

新闻稿

Hashtag: [#资生堂集团推出全新科技口服美容品牌流之律 INRYU#](#)

资生堂全新科技口服美容品牌流之律 INRYU 重磅上市

上海，2022年6月17日 —— 资生堂集团专为亚洲女性研发的全新科技口服美容品牌流之律 INRYU 将于6月18日正式入驻天猫海外旗舰店，同步日本推出三款产品，助力实现肌肤原生之美。



资生堂集团全新科技口服美容品牌流之律

资生堂集团与哈佛大学附属皮肤科学研究所和麻省综合医院共同设立的皮肤科学研究中心 (Cutaneous Biology Research Center) 的长期研究发现，肌肤状态与肌肤底层毛细血管网息息相关。年龄增长、生活节奏加快等因素会导致肌肤底层的毛细血管网变得不健康，养分从毛细血管流失，肌肤防御力与肌肤自体修复力下降，进而使得肌肤屏障受损、暗沉、失去弹性。

流之律品牌采用资生堂历时 20 余年潜心研发的“肌底律动科技” (Nutri-Vessel Network Technology™)，赋能肌底，由内而外唤醒肌肤活力。

资生堂中国事业创新投资室高级副总裁周涛声表示：“随着后疫情时代来临，健康自然的保养方式被越来越多消费者推崇。中国口服美容市场正步入高速发展期，市场潜力巨大。为了全方位帮助中国消费者由内而外实现自然美肌，流之律从产品研发、功效验证到战略推广，都特别针对中国消费者开展测试。同时，流之律品牌在去年进博会上全球首秀，也为品牌今年在中国跨境上市带来了巨大的溢出效应，帮助更多消费者了解并信赖这个品牌。”



资生堂中国事业创新投资室高级副总裁周涛声女士

作为“百年东方美先行者”，资生堂已积累数十年口服美容产品的研发经验，旗下拥有众多不同市场定位的口服美容品牌，满足不同消费群体的美容需求。未来，资生堂将不断深化对东方美容需求的洞察，依托现代科学的研究成果，研发出更多适合亚洲女性应对肌肤困扰的方案。

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，致力于到2030年成为全球第一大美肤公司。此次推出的全新科技口服美容品牌流之律正是集团在美肤领域的又一重要加码，旨在进一步强化品牌矩阵、加速开拓潜在市场，为集团的持续增长夯实基础。

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巩固市场地位。流之律品牌的推出是资生堂

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-

关于流之律

资生堂旗下全新科技口服美容品牌流之律，旨在透过肌肤科学、健康无负担感的原料、以及日式慢养的生活理念，赋能肌底，帮助都市女性实现肌肤原生之美。同步日本，推出三款针对亚洲女性肌肤需求研发的美肌御守：分别为紧致淡纹紫御守、匀净透亮粉御守、以及平衡维稳青御守，层层养护肌肤，助力实现肌肤原生之美。每款产品含有 28 天份的独立小包装，适合都市女性忙碌、时常差旅及快节奏的生活方式。

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。