

<新闻通稿>

本文是日本国内新闻通稿的中文译稿

2019年11月1日



一丝纤维[※]，开创护肤新体验
“Fine Fiber Technology”的应用首次实现商品化
 系列产品在日本及亚洲的销售由“媛色”开启

—— **FUTURE SKIN by Fine Fiber Technology** ——

花王株式会社

花王株式会社（社长・泽田道隆）将于2019年12月4日发售高端品牌“est（媛色）”的“蓓优密美丝膜”系列产品（该系列包括：美容液：12,000日元；小型高性能仪器：50,000日元；化妆液：8,000日元，上述均为税前价格）。此系列产品标志着通过仪器直接在皮肤上喷洒超细纤维并形成积层型超细薄膜的技术“Fine Fiber Technology”首次实现了商品化。由小型高性能仪器喷洒形成的超细薄膜与美容液配合使用，睡眠中也能确保肌肤的湿润环境，从而开创全新的夜间护肤体验。

“FUTURE SKIN by Fine Fiber Technology”——由一丝纤维[※]开创未来的护肤体验，“媛色”将令人惊艳于肌肤美若新生，享受为之感动的瞬间。

※指从丝膜喷雾器喷洒出的丝状化妆液



广告示意图

上市目的

据花王调查，近来，护肤品市场上1万日元以上的高价位区间正在扩大，其中尤以百货店的这一倾向更加显著。而在日本及亚洲范围内，热衷于日常护肤的消费者，较多关注与最新技术和美容相关的信息，且有对美容方面不吝投资的倾向。

有鉴于此，为满足此类消费者对美的追求，花王将通过以百货店客层为中心的高端品牌“媛色”，来推广应用了花王最先进技术“Fine Fiber Technology”的新型护肤习惯。



“媛色”自2019年11月起，以“Together Growing Beauty”理念为基础重塑品牌，伴随新高附加值系列产品的发售，提供全新的美容建言。

陪伴每一位客户追求美感的美容顾问“Growing Partner”，将会贴心地把“由一丝纤维[※]，开创护肤新体验，FUTURE SKIN by Fine Fiber Technology”的实感呈献给每一位客户。

产品特点

“蓓优密美丝膜”系列是晚间护肤之后，通过两个步骤来完成的特别护理用商品系列。由小型高性能仪器喷洒形成的超细薄膜与美容液配合使用，提供全新的夜间护肤体验。

在晚间护肤的最后，首先让皮肤充分吸收“丝膜美容液”，然后将“丝膜化妆液”置入小型高性能仪器“丝膜喷膜器”，并均匀地喷洒薄膜于肌肤表面。随后，在肌肤上形成的超细薄膜与肌肤服贴后会变得透明，如同与自身肌肤合而为一一般，睡眠中亦可长时间紧密贴合。直到翌日清晨除去薄膜之前，都能确保肌肤的湿润环境，避免干燥的伤害，持久滋润。

事业推进

2019年12月开始，本系列产品将在日本国内6家百货店、以及花王的直营店(BEAUTY BASE by Kao·东京都中央区银座)率先发售，随后将于2020年开始陆续扩大各主要百货店的销售。海外市场上，将从2020年起陆续在韩国的免税店、花王香港、花王新加坡、花王台湾、花王中国等亚洲地区扩大销售网点。同时，面向中国的消费者，从2020年1月起将率先开启跨境电商的销售。

◆ 商品概要 ◆

※提示价格为厂商建议之未含税零售价

商品名・容量・价格	商品特点
媛色 蓓优密美丝膜美容液 40克 本体：12,000日元 替换装：11,500日元	令肌肤维持润泽的美容液。 采用富含水分的 Water Sealing 水密技术，充分滋润肌肤。 
媛色 蓓优密美丝膜喷膜器 50,000日元	能够喷洒丝膜化妆液的小型高性能仪器。 置入丝膜化妆液后使用。 在肌肤上喷洒形成轻盈柔和、不受肌肉运动影响紧密贴合肌肤的超细薄膜。 【商品规格】 重量：230克 电源方式： 7号碱性干电池2节(另售) (与松下电器产业株式会社 Appliance 社共同开发) 
媛色 蓓优密美丝膜化妆液 9毫升 8,000日元	能形成与肌肤一体化的超细薄膜的化妆液。 配合丝膜喷膜器，可以在肌肤上形成超细薄膜。轻盈柔软的极细薄膜能够随肌肤的张弛而动。 

◆ 发售日期 ◆

日本：2019 年 12 月 4 日起在直营店和 6 家百货店先行发售

（直营店：BEAUTY BASE by Kao，东京都中央区银座）

（百货店：伊势丹新宿店/西武池袋本店/高岛屋横滨店/JR 名古屋高岛屋/阪急梅田本店/
近铁百货海阔天空总店）

预计自 2020 年开始陆续扩大在百货店的销售范围。

海外销售网点（预计）：

2020 年开始陆续在免税店（韩国）、花王香港、花王新加坡、花王台湾、花王中国发售。

跨境电商计划自 2020 年 1 月开始发售。

（完）

【参考】

作为化妆品事业新的成长战略的支柱，花王集团于 2018 年 5 月确立了“新全球战略组合”。在佳丽宝化妆品、苏菲娜、珂润、Équipe、Molton Brown 等 5 个化妆品事业体中甄选 11 个战略品牌，构成“G11 全球战略组合”。以效果实证这一集团优势，融合诉诸五感的感性美，打造品牌个性并加速培育包括日本在内的亚欧市场。

