

**BEAUTY METHOD 至美体验 资生堂全新概念体验店惊艳亮相 2019 美博会**

2019年5月20日，第24届中国美容博览会（以下简称：CBE）在上海新国际博览中心盛大开幕，来自全球40多个国家和地区的逾4000家企业集结于此，合力打造亚洲规模最大的美容化妆品行业盛会。资生堂携旗下人气品牌和创新成果高调参展，备受期待的全新概念体验店——BEAUTY METHOD也在展会期间首次与公众见面，掀起美妆消费体验的新浪潮。

**全新体验塑造新型服务**

漫步于炫目时尚的CBE展馆，概念新颖、格调别具的资生堂BEAUTY METHOD令人置身另一方精致天地。为使顾客获得前所未有的消费体验，资生堂突破传统，将“美妆”与“美食”巧妙融合，以“美丽厨房”的新奇创意打造令人印象深刻的零售小铺，成为展馆内的一道独特风景。



资生堂展馆

步入 BEAUTY METHOD，法式餐厅般的典雅情调跃然于心。店铺中央的开放厨房能够满足各类“用餐者”的心仪所需。体验者可以惬意地围坐在“餐桌”周边，通过“菜单”选择合乎品味的美妆套餐，如享用纯正美食般感受化妆、美容的乐趣，还可与爱美人士面对面互动，分享自己的美丽智慧。为活跃现场气氛，资生堂在展示

期间带来品尝美食、体验产品、美妆讲解等一系列活动，让参与嘉宾全景体验“美妆+美食”的创意魅力。



现场陈列产品

在 BEAUTY METHOD 空间内，顾客能够获得“主厨”或“甜点师”的专业指导与建议，增进对自身肌肤和适用产品的了解。针对不同年龄段的女性消费者，店铺还会提供关于美容、化妆、发型、穿着、饮食、健身等方面的综合性建议，扮演起生活顾问的角色。从理念到格局，从服务到体验，资生堂 BEAUTY METHOD 都显示出良好的行业前瞻性，实现了沉浸式购物体验。





现场消费者体验

资生堂中国化妆品本部野田本部长在接受记者访问时针对 BEAUTY METHOD 概念店的三大亮点进行了阐述：“我们希望给顾客营造一个放松、舒适、友好、亲近的购物环境，让他们感受到购物的享受感和愉悦性。其次店铺中美妆与美食同时陈列的方式也最大化的给顾客挑选的权利，灵活展现了美妆与美食的共通点，让顾客享受探寻、选择、发现化妆品的愉悦性。同时也是进一步体现了资生堂专业的服务，根据每个消费者自身的需求，提供符合他们自身的定制化建议与解决方案，是一个良师益友般的存在。”



资生堂中国化妆品本部野田本部长接受记者采访

## CS 战略布局剑指未来

新零售时代，资生堂在 CS 渠道建设上不遗余力。2018 年，资生堂启动“心链接”和“新零售”两大项目，分别从服务和技术两方面为专卖店赋能。去年 CBE 期间，资生堂搭建起充满未来科技感的互动展台，将数字技术与商业环境进行有机结合，引领消费体验的优质升级。

在全力推进 CS 布局之际，资生堂通过加速创新进一步提升品牌价值。年初，资生堂在上海成立“中国事业创新投资室”，紧盯中国市场开展创新业务；4 月，资生堂“全球创新中心”正式启用，推动交流、合作与成果转化，并制定全新企业理念，明确“BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD”（美力创新让世界更好）的企业使命。

拥有超过 140 年品牌历史，新时期的资生堂正以崭新姿态迎接未来。以 VISION2020 为指引，资生堂将 2018 年后的三年定位为“加速成长新战略”施行期，而 CS 渠道建设是实现预期愿景的重要战略之一。继 CBE 首秀后，首家 BEAUTY METHOD 体验店将于 2019 年 8 月落地舟山，正式开启美妆体验新纪元。野田本部长也表示：“资生堂会采用改造或开新店的方式，陆续与代理商合作，在未来开设更多 BEAUTY METHOD 门店。”