



# 天然补水不用水 养生堂桦树汁系列产品日本上市

王静

桦树,一个广泛分布于亚欧大陆高寒地带的树种以顽强的生命力闻名世界。在自然界,它的象征意义是:生与死的考验。北极圈附近的森林里,桦树在春天最早发芽,秋天最后落叶。即便在大火烧毁森林以后,首先生长出来的通常也是桦树。

春天冰雪融化时,桦树根从开始解冻的土壤中大量吸收水分。桦树干中蓄积了一整个冬季的营养物质,被进入的水分充分溶解,便形成了桦树汁。汲取大自然的力量,探索桦树生命力的奥秘,农夫山泉和养生堂集团科研团队在全球上下求索,历经3年研究,终于,养生堂旗下桦树汁系列化妆品得以面世。

2018年10月24日,来自中国的化妆品品牌养生堂在日本东京上市,强势入驻高端百货伊势丹。发布会上,4款天然桦树汁系列产品同步面市,其中包括补水保湿面膜、清爽型保湿液、滋润型保湿液和保湿霜。



## 好的产品会说话 桦树汁系列成吸粉利器

在发布会现场,数百名受邀前来的日本美妆博主对产品进行了体验。事实证明,消费者对桦树汁系列产品的喜爱是跨越国界和语言的。

试用之后,日本一位高人气网红评价道:“这个系列的产品非常温和。我的皮肤是偏敏感肤质,但这些产品使用以后没有感觉到任何刺激,非常滋润,吸收很快。另外面膜的膜布剪裁也很好,非常贴合。”

ins上美妆博主们也纷纷开启了安利模式:“保湿滋润”、“温和清爽”、“适合这个季节使用”等等好评不断。

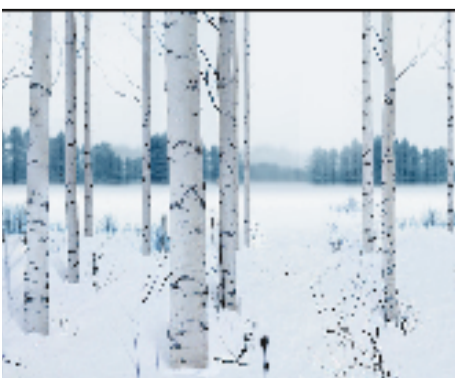
一些产品细节也很受时尚博主推崇。如有博主提到:“面膜的质地很好,剪裁也很合理,跟面部皮肤非常贴合。”还有博主表示养生堂面膜产品非常“奢侈”,因为全部使用的是昂贵的桦树汁原液,没有添加一滴水。

以优质产品与天然理念为桥梁,桦树汁系列产品成为中国化妆品在日本的吸粉利器,国内的代言人蔡徐坤试用后说道:“天然、滋润、清爽,用完第二天,皮肤依然很舒服。”蔡徐坤是超级敏感肌肤,然而桦树汁面膜的温和度表现令他惊艳。

## 入驻高端百货伊势丹 养生堂系列化妆品日本开售

11月1日,养生堂化妆品宣布进驻东京知名百货商场伊势丹,这是养生堂继上月发布会之后的又一大动作。至此,养生堂化妆品正式在日本市场开售。养生堂方面介绍,之后相关产品还将陆续登陆日本知名药妆连锁系统,纵深开拓日本市场。作为首个在国外上市的中国化妆品品牌,诞生仅仅一年的养生堂走在了行业的前面。

新宿伊势丹,是东京久负盛名的地标性时尚中心,至今仍以敏锐的流行触觉著称。日本三大设计名家,山本耀司、川久保玲、三



宅一生都在这里留下了自己的创作理念和作品。因此,在伊势丹销售的品牌也多是驰名已久的国际大牌。而在选择引入新品牌时,伊势丹也有着相当高的准入标准。

能够成功进驻伊势丹,养生堂化妆品已经在一定程度上证明了其品质。

事实上,从养生堂开始研发天然桦树汁系列产品之时,就始终将品牌定位在高品质化妆品上。

据悉,养生堂化妆品的产品开发思路,是“自主开发核心科技,融合全世界智慧”,即整合各国的先进技术,来为自己的产品服务。

因此,此次养生堂化妆品在伊势丹开售后能否取得良好的业绩值得期待。这既是对中国化妆品品牌的一次深度检验,也是国产化妆品向国际市场证明自己的良机。希望在不久的将来,能看到更多来自中国的化妆品,与国际一线大牌同台竞争。

## 天然补水不用水 发现肌肤补水的天然来源

好评如潮的背后是技术和科研的硬功夫。为了研制出更好的产品,养生堂化妆品的核心技术科研团队,深入到分子、细胞层面,探究桦树汁的保湿机理,通过不懈努力,最终实现了“天然补水不用水”的颠覆性创新。

对桦树汁的进一步研究发现,其富含人体与肌肤所需的多种维生素、18种氨基酸、11种脂肪酸、18种微量元素,包含抗氧化营养元素硒以及具有生物活性的钙、镁、钾等矿物质。而这一切都为人体肌肤带来了意想不到的美容效果。在欧洲,桦树汁也被广泛应用于美容美体,这已经是北欧和东欧的千年传统。

养生堂化妆品研发中心从北欧传统中获得了灵感,并通过现代科技予以论证,在北纬45度以上高寒地区探寻野生桦树林,于初春之际,采集新鲜白桦树汁,结合现代先进护肤产品研发工艺,革命性地使用白桦树汁研配,不额外添加一滴水,充分保留汁液的自然活性,令每一滴保湿精华犹如现采。

## 从“水专家”到“补水专家” 所谓跨界是源于对水的专注

农夫山泉为何跨界卖起了面膜?其实,作为天然饮用水的行业领导者,从诞生的第一天起,农夫山泉就致力于研究水以及水和人体之间密不可分的关系。随着对水的深入研究,从身体喝的水到肌肤补水——这些对人体健康有益的方式——都逐步成为他

们的研究课题。

去年国内发布会上,养生堂董事长、农夫山泉董事长兼总经理钟睺眈介绍了养生堂天然桦树汁补水系列产品从原料发现、配方研究、采集品控、生产制造等整个创新研发的过程。他说,“我们的科学家和研究员去过包括西藏那曲、吉林长白山等很多地方,研究当地的各种矿泉,希望可以找到补水效果更好的珍贵水源。但经过多年研究,我们发现不同水源对肌肤补水的效果并不显著。包装一个概念,售卖高利润但实际无效的产品,这不是农夫山泉做的事。”

“我们对桦树开展了三年不间断的研究。凡是盛产桦树的国度,我们都前往考察,仅芬兰就去了三个冬天。”钟睺眈回忆道。

## 集国际供应链智慧 养生堂研发彰显中国品牌实力

养生堂化妆品的产品开发思路,是“自主开发核心科技,融合全世界智慧”,即整合各国的先进技术,来为自己的产品服务。

养生堂化妆品的核心技术由养生堂厦门大学联合实验室、养生堂天然药物研究所、养生堂上海化妆品研发中心组成的科研团队完成。产品设计先进理念,养生堂化妆品最终呈现出的效果也非常出色。在保湿效果上,根据全球第三方测试机构Intertek测试,使用养生堂面膜后皮肤的保湿性能提升了50.1%。

在温和度的表现方面,经日本DRC人体安全性测试试验表明,养生堂桦树汁面膜的刺激指数只有1.9,远高于日本准许上市标准(日本标准为5-15,数值越小刺激度越低)。1.9的刺激度简单来说,就是和生理盐水相当,再简单点说,和眼泪相当。这一特点对于日本消费者无疑具有相当大的吸引力:由于“花粉症”等国民皮肤病的存在,“镇定、抗敏感”等功能是日本市场的核心诉求之一。

据悉,桦树汁补水保湿液面膜在日本市场定价为2800日元,折合人民币177元/盒。这个价格已经高于同款产品的国内售价,也高于日本相当一部分的面膜产品。

日本化妆品是公认的代表着目前化妆品行业的尖端水平,此次养生堂化妆品在日本开售后能否旗开得胜,这既是对中国化妆品品牌的一次深度检验,也是国产化妆品向国际市场证明自己的良机。希望在不久的将来,能看到更多来自中国的化妆品,与国际一线大牌同台竞争。