

## 新闻稿

## 资生堂携重磅皮肤研究成果及 40 余款新品亮相第六届进博会

上海，2023 年 11 月 6 日 —— 第六届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）正式拉开帷幕。今年是资生堂连续第五年参展进博会，资生堂“资彩馆”以全新面貌亮相 6.1 号消费品馆，展示皮肤研究成果及 40 余款新品。中国香精香料化妆品工业协会理事长颜江瑛、上海市浦东新区副区长、中国（上海）自由贸易试验区管委会副主任吴强、日本国驻上海总领事馆副总领事森裕一郎、中国（上海）自由贸易试验区管理委员会张江管理局副局长吴俊、中国（上海）自由贸易试验区管理委员会陆家嘴管理局副局长袁冶锋，与资生堂中国领导共同为“资彩馆”开幕剪彩。



资生堂“资彩馆”开幕剪彩

延续“各美其美，万物资生”的主题，“资彩馆”通过“消费者之美”、“地球之美”和“社会之美”三大展区，充分展示前沿美肤技术、首秀新品、全新护肤理念和服务、可持续发展举措，以及社会公益项目。展台还结合了 3D 体感摄影机，即时捕捉观众动态影像，并实时绘制出专属的“万物资生”画面，强化了资生堂“资彩馆”与观众的连

结互动外，也实现科技与美力的同频共振。



资生堂“资彩馆”

资生堂集团董事长兼 CEO 鱼谷雅彦通过视频致辞，他表示：“作为进博会的‘资深好友’，资生堂有幸见证了近年来中国致力于建设开放型世界经济的决心和努力。依托这一重要平台，我们也不断深化与中国市场合作伙伴的业务关系。我们坚信，中国美妆市场最好的时代才刚刚开始。未来，我们将在进博会推动的新格局、新理念下，进一步全面展示集团新产品、新技术，以及在中国积极推动本土创新的战略成果。”

资生堂中国总裁兼 CEO 梅津利信表示：“2023 年不仅是资生堂集团开启下一个百年历程的起点，也是引领集团创新与增长的资生堂中国变革的关键时刻。为了把握未来发展机遇，我们将持续夯实资生堂‘百年东方美先行者’的领导地位，并为此进行了全方位的部署。而进博会无疑是我们展现战略成果的最佳平台。”



资生堂中国总裁兼 CEO 梅津利信

**重磅皮肤研究成果亮相进博会 强化“百年东方美先行者”领导地位**

本届进博会上，资生堂集团重磅展示了应对亚洲肌肤抗老的三大科技成分，包括资生堂集团突破性肌肤抗老专利成分新肌酮，美白成分 4MSK，以及有效改善皱纹的纯粹视黄醇。



资生堂中国首席研发官 荒木秀文



资生堂集团经过 30 年长期探索，在基底膜领域的基础研究取得了累累硕果。基底膜对于皮肤保持年轻、健康状态至关重要，其结构复杂却薄如蝉翼，使基底膜研究难度如攀珠峰。资生堂耗时 12 年深入研究的超过 21,000 种成分中的新肌酮，可以有效抑制导致基底膜老化的破坏因子，从而实现修护并保护基底膜，进而促进“肌肤年轻源泉”——表皮干细胞的生成，给肌肤带来多维抗老效果。实验显示，使用添加新肌酮成分的产品 4 周后，肌肤得到了多方位焕新，饱满改善超 30%，平滑改善超 35%，紧致改善近 30%。

资生堂集团依托近 40 年强大的美白研究经验，历时 13 年开发出独特成分 4MSK。4MSK 可通过抑制黑色素生成和促进黑色素代谢的两大方式对抗黑色素，针对美白界的“淡斑”难题，4MSK 在有效淡斑的同时，更兼具稳定和温和的两大突出优势，更适合亚洲肌肤。加持专资生堂专研“离子液体”技术，有效促进 4MSK 高效地渗透至肌肤深层，更好地实现美白功效。

视黄醇因其能有效促进真皮生成胶原蛋白，而被广泛用作肌肤抗老成分。资生堂精研了独特的视黄醇“三重锁鲜”技术 Retinol TripleLock Technology。该技术从生产工艺技术、包装技术、配方技术三方面，从起点到终点，全程保证视黄醇的鲜活、功效和肤感。



资生堂集团应对亚洲肌肤抗老的三大科技成分

## **40 余款新品 助力“消费者之美”**

在今年展示的 24 个品牌的 40 余款新品中，旗下四大品牌 SHISEIDO 资生堂、安热沙、醉象和流之律的首秀新品成为重中之重。

SHISEIDO 资生堂「日夜水光弹」中国内地首秀。SHISEIDO 资生堂「日夜水光弹」是业界首创的涂抹式水光产品，其采用了资生堂集团专利的微缩充填玻尿酸科技，实现玻尿酸分子膨胀或缩小。SHISEIDO 资生堂「日夜水光弹」共有日夜两支精华组成。夜精华所含的玻尿酸，能够微缩实现纳米级渗透，直达肌底，长效保湿；日精华用于激活肌底玻尿酸，智能膨胀，内充填速平纹。



*SHISEIDO 资生堂「日夜水光弹」*



SHISEIDO 资生堂品牌总经理 林玉蕙

在第四届进博会上首秀的醉象品牌，此次携九款先锋新品和创新护肤体验全球首秀。醉象引领精简高效护肤哲学“轻食护肤”，严选经过临床验证的高功效高活性成分，生物可兼容的PH平衡配方，亲肤易吸收，帮助肌肤恢复到健康平衡的状态。醉象带来的核心代表产品蓝罐多肽面霜，添加前沿九重信号肽，精准促生胶原，实现六维综合抗老。更有醉象独创的护肤体验，通过智能肌肤检测帮助消费者实时检测肌肤状态并提供“护肤奶昔”搭配建议，让消费者自己在家也能轻松搭配出适合自己的产品。



醉象品牌携九款先锋新品和创新护肤体验全球首秀



醉象品牌中国区总经理 蔡轶轩

专业防晒品牌安热沙携日常夜间晒后修护精华“夜修瓶”全球首秀，并推出全新防晒概念“从终极保护到终极预防”！这一重磅产品与理念的双首发，标志着安热沙从防晒霜领域，延伸入护肤品日常晒后修复赛道。中国消费者对防晒的认知不断升级，从预防晒伤，转变为降低紫外线带来的肌肤光老化问题。安热沙“夜修瓶”搭配品牌爆款小金瓶，真正实现“日防护，夜修护”（日防夜修）的终极防晒护肤。





安热沙日常夜间晒后修护精华“夜修瓶”



安热沙品牌总监 施凌



在品牌孵化两周年之际，科技口服美容品牌流之律携三款密集修护精华饮全球首秀。资生堂致力于在 2030 年成为个人美肤健康公司，口服美容成为继护肤品、彩妆之外的第三大类目。2021 年，流之律品牌亮相进博会并充分感受溢出效应，首秀新品在品牌核心科技 Nutri-Vessel Network Technology™管壁营养体技术的基础上，融入更多资生堂专利成分和配方科技，针对亚洲肌肤的肌底密集修护。



流之律携三款密集修护精华饮全球首秀



资生堂中国事业创新投资室高级副总裁 周涛声

此外，今年资生堂展台为观众增添了嗅觉的体验维度，步入“资彩馆”便能沉浸式感受到葆木扁柏芳香所营造的森林浴一般的疗愈护肤体验。2024年，葆木品牌将迎来护肤系列首次革新升级，“扁柏”森活精萃这一全新灵魂成分也能在“资彩馆”抢先体验。

### **“地球之美”展区：三大可持续发展举措推动绿色消费**

资生堂“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”）在进博会呈现日本海外首秀。“红腰子空瓶再续计划”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。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。进博会展出后，“红腰子空瓶再续计划”将在上海浦东八佰伴SHISEIDO资生堂专柜正式上市。



资生堂“红腰子空瓶再续计划”

SHISEIDO 资生堂第九代红色蜜露精萃液（以下简称：资生堂红水）在行业内首次应用可替换果冻芯包装技术。该项技术通过简单一步将液体代替压缩空气注入瓶中，同时实现塑料容器的塑形和灌装，减少 70%的二氧化碳排放量和 92%的塑料使用。此外，可替换果冻芯包装技术还能够有在灌装过程中有效阻断 90%的空气，确保资生堂红水灌液锁鲜，一步到位。



SHISEIDO 资生堂红水应用可替换果冻芯包装技术

此外，在今天的进博会上，资生堂携国内上市的 19 款明星产品及其替换装单品集体亮相进博会，大力推动美妆替换装，促进绿色增长，助力循环经济。



资生堂 19 款明星产品及其替换装



今年，资生堂作为第六届中国国际进口博览会参展商联盟日化消费品专业委员会会长单位，资生堂结合绿色消费浪潮趋势，围绕绿色创新领域大家共同关心的议题，组织专委会成员走访企业参观学习，与美妆行业上下游企业开展研讨、分享最佳实践，引进国内专家资源探讨前沿洞察，与同行们携手，一同绿色前行。

**“社会之美”：“薰衣草花环”项目帮助癌症患者重拾自信**



“薰衣草花环” (LAVENDER RING) 项目

为了帮助癌症患者重拾自信，资生堂集团于 2017 年开始在日本开展“薰衣草花环” (LAVENDER RING) 项目，通过美妆的力量，帮助癌症患者提升生活质量、自信地融入社会生活。2023 年，“薰衣草花环”癌症患者关爱公益项目连续第二年落地中国，并来到了上海、北京、广州等城市。通过美的力量帮助更多癌症患者修饰容貌，专注自我表达，重拾自信积极面对生活。