

## 新品牌 新模式 资生堂携手屈臣氏中国市场再加码

4月12日，日本资生堂集团旗下又一超高人气护肤品牌——“d program 安肌心语”在上海举办了品牌上市活动。此次新品牌的导入，资生堂与知名美容及保健产品零售商屈臣氏进行的线下销售战略合作引发行业关注。



此次上市活动，资生堂将举办地点选在了有上海颜值新地标之称的 LuOne 凯德晶萃广场。在宣告“d program 安肌心语”品牌正式进入中国、在屈臣氏独家线下销售的同时，又第一时间实现线下消费者与产品的零距离接触。人气艺人阚清子作为特邀嘉宾现场也分享了她的产品使用心得。同时，通过展区内设置的以d为核心打造的d room和d wall的互动设施，让每位到场者都可以亲身体会d program 安肌心语打造的无惧敏感的美肤之旅。



## 合作共赢 打造美妆品牌推广新模式

3月伊始，当资生堂发布“d program 安肌心语”导入中国，并在屈臣氏销售的消息时，便在美妆和零售两大行业内引起不小的波动。发布会现场 d program 安肌心语的品牌部长大野先生表示：“这一次与屈臣氏的战略合作，其价值不能简单的用“品牌合作”来概括，而是资生堂和屈臣氏携手对于新品牌推广模式的一种全新挑战。通过屈臣氏，针对年年增加的敏感肌女性，提供‘d program 安肌心语’提倡的‘安护敏感 养成美肌’新的价值。今后，资生堂还计划通过在屈臣氏门店内设立“店中店”，为顾客带来更好的品牌体验。”另外，这次的战略合作，除了品牌方的投资之外也将积极活用来自屈臣氏方的投资和资源。



作为资生堂“d program 安肌心语”线下独家战略合作渠道，屈臣氏在国内超过 470 个城市拥有超过 3,600 家店铺和逾 6,500 万名会员，近年来，屈臣氏除了不断加强产品品类的建设，优化提升消费者的购物体验外，同时也在积极推进革新性的商业拓展。屈臣氏庞大渠道资源、丰富的美妆产品零售经验和完善的产品体验服务，正是资生堂在中国市场让新品牌“d program 安肌心语”实现发展所看重的因素。

而如今资生堂成为有着 147 年历史，拥有众多品牌，产品在全世界 85 个国家销售的世界级化妆品集团。对于致力于用更多样化的优质产品和服务与消费者建立起更紧密的联系屈臣氏来说，这次“d program 安肌心语”的重要性也不言而喻。总之，战略合作对于双方来说意义重大。



## 业绩新高 中国市场尤为重要

根据资生堂集团 2018 年全年财报显示，集团 2018 年全球业绩高达 10948.25 亿日元（约人民币 673 亿元），中国市场整体增幅高达 32.3%、创历史新高。而随着“d program 安肌心语”的导入，资生堂 2019 年的市场表现使人更加期待。

### 媒体垂询：

---

资生堂（中国）投资有限公司 地址：上海市浦东新区世纪大道 826 号陆家嘴金融广场办公楼 3 幢 3F-8F

公关部：戴春艳 021-38127000x8992 陈海佳 021-38127000x.8008

北京普乐普公共关系顾问有限公司 高洁纯 gjc@prap.com.cn, 石莹 shiying@prap.com.cn