

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月真丝上衣市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Silk Blouse 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。

# CONTENTS

# 目 录

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

# 核心发现1：女性主导消费，偏好中档价位实用设计

- 目 77%消费者为女性，26-35岁占41%，核心人群为高收入都市女性
- 目 消费决策高度自主（68%），社交媒体影响微弱（2%），传统因素主导
- 目 偏好中档价位（200-500元占47%），实用款式如短袖（31%）主导

## 启示

### ✓ 聚焦女性核心人群

针对26-35岁高收入都市女性开发产品，强化实用设计和自主决策支持，以提升市场渗透率。

### ✓ 优化产品定价策略

集中资源于中档价位（200-500元）产品，平衡价格与品质，满足主流消费者需求。

## 核心发现2：电商渠道主导，真实用户分享驱动决策

- 电商平台推荐（32%）和社交内容（25%）是主要信息获取渠道，线下体验仅11%
- 购买渠道以天猫/淘宝（38%）和京东（22%）为主，品牌官方商城占15%
- 消费者偏好真实用户体验分享（35%）和时尚穿搭推荐（28%），信任同侪反馈

### 启示

#### ✓ 强化电商平台合作

鼓励用户分享真实体验和穿搭，通过社交平台（如微信朋友圈、小红书）放大口碑效应。

#### ✓ 推动真实用户内容营销

None

## 核心发现3：性价比和品质优先，品牌忠诚度中等

- 消费者偏好性价比（31%）和品质追求（28%），设计导向占19%
- 复购率50-70%占35%，90%以上仅12%，品牌忠诚度中等，价格敏感
- 63%消费者对品牌持积极态度，但价格（31%）和款式更新（25%）是切换主因

### 启示

#### ✓ 提升产品性价比

优化成本结构，确保产品在合理价位提供高品质和实用设计，强化消费者价值感知。

#### ✓ 创新设计保持吸引力

定期更新款式，结合时尚趋势和用户反馈，减少因设计过时导致的客户流失。

## 核心逻辑：聚焦高收入都市女性，实用设计驱动消费

### 1、产品端



- ✓ 强化基础纯色款，提升百搭实用性
- ✓ 优化面料舒适度，增强透气凉爽特性

### 2、营销端



- ✓ 利用电商平台推荐，精准触达目标人群
- ✓ 加强真实用户分享，提升社交信任度

### 3、服务端



- ✓ 提升智能推荐匹配，个性化购物体验
- ✓ 优化售后服务响应，解决退货痛点

# 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** 真丝上衣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真丝上衣品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对真丝上衣的购买行为；
- 真丝上衣市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

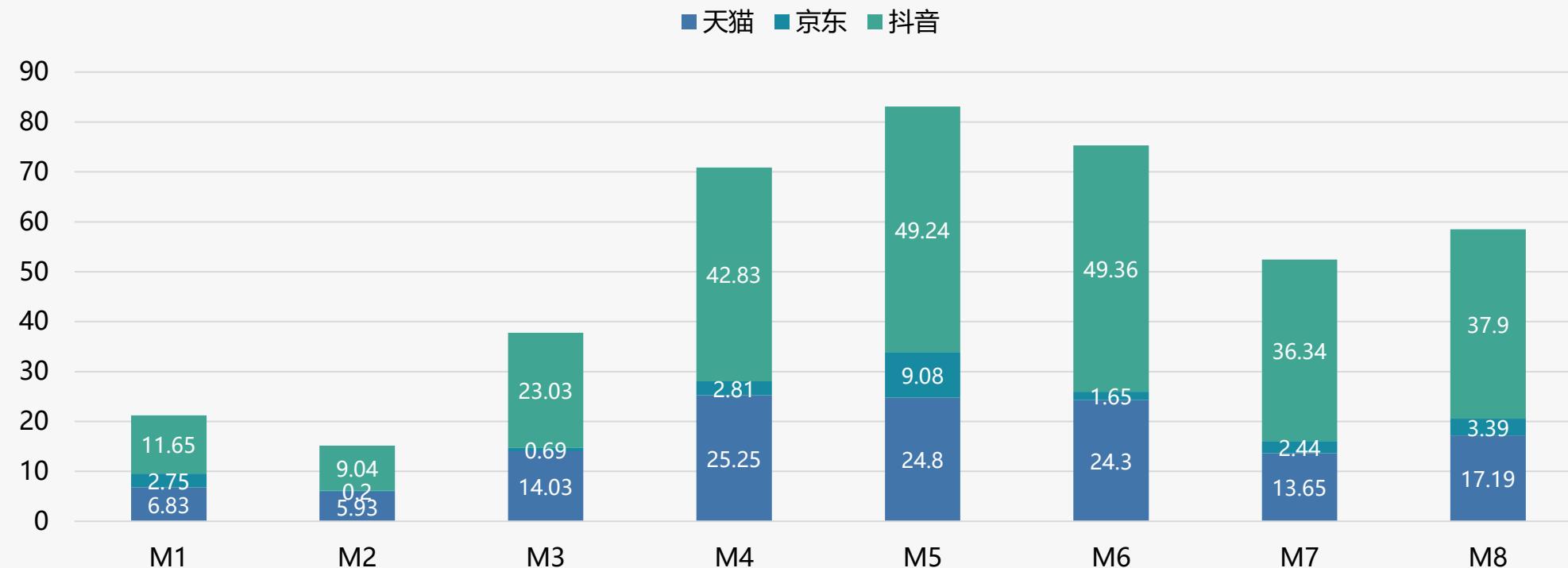
Research Method

- **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，计算真丝上衣品类销售额、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、不同平台真丝上衣品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 抖音主导真丝上衣 线上销售增长强劲

- ◆ 从平台竞争格局看，抖音以累计销售额约2.98亿元占据主导地位，天猫约1.48亿元次之，京东仅0.25亿元。抖音市场份额超50%，显示其社交电商模式在真丝品类中具有显著流量转化优势，建议品牌方优先布局抖音渠道以提升ROI。
- ◆ 月度销售趋势分析显示，3-6月为销售高峰期，其中5月达峰值1.31亿元，1-2月及7-8月回落。该波动与春季换季需求及618大促相关，建议企业优化库存周转率，在旺季前加强备货与营销投入。平台增长性对比：抖音月均销售额约3729万元，环比增长稳定；天猫月均1850万元，但8月环比增26%显示复苏迹象；京东月均313万元且波动大。表明抖音增长动能强劲，京东需警惕渠道稳定性风险。

## 2025年1月~8月真丝上衣品类线上销售规模（百万元）

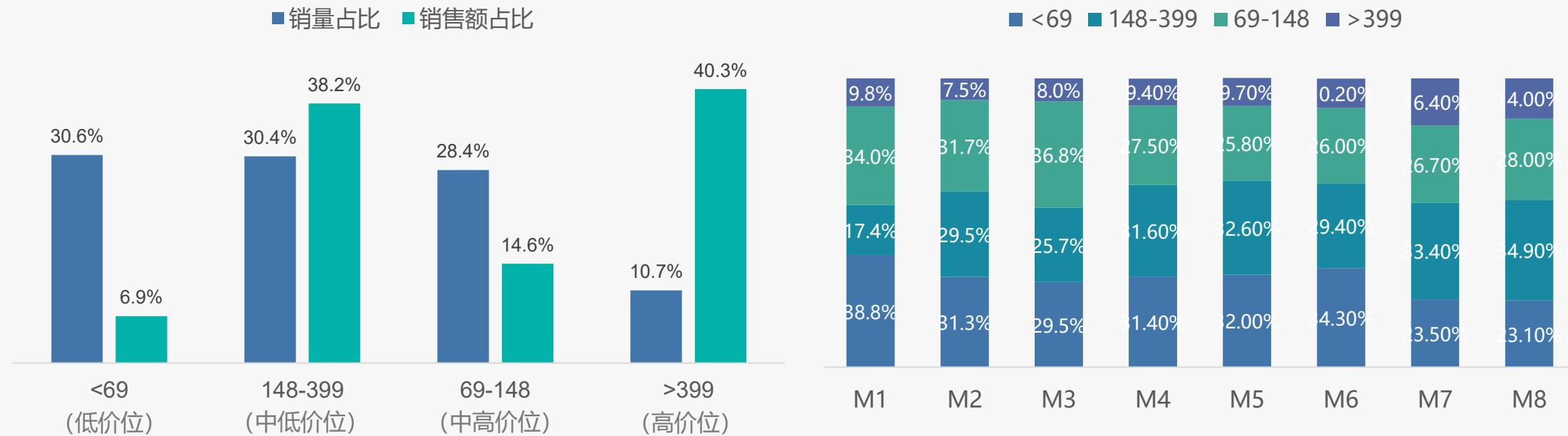


# 高端真丝主导市场 消费升级趋势明确

- ◆ 从价格区间结构分析，148-399元和>399元两个中高端区间贡献了78.5%的销售额，但仅占41.1%的销量，表明真丝上衣品类呈现明显的高溢价特征。其中>399元区间以10.7%的销量贡献40.3%的销售额，单位产品价值最高，是利润核心区。而<69元低价区销量占比30.6%仅贡献6.9%销售额，存在明显的规模不经济现象。
- ◆ 从月度销量分布趋势看，中高端区间（148-399元和>399元）占比从M1的27.2%持续提升至M8的48.9%。特别是>399元高端区间在M7-M8达到14.0%-16.4%，较M1的9.8%显著提升。同时<69元低价区间从M1的38.8%降至M8的23.1%，显示消费升级趋势明确，消费者对高品质真丝产品的接受度逐步提高。

2025年1月~8月真丝上衣线上不同价格区间销售趋势

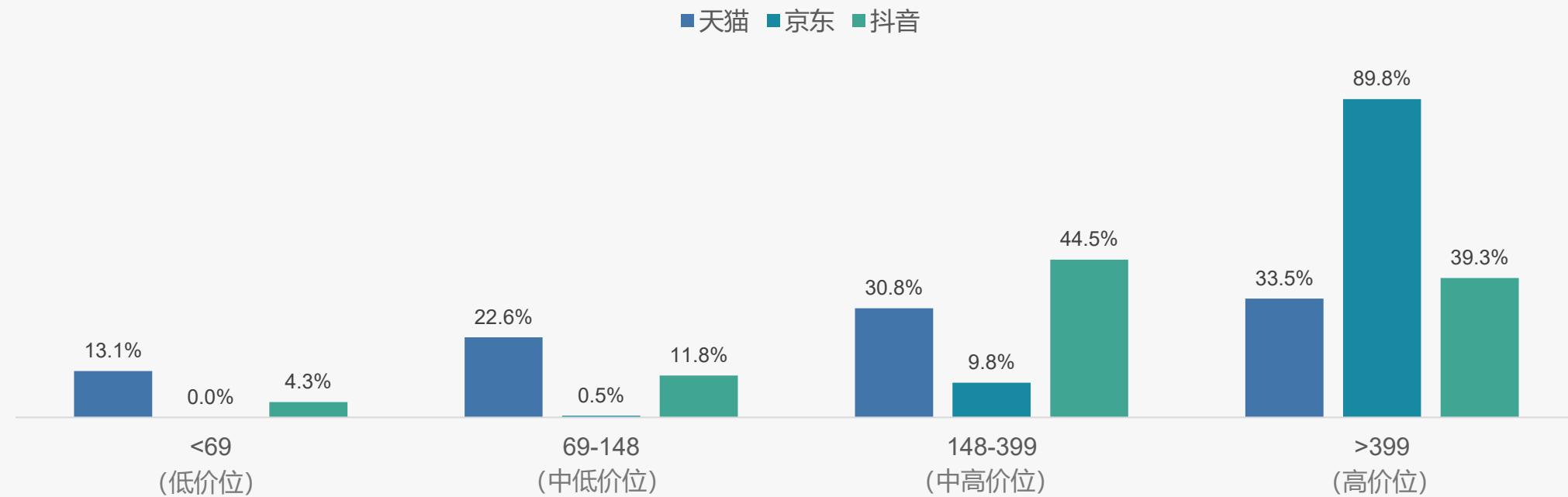
真丝上衣线上价格区间-销量分布



# 高端京东 中端抖音 天猫全阶段

- ◆ 从价格区间分布看，各平台定位差异显著：天猫价格结构相对均衡，中高端（>148元）占比86.9%，体现其全渠道优势；京东高度集中于高端市场（>399元占比89.8%），客单价极高但受众狭窄；抖音中端区间（148-399元）占比44.5%最高，显示其内容电商对性价比产品的推动力。
- ◆ 低端市场（<69元）渗透率分析显示，天猫占比13.1%为各平台最高，抖音4.3%次之，京东完全缺失。高端市场（>399元）竞争格局中，京东以89.8%的绝对占比成为奢侈品真丝首选渠道，天猫33.5%、抖音39.3%形成第二梯队。

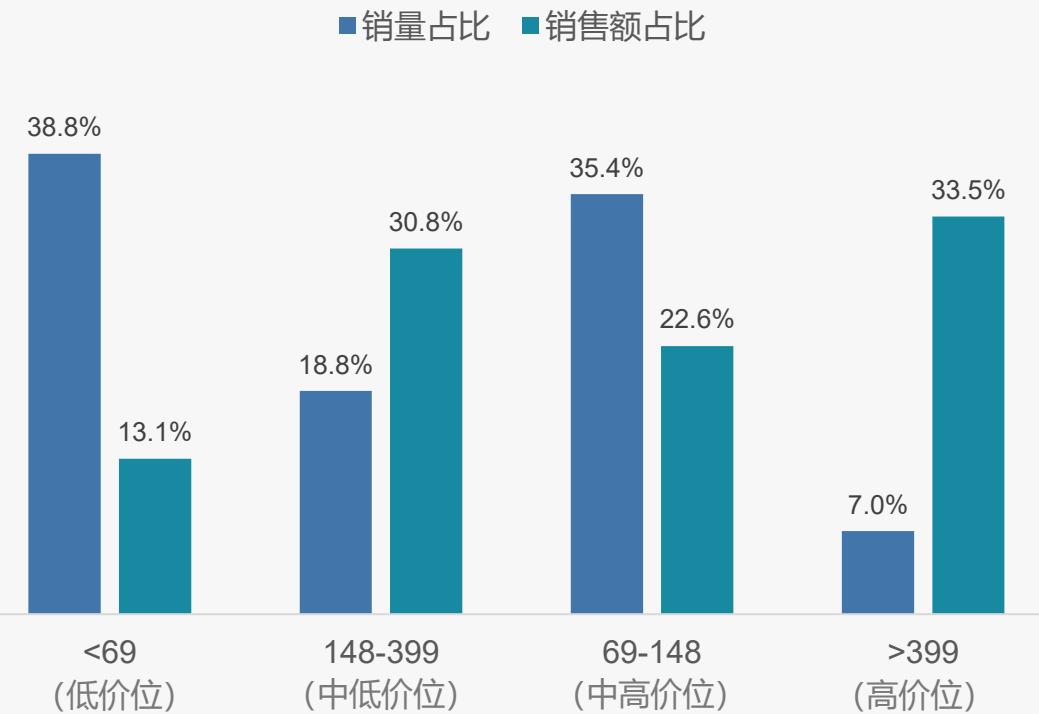
### 2025年1月~8月各平台真丝上衣不同价格区间销售趋势



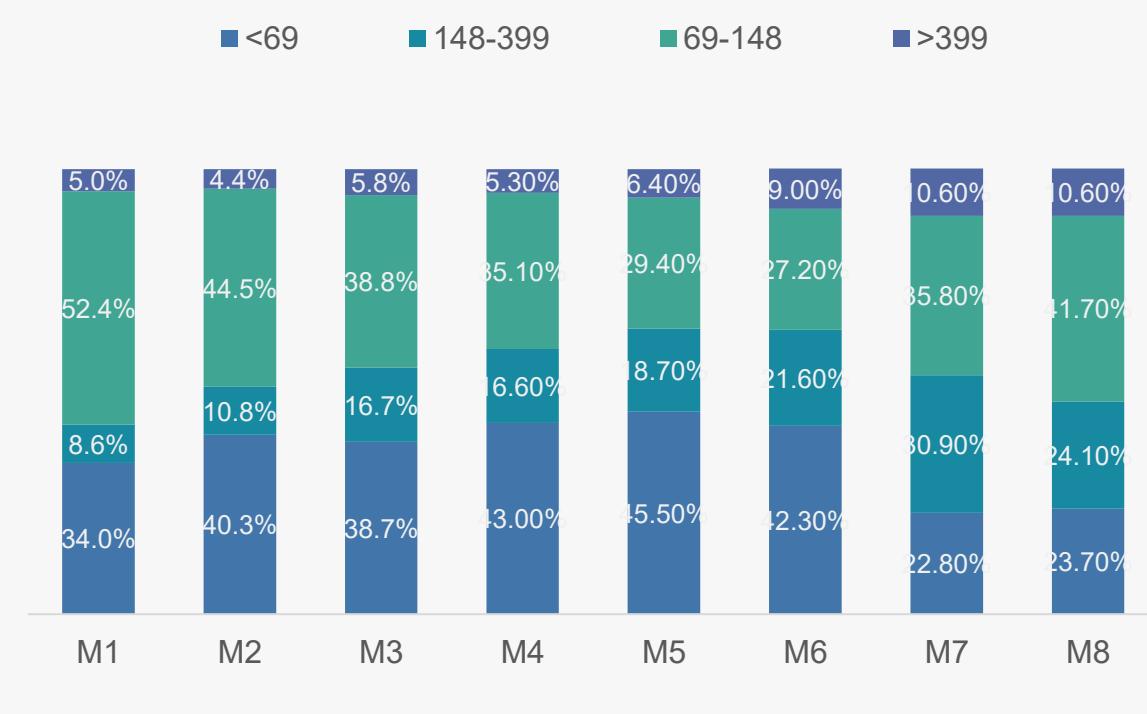
# 消费升级推动高价真丝销售增长

- ◆ 从价格带结构看，天猫平台呈现两极分化趋势。低价位 (<69元) 销量占比38.8%但销售额仅占13.1%，贡献率低；高价位 (>399元) 销量占比7.0%却贡献33.5%销售额，是核心利润来源。建议优化产品组合，提升高毛利产品占比。
- ◆ 月度销量分布显示消费升级明显。1-6月低价位 (<69元) 销量占比从34.0%升至42.3%，7-8月骤降至23%左右；同时中高端 (148-399元及以上) 从1月13.6%升至8月34.7%，同比增长155%。价格带动态平衡揭示运营风险。69-148元价位销量占比从1月52.4%波动至8月41.7%，销售额占比稳定在22.6%，显示该区间竞争激烈、周转率承压。

2025年1月~8月天猫平台真丝上衣不同价格区间销售趋势



天猫平台真丝上衣价格区间-销量分布

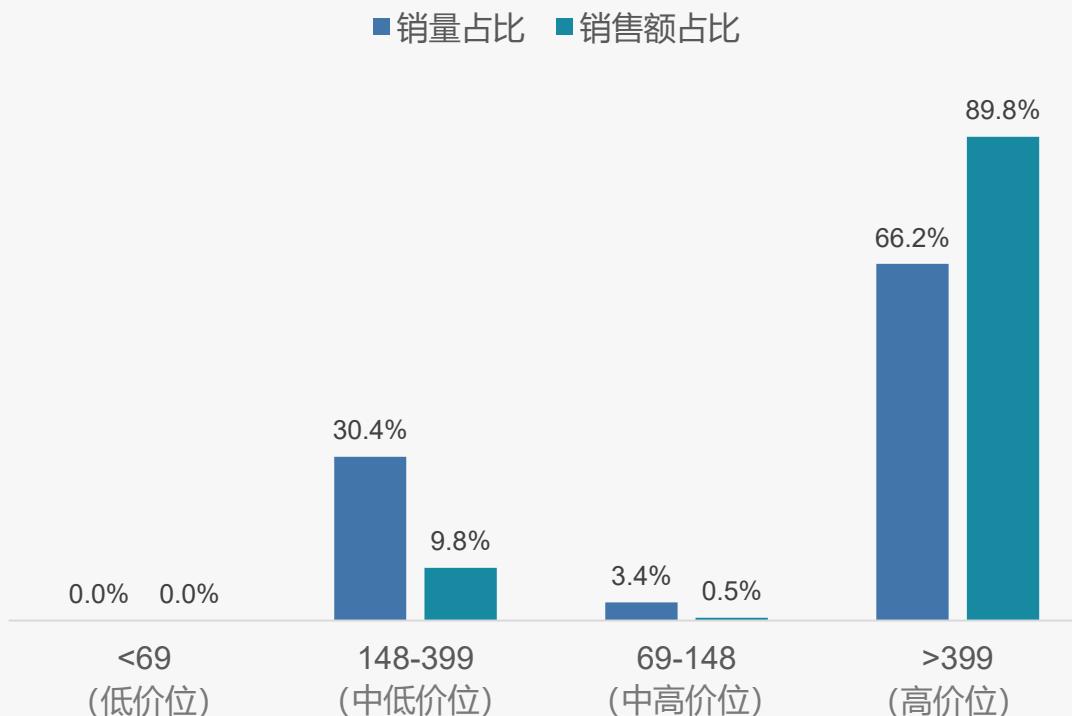


# 高端真丝上衣主导京东市场

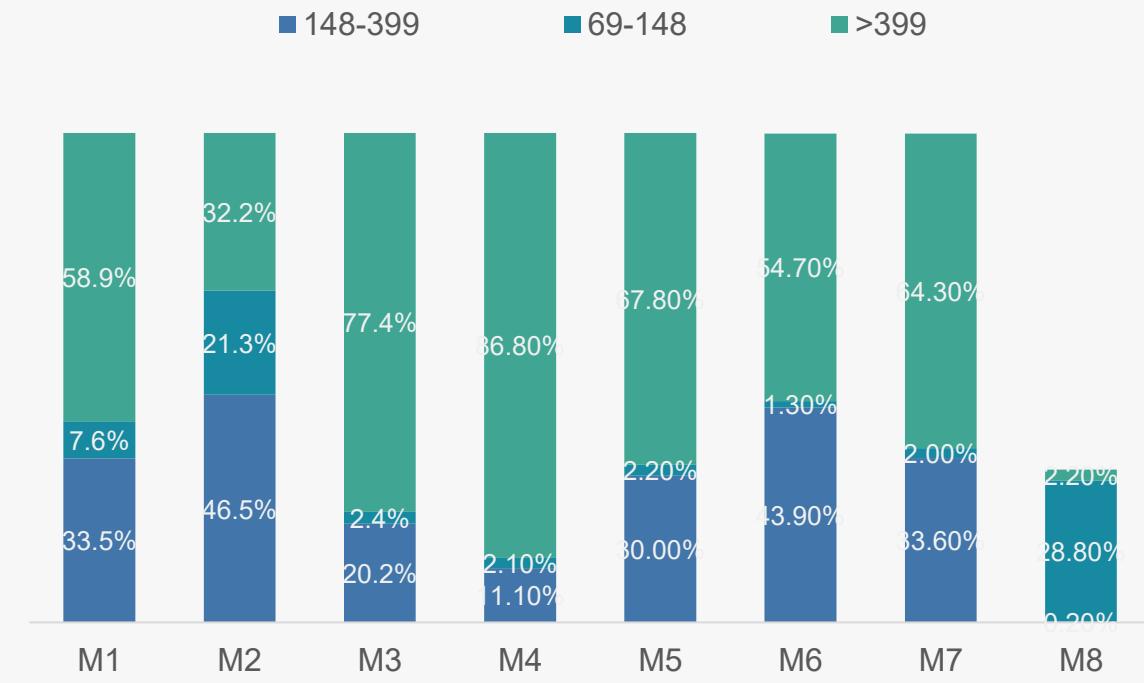
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 从价格区间结构看，>399元高端产品贡献了66.2%的销量和89.8%的销售额，显示京东平台真丝上衣以高端消费为主。148-399元中端产品销量占比30.4%但销售额仅占9.8%，表明其单价较低。<69元产品几乎无销售，反映低价产品在该平台缺乏竞争力。
- ◆ 月度销量分布显示，>399元产品占比从M1的58.9%波动上升至M8的68.7%，在M4达到峰值86.8%，表明高端需求在4月（春季）最为强劲。销售额集中度分析：高端产品(>399元)以66.2%的销量贡献89.8%的销售额，凸显其高单价和高利润特性。中低价产品(<399元)销量占比33.8%仅贡献10.2%销售额，业务效率低，建议优化产品组合以提升整体ROI。

2025年1月~8月京东平台真丝上衣不同价格区间销售趋势



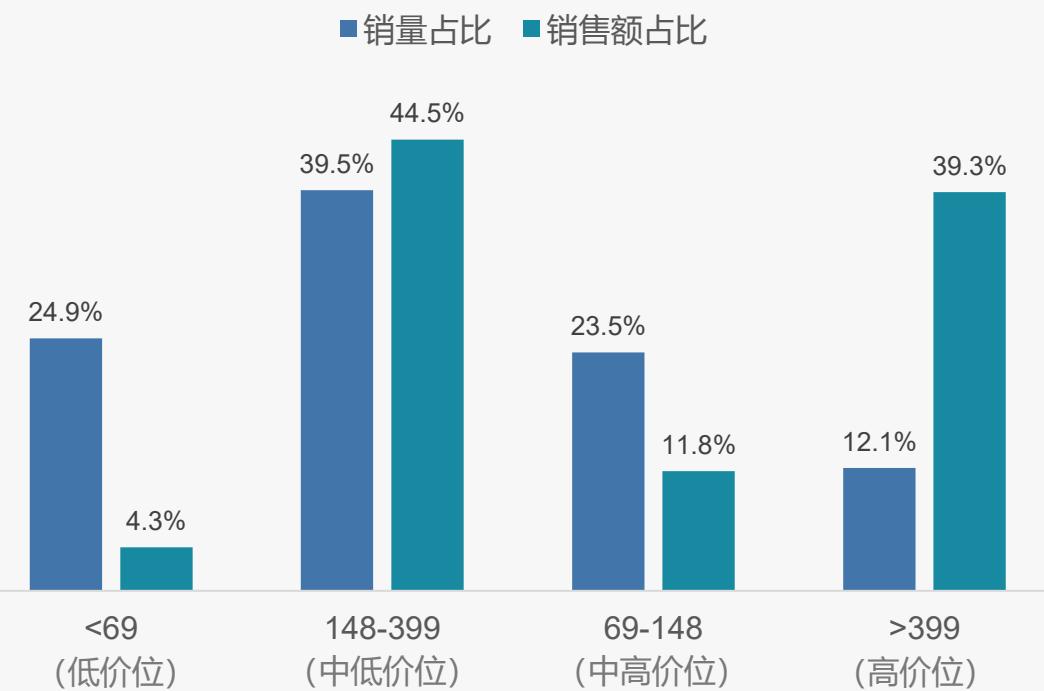
京东平台真丝上衣价格区间-销量分布



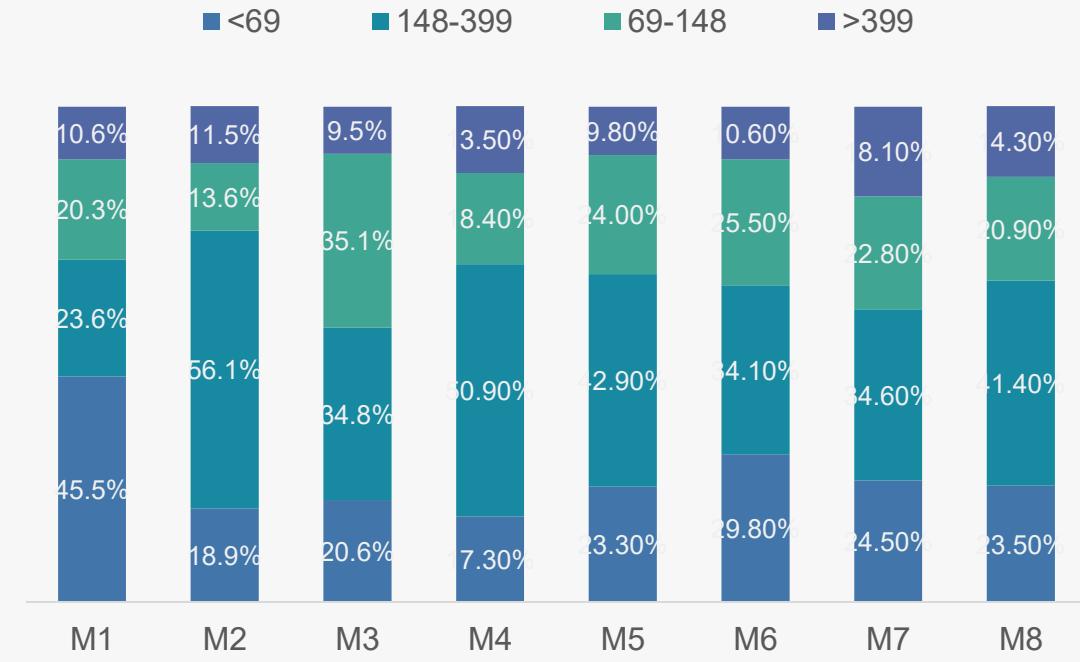
# 中高端真丝上衣主导市场利润

- ◆ 从价格区间结构看，148-399元区间销量占比39.5%、销售额占比44.5%，是核心贡献区间，显示中高端产品为市场主力；>399元区间销量仅12.1%但销售额占比39.3%，表明高价产品驱动利润。
- ◆ 销售额与销量占比不匹配：<69元区间销量24.9%仅贡献4.3%销售额，单位价值低；>399元区间销量12.1%贡献39.3%销售额，单位价值高。建议优化产品组合，提升中高端占比以改善ROI，避免低端库存积压风险。

2025年1月~8月抖音平台真丝上衣不同价格区间销售趋势



抖音平台真丝上衣价格区间-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 真丝上衣消费行为、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年内购买过真丝上衣的消费者；
- 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

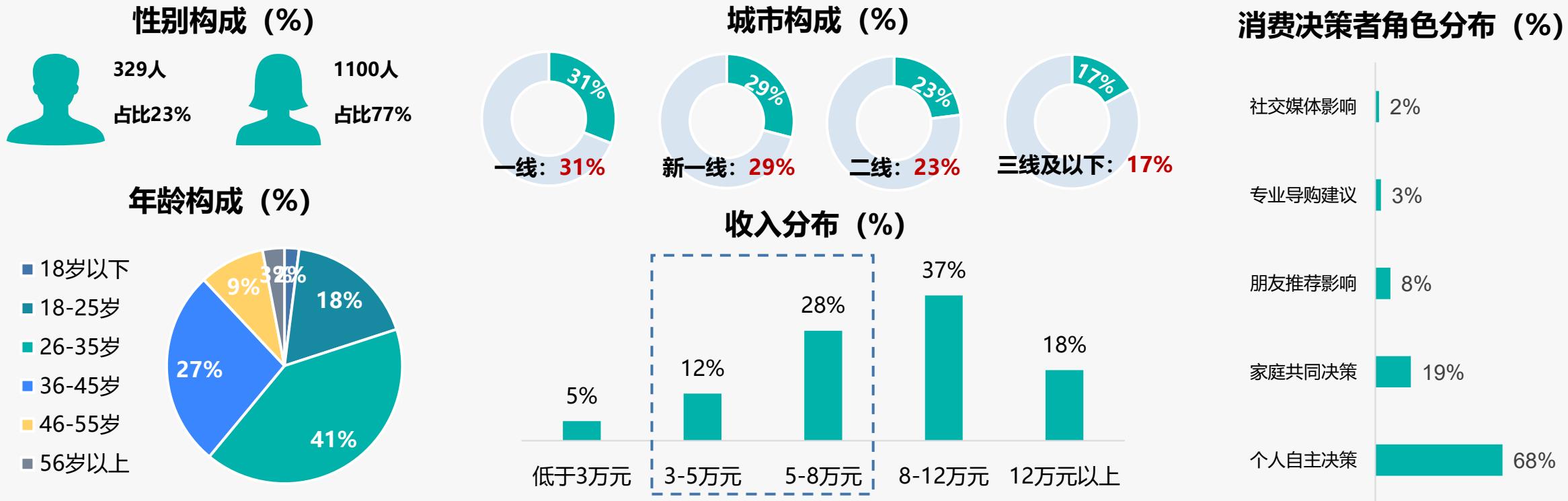
样本数量

N=1429

# 女性主导 高收入都市 自主消费

- ◆调查显示女性消费者占77%，年龄集中在26-35岁（41%），收入8-12万元群体占37%，一线和新一线城市占比60%，表明高收入都市女性是核心消费人群。
- ◆消费决策高度自主（个人决策68%），社交媒体影响微弱（2%），说明购买行为主要由个人偏好驱动，传统因素主导市场。

## 2025年中国真丝上衣消费者画像

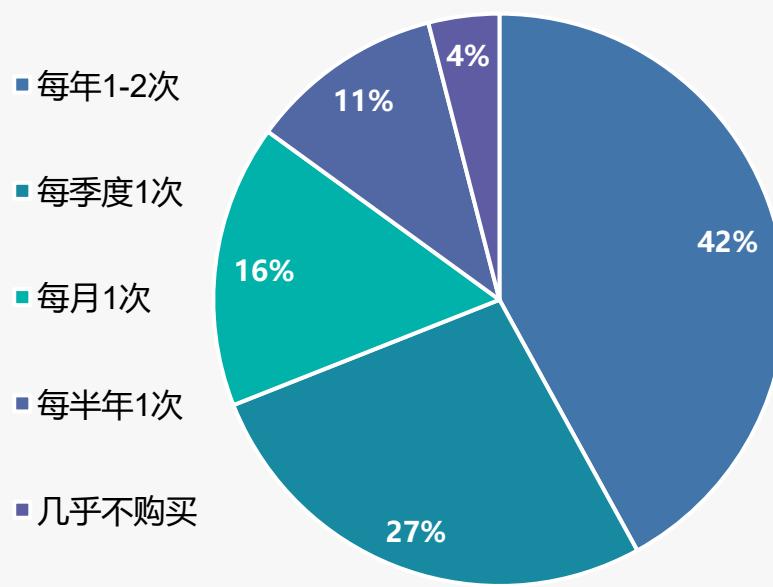


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

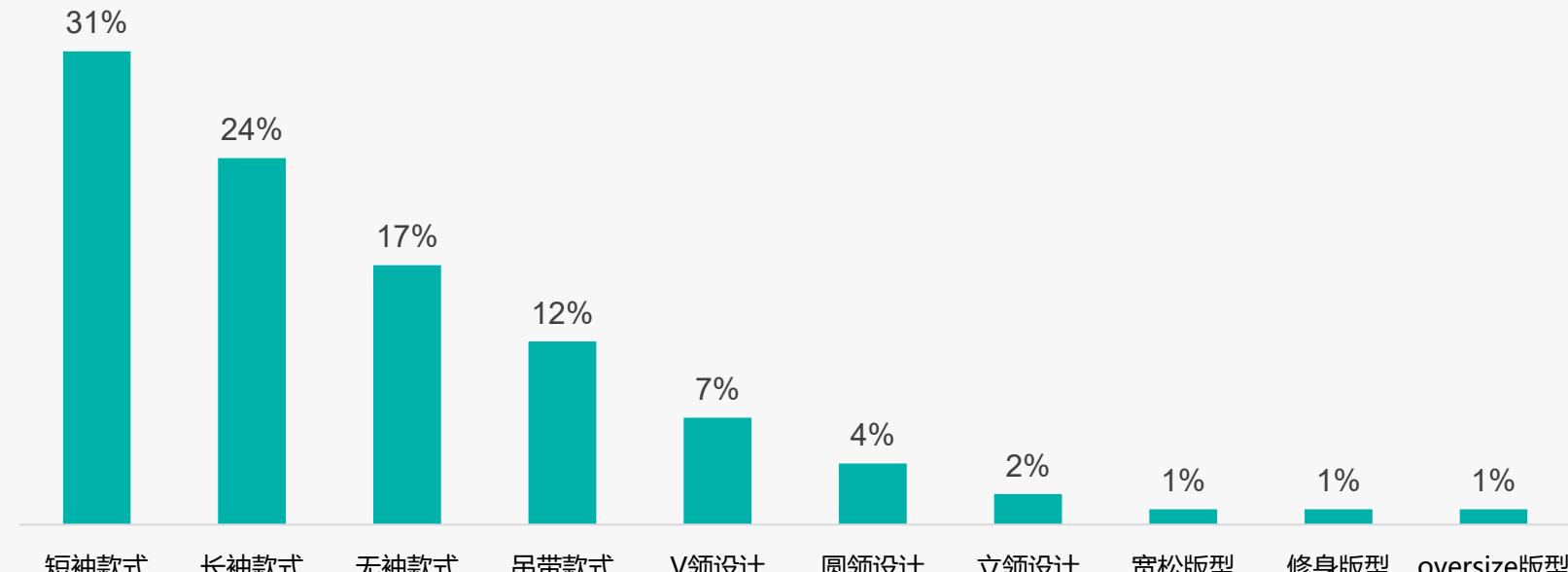
# 真丝上衣消费低频实用设计主导

- ◆ 消费频率显示42%消费者每年购买1-2次，27%每季度购买一次，表明多数为低频购买，可能受产品耐用性和价格因素影响。
- ◆ 产品规格中短袖款式占31%，长袖占24%，无袖占17%，显示消费者偏好实用和季节适应性强的设计，领口和版型选择相对分散。

2025年中国真丝上衣消费频率分布



2025年中国真丝上衣产品规格分布

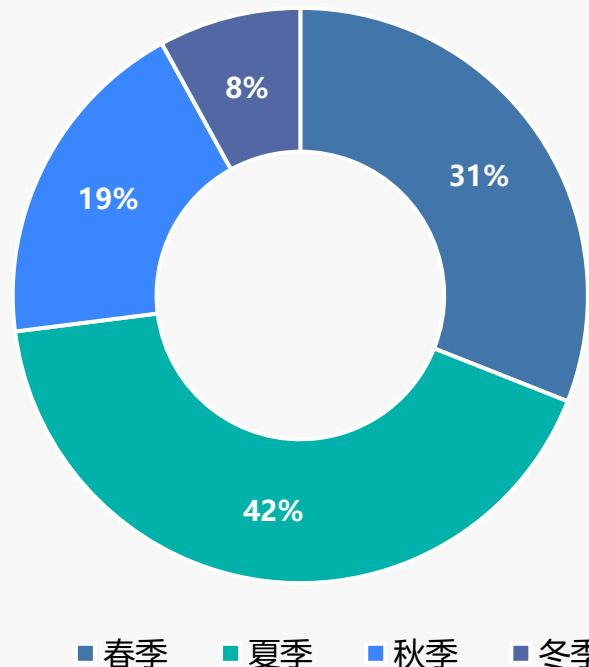


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

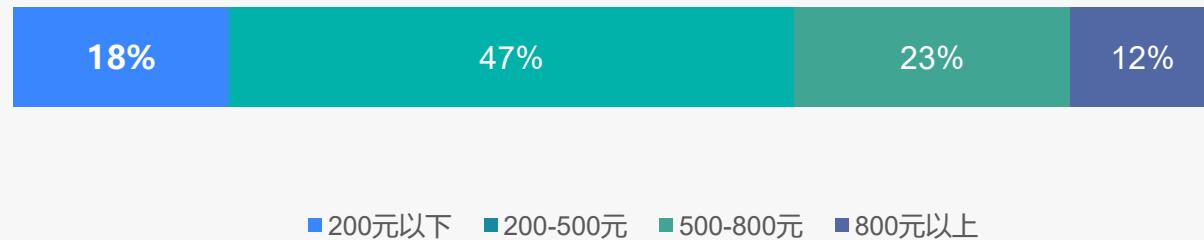
# 夏季消费主导 中档价位偏好

- ◆单次消费支出中，200-500元区间占比47%，显示消费者偏好中档价位真丝上衣。500-800元区间占23%，高端市场存在需求。
- ◆季节分布显示夏季消费占比42%，与真丝透气特性相关。包装类型中品牌专用包装盒占45%，凸显品牌形象重要性。

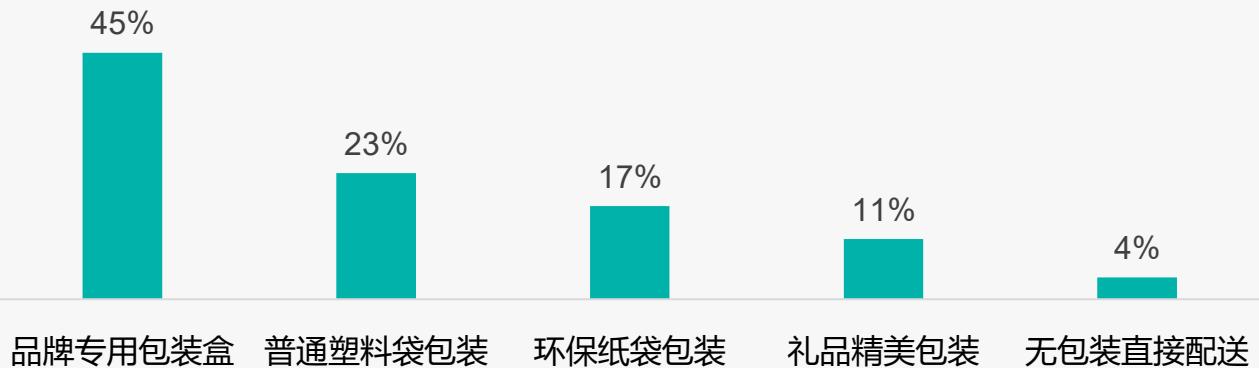
2025年中国真丝上衣消费季节分布



2025年中国真丝上衣单次消费支出分布



2025年中国真丝上衣包装类型分布



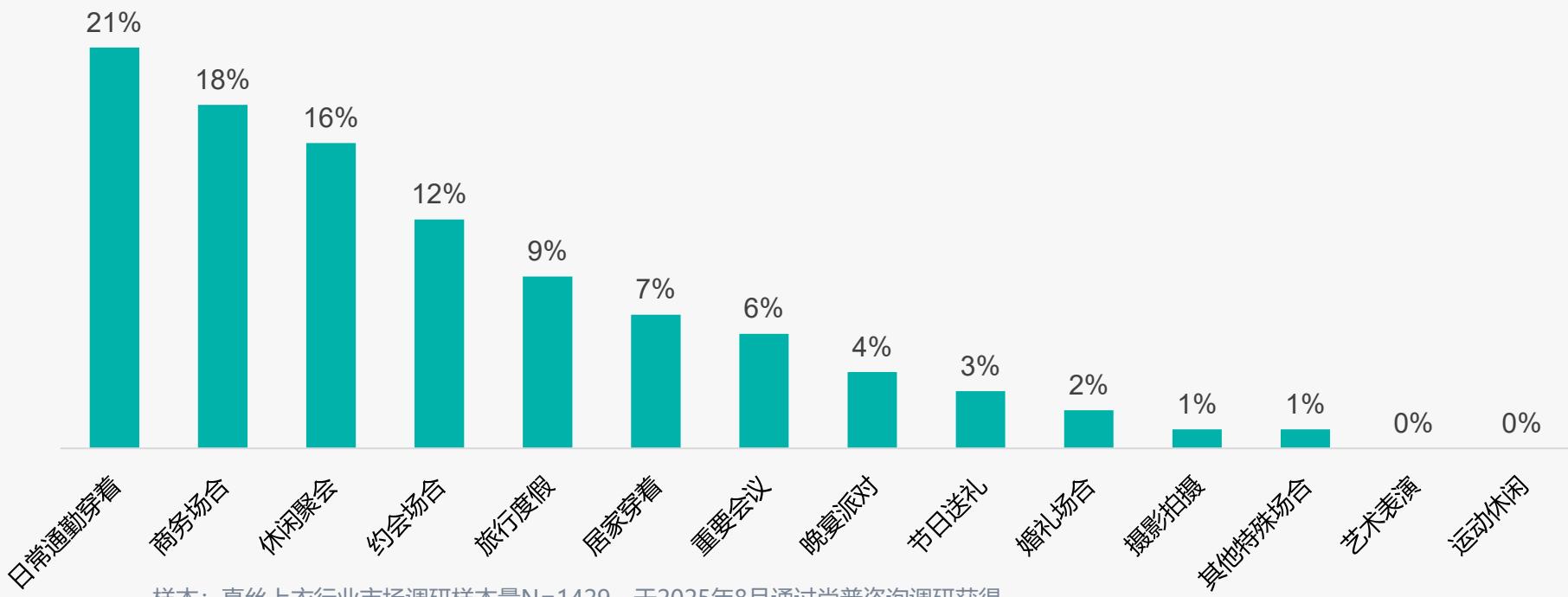
样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 真丝上衣 职场休闲 周末热销

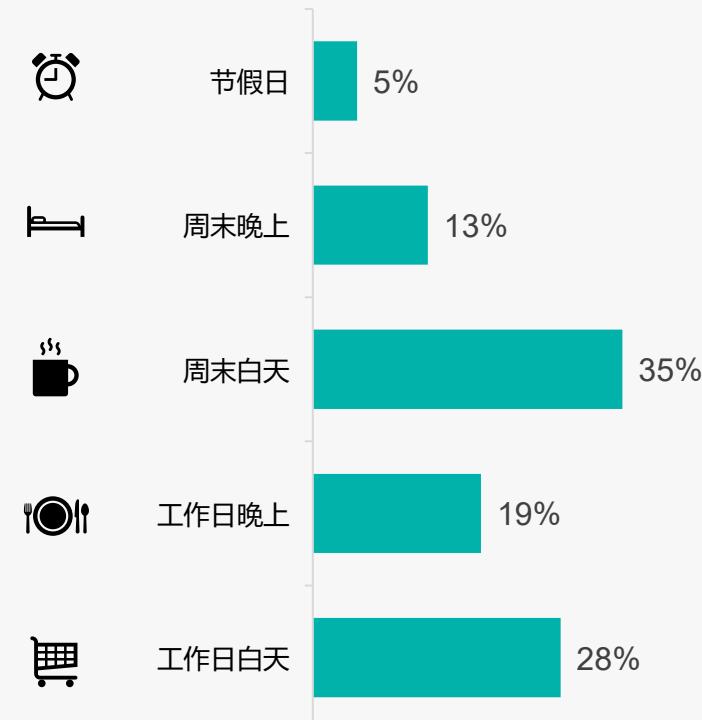
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 真丝上衣消费以日常通勤穿着（21%）和商务场合（18%）为主，周末白天购买最活跃（35%），显示其职场实用性和休闲时段消费偏好。
- ◆ 消费场景中休闲聚会（16%）和约会场合（12%）占比显著，工作日白天购买占28%，突显时尚需求与工作日消费习惯的关联。

2025年中国真丝上衣消费场景分布



2025年中国真丝上衣消费时段分布

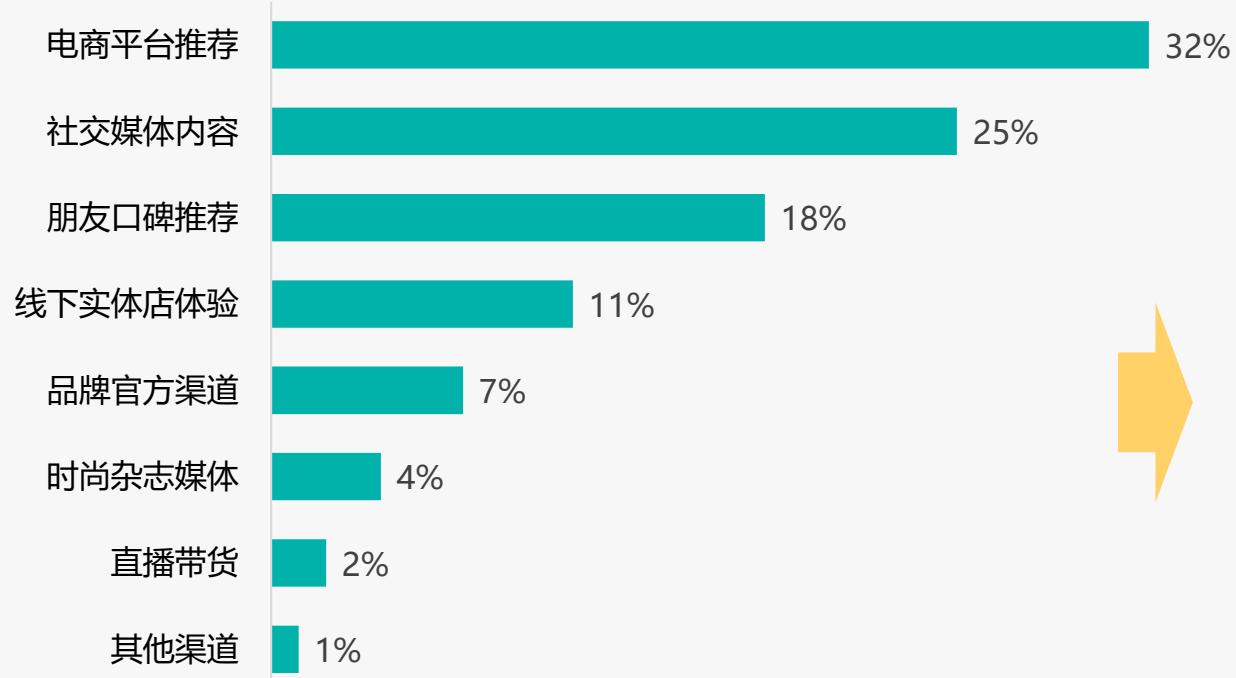


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 电商主导真丝上衣消费渠道

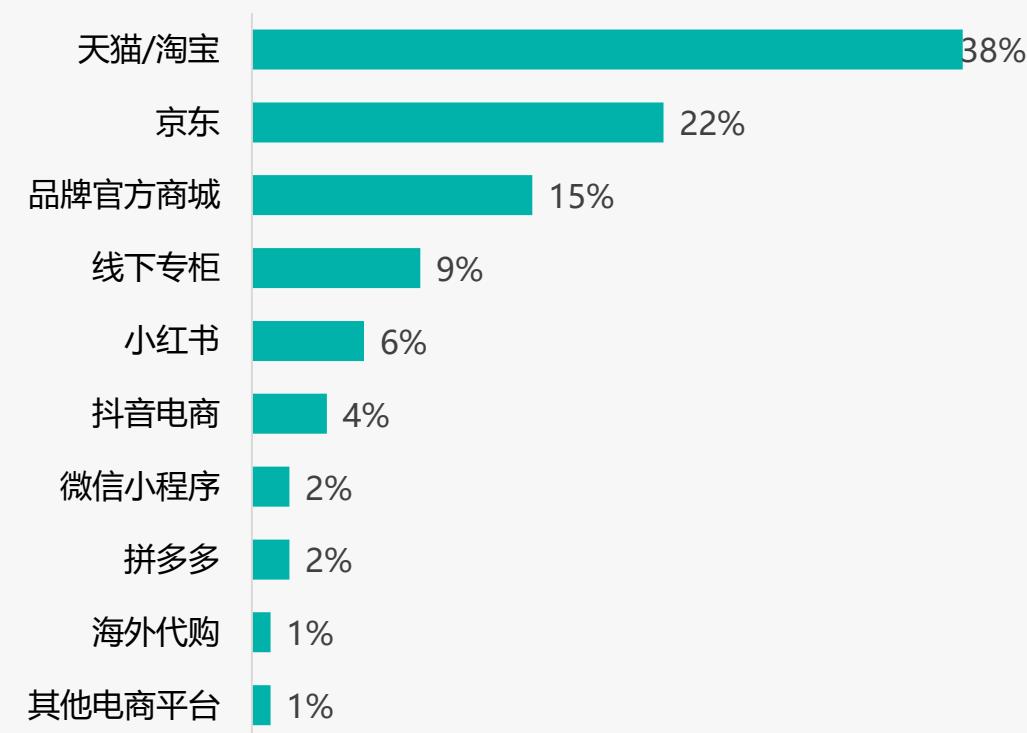
- ◆ 消费者了解真丝上衣主要通过电商平台推荐（32%）和社交媒体内容（25%），线上渠道在信息获取中占主导地位，而线下实体店体验仅占11%。
- ◆ 购买渠道中，天猫/淘宝占比最高（38%），京东次之（22%），品牌官方商城占15%，电商平台在购买环节同样占据主导地位。

## 2025年中国真丝上衣了解渠道分布



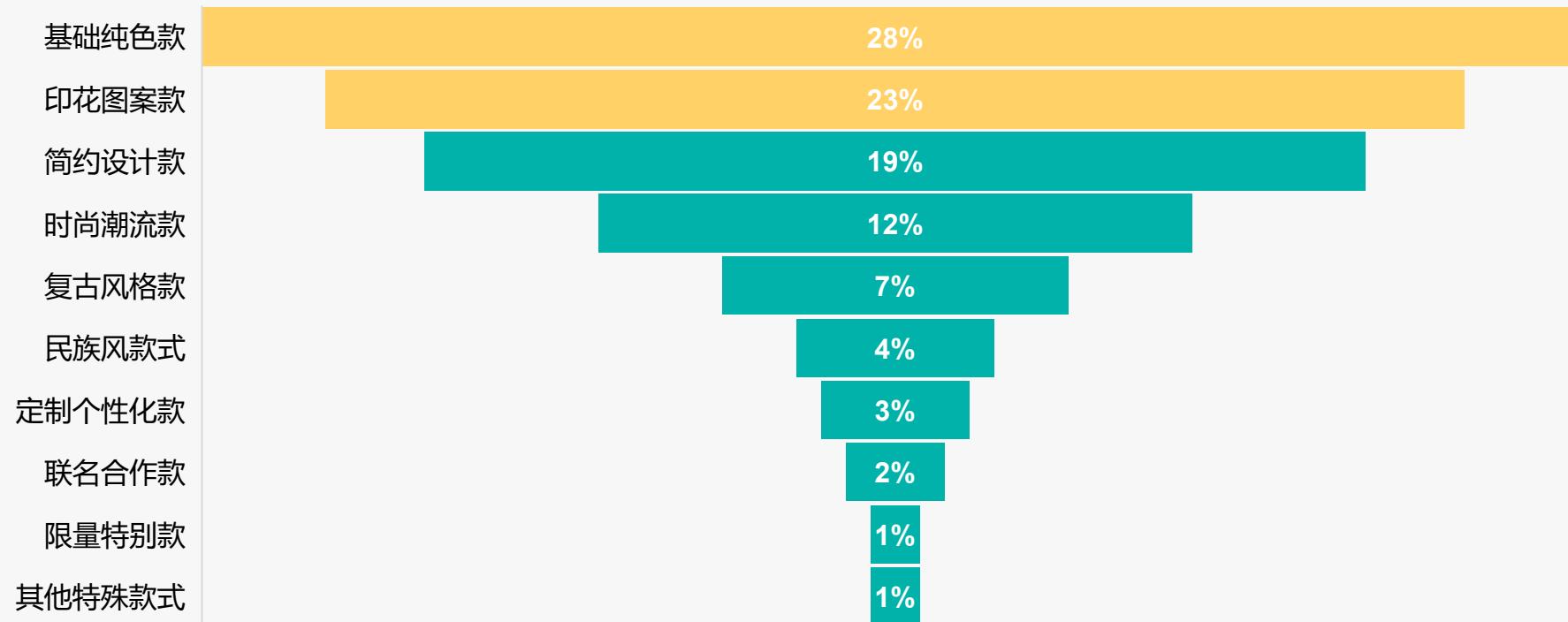
样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国真丝上衣购买渠道分布



- ◆ 基础纯色款以28%的偏好率位居首位，印花图案款和简约设计款分别占23%和19%，显示消费者对简约百搭和经典款式的强烈偏好。
- ◆ 时尚潮流款和复古风格款占比分别为12%和7%，而高度个性化或稀缺性产品合计仅占7%，表明市场更倾向实用设计。

## 2025年中国真丝上衣偏好类型分布

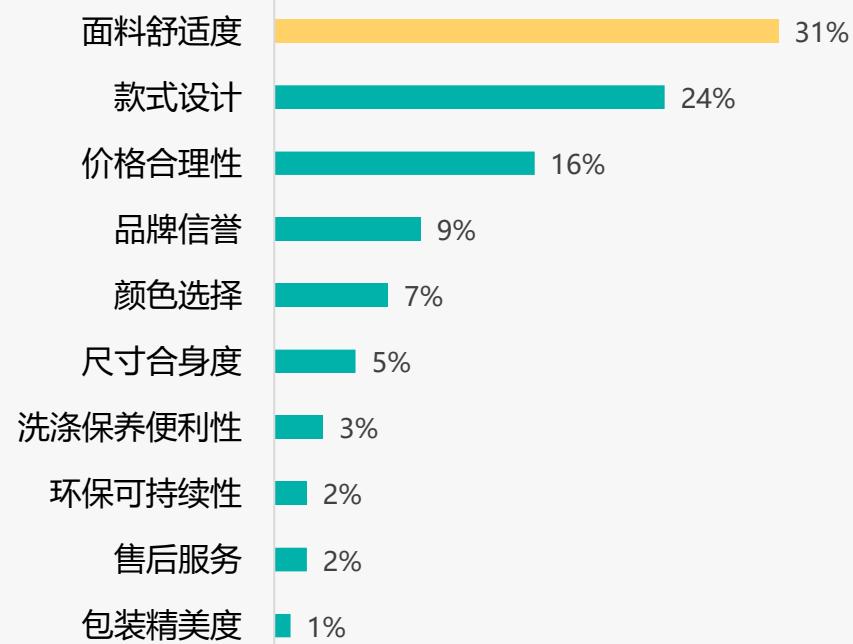


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

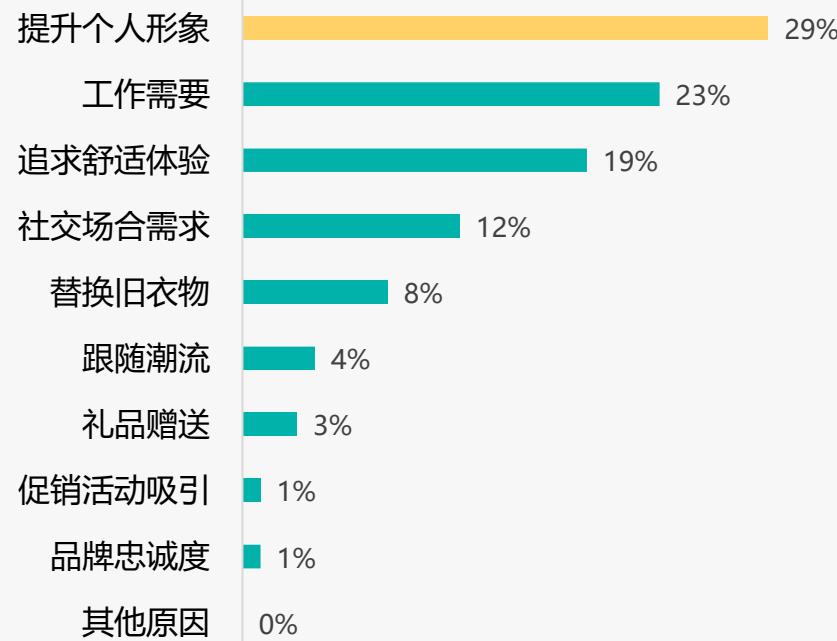
# 舒适款式价格驱动 形象工作体验主导

- ◆消费者购买真丝上衣主要受面料舒适度31%、款式设计24%和价格合理性16%驱动，三者合计71%，显示产品核心属性是消费决策关键。
- ◆消费动机集中于提升个人形象29%、工作需要23%和追求舒适体验19%，合计71%，反映真丝上衣主要满足形象与场景需求。

## 2025年中国真丝上衣吸引因素分布



## 2025年中国真丝上衣消费原因分布

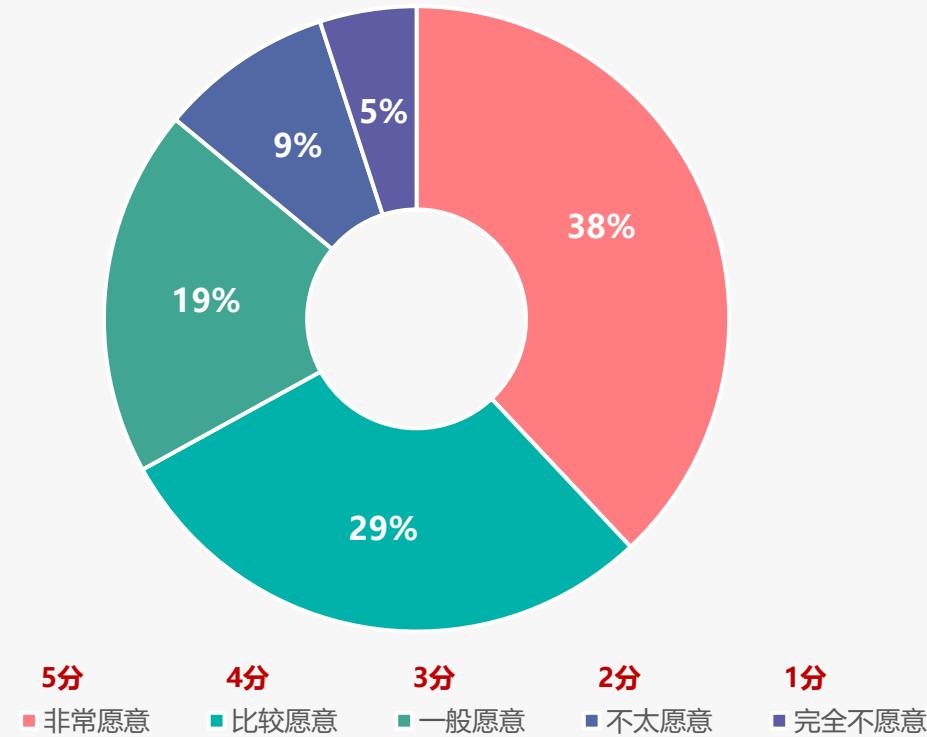


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

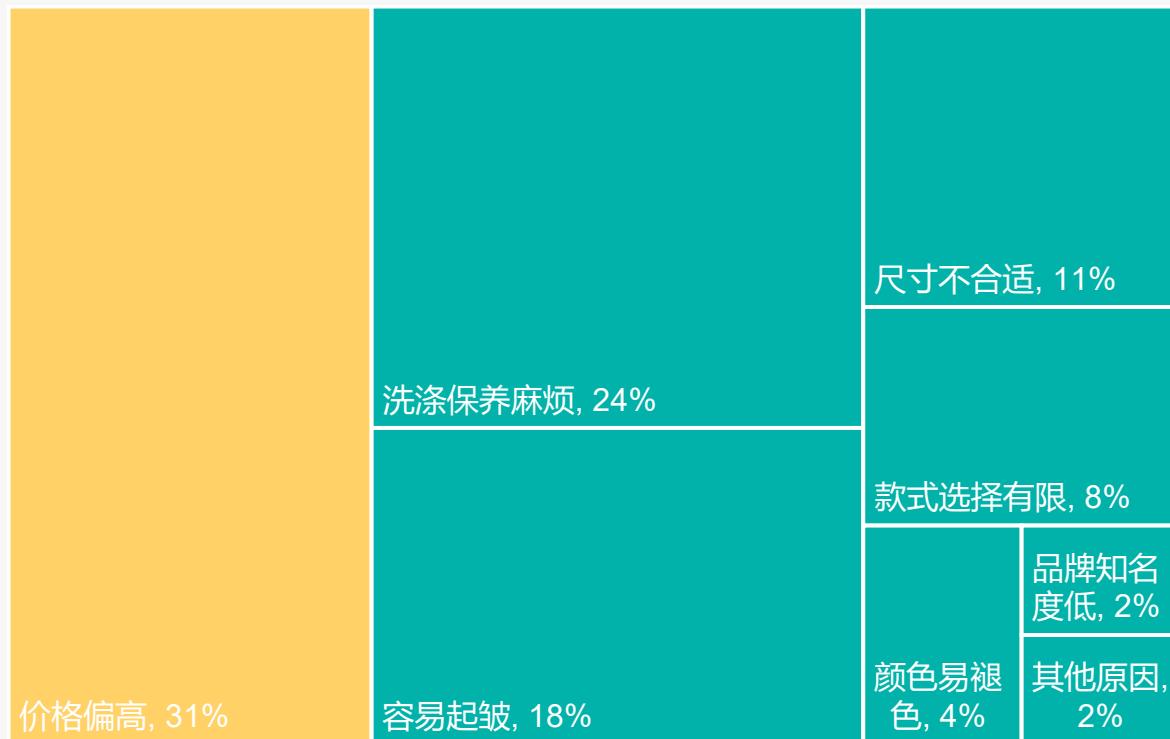
# 真丝上衣推荐意愿高 价格保养是痛点

- ◆向他人推荐意愿积极，非常愿意和比较愿意合计占比67%。不愿推荐主因是价格偏高（31%）和洗涤保养麻烦（24%），易起皱占18%。
- ◆尺寸不合适（11%）和款式选择有限（8%）也影响推荐。颜色易褪色、品牌知名度低等占比均低于5%，问题较小。

2025年中国真丝上衣推荐意愿分布



2025年中国真丝上衣不推荐原因分布

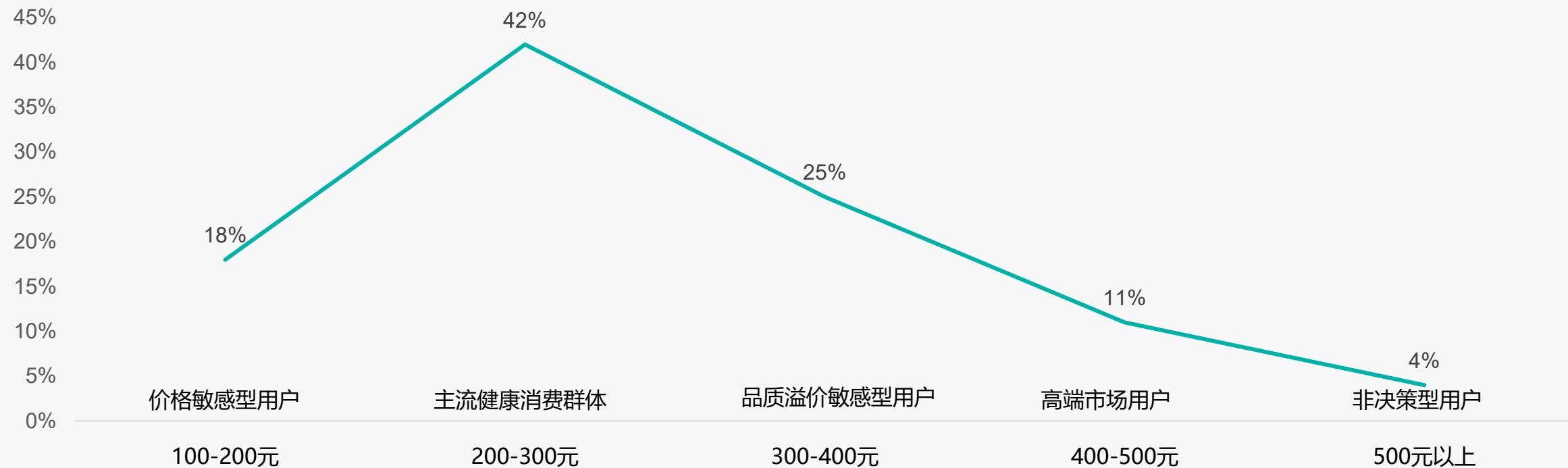


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 真丝上衣中档价格主导市场

- ◆ 真丝上衣价格接受度调查显示，200-300元区间占比最高，达42%，表明中档价位是消费者首选，市场潜力巨大。
- ◆ 300-400元区间占25%，较高价位仍有需求；100-200元及400元以上区间占比低，凸显中档价格是核心竞争焦点。

## 2025年中国真丝上衣主要规格价格接受度



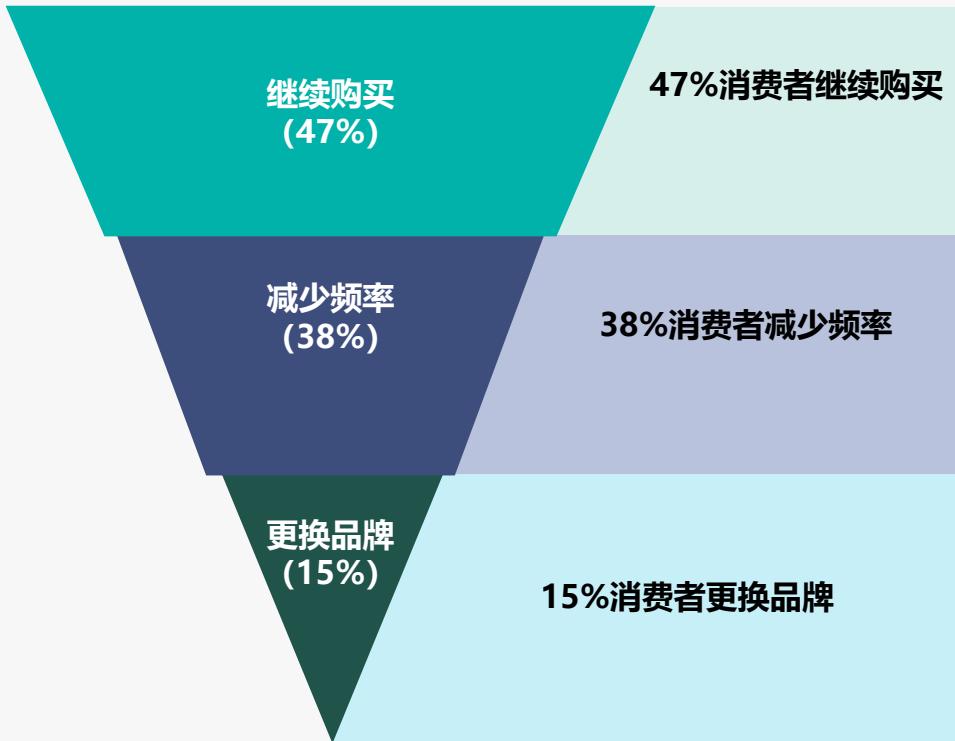
样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以短袖款式规格真丝上衣为标准核定价格区间

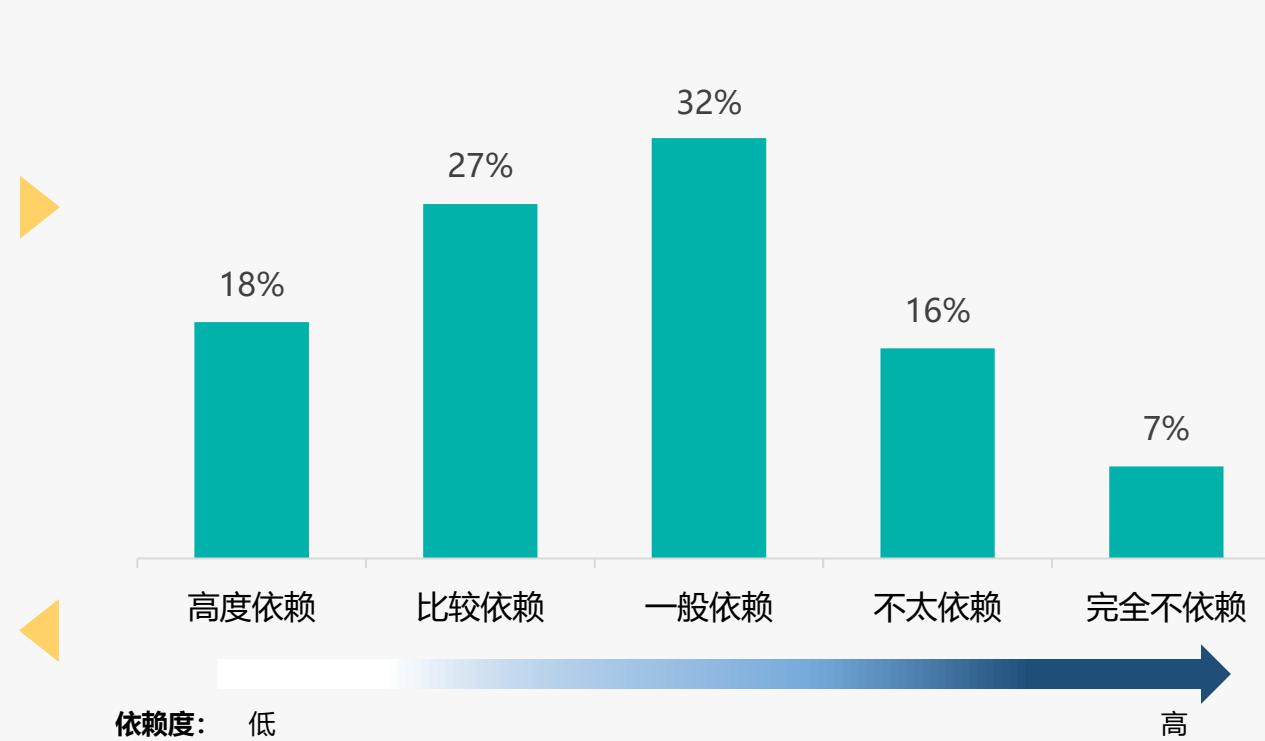
# 价格敏感促销有效品牌忠诚

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，38%减少频率，15%更换品牌，显示价格敏感度差异显著，品牌忠诚度与竞争风险并存。
- ◆促销依赖度中，45%消费者高度或比较依赖，仅7%完全不依赖，表明促销策略对近半市场有效，是提升销量的关键手段。

2025年中国真丝上衣涨价10%购买行为分布



2025年中国真丝上衣促销依赖程度分布

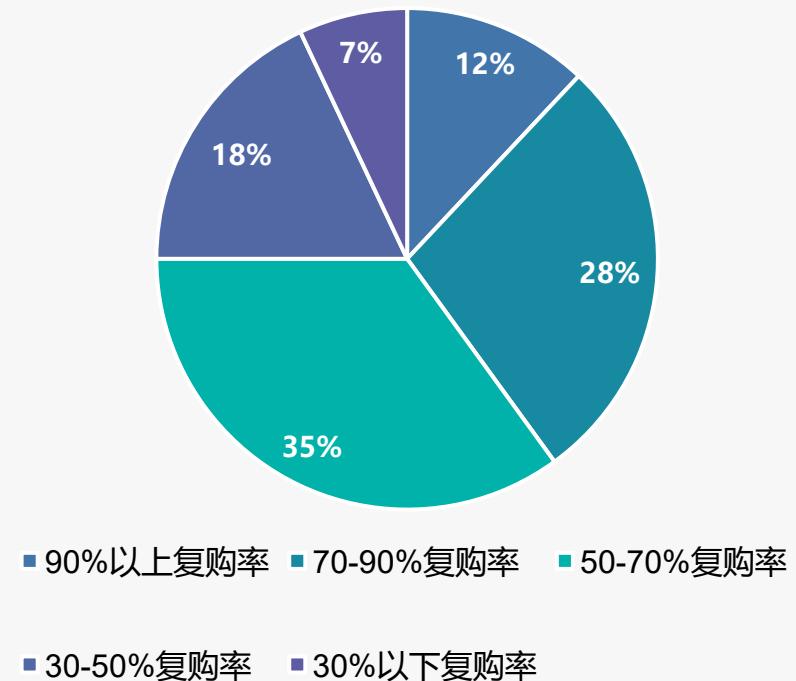


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

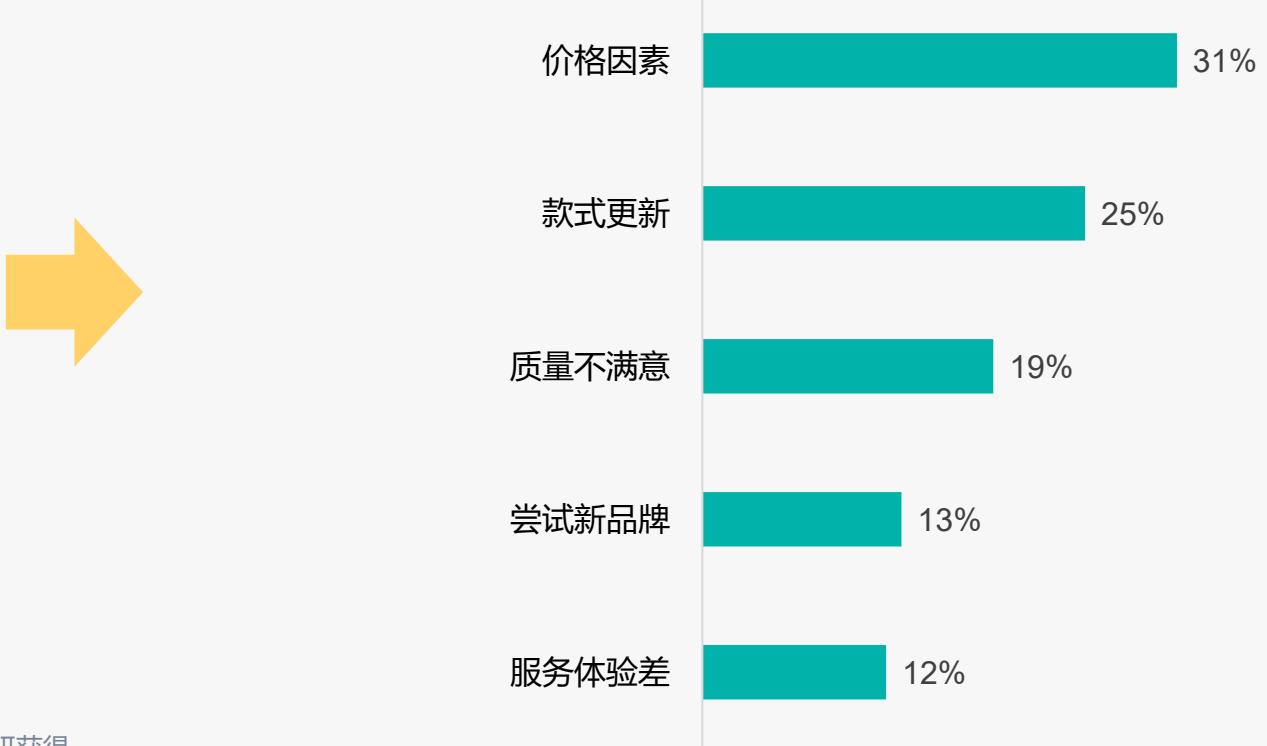
## 价格款式主导品牌切换

- ◆真丝上衣品牌复购率分布显示，50-70%复购率占比最高为35%，90%以上复购率仅12%，表明消费者忠诚度中等，高忠诚群体有限。
- ◆更换品牌原因中，价格因素占31%为首要驱动力，款式更新占25%，显示价格敏感和时尚需求是品牌切换关键因素。

2025年中国真丝上衣品牌复购率分布



2025年中国真丝上衣更换品牌原因分布

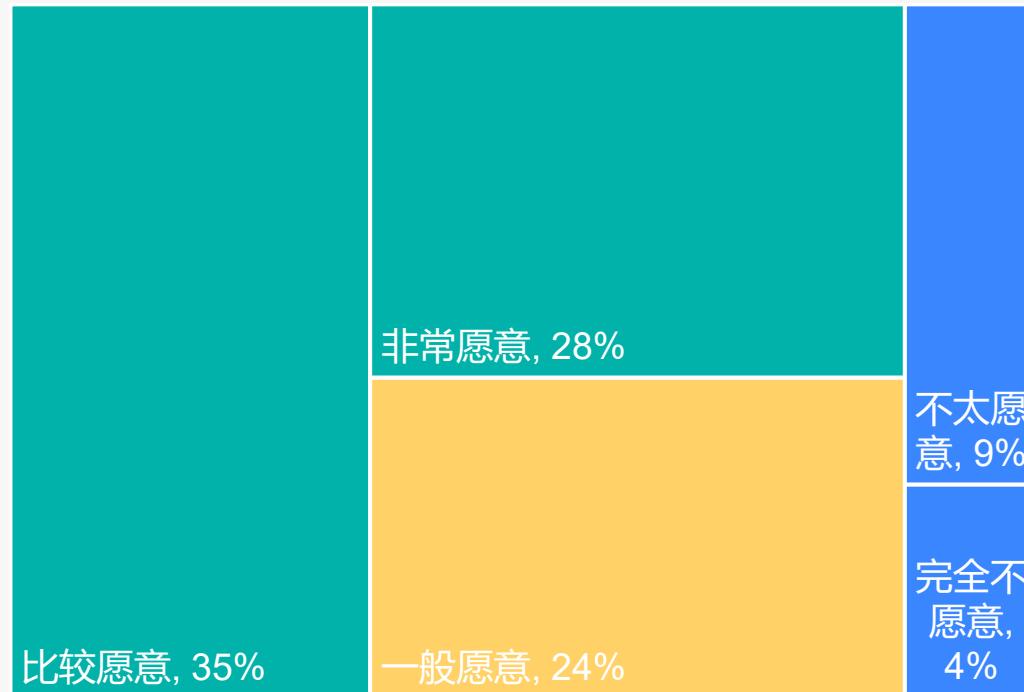


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

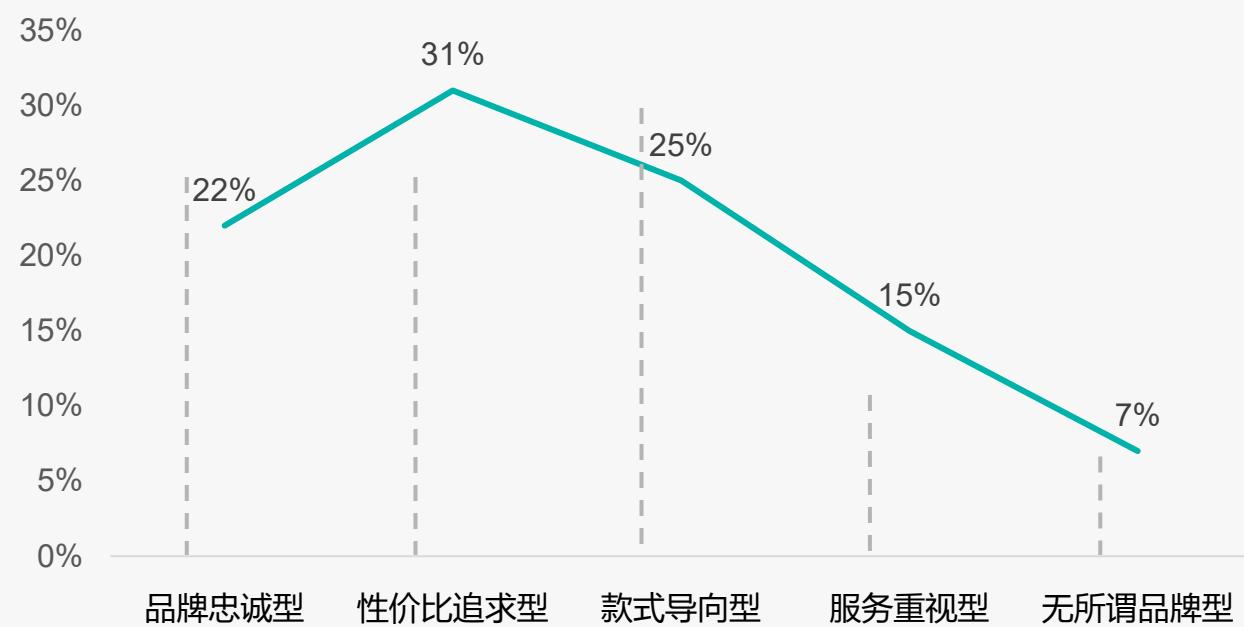
# 性价比设计驱动真丝消费

- ◆ 消费意愿调查显示，63%消费者对品牌真丝上衣持积极态度（非常愿意28%+比较愿意35%），仅13%不太或完全不愿意，反映品牌接受度较高。
- ◆ 消费态度分析中，性价比追求型占比最高（31%），品牌忠诚型（22%）和款式导向型（25%）合计47%，显示性价比和设计是主要购买驱动因素。

2025年中国真丝上衣品牌消费意愿分布



2025年中国真丝上衣品牌态度分布

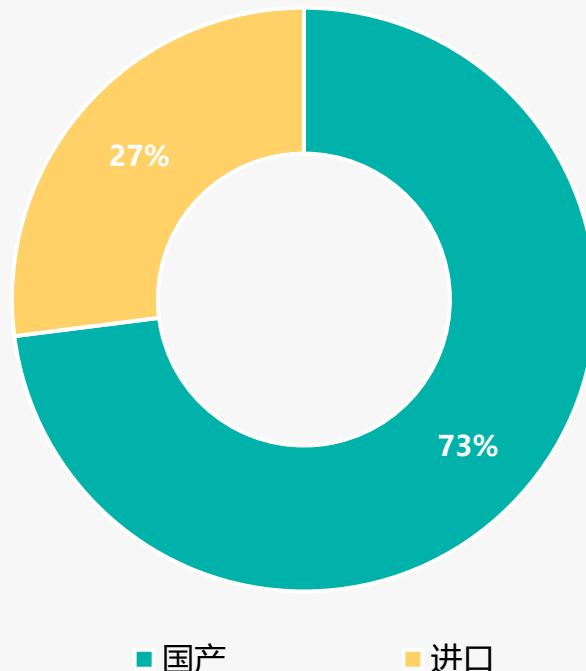


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

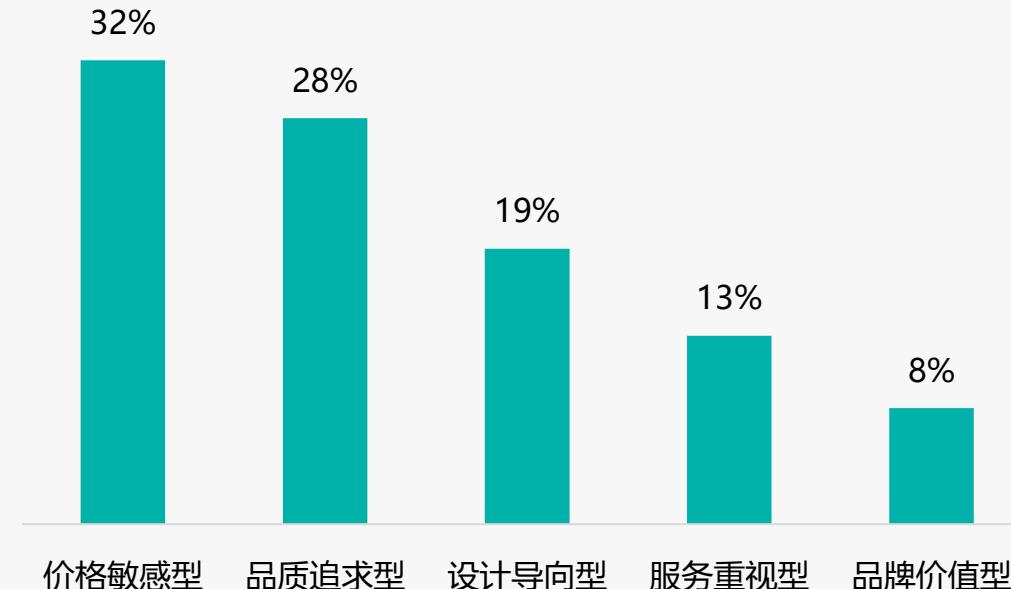
# 国产品牌主导 性价比品质优先

- ◆国产品牌消费占比73%，显著高于进口品牌的27%，显示消费者对本土品牌有高度偏好。
- ◆价格敏感型占比32%，品质追求型28%，设计导向型19%，反映性价比和品质是主要购买因素。

2025年中国真丝上衣国产进口品牌消费分布



2025年中国真丝上衣品牌偏好类型分布



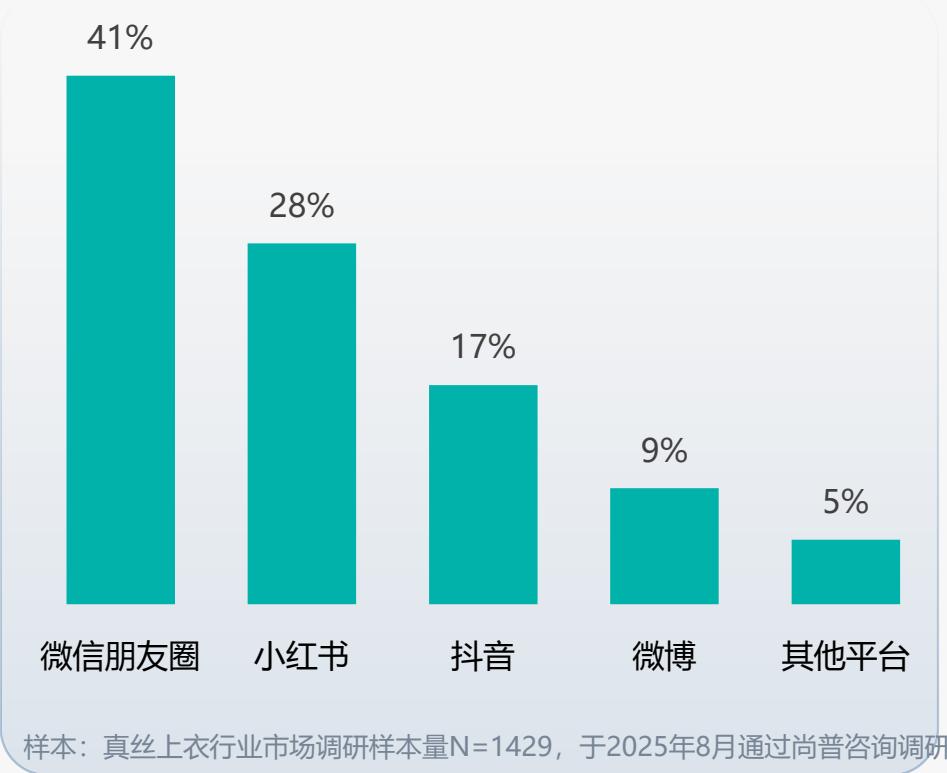
样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 真实分享主导 私密社交关键

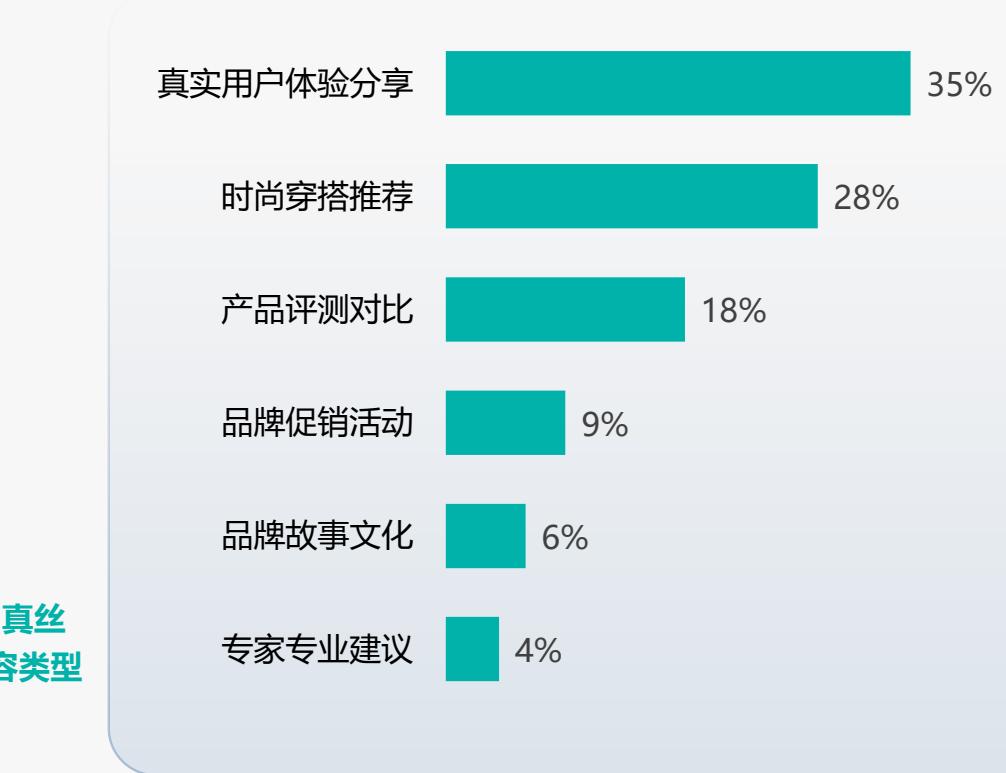
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆微信朋友圈以41%的占比成为主要分享渠道，小红书和抖音分别占28%和17%，显示私密社交和时尚平台对真丝上衣传播的重要性。
- ◆真实用户体验分享占35%，时尚穿搭推荐占28%，说明消费者更信赖个人真实反馈和实用穿搭指导，强化决策依赖。

## 2025年中国真丝上衣社交分享渠道分布



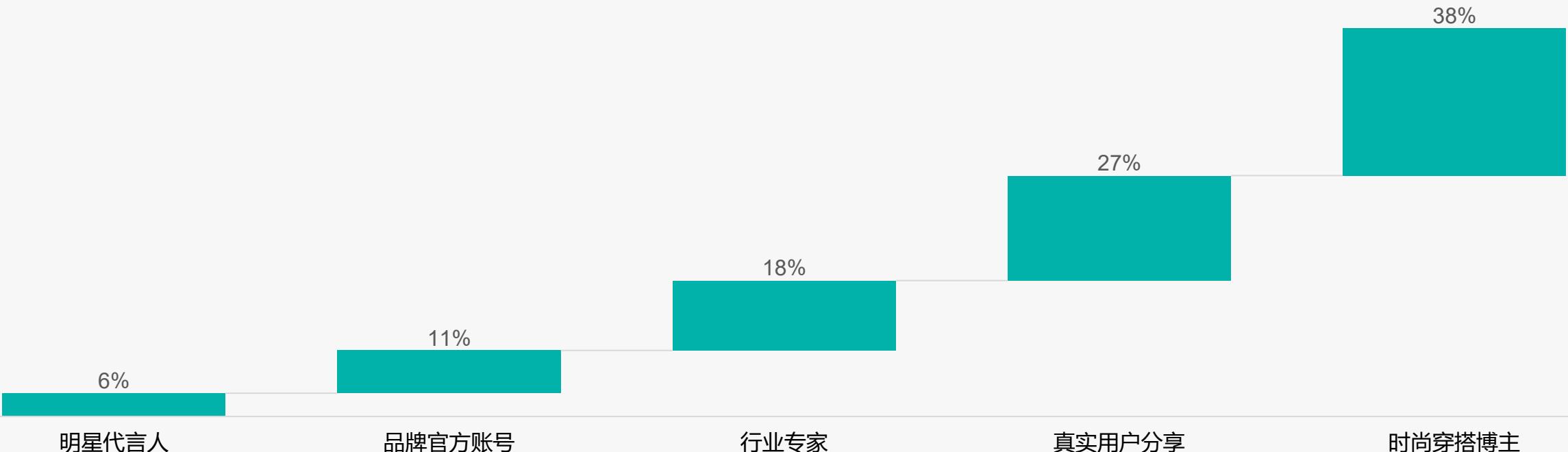
## 2025年中国真丝上衣社交内容类型分布



# 时尚博主主导 真实分享重要 传统营销弱

- ◆ 时尚穿搭博主以38%的信任度主导社交渠道内容获取，真实用户分享以27%紧随其后，显示消费者偏好专业建议和真实体验。
- ◆ 行业专家和品牌官方账号分别占18%和11%，明星代言人仅6%，表明传统营销手段在真丝上衣消费中影响力有限。

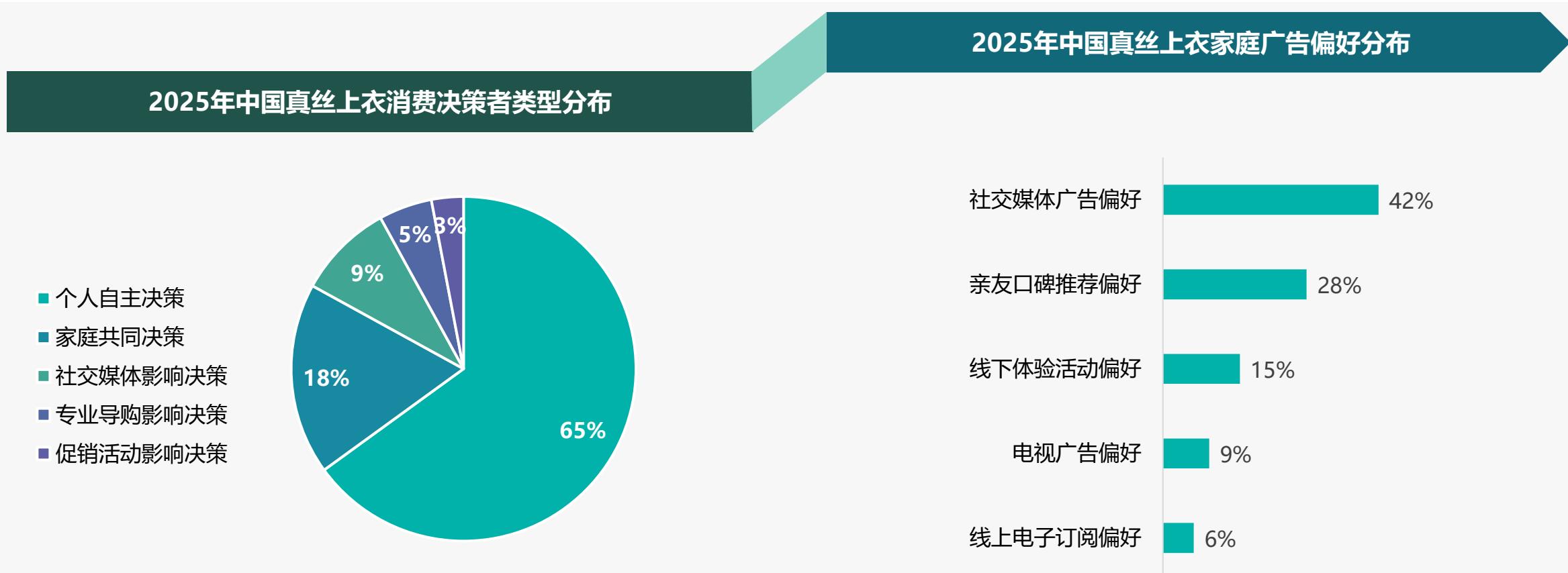
## 2025年中国真丝上衣社交信任博主类型分布



样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 社交媒体口碑主导真丝消费

- ◆社交媒体广告偏好占42%，亲友口碑推荐占28%，显示数字营销和社交信任是消费者决策的关键驱动力。
- ◆线下体验活动偏好为15%，电视广告和线上电子订阅偏好较低，提示传统广告渠道在吸引受众方面效果有限。

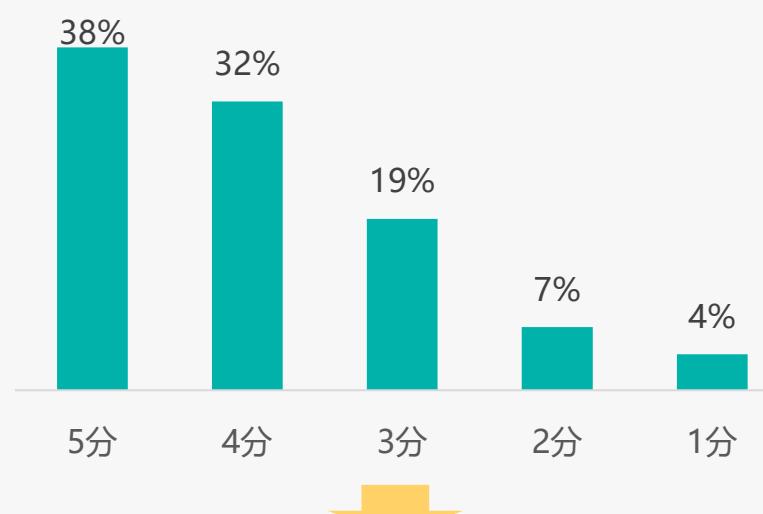


样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

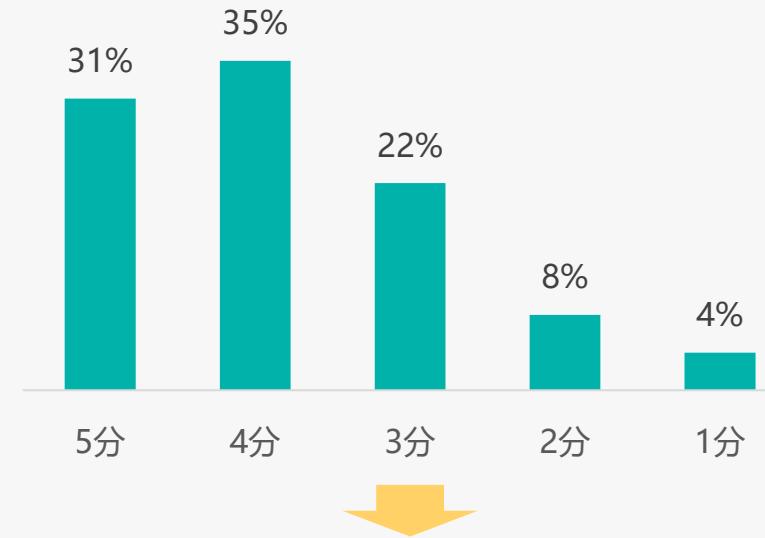
## 消费流程领先 客服退货待优化

- ◆线上消费流程满意度最高，5分占比38%，4分占比32%，合计70%消费者给予高分评价，整体流程体验良好。
- ◆客服和退货体验满意度相近，但5分比例分别为29%和31%，均低于消费流程，提示这两个环节存在优化空间。

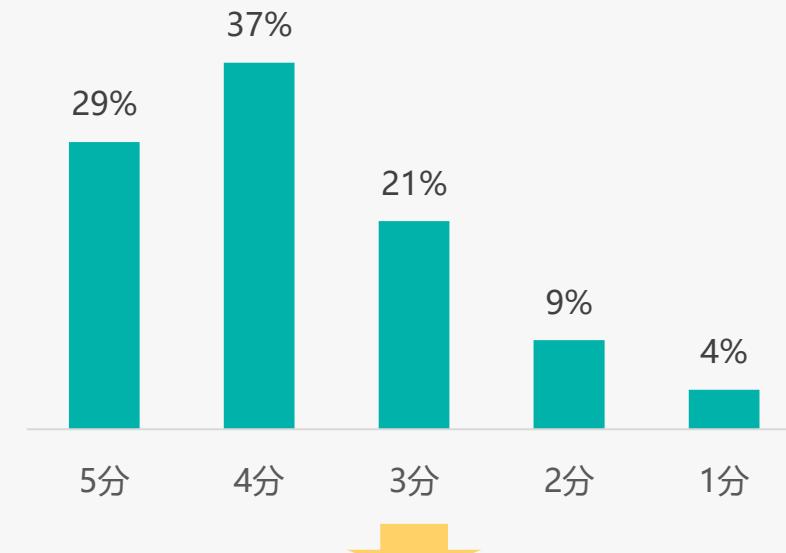
2025年中国真丝上衣线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国真丝上衣退货体验满意度分布（满分5分）



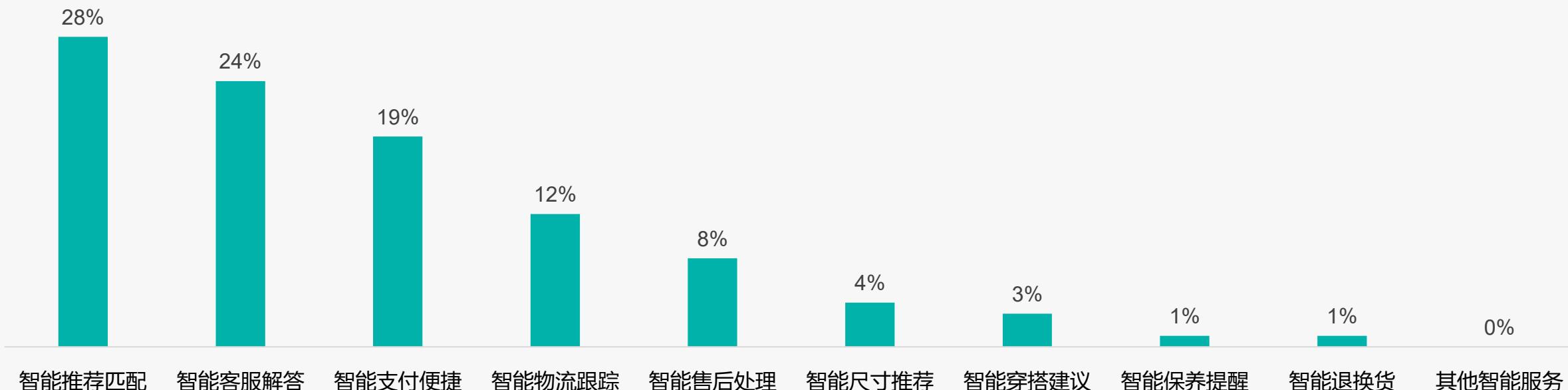
2025年中国真丝上衣线上客服满意度分布（满分5分）



样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆智能推荐匹配和智能客服解答是消费者最关注的智能服务，分别占28%和24%，合计超过50%，显示个性化推荐和即时支持是核心需求。
- ◆智能支付便捷占19%，而智能物流跟踪、售后处理等占比均低于12%，其他服务如保养提醒仅1%，表明次要服务优化空间较大。

## 2025年中国真丝上衣智能服务体验分布



样本：真丝上衣行业市场调研样本量N=1429，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



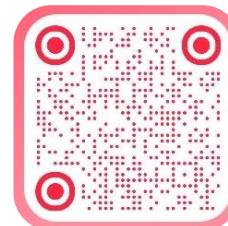
深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



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