

# “嗅觉经济”逐渐崛起 让鼻子“爽”的市场 会是下一个蓝海吗?

■沈哲韬

故宫文创十二花、西溪桃花、昆仑煮雪、书院莲池、浮光竹影……如今,伴随消费者的“味觉审美”不断升级,中国香氛与香水品牌正在迎来黄金发展期。

据前瞻产业研究院发布的《全球香氛行业分析报告》显示,中国市场香水消费增速明显,预计2018年至2024年间,中国市场将保持约15%的年复合增长率,到2022年,市场规模预计突破400亿元。

## 香水取代口红成“精神慰藉”

上个世纪,每当经济萧条、不景气时,便会出现一种名为“口红效应”的有趣经济现象。

它指的是每当经济不景气时,口红的销量不降反升。原因是当经济不景气的情况下,主妇们或是单身女性为节约开支,会减少化妆品及奢侈品的购买,但不可避免地还是拥有强烈的消费欲望,而在这

种情况下,口红作为廉价的奢侈品,可以对消费者起到一种心理安慰作用,反而销量大增。

2020年疫情肆虐,人们戴上口罩遮住嘴巴,口红以及化妆品的整体销售都大幅下降,使得“口红指数”基本失去了参考价值。

但有一种美容产品不仅没有下滑,反而蓬勃发展,在2021年的销售额意外飙升,它就是——香水。

根据天猫平台公开数据,2020年全年香水销量对比2019年增长45%。非常有意思的是,消费者对甜香和果香型香水的兴趣增加,在全球封锁期间更是暴增。

适应居家隔离生活方式新常态之际,人们想用更甜美的香水来回味花园或公园的气息。

“因为疫情影响,基本没有境外出差了,大部分时间都在家办公,每天对着冰冷的墙壁与电脑,此时喷一喷香水,周围气味一变,给居家枯燥办公带来了一丝不同,有助于快速转变心情。”从事外贸

营销工作的徐瑶瑶告诉笔者。

不仅如此,香水的用法不仅可以赋予个人身体部位或衣物的香味,还可以用来安神助眠。

“香水助眠的原理说来简单,就像是刚出生的宝宝喜欢习惯妈妈身上的奶香,只让妈妈抱着睡觉一样,熟悉的、安心的味道总能让人处于一个相对放松的精神状态中,这样就更容易并且舒舒服服地进入梦乡。”从事香水品牌营销的相关专家表示。

## 定制化“小众香”迎来新蓝海

定制化和个性化一直是消费升级的重要趋势。在家居香氛品类上,定制化需求在自用型消费中同样显著。

但如果说刻字或者在香水上推出“定制标签”是一件还算可行的事情的话,那么在大规模化生产的企业面前,香味的定制化,对于个人消费者几乎成了一个不可能的梦想。

2021年初,路易威登推出了

全新的香水定制服务,消费者在回答“最喜欢的食物”“最难忘的童年回忆”等问题后,法国格拉斯的工匠会根据这些答案调制配方,一年后一款完全定制的高奢香水便会交付消费者。

这一服务让人惊叹,同样让人惊叹的是它的价格——47万元人民币。

过分高昂的价格让人望而却步,同样可以实现定制的手工香氛和DIY香氛却因此获得了广阔的市场需求。

在嘉兴,做原创香氛蜡烛的王思雨经常会收到一些送礼的订单。她通常会向送礼者询问被赠予者的个人性格和特征,然后根据自己的想象用香精调出匹配的香味,让这款蜡烛拥有这个世界上独一无二的味道。

“人们对每个空间会有不同的想象,所以我希望通过定制的方式形成与消费者沟通的新策略。”王思雨告诉笔者。

在王思雨制作的星宇系列香

熏中,她为不同的味道定义了各自的使用空间:桂花香类代表的是“灵感肆意挥洒”,木香类代表“与友相约,在客厅里畅聊”,沉香和桂皮香类意味着“在书房触及心灵的柔软”……

“书房的沉香和桂皮会给我带来沉静的感觉,而客厅有时候会有客人过来,所以希望能够用一些有我气质的香味来表示欢迎,所以就选择了木香。”经常购买定制香氛的市民徐瑶瑶说。

事实上,在新经济时代,90后00后消费群体已成品牌的重要拥抱对象,他们通常不只满足于功能需求,而是更注重颜值、个性化。这一市场环境也催生出小众香水的市场。

根据《中国香水行业研究白皮书1.0》显示,在香水消费方面,30岁以下的年轻消费者正在淡化对大牌的追求,他们抗拒“撞香”,也不愿意用香水讨好他人,热衷于追求木质调、海洋调等清心寡欲又个性化的“小众香”。

## 理财聚焦

# 企业年金上半年 大赚625亿元

■华军

从单一计划、集合计划两类中,含权益类组合的加权平均收益率都跑赢固定收益类组合。

法人受托管理资产规模排名前三的机构分别为国寿养老、平安养老、工商银行,截至2021年二季度末,受托管理的资产金额分别约为5007亿元、3729亿元、1916亿元;投资管理规模排名前三的机构分别为泰康资产、平安养老、国寿养老,组合资产金额分别为4007亿元、3004亿元、2756亿元。

从收益率情况来看,今年上半年,企业年金含权益类组合加权平均收益率为2.85%,而固定收益类组合的加权平均收益率为2.14%。若从企业年金不同计

## 财友圈

# 大额存单不香了?

3年期存款利率连续下降

■小钰

分别为2.3%、2.9%、3.45%。此外,该理财经理还推荐了期限更短的结构性存款,1万元起售,期限为88天的结构性存款预期年化收益率为1.1%~3.42%。

今年6月,市场利率定价自律机制优化了存款利率自律上限的确定方式,将原有存款基准利率一定倍数形成的存款利率自律上限,改为在存款基准利率基础上加上一定基点确定。随后多家银行已明确下调1年期以上定期存款利率。

统计数据显示,新的存款利率报价方式影响最大的是长期存款利率,3年期存款平均利率持续3个月下跌,大额存单多数期限利率下跌5%以下。

此前作为揽储利器的大额存单,利率明显下调,若非特别询问,已经不再是客户经理主要推荐的产品。据了解,3年期大额存单相比此前3.8%左右的利率,已经稳定在3.55%以下。

在某国有大行网点,在被问到是否有关于“安全”的产品后,客户经理推荐了该行在售的5年期银保类产品,该产品年化利率为3.5%,并以复利计息。

“存款利率近几个月已经明确下调,目前我行没有在售的大额存单,3年期和5年期调整整取的存款利率均为2.75%。”某股份行客户经理介绍,该行20万起存,1年期、2年期和3年期的大额存单年化利率分别为2.3%、2.9%、3.55%。

“这几个月以来大额存单利率已经明显下降了,但我们行还是比大型银行的大额存单利率高不少。”某城商行客户经理介绍,该行20万元起售,1年期、2年期和3年期的大额存单利率

分别为2.3%、2.9%、3.45%。此外,该理财经理还推荐了期限更短的结构性存款,1万元起售,期限为88天的结构性存款预期年化收益率为1.1%~3.42%。

今年6月,市场利率定价自律机制优化了存款利率自律上限的确定方式,将原有存款基准利率一定倍数形成的存款利率自律上限,改为在存款基准利率基础上加上一定基点确定。随后多家银行已明确下调1年期以上定期存款利率。

统计数据显示,新的存款利率报价方式影响最大的是长期存款利率,3年期存款平均利率持续3个月下跌,大额存单多数期限利率下跌5%以下。

此前作为揽储利器的大额存单,利率明显下调,若非特别询问,已经不再是客户经理主要推荐的产品。据了解,3年期大额存单相比此前3.8%左右的利率,已经稳定在3.55%以下。

在某国有大行网点,在被问到是否有关于“安全”的产品后,客户经理推荐了该行在售的5年期银保类产品,该产品年化利率为3.5%,并以复利计息。

“存款利率近几个月已经明确下调,目前我行没有在售的大额存单,3年期和5年期调整整取的存款利率均为2.75%。”某股份行客户经理介绍,该行20万起存,1年期、2年期和3年期的大额存单年化利率分别为2.3%、2.9%、3.55%。

“这几个月以来大额存单利率已经明显下降了,但我们行还是比大型银行的大额存单利率高不少。”某城商行客户经理介绍,该行20万元起售,1年期、2年期和3年期的大额存单利率

## 股市快报

不确定性渐消

# 医药板块结构性 机会显现

下半年大幅回调的医药板块近日回暖。多位行业分析师认为,随着行业政策渐次落地,医药板块情绪有望改善,结构性机会突出。

进入9月,医药板块走高。同花顺数据显示,9月3日至9月22日,申万医药生物行业指数累计上涨6.56%。此前,该指数在7月1日盘中攀升至阶段性新高后呈现下降态势,并在9月2日跌出年内新低,最大回撤超21%。从7月1日至9月22日,申万医药生物行业指数累计跌幅仍达到13.50%。

个股层面,9月3日至9月22日,394只医药股中254只上涨、占比64%,其间涨幅超过20%的个股有32只,威尔药业以66.15%的涨幅居首,太安堂、阳光诺和涨幅超过40%,天宇股份、司太立、泰格医药、美迪西等多股涨超30%。

近期,随着行业政策不确定性逐渐消除,尤其是本月中旬人工关节带量采购降价结果好于市场预期,市场悲观情绪得到缓解。中航证券医药行业分析师沈文文指出,近期医药行业政策频发,药品、耗材带量采购工作推进提速明显,胰岛素在第六批药品集采已经确定,未来随着中药等产品带量采购的逐步开展,医药市场将会加速分化,一方面国产替代提速,另一方面龙头效应将会加剧。短期来

## 职工理财经

# 一年省油气一千多升 听听他的节油技巧

■张燕

“脚轻、手快、勤滑行,尽可能将发动机转速控制在50%—75%这个范围,能达到最佳功率,从而减少能耗。”9月22日是“世界无车日”,宁波公交集团镇海公司399路司机余光军分享了他的节能减耗技巧。余师傅曾获得全国公交车驾驶员技术大赛“节能技术明星”第一名,日常工作他一年能省油(气)一千多升,他的节油技巧值得广大私家车主学习。

### 保持良好车况 为节油创造条件

“要想节能,首先要爱护车辆,让车辆的每一个部件时刻处于最佳状态,这是节能的基础。”余光军介绍,车辆的性能好坏决定了是否能节约能耗。他自入行起,就成天跟在修理师傅身后。一看到有车要修,他就全程“围观”,不仅把维修护理的全过程看在眼里,还把车辆故障原因、机件维护原理都弄得明明白白。

现在他驾驶的车型是气电混合车辆,平时他每天早上打开发动机后盖检查机油和冷却液是否正常,检查下皮带的张紧度是否正常、空气滤芯是否有堵塞,等发动后气压上来后再试下刹车是否回位正常,日常他也非常注重做好轮胎的保养、电动车机舱的除尘以及打气泵空滤除尘,以点带面地保持车辆技术状况,才能做到故障少了,

### 降低才能提高。

#### 保持良好心态 形成节能习惯

“良好的认识心态是首要保证。路堵路通都不能急躁,安全降耗才能确保到位。”在市区开车,容易堵,起步停车时间会多,很多司机不注意,但其实这才是节能减耗的关键环节。

余师傅介绍,起步时,尽可能采用低速挡,缓缓加速,稳当起步;停下来前应提前滑行,控制车速;遇到红绿灯,心态要好。

很多驾驶员为了赶时间喜欢猛刹车、猛起步,这些都是节能的大忌,而且事实上快不了多少,为此,余光军从不开快车,他踩油门的那只脚永远是“温柔”的,在运行中他还会利用电动公交车回收电能的特性,在下坡路段,提前合理降速,把控好速度、制动距离,最大限度回收电能。一天下来,他所驾驶的车辆在同样情况下,比其他车辆能耗省10%。

“开车要有预见性,通过提前控制车速,尽量避免紧急制动,要在意识上形成节能习惯,只有在平时操作中多用点心,节约一点点滴,才能‘聚沙成塔’。”余光军说。

在工作中,余师傅发现,“温柔”的操作方式既避免了因特殊情况引发的减速或刹车,保持动力电池平稳输出,降低能耗,又让他在乘客中取得了良好的印象,很有成就感。

## 保险ABC

# 保费低廉 形式灵活 这类保险正成财险“新宠”

■李利

国庆7天长假要来了,小周计划好要带家人自驾游,恰好收到了一条广告消息,显示19.9元的价格可以保国庆7天的驾乘意外、保额是10万元,价格不贵正好需要,小周顺手就支付了一份。

车险改革给财产险公司的经营带来巨大的影响。今年上半年,行业车险保费收入为3744亿元,同比下滑8%,财险“老三家”综合成本率悉数上升。面对不确定性的挑战,保险公司唯有寻求新的利润增长点,才能在激烈的市场竞争中找到出路,而驾乘意外险便是其中之一。

两三百元的保费,就能给座驾的每个座位保上20万元。近年来,价格上十分亲民的驾乘意外险正成为财险公司“新宠”。有头部险企数

数据显示,驾乘意外险在稳步增长的意外险市场占比已高达四成。

#### 财险“新宠”价格更亲民

驾乘意外险,也称驾乘人员意外险,为驾驶人和乘客提供意外伤害、医疗费用等保障,是意外险的一类细分险种。

一位财险公司人士介绍称,驾乘意外险的面世始于2012年前后,此后数年逐渐成为有车险业务的财险公司的“标配”,并进入到保费快速增长阶段。

数据显示,驾乘意外险在稳步增长的意外险市场中占比已高达四成,但仍具有较大发展潜力。

多位业内人士表示,驾乘意外险作为车上人员责任险的有力补充,保障内容符合车主需求,且保费低,费率更低,车主接受度高。

两三百元的保费,就能给座驾的每个座位保上20万元。近年来,价格上十分亲民的驾乘意外险正成为财险公司“新宠”。有头部险企数



■朱旭

9月底正是品尝大闸蟹的最佳时期,朋友圈里、电商平台各种预售的大闸蟹礼品券早已供不应求。因为携带或送礼方便,螃蟹随吃随兑,蟹券备受消费者的青睐。可近几年,随着蟹券的泛滥,兑换难、蟹券空转的情况时有发生。

据报道,商家印刷面值500元的蟹券,以400元价格卖给营销人员,营销人员以500元价格对外出售,但以250元的价格往回收,再以300元的价格卖给蟹券商家。一只螃蟹没有一张蟹券,蟹券商家稳赚100元,营销人员更可赚150元。

“要做蟹,先发券”,不少螃蟹生意成为了“零成本”买卖。蟹企先卖蟹券,经销商先赊账拿到蟹券,之后经销商在收到客户打款之后再支付蟹款。同时,蟹

企因为无法掌握蟹券真实的销售数据,以及消费者拿到蟹券后可能出现并不兑换的情况,蟹券超发也成了普遍现象。

此外,因为蟹券既没有市场价格也没有行业指导价,叠加送礼的需求,让面值高、折扣低的销售模式成为行业惯例。分析人士称,利用螃蟹券,商家不用饲养螃蟹就可以赚取大量资金,从而不再重视产品本身,而最终买单的只能是消费者。

### “灵活”成最大优势

驾乘意外险和座位险到底孰优孰劣?

专业人士分析称,驾乘意外险的优势在于,一是保障更加灵活:驾乘意外险可以跟车也可以跟人,而车险的座位险只能跟车;

二是保费定价统一,保费更低:驾乘意外险赔付与事故责任方、事故责任比例无关,发生保险事故时,被保险人可根据保险责任获得赔偿,保费定价统一,保费更低,座位险的保费与出险情况、车輛情况有关。在业内人士看来,驾乘意外险可以作为座位险的补充。

在保险期限短,或者保额较低的情况下,驾乘意外险的形式还可以更灵活。比如保险公司与网约车平台合作,从A地到B地的驾乘意外险,因为保险期间极短,跟订

单绑定收取保费,消费者支付的感受度是很小的。再如保险公司与ETC合作,保障的是从进高速公路到出的驾乘意外。

依据不同的保险期间和保额设定,驾乘意外险价格可低至几毛钱甚至几分钱,虽然寿险公司和财险公司都可以经营意外险,但由于与车险场景高度相关,财险公司经营驾乘意外险的优势更大一些。

据了解,驾乘意外险在初期,形态主要是意外身故责任、意外医疗保险责任和住院津贴责任。如今,在这些基础的保障以外,该险种还会与更多的保险责任做组合。