



# 美容美发机器人组

By Rapidlab 南科大



6.26

- 分组进行调研、对各个商家进行市场调研



# 宠物店组

- 四家商铺：宠物家、mimi pool、卡拉宠物医院、unic coffee
- 市场情况：宠物业市场大
- 机器人替代性：不大
- 结论：全自动化代替在目前的技术层面上是几乎不可能，目前烘干已经出现了烘干机；有些可能的方向：全自动清洗

# 美甲组

- 美容商铺：洗脸熊
- 美甲商铺：啵啵美甲
- 市场情况：美甲受众面广，有部分研究但还有很大提高空间
- 机器人可替代部分：穿戴甲贴带，彩绘，种睫毛
- 结论：由于美甲美睫的个性化较强，无法做到机器的全自动。但是可以部分用机器进行替代，来缩短操作时间以及等待时间

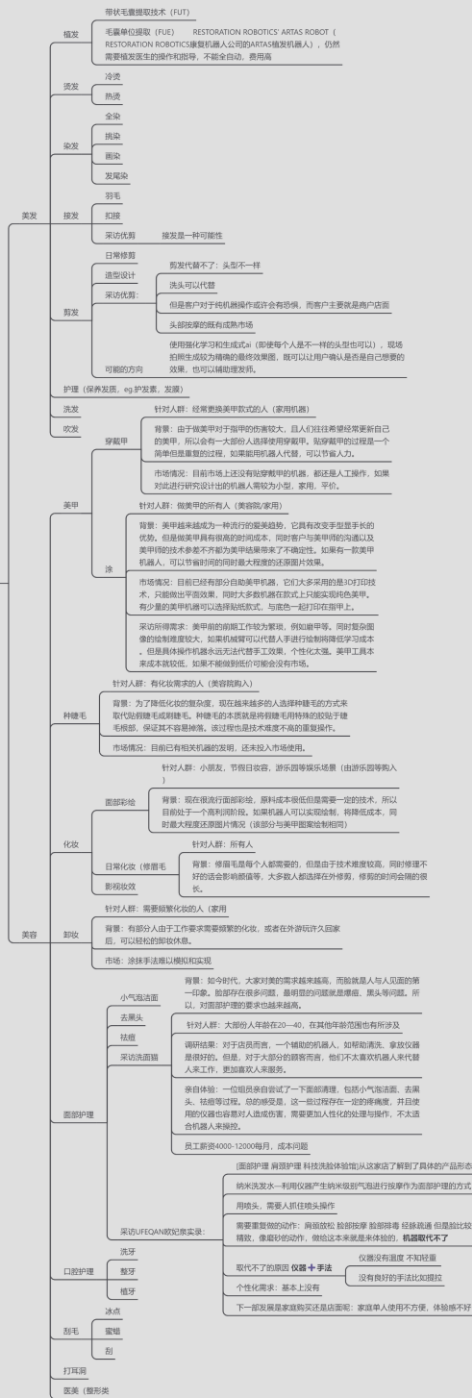
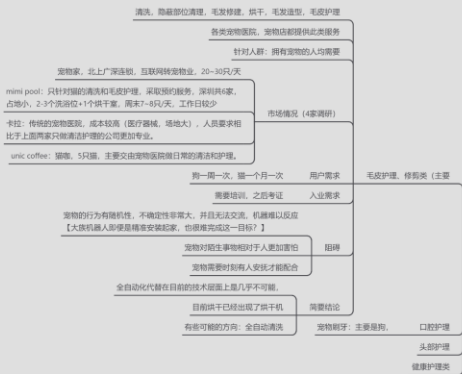
# 美容美发A组



- 三家商铺：优剪（美发）、托普美业（美发）、欧妃泉（面部护理）
  - 消费者在美容美发中是否出现机器人机械臂的敏感度极高（畏惧害怕）
  - 现在已经存在美容美发行业的协作型机器，甚至是以科技为宣传核心的美容护理店
  - 每个采访对象都坚决否定全自动\机器人\机械臂会完全取代大部分项目（危险因素）
  - 值得注意的是，一名采访对象看好全自动洗发和接发
- 结论：大方向为协作型机器人（保留一部分的人机交互），产品面向商户而非个人，美发类可以重点考虑洗发和接发，美容类需要考虑消费者也许目的是机器人无法提供的被人服务的体验感。

# 美容美发B组

- 四家商铺：藤野造型、奥芙龄、悦茜辰、洗脸猫
- 亲身感受：美容设备存在危险，并且力度把控需要非常敏感的传感器，难以实现，需要比较人性化的操作。
- 机器人替代性：不太可能代替
- 结论：
  - 1.店员希望能有机器人代替一些辅助性工作，但对机器人替代他们工作十分抗拒。
  - 2.顾客对机器人以及机械设备比较忌惮，更希望人来做相关工作。
  - 3.脸部美容存在一定的危险以及人性化措施，用机器人无法完全代替。



评分表

