

海外首发！资生堂中国正式启动“红妍肌活精华露空瓶再续计划”

上海，2023年11月16日——资生堂中国宣布正式启动“红妍肌活精华露空瓶再续计划”（以下简称“红腰子空瓶再续计划”），作为首个在日本之外推出此项服务的海外市场，为消费者带来了全新的“可持续消费”体验。



资生堂中国启动“红妍肌活精华露空瓶再续计划”

《上海市浦东新区化妆品现场个性化服务管理细则（试行）》正式实施后，资生堂“红腰子空瓶再续计划”将根据消费者的个性化需求，现场提供护肤品内容物的分装服务活动。即日起，消费者可以通过线上预约、了解空瓶再续服务的详细信息及费用，并携带 30ml/50ml/75ml 规格的红妍肌活精华露空瓶，至浦东第一八佰伴资生堂品牌专柜进行线下体验。



SHISEIDO 资生堂红妍肌活精华露



第一八佰伴资生堂专柜

“红腰子空瓶再续计划”起源于日本银座的 ULTIMUNE FOUNTAIN 再续服务。2020 年 11 月 19 日，再续服务在东京银座的资生堂品牌全球旗舰店上市，充分结合了资生堂集团百年护肤研究和材料科学的前沿成果。消费者携带红腰子空瓶到店后，专业操作人员会在洁净的空间内，对空瓶进行清洁和灌装。



资生堂中国在集团 150 周年中国发布会上宣布绿色增长计划,致力于推动替换装消费趋势,倡导绿色消费。“红腰子空瓶再续计划”提供的“再续”服务,也是资生堂在替换装优势领域的又一延伸。清洁后的红腰子空瓶再灌装后,瓶身和泵头均得到再次利用,实现 100%的循环使用。

近年来,已有越来越多的消费者加入绿色消费的浪潮。资生堂也将把握政策机遇,以“红腰子空瓶再续计划”为范本,打造更多元的产品与服务,满足消费者的绿色消费需求。

-完-

关于资生堂中国

资生堂于 1872 年成立,目前业务遍布全球约 120 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。资生堂在中国运营 26 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、悠莱等专为中国消费者打造的品牌,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。