

资生堂中国庆集团 150 周年 宣布绿色增长计划

分别与中国生态环境部和阿里巴巴集团达成战略合作

上海，2022 年 11 月 15 日 —— 资生堂中国今天在上海举办集团 150 周年中国发布会，宣布未来将大力推动美妆替换装，促进绿色增长，助力循环经济。资生堂预计 2023 年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。资生堂中国分别携手中国生态环境部和阿里巴巴集团达成战略合作，致力于推动替换装消费趋势，倡导绿色消费。

资生堂中国 CEO 藤原宪太郎表示：“资生堂得名自中国《易经》，自诞生之日起就秉持可持续发展的理念。立足中国 40 多年，我们在推动增长的同时始终积极致力于保护地球之美。站在集团 150 周年的历史节点，我们清晰地看到未来的目标不仅是增长，更是绿色增长。我们将充分结合集团在替换装领域的产品优势，携手社会各界，帮助消费者轻松选择、绿色消费。”



资生堂中国 CEO 藤原宪太郎

1998 年，资生堂集团发布了首个《环境报告》，其中针对环境影响的发展目标贯穿价值链主要环节。资生堂中国为实现集团目标的同时，密切关注消费趋势的变化。近年来，



越来越多的消费者加入绿色消费的浪潮。为更好地满足需求，资生堂中国将目光聚焦集团优势领域——替换装，并积极思考如何推动消费趋势，促进绿色增长。

根据国际知名环保组织“零浪费周”于 2019 年发布的报告，如果全球美妆消费者都选择替换装，每年可以减少 70% 的碳排放、节能 65%、减少 45% 的用水量。



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)

资生堂集团在替换装产品方面有着丰富的积累，早在 1926 年就推出了首款替换装产品，目前全球有超过 800 个单品。基于当前绿色消费趋势，资生堂中国决定逐步加大替换装的推广，预计 2023 年为中国消费者提供的单品将超过 150 个，消费者熟悉的众多明星产品都将提供替换装选择。资生堂中国的替换装计划得到了中国生态环境部和阿里巴巴集团的认可和大力支持，并分别达成战略合作，推动绿色消费，助力循环经济。



【1926年 資生堂製品総目録(大正15年1月発行)】29

1926年资生堂首款替换装



资生堂集团旗下明星替换装产品

中国生态环境部宣传教育中心党委书记、主任田成川表示：“替换装的理念与绿色消费、循环经济趋势高度契合。资生堂中国基于集团的优势，结合中国的发展需求，致力于为消费者提供丰富的绿色产品。这一前瞻性布局，将有助于消费者轻松作出绿色选择，企业实现绿色增长；同时，也助力行业提升标准，推动社会绿色消费浪潮。”



中国生态环境部宣传教育中心党委书记、主任田成川

阿里巴巴集团首席市场官董本洪表示：“阿里巴巴集团和资生堂中国同为‘减碳友好行动’的发起企业，双方聚焦在替换装领域，共同推动美妆替换装的低碳消费。我们希望提升消费者的低碳消费心智，并为替换装消费提供便利，最终达成美妆替换装的规模化，这将不仅带来直接的、可观的减碳量，也将提升企业的绿色品牌力，贡献全新的商业价值增量。同时，我们也会将替换装的落地经验推广到相关行业中，带动更多企业的绿色增长。”



阿里巴巴集团首席市场官董本洪

未来，资生堂中国将携手战略合作伙伴，在公众教育、影响消费行为等领域携手努力，共同推动绿色消费，助力循环经济的发展。