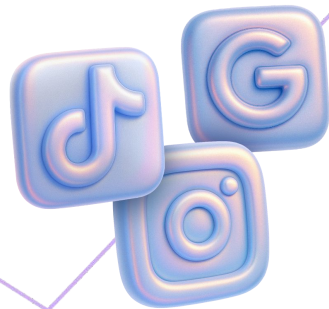


SPATE



二〇二六年二月

**2026 香氛报告：**  
关键趋势，品牌和香气

# 香气在2026年不再在柜台被发现 **在线发现**

消费者在尝试之前，通过创作者的引导、搜索行为和跨平台的社交证明来了解香味的味道。

从病毒式的美食笔记到对香氛分层和特定情境香气的日益关注，香氛正成为一种自我表达和身份象征的形式，而不仅仅是单一的商品购买。TikTok推动探索和实验，Google捕捉意图和比较，Instagram强化品味、美学和认同。

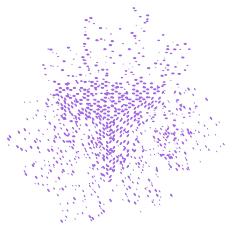
本报告分析了2026年的香氛趋势、亮点和崛起的品牌，并展示了消费者如何在各个平台上从灵感到购买的过程。利用Spate的跨平台数据，我们不仅揭示了哪些领域在增长，还探究了其受欢迎的原因以及品牌可以获胜的空间。

走在消费者搜索、滑动和分享的前面。 [预订免费试用](#) 使用Spate，快速获取香水领域的洞察见解。

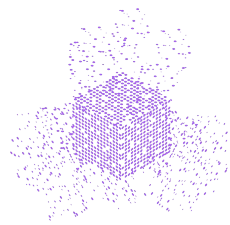
感谢Olivier和Yarden，Spate的联合创始人

# 方法

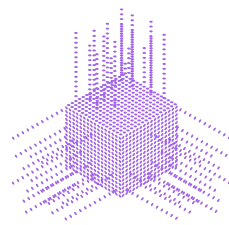
Spate是一个创新的数据平台，帮助用户在谷歌搜索、抖音和Instagram上发现和检测趋势。Spate仪表板分析超过 **九千亿个搜索信号**，**一亿五千万个TikTok帖文**，并且 **五千万个Instagram帖子** 全球范围内回答消费者用品行业三个关键问题：下一个大趋势是什么？谁掌握了市场？以及你应该如何定位趋势？



9000亿搜索信号，1.5亿个TikTok帖子，5000万个Instagram帖子



人工智能和机器学习用以识别聚类



趋势分类以洞察和影响

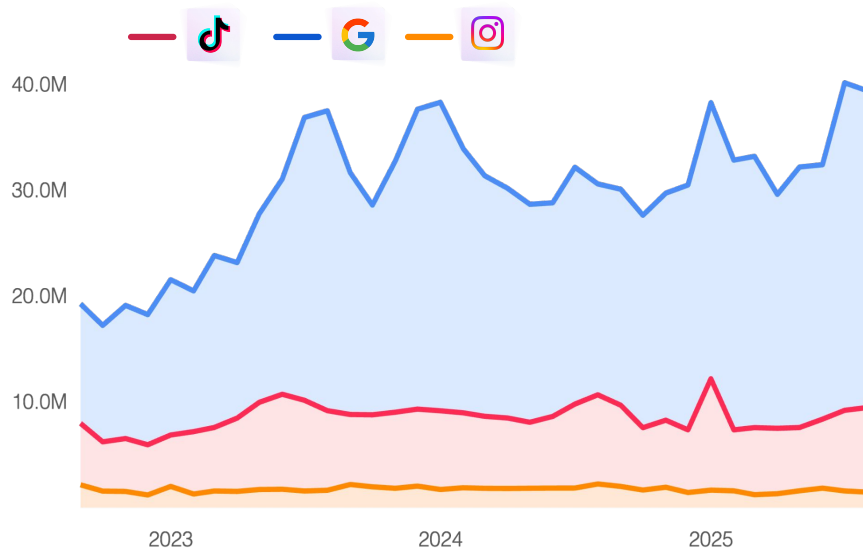
# 什么是普及指数？

流行指数结合了来自数字平台的数据——目前包括谷歌、抖音和Instagram——以展示某一类别或趋势的流行程度。

例如，观察右边的图表，过去一年中美国“碳粉”的趋势增长了34.4%。

该指数衡量“粉底”在这些平台上与其他所有美妆趋势的比较。

它调整了每个平台上增长差异，以准确反映受欢迎程度的增加。



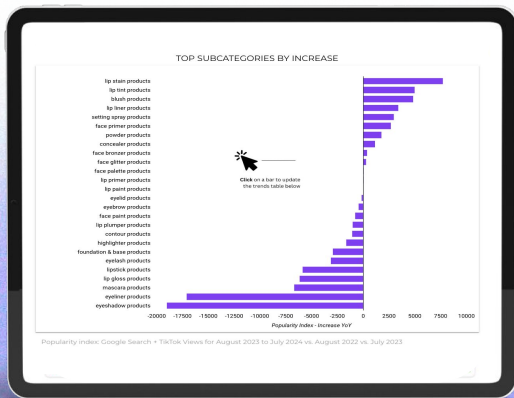
美国“Toner”在谷歌搜索、TikTok观看次数和Instagram帖子的受欢迎指数。

## 斯派特专有流行指数

# 为什么这很重要？

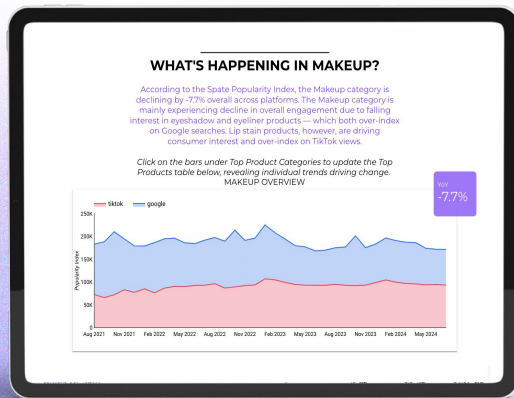
### 哪些趋势最能激发参与度？

探寻最受追捧的美容趋势，以及它们如何塑造消费者偏好。



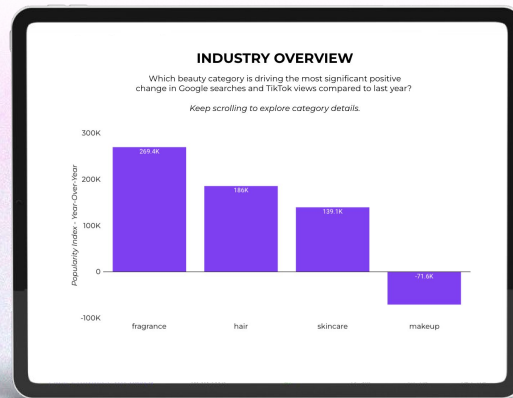
### 谷歌、抖音和Instagram上的趋势有何不同？

了解在Google搜索、TikTok和Instagram上哪些品类和品牌更为突出。



### 全平台上的整体健康状况趋势如何？

获取跨平台趋势的整体视角，助力做出更佳的战略决策。



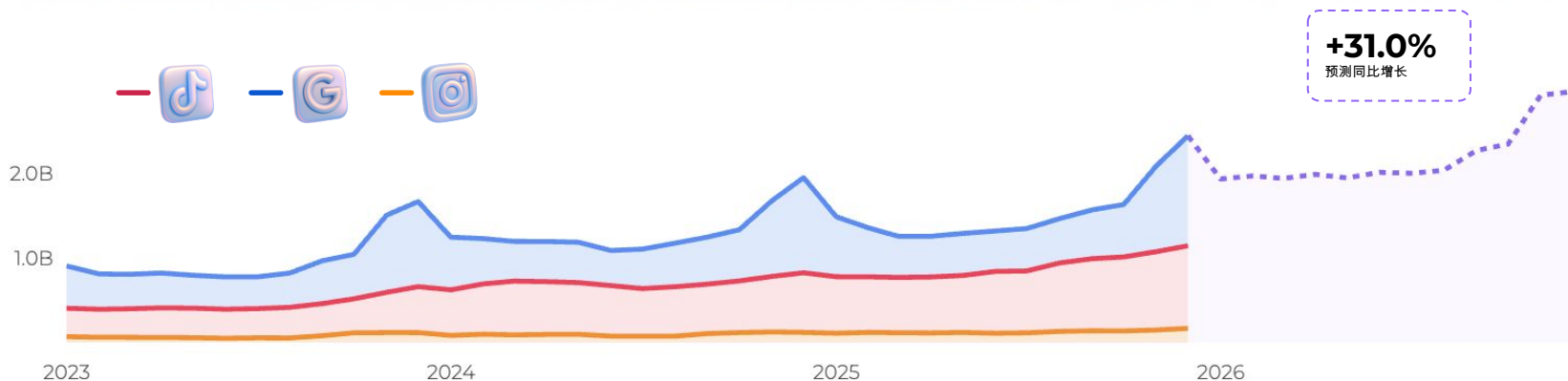
香气

风景

# 香气是 #1 美丽类别 由YOY 增长的人气



**+18.4%**  
同比增长率



# 香气日益增长 跨平台



**+8.5%**

年同比增



**+21.6%**

年同比增



**31.3%**

年同比增

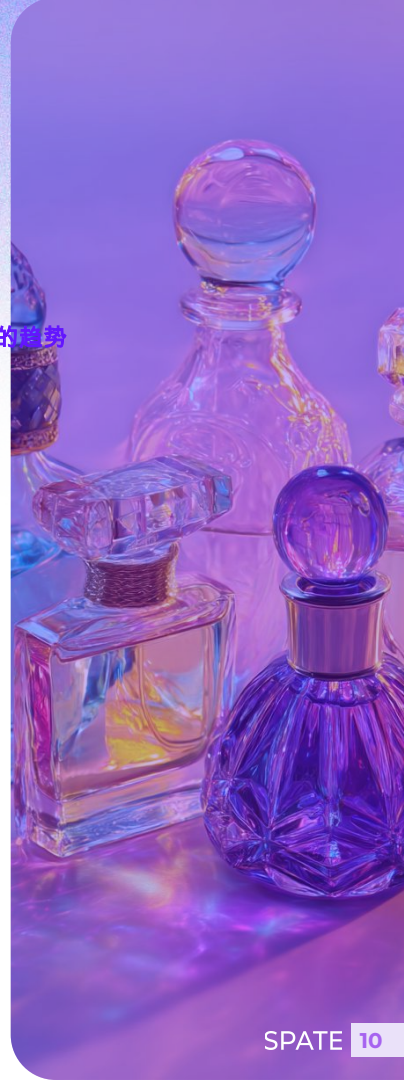
# 香气趋势

# 最受欢迎的香氛趋势 增加

最推动流行度显著变化的趋势

趋势	受欢迎索引	多大这是这个趋势？	增加 YoY↓ 年同比↓	年度同比增长率
香水	1.679亿	非常高的知名度	18.9百万.	12.7%
阿拉伯香氛	14.4兆	极高的人气	550,000	61.4%
美食香氛	7.1M	极高的人气	33万	85.1%
香草香水	1,51M	极高的人气	30万	24.4%
奢华香水	37万	极高的人气	2.1M	123.7%
头发香水	350,000	极高的人气	1.9兆	114.7%
层次香气	430,000	极高的人气	17万	63.9%
香水精油	6.0M	极高的人气	17万	38.4%
身体喷雾	75万	极高的人气	14万	22.8%
香水礼盒	6.1M 译为：6.1兆	极高的人气	1.0M—兆	19.6%

来源：谷歌、TikTok、Instagram 美国 - 2025年1月至2025年12月与2024年1月至2024年12月相比



趋势焦点

# 香草香水

占比：  
美国谷歌搜索热度与TikTok和Instagram  
的份额对比



高人气

15.1M 平均月度人气得分

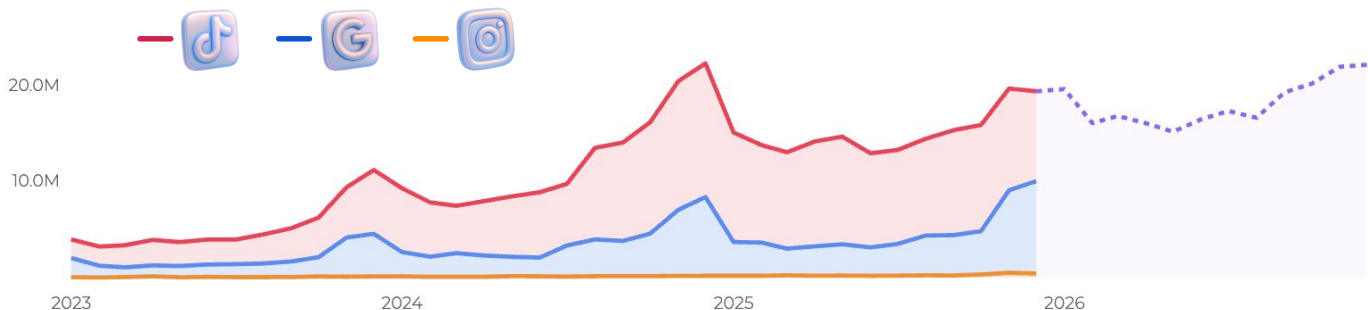
+24.4%

同比增长率

68.9%

抖音分享

人气指数



这个趋势有多大？

太空竞争有多激烈？

谁拥有市场份额？

香草在各个平台上正经历着强劲且持续的受欢迎度增长，TikTok在其中扮演了重要角色，占据了该趋势68.9%的受欢迎度份额。这一趋势还显示出高跨平台融合率（70.1%），表明其增长轨迹一致，并预示着在持续增长的同时保持稳定性。与此同时，香草香水也是一个充满吸引力的创新领域，为新香味的变体和意想不到的搭配提供了广阔的空间。



# 香草香水

消费者在搜索什么？

?

**+22.8%**

(同期比)

## 概述

消费者正在转向搜索平台来发现香草基香水，其中最相关的香味包括波本威士忌、椰子和肉桂——突出**对广泛的香草香气类型感兴趣**。这为品牌通过创新创造了机会。**独特的香气配方和意想不到的音符搭配** 为了进一步扩大这一趋势。

品牌如Kayali、Victoria's Secret以及Ariana Grande Fragrance在该领域处于领先地位，主要通过**美食主义者倾向的香气类型**。

香味与音符	搜索 卷数↓	品牌	搜索 卷数↓
波本威士忌	6.1K	凯亚利	6.5K
椰子	3.3K	维多利亚的秘密	4.7K
肉桂	2.4K	Ariana Grande 香水	2.2K

## 热门搜索词

香草香水 香草粉香水 香草肌肤香水 香草波本香水 维多利亚的秘密香草香水 香草香型香水 香草木香水 Kayali香草28香水 温暖香草糖水



趋势焦点



# 香草香水

消费者在观看什么？

?

**+23.9%**

(同期比)

## 概述

在TikTok上，消费者通过参与像#vanillagirl和#vanillagirlaesthetic这样的话题标签，表明了**香草香水超越了一种香氛潮流**，成为社区、审美、生活方式，甚至个性标志。在最新的热门帖子中，创作者们分享他们当前最喜欢的香奈儿香水，通常还会展示**分层程序**，审核不同的选项和记录档案。

流行品牌话题标签如#chocomusk和#lattafa进一步反映了...的兴起。**阿拉伯香氛**在此空间内，经常强调**丰富食客香味档案**

主题	意见↓	品牌话题标签	意见↓
香草女孩	2.8万	#巧克力肌肉	585,300
香草女孩美学	12万	#lattafa#拉塔法	34.08万
#夏日	187.3K (注：K代表千，即1K=1000，因此187.3K相当187,300)		

最受欢迎帖子 (按阅读量排序)



@mo.morgann



@lamber\_bamber



@ferreetaightme

趋势焦点



# 香草香水

消费者正在参与什么？

?

**+97.9%**

(同期比)

## 概述

消费者越来越将Instagram作为 **香水探索与评论**，如反映在相关话题标签如#香水评价和#小众香水中的那样。对于这方面的兴趣也在不断增加。**香奈儿香水，奢华感十足** 随着#latta成为最受欢迎的品牌标签——凸显了人们对于价格亲民但高端香气的需求。

在平台上，创作者们分享他们最新的最爱香气，类似于Tik Tok上的内容，展示着 **全方位香气分层程序** 通常在淋浴时开始。

相关话题标签	点赞↓	品牌话题标签	点赞↓
#香水评测	503.0	#latta#拉塔法	1.4K
#小众香氛	495.0		
奢侈品香水	245.8		

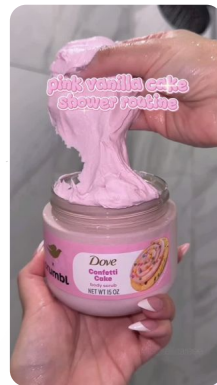
热门帖子 (按点赞量排序)



@mwestmore



@endiyashennel



@自爱自愈

来源：Instagram美国 - 截止至2026年1月的数据 (同比受欢迎指数增长)

# 最受欢迎的香水趋势排名 成长

## 最推动流行度年复一年增长的趋势

趋势	受欢迎索引	多大 这是这个趋势？	增加 年度同比增长率oY ↓ 同比增长↓
男性香氛	603.9K	低受欢迎度	467.7K <b>343.2%</b>
白色花香香水	9.58万	低受欢迎度	73.6K <b>330.6%</b>
木质香氛	13.86万	低受欢迎度	98.3K <b>243.8%</b>
棉花糖香水	617.1K	低受欢迎度	43.67万 <b>242.1%</b>
粉状香水	85500	低受欢迎度	5.74万 <b>204.6%</b>
新娘香水	11.6K	低受欢迎度	7.69万 <b>196.5%</b>
固体香水	574.0K= 574,000	低受欢迎度	365.0K <b>174.6%</b>
香气发现套组	272.5K	低受欢迎度	17.27万 <b>173.0%</b>
热带香水	12.52K	低受欢迎度	79.2K = 79.2 <b>172.6%</b>
头发香气	55.05万	低受欢迎度	31.79万 <b>136.7%</b>

来源：谷歌、TikTok、Instagram 美国 - 2025年1月至2025年12月与2024年1月至2024年12月相比



趋势焦点

# 棉花糖香水

流行度占比%：  
美国谷歌搜索份额  
流行度与TikTok对比Instagram



低人气

617.1K 平均每月受欢迎度得分

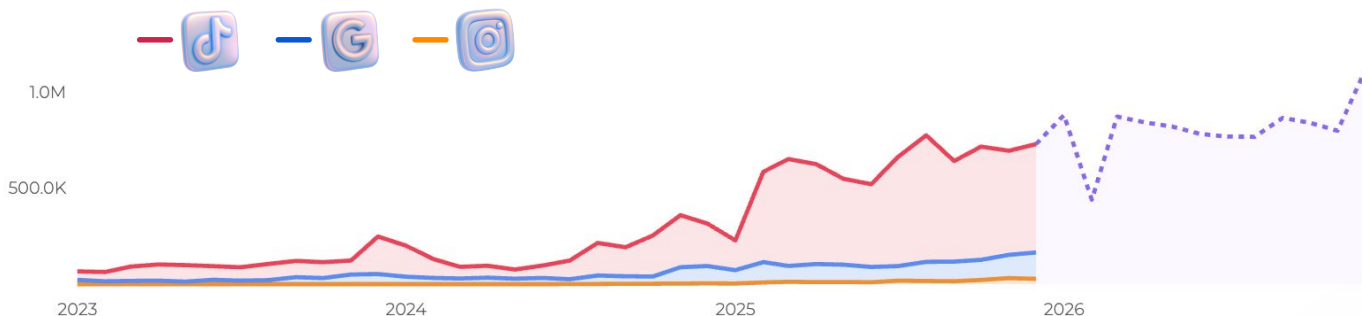
+242.1%

同比增长率

81.7%

抖音分享

人气指数



尽管其整体受欢迎程度相对较低，但棉花糖香水趋势在各个平台上正显示出稳定且迅速的增长。TikTok 账户占据该趋势81.7%的受欢迎份额，表明它是最主要的推动发现和讨论的平台。这种兴趣的激增可以归因于消费者对美食香味的持续迷恋，因为他们继续尝试甜味和非传统香味组合。

这个趋势有多大？

太空竞争有多激烈？

谁拥有市场份额？

# 棉花糖香水



消费者在搜索什么？

?

**+125.6%**

(同期比)

## 概述

在搜索时，消费者在寻找闻起来像棉花糖的香水，以及目前市场上最佳的选择——这表明了 **强烈的探索欲望**。这进一步体现在顶级搜索查询中，它们是 **主要未品牌化，专注于香味的变体**，从烤棉花糖到香草棉花糖。

文件是唯一与这一趋势同时被搜索的品牌，突显了其他香氛品牌的机会。 **加入对话，并在各个平台提升可见度** 与其仅仅依赖社交媒体

问题	搜索 卷数↓	品牌	搜索 卷数↓
闻起来像	140.0	文件夹	70.0
最佳	110.0		

## 热门搜索词

棉花糖香水 花香棉花糖香水 棉花糖味香水 奶油棉花糖香水 最佳棉花糖香水 棉花糖南瓜拿铁香水 含有棉花糖香气的香水 茉莉棉花糖香水 文档香水 花香棉花糖



# 棉花糖香水



## 消费者在观看什么？

?

## +272.8%

(同期比)

### 概述

在抖音上，这一趋势是 **大量依靠付费合作推动**，正如其顶级相关话题标签#ad所示。话虽如此，**抖音的香氛社区**，常被称为#perfumetiktok或#fragrancelok，也在放大这一趋势中扮演着重要角色。

领先的品牌包括拥有马卡龙粉类香味的巴黎角落 (Paris Corner)、凯亚利 (Kayali) 以及以巧克力麝香香水著称的阿尔雷哈布 (Al Rehab)。阿尔雷哈布 **其以巧克力为主打香味的Choco Musk香味的流行趋势进行了扩展，并通过推出棉花糖版本来增强其吸引力**。展示品牌如何依托现有的香氛成功，抓住这一趋势。

相关话题标签	意见↓	品牌话题标签	意见↓
广告	1.1万	#棉花糖害羞	301.8K <small>零一点八</small>
#香水抖音	381.4K	卡亚丽	25.53K
香水至	247.6K	#巧克力肌肉	10.19万

最受欢迎帖子 (按阅读量排序)



@购物狂热者dee



@marvbridges



@关心我

趋势焦点

# 棉花糖香水



消费者正在参与什么？

?

**+679.2%**

(同期比)

## 概述

在Instagram上，兴趣集中在 **经济实惠的棉花糖香水选择**，其中最新热门内容包括创作者分享他们的 **最喜欢的香味和几乎相同的替代品**。同时，分解音符并描述每种香气的回忆。

借助#kayali目前是唯一与此趋势相关的热门品牌标签，其他品牌显然有机会在Instagram上推广他们自己对棉花糖的解释，除了TikTok之外。

相关话题标签

#经济实惠的香水

点赞↓

351.8

品牌话题标签

卡亚丽

点赞↓

82.3

热门帖子 (按点赞量排序)



@adriannem@unmprsd



这是中央公园

趋势焦点

# Bridal fragrance

占比%：  
美国谷歌搜索热度与TikTok和Instagram  
的份额对比



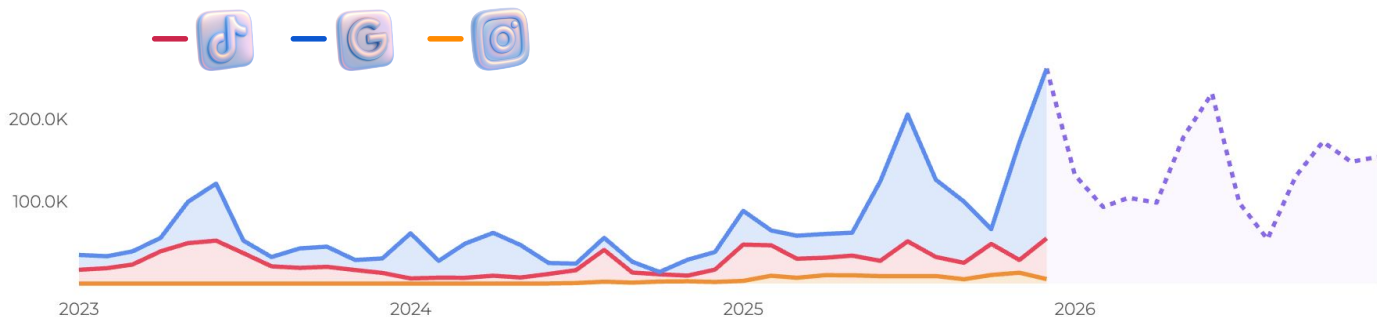
低人气

116.0K 平均月受欢迎度评分

67.1% +196.5%

谷歌搜索分享 同比增长率

人气指数



这个趋势有多大？

太空竞争有多激烈？

谁拥有市场份额？

婚纱香水越来越受欢迎，谷歌搜索占据了该趋势流行度的67.1%。这反映了消费者对特定情境香氛以及针对关键生活时刻的有意香味叠加的兴趣增长。尽管香调与香氛轮廓是该趋势的核心，但社交媒体内容更进一步，创作者们分享了对香氛的详细分析，以及这些香氛所激发的氛围和最合适的婚礼类型。



趋势焦点

# Bridal fragrance



消费者在搜索什么？

?

**+209.2%**

(同期比)

## 概述

消费者不仅积极寻找婚纱香水，而且还寻找 **最佳** 婚纱香水——同时象征着 **强烈的购买意愿和愿意探索产品**。

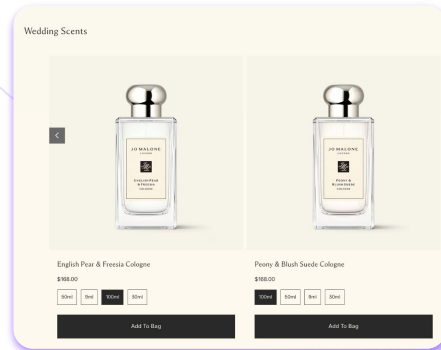
Jo Malone London在与此潮流相关的搜索查询中脱颖而出——目前这是唯一一个品牌，这突显了其他香氛品牌的一个明确机会。

**将现有香氛定位为适合新娘的** 和/或 **开发专属婚纱系列**。

问题	搜索量↓	品牌	搜索卷数↓
最佳	390.0	Jo Malone London	140.0

## 热门搜索词

**新娘香水 最好的新娘香水 Jo Malone新娘香水 新娘香水系列 Elements新娘香水**





趋势焦点

# Bridal fragrance



消费者在观看什么？

？

**+144.5%**

(同期比)

## 概述

**社区推动的标签** 例如#perfumetiktok正在推动这一趋势，因为.....  
**消费者深化他们的知识** 关于香气、香调、香味轮廓和品牌。

用户也是 **转向平台寻求推荐** ——无论他们是在积极策划自己的婚礼，还是仅仅对婚纱香氛灵感感兴趣。在最新的热门内容中，创作者们 **个性化这些推荐** 通过将婚礼香水与 **不同类型的新娘和婚礼风格** 使指导感觉更加量身定制和亲切。

相关话题标签	意见↓	品牌话题标签	意见↓
#香水抖音	6.0K	#Marly香水	2.5K
#婚礼香水	5.4K	#阿慕拉	2.1K
#香水推荐	2,7K	#flowerbombextreme	636.0

最受欢迎帖子（按阅读量排序）



@kainicholexo



@杰克·艾娜



@erinnicoletv

# 芬芳香气笔记 & 香调

# 最受欢迎的香氛香调排名 增加

最引人瞩目的流行度变化中的顶部音符

趋势	受欢迎 索引	增加 YoY↓年同比↓	年度同比增长率
开心果	540.8千	<b>484.1K</b>	852.5%
焦糖	497.9万	<b>440.3千</b>	764.7%
蜂蜜	451.7K	<b>41.2万</b>	1.0K%
香草	2.1M	<b>212.2千</b>	11.3%
草莓	17.87万	<b>72.5K</b>	68.3%
西瓜	42,300	<b>26.0K</b>	158.5%
沉香木	16.63万	<b>20,500</b>	14.0%
佛手柑	28,8K	<b>13.7K</b>	90.4%
香蕉	15.1K	<b>13.7K</b>	999.0%
抹茶	17.9K	<b>11.4K</b>	173.9%

来源：谷歌、TikTok、Instagram 美国 - 2025年1月至2025年12月与2024年1月至2024年12月相比





香味 +

# 开心果



## 540.8千 +852.5%

(同期比) 平均月流行度

在搜索中，这一趋势主要受以下因素驱动：**巴黎角落 椰子杏仁** 当在社交媒体上时，消费者正在分享**推荐和尝试层组合实验**。



### 热门搜索词

巴黎角落 哈伊开心果 巴黎角落 开心果 巴黎角落 开心果 哈伊 开心果 巴黎角落 哈伊 开心果



### 热门话题标签 (抖音)

开心果 #开心果 #开心果



### 热门话题标签 (Instagram)

开心果

最热门的Instagram帖子

(观点)



@est\_2018



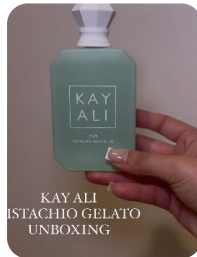
@niyahhhhhb\_



@crownedarian



@paulreacts



阿里亚·马斯托索

(点赞)

香味 +

# 抹茶



## 17.9K

平均月流行度

## +173.9%

(同期比)

Le Labo

勒·拉博 在谷歌搜索上逐渐获得关注，而在社交平台上，创作者们正在强调 抹茶香型选项 从...到... 美食家的解读变为清新、朴实的人物轮廓。



### 热门搜索词

抹茶26抹茶香水Le labo抹茶26  
抹茶香水抹茶香水抹茶26香水



### 热门话题标签 (抖音)

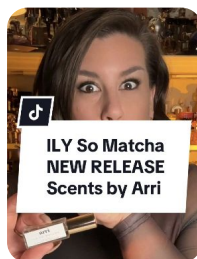
#抹茶 #抹茶控 #抹茶爱好者 #抹茶们

最热门的Instagram帖子

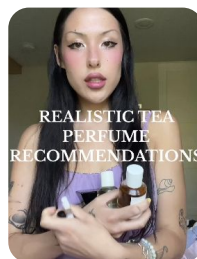
(观点)



@loverlucy01



@美食女孩



@cammy评论



@金色菊



@真实阿亚娜



@纳什维尔之花

(点赞)

# oud (沉香)

香味



16.63万

平均月流行度

+14.0%

(同期比)

oud是 引发社交媒体上的争议，消费者分享了不同的体验同时 专业人士提供教育 介绍更清新、轻盈的解释。在谷歌搜索上，消费者正在展现出 购买意愿和产品探索兴趣。



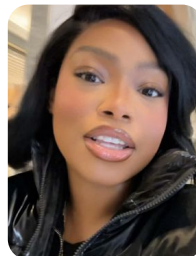
## 热门搜索词

沉香木文件.dossier.co 托马斯·福特沉香木文件.dossier.co 沉香香水 托马斯·福特沉香木古龙水 古驰强烈沉香中性白沉香香水油 0.5盎司 香氛 沉香伊斯帕汉 迪奥沉香伊斯帕汉 Amouroud中性沉香每日香水

最热门的Instagram帖子

(点赞)

(观点)



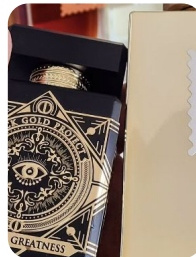
@看看是布里特



@noeldeyzel Fragrance



@玛丽·霍尼克斯



@科隆先生76



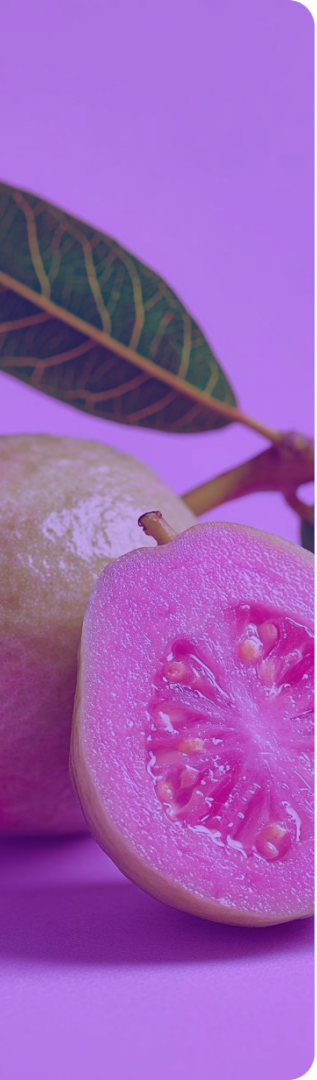
@luckyscent

# 最流行香氛与气味年度对比 成长

## 最顶端音符推动流行度逐年增长

趋势	流行指数	增加 年度同比增长率	YoY ↓ 同比增长↓
大溪地香草	6.0K	5.8K	2.6K% - 2.6千%
柳叶马鞭草	1.3K	1.2K	2.5K% -> 2500%
柚子	1.7K	1.6K 译为 : 1.6千	1.2K% -> 1.2千%
番石榴	10.7K	9,900	1.2K% -> 1.2千%
蜂蜜	451.7K	41.2万	1.0K%
香蕉	15.1K	13.7K	999.0%
开心果	540.8千	484.1K	852.5%
焦糖	497.9万.	440.3千	764.7%
格兰尼史密斯	1.1K	1.0K = 1千	589.0%
桂花	1.7K	1.5K	520.3%





香味 +

# 石榴



## 10.7K

平均月流行度

## +1.2K%

(同期比)



## +12%

With several brands appearing in the top search queries 这个清新、果香的味道备受关注。在社交媒体上，产品推荐常常与建议搭配使用。 **排列组合**



### 热门搜索词

石榴雪芭香水 石榴香水 Pacifica 夏威夷红石榴 Pacifica 夏威夷红石榴喷雾 Korres 石榴香水 古龙水 Pacifica 夏威夷红石榴香水 评测 Pacifica 红石榴香水

最热门的Instagram帖子

(观点)

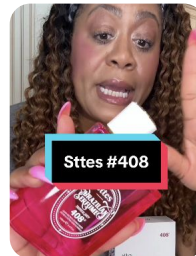
(点赞)



@给我水



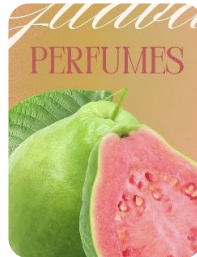
@sorayaskincare



@大码女强人



@paolagr1



@ameeraharomas



香味 +

# 连翘



## 10.7K

平均月流行度

## +1.2K%

(同期比)



## +12%

这 floral note 在各个平台上越来越受到关注，消费者表现出了... 对产品发现的浓厚兴趣。甚至探索其他市场的品牌 例如，在TikTok上的中国香氛品牌“初夏”。

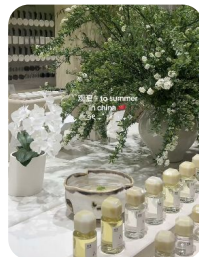


### 热门搜索词

桂花香水 桂花香水 桂花香氛 Atelier古龙水 情迷桂花 Acqua di Parma桂花香精 3.4盎司 情迷桂花 Yves Rocher自然桂花淡香水 情迷桂花古龙水

最热门的Instagram帖子

(观点)



@christineekwan



@玛丽JXA



@isabelle\_moser

(按点赞总数)



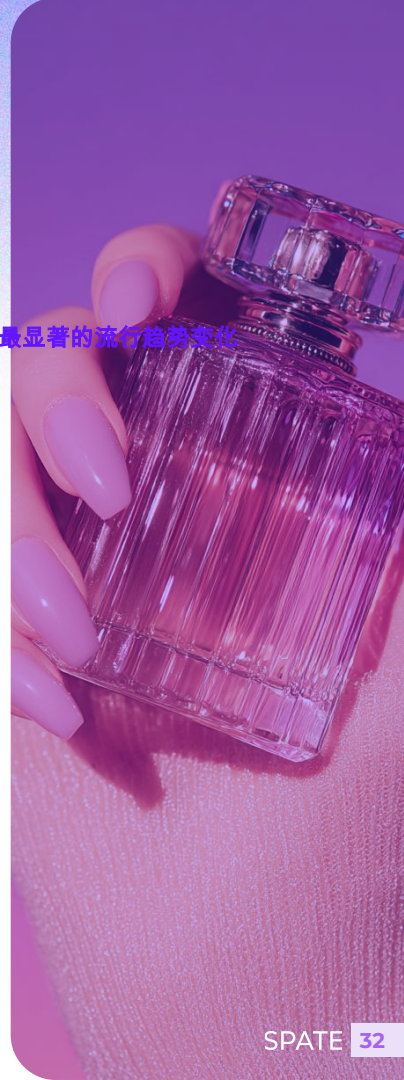
@wren.rouge

# 香氛品牌

# 最受欢迎的香氛品牌 增加

最受喜爱的品牌推动着最显著的流行趋势变化

品牌	受欢迎 索引	增加 YoY↓年同比↓	年度同比增长率
latafa	1,79M	<b>6.0M</b>	50.5%
圣罗兰 beauty	26.2M	<b>52万</b>	24.5%
states	5.4兆	<b>510KB</b>	1.8K% -> 1.8千%
贝尔瓦达奢华	5.4兆	<b>4.9M四百九十万</b>	1.0K%
瓦伦蒂诺美妆	22.0M	<b>48万</b>	28.1%
法兰西斯·库尔库吉安之家	17.1兆。	<b>390,000</b>	29.7%
橡茶	6.1M 译为：6.1兆	<b>33万</b>	116.6%
香奈儿美妆	18.8百万	<b>3.1M</b>	19.8%
al-rehab	70M	<b>29万</b>	71.1%
巴宝莉美馥	1,460,000	<b>25万</b>	20.7%



品牌聚焦

# 橡茶

占比%：  
美国谷歌搜索热度与TikTok和Instagram  
的份额对比



**非常高的知名度**

25.1M平均每月受欢迎度分数

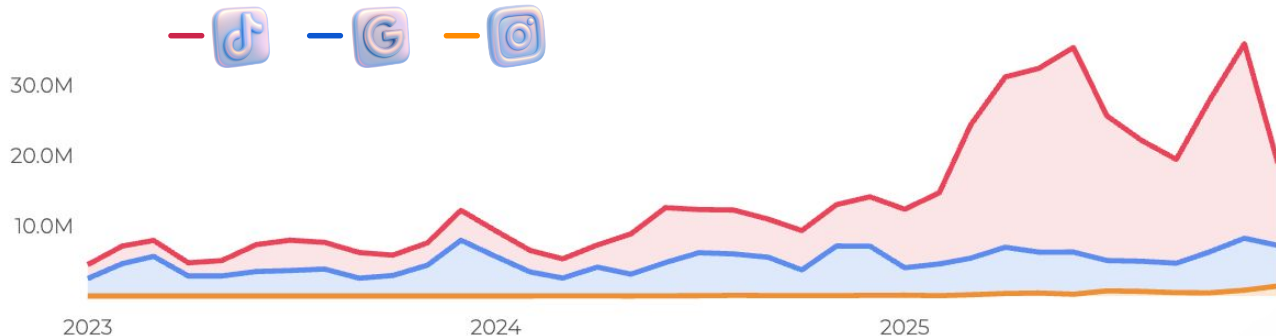
**+146.5%**

同比增长率

**76.8%**

抖音分享

人气指数



Oakcha在各个平台上均展现出持续增长，年同比增长率达+146.5%，人气极高。这一势头主要得益于TikTok，其占比高达趋势人气的76.8%。在该平台上，话题标签#ad平均每周吸引160万次观看，反映出对付费合作的强烈依赖，以促进可见度和覆盖面。

# 橡茶



## 消费者在搜索什么？

?

## +8.7%

(同期比)

### 概述

消费者正在转向谷歌搜索以寻找 **评论** 并且 **折扣** **代码**，表明它们已经在 **购买意图阶段** 可能是在TikTok上最初的发现之后。

同样，用户正在寻找了解Oakcha与替代品相比的情况，查询内容如：**橡茶对比** **文件夹** 以及 **哪裡** 购买哪个品牌以及选择哪些产品。这种行为表明消费者是 **越来越愿意购买他们之前未曾尝试或闻过的香水** 特别是在产品更加经济实惠并通过社交媒体曝光得到验证时。

购买	搜索量↓	问题	搜索卷数↓
审阅	2.9K	与.....相比	670.0
折扣	1.9K	哪裡	390.0
销售	1.8K	最佳	180.0

### 热门搜索词

Oakcha 香水 Oakcha 优惠券  
Oakcha 评论 Oakcha 梦境 O  
akcha 糖果瘾 Oakcha 优惠券  
Oakcha 那个女孩

Oakcha 是否有促销活动？  
橡茶是否经常有促销活动？





品牌聚焦

# 橡茶



消费者在观看什么？

?

**+268.9%**

(同期比)

## 概述

比较视频，展示了Oakcha与其他品牌一起，并且香水在社交平台上表现良好，经常使用诸如#fragrancedupe和#perfumedupe这样的标签。尽管Oakcha的网站突出了激发每个创作的设计师香水，最近的发射也包含了一些原创的品牌专有香气。

注释和香气轮廓推动这个品牌发展的包括#香草、#西瓜和#草莓，反映出对以下内容的浓厚兴趣：**香甜的美食香气**

近期热门内容特点：**产品评测创作者**，将之与知名香氛进行对比，并分享以发现为核心的视频，其中对香氛的香气成分和特征进行剖析。

上当者	意见↓	香味与音符	意见↓
#香味仿制品	259.7K	Note: In Chinese, "K" is sometimes used to denote thousands, as in	1.6K
#香气四溢	12.86万	西瓜	4.8K
#赝品	11.76万	草莓	1.7K

最受欢迎帖子 (按阅读量排序)



@danielrenemusic



@katieeemancebo



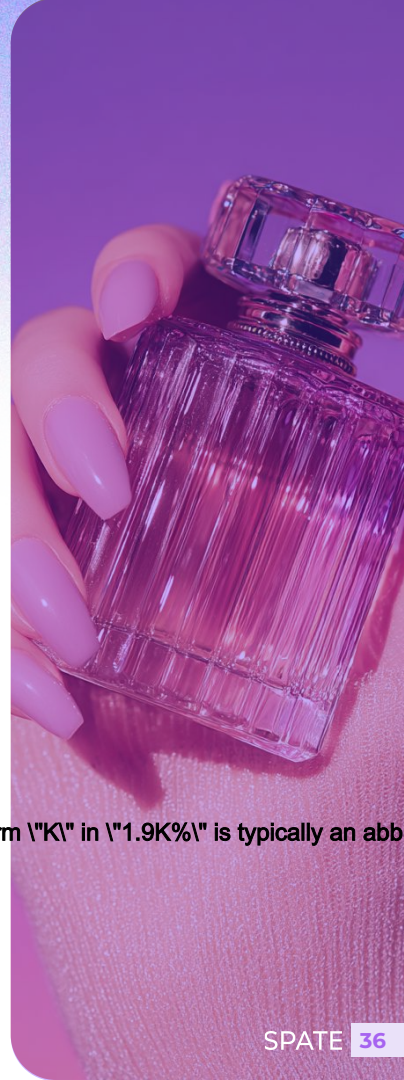
@danielrenemusic

# 最受欢迎的香氛品牌对比去年同期 成长

最受欢迎品牌推动年度受欢迎度持续增长

品牌	流行指数	增加 年度同比增长率	YoY ↓ 同比增长↓
维京革命	22.55万	22.54万	>40K% = 超过40K%
大叶美	248.1K	248.1K	>40K% = 超过40K%
evereden	30,900	30,900	>40K% = 超过40K%
阿拉伯语威望	130,000	130,000	15.6K%
骑自行车	39.95万	396.5K	13.5K% : 13.5千分比
luniche	50,400	49.3K = 49,300	4.3K%
海蛎子兰	18.44万	17.83万	2.9K%
淘气学院	37.3K	3.55万	1.9K%(Note: The term \"K\" in \"1.9K%\" is typically an abbreviation for \"千\" (thousand))
miu miu	706.7K	669.8K	1.8K% -> 1.8千%
states	5.4兆	510KB	1.8K% -> 1.8千%

来源：谷歌、TikTok、Instagram 美国 - 2025年1月至2025年12月与2024年1月至2024年12月相比



品牌聚焦

# 阿拉伯雅誉

占比%：  
美国谷歌搜索热度与TikTok和Instagram  
的份额对比



中等知名度

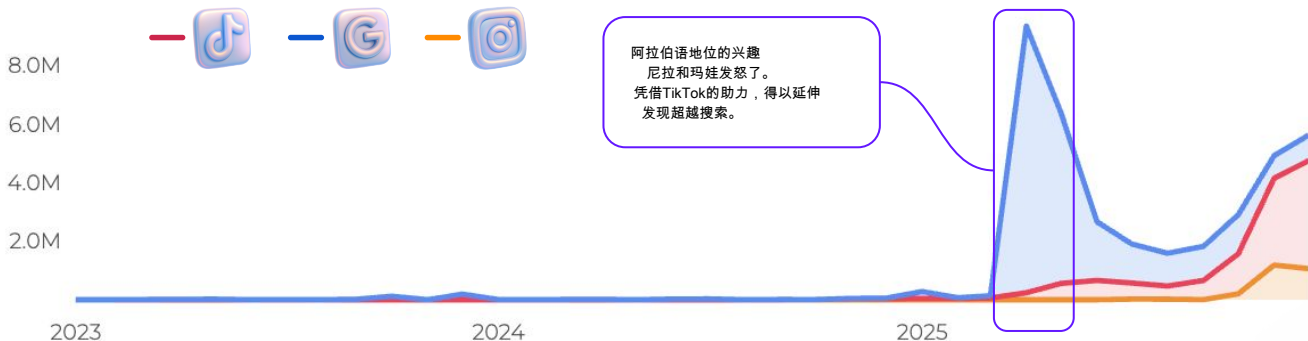
3.1M 平均月度受欢迎度得分

+15.6K% 译为 **591.5%**

同比增长率

谷歌搜索分享

人气指数



阿拉伯语 Prestige 在整体受欢迎度中处于中等水平——因此消费者认知度适中——在4月份谷歌搜索兴趣激增之后，阿拉伯语 Prestige 仍在持续增长。尽管谷歌搜索仍然占据该品牌受欢迎份额的大部分，但抖音正在积累势头，并逐渐成为该品牌越来越重要的平台。

来源：谷歌、TikTok、Instagram 美国 - 2025年1月至2025年12月与2024年1月至2024年12月相比

# 阿拉伯雅誉



消费者在搜索什么？

?

>1,000%

(同期比)

## 概述

在谷歌搜索上，消费者是**积极寻求购买阿拉伯雅致香水**，如反映在**购买**与显示明确购买意向相关的查询。

最常与品牌一同搜索的产品包括尼拉（水果-花果香味）和玛尔瓦（琥珀香辛辣味），这表明人们对**超越过分甜腻的美食风味的阿拉伯香氛**。

This combination of **强烈的购买意愿和熟悉度**与特定产品关联，表明许多消费者是**在社交媒体上发现品牌**，然后**转向搜索以进行转化**。

产品	搜索量↓	相关搜索	搜索卷数↓
尼拉	17.8K	购买	1.0K = 1千
Marwa	6.3K	香水	720.0

## 热门搜索词

Nyla阿拉伯语名望 Marwa阿拉伯语名望  
阿拉伯语名望Nyla 阿拉伯语名望Marwa  
Nyla香水阿拉伯语名望 阿拉伯语名望Nyla  
a by阿拉伯语名望 购买Nyla阿拉伯语名望  
阿拉伯语名望Nyla香水



# 阿拉伯雅誉



消费者在观看什么？

?

>1,000%  
(同期比)

## 概述

消费者将这个品牌与**狭小的感觉香氛，散发出奢华的气息** 相对而言**易于获取且价格合理**。

创作者们是**测试品牌最新推出的产品** 首次分享他们的初印象，同时展示了他们最喜欢的阿拉伯语傲世香水的内容。在最新的视频顶部，创作者们经常将香气定位为**隐藏的瑰宝或替代品** 对更成熟的细分品牌来说，进一步强化品牌在其领域的吸引力  
**驱动式香氛社区**

利益	意见↓	笔记与香氛	意见↓
#细分香氛	13.0K	新鲜香水	10.35万
闻起来很好	4.2K	美食家	8.8K
奢侈香水	3.8K	椰子	2.2K

最受欢迎帖子 (按阅读量排序)

@danielrenemusic

@香氛小宝贝

@香氛

# 突发爆发 视角

## 抖音正在重塑消费者购买香味的购物方式

发现越来越多地通过创作者评论、比较和讲故事来进行，使消费者能够**购买他们从未亲自闻过的香水** TikTok正在扩展香味发现的渠道和地点，帮助消费者在店内互动之前或有时替代店内互动来建立信心。这一转变为品牌投资于 **能够清晰地描述香调、持久度和与其他产品的比较的调香师或品牌**。确保在消费者转向购买时，搜索和产品页面强化这种教育。

## 平价奢华在香水领域大受欢迎

对定位为“的品牌感兴趣 **奢华气息却触手可及** 正在跨平台增长，因为消费者寻求**高品质香料，无需传统的高价位** 比较和评测驱动的内容在建立信心、帮助消费者在购买前评估价值、质量和香调方面起着关键作用——即使品牌并非直接复制。品牌应加强对灵感、性能和价格的透明度，并利用创作者的比较来定位。 **可及性是一种优势，而非妥协**。同时， **奢侈品牌应承担起品类开创者的角色** 通过强化工艺、原料质量和嗅觉复杂度，以确立香料品质的定义。

## 分层行为创造多产品机会

消费者越来越多地尝试 **在多种格式中分层香气** 从沐浴产品到身体喷雾、发香剂和香水——利用社交内容来指导搭配和使用顺序。品牌应设计和明确传达 **有意识的分层系统** 利用创作者教育和现场指导，鼓励跨类别购买和常规构建。

超过9000亿条搜索信号，1.5亿条抖音帖子和5000万条Instagram帖文，以寻找下一个大趋势。

今天开始您的免费试用\_\_\_\_\_

[www.spate.nyc](http://www.spate.nyc)

SPATE

# 附录

# 计量标准： 数据翻译。



## 流行指数

### 流行度指数：

**平均每月受欢迎程度：** 过去12个月。结合了谷歌、抖音和Instagram的数据，已根据同一行业内每个平台的增长差异进行调整。

### 同比增长率：

**年度增长率：** 今年平均月度受欢迎程度与去年平均月度受欢迎程度之比。

### 年度同比增长率：

今年平均每月受欢迎程度与去年平均每月受欢迎程度的增长。



# 流行指数：

## 这个趋势有多大？



这个指标结合了来自谷歌、抖音和Instagram的数据，以展示趋势的规模相对于同一行业内其他趋势有多大，并考虑了平台的调整成长。

" **非常受欢迎** 消费者中形成了稳定的发展趋势。

" **极高人气** 这些是消费者高度意识到的趋势。

" **中等受欢迎** 消费者对趋势相当熟悉。

" **低人气** 趋势消费者意识低。

" **非常低的人气** 趋势代表了新兴的细分市场机会。

# 计量标准： 数据翻译。



## 抖音

**平均每周观看量：**  
平均每周观看视频的次数为  
包含标签：过去四周。



## 谷歌搜索

**搜索量：**  
月度搜索量 past 的平均值  
12个月



## Instagram

**平均每周点赞数：**  
平均每周包含内容的帖子点赞数  
标签：过去四周