

## 资生堂“资彩馆”消博会完美收官

海南，2022年7月30日——第二届中国国际消费品博览会（以下简称“消博会”）于7月30日圆满落幕。作为“百年东方美先行者”，资生堂在本次展会上集中展示了旗下19大人气品牌的首秀新品、集团硬核尖端科技与可持续发展成果。资生堂展台“资彩馆”里吸引了众多观众的停留驻足，共享集团150周年缤纷篇章。



现场观众参观消博会资生堂“资彩馆”

资生堂在消博会上发布了行业首创防晒黑科技“紫外线转化技术”后，消费者对于有害紫外线辐射转化为对皮肤有益的“美肤光”的讨论持续升温。该项技术加持的安热沙首款防晒精华也因此收获巨大人气，引来消费者纷纷试用。



资生堂中国研发中心总经理荒木秀文介绍  
行业首创防晒黑科技“紫外线转化技术”



“紫外线转化技术”加持的安热沙首款防  
晒精华吸引消费者试用

此外，资生堂专为亚洲年轻男士打造的新奢复合护肤品牌侍刻 SIDEKICK，在消博会完成其日本海外线下首秀，掀起“造棒”浪潮。



现场观众试用侍刻产品

为了更好地契合消博会“消费精品”的主题，资生堂旗下 Serge Lutens 品牌完成其中国内地线下首秀，并为消费者带来 24 款经典香水系列及 14 款彩妆系列。品牌神秘低调、极简摩登的风格吸引消费者驻足，“黑色礼服”（Collection Noire）与“摩天楼”（Gratte-Ciel）两大系列香水更成为了消博会的嗅觉记忆。



观众体验 Serge Lutens 香水及彩妆产品

资生堂展出的产品还覆盖了少数人群的需求，无瑕修颜在消博会的亮相加强了消费者对患有白斑、青斑、红斑、深色斑等特殊皮肤烦恼人群美肤需求的关注。今年无瑕修颜的“薰衣草花环”公益项目落地中国，致力于帮助癌症康复患者这一少数人群能够更自信地迎接美好生活。



消费者体验无瑕修颜产品

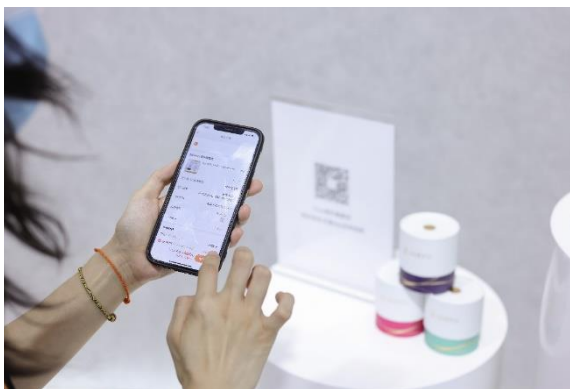
怡丽丝尔替换装也在消博会上受到广泛关注。中国大陆首秀的哆啦 A 梦联名款限量替换装系列，不仅外形可爱，还能减少塑料使用量，吸引了不少消费者加入了哆啦 A 梦“怡”起守护地球的行列。



*怡丽丝尔哆啦 A 梦联名款限量替换装系列中国大陆首秀*

在促进内外市场相通、畅通国内国际双循环的大背景下，消博会成为了消费者体验“消费精品”的重要窗口。广大消费者来到消博会现场，打卡资生堂“资彩馆”并试用资生堂旗下 19 大品牌的明星产品后，即刻在消博会现场扫码下单。无论是科技口服美容品牌流之律，还是二度亮相消博会的御银座品牌带来的两款日本海外首秀新品精华，消费者都能享受消博好物快递到家的美好体验。科技口服美容品牌流之律，在正式上市后首次通过消博会与消费者见面，也收获广泛关注。





消费者现场扫码下单流之律产品



观众试用体验御银座全新升级精华

随着消博会连续两年的成功举办，资生堂为前来参会的消费者呈现了一场创新、多元、前沿的“美力”体验。消博会的举办是中国进一步开放的重要标志，也彰显了后疫情时代，中国经济的韧性与活力，资生堂此次参展充满收获。未来，资生堂将从消费者的实际需求出发，充分发挥“百年东方美先行者”的创新能力，为中国消费者日益升级的美妆消费需求提供越来越多“消费精品”选择，将“美力”传递至下一个 150 年。