

新闻稿

资生堂中国亮相首届进博优品交易会

从“进博首发”到“优品直销”，开启“美力直达”新通道

上海，2025年12月19日——今日，首届“进博优品交易会”在国家会展中心（上海）举行。作为进博会的延续与拓展，本次交易会为期三天，旨在为消费者打通直接选购进博同款优品的渠道。资生堂中国作为连续七年参展进博会的“老友”，以“美力直达”为参展主题亮相本届交易会，并特别沿用在第八届进博会上备受瞩目的展台设计，集中呈现旗下丰富的品牌矩阵与众多明星产品。



资生堂中国“美力直达”展台

进博优品交易会有效承接并进一步放大了进博会的影响力与溢出效应。此次参展，资生堂中国成功将在进博平台上的“首秀首发”，延伸为面向消费终端的“优品直销”。在展台上，公司旗下 SHISEIDO 资生堂、安热沙、怡丽丝尔品牌为现场消费者带来明星产品，生动诠释了“展品变商品”的进博理念。这不仅延续了在进博首发新品的传统，更加快了

前沿美肤科技转化为消费者可体验、可拥有产品的进程，实现了从展台新品到市场爆品的加速落地，也印证了资生堂对中国市场需求的快速响应能力。



SHISEIDO 资生堂、安热沙、怡丽丝尔品牌展柜

资生堂中国及旅游零售 CEO 梅津利信表示：“进博会不仅是展示创新成果的重要窗口，更是资生堂洞察中国消费趋势、深化本土共创的关键平台。参展进博优品交易会，是资生堂深耕中国市场、与消费者同频共振的重要一环，也是我们从‘参展商’向‘生态共建者’进阶的关键一步。资生堂已正式签约第九届进博会，未来我们将继续搭乘‘进博快车’，加快创新成果落地转化，助力构建‘展新品、售爆品、链生态’的良性循环，持续升级消费者的美肤体验，让创新真正转化为可持续的市场价值。”

为充分诠释“美力直达”的参展主题，资生堂中国展台特别打造全链路消费友好空间：观众不仅可以现场深度体验产品质地、获取护肤指导，还可即时下单心仪商品，并通过互动活动解锁好礼。从第八届进博会首发突破性医美哲学与 50 余款新品，到首届优品交易会落地一体化消费体验新场景，资生堂正以“进博生态深度参与者”的姿态，将品牌力与产品力通过“可触摸、可使用、可拥有”的真实体验直抵人心，进一步夯实中国消费者与资生堂的品牌联结。

-完-