

不再只是秋季限定

科技赋能让“桂花香”流转四季



一家店内的“超萃”奇味蜡礼盒 唐瑞摄

从“秋香”到“四季香” 香水品牌争相复刻“桂花香”

进入金秋十月，频繁登上社交媒体热门话题的莫过于对桂花香水的讨论，“还原度最高的桂花香水”“19款桂花香测评 寻找最还原味道”“99%还原桂花香”……

消费者小王是桂花的深度爱好者，日常生活中，只要能接触到的相关产品几乎都会尝试，小王表示：“我从小就很喜欢桂花的香气，也很爱吃桂花糕之类的甜品。平时要是看到什么桂花味的日用品，都会忍不住凑上去闻闻，觉得不错就会购买。”

这并非孤例，如今打开社交平台，以“桂花香”为关键词搜索，高热度的帖子包含对桂花香水、护手霜、沐浴露、身体乳、发油、留香珠等各类产品的推荐或测评，更有用户希望“被桂花味的一切包围”，可见“桂花香”的“国民度”与人气之高。

在此趋势下，各大香水、香氛品牌纷纷抓住商机，推出自己的“桂花限定”。记者走访市场发现，较为有名的中式香水品牌都有主推的单品或者系

列产品，例如气味图书馆的“天生金桂”香水、“东方小白花”系列中的一“树夜桂”香水以及五朵里的“四朵金花”系列中的“桂”香水等。不只是国产香水品牌，国际品牌雅诗兰黛、欧舒丹、欧珑、芦丹氏等也都推出了桂花香味的产品。

桂花里香复刻难

放眼全世界香水香氛市场，桂花作为原材料的产品占比不高，属“小众”品类，但在中国则是体量巨大。艾媒咨询曾做过一项“中国网民最喜欢的香水香味”调查，最终桂花味以高达44.7%的占比拔得头筹。

为何它广受青睐？有受访者说：“自己从小生活的地方到处都有桂花树。每到秋天，总能闻到若隐若现的香味，它构成了我重要的生活记忆。一闻到它就会觉得开心很多。”

而在许多消费者眼里，“桂花系”香水是只有中国人才能真正还原的味道。“国外哪怕是大牌与我们的理解都存在偏差。我用过欧舒丹的云中月桂，我认为完全没有那种金秋的感觉。”

那么为何在桂花的气味上“做文章”有难度呢？业内人士透露，与常见

的花材如玫瑰、茉莉花、栀子花等相比，桂花品类仅大类就有四种：金桂、银桂、丹桂、四季桂，细分更高达45种之多，从源头选材、香料配比上加大了制作难度。

记者在现场体验了多个品牌的桂花系列香水产品后，发现它们的气味各有千秋，差异显著。有些产品为了规避缺点，还会加入其他香型，并非纯粹桂花香，如气味图书馆的“一树夜桂”产品，就是在桂花香的基础上加入了龙井茶。

不只是品类多，桂花花期短，提取更是不易。武汉大学生命科学院生物学专业在读博士研究生阿玮(化名)告诉记者，“制作香水离不开精油，而精油的核心在于其‘油’成分，即脂类物质，这些物质能溶于醇、醚、酮等溶剂。在制作过程中，萃取是至关重要的一步，它利用醇、醚、酮等溶剂来溶解这些脂类物质。桂花香水难以制作，最重要的因素之一是桂花的出油率比其他的花都要低很多。”

除了萃取工艺的创新，还有企业在走访过程中，有商家向记者透

又是一年金秋至，桂花纷纷开满城。

沉醉于丹桂飘香的消费者，不甘于只是赏花，而是渴望将所有桂花香味的产品都带回家。也正是因此，从茶饮、糕点，到休闲食品、乳制品、酒，秋季限定的桂花味产品层出不穷。

与这些时令限定食品不同，能够让人们四季闻香的桂花香水、香薰、沐浴产品、护肤品等更是消费者的“心头好”。网购平台数据显示，近两个月，桂花相关产品搜索量暴涨400%，包括车载香水、香薰蜡烛以及洗护类产品。其中，桂花香洗发水、桂花香沐浴露、桂花香身体护理、桂花留香珠的销量同比增长分别高达904%、481%、188%、166%。

本报记者 赵曦口 唐瑞

露，由于桂花含有大量芳香化合物，目前还无法通过人工合成完全模拟其香味。根据文献描述，目前可检测并鉴定的新鲜桂花花瓣中的芳香化合物有约120种，但这些桂花制品中的芳香化合物都大打折扣——桂花浸膏中有大约60种，桂花纯露中只剩下46种，到了桂花净油则只剩下30余种。

科技赋能 让桂花变“贵花”

要复刻出最真实的桂花香，关键在于萃取桂花香精的提取和香气留存等核心技术难题。

在“中国桂花之乡”——湖北咸宁，去年设立了超萃生物联合实验室，主攻桂花萃取核心技术。该实验室负责人接受媒体采访时表示，“超萃工艺可以最大程度保留桂花的原始香气。超萃，即超临界二氧化碳流体萃取技术结合离子液体，是一种高效绿色的提纯工艺。应用该技术提纯桂花，全程无添加剂，可以最大程度保留桂花的原始香气，还可以再次萃取桂花渣粕，实现产值翻倍。”

除了萃取工艺的创新，还有企业将突破的方向瞄准了复配技术。武汉

金桂生物有限公司负责人曾透露，“桂花香气很容易挥发，不容易保存，神农香菊的香气与桂花的香气很相融，而且添加5%的神农香菊就能更长时间保留桂花香。”他将这一研究成果应用于桂花精油香薰产品，广受市场好评。

中国香料香精化妆品工业协会理事长颜江瑛接受媒体采访时曾表示，近年来，随着国家鼓励和支持开展化妆品研究、创新的政策引导和支持，行业企业研发投入逐年提高；新原料备案数量逐年提升，从2021年的6个，提升到2023年的68个；论文数量更是显著增长，今年较以往相比翻了一番。

颜江瑛认为，研发投入体现着对科技创新的重视程度，原料是化妆品创新的重要源泉，论文是科研成果展示的重要载体之一，因此以上这些数据充分体现了我国日化行业对科技创新的重视以及行业在科技创新方面取得的成效。也正因此，我国日化行业稳中向好。其中，2023年全年限额以上单位的化妆品零售总额为4142亿元，同比增长5.1%。

的质量及稳定性。前不久，立白与奇华顿进一步加深合作，在瑞士苏黎世共同成立“大师创香灵感工坊”，未来，双方将进一步发挥自身优势，探索更多独特香氛香型。”立白科技集团相关负责人表示。

宝洁在接受采访时曾表示，当下洗涤产品推陈出新进程不断加快，本质原因在于消费者洗涤需求正从基础的衣物清洁向衣物养护进阶。同时，由于年轻人对于高品质香水的喜爱程度加深，加之他们对于衣物的异味十分敏感，“嗅觉经济”不断发展。因此，消费者对洗涤产品香型要求也从简单的原材料味道到追求香氛的调性、品质，可以预见“嗅觉经济”未来仍然有较大的发展前景。

但也有业内人士表示，从现阶段消费者的消费习惯上看，大多数人还是更愿意将更多的钱花在化妆品、香水等容易看到显著直接效果的产品上。香氛洗衣液并非大多数人的刚需，品牌仍需进行更深入的长期投入。

消费者洗涤需求正从衣物清洁向衣物养护进阶 大师调配 持久留香 洗涤行业兴起“高端香”

本报讯（记者 刘元）目前，衣物清洁领域呈现出新的发展趋势，市场正逐步向更加精细、精致的护理方向转变。消费者对于衣物香气的追求日益提升，香氛类洗衣液成为市场新宠。《2023 香水香氛消费者洞察白皮书》显示，近年来我国香水香氛行业年复合增长率达 21.78%，预计 2026 年市场规模将达 53 亿美元，这表明“嗅觉经济”在我国市场拥有广阔的前景。

实际上，在洗涤产品“香氛”概念兴起之前，各类香氛洗衣液已在各大商超屡见不鲜。

记者在北京市丰台区线下商超看到，着重强调“留香”功能的洗衣液不在少数。例如，玫瑰山茶花香的奥妙精油香氛洗衣液、樱花香的当妮香

氛洁净洗衣液、乌木玫瑰香的贝纯香氛洗衣凝露……值得注意的是，在宣传方面，品牌都不遗余力地突出“72 小时留香”“调香大师调配”等字眼，将自家产品的香气按三段式分为前调、中调、后调。

正在选购洗涤用品的陈女士告诉记者，“我很喜欢花香，之前洗衣服为了香气会单独使用留香珠，现在更偏好选择留香功能更强的洗衣液，比留香珠少一道流程，会方便一些。”

如陈女士所说，香型是否符合心意在消费者决策中越来越重要。调研显示，在同类商品中，53.7%的用户会考虑选择自己喜欢香型的商品，其中，偏好花草香型衣物清洁类产品的用户占比较高。从数据上看，2021 年至 2023 年香氛类洗衣液的消费金

额增速超过 100%。

“近年来，香氛成为行业中很多人关注的话题，相关家居单品以及中国香水市场的快速上升，也带动了整个洗涤行业和消费者对香的关注。产品爆发并非偶然，而是消费者先有需求和体验。需求具体反映就是我国越来越多消费者会希望别人认为自己身上呈现出的香味是天生自带的。”立白科技集团首席科学家、创新研发中心总经理张利萍说。

立白科技集团相关负责人也表示，立白敏锐洞察消费者的新需求，在立白大师香氛系列产品创新运用高端的香水级原料，很受欢迎，“在原材料选择上，我们看中格拉斯玫瑰‘一年开一月，一枝开一花’的珍惜性，并让法国香水大师亲自操刀，为

消费者提供更多香型。”

纳爱斯集团创新发展研究院院长刘英在采访中也提及了“香气的爆发力”。刘英表示，当下，消费者最关心的两个需求，一是去污力，二是香气。“我们的研发团队就如何提高产品香气的爆发力作出了多种尝试，如在配方中使用多种香料，让衣物在洗涤过程中和日常穿着中实现更长时间与更强留香效果。同时，在配方中融入特定的生物技术也能强化这一效果。”

此外，部分品牌与祖玛珑、阿玛尼等香水品牌合作，推出同款香型的洗衣液，进一步满足消费者对美好嗅觉体验的追求。

“立白持续在供应链端进行创新，与奇华顿、芬美意等国际知名香氛企业保持紧密合作关系，以确保原材料

实验结果引发争议，业内机构明确回应：牙刷磨毛试验用显微镜倍数并非越高越好

本报讯（记者 刘元）日前，全国口腔护理用品标准化技术委员会牙刷分技术委员会（以下简称“委员会”）发布通知：依据强制性国标 GB 39669—2020《牙刷及口腔器具安全通用技术要求》（以下简称“国标”）进行磨毛试验，当采用不同放大倍数的显微镜进行试验，导致出现不同结果时，以30倍到40倍显微镜观察结果为准。

此前，由于部分检测机构使用高倍显微镜以超高倍数进行牙刷磨毛标准试验导致被检测产品被误判为不合格品，影响了企业的产品合格率。

“统一检测方法对行业健康发展有着积极意义，这是对标准质量的提升，避免因‘过犹不及’对行业企业造成伤害。”中国日用杂品工业协会相关人士表示，设立磨毛指标的目的是为了避免由于刷毛尖端有尖锐、毛刺等造成消费者口腔软组织损伤。

“如果不能确保磨毛试验结果的统一、准确，会对行业产生直接的负面影响，对消费者产生间接的负面影响。从行业角度看，检测机构无法确定牙刷是否符合国家标准要求，进一步加大市场监管的难度，企业研发生产进程会受到阻碍。从消费者角度看，消费者无法准确选择符合质量要求的产品，间接损害了消费者权益。”委员会秘书处工作人员在接受记者采访时说。

内蒙古自治区乌兰察布市积极筹建国家级马铃薯产业计量测试中心

本报讯（记者 闫廷）近日，全国产业计量测试联盟主席、中国计量科学研究院原党委书记段宇宁研究员一行深入内蒙古乌兰察布市考察调研马铃薯产业暨国家马铃薯产业计量测试中心筹建情况。

全国产业计量测试联盟专家组一行赴项目共建单位内蒙古薯都

凯达食品有限公司参观，现场听取了乌兰察布马铃薯产业及国家马铃薯产业计量测试中心筹建工作进展情况的汇报。

段宇宁对乌兰察布积极开展

在输注注射液后出现不适，疑似发生药品安全突发事件的场景。演练以现场实操与视频演示相结合的形式，对事件的发生与报告、应急响应、事件调查、危害控制、舆情监测、信息发布、响应终止及善后处置等科目进行全链条、全流程演练。整

5个优势产区，培育了本土乳品品牌。兰州市通过引进预包装牛肉面生产企业及中央厨房、包装材料及调味料等配套产品供应企业，已经初步形成了从原材料供应、加工生产到销售服务的产业链条。陇南融合酒类酿造、农产品加工、生物制药与电商物流等新兴产业，形成多元

内蒙古自治区马铃薯产业计量测试中心建设和申报国家马铃薯产业计量测试中心工作给予充分肯定，并对下一步批筹国家级产业计量测试中心工作提出了建设性指

福建省厦门市举办2024年较大药品安全突发事件应急演练

场演练组织周密、内容丰富。既让各级各部门更加清晰地了解了在药品安全突发事件发生时可能面临的各种情况，为实际应对提供了经验，又有助于发现《预案》中可能存在的漏洞和不足，以便及时进行修订和完善，真正达到了以演促练、

导意见。乌兰察布市产品质量计量检验检测中心将努力深挖梳理产业需求，研究解决马铃薯产业发展在计量测试方面的“堵点”“难点”问题，

甘肃省轻工及生物制造产业签约金额368.74亿元

化产业集群。平凉市聚力打造西部现代精品农业样板区，实施特色产业提质增效行动，做强牛果菜、街接产销，深度融合“农头工尾”。临夏州围绕全省绿色有机农畜产品生产加工基地建设，规模化推广高原夏菜、食用菌、中药材、百合等特色种植。甘南州成功发布“九色甘南·臻品牦牛”区域公用品牌，做大做强牦牛精深加工产业。甘肃省实施“甘味出陇”行动，将资源优势、品牌优势转化为产业优势、经济优势。目前已认定“甘味”品牌680个，实体展销中心67家，线上销售平台21个，2023年“甘味”农产品销售总额达270亿元。

以“三全一前”领域需求为导向，为内蒙古自治区马铃薯产业乃至全国马铃薯产业发展提供计量至全，推动产业实现转型升级高质量发展。

地方动态

同时，他强调演练并非实战，各部门需牢记药品安全应急演练是一份随机命题试卷，检验药品监管应急处突的机制和能力。因此，要以此次演练为契机，认真总结经验，积极寻找问题和不足，切实筑牢药品安全防线，保障人民群众的用药安全。（甘肃新闻）

「真香」才是行业长久发展之道

随着“嗅觉经济”的兴起，我国香水香薰产业变得炙手可热，众多新产品与新品牌如雨后春笋般涌现，成为市场上的“新星”。然而，伴随着市场的快速扩张，一系列问题也逐渐显现，包括“诈骗”式文案宣传、“蹭大牌”型高仿配方以及质量不达标所引发的安全隐患等。这些问题不仅影响了消费体验，损害了消费者的信心，更可能对整个行业的健康可持续发展造成威胁。

首先是“诈骗”式文案宣传的问题。一些商家在推广香水香薰产品时，为了吸引消费者，常常使用含糊其辞的宣传手法。这种利用在线上购物平台尤为普遍。他们利用富有修饰性的语句来介绍产品，给消费者留下广阔的想象空间，然而当消费者收到产品后，却常常发现实际情况与宣传描述大相径庭。这种“挂羊头卖狗肉”的行为极易让消费者感到失望和不满，甚至对整个香料行业的可信度产生怀疑。

其次，配方割窃和“模仿”大牌的现象愈演愈烈。香水香薰的配方开发需要精心调配和多次试验，这不仅是技术工艺的体现，更是品牌独特性的核心所在。然而，当前市场上存在着大量“仿冒”大牌产品的现象。一些企业未经许可，直接抄袭、模仿知名品牌的香味配方，甚至在营销中打出“与某某香水同款”的旗号。这种行为不仅侵犯了知识产权，也使得消费者难以分辨产品的真伪。这种现象反映了部分企业急功近利的心态，制约了行业的创新发展，导致市场逐渐被相似度极高的“同款”产品所淹没。长此以往，“劣币驱逐良币”的现象将愈发严重，真正有创意的品牌将面临无所适从的困境。

最令人担忧的是安全隐患问题。香料香薰产品通常与人体皮肤、呼吸系统直接接触，因此对其成分的安全性有着极高的要求。然而，一些不良商家为了降低成本或提升气味的持久性，在香料香薰中加入了未经严格检测的化学添加剂。这些添加剂可能引发皮肤过敏、呼吸道刺激等健康风险。这种做法不仅将消费者的健康置于不顾，更违反了相关的法律法规。

针对以上乱象，香料香薰行业若想实现长远发展，必须着力提升产品质量、增强市场信任。这需要通过企业自律、行业激励和法律惩戒三方面的联动来共同塑造一个让消费者感到“真香”的产业生态。

企业应摒弃短视心态，将目光投向长远，潜心钻研配方和技术。投机取巧只能短暂地吸引消费者，而唯有重视产品质量、保持原创性，企业才能赢得消费者的持久信任和支持。同时，行业也应通过正向激励机制来助推优质品牌的崛起。例如，可以组织举办香水香薰大赛，评选出优质产品，形成公平竞争的行业氛围。这样的赛事和奖项不仅能提升行业的整体门槛，还能帮助消费者更容易地识别出值得信赖的品牌。

法律法规的制定和执行也至关重要。政府部门应出台更严格的标准和规范，完善针对香料香薰市场的检测机制，并加大抽检和惩罚力度。对于虚假宣传、添加超标超标等违法行为，必须依法追究责任和予以严厉处罚。唯有如此，香料香薰行业才能真正实现“香”气长存的目标。（唐瑞）

公告栏

拍卖公告

拍卖标的：一批邮品（详见明细表）。
拍卖时间：2024年11月9日—11月20日。
展示时间：2024年11月5日—11月8日。
拍卖地点：同方国际拍卖微信小程序。
展示地点：天津市空港经济
区东二道海航 YOHO 湾 4-1-707。
有意参加竞买者需凭身份证注册并交纳相应竞买保证金方可参加竞买。联系方式：022-27314972。

天津市同方国际拍卖行有限公司

2024年10月30日 抵债公告

王佳楠；(2021)豫0307民初5205号、(2024)豫03民终4037号民事判决书均已生效，均已送达，该两份判决书我方互负到期债权债务，现根据相关法律规定，正式通知如下：贵我双方互负到期债务互享债权，符合法定抵销条件，抵销金额为354538元。本公告发布即生效，双方债权债务在同等数额内消灭，我方已做抵销处理。特此通知。

冯飞燕

2024年10月30日

抵债公告

受委托，定于2024年11月7日10时在中拍平台对洛阳广矿业有限公司所持资产召开下3场拍卖会：1.龙门广矿机器设备、电子设备、原材料；2.常村煤矿机器设备、电子设备、构筑物；3.车辆一批。有意者请于报名截止时间前办理竞买登记手续并缴纳竞买保证金。报名截止时间：2024年11月6日17时。展示时间：自公告之日起（节假日除外）。展示地点：标的所在地。公司地址：洛阳市东方今典文化中心1401。咨询电话：13903795710、15896522778（节假日除外）。

河南博信达拍卖有限公司

2024年10月30日

拍卖公告

接受委托，天津鸿信国际拍卖有限公司，定于2024年11月17日10时起至2024年11月28日10时止（节假日除外）在中拍平台对天津市恒昌文化用品有限公司100%股权转让，进行公开拍卖。咨询登记地点：天津市南开区天津广开5-1004。咨询登记时间：公告发布之日起至2024年11月26日（电话预约，统一组织）。展示地点：标的所在地。咨询电话：13512913500、13821853857。竞买人资质要求：（一）竞买人为企业的，需满足条件：1.在工商行政管理部门登记注册，具有法人资格；2.具有较好的公司治理结构或有效的组织管理方式；3.具有良好的社会声誉、诚信记录和纳税记录；4.具有较长的发展期和稳定的经营状况；5.具有较强的经营管理能力和资金实力；6.最近2年内无重大违法违规行为；财务状况良好；7.符合相关章程规定的其他审慎性条件；8.入股资金为自有资金，不得以委托贷款、债券资金等非自有资金入股。企业需提供材料：营业执照副本、工商登记基本信息入股资金来源证明及其他相关材料。（二）竞买人为自然人的，需满足条件：1.具有完全民事行为能力；2.具有完全民事行为能力；3.符合相关章程规定的其他审慎性条件。个人需提供材料：信用记录、入股资金来源证明及其他相关材料。竞买保证金350万，须于2024年11月26日16时前交到拍卖人至指定账户（以到账为准），方可参加竞买。

2024年10月30日

拍卖公告

接受委托，我公司定于2024年11月11日上午10时，在天津产权交易中心拍卖平台对“天津市和平区和河北路209号房地产”进行公开拍卖。本次拍卖标的已于2024年9月5日至2024年11月5日在天津产权交易中心有限公司公开挂牌。在挂牌期间内，竞买人须按照房产交易所的有关规定到天津产权交易中心有限公司办理竞买登记手续，同时与我公司联系咨询并办理竞买登记手续。拍卖标的展示时间、地点：详见天津产权交易中心有限公司公开挂牌披露时间与地点。拍卖咨询登记时间：自公告之日起至2024年11月5日止（节假日除外）。咨询登记地点：天津市河西区马场道188号。咨询电话：冯先生 18602267771。

天津瀚海拍卖有限公司

2024年10月30日

变更公告

仙桃惠予诊所变更法人，原法人：贺友才 公章编号：42900430074047，合同章编号：42900430074046，发票章编号：42900430074045，财务章编号：42900430074044，法定名称公章编号：42900430074043，特此声明作废。

遗失声明

贵州丹江贸易有限公司不慎遗失公章（编号5201150178638）、财务章（编号5201150178639）、发票章（编号5201150178640）、法人章（编号5201150178641），特此声明作废。

遗失声明

仵禧37度业主委员会遗失公章：4101021708111，仵禧37度业主委员会（第一届）遗失公章：4101021738312，声明作废。

遗失声明

四平市林圣餐饮服务有限责任公司（统一社会信用代码 91220303MA84UCFP17），于2024年9月6日将公章遗失，在2024年10月28日补办，在此期间此章无效，特此声明。

遗失声明

浙江余鑫防腐工程有限公司遗失公章：33080310040665、财务章：33080310040668，声明作废。

遗失声明

威宁县羊街镇羊街村卫生院（卫生计生室）遗失公章（字样：威宁县羊街镇羊街村卫生院（卫生计生室），编号：5205261112413），声明作废。

遗失声明

汝州市杨楼镇工楼村股份经济合作社遗失公章：4104820080967，财务章：4104820080968，合同章：4104820080969，声明作废。

遗失声明

铜仁市万山区佳佳康大药房（统一社会信用代码 91520603MA7J7G8MXB）不慎遗失财务专用章，编号：5206038814625，法人章（何芳印），编号：5206038814627，声明作废。

遗失声明

托州市临川区亿信服务中心遗失公章：3610026893491，财务章：3610026893492，法人章（孙耀博印），3610026893493，声明作废。

登报电话：13080793002