



共享按摩椅

制作人：郝帅





01

基本介绍

02

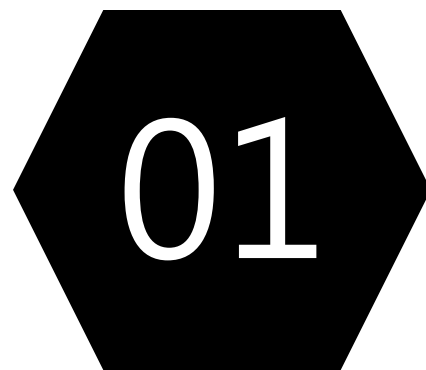
产品优点

03

产品投放

04

市场分析



基本介绍

基本介绍

共享经济

共享经济的发展带来了无限商机，共享按摩椅也应运而生

1

产品起源

2

收费方式

按时间收费

享按摩椅分为按摩椅和按摩沙发两种，收费不同

APP操控

App操控，用智能手机下载对应品牌的应用app，就可以通过手机来操控按摩椅，有些还可以通过app实现按摩程序的升级。

3

使用方法

4

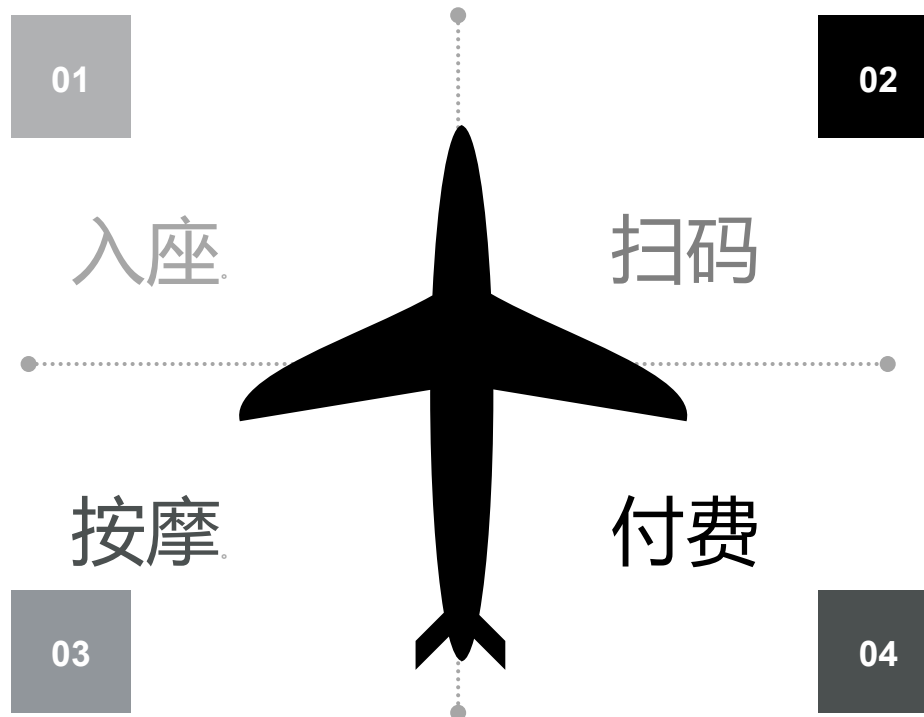
运营模式

零售和租赁

零售，购买按摩椅后产生的全部收益归买家所有，卖家提供售后和维护

租赁，将按摩椅租回去进行市场投放，产生的收益归租赁方所有

使用流程





产品优点

产品优点



共享按摩椅的“另一重功效”

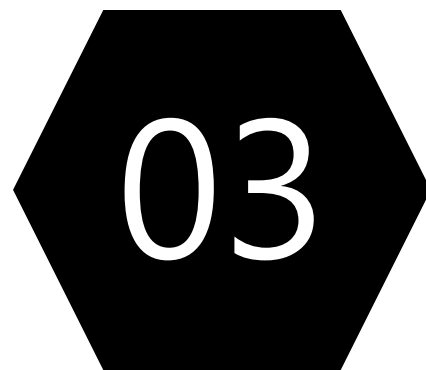
即当用户不购买共享按摩椅的时候，是可以把它当座位坐的，而且，共享按摩椅的舒适度要超过一些公共场所里的座椅，所以，用户即使看到有空座位，还是会去共享按摩椅上坐坐的。

碎片化场景

共享按摩椅的使用时长都比较短，一般在8分钟、18分钟、38分钟左右，时间并不长，而在公共区域里，用户的时间是很碎片化的，比如在火车站等车，在商场里等女朋友，都会有一些细碎的时间，在这种碎片化时间段内，用户的时间需要被消耗掉，共享按摩椅服务能够很好地与这些碎片化场景贴合，反正也就几分钟的时间，并不会对用户的正事造成妨碍，就算不用的话，也可以坐在按摩椅上休息。

单次消费较低

用户如果去按摩的话，一小时最少也得几十元甚至几百元，但使用共享按摩椅却能用几块钱呢甚至几十块钱就能够享受按摩服务，共享按摩椅的收费一般在5元/10元左右，单次消费价格非常低



产品投放

产品投放



KTV



网咖



写字楼



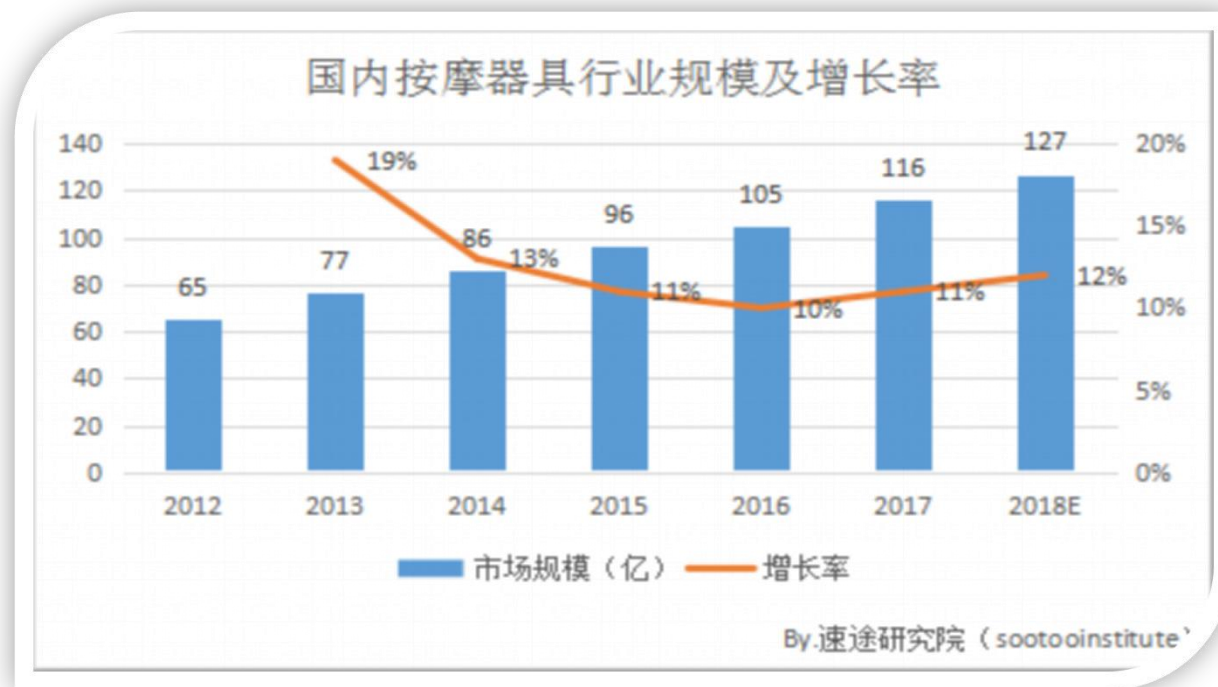
超市





市场分析

发展趋势



2013



2016



2018

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

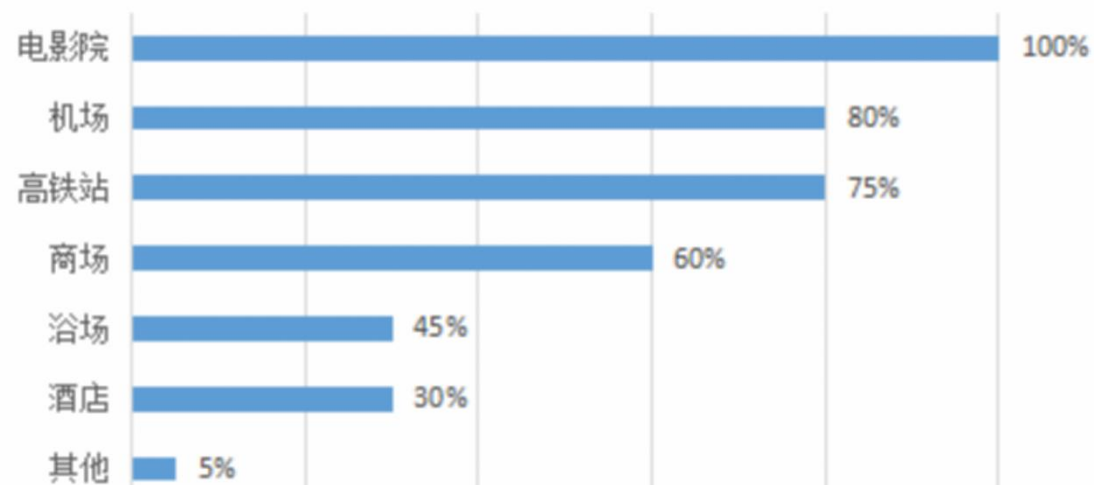
80%

90%

用户更愿意在影院使用按摩椅

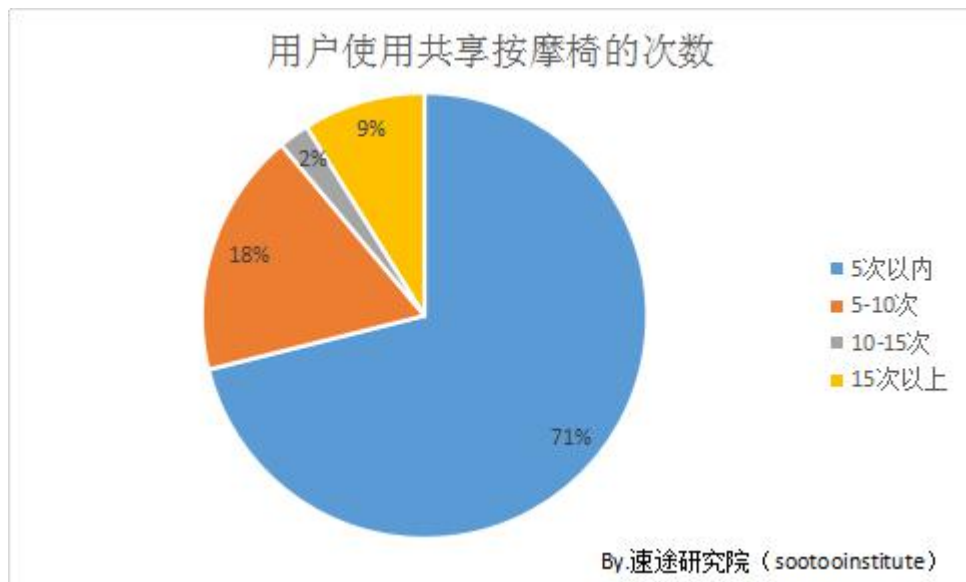


用户对于按摩椅投放场合的意愿



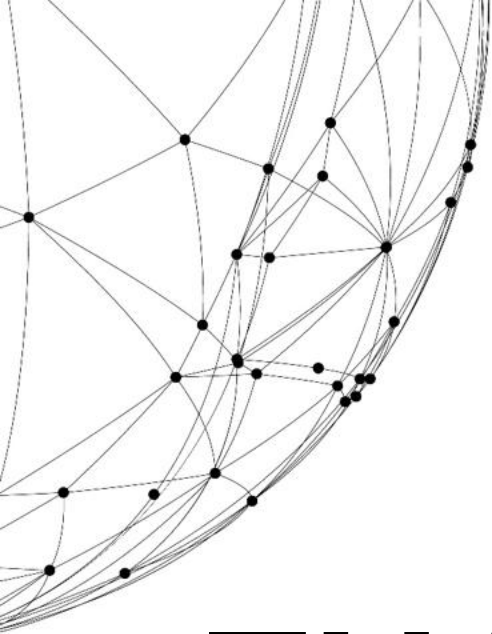
By.速途研究院 (sootooinstitute)

体验式消费成主导



通过对用户使用共享按摩椅次数的调研，可以发现绝大部分用户总共使用次数在5次以内。共享按摩椅属于现象级产品，并非刚需，很难让用户产生依赖和沉浸感。因此用户对共享按摩椅不会有高频次和持续性的使用需求。共享按摩椅的定位还是体验式消费，靠强大的人流累积效益。





THANK YOU VERY MUCH

