

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月壁挂洗衣机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Wall-mounted Washing Machine Category Market Insights

2025年10月

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，尚普咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，尚普咨询集团发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

## 目录 CONTENTS

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

# 核心发现1：年轻中高收入群体主导壁挂洗衣机消费



26-35岁消费者占比42%，8-12万元收入群体占比31%，产品吸引年轻中高收入人群。



一线和新一线城市合计占比60%，产品在发达城市更受欢迎。



消费决策以夫妻共同决策为主，占比41%，家庭购买决策多由夫妻共同参与。

## 启示

### ✓ 聚焦年轻中高收入市场

品牌应针对26-35岁、收入8-12万元群体开发产品和营销策略，强化在发达城市的市场渗透。

### ✓ 强化家庭决策营销

营销内容需兼顾夫妻双方需求，突出产品对家庭生活的便利性和共同决策价值。

## 核心发现2：首次购买占比高，中小容量产品主导市场



首次购买占比67%，市场以新用户为主；2-3年内更换占比18%，显示部分更新需求。



产品规格以3.1-4公斤占比31%最高，3公斤及以下占比24%，中小容量主导市场。



反映空间限制和洗涤小件衣物偏好，市场偏好轻便型产品。

### 启示

#### ✓ 加强新用户获取策略

通过线上渠道和社交平台强化新用户营销，提供安装指导和试用体验，降低购买门槛。

#### ✓ 优化中小容量产品线

重点开发3-4公斤容量产品，强调空间节省和日常洗涤效率，满足主流市场需求。

# 核心发现3：消费者偏好节能静音智能功能



节能省水型占比24%最高，静音运行型19%，智能控制型16%，用户重视环保舒适科技。



快速洗涤型13%，高温除菌型11%，而小巧紧凑型仅8%，多功功能型5%。



市场更注重核心功能创新，而非外观或容量扩展，因空间限制和高效洗涤偏好。

## 启示

### ✓ 强化核心功能创新

品牌应优先开发节能、静音和智能控制功能，通过技术创新提升产品竞争力和用户满意度。

### ✓ 教育用户功能价值

通过营销和内容传播，突出节能、静音和智能功能的实际益处，增强消费者认知和购买意愿。

核心逻辑：聚焦年轻中高收入家庭，满足空间节省与功能实用需求



## 1、产品端

- ✓ 开发中小容量节能静音产品
- ✓ 强化智能控制与快速洗涤功能



## 2、营销端

- ✓ 利用社交平台推广真实用户分享
- ✓ 针对新装修家庭精准营销



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升满意度
- ✓ 提供专业安装指导服务

## CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 2.1 研究说明
- 2.2 市场规模
- 2.3 品牌榜单
- 2.4 价格洞察
- 2.5 品类热词

## 1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年1月~8月各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- **评估** 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- **洞察** 壁挂洗衣机线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- **分析** 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

## 2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售壁挂洗衣机品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对壁挂洗衣机的购买行为；
- 壁挂洗衣机市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

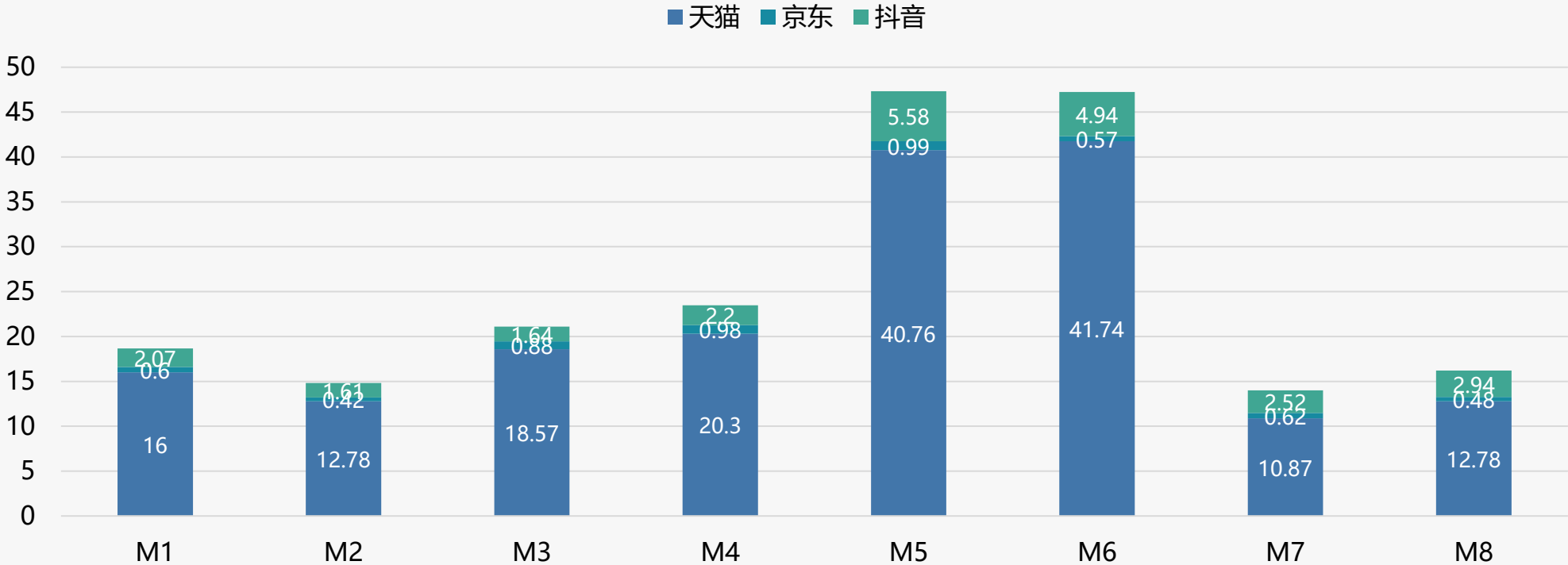
Research Method

- **数据分析法**：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算壁挂洗衣机品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法**：对比不同月份、不同平台壁挂洗衣机品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 抖音增长 京东短板

- ◆从平台销售额占比看，天猫占据绝对主导地位，1-8月累计销售额达17.35亿元，占比高达79.3%；抖音以1.93亿元位居第二，占比8.8%；京东仅0.55亿元，占比2.5%。从月度销售趋势分析，5-6月出现明显销售高峰，其中5月销售额达4.72亿元，6月达4.72亿元，环比增幅分别达132%和0%，7-8月快速回落至1.36亿元和1.62亿元。
- ◆从平台增长潜力看，抖音表现最为突出，1-8月销售额从206.98万元增长至293.70万元，累计增长41.9%，远高于天猫的-20.1%和京东的-18.9%。这表明抖音电商在壁挂洗衣机品类中正快速崛起，可能成为未来重要的增长引擎，值得重点关注和资源投入。

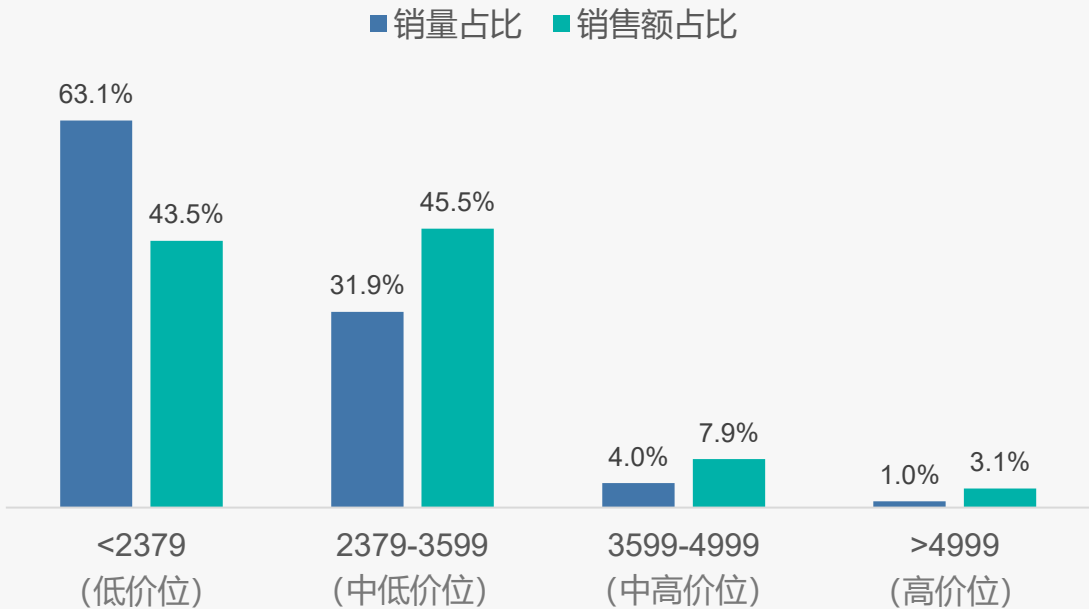
2025年1月~8月壁挂洗衣机品类线上销售规模（百万元）



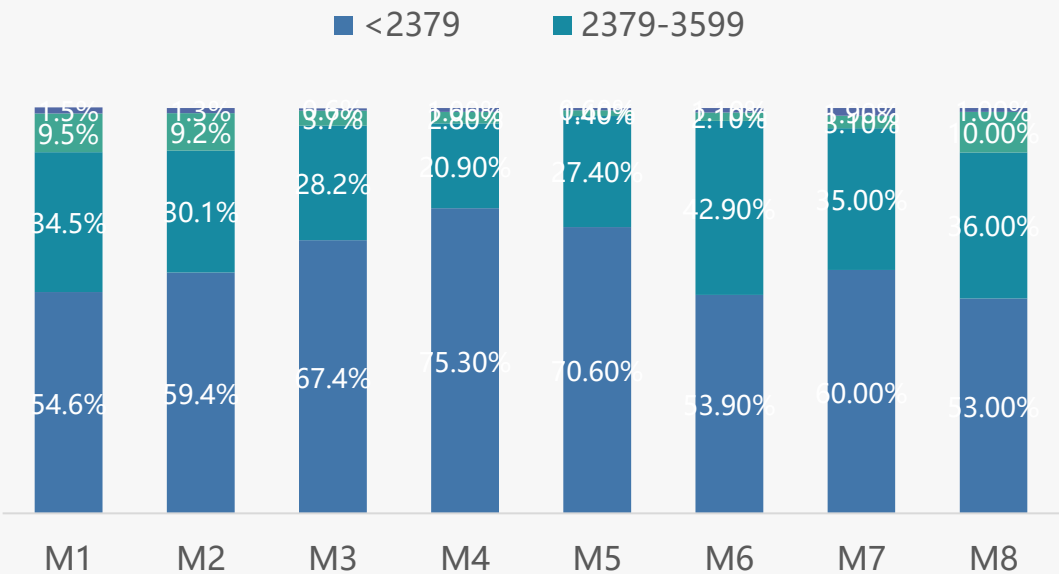
# 壁挂洗衣机市场低价主导中端盈利

- ◆从价格区间结构看，壁挂洗衣机市场呈现明显的低价主导特征。1-8月累计数据显示，2379元以下产品贡献了63.1%的销量和43.5%的销售额，而2379-3599元区间虽销量占比31.9%，但销售额占比达45.5%，显示中端产品具有更高的客单价和利润空间。
- ◆月度销量分布显示明显的价格策略波动。M1-M8期间，2379元以下产品销量占比从54.6%波动至53.0%，整体保持主导地位但存在季节性调整。中端产品在M6出现销量占比峰值42.9%，可能受促销活动影响。建议企业优化产品组合，提升中高端产品占比以提高整体盈利能力。

2025年1月~8月壁挂洗衣机线上不同价格区间销售趋势



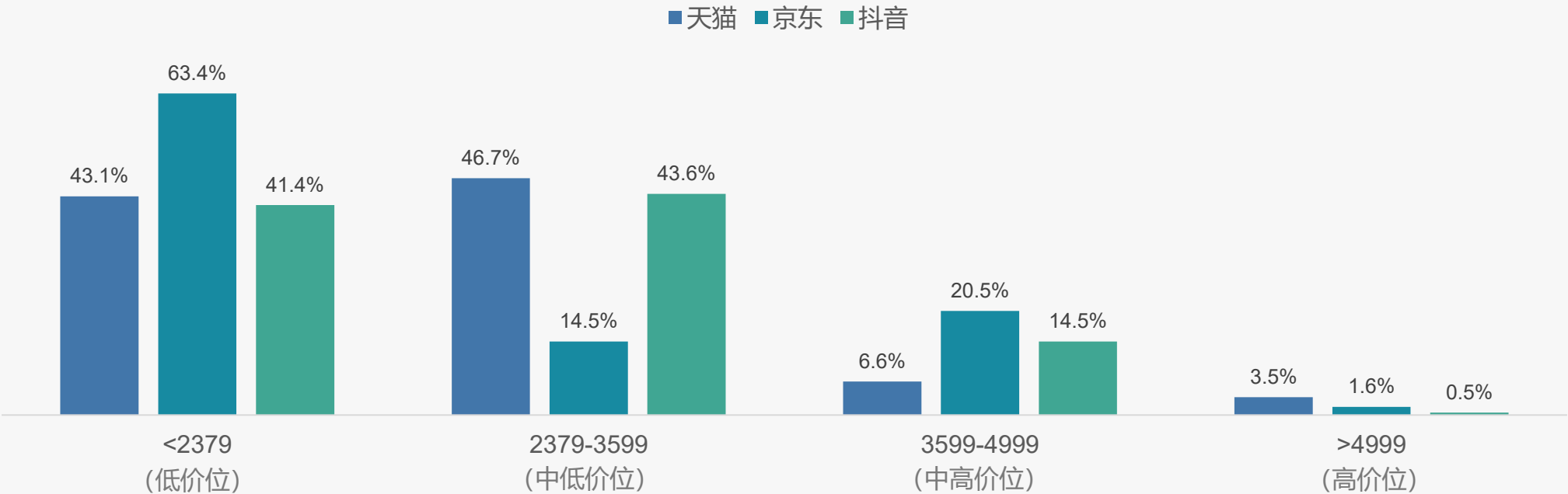
壁挂洗衣机线上价格区间-销量分布



# 壁挂洗衣机市场 价格分化 平台竞争 策略差异

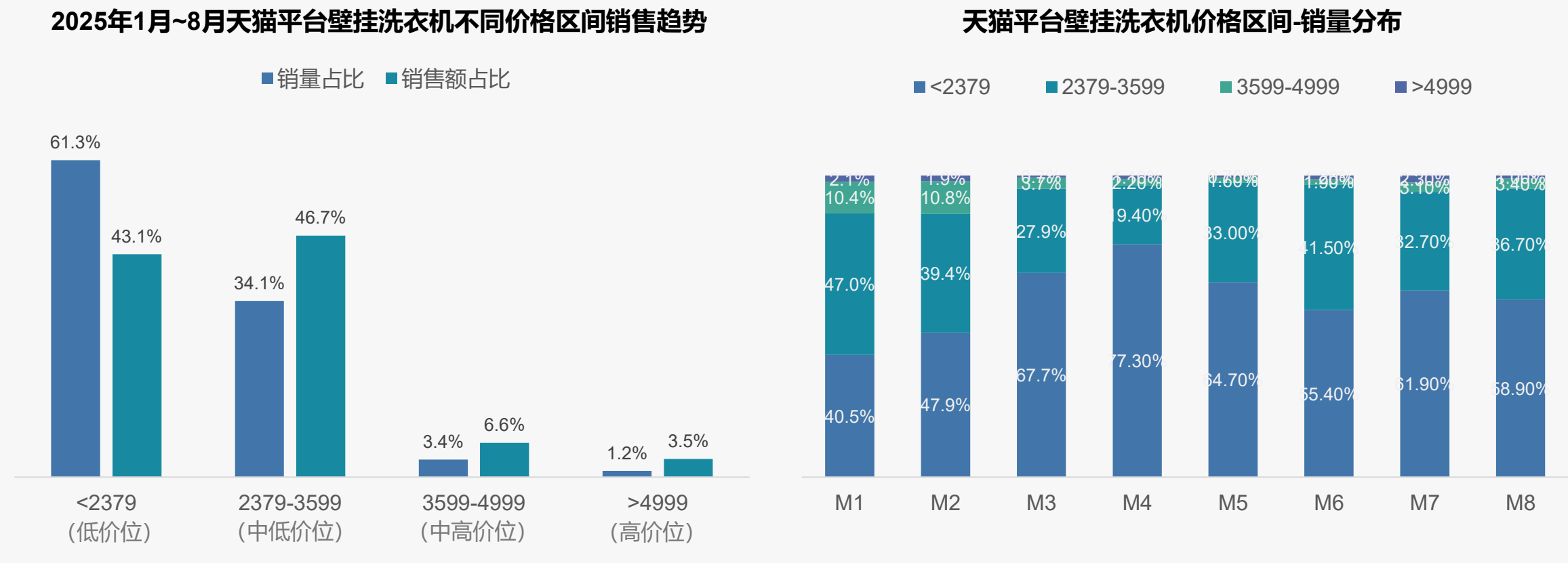
- ◆从价格区间分布看，壁挂洗衣机市场呈现明显的平台差异化竞争格局。天猫和抖音在2379-3599元中高端区间占比最高，显示品牌溢价能力较强；京东在<2379元低价区间占比达63.4%，表明其主打性价比策略。各平台价格定位差异显著，需针对性制定渠道营销策略。
- ◆高端市场渗透率分析显示，3599元以上产品整体占比偏低，其中>4999元超高端产品占比均不足4%。说明当前市场仍以中低端产品为主流，高端产品市场教育不足，存在较大增长空间。建议加强高端产品功能宣传，提升消费者认知。

2025年1月~8月各平台壁挂洗衣机不同价格区间销售趋势



# 壁挂洗衣机中端主导 消费波动明显 优化产品组合

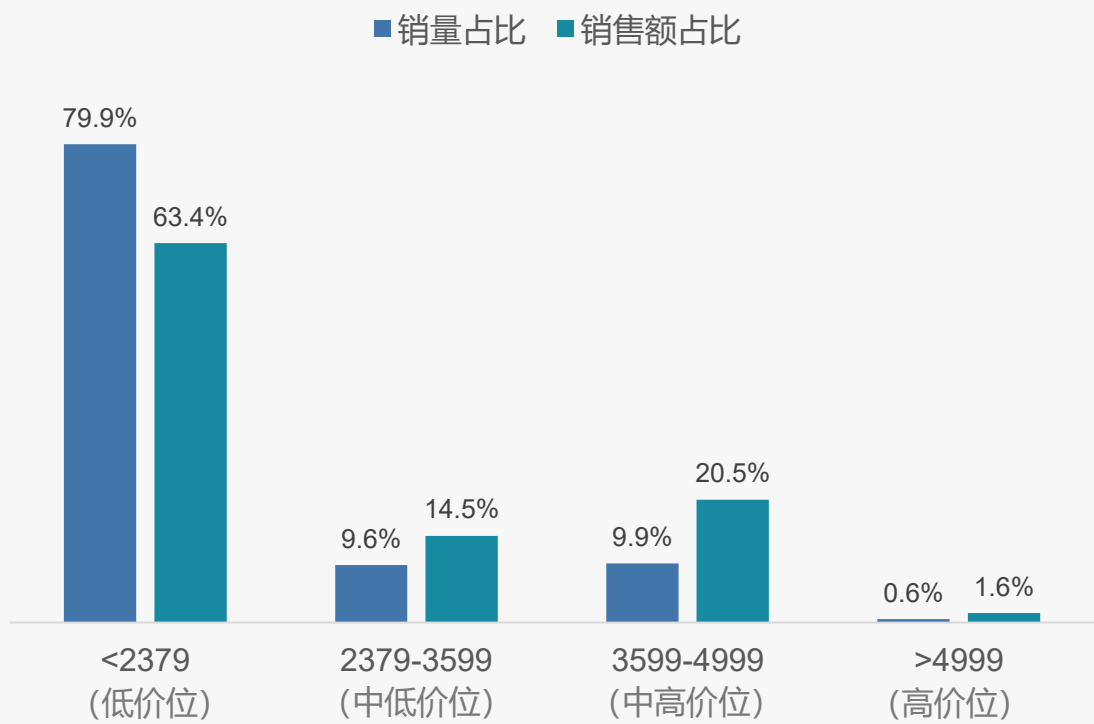
- ◆从价格区间结构看，壁挂洗衣机市场呈现明显金字塔结构。低于2379元价格带销量占比61.3%但销售额占比仅43.1%，显示低价产品销量主导但利润贡献有限；2379-3599元区间以34.1%销量贡献46.7%销售额，成为核心利润区；高价产品（>3599元）销量占比不足5%，市场渗透率低。建议企业优化产品组合，强化中端市场竞争力。
- ◆月度销量分布显示明显的消费趋势变化。M1-M2月2379-3599元中端产品占比超39%，此后持续下滑至M8的36.7%；而<2379元低价产品从M1的40.5%攀升至M4峰值77.3%，随后回落。这表明上半年消费降级明显，下半年略有回升。企业需关注季节性需求波动，适时调整营销策略。



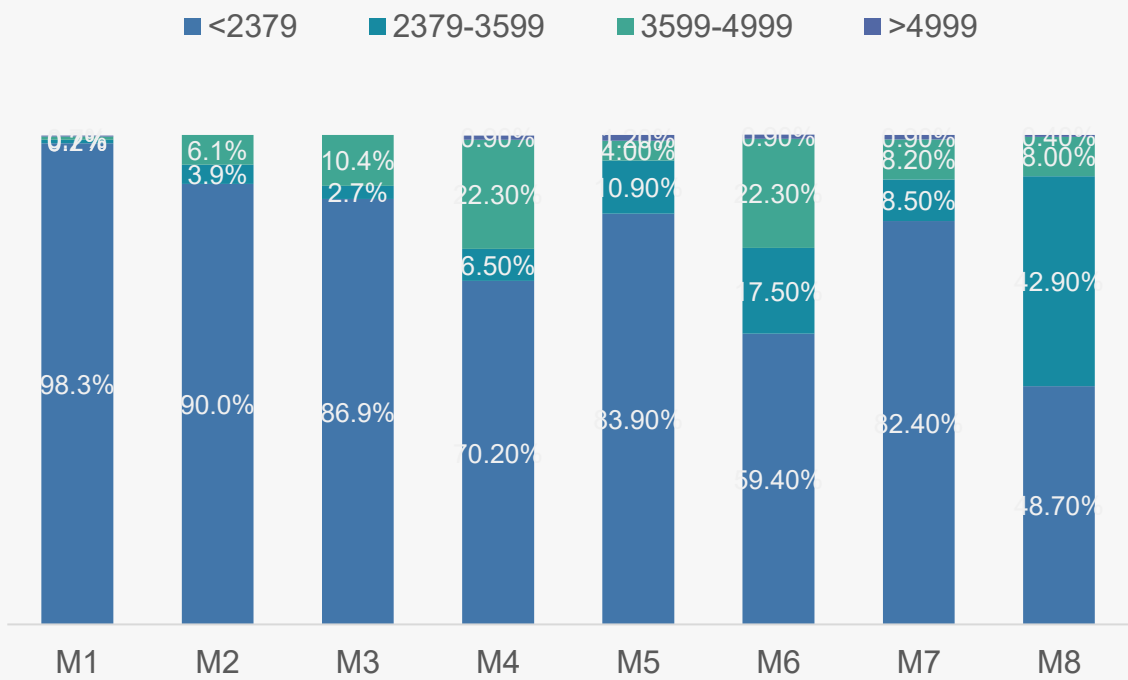
# 壁挂洗衣机 京东市场 低价主导 中端崛起

- ◆从价格区间结构看，京东壁挂洗衣机市场呈现明显的金字塔分布。低于2379元的产品贡献了79.9%的销量和63.4%的销售额，是绝对主力。中高端产品（2379-4999元）销量占比19.5%，销售额占比35.0%，显示出较强的溢价能力。而5000元以上产品仅占0.6%销量和1.6%销售额，市场接受度极低。
- ◆月度销量分布显示市场结构动态变化显著。1-3月低价产品占比稳定在85%以上，4月起中高端产品占比快速提升，6月和8月出现结构性调整。8月2379-3599元产品销量占比飙升至42.9%，表明促销活动或新品上市带动了中端市场爆发。从销售额贡献效率分析，3599-4999元区间以9.9%的销量贡献了20.5%的销售额，单位产品价值最高。建议优化产品组合，适当提升中高端产品占比以提高整体ROI。

2025年1月~8月京东平台壁挂洗衣机不同价格区间销售趋势



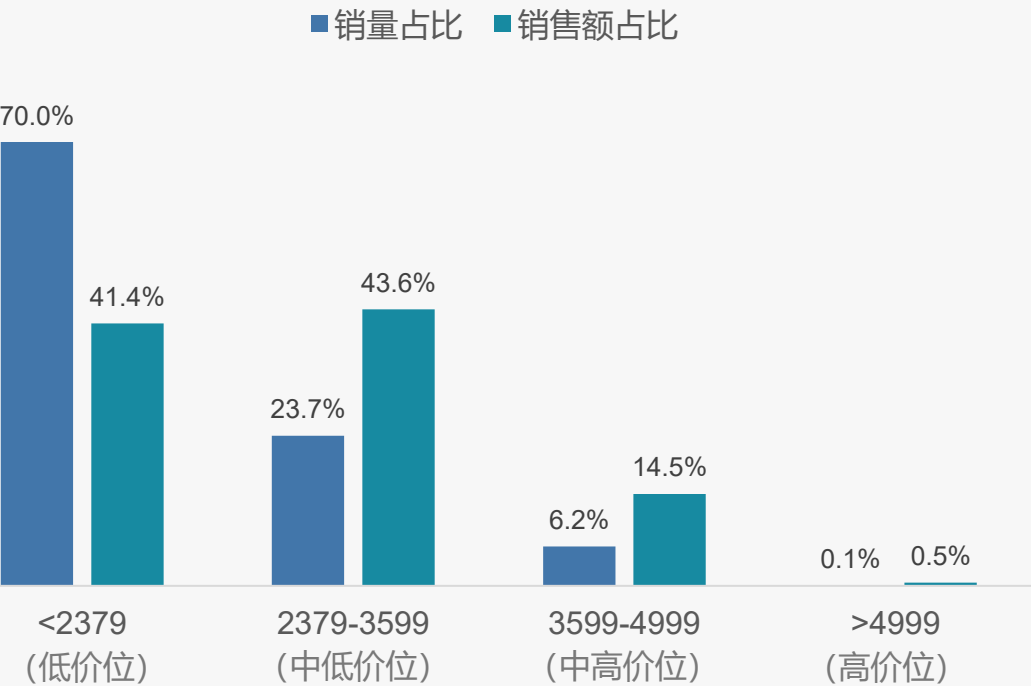
京东平台壁挂洗衣机价格区间-销量分布



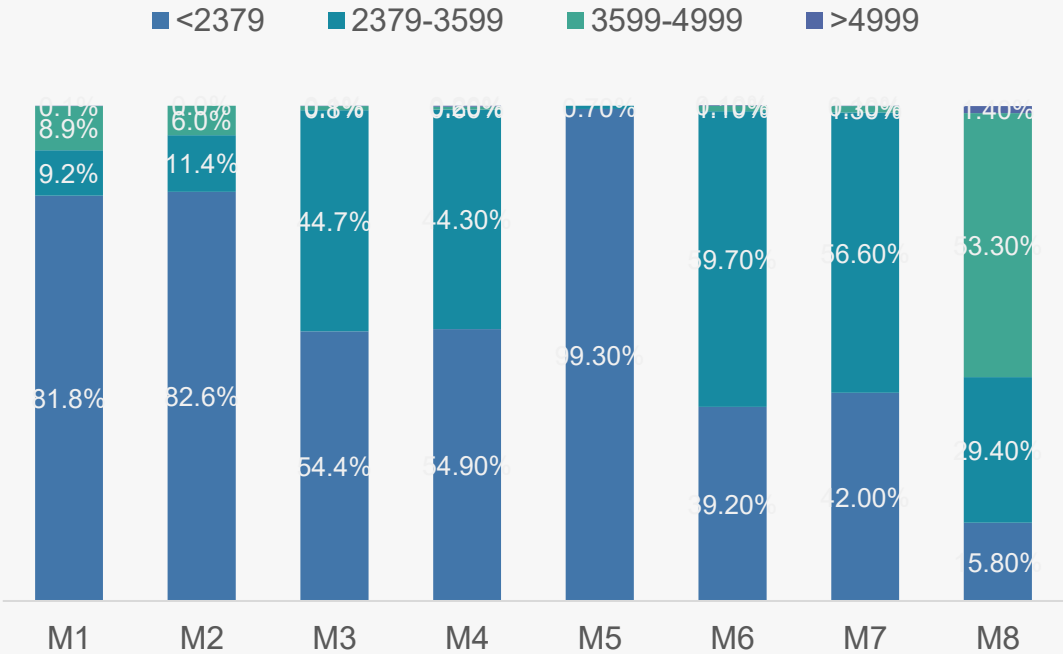
# 低价主导销量 中价驱动销售额 市场波动大

- ◆从价格区间结构看，抖音平台壁挂洗衣机市场呈现两极分化态势。低价位段（<2379元）销量占比高达70.0%，但销售额占比仅41.4%，表明该区间产品单价较低，主要依靠销量驱动；中价位段（2379-3599元）销量占比23.7%却贡献43.6%销售额，显示其单价较高且销售效率更优。高价位段（>4999元）几乎可忽略，市场集中在中低端。
- ◆月度销量分布显示市场波动剧烈，存在明显的价格迁移趋势。M1-M2低价段占比超80%，M3-M4中价位段占比跃升至44%以上，M5异常回归低价主导（99.3%），M6-M7中价位段占比稳定在56%-60%，M8高价位段（3599-4999元）占比激增至53.3%。这表明促销活动或新品发布可能驱动价格区间切换，

2025年1月~8月抖音平台壁挂洗衣机不同价格区间销售趋势



抖音平台壁挂洗衣机价格区间-销量分布



## CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- **洞察** 壁挂洗衣机消费行为、消费场景、消费模式;
- **剖析** 消费者产品偏好、使用反馈, 价格敏感度、支付意愿;
- **对比** 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度;
- **挖掘** 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过壁挂洗衣机的消费者;
- 性别、所在城市(一线、新一线、二线、三线) 平均分布;
- 聚焦家庭月收入中等水平(3-8万元) 人群;
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

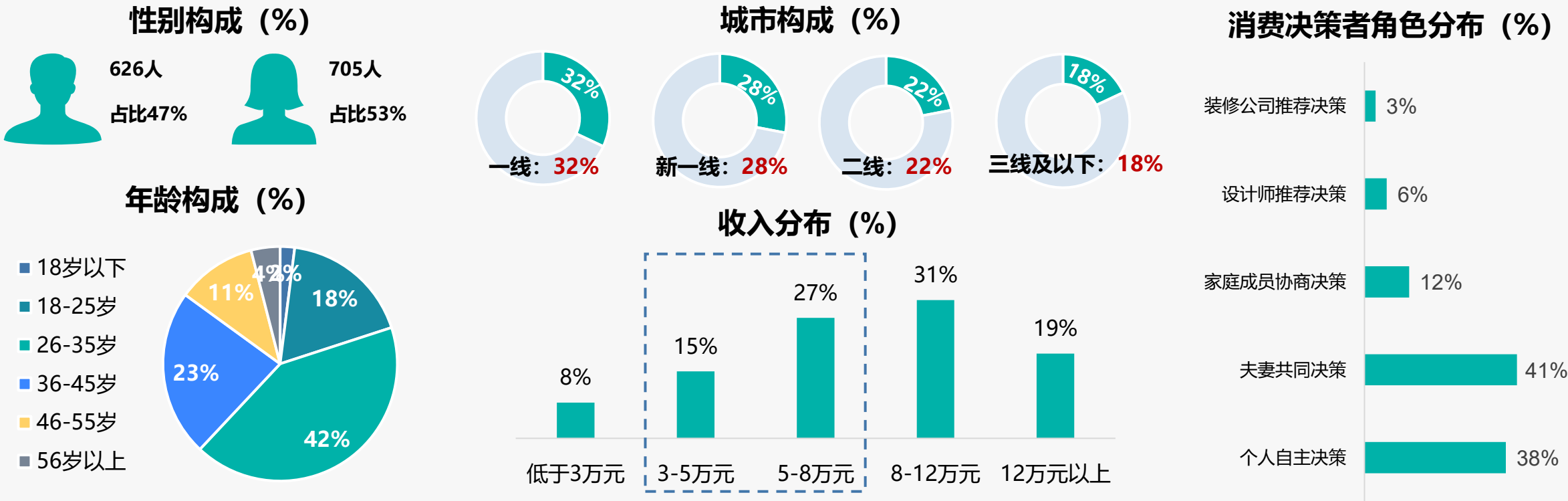
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆(不含港澳台), 充分覆盖主要城市
投放时间	2025年8月
样本数量	N=1331

# 年轻中高收入群体 夫妻共同决策 发达城市市场

- ◆调查显示壁挂洗衣机消费者中26-35岁群体占比42%，8-12万元收入群体占比31%，产品主要吸引年轻中高收入人群。
- ◆消费决策以夫妻共同决策为主占比41%，一线和新一线城市合计占比60%，反映家庭决策和发达城市市场的重要性。

## 2025年中国壁挂洗衣机消费者画像

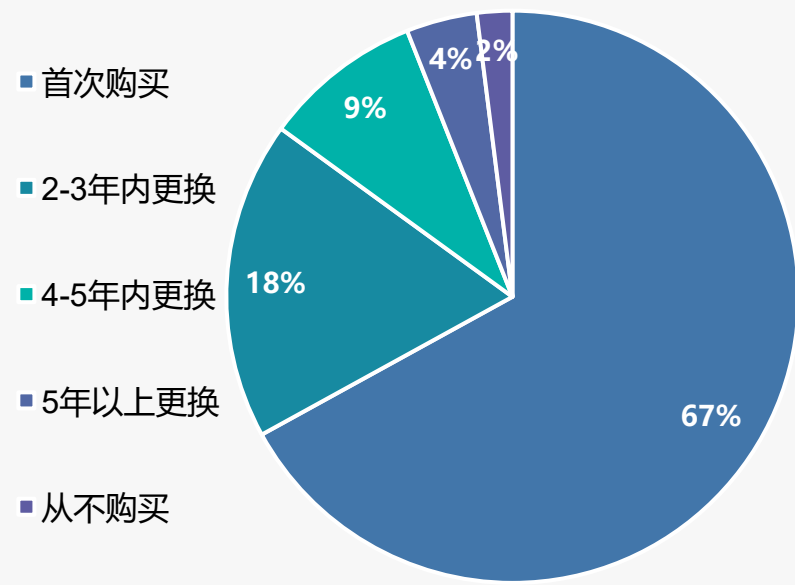


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

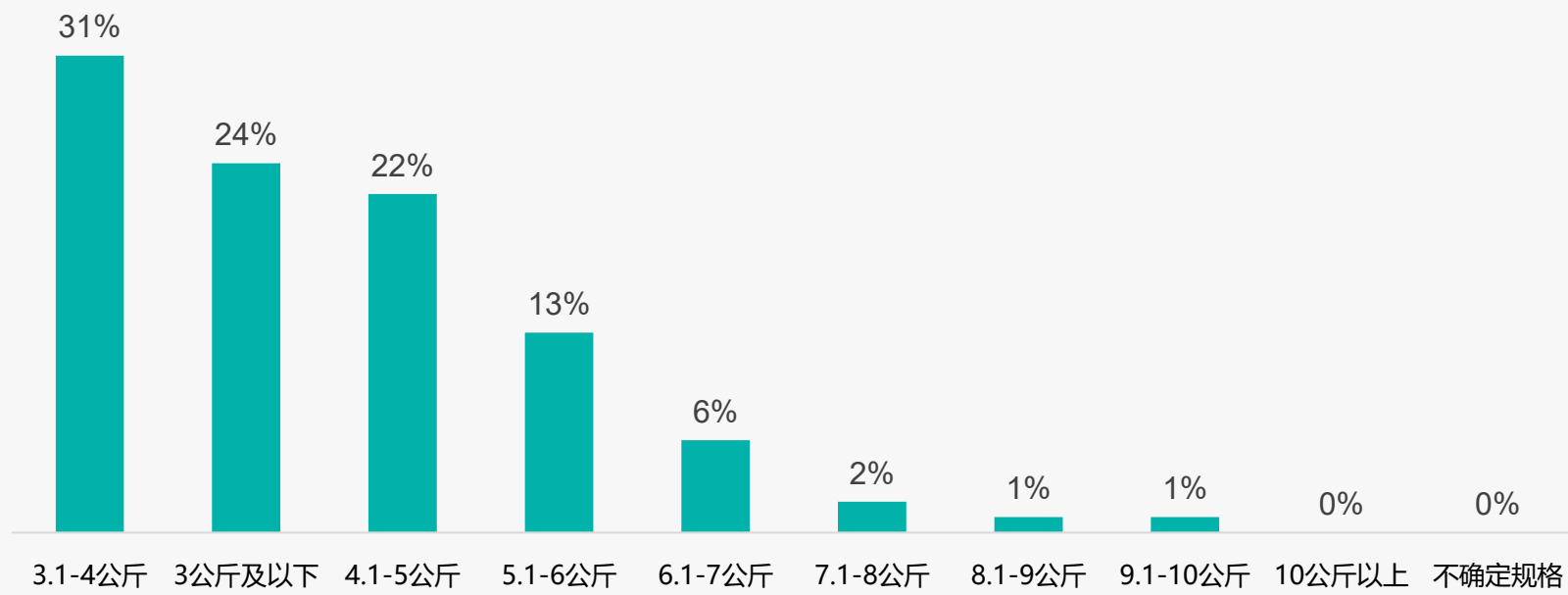
# 壁挂洗衣机首次购买高中小容量主导

- ◆壁挂洗衣机消费中首次购买占67%，市场以新用户为主；2-3年内更换占18%，显示部分更新需求，提示企业加强新用户营销策略。
- ◆产品规格以3.1-4公斤占31%最高，3公斤及以下占24%，中小容量主导市场，反映空间限制和洗涤小件衣物偏好。

2025年中国壁挂洗衣机消费频率分布



2025年中国壁挂洗衣机产品规格分布

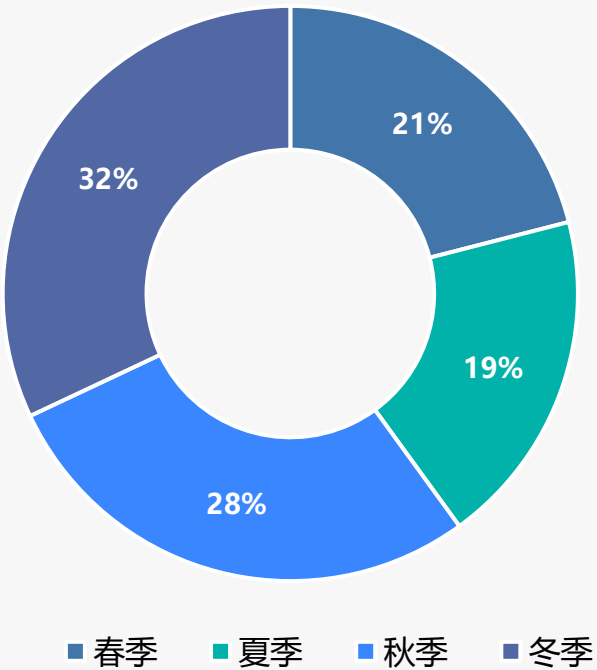


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

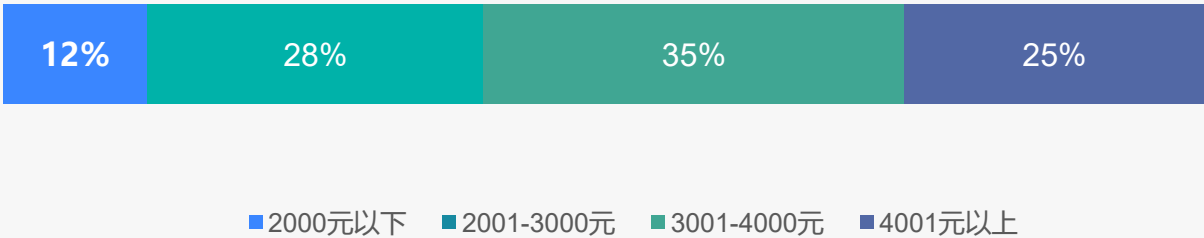
# 壁挂洗衣机消费中高端为主冬季热销

- ◆壁挂洗衣机消费中，单次支出3001-4000元占比最高达35%，2001-3000元占比28%，显示消费者偏好中高端产品。
- ◆冬季消费占比最高为32%，秋季28%；包装类型中标准纸箱占比45%，泡沫加固32%，反映保护需求。

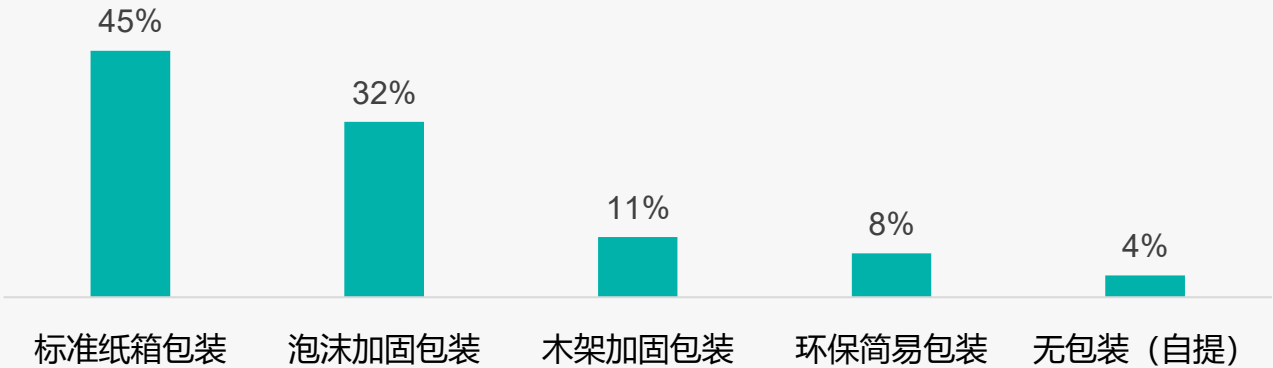
2025年中国壁挂洗衣机消费季节分布



2025年中国壁挂洗衣机单次支出分布



2025年中国壁挂洗衣机包装类型分布

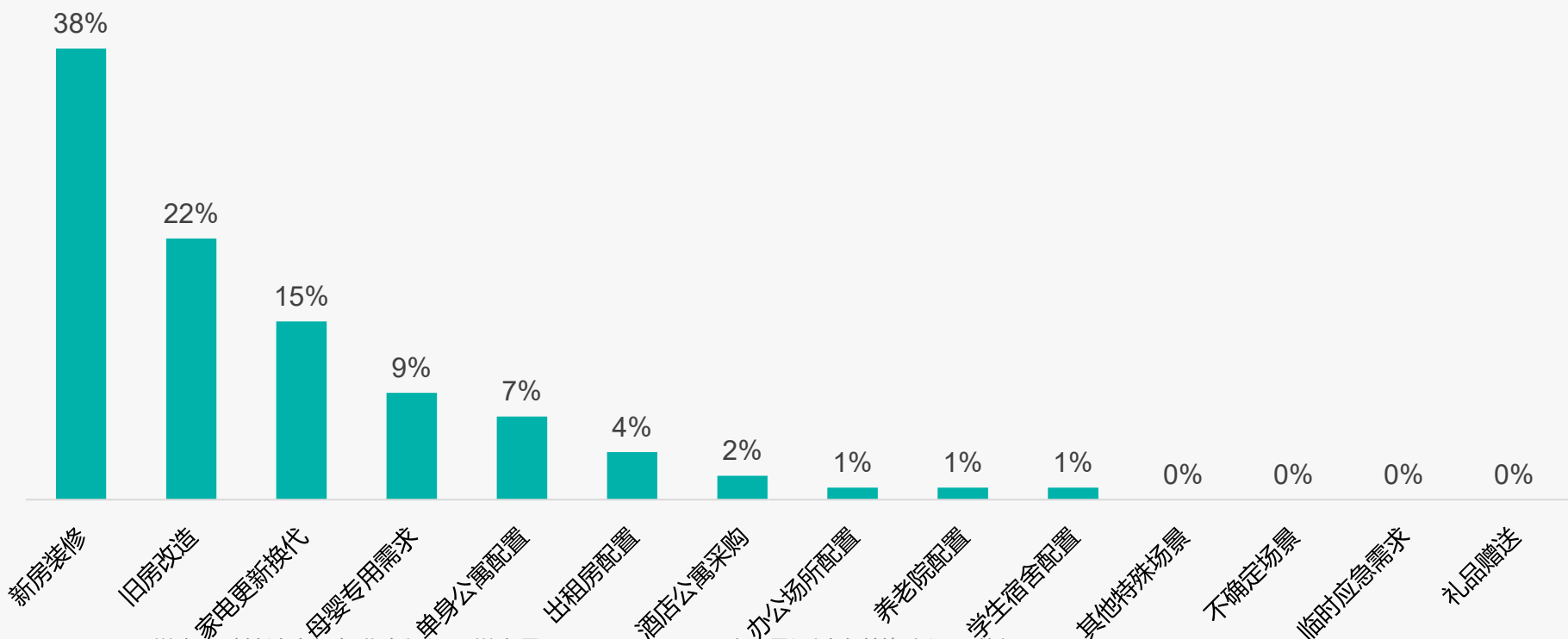


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 壁挂洗衣机 装修驱动 周末消费高峰

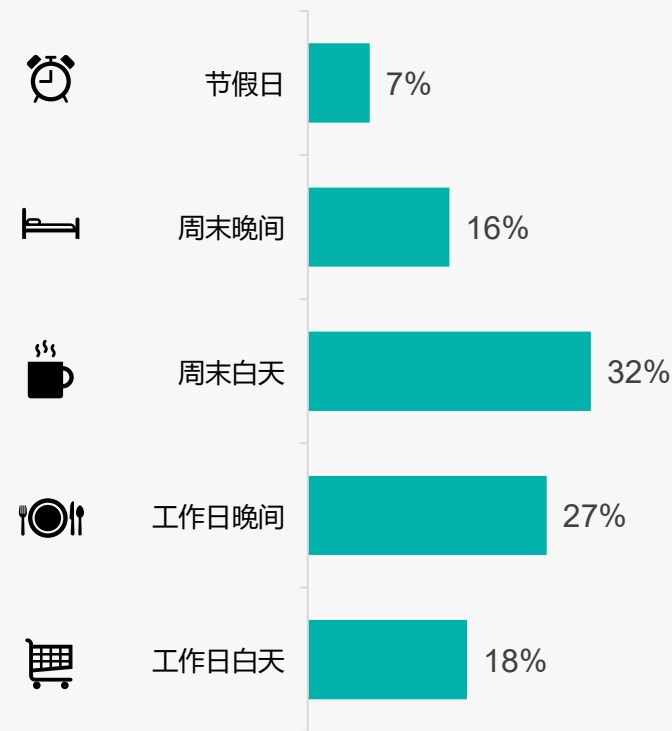
- ◆壁挂洗衣机消费场景以新房装修（38%）和旧房改造（22%）为主，母婴专用（9%）和单身公寓（7%）需求突出，家庭装修是核心驱动力。
- ◆消费时段集中在周末白天（32%）和工作日晚间（27%），工作日白天（18%）和周末晚间（16%）次之，节假日（7%）占比最低。

2025年中国壁挂洗衣机消费场景分布



样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

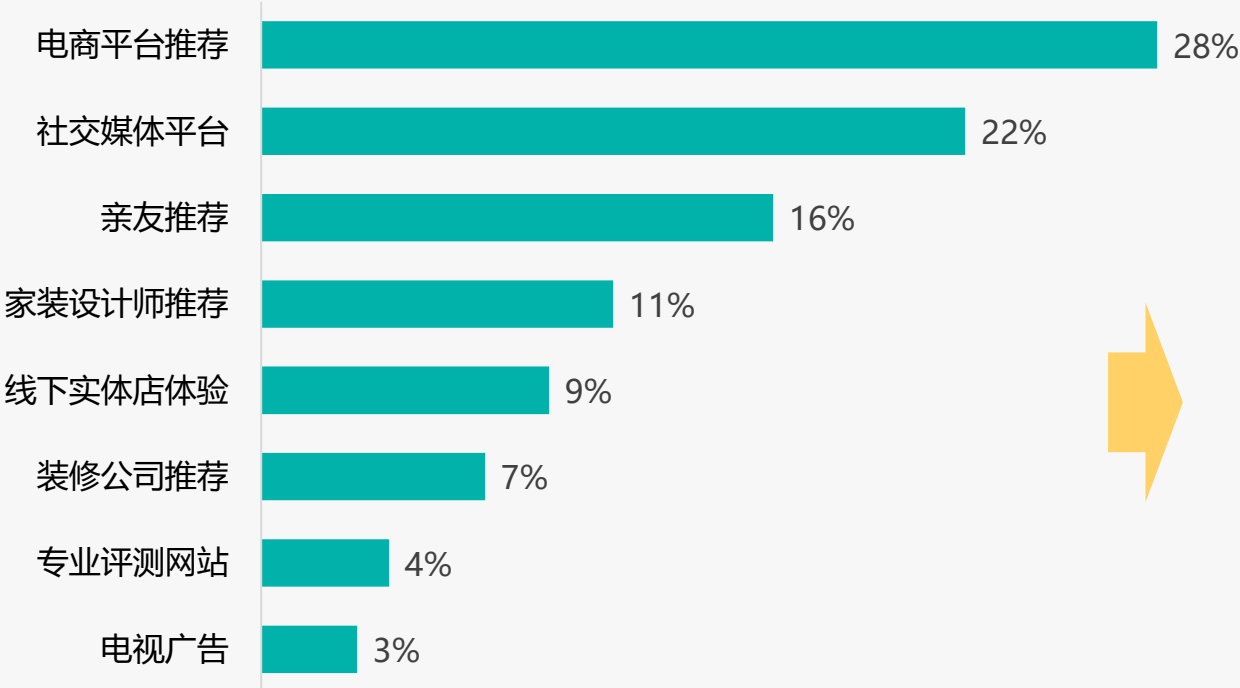
2025年中国壁挂洗衣机消费时段分布



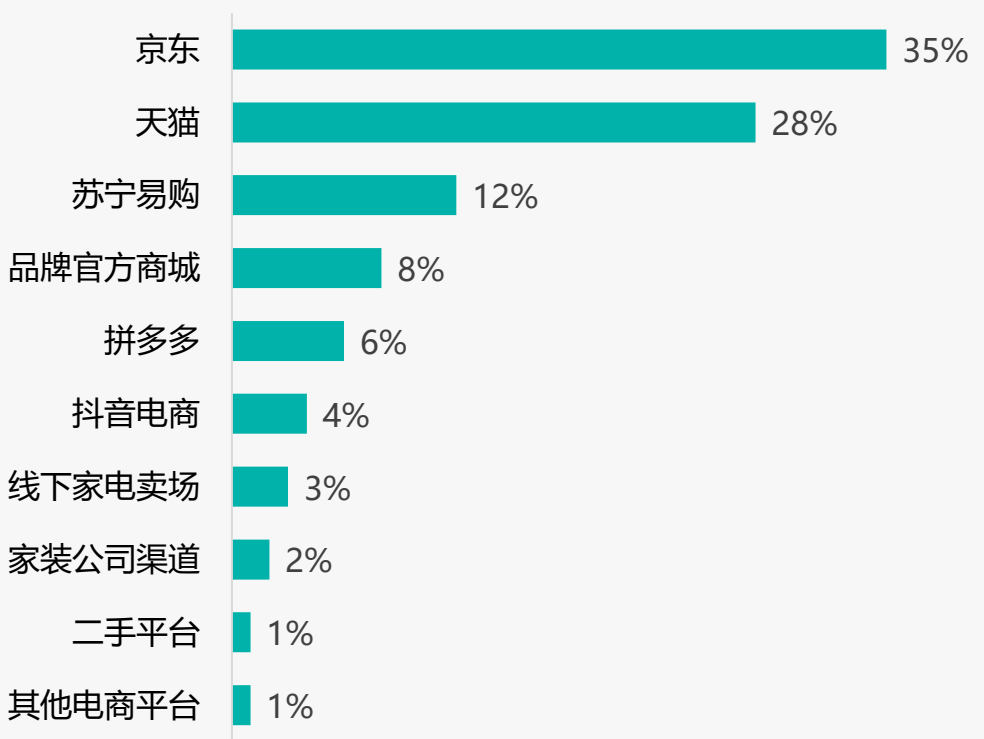
# 线上主导壁挂洗衣机消费渠道

- ◆消费者了解壁挂洗衣机主要通过电商平台推荐（28%）和社交媒体平台（22%），线上渠道占主导，亲友推荐（16%）和家装设计师推荐（11%）也较重要。
- ◆购买渠道中，京东（35%）和天猫（28%）合计占比63%，电商平台销售优势明显，线下家电卖场仅占3%，新兴平台如抖音电商（4%）有增长潜力。

2025年中国壁挂洗衣机产品了解渠道分布



2025年中国壁挂洗衣机购买渠道分布

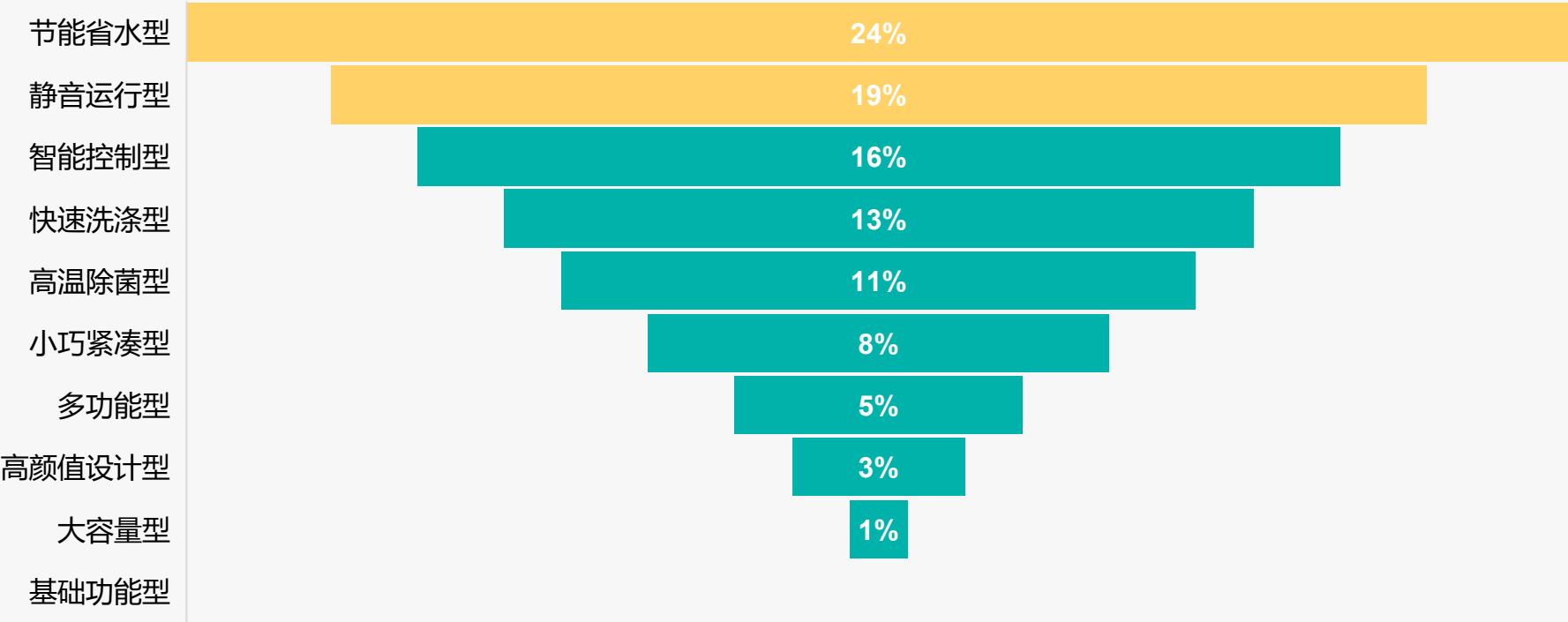


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 壁挂洗衣机偏好节能静音智能

- ◆壁挂洗衣机消费偏好中，节能省水型占比最高达24%，静音运行型占19%，智能控制型占16%，显示用户重视环保、舒适和科技便利性。
- ◆快速洗涤型占13%，高温除菌型占11%，而小巧紧凑型仅8%，多功能型5%，表明市场更注重核心功能，而非外观或容量扩展。

2025年中国壁挂洗衣机偏好类型分布

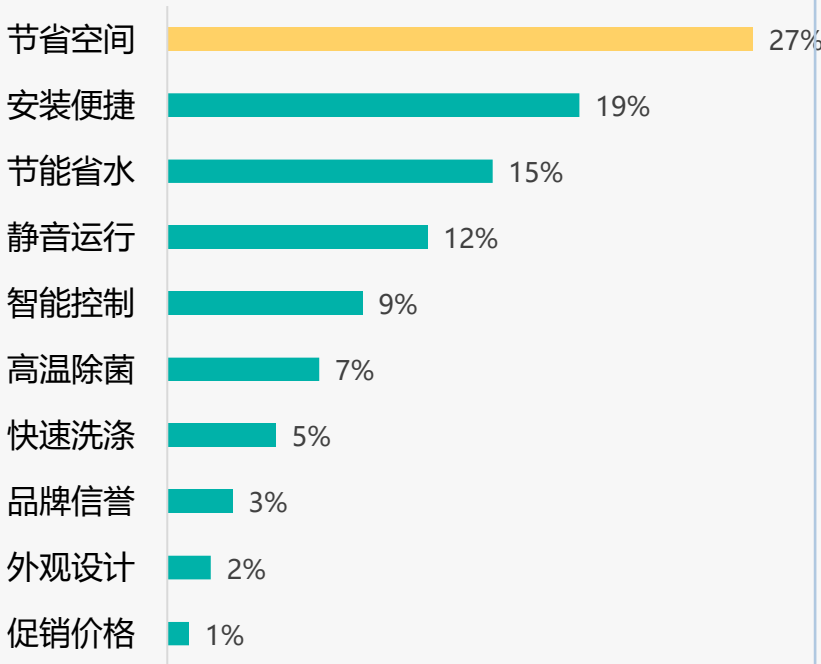


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 空间节省主导壁挂洗衣机消费需求

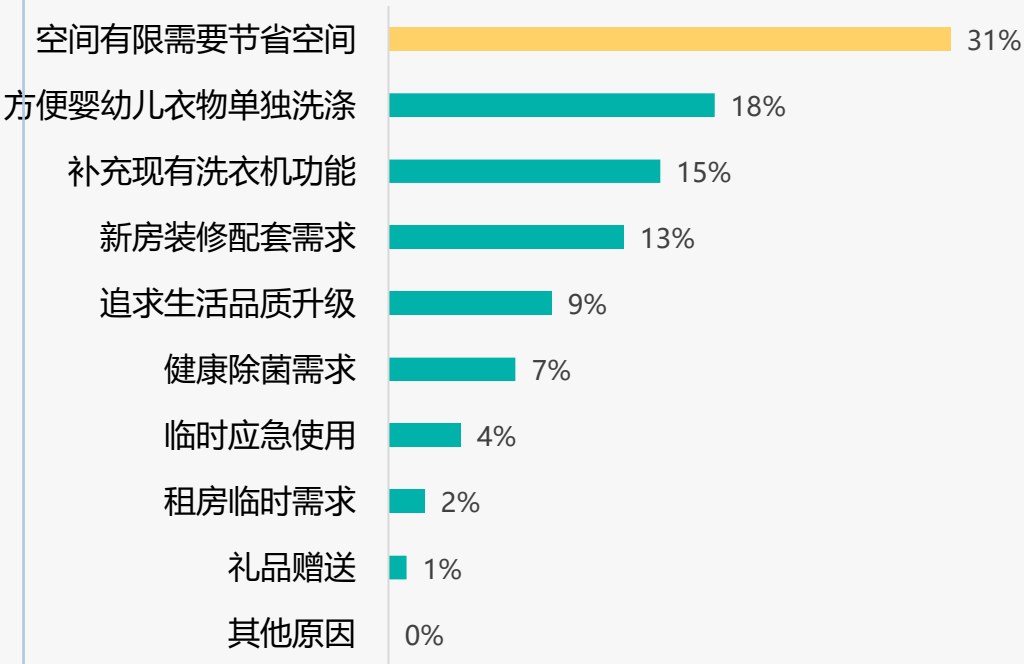
- ◆壁挂洗衣机消费中，节省空间是关键吸引力（27%），安装便捷（19%）和节能省水（15%）次之。消费主因是空间有限（31%），辅以婴幼儿衣物洗涤（18%）和功能补充（15%）。
- ◆数据显示，消费者注重实用功能，如静音运行（12%）和健康除菌（7%），而价格和品牌影响较小（促销1%，品牌3%），凸显生活场景需求驱动。

## 2025年中国壁挂洗衣机吸引消费关键因素分布



样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

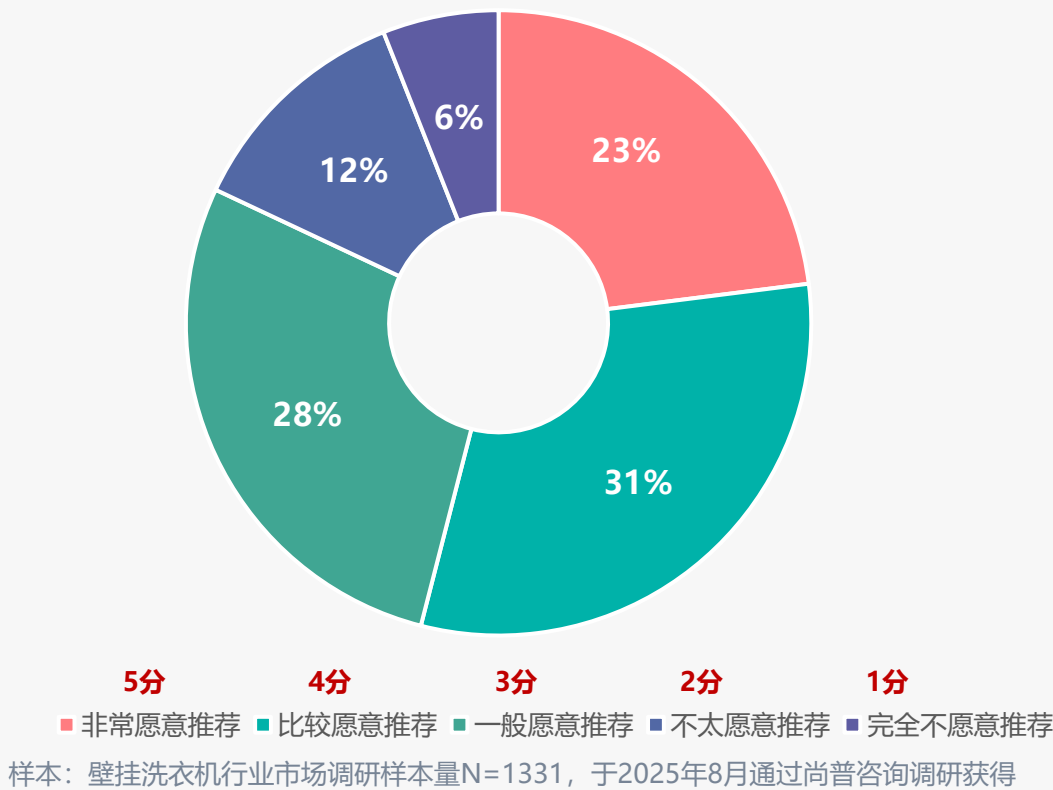
## 2025年中国壁挂洗衣机消费真正原因分布



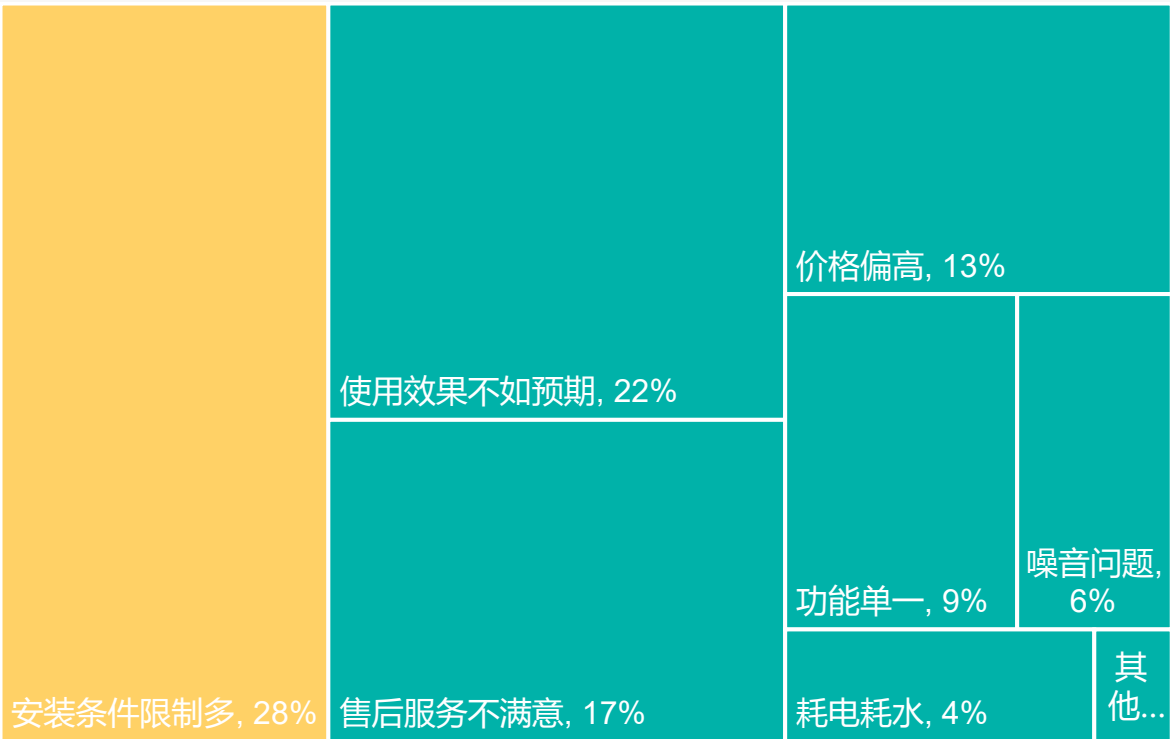
# 壁挂洗衣机推荐意愿高 安装使用需优化

- ◆壁挂洗衣机消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意推荐占比合计54%。不愿推荐主因是安装条件限制多（28%）和使用效果不如预期（22%）。
- ◆售后服务不满意占比17%，提示服务环节需改进。数据为优化产品设计、安装指导和售后服务提供方向，提升用户满意度。

2025年中国壁挂洗衣机推荐意愿分布



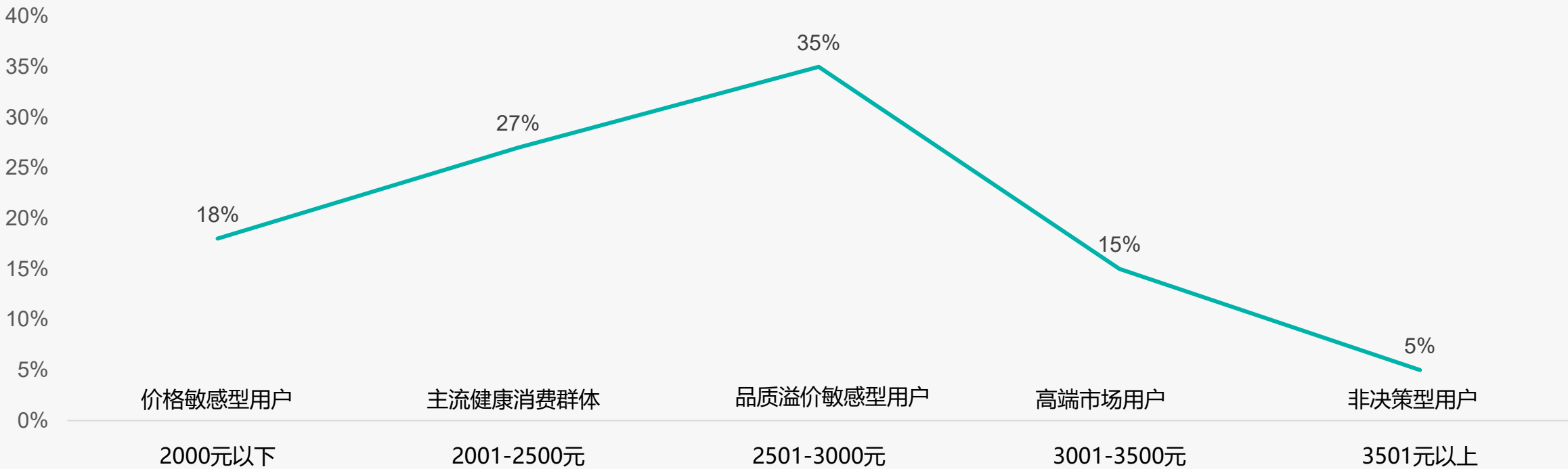
2025年中国壁挂洗衣机不推荐原因分布



# 壁挂洗衣机中端价格接受度高

- ◆调查显示壁挂洗衣机价格接受度集中在2501-3000元（35%）和2001-2500元（27%），表明消费者偏好中端价位产品。
- ◆高端市场接受度较低，3001-3500元占15%，3501元以上仅5%，反映价格敏感性和中档市场主导地位。

2025年中国壁挂洗衣机主流规格价格接受度



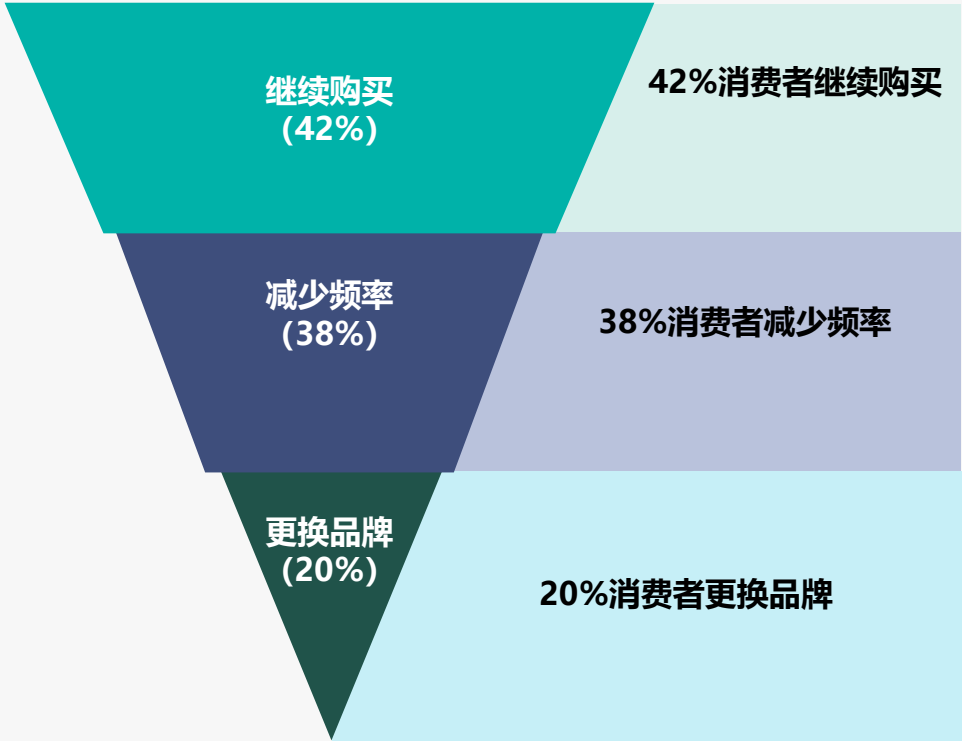
样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以3.1-4公斤规格壁挂洗衣机为标准核定价格区间

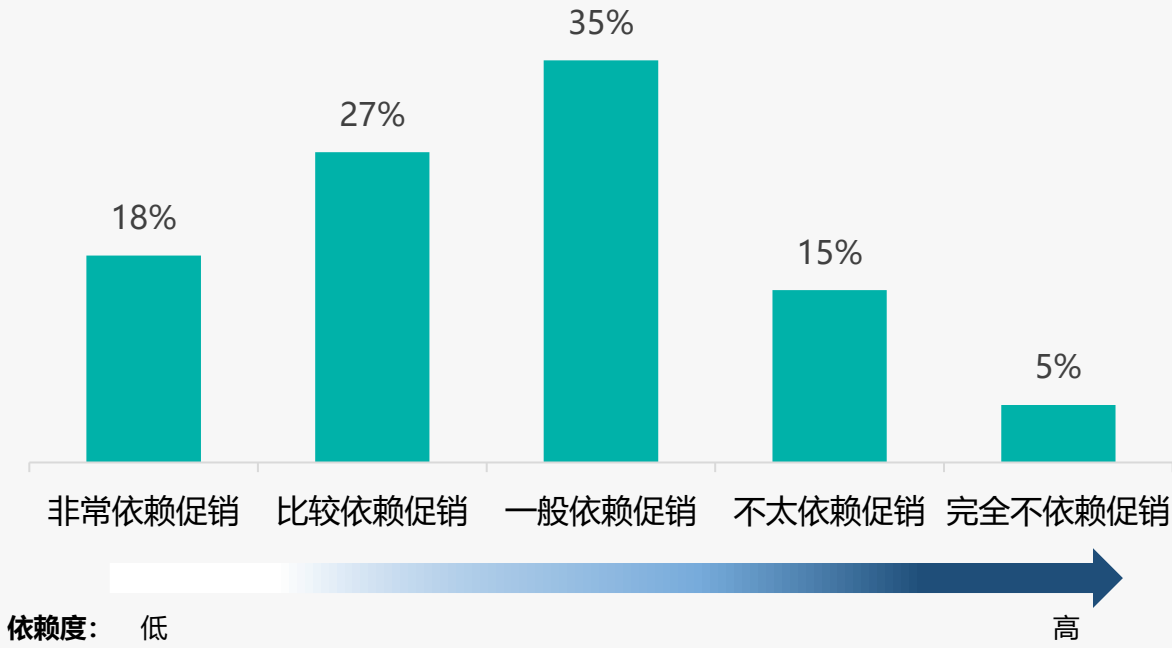
# 价格上涨品牌忠诚 促销依赖购买关键

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，38%减少频率，20%更换品牌，显示价格敏感度较高，品牌忠诚度分化明显。
- ◆62%消费者依赖促销（35%一般依赖，27%比较依赖），促销策略对多数消费者有效，是购买决策关键因素。

2025年中国壁挂洗衣机价格上涨10%购买行为分布



2025年中国壁挂洗衣机促销依赖程度分布

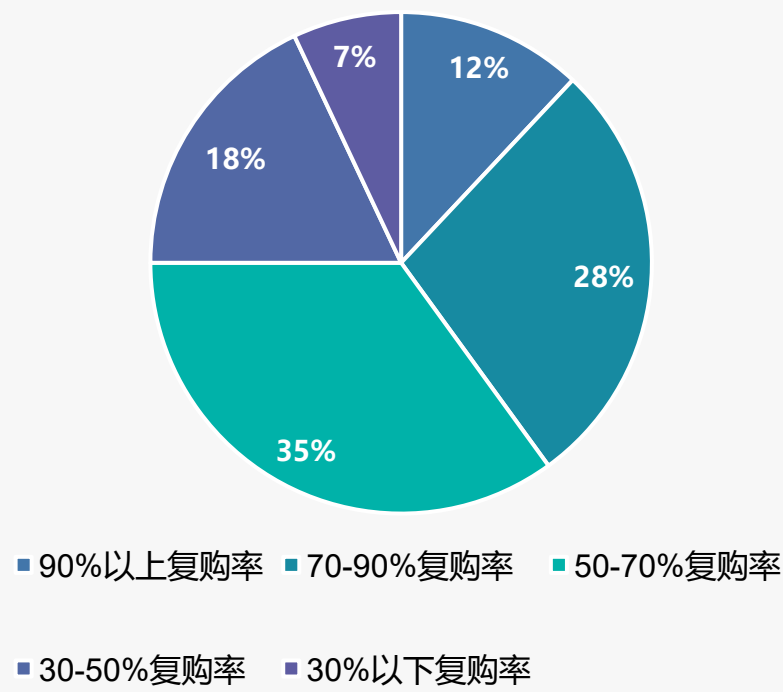


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

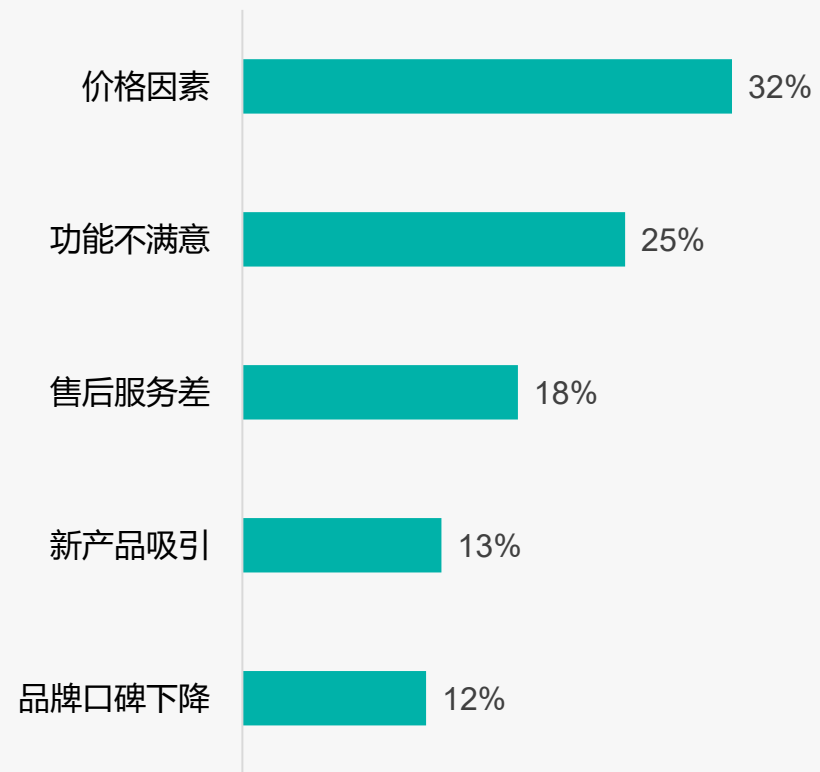
# 价格功能主导品牌更换 复购忠诚度中等

- ◆壁挂洗衣机固定品牌复购率中，50-70%区间占比最高为35%，90%以上高复购率仅12%，显示品牌忠诚度有限，多数消费者处于中等复购水平。
- ◆更换品牌原因中价格因素占32%为首要，功能不满意占25%，售后服务差占18%，反映消费者对价格和功能敏感，服务改进空间大。

2025年中国壁挂洗衣机品牌复购率分布



2025年中国壁挂洗衣机更换品牌原因分布

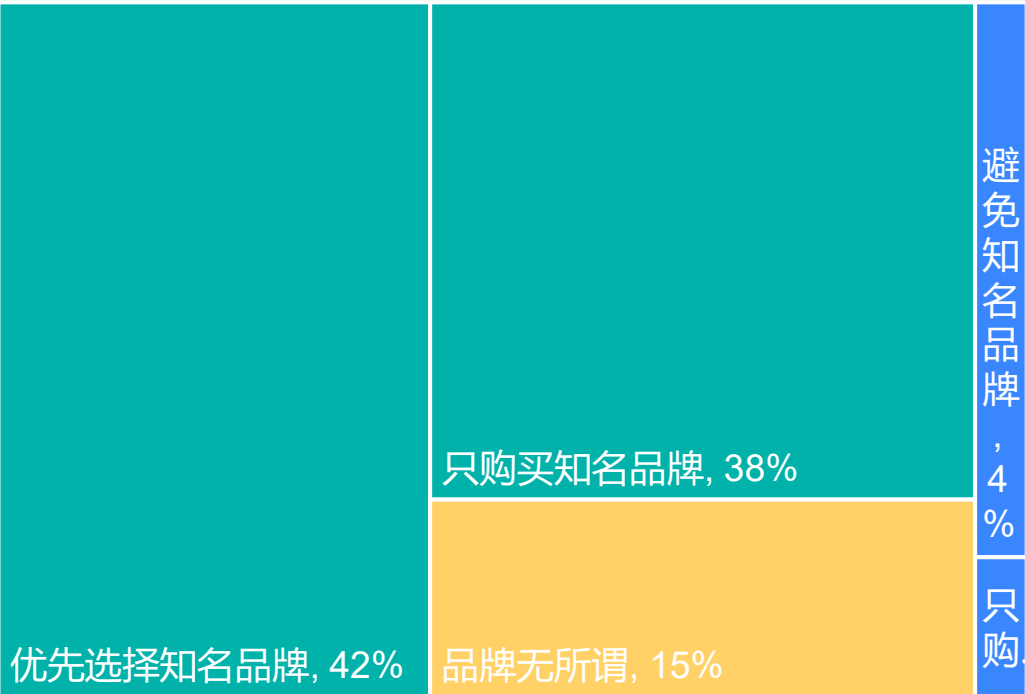


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

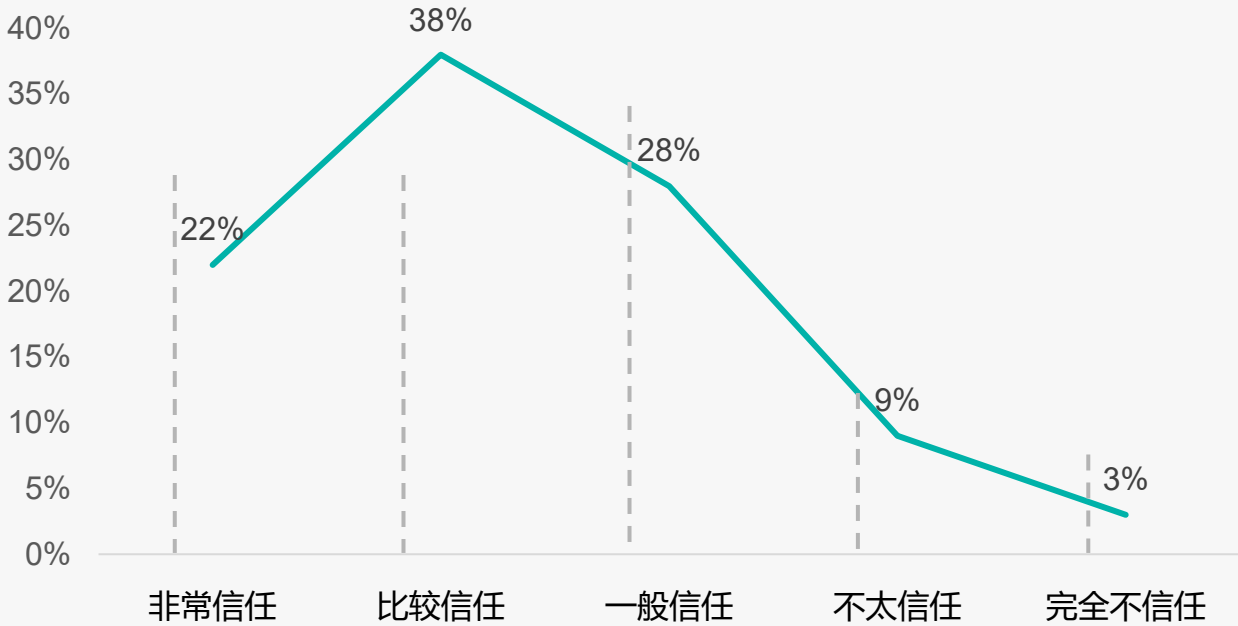
# 壁挂洗衣机品牌主导消费信任度较高

- ◆壁挂洗衣机消费者高度依赖品牌，80%优先或只购买知名品牌，仅1%选择小众品牌，品牌认知主导市场选择。
- ◆品牌信任度较高，60%消费者非常或比较信任，但12%持不信任态度，显示品牌建设仍有提升空间。

## 2025年中国壁挂洗衣机品牌产品消费意愿分布



## 2025年中国壁挂洗衣机品牌产品态度分布

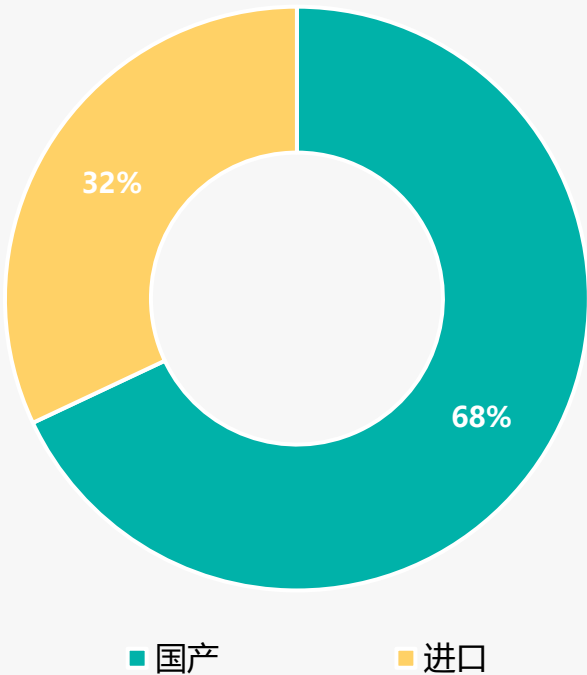


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

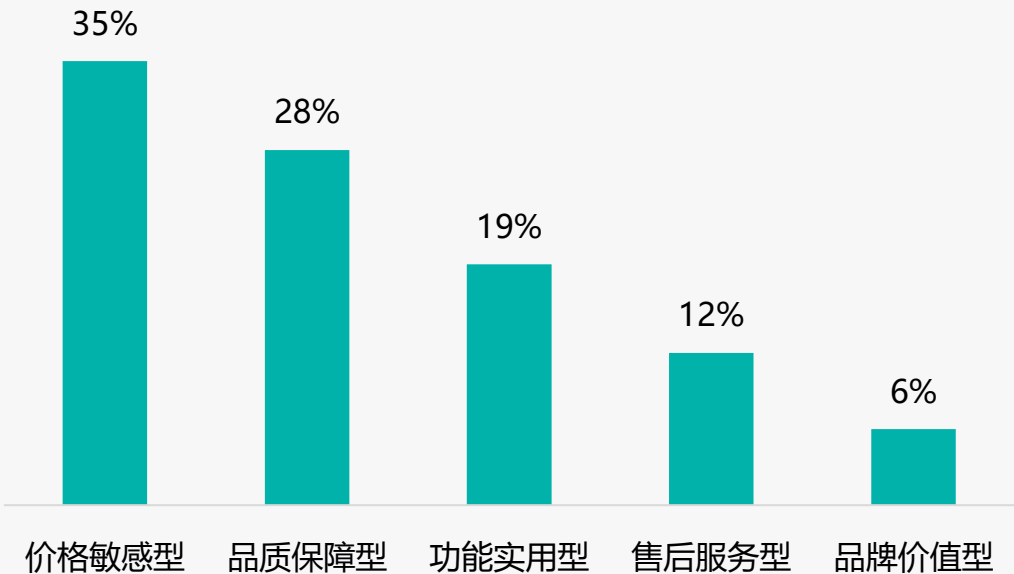
# 国产品牌主导 价格品质驱动

- ◆ 国产壁挂洗衣机品牌占据68%市场份额，远超进口品牌的32%，显示消费者对本土品牌的高度认可。
- ◆ 价格敏感型消费者占比最高达35%，品质保障型28%，品牌价值型仅6%，价格和品质是主要购买驱动因素。

2025年中国壁挂洗衣机国产进口品牌消费分布



2025年中国壁挂洗衣机品牌偏好类型分布

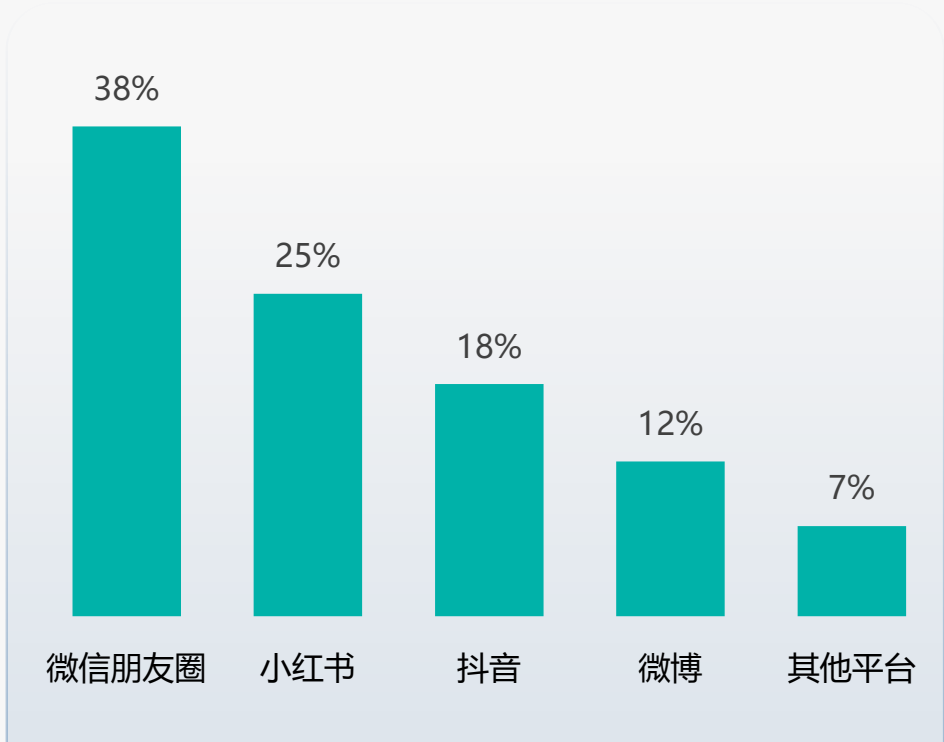


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 社交媒体主导 真实体验优先

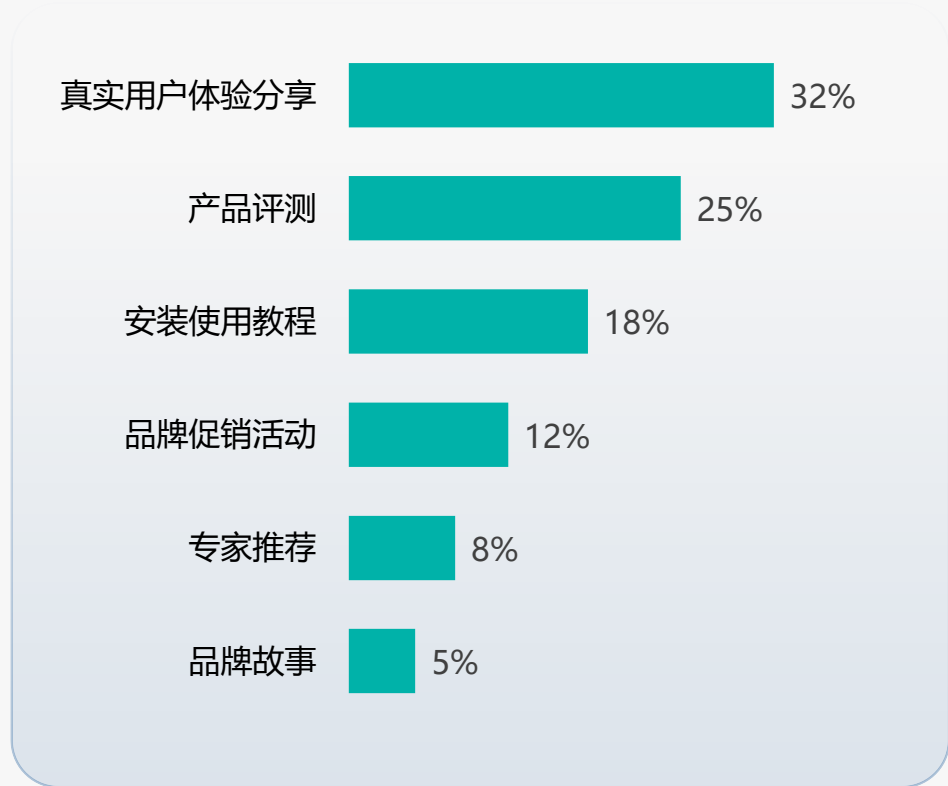
- ◆壁挂洗衣机消费者主要通过社交媒体获取信息，微信朋友圈占比38%，小红书和抖音分别占25%和18%，显示社交平台是主要传播渠道。
- ◆内容偏好上，真实用户体验分享占32%，产品评测占25%，安装使用教程占18%，表明消费者重视实际使用反馈和操作指导。

2025年中国壁挂洗衣机社交分享渠道分布



样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

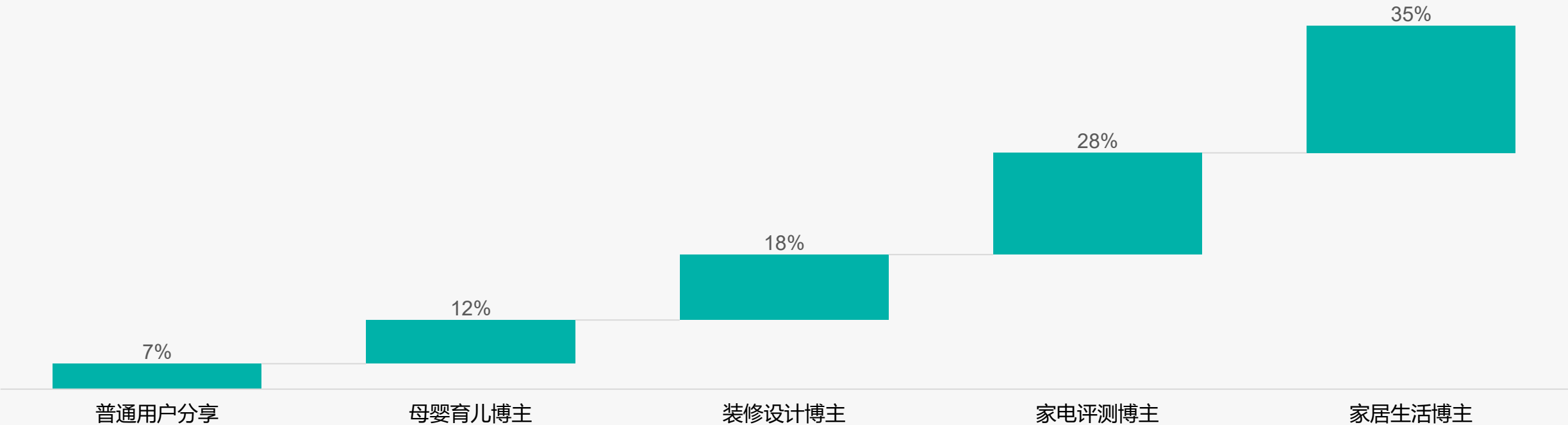
2025年中国壁挂洗衣机社交内容类型分布



# 专业博主主导壁挂洗衣机内容信任

- ◆消费者对家居生活博主信任度最高，占比35%，家电评测博主以28%紧随其后，显示专业和场景相关博主在壁挂洗衣机内容获取中占据主导地位。
- ◆装修设计博主占比18%，母婴育儿博主12%，普通用户分享仅7%，反映消费者更依赖专业主题内容，产品关注点集中在空间设计和家庭需求。

2025年中国壁挂洗衣机社交信任博主类型分布

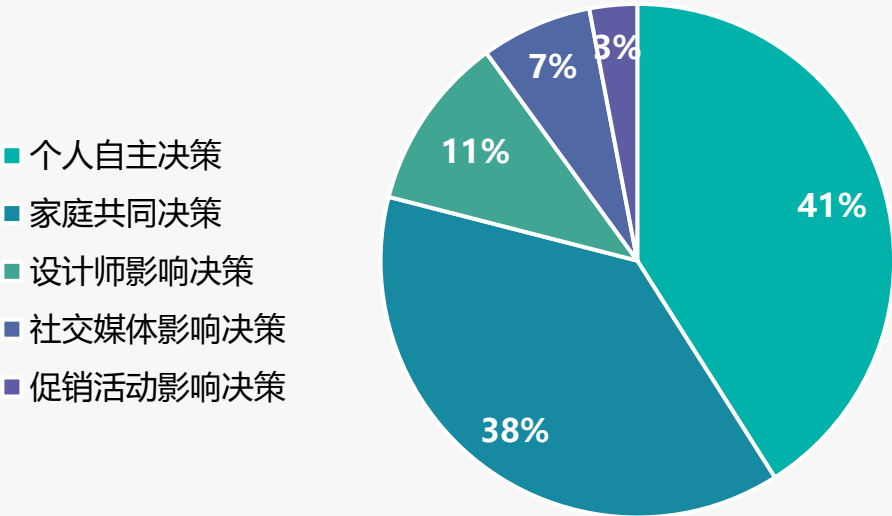


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

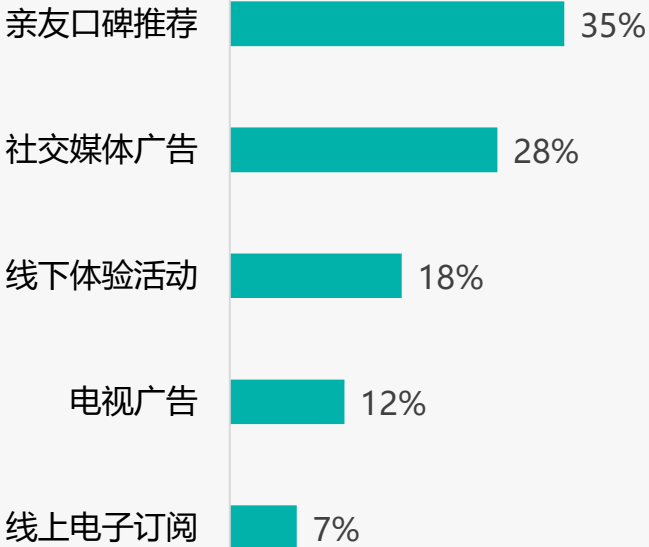
# 口碑社交主导壁挂洗衣机消费

- ◆亲友口碑推荐以35%的占比成为消费者首选渠道，社交媒体广告以28%紧随其后，凸显口碑和社交传播在壁挂洗衣机消费中的关键作用。
- ◆线下体验活动占18%，电视广告和线上电子订阅分别占12%和7%，显示传统广告渠道影响力相对较弱，消费者更注重实际体验。

2025年中国壁挂洗衣机消费决策者类型分布



2025年中国壁挂洗衣机家庭广告偏好分布

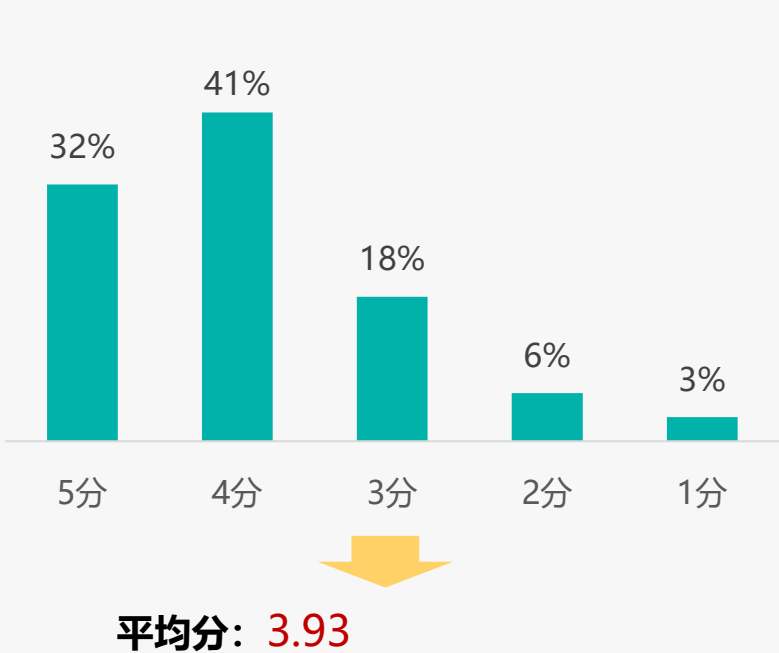


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

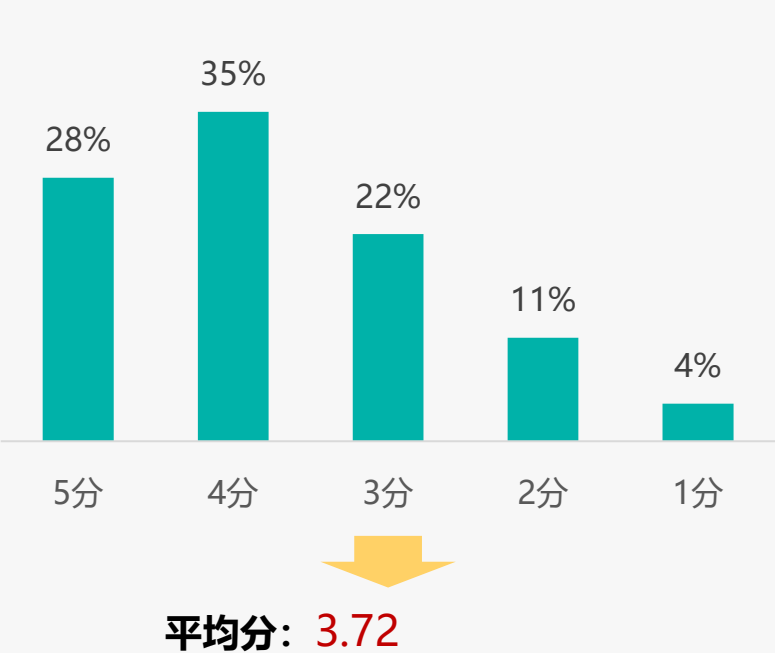
# 退货体验需优化 消费流程获认可

- ◆线上消费流程满意度高，4分和5分占比合计73%，5分占32%、4分占41%，显示多数消费者对购物流程认可度高。
- ◆退货体验满意度较低，4分和5分合计63%，5分仅28%、4分35%，提示退货环节需优先优化以提升整体体验。

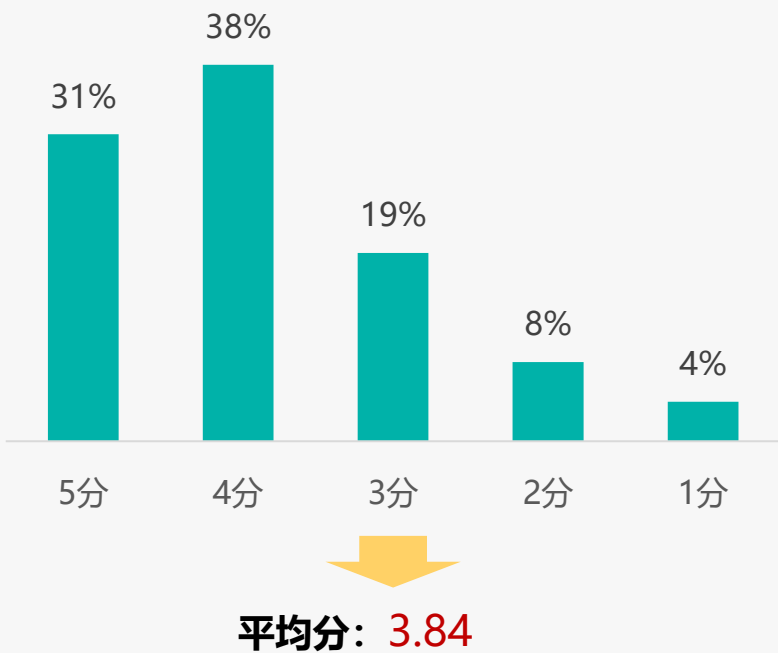
2025年中国壁挂洗衣机线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国壁挂洗衣机退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国壁挂洗衣机线上客服满意度分布（满分5分）

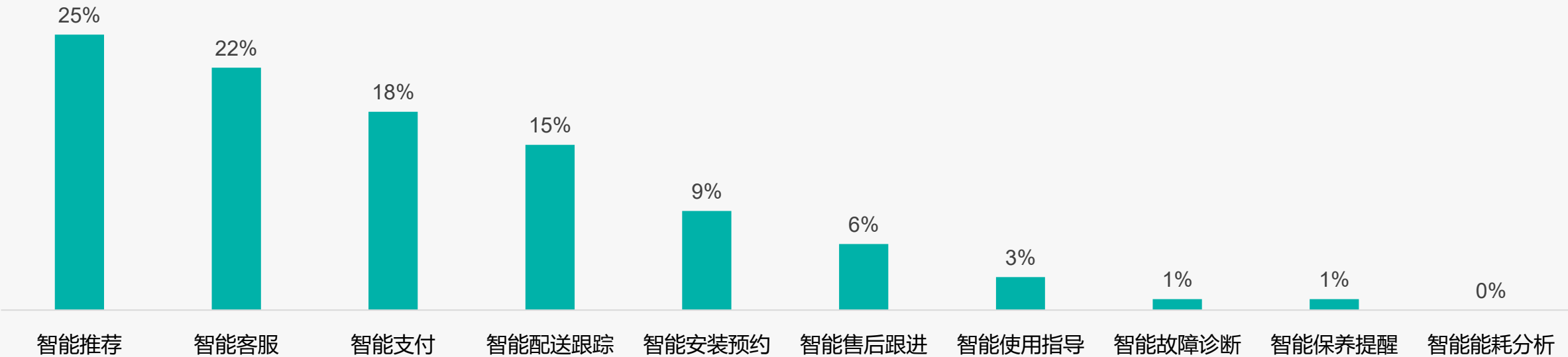


样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐客服支付主导消费体验

- ◆智能推荐、智能客服和智能支付是消费者最关注的线上智能服务，分别占比25%、22%和18%，显示个性化、高效沟通和便捷支付是核心需求。
- ◆智能配送跟踪占比15%，而其他服务如安装预约、售后跟进等占比均低于10%，能耗分析占比0%，提示企业应优先优化高需求服务。

2025年中国壁挂洗衣机线上智能服务体验分布



样本：壁挂洗衣机行业市场调研样本量N=1331，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。

- ☎ 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- 💻 <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 🏢 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 🏢 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 🏢 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企 业 公 众 号



企 业 抖 音 号



企 业 小 红 书 号

## 版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。未经尚普咨询集团书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

## 免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自尚普咨询集团专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。尚普咨询集团在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



# 尚普咨询集团

SHANGPU GROUP

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands