

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BJD娃娃市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Ball-Jointed Doll Category Market Insights

2025年12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：BJD娃娃消费以女性年轻群体为主导



女性消费者占比高达77%，远高于男性23%。



18-35岁年轻人群合计占70%，为核心消费力量。



消费决策以个人收藏者和角色扮演爱好者为主。

启示

✓ 聚焦女性年轻市场

品牌应重点针对18-35岁女性消费者进行产品设计和营销，满足其收藏和娱乐需求。

✓ 强化情感与艺术价值

开发满足情感陪伴、艺术收藏和创意表达需求的产品，提升品牌情感连接。

核心发现2：消费行为偏向低频和中高端规格



每半年购买一次占比最高达31%，消费周期偏长。



产品规格以1/4尺寸（约45cm）最受欢迎，占30%。



单次消费支出500元以上占89%，偏好中高价位产品。

启示

✓ 优化产品定价与规格

重点发展中端规格（如1/4尺寸）和中高价位产品（1000-2000元），平衡收藏价值与市场接受度。

✓ 提升购买体验与互动

加强线上官方渠道和二手平台服务，利用闲暇时间（如周末）进行营销活动，提升消费便利性。

核心发现3：品牌依赖度高，设计品质是关键驱动力



60%消费者优先或只买品牌产品，品牌主导市场。



消费者最信任资深娃娃娃爹（34%）和专业妆师造型师（26%）。



设计独特型（29%）和品质保障型（24%）是品牌偏好关键因素。

启示

✓ 加强品牌建设与社区互动

通过专业KOL和资深用户口碑推广，提升品牌信任度；强化线上社群互动，增强用户粘性。

✓ 注重产品设计与创新

持续推出独特设计和高品质产品，避免审美疲劳；关注树脂材质（33%）和可动功能需求，满足主流偏好。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性，强化情感与收藏价值驱动



1、产品端

- ✓ 主推中端树脂材质，强化耐用性
- ✓ 增加可动关节功能，提升互动体验



2、营销端

- ✓ 利用社群口碑推荐，增强信任度
- ✓ 在秋冬季节加强线上官方渠道促销



3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升售后服务满意度
- ✓ 提供个性化娃娃推荐与虚拟试妆服务

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

品类洞察：研究说明

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** BJD娃娃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BJD娃娃品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对BJD娃娃的购买行为；
- BJD娃娃市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

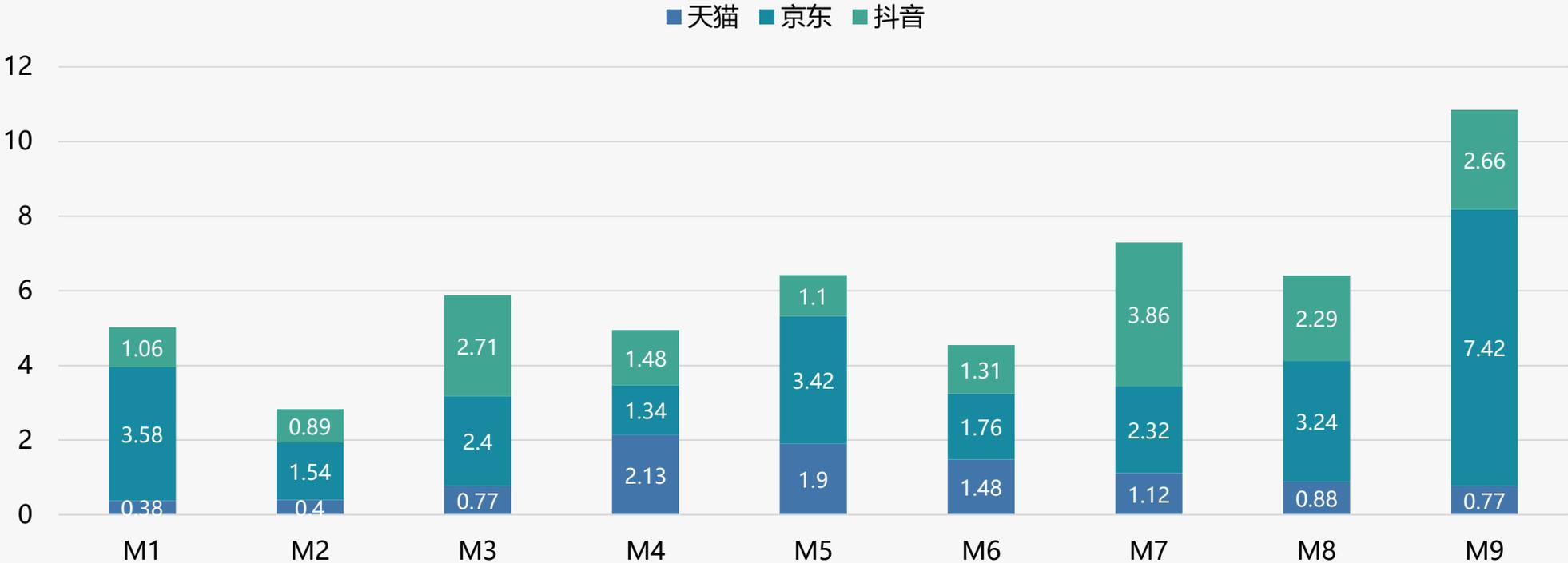
Research Method

- **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BJD娃娃品类销售额、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BJD娃娃品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东主导BJD市场 Q3强劲反弹

- ◆从渠道表现看，京东Q3销售额环比增长显著，9月达742万元，占当月总销售额的70%，显示其在该品类中占据主导地位。抖音在7月达到销售峰值，但整体波动较大，而天猫销售额呈逐月下降趋势，需关注其市场份额流失风险。从季度趋势分析，Q1总销售额为1.14亿元，Q2为1.06亿元，Q3为1.94亿元，呈现V型复苏态势。Q3同比增长约83%，主要受京东9月爆发式增长驱动，表明市场在传统淡季后迎来强劲反弹。
- ◆从平台对比看，京东累计销售额达2.71亿元，占总销售额的65%，远超抖音的1.68亿元和天猫的0.96亿元。京东的高集中度可能带来渠道依赖风险，建议品牌方优化渠道结构以提升抗风险能力。

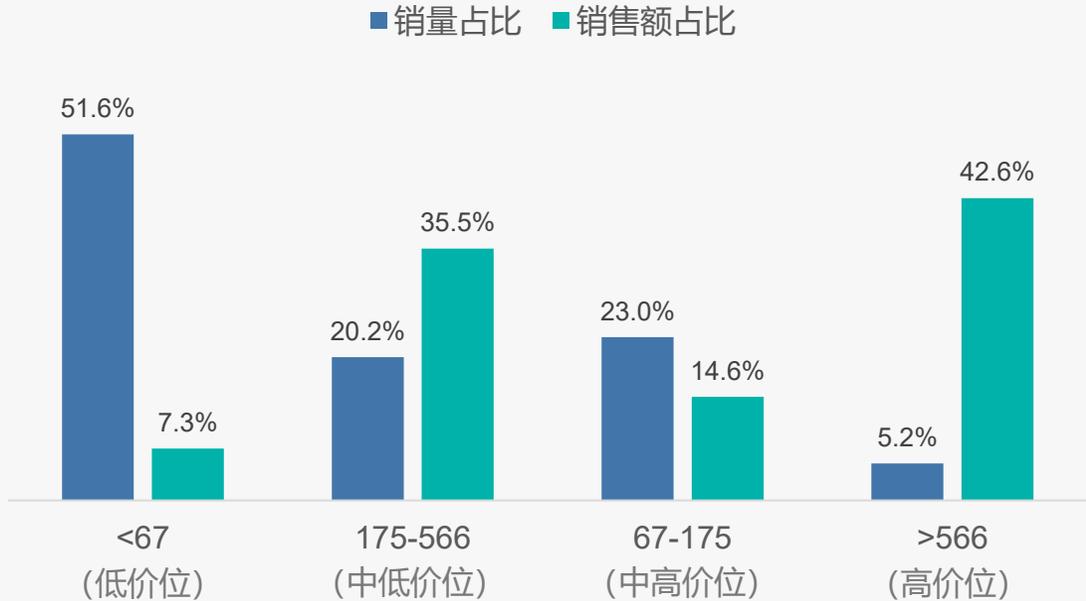
2025年一~三季度BJD娃娃品类线上销售规模 (百万元)



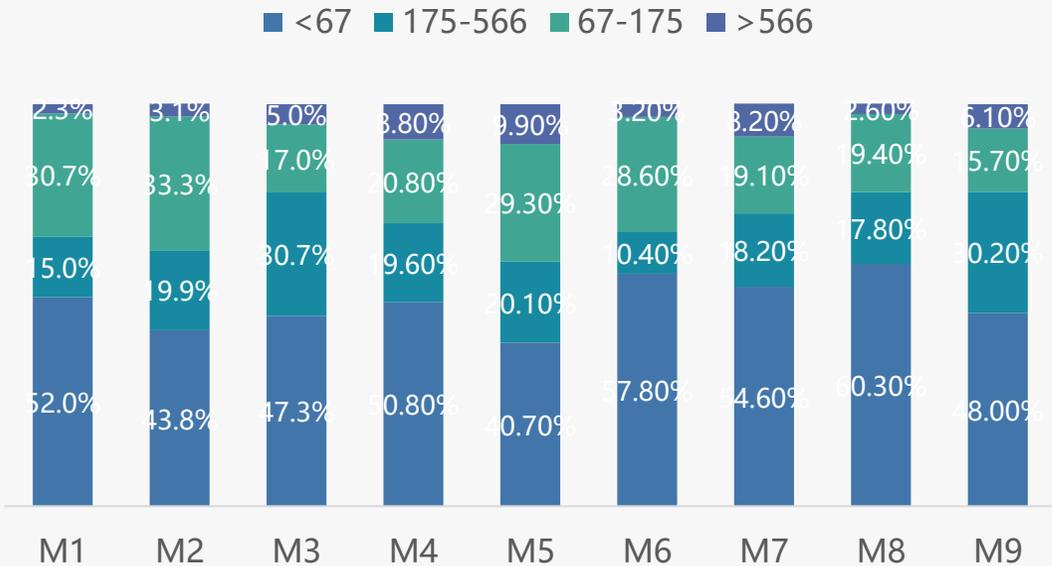
BJD市场高端主导 销量利润分化 需优化结构

- ◆从价格区间结构分析，BJD娃娃市场呈现明显的两极分化特征。低价位（<67元）产品贡献了51.6%的销量但仅占7.3%的销售额，而高价位（>566元）产品以5.2%的销量贡献了42.6%的销售额，表明高端产品具有更高的客单价和利润空间。中端区间（67-566元）合计占销售额50.1%，是市场的重要支撑。建议企业优化产品组合，平衡销量与利润。
- ◆从月度销量分布趋势和销售额贡献度分析，低价产品（<67元）销量占比波动较大（M1 52.0%至M8 60.3%），显示其受促销活动影响显著；中高端产品（>175元）在M3、M9占比提升，可能与新品发布或季节性消费相关。高价位（>566元）和中高价位（175-566元）合计贡献78.1%的销售额，是市场收入

2025年一~三季度BJD娃娃线上不同价格区间销售趋势



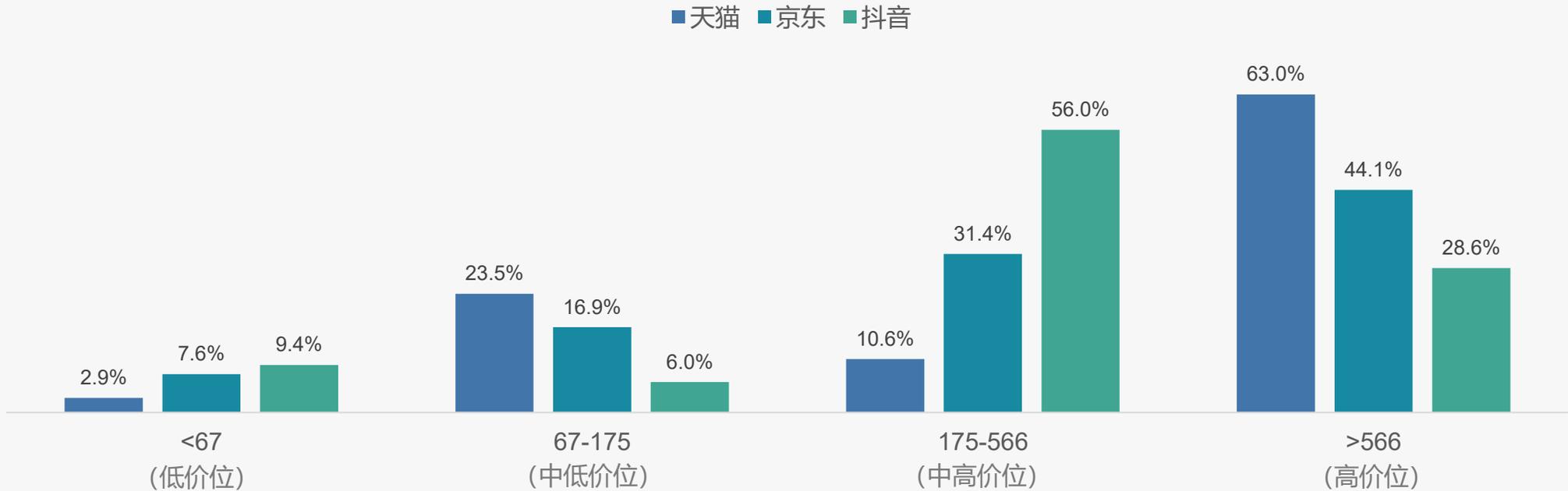
BJD娃娃线上价格区间-销量分布



BJD高端主导 平台差异显著 布局需优化

- ◆从价格区间分布看，高端市场（>566元）主导BJD娃娃销售，天猫占比63.0%最高，京东44.1%次之，抖音28.6%相对较低。这表明天猫平台消费者购买力更强，倾向于高价收藏品，而抖音中端市场（175-566元）占比56.0%突出，可能受直播带货推动。整体显示BJD娃娃市场以高端化为主，但平台定位差异明显。
- ◆低端市场（<67元）在各平台占比均较低，天猫2.9%、京东7.6%、抖音9.4%，说明BJD娃娃作为高附加值手办，低价产品吸引力有限。中端区间（67-175元）天猫23.5%较高，可能与入门级产品相关。数据反映消费者更看重品质和收藏价值，而非价格敏感，建议企业优化产品线，聚焦高毛利区间。

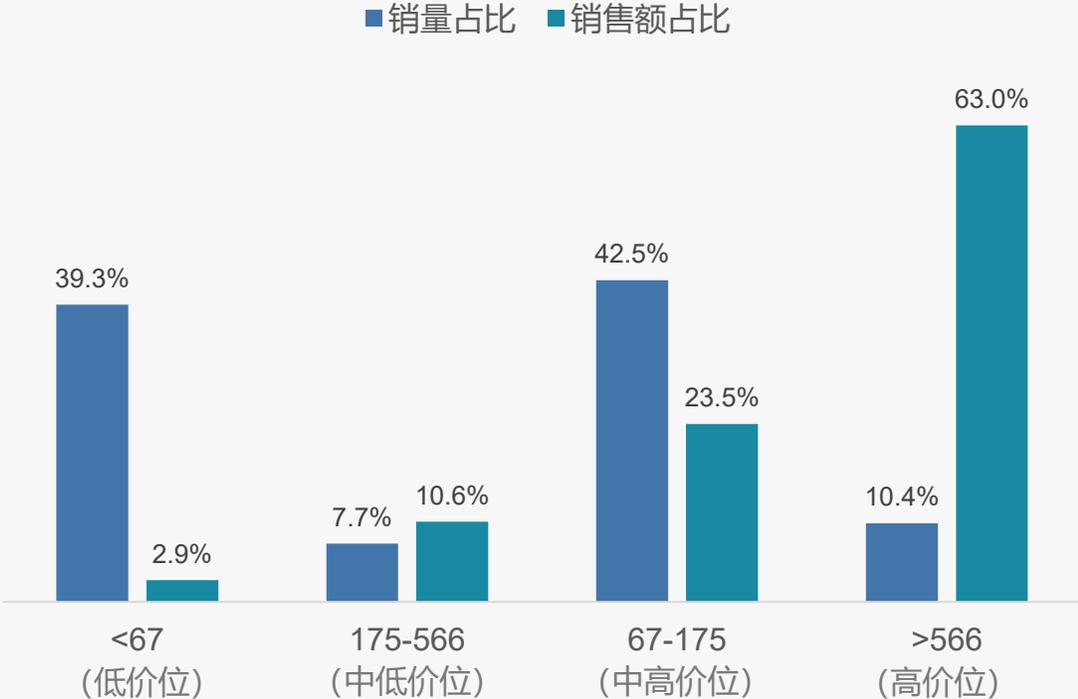
2025年一~三季度各平台BJD娃娃不同价格区间销售趋势



高端主导利润 中端稳定市场 低价竞争激烈

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台呈现明显的两极分化特征。>566元的高端产品仅占10.4%的销量，却贡献了63.0%的销售额，显示高端市场具有极高的客单价和利润空间。而<67元的低价产品销量占比达39.3%，销售额占比仅2.9%，说明该区间竞争激烈、利润微薄。建议企业优化产品结构，向高附加值区间倾斜。
- ◆从月度销量分布变化看，市场呈现明显的季节性波动。M1-M3低价产品占比持续上升至79.4%，M4开始中高端产品占比显著提升，M7-M9中端区间（175-566元）占比稳定在24%以上。这表明消费者在季度初偏向低价尝鲜，季度中后期更愿意为品质支付溢价，建议企业根据销售周期动态调整营销策略。

2025年一~三季度天猫平台BJD娃娃不同价格区间销售趋势



天猫平台BJD娃娃价格区间-销量分布

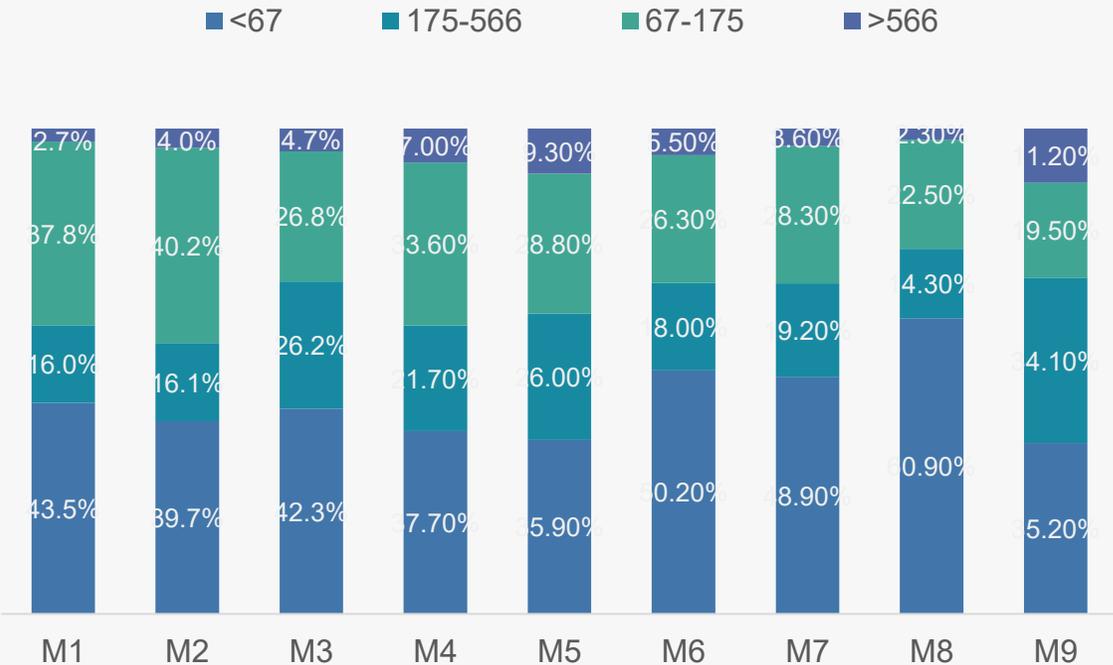
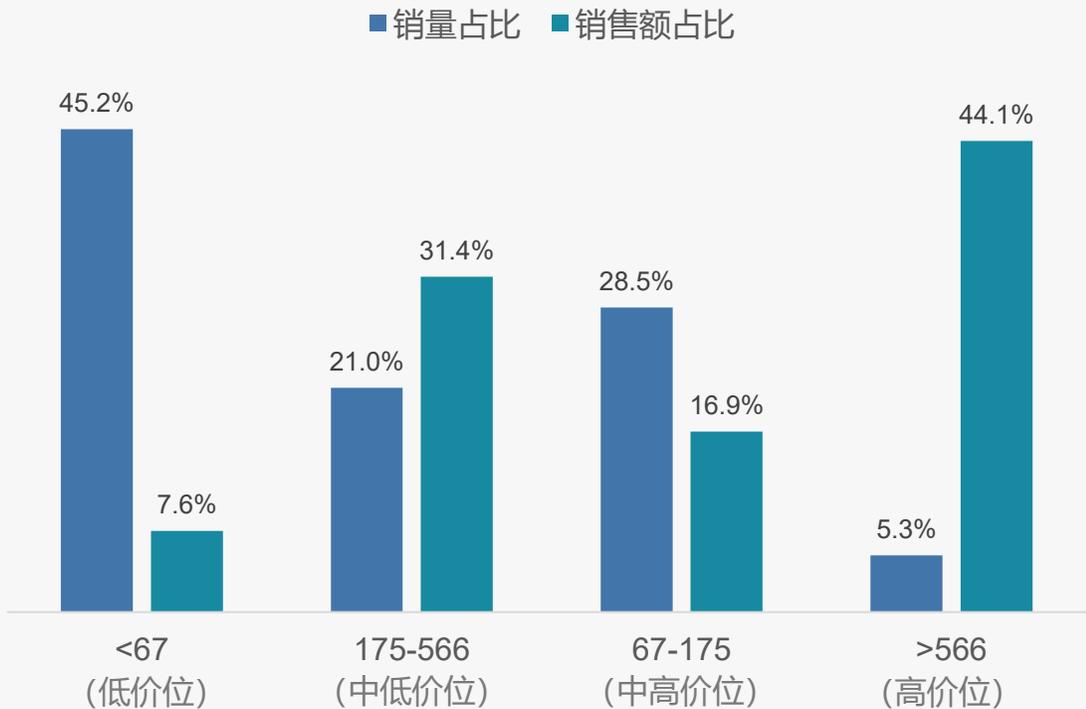


BJD高端驱动增长 中低端引流支撑

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台BJD娃娃呈现明显的两极分化特征。低价区间（<67元）销量占比高达45.2%，但销售额贡献仅7.6%，表明该区间产品以引流为主，利润空间有限。而高价区间（>566元）虽销量占比仅5.3%，却贡献了44.1%的销售额，显示高端产品具有更强的盈利能力和品牌溢价。中端区间（67-566元）合计贡献48.3%的销售额，是市场的重要支撑。
- ◆分析月度销量分布变化，发现市场结构存在显著波动。M1至M9期间，低价区间销量占比从43.5%波动至35.2%，整体呈下降趋势；中高端区间（>175元）在M9出现明显提升，合计占比达45.3%，较M1的18.7%增长显著。特别是>566元区间在M9达到11.2%的峰值，显示季度末可能存在促销活动或消费升级趋势。

2025年一~三季度京东平台BJD娃娃不同价格区间销售趋势

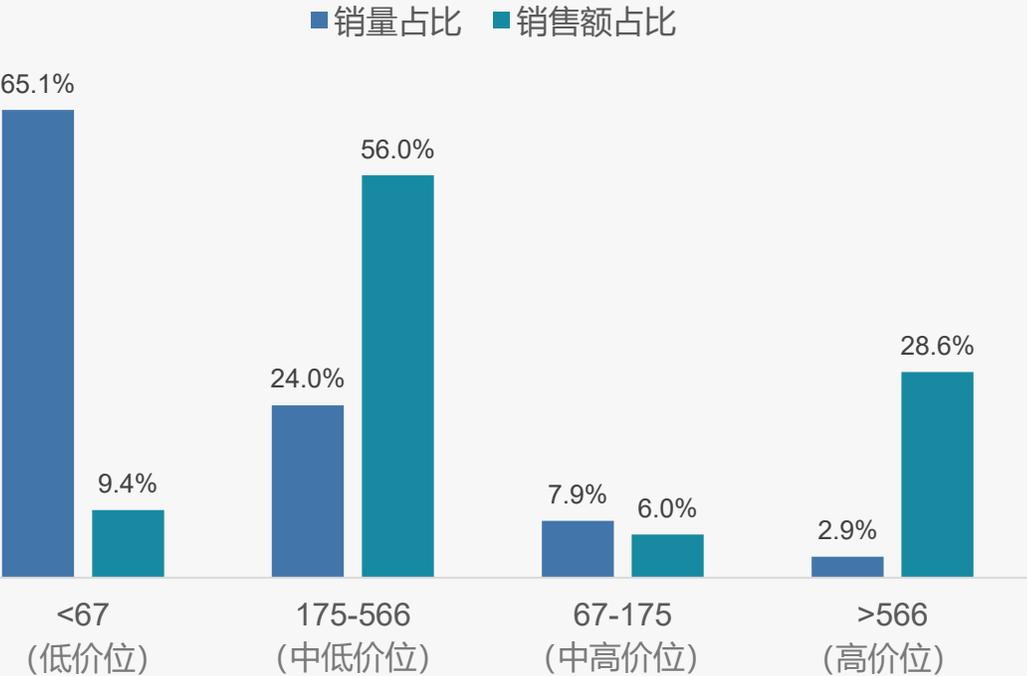
京东平台BJD娃娃价格区间-销量分布



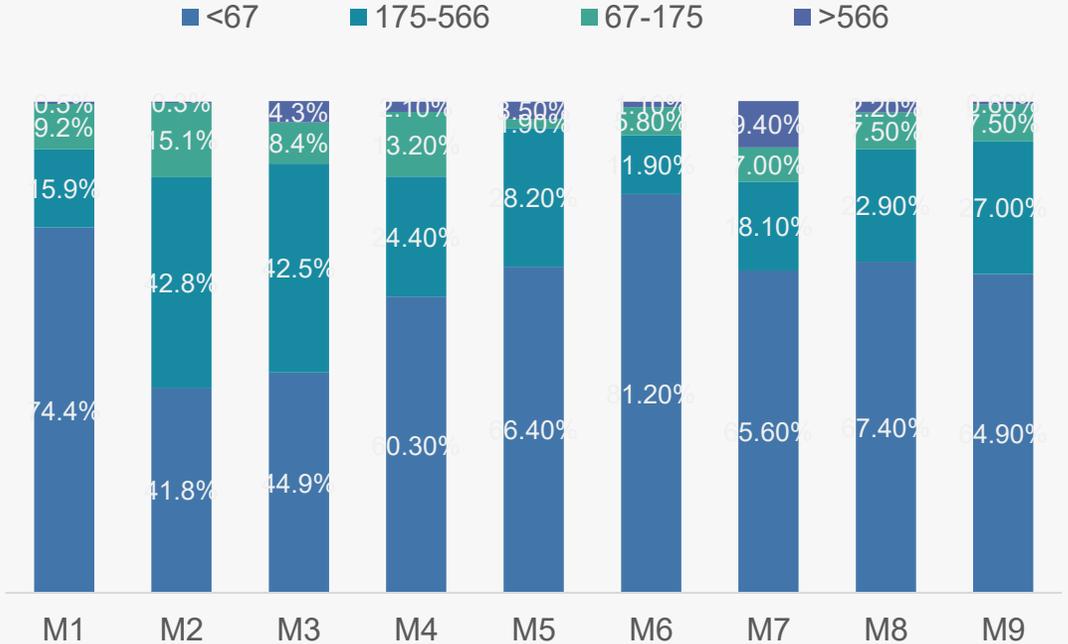
抖音BJD两极分化 中高价驱动利润增长

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台BJD娃娃呈现明显的两极分化特征。低价区间（<67元）销量占比高达65.1%，但销售额贡献仅9.4%，表明该区间以引流产品为主；而中高价区间（175-566元）以24.0%的销量贡献56.0%的销售额，是平台的核心利润来源。高价区间（>566元）虽销量占比仅2.9%，但销售额占比达28.6%，显示高端产品具有高溢价能力。
- ◆从销售结构健康度分析，当前平台过度依赖低价产品引流（销量占比65.1%），但中高价产品（175-566元及>566元）合计贡献84.6%的销售额，显示客单价提升空间巨大。建议优化产品组合策略，通过交叉销售提升中高价产品转化率，同时控制低价产品库存周转率，实现规模与利润的平衡增长。

2025年一~三季度抖音平台BJD娃娃不同价格区间销售趋势



抖音平台BJD娃娃价格区间-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** BJD娃娃消费行为、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BJD娃娃的消费者;
- 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

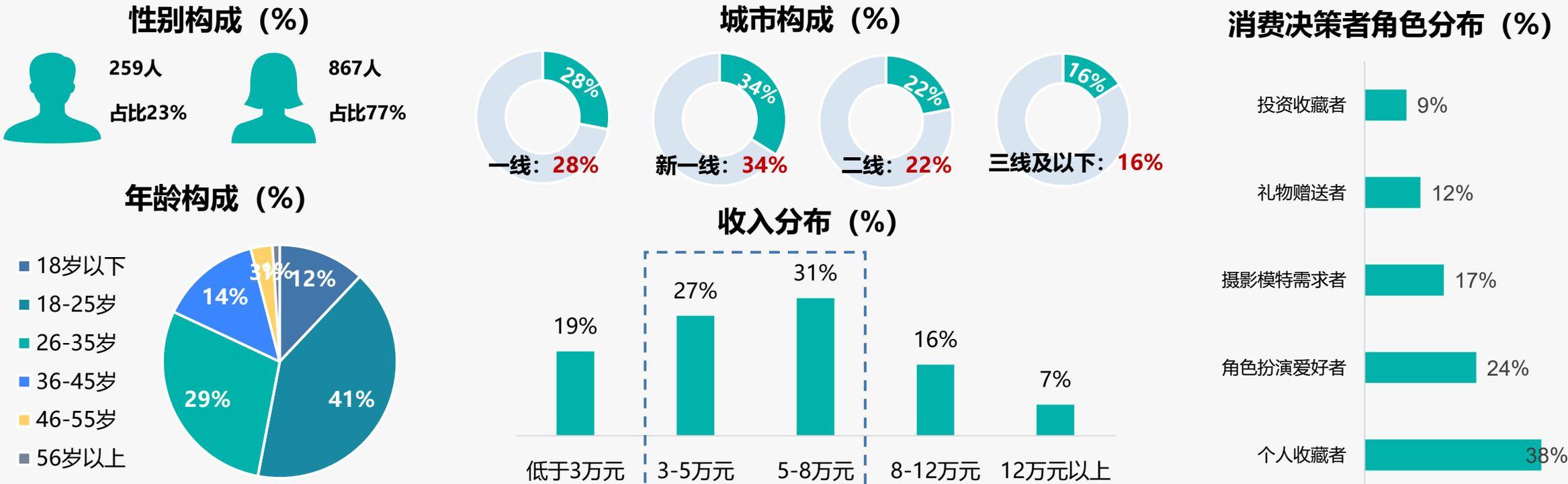
Research Method

| | |
|------|-----------------------|
| 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10月 |
| 样本数量 | N=1126 |

BJD娃娃消费女性主导年轻群体核心

- ◆调研数据显示，BJD娃娃消费群体以女性为主，占比77%，年龄集中在18-35岁，合计70%，新一线和一线城市合计占比62%。
- ◆消费决策者中个人收藏者和角色扮演爱好者合计占比62%，收入分布显示5-8万元和3-5万元群体合计58%，为消费主力。

2025年中国BJD娃娃消费者画像

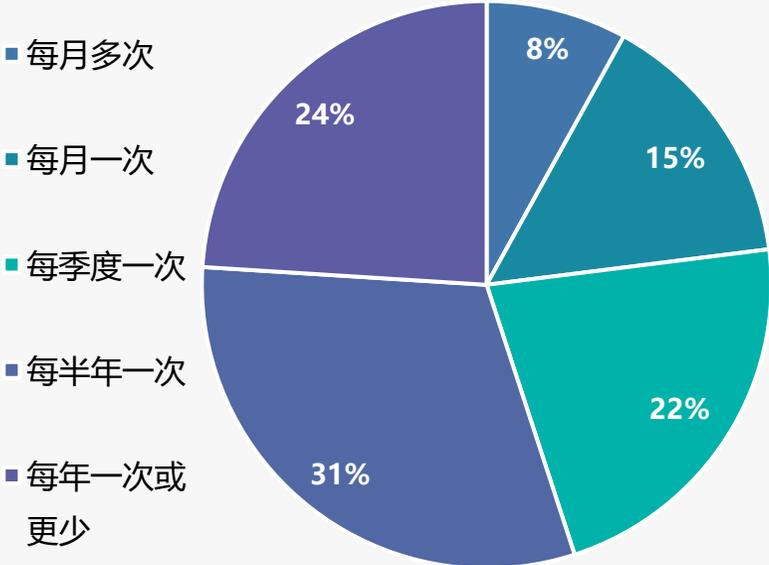


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

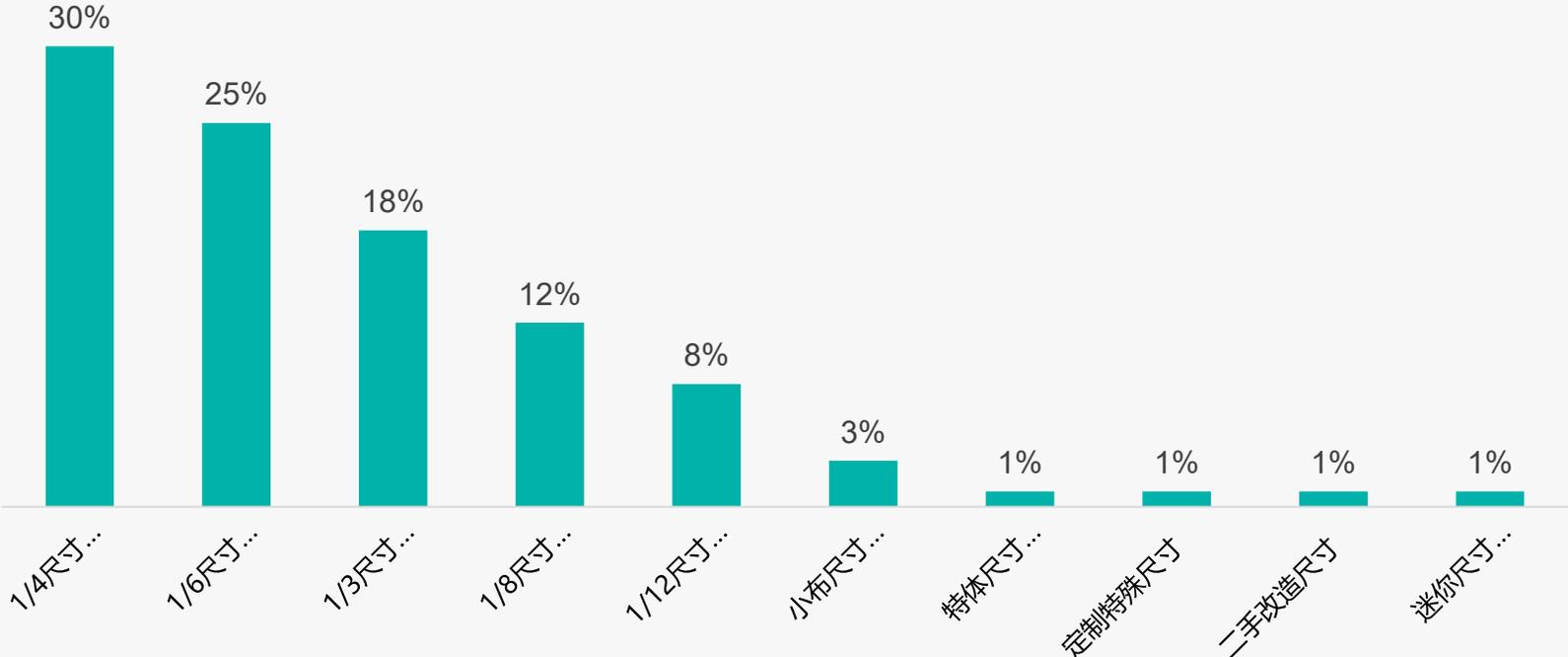
BJD娃娃消费低频 主流规格集中

- ◆消费频率以每半年一次31%最高，每月多次仅8%，显示BJD娃娃消费周期偏长，高频购买群体较小。
- ◆产品规格中1/4尺寸30%最受欢迎，中等尺寸合计73%，小尺寸和特殊尺寸份额有限，反映主流偏好集中。

2025年中国BJD娃娃消费频率分布



2025年中国BJD娃娃消费产品规格分布

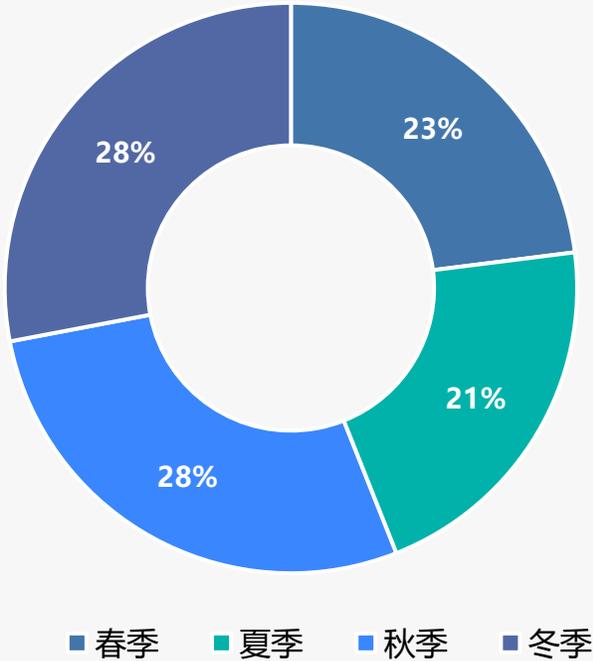


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

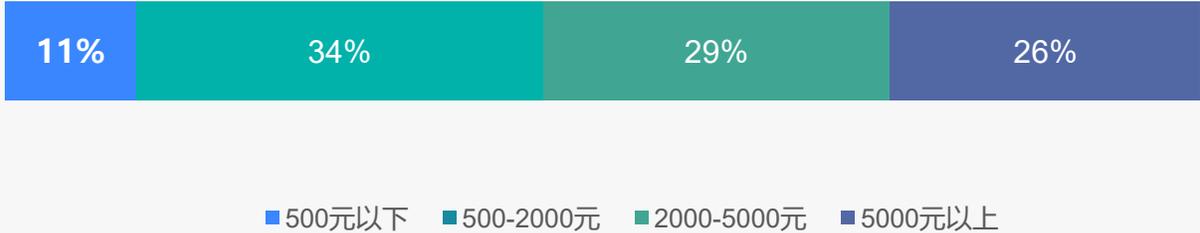
BJD消费高价秋冬活跃包装原厂主导

- ◆BJD娃娃消费中，单次支出500元以上占比89%，显示消费者偏好中高价位产品，市场消费能力强劲。
- ◆秋冬季节消费占比56%，高于春夏；包装选择以原厂标准包装42%为主，反映品牌包装主导市场。

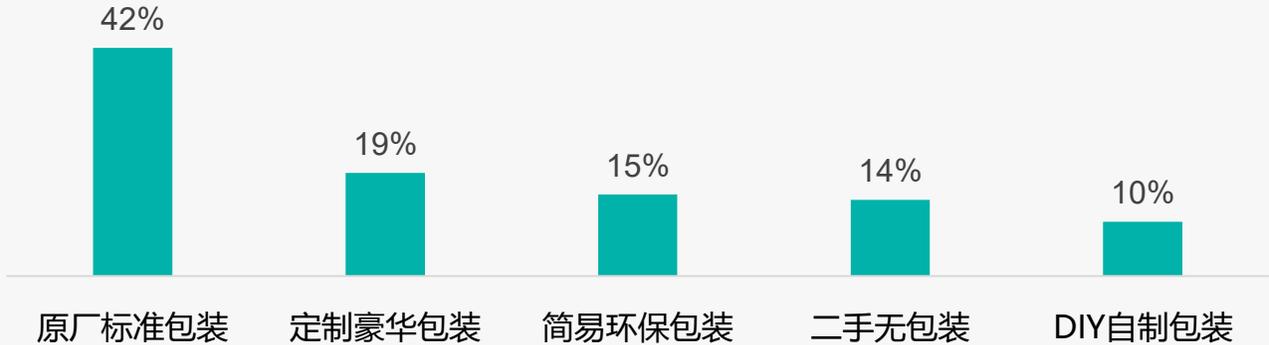
2025年中国BJD娃娃消费行为季节分布



2025年中国BJD娃娃单次消费支出分布



2025年中国BJD娃娃消费品包装类型分布

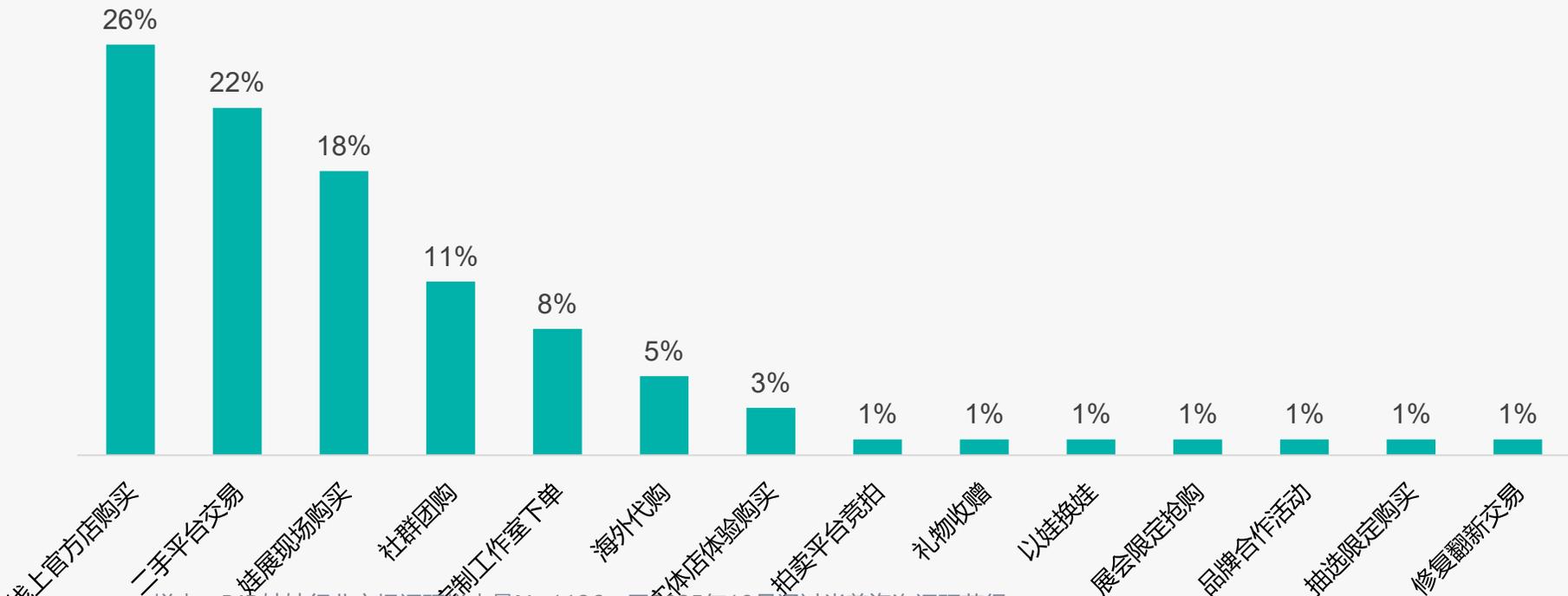


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

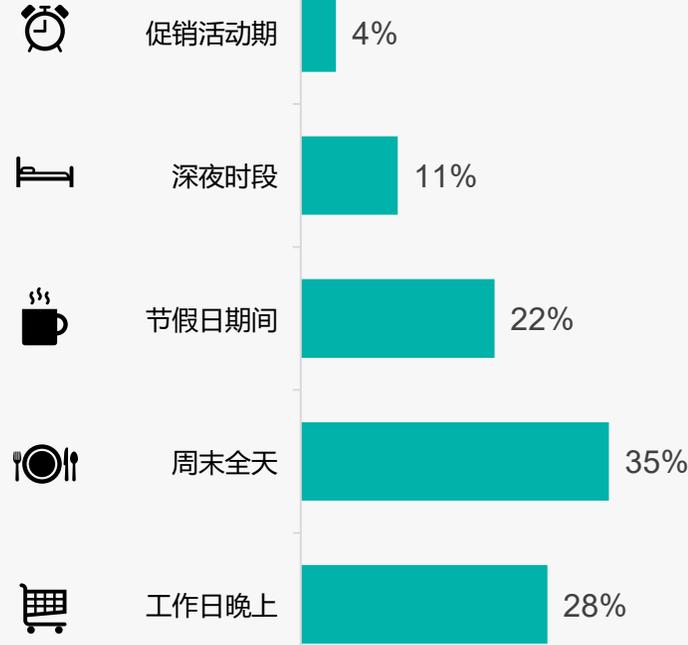
线上二手主导 闲暇时段消费

- ◆消费场景以线上官方店26%和二手平台22%为主，娃展现场18%次之，显示线上渠道主导且二手交易活跃，反映收藏和流通需求。
- ◆消费时段集中在周末全天35%和工作日晚上28%，节假日22%次之，表明闲暇时间驱动消费，深夜和促销期占比较低。

2025年中国BJD娃娃消费场景分布



2025年中国BJD娃娃消费时段分布

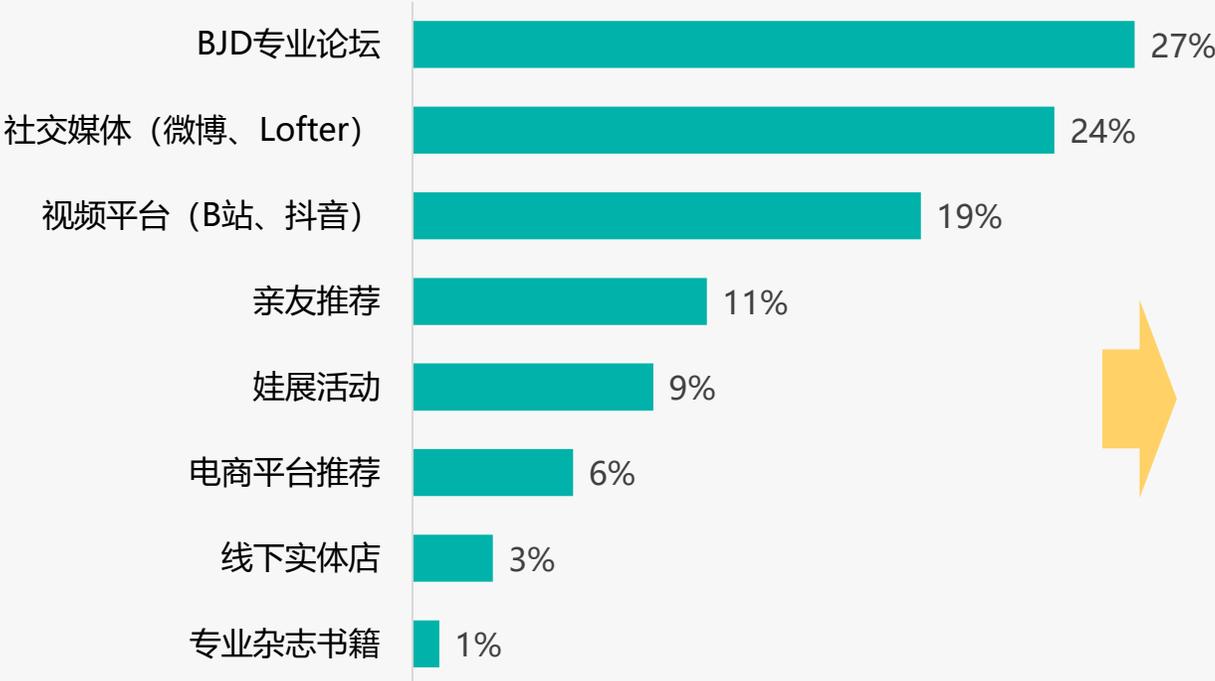


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

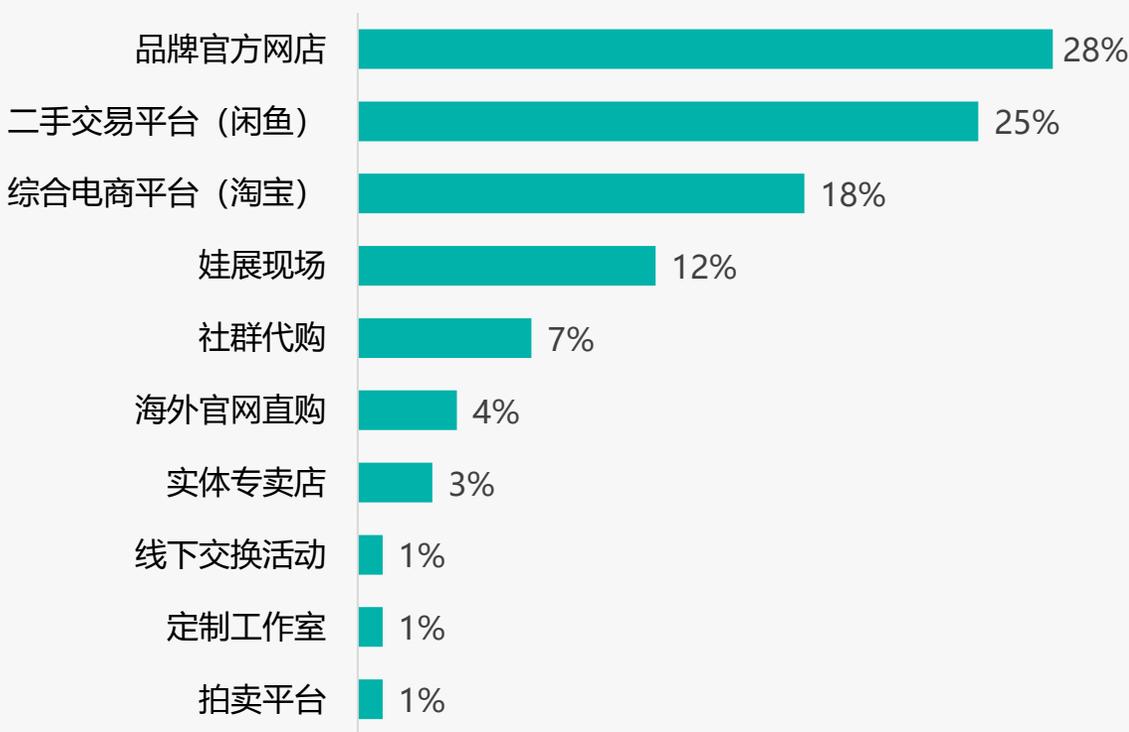
线上社群主导了解 官方二手驱动购买

- ◆消费者了解BJD娃娃主要通过BJD专业论坛（27%）和社交媒体（24%），线上社群和视频平台（19%）是关键信息渠道，合计占比超过70%。
- ◆购买渠道以品牌官方网店（28%）和二手交易平台（25%）为主，娃展现场（12%）作为补充，显示官方保障和二手性价比是消费核心驱动因素。

2025年中国BJD娃娃消费者了解产品渠道分布



2025年中国BJD娃娃消费者购买产品渠道分布

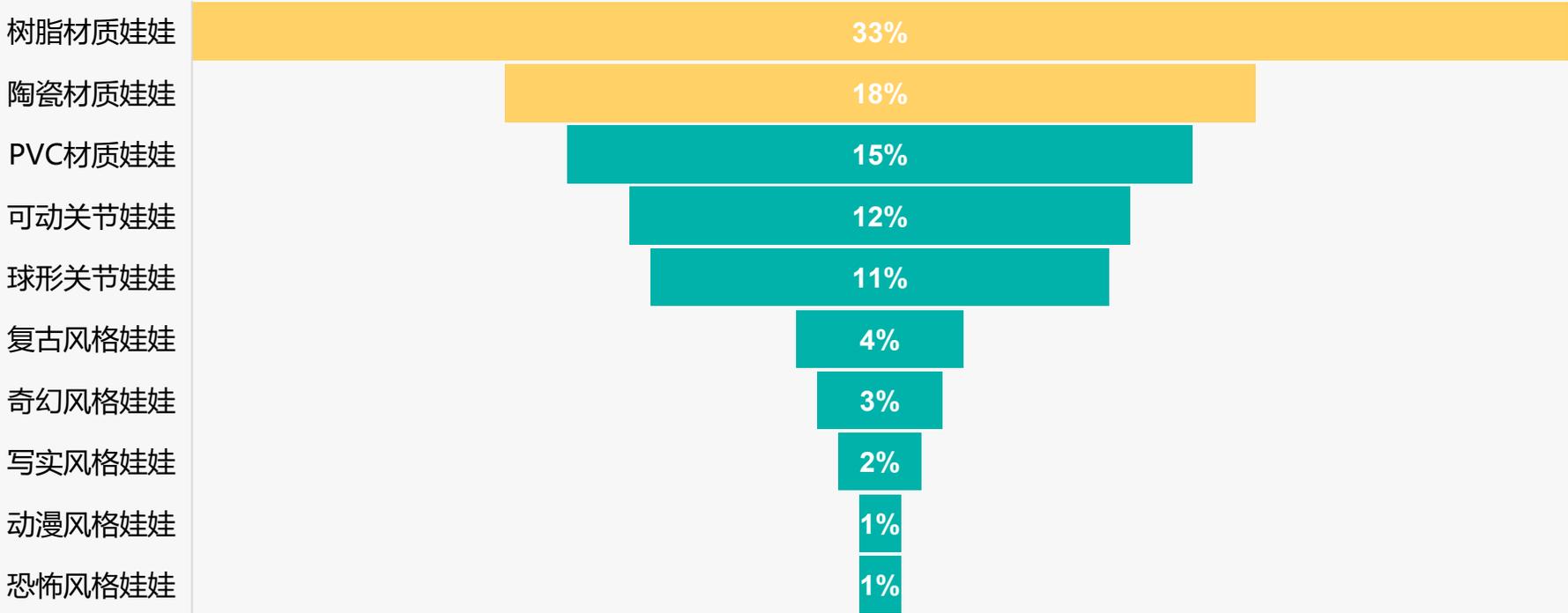


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

树脂材质最受欢迎 可动功能受关注

- ◆树脂材质娃娃以33%的占比成为最受欢迎的BJD娃娃类型，陶瓷材质娃娃占18%位居第二，显示消费者偏好耐用材质和传统工艺。
- ◆可动关节娃娃和球形关节娃娃合计占23%，表明功能需求受关注；风格偏好分布较低，主流集中在材质和功能选择上。

2025年中国BJD娃娃消费产品偏好类型分布

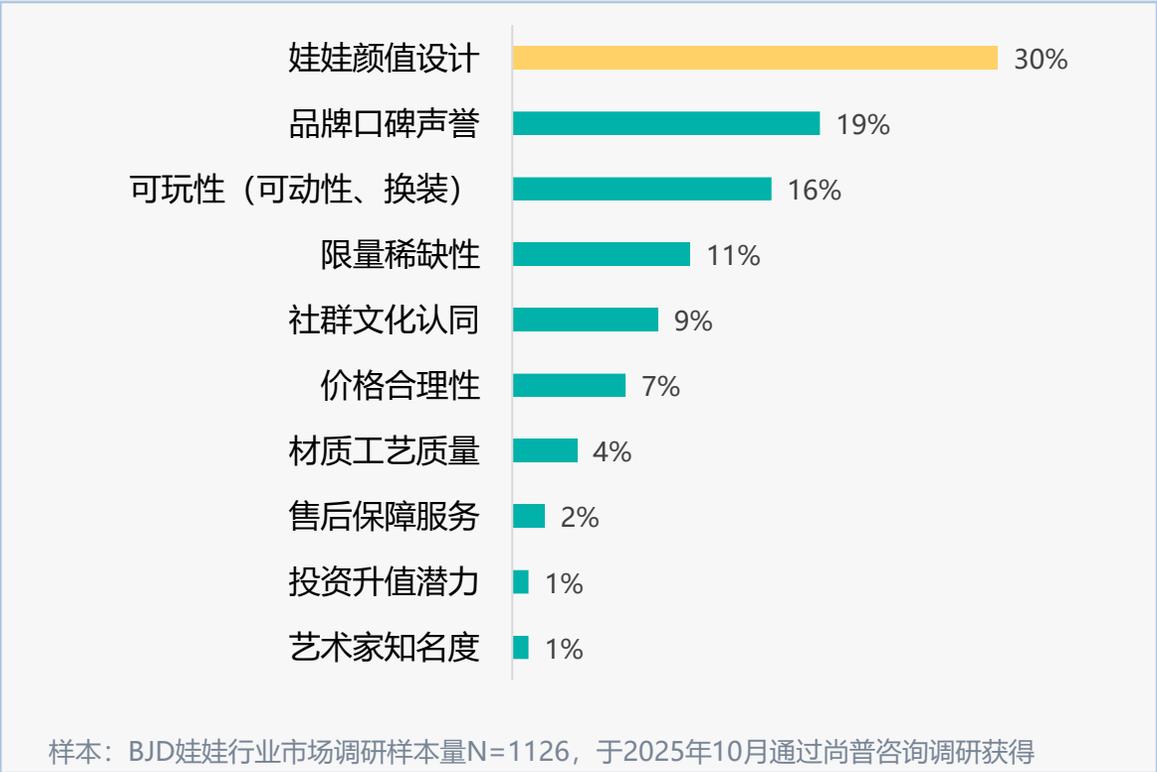


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

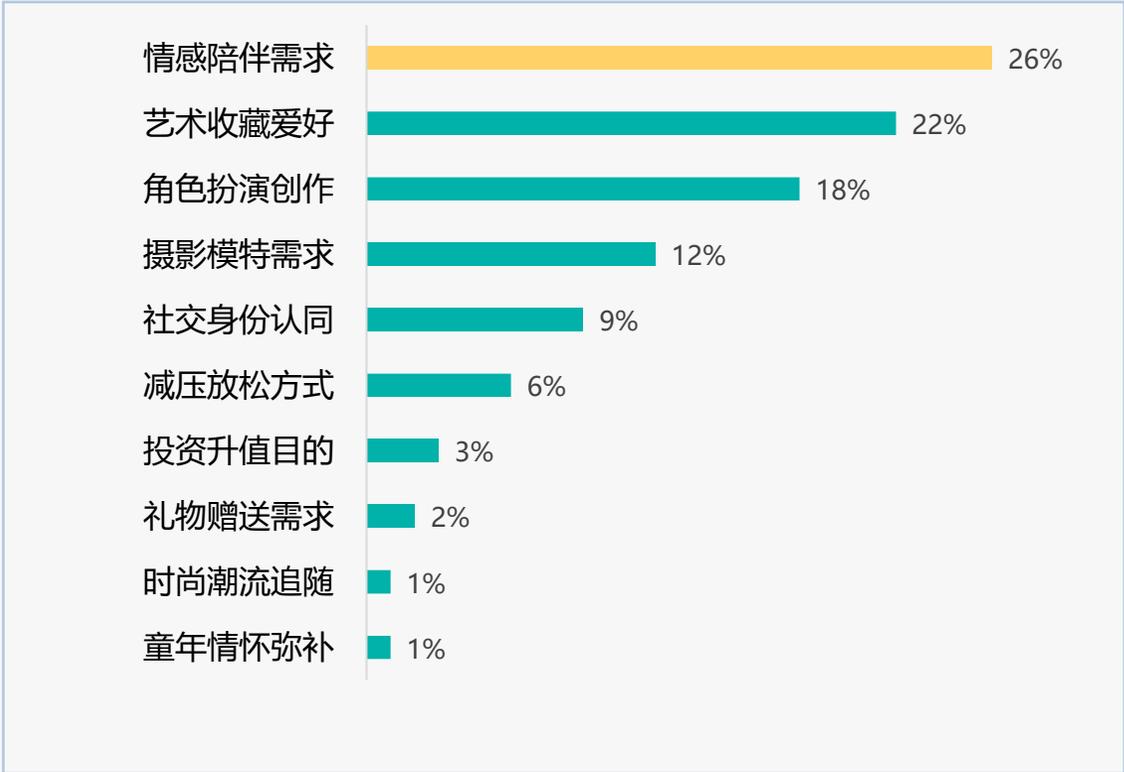
颜值设计主导消费 情感艺术驱动需求

- ◆吸引消费的关键因素中，娃娃颜值设计占30%，品牌口碑声誉占19%，可玩性占16%，显示消费者重视美学、品牌和互动体验。
- ◆消费的真正原因中，情感陪伴需求占26%，艺术收藏爱好占22%，角色扮演创作占18%，表明BJD娃娃主要满足情感、艺术和创意需求。

2025年中国BJD娃娃吸引消费关键因素分布



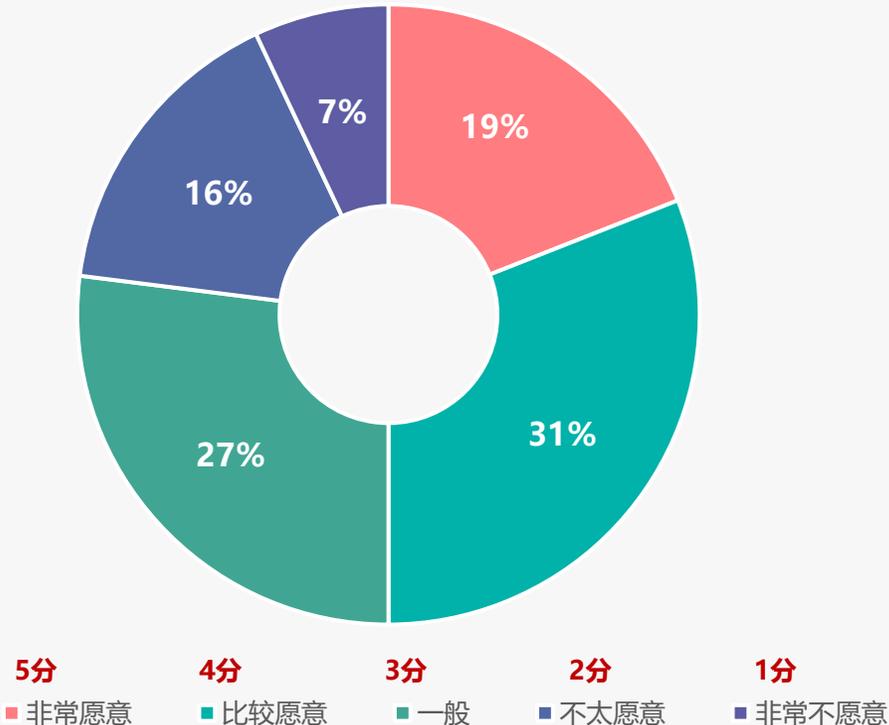
2025年中国BJD娃娃消费真正原因分布



BJD娃娃推荐意愿分化 价格社群阻碍推广

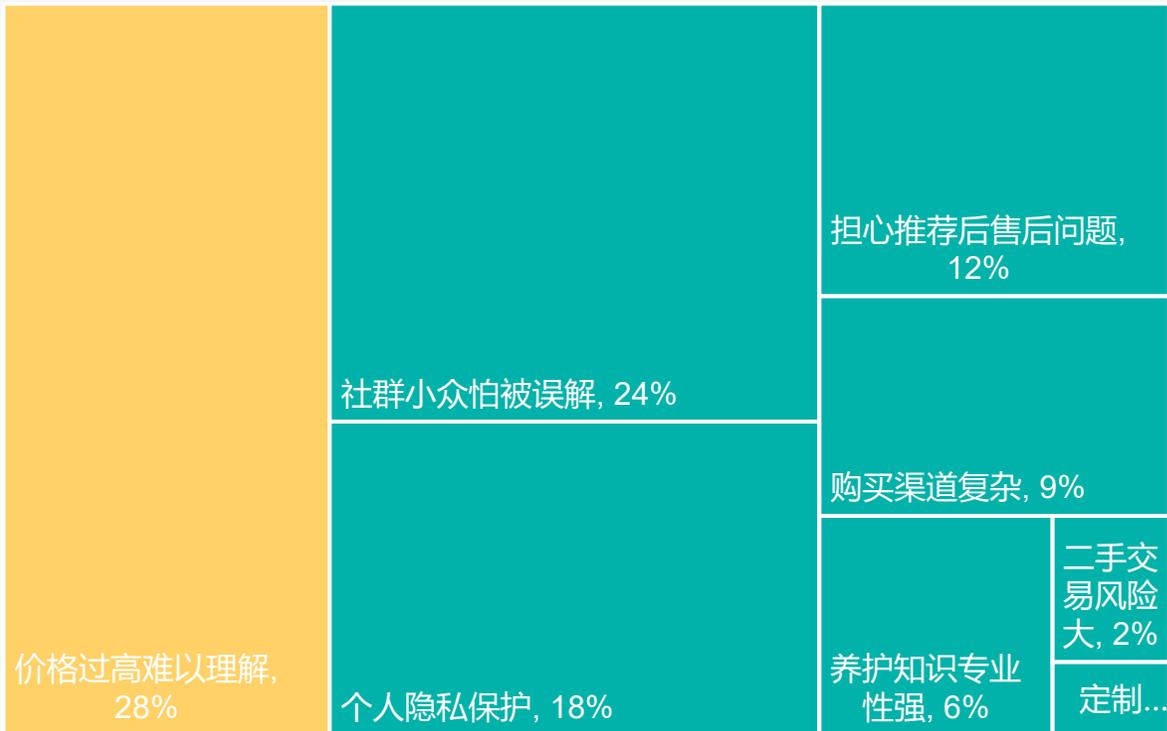
- ◆BJD娃娃消费者推荐意愿分化，50%用户愿意推荐，但价格过高（28%）和社群小众（24%）是主要不愿推荐原因。
- ◆调研显示，个人隐私保护占18%，价格和社交顾虑阻碍推荐，行业需优化策略以提升市场接受度。

2025年中国BJD娃娃向他人推荐意愿分布



样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

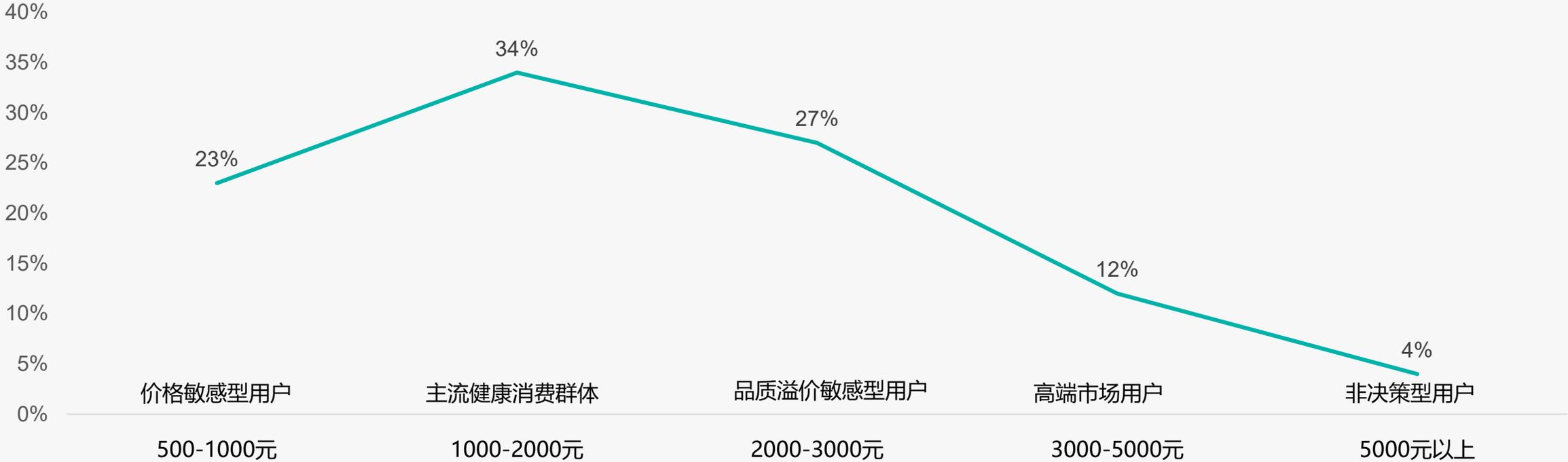
2025年中国BJD娃娃不愿向他人推荐原因分布



BJD娃娃消费中端价格最受青睐

- ◆BJD娃娃消费调查显示，价格接受度最高为1000-2000元区间，占比34%，表明中端产品最受消费者青睐。
- ◆中低价位需求显著，500-1000元占比23%，2000-3000元占比27%，而高价产品接受度较低，3000元以上合计仅16%。

2025年中国BJD娃娃主流规格价格接受度分布



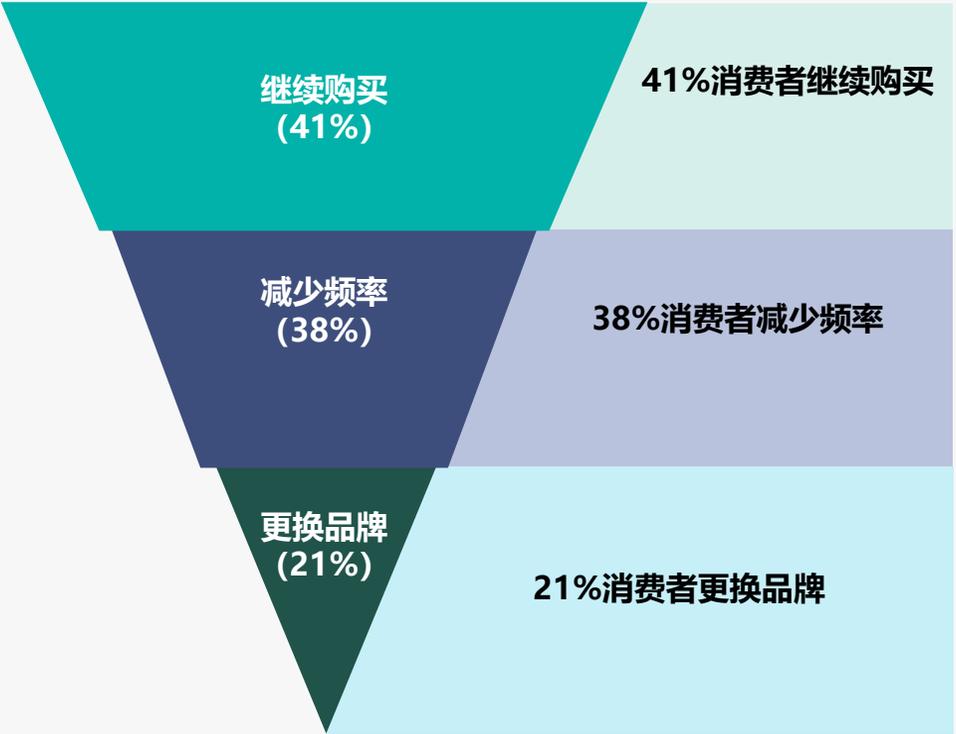
样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

注：以1/4尺寸（约45cm）规格BJD娃娃为标准核定价格区间

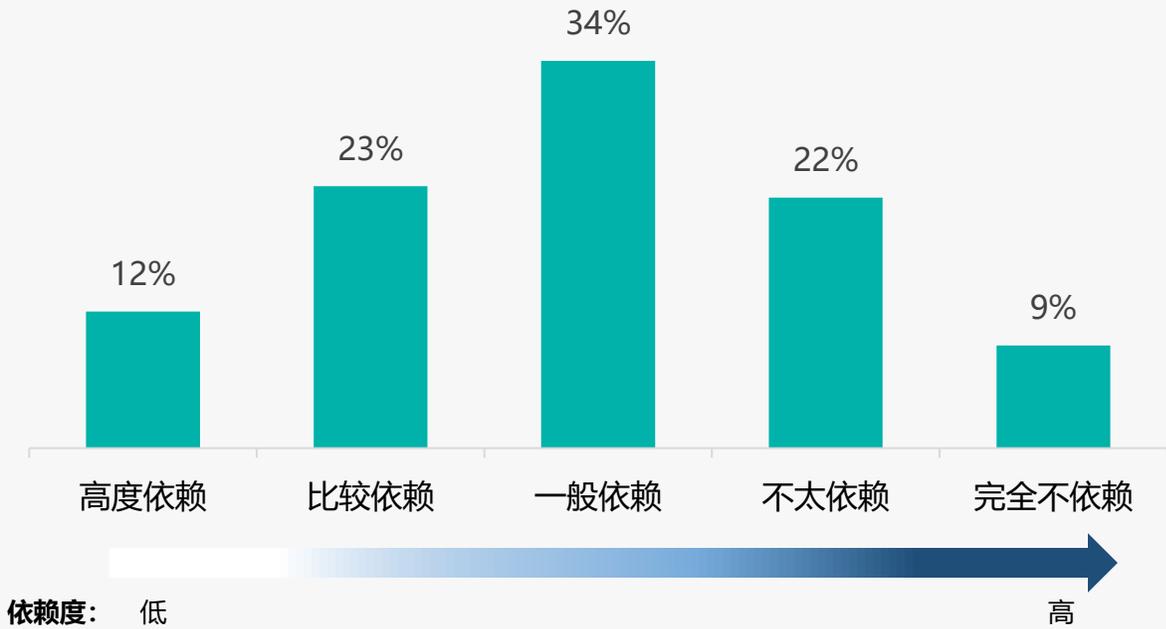
价格敏感品牌忠诚并存 促销依赖有限

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，38%减少频率，显示价格敏感度与品牌忠诚度并存，21%更换品牌提示竞争激烈。
- ◆促销依赖中，34%一般依赖，23%比较依赖，合计57%消费者对促销有一定依赖，但高度依赖仅12%，促销非主要驱动因素。

2025年中国BJD娃娃价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国BJD娃娃对促销活动依赖程度分布

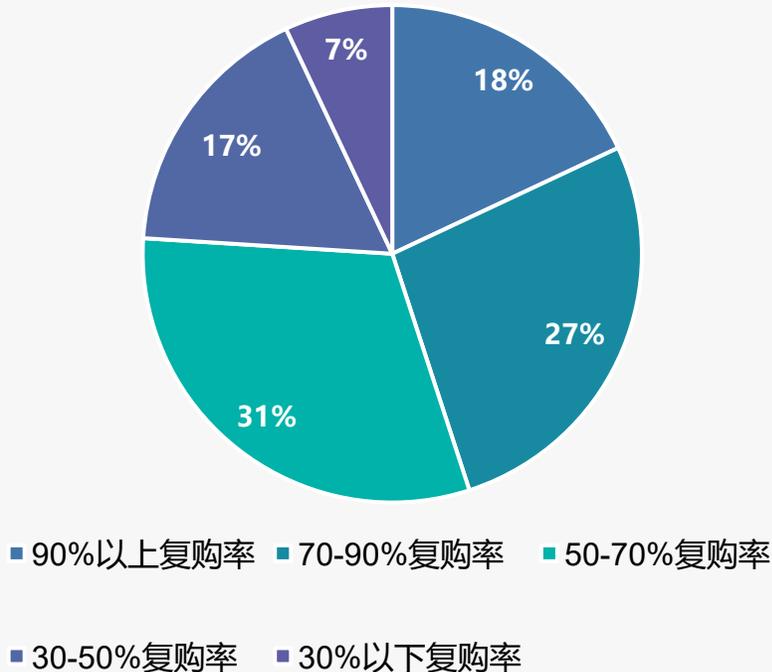


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

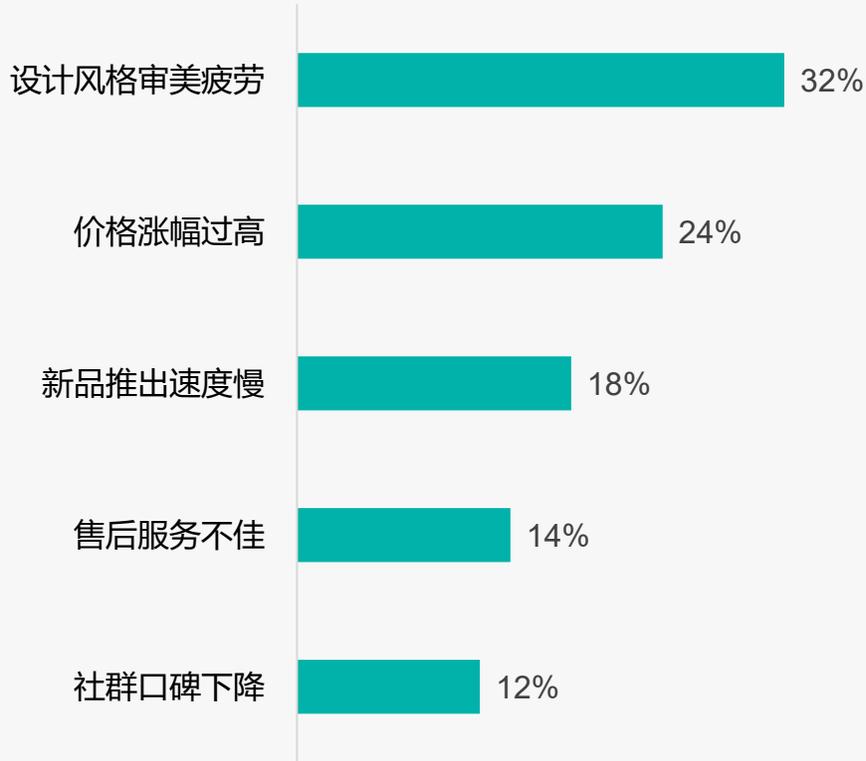
BJD娃娃消费者复购中等设计更新关键

- ◆ BJD娃娃消费者中，50-70%复购率占比最高达31%，但90%以上高复购率仅18%。更换品牌主因是设计风格审美疲劳占32%，价格涨幅过高占24%。
- ◆ 数据显示消费者忠诚度中等，品牌需注重设计更新和价格策略。新品推出速度慢占18%，售后和社群口碑影响相对较小，分别占14%和12%。

2025年中国BJD娃娃固定品牌复购率分布



2025年中国BJD娃娃更换品牌原因分布

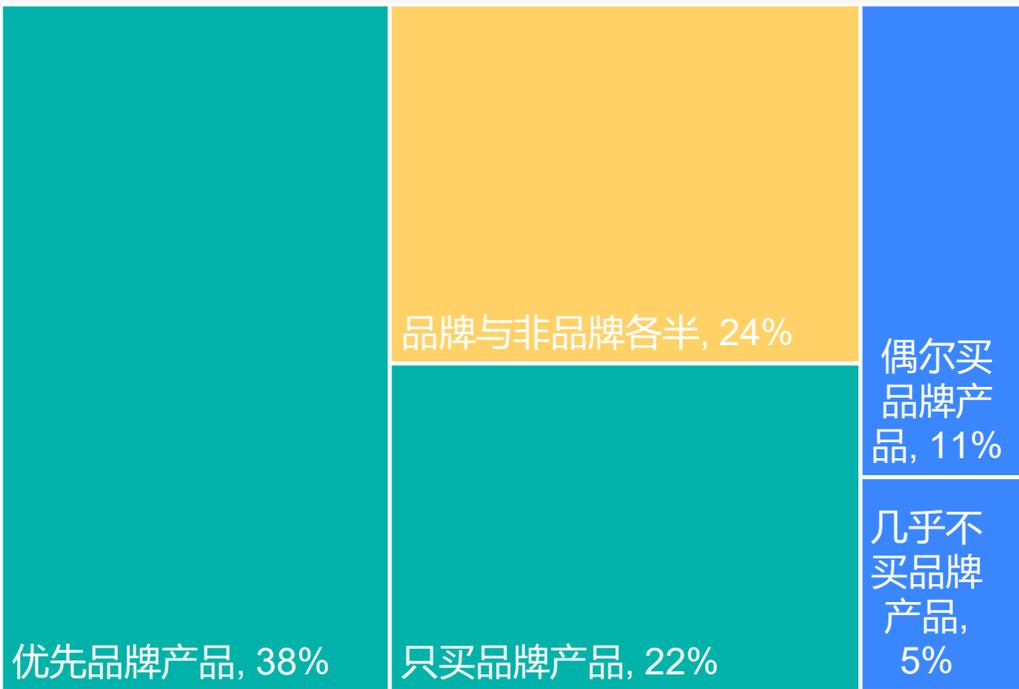


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

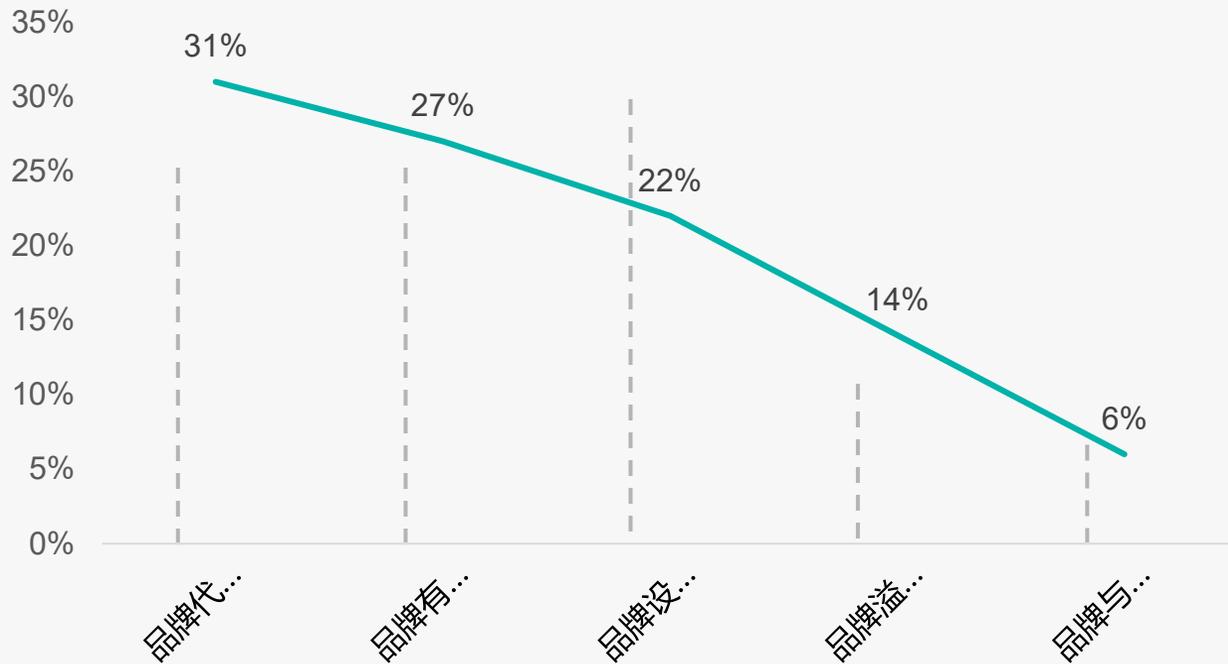
品牌主导BJD市场品质收藏价值高

- ◆BJD娃娃消费调查显示，60%的消费者优先或只买品牌产品，品牌主导市场，仅6%认为品牌与非品牌无差异，品牌认知度高。
- ◆消费者态度中，31%看重品牌品质保障，27%重视收藏价值，突显对产品质量和长期价值的关注，品牌建设至关重要。

2025年中国BJD娃娃消费品牌产品意愿分布



2025年中国BJD娃娃对品牌产品态度分布

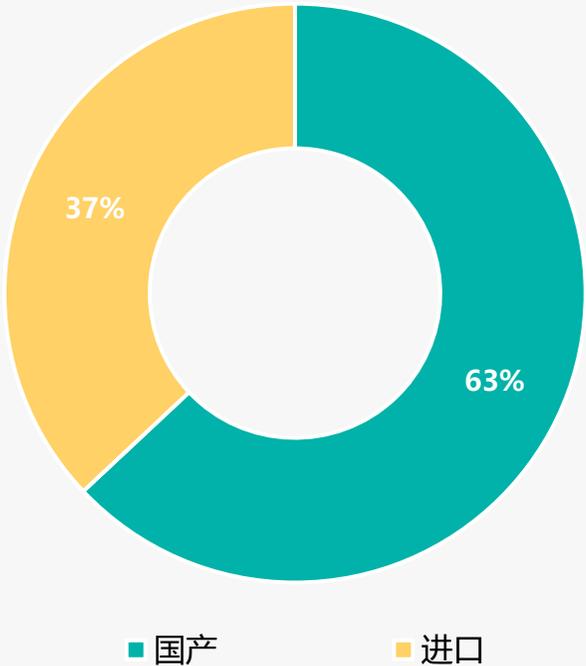


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

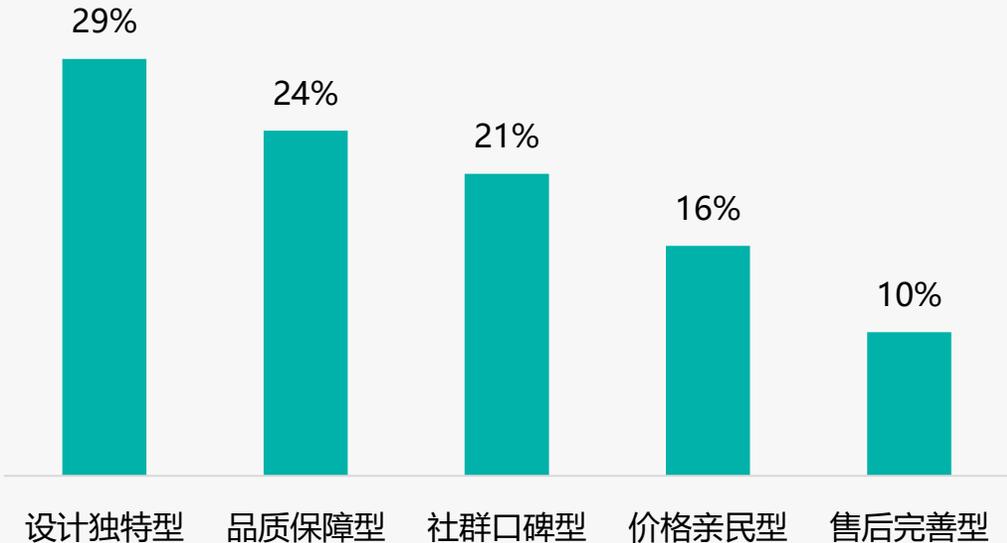
国产品牌主导 设计品质社群关键

- ◆国产品牌消费占比63%，远超进口品牌37%，显示国内品牌在BJD娃娃市场占据主导地位，消费者偏好本土产品。
- ◆品牌偏好中，设计独特型29%、品质保障型24%和社群口碑型21%合计74%，表明消费者更注重设计、质量和社群影响。

2025年中国BJD娃娃国产和进口品牌消费分布



2025年中国BJD娃娃品牌偏好类型分布

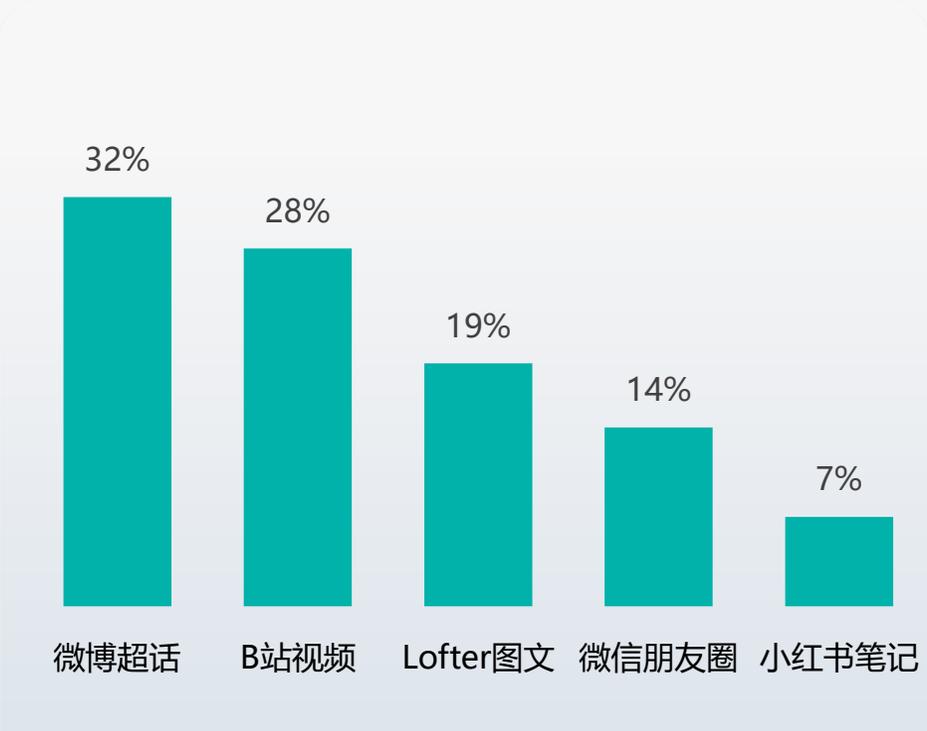


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

社交分享集中 创作展示主导

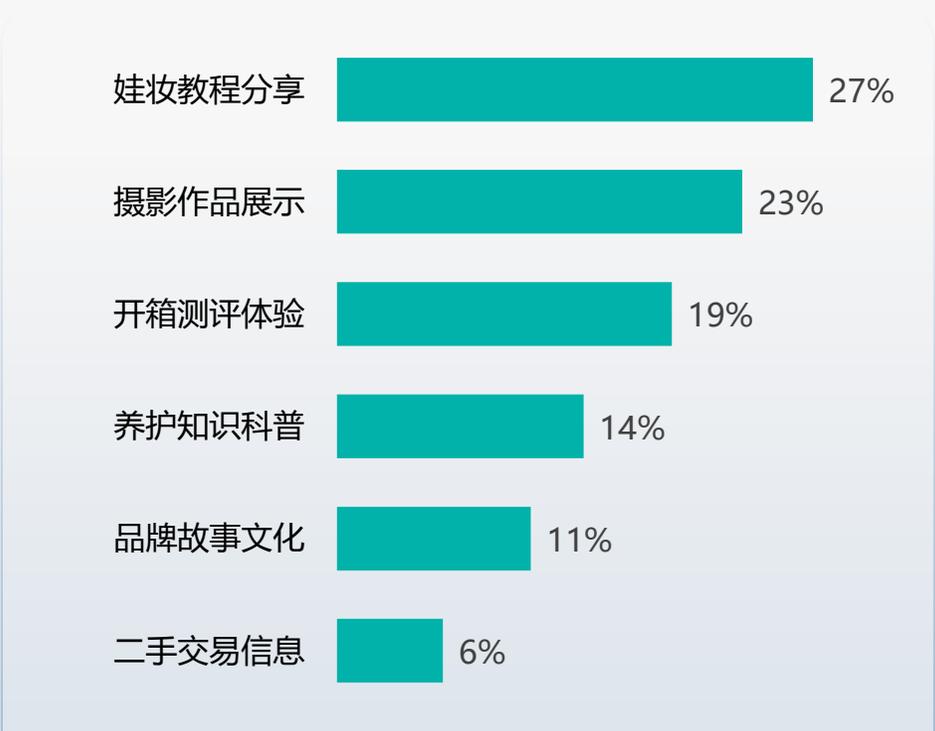
- ◆社交分享以微博超话32%和B站视频28%为主，合计60%，显示用户高度集中在核心平台进行互动和内容传播。
- ◆内容类型中娃娃教程27%和摄影作品23%共占50%，强调社群对创作展示的重视，二手交易仅6%凸显文化体验导向。

2025年中国BJD娃娃社交分享渠道分布



样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

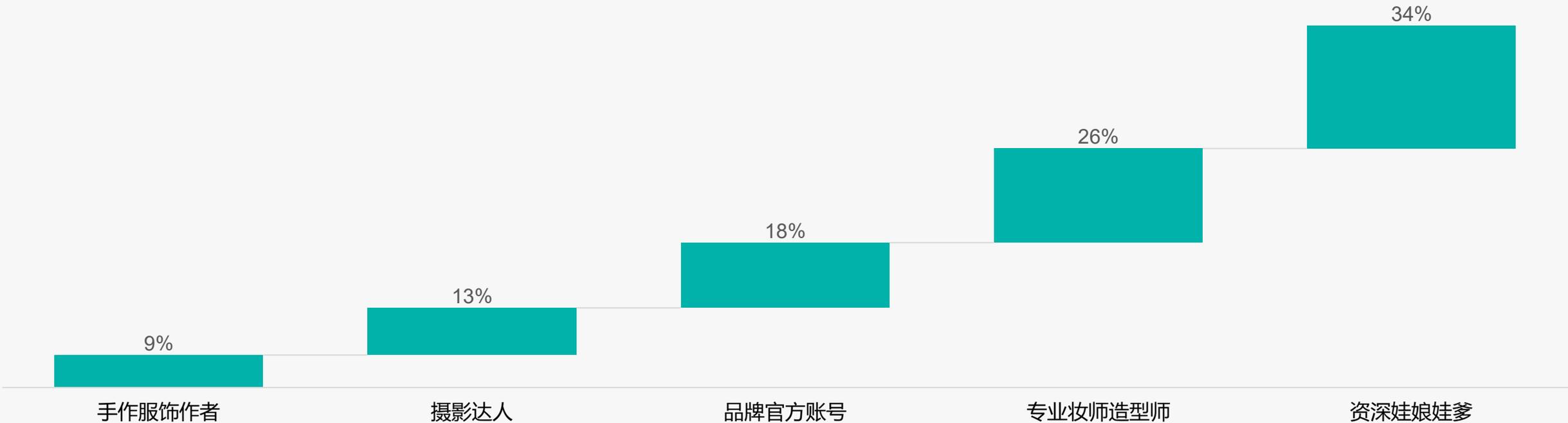
2025年中国BJD娃娃社交渠道获取内容类型分布



BJD消费信任偏向经验专业品牌需互动

- ◆调查显示，社交渠道中消费者最信任资深娃娃娃爹（34%）和专业妆师造型师（26%），表明个人经验和专业性是影响购买决策的关键因素。
- ◆品牌官方账号信任度仅18%，相对较低，提示品牌需加强社区互动以提升影响力，而摄影和手作作者占比小但辅助作用不可忽视。

2025年中国BJD娃娃社交渠道信任博主类型分布



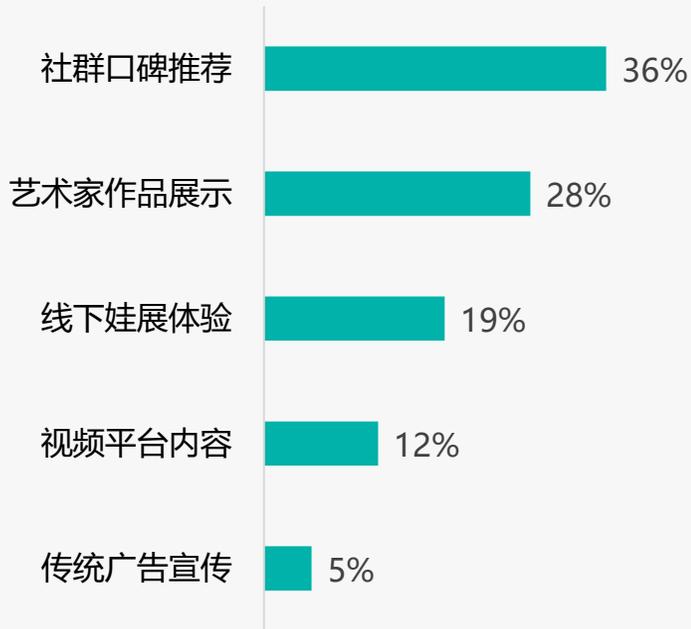
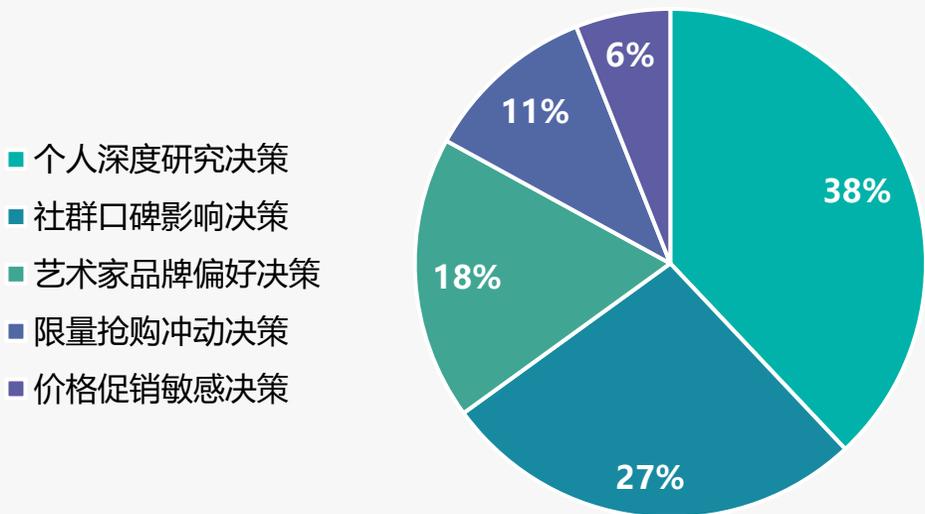
样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

口碑主导艺术驱动传统营销弱

- ◆ 社群口碑推荐以36%的占比成为BJD娃娃消费者首选信息渠道，凸显社交信任的重要性；艺术家作品展示占28%，反映对艺术价值的追求。
- ◆ 线下娃展体验占19%，促进实体互动；传统广告宣传仅占5%，表明传统营销在该小众圈中影响力较弱，需调整策略。

2025年中国BJD娃娃家庭广告偏好分布

2025年中国BJD娃娃消费决策者类型分布

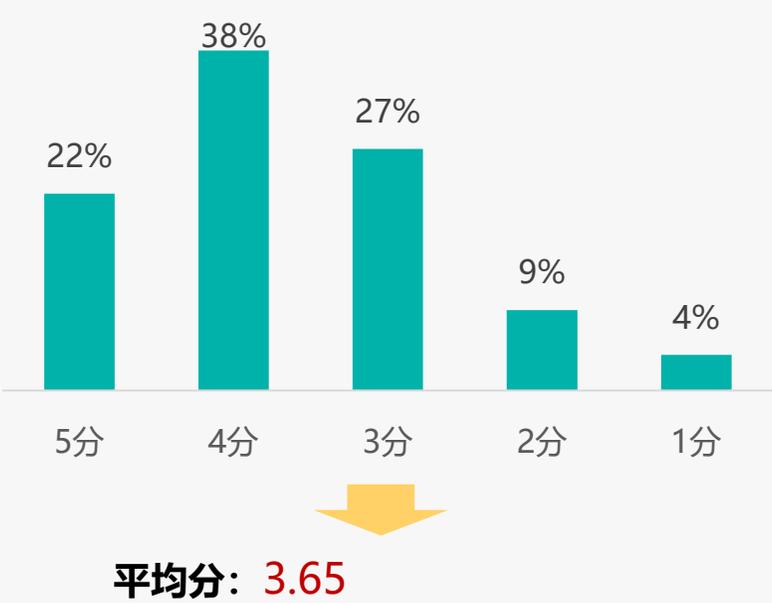


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

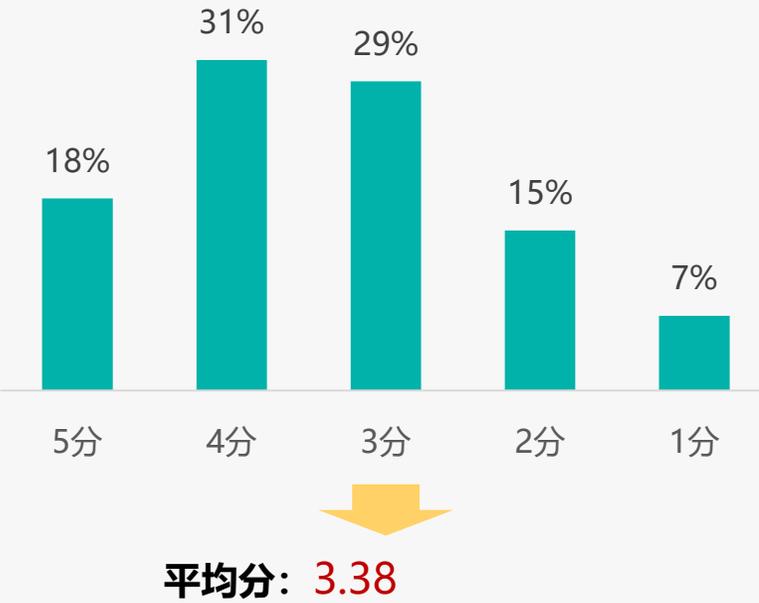
消费流程优 退货体验需改进

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计60%。退货体验满意度较低，5分和4分合计49%，1分和2分合计22%，需重点改进。
- ◆客服满意度中，5分和4分合计55%，略高于退货体验但低于消费流程。3分占比28%表明部分消费者对客服表现持中立态度。

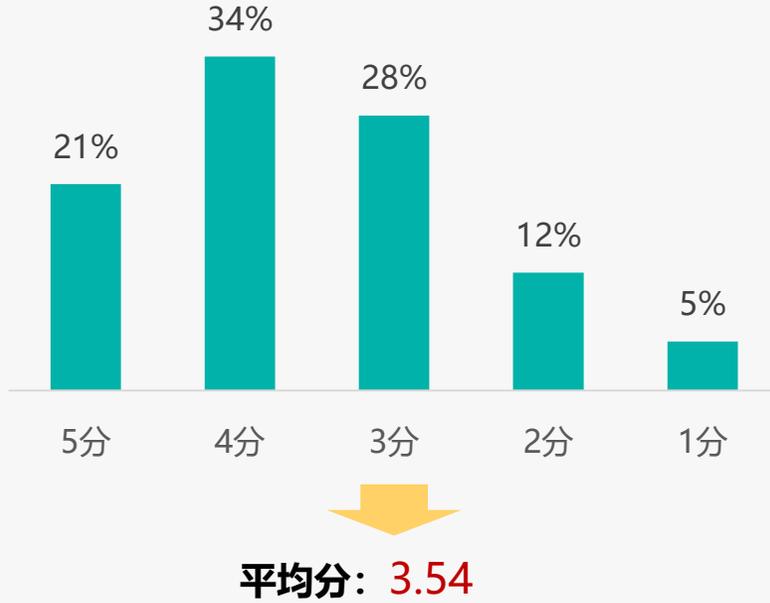
2025年中国BJD娃娃线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国BJD娃娃退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国BJD娃娃线上消费客服满意度分布（满分5分）

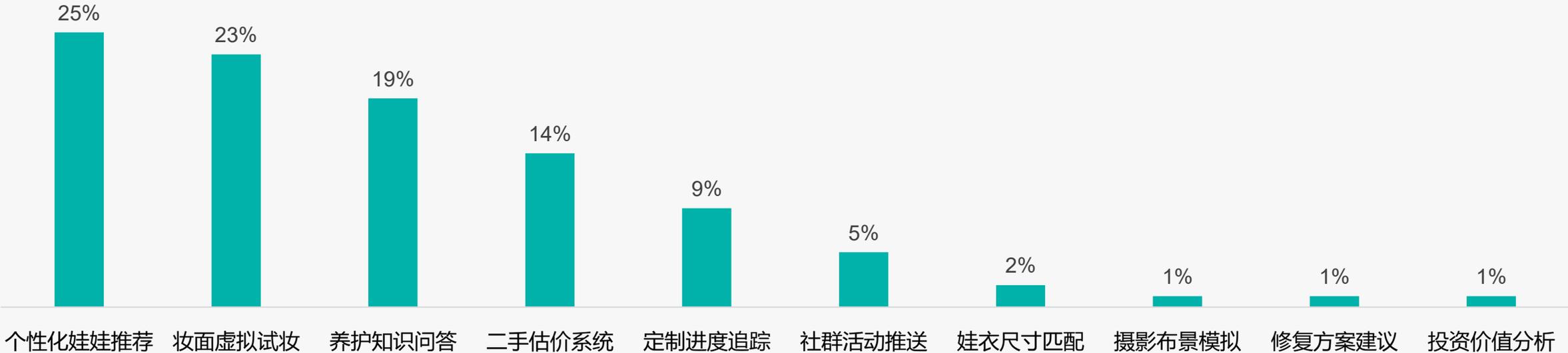


样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

定制推荐试妆主导 小众服务需求有限

- ◆线上智能服务中，个性化娃娃推荐占25%，妆面虚拟试妆占23%，养护知识问答占19%，显示定制化、视觉预览和维护是核心需求。
- ◆二手估价系统占14%，定制进度追踪占9%，其他服务如社群活动推送占5%或更低，表明小众服务普及度或兴趣相对有限。

2025年中国BJD娃娃线上消费智能服务体验分布



样本：BJD娃娃行业市场调研样本量N=1126，于2025年10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。

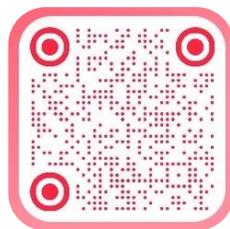
- 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



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