

中国香氛行业发展趋势分析与未来投资预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国香氛行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/701097.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、香氛概述

香氛大多是一种类似于香水的液体，香味持久，具有舒缓镇定、愉悦放松作用，在家居、汽车、酒店、商场、办公室等场景应用较为广泛。但不同于香水的浓烈，香氛的气味更为淡雅。香氛根据形态不同，可分为液体香氛、固体香氛、洗浴香氛三大类；根据用途不同，可分为家居香氛、商用香氛、车载香氛、个护家清香氛等。

香氛分类

资料来源：观研天下整理

2、2022年中国香氛行业市场规模突破170亿元

随着人们收入及消费水平不断上升，对生活质量要求也越来越高，而香氛产品作为能够衬托出生活品质的产品及个性化趋势凸显，气味个性化成为消费者展现自我的一种表达方式，对香氛需求也逐渐增多，进而带动行业市场规模扩大。数据显示，2022年我国香氛市场规模达到174.3亿元，同比增长23.68%。

数据来源：观研天下整理

3、资本卷入“鼻子”遇挑战

市场增长意味着财富的新机会。新企业不断涌现，资本开始入局香氛市场。据公开数据显示，从获投公司来看，当下我国中国香水香氛行业共有20多家公司获得投资，有7家公司获得2次融资。如观夏在2019、2020年分别获得两笔融资；2021年，Scentooze三兔、Plustwo普拉斯兔等香氛品牌获得上千万元的融资，气味图书馆完成数千万美元B轮融资。

2019-2022年我国香氛行业投融资列表(部分)

品牌名称

融资事件

融资轮次

融资金额

投资机构

闻献DOCUMENTS

2021.6

种子轮

未披露

青屹投资

2021.12

A轮

数千万人民币

众麟资本

2022.9

A+轮

数千万人民币

美次方投资、凯辉基金领投

Melt Season

2021.1

种子轮

1000万人民币

壹叁资本领投

2022.3

天使轮

1000万人民币

Breeze Capital领投

三兔Scentooze

2020.5

天使轮

未披露

伽蓝集团

2020.8

Pre-A轮

1000万人民币

源码资本

2021.5

A轮

未披露

高浪控股

观夏tosummer

2019.3

天使轮

未披露

真格基金，北京凯铭风尚网络技术有限公司，IDG资本

2020.12

A轮

未披露

红杉资本中国

摩登巴赫

2020.12

天使轮

未披露

蜂巧资本

Plustwo普拉斯兔

2021.1

天使轮

数千万人民币

坚果资本领投，众晖资本跟投

SEVENCHIC香氛笔

2022.2

天使轮

未披露

乐华娱乐

NextBeautyChina

2021.7

战略投资

未披露

Givaudan

KUGG

2021.4

天使轮

1000万人民币

拉芳品观华熙基金

RE调香室

2021.1

股权投资

未披露

中信资本

御梵

2019.8

天使轮

数百万人民币

风物资本

2020.11

Pre-A轮

未披露

欧游集团

节气盒子

2022.2

战略投资

未披露

上海家化

资料来源:观研天下整理

行业机遇下，我国香氛品牌爆发。尤其是中国文化影响力回归，越来越多的香氛品牌将文化意象融入品牌及产品名称，在香型、器型等方面追求本土化表达，构建一种符合国人文化记忆的独特嗅觉体验，持续输出层出不穷的创意灵感。以气味图书馆的网红产品“凉白开 饬止”为例，灵感来源于中国家庭铝壶煮水的情景，唤起了人们对家和某个特定人的记忆和味道，让这瓶香水成为“一杯有故事的水”，促使消费者为情怀买单。

新锐国潮香氛品牌定位/产品(部分)

公司名称

定位关键词

代表产品/产品系列

节气盒子

东方嗅觉、节气生活方式

东方瓶花、四季流心

野兽青年

国潮香氛

小时光、半岛冰茶

观夏tosummer

东方、人文、艺术、香气

昆仑煮雪、颐和金桂

闻献DOCUMENTS

禅酷

仙、非常四季、福禄滴香

RE调香室

中国原创轻沙龙香

月落桂子、醉芍药

资料来源:观研天下整理

然而，一些香氛品牌太过注重营销和概念创造，而忽视产品研发和创新。这导致了许多新晋品牌在品质方面出现问题，如留香时间短、气味单薄等，香氛业裸露出单薄的后调。相关调研结果显示，目前，我国香氛产品趋于同质，香型基本集中于桂花、栀子、茶香、檀香、竹子，衍生香型也十分有限；外观上的“拿来主义”，则直接暴露出设计力和品牌力的弱势。此外，随着人工智能发展，也给香氛品牌调香师的“鼻子”带来更多挑战。部分香氛巨头们纷纷开始尝试智能调香，数据驱动正在成为行业趋势。例如，博主@杜芒芒曾表示在德之馨的上海科技研发中心体验过一次AI选香，需要戴上智能设备，机器会根据人的脑电波及对其一些问题和画面的判断来进行调香。

4、香氛产业破题：从低端供应到产业链自控

除了上述挑战外，我国香氛行业还面临着产业链低端供应困难，这也造成中高端香氛产业国产化率较低。上游原料端，以奇华顿、芬美意、国际香精香料公司、德之馨为代表的海外香精公司，占据全球香精香料行业超50%的市场份额。而我国香精企业普遍小而分散，大部分均没有相关研发能力，也无法应对小单快反、原料价格波动、环保要求、品质升级等高层次需求，只能屈居供应端底层。

数据来源：观研天下整理

与之伴生的是人才缺失。调香师是创香过程中的主角，也是产业研发链条里培育时间最长、成本最高的环节之一。现阶段，我国还没有真正的调香师，大部分属于工程师角色。据一位香水企业主分享，调香工程师的主要工作是调配产品的添加比例，中国品牌大多只是和香精公司合作，从国外购买好的香精，比如品牌需要一款木质的香水，就会从香精公司购置5到6款木质概念的香精。

各方面资源掣肘之下，或许也是国内香氛真正独立的开始。目前，我国香氛品牌也同步在产业链条端自寻出路。例如，观夏是少数在早期就致力于完善东方本土成分供应链体系的中国香氛品牌之一，像在桂花香型产品的开发过程中，品牌在湖北咸宁、广西桂林等桂花产地采集原料，并合作国际香精公司进行提纯，初步缔结遍及全球的产业协同模式。由此可见，从供应端开始逐步提升产业控制力，推动本土香料在香氛行业应用，是为中国品牌夺回创制权的开端。

综上所述，在嗅觉经济、国货渐受欢迎的背景下，国潮香氛已经站上产业品牌化和品牌产业化的起点，但想要诞生出一个国产超级香氛大牌仍需时间。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国香氛行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2024-2031年）》涵

盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国香氛行业发展概述

第一节 香氛行业发展情况概述

- 一、香氛行业相关定义
- 二、香氛特点分析
- 三、香氛行业基本情况介绍
- 四、香氛行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、香氛行业需求主体分析

第二节 中国香氛行业生命周期分析

- 一、香氛行业生命周期理论概述
- 二、香氛行业所属的生命周期分析

第三节 香氛行业经济指标分析

- 一、香氛行业的赢利性分析
- 二、香氛行业的经济周期分析
- 三、香氛行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球香氛行业市场发展现状分析

第一节 全球香氛行业发展历程回顾

第二节 全球香氛行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲香氛行业地区市场分析

- 一、亚洲香氛行业市场现状分析
- 二、亚洲香氛行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲香氛行业市场前景分析
- 第四节北美香氛行业地区市场分析
 - 一、北美香氛行业市场现状分析
 - 二、北美香氛行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美香氛行业市场前景分析
- 第五节欧洲香氛行业地区市场分析
 - 一、欧洲香氛行业市场现状分析
 - 二、欧洲香氛行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲香氛行业市场前景分析
- 第六节 2024-2031年世界香氛行业分布走势预测
- 第七节 2024-2031年全球香氛行业市场规模预测

第三章 中国香氛行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对香氛行业的影响分析
- 第三节中国香氛行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对香氛行业的影响分析
- 第五节中国香氛行业产业社会环境分析

第四章 中国香氛行业运行情况

- 第一节中国香氛行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国香氛行业市场规模分析
 - 一、影响中国香氛行业市场规模的因素
 - 二、中国香氛行业市场规模
 - 三、中国香氛行业市场规模解析
- 第三节中国香氛行业供应情况分析
 - 一、中国香氛行业供应规模

二、中国香氛行业供应特点

第四节中国香氛行业需求情况分析

一、中国香氛行业需求规模

二、中国香氛行业需求特点

第五节中国香氛行业供需平衡分析

第五章 中国香氛行业产业链和细分市场分析

第一节中国香氛行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、香氛行业产业链图解

第二节中国香氛行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对香氛行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对香氛行业的影响分析

第三节我国香氛行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国香氛行业市场竞争分析

第一节中国香氛行业竞争现状分析

一、中国香氛行业竞争格局分析

二、中国香氛行业主要品牌分析

第二节中国香氛行业集中度分析

一、中国香氛行业市场集中度影响因素分析

二、中国香氛行业市场集中度分析

第三节中国香氛行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国香氛行业模型分析

第一节中国香氛行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国香氛行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国香氛行业SWOT分析结论

第三节中国香氛行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国香氛行业需求特点与动态分析

第一节中国香氛行业市场动态情况

第二节中国香氛行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节香氛行业成本结构分析

第四节香氛行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国香氛行业价格现状分析

第六节中国香氛行业平均价格走势预测

- 一、中国香氛行业平均价格趋势分析
- 二、中国香氛行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国香氛行业所属行业运行数据监测

第一节 中国香氛行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国香氛行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国香氛行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国香氛行业区域市场现状分析

第一节 中国香氛行业区域市场规模分析

- 一、影响香氛行业区域市场分布的因素
- 二、中国香氛行业区域市场分布

第二节 中国华东地区香氛行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区香氛行业市场分析
 - (1) 华东地区香氛行业市场规模
 - (2) 华南地区香氛行业市场现状
 - (3) 华东地区香氛行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区香氛行业市场分析
 - (1) 华中地区香氛行业市场规模

(2) 华中地区香氛行业市场现状

(3) 华中地区香氛行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区香氛行业市场分析

(1) 华南地区香氛行业市场规模

(2) 华南地区香氛行业市场现状

(3) 华南地区香氛行业市场规模预测

第五节 华北地区香氛行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区香氛行业市场分析

(1) 华北地区香氛行业市场规模

(2) 华北地区香氛行业市场现状

(3) 华北地区香氛行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区香氛行业市场分析

(1) 东北地区香氛行业市场规模

(2) 东北地区香氛行业市场现状

(3) 东北地区香氛行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区香氛行业市场分析

(1) 西南地区香氛行业市场规模

(2) 西南地区香氛行业市场现状

(3) 西南地区香氛行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区香氛行业市场分析

(1) 西北地区香氛行业市场规模

(2) 西北地区香氛行业市场现状

(3) 西北地区香氛行业市场规模预测

第十一章 香氛行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国香氛行业发展前景分析与预测

第一节中国香氛行业未来发展前景分析

一、香氛行业国内投资环境分析

二、中国香氛行业市场机会分析

三、中国香氛行业投资增速预测

第二节中国香氛行业未来发展趋势预测

第三节中国香氛行业规模发展预测

一、中国香氛行业市场规模预测

二、中国香氛行业市场规模增速预测

三、中国香氛行业产值规模预测

四、中国香氛行业产值增速预测

五、中国香氛行业供需情况预测

第四节中国香氛行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国香氛行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国香氛行业进入壁垒分析

一、香氛行业资金壁垒分析

二、香氛行业技术壁垒分析

三、香氛行业人才壁垒分析

四、香氛行业品牌壁垒分析

五、香氛行业其他壁垒分析

第二节香氛行业风险分析

一、香氛行业宏观环境风险

二、香氛行业技术风险

三、香氛行业竞争风险

四、香氛行业其他风险

第三节中国香氛行业存在的问题

第四节中国香氛行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国香氛行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国香氛行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国香氛行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节香氛行业营销策略分析

一、香氛行业产品策略

二、香氛行业定价策略

三、香氛行业渠道策略

四、香氛行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/701097.html>