

# 美容个护产品的香氛趋势 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来5年的市场展望与增长前景
- 最新的新品发布趋势和有竞争力的营销活动
- 香水、香氛个人护理产品和香氛家居用品的购买情况
- 消费者购买香水自用的驱动因素
- 对香水、香氛个人护理产品和香氛家居用品的情绪期待
- 值得关注且能推动购买的香水特征
- 对不同香水品牌的认知

在香氛市场中，多个消费者群体的使用率均逐渐上升。香氛成为了个人护理流程不可或缺的一部分，甚至在低收入人群中也是如此。英敏特也观察到，在新冠疫情期间，香水市场继续坚挺，保持了稳定的增长轨迹。随着消费者愈加重视个人身心健康和提振心情，情绪健康和个人身份认同与香氛偏好的关联性也更加紧密。纯净配方和中国文化元素正获得更多青睐，表明消费者正在转向注重健康和引发文化共鸣的香氛选择，以及其中蕴藏的机遇。

与此同时，新的香氛消费者正通过使用香水让自己与众不同，有23%的新用户在购买新香水时受到小众品牌吸引，显示出对体验方面和新奇感的偏好。这些因素为品牌提供了吸引新客群的全新创意空间。

但是，品牌仍然面临着挑战。成熟的国际奢侈品牌和新兴国产品牌面临着差异化难题，这说明品牌亟需打造独特叙事，并利用文化独特性。



“中国香氛市场在新冠疫情期间展现强劲韧性，预计在2023年稳定增长。该不断扩展的市场已不局限于产品香气的吸引力，也触及了文化身份认同、身心健康和情绪提振方面。品牌极有机会利用纯净配方、独特叙事和文化元素吸引消费者，进而培养用户对香氛的深切个人情感联结。”

— 古丹阳，高级研究分析师

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场  
数据1: 香水市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2017-2027年（预估）
- 公司与品牌  
数据2: 领先香水制造商的销售额市场份额，中国，2021和2022年
- 消费者
- 香氛个人护理产品和香水的人气增长  
数据3: 过去6个月内给自己买过的产品，2023年
- 香水使用情况——既有长期使用者，也有新用户  
数据4: 使用香水的时间，2023年
- 使用香水的主要目的仍是为了增强自信  
数据5: 购买香水的目的，2023年
- 使用香氛产品的关键主题和动机——愉悦、自信和宁静  
数据6: 对香氛类产品的情绪期待，2023年
- 纯净配方和情绪效用是香水具有吸引力的特点  
数据7: 感兴趣的香水，2023年
- 国际奢侈品牌拥有高端形象，但缺乏独特性  
数据8: 对应分析——品牌认知，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 与本土文化共鸣的香氛故事  
数据9: 黑爪当归香水，中国，2022年  
数据10: 闻献香挂，中国，2023年
- 将香氛产品延伸至相邻品类
- 提供带来美好嗅觉享受的个人护理体验
- 在动荡不安的时期给消费者提供宁静感  
数据11: TOCCA佛罗伦萨香氛身体油，中国，2023年  
数据12: Edeniste香水使用步骤，英国，2022年

市场规模与预测

- 香水市场展现韧性与复苏迹象  
数据13: 香水市场的零售额和增长率，中国，2017-2022年

报告内容

|           |
|-----------|
| 综述        |
| PDF格式完整报告 |
| 演示文稿      |
| 交互式数据手册   |

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据14: 香水市场零售额预测（最好和最差情形），中国，  
2017-2027年（预估）

市场因素

- 线下门店的香水个性化服务未来可期
  - 消费者的消费意愿可能愈发趋于保守
  - 利用科技力量，从源自消费者文化背景的独特香调唤起情绪
- 数据15: 芬美意的ScentMove，瑞士，2020年
- 线下渠道重新巩固其地位，但线上渠道同样不可或缺
  - 线上渠道推动穿香的生活方式
- 数据16: 在抖音和小红书上进行“香水/香氛产品”关键词检索词云，  
中国，2022年7月1日-2023年6月30日

市场份额

- 国外品牌仍占主导地位，而国产品牌强势崛起
- 数据17: 领先香水制造商的销售额市场份额，中国，2021和2022年

营销活动

- 在智识层面与消费者建立连接
- 数据18: 闻献愚园书室，中国，2023年
- 数据19: 伊索女性文学图书馆，中国，2023年
- 更多小众品牌进入市场

新产品趋势

- 大众香水新品日渐增多
- 数据20: 香水新品的定价，中国，2021-2023年（1-5月）
- 天然与道德宣称颇为重要
- 数据21: 香水品类上市新品的前十大宣称（按市场区分），2022年
- 消费者期待香薰的疗愈作用
- 数据22: 香水品类上市新品的前15大宣称，中国，2021-2023年（1-5月）
- 通过香水逃离现实
- 数据23: Dioriviera香水（Dioriviera Eau de parfum），法国，2023年
- 数据24: 观夏北平甜越雪山红香氛蜡烛，中国，2023年
- 慢节奏的仪式
- 数据25: Maison Sambin香水，法国，2023年
- 定义“中式香味”
- 数据26: 馥生六记香水，中国，2022年
- 从传统节日和文化中汲取灵感的季节限定香氛产品
- 数据27: 野兽派夏季限定香氛系列，中国，2023年
- 生物科技让香水的制作过程变得更环保

报告内容

|           |
|-----------|
| 综述        |
| PDF格式完整报告 |
| 演示文稿      |
| 交互式数据手册   |

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



数据28: Aeir含生物工程成分的香水，美国，2022年

产品购买情况

- 香水购买率保持稳定，香氛头发护理产品购买率有所增长  
数据29: 过去6个月内给自己买过的产品，2023年
- 25-29岁男性消费者使用香氛的比例更高  
数据30: 过去6个月内给自己买过的产品——男性（按年龄区分），2023年
- 25-39岁女性是香氛产品的重度消费者  
数据31: 过去6个月内给自己买过的产品——女性（按年龄区分），2023年
- 香水在一线城市消费者中渗透率最高，而香氛个护产品更受低线城市消费者青睐  
数据32: 过去6个月内给自己买过的产品（按城市线级区分），2023年

使用香水的时间

- 大部分消费者有长期使用香氛的习惯  
数据33: 使用香水的时间，2023年
- 相比2020年，更多消费者开始使用香水  
数据34: 使用香水的时间，2020 vs 2023年
- 香品类的新晋用户以不太富裕的消费者为主  
数据35: 使用香水的时间（按个人月收入区分），2023年
- 男性的香水使用率逐渐增长，其中四分之一为较新的品类消费者  
数据36: 使用香水的时间（按性别区分），2023年

购买香水的目的

- 消费者购买香水自用以建立社交自信与自我关爱的目的显著  
数据37: 购买香水的目的，2023年
- 男性和女性购买香水的动机有所不同  
数据38: 购买香水的目的（按性别区分），2023年
- 年轻一代力图满足嗅觉方面的好奇心  
数据39: 购买香水的目的（按年代区分），2023年

对香氛类产品的情绪期待

- 消费者期望不同的香氛类产品唤起不同的情绪  
数据40: 对香氛类产品的情绪期待，2023年
- 愉悦和自信是消费者对香水的主要期许，尤其是中年女性  
数据41: 对香水的情绪期待——女性（按年龄区分），2023年
- 富裕消费者对香水有更多情绪期待，对愉悦感的需求尤其强劲  
数据42: 对香水的情绪期待（按个人月收入区分），2023年
- 情绪期待随着使用时间的增长而提高

报告内容

|           |
|-----------|
| 综述        |
| PDF格式完整报告 |
| 演示文稿      |
| 交互式数据手册   |

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |

数据43: 对香水的情绪期待（按使用香水的时间区分），2023年

- 对各年龄层的女性消费者来说，放松和愉悦是香氛身体护理产品的关键词

数据44: 对香氛身体护理产品的情绪期待——女性（按年龄区分），2023年

### 感兴趣的香水

- 香水的纯净配方和情绪助益特征具有吸引力

数据45: 感兴趣的香水，2023年

- 过去半年内，本土元素是最主要的购买动因

数据46: 感兴趣的香水（按是否给自己买过香水区分），2023年

- 消费者对香味更为敏锐

数据47: 感兴趣的香水（按使用香水的时间区分），2023年

- 女性比男性更重视香水的香调/香气结构和成分

数据48: 感兴趣的香水（按性别区分），2023年

- 年轻女性寻求香水的独特性，而选择小众品牌是她们实现该需求的首选捷径

数据49: 感兴趣的香水——女性（按年龄区分），2023年

- 富裕消费者更青睐香水的专属特质

数据50: 感兴趣的香水（按个人月收入区分），2023年

### 品牌认知

- 国际小众香水品牌带有前卫的形象

数据51: 对应分析——品牌认知，2023年

- 男女消费者对国产品牌持相似看法，高收入者认为国产品牌独特且有趣

数据52: 品牌认知——国产香水品牌（按性别区分），2023年

数据53: 品牌认知——国产香水品牌（按个人月收入区分），2023年

- 对新用户来说，国际知名奢侈品牌缺乏魅力

数据54: 品牌认知——国际知名奢侈品牌（按使用香水的时间区分），2023年

### 美容人群画像

- 他们是谁？

- 美容达人更可能率先使用新兴的香氛产品形态

数据55: 过去6个月给自己买过的产品（按美容人群画像区分），2023年

- 上进学徒开始探索香品类

数据56: 使用时间（按美容人群画像区分），2023年

- 敏锐的美容达人对香水的珍稀成分感兴趣

数据57: 感兴趣的香水（按美容人群画像区分），2023年

## 报告内容

### 综述

### PDF格式完整报告

### 演示文稿

### 交互式数据手册

## 想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

## 购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



附录——市场规模与预测

数据58: 香水市场销售额，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

|    |                      |
|----|----------------------|
| 网址 | store.mintel.com     |
| 欧洲 | +44 (0) 20 7606 4533 |
| 巴西 | 0800 095 9094        |
| 美洲 | +1 (312) 943 5250    |
| 中国 | +86 (21) 6032 7300   |
| 亚洲 | +61 (0) 2 8284 8100  |



## 关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。