

口罩時代香水重要過唇膏 國際大品牌爭相湧入

2025年中國香水市場料達300億

後疫情時代，香水市場增長迅猛，中國市場更成為香水品牌必爭的重要戰略地。據《2021中國香水行業研究白皮書》顯示，至2025年，中國香水市場零售額預計將達到300億元（人民幣，下同）複合增長率更將達到22.5%，中國香水市場增速料為全球市場的3倍，發展潛力巨大。該報告還指，在疫情影響下，因香水具備「無遮擋」效果不受口罩影響，「香水效應」正取代「口紅效應」受到更多關注，而中國香水市場也將迎來更加成熟以及多元化的發展。

圖/文：香港文匯報記者 倪夢環 上海報道

綜合全球各大化妝品集團2021上半年財報不難發現，香水品類的增長都極為亮眼。路威酩軒集團旗下香水和美妆板塊銷售收入在今年上半年達到30.2億歐元，實現了37%的增長；雅詩蘭黛香水部門2021年淨銷售額增長23%至19.3億美元，經營利潤則從1,700萬美元增長至2.2億美元，香水品類增速僅次於護膚品；科蒂集團2021財年第四季度銷售收入同比增長89.6%，奢侈品香水為公司貢獻了約51%的持續經營淨收入。

消費者：香水是快樂源泉

「因為現在都戴口罩，化妝效果就大打折扣了，但香水的香味卻不受口罩的影響，而且對於我來說，香水可以取悅自己，放鬆心情，所以我很願意在香水上花費。」在今年雙十一時期購買了超過5,000元香水的孔小姐這樣表示。在她看來，香水不止是一種消耗品，更是快樂源泉，「就算我只是一個人在家，噴一噴香水放鬆一下也覺得很高興。」

尤其隨着中國電商發展迅速，越來越多的品牌進入中國，再加上疫情後不少商家通過折扣提振消費，如今的互聯網上香水品牌可謂琳琅滿目，且眾多品牌開設了官方旗艦店，讓消費者不懼假貨風險。孔小姐便表示，「很多品牌以前就算買也沒有正規渠道，但現在它們都有網上旗艦店，疫情發生後雖然是人人流動，但新品進來得更快了，我的消費也明顯增多了。」

今年的進博會現場，眾多品牌也帶來了旗

下香水，希望進一步進入中國市場。在科蒂集團展台，Gucci、Burberry、Chloe等眾多品牌香水吸引了大量消費者的目光，展台工作人員告訴記者，目前香水已經成為了整個中國化妝品市場發展最迅速的品類，「所以我們這次帶來的既有新品也有香水店鋪新形象，我們非常看好中國香水市場發展的趨勢，這對於我們來說是一個非常好的發展機會。」

國產品牌受到資本追捧

不僅國際化妝品品牌競相進入中國市場，國產品牌也受到了資本市場的追捧，成為新消費賽道之一。例如觀夏品牌在2019年獲得了IDG資本等投資，RE調香室2021年獲得了中信資本投資，氣味圖書館則早在2016年得到PUIG集團投資等。上述白皮書指出，隨着中國香水市場的不斷發展，中國香水消費者也已經從追尋大牌轉為更加多元化的訴求，願意嘗試小眾個性的品牌和香味香調，越來越多的香水品牌也在擁抱消費者個性化訴求的基礎上，正積極探索品牌成長和增長路徑。

穎通集團高級副總裁林莉表示，多元化、包容性和藝術性成為當下時代的重要關鍵詞，「這也是所有香水品牌想要贏得中國市場，獲取持續增長所需做出的必要洞察。」



▲中國市場成為香水品牌必爭的重要戰略地。圖為進博會上消費者體驗香水。



▲今屆進博會中，香水成了重要角色。



中國香水消費者變化

- 初用香水年輕化，一二線城市女性初次用香平均年齡21歲
- 品類認知趨於成熟
- 多元化用香需求出現，小眾香調受關注度提升
- 香水配飾屬性強化，香水消費者中每天用香佔比達到44%

數據來源：

《2021中國香水行業研究白皮書》

香水也可低碳環保

香港文匯報（記者 倪夢環 上海報道）穎通集團聯合凱度發布的《2021中國香水行業研究白皮書》稱，在中國香水市場發展中，高端香水份額佔比已超過90%。而無論是高端還是大眾，香水品牌亦走在向低碳環保路線轉變的路線中。

例如在今年進博會中，科蒂集團展示了其最新的碳捕獲技術，原來，通過碳捕獲技術可以將廢棄物進行高度淨化，原本以溫室氣體的形式排放到大氣中的工業排放物，最終產生轉變成為可持續酒精，這也成為了Gucci、Burberry等品牌香水的重要原料。

採用可降解原料

香氬原料巨頭企業德之馨東北亞區副總裁姚文忠亦曾表示，環保香水將是未來香水發展的亮點之一，尤其是原料的可降解是關注方向。

上述報告並指出，香水品牌亦應積極擁抱數字技術，通過數字化深入了解消費者偏好，進而開發更具有針對性的產品，並通過數字化技術整合線上線下體驗，形成有意義的消費閉環。

傳發校外輔導牌 中概教育股飆升

香港文匯報（記者 周紹基、岑健樂）《華爾街日報》引述知情人稱內地計劃發放10多個牌照，允許企業提供校外輔導，包括高途和猿輔導在內的公司，最近幾周與監管機構討論，使他們可向小學和初中學生提供補習服務。教育部、高途和猿輔導沒有作出回應。不過，消息刺激在美國上市的教育股在當地開盤前急升，高途暴漲逾40%，好未來漲近13%，有道漲超6%，瑞思教育漲4%。在香港有上市的新東方也漲兩成。

沈振盈：美股位高勢危

儘管一眾內地教育股攀升，市場消息亦傳出香港與內地的通關商討已進入實質操作階段，但預期最早要到明年初才能實行，通關消息對港股的刺激不太大，頹勢持續。港股8日早段曾挫236點，全日收市跌106點報24,763點，科技股續跑輸大市，受惠通關的本地零售業則個別發展。港股成交1,220億港元，顯示資金投入並不積極，內房股債務危機仍是最困擾大市

的因素。

訊匯證券行政總裁沈振盈表示，港股近期仍然受制於26,200點阻力位，而24,800點則是一個比較大支持位。除內房股外，外圍仍存在很大變數，包括美股位高勢危，當地基本因素並不足支撐高估值。他料恒指恐會再向下，跌至24,000點或以下，故建議投資者可作適當對沖，包括買入恒指熊證或沽輪，以防出現較急跌勢。他特別指，美股近期走強，其實只是個別股份較強而已，大部分股份表現並不理想，若通脹數據持續強勁，美股隱憂將愈來愈大。

大中華投資策略研究學會副會長(港股)李偉傑亦表示，市場繼續關注內房債務危機、六中全會消息、中美貿易關係，以及重磅科技股業績等，大市氣氛繼續審慎。他指出，技術上恒指在24,600點左右有一定支持，惟一旦失守，或會向下調整至23,000點，亦即去年9月份低位。

恒指科指繼續跑輸大市，收報6,193點，跌1.3%，國指亦跌0.3%報8,793點。



內地規範「雙11」促銷活動，將公布業績的騰訊跌0.8%，阿里巴巴跌1.6%，美國跌2%，京東跌1.4%。手機股舜宇更跌6.9%，是表現最差科指成份股。

通關消息刺激部分零售股

通關消息刺激部分零售股向好，莎莎升3.8%，利福升1.1%，但周大福跌3%，卓悅跌1.1%。航空及旅遊股則明顯炒高，國

● 有知情人士稱，內地計劃發放10多個牌照，允許企業可向小學和初中學生提供補習服務。
資料圖片

財經簡訊

借唄改名「信用貸」 螞蟻推進「品牌隔離」

香港文匯報（記者 岑健樂）自去年叫停IPO後，螞蟻集團在平台經濟反壟斷等一系列嚴監管要求下進入整改期。阿里巴巴關聯公司螞蟻集團的整改工作迎來新進展，部分用戶近日反映支付寶「借唄」界面已更名為「信用貸」。

外電報道稱，螞蟻「借唄」表示，「借唄」正逐步推進品牌隔離工作，包括螞蟻消費金融公司在內的多家持牌金融機構，將共同為用戶提供更便捷、優質的小額消費信貸服務。

螞蟻集團表示，未來「借唄」將由螞蟻消費金融公司提供，成為螞蟻消費金融公司的專屬品牌。由銀行等金融機構獨立提供的信貸服務，則會在「信用貸」頁面展示。

螞蟻集團續指，在品牌隔離過程中，用戶的服務體驗不會受到影響，開通、查賬、計息、借還款等核心流程不會發生變化。

官媒再點名批評富途及老虎

香港文匯報（記者 岑健樂）富途證券及老虎證券再被點名批評。內地《經濟日報》8日發表題為《「跨境券商」怎能無證駕駛》的文章，指出某些所謂的跨境金融業態，極易成為少數人違規跨境資本輸出的工具，可能面臨資本外流、境內投資者的資金有去無回、金融數據洩露等一系列風險。

文章認為，對於跨境互聯網券商這樣的金融業態，要在嚴控金融風險前提下，盡快完善相關監管規則，依法對相關活動予以規範管理，加強監管執法，全面保護投資者合法權益。

文章指出，最近部分所謂的互聯網證券公司因業務合規性被屢次點名，老虎證券和富途控股的股價連連下挫，這些互聯網券商的安全問題，牽動着廣大投資者的神經。文章續指，近年來，採用「境內網絡公司+境外券商」（或其他境

外金融牌照）模式的所謂跨境互聯網證券公司、跨境理財公司、跨境數字貨幣（數字資產交易平台）、境外股指和貴金屬衍生品交易平台等客戶規模快速增長。雖然名義上這些公司均聲稱主要業務是提供境外金融投資服務，但其實際展業地點和客戶群體均在中國境內。這些所謂的跨境金融業態，儘管為一些境內投資者分享境外股市、基金、保險等市場紅利提供了新的嘗試，但也極易成為少數人違規跨境資本輸出的工具，可能面臨資本外流、境內投資者的資金有去無回、金融數據洩露等一系列風險。

文章認為，廣大投資者必須明晰，境外市場和網絡空間不是法外之地，「出海交易」和網上跨境交易不能「放飛自我」，必須遵循交易所在地的法律法規和交易機制，絕不能違反中國境內金融監管的法律法規。

推動科創「城慧」 信和親嘗成果

香港文匯報（記者 梁悅琴）日前香港房地產科技聯盟（Hong Kong PropTech Alliance）聯席主席信和集團和置地公司合作舉辦「城慧」房地產科技交流會，讓10間入選初創企業展示其概念驗證測試案例及業務發展計劃，超過15間香港發展商及業界夥伴出席。

創新科技投入地盤建築

10間香港及海外企業早前從300個來自42個國家及城市的申請者中脫穎而出，經過為期四個月「加速階段」，入選初創企業獲信和集團、平安智慧城市及環球知名導師提供專業指導及支援，藉此持續改良產品，以切合本地及大灣區的市場需求。

部分入選企業的技術方案已率先於信和集團旗下項目應用。繼早前於元朗東頭商業項目驗證美國初創OpenSpace研



● 左起：置地財務總監貝國賢、置地行政總裁黃友忠、信和集團聯席董事黃永龍、信和集團創新聯席董事楊孟璋及城慧營運主理江宗澤。

發的方案後，集團落實未來兩個地盤引入此嶄新技術，以人工智能和雲端技術360°實時監察施工進度和管理現場，為建築工場分析和建立實時數據檔案，提升營運效率及成本效益。集團旗下Sino Suites早前亦已應用人工智能聊天機器人Handle，融入現有的客戶關係管理系統，以數據科技回應使用者需求，提升客戶服務體驗。

保誠Pulse 拓展財富管理服務

香港文匯報（記者 馬翠媚）不少分析都預期亞洲財富管理行業具有龐大的成長空間，英國保誠宣布夥 Smarter Health 及 Privé Technologies，以擴展一個AI人工智能流動應用程式Pulse上健康及財富管理服務，其中財富管理服務方面，用戶可利用Privé Technologies的數碼工具評估自身的財務需要，並獲取財富規劃及投資組合管理建議，有關服務將在明年率先於香港、新加坡及泰國推行。

集團亞洲執行總裁黎康忠表示，隨着亞洲和非洲的人們愈來愈長壽，更多人意識到需要更好地照顧自己健康，並有足夠儲蓄來為延長退休生活提供資金，公司看到對預防性醫療保健和財務規劃服務的需求不斷增長。