

# 消费前置,市场体量暴增 夏天还没真正来临 “防晒”大战已开打

近两天的灿烂阳光让宁波有了一秒入夏的感觉。很多人拿出了防晒帽、墨镜、防晒衣,全副武装后才出门。在这个“防晒”理念深入人心的年代,如何保护自己的肌肤不受紫外线侵蚀,已经成了各年龄段人群的研究课题。而在消费市场,夏天还没真正来临,防晒大战已然开打。



商场里早已上架的各式防晒服饰。

## 防晒硬件又占据C位

5月6日,宁波的最高气温达到30℃,出门的市民也一副入夏的打扮。记者在不少商家看到,各类防晒装备已经被摆放在了C位。

例如在优衣库,轻薄的防晒衣、防紫外线袖套、防晒开衫、帽子等服饰正在热销。记者留意到,这些防晒服的价格在200元左右,有些正在进行限时特惠。据海报上的介绍,颜色多样、穿戴方便的它们,能阻隔95%的紫外线,部分还有防雨功能,不少收纳起来仅一

个笔袋大小,非常适合女生放进包包里。工作人员表示防晒产品上架有一段时间了,清明小长假前就有人来打听防晒服,“买这种东西肯定是赶早不赶晚的。”

而在东鼓道一些日用杂货店里,各式太阳帽、阳伞也成为年轻消费者聚焦的重点。一位95后消费者一次性就买足了伞、帽子、墨镜。她告诉记者,以前是夏天出门才会用的这些装备,现在发现4月中旬就要用起来了。“这两天的阳光一点都不含糊,防晒装备还是很实用。”

## 从“6.18”前置到“3.8”

除了“硬防晒”装备,防晒霜、防晒喷雾、隔离霜等“软防晒”产品也已经步入销售高峰。

在银泰百货天一店的兰蔻专柜,一位消费者正在购买防晒霜。这款被昵称为“小白管”的防晒霜是柜台的明星商品。尽管30毫升的售价要480元,但在最近一个月时间里,就已经售出了544支。

而在肌肤之钥柜台里,融合了防晒隔离两种功效的妆前霜已经被买断货。工作人员表示,可以明显感觉消费者对于防晒需求的增强。“我们的受众人群年龄跨度比较大,

但对于防晒需求显然各年龄层都比较有共识。从4月初开始到现在已经售出了1400多支。”

银泰百货天一店的相关工作人员王小姐表示,从目前的销售数据看,今年防晒产品消费前置情况比较明显。“美妆类作为天一银泰的主打业态,比较能反映宁波消费者相关商品的消费意愿。通过数据对比能发现好几个品牌防晒产品的增量这段时间都很明显,多个单品的同比销售增量在七八成甚至一倍左右——往年是在6.18期间才会暴发的防晒类护肤品,如今在3.8节点就开始了。”

## 新花样还是不足

经过多年的市场教育,“防晒经济”已经走出了自己的广阔天地。据美丽修行大数据团队发布的《2022年防晒行业趋势指南》显示,2018年至2021年,消费者对防晒的需求逐渐升级为刚需,对比其他品类关注度呈暴发式增长,防晒搜索量在2019至2021年期间增长7倍。而天猫的数据统计也显示,2021年“硬防晒”市场规模约为270亿元,相较于2020年增长近500%。

很多人已经发现,如今自己身边总有几个能对防晒经验分析得头头是道的熟人。在小红书平台,以“防晒”为关键词的笔记有399+万篇,而与防晒相关的商品则高达25万件。

而在消费领域,花样也是越来越多。从

前几年被笑称像“恐怖分子”的防晒面罩,到“从面部武装到发梢”的防晒产品,类目几乎覆盖了人体所有漏洞,也不免让消费者感受到了这一行卷到起飞的现状。

不过,也有业内人士认为,目前的防晒领域,要么产品炫技效果大于实际用途,给人一种收“智商税”的错觉;要么开发品类过于雷同,看防晒衣好卖就全做防晒衣,看冰袖有市场,就都挤到冰袖单品里。很少有企业能带出些创新思路,将这个赛道再拓宽一些。即便是有雄心登上更大资本舞台的“蕉下”,在这么可观的盈利之下,每年投入的研发经费也不足5%。所以,虽然产品五花八门,但能扛下销量大旗的,还是前几年就已经出炉的那些爆款。 记者 黎莉 文/摄

# 以“诚信”为本,促“服务”创新 ——解析南天房产28年的成长密码



岁月为眉,城市为轴,为更多宁波人,安好千万家。

这不是一句口号,而是一家宁波本地企业,兢兢业业做了28年的事。

2022年,宁波人所熟知的房产经纪品牌——南天房产,将迎来28岁生日。回首过往,南天房产已从一个二手房中介机构,发展成为集房产经纪、楼盘代理、资产托管、投资咨询等业务于一体的综合型企业。

320余家门店,超3000名专业经纪人,南天深入宁波这座城市的街巷社区,帮助越来越多的人,实现“美好生活”的品质升级。

## ◆沉淀两把“金钥匙”

1994到2022,南天房产的前行之路,也正与宁波房地产市场的发展,紧密扣合。无论市场如何调整,南天房产一如“中流砥柱”,始终在行业周期中企稳笃行。

靠的是什么?无非是:坚守信誉,做好服务。而这两项,也正是南天28年来沉淀出的两把“金钥匙”。

多年来,南天房产以“全心全意为产业服务”为宗旨,推出“七大服务保障”,确保交易安全可靠;“八大金牌承诺”,让交易更加真实、透明、放心;提供金融、装修、家政延伸服务,为客户创造价值。

此外,通过“南天商学院”,培养出一批批高素质、高专业性的经纪人团队;通过数据平台搭建,开发微信小程序“南天选房”,实现移动端的定制化找房、选房、租房、VR看房、预约实地看房等多种功能;成立交易服务中心、开发交易可视化系统等,开启了行业服务品质标准化时代。

正是这样一种将客户需求放在首位,对每一次房屋交易都倍加细心的服务精神,赢得了甬城百姓与业界的双重认可。而“南天房产,信誉如山”的理念,不仅是南天坚实的口碑所在,更是“务实诚信”的宁波商道精神的传承和表率。

## ◆“多航道”的业务拓展

沧海横流,方显英雄本色。

在房地产市场的井喷期,能够步履稳健,做好品牌累积;而在市场调整期中,也能够保持定力,处变不惊,这是南天28年来的“成长密码”。

诚然,在这份“深厚内力”的背后,更有着南天前瞻性的多元业务布局。

作为宁波率先践行“租购并举”的房地产经纪公司,

不仅仅是住宅租赁,南天更将业务航道拓展到企事业单位批量房屋托管运营,写字楼、商业项目公寓化改造和长租公寓代运营等多个“新领域”。

南天通过将服务意识融入每一个环节,对招租空间的整体定位研究与业态匹配,如坚持以低于市场整体涨幅标准定制租金,如帮助租户申请国家补贴……在这项长期性、精细化的租赁业务中,取得了“引领地位”。

另一方面,自2020年起,南天将新房分销升级为“主营业务”。

基于南天在宁波的超320家门店,构建起庞大的销售推广渠道,换种说法,就是走进任何一家南天房产的区域门店,就能“一站式”了解到宁波城区当前在售的超100个新建住宅项目。

通过打造“南天汇”这个一二手联动的平台,南天的业务航道再度升级。

## ◆步履稳健,迈向远方

已近“而立”之年,南天房产的未来之路,稳而弥坚。

宏观来看,随着改善型购房需求的持续释放,对于经纪行业的“全维”服务体系、服务效能和服务品质,也都有了更高的要求。

当然,对于执着于经营服务模式创新,打造优秀企业文化的南天房产而言,还有着另一个目标:在2年后,也就是创立30年之时,跻身“宁波老字号”品牌。

一路行来,南天始终与宁波这座城市,与生活在城市中的人们同路同心。而我们也有理由期待在不久后的将来,这一宁波本土的房产经纪品牌,能够再树一块“老字号”的金字招牌。 记者 余涌