

尚普咨询·洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度牙贴美白市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Tooth Whitening Strips Category Market Insights

2025年11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：年轻女性主导牙贴美白消费市场

-  女性消费者占比58%，26-35岁群体占41%，是核心消费力量。
-  一线和新一线城市合计占58%，市场集中度高。
-  个人自主决策占68%，远超社交媒体影响的17%。

启示

✓ 聚焦年轻女性营销

品牌应针对26-35岁女性群体设计产品和营销活动，利用她们自主决策的特点，强调产品功效和个性化需求。

✓ 深耕高线城市市场

优先布局一线和新一线城市，通过精准渠道和本地化策略提升市场份额，满足高消费能力用户需求。

核心发现2：牙贴美白以周期性维护为主



半年使用一次占比31%，用户偏好周期性维护而非高频使用。



14天装最受欢迎占35%，7天装占28%，两者合计超六成。



独立密封包装占42%，显著高于其他类型，重视卫生便携性。

启示

✓ 优化产品周期设计

品牌应主打14天和7天装产品，满足用户周期性维护需求，并推出组合装促进复购。

✓ 强化包装卫生便利

采用独立密封包装，强调产品卫生安全和便携性，提升用户体验和信任度。

核心发现3：消费者偏好快速见效温和安全产品



快速见效型占比31%最高，温和不刺激型占25%，关注即时效果和安全性。



美白效果是首要吸引因素占32%，远高于价格优惠的21%。



改善牙齿颜色是消费核心原因占38%，提升个人形象占25%。

启示

✓ 突出产品快速美白效果

营销中强调产品的快速见效特性，通过用户案例和测试数据展示美白效果，吸引注重功效的消费者。

✓ 确保产品温和安全

研发和宣传中注重成分温和不刺激，减少用户不适感，增强产品安全性和口碑推荐意愿。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性，优化产品效果与价格策略



1、产品端

- ✓ 强化快速见效与温和不刺激配方
- ✓ 推出14天装和独立密封包装



2、营销端

- ✓ 利用社交媒体和电商平台推荐
- ✓ 合作牙科专家和美容博主增强信任



3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升满意度
- ✓ 加强智能推荐和客服解答服务

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年一~三季度各月天猫、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** 牙贴美白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牙贴美白品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对牙贴美白的购买行为;
- 牙贴美白市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

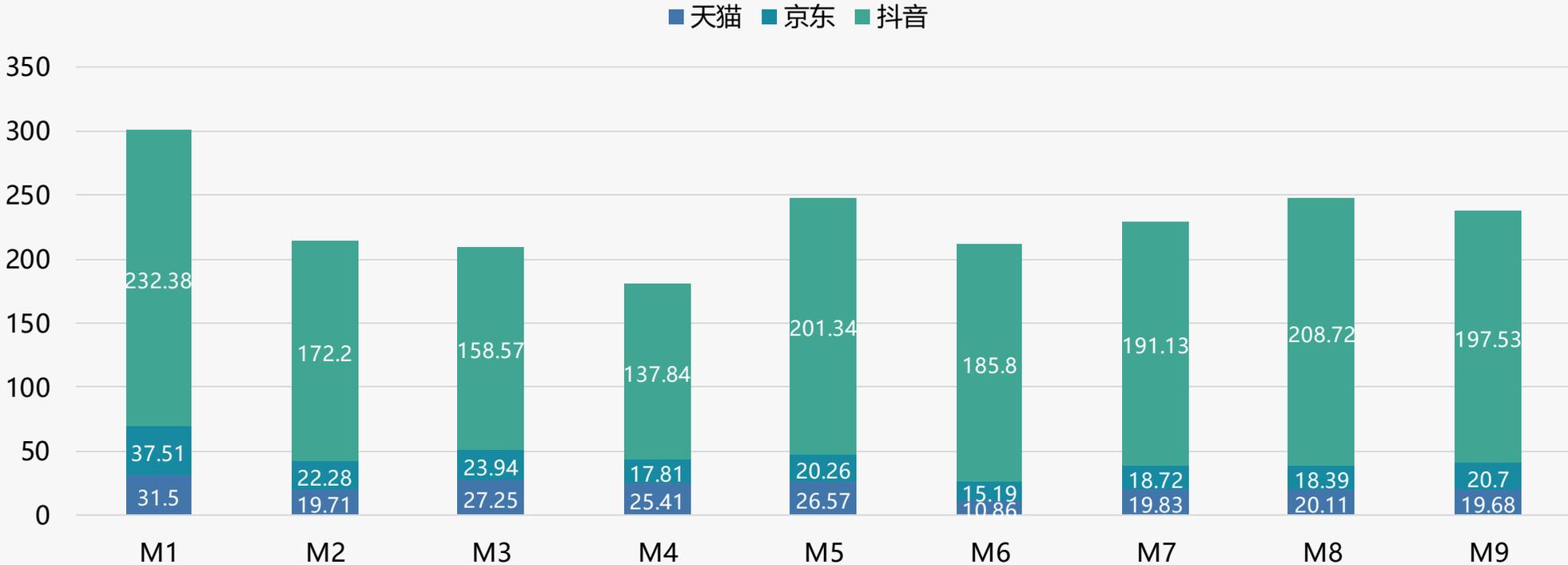
Research Method

- **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, 计算牙贴美白品类销售额、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、不同平台牙贴美白品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导牙贴市场 季度波动显著

- ◆从平台份额看，抖音以约15.6亿元销售额（占比72.3%）主导市场，天猫（4.0亿元，18.5%）和京东（3.3亿元，9.2%）居次。抖音的高渗透率反映其社交电商优势，建议品牌优化抖音内容营销以提升ROI。
- ◆季度趋势显示，Q1销售额最高（7.0亿元），Q2（5.9亿元）和Q3（6.0亿元）略降，可能与季节性促销减弱有关。需关注Q4同比数据以评估全年增长潜力。月度波动显著，如M1峰值（3.0亿元）与M6低谷（1.4亿元），差异达114%。这表明市场受促销活动驱动强烈，企业应加强库存周转率管理，避免积压风险。

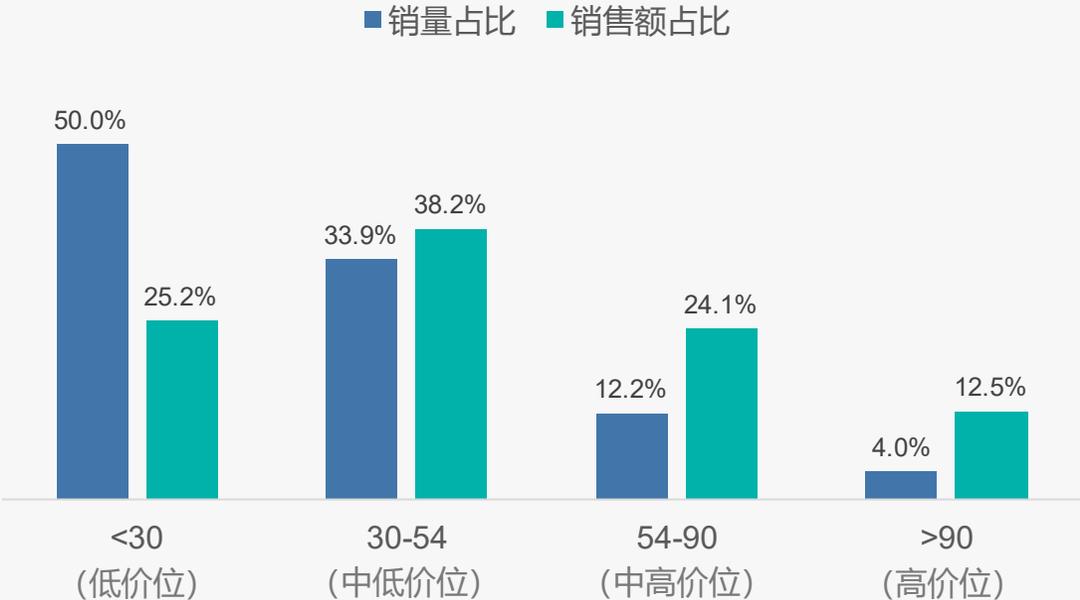
2025年一~三季度牙贴美白品类线上销售规模（百万元）



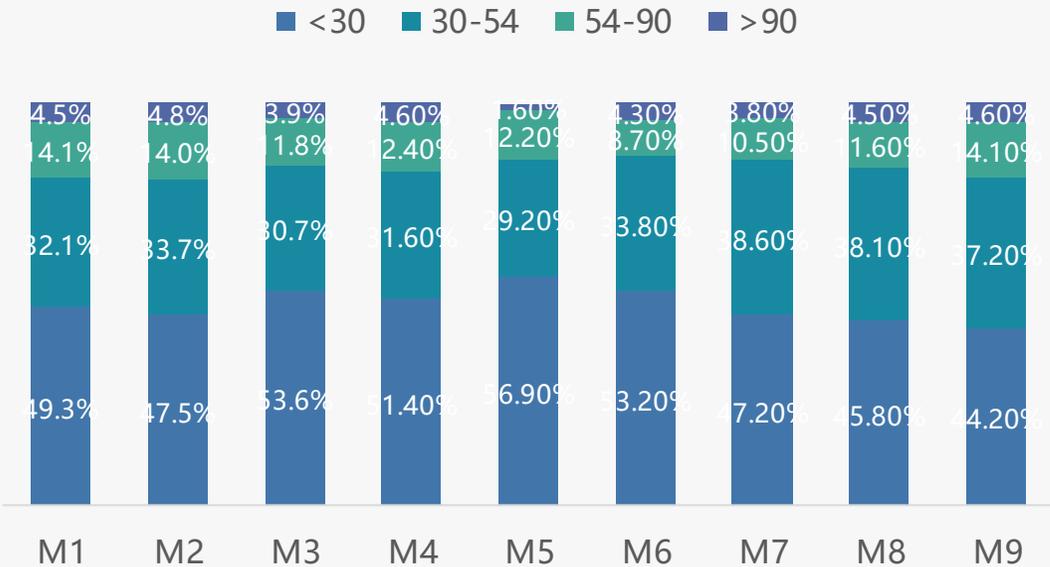
牙贴美白中端增长 高端溢价 低价承压

- ◆从价格区间结构看，<30元低价位销量占比50.0%但销售额仅占25.2%，呈现高销量低贡献特征；30-54元中价位销量占比33.9%却贡献38.2%销售额，是核心利润区间。月度销量分布显示，<30元区间在M5达到峰值56.9%，M9降至44.2%，呈下降趋势；30-54元区间从M1的32.1%升至M9的37.2%，需求稳步增长；54-90元区间波动较大，M6仅8.7%，M9回升至14.1%。
- ◆销售额与销量占比错配分析：<30元区间销售额占比25.2%远低于销量占比50.0%，毛利率压力显著；30-54元区间销售额占比38.2%高于销量占比33.9%，盈利质量最优；>90元区间销售额占比12.5%是销量占比4.0%的3.1倍。

2025年一~三季度牙贴美白线上不同价格区间销售趋势



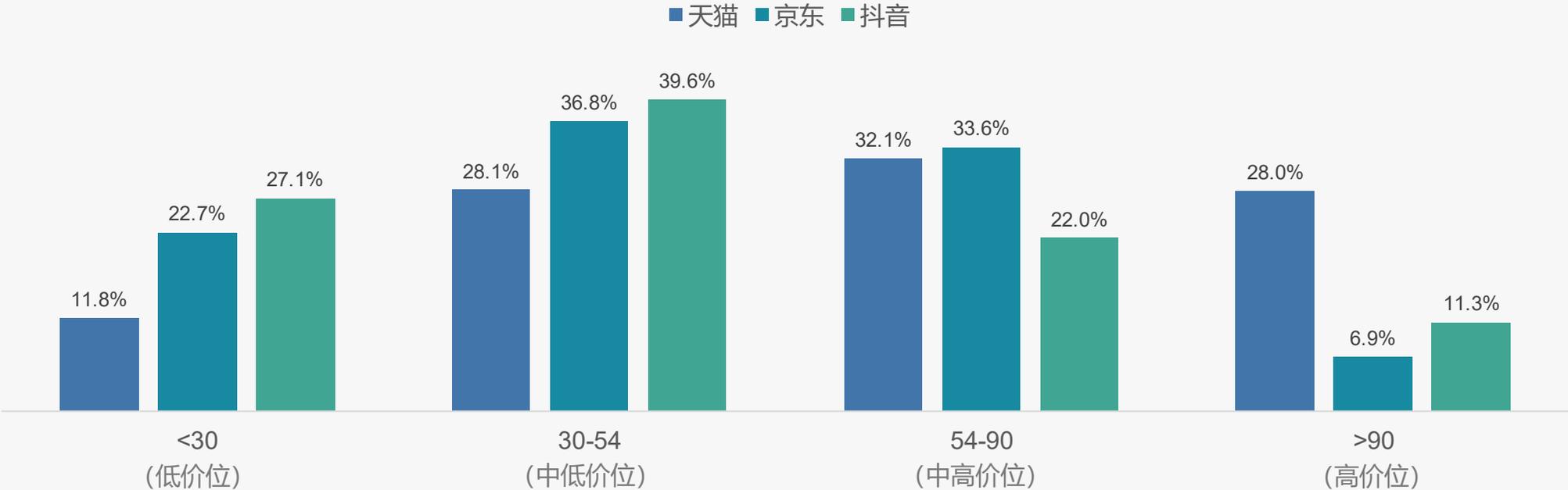
牙贴美白线上价格区间-销量分布



天猫高端主导 京东中端强 抖音低价引流

- ◆从价格带分布看，天猫平台中高端产品（54元以上）占比60.1%，京东和抖音分别占比40.5%和33.3%，显示天猫用户购买力更强，高端市场渗透率更高。平台间价格策略差异显著：京东30-54元区间占比36.8%，为各平台最高，主打中端市场；抖音30-54元区间占比39.6%，结合低价产品，形成中低端组合；天猫则均衡覆盖各价格带，但高端（>90元）占比28.0%，高于京东的6.9%，反映品牌溢价能力。
- ◆业务含义上，天猫高单价产品可能带来更高ROI，但需关注库存周转率；京东中端定位或提升用户复购，但高端缺失限制利润空间；抖音低价策略虽吸引流量，但需防范价格战侵蚀毛利，建议各平台优化产品组合以平衡增长与盈利。

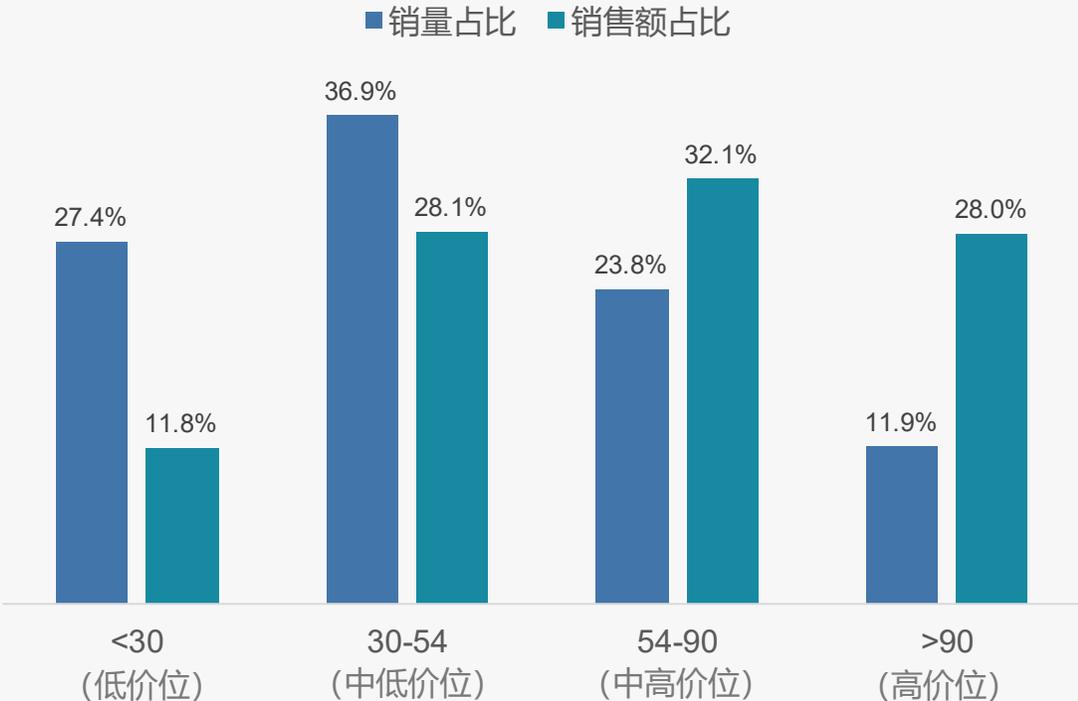
2025年一~三季度各平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



牙贴美白中高端驱动 优化结构提盈利

- ◆从价格区间结构看，30-54元和54-90元区间贡献了60.2%的销售额，是核心盈利区间；<30元区间销量占比27.4%但销售额仅占11.8%，呈现低价值特征；>90元高价位销量占比11.9%但销售额达28.0%，显示高溢价能力。建议优化产品组合，提升中高端产品占比以改善整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示价格敏感度波动明显：M1、M5、M6、M9月<30元低价产品销量占比超35%，可能受促销活动影响；M3、M4、M7、M8月30-54元中低价占比近50%，反映消费者偏好稳定区间。需关注促销节奏对价格结构的冲击，避免过度依赖低价冲量损害品牌价值。

2025年一~三季度天猫平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



天猫平台牙贴美白价格区间-销量分布

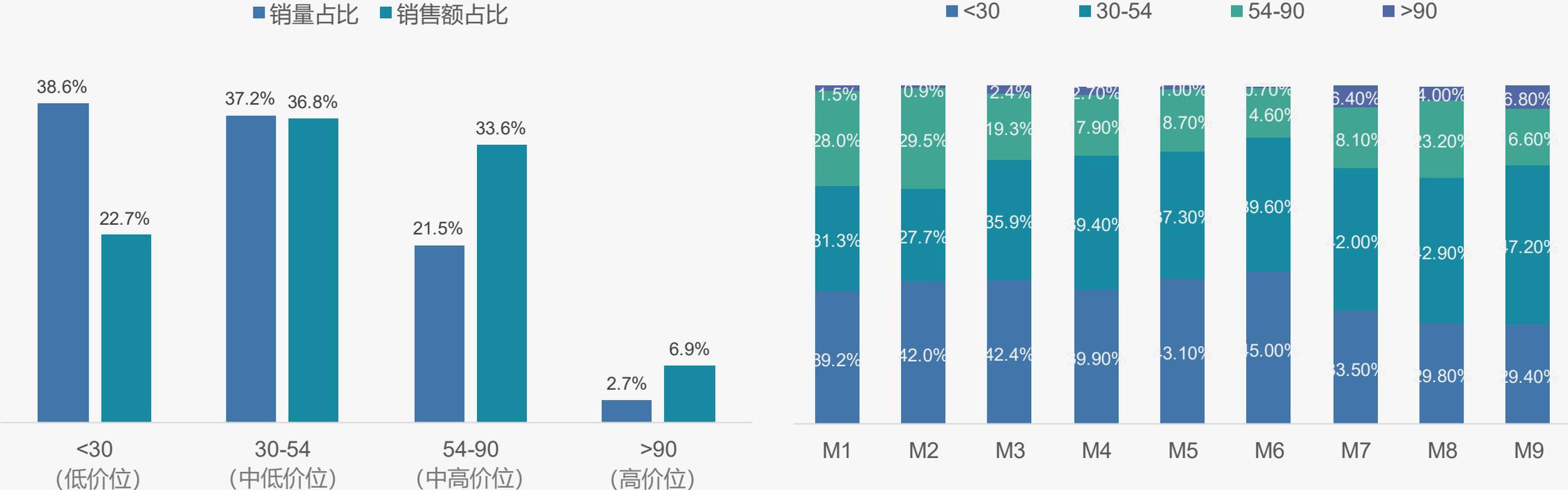


牙贴美白京东中端主导消费升级

- ◆从价格区间结构看，京东平台牙贴美白品类呈现明显的金字塔分布。低价区间 (<30元) 销量占比38.6%但销售额仅占22.7%，显示该区间客单价偏低；中端价格带 (30-90元) 合计销量占比58.7%、销售额占比70.4%，是市场主力且贡献了更高的单位产出；高端区间 (>90元) 虽销量仅2.7%，但销售额占比6.9%，表明高价产品具备更强的溢价能力。
- ◆从月度销量趋势看，市场经历了明显的结构性调整。1-6月低价区间 (<30元) 销量占比从39.2%攀升至45.0%，而中高端区间 (54-90元) 从28.0%下滑至14.6%；但7-9月出现逆转，低价区间占比大幅回落至29.4%，中端 (30-54元) 占比跃升至47.2%，显示下半年消费升级趋势显著，可能与季节性营销或产品

2025年一~三季度京东平台牙贴美白不同价格区间销售趋势

京东平台牙贴美白价格区间-销量分布

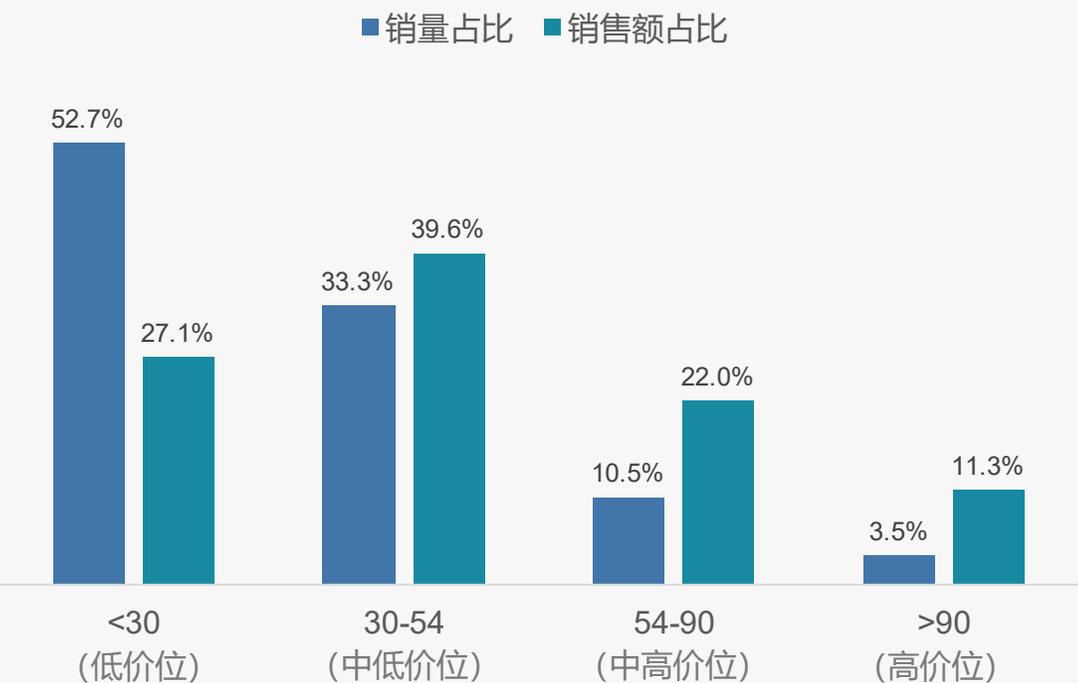


低价高销中端核心高端高值

- ◆从价格区间销售趋势看，<30元低价产品销量占比52.7%但销售额仅占27.1%，呈现高销量低贡献特征；30-54元中端产品销量占比33.3%却贡献39.6%销售额，是核心利润区；>90元高端产品销量占比3.5%但销售额占比11.3%，显示高客单价价值。月度销量分布显示，<30元产品占比从M1的52.1%波动下降至M9的46.0%，而30-54元产品从32.7%稳步提升至36.5%。
- ◆通过销量与销售额占比对比，<30元产品销量/销售额占比差达25.6个百分点，反映低价产品周转快但毛利低；30-54元产品占比差仅6.3个百分点，显示均衡贡献；>90元产品占比差-7.8个百分点，验证高端产品的高毛利特性。建议优化产品组合提升中高端占比，并加强中端产品营销以把握增长机会。

2025年一~三季度抖音平台牙贴美白不同价格区间销售趋势

抖音平台牙贴美白价格区间-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** 牙贴美白消费行为、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年内购买过牙贴美白的消费者;
- 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

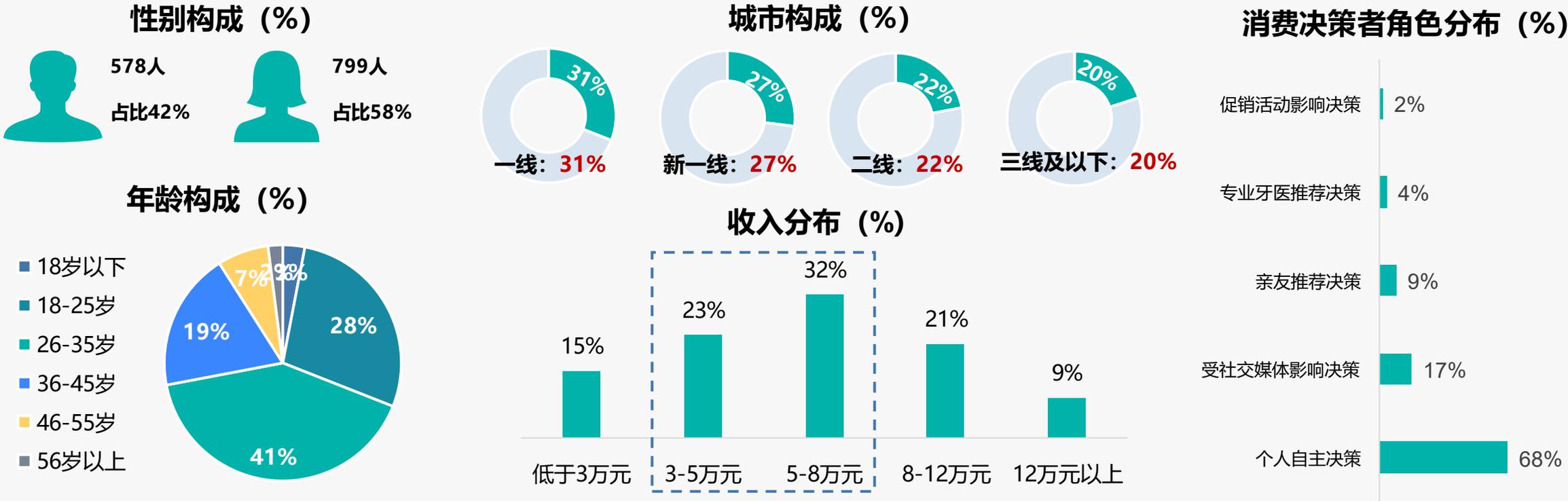
Research Method

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9月
样本数量	N=1377

年轻女性主导牙贴美白自主消费

- ◆牙贴美白消费者以女性(58%)和26-35岁人群(41%)为主，年轻群体是核心消费力量。高线城市市场集中，一线和新一线城市合计占比58%。
- ◆主要消费层为5-8万元收入群体(32%)。消费决策高度自主，个人决策占比68%，远超社交媒体影响的17%。

2025年中国牙贴美白消费者画像

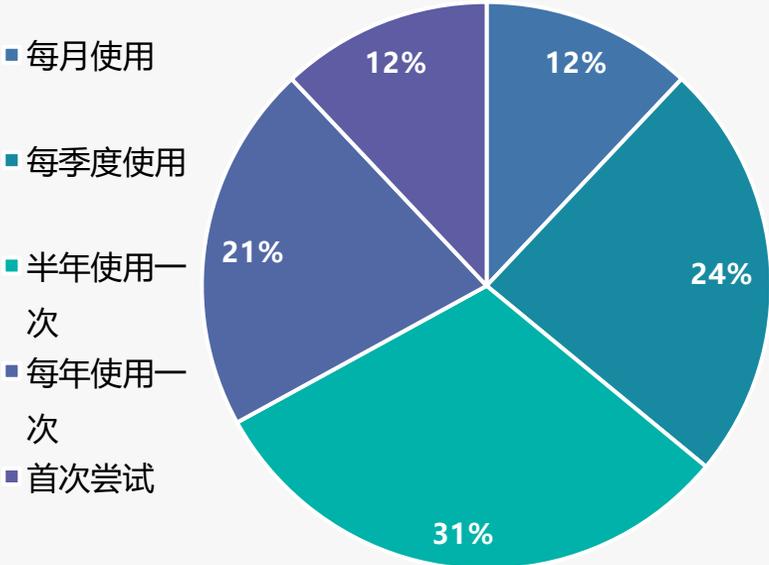


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

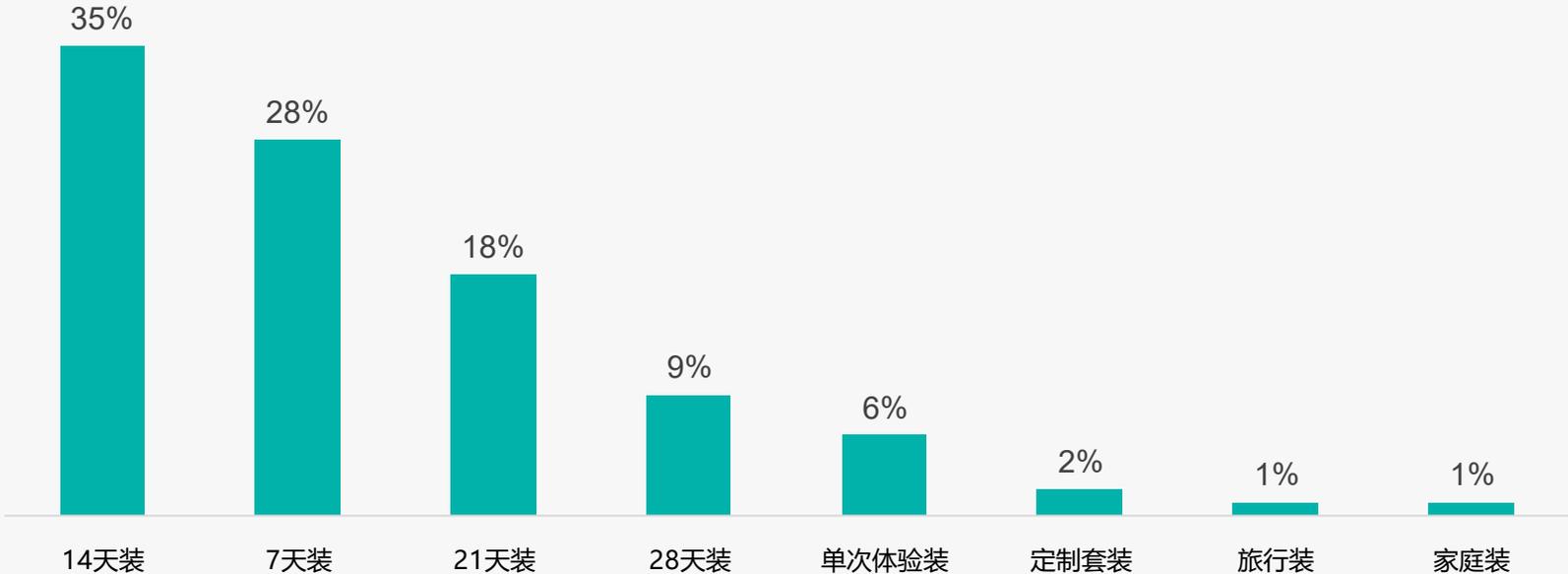
牙贴美白周期维护为主 14天装最受欢迎

- ◆消费频率以半年使用一次为主，占比31%，显示用户偏好周期性维护；每季度24%和每年21%构成稳定复购群体，首次尝试和每月使用各占12%。
- ◆产品规格中14天装最受欢迎，占比35%，7天装28%次之，两者合计超六成；21天装18%，较长周期产品需求较低，个性化和大包装市场尚小。

2025年中国牙贴美白消费频率分布



2025年中国牙贴美白产品规格分布

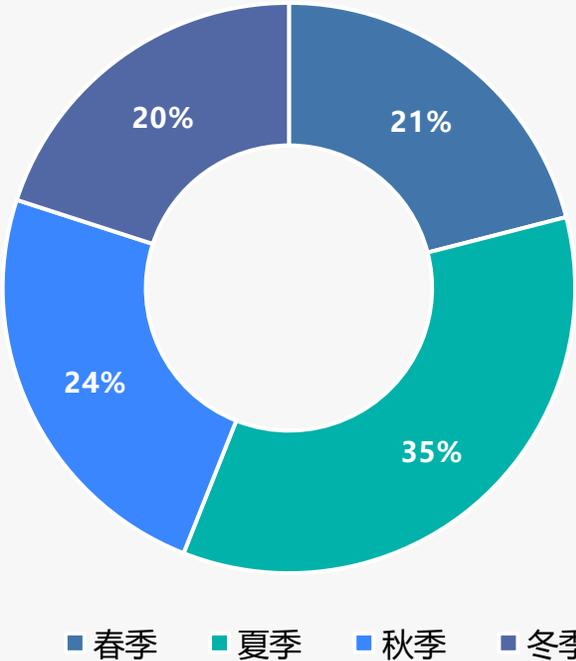


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

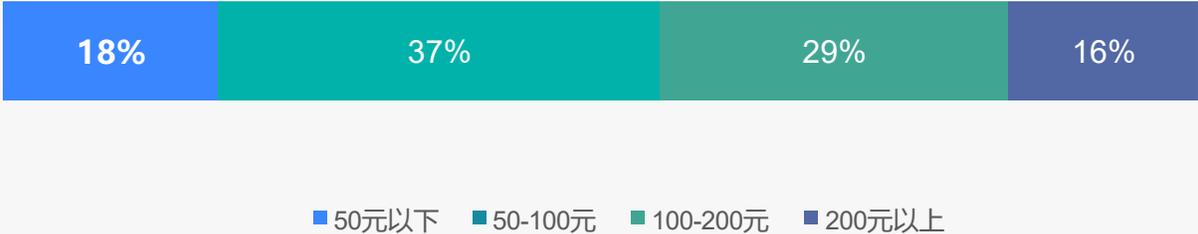
牙贴美白 中低价位 夏季热销 密封包装

- ◆牙贴美白消费集中在50-100元 (37%) 和100-200元 (29%)，夏季消费占比最高达35%，显示中低价位产品和季节性需求突出。
- ◆独立密封包装最受欢迎，占比42%，远高于其他包装类型，反映消费者对卫生和便携性的高度关注。

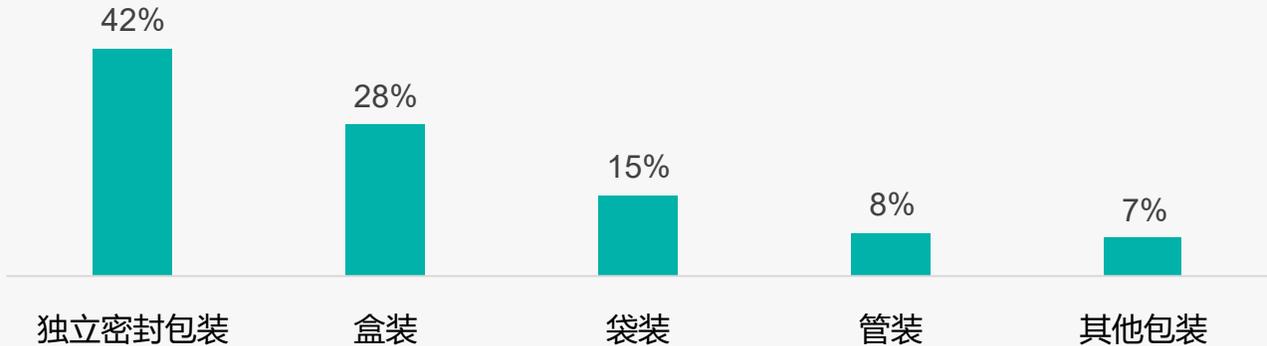
2025年中国牙贴美白季节分布



2025年中国牙贴美白单次支出分布



2025年中国牙贴美白包装类型分布

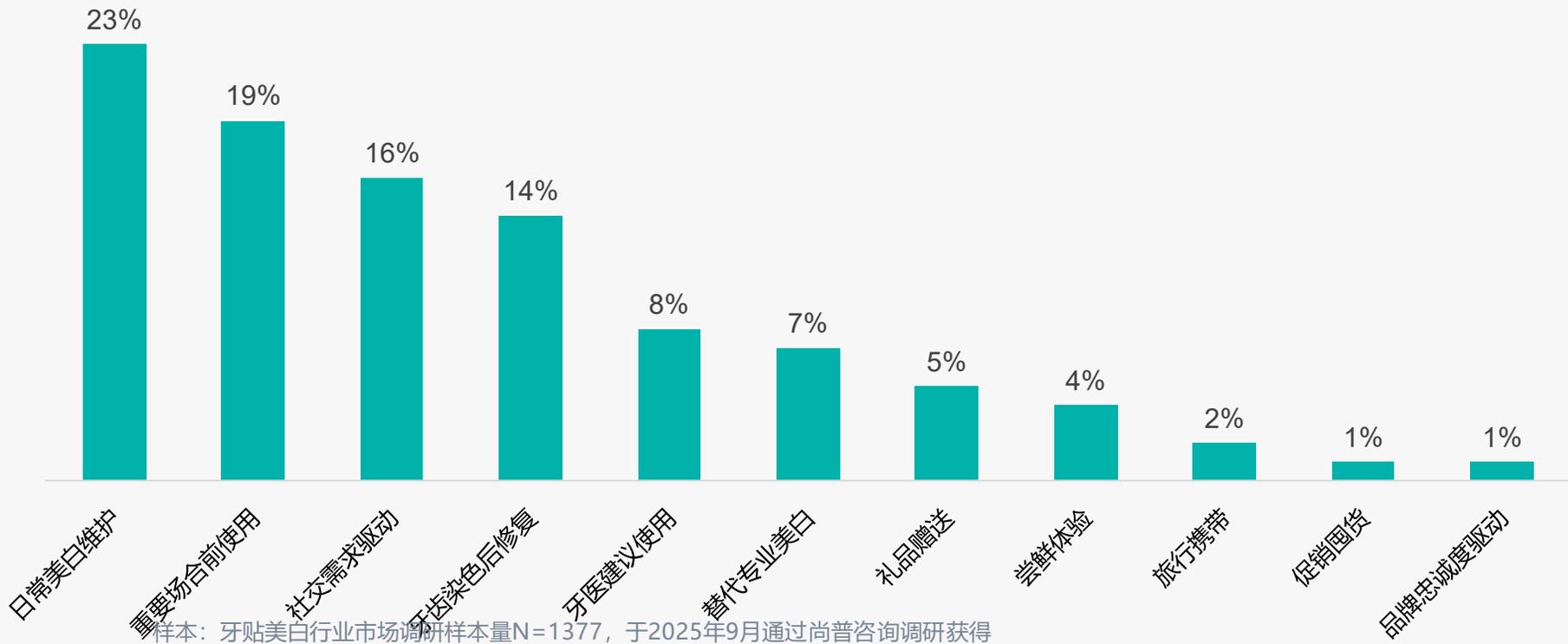


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

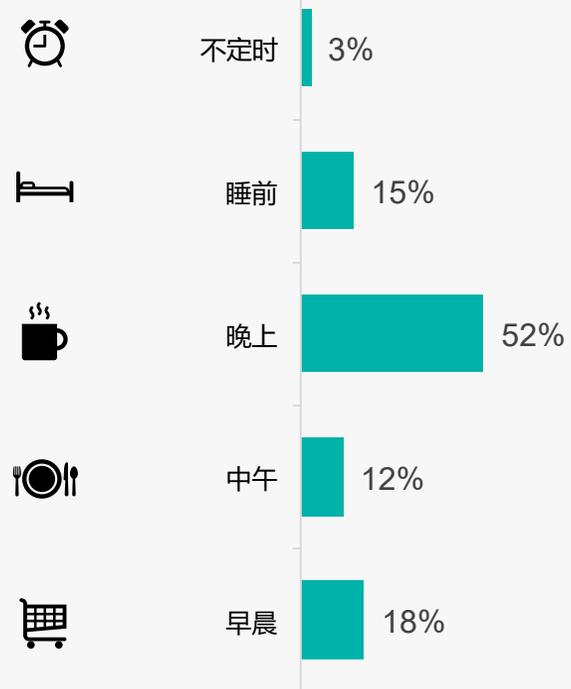
牙贴美白 晚间主导 日常维护

- ◆消费场景中，日常美白维护23%最高，重要场合前使用19%和社交需求驱动16%次之，显示产品主要用于常规护理和社交需求。
- ◆消费时段分布中，晚上52%占据主导，睡前15%和早晨18%也较高，表明使用集中在晚间和晨间时段。

2025年中国牙贴美白消费场景分布



2025年中国牙贴美白消费时段分布

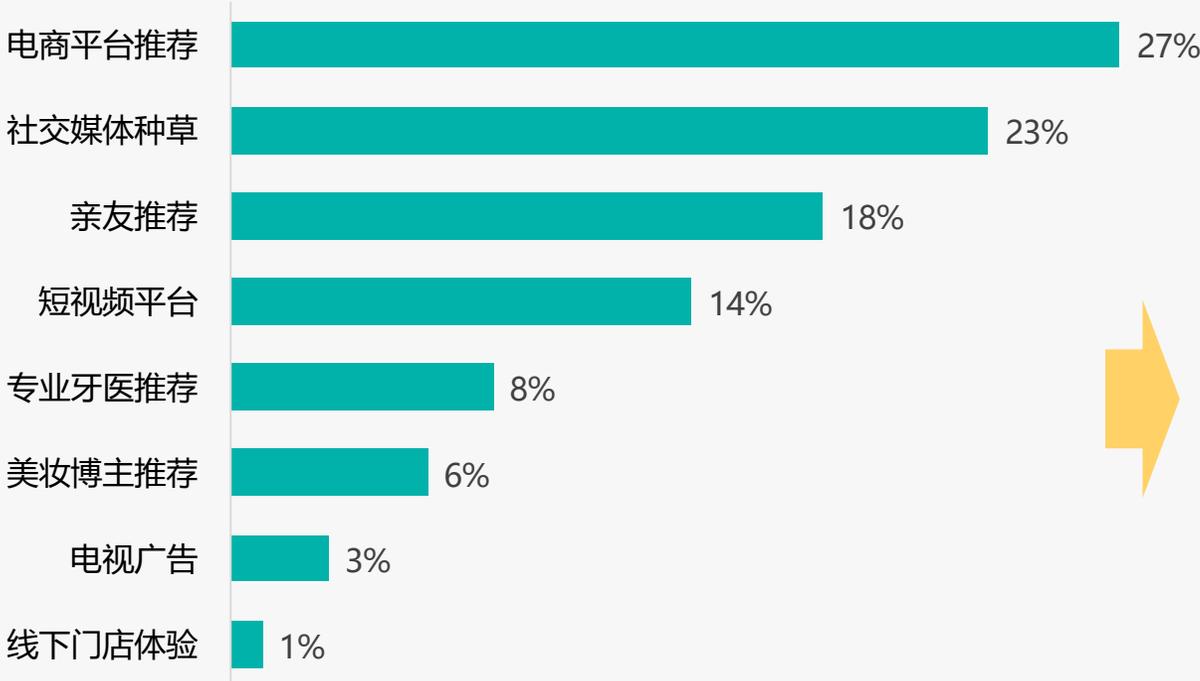


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

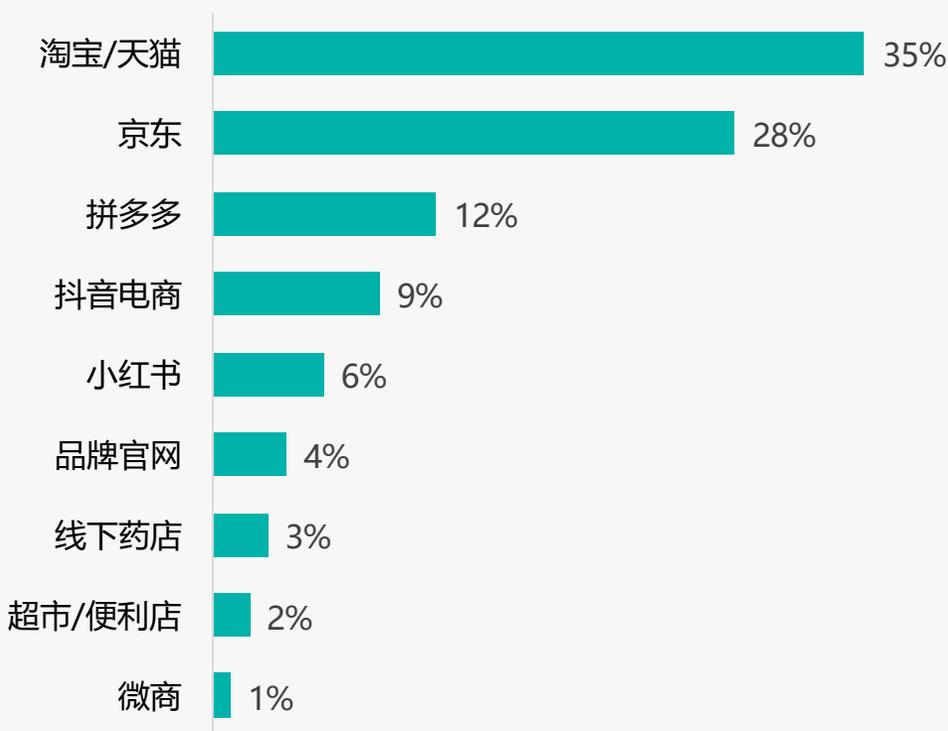
线上渠道主导牙贴美白消费

- ◆消费者了解牙贴美白产品主要通过电商平台推荐（27%）和社交媒体种草（23%），线上渠道占主导，亲友推荐（18%）和短视频平台（14%）也较重要。
- ◆购买渠道以淘宝/天猫（35%）和京东（28%）为主，合计占63%，拼多多（12%）和抖音电商（9%）表现突出，线下渠道占比低。

2025年中国牙贴美白产品了解渠道分布



2025年中国牙贴美白购买渠道分布

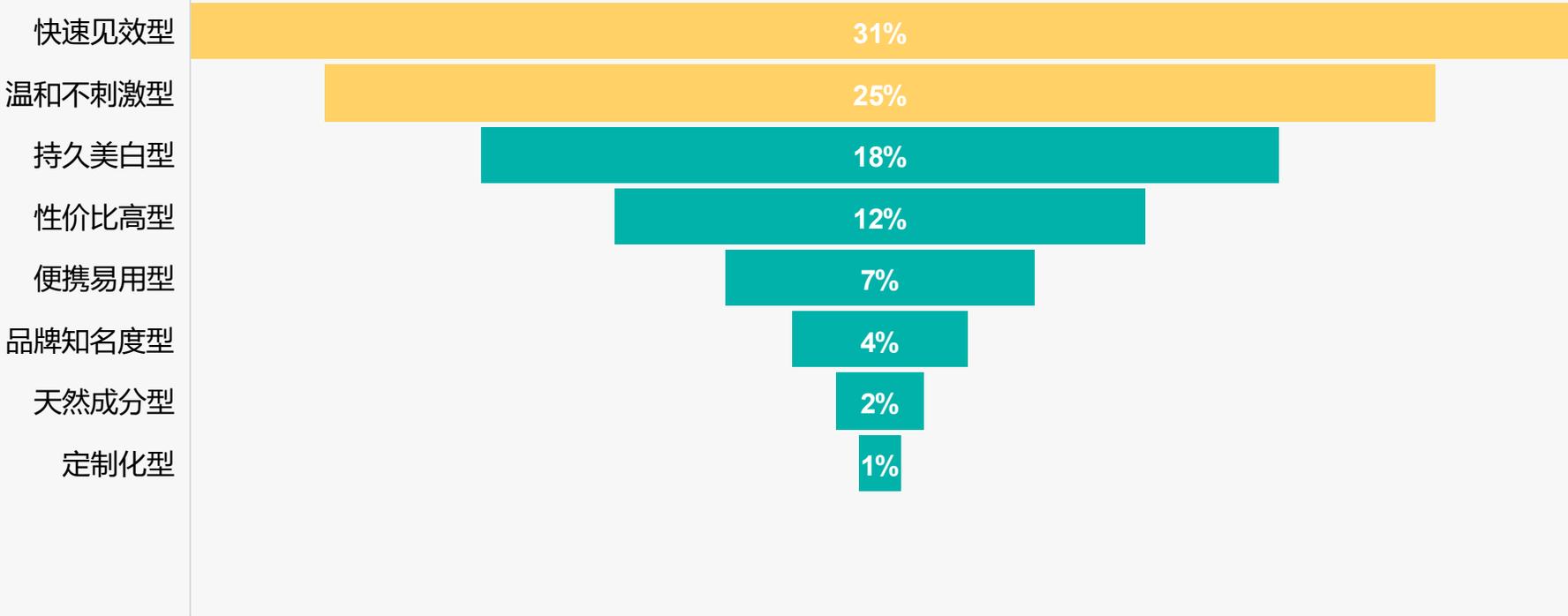


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

牙贴美白消费者偏好快速见效温和安全

- ◆牙贴美白消费偏好中，快速见效型占比最高达31%，温和不刺激型占25%，持久美白型占18%，显示消费者最关注即时效果和安全性。
- ◆性价比高型占12%，便携易用型占7%，品牌知名度型占4%，天然成分型占2%，定制化型仅占1%，表明附加特性需求相对较弱。

2025年中国牙贴美白偏好类型分布

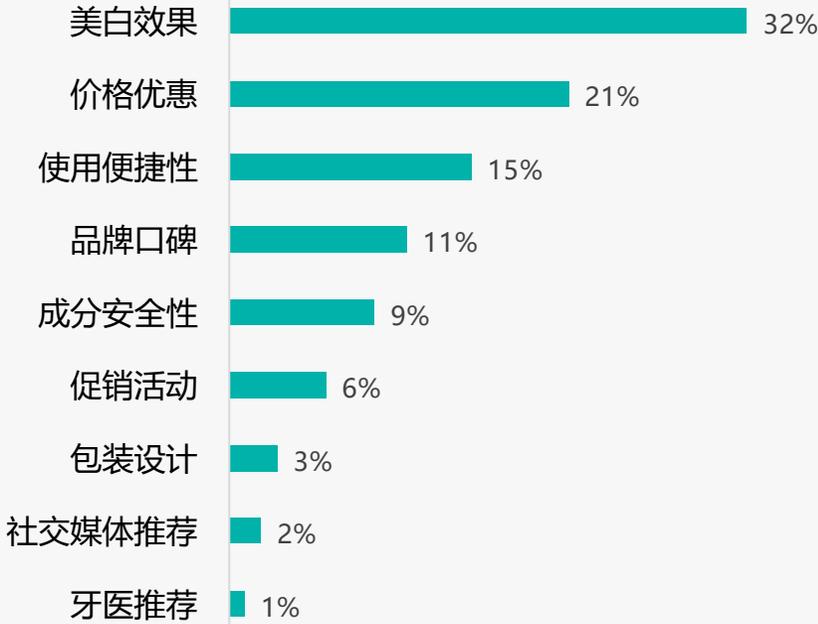


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

美白效果主导消费 外观改善是核心

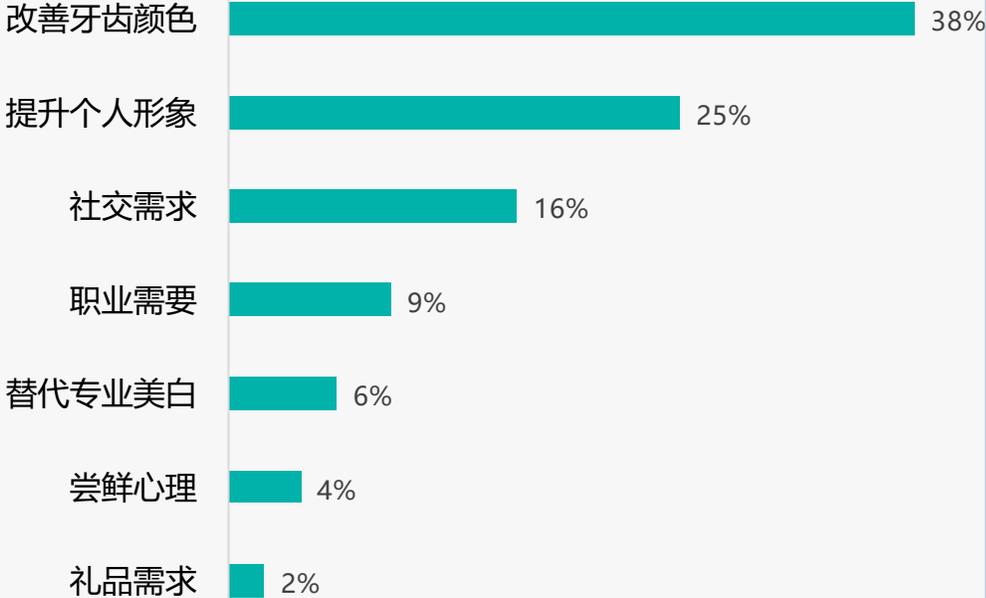
- ◆美白效果是吸引消费的首要因素，占比32%，远高于价格优惠的21%和使用便捷性的15%，显示消费者对产品功效的高度重视。
- ◆改善牙齿颜色是消费核心原因，占比38%，提升个人形象占25%，两者合计超过60%，表明外观改善是主要驱动力。

2025年中国牙贴美白吸引因素分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

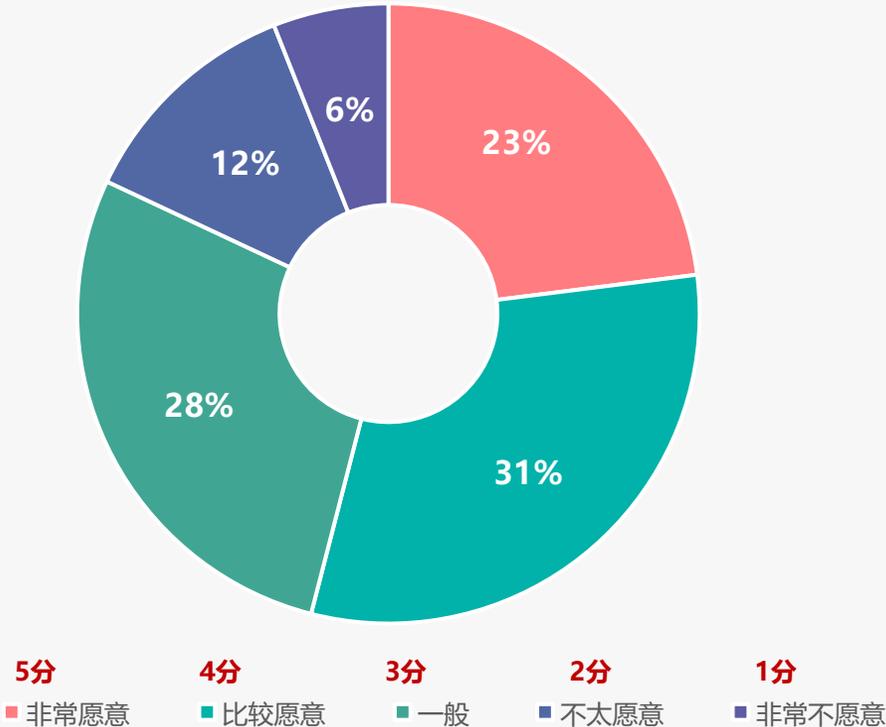
2025年中国牙贴美白消费原因分布



牙贴美白推荐意愿高 效果不适需改进

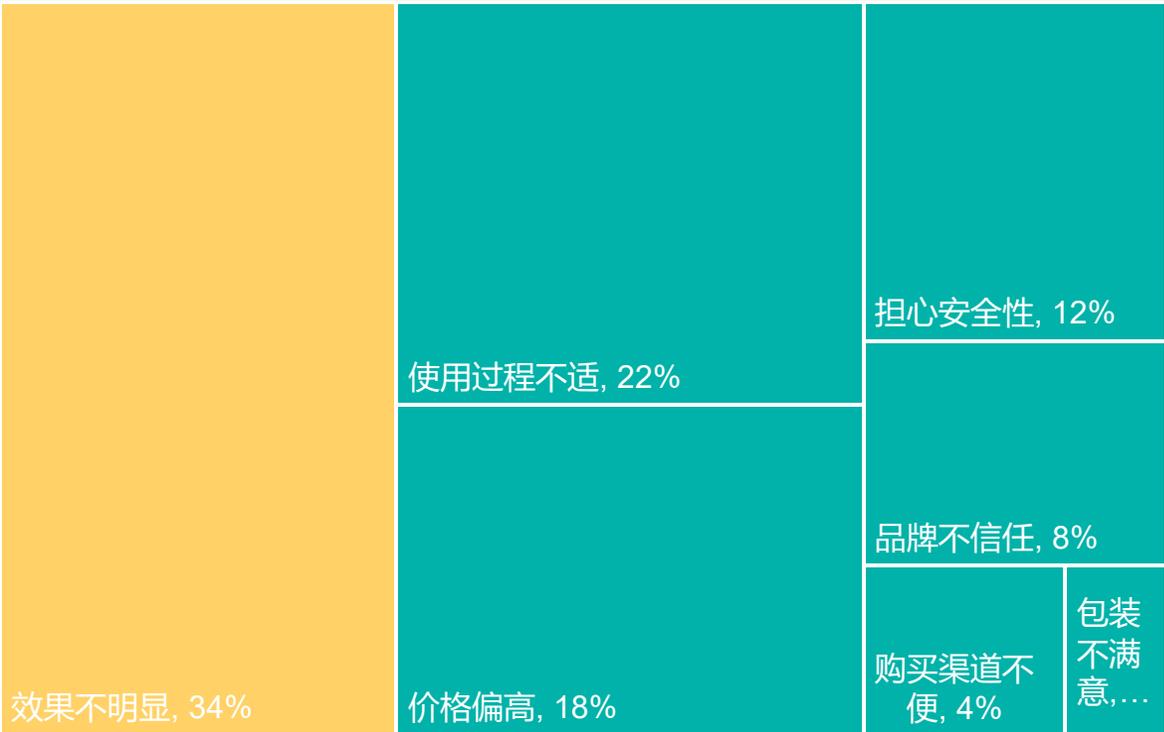
- ◆牙贴美白产品推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计54%，非常不愿意仅6%，显示多数用户持积极态度。
- ◆不推荐主因是效果不明显占34%，使用过程中不适占22%，价格偏高占18%，需改进产品效果和舒适度。

2025年中国牙贴美白推荐意愿分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

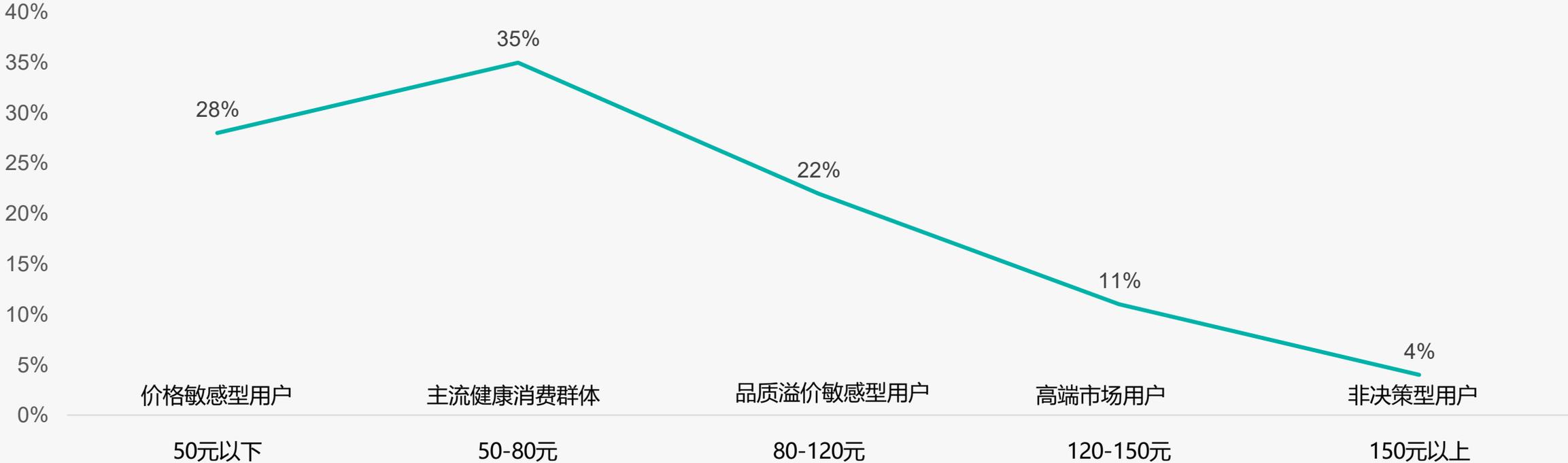
2025年中国牙贴美白不推荐原因分布



牙贴美白中低价位主导市场

- ◆牙贴美白产品价格接受度调查显示，50-80元区间占比35%最高，50元以下占比28%，表明消费者偏好中低价位产品。
- ◆80-120元区间占比22%，120-150元和150元以上仅占11%和4%，显示高端产品市场接受度明显偏低。

2025年中国牙贴美白最大规格价格接受度



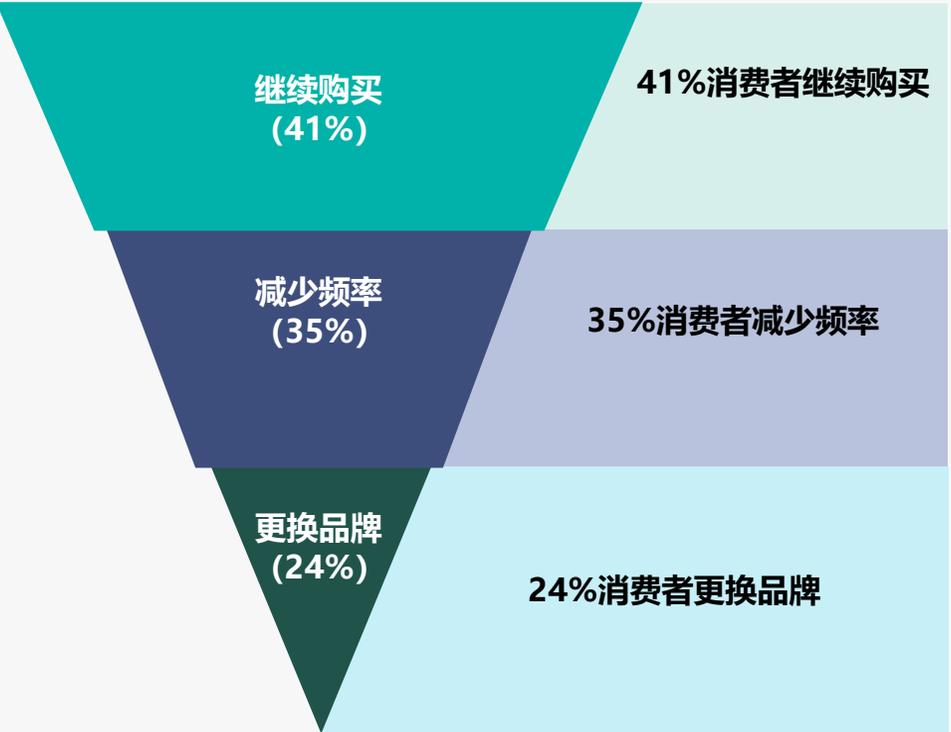
样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

注：以14天装规格牙贴美白为标准核定价格区间

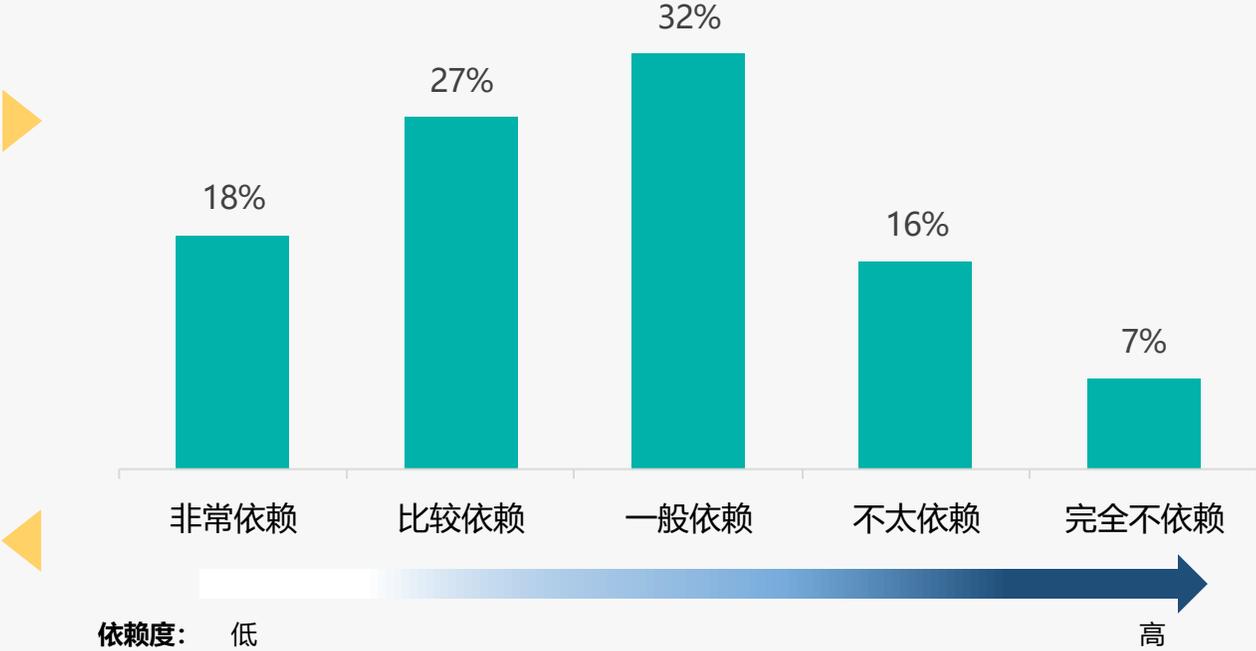
价格敏感促销依赖影响购买行为

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，35%减少频率，24%更换品牌，显示价格敏感度高且品牌忠诚度分化明显。
- ◆促销依赖程度中，45%消费者非常或比较依赖，32%一般依赖，23%不太或完全不依赖，促销对近半数购买决策影响显著。

2025年中国牙贴美白涨价10%购买行为分布



2025年中国牙贴美白促销依赖程度分布

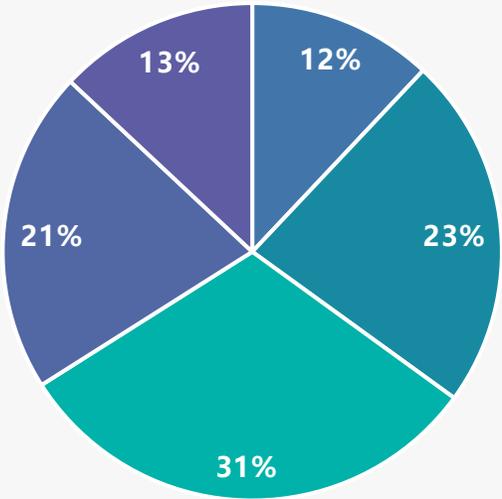


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

牙贴美白效果价格优化提升复购

- ◆牙贴美白消费者品牌忠诚度中等，50-70%复购率占比最高达31%，而90%以上高复购率仅12%，显示品牌粘性有待提升。
- ◆更换品牌主因是效果不满意占38%，价格因素占25%，表明产品效果和价格优化是增强用户留存的关键驱动因素。

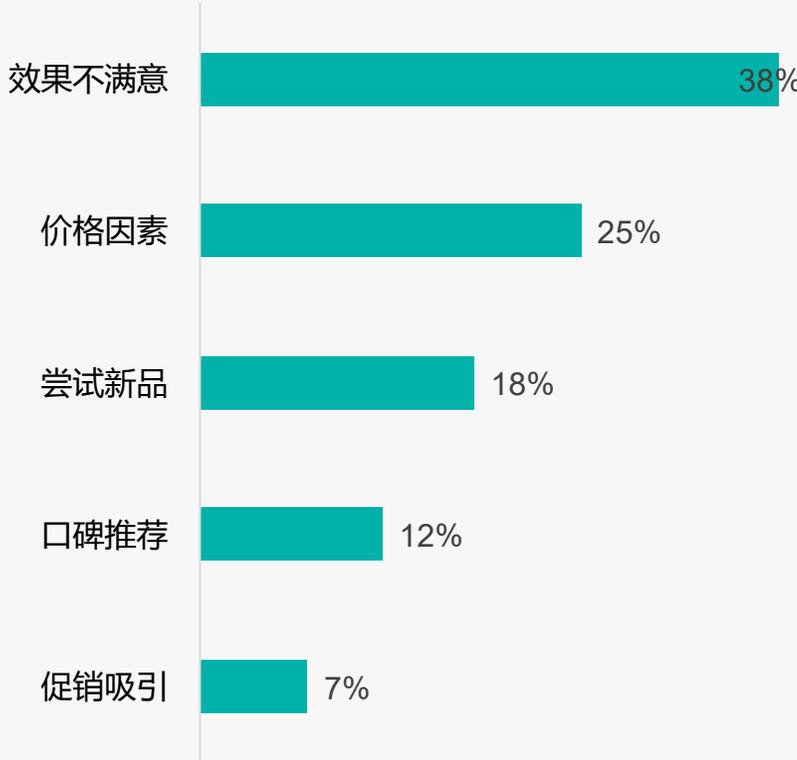
2025年中国牙贴美白固定品牌复购率分布



- 90%以上复购率
- 70-90%复购率
- 50-70%复购率
- 30-50%复购率
- 30%以下复购率

样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

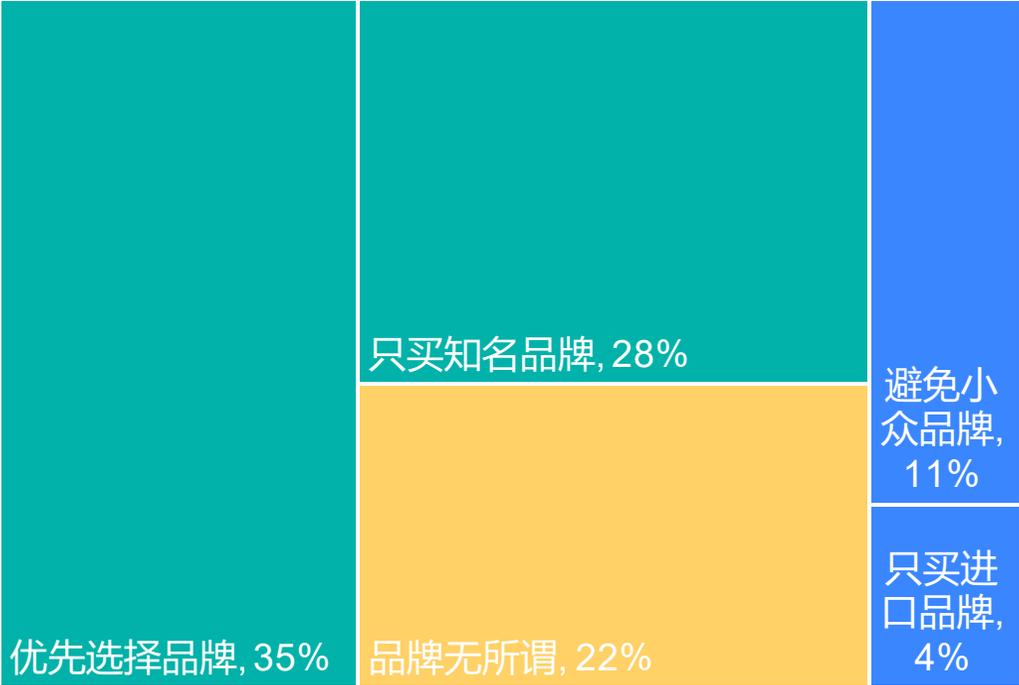
2025年中国牙贴美白更换品牌原因分布



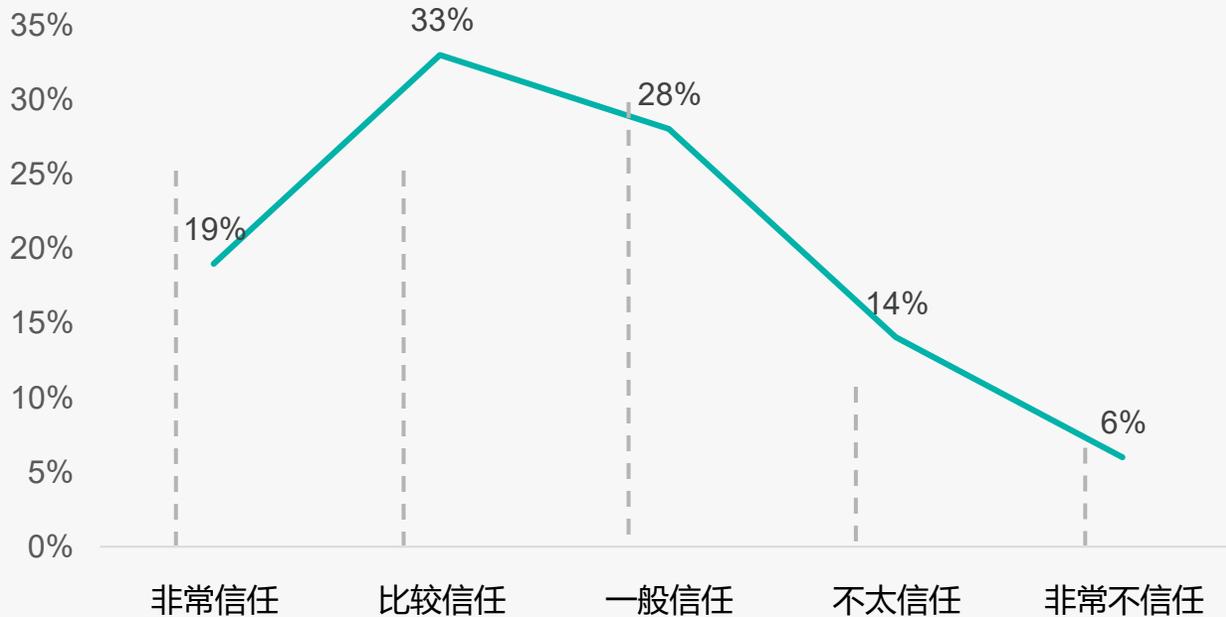
品牌偏好强 信任度待提升

- ◆牙贴美白消费者品牌偏好明显，优先选择品牌和只买知名品牌合计占63%，品牌无所谓者占22%，显示品牌是重要购买因素。
- ◆对品牌产品态度中，比较信任和非常信任者合计占52%，一般信任者占28%，但20%消费者持负面态度，品牌信任度需加强。

2025年中国牙贴美白品牌产品消费意愿分布



2025年中国牙贴美白品牌产品态度分布

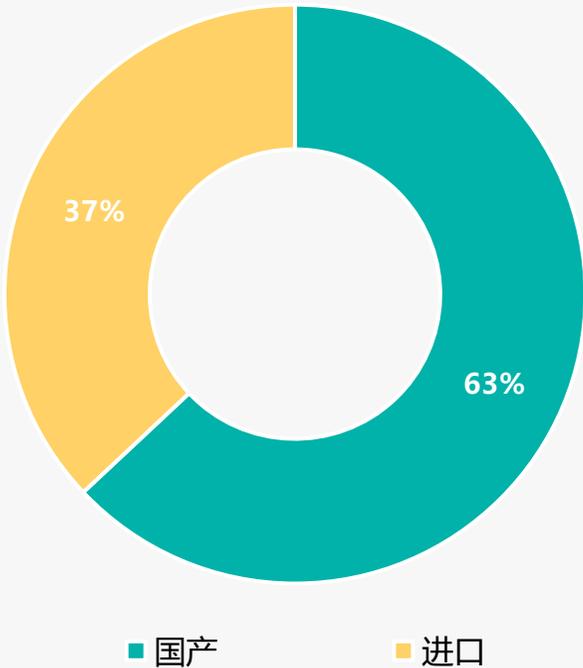


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

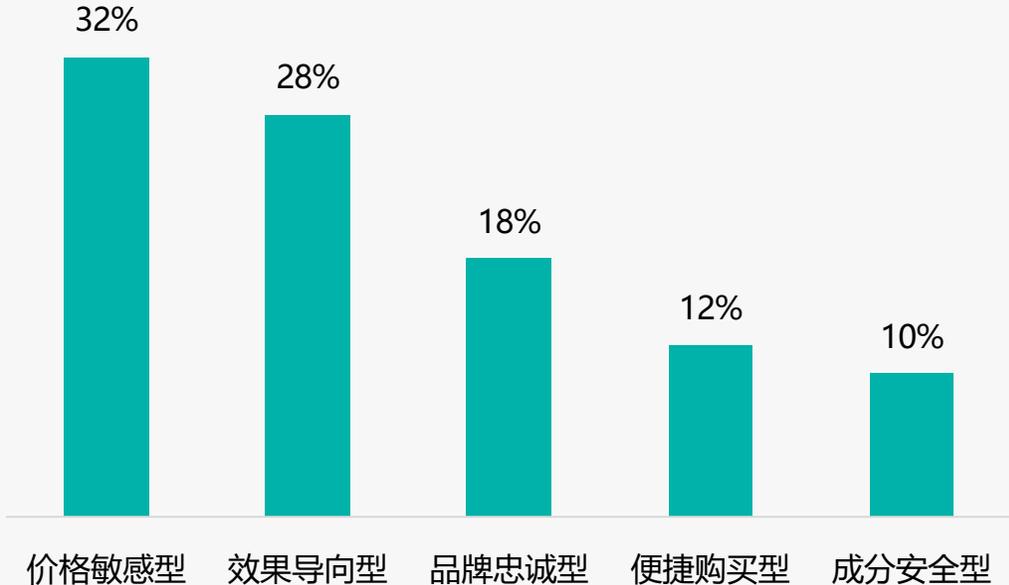
国产牙贴主导市场 价格效果关键因素

- ◆ 国产牙贴美白品牌消费占比63%，显著高于进口品牌的37%，显示本土品牌在市场中占据主导地位。
- ◆ 消费者偏好中价格敏感型占比最高为32%，效果导向型28%，表明价格和效果是主要决策因素。

2025年中国牙贴美白国产和进口品牌消费分布



2025年中国牙贴美白品牌偏好类型分布

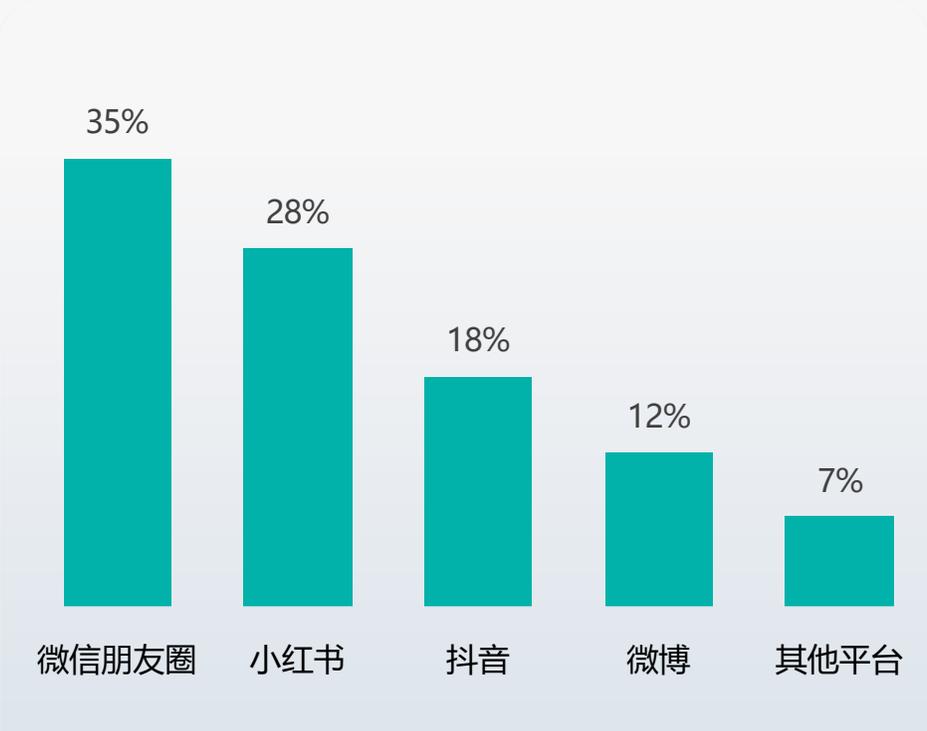


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

用户偏好真实分享 社交平台主导决策

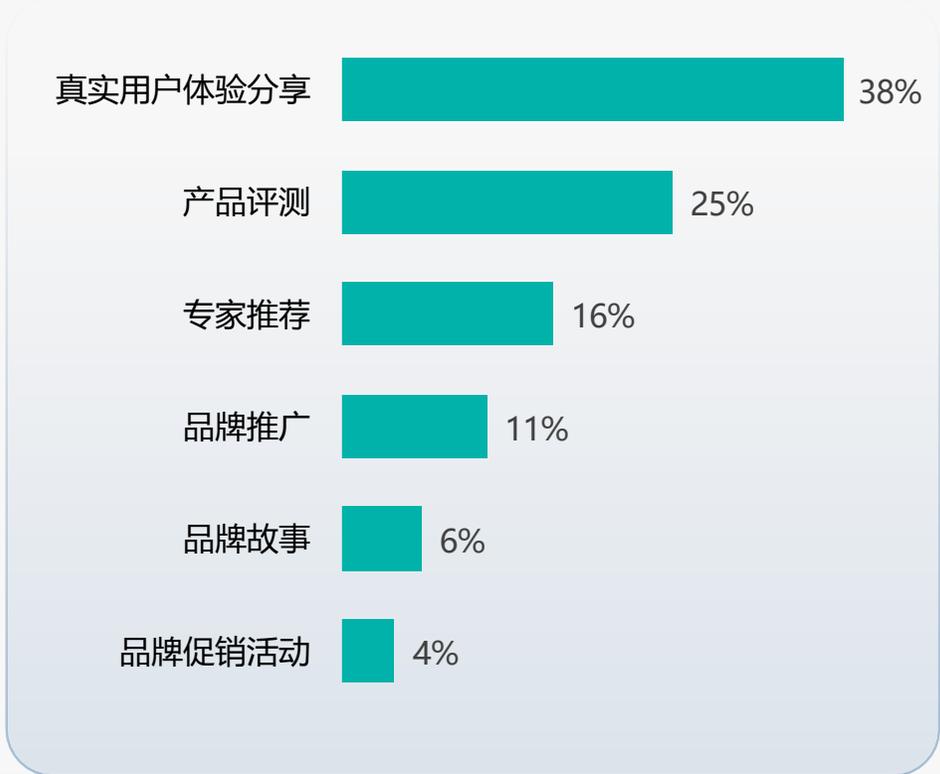
- ◆牙贴美白社交分享集中于微信朋友圈35%与小红书28%，合计63%，显示用户偏好熟人社交与生活方式平台进行产品分享。
- ◆内容类型中真实用户体验分享38%与产品评测25%共占63%，用户决策更依赖实际反馈与客观评价，而非品牌营销。

2025年中国牙贴美白社交分享渠道分布



2025年中国牙贴
美白社交分享渠
道分布

2025年中国牙贴美白社交内容类型分布



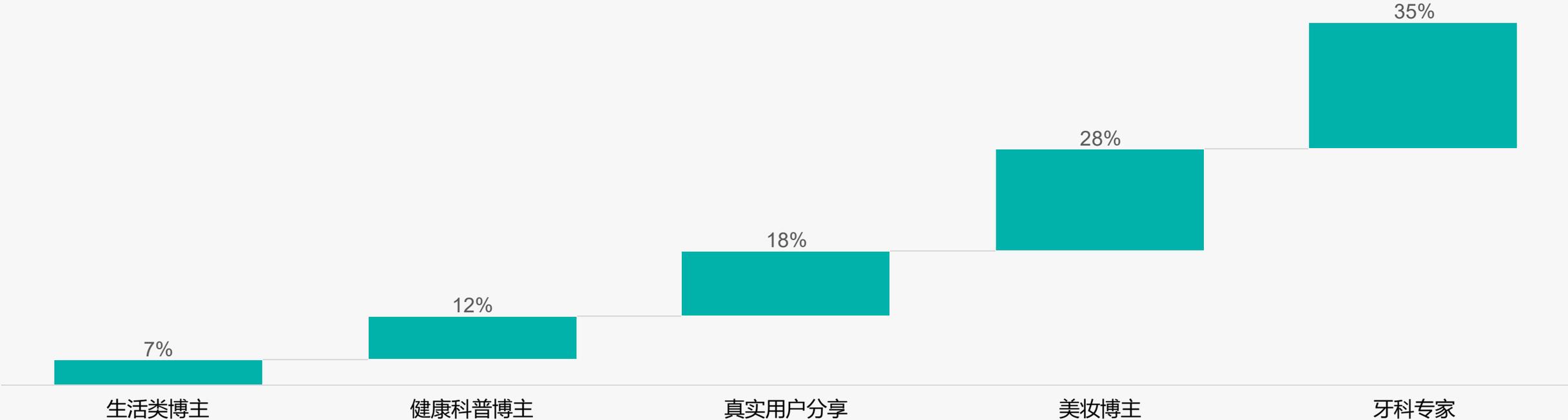
2025年中国牙贴
美白社交内容类
型分布

样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

牙贴美白消费者最信任专业博主

- ◆牙贴美白消费者最信任牙科专家（35%）和美妆博主（28%），专业性和美容导向是影响信任度的关键因素。
- ◆真实用户分享占18%，健康科普和生活类博主分别占12%和7%，专业内容比泛化内容更受青睐。

2025年中国牙贴美白社交博主信任类型分布

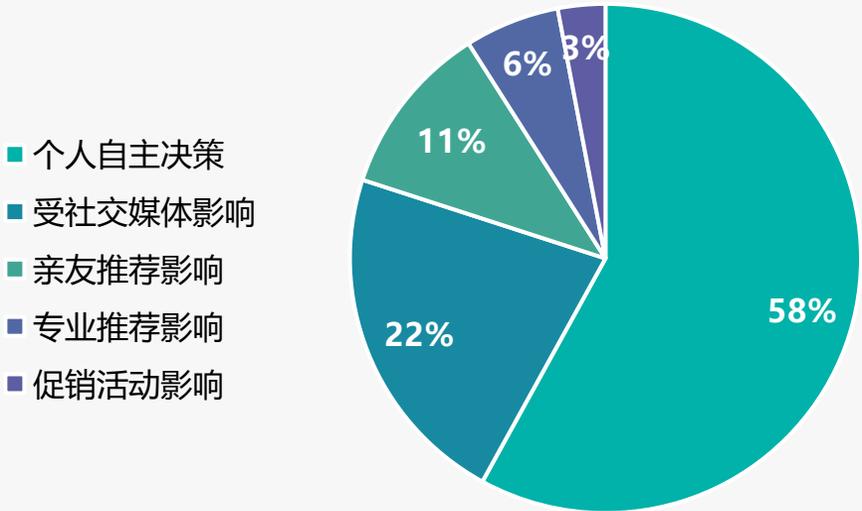


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

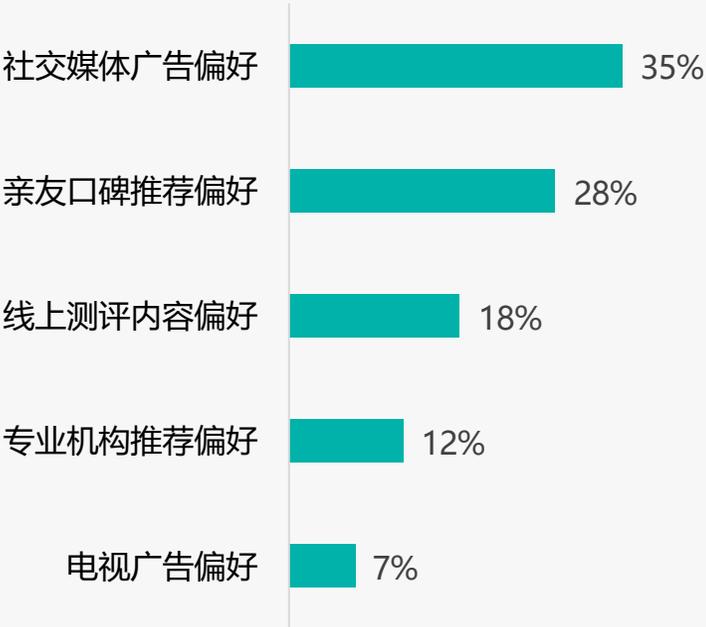
社交媒体主导 传统渠道式微

- ◆牙贴美白消费中，社交媒体广告偏好占比最高，达35%，亲友口碑推荐为28%，显示数字营销和社交信任是主要影响因素。
- ◆线上测评内容偏好为18%，而专业机构推荐和电视广告偏好分别仅占12%和7%，表明传统渠道影响力相对较弱。

2025年中国牙贴美白消费决策者类型分布



2025年中国牙贴美白家庭广告偏好分布

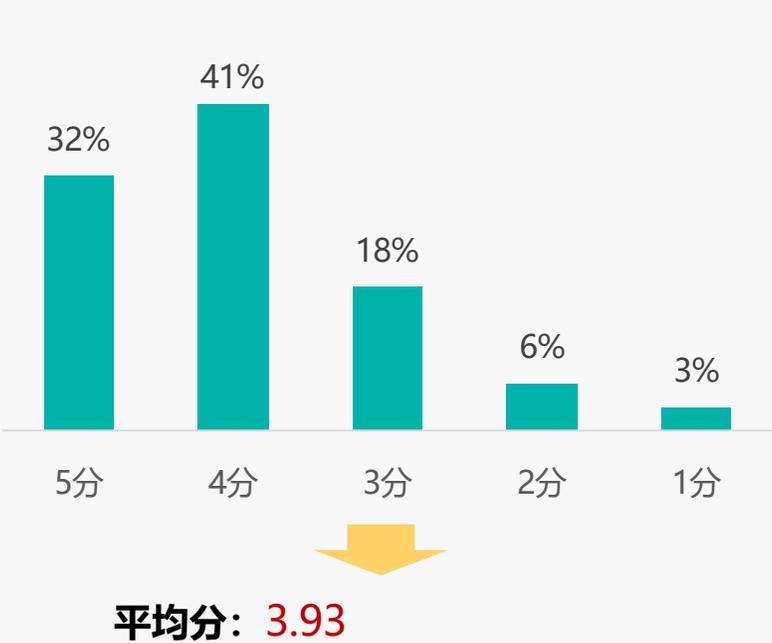


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

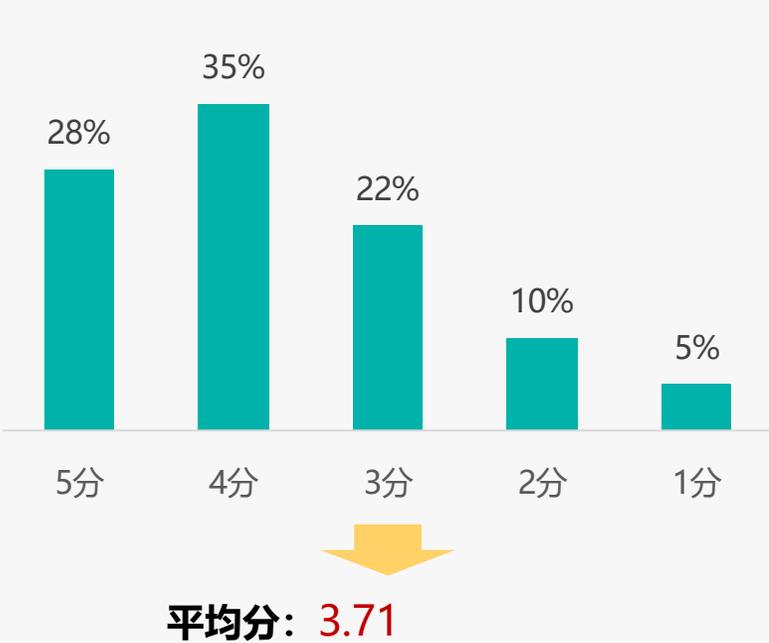
线上消费体验良好 退货环节需优化

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分占比合计73%，其中4分占比最高为41%，表明多数消费者体验良好但仍有提升空间。
- ◆退货体验满意度相对较低，5分和4分占比合计63%，且1分和2分占比合计15%，显示退货环节存在明显痛点需优化。

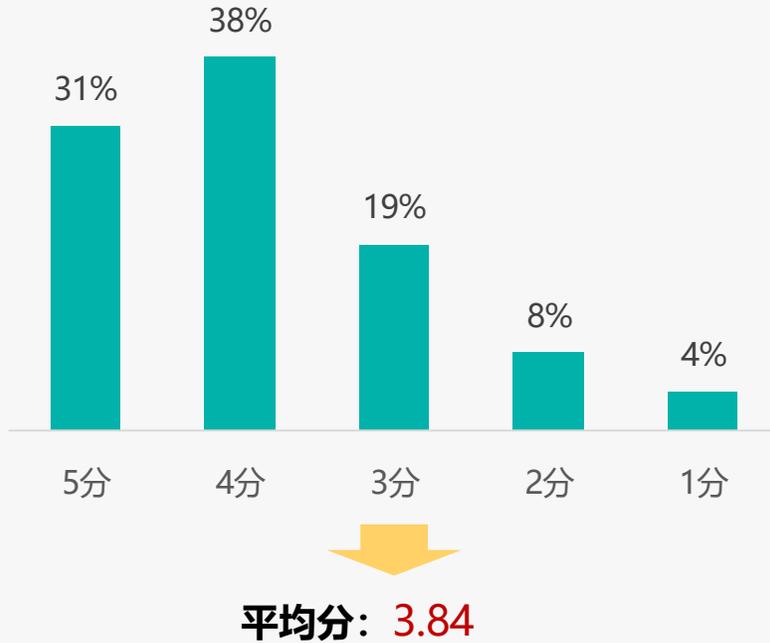
2025年中国牙贴美白线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国牙贴美白退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国牙贴美白线上客服满意度分布（满分5分）

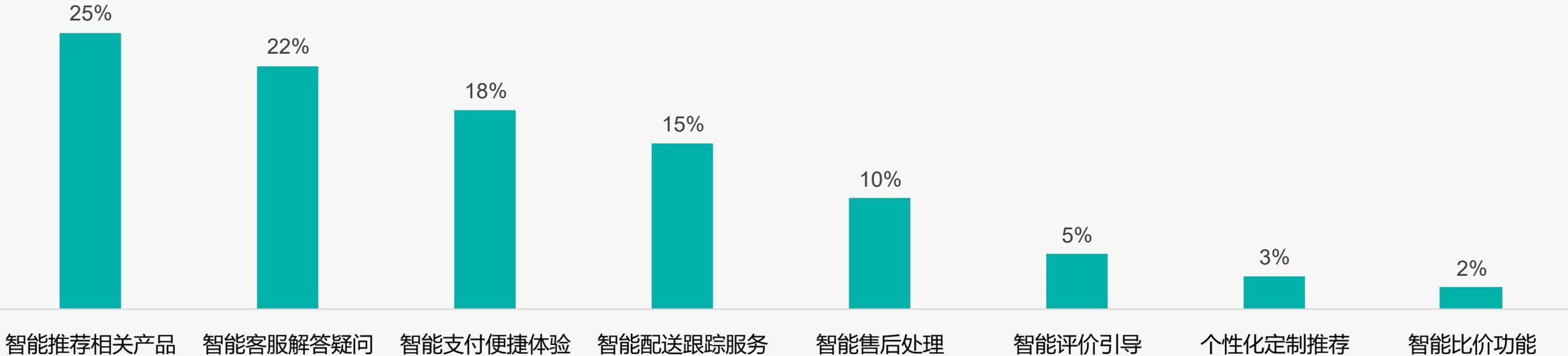


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

推荐客服主导智能体验

- ◆智能推荐相关产品占比25%，智能客服解答疑问占22%，显示消费者高度依赖产品推荐和即时答疑服务，是线上体验的核心环节。
- ◆智能支付便捷体验占18%，配送跟踪服务占15%，而售后、评价、定制和比价功能占比均低于10%，表明便捷性和透明度需求突出。

2025年中国牙贴美白线上智能服务体验分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1377，于2025年9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。

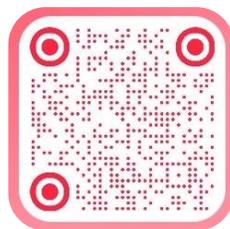
- ☎ 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- 💻 <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 🏢 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 🏢 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 🏢 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企业公众号



企业抖音号



企业小红书号

法律声明

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