

## 新闻稿

**Hashtag: #资生堂集团推出 Z 世代男士护肤品牌侍刻 SIDEKICK#**

# 资生堂集团推出 Z 世代男士护肤品牌侍刻 SIDEKICK

**上海，2022 年 6 月 1 日** —— 资生堂集团推出专为亚洲 Z 世代男士打造的新奢复合护肤品牌侍刻 SIDEKICK。品牌于今日在东京体验型集合店 Shiseido Beauty Square 内首度亮相，并将于 7 月 1 日正式登陆中国主流电商平台。



*资生堂集团旗下 Z 世代男士新奢复合护肤品牌侍刻*

侍刻聚焦亚洲 Z 世代年轻男士，其核心理念是在两种不同元素的碰撞与融合中创造出全新价值。侍刻复合护肤系列，通过融合天然成分配方与前沿的护肤技术，简单几步即可满足繁琐的护肤需求。不仅能在短期内改善亚洲 Z 世代年轻男士特有的肌肤烦恼，诸如肌肤出油、毛孔粗大、肌肤粗糙、肌肤暗沉、肌肤泛红等；持续使用之后，更能改善肌肤自身的屏障功能，达到“即刻校准”和“长效创稳”的复合护肤效果。

侍刻将以潜力巨大的中国男士护肤市场为重点、以展现出更强美妆消费活跃度的 Z 世代年轻人为核心消费群体。作为一个源于日本的高品质复合男士护肤品牌，侍刻着眼于解决 Z 世代特有的肌肤烦恼，支持 Z 世代年轻人追求实现自我的生活方式。

2022年是资生堂集团创立150周年，也是集团中长期经营战略“WIN 2023 and Beyond”中重返增长轨道的一年。集团将聚焦以美肤领域为核心的新业务架构，不断扩充以护肤为中心的美肤品牌，致力于到2030年成为全球第一大美肤公司。此次推出的全新品牌侍刻正是集团在男士护肤领域中又一重要加码。依托集团雄厚的研发创新和品牌经营实力，侍刻的创立将进一步强化品牌矩阵、加速开拓潜在市场，为集团的持续增长奠定坚实基础。

作为资生堂集团最大的海外市场，资生堂中国正围绕致胜美肤、加速数字化转型、优化成本结构、创造社会价值四大战略方向持续夯实市场地位。7月侍刻品牌在中国的重磅上市将是资生堂中国在“致胜美肤”领域的又一重要举措。未来，资生堂中国将继续以四大战略为核心，充分发挥全球第二总部优势，不断引入新产品、新品牌和新科技，持续引领集团稳健增长。

-完-

### **关于侍刻**

侍刻护肤系列，融合资生堂集团前沿护肤技术，以温和的自然成分为基础，持续使用后有助于改善肌肤屏障功能、塑造强健肌肤；其时尚简约、色彩明亮的包装诠释了品牌的潮流基因，更好地满足年轻一代消费者表达自我、彰显个性的消费需求。品牌共推出了八个单品，涵盖洁面乳、保湿水乳和面膜等四大品类。

### **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余年，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。