

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“能放松和见效快是被访者认为美容服务所具有的优势，品牌应该进一步予以强化以抗衡崛起的美容仪器，后者被视为在省时和使用方便性上更胜一筹。安全认知将是双发角逐的主战场。目前，消费者对这两个市场的安全认知不分上下。”

— 金乔颖，研究副总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 与家用美容仪器的竞争
- 效果为王的市场
- 护肤品牌的商机
- 酒店不同于其他服务提供商

消费者认为美容服务必需长期坚持，这一积极态度利好美容服务业；但与此同时，随着护肤品牌和美容仪器鼓励消费者自己在家进行美容护理的持续发展，该行业也面临挑战。这份报告发现，美容服务的核心优势是提供放松感，这也是消费者频繁光顾美容沙龙的动机。与此同时，确保安全和提供可见的效果是促使消费者走出家门接受美容服务的关键。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

人群细分定义（按家庭月收入）

人群细分定义（按个人月收入）

人群细分定义（按光顾频率）

综述

市场与竞争

兴趣与威胁并存

补弱策略

机遇：借鉴海外市场

消费者

“美容服务享受者”最多

数据1: 基于对美容服务态度的消费者细分，2017年7月

按摩是最普及的美容服务

数据2: 美容服务使用情况，2017年7月

美容和美发沙龙的光顾频率最高

数据3: 过去6个月光顾的美容服务场所，2017年7月

效果第一，位置最后

数据4: 美容服务场所的选择因素，2017年7月

经验丰富的技师最能帮助变现

数据5: 溢价条件，2017年7月

美容服务的优势

数据6: 与美容仪器的比较，2017年7月

我们的观点

议题与洞察

与家用美容仪器的竞争

现状

启示

效果为王的市场

现状

启示

数据7: BePretty应用程序截屏示例，智利

数据8: 3D美甲打印机，日本，2017年

护肤品牌的商机

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据9: 娇韵诗在线推广水疗服务

酒店不同于其他服务提供商

现状

启示

市场与竞争——您所需要了解的

积极态度有望推动稳步增长

更多方式扩大消费群

海外市场创新

市场因素

美容服务支出意愿上升

寻求美容捷径

护肤品牌涉足服务领域

成为特定领域专家

数据10: NeoDerm医美治疗，中国

数据11: 丽妍雅集美容服务，中国

来自零售品牌的挑战：更多产品抢食“家居护理时刻”

数据12: VOESH足部护理套装范例（VOESH's Pedi in a box），美国，2017年

数据13: ASPA喷雾指甲油，巴西，2016年

O2O美容服务黯然退场

鱼龙混杂的分散市场

竞争策略

利用情景营销

数据14: NOMI Beauty，美国

数据15: 贝玲妃GlastonBrow，英国，2017年

提供快速服务

数据16: 25分钟的le petit面部护理，美国

一口价让消费者心里有数

数据17: 大众点评一口价美甲范例，中国

谁在创新？

充分利用碎片时间

数据18: Bamford Haybarn Spa在Belmond Royal Scotsman火车上的水疗中心，英国，2017年

花式跨界

数据19: 御木本御木本彩妆珍珠水疗，日本，2017年

沙龙套间共享以控制门店租赁成本

数据20: MY SALON Suite店面范例，美国

数据21: Phenix Salon Suite店面范例，美国

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

上帝不止是女性

数据22: 以儿童和男性为受众的美容服务范例

消费者——您所需要了解的

确定四组消费者细分

按摩和美甲是最普及的美容服务

美容沙龙的光顾频率最高

效果是王道

经验丰富的技师是首要溢价因素

从美容服务中获取放松和效果

消费者细分

四类消费者

数据23: 基于对美容服务态度的消费者细分，2017年7月

她们是谁？

数据24: 对美容服务的态度——非常同意%（按消费者细分区分），2017年7月

25岁是冲动型尝试者的分界年龄

数据25: 消费者细分（按年龄区分），2017年7月

收入是关键区分因素

数据26: 消费者分类（按个人月收入区分），2017年7月

已婚女性比未婚女性更有可能为美容买单

数据27: 消费者细分（按婚姻状况区分），2017年7月

美容服务使用情况

按摩和美甲最风靡

数据28: 美容服务使用情况，2017年7月

半永久美容服务受冲动型尝试者青睐

数据29: 美容服务使用情况（按消费者细分区分），2017年7月

20-29岁的女性比其他人更关注脱毛

数据30: 美容服务使用情况（按年龄区分），2017年7月

没有发现城市线级差异

数据31: 美容服务使用情况（按城市线级区分），2017年7月

已婚女性对按摩和半永久美容解决方案更感兴趣

数据32: 美容服务使用情况（按城市线级区分），2017年7月

光顾的美容服务场所和频率

美容沙龙是最常去的美容服务场所

数据33: 过去6个月光顾的美容服务场所，2017年7月

美容沙龙更放松和尊享

数据34: 每月去美容沙龙接受美容服务一次或以上的被访者决策树分析，2017年7月

酒店应瞄准冲动型尝试者

数据35: 每月去美容服务提供商一次或以上（按消费者细分区分），2017年7月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

沙龙在吸引20出头的消费者上倍感吃力

数据36: 每月去美容服务提供商一次或以上（按年龄区分），2017年7月

美容服务场所的选择因素

消费者看重结果

数据37: 美容服务场所的选择因素，2017年7月

不同消费群体的关注点不同

数据38: 美容服务场所的选择因素（按消费者细分区分），2017年7月

以体验为主的未婚者

数据39: 美容服务场所的选择因素（按婚姻状况区分），2017年7月

非频繁光顾者看重价格

数据40: 美容服务场所的选择因素（按使用频率区分），2017年7月

溢价条件

经验丰富的技师是最乐于接受的溢价因素

数据41: 溢价条件，2017年7月

如何以最少投资触及最多客户

数据42: 溢价条件TURF分析，2017年7月

积极标榜先进设备可以提升价值认知

数据43: 美容服务场所选择因素和溢价条件排名，2017年7月

冲动型尝试者动机不同于其他人

数据44: 溢价条件（按消费者细分区分），2017年7月

大牌护理产品对已婚女性更重要

数据45: 溢价条件（按婚姻状况区分），2017年7月

与美容仪器的比较

美容服务有望通过体验和效果取胜

数据46: 与美容仪器的比较，2017年7月

安全性不分上下

20-24岁的女性更看好美容服务

数据47: 与美容仪器的比较——美容服务更好（按年龄区分），2017年7月

冲动型尝试者知道各取所需

数据48: 与美容仪器的比较——差不多（按消费者细分区分），2017年7月

认识英敏特城市精英人群

更多美容服务享受者和冲动型尝试者

数据49: 基于对美容服务态度的消费者细分（按消费者分类区分），2017年7月

降低非英敏特城市精英人群的尝新成本

数据50: 美容服务场所的选择因素（按消费者分类区分），2017年7月

英敏特城市精英人群更愿意为先进设备和知名大牌买单

数据51: 溢价条件（按消费者分类区分），2017年7月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

对美容服务的态度 - 中国 - 2017年10月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——研究方法和缩写

研究方法

再分析——TURF

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com