

Le marché de la parfumerie en Chine : des opportunités se font sentir pour les PME françaises



Le marché de la cosmétique en Chine connaît une croissance fulgurante depuis quelques années. Dans cet engouement pour les produits de beauté et de soin, certains secteurs comme la parfumerie se démarquent particulièrement.

Des croissances de 15 % en 2020, 30 % en 2021 ont été enregistrées.

Des changements socio-culturels



Aujourd'hui, environ **5% de la population** se parfumerait régulièrement.

De nouvelles pratiques s'installent dans les routines quotidiennes des chinois avec une **attention de plus en plus grande portée sur le soin**. **L'utilisation du parfum devient progressivement une habitude** chez un nombre croissant de femmes comme d'hommes.



L'évolution rapide des pratiques socio-culturelles entraîne avec elle le développement du marché chinois du parfum qui devrait se hisser au **deuxième rang mondial d'ici 2025**.



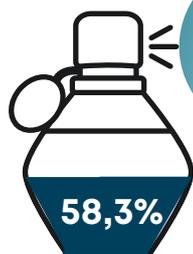
Le online : notoriété et commercialisation

Ce succès nouveau du secteur est notamment porté par :

- **La jeunesse chinoise**, adepte des **marques de luxe** et **informée** des dernières tendances grâce aux **réseaux sociaux**
- Les **influenceurs**, qui interagissent avec leur communauté et partagent avec elle leurs parfums. Ces influenceurs (KOL) jouent un rôle majeur dans la notoriété des marques et les **choix des consommateurs**.

Le numérique est un canal de commercialisation majeur à travers les plateformes d'e-commerce comme Tmall.com, JD.com ou encore Red (XiaoHongShu).

Les marques françaises



Le marché chinois de la parfumerie est dominé par des marques internationales et françaises en tête. En 2021, la France était le **premier fournisseur de parfums en Chine avec 58,3% de part de marché**.

Les parfums français en Chine, c'est :

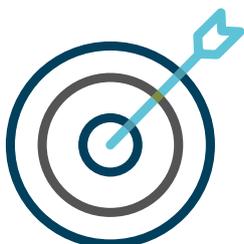
- **un morceau du luxe accessible**
- **une image positive** (notoriété et réputation des grandes maisons)
- des produits cosmétiques de **qualité**

Le marché de la parfumerie en Chine : des opportunités se font sentir pour les PME françaises



Aux côtés des maisons françaises établies, la **parfumerie de niche** séduit également les consommateurs chinois en quête d'**originalité** et motivés par l'envie de **se démarquer**.

Les marques chinoises s'affirment...



- ...en s'appuyant sur des **partenaires locaux** collaborant déjà avec de grandes maisons occidentales.
- ...en se distinguant par un **marketing innovant**.
- ...en proposant de nouvelles **expériences d'achats personnalisés**.
- ...en recherchant de senteurs raffinées faisant écho à la **culture chinoise**.

FOCUS : SCENT LIBRARY

La marque SCENT LIBRARY **fondée en 2009 à Pékin** a connu un succès rapide en Chine et comptait déjà près de **80 boutiques dans les principales villes chinoises en 2021**. Son parfum **L.B.K. Water** lancé en 2017 s'est vendu à plus de 400 000 exemplaires le mois de sa sortie. L'année dernière, la jeune marque chinoise a été rachetée par le grand **groupe Puig** souhaitant étendre sa présence sur le marché chinois de la parfumerie en pleine croissance.



氣味圖書館
SCENT LIBRARY

Un marché encore naissant

- Le marché de la parfumerie en Chine reste à **construire**
- L'**offre demeure limitée**
- Certaines catégories de la population, notamment **les jeunes**, sont des cibles à séduire.



Vous souhaitez saisir les opportunités qu'offre **le marché chinois de la parfumerie** ? Nos experts peuvent vous accompagner dans votre **projet de développement en Chine**.

Contactez-nous !



Partenaire de



contact@vvrinternational.com