

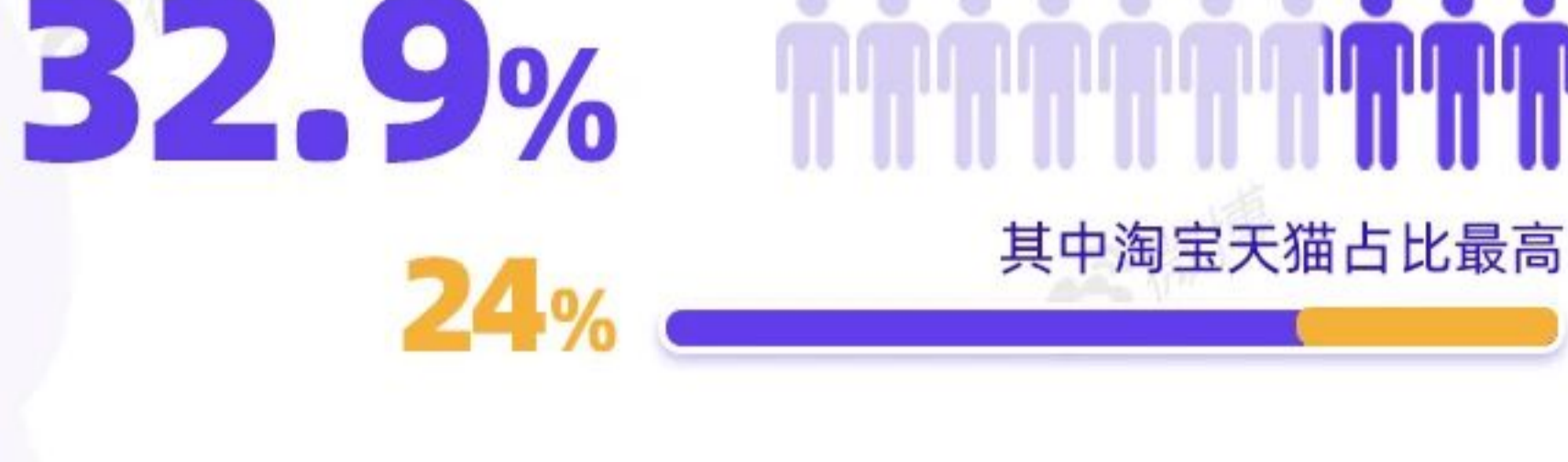
(三) 中国香薰消费者分析

part/01

消费者人群基本特征

根据数据显示，2022年中国嗅觉经济市场消费者画像以24-40岁（77.2%）的青年群体为主，女性群体（67.1%）是消费主力

各主流电商平台香氛香水行业潜在消费人群（香氛香水内容浏览情况）性别分布



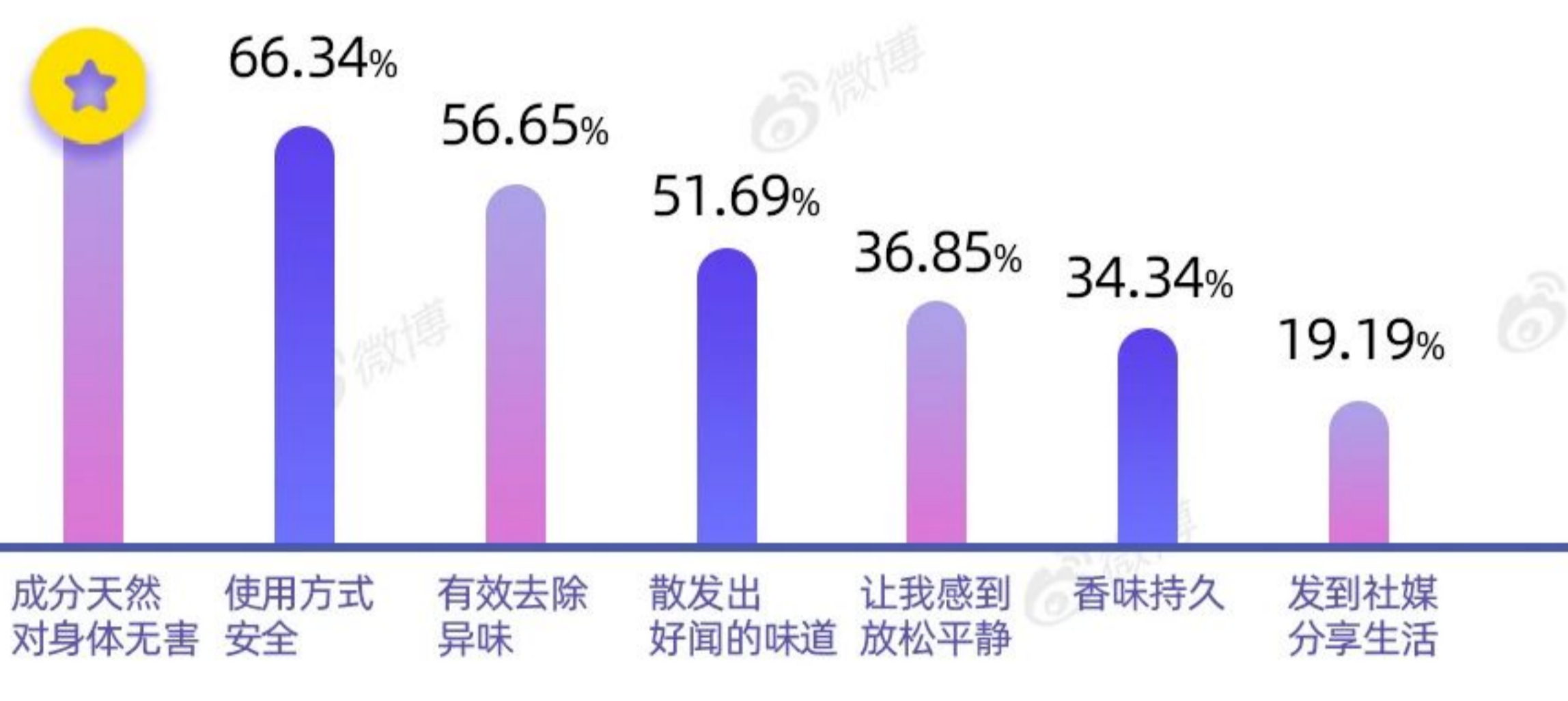
数据来源：灰豚数据

part/02

消费者人群消费习惯

1 安全问题是消费者购买香薰的首要考虑因素

消费者对香氛的需求维度



数据来源：益普索调研数据

2 消费者挑选香氛时着重香型和成分

消费者购买香氛考虑因素



数据来源：益普索调研数据

part/03

消费者人群需求趋势

1 香薰的细分品类需求会逐步变大

过去一年各品类使用率



数据来源：益普索调研数据

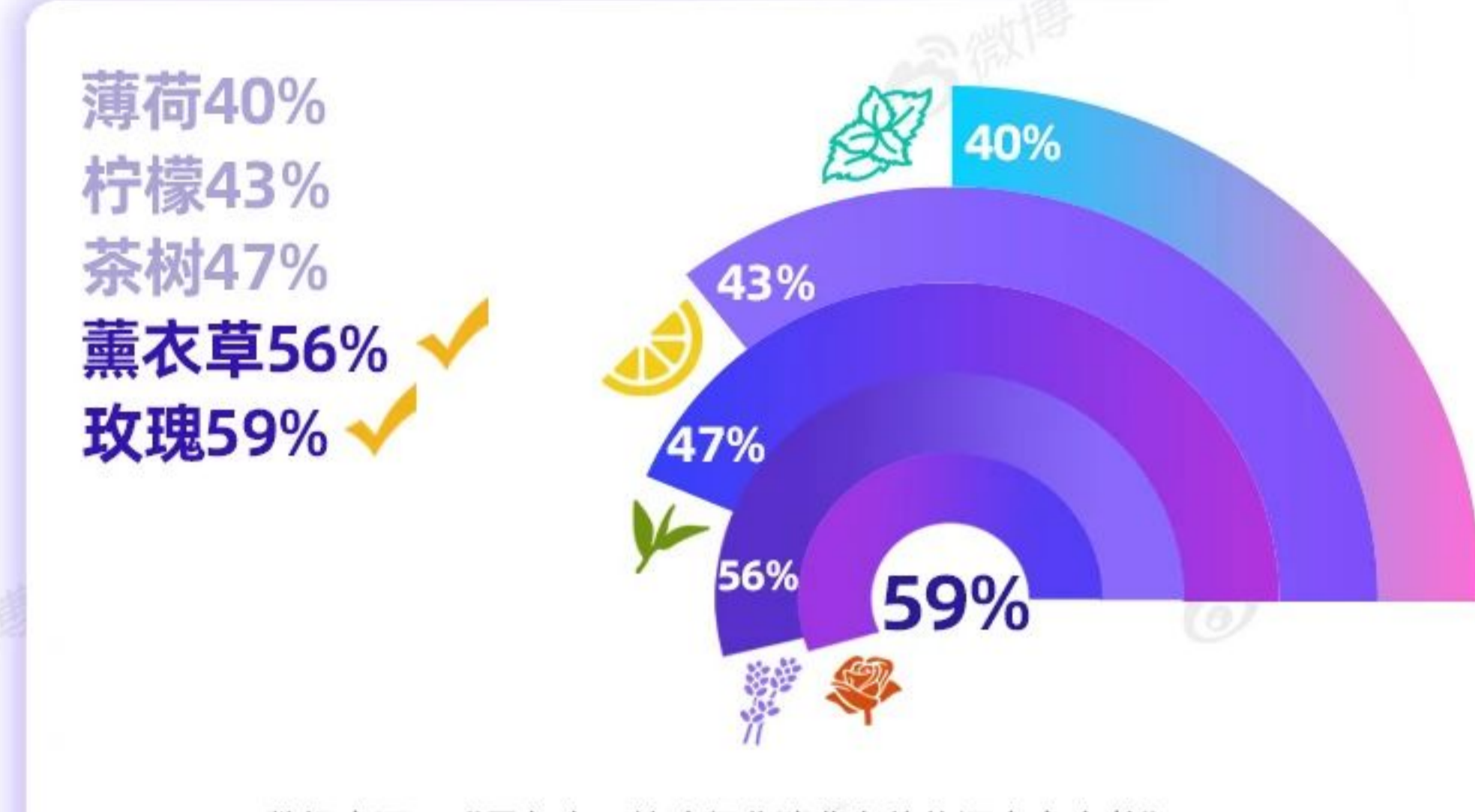
香氛精油、香氛喷雾等细分子类在香料用户中的渗透率仅为10-15% 未来的使用意愿会不断提升

2 越来越多消费者使用香薰产品调节情绪

首先想到的纯精油香型

薰衣草精油具有镇静和催眠的活性 可经由身体系统从而引发一系列应激介质的合成与释放 进而影响机体健康包括皮肤健康

根据调研发现，在香薰香型方面 消费者对于玫瑰与薰衣草的了解程度与接纳程度较高。



数据来源：《尼尔森IQ精油行业消费者趋势洞察白皮书》

3 油类护理成为未来新趋势

薰衣草精油使用前前后大肠杆菌和金黄色葡萄球菌变化情况

以油养肤、养体概念逐渐流行 消费者对于纯精油产品的主要驱动点从功效与情感两方面体现

有实验证明搭载薰衣草精油的 抗菌纳米纤维膜对大肠杆菌和金黄色葡萄球菌具有一定抑制作用



数据来源：论文数据整理

(四) 中国香薰市场行业前瞻

part/01

中国香薰香氛市场整体正向发展

随着中国经济的缓慢复苏，香薰香氛市场也缓慢复苏，行业对中国市场保有信心。



part/02

香薰香氛产品需要更好地满足消费者个性化需求

用户对香薰质量要求日益严格，对更多新颖、创新型产品的关注度也有所增加。



你知道商业香和沙龙香的区别吗？



商业香
常见的时尚品牌出售的香水，受市场限制，满足大众需求。

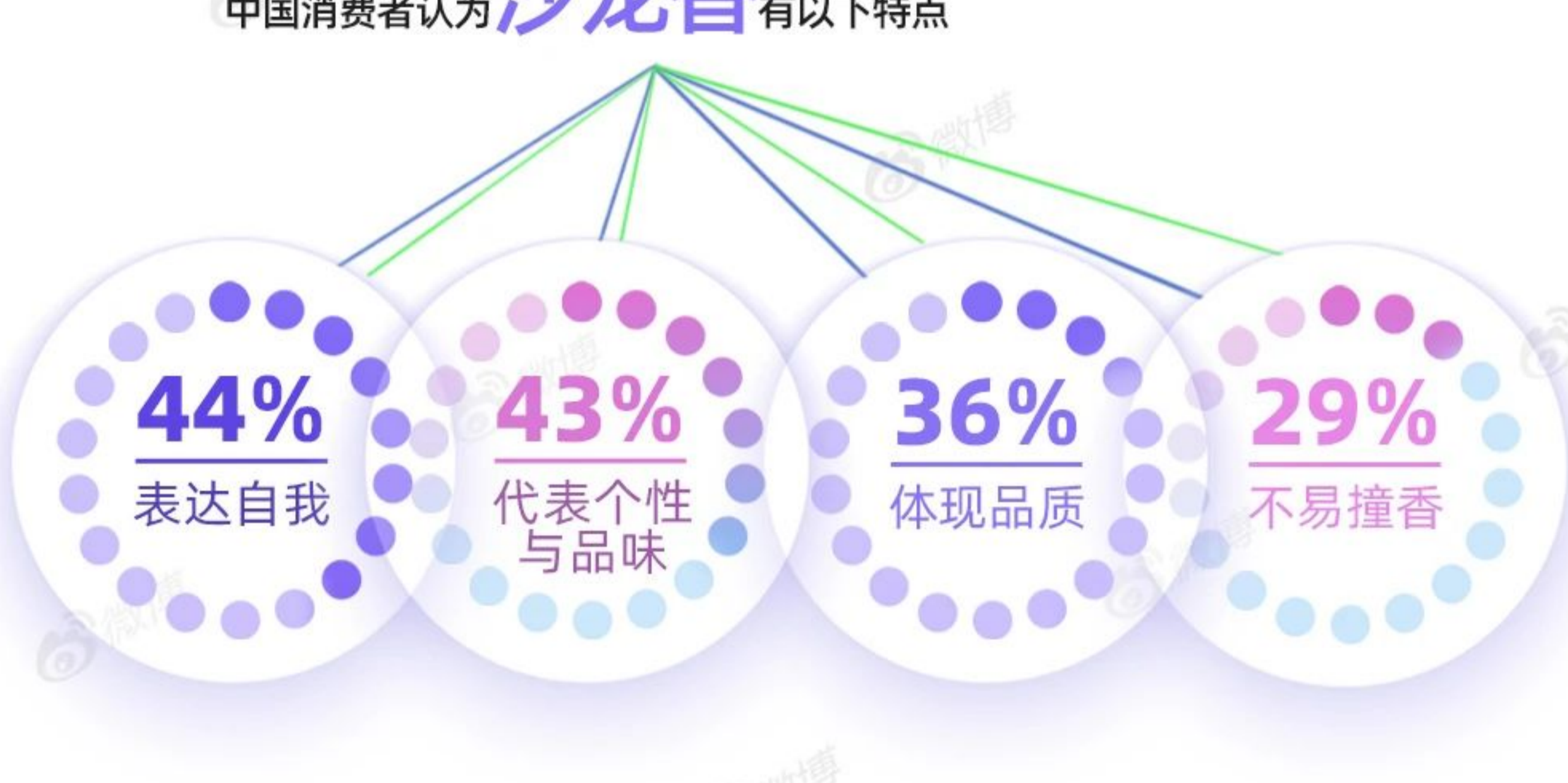
V S

沙龙香
注重个性化表达，突出创作审美，不取悦大众，使用天然珍贵香料，人工香精少，采用原始制作方法，相对小众，不易撞香。

以香水行业类比，根据颖通调研数据显示，2023年偏好**沙龙香**的消费者占比达



在对消费者的调查中，中国消费者认为**沙龙香**有以下特点



参考资料

- [1]中国香水行业研究白皮书1.0(2020年)[C]//艾瑞咨询系列研究报告(2020年第11期)。颖通集团;艾瑞咨询;2020:58.DOI:10.26914/c.cnkihy.2020.041862.
- [2]2021中国香水行业研究白皮书[R]
- [3]2023年H1抖音香水消费市场洞察-飞瓜[R]
- [4]灰豚数据:2023年香水行业消费趋势洞察报告[R]
- [5]果集数据:2021年香水品牌社媒营销分析报告[R]
- [6]颖通中国:2023中国香水行业研究白皮书[R]
- [7]家居香氛消费者观察及机会点浅探[R]
- [8]头豹研究院_2021年中国香薰行业:Z世代的新宠儿,嗅觉经济的新风口[R]
- [9]艺恩:2023香氛赛道趋势洞察-香氛概念延展至多元品类,嗅觉经济持续[R]
- [10]周欣,宋宁,林景等.薰衣草挥发油香薰吸入的抗焦虑、抗抑郁作用及其机制[J].中南药学,2023,21(08):1991-1998.
- [11]毛小文,顾志荣,杨浩等.基于CiteSpace知识图谱对薰衣草精油研究现状的可视化分析[J].中国野生植物资源,2023,42(06):41-52.
- [12]谷俊明.关于香的那些事儿——天然香和化学香的鉴别[J].天工,2020,(01):104-105.
- [13]尼尔森IQ:精油行业消费者趋势洞察白皮书[R]
- [14]张雪.探访新疆伊犁的浪漫薰衣草产业:东方的普罗旺斯[EB/OL].(2015-06-24).[2015-06-24].
- [15]马勇,孙哲茹,楼朱玉双等.离心静电纺薰衣草精油抗菌纳米纤维膜的制备及表征[J].化工新型材料,1-12[2024-03-19].
- [16]李慧.薰衣草萜类代谢调控分子机制及对访花昆虫影响[D].北京林业大学,2019.DOI:10.26949/d.cnki.gblyu.2019.000647.
- [17]牛平.薰衣草及其精油对马铃薯甲虫生物活性和行为影响的研究[D].新疆农业大学,20
- [18]郭凤娇,刘菲,杨素珍等.薰衣草精油护肤作用的研究进展[J].日用化学科学,2023,46(01):35-40.22.DOI:10.27431/d.cnki.gxnyu.2022.000283.

end

