



- » **Tendances du marché des cosmétiques haut de gamme**
- » Etude de marché, Shanghai

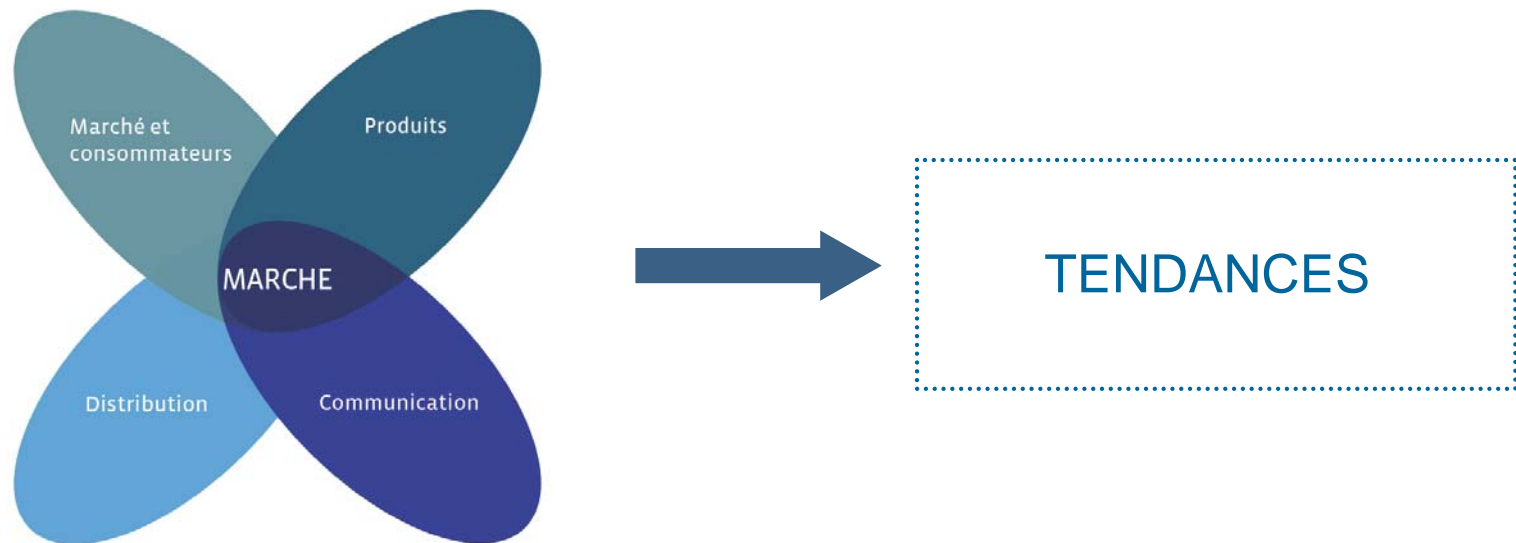
Labbrand, Juillet 2009

Agenda

1. Objectif du projet
2. Méthodologie de l'étude
3. Organisation et objectifs du questionnaire
4. Contenu de l'étude

1 Objectif du projet

- » L'étude doit révéler les principales tendances du marché de la cosmétique haut de gamme de Shanghai grâce à des interviews de consommateurs organisées autour de l'approche Labbrand:



Le marché des cosmétiques selon Labbrand: 4 dimensions

- » Les résultats sont présentés sous deux formes complémentaires:
 - Une vidéo
 - Un PPT présentant les résultats de l'étude ainsi qu'un focus sur les tendances clés

2. Méthodologie de l'étude

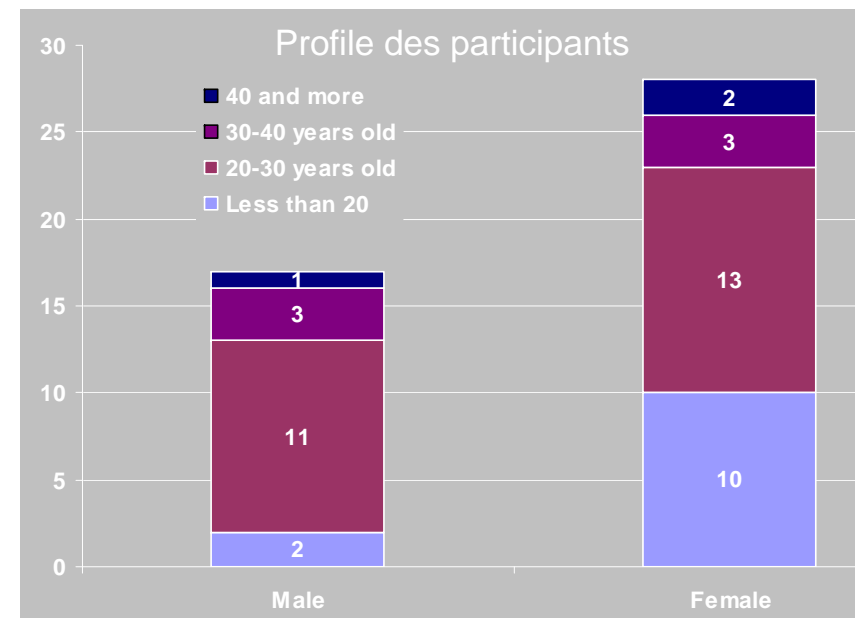
4 jours d'interviews dans les endroits les plus branchés et tendances de Shanghai, en Juillet 2009:

- » Xintiandi
- » Nanjing Lu
- » Jing'an Temple
- » Barbie Spa
- » Herborist Spa



45 participants à l'étude:

- » 28 femmes and 17 hommes.
- » Consommateurs de cosmétique haut-de-gamme.
- » Plus de 50% âgés de 20 à 30 ans



3. Organisation et objectifs du questionnaire

7 thèmes	Focus	Objectif
Attributs de la beauté	<ul style="list-style-type: none"> • Personnalité • Apparence physique 	Vue générale de la perception de la beauté en Chin
Marques de cosmétique	Brand audit: <ul style="list-style-type: none"> • Marques internationales vs Chinoises • Marques naturelles, basée sur la médecine traditionnelle chinoise. 	Adapter le marketing et la communication des marques aux spécificités du marché Chinois
Problèmes de peau	<ul style="list-style-type: none"> • Spécificités et habitudes de consommation des hommes et femmes 	Comprendre les habitudes des consommateurs Chinois en matière de cosmétique
Soins quotidiens visage et corps		
Budget beauté		
Attributs des produits cosmétiques	Attentes en termes de fonction produit, d'odeur, de composants	Nouveaux concepts produits
Concepts SPA	<ul style="list-style-type: none"> • Pratiques relatives aux massages et SPA • Attentes 	Comprendre les circuits de distribution et identifier de nouveaux concepts point de vente

4. Contenu de l'étude

1. Focus sur les résultats clés:

1. Le concept de beauté en Chine
2. Hommes/Femmes: Deux marchés à différencier
3. Les hommes se préoccupent-ils de leur beauté?
4. Communication: s'adapter aux besoins et attentes de la cible
5. Produit: retour à la nature et à la tradition?
6. SPA: le nouveau lieu de consommation?
7. Tendances SPA: Tradition vs Fashion



2. Ensemble des résultats de l'étude:

1. Les cosmétiques: un marché en expansion
2. Comportement du consommateur: spécificités
3. Les femmes: un marché mature
4. Les hommes: un marché émergent
5. Un intérêt marqué pour les produits naturels et/ou issus de la médecine traditionnelle chinoise
6. La tendance « médecine traditionnelle chinoise »
7. Une perception positive des marques internationales
8. Spécificités en terme de communication
9. Un réseau de distribution majeur: le department store
10. SPA et massages: des pratiques courantes
11. SPA: une tendance à considérer pour les marques internationales?
12. SPA: des environnements de consommation sophistiqués





Labbrand Consulting Co., Ltd. | 朗标商务咨询有限公司

M50 Creative Industries Park | Building 7 - Unit 202

50 Moganshan Road | Shanghai 200060 | China

M50创意产业集聚区 | 中国上海市 | 莫干山路50号7栋202室 | 200060

T 86 21 6298 8956 | F 86 21 6298 0775 | www.labbrand.com