户和企业提供定制化产品和服务，打造以消费者为中心的 D2C 增长引擎，助力资生堂及更多美业品牌持续升级，并汇聚生态之力持续改善人们的生活品质，与企业共创可持续社会价值。”

腾讯集团高级副总裁林璟骅表示：“很高兴能与资生堂达成战略合作计划。我们希望能以此为起点，持续帮助资生堂建立与消费者长期信任关系、激发消费者深度社交互动、最大化用户生命周期价值，更期待未来与资生堂在数字化和美业领域碰撞出新火花，例如打造虚拟沉浸式消费体验、针对不同客群定制差异化数字服务，从而不断深化品牌与消费者的情感联系，稳固品牌长线增长的根基。”

近两年，化妆品、奢侈品、母婴等行业在微信小程序的增长尤其迅猛，背后是市场需求的改变。腾讯智慧零售副总裁陈菲表示：“我们观察到，随着消费升级，不同行业的品牌、渠道商都在建设自有私域，以满足新的消费体验需求。此次和资生堂集团的合作，希望共同探索 D2C 消费新场景和新运营模式，树立业内数字化标杆。”

资生堂集团全球 CEO 鱼谷雅彦表示：“资生堂集团正致力于到 2030 年成为全球领先的个人美妆及健康公司，其中加速数字化转型是实现这一目标的重要推手。2022 年是集团创立 150 周年，也将是资生堂 WIN 2023 and Beyond 战略中重返增长轨道的一年。我很高兴在我们即将迈入 2022 关键之年的前夕和腾讯达成这一全球合作。我相信这不仅将帮助资生堂加速数字化转型，推动实现新一轮发展；同时，这也将让世界再次见证中国数字经济的力量。”

-完-

关于资生堂中国

资生堂于 1872 年成立，目前业务遍布全球 120 多个国家及地区。1981 年，资生堂作为首家国际化妆品集团进入中国市场。立足中国 40 年，资生堂中国已成为集研发、生产、销售、服务于一体的美妆公司，拥有三家研发中心、两家工厂，员工近 9500 名。资生堂在中国运营超过二十个品牌（含跨境电商），包括 SHISEIDO 资生堂、肌肤之钥、御银座、娜斯、怡丽丝尔、茵芙莎、安热沙、安肌心语、醉象、玳妍之光等享誉海外的品牌，以及欧珀莱、悠莱等专为中国女性打造的品牌，产品覆盖护肤、彩妆、美容仪器、专业美发及香水。2017 年，资生堂中国成为集团最大海外市场。为进一步挖掘发展潜力，资生堂于 2019 年设立中国事业创新投资室，致力于探索深度参与本土创新的战略路径，推动中国市场持续引领全球增长。

关于腾讯

腾讯以技术丰富互联网用户的生活。通过通信及社交平台微信和 QQ，在线上及线下促进用户联系，并助力连接数字内容和生活服务，使用户生活更加便利。通过高效广告平台，协助市场营销者触达数以亿计的中国消费者。通过金融科技及企业服务，促进合作伙伴业务发展，助力其实现数字化升级。腾讯大力投资人才队伍并推动科技创新，积极参与互联网行业协同发展。腾讯在 1998 年 11 月成立于中国深圳，腾讯控股股票（00700.HK）于 2004 年在香港联合交易所主板上市。