

香氛概念延展至多元品类 嗅觉经济持续 香氛赛道趋势洞察

艺恩出品 2023年5月



悦己消费需求的驱动下，年轻的消费者愿意为气味买单，TA们对于悦己气味的喜爱，推动着香水/香氛市场的持续发展。从23年上半年电商销售数据看，节日送礼等需求场景拉动了套装类产品的销量，此外，FPF、大内密探等国产品牌凭借平价和留香持久等特点在电商销售中崭露头角。

在社媒平台KOL的种草下，斩男香、渣男香、初恋香等成为消费者热衷尝试的香水风格，伴随近期多巴胺女孩爆火全网，主打“甜宝本命”“营造春夏氛围感”的多巴胺少女香热度攀升，用嗅觉方式演绎多巴胺女孩的魅力。

伴随精致生活观念的不断升级，香氛概念延展至洗护、家居等品类，成为这些市场新的增长点，野兽派等品牌通过渗透精致生活场景传递产品放松、疗愈等功效，引领家居香氛的快速增长。在营销方面，香氛品牌主要借助节日大促强化送礼、悦己等心智，通过代言人宣传、粉丝福利以及真实体验分享等方式渲染嗅觉带来的氛围感，引发消费者的购买欲望。

目录 CONTENTS

- 01 ● 香水/香氛品类趋势扫描
- 02 ● 香水/香氛消费者舆情洞察
- 03 ● 香水/香氛品牌热门营销战役



01

香水/香氛品类趋势扫描

从整体销售看，香水香氛类目伴随平台促销节奏波动增长

2023年1-5月抖音电商平台香水/香氛类目销售情况

- 香水/香氛类目5月3日销售额最高，达到1900万+

抖音平台5月3日香水/香氛类目销售top单品



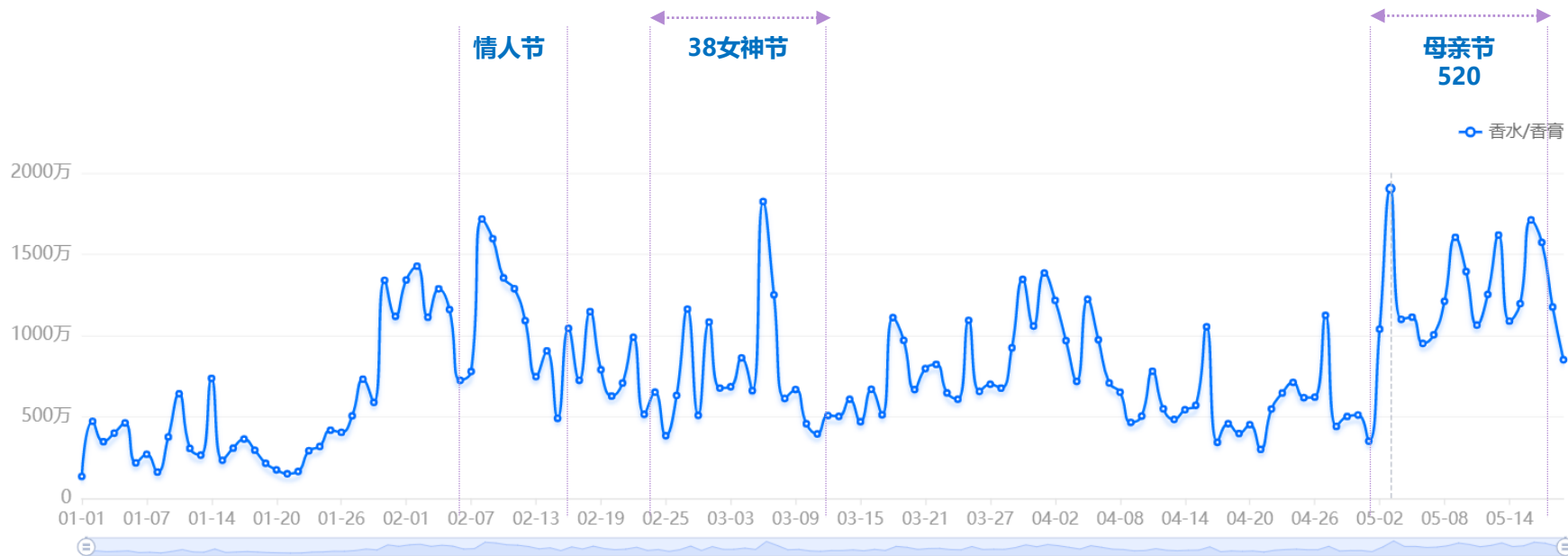
【诗晴严选】FPF调香师 肌肤之欲香水送浪漫邂逅 持久留香平价



50ml思芬雅邂逅清晨女士香水持久淡香

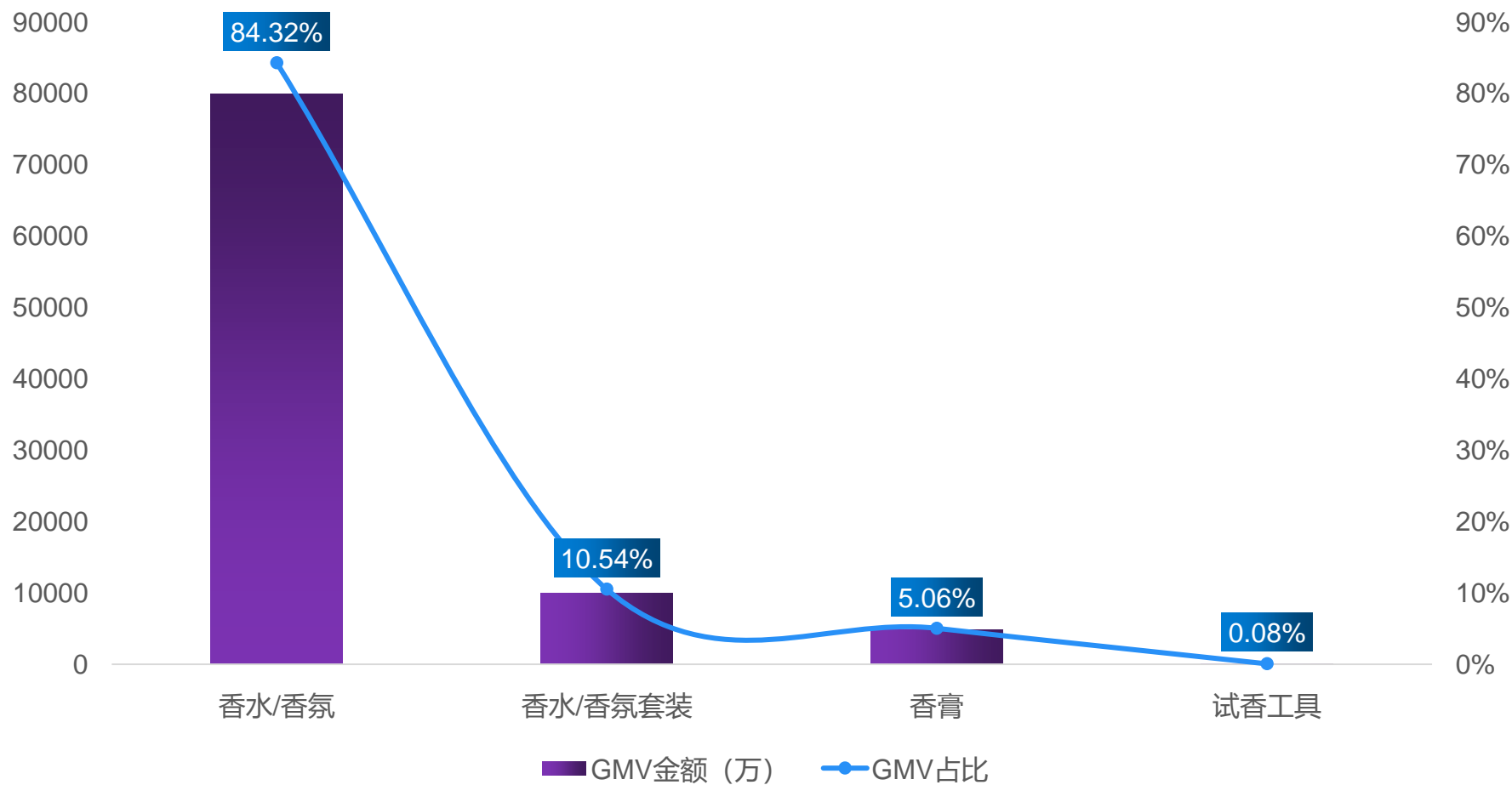


【推荐】HFP固体香水 持久留香 淡香清新固体香膏男女小巧便携 香氛



香水/香氛占据类目近85%的份额，节日送礼等需求拉动了套装类产品的销售占比

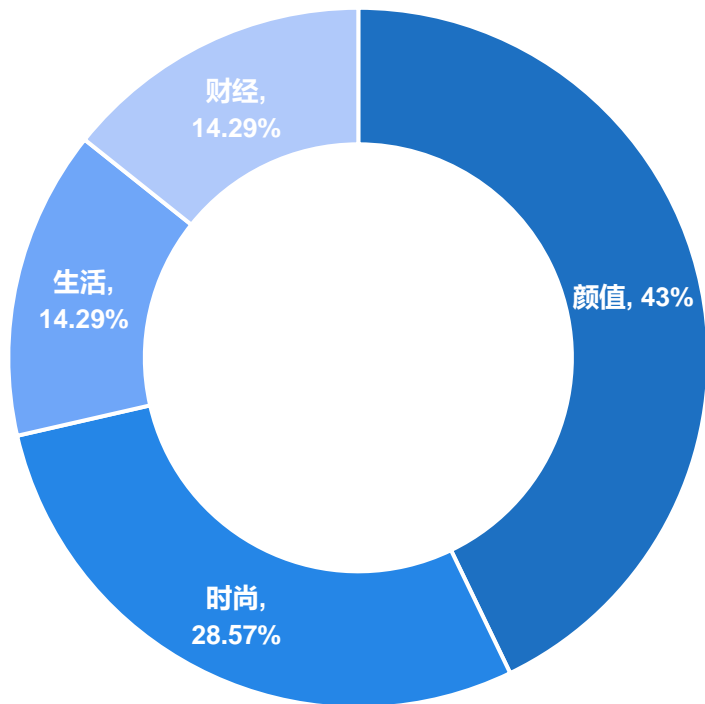
2023年1-5月抖音电商平台香水/香氛类目销售情况



在投放策略上，FPF以颜值和时尚达人为主，通过香水测评、好物推荐、场景种草等视频强化平价、伪体香的卖点

FPF抖音达人投放类型

- 颜值和时尚类KOL投放比例较高，通过种草视频强化平价、伪体香的产品卖点



热门种草视频类型

香水测评视频



FPF调香师香水，肌肤之欲，温软迷人，又纯又欲高级伪体香，清香淡香#香水推荐 #平价#香水控#香水分享 #香水测评

卖点：平价、伪体香

生活场景视频



姐妹们又低估黑咖啡的实力了 真的是斩男又斩女 男女通吃的高级#香水 #持久留香 #斩男香

卖点：平价、高级感、留香

好物推荐



FPF调香师香水肌肤之欲 40ml 女士淡香持久留香奶香纯欲高级伪体香#香水 #种草 #好物推荐 #平价好物 #仙女必备 @抖音小助手

卖点：平价、仙女必备

自用评价



#FPF 调香师香水肌肤之欲 香水小样浪漫邂逅淡香奶香纯欲高级伪体香#调香师香水 #肌肤之欲香水

卖点：平价、高级香

套装类产品中，Dior香水礼盒、野兽派香氛礼盒成为心意首选

抖音平台1-5月香水/香氛套装品牌预估销售额排行榜

品牌排名	品牌名称	预估GMV金额	预估销量	关联商品数量
1	Dior/迪奥	1000w~2500w	1w-2.5w	367
2	HFP	1000w~2500w	5w-7.5w	266
3	BEAST/野兽派	1000w~2500w	2.5w-5w	963
4	Boitown/冰希黎	500w~750w	2.5w-5w	272
5	CHAFFUL/香芙儿	250w~500w	10w~25w	684
6	sellion/雪尔妮兰	250w~500w	7500-1w	23
7	COACH/蔻驰	250w~500w	7500-1w	256
8	拉菲尔	250w~500w	7.5w-10w	176
9	MAISON MARGIELA	100w~250w	2500-5000	70
10	JIAEN/葭恩	100w~250w	2.5w-5w	41
11	Versace/范思哲	100w~250w	5000-7500	137
12	HO-II	75w~100w	1000-2500	50

热销品牌热门礼盒套装

Dior520香水+口红礼盒



【520礼物】Dior迪奥
纯真优雅礼盒 口红香水
999 772女友情人节

野兽派心灵出走系列香氛礼盒



THEBEAST野兽派心灵
出走系列香氛 巴黎周末
&谷雨时节小欢喜礼盒

冰希黎情书礼盒系列女士香水



【旗舰店正品】冰希黎
情书礼盒留香久正品推
荐爆款女士香水送礼

香氛套装送礼心智较强，购买者以31-40岁男性群体为主

香氛套装购买受众画像

• 以野兽派为例

性别分布

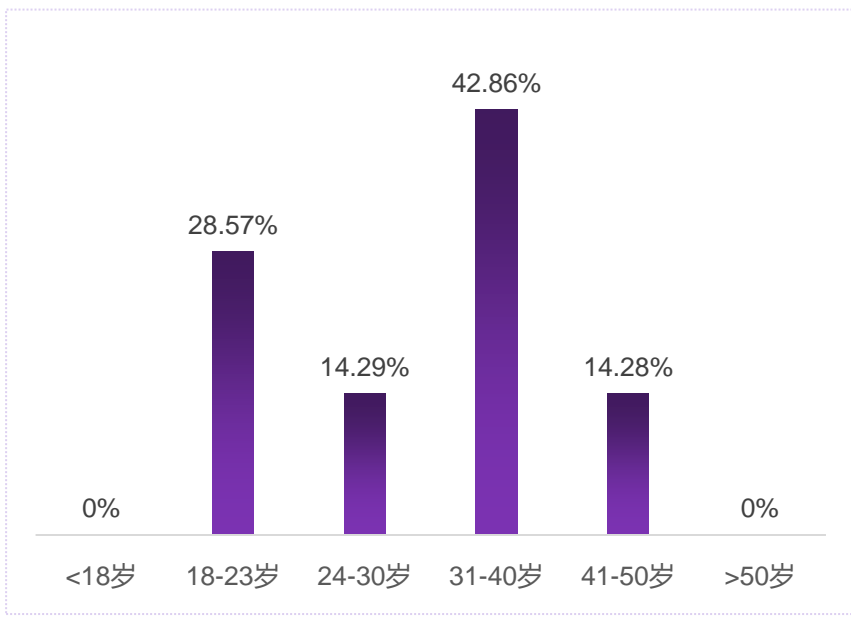


42.86%



57.14%

年龄分布



热门种草视频类型

代言人TVC



新的一年，愿小兔有戏，愿我们都支棱起来#野兽派小兔有戏@小井先生工作室@苏翊鸣@龚俊Simon

互动量：25.93w

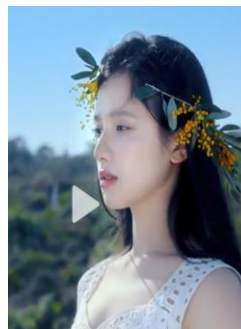
母亲节&生活日常



做包子收鲜花，听归亚蕾聊聊和女儿的故事，野兽派母亲节特别呈现#野兽派母亲节#妈妈的高光时刻

互动量：14.95w

女神节&代言人



在海边的悬崖花园，当野兽派遇到@张婧仪，一起编织女神的花环。#野兽派女神的花环#野兽派植萃香氛大使张婧仪

互动量：9.53w

情侣日常



2023情人节限定，“辣吻”玫瑰花桶#情人节#情人节礼物#野兽派

互动量：4.35w

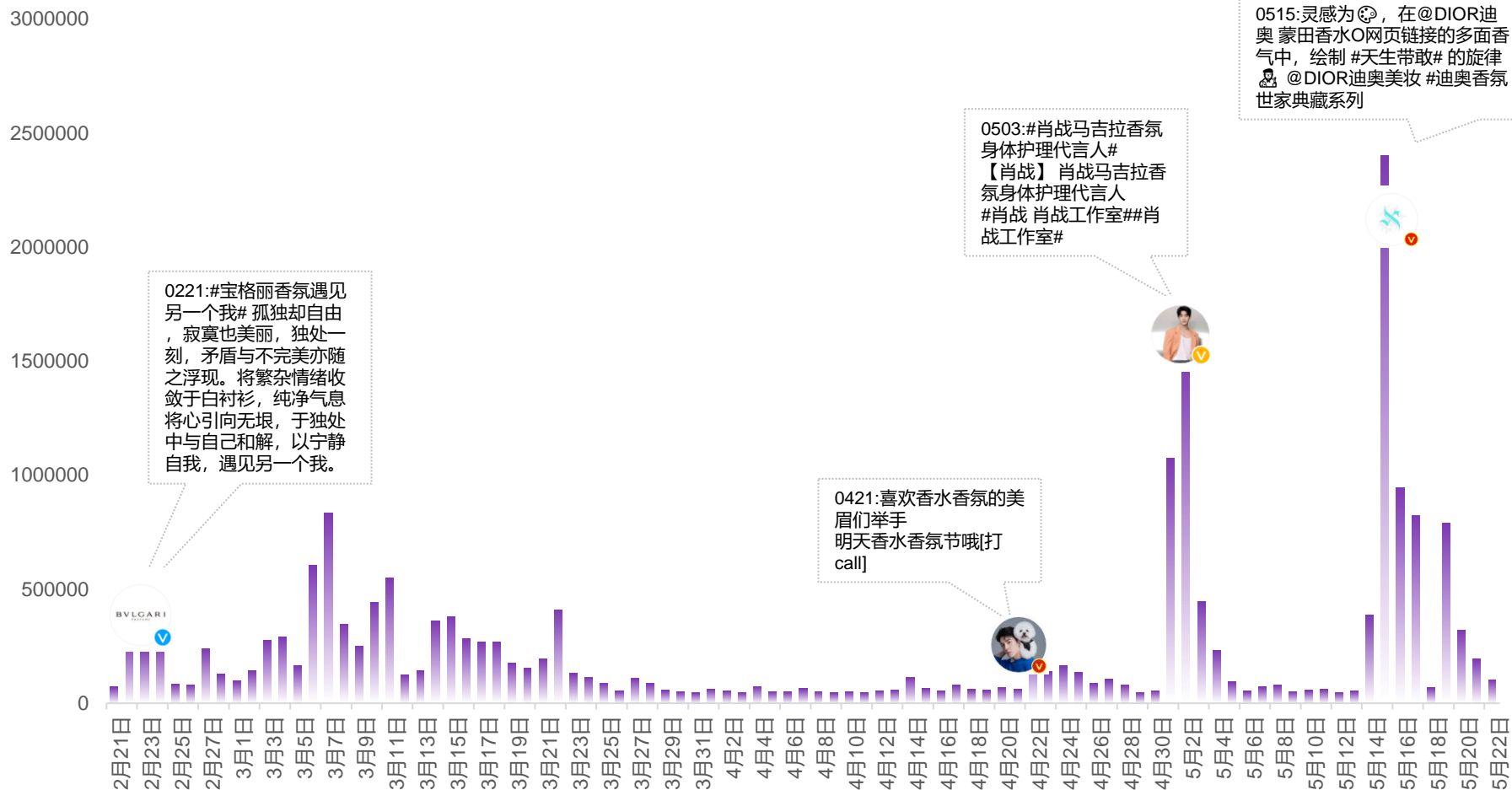


02

香水/香氛消费者舆情洞察

从舆情热度看，香水/香氛热度伴随品牌营销事件呈现波动性

近90天香水/香氛产品相关舆情热度趋势



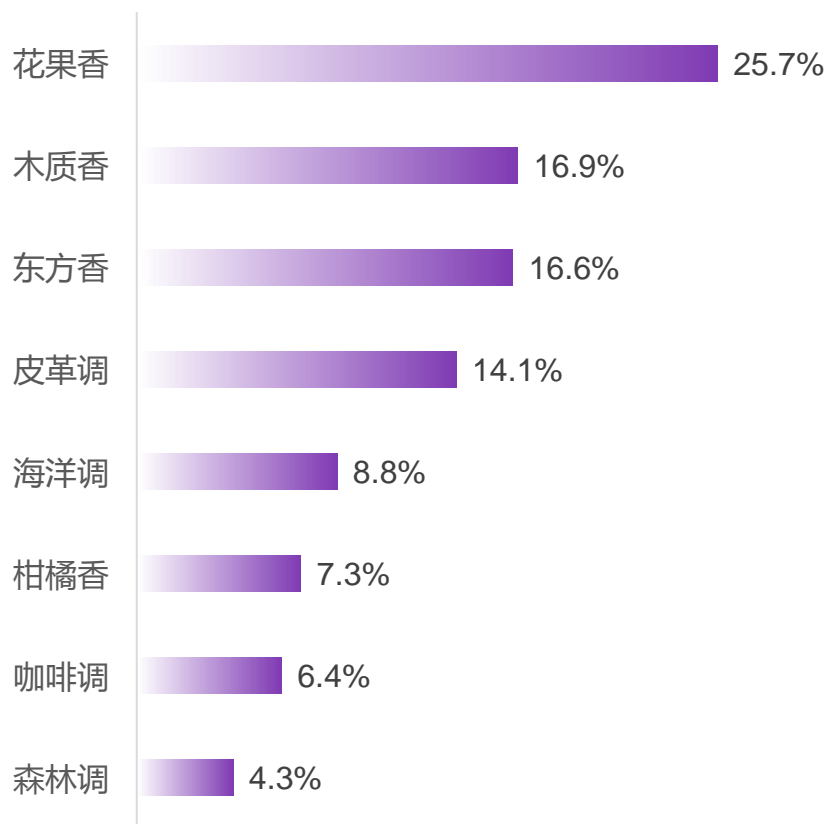
source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年2月21日-2023年5月22日, 监测范围: 微博, 抖音、B站等短视频平台、长视频平台, 小红书等

认知 | 消费者主要通过抖音和微博了解和分享香薰，伴随国潮的流行和文化自信的提升，东方香在消费者认知中跻身top3

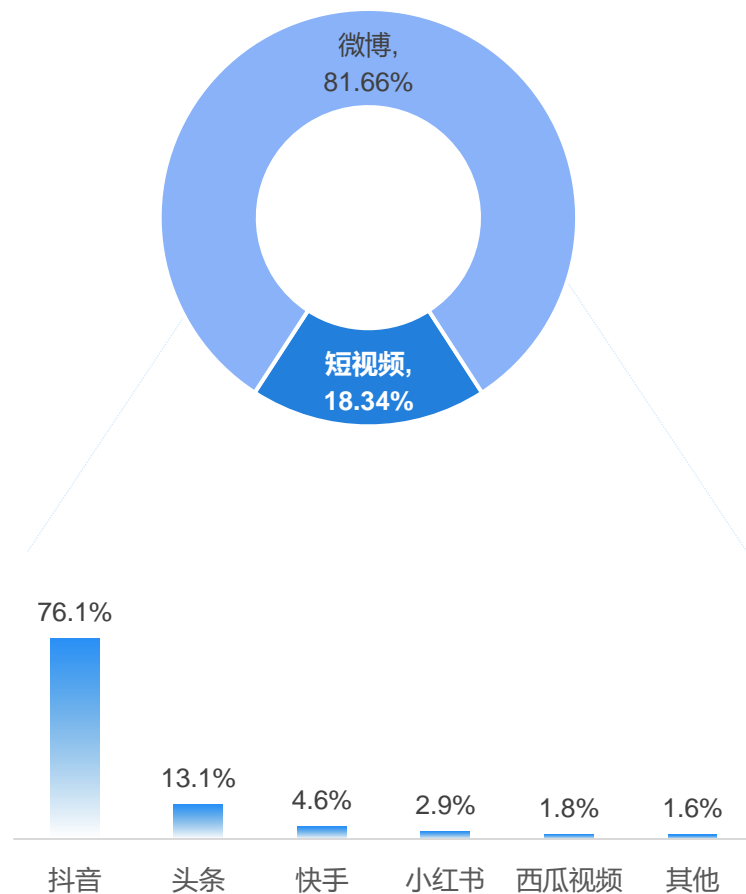


香水/香氛品类香调认知

- 花果香、木质香仍是主流香调，伴随国潮的流行和文化自信的提升，东方香在消费者认知中跻身top3



社媒声量主要媒体来源



案例 | 观夏立足东方香文化开拓晶石香薰、香氛香水、香薰蜡烛、香氛洗护等品类，打造具有东方气息的产品系列

观夏产品线社媒热度

- 香水香膏和晶石香薰是观夏热门品类，每个品类的产品系列都有着浓厚的东方文化底蕴



观夏线下主题门店打造东方意境



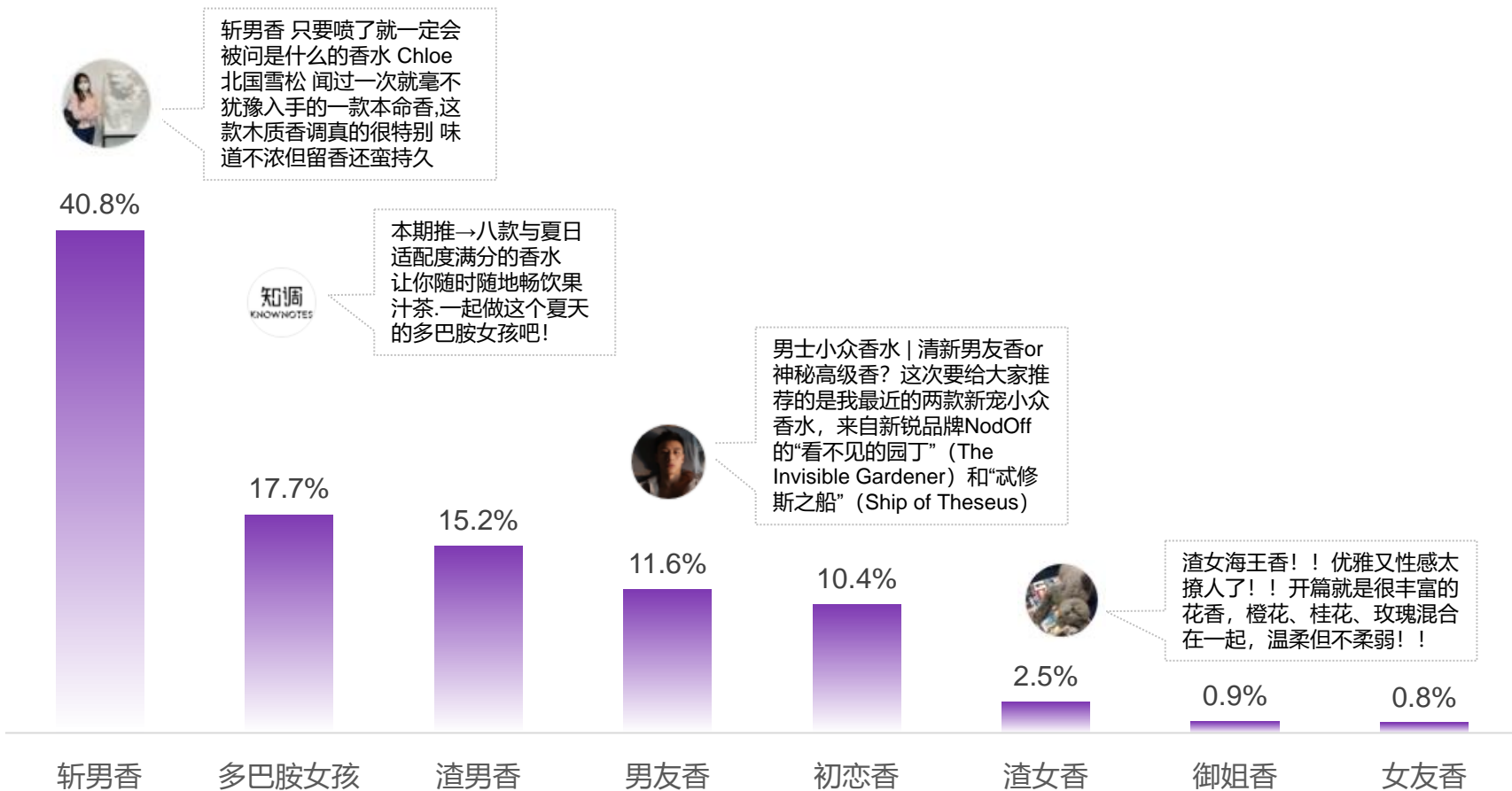
观夏上海系列热门词云

- 4月，观夏以上海首店“闲庭”为灵感，发布首个浓香水系列“东方文学·上海系列”，引出黄金时代文人的恣意闲情
- 东方香、浓香水等卖点收获高讨论声量，同时提前预热了天猫618的产品预售。



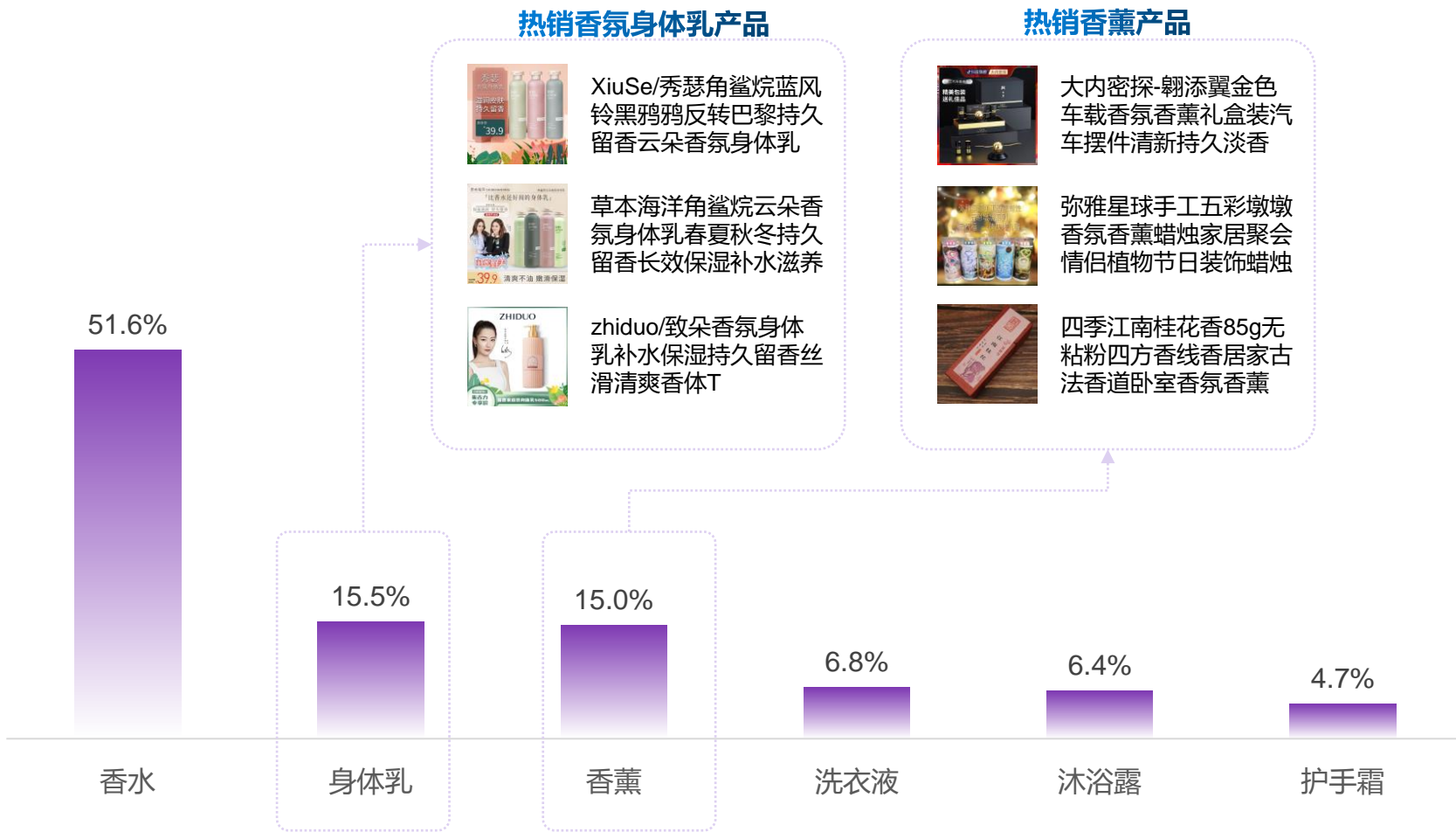
关注 | 斩男香仍是消费者种草的主要香氛类别，另外伴随多巴胺女孩爆火全网，多巴胺女孩香水/香氛热度仅次于斩男香

香水/香氛品类香调认知



行动 | 除常规香水外，带有香氛/香水概念的身体护理产品、家居香氛等也是消费者主要购买的品类

香水/香氛品类香调认知



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/648062024041006023>