

新闻稿

资生堂中国庆集团 150 周年 发布全新增长计划

上海，2022 年 11 月 15 日 —— 资生堂中国今天在集团 150 周年中国发布会上宣布其全新增长计划。发布会主题为“各美其美，万物资生”，全新增长计划包括由“消费者之美”引领业务可持续增长、聚焦替换装保护“地球之美”推动绿色增长，以及通过支持癌症患者的公益行动贡献“社会之美”。

资生堂集团 CEO 鱼谷雅彦表示：“1981 年，资生堂成为最早进入中国的国际美妆集团。我们很庆幸当时公司作出这样前瞻性的决策，和中国的合作伙伴在北京开启业务。今天的中国早已是资生堂集团最大海外市场，是推动集团增长的关键引擎。展望未来，我们坚信中国市场的巨大潜力，对在中国的长远投资充满信心。”



资生堂集团 CEO 鱼谷雅彦

资生堂中国 CEO 藤原宪太郎表示：“150 周年不仅是我们庆祝过去成绩的里程碑，更是我们作好准备，翻开新篇章的契机。在各方合作伙伴的支持下，我们制定了全新增长计划，旨在通过美的力量让消费者、地球和社会变得更美好。我们相信，只有‘各美其美’，中国社会乃至整个世界才能充满生机，和谐发展。”



资生堂中国 CEO 藤原宪太郎

“消费者之美”引领业务可持续增长

未来几年内，资生堂集团将持续投资，在中国打造其全球第二大研发中心，持续深化对中国消费者的皮肤研究、孵化包括医学美容和口服美容在内的本土创新，并携手各方加速开源创新。在“致胜美肤”战略的引领下，资生堂中国将通过新品牌拓展新市场的同时，积极发挥现有品牌的成长性，不断推陈出新。投资本土创新的计划也进一步加码，其专项投资基金——资悦基金的规模最高可达 10 亿人民币，并已与首个被投资企业江苏创健医疗科技有限公司达成战略合作，将双方在功能性护肤领域的探索率先落地医学美容赛道。



创健医疗 CEO 钱松

“地球之美”推动绿色增长

全新增长计划不仅聚焦业务，更着眼绿色增长。资生堂中国宣布未来将大力推动美妆替换装，加快绿色增长，助力循环经济。预计 2023 年，资生堂将在中国市场提供超过 150 个单品的替换装，旗下各品牌明星产品都将提供替换装选择。为了解当前中国消费者对美妆替换装的认知和消费行为，资生堂将分别携手资生堂中国与中国生态环境部和阿里巴巴集团，推动替换装消费趋势，倡导绿色消费。



中国生态环境部宣传教育中心党委书记、主任田成川



资生堂中国与阿里巴巴替换装推广战略合作签约仪式

(左起：资生堂中国首席财务官余兆钰、资生堂中国首席数字官陈怡、阿里巴巴集团客户发展部总经理曹晓敏、阿里巴巴集团首席市场官董本洪)

公益行动贡献“社会之美”

作为全新增长计划的重要组成部分，资生堂中国公布了其公益行动“薰衣草花环”的加码计划。资生堂集团旨在通过美妆的力量帮助癌症患者修饰皮肤烦恼，专注自我表达，重拾自信积极面对生活。2022年，“薰衣草花环”落地中国，资生堂集团旗下各品牌彩妆师为数十位癌症患者打造精致妆容；并由专业摄影机构天真蓝记录下每一个动人的笑容。

“薰衣草花环”在上海的首次尝试就获得了良好反响。2023年，资生堂中国将携手天真蓝，将“薰衣草花环”带到更多中国城市，通过专业的产品和服务，帮助更多患者修饰皮肤烦恼，展露灿烂笑容，重获生活乐趣。



资生堂中国首席人力资源官高景薇向天真蓝首席品牌官张晴赠送纪念品

日本驻上海总领事大使赤松秀一表示：“今年是日中邦交正常化50周年，资生堂作为首家进入中国市场的国际化妆品集团，经过41年时间，在美妆领域为提高中国人民的生活水平做出了贡献。在中国深受消费者的认可青睐，我感到非常自豪。最近，资生堂中国积极开展多项美妆前沿技术及加大普及替换装消费趋势的一系列行动，与国际城市上海的发展方向一致。期待上海市继续为资生堂等日资企业提供良好的营商环境。衷心祝愿喜迎150周年的资生堂集团日益发展，日中两国不断向前迈进。”

上海市副市长宗明向资生堂集团赠送祝贺铭牌，上海市商务委副主任刘敏表示：“上海正在推动国际消费中心城市的建设，这个过程尤其需要像资生堂这样优秀的国际消费品

企业积极参与。同时，我们也期待更多像资生堂这样的优秀外企继续引进国际经验、结合本土实际，在业务持续增长的同时，积极参与到可持续发展、社会公益等各类议题中，不断创造优秀实践。”



资生堂中国对外事务副总裁中原杏里代表公司接受上海市副市长宗明赠送的祝贺铭牌