

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年一~三季度左旋肉碱市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 L-Carnitine 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：年轻女性主导左旋肉碱消费决策



女性消费者占比58%，26-35岁人群占41%，是核心消费群体。



个人自主决策占比68%，远高于健身教练推荐的17%。



新一线城市占比31%，中高收入群体是主要消费力量。

## 启示

### ✓ 精准定位年轻女性群体

营销策略应聚焦26-35岁女性，通过个性化内容增强品牌吸引力，满足其独立决策偏好。

### ✓ 强化产品教育和品牌建设

加强产品功能教育，减少对第三方推荐的依赖，提升消费者自主选择信心。

## 核心发现2：线上渠道主导信息获取和购买行为



社交媒体和电商平台推荐合计占46%，是主要信息来源。



线上电商平台购买占比79%，淘宝天猫和京东占主导地位。



微信朋友圈分享占比38%，用户偏好熟人圈层传播信息。

### 启示

#### ✓ 加大线上渠道投入

重点布局淘宝、京东等主流电商平台，优化购买流程，提升线上销售转化率。

#### ✓ 利用社交平台口碑传播

鼓励用户在微信朋友圈等社交平台分享真实体验，增强品牌信任和影响力。

# 核心发现3： 减肥和运动需求驱动产品消费



减肥效果和增强运动表现是主要吸引因素，分别占31%和24%。



消费场景以健身前补充为主，占28%，与运动节律紧密相关。



夏季消费占比最高达34%，与减肥需求季节性增加有关。

## 启示

✓ **突出产品功能宣传**

营销内容应强调减肥和运动性能，通过实证数据增强产品说服力。

✓ **优化季节性营销策略**

针对夏季高需求期加大促销力度，结合健身场景推出相关活动。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性减肥运动需求，强化品牌信任



## 1、产品端

- ✓ 开发纯左旋肉碱和复合营养产品
- ✓ 优化中规格瓶装和便捷包装设计



## 2、营销端

- ✓ 利用社交媒体和电商平台精准推广
- ✓ 强化真实用户分享和专业测评内容



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程和客服响应效率
- ✓ 增强智能推荐和个性化营养服务

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** 左旋肉碱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左旋肉碱品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对左旋肉碱的购买行为;
- 左旋肉碱市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

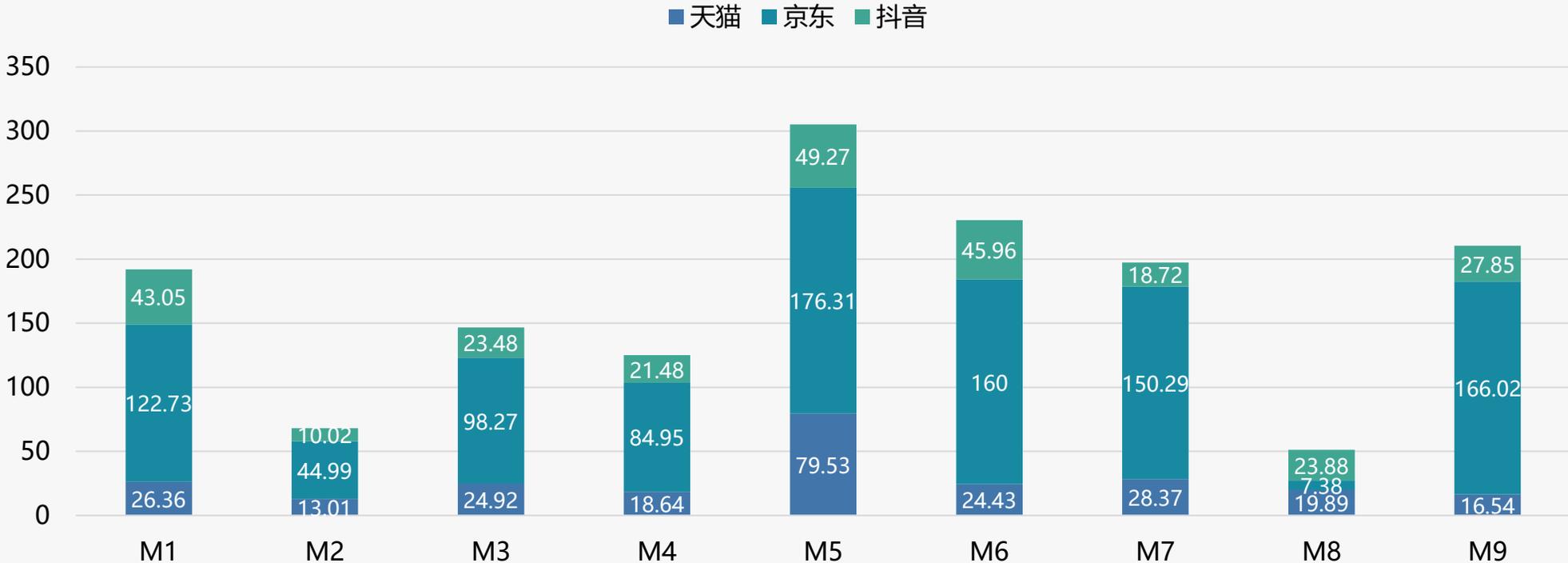
Research Method

- **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, 计算左旋肉碱品类销售额、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、不同平台左旋肉碱品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 京东主导左旋肉碱销售 抖音增长潜力显著

- ◆从平台销售规模看，京东以累计约9.6亿元销售额占据主导地位，天猫约2.8亿元次之，抖音约2.7亿元。京东在M5、M9等月份表现突出，显示其作为左旋肉碱主要销售渠道的稳定性；天猫和抖音销售额波动较大，需关注其促销活动对销量的影响。
- ◆月度销售趋势分析显示，M5为销售峰值（约3.1亿元），M2为谷值（约0.7亿元），呈现明显季节性波动。M5高销售额可能与夏季健身需求增长相关，建议企业提前备货并优化库存周转率以应对需求变化。平台销售占比动态显示，京东份额稳定在60%-70%，天猫和抖音占比波动较大。抖音在M8占比显著提升至约25%，反映其作为新兴渠道的增长潜力。建议品牌方平衡渠道投入，优化ROI，并关注抖音等平台的用户转化率提升。

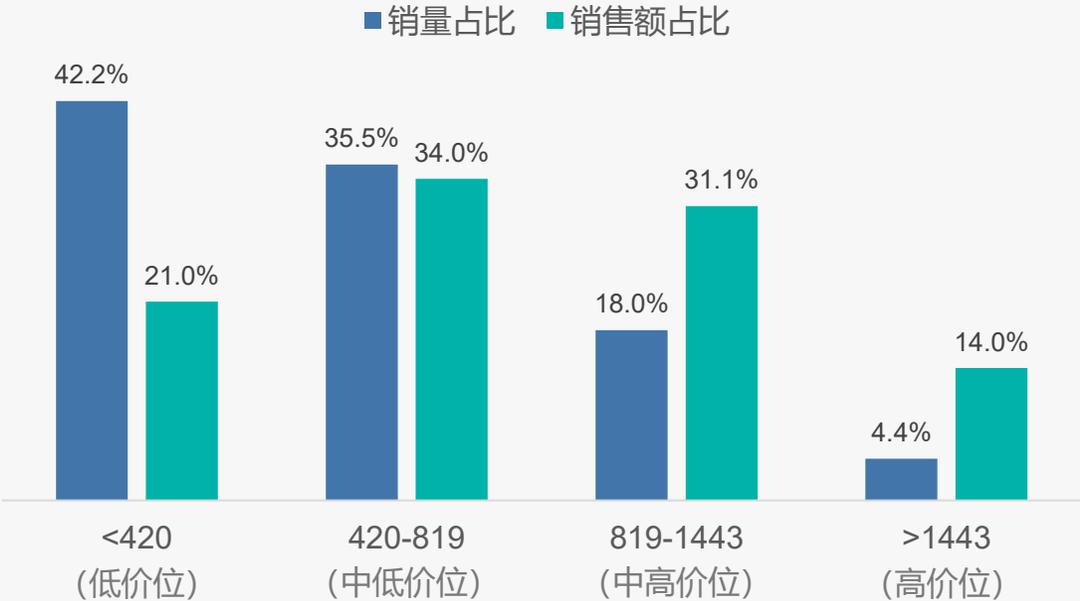
2025年一~三季度左旋肉碱品类线上销售规模（百万元）



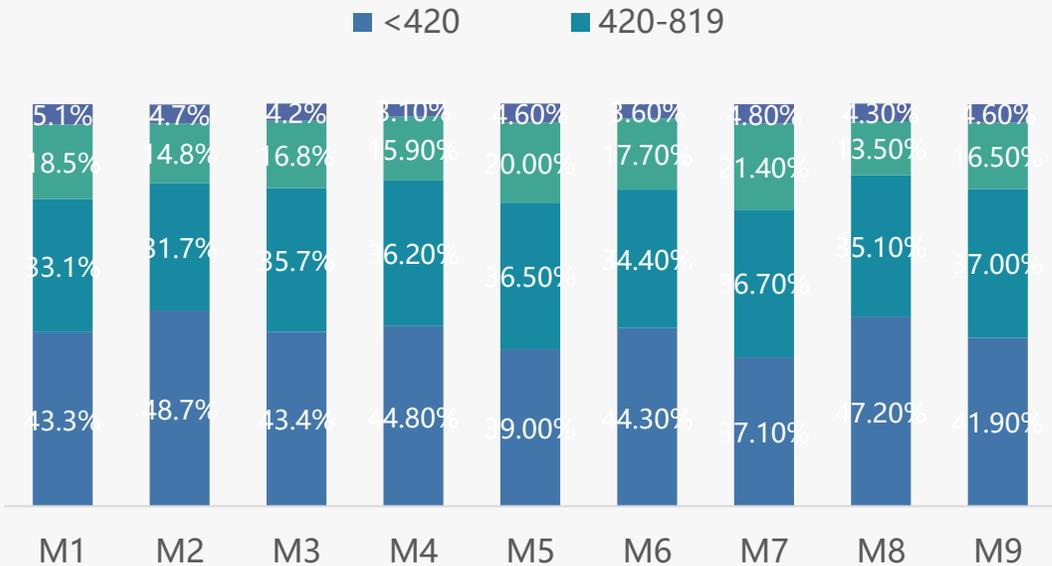
# 左旋肉碱市场低价主导高销低收

- ◆从价格区间结构看，低价位 (<420元) 销量占比42.2%但销售额仅占21.0%，呈现销量驱动但利润贡献不足；中高价位 (420-1443元) 销量占比53.5%却贡献65.1%销售额，显示产品溢价能力较强，建议优化产品组合以提升整体ROI。月度销量分布显示低价位波动显著 (M2-M7)，反映促销敏感度高；中价位 (420-819元) 稳定在31.7%-37.0%，高价位 (>1443元) 持续低于5%，表明市场对价格敏感，需加强品牌价值传递以突破价格天花板。
- ◆销售额与销量占比错配分析：低价位销量占比超四成但销售额不足四分之一，周转率可能偏高但毛利受限；819-1443元区间以18.0%销量贡献31.1%销售额，单位产品价值突出，应作为重点拓展区间以平衡规模与效益。

2025年一~三季度左旋肉碱线上不同价格区间销售趋势



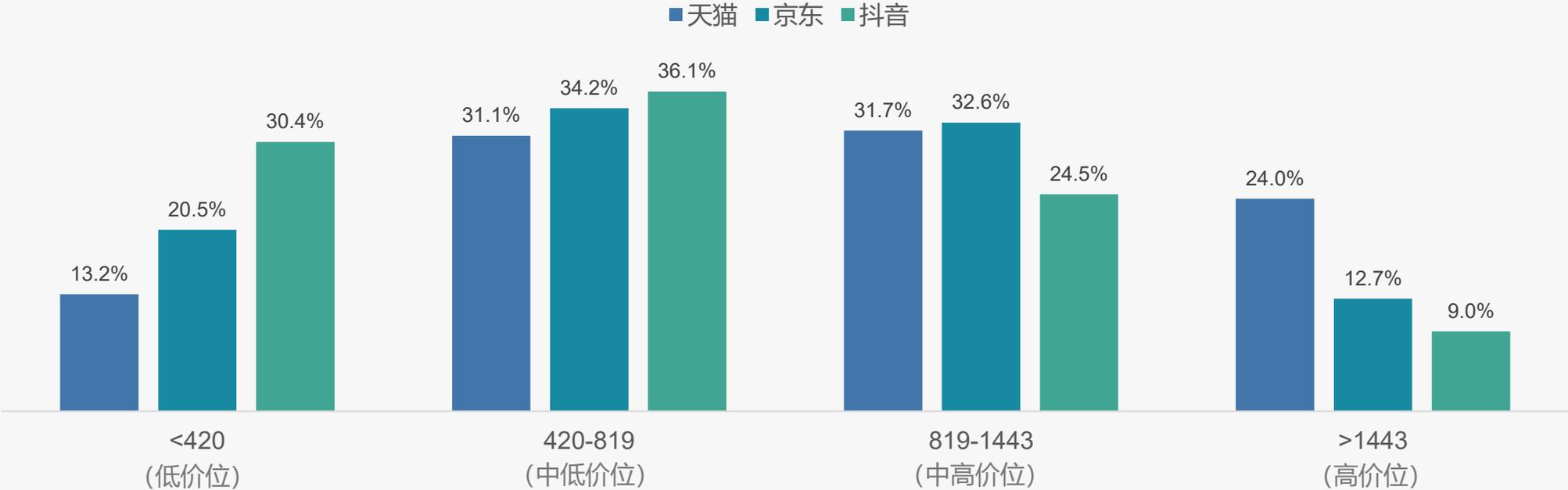
左旋肉碱线上价格区间-销量分布



# 左旋肉碱中端主导 天猫高端领先

- ◆从价格区间分布看，天猫和京东在819-1443元中高端市场占比最高（31.7%和32.6%），显示品牌溢价能力较强；抖音则以420元以下低价市场为主（30.4%），反映其用户价格敏感度高，平台定位差异显著。
- ◆对比平台高端市场渗透率，天猫>1443元区间占比24.0%显著高于京东（12.7%）和抖音（9.0%），说明天猫用户购买力更强，品牌可优先在天猫布局高毛利产品以优化ROI，而抖音需加强用户教育提升客单价。

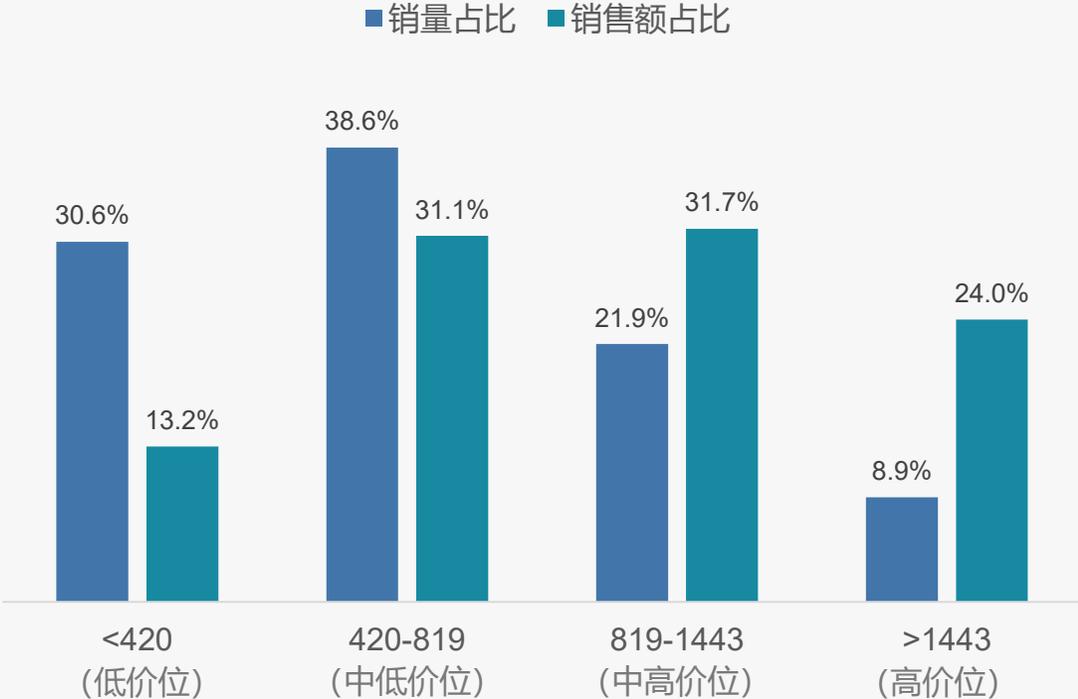
2025年一~三季度各平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



# 左旋肉碱高端市场流失需优化产品组合

- ◆从价格区间销售趋势看，420-819元和819-1443元区间贡献了62.8%的销售额，是核心盈利区间，而<420元区间销量占比30.6%但销售额仅13.2%，显示低价产品周转率高但ROI低，需优化产品组合提升整体毛利率。
- ◆销售额与销量占比不匹配分析：819-1443元区间以21.9%销量贡献31.7%销售额，单位价值最高；而>1443元区间销量占比8.9%但销售额占24.0%，显示高端产品溢价能力强，建议加强该区间营销以提升整体营收。

2025年一~三季度天猫平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



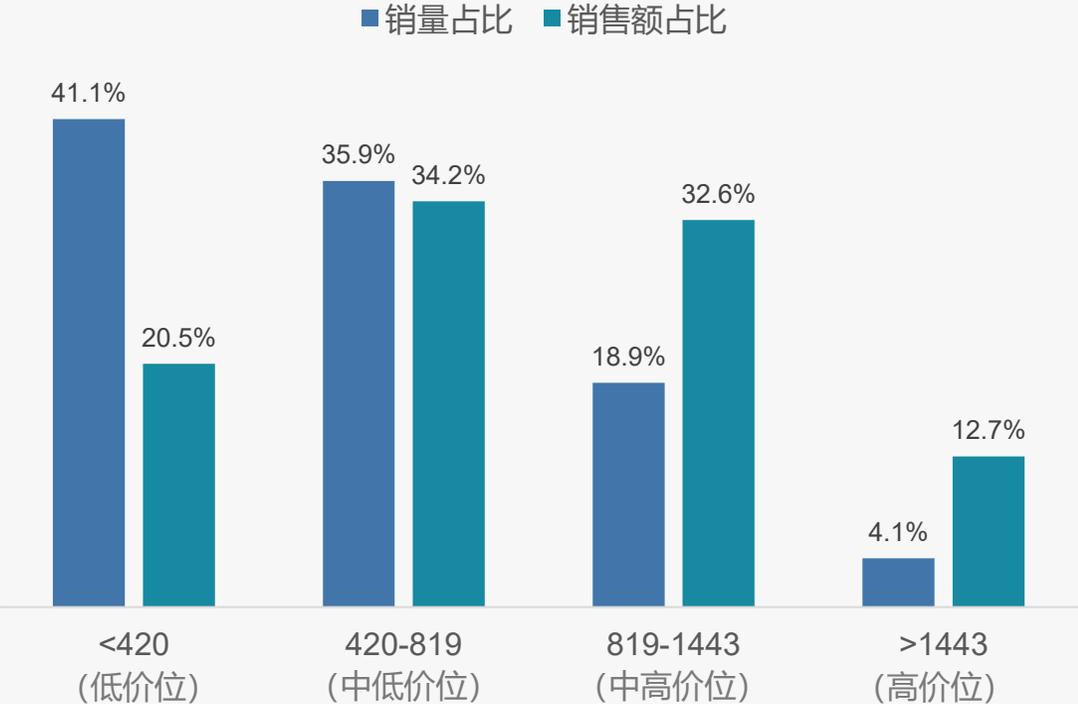
天猫平台左旋肉碱价格区间-销量分布



# 低价促销驱动销量 高价产品主导收入

- ◆从价格区间销量分布看，低价位段 (<420元) 在M2和M8销量占比高达50.9%和50.8%，显示促销活动显著拉动销量，但中高价位段 (420-1443元) 在M7销量占比达61.2%，表明消费者在夏季更偏好品质产品，需优化库存周转率以应对季节性波动。
- ◆销售额占比分析显示，420-1443元区间贡献66.8%的销售额，而<420元区间仅占20.5%，说明高单价产品驱动收入增长，但ROI需关注，因低价产品销量大但利润贡献低，建议调整产品组合提升整体盈利能力。

2025年一~三季度京东平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



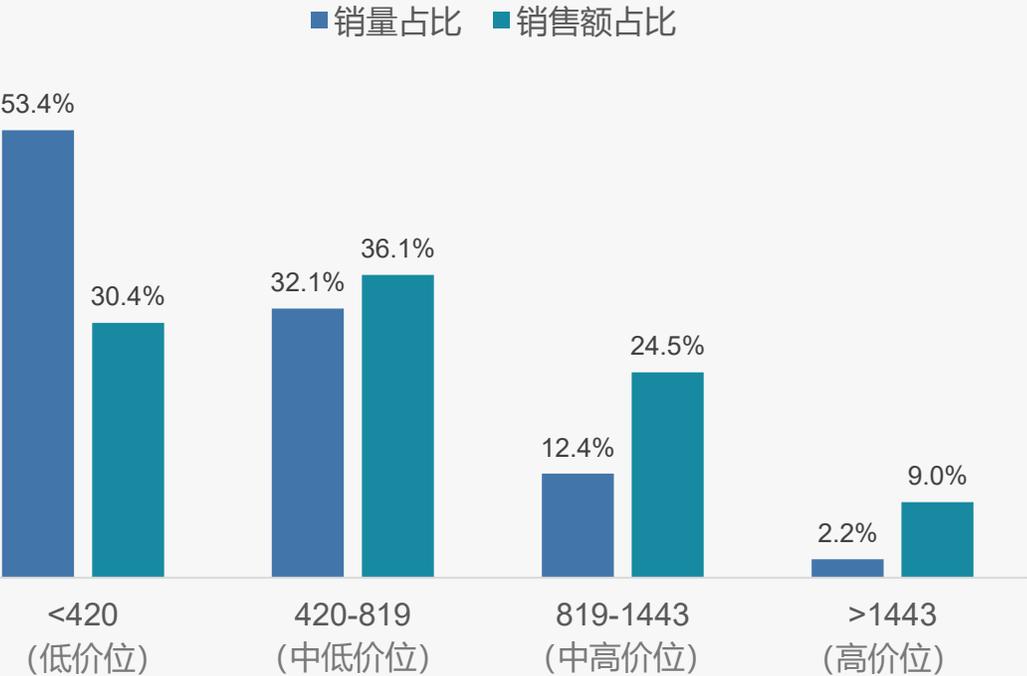
京东平台左旋肉碱价格区间-销量分布



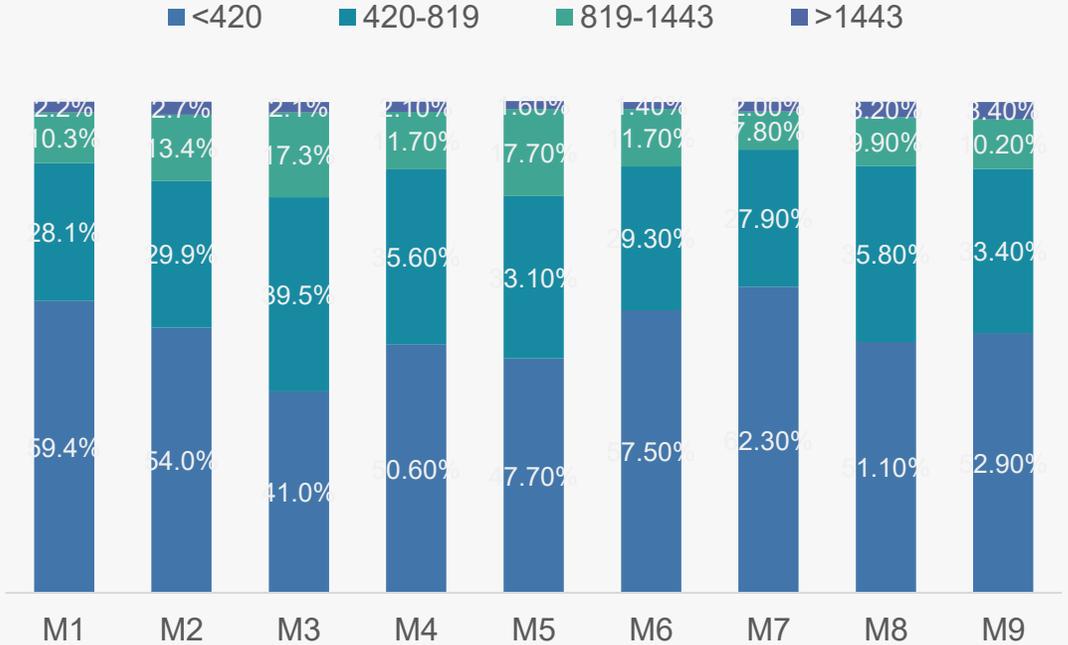
# 左旋肉碱抖音中高端产品驱动增长

- ◆从价格区间销售趋势看，低价位 (<420元) 产品销量占比53.4%但销售额占比仅30.4%，呈现高销量低贡献特征；中高价位 (420-1443元) 销量占比44.5%却贡献60.6%销售额，显示该区间为利润核心区。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以改善整体ROI。
- ◆月度销量分布显示价格结构波动明显：M3低价占比骤降至41.0%，中价位升至39.5%，反映季度促销策略调整；M7低价占比反弹至62.3%，可能受暑期价格战影响。需关注价格弹性，避免过度依赖低价策略导致毛利率下滑。

2025年一~三季度抖音平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



抖音平台左旋肉碱价格区间-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** 左旋肉碱消费行为、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年内购买过左旋肉碱的消费者;
- 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

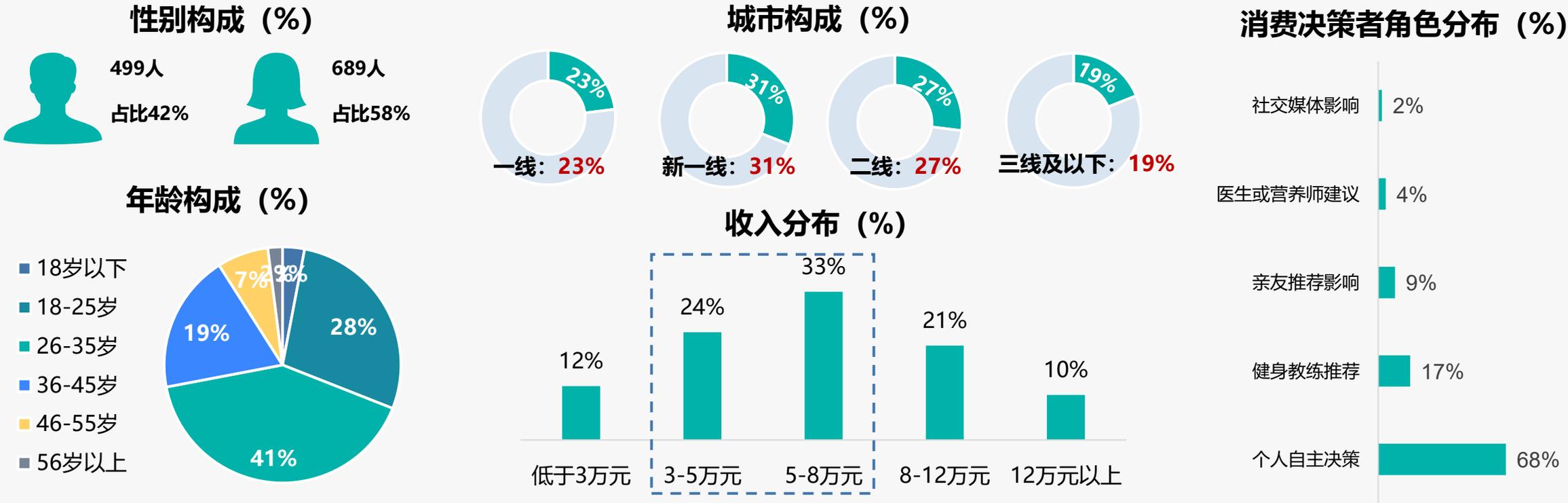
Research Method

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=1188

# 女性年轻消费者主导自主决策

- ◆调查显示女性消费者占58%，26-35岁人群占41%，新一线城市占31%，5-8万元收入群体占33%，表明年轻女性和中高收入者是消费主力。
- ◆消费决策中个人自主决策占比68%，远高于健身教练推荐的17%，说明消费者偏好独立选择，营销应注重产品教育和品牌建设。

## 2025年中国左旋肉碱消费者画像

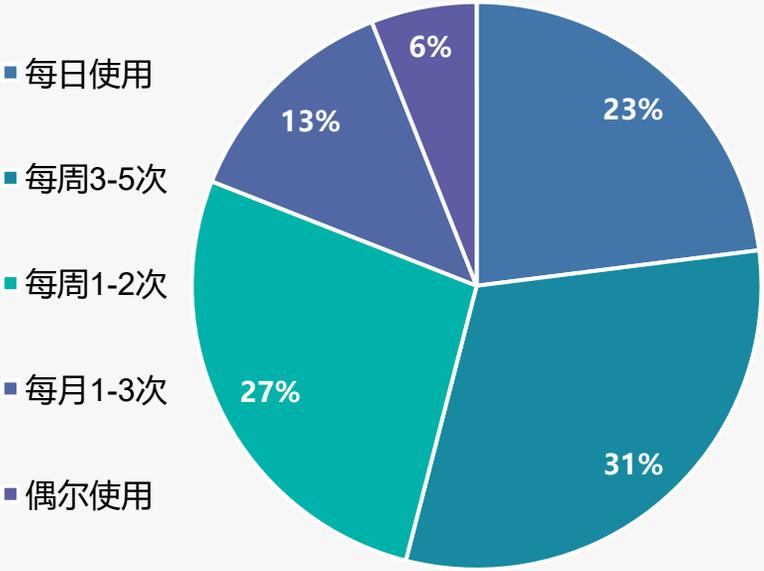


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

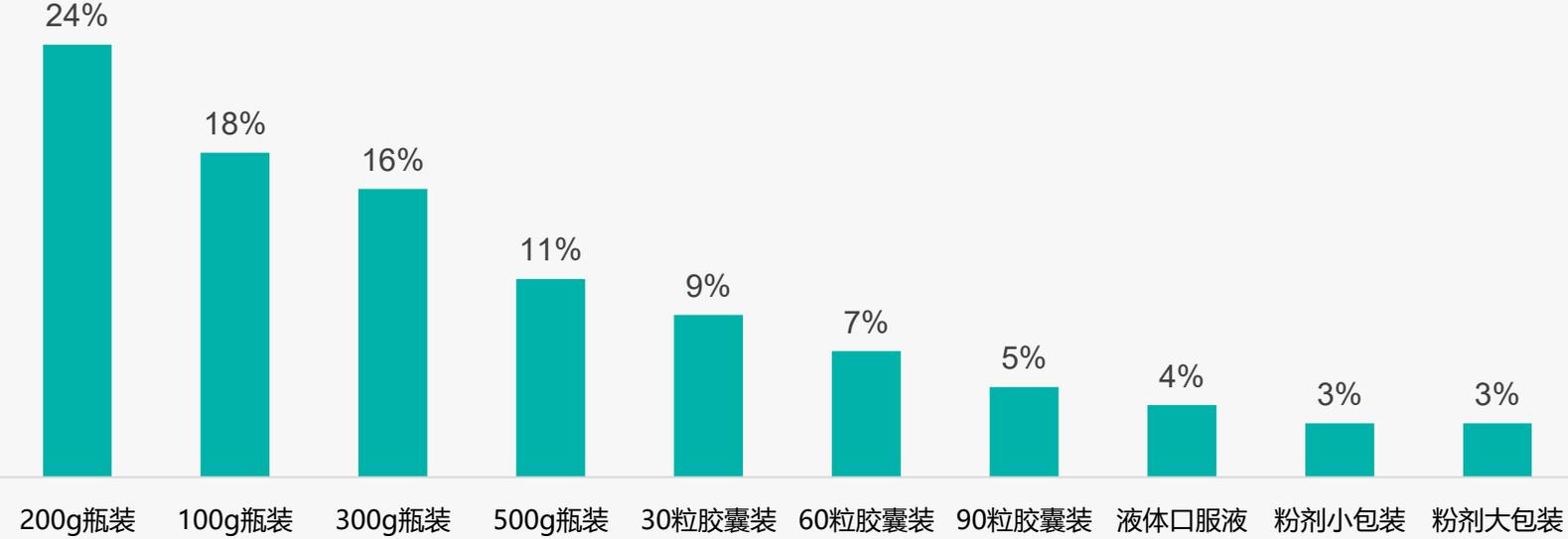
# 左旋肉碱消费规律 中等规格主流

- ◆左旋肉碱消费者使用频率较高，每周3-5次占比31%，每周1-2次占27%，每日使用占23%，显示规律性消费特征。
- ◆产品规格中200g瓶装最受欢迎，占24%，100g瓶装占18%，300g瓶装占16%，表明中等规格瓶装是主流选择。

## 2025年中国左旋肉碱消费频率分布



## 2025年中国左旋肉碱消费产品规格分布

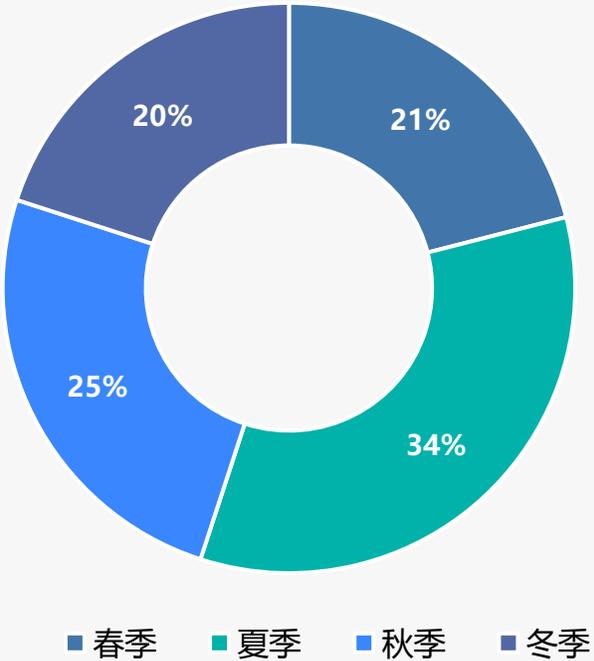


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

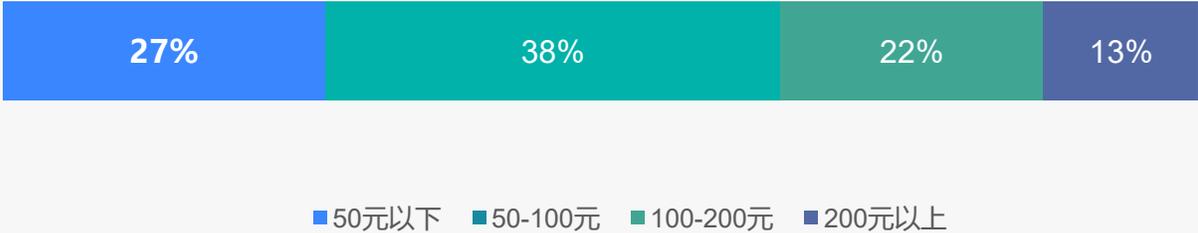
# 左旋肉碱夏季消费主导 中等支出包装便携

- ◆左旋肉碱消费以50-100元为主，占比38%；夏季消费占比最高，达34%，显示季节需求影响显著。包装偏好塑料瓶装，占比42%，突出便携性。
- ◆胶囊包装占比23%，反映服用便利需求；支出分布中50元以下占比27%，200元以上仅13%，体现中等价位主导市场。

## 2025年中国左旋肉碱消费行为季节分布



## 2025年中国左旋肉碱单次消费支出分布



## 2025年中国左旋肉碱消费品包装类型分布

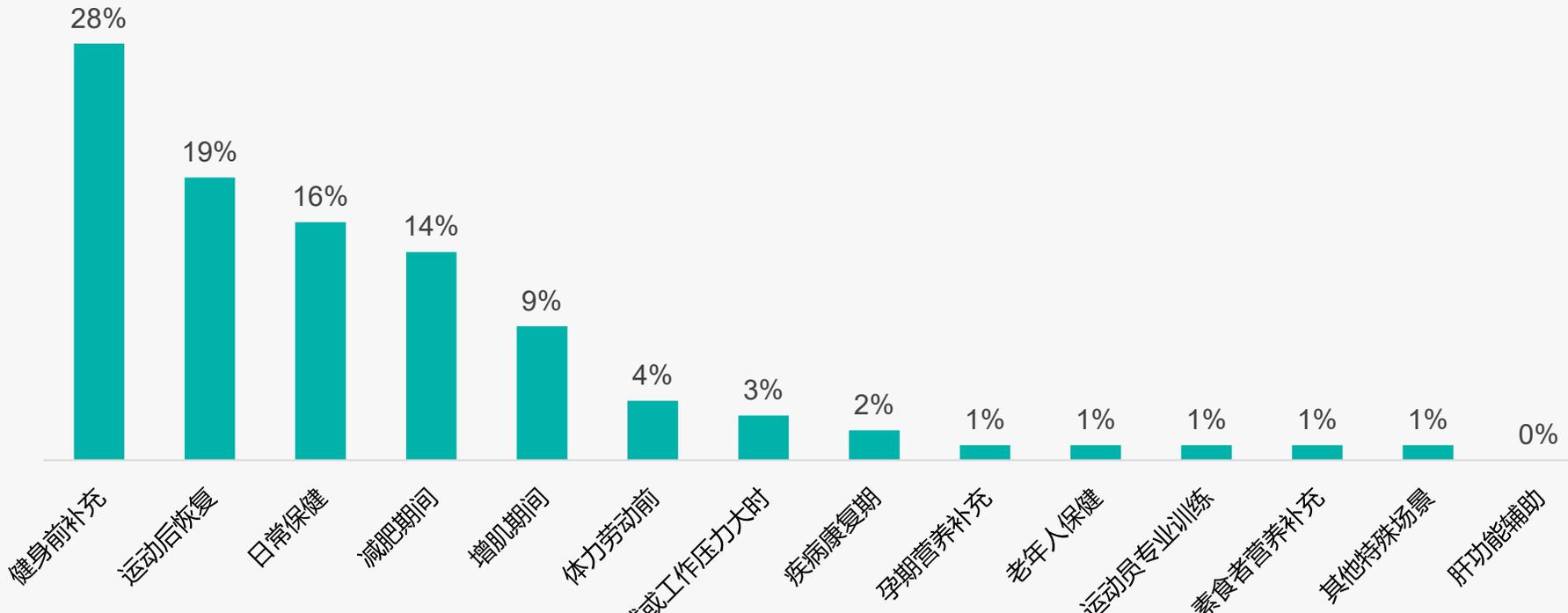


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

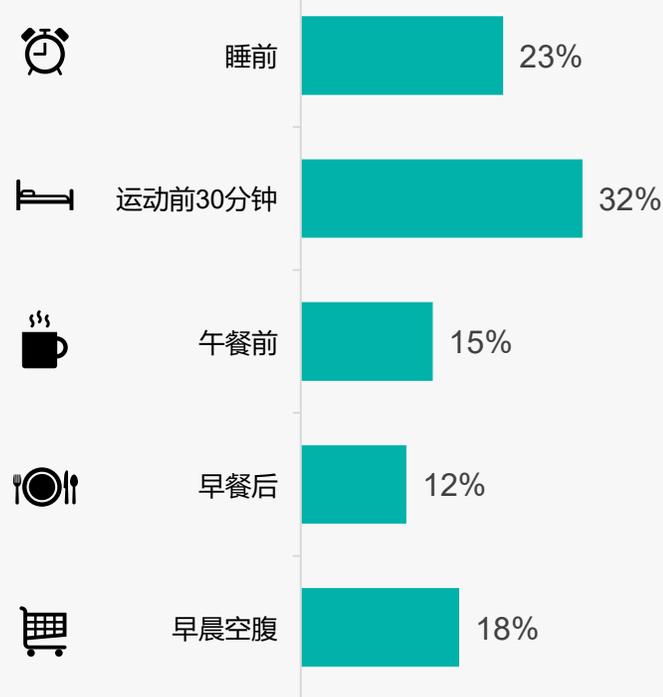
# 左旋肉碱消费 健身场景主导 运动时段集中

- ◆左旋肉碱消费场景以健身前补充28%为主，运动后恢复19%和日常保健16%次之，减肥期间14%，显示健身健康是核心需求。
- ◆消费时段运动前30分钟占比最高32%，早晨空腹18%和睡前23%突出，表明消费与运动和生活节律紧密相关。

## 2025年中国左旋肉碱消费场景分布



## 2025年中国左旋肉碱消费时段分布

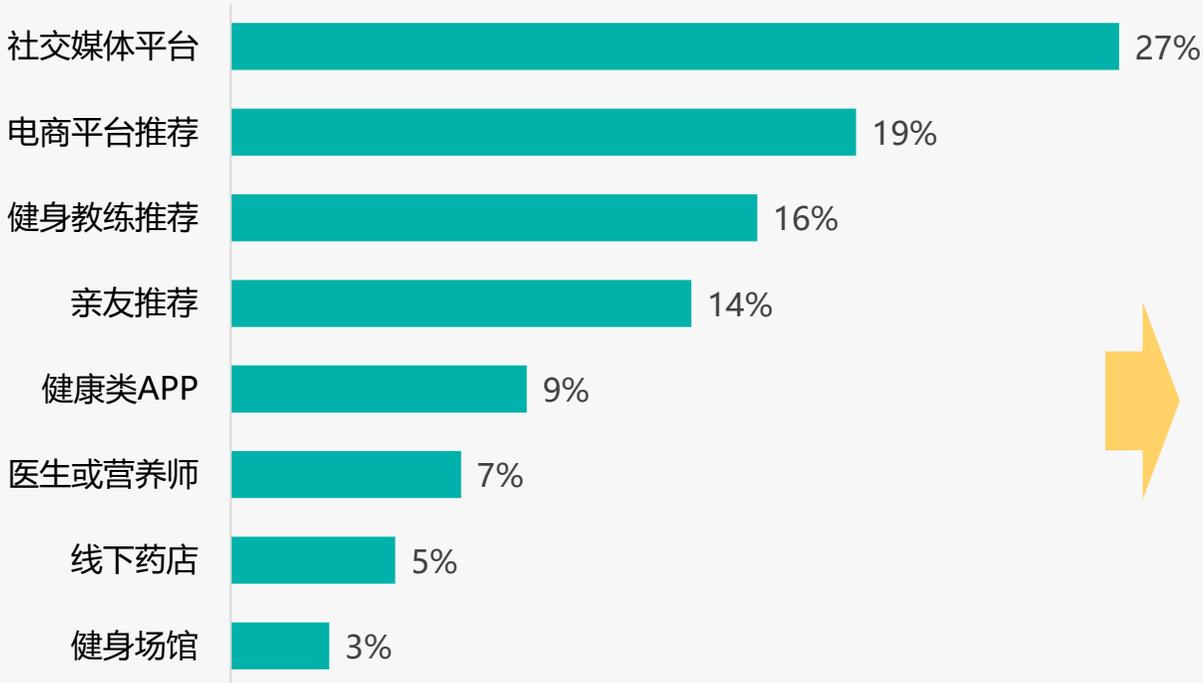


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1186，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

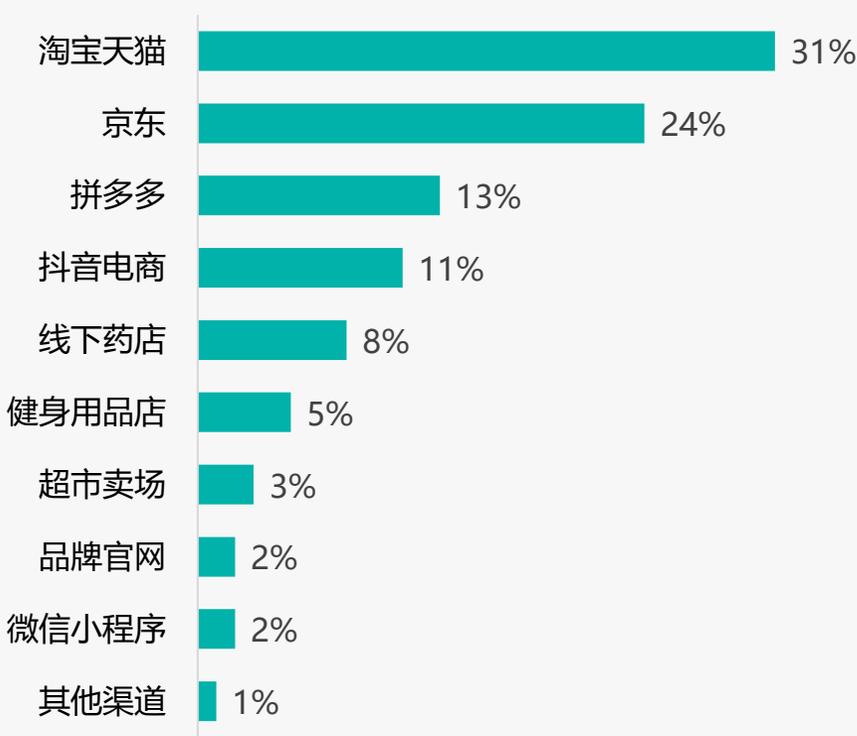
# 线上渠道主导左旋肉碱消费行为

- ◆消费者主要通过社交媒体平台（27%）和电商平台推荐（19%）了解左旋肉碱，线上渠道合计占比46%，成为主要信息获取来源。
- ◆购买渠道中，淘宝天猫（31%）和京东（24%）占主导，线上电商平台合计占比79%，显示消费者高度偏好线上购买。

## 2025年中国左旋肉碱消费者了解产品渠道分布



## 2025年中国左旋肉碱消费者购买产品渠道分布

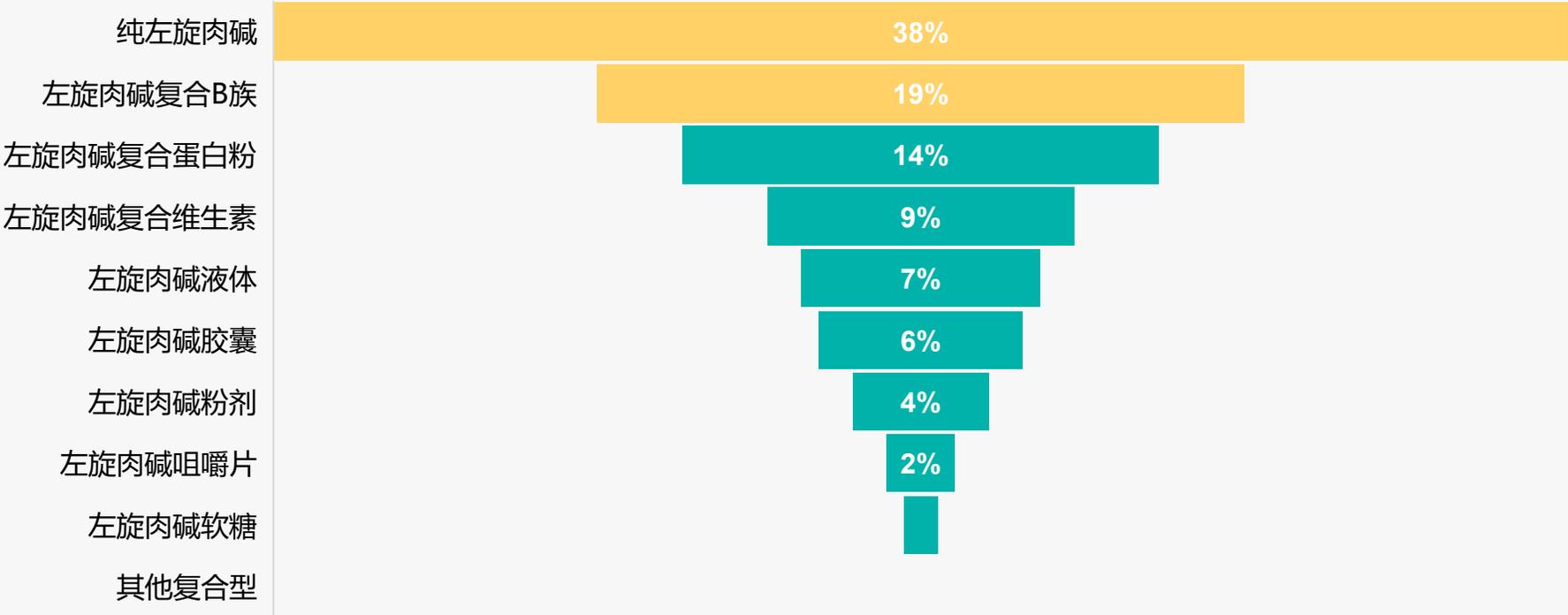


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 纯左旋肉碱主导市场 复合营养需求显现

- ◆纯左旋肉碱以38%的偏好率主导市场，左旋肉碱复合B族和复合蛋白粉分别以19%和14%位列其后，显示消费者对单一成分和复合营养的重视。
- ◆其他形式如液体、胶囊偏好率较低，咀嚼片和软糖仅2%和1%，其他复合型为0%，表明市场接受度集中在基础功能和协同营养产品。

## 2025年中国左旋肉碱消费产品偏好类型分布

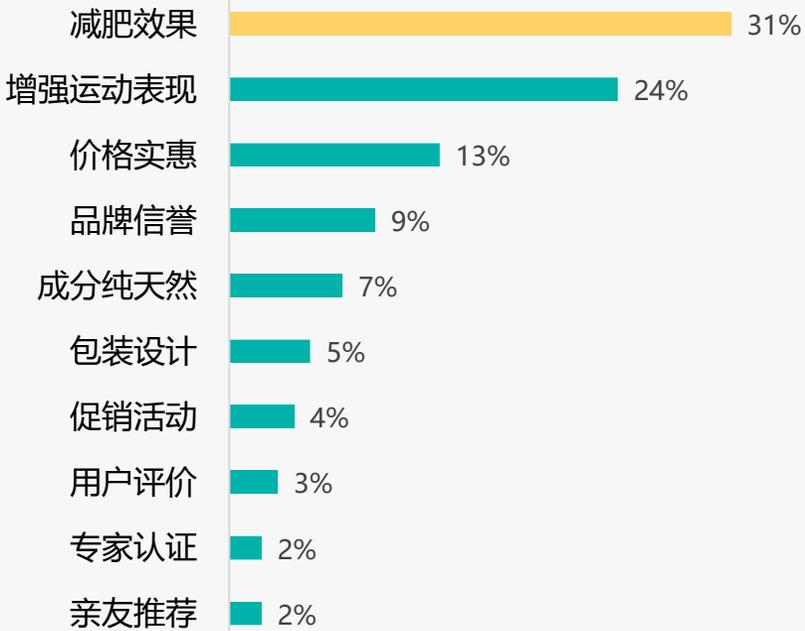


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 减肥运动需求主导左旋肉碱消费

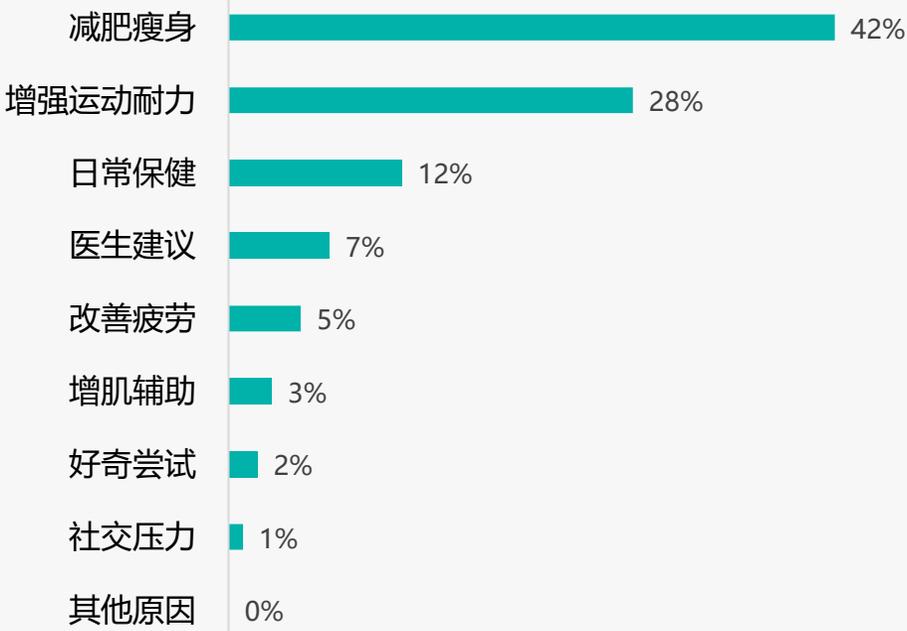
- ◆左旋肉碱消费中，减肥效果和增强运动表现是主要吸引因素，分别占31%和24%；消费原因中减肥瘦身和增强运动耐力占比最高，分别为42%和28%。
- ◆数据显示消费者行为高度功能导向，减肥和运动需求主导市场；价格、品牌和成分等因素在吸引阶段作用相对次要。

## 2025年中国左旋肉碱吸引消费关键因素分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

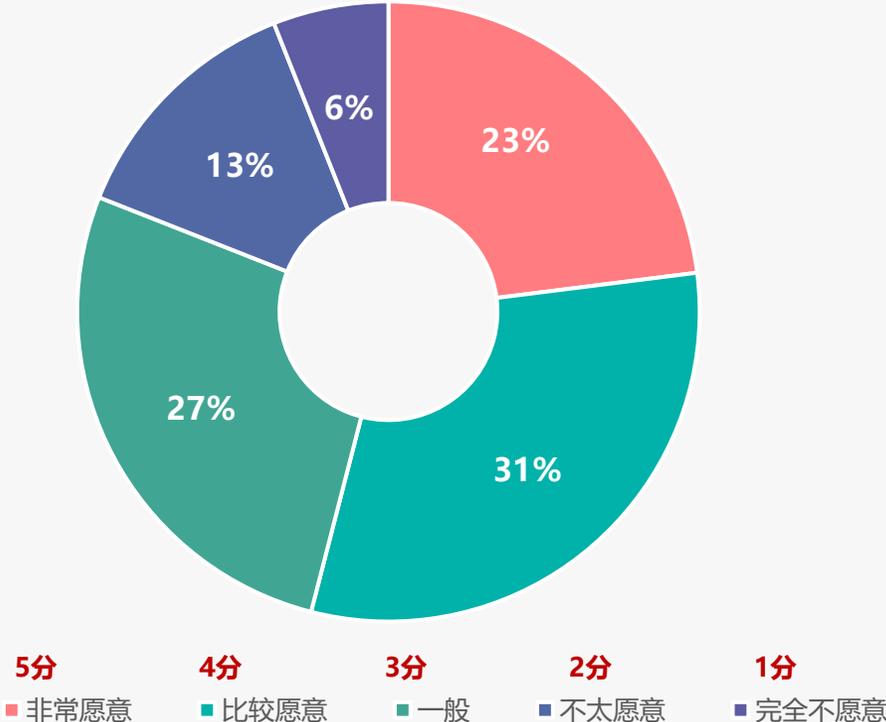
## 2025年中国左旋肉碱消费真正原因分布



# 左旋肉碱口碑分化 效果是关键

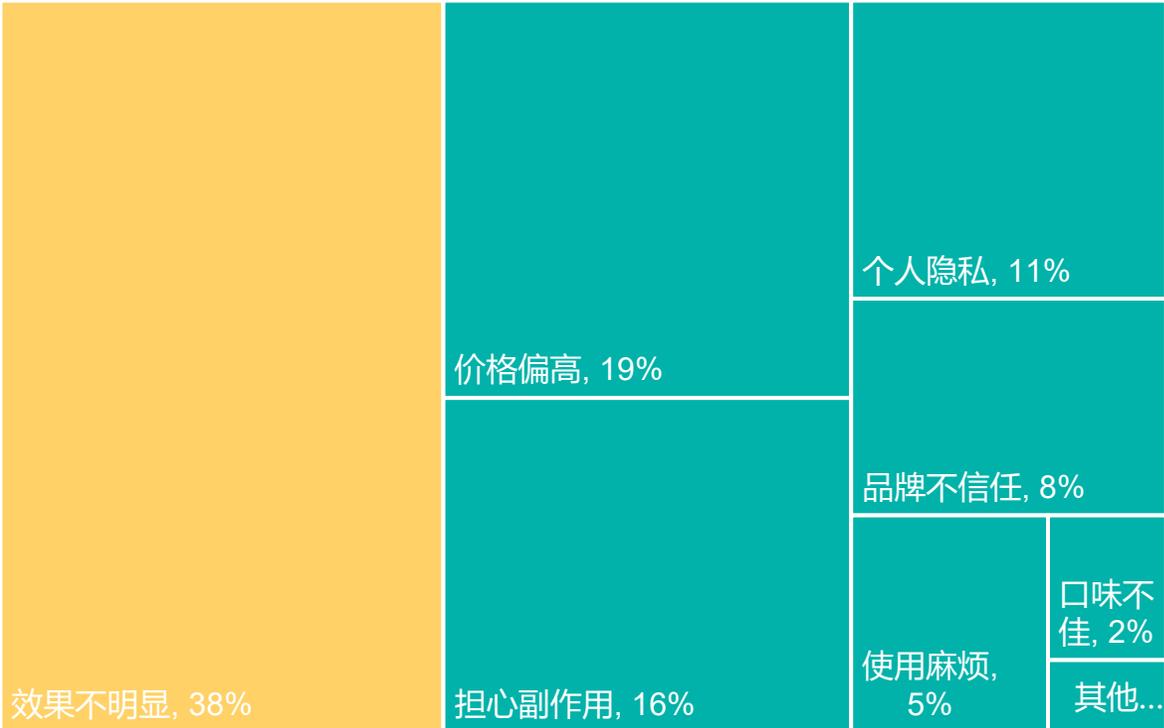
- ◆左旋肉碱消费者中，54%愿意推荐产品，但38%因效果不明显不愿推荐，显示产品效果是影响口碑的关键因素。
- ◆价格偏高占19%，担心副作用占16%，表明成本和安全顾虑需关注，以提升用户满意度和推荐意愿。

### 2025年中国左旋肉碱向他人推荐意愿分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

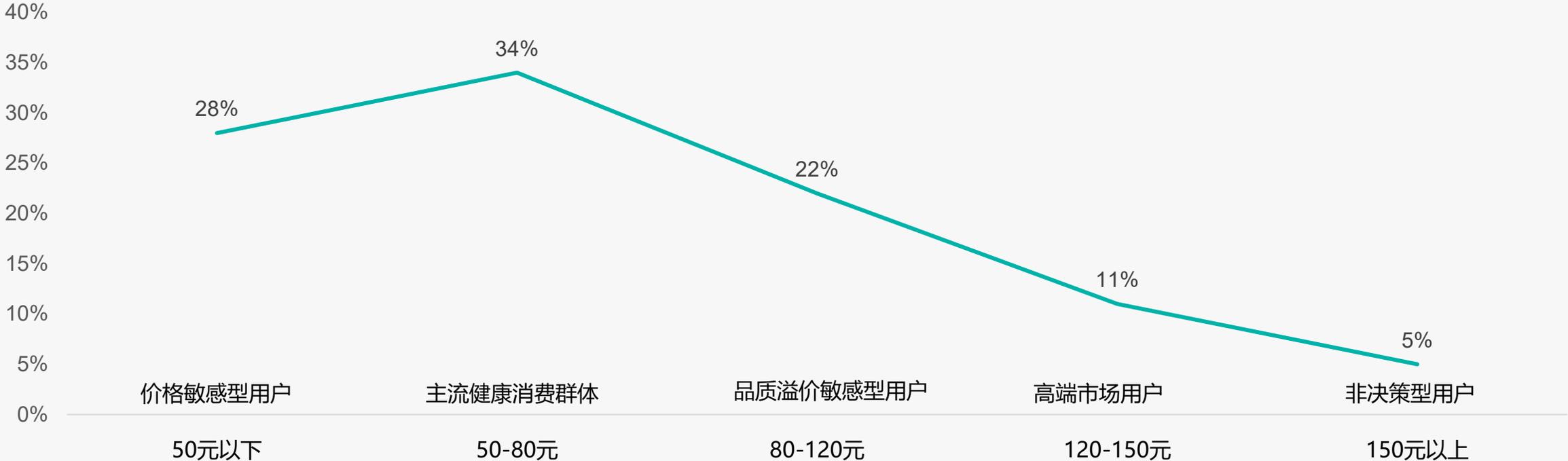
### 2025年中国左旋肉碱不愿向他人推荐原因分布



# 左旋肉碱价格接受度集中中低价

- ◆左旋肉碱消费调查显示，价格接受度集中在50-80元区间，占比34%，50元以下占比28%，表明消费者偏好中低价位产品。
- ◆高端价格接受度较低，120-150元占比11%，150元以上仅5%，反映市场对高价产品需求有限，企业应关注中低端市场。

## 2025年中国左旋肉碱占比最大规格价格接受度



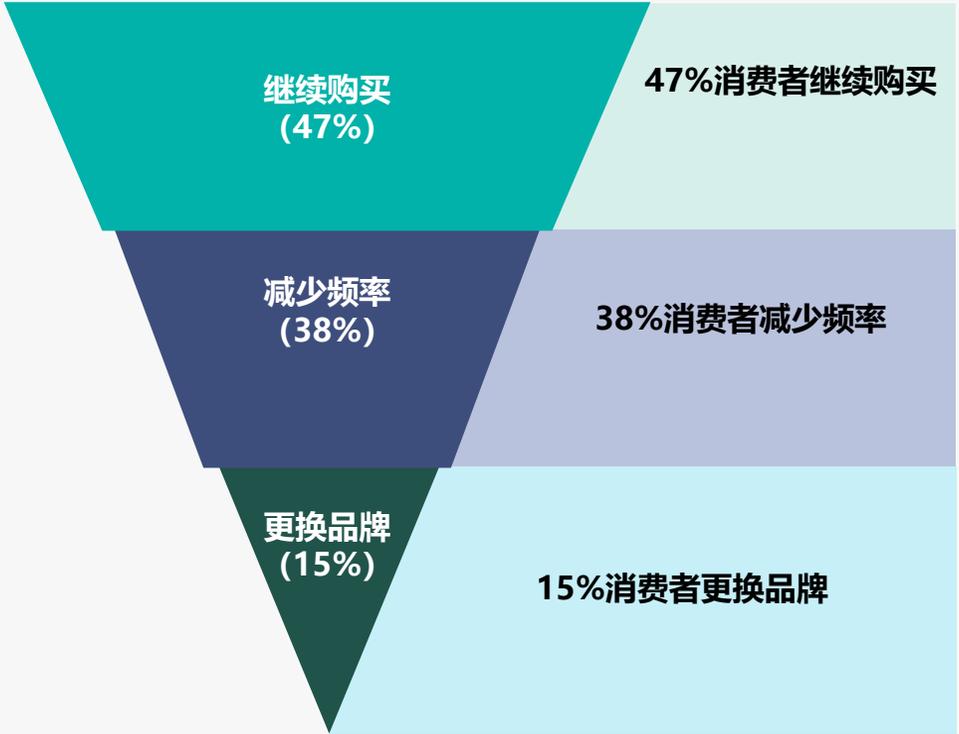
样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

注：以200g瓶装规格左旋肉碱为标准核定价格区间

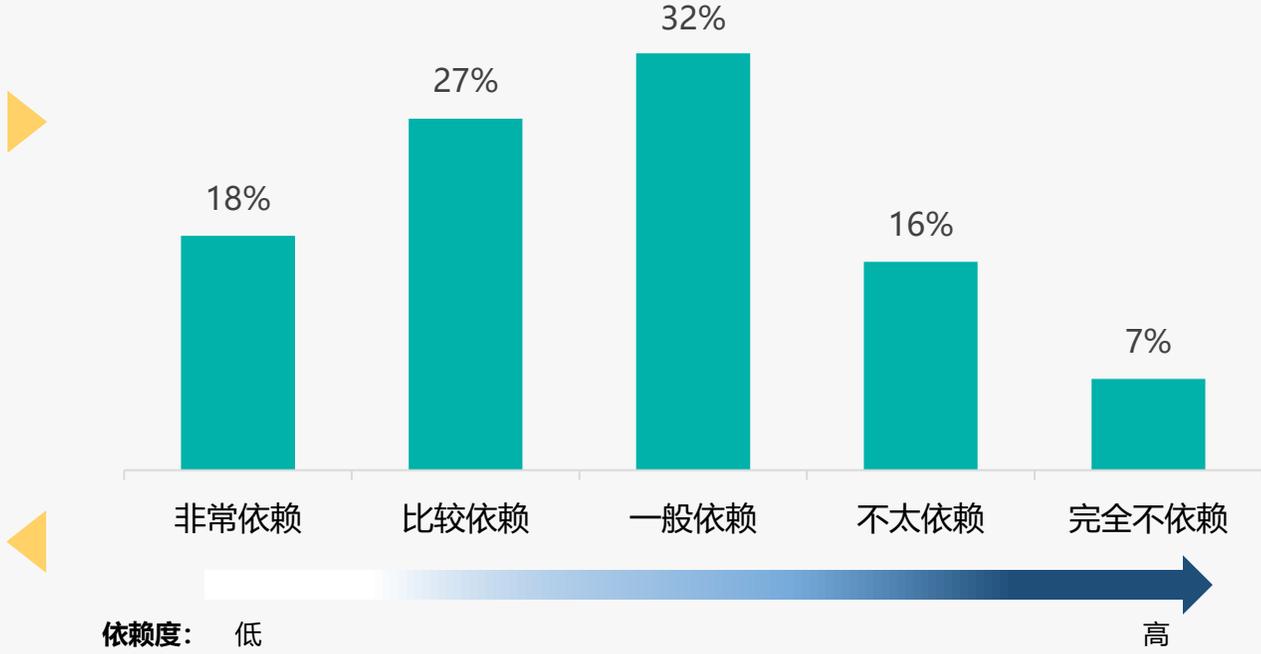
# 价格敏感度高 促销吸引力强

- ◆价格上涨10%时，47%消费者继续购买，38%减少频率，15%更换品牌，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度显著。
- ◆促销活动依赖度：32%一般依赖，45%非常或比较依赖，表明促销对近半数消费者有较强吸引力。

### 2025年中国左旋肉碱价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国左旋肉碱对促销活动依赖程度分布

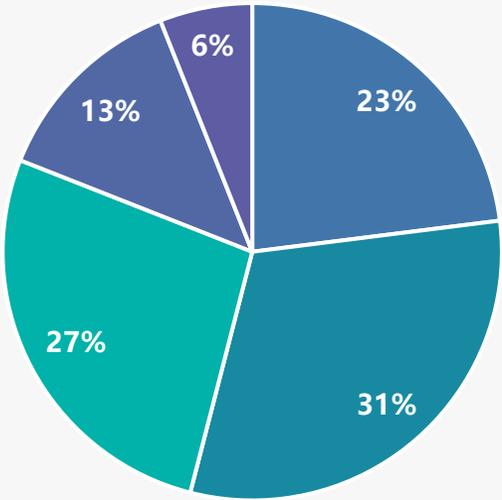


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 品牌忠诚度高 价格效果主因

- ◆左旋肉碱消费者品牌忠诚度高，90%以上复购率占23%，70-90%复购率占31%，显示多数用户对现有品牌满意并持续购买。
- ◆更换品牌主要受价格因素（34%）和效果不佳（28%）驱动，表明市场竞争焦点在性价比和产品功效上。

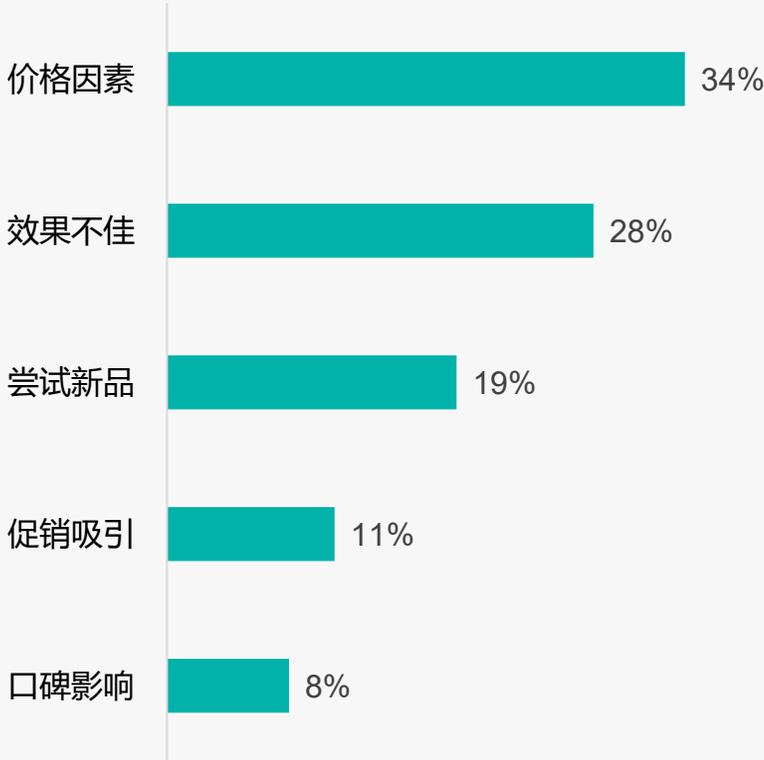
## 2025年中国左旋肉碱固定品牌复购率分布



- 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：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

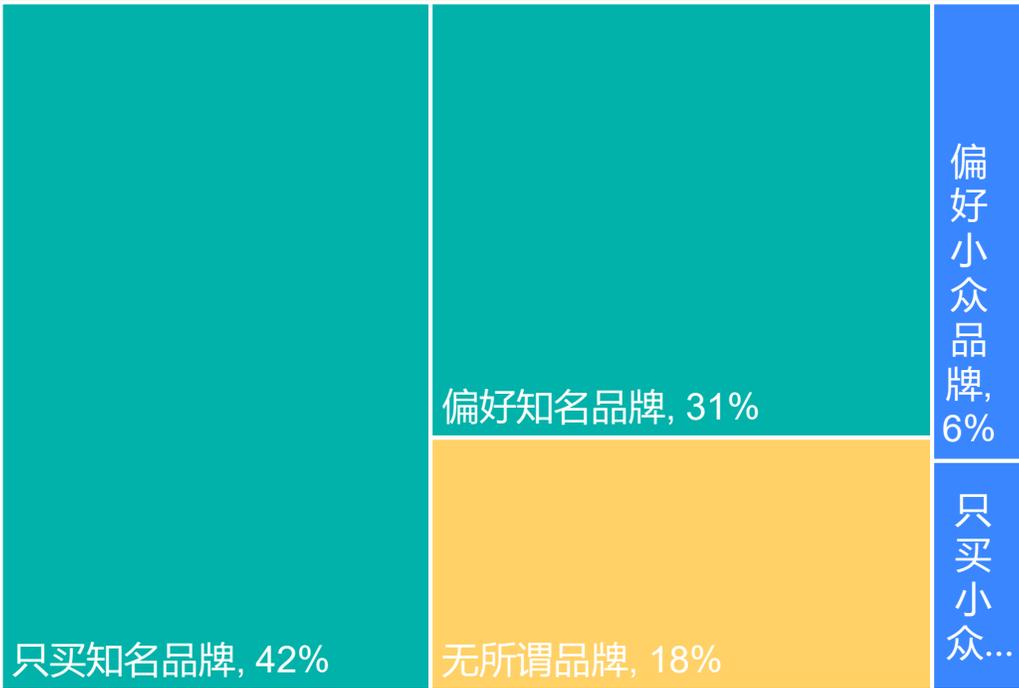
## 2025年中国左旋肉碱更换品牌原因分布



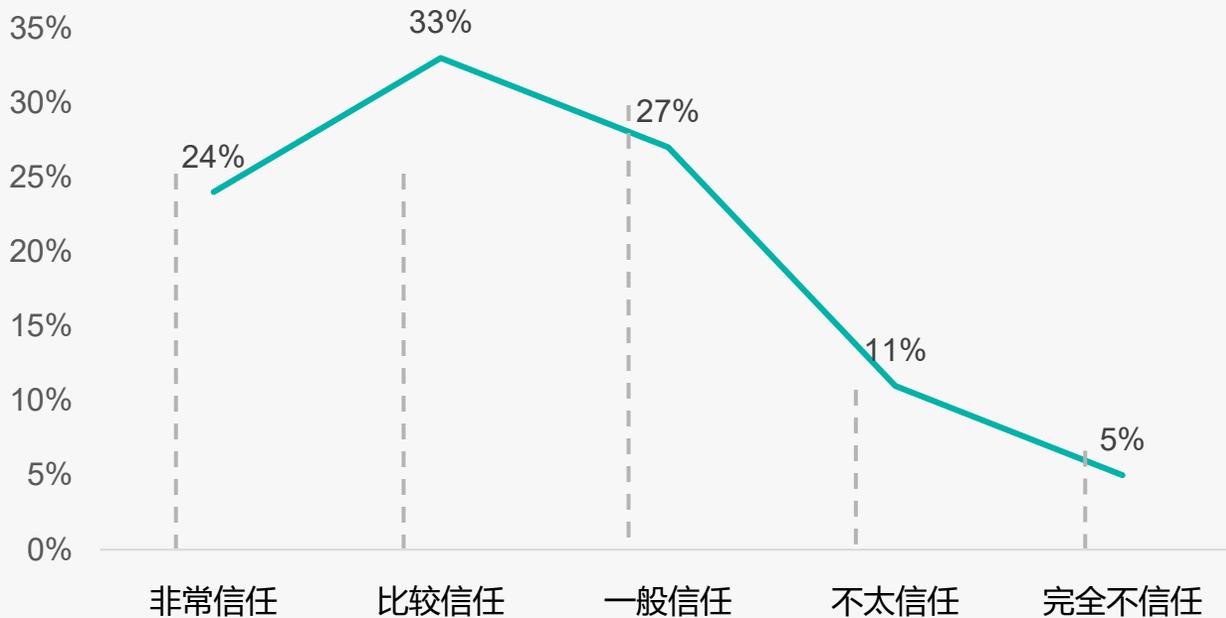
# 品牌认知强 信任驱动消费

- ◆左旋肉碱消费者中，73%倾向于购买知名品牌，仅9%偏好小众品牌，显示品牌认知是消费决策的核心因素。
- ◆品牌信任度方面，57%消费者持信任态度，16%表示不信任，表明品牌信誉直接影响购买意愿。

## 2025年中国左旋肉碱消费品牌产品意愿分布



## 2025年中国左旋肉碱对品牌产品态度分布

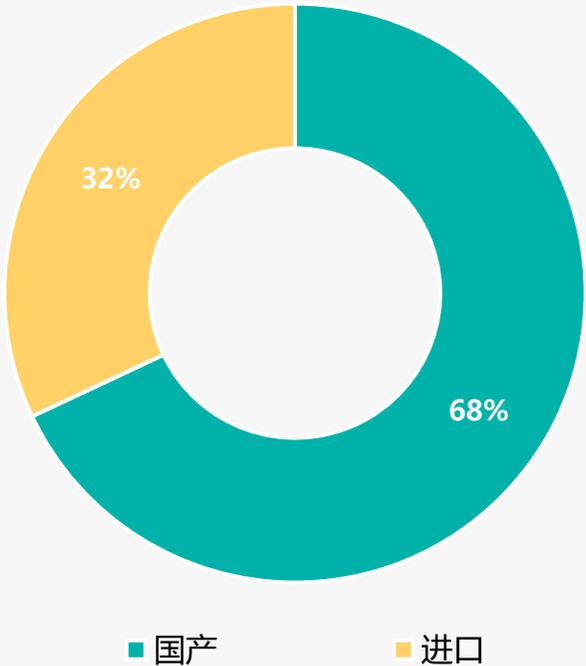


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

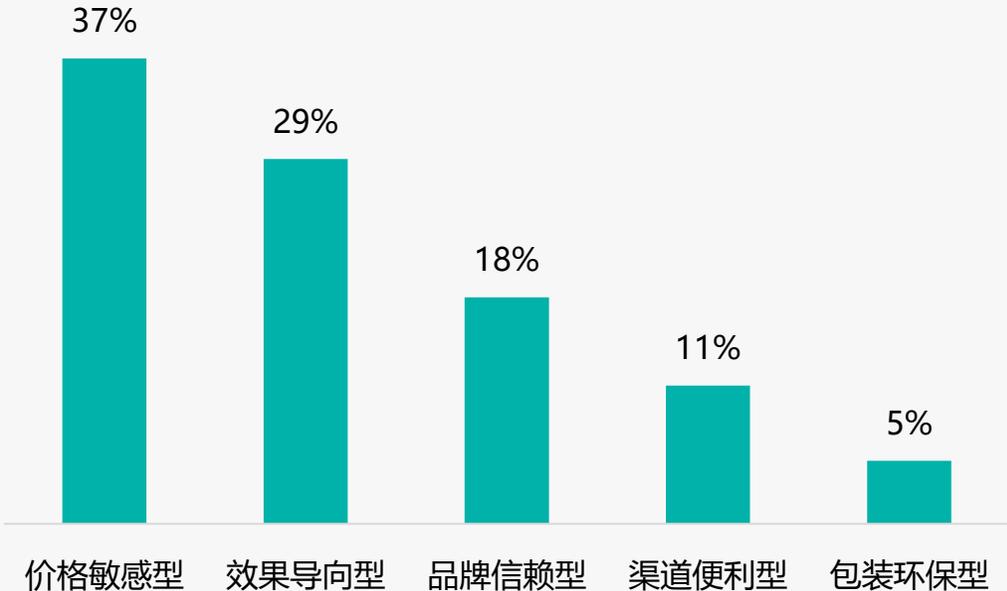
# 国产左旋肉碱主导 价格效果驱动消费

- ◆ 国产左旋肉碱品牌消费占比为68%，显著高于进口品牌的32%，显示消费者对本土产品有较高偏好。
- ◆ 品牌偏好中，价格敏感型消费者占比最高，为37%，效果导向型为29%，表明价格和效果是主要驱动因素。

## 2025年中国左旋肉碱国产和进口品牌消费分布



## 2025年中国左旋肉碱品牌偏好类型分布

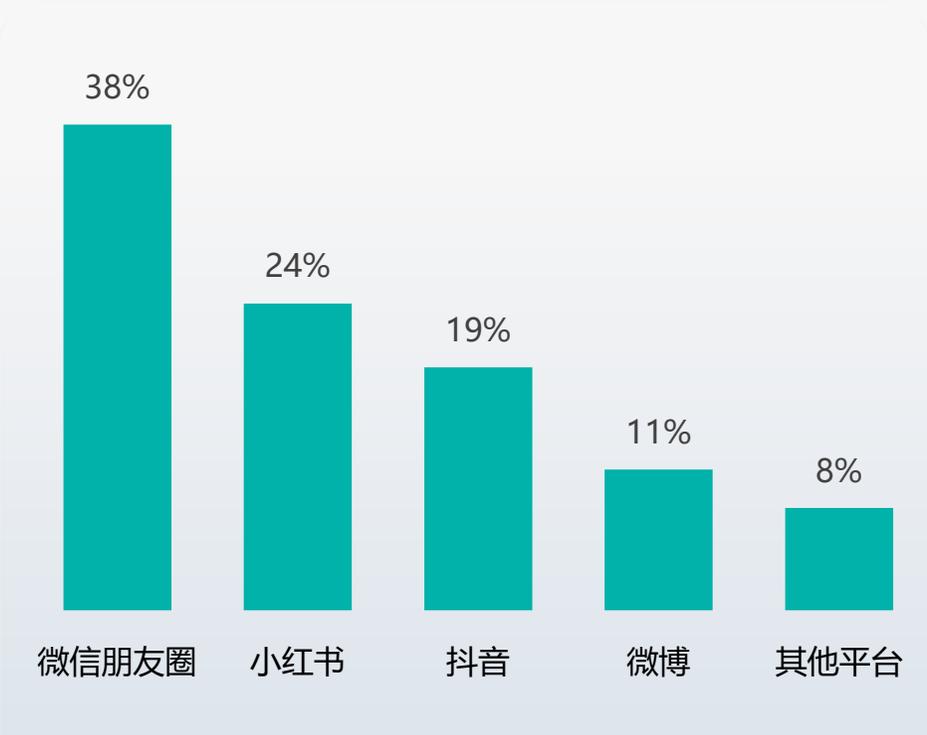


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 用户分享偏好真实体验专业评测

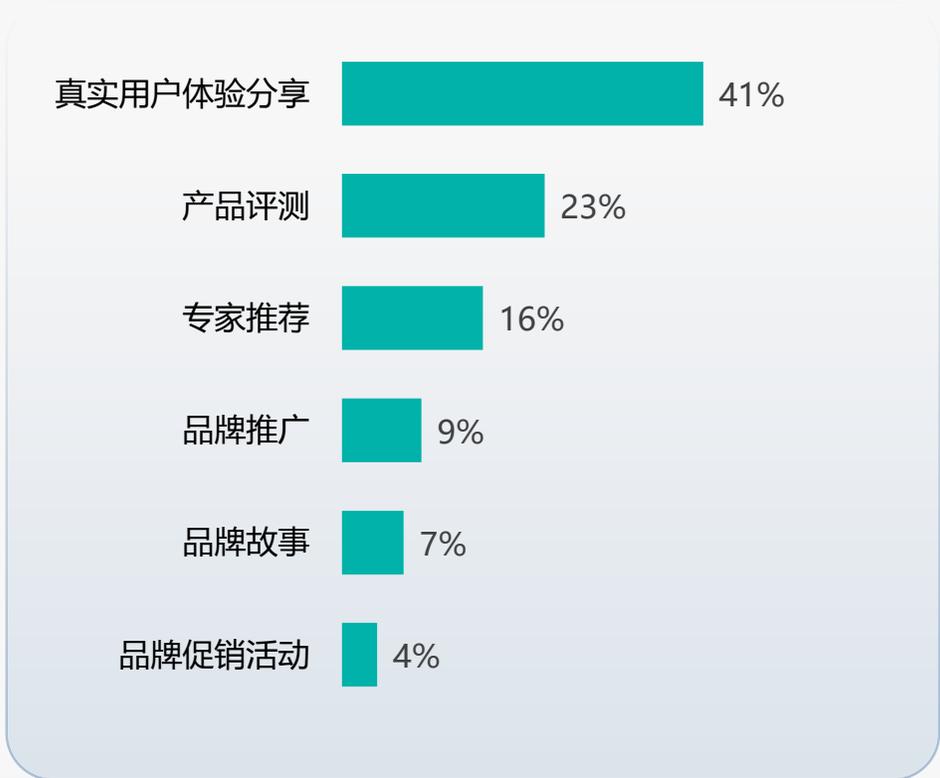
- ◆社交分享渠道中，微信朋友圈占比最高，达到38%，小红书和抖音分别占24%和19%，显示用户偏好熟人圈层和短视频平台传播信息。
- ◆内容类型分布中，真实用户体验分享占比最高，为41%，产品评测占23%，专家推荐占16%，表明消费者更信赖用户反馈和专业评价。

## 2025年中国左旋肉碱社交分享渠道分布



2025年中国左旋肉碱社交分享渠道分布

## 2025年中国左旋肉碱社交渠道获取内容类型分布



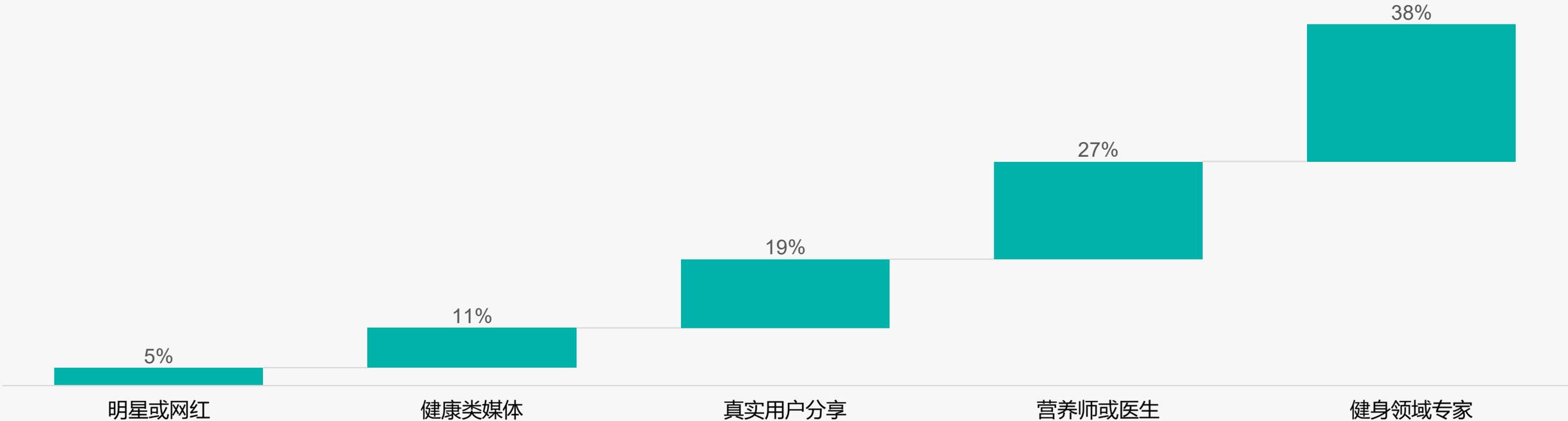
2025年中国左旋肉碱社交渠道获取内容类型分布

样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 专业内容主导 真实分享重要

- ◆消费者最信赖健身领域专家（38%）和营养师或医生（27%），专业内容在社交渠道中占据主导地位，反映对权威健康建议的重视。
- ◆真实用户分享（19%）影响力较强，而健康类媒体（11%）和明星或网红（5%）信任度较低，显示专业性和真实性是关键因素。

## 2025年中国左旋肉碱社交渠道信任博主类型分布

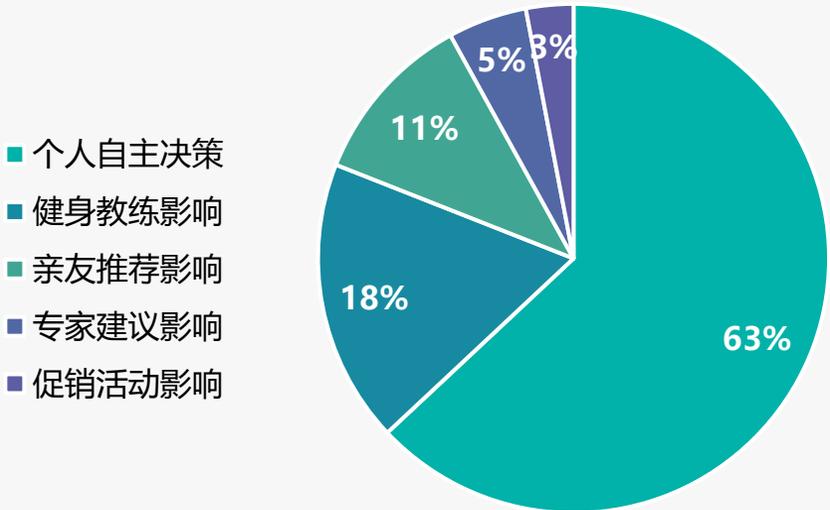


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

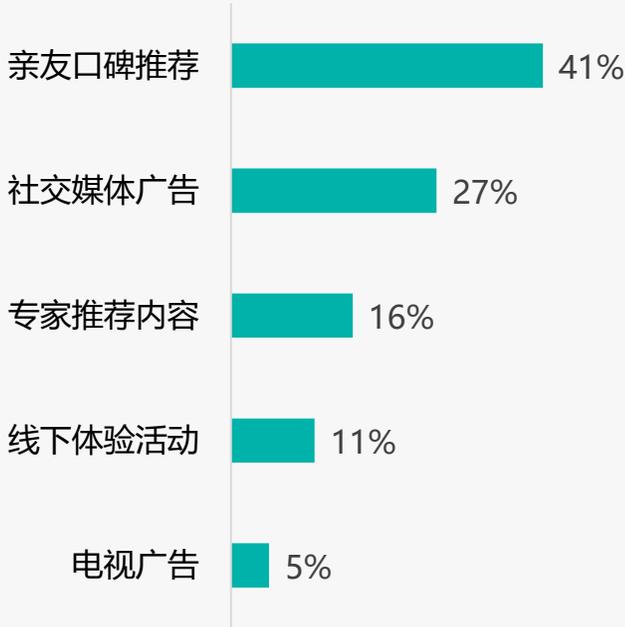
# 口碑主导左旋肉碱消费决策

- ◆亲友口碑推荐以41%的比例成为左旋肉碱消费决策的首要影响因素，社交媒体广告以27%紧随其后，显示口碑和社交渠道在购买行为中的主导作用。
- ◆专家推荐内容占16%，线下体验和电视广告分别占11%和5%，表明专业意见和传统营销方式对消费者的吸引力相对有限。

### 2025年中国左旋肉碱消费决策者类型分布



### 2025年中国左旋肉碱家庭广告偏好分布

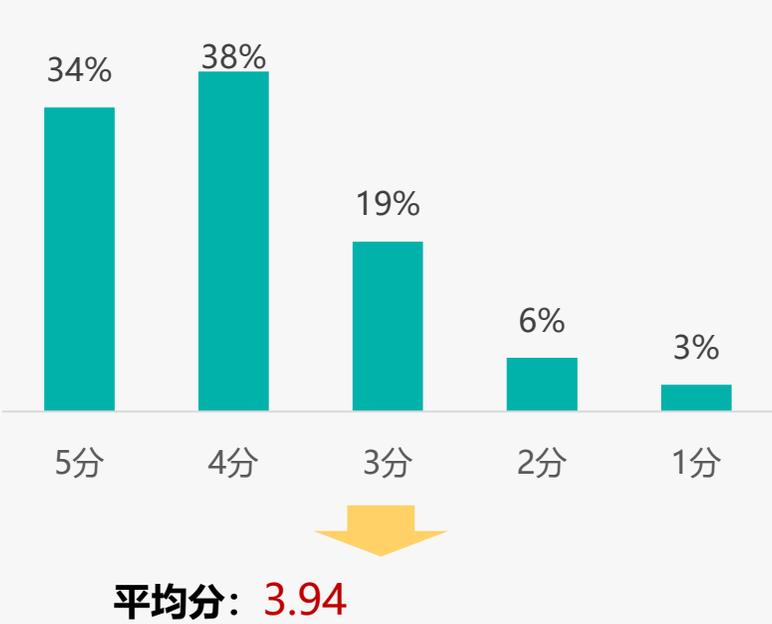


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

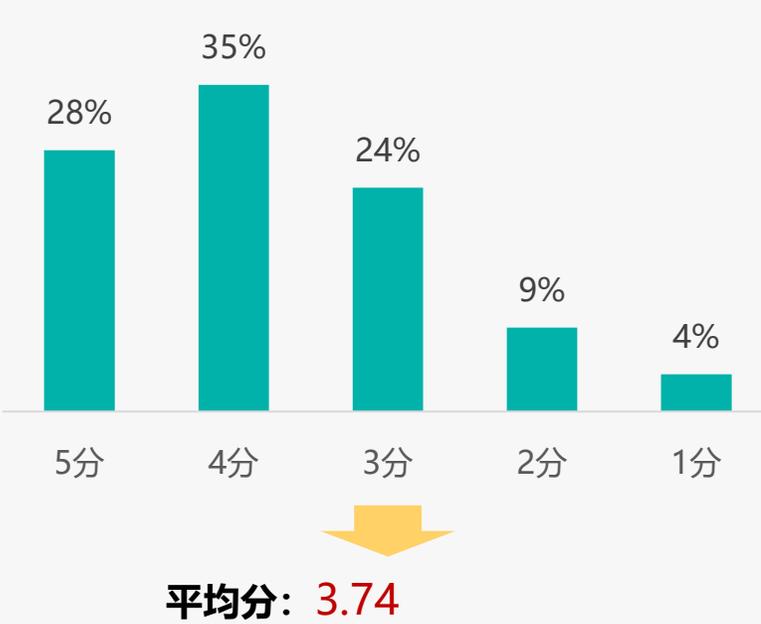
# 退货体验需优化 客服流程待加强

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分占比合计72%；退货体验5分和4分占比合计63%，低于流程满意度，且3分占比24%较高，提示退货环节需优化。
- ◆客服满意度5分和4分占比合计67%，介于流程和退货之间；退货体验1分和2分占比13%为三项中最高，可能反映退货政策或流程繁琐。

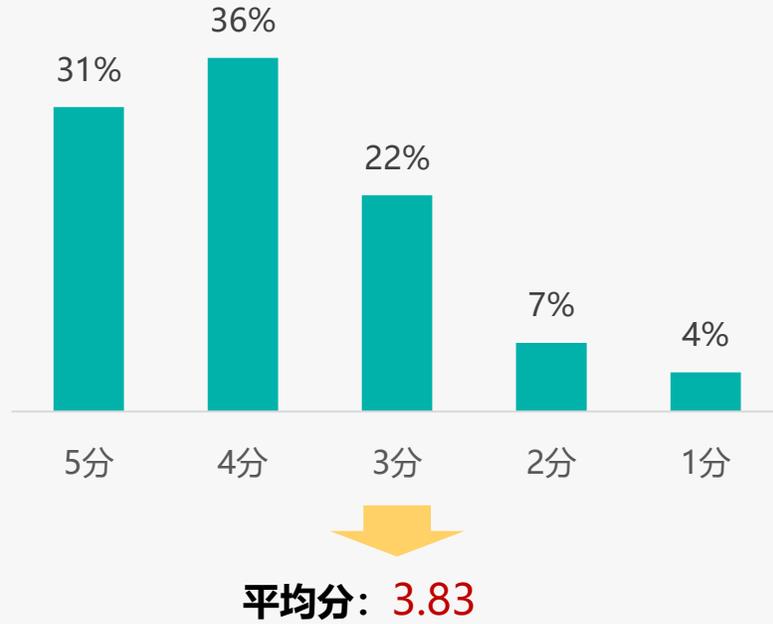
### 2025年中国左旋肉碱线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国左旋肉碱退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国左旋肉碱线上消费客服满意度分布（满分5分）

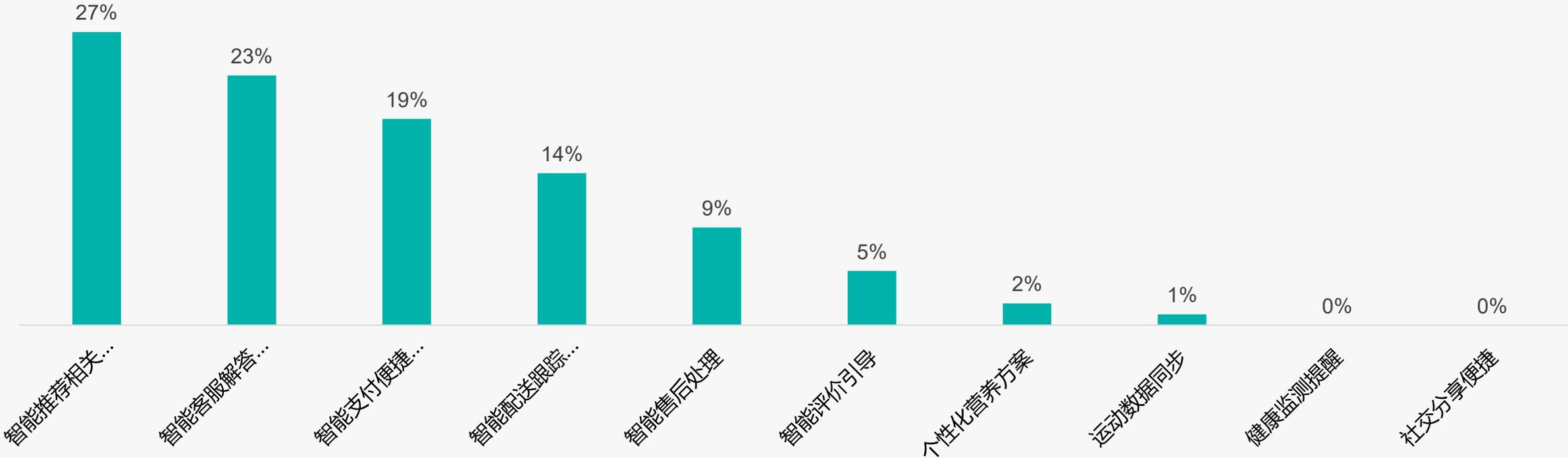


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 核心智能服务主导 健康功能待开发

- ◆智能推荐、客服和支付服务占比分别为27%、23%和19%，合计达69%，显示消费者高度依赖核心智能服务，推动线上消费体验优化。
- ◆健康监测和社交分享等服务占比均低于2%，渗透率极低，表明新兴智能功能尚未普及，市场拓展空间广阔。

## 2025年中国左旋肉碱线上消费智能服务体验分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1188，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**