

Eternal

iResearch
艾 瑞 集 团

中国香水行业研究白皮书1.0

颖通集团&艾瑞咨询联合发布

2020年



海量行研报告免费读

报告说明

研究范畴及数据指标说明

研究范畴

本报告研究范畴为年龄在18-45岁，使用香水/香氛产品2年及以上的女性用户，人群总数为807人。针对性研究其人群特征、香水认知及行为态度，并针对当前香水整体市场环境，探索未来香水行业的发展方向及趋势。

数据来源

艾瑞iClick网民调研数据,行业公开资料等。
艾瑞Ectracker电商平台销量监测数据产品。

数据指标解释

TGI：某群体选择某项的比例/其他群体或总体选择该项的比例。
计算公式=目标细分群体(%)/整体受访人群(%)*100
TGI值越高代表该群体中特征越明显。



行业概述

- 全球香水市场规模约为3,906亿元人民币，中国在其中占比仅为2.5%，未来有较大的市场发展潜力，主要表现为：1) 中国香水消费客单金额高，男士市场渗透低；2) 国内已有完备产业结构支撑香水行业发展；3) 新兴国潮香水品牌爆发，主打年轻消费群体。



人群划分

- 因经历与区域差异，国内香水消费者细分为四类群体：“资深品鉴家”、“活跃尝鲜族”、“经典拥护派”及“谨慎跟随者”。
- 高线城市消费者“资深品鉴家”及“活跃尝鲜族”在满足日常用香需求外，乐于探索香水专业知识，追求丰富专业的香水体验；低线城市消费者“经典拥护派”及“谨慎跟随者”对香水平替接受度更高，信赖香水专柜及品牌店等传统线下购买渠道。



发展趋势

借力社交媒体培育市场，强化区域市场服务及渠道渗透：

- 年轻消费市场更容易受社交媒体影响。
- 在高线城市多元化打造沉浸式香水消费体验。
- 低线市场有机会通过平替+可靠渠道迅速铺开。

国内香水市场发展状态	1
国内消费者香水消费行为态度	2
典型消费者人群画像	3
行业未来发展趋势	4

香水全球市场规模达千亿级别

中国的香水消费市场规模仅占全球的2.5%，未来潜力庞大

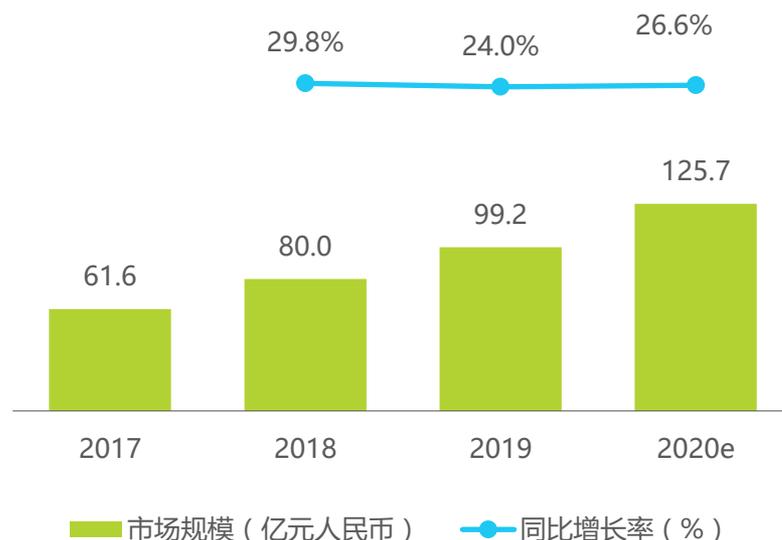
2019年全球香水消费市场规模为**3,906**亿元人民币，中国在其中占比仅为2.5%，未来有较大的市场发展潜力；疫情下口罩的广泛使用令化妆品市场受影响，而香水通过气味提升个人形象的特性，令业内对增长持有乐观预期。

2019年全球香水市场规模及区域分布



来源：艾瑞根据行业专家访谈&行业公开资料整理绘制。

2017-2020年中国香水市场规模及预测

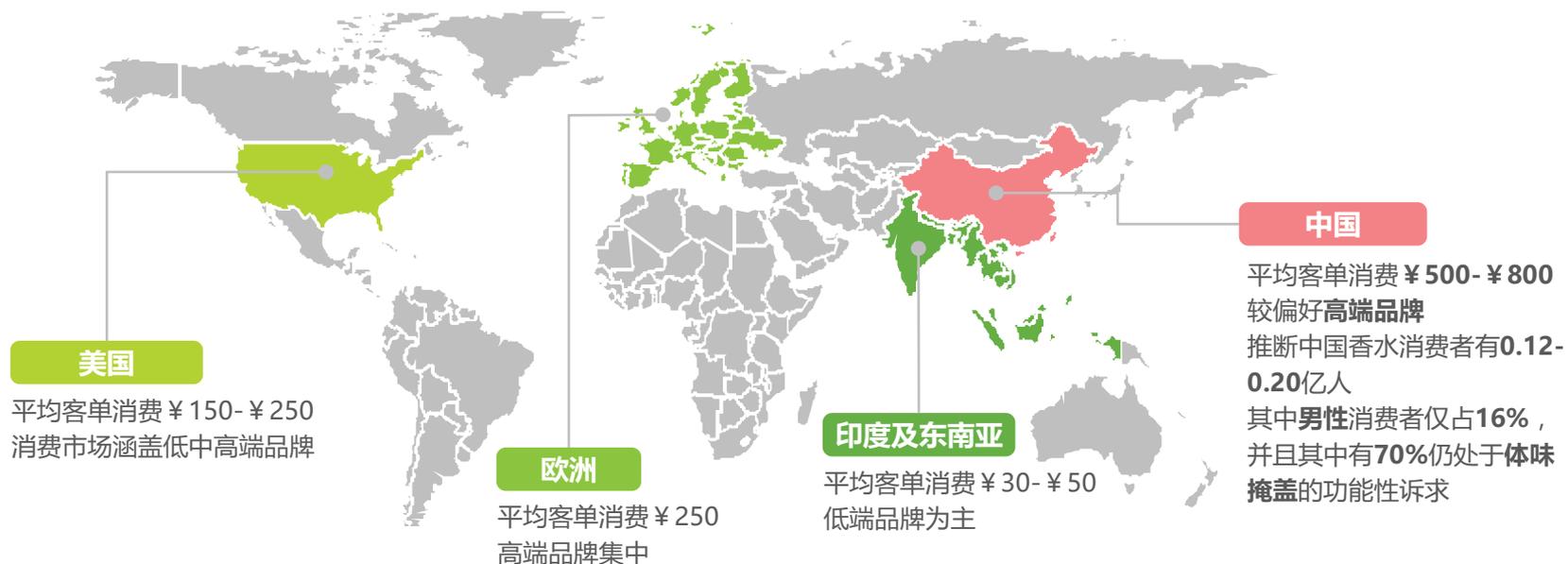


来源：艾瑞根据行业专家访谈&行业公开资料整理绘制。

潜力表现一：市场低渗透率高客单价

中国香水消费者仅不到0.2亿人，但客单价多在500-800元

2019年全球主要区域市场香水客单消费金额

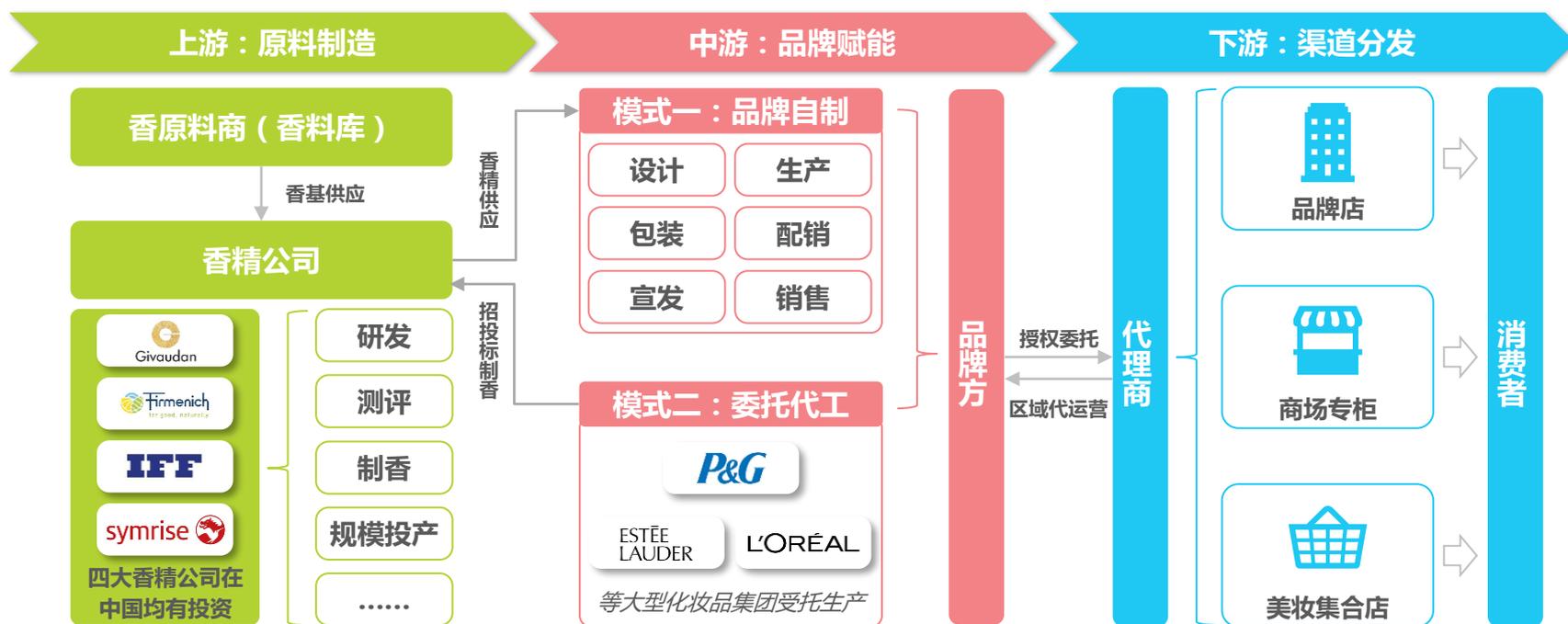


来源：艾瑞根据行业专家访谈结果整理绘制。

潜力表现二：国内产业结构完备

国内已有完备产业结构支撑香水行业发展

国内香水行业产业链图谱



来源：艾瑞根据行业专家访谈结果整理绘制。

潜力表现三：市场涌现国产香水品牌

新兴国潮香水品牌出现，主打年轻消费群体

2020年中国新兴国产香水品牌

R.E调香室：主打故事性&品牌创意



营销卖点：强调品牌故事&小众营销

气味图书馆：产品亲民接地气



营销卖点：接地气的国民情怀

冰希黎：供应链成熟扎实



营销卖点：平替欧美受欢迎香型

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21167

