

小红书平台

2023「嗅觉赛道」数据洞察报告

彩妆 | 护肤 | 身体护理 | 家居家装 行业

数据来源：果集·千瓜数据

数据时间：2022年7月1日-2023年3月31日

前言

“高倍速增长”，近年嗅觉赛道趋势有目共睹，可谓当下一大新势力。

“小众香”、“伪体香”、“人间扳手香”等，频现小红书热门词条，行业巨头入局、诸多新秀崛起，前景美丽。

观察近年走红的观夏「昆仑煮雪」、芦丹氏「柏林少女」、Byredo「无人区玫瑰」等，不难发现，消费者更关注产品表达的审美和情感，气味内容的意象、感受构建尤为重要。

本篇报告，千瓜将通过**气味人群和热门趋势分析**，热门内容场景调研，助力品牌找准营销脉络，洞见市场机会点。

报告 目录

01 赛道热度与人群画像

02 内容与场景趋势洞察

03 品牌商业推广建议

赛道热度与人群画像

从小红书嗅觉赛道
感知“香”的气味人格

PART 1

第一季度增长率超94%，赛道热度涨势喜人

果集·千瓜数据显示，2023年第一季度小红书平台“香水”、“香氛”等“香”相关笔记，同比2022年，商业笔记总量增长94.61%，互动总量增长35.82%，分享总数增长91.49%，涨势喜人。

小红书更是涌现一个超38亿浏览量的爆款话题#今天穿什么香#，近3个月笔记互动总量就超过5700万。闻香而动，时尚顶流话题“今日穿搭”（OOTD）演变出“今天穿什么香”（穿搭+香味POTD），完成由视觉美到嗅觉香的升级，契合多元价值和个性表达的主流消费观。嗅觉香在美妆、个护、家居等行业全面开花，除国际大牌，不乏观夏、冰希黎、野兽青年、闻献等国产品牌崛起出圈。

2023年第一季度笔记热度（同比2022年）

商业笔记总量 **94.61%** ↑

互动总量 **35.82%** ↑

分享总量 **91.49%** ↑

小红书爆款话题#今天穿什么香



2023年2月24日-5月24日话题数据

历史浏览总量
38.22亿

相关笔记数
37.27万

笔记互动总量
5799.68万



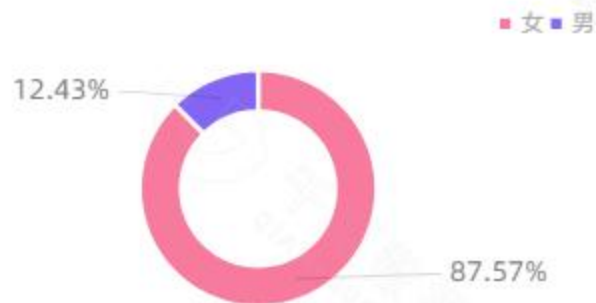
部分图源：小红书

轻龄群体占比超五成，男性市场有待释放

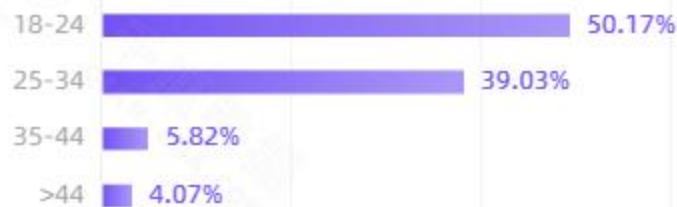
人群画像显示，相关笔记主要覆盖人群为**18-24岁的轻龄群体（占比超五成）**，其次是**25-34岁人群（占比近四成）**，辐射一线、新一线城市的**流行男女、美妆党、吃货一族、学生党等**。“香”，不再只是熟龄、精英人士的所有物，已进入年轻大众的主场圈。

女性占比87.57%，仍是核心消费人群，此外，**男性占比也达到12.43%**，随着小红书男性用户日益增长，消费空间有待释放，男香市场亦不容忽视。

性别分布



年龄分布



粉丝人群标签



城市等级分布

城市等级	新一线城市	一线城市	二线城市	三线城市	四线城市	五线城市
占比	32.87%	31.50%	18.22%	10.00%	5.75%	1.66%

七大“气味人格”分类，覆盖多方位人群

七大“气味人格”

按照香的认知度高低，用香个性内向、外向程度，千瓜对人群进一步分类，将“香”的气味人格分为7种：

小白新手党、初级追香族、时髦从众党、野生香评人、品质香调控、香味发烧友、穿香艺术家。

品牌营销时，可参考在基础画像和标签上，进一步分类目标人群，结合产品卖点，匹配达人内容，多方位覆盖更多潜在人群。



内容与场景趋势洞察

热门内容场景

透视“香”的接头暗号

PART 2

气味空间，居家场景掀热潮

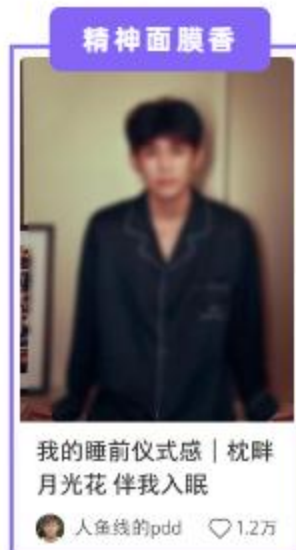
香类产品，已不局限于送礼，贯穿居家、车载、约会、上班、睡眠等多种场景，覆盖社交、居家、通勤、趣玩等多方面。其中，居家场景热度格外高，笔记内容场景关键词中出现“装修、洗护、洗澡、洗头、入睡”等，互动量最高超188万。

调研相关爆文发现，“家居香”分化出各样的派别：洗护派——追求自然“伪体香”；睡眠派——将香视为精神面膜；爱宠派——必须对自家主子友好；文艺派——装点浪漫生活……品牌可通过对居家场景的进一步洞察，挖掘更细分的需求。

商业笔记内容场景词云



品牌商业笔记示例



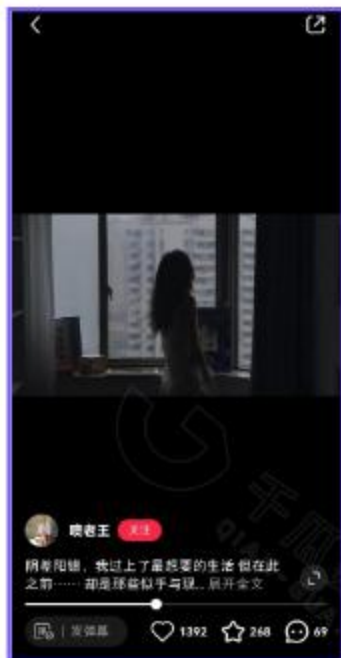
图源：小红书

品牌案例：观夏——居家独处空间氛围营造

火出圈的本土品牌——观夏，在小红书的投放就瞄准了居家场景，且多为“居家独处空间”。

千赞爆文内容关键词围绕“生活、成长、理想国、新生”等，让香成为展现个性和追求新生活的方式，得到用户一致好评：“一定很好闻、太应景、喜欢观夏”。

品牌商业笔记示例



笔记标题《阴差阳错，我过上了最想要的生活》

达人：@噢老王

内容关键词：坚毅基调、沉静内敛、苦尽甘来、女性成长

评论：一定很好闻、画面感有了



笔记标题《我的“理想之地”。》

达人：@KK.Kayla

内容关键词：悠扬婉转桃花香、桃花源、理想国、独属于我

评论：蜡烛美绝、太应景、太浪漫了、好喜欢啊



笔记标题《每个人都有自己的新生，从放弃“我应该”开始...》

达人：@Seven成为诗人

内容关键词：清雅花果香、保持本性和天真、等待新生来

评论：喜欢观夏、是艺术家的家啊

图源：小红书

气味感受，伪体香、清冷感受追捧

整体气味感受上，用户偏爱“高级感、淡香型”，相关笔记互动量为262.31万。同时，“伪体香”也引发了百万互动（互动量148.43万），如同不论男女热衷的“伪素颜”妆容，现代消费者都偏爱具备自然、原生感效果的产品。

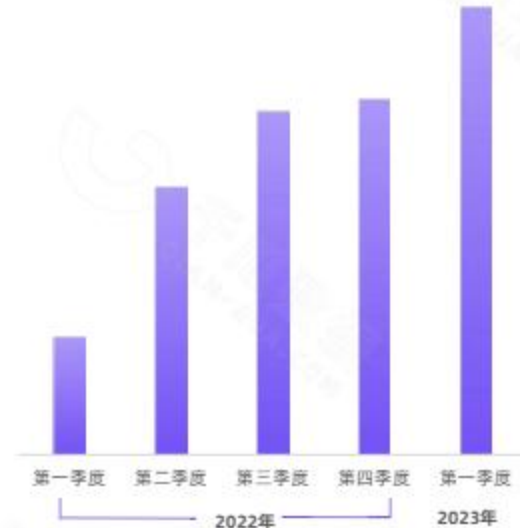
在暖调感受中，“温柔”依然是顶流，互动量高达289.31万；冷调感受中，除了万年不变的小清新，“清冷感”势头正猛，互动量高达216.94万。

调取“伪体香”、“清冷感”相关笔记，2023年第一季度商业笔记数，同比增长278.95%、127.73%，越来越多品牌就此布局。未来产品迭代和内容营销，香调感受呈现上，或可考虑在二者中下些功夫。

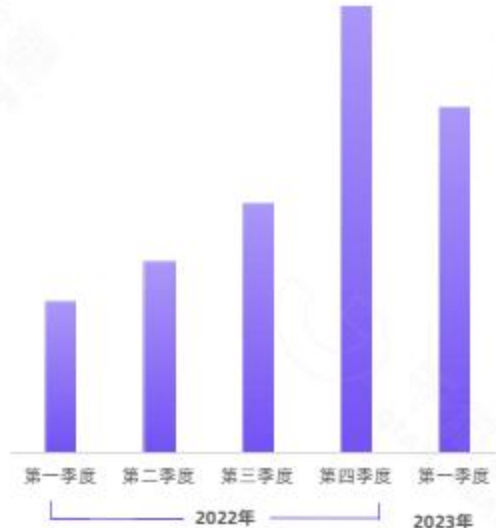
商业笔记内容词云



“伪体香”商业笔记数趋势图



“清冷感”商业笔记数趋势图



气味搭配，无性别成新风尚

引领生活潮流的小红书，也带着香的新时尚，不同于传统的男、女香调固定匹配，性别已没有那么明确的界限。男女通吃的香，逐渐受到大量用户关注。抽样调研一季度“香”的搭配热词，“**中性香、男香、女香**”热度值分别为**3.11万、2.03万、1.77万**，男香热度不亚于女香。千古观点，无性别之风流行，继“**无性别穿搭**”后，消费者也钟情于“**无性别穿香**”，嗅觉赛道的视野将更加广泛。

无性别穿香的相关爆文频出，内容主要以“**女穿男香**”、“**中性香**”为代表，展现男香女用的魅力、中性香的适用性等，评论区热词TOP10出现“**好闻、心动、下单**”，种草效果显著。

商业笔记内容词云



品牌商业笔记示例

女穿男香



内容关键词：
女孩子喷男香、有魅力、冷冽感、清新、木质香

评论：香水、好闻、下单

中性香



内容关键词：
男女通杀、中性香、冬天清冷、夏天解暑香

评论：好闻、喜欢、心动

部分图源：小红书

品牌推广商业建议

PART 3

千瓜 | 商业推广建议

■ “嗅觉赛道”营销建议：

伴随“穿香”意识的逐步苏醒，用香需求转向更精细化阶段。基于此，千瓜整理出“真香”赛道呈现的三大消费趋势：

- 1、**选择个性化**：女香、男香热度趋同，年轻人开始热衷于“无性别穿香”。在小红书平台，“清冷感”势头正猛，“男香女穿”或成为大势所趋。**模糊性别界限，强调香味人设，品牌将拥抱更广阔市场。**
- 2、**场景多元化**：气味的情绪触角深入生活多场景需求，其中居家场景大有可为。品牌或可抓住这一机遇，**塑造家居空间的生活闪光点，全面覆盖多个用香场景，抢占更多用户。**
- 3、**趋势可复制**：借势美妆、穿搭等领域的热门趋势，将感官体验从嗅觉逐渐延伸到身体五感。如OOTD（今日穿搭）——POTD（今日穿香）、伪素颜——伪体香、无性别穿搭——无性别穿香等。**不局限于嗅觉体验，品牌可多关注时尚市场，发掘可沿用的消费趋势。**

嗅觉赛道新趋势不断，如何根据用户需求挖掘行业新价值，探寻新增量，值得所有品牌进一步探索。

■ 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归果集数据所有。果集数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得果集数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于果集数据，违者将追究其相关法律责任。

■ 数据说明

基于社媒数据分析平台「果集·千瓜数据」在2022年7月1日-2023年3月31日所追踪到的营销情报，并对千瓜在库达人进行样本抽取（抽样数据仅供参考使用），选取周期内小红书“香”相关商业笔记进行趋势研究所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

关于 - 果集

果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。



旗下产品

PRODUCTS OF GUOJI



果集·千瓜



果集·飞瓜 抖音版



果集·飞瓜 快手版



果集·飞瓜 小红书版



果集·西瓜



果集·飞瓜智投



果集·行研



云略



联系&合作

CONTACT&COOPERATION



关注我们

获取更多
抖/快/红内容信息



市场合作

果集市场品牌总监
何十三