

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月鱼肝油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Cod Liver Oil 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：中青年女性主导鱼肝油消费

-  36-45岁人群占比最高31%，26-35岁占28%，中青年是消费主力。
-  女性消费者略多，占53%，男性占47%，女性消费力突出。
-  新一线城市消费活跃，占29%，一线和二线城市分别占23%和25%。

## 启示

### ✓ 聚焦中青年女性市场

品牌应针对中青年女性开发产品和营销策略，利用她们在家庭健康管理中的主导地位，提升市场渗透率。

### ✓ 强化城市层级布局

重点布局新一线和一二线城市，推出符合城市消费者偏好的产品，以抓住高活跃度市场机会。

## 核心发现2：线上渠道主导消费行为

-  电商平台推荐(26%)和亲友推荐(19%)是主要信息源，合计占45%。
-  天猫/淘宝(31%)和京东(24%)主导线上销售，合计占55%。
-  社交媒体(12%)和健康类APP(15%)在信息传播中发挥重要作用。

### 启示

#### ✓ 加强数字营销投入

品牌需强化在电商平台和社交媒体的营销，利用智能推荐和用户评价提升产品可见度和信任度。

#### ✓ 优化线上购买体验

提升网站和APP的用户界面，简化购买流程，整合智能客服和支付功能，以提高转化率和客户满意度。

## 核心发现3：高纯度产品偏好突出

-  高纯度鱼肝油偏好度23%最高，无添加剂鱼肝油19%紧随其后。
-  儿童和老年人专用鱼肝油分别占16%和13%，特定人群需求明显。
-  进口品牌偏好11%高于国产品牌的8%，反映品质信任影响。

### 启示

#### ✓ 提升产品纯度和安全性

品牌应投资研发高纯度和无添加剂产品，强调成分透明和安全认证，以满足消费者对健康属性的高要求。

#### ✓ 开发细分人群产品

针对儿童、老年人等特定群体推出定制化鱼肝油，结合功能需求进行精准营销，扩大市场份额。

核心逻辑：聚焦中青年女性，线上渠道主导，健康需求驱动消费

## 1、产品端



- ✓ 开发高纯度无添加鱼肝油产品
- ✓ 推出中端价格100粒装胶囊

## 2、营销端



- ✓ 强化微信朋友圈口碑营销
- ✓ 合作医疗健康专家推荐

## 3、服务端



- ✓ 优化在线客服响应效率
- ✓ 提供个性化健康管理服务

# 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** 鱼肝油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鱼肝油品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对鱼肝油的购买行为；
- 鱼肝油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，计算鱼肝油品类销售额、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、不同平台鱼肝油品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 京东主导鱼肝油销售 抖音增长迅猛

- ◆ 从平台销售结构看，京东占据绝对主导地位，1-8月累计销售额达1.61亿元，占比超60%。这反映出京东在保健品品类上的供应链和用户信任优势明显，建议品牌方将京东作为核心渠道进行资源倾斜，同时关注抖音电商的快速增长潜力。
- ◆ 月度销售趋势显示明显的季节性波动，3月、5月为销售高峰，7-8月显著回落。这种波动与春节后健康消费回升及618大促相关，建议企业优化库存管理和营销节奏，在旺季前加强备货和促销投入，以提升销售效率。平台增长差异显著：抖音1-8月销售额增长74.2%，而天猫同期下降51.5%。这表明内容电商正在快速侵蚀传统电商份额，企业需加速布局短视频和直播带货，以适应渠道变革趋势。

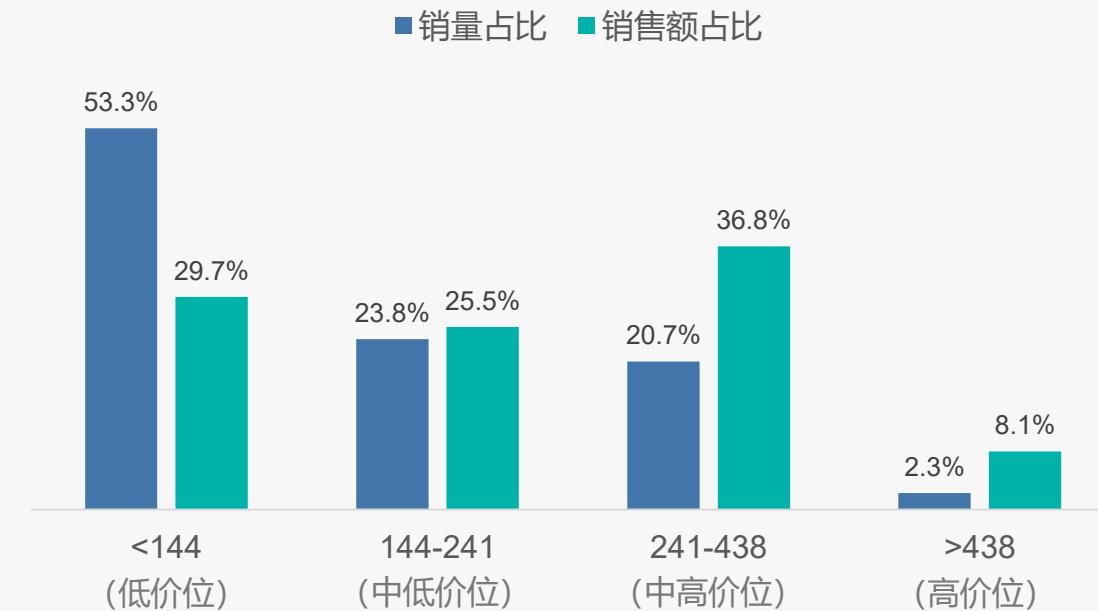
### 2025年1月~8月鱼肝油品类线上销售规模（百万元）



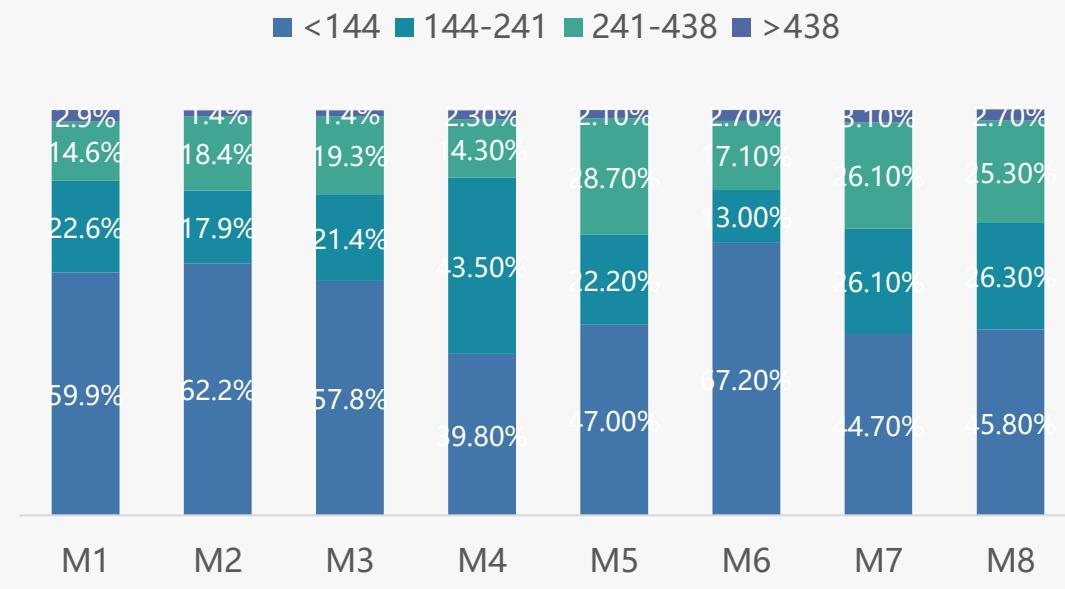
# 鱼肝油市场结构优化驱动增长

- ◆ 从价格区间结构看，鱼肝油市场呈现明显的金字塔分布。低价区间 (<144元) 销量占比高达53.3%，但销售额贡献仅29.7%，表明该区间产品单价较低，周转率高但利润率可能受限。中高端区间 (241-438元) 销量占比20.7%却贡献36.8%的销售额，是核心利润来源。高价区间 (>438元) 虽占比小，但存在溢价空间。
- ◆ 月度销量分布显示市场波动显著。M1-M3低价区间占比持续高位 (57.8%-62.2%)，M4出现结构性调整，144-241元区间销量飙升至43.5%，可能受促销或新品影响。M6低价占比达峰值67.2%，反映季节性消费特征。整体看，低价产品主导销量但稳定性差，中端市场在M7-M8占比回升至25%以上，显示消费升级。

2025年1月~8月鱼肝油线上不同价格区间销售趋势



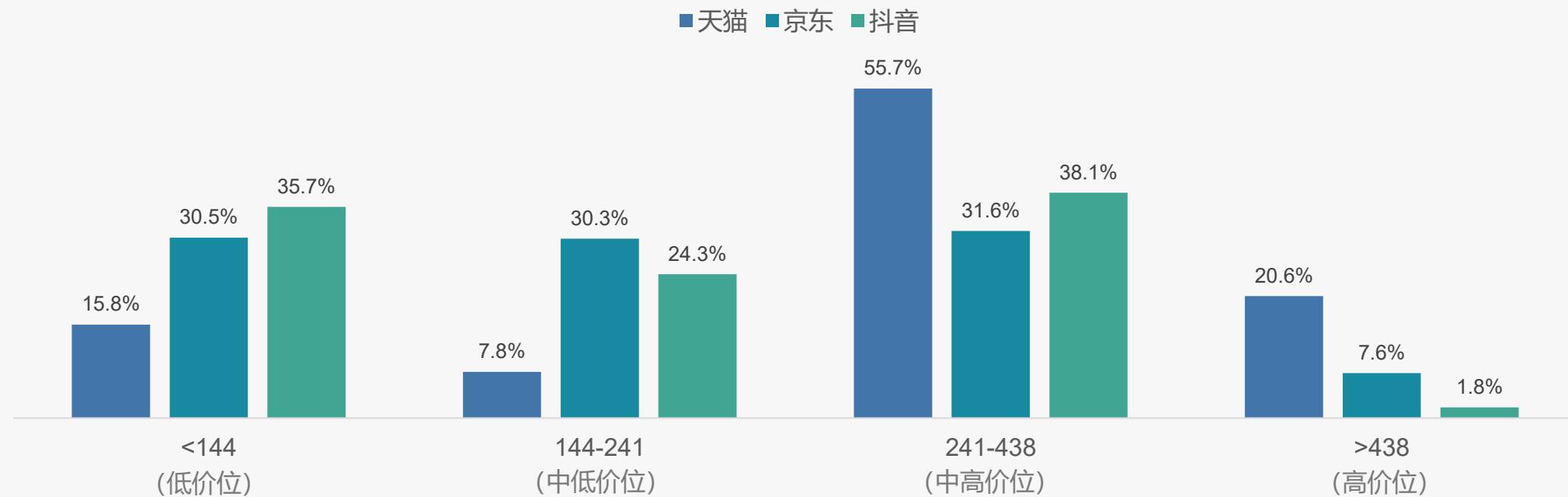
鱼肝油线上价格区间-销量分布



# 天猫高端主导 京东抖音低价引流

- ◆ 从价格带分布看，天猫平台以241-438元中高端价格带为主（55.7%），京东和抖音则更均衡或偏向中低端（京东144-438元合计92.4%，抖音<438元合计98.2%），显示天猫用户购买力更强，京东和抖音更依赖性价比策略。
- ◆ 从低价产品竞争格局看，抖音<144元价格带占比最高（35.7%），其次是京东（30.5%）和天猫（15.8%），反映抖音以低价引流策略为主，但需关注低价产品可能带来的毛利率压力和品牌形象稀释风险。

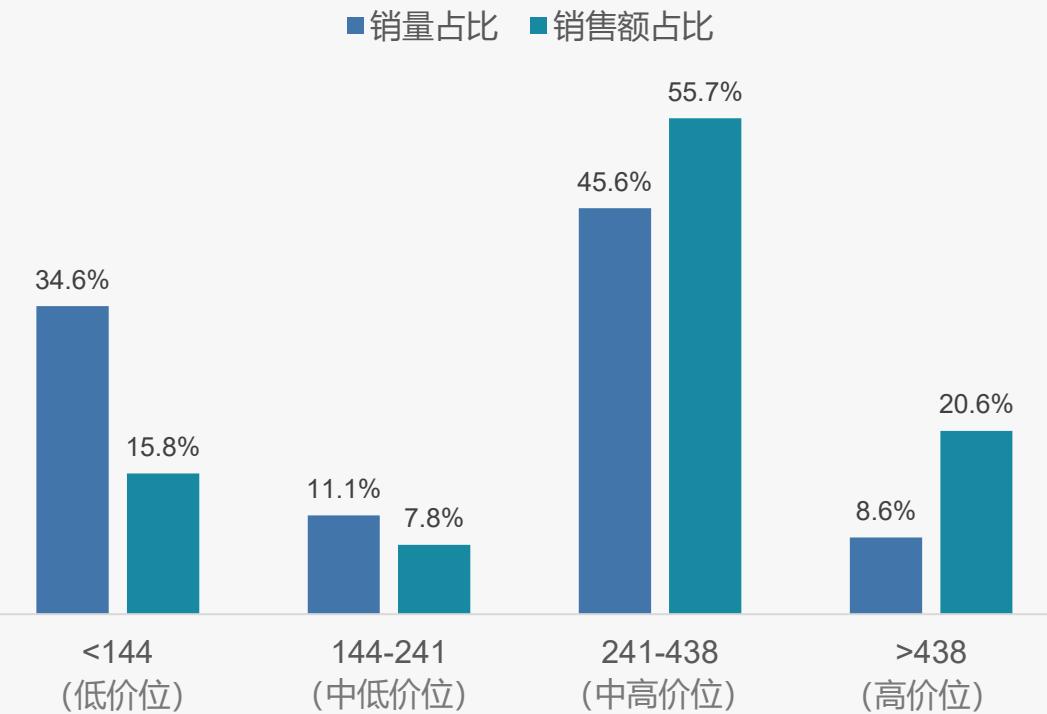
2025年1月~8月各平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



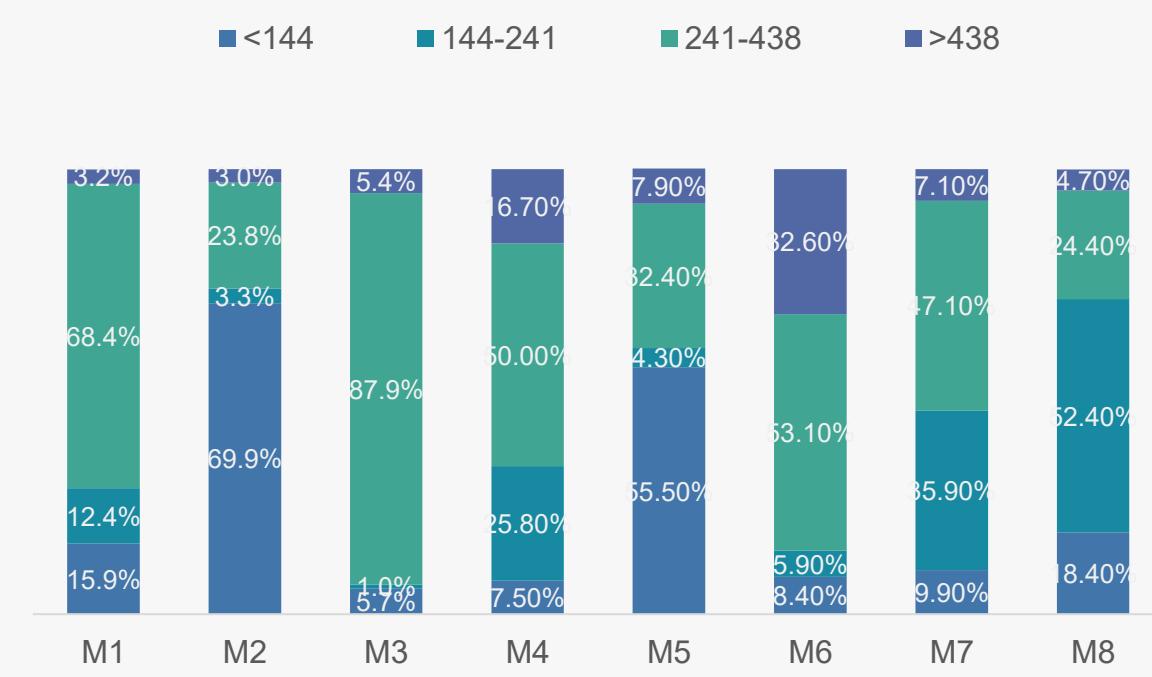
# 中高端鱼肝油驱动销售额增长

- ◆ 从价格区间结构分析，241-438元价格带销量占比45.6%但贡献55.7%销售额，是核心盈利区间，呈现高价值集中特征；<144元价格带销量占比34.6%仅贡献15.8%销售额，存在明显的量价背离，需关注低端市场盈利能力。
- ◆ 从产品组合策略分析，中高端价格带（241-438元和>438元）合计销量占比54.2%但贡献76.3%销售额，验证了高端化战略的有效性；但>438元价格带销量占比仅8.6%，表明超高端市场仍有较大拓展空间，需优化产品梯队。

2025年1月~8月天猫平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



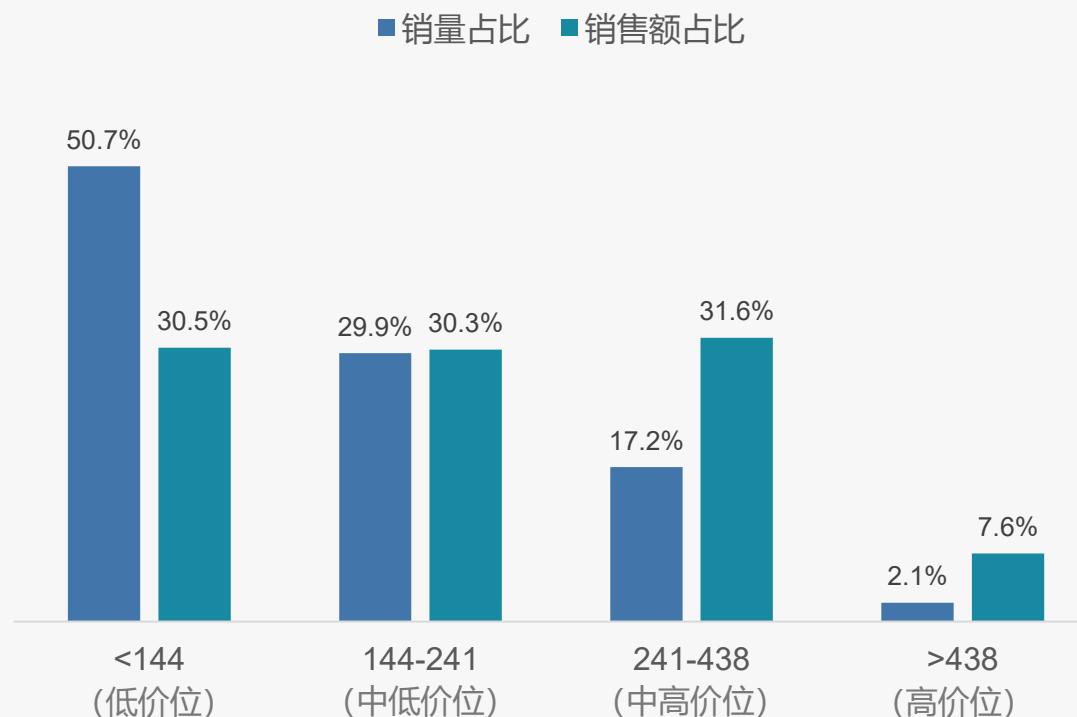
天猫平台鱼肝油价格区间-销量分布



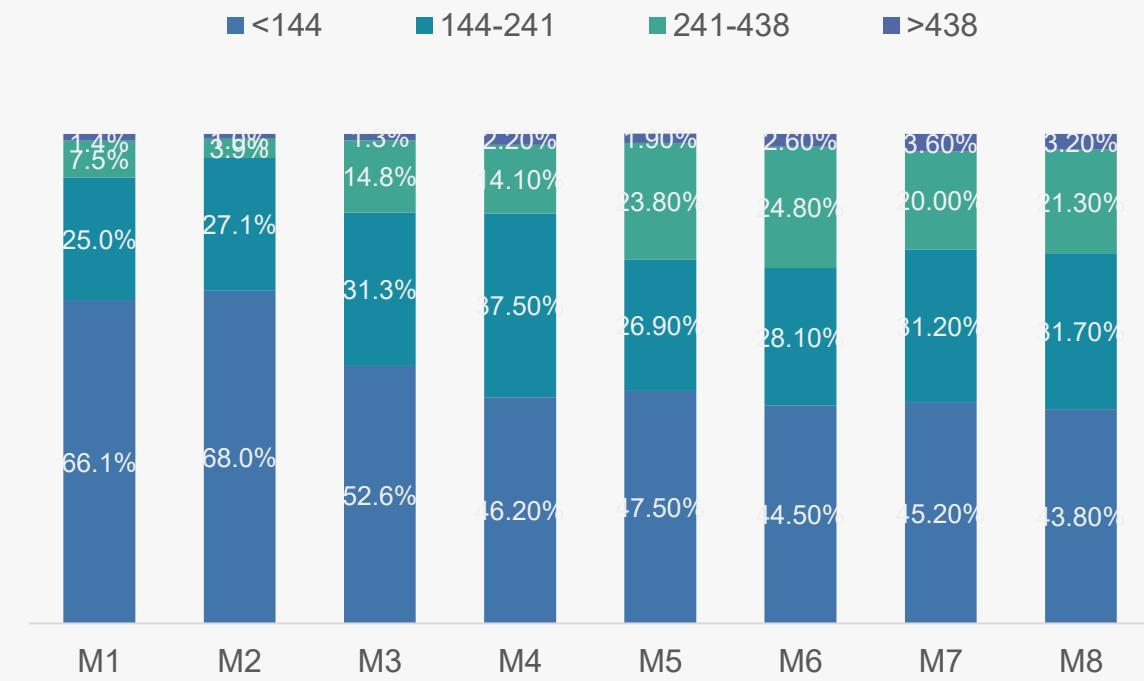
# 鱼肝油消费升级 中高端价值凸显

- ◆ 从价格区间结构看，京东平台鱼肝油品类呈现明显的销量集中与价值分散特征。低价区间贡献50.7%销量但仅占30.5%销售额，而中高端区间以17.2%销量贡献31.6%销售额，显示中高端产品具备更高的单位价值与利润空间，建议优化产品组合以提升整体ROI。
- ◆ 月度销量分布显示消费升级趋势。低价区间销量占比从66.1%降至43.8%，而中高端区间从7.5%升至21.3%，高端区间从1.4%升至3.2%。这表明消费者正逐步向中高端产品迁移，需加强高附加值产品供应链与营销投入。

2025年1月~8月京东平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



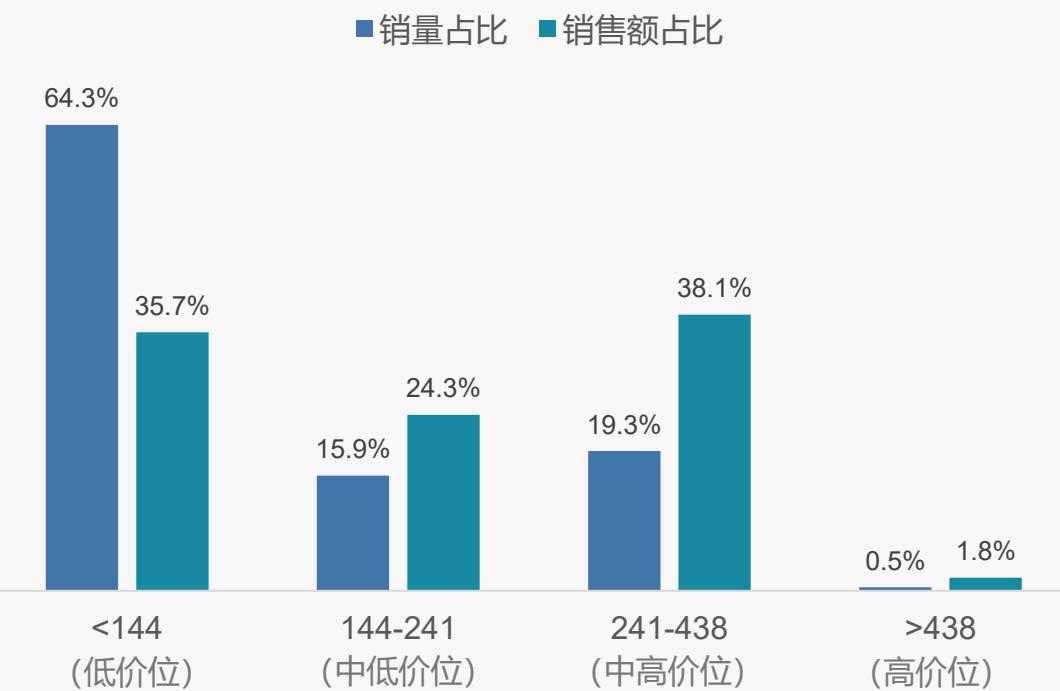
京东平台鱼肝油价格区间-销量分布



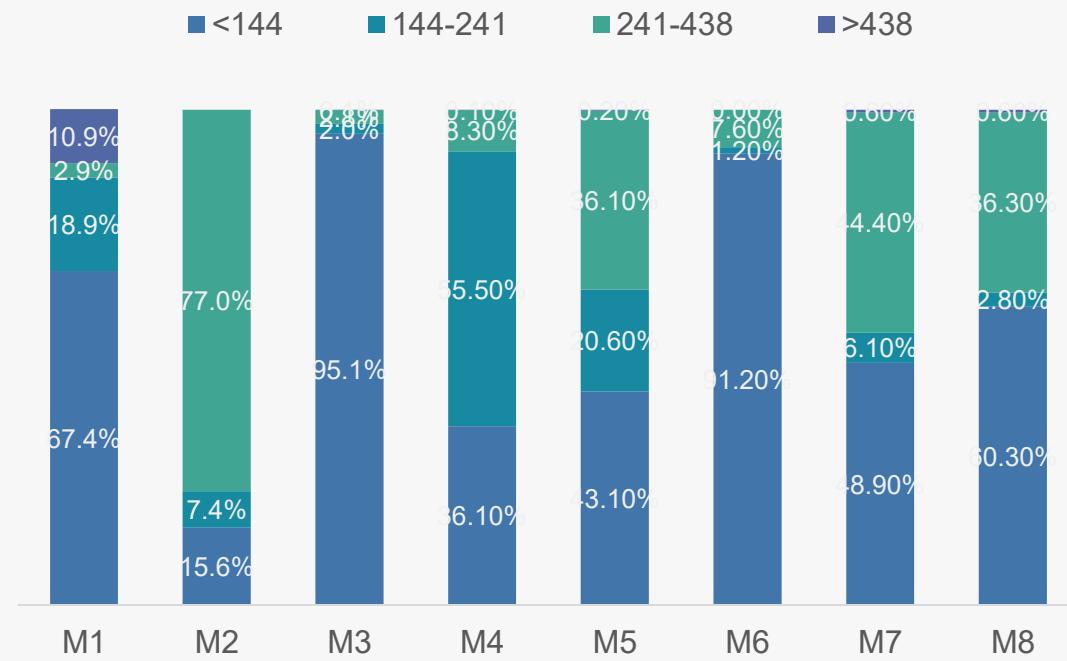
# 低价主导 中高端盈利 市场波动大

- ◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台鱼肝油品类呈现明显的低价主导特征。144元以下价格带销量占比64.3%，但销售额占比仅35.7%，表明该区间产品单价较低，周转率快但利润贡献有限。月度销量分布显示市场波动剧烈。M3月144元以下产品占比高达95.1%，而M2月241-438元产品占比达77.0%，表明消费者购买行为存在明显的价格敏感性和季节性变化。
- ◆ 从产品结构优化角度看，>438元高端产品销量占比仅0.5%，销售额占比1.8%，市场渗透率极低。相比之下，241-438元中高端产品在多个月份表现稳定，建议重点发展中高端产品线，优化产品组合，提升整体毛利率和品牌价值。

2025年1月~8月抖音平台鱼肝油不同价格区间销售趋势



抖音平台鱼肝油价格区间-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** 鱼肝油消费行为、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年内购买过鱼肝油的消费者；
- 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

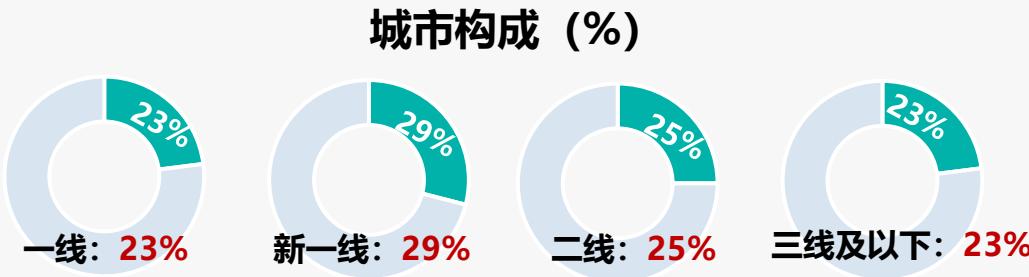
样本数量

N=1321

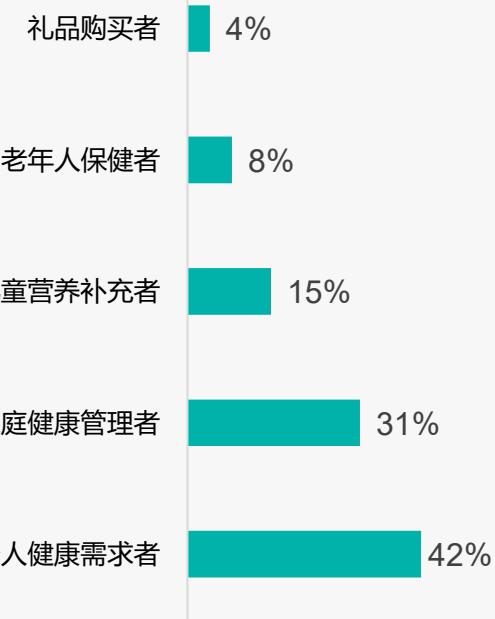
# 中青年女性主导鱼肝油消费

- ◆ 鱼肝油消费主力为中青年群体，36-45岁占比31%，26-35岁占28%。女性消费者略多，占53%。新一线城市消费活跃，占比29%。
- ◆ 中等收入人群是主要消费者，5-8万元收入占27%。消费以个人健康需求为主，占42%，家庭健康管理占31%。

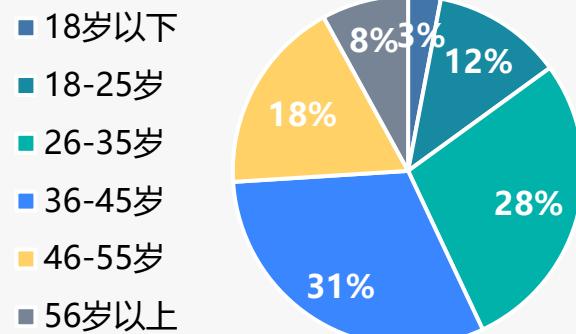
## 2025年中国鱼肝油消费者画像



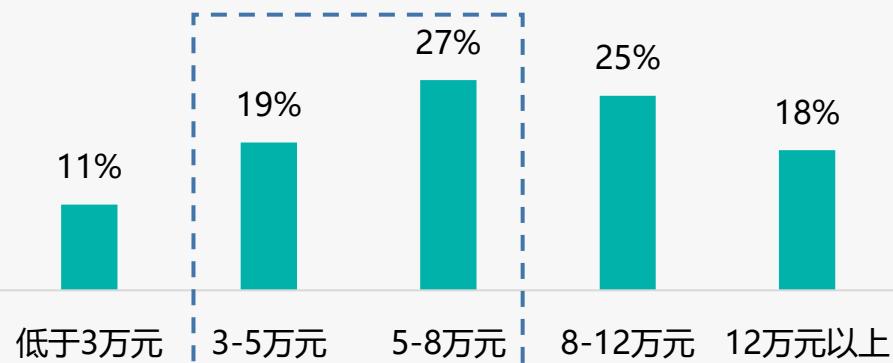
### 消费决策者角色分布 (%)



### 年龄构成 (%)



### 收入分布 (%)

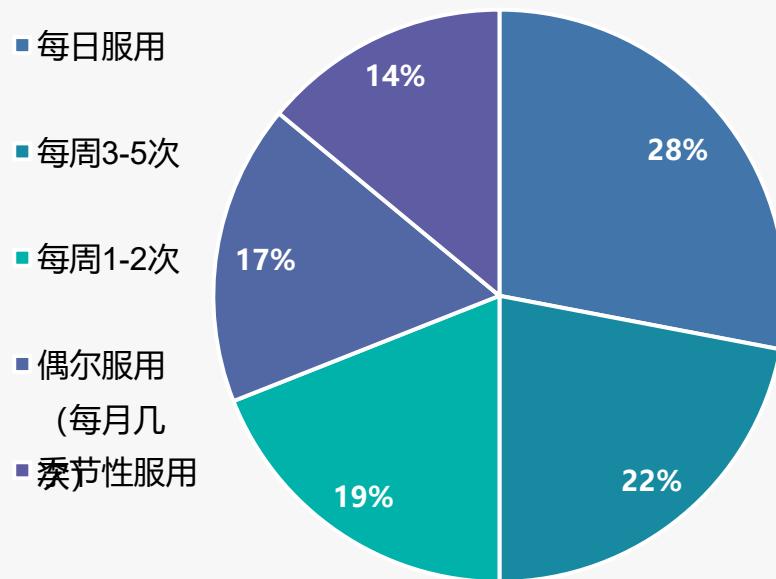


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

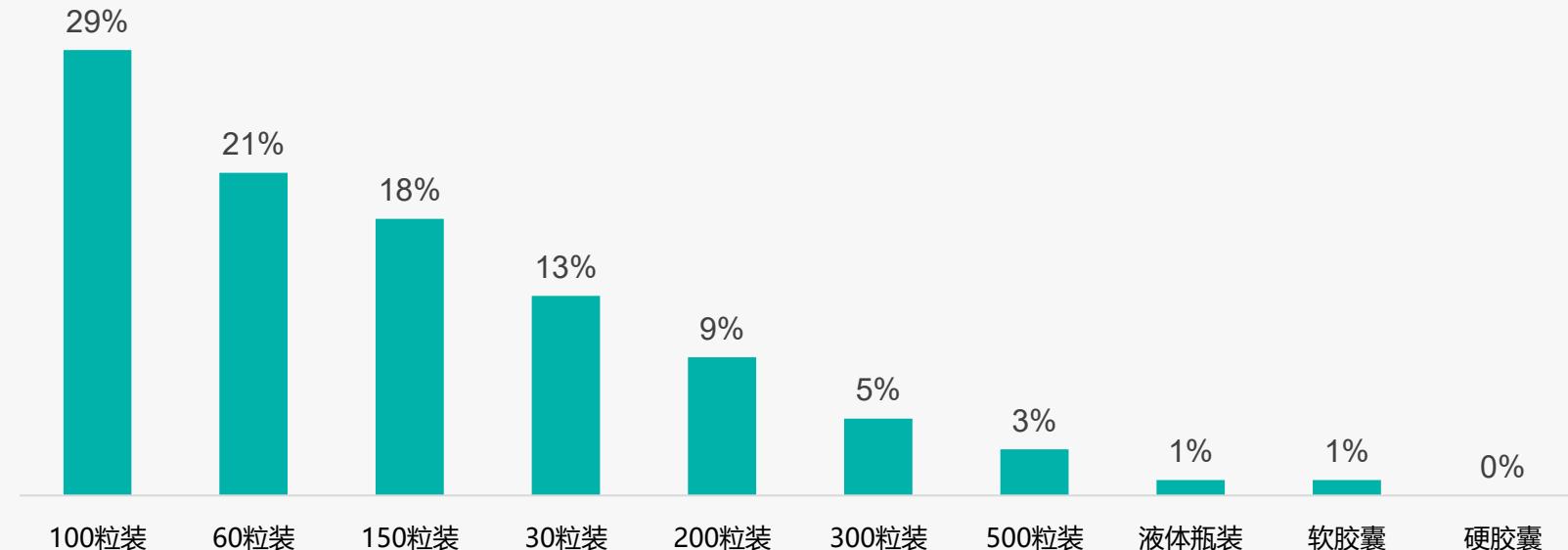
# 鱼肝油规律服用为主 百粒装最受欢迎

- ◆ 鱼肝油消费频率以每日服用28%和每周3-5次22%为主，显示多数用户养成规律服用习惯，偶尔和季节性服用合计31%反映部分需求不稳定。
- ◆ 产品规格中100粒装29%最受欢迎，60粒装21%次之，150粒装18%，大包装如300粒装5%需求有限，胶囊形式主导市场。

## 2025年中国鱼肝油消费频率分布



## 2025年中国鱼肝油产品规格分布

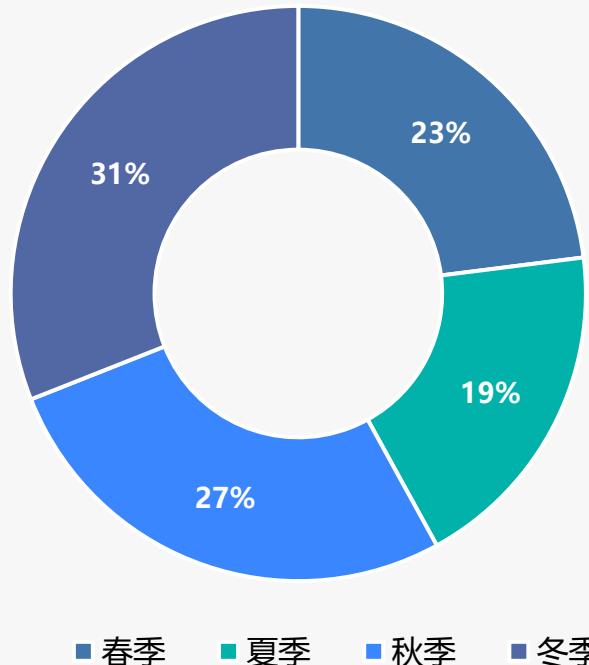


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 鱼肝油消费 中等价位主导 冬季需求高峰

- ◆ 鱼肝油消费中，单次支出50-100元占比34%最高，冬季消费占比31%为季节性高峰，显示中等价位产品和冬季需求主导市场。
- ◆ 包装类型以塑料瓶装占比38%为主，显著领先其他形式，突显消费者对便携性和耐用性的偏好，指导产品设计策略。

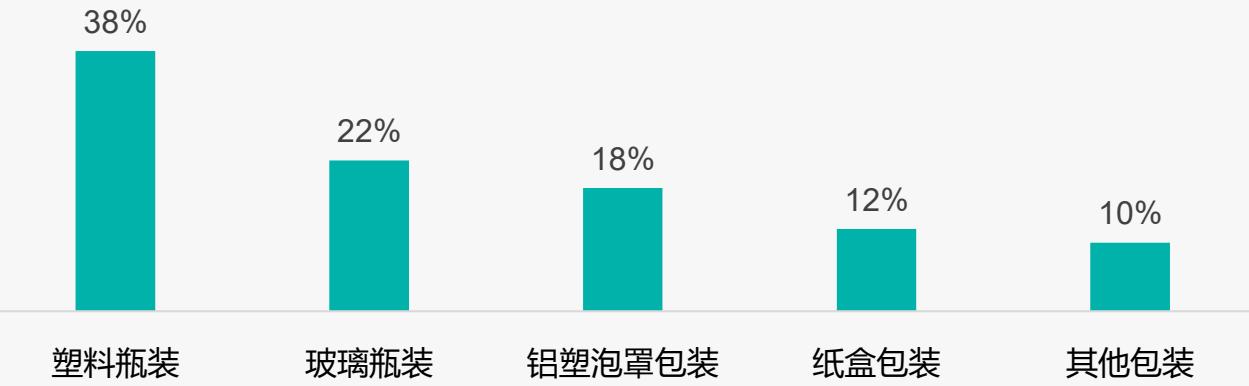
## 2025年中国鱼肝油消费季节分布



## 2025年中国鱼肝油单次支出分布



## 2025年中国鱼肝油包装类型分布

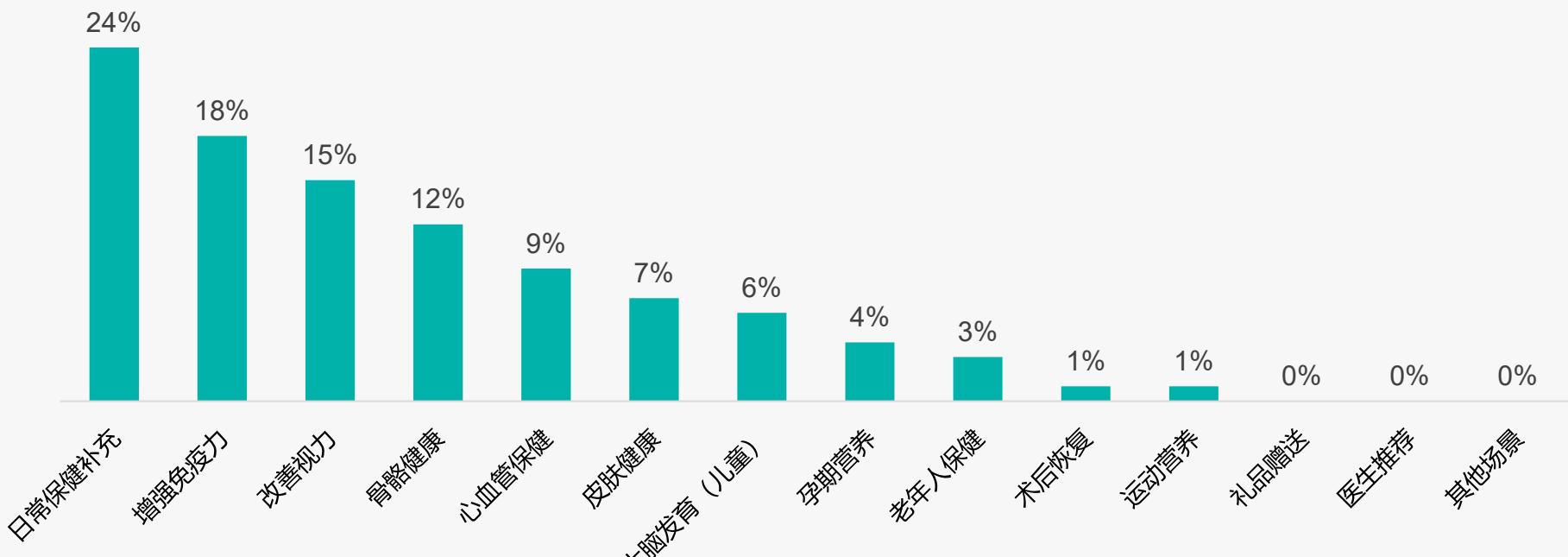


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

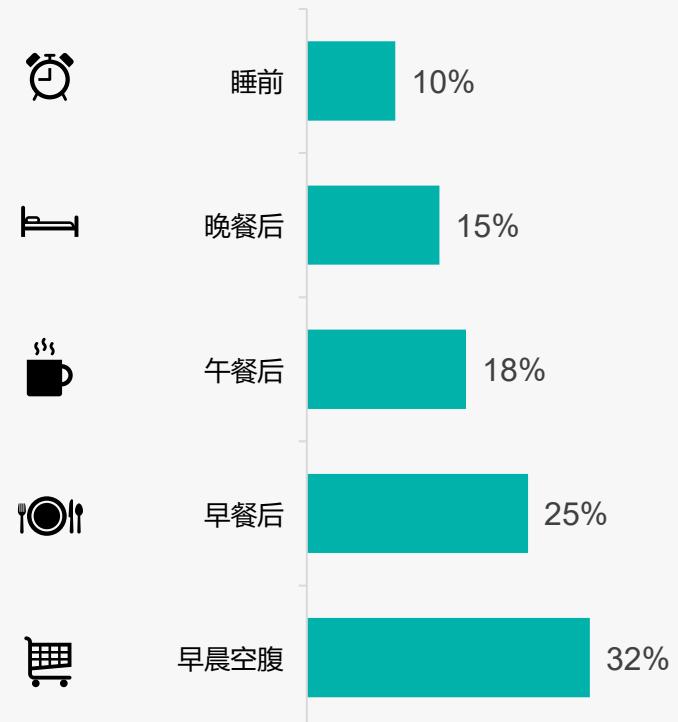
# 鱼肝油消费 日常保健为主 早晨服用集中

- ◆ 鱼肝油消费以日常保健补充为主（24%），增强免疫力（18%）和改善视力（15%）次之，显示消费者主要关注基础健康和特定功能需求。
- ◆ 消费时段集中在早晨，空腹（32%）和早餐后（25%）占比过半，表明服用习惯与早晨营养补充密切相关。

2025年中国鱼肝油消费场景分布



2025年中国鱼肝油消费时段分布

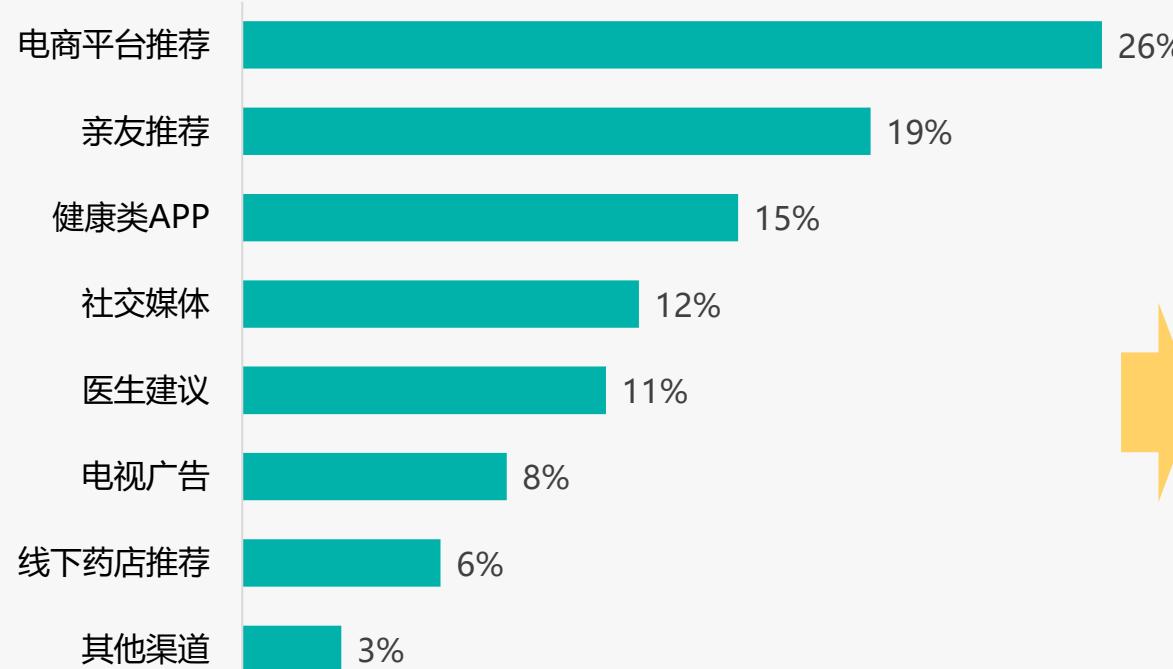


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 线上渠道主导鱼肝油消费行为

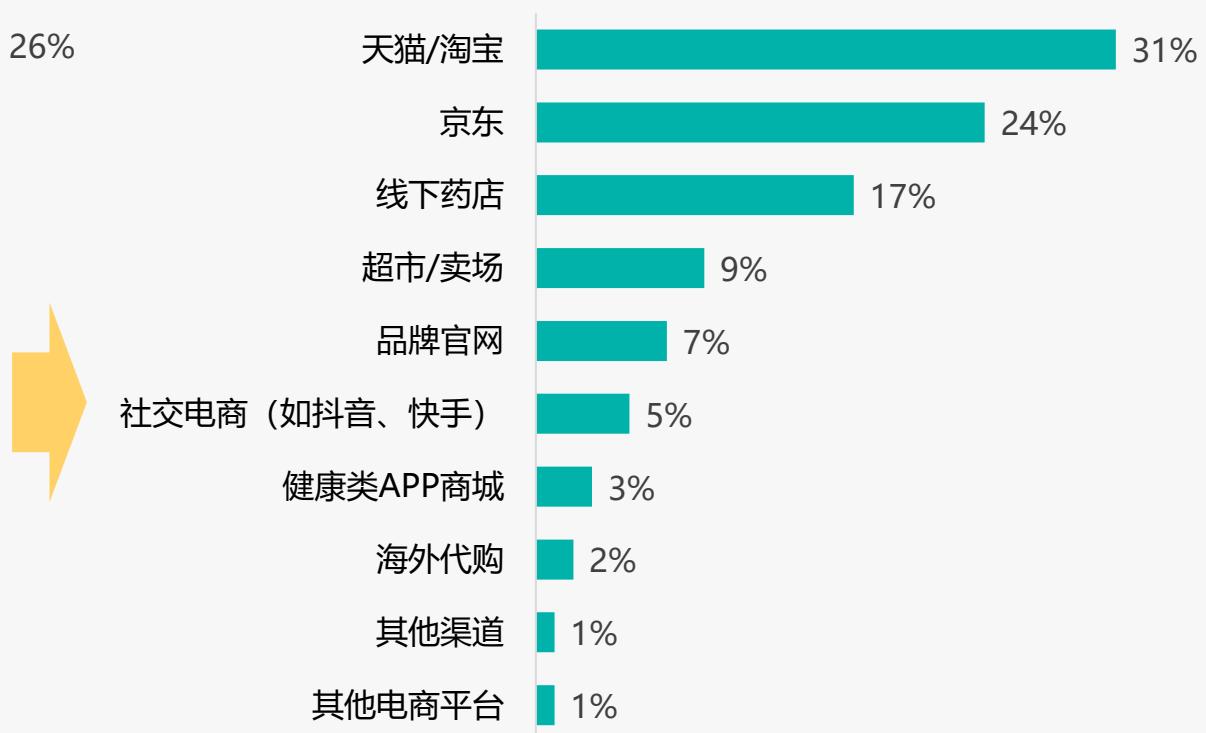
- ◆ 消费者了解鱼肝油主要通过电商平台推荐（26%）和亲友推荐（19%），社交媒体（12%）和健康类APP（15%）也发挥重要作用，线上渠道主导信息获取。
- ◆ 购买渠道以天猫/淘宝（31%）和京东（24%）为主，合计占55%，线下药店（17%）仍占一定份额，社交电商（5%）等新兴渠道占比相对较低。

## 2025年中国鱼肝油产品了解渠道分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

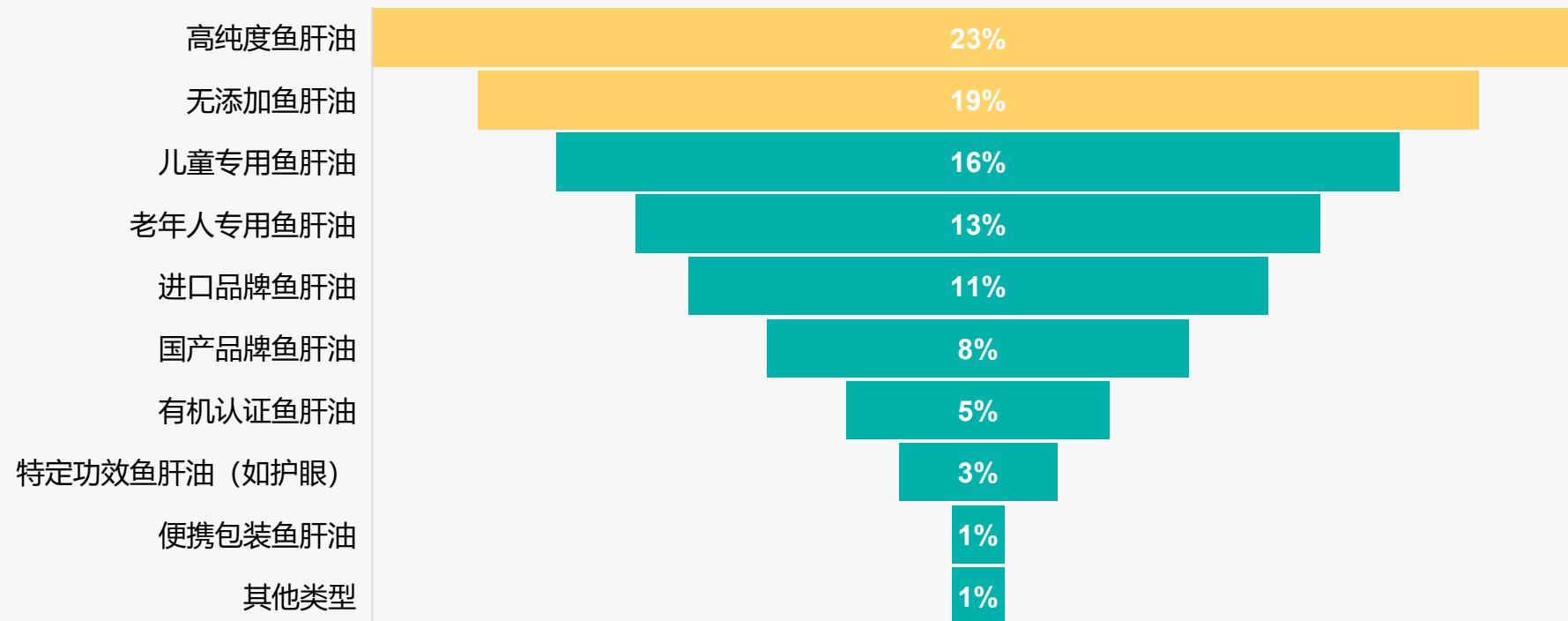
## 2025年中国鱼肝油购买渠道分布



# 高纯度鱼肝油领先 特定人群需求突出

- ◆高纯度鱼肝油以23%的偏好度领先，无添加鱼肝油以19%紧随其后，显示消费者对产品纯净度和健康属性的高度关注。
- ◆儿童和老年人专用鱼肝油分别占16%和13%，进口品牌以11%高于国产品牌的8%，反映特定人群需求和品牌偏好。

## 2025年中国鱼肝油偏好类型分布

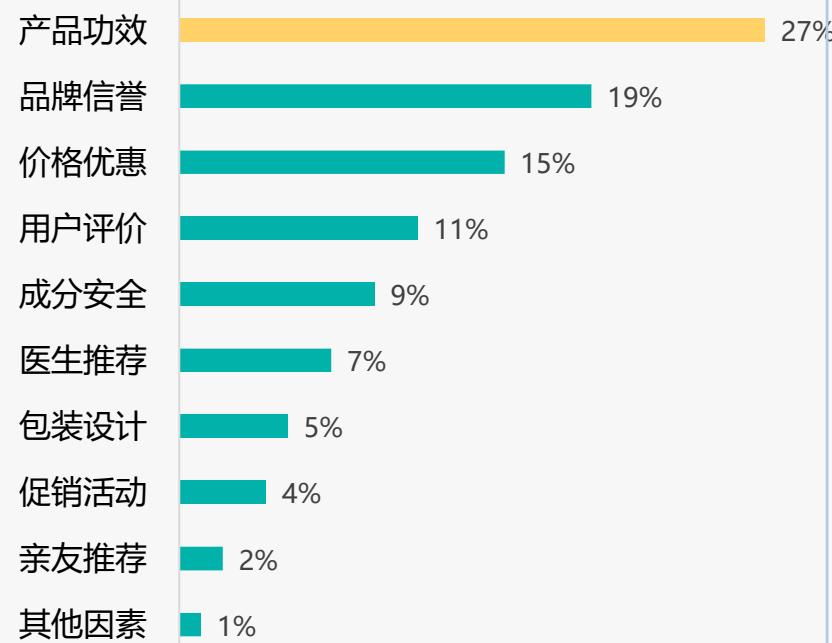


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

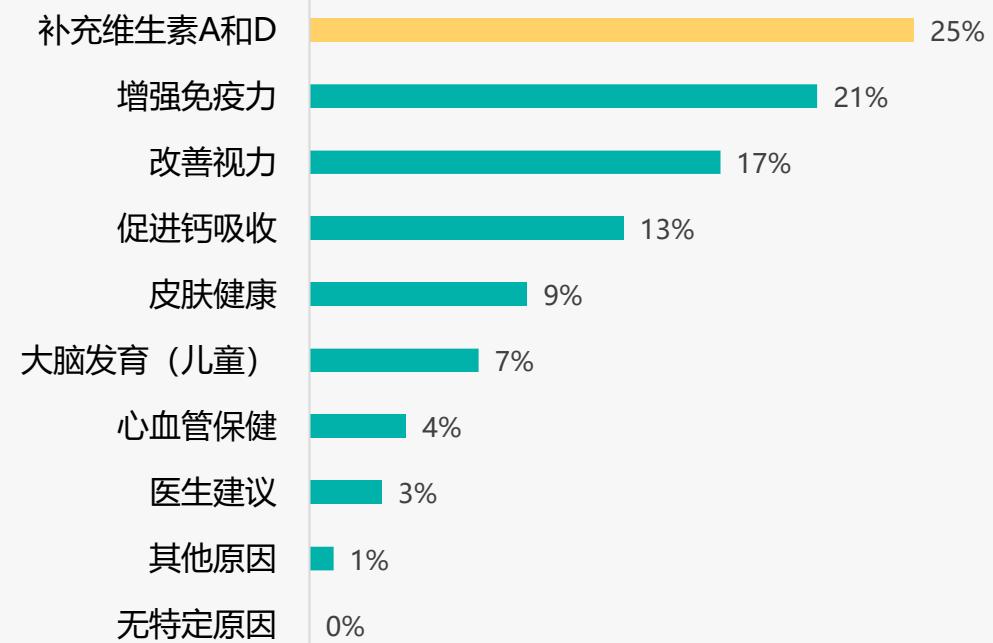
# 功效品牌价格驱动消费 维生素免疫视力主因

- ◆产品功效是吸引消费的首要因素，占比27%，品牌信誉和价格优惠分别占19%和15%，显示消费者注重实际益处和成本。
- ◆消费原因集中在补充维生素A和D（25%）、增强免疫力（21%）和改善视力（17%），凸显鱼肝油的核心健康功能。

## 2025年中国鱼肝油吸引因素分布



## 2025年中国鱼肝油消费原因分布

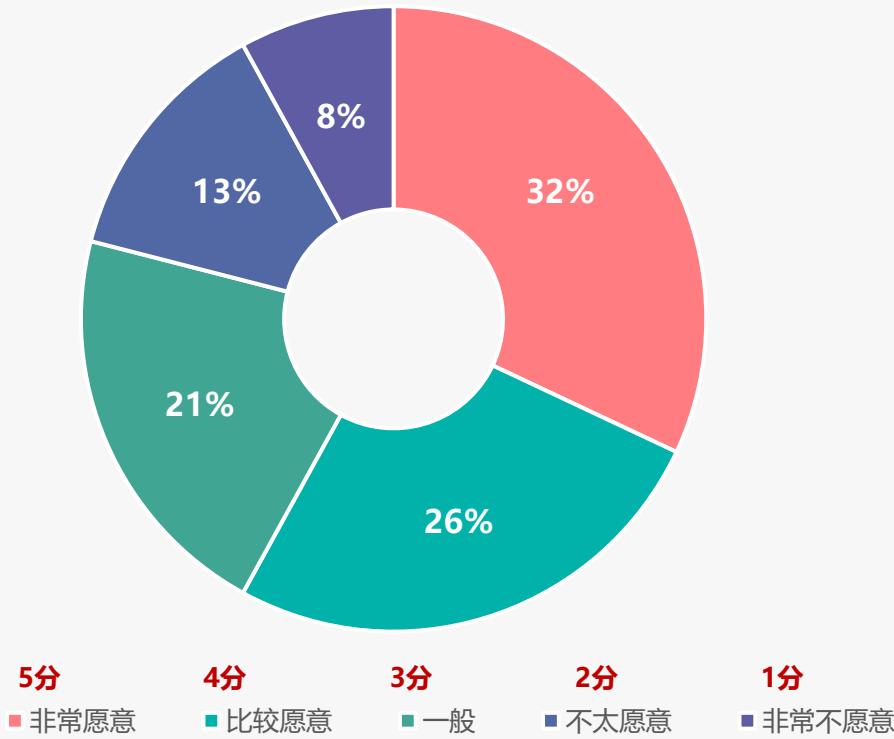


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

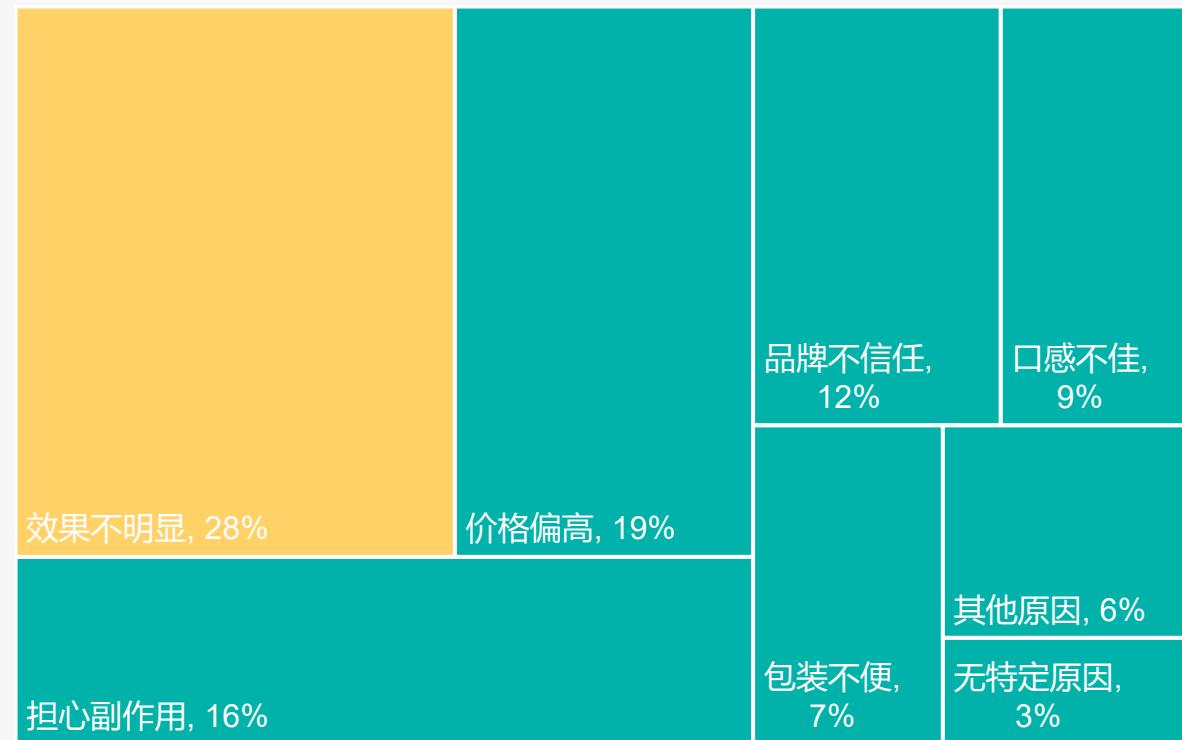
# 鱼肝油推荐意愿高 效果价格是关键

- ◆ 鱼肝油消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意比例合计58%。不愿推荐主要因效果不明显(28%)和价格偏高(19%)，显示产品效果和成本是关键影响因素。
- ◆ 担心副作用占不愿推荐原因的16%，提示安全性需关注。积极推荐意愿与负面因素并存，优化产品效果和性价比可提升市场口碑传播潜力。

## 2025年中国鱼肝油推荐意愿分布



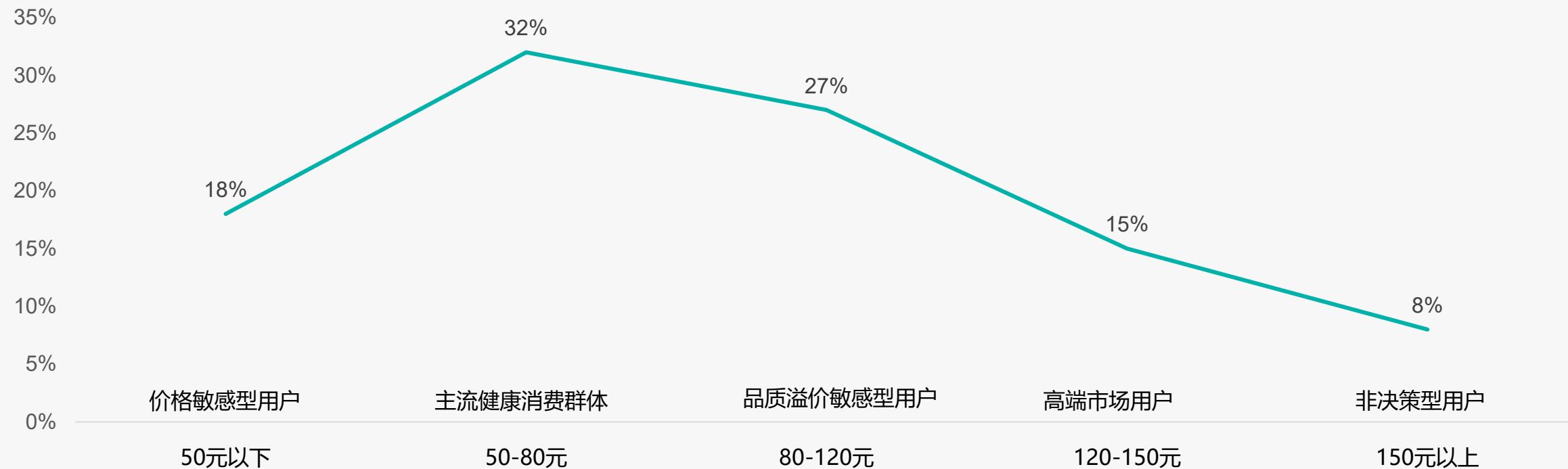
## 2025年中国鱼肝油不愿推荐原因分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 鱼肝油消费者价格接受度集中在50-80元（32%）和80-120元（27%），显示中端市场主导，消费者偏好均衡价格区间。
- ◆ 高价区间接受度低，120-150元（15%）和150元以上（8%），反映价格敏感度高，企业需聚焦中端产品优化。

## 2025年中国鱼肝油主流规格价格接受度



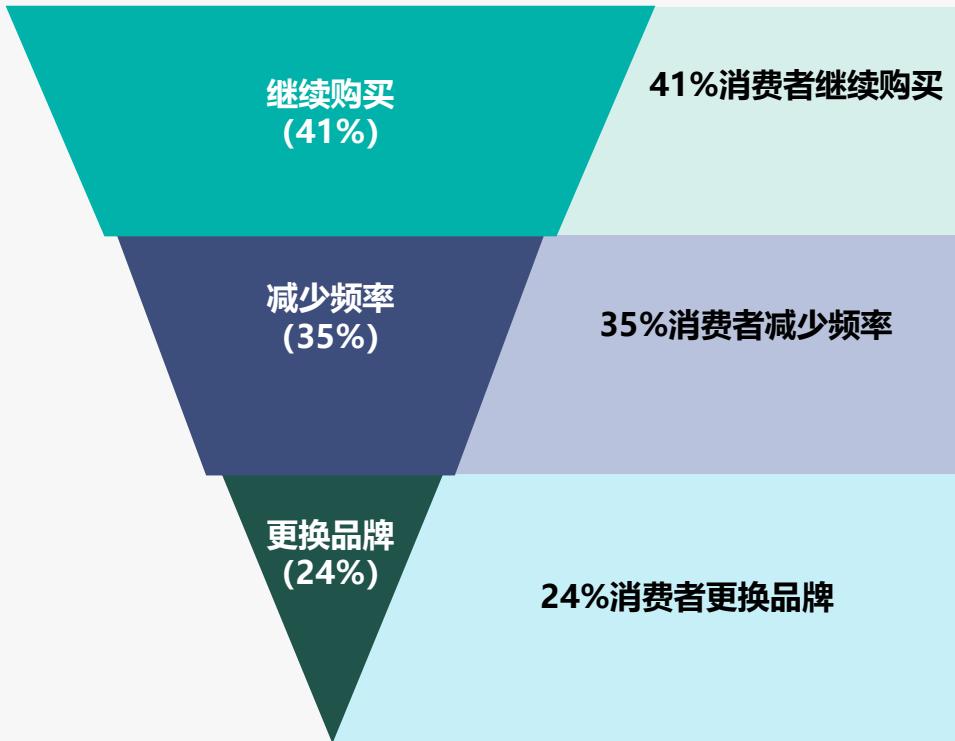
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以100粒装规格鱼肝油为标准核定价格区间

# 鱼肝油价格敏感 促销依赖显著

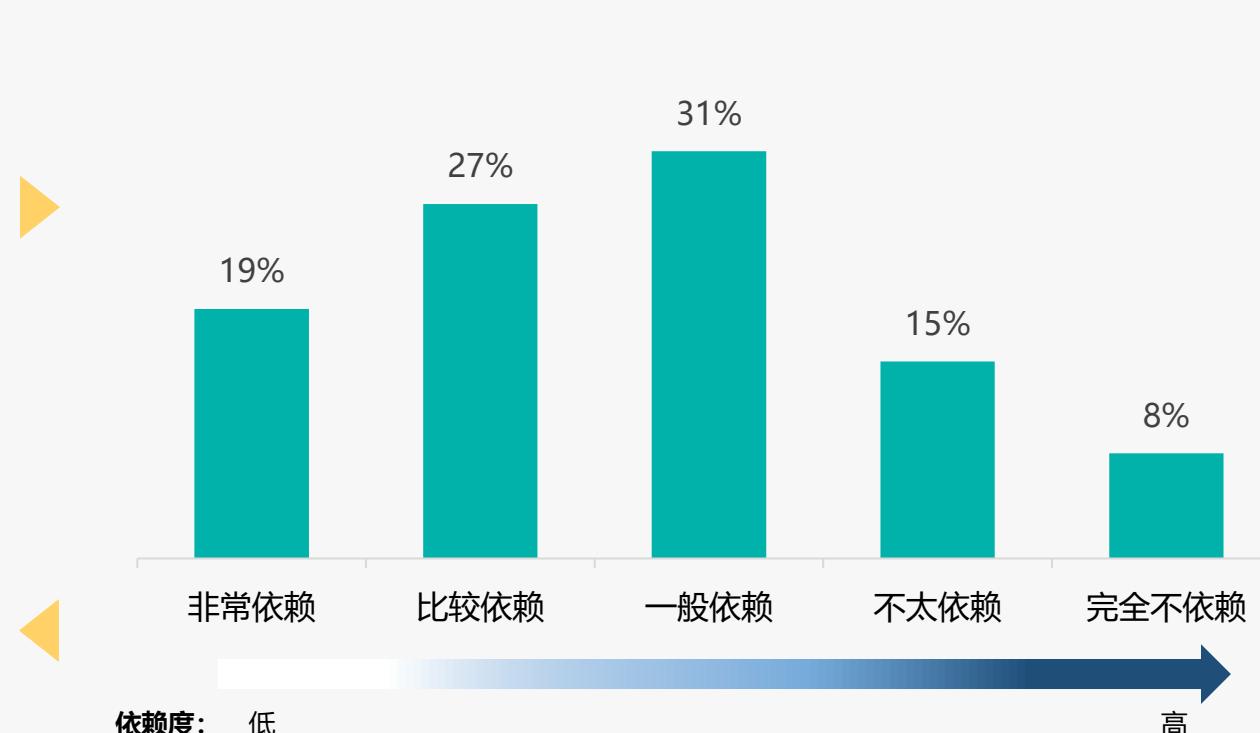
- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，35%减少频率，24%更换品牌，显示价格敏感度高，多数仍保持购买。
- ◆促销依赖中，非常和比较依赖合计46%，一般依赖31%，表明促销对近半数消费者有显著影响，品牌忠诚度待提升。

2025年中国鱼肝油涨价10%后购买行为分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

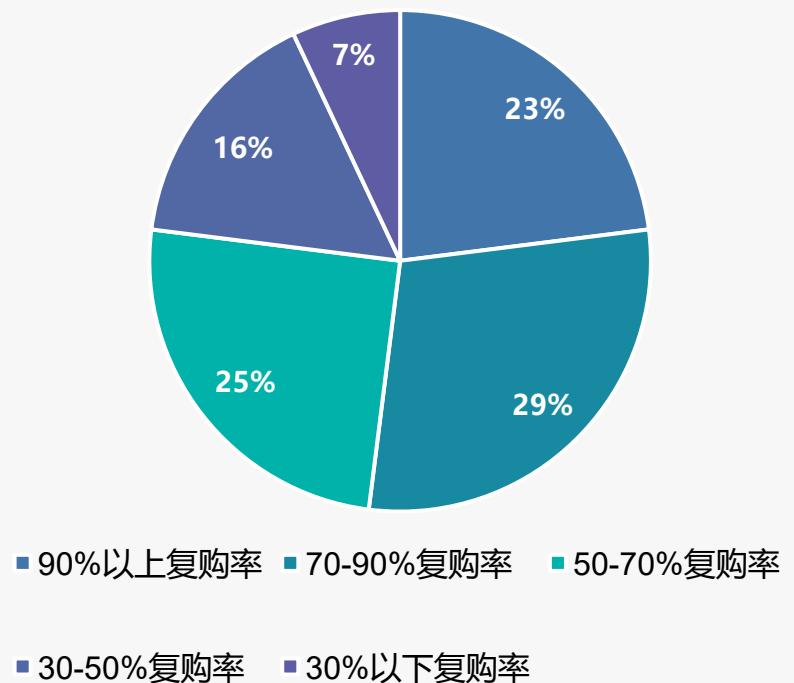
2025年中国鱼肝油促销依赖程度分布



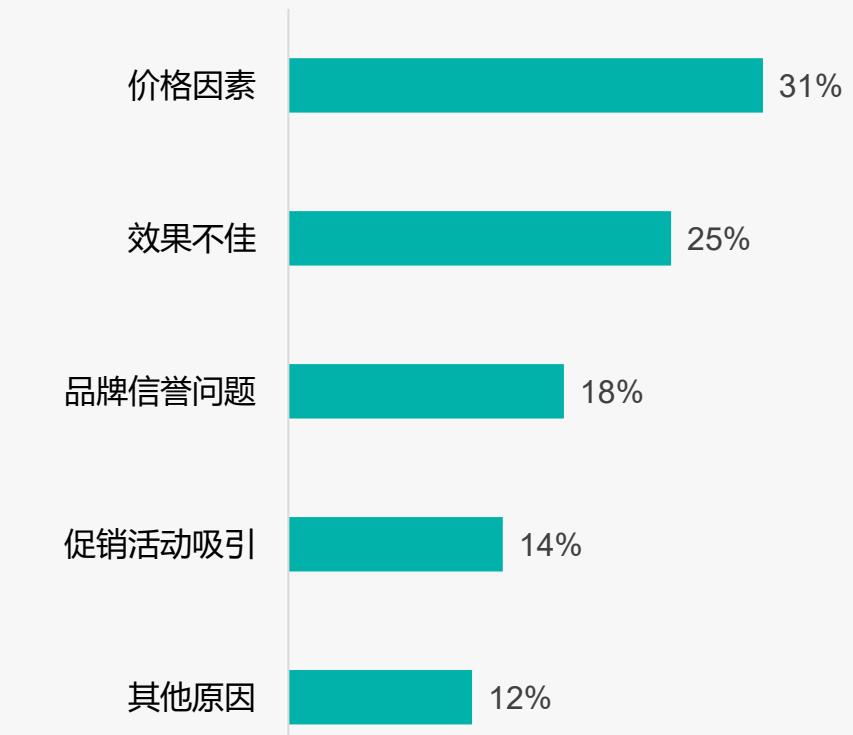
# 鱼肝油品牌忠诚度高 价格效果驱动转换

- ◆ 鱼肝油消费者品牌忠诚度较高，70%以上复购率合计达52%，其中90%以上复购率占23%，70-90%复购率占29%。
- ◆ 更换品牌主要因价格因素（31%）和效果不佳（25%），品牌信誉问题（18%）和促销活动（14%）也影响决策。

## 2025年中国鱼肝油品牌复购率分布



## 2025年中国鱼肝油更换品牌原因分布

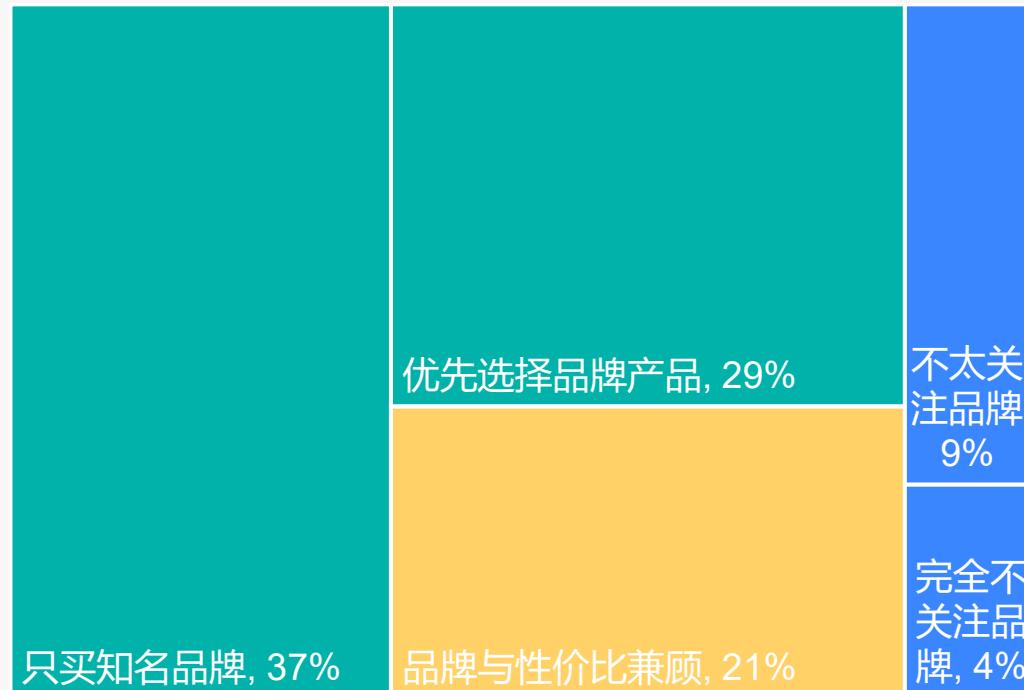


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

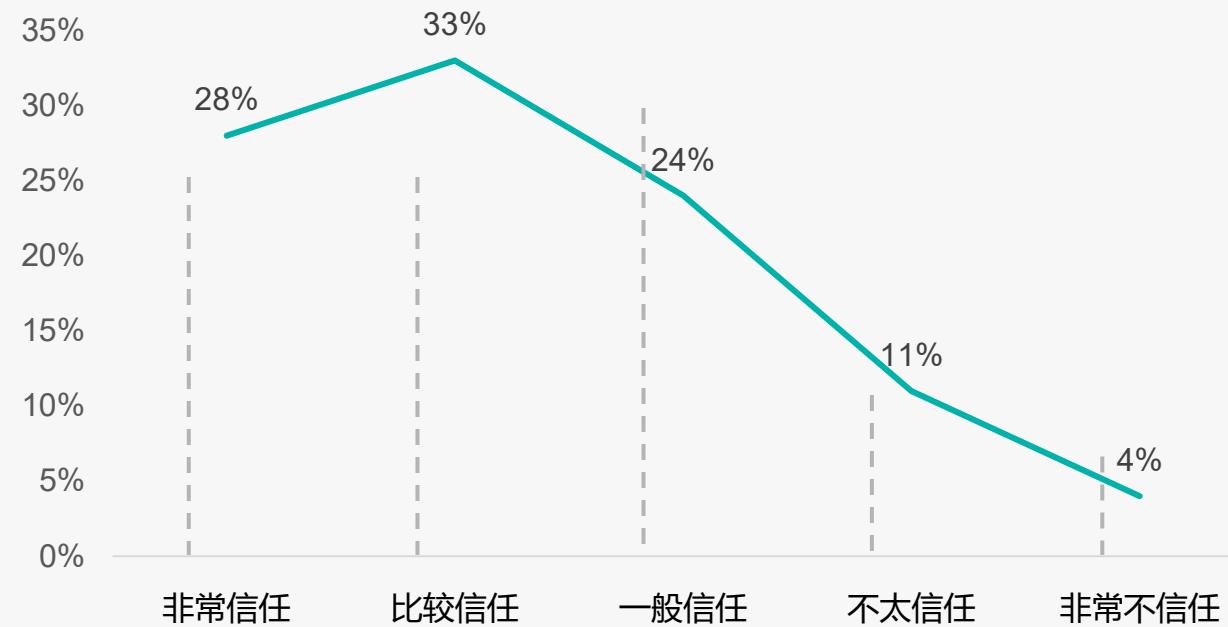
# 品牌意识强 信任度高 消费主导

- ◆ 鱼肝油消费者品牌意识强烈，66%倾向于购买品牌产品（37%只买知名品牌，29%优先选择品牌产品），品牌在消费决策中占据重要地位。
- ◆ 消费者对品牌产品信任度较高，61%表示非常或比较信任（28%非常信任，33%比较信任），品牌信任与选择意愿正相关。

2025年中国鱼肝油品牌产品消费意愿分布



2025年中国鱼肝油品牌产品态度分布

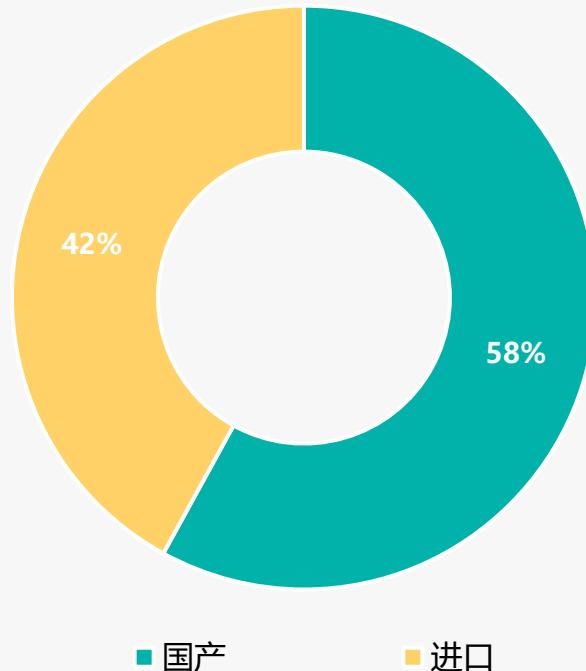


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

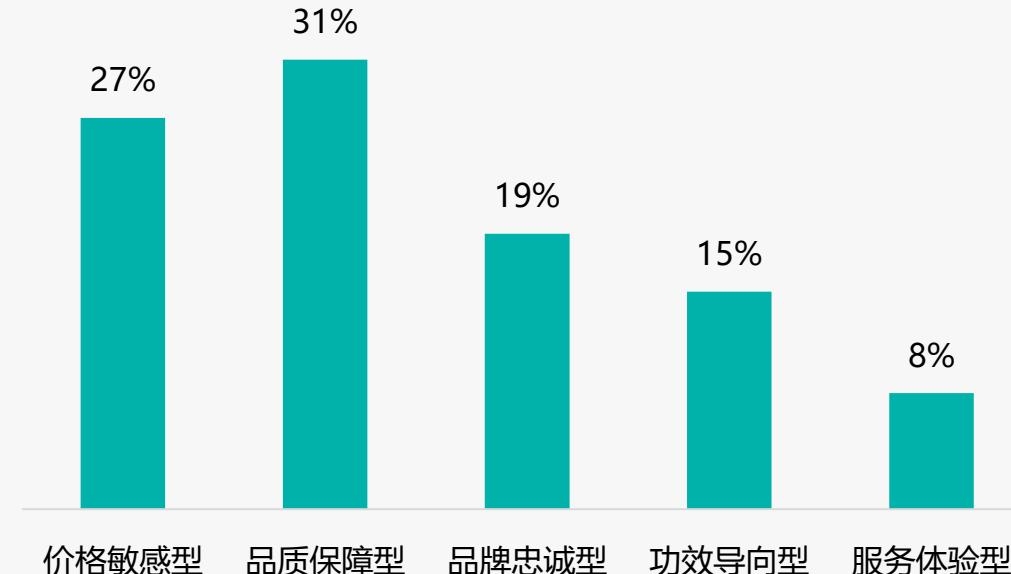
# 本土品牌主导 品质保障优先

- ◆ 国产鱼肝油品牌消费占比58%，显著高于进口品牌的42%，显示消费者对本土品牌的高度认可。
- ◆ 品质保障型偏好占比31%最高，价格敏感型27%次之，功效导向型15%，服务体验型仅8%。

2025年中国鱼肝油国产与进口品牌消费分布



2025年中国鱼肝油品牌偏好类型分布



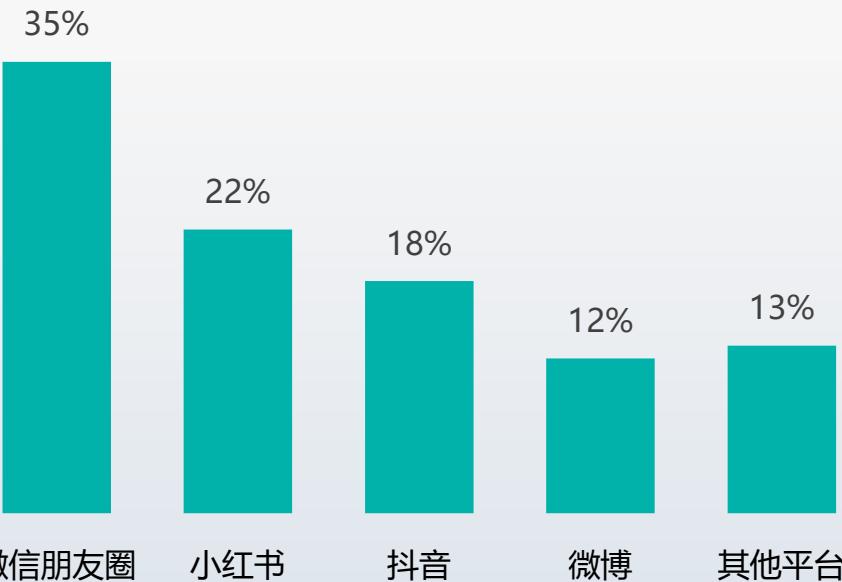
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 口碑专业推荐主导消费决策

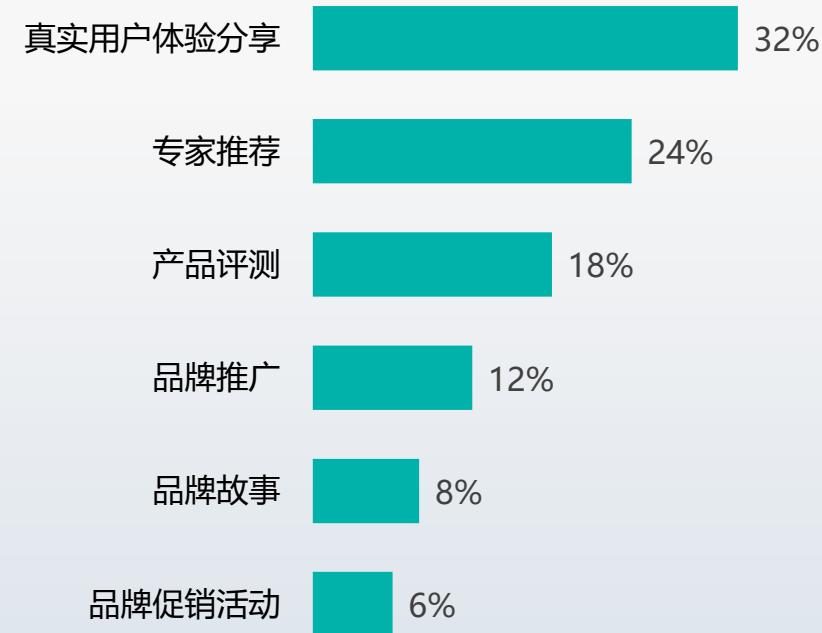
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆微信朋友圈是鱼肝油消费者最常用的社交分享渠道，占比35%，小红书和抖音分别占22%和18%，凸显社交媒体在信息传播中的主导作用。
- ◆真实用户体验分享占比最高，达32%，专家推荐占24%，表明消费者更信赖个人体验和专业意见，而非品牌推广或促销活动。

## 2025年中国鱼肝油社交分享渠道分布



## 2025年中国鱼肝油社交内容类型分布



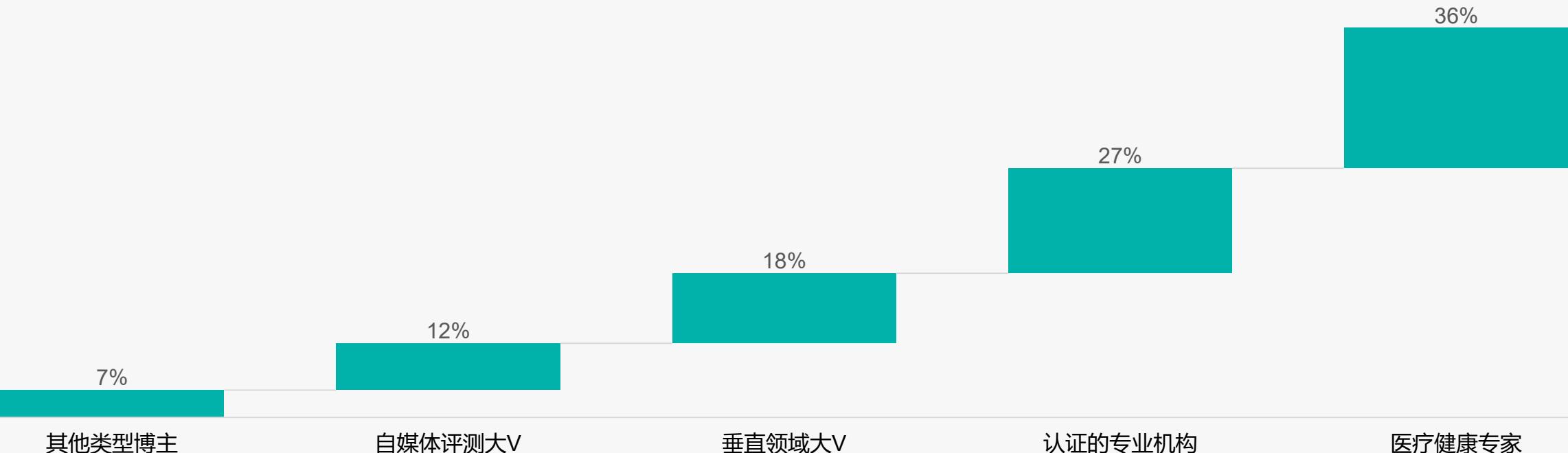
样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 专业博主主导鱼肝油消费信任

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 消费者在社交渠道获取鱼肝油内容时，最信任医疗健康专家（36%），其次是认证专业机构（27%），凸显专业权威性。
- ◆ 垂直领域大V（18%）和自媒体评测大V（12%）也有一定影响力，其他类型博主仅占7%，信任度较低。

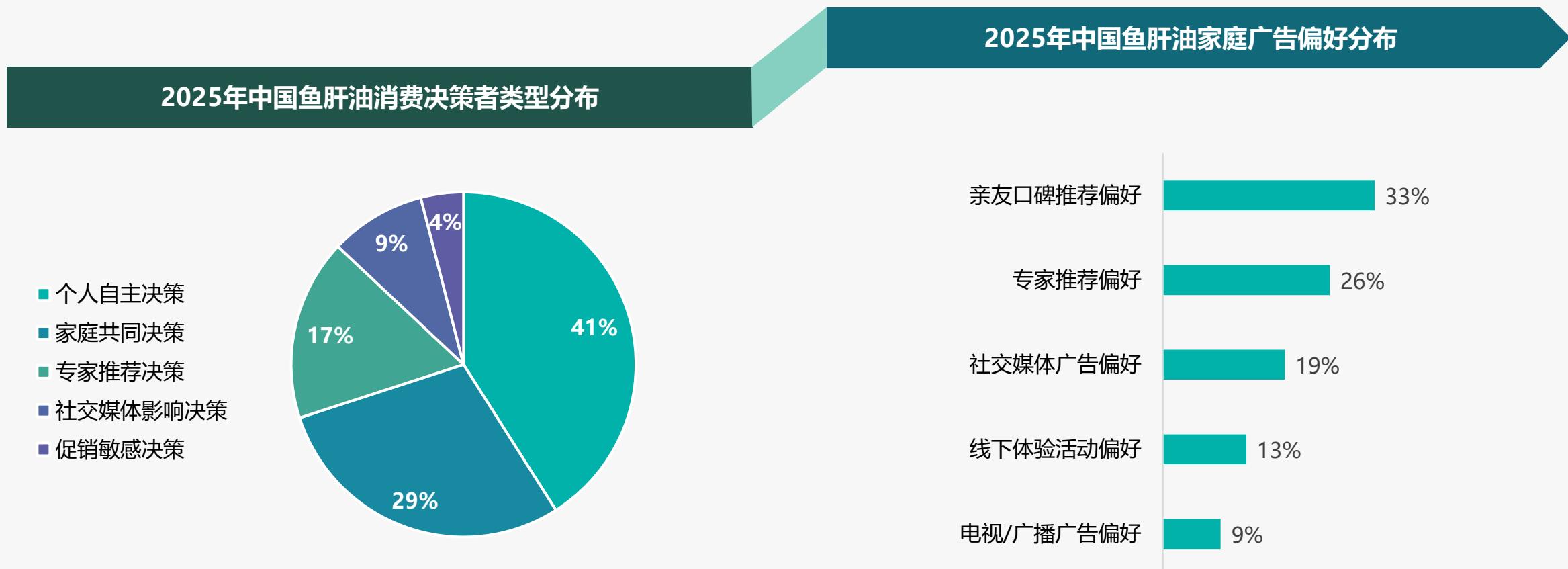
## 2025年中国鱼肝油社交信任博主类型分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 口碑专家主导 传统媒体式微

- ◆ 亲友口碑推荐偏好占比33%，专家推荐偏好26%，是消费者选择鱼肝油的主要渠道，凸显信任和专业意见在决策中的主导作用。
- ◆ 社交媒体广告偏好19%，线下体验活动偏好13%，电视/广播广告偏好9%，显示传统媒体影响力减弱，数字化营销更具潜力。

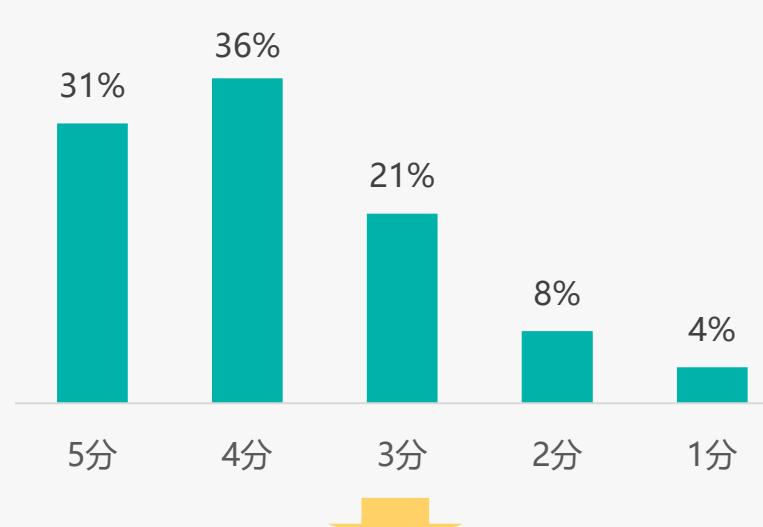


样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 客服满意度最低 急需优化服务

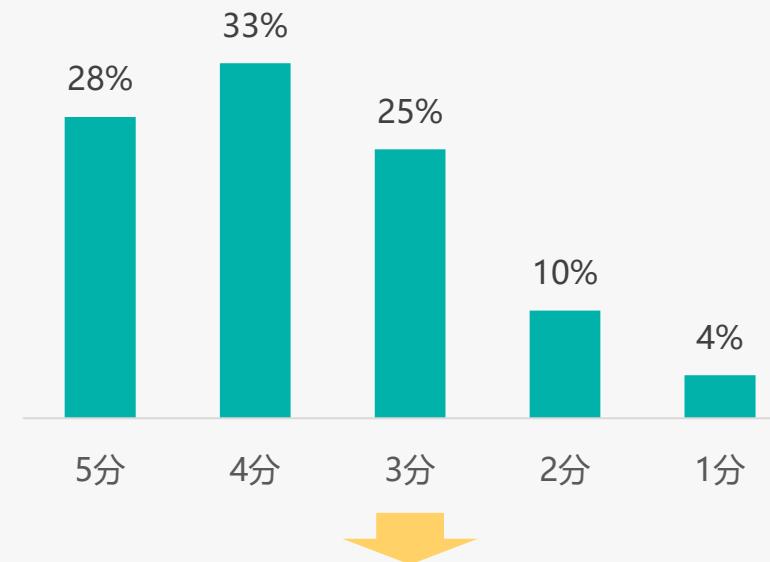
- ◆线上消费流程满意度较高，4分和5分合计占比67%，但仍有12%用户给出1-2分低评价，退货体验4-5分占比61%，3分占比25%需关注。
- ◆客服满意度5分占比仅26%，为三项中最低，3分占比27%较高，客服服务质量是当前最需优化的关键环节。

2025年中国鱼肝油线上消费流程满意度分布（满分5分）



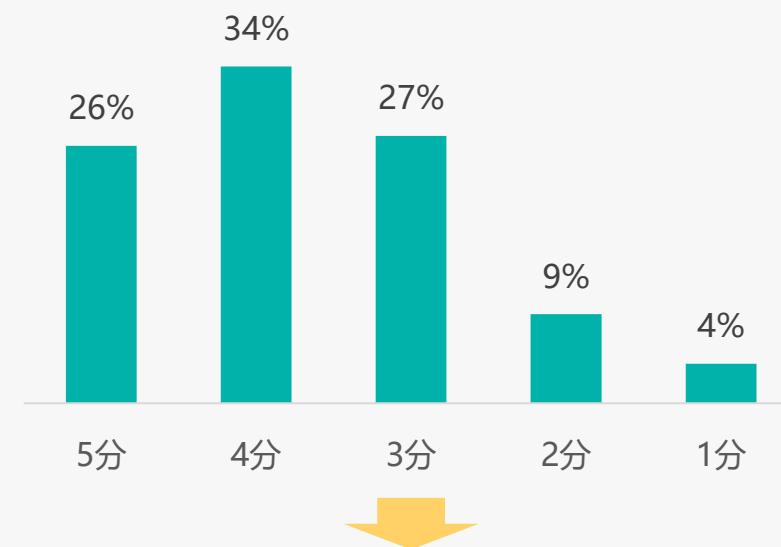
平均分: 3.82

2025年中国鱼肝油退货体验满意度分布（满分5分）



平均分: 3.71

2025年中国鱼肝油线上客服满意度分布（满分5分）



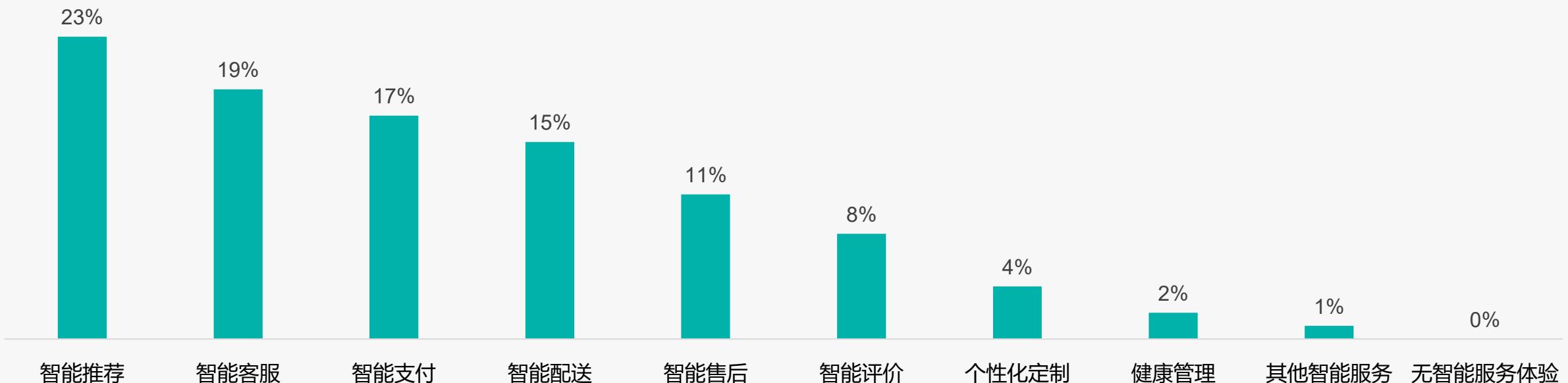
平均分: 3.69

样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐主导 定制健康待提升

- ◆智能推荐（23%）是鱼肝油线上消费中最常见的智能服务，智能客服（19%）和智能支付（17%）紧随其后，突出便捷性和安全性的需求。
- ◆个性化定制（4%）和健康管理（2%）占比较低，显示行业在深度服务方面有较大提升空间，可成为未来竞争焦点。

## 2025年中国鱼肝油智能服务体验分布



样本：鱼肝油行业市场调研样本量N=1321，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