

重庆主城区宠物美容服务现状及对策研究

吴洁, 王渝*

重庆工程学院管理学院, 重庆

收稿日期: 2024年5月18日; 录用日期: 2024年7月18日; 发布日期: 2024年7月30日

摘要

近年来, 随着“人化”养宠的兴起, 伴随着宠物消费升级, 消费者更愿意为品质买单。宠物美容服务作为其中的重要组成部分, 市场需求日益增长。然而, 该行业在顾客体验管理、服务质量提升及顾客忠诚度培养等方面面临挑战。文章以重庆主城九区为例, 基于ACSI顾客满意度模型, 通过市场问卷调查方法, 深入探讨了宠物美容服务的发展现状、消费者需求、感知质量与价值等问题。研究结果显示, 重庆宠物美容服务市场潜力巨大, 但存在服务流程繁琐、服务质量参差不齐等不足。为此, 文章提出了提高从业人员素质、优化预约系统、及时响应顾客反馈等对策, 旨在推动宠物美容服务行业的规范化、专业化发展, 实现健康、可持续的增长。

关键词

宠物美容, 满意度, 服务质量, 优化对策

Research on the Current Situation and Countermeasures of Pet Beauty Service in the Main Urban Area of Chongqing

Jie Wu, Yu Wang*

School of Management, Chongqing Institute of Engineering, Chongqing

Received: May 18th, 2024; accepted: Jul. 18th, 2024; published: Jul. 30th, 2024

Abstract

In recent years, with the rise of “humanized” pet ownership, along with the upgrading of pet consumption, consumers are more willing to pay for quality. As a vital component, the demand for pet

*通讯作者。

beauty services is growing increasingly in the market. However, the industry faces challenges in customer experience management, service quality improvement and customer loyalty cultivation. This paper takes the nine districts of Chongqing as an example, based on the ACSI customer satisfaction model, through the market questionnaire survey method, deeply discusses the development status, consumer demand, perceived quality and value of pet beauty services. The research results show that the market potential of Chongqing pet beauty service is huge, but there are some shortcomings, such as cumbersome service processes and uneven service quality. To this end, this paper proposes countermeasures such as improving the quality of employees, optimizing the reservation system, and responding to customer feedback in a timely manner, aiming to promote the standardized and professional development of the pet beauty service industry and achieve healthy and sustainable growth.

Keywords

Pet Beauty, Satisfaction, Service Quality, Optimization Countermeasures

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

据《2023~2024 年中国宠物行业运行状况及消费市场监测报告》数据显示, 2022 年中国宠物经济产业规模达 4936 亿元。中国养宠家庭户数渗透率也在逐年上升, 到 2025 年, 中国宠物经济产业规模有望达到 8114 亿元[1]。养宠作为当代消费者自我调节、自我放松的重要方式, 是消费者重要的精神寄托。宠物美容市场作为这一繁荣趋势的重要组成部分, 同样展现出巨大的发展潜力。然而, 行业在规范化、标准化、专业化等方面面临的挑战不容忽视, 包括服务质量参差不齐、行业标准模糊、专业人才匮乏等问题。

文章通过深入分析市场现状、消费者满意度及其影响因素, 文章旨在为行业发展提供理论支持, 并提出切实可行的改进策略, 以促进宠物美容服务行业的健康发展, 为消费者提供更为优质、规范的服务。

2. 文献回顾

2.1. 宠物主美容服务满意度的影响研究

张荣皓验证了收益法在宠物服务行业的适用性, 并构建了针对该行业的指标评价体系[2]。吴杰通过研究服务设计与宠物 APP 设计, 洞察用户行为习惯, 为企业和消费者创造价值[3]。陈馨针对 SC 宠物公司, 通过优化选址、门店布局、员工激励、售后服务、培训体系和企业文化等措施, 提升盈利能力和行业竞争力[4]。这些研究和实践表明, 细致的服务设计和管理策略是宠物服务行业的成功至关重要。

2.2. 研究现状述评

在研究宠物美容过程中服务质量对宠物消费者满意度的影响时, 一些关键因素和变量被广泛讨论。其中包括: 宠物美容设备的安全性、舒适度和维护状况等方面的质量对消费者的满意度有着重要影响。服务的数量和种类与消费者的满意度之间存在一定的关联。设施数量的增加可以提供更多的选择和机会, 从而提高满意度。服务的价格是影响消费者满意度的重要因素之一[5]。

然而, 现有研究多聚焦于设备和产品, 对价格、服务质量和人员素质等探究不足。同时, 服务质量

与满意度间的复杂关系，如互动和相互影响，尚未被充分揭示。

3. 研究方法

3.1. 问卷调查设计

本文在设计宠物美容服务行业的顾客满意度调查问卷时，将 ACSI 模型中的相关指标转化为易于理解的表述。调查问卷的题目经过精心调整，答案设置采用李克特五级量表，包括从“很不同意”到“很同意”五个选项，并对应 1 至 5 分的分值。通过初步设计指标并进行访谈后，我们对指标进行了细致的修改、补充和精简，最终形成了符合研究主题的满意度指标体系，如表 1 所示：

Table 1. Pet beauty service satisfaction evaluation index
表 1. 宠物美容服务满意度评价指标

一级指标	二级指标 (潜在变量)	三级指标 (评价指标)	参考文献
顾客满意度	顾客期望	使用服务前，顾客对宠物美容店服务的预期 此次服务之前顾客对宠物美容店整体的预期	刘烨[6] 马锦泉[7]
	感知质量	顾客对宠物美容店个性化服务的感知 专业性方面的感知 便捷性方面的感知	
	感知价值	顾客对美容店整体的感知价值 收费标准的评价	
	顾客满意度	预期效果和实际服务 宠物美容服务人员的态度	
	顾客忠诚	重复购买 向他人推荐该店宠物美容服务的可能性	
	顾客抱怨	正式抱怨 非正式抱怨	

3.2. 问卷调查的发放与回收

我们于 2023 年 11 月至 2024 年 5 月期间在重庆主城九区进行了宠物美容服务满意度调查问卷的发放工作。预调查时间为 11 月至 12 月，正式调查从 2024 年 1 月至 4 月，同时线上线下相结合的方式，邀请宠物主进行填写。

经过统计，预调查阶段收集到了 50 份有效问卷，正式调查阶段则收集到了 386 份有效问卷。问卷的信度通过 Cronbach’s Alpha 系数进行检验，结果为 0.85，效度的 KMO 值为 0.87。Cronbach’s Alpha 系数和 KMO 值均大于 0.8，说明问卷的数据可靠性比较高。

4. 重庆宠物美容服务市场现状与存在的问题

4.1. 重庆宠物美容服务行业的发展现状

4.1.1. 行业规模逐渐增大，增长趋势可观

近年来，我国宠物美容行业市场规模呈现出强劲的增长势头。从 2017 年的 21.2 亿元飙升至 2022 年的 96.4 亿元。与 2022 年相比，2023 年的市场规模同比增长了高达 17.99%，年复合增长率更是达到了惊

人的 24.15%，这体现了宠物美容行业的迅猛发展和巨大潜力[8]。截止 2023 年，重庆市宠物市场的年销售额达到 8 亿元，占全国宠物市场的 4%左右[9]。

4.1.2. 市场竞争较为激烈

截至 2023 年 9 月，在重庆主城九区的宠物店已超 3000 家，城市排行中仅次于上海、北京[10]。随着越来越多的专业宠物美容机构、宠物店以及个体美容师加入市场，竞争日益激烈。

4.2. 宠物美容服务消费市场现状

4.2.1. 市场需求逐渐增大

《2023~2024 年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示，2023 年我国宠物犬数量为 5175 万只，同比增长 1.1%，宠物猫数量为 6980 万只，同比增长 6.8% [11]。随着消费者收入水平的提高和网络服务拓展，养宠不再满足“吃饱就好”这一基本需求，消费者们开始追求更加多元化的服务，这也使得宠物经济持续升温[12]。

4.2.2. 消费群体年轻化且以女性为主

在宠物美容服务市场中，18~35 岁的宠物主人占据了重要地位。他们大多是“宠物品质生活追求者”，更追求为宠物打造高品质的生活体验。

在宠物美容服务的消费者中，女性占据了绝大多数。据调查结果显示，女性消费者使用宠物美容服务的占比为 80%，这部分女性消费者通常对宠物的外观和形象有着更为细致的要求，她们愿意投入更多的时间和精力来照顾宠物，包括为宠物进行定期的美容护理。

5. 宠物美容服务存在的问题

5.1. 顾客服务体验未能达到期望水平

根据调查问卷数据，如图 1 所示，超过 75%的顾客期望宠物美容店能提供专业的技术和服务，同时拥有干净、舒适的环境，表明了他们对于高质量服务的期待。然而，在对比顾客的期望与实际体验后，很多顾客表示服务并未达到他们的预期。

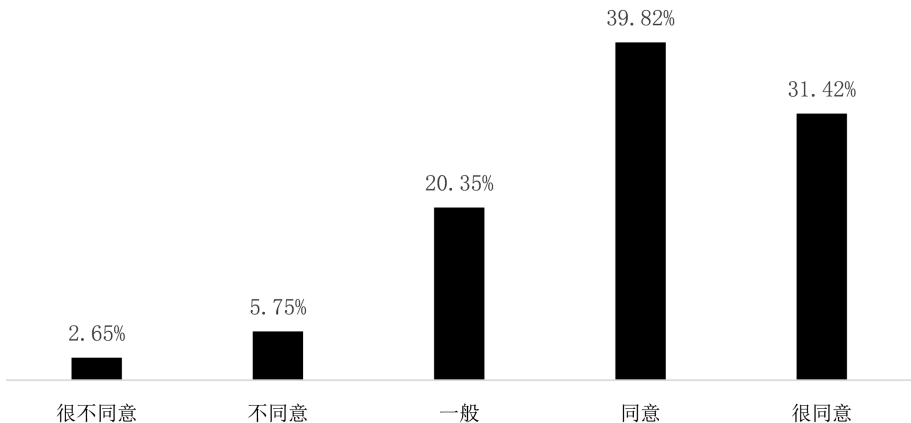


Figure 1. Pet beauty service before customer expectation evaluation form
图 1. 宠物美容服务前顾客期望度评估表

5.2. 顾客对宠物美容服务感知质量差异较大

由图 2 可知，在顾客感知价值方面，宠物美容服务在提供个性化服务方面存在显著短板。许多宠物

美容店过于依赖标准化的服务流程, 缺乏创新和灵活性, 未能充分考虑到宠物的个体差异。这导致美容效果往往千篇一律, 无法满足宠物主人的个性化需求。

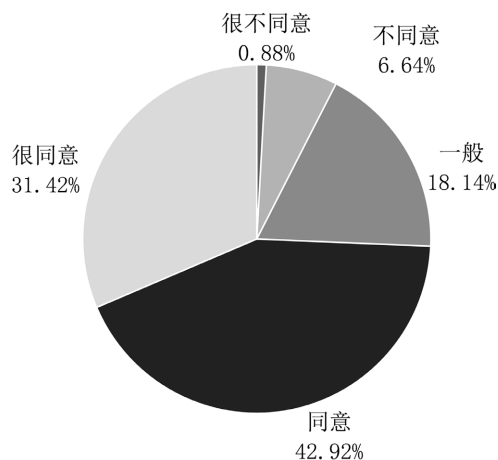


Figure 2. Pet personalized service satisfaction pie chart

图 2. 宠物个性化服务满意度饼状图

5.3. 服务性价比低于顾客期望

顾客对宠物美容服务的感知价值受服务质量和价格双重因素影响。当宠物主被问到是否愿意花更高价格去体验更优质的服务时, 调查显示, 如图 3 所示, 当服务质量较高时, 即使价格稍高, 顾客也愿意接受; 反之, 即使价格较低, 如果服务质量不佳, 顾客也会觉得不值。

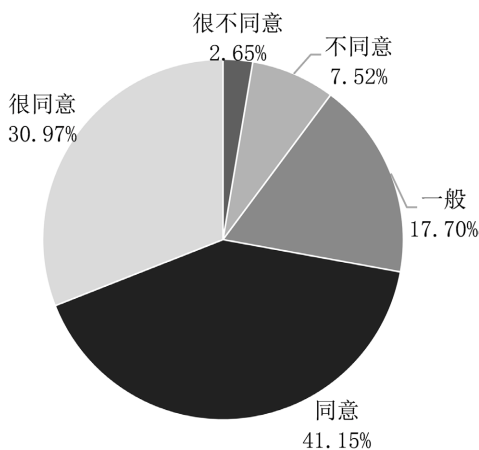


Figure 3. Pet beauty service quality and price double consideration chart

图 3. 宠物美容服务质量与价格双重考量图

5.4. 顾客体验管理与服务质量上存在短板

顾客满意度受多方面因素影响, 包括预期效果和实际效果对比以及宠物美容服务人员的态度。通过调查, 如图 4, 我们发现宠物美容服务人员的态度是决定顾客满意度的至关重要的因素, 当服务人员展现出热情、友好的态度时, 顾客往往会感受到被尊重和重视, 从而增加对服务的满意度。他们更愿意与服务人员交流, 分享宠物的喜好和需求, 进而获得更贴心、个性化的服务体验, 从而提高整个服务过程的满意度。

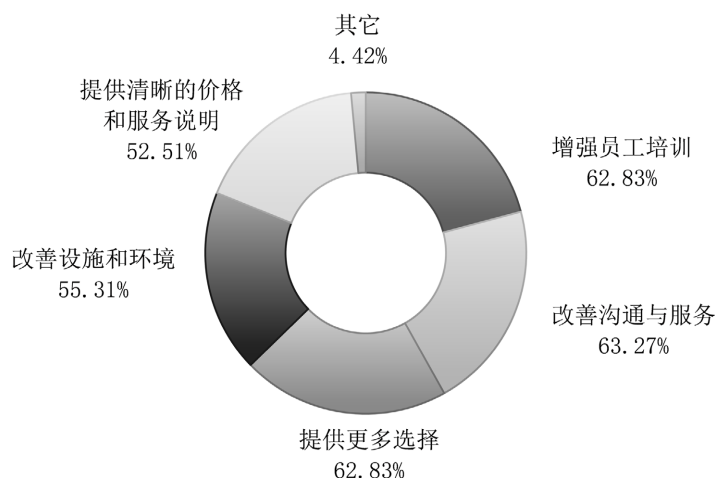


Figure 4. Customer satisfaction influence factor diagram
图 4. 顾客满意度影响因素图

5.5. 宠物主对宠物美容店的忠诚度不高

调查显示, 如图 5, 尽管大部分宠物主对宠物美容服务表示满意, 但仍有 25% 的宠物主不愿意向他人推荐所使用过的服务店, 反映宠物主对服务商的忠诚度不高。一方面, 服务质量的波动和不稳定导致宠物主难以形成稳定的满意体验; 另一方面, 缺乏个性化的服务未能充分满足宠物主的需求, 降低了他们的长期选择意愿。

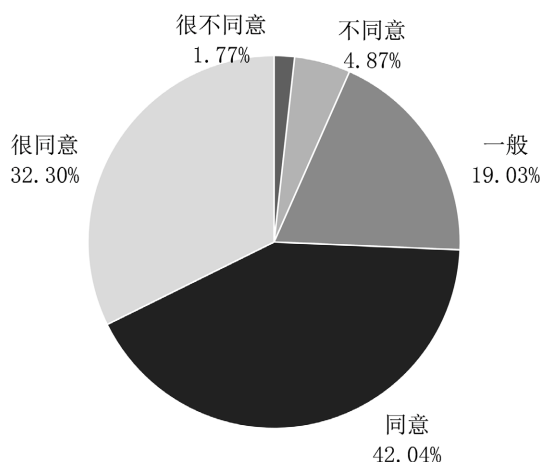


Figure 5. Pet owners choose buyback ratio
图 5. 宠物主选择回购比率

6. 对策建议

6.1. 明确沟通服务细节, 合理引导顾客期望

通过与顾客进行详细的沟通, 帮助顾客形成合理的期望。通过提供实际案例, 让顾客了解服务范围与效果, 包括成功案例以及可能存在的局限性和不足, 包括宠物进店、美容师与宠物的互动、美容过程中的细节处理以及美容后的效果呈现。通过对比和参考, 顾客能够更好地调整自己的期望, 使之更加贴近实际情况。

6.2. 完善个性化服务

为每个顾客建立详细的档案, 记录他们的服务历史、偏好、反馈等信息。这样, 在服务过程中, 可以迅速了解顾客的需求和喜好, 提供更加贴心的服务。根据宠物的毛质、毛色和体型, 设计个性化的修剪和造型方案。

6.3. 提升专业技能

定期组织员工进行集中培训, 同时邀请行业专家、知名宠物美容学校讲师来进行授课, 引入新的技术和理念。让员工自主学习最新的宠物美容知识和技能。定期进行培训效果评估。确保培训效果可观可行[13]。

积极吸纳宠物美容相关专业人才, 与当地有宠物美容相关专业的学校建立合作关系, 了解学校的教学质量和毕业生就业情况。通过学校的推荐, 引进具备专业技能和潜力的新人才。

6.4. 优化预约系统

建立优化的线上预约平台: 针对现有线上预约系统操作流程繁琐的问题, 优化操作流程, 减少不必要的步骤和等待时间, 以提升用户体验。平台应提供清晰的指引和提示, 帮助用户顺利完成预约。同时, 确保平台具有良好的兼容性, 并在数据安全和隐私保护方面采取先进措施, 如数据加密和安全防护, 定期进行系统安全检查和漏洞修复, 以保障用户信息和预约数据的安全。

引入智能预约提醒功能: 根据预约时间, 系统可提前设定提醒时间, 并通过短信、邮件、APP 推送等多种方式发送提醒信息。此外, 允许客户根据个人喜好和需求设置提醒方式和频率, 以满足不同客户群体的需求。收集并分析客户的预约和提醒行为数据, 基于数据结果进行智能优化, 提高提醒的准确性和有效性[14]。

6.5. 加强与顾客的沟通互动, 调整服务内容

通过社交媒体发布宠物美容知识, 提升顾客认知。定期分享毛发护理、皮肤保养、修剪技巧等内容, 辅以生动图片和视频。邀请行业专家直播分享经验, 提供专业指导。设立多渠道投诉机制, 包括电话、邮件、在线聊天和社交媒体, 确保顾客反馈畅通。

一旦收到顾客的抱怨, 应立即回复, 表达歉意并确认收到投诉, 让顾客感受到你的重视和关注。给予顾客充分的时间来表达他们的不满和诉求。根据问题的性质和顾客的期望, 提供切实可行的解决方案, 或其他补救措施。有效沟通, 确保满意; 在问题解决后, 主动与顾客联系, 确认解决方案的效果, 并询问是否还有其他问题或建议[15]。

7. 结论

如今, 养宠成为年轻消费群体自我调节、自我放松的重要方式, “人化”养宠, 是宠物也是家人。宠物经济已成为当代消费新趋势、新赛道, 宠物服务继宠物食品、宠物用品之后成为宠物行业新的增长点, 宠物美容服务作为宠物服务的刚需, 仍然存在较大的改进空间。通过对行业现状分析和顾客满意度调查研究, 得出主要研究结论如下:

第一, 消费者对于宠物美容的期望已经超越了简单的清洁和修剪, 而是追求更为个性化、专业化的服务体验。这表明, 宠物美容服务市场具有巨大的发展潜力和广阔的市场空间且他们不仅关注美容效果, 还注重服务过程中的舒适度和体验感。

第二, 从业人员的专业素质和技能水平直接影响着宠物美容服务的质量和效果。目前, 市场上部分

从业人员在专业技能和服务意识方面存在不足, 制约了行业的发展和创新。因此, 加强从业人员的培训和教育, 提升他们的专业素养和技能水平, 对于推动行业的创新和发展至关重要。

第三, 重庆主城区宠物美容服务市场正迅速崛起, 但服务质量的不稳定和行业监管的薄弱成为制约其进一步发展的关键因素。为此, 服务提供者应致力于提升服务标准, 通过技术培训和规范操作, 确保美容服务的高品质与安全性。同时, 政府和社会组织应加强行业监管, 制定并执行相关法规, 促进市场的公平竞争和健康发展。

基金项目

本文系 2023 重庆市大学生创新创业训练计划项目《宠物定位器及智能宠养平台》(项目编号: S202312608015X)的阶段性成果。

参考文献

- [1] 艾媒咨询. 2023-2024 年中国宠物行业运行状况及消费市场监测报告[R]. 广州: 艾媒咨询, 2023.
- [2] 张荣皓. 宠物服务企业价值评估中的收益法应用研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 首都经济贸易大学, 2018.
- [3] 吴杰. 宠物社交 APP 界面设计研究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛大学, 2021.
- [4] 陈馨. SC 宠物公司服务质量的优化策略研究[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津大学, 2021.
- [5] 张秀莲. X 宠物医院服务营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 四川师范大学, 2022.
- [6] 刘焯. 基于 ACSI 模型的 H 市政服务公众满意度影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2023.
- [7] 马锦泉. 乡村旅游游客满意度研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东财经大学, 2022.
- [8] 智研瞻产业研究院. 中国宠物美容行业市场调研及投资前景分析报告 2023[R]. 信宜: 智研瞻产业研究院, 2023.
- [9] 宠物行业数据库. 重庆宠物市场调研报告 2023[R]. 上海: 宠物行业数据库, 2023.
- [10] 前瞻产业研究院. 中国宠物消费趋势白皮书 2023[R]. 北京: 前瞻产业研究院, 2023.
- [11] 全国伴侣动物(宠物)标准化技术委员会. 中国宠物行业白皮书 2023 [R]. 北京: 全国伴侣动物(宠物)标准化技术委员会, 2023.
- [12] 韩丽萍. 中国宠物市场发展的的问题与对策研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海财经大学, 2021.
- [13] 朱伟红. 基于情感化设计理念的宠物医疗 APP 设计[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西财经大学, 2022.
- [14] 马学妍. 宠物服务类 APP——《萌宠》设计开发研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州交通大学, 2022.
- [15] 林世标. QT 宠物医院客户满意度提升策略研究[D]: [硕士学位论文]. 厦门: 华侨大学, 2023.