

# France Perfume Market

New Start since 2023

Neo Asien GmbH

## 目录

1.	概述 .....	2
2.	挑战 .....	3
3.	法国香水品牌的地区分布 .....	4
3.1.	巴黎 .....	4
3.2.	法国南部 .....	5
4.	代表性法国香水品牌 .....	5
4.1.	香奈儿 Chanel .....	5
4.2.	迪奥 Dior .....	6
4.3.	娇兰 Guerlain .....	6
4.4.	兰蔻 Lancôme .....	6
4.5.	伊夫·圣罗兰 Yves Saint Laurent (YSL) .....	7
4.6.	爱马仕 Hermès .....	7
4.7.	纪梵希 Givenchy .....	7
4.8.	梅森·马吉拉 Maison Margiela .....	7
4.9.	馥说 Rose et Marius .....	8
4.10.	Nina Ricci .....	8
4.11.	Jean Paul Gaultier .....	8
4.12.	Jacques Bogart .....	9
4.13.	Maison Carven .....	9
4.14.	Ted Lapidus .....	9
5.	结论 .....	10

本文翻译自德国市场咨询机构 Neo Asien 发布的《法国香水市场：展望 2024》（France Perfume Market: New Start since 2023）

## 1. 概述

在法国，香水不仅仅是一种产品，它象征着法国的优雅和精致。挑选、使用和赠送香水的艺术深深融入法国文化，而巴黎则是这一传统的核心。法国的香水理念——强调工艺、奢华和艺术性——对全球的香水行业产生了深远影响。世界上许多知名的调香师都曾在巴黎接受培训，该市的香水产业至今仍在为质量和创造力设定标准。

法国香水市场是全球最大、最成熟的市场之一，2023 年的市场规模约为 35 亿欧元。2023 年的总销量估计约为 1 亿瓶。在过去的五年里，法国香水市场的复合年增长率（CAGR）约为 2-3%。这种增长得益于法国深厚的香水文化、奢侈品牌的强大存在以及消费者对小众和个性化香水需求的增加。2023 年，市场的增长率约为 2.5%，反映了从 COVID-19 大流行影响中的复苏。

2023 年伊始，法国香水行业面临着艰难的经济环境。零售活动受到经济形势的影响：通货膨胀、购买力问题、地缘政治冲突和能源成本的上升。特别是原材料价格上涨、供应链延迟、乌克兰危机、购买力挑战、能源成本和 2023 年持续的高通胀，阻碍了预期的增长。

市场细分为高端和大众市场香水。高端香水占据主导地位，约占市场总收入的 65-70%。分销渠道包括线上渠道和线下零售渠道。香水是少数消费者在电子商务平台上无法仅依赖在线购物的产品之一，尤其是数十万种沙龙香水品牌。消费者通常会先闻香水然后再做购买决定。

线上香水渠道的重要性日益增加，约占销售额的 15-20%，反映了消费者购买行为的转变。实体线下香水店，如百货商店、精品店和专业香水店，仍然发挥着重要作用，贡献了 70-75% 的销售额。

法国香水市场的驱动因素多样且变化迅速。

- **奢侈品牌：** 法国是香奈儿、迪奥、爱马仕、娇兰和 Rose et Marius 等世界上一些最负盛名的香水品牌的发源地，这些品牌继续推动销售。

- **消费者趋势:** 小众和个性化香水的趋势日益增长，如让·保罗·高缇耶和 Ted Lapidus，这反映了消费者偏好的转变。
- **旅游业:** 游客的涌入也促进了香水销售，特别是在巴黎、马赛和尼斯等大城市。

当我们试图预测 2024-2028 年的法国香水市场时，预计年复合增长率为 2-3%。预计到 2028 年，市场规模将达到约 40 亿欧元。

以法国奢侈香水零售集团 Bogart 集团为例，其 2023 年的销售额增长了 0.41%（2022 年为 2.912 亿欧元，2023 年为 2.924 亿欧元）。Bogart 集团有两个业务部门：香水与化妆品以及美容零售。美容零售贡献了该集团收入的 90%。

“美容零售”业务通过我们在 7 个国家的专有分销网络进行，包括在法国 47 家以 April 品牌运营的精选香水店，在德国以 HC Parfümerie 和 Gottmann 品牌运营的 87 家精选香水店，在以色列以 April 品牌运营的 43 家精选香水店，在比利时以 April 品牌运营的 71 家精选香水店和 104 家药店，在卢森堡以 April 品牌运营的 17 家精选香水店，在迪拜以 April 品牌运营的 5 家精选香水店，在斯洛伐克运营的 69 家精选香水店。

“香水/化妆品”收入来自我们自有品牌的所有渠道销售。这些渠道包括 Bogart 自有渠道以及这些品牌的外部渠道。2023 年，我们网络中的自有品牌产生了 2960 万欧元的收入，而 2022 年为 2790 万欧元。

## 2. 挑战

Z 世代对香水行业提出了新的要求。新兴趋势聚焦于可持续性和个性化。

**可持续性:** 消费者对生态友好和可持续香水的需求日益增长，他们越来越倾向于选择强调伦理采购和生产的品牌。香水品牌必须采取更多措施以满足消费者的期望。为应对气候变化，香水品牌需要通过行动减少其温室气体排放，例如在其物流平台安装光伏面板，在其商店网络中安装节能的 LED 照明。减少包装材料的使用并用可回收材料替代包装材料，这些做法得到了 Z 世代的欢迎。

**个性化:** 科技进步可能会带来更多个性化的香水选择，让消费者能够创造定制的香味。法国香水市场面临着经济不确定性和来自国际品牌及小型小众品牌的竞争等挑战。2023 年，香水品牌和拥有这些品牌的集团投入了大量精力扭转下降趋势。然而，整体

形势正在改善。以 Bogart 集团为例，其 2023 年财务报告显示，集团净利润为 3,780,092 欧元，而 2022 年则为净亏损 10,432,848 欧元。

### 3. 法国香水品牌的地区分布

几乎所有的法国知名的香水品牌创立于巴黎或法国南部。

#### 3.1. 巴黎

巴黎通常被认为是世界的香水之都，拥有悠久的传统，历史文化与奢侈品行业紧密相连。

追溯到文艺复兴时期，香水成为法国贵族奢华与精致的象征。巴黎的调香师开始崭露头角，为皇室和贵族定制香氛。在被称为“香水之王”的路易十四统治时期，香水的使用更加广泛。凡尔赛宫成为调香师的中心，国王每天都会为自己定制新的香氛，宫廷内的香水使用不仅限于身体，还用于衣物、手套、家具，甚至是房间，以掩盖当时不常洗澡的时代背景下的异味。

18 世纪，巴黎成为香水产业的中心，城市内出现了世界上最早的香水店，并以生产高质量、奢华的香水闻名。此期间，调香师们开始实验新技术和成分，创造出更复杂和精致的香氛。

19 世纪是法国香水业的真正“黄金时代”。这一时期，一些最具标志性的法国香水屋在巴黎成立。合成香料的发明使调香师能够创造出更加稳定和持久的香味，扩展了新的创作可能性。这一时期还见证了“高级香水”（*haute parfumerie*）的诞生，巴黎调香师们创造出既具艺术性又带来嗅觉享受的奢华香氛。

在 20 世纪，巴黎继续作为香水设计和创新的全球领先中心。迪奥、伊夫·圣罗兰和纪梵希等大牌时装屋进入香水市场，进一步巩固了巴黎作为奢侈香水之都的地位。巴黎香水品牌成为优雅、质量和独家产品的代名词，许多在巴黎推出的香水成为全球潮流的风向标，城市也因此成为香水品味的象征。

巴黎还拥有像 Osmothèque 这样的著名机构，这是一个香水档案馆和保护中心，保存了历史香水并为未来的调香师提供教育。此外，巴黎的 Fragonard 香水博物馆（Musée du Parfum）也为香水历史和艺术提供了深入的了解。

近年来，巴黎出现了越来越多的小众和手工香槟品牌，这些独立香水屋专注于独特的、通常是手工制作的香氛。这些品牌强调创意、稀有成分和个人表达，迎合了更挑剔的客户群体。

### 3.2. 法国南部

“法国南部”（Southern France）更多的是一个文化概念，而非地理概念。在大多数情况下，“法国南部”相当于普罗旺斯-阿尔卑斯-蓝色海岸（被称为南部地区）。

在法国南部，艾克斯（Aix-en-Provence）和格拉斯（Grasse）是聚集大多数香水品牌的城市。艾克斯是普罗旺斯的前首府，是一个迷人的城市，许多百万富翁居住于此。格拉斯则是法国香水产业的中心，被称为“世界香水之都”。格拉斯生产了法国三分之二以上的天然香料。迪奥和香奈儿等大品牌在格拉斯拥有自己的玫瑰和茉莉精油生产基地。除了香水的生产，许多世界著名的调香师都曾在格拉斯学习或在此成长。

尽管巴黎是香水消费和设计的中心，法国南部的格拉斯则是香水生产的核心。格拉斯以种植茉莉、玫瑰和薰衣草等花卉而闻名，这些花卉是许多香水的关键成分。巴黎作为设计和商业中心，与格拉斯作为生产中心的紧密联系，成为法国香水业的重要特征。

## 4. 代表性法国香水品牌

### 4.1. 香奈儿 Chanel

- **成立时间：**1910 年，巴黎
- **品牌故事：**由可可·香奈儿创立，香奈儿彻底改变了时尚和香水行业。品牌最具代表性的香水 Chanel No. 5 于 1921 年推出，至今仍然是奢华与优雅的象征。香

奈儿通过推出 Chanel No. 5 革新了香水行业，这款香水至今仍是全球销量最好的香水之一。

- **畅销香水:** Chanel No. 5、Bleu de Chanel
- **销售额:** 香奈儿是全球销量最高的奢侈香水品牌之一，仅香水业务的年收入估计超过 10 亿美元。

#### 4.2. 迪奥 Dior

- **成立时间:** 1947 年，巴黎
- **品牌故事:** 克里斯汀·迪奥推出了他的品牌，并以其妹妹命名了标志性的 Miss Dior 香水。该品牌代表了法国奢华的巅峰，并继续主导香水市场。
- **畅销香水:** J'adore、Sauvage、Miss Dior
- **销售额:** 迪奥的香水业务对其全球数十亿美元的销售额有重大贡献，其中 Sauvage 是全球销量最高的男士香水之一。

#### 4.3. 娇兰 Guerlain

- **成立时间:** 1828 年，巴黎
- **品牌故事:** 娇兰是世界上最古老的香水品牌之一，其香水常常从异国风情和浪漫故事中汲取灵感，其中 Shalimar 是永恒的经典之作。
- **畅销香水:** Shalimar、La Petite Robe Noire
- **销售额:** 尽管娇兰的确切销售数字严格保密，但它在奢侈品香水市场保持着强劲的市场存在。

#### 4.4. 兰蔻 Lancôme

- **成立时间:** 1935 年，巴黎
- **品牌故事:** 由阿尔芒·珀蒂让创立，兰蔻因将法国的优雅与创新相结合而闻名。该品牌因其美容产品和奢华香水而广受欢迎。
- **畅销香水:** La Vie Est Belle、Trésor
- **销售额:** 兰蔻的香水，尤其是 La Vie Est Belle，已经成为其 47 亿美元年销售额的重要驱动力之一。

#### 4.5. 伊夫·圣罗兰 Yves Saint Laurent (YSL)

- 成立时间: 1961 年, 巴黎
- 品牌故事: 由伊夫·圣罗兰创立, YSL 以其在时尚和香水领域的现代感和创新精神而著称。该品牌的香水通常反映了当代感性, 同时保留了法国的精髓。
- 畅销香水: Black Opium、L'Homme
- 销售额: YSL 香水在市场上占据重要地位, Black Opium一直是全球销量最高的女性香水之一。

#### 4.6. 爱马仕 Hermès

- 成立时间: 1837 年, 巴黎
- 品牌故事: 爱马仕最初是奢侈品制造商, 20 世纪中期进入香水领域, 延续了其精湛工艺和注重细节的传统。该品牌的香水通常唤起自然和大地的主题。
- 畅销香水: Terre d'Hermès、Eau des Merveilles
- 销售额: 爱马仕香水是该品牌超过 110 亿欧元年收入的一个重要组成部分。

#### 4.7. 纪梵希 Givenchy

- 成立时间: 1952 年, 巴黎
- 品牌故事: 由于贝尔·德·纪梵希创立, 纪梵希将法国的优雅与一丝美国魅力相融合。该品牌的香水以其精致和现代的吸引力著称。
- 畅销香水: L'Interdit、Gentleman
- 销售额: 纪梵希香水为 LVMH 集团的奢侈品组合做出了稳定贡献, 在全球市场上销售稳健。

#### 4.8. 梅森·马吉拉 Maison Margiela

- 成立时间: 1988 年, 巴黎
- 品牌故事: Maison Margiela 以其前卫的时尚和创新的香水系列 Replica 闻名, 该系列香水唤起特定的记忆和氛围。该品牌在小众香水市场上脱颖而出。
- 畅销香水: By the Fireplace、Jazz Club

- **销售额:** 尽管属于小众市场, 但 Replica 系列的受欢迎程度日益增长, 助力品牌在奢侈品零售中的强劲存在。

#### 4.9. 馥说 Rose et Marius

- **成立时间:** 2012 年, 普罗旺斯艾克斯
- **品牌故事:** Rose et Marius 是普罗旺斯的首个奢侈香水品牌。作为一家为身体和家居打造的高级香水品牌, 它选用最优质的天然原料来打动感官。该品牌独特的风格源于创始人 Magali 在其祖母 Rose 的普罗旺斯家中, 庭院里铺满了南法特色的花砖瓷砖。这个系列在普罗旺斯手工制作, 并被授予了工艺美术标签。尽管南法地区香水品牌很多, 但馥说是南法地区为数不多的奢侈香水品牌之一, 被认为是法国南部地区最负盛名的奢侈香水品牌。
- **畅销香水:** Rose Wine under the Arbour
- **销售额:** 尽管 Rose et Marius 馥说的销售数据未公开, 但综合海外全网各销售渠道的累计销量, 从销售额以及品牌知名度的角度, 它是南法第一香水品牌。

#### 4.10. Nina Ricci

- **成立时间:** 1932 年, 巴黎
- **品牌故事:** 娜娜·丽姿将时尚与浪漫、青春主题结合, 其香水如 L'Air du Temps 是爱情与自由的标志性象征。
- **畅销香水:** L'Air du Temps、Nina
- **销售额:** 娜娜·丽姿的香水在全球广受欢迎, L'Air du Temps 一直是备受喜爱的经典之作。

#### 4.11. Jean Paul Gaultier

- **成立时间:** 1982 年, 巴黎
- **品牌故事:** 以大胆和非传统风格著称的让·保罗·高缇耶, 其香水如同他的时尚作品一样独具特色。Le Mâle 于 1995 年推出, 凭借其独特的包装成为畅销产品。
- **畅销香水:** Le Mâle、Scandal
- **销售额:** Le Mâle 一直名列全球男士香水畅销榜之列, 推动品牌的全球成功。

#### 4.12. Jacques Bogart

- 成立时间: 1975 年, 巴黎
- 品牌故事: 该品牌的口号是“我只为男士创造”, 这个标语让它闻名于世。自 1975 年成立以来, 它始终坚持其 100% 阳刚和男性化的根基。Jacques Bogart 的香水以其强烈的气味和超越时尚的原创性留下了持久的嗅觉印象。
- 畅销香水: Jacques Bogart Silver Scent
- 销售额: 2023 年, 香水的收入达到 1720 万欧元。

#### 4.13. Maison Carven

- 成立时间: 1945 年, 巴黎
- 品牌故事: Carven 时装屋于 1945 年 5 月成立, 体现了当时自由的精神。创始人 Marie Louise Carven 设计的优雅风格既年轻又顽皮。1946 年, Madame Carven 推出了她的第一款香水“Ma Griffe”。瓶子及其绿色和白色条纹的包装设定了品牌的视觉代码, 定义了一个年轻、俏皮、易于接近的奢侈品牌。绿色成为了品牌的象征性颜色, 香氛自此成为 Carven 创意宇宙中不可或缺的组成部分。
- 畅销香水: Carven Ma Griffe
- 销售额: 2023 年, Carven 香水的收入达到 530 万欧元。

#### 4.14. Ted Lapidus

- 成立时间: 1951 年, 巴黎
- 品牌故事: Ted Lapidus 的创始人 Ted LAPIDUS 先生是第一位从街头汲取灵感的法国设计师之一, 他从“制服”风格和“中性”精神中获取灵感。Ted Lapidus 在 1951 年创立了自己的时装屋, 60 年代其独特的时尚结合了剪裁精良的服装和创新、充满幻想的细节, 使他成为当时最成功的设计师之一。Ted Lapidus 香水于 1970 年与欧莱雅合作成功推出。
- 畅销香水: Fantasme
- 销售额: 2023 年, 香水的收入达到 460 万欧元。

## 5. 结论

这些法国香水品牌不仅塑造了全球香水市场，还占据了奢侈品销售的重要部分。尽管面临经济挑战，法国香水依旧占据主导地位，得益于其悠久的历史、卓越的质量以及与消费者的情感联系。随着消费者越来越偏爱可再填充和环保选项，市场展现了稳健的增长，反映了更广泛的行业趋势。

法国香水市场仍然强劲，受强大的消费需求、奢侈品牌的主导地位以及对小众产品日益增长的兴趣驱动。该市场的增长率稳定且前景光明，预计在未来几年里仍将是全球香水行业的重要参与者。巴黎毫无争议地是法国香水行业的中心，而法国南部如格拉斯和艾克斯-普罗旺斯也在法国香水行业中扮演了重要角色。

### 免责声明

本文翻译自德国市场咨询机构 Neo Asien 发布的《法国香水市场：展望 2024》  
(France Perfume Market: New Start since 2023)，非商业使用，仅做交流目的。