



# 香水市场一只“潜力股”

走进任何一家商场的一楼化妆品区,迎面扑鼻而来的香气常常叫人迷醉。零落在化妆品之中,香水如此高调地宣扬着它的存在。只是,香水始终是属于小众的。在快报首届化妆品节中,当护肤、彩妆产品掀起汗流淋漓的美丽大战时,香水销售看上去总是波澜不惊。它的销量究竟如何?消费人群有怎样的分布?采访中,记者觉察到香水市场的暗涌涌动,南京各大商家和香水品牌代理商都认为南京香水市场的潜力很大,对进一步火热拭目以待。

## 香水消费热情日渐走高

德基广场所彰显的南京人对奢侈品的消费力曾经一度震惊市民,香水作为奢侈品的消费力怎样呢?在南京各大商场做 Versace、Burberry 等品牌香水代理的成小姐告诉记者,香水在各大商场拥有不同的消费人群,销量都比较平稳。记者从金鹰了解到,金鹰香水的销量大约占到整个化妆品销量的8%,其中 Chanel、Dior 的表现尤其突出,像 Chanel No.5、Dior 粉魅魅感等经典款始终保持流行的态势,这显示出高端白领消费群对香水市场的注意力。以时尚小白领为消费主体的大洋百货,每个月专做香水的品牌平均销量也有十多万。

在传统百货中,香水也有不可忽视的市场。新百化妆品部的李经理介绍道,去年一年新百香水的销量在化妆品销售中大概占到4%的比例,这个数据虽然显示出老百性的香水消费还没有形成气候,但是与往年相比,香水销量有可观的增幅。“这就表明消费者的奢侈品消费意识在增强,人们渐渐懂得享受生活,用香水来装点自己的心情或是提升自己的品位,不过这还是需要有一个过程。”商场对香水一块也表现出了很高的重视度,李经理表示接下来不论是在引进新品牌还是柜台格局方面都要提升。

## 顶级奢侈品品牌受青睐

Versace、Burberry、Gucci、Givenchy……这些在南京难得一见的顶级奢侈品品牌,在南京各大商

场的香水柜台上一圈,便可以尽收眼底。这对于有奢侈品追求的消费者来说,可真是件叫人兴奋的事。Versace 香水的品牌代理商告诉记者, Versace 在南京各大商场的销量都在前列,“消费者看重这个以时装出名的品牌的声誉和品质,买一件 Versace 的衣服毕竟太贵,选择一款 Versace 的香水却可以接受,这同样也是拥有一件奢侈品。”

虽然这些顶级奢侈品品牌势头强劲,但是在传统百货有售的国产品牌贝丽丝也占得了一片天下,“我们卖得好的时候,不比国际大牌差。很多中年消费者会选择国货,还有一些学生族,毕竟还没挣钱,想美丽也要考虑实惠点的方法。”与奢侈品品牌300-1500元的价位相比,国产品牌的价格优势显而易见,最低只要几十块钱就能买到一瓶香水,最高也才200来块。

## 香水一跃成为定情法宝

虽然香水的销量在平时有些不瘟不火,但是一到特殊的日子便格外火热起来。像眼下随着春夏季节的到来,各家商场化妆品的销量都有所上升,尤其是在情人节的前夕香水市场更是一度引爆。记者了解到,情人节当月, Burberry 在大洋百货的销量高达20万,看来如今很多消费者已经把香水作为馈赠另一半的选择。

其实只要是与爱情主题相关的香水都很受欢迎,各商场 KENZO 的销售人员都告诉记者,该品牌一款名为爱慕的香水十分畅销,“很多男孩子都是冲着这款香水来的,乐

呵呵地直接买了就走,一看就是急忙去对心仪的女孩子表白。”原来这款香水专门为热恋中或者表白爱意的男孩子送礼准备。还有一些情侣会选择男女对香,像 Dupont、C.H.C.K 等品牌都会专门为情侣做这样的设计。正是抓住了这样的消费心理,香水销售人员自己给同一品牌的香水配起了对来,以情动人地吸引情侣的注意。

## 瓶身设计聚焦注意力

与时装年年翻新的瞬息万变相比,香水多数以不变应万变,各品牌每年大概会生产一种新品,经典产品年年都在延续。记者从市场上观察到,当下香水正在趋于年轻化,香调中,以清新的果香和花香最为热销。除了气味意外,在包装上也走上了年轻化的道路。

当众多香水在柜台上一字排开,几款造型别致的香水立刻吸引眼球。ANNA SUI 经典的洋娃娃瓶身把梦幻的童话意境展现得神入化;KENZO 经典的花样年华将一枚花锁在瓶身上,栩栩如生状叫人难以分辨花的真假;Bvlgari 花舞轻盈则将香水瓶造型设计成一个耳环状,与珠宝品牌一以贯之;Gucci 的每一款香水都演绎现代摩天大楼简洁利落的建筑风格;C.H212 则外观看似平常,打开实则别有洞天,罐子造型里有两个一样的圆瓶子,这是为了方便女性消费者一个放置家中一个随身携带。一个小姑娘就被 ANNA SUI 吸引当即决定买下,“香水用完了以后,瓶子还有收藏价值呢。”

见习记者 王凡

当香水用见诸无形的魅惑迷倒众生时,我们开始探寻它生命之初的华彩。置身美丽“妆”园,走过花香弥漫的小径,满目的鲜花会让我们领略到最绰约的花样风情,款款幽香似曾相识,玫瑰、樱花、薰衣草、蔷薇、茉莉、迷迭香、铃兰……它们散发的或宁静优雅、或热情娇艳的香味刹那间复苏了我们所有的感官。恍然大悟,是大自然馈赠的生命喜悦,就连香水瓶身也因为汲取大自然的灵感而变为了一件瑰宝。

居于城市中央,我们总是通过香水来体会大自然的丰富花草气息,每每总是心旷神怡。那么现在,就让我们置身大自然之中,追寻那些花儿。正是那些花儿成就了一缕沁人心脾的香和一个个色彩斑斓的梦。

每种香水都有自己的气息,正如每名女子都有不同的灵魂。



# 香水物语 追寻生命之初的那些花儿

## 柔美樱花→Guerlain

每年三四月,日本都被漫山遍野的樱花笼罩,灿烂的樱花象征春天的蓬勃与朝气,浪漫动人。娇兰香水系列的创办人 Jean-Paul Guerlain 被日本盛开的樱花所感动,当 Guerlain 首款樱花香水推出之后,在亚洲即造成轰动,此后 Guerlain 每年都会推出樱花香水,它拥有了丁香和平和的气味,以樱花盛开的香味象征着永恒的大自然。

前味:佛手柑  
中味:樱花、紫罗兰  
后味:清新的粉质花香调

## 优雅铃兰→Dior

铃兰这种花,俗称谷中之百合,花白色而细小,只像铃铛,神秘低调却又沁人心脾。

Diorissimo,宛如一把花束缓缓绽放的气息。之所以选择铃兰为主体香调,是因为 MR. DIOR 对铃兰这种娇美的小花钟爱有加,铃兰纤细柔美又优雅的气质,最能代表他心目中的女性形象,并且他深信,铃兰的神秘特性,可以带来成功与好运。1956年 Diorissimo 首次面世,其香气有如一篮于晨间采摘的铃兰花枝,气味一直萦绕至晚上久久不散。

前味:天堂子、小红莓、芦荳草  
中味:小苍兰、仙人掌花、水堇、豌豆花

## 多情玫瑰→Givenchy

红玫瑰的风情各异,我们从张爱玲的小说里知晓。大自然,来自全球各大产地、各种不同属性的玫瑰,演绎了更多的万千风情。

Givenchy Irresistible (粉红魅力)的前、中、后味融合了全世界最美的五种玫瑰香精,配方中更是史无前例地加入了35%的玫瑰精华,成为香水界中玫瑰精华含量最高的一款香水。释放五种玫瑰的风采,展现出女人的纯真、梦幻、优雅、强烈及性感的独特魅力,让你仿佛置身在玫瑰花瓣的香氛 SPA 里。

前味:浪漫的法国蔷薇、纯真的梦幻玫瑰  
中味:强烈的撒旦玫瑰、大胆的牡丹玫瑰  
后味:优雅的摩洛哥千叶玫瑰

## 清新茉莉花→Bvlgari

茉莉花的清新淡雅不言而喻,总能让人感到平静,一种清凉的惬意。

Bvlgari 茉莉花茶香水糅合了茉莉花茶的清香,采用将新鲜花朵香味直接抽取融入配方的生花科技所制成。前味融入了佛手柑的清新惬意,中味在小花茉莉、玫瑰与铃兰的完美结合,融糅出

前味:香草、风信子、铃兰  
中味:铃兰、茉莉、紫罗兰  
后味:鸢尾花、麝香、木香

## 梦幻樱桃树花→Burberry

樱桃树花开在初春,之后大概四月份结果,那一个红润灵动的樱桃梦幻可人。

Burberry brit sheer (红粉

颇具巧思的心意,后味则转为鸢尾草、麝香、檀香的温暖气息,典雅轻柔的气息散落在月光的心事,适合优雅细致、充满柔情的女性。

前味:意大利佛手柑、香茅、西班牙橙花、巴西紫檀  
中味:茉莉花茶、紫罗兰、含羞草、玫瑰  
后味:尾花、马达加斯加维他命香草、麝香

## 珍贵葡萄藤花→Gucci

葡萄藤花,这是一款颇为珍贵的花,每年只有6月初开放,花期只有一周的时间。

Gucci envy (妒嫉)的香味灵感来自葡萄藤花,其名字的由来是:若让别人嫉妒,就该拥有妒嫉,香水清新、透明,前调由风信子、木兰花与香草组成,味道独特而迷人;中调用铃兰、茉莉及紫罗兰其纯净与高雅;基调则由鸢尾花、木香及麝香组成,表达了沉静舒缓的感觉。

前味:香茅、风信子、铃兰  
中味:铃兰、茉莉、紫罗兰  
后味:鸢尾花、麝香、木香

## 梦幻樱桃树花→Burberry

樱桃树花开在初春,之后大概四月份结果,那一个红润灵动的樱桃梦幻可人。

Burberry brit sheer (红粉

恋歌)外面的包装和它精致的粉红色是建基于春天的樱桃树花,是女性自然美和娇柔魅力的完美契合。清新和焕发明快气息的灵动前调,轻快得使人陷入空想的花样中调,柔软得如奶油质感的基调,散发一种优美的花香,跳跃着一种优美的花香,跳跃着一种优美的花香,跳跃着一种优美的花香。

前味:柚子、柑橘、菠萝叶、荔枝、葡萄柚  
中味:梨、芍药、桃花、甜豌豆  
后味:白麝香、木质香

## 浪漫紫罗兰→Moschino

紫罗兰叶为心形,花朵非常美丽,幽香溢溢,传说中紫罗兰是“爱情花”。

Moschino Funny 以富于感性的茉莉花为核心,与清新而微妙的牡丹花香调混合。紫罗兰是这香味的点睛之笔,为这娇媚的花香带来如宝石般闪烁愉悦的感觉,以绿茶的清新带来平衡而轻柔的感觉,尾调是充满温暖而富于感性的琥珀香调,让香水散发出令人垂涎的柔和感觉。

前味:橙、粉红胡椒、红醋栗  
中味:茉莉、牡丹、紫罗兰、绿茶  
后味:青苔、雪松、琥珀、麝香

## 香水使用有何诀窍?

1. 香水应喷于不易出汗,脉搏跳动明显的部位,如耳后、脖子、手腕及膝后;
2. 使用香水时不要一次喷得过多,少量而多处喷洒效果最佳;
3. 不要把香水喷于浅色的衣物上,以免留下污渍;
4. 沐浴后身体湿气较重时,将香水喷于身上,香味会释放得更明显;
5. 若想制造似有似无的香气,可将香水先喷于空气中,然后在充满香水的空气中旋转一圈,令香水均匀地落于身上。

**大洋百货 南京店** 中山南路 石鼓路口(地铁新街口站1号16号出口) 团购 服务热线: 025-84738838 详情请登陆: www.grandoceano.com.cn

**南京大洋第七届化妆品节 春夏韵动6重大回馈**

集齐馆内48家著名品牌为您奉献超值满额礼!

**春季流行商品每300送250**

**1F** 服饰类:1380送250美肤类:142480送250彩妆类:111111送250 鞋包类:680送250 珠宝类:900送250 玩具类:111111送250 图书类:680送250 体育用品:3000送250 家电类:111111送250 办公用品:111111送250 其他类:111111送250

**2F** 服饰类:1004110 鞋包类:1111111 玩具类:1111111 图书类:1111111 办公用品:1111111 其他类:1111111

**3F** 服饰类:1111111 鞋包类:1111111 玩具类:1111111 图书类:1111111 办公用品:1111111 其他类:1111111

**4F** 服饰类:1111111 鞋包类:1111111 玩具类:1111111 图书类:1111111 办公用品:1111111 其他类:1111111

**春季特卖会8F** ONLY VEROMODA JACKJONES 全场1~4折 即日起至3/23

**G-city 金鹰天地** 2nd Anniversary 金鹰国际商贸集团(中国)有限公司

**2nd Anniversary** 香港主板上市二周年

**买300送60** 3/21-3/23, 凡当日在本中心累计购物满300元即可获赠60元礼品券一张,多买多赠,上不封顶。(特约商品除外)

**化妆品买400抵60·FANCL买500加送3000积分**

**买400加送2000积分** Teenie Weenie E-LAND E-PRICH Mind Bridge 童BASIC HOUSE JACK JONES adidas NIKE 3/21-3/23, 单柜累计购物满400元即可加送VIP2000积分,单张小票限赠一次。

3/22-3/23, 化妆品 MENSPLUS· 雅丽杂志联袂演绎时尚·彩妆造型演示·互动体验活动亲临现场更多惊喜! 5F 即可时间美食银行 美味登场!