

Rituals怡式启动专属门店焕新升级项目：30 个工作日完成 1500 家精品店改造

此次焕新计划充分印证实体门店对Rituals怡式的核心意义——正是这些门店是品牌每日鲜活、传递品牌内核的载体。

阿姆斯特丹，2026 年 7 月 6 日，周一 | 身体护理及家居香氛品牌Rituals怡式将于8月启动欧洲规模顶尖的实体门店升级工程，斥资 4000 万欧元，完成覆盖 30 个国家共计 1500 家线下精品店全面焕新。本次改造最大亮点在于兼顾超大规模与极致效率：品牌摒弃分多年分批迭代门店形象的传统模式，计划仅用 30 个工作日同步升级全部 1500 家门店。此次门店翻新将与多款全新系列同步上市，新品需要更开阔、更具质感的空间去展示，全新定制陈列装置，统一适配门店视觉风格与全线产品调性。

当下众多零售品牌关停线下门店、将经营重心转向线上，Rituals怡式却持续加强实体线下门店布局，印证品牌坚定持续投入实体零售的战略选择。品牌首席商务官Gregory Bruyer表示：“实体线下渠道是完整落地品牌体验不可或缺的一环。本次项目的特别之处，在于我们同时升级 1500 家门店的线下消费体验。由遍布欧洲的近百支施工团队，平均每个工作日，我们要完成超过40家门店的焕新，这是一项极具复杂度、也充满挑战的大工程。”



以美妆与香氛为核心的高端体验

精品店将呈现更轻盈、更高端的总体质感，同时更着重于顾客体验、产品陈列与探索发现的氛围营造。在此次焕新理念的核心，是‘Beauty World’，将护肤、彩妆、护发与香氛产品集中陈列于中心区域，为品牌高速增长的美妆、香氛产品线预留充足展示空间。其余产品线也将获得更醒目专属陈列位，包含珍藏系列、男士系列以及全新上线的护发系列；此外，Luxury Travel Collection（奢华旅行系列）也将陈列在绝大多数精品店。

实体零售作为增长的核心驱动力

全球零售市场普遍掀起闭店潮，但Rituals怡式始终坚定布局线下实体。线下门店是品牌理念落地的具象化，消费者在此亲自体验产品、享受片刻松弛——一杯热茶、一次手部护理、一对一专属服务，都是独属于线下的治愈体验。品牌也正通过与线上下单门店自提、全品类线上云货架、门店直发等数字化服务功能配合，实现便捷消费与贴心服务融合，形成更完整的品牌体验。

作为以Well-being（身心幸福）为核心的身体护理及家居香氛品牌Rituals怡式，全球平均每个工作日新开一家门店，以亚太市场为重点拓展区域。结合目前线上已贡献约两成营收、持续壮大的数字化渠道，实体零售正构成品牌进一步增长与长期成功的重要基石。今年8月至9月的焕新将率先集中于欧洲；待全新系列完成亚太及中东市场上市后，当地门店将于 2027 年一季度同步开展升级改造。

品牌创始人兼首席执行官 Raymond Cloosterman 发言

“打造全球化身心疗愈品牌，是我长久以来的梦想：在高端美妆赛道开创全新模式，率先兼顾高品质产品、亲民友好定价，同时持续为人类与地球创造正向价值。我们打造的从来不止零售门店，而是完整的生活方式品牌。自品牌创立之初，线下精品店便承载着至关重要的使命——这里，我们所定义的轻奢生活美学得以真实呈现。”

循环复用，践行可持续焕新

本次门店改造遵循「精简拆除、焕新优化、物料复用」三大原则，所有原有陈列家具与建材均尽可能循环利用，契合作为获得 B Corp™（共益企业）认证的品牌。新增配套设施采用模块化灵活设计，可适配不同产品线、灵活调整店内布局。整套焕新方案深度贴合Rituals怡式长期可持续发展战略：品牌稳步扩张的同时，坚守环保责任、物料循环、回馈社会的初心。这一理念同样贯穿品牌「收益公益承诺」项目，Rituals承诺将上一年

净利润的10%用于支持改善人类和地球福祉相关事业，在公司的业务经营之外，产生更为深远的社会影响力。

Contact details

Contact

pr@rituals.com

Copy link

<https://www.rituals.com/newsroom/zh-HK-CN/267730-rituals-30-1500/>