

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~10月速食面皮市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to October 2025 Instant Noodle Skin Category Market Insights

2025年12月

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。

目录 CONTENTS

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

核心发现1：年轻群体主导速食面皮消费市场



18-35岁消费者占比69%，是核心消费群体。



消费决策以个人自主为主，占比68%。



中低收入年轻人群是主要消费者。

启示

✓ 聚焦年轻化营销策略

品牌应针对18-35岁人群设计产品与营销，强调便捷、个性化，利用数字渠道如社交媒体进行精准触达。

✓ 强化产品便捷与个性化

开发独立包装、便捷食用的产品，满足年轻人快节奏生活需求，提升消费体验。

核心发现2：消费以低价位为主，市场对价格敏感



单次消费10元以下占比41%，10-20元占比37%。



价格敏感型消费者占比38%，是主要偏好类型。



价格上浮10%后，38%消费者减少购买频率。

启示

✓ 优化产品性价比

品牌需聚焦3-8元价格区间，平衡成本与品质，通过促销活动提升市场渗透率。

✓ 建立价格弹性策略

谨慎调整价格，避免流失价格敏感消费者，可考虑通过产品创新或组合装维持竞争力。

核心发现3：消费场景以休闲便利为主，健康属性待提升



主要消费场景为宅家追剧、深夜加班、旅行途中。



消费时段集中在晚餐、夜宵和午餐，早餐较少。



健康担忧是影响推荐意愿的首要因素，占比28%。

启示

✓ 拓展健康产品线

开发低脂、低盐、营养强化的产品，减少消费者健康顾虑，提升品牌形象和市场接受度。

✓ 深化场景营销

针对休闲、加班等高频场景进行精准营销，强化产品作为便捷解馋食品的定位，提升消费频次。

核心逻辑：聚焦年轻群体，强化性价比与便捷体验



1、产品端

- ✓ 开发多样口味满足年轻个性化需求
- ✓ 优化包装设计提升便携性与家庭分享



2、营销端

- ✓ 加强社交媒体和电商平台内容营销
- ✓ 利用短视频和真实用户分享提升吸引力



3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升客户满意度
- ✓ 强化智能推荐和比价工具服务

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~10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** 速食面皮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速食面皮品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对速食面皮的购买行为;
- 速食面皮市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

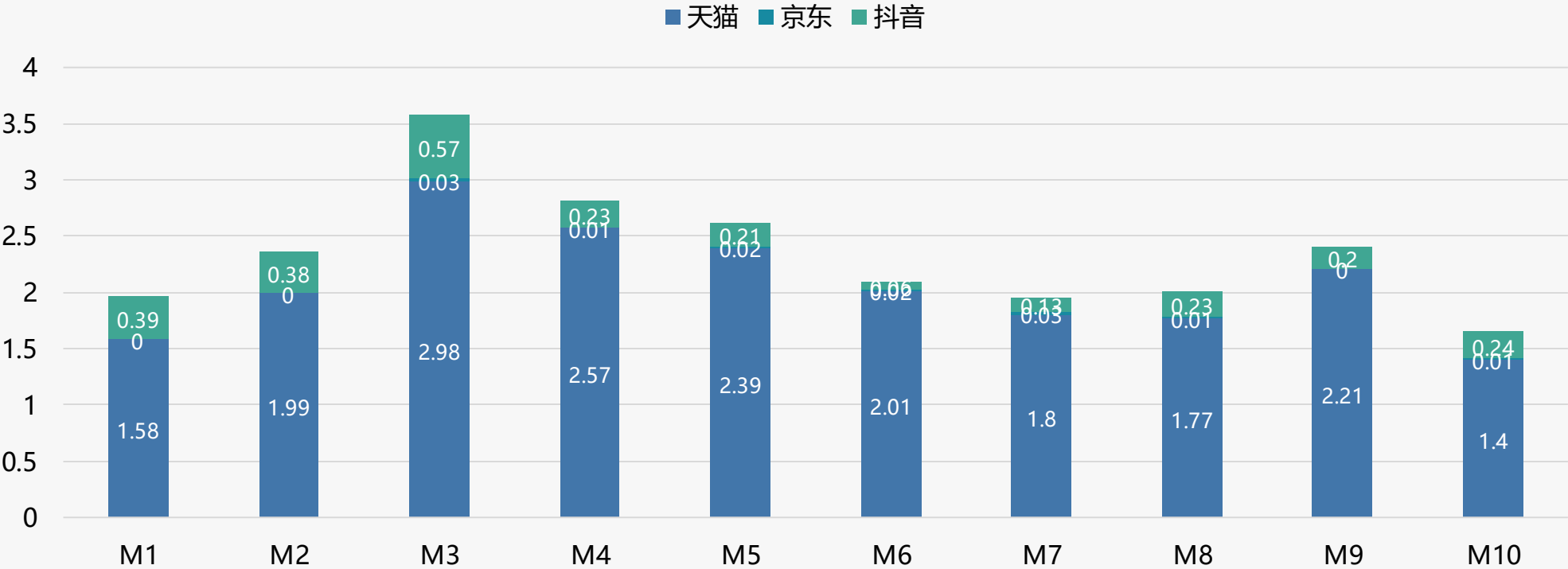
Research Method

- **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, 计算速食面皮品类销售额、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、不同平台速食面皮品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

天猫主导抖音增长速食面皮市场分析

- ◆从平台渠道表现看，天猫是速食面皮品类绝对主导渠道，1-10月累计销售额达2.07亿元，占总销售额的91.2%；抖音作为新兴渠道表现突出，累计销售额达0.20亿元，占比8.8%；京东渠道贡献微弱仅占0.03%。建议品牌方继续深耕天猫主阵地，同时加大抖音内容电商投入以获取增量市场。
- ◆从月度销售趋势和渠道增长潜力分析，品类呈现明显的季节性波动特征，3月达到销售峰值，主要受春节后复工及开学季消费拉动；6-8月进入传统淡季，销售额环比下降约30%；9-10月虽有回升但未恢复峰值水平。抖音渠道展现强劲增长动能，在3月、10月分别实现销售高点，显示其通过内容营销引爆爆款的能力。建议企业建立季节性库存管理机制以优化周转率，并将抖音作为战略增长渠道，通过达人直播和短视频种草提升ROI。

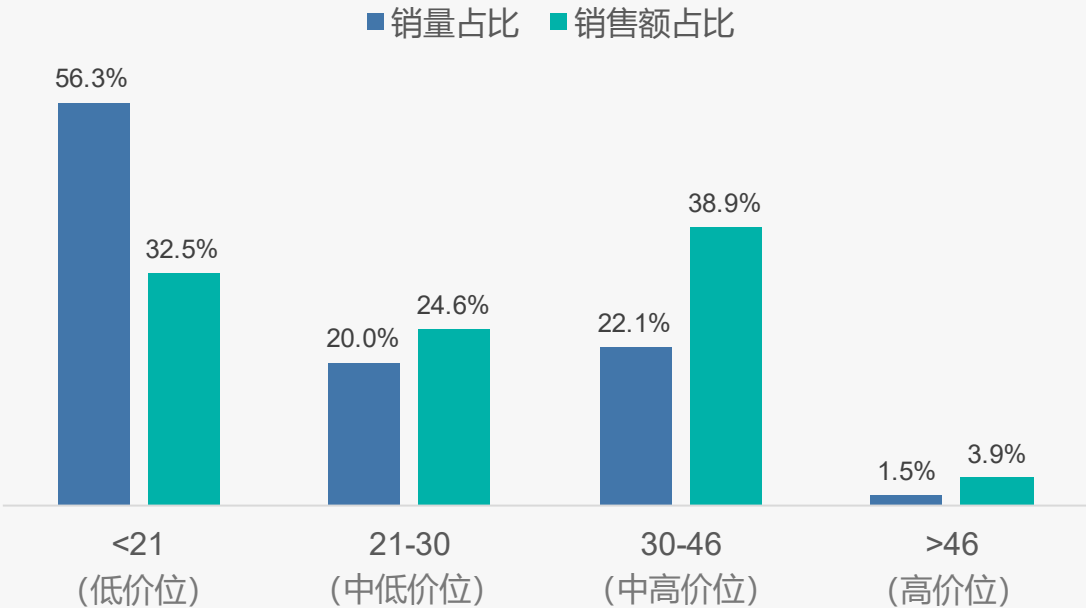
2025年1月~10月速食面皮品类线上销售规模（百万元）



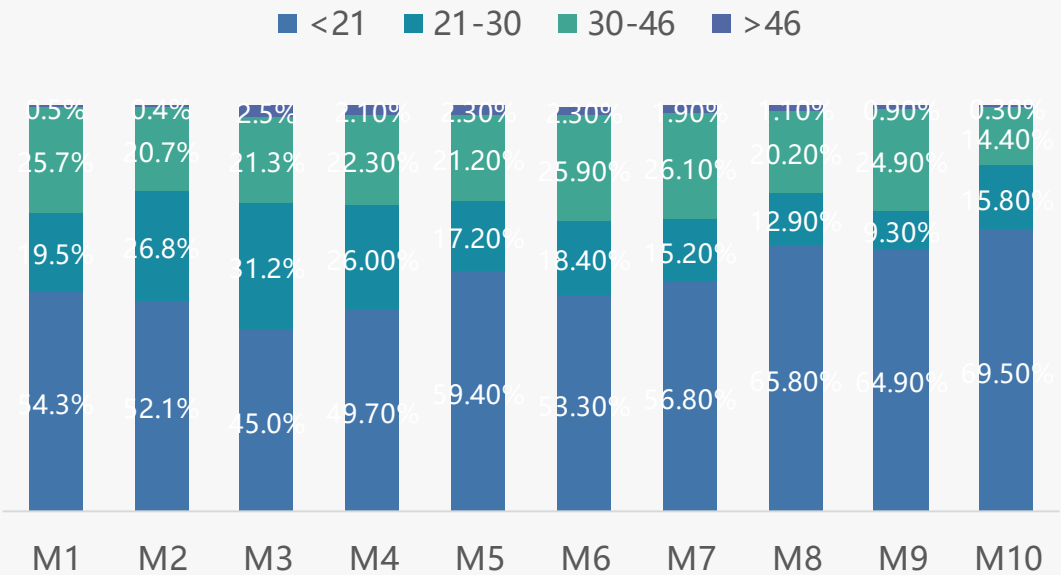
速食面皮量价背离 中高端盈利潜力大

- ◆从价格区间销售趋势看，速食面皮品类呈现明显的“量价背离”特征。低价位（<21元）产品贡献了56.3%的销量但仅占32.5%的销售额，而中高价位（30-46元）产品以22.1%的销量贡献了38.9%的销售额，显示出更高的客单价和利润空间。这表明消费者对性价比敏感，但中高端产品具有更强的盈利能力。
- ◆月度销量分布分析显示，低价位（<21元）产品占比从M1的54.3%上升至M10的69.5%，呈持续增长趋势。同时，中价位（21-30元）产品占比从M1的19.5%波动下降至M10的15.8%，表明市场竞争加剧下价格战效应凸显。销售额与销量占比的差异揭示了品类结构性机会，建议企业聚焦中高端产品创新，通过提升产品附加值来驱动增长。

2025年1月~10月速食面皮线上不同价格区间销售趋势



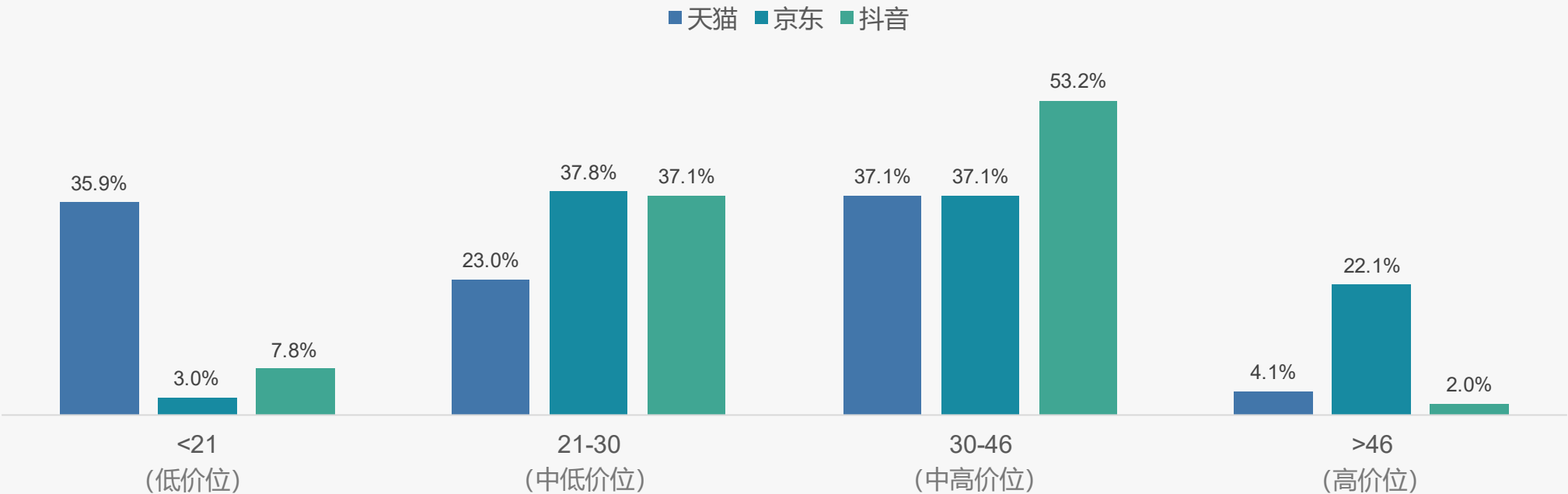
速食面皮线上价格区间-销量分布



平台价格结构差异显著 消费分层策略需优化

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫以中低价位（<21元、30-46元）为主，合计占比73.0%，显示大众化消费特征；京东中高端（21-46元）占比74.9%，>46元占比22.1%，凸显品质导向；抖音30-46元区间占比53.2%，反映直播带货对中高价位产品的推广效应。建议品牌方针对平台特性差异化定价，天猫侧重性价比，京东强化高端线，抖音聚焦爆款打造。
- ◆平台间价格带集中度分析显示，天猫和京东在30-46元区间均占37.1%，但京东在>46元区间占比22.1%远高于天猫的4.1%，表明京东用户对高价产品接受度更高。抖音中高价位（30-46元）占比过半，结合其内容电商属性，说明冲动消费和KOL推荐能有效拉动客单价。整体市场呈现消费分层，建议监控各价格带

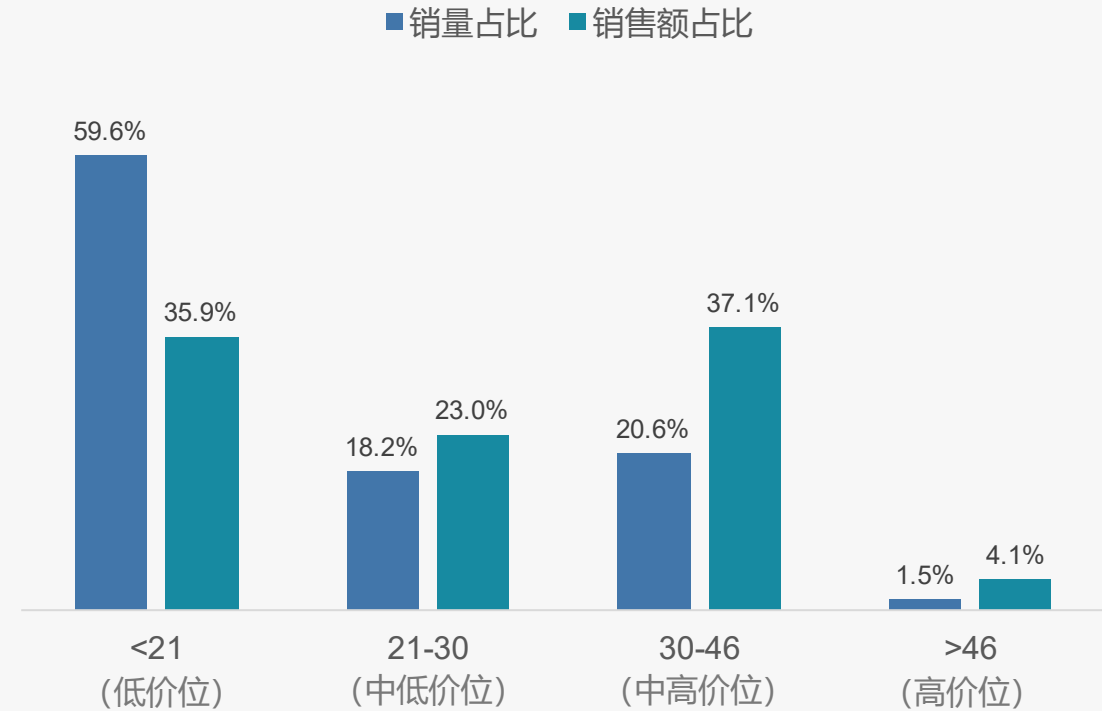
2025年1月~10月各平台速食面皮不同价格区间销售趋势



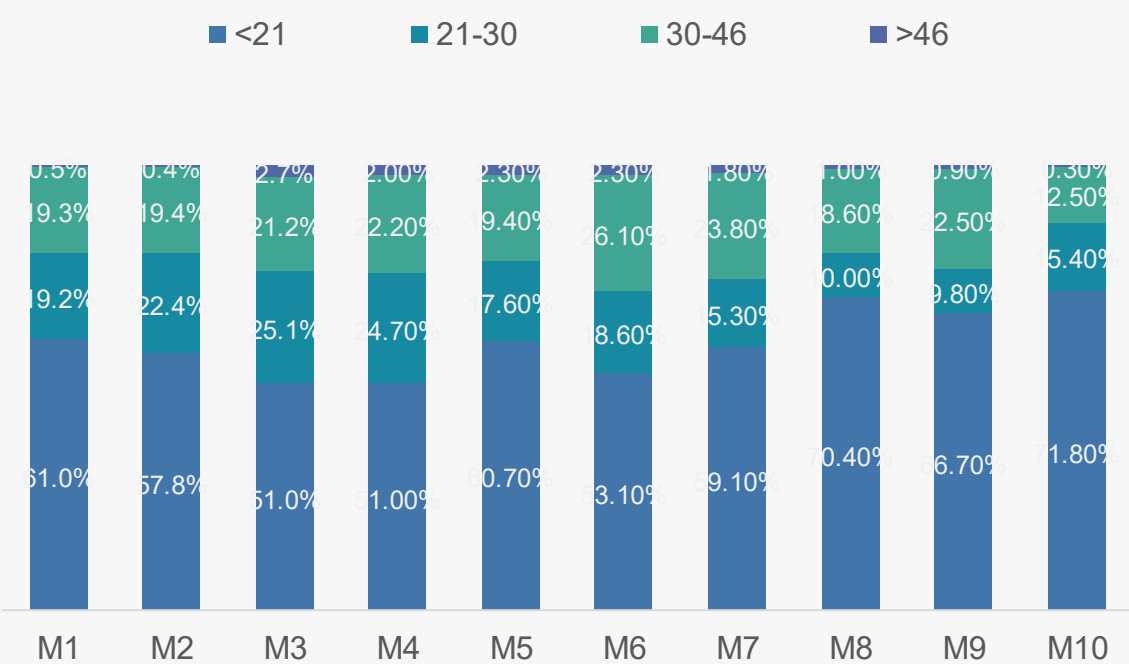
速食面皮低价主导 中高端利润提升关键

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台速食面皮品类以低价产品（<21元）主导销量，占比59.6%，但销售额贡献仅35.9%，表明高销量低利润特征；中高价产品（30-46元）销量占比20.6%，销售额占比37.1%，显示较高单价和利润潜力。整体市场呈现消费升级趋势，中高端产品对销售额拉动显著，建议企业优化产品组合，提升高价值产品占比以增强盈利能力。
- ◆月度销量分布分析显示，低价产品（<21元）销量占比在M8-M10显著上升至70%以上，而中高价产品（21-46元）占比波动下降，可能受季节性促销或消费偏好影响。这表明市场在年末趋向价格敏感，企业需关注促销策略和库存管理，以应对需求波动和维持周转率。

2025年1月~10月天猫平台速食面皮不同价格区间销售趋势



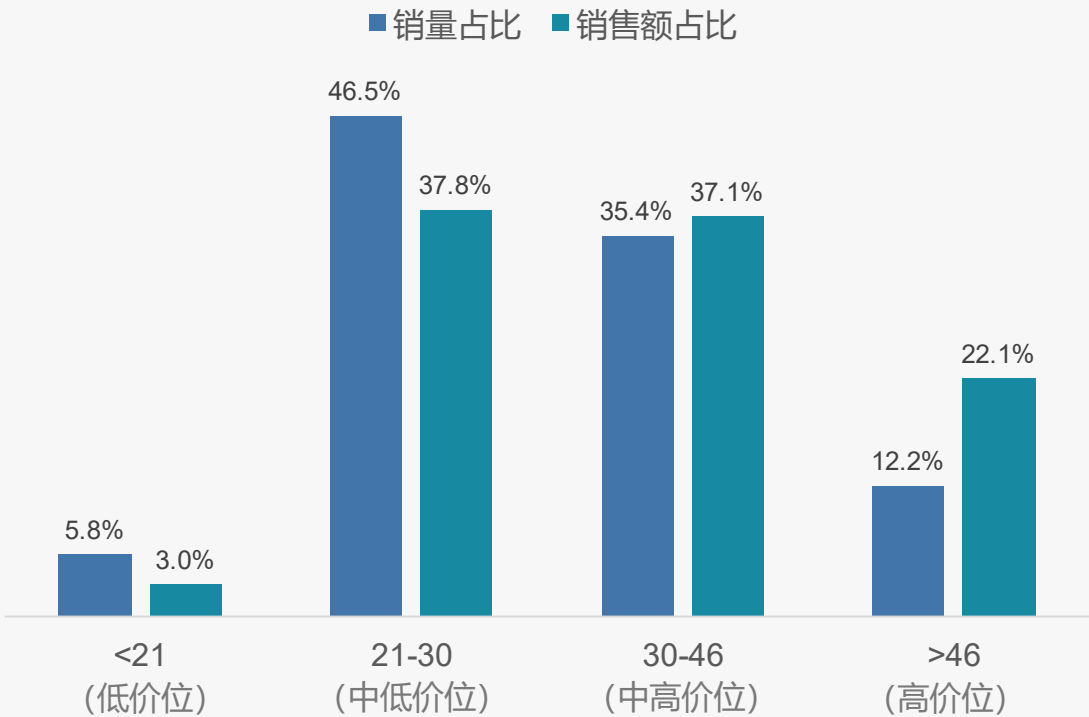
天猫平台速食面皮价格区间-销量分布



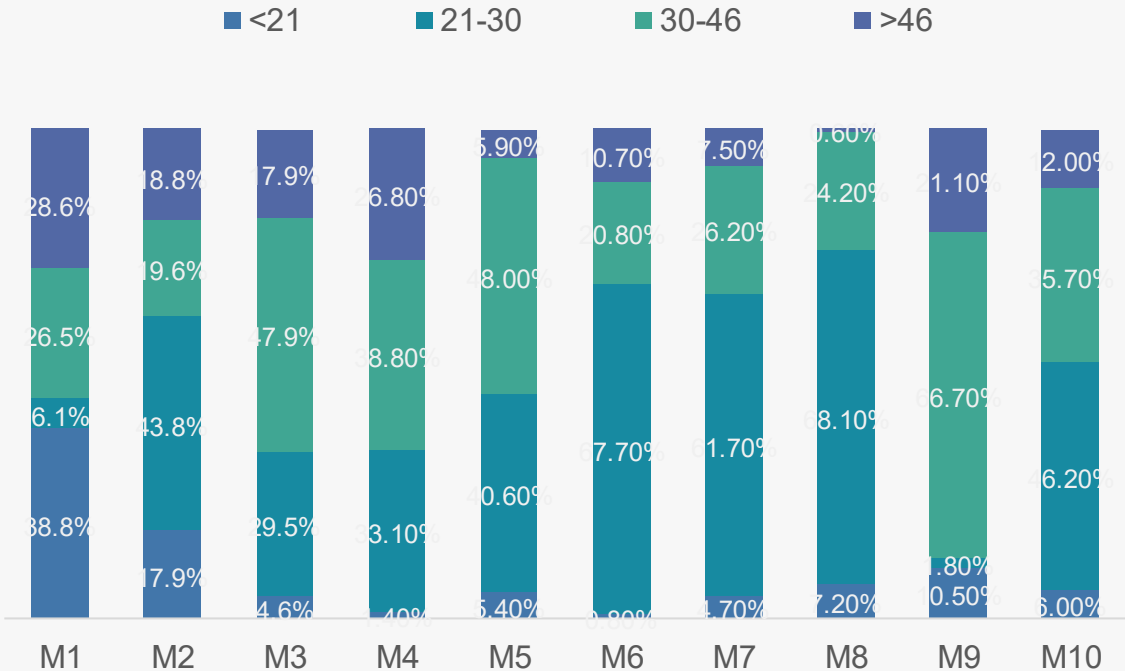
速食面皮中端主导高端溢价季节波动

- ◆从价格区间销售趋势看，21-30元和30-46元区间是核心市场，合计销量占比81.9%、销售额占比74.9%，显示速食面皮品类以中端价格带为主力。其中21-30元区间销量占比最高（46.5%），但30-46元区间销售额贡献相当（37.1%），表明高单价产品在价值创造上更具优势。>46元高端区间销售额占比（22.1%）显著高于销量占比（12.2%），显示溢价能力较强。
- ◆从销售结构看，21-30元区间销量贡献最大但销售额占比（37.8%）低于30-46元区间（37.1%），显示中端市场面临价格竞争压力。高端产品（>46元）以12.2%销量创造22.1%销售额，毛利率空间显著。建议优化产品组合：巩固21-30元基础市场，重点发展30-46元利润产品，战略性布局>46元高端线以提升整

2025年1月~10月京东平台速食面皮不同价格区间销售趋势



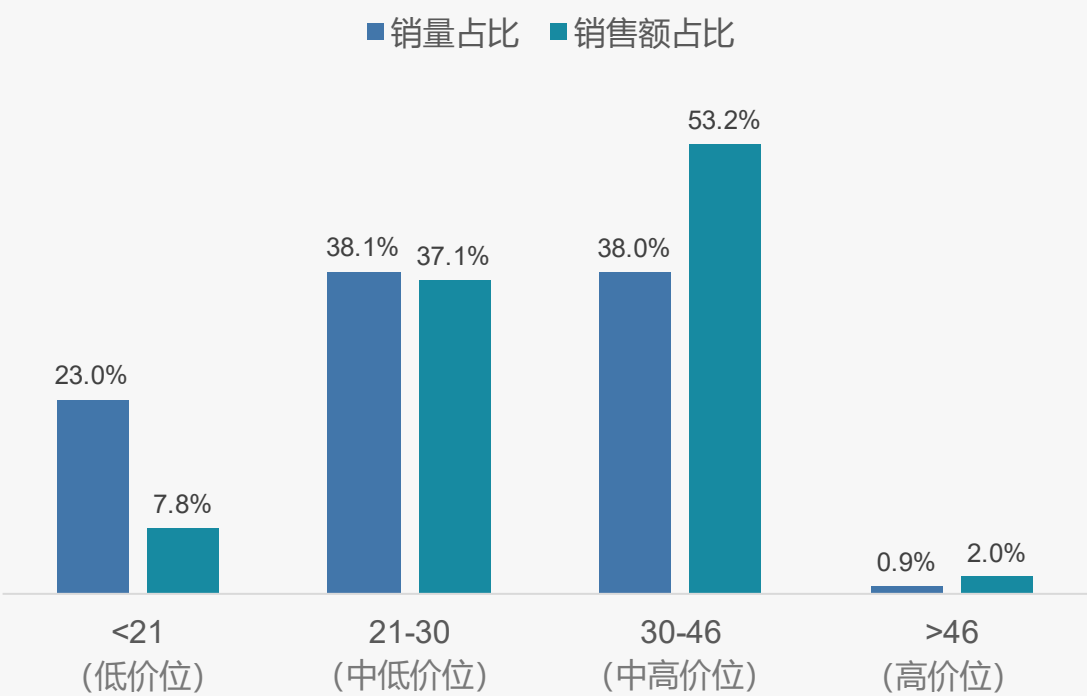
京东平台速食面皮价格区间-销量分布



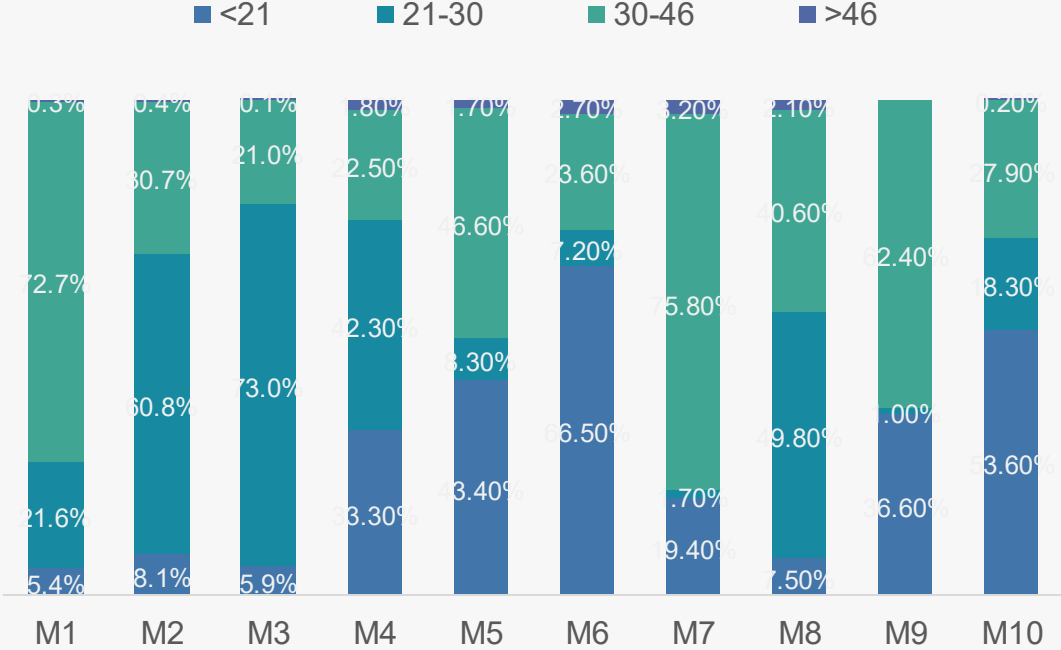
速食面皮中端主导 高端市场待拓展

- ◆从价格区间销售趋势看，30-46元区间贡献了53.2%的销售额，成为核心盈利区间，而<21元区间销量占比23.0%但销售额仅占7.8%，显示低价产品利润贡献有限。月度销量分布显示明显季节性波动，M6月<21元区间销量占比达66.5%，而M7月30-46元区间占比75.8%，反映促销活动对价格敏感度的影响。企业应制定差异化营销策略，旺季主推高毛利产品，淡季通过促销维持市场份额。
- ◆价格带集中度分析显示，21-46元区间合计销量占比76.1%，销售额占比90.3%，表明市场消费主力集中在中端价位。但>46元高端市场仅占0.9%销量，存在市场空白，可考虑开发差异化产品以拓展高端细分市场。

2025年1月~10月抖音平台速食面皮不同价格区间销售趋势



抖音平台速食面皮价格区间-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** 速食面皮消费行为、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年内购买过速食面皮的消费者；
- 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

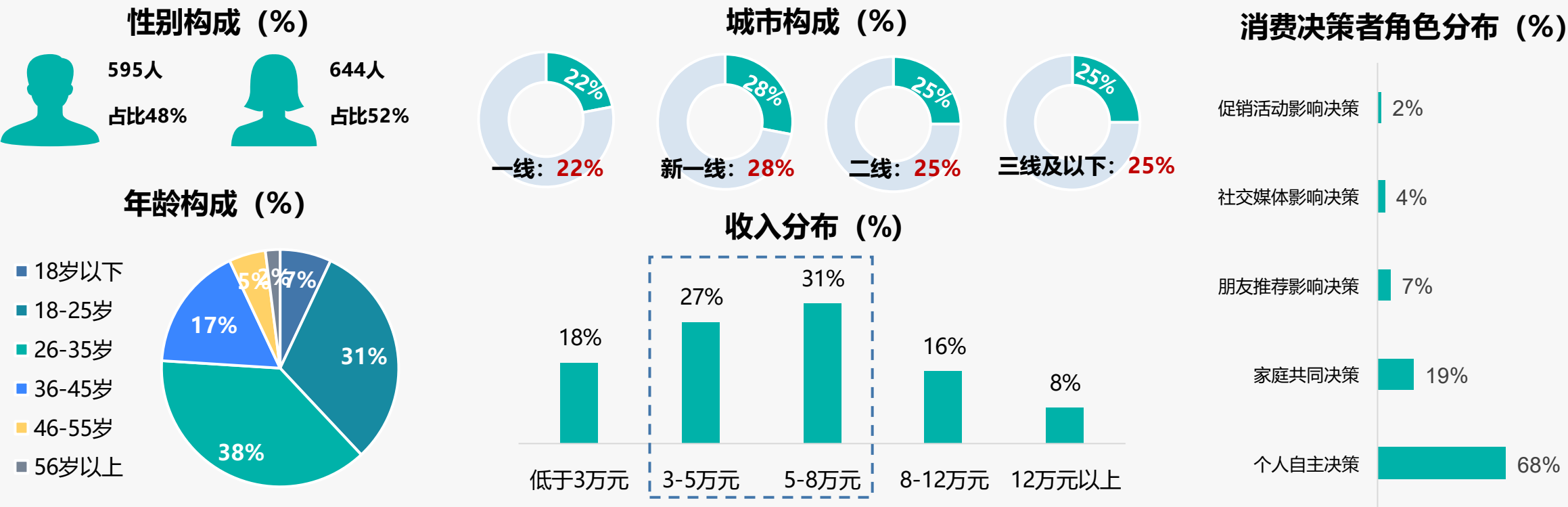
Research Method

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=1239

年轻群体主导速食面皮消费市场

- ◆速食面皮消费以年轻人群为主，26-35岁占38%，18-25岁占31%，合计69%，显示年轻群体是核心市场，消费决策多为个人自主，占68%。
- ◆收入分布中5-8万元群体占31%最高，结合年龄数据，中低收入年轻人群是主要消费者，城市级别分布较均衡，无显著集中趋势。

2025年中国速食面皮消费者画像

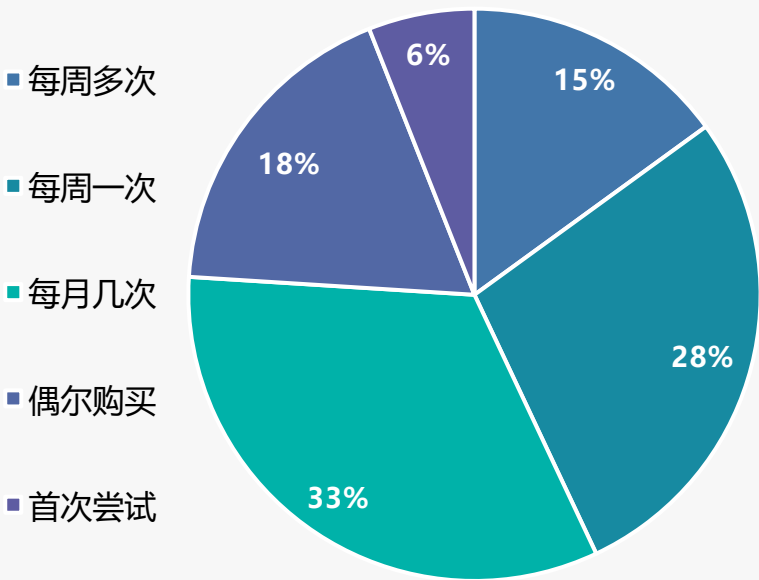


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

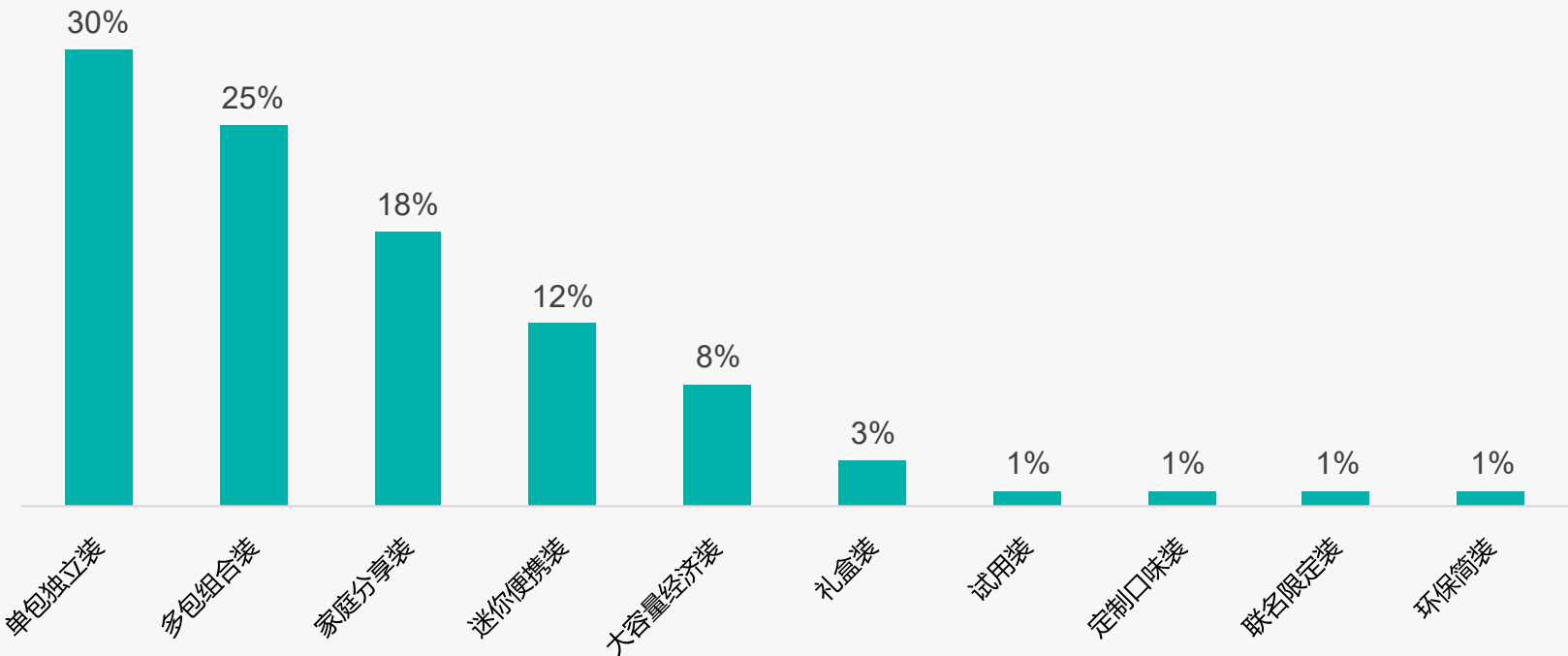
速食面皮消费稳定 便捷家庭需求主导

- ◆消费频率显示，每周一次和每月几次的消费者占比分别为28%和33%，合计61%，速食面皮已成为日常饮食常规选择，高频消费群体稳定。
- ◆产品规格中，单包独立装占比30%，多包组合装和家庭分享装分别为25%和18%，便捷性和家庭需求驱动购买，创新产品渗透率有限。

2025年中国速食面皮消费频率分布



2025年中国速食面皮产品规格分布

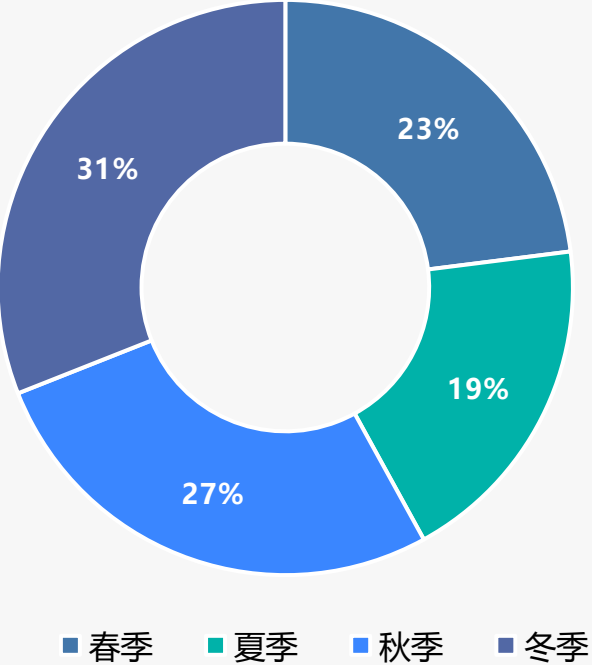


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

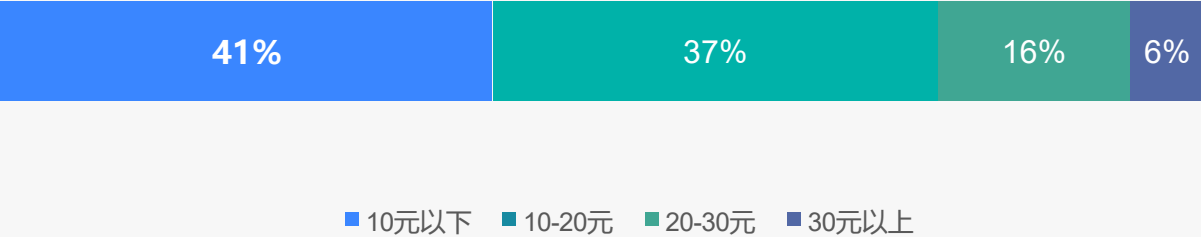
低价消费主导 冬季需求高 传统包装为主

- ◆ 单次消费支出以10元以下为主，占41%，10-20元占37%，合计近八成，显示消费者偏好低价位速食面皮。
- ◆ 冬季消费占比最高，达31%，塑料袋装包装占45%，环保包装仅4%，表明季节影响和传统包装主导市场。

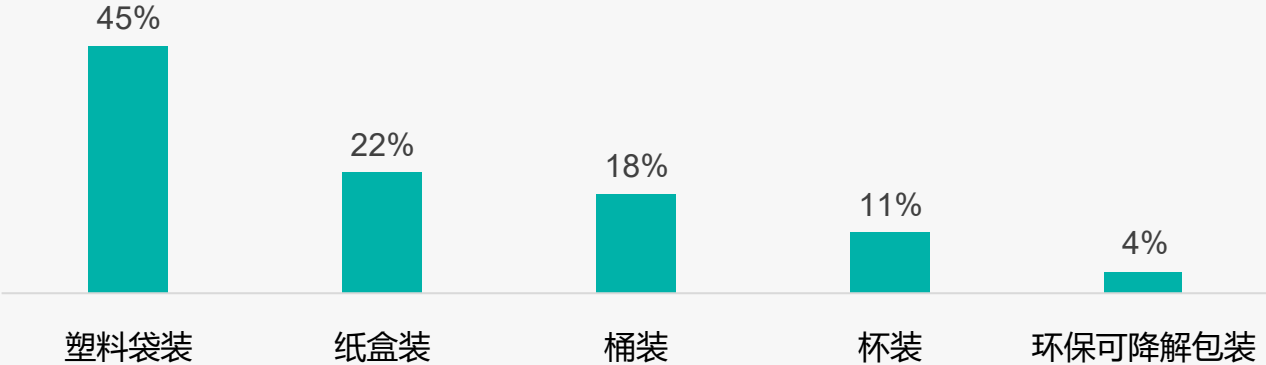
2025年中国速食面皮消费季节分布



2025年中国速食面皮单次支出分布



2025年中国速食面皮包装类型分布

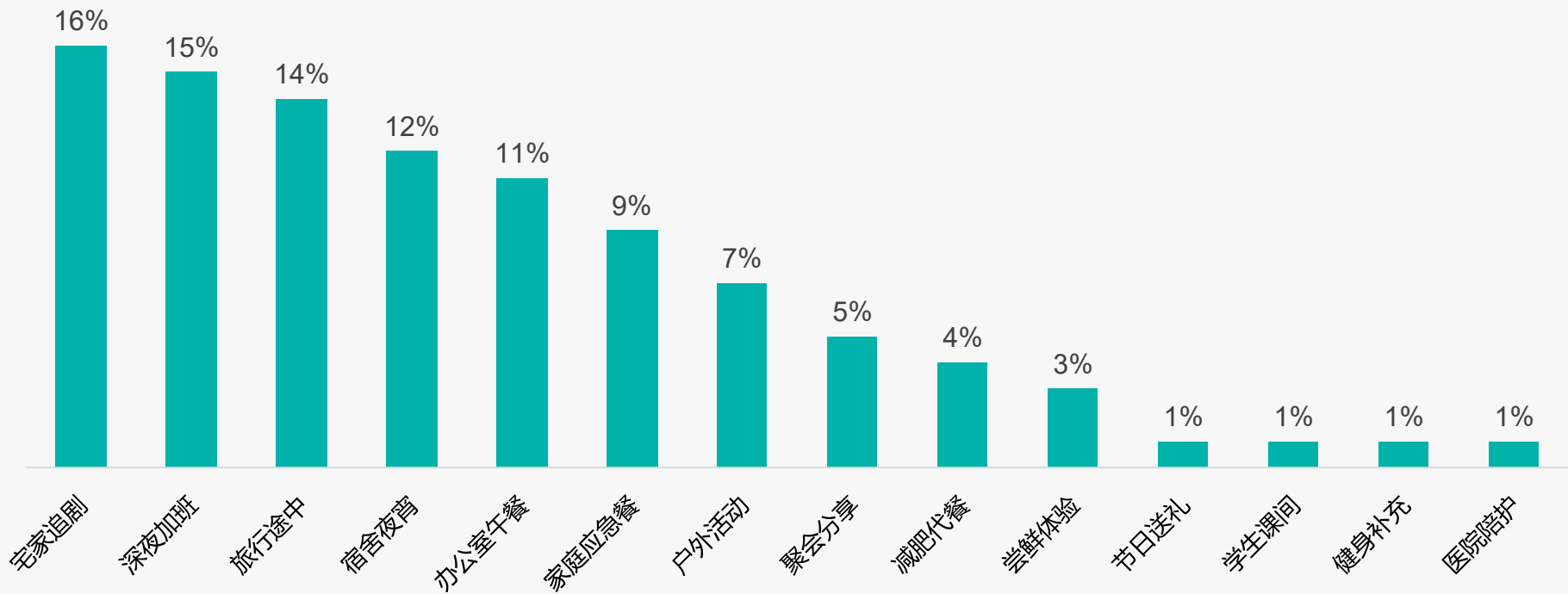


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

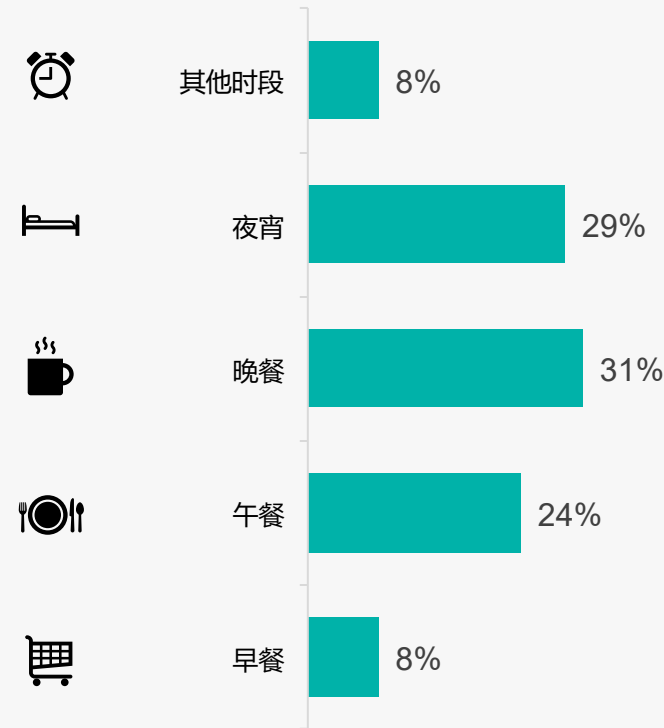
速食面皮休闲便利场景主导正餐夜宵替代

- ◆消费场景数据显示，宅家追剧16%、深夜加班15%、旅行途中14%为主要场景，聚会分享5%、减肥代餐4%等占比较低，凸显产品在休闲便利场景中的优势。
- ◆消费时段分布中，晚餐31%、夜宵29%、午餐24%占主导，早餐仅8%，表明速食面皮主要作为正餐和夜宵替代品，早餐时段消费较少。

2025年中国速食面皮消费场景分布



2025年中国速食面皮消费时段分布

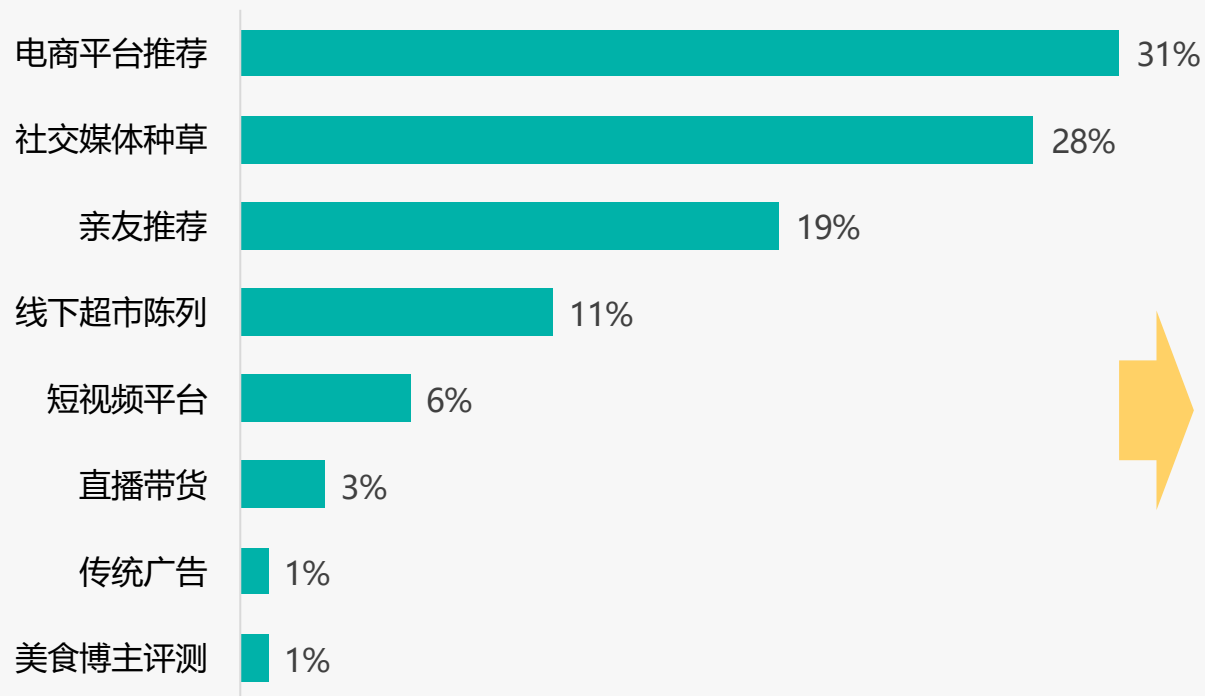


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

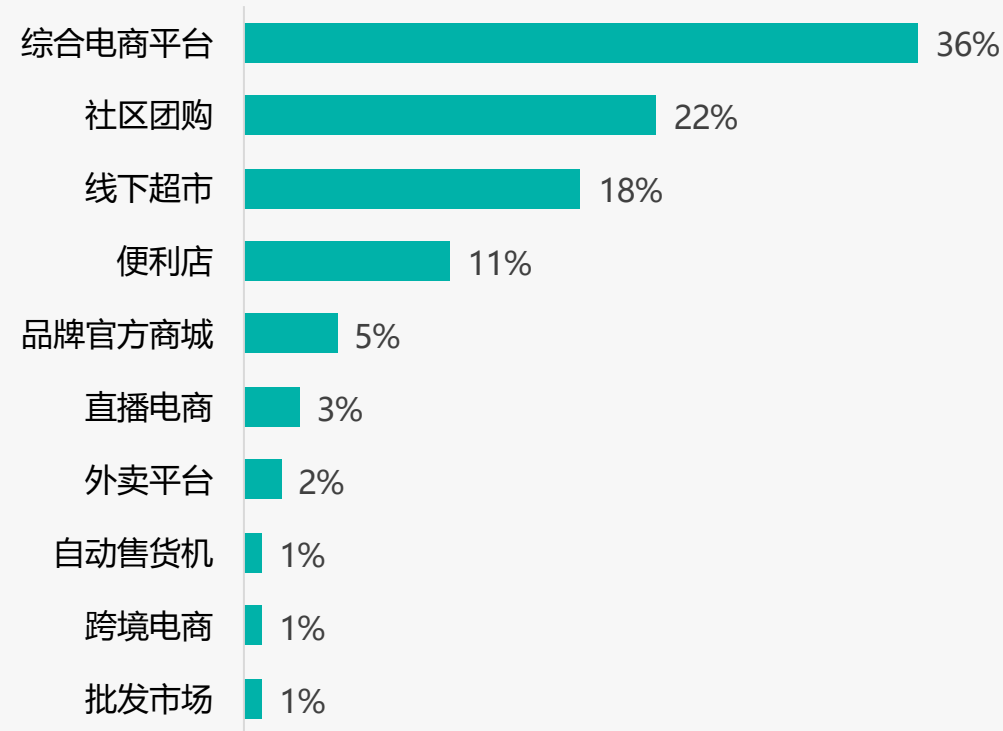
数字渠道主导了解 电商社区团购主购

- ◆消费者了解速食面皮主要通过电商平台推荐（31%）和社交媒体种草（28%），数字渠道主导，亲友推荐（19%）也重要，线下渠道（11%）影响较小。
- ◆购买渠道以综合电商平台（36%）和社区团购（22%）为主，线上占比超60%，线下超市（18%）次之，直播电商（3%）等新兴渠道尚未普及。

2025年中国速食面皮产品了解渠道分布



2025年中国速食面皮产品购买渠道分布

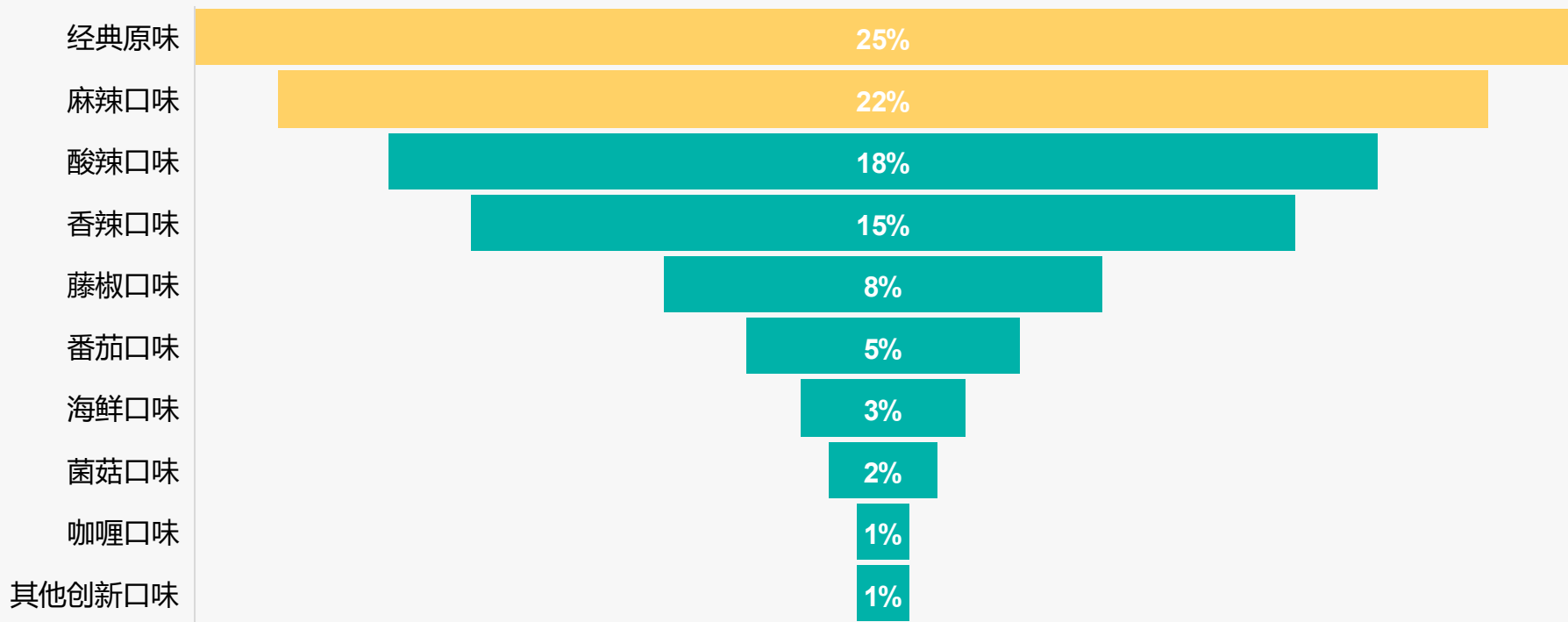


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

口味偏好集中 传统辣味主导

- ◆速食面皮口味偏好中，经典原味25%最高，麻辣22%和酸辣18%次之，显示传统和辣味主导市场，其他口味份额较小。
- ◆调研分析指出，口味集中度高，创新口味如海鲜3%、菌菇2%等合计仅7%，市场接受度有限，未来可探索差异化策略。

2025年中国速食面皮产品偏好类型分布

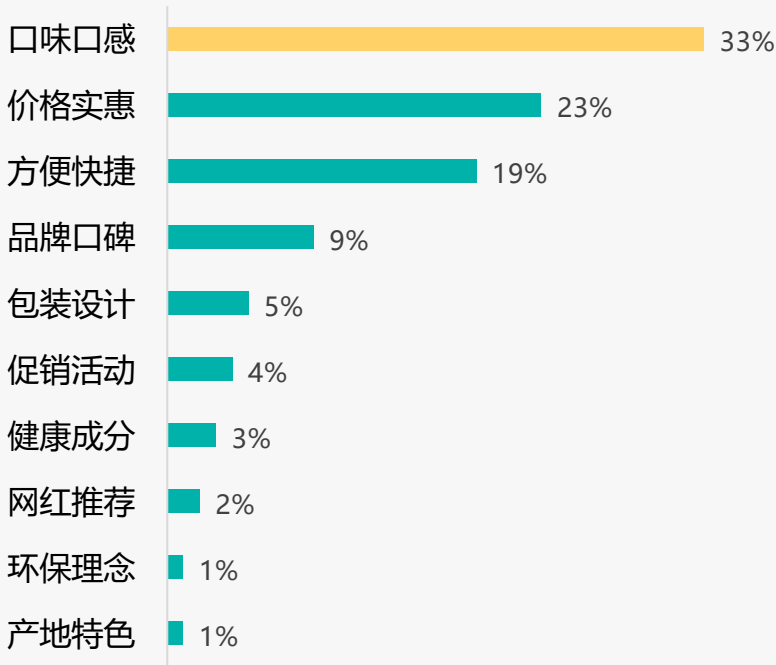


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

速食面皮消费核心体验便捷解馋

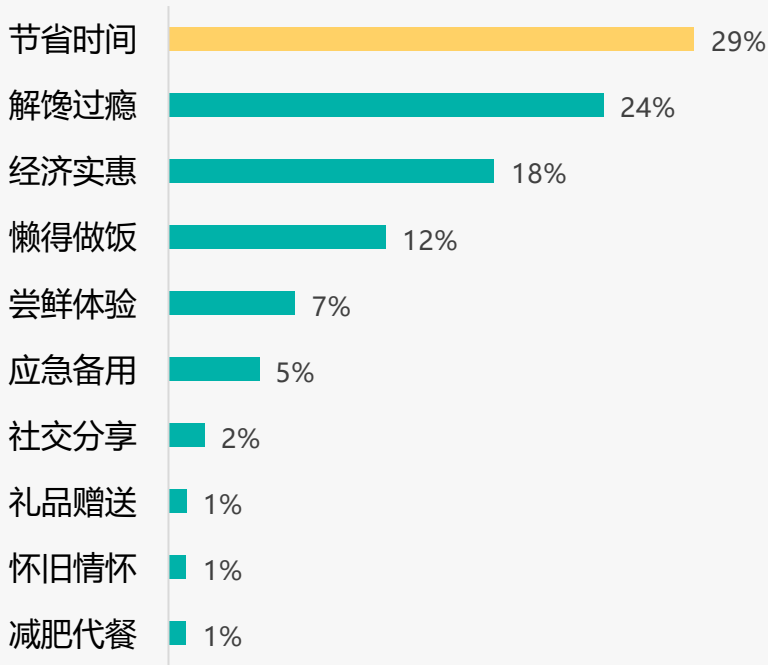
- ◆调研显示，吸引消费的关键因素中，口味口感占33%，价格实惠占23%，方便快捷占19%，合计75%，凸显核心体验和性价比的重要性。
- ◆消费原因中，节省时间占29%，解馋过瘾占24%，经济实惠占18%，合计71%，表明产品主要满足便捷解馋需求，功能性突出。

2025年中国速食面皮吸引消费关键因素分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

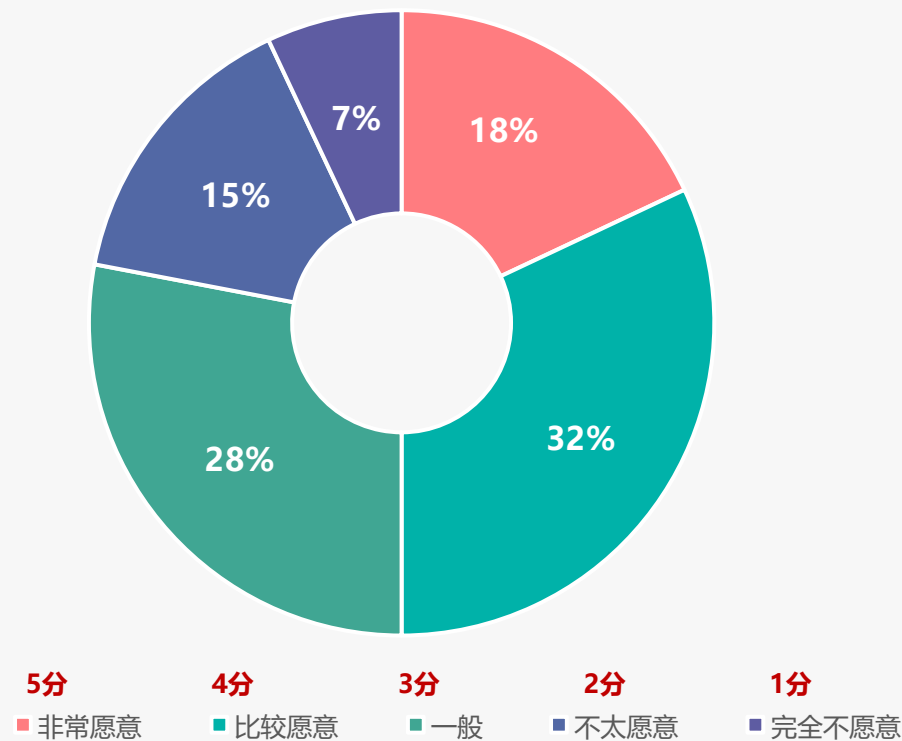
2025年中国速食面皮消费真实原因分布



健康担忧影响速食面皮推荐意愿

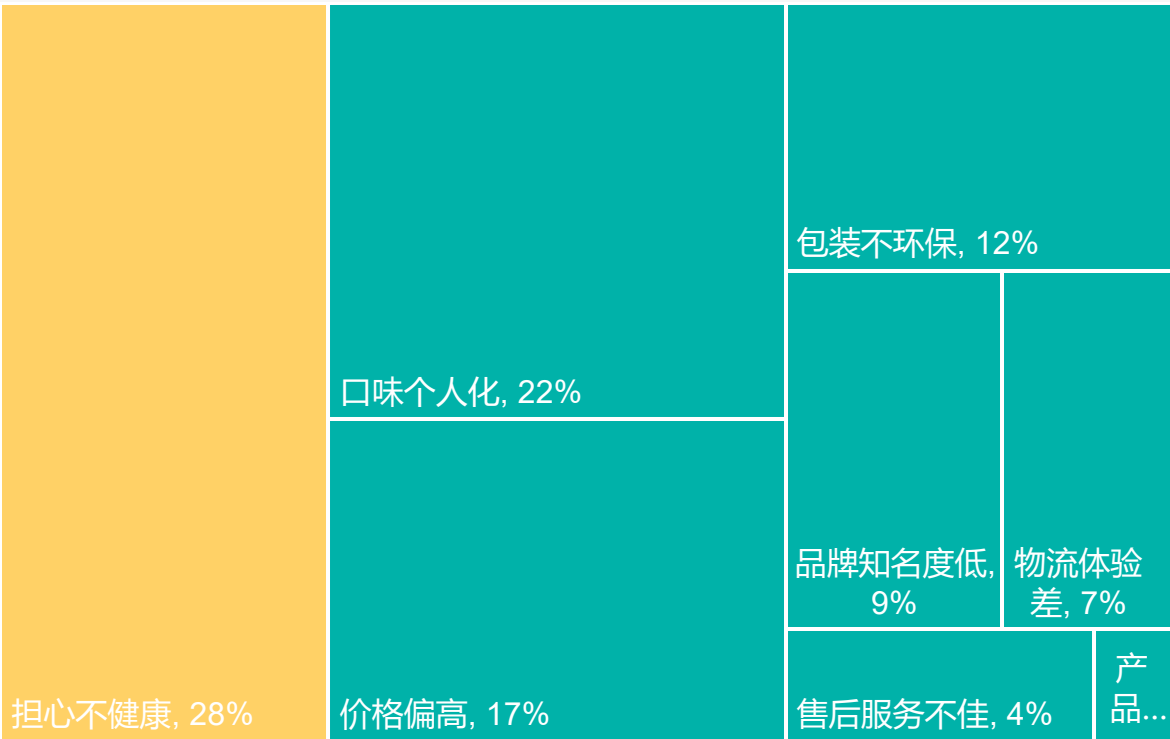
- ◆速食面皮消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计占50%，不愿推荐主因是担心不健康占28%，口味个人化占22%。
- ◆健康担忧是最大障碍，价格偏高占17%也影响推荐，提升健康属性和性价比可增强市场认可度。

2025年中国速食面皮推荐意愿分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

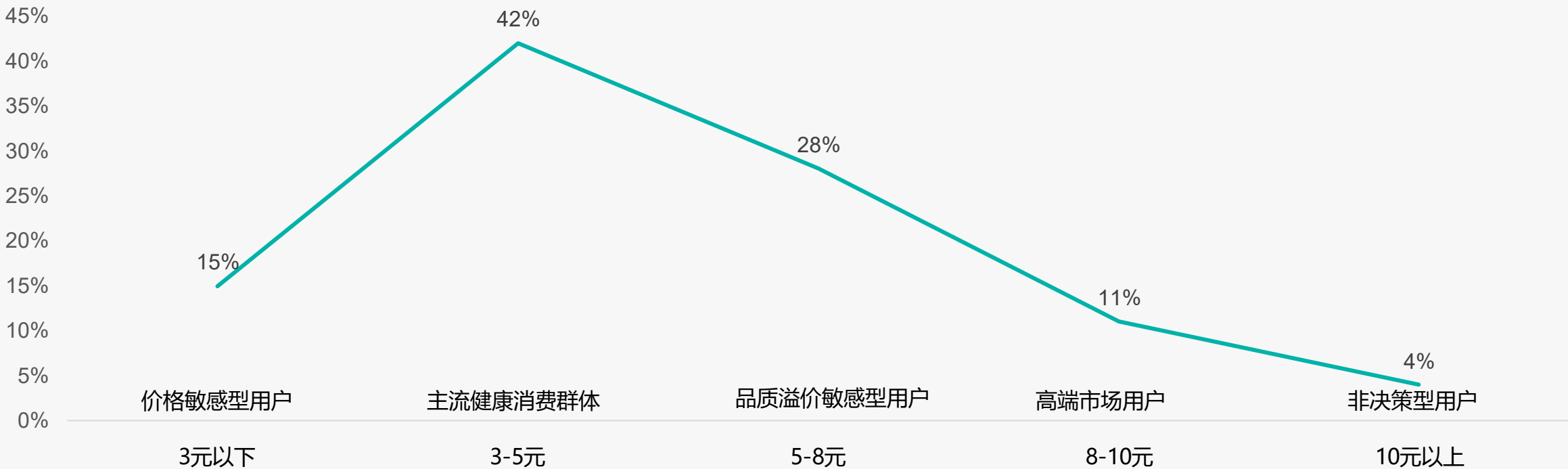
2025年中国速食面皮不愿推荐原因分布



速食面皮消费价格敏感度高 中低价位主导市场

- ◆调研数据显示，速食面皮消费中，3-5元价格区间占比最高，达42%，显示消费者普遍偏好中低价位产品，市场对性价比重视度高。
- ◆分析指出，5-8元区间占28%，高端市场接受度较低，8-10元和10元以上分别仅占11%和4%，价格敏感度较高，企业可聚焦3-8元优化策略。

2025年中国速食面皮主流规格价格接受度



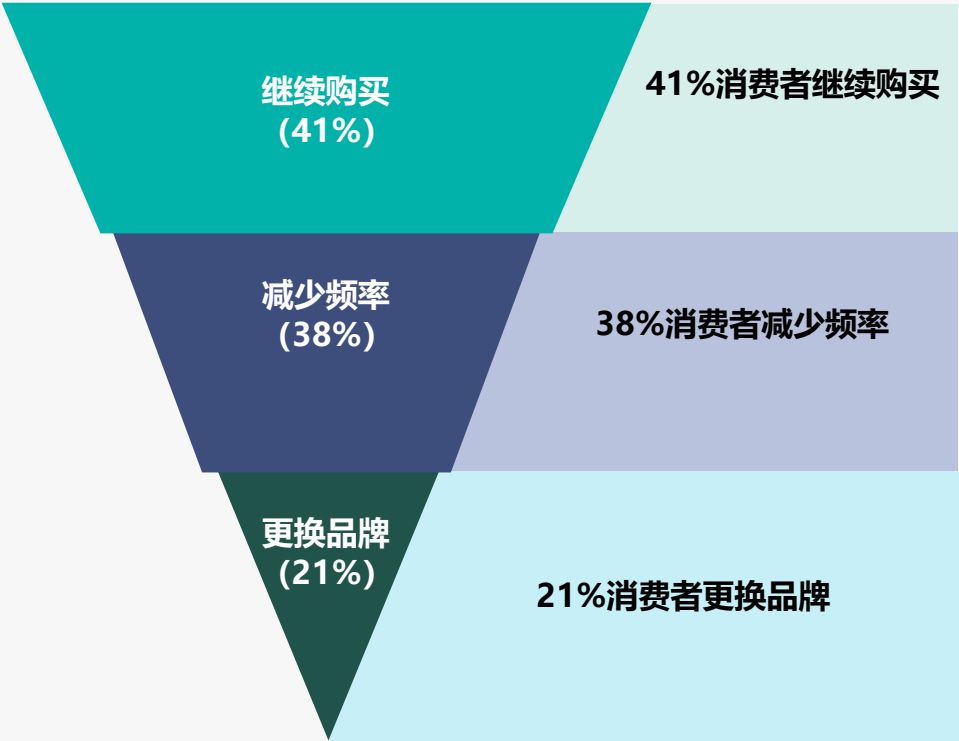
样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

注：以单包独立装规格速食面皮为标准核定价格区间

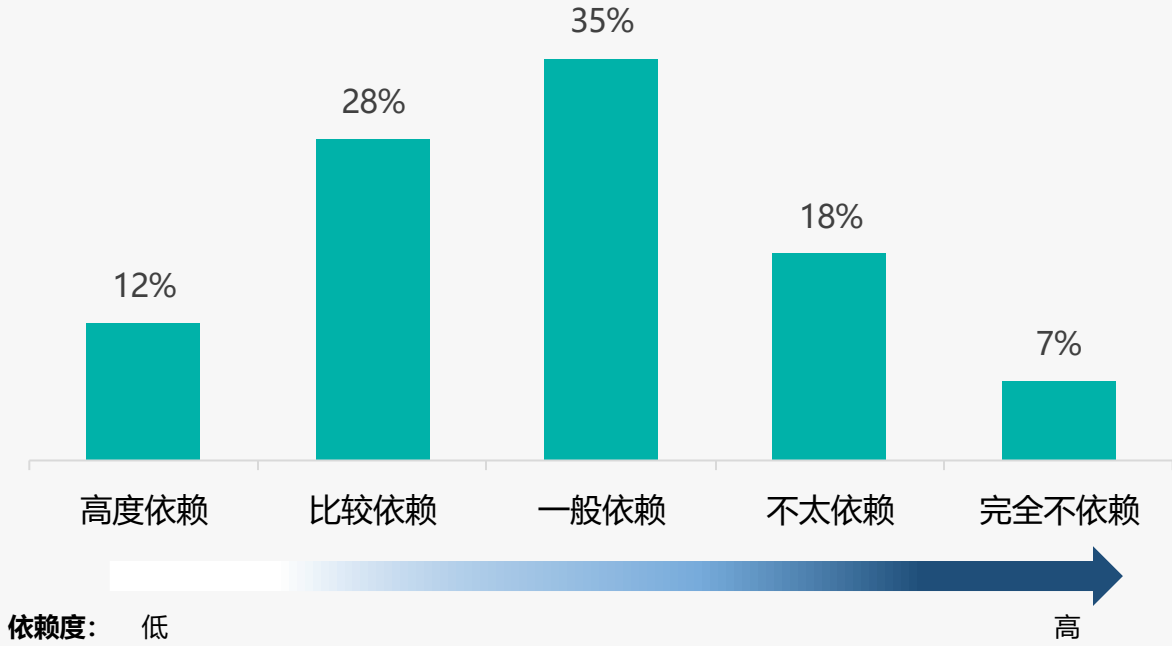
价格敏感促销依赖影响速食面皮消费

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，38%减少频率，显示高品牌忠诚度与价格敏感度并存，可能影响销量。
- ◆63%消费者依赖促销活动，其中35%一般依赖、28%比较依赖，提示促销策略对市场渗透和竞争至关重要。

2025年中国速食面皮价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国速食面皮对促销活动依赖程度分布

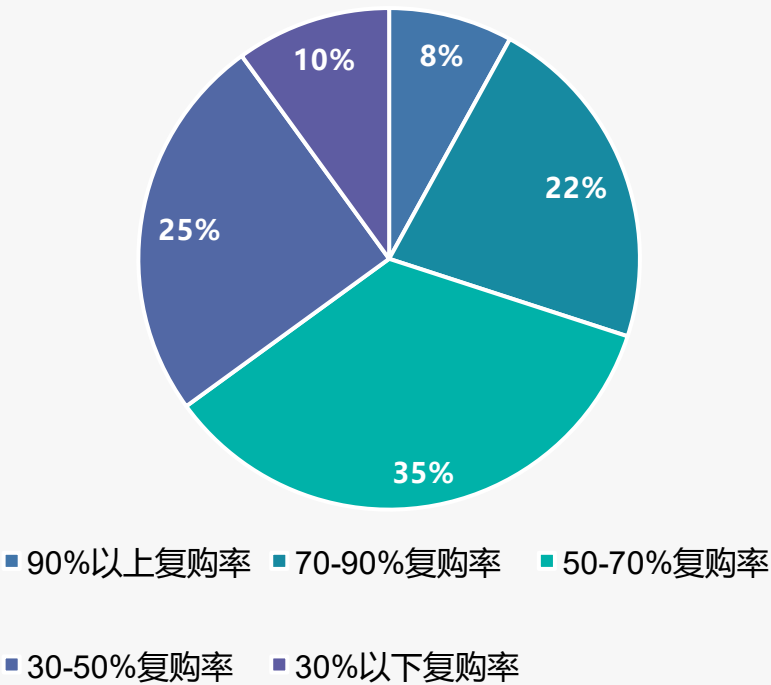


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

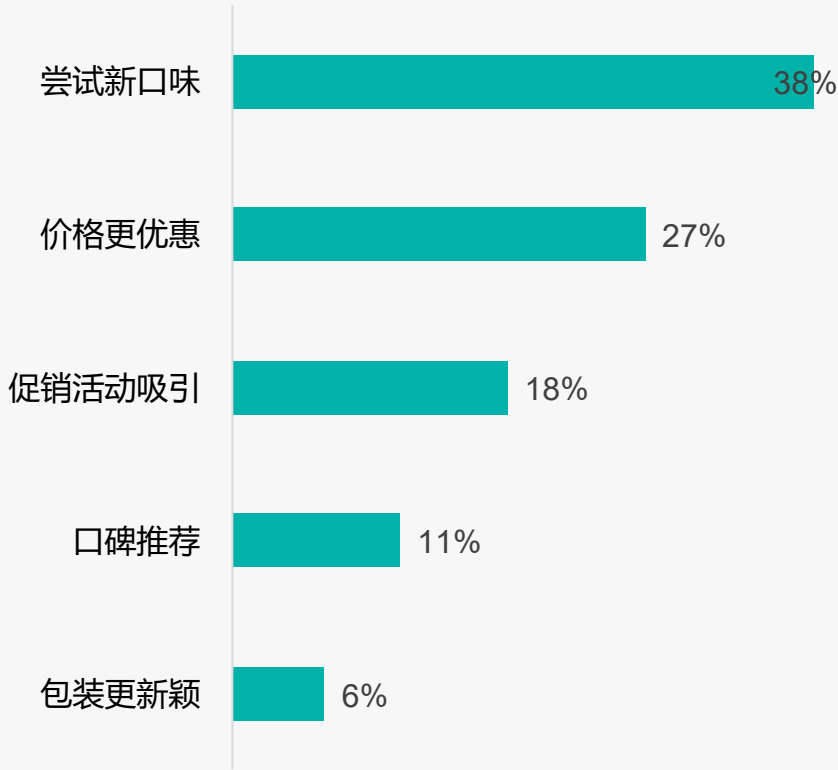
速食面皮复购率中低 新口味驱动品牌切换

- ◆速食面皮消费者复购率集中在50-70%，占比35%，高忠诚度用户仅8%，显示品牌忠诚度有待提升。
- ◆更换品牌主要因尝试新口味，占38%，远超价格和促销因素，强调产品创新对市场竞争的重要性。

2025年中国速食面皮固定品牌复购率分布



2025年中国速食面皮更换品牌原因分布

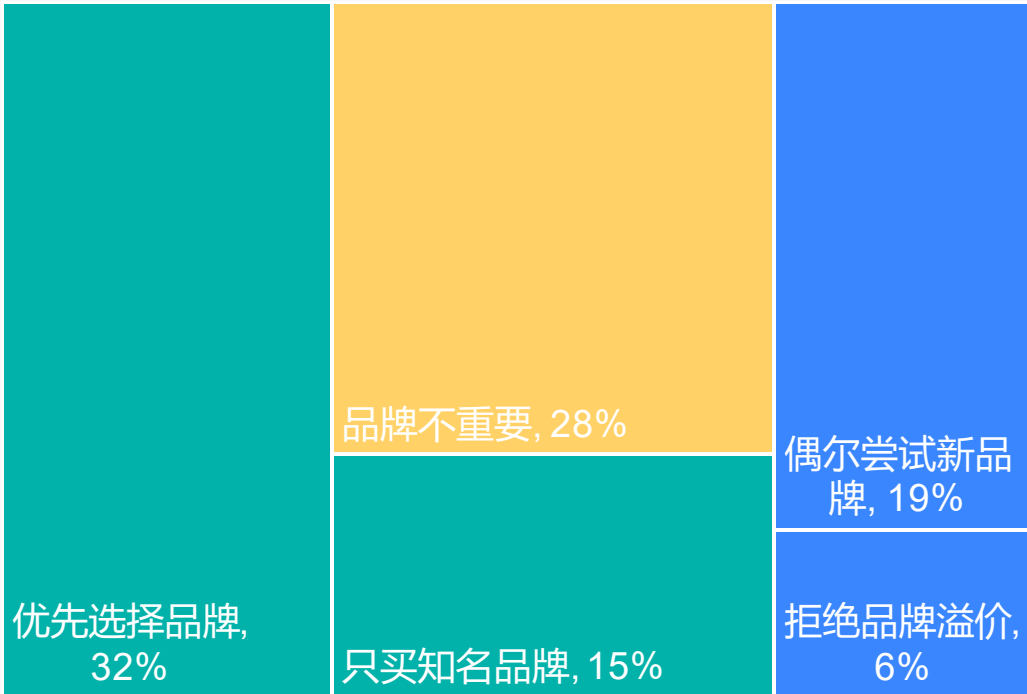


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

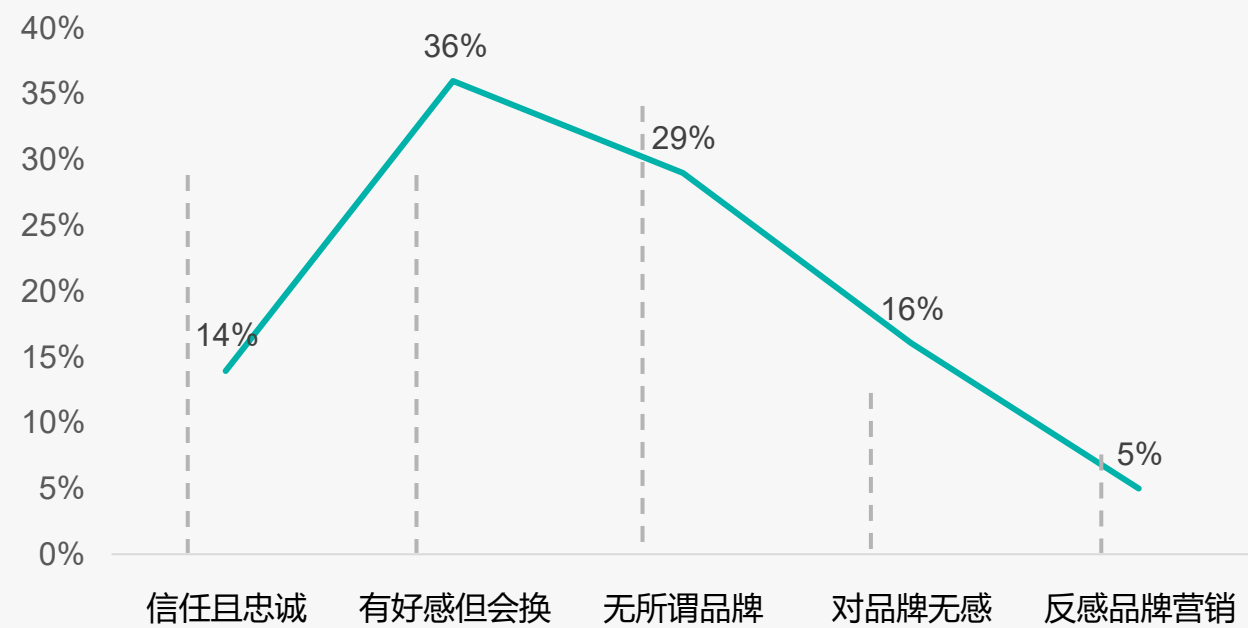
品牌依赖适中忠诚度高溢价接受有限

- ◆消费者对速食面皮品牌依赖度适中，优先选择品牌占32%，品牌不重要占28%，显示品牌非唯一购买因素。
- ◆品牌忠诚度较低，有好感但会换占36%，无所谓品牌占29%，同时拒绝品牌溢价仅6%，核心忠诚用户有限。

2025年中国速食面皮品牌产品消费意愿分布



2025年中国速食面皮对品牌产品态度分布

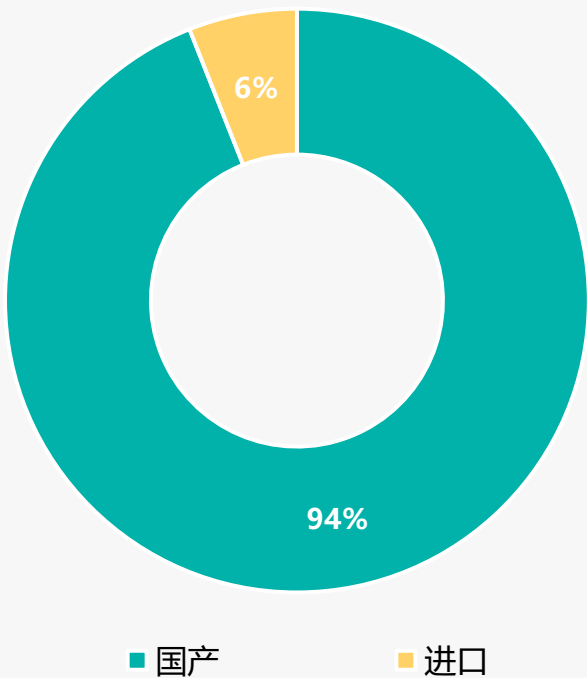


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

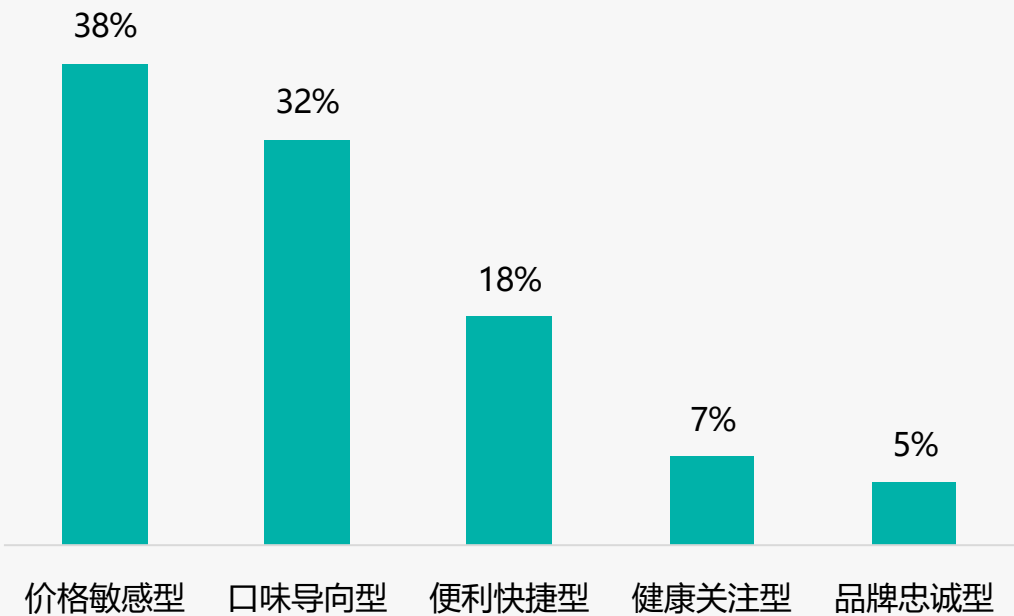
速食面皮市场国产主导价格口味关键

- ◆速食面皮市场国产品牌消费占比94%，进口品牌仅6%，显示消费者对国产品牌高度依赖，市场由国产品牌主导。
- ◆品牌偏好中，价格敏感型占38%，口味导向型占32%，便利快捷型占18%，健康关注型和品牌忠诚型分别占7%和5%。

2025年中国速食面皮国产与进口品牌消费分布



2025年中国速食面皮品牌偏好类型分布

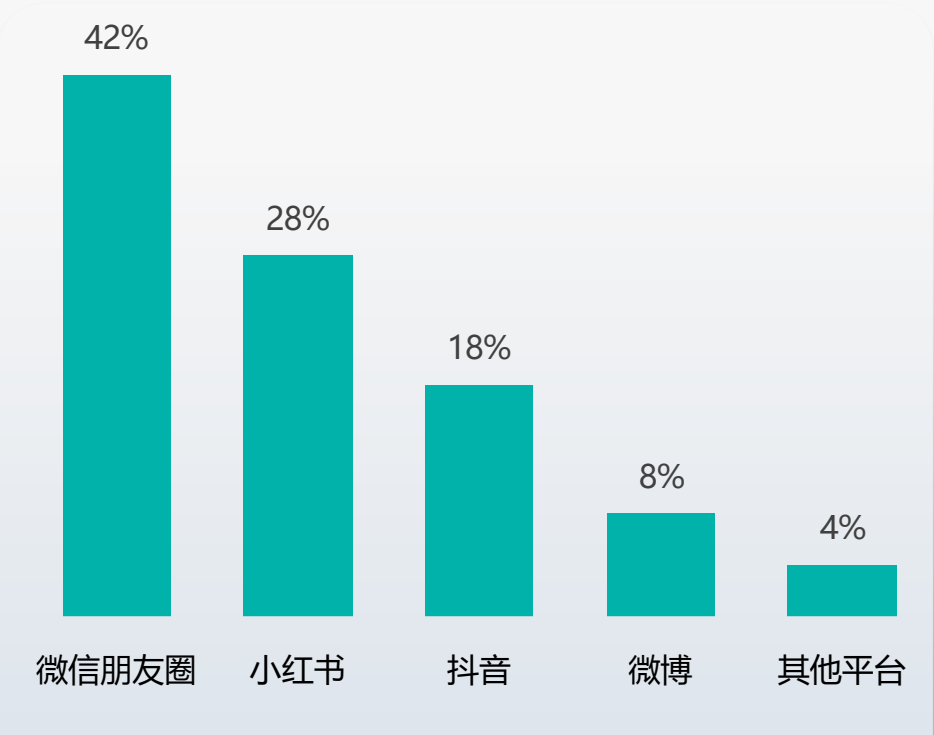


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

社交分享主导口碑真实体验关键

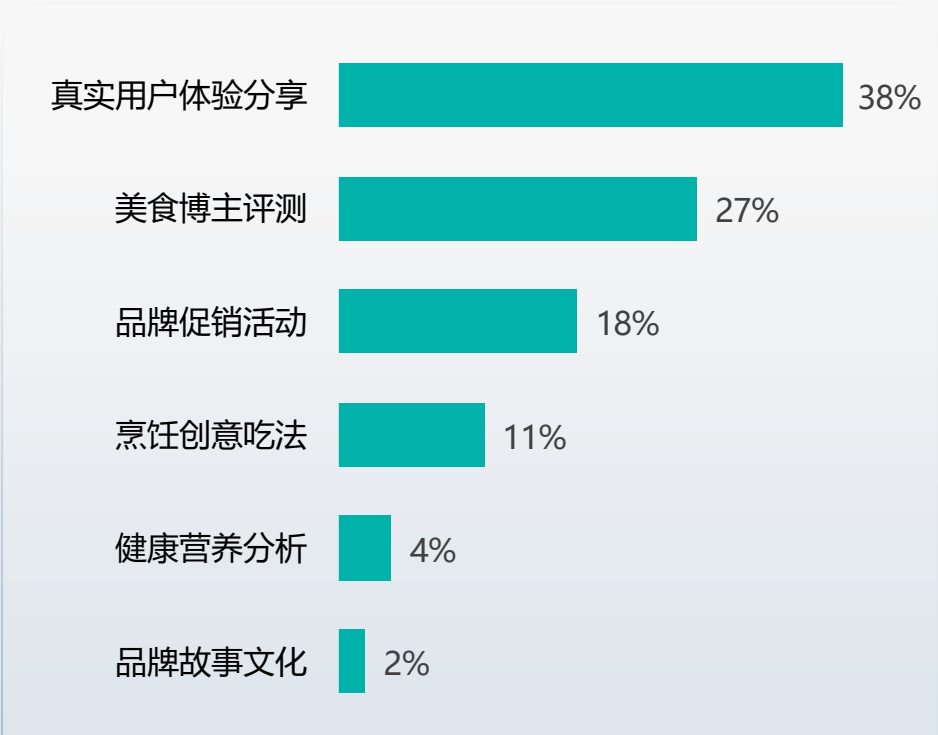
- ◆社交分享以微信朋友圈为主占42%，小红书和抖音分别占28%和18%，显示消费者偏好熟人圈和年轻平台分享速食面皮体验。
- ◆内容类型中真实用户体验分享占38%最高，美食博主评测占27%，强调口碑和推荐对消费决策的关键影响。

2025年中国速食面皮社交分享渠道分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

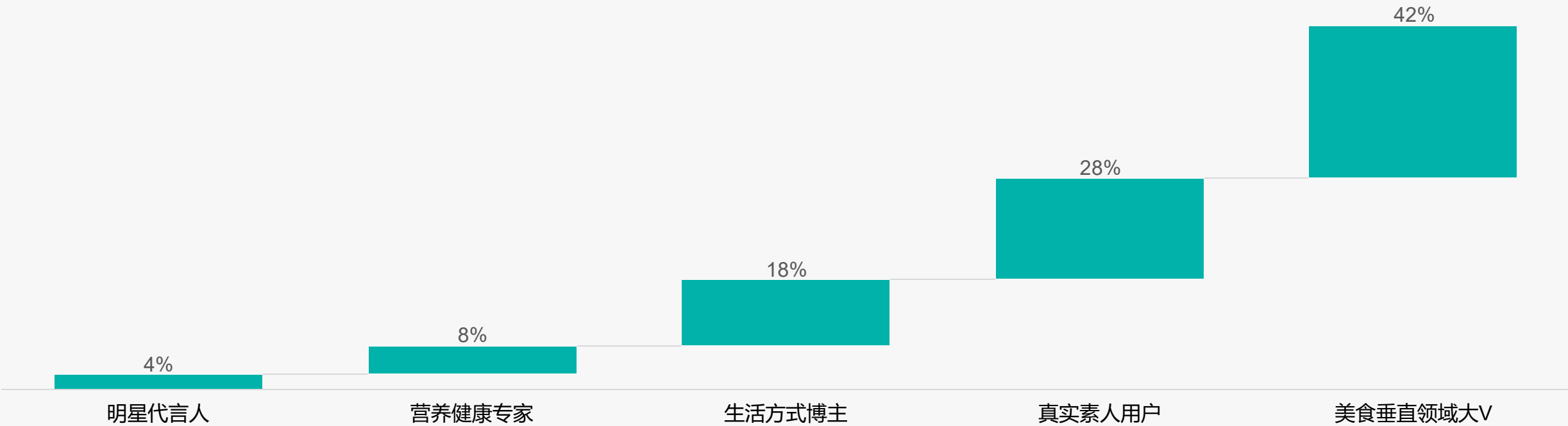
2025年中国速食面皮社交内容类型分布



速食面皮营销 美食大V素人主导

- ◆ 调研显示，消费者在社交渠道获取速食面皮内容时，最信任美食垂直领域大V（42%）和真实素人用户（28%），表明专业和真实内容是关键影响因素。
- ◆ 分析指出，生活方式博主（18%）和营养健康专家（8%）关注度较低，明星代言人仅占4%，提示品牌应聚焦美食大V和素人合作以优化营销策略。

2025年中国速食面皮社交渠道信任博主类型分布

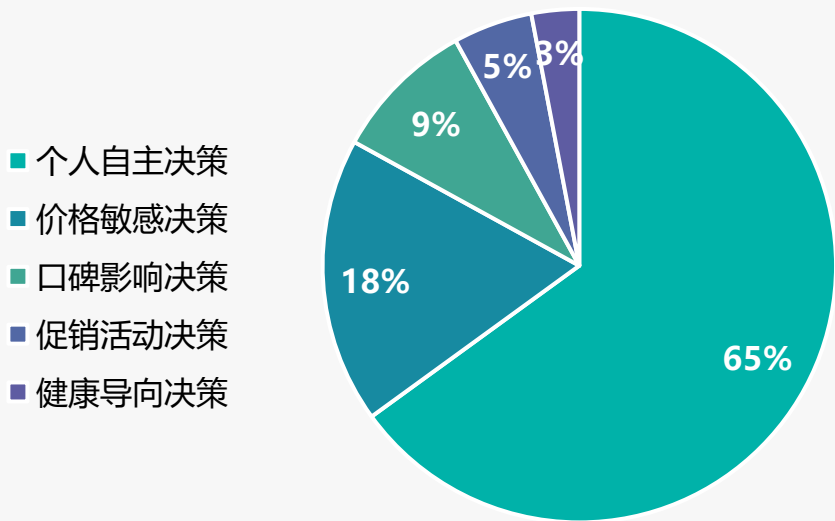


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

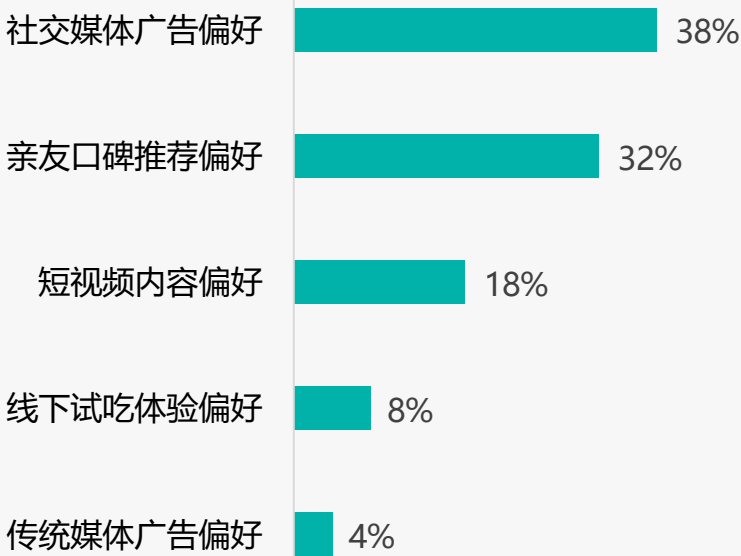
社交信任主导 传统营销有限

- ◆ 社交媒体广告偏好38%与亲友口碑推荐偏好32%合计70%，显示速食面皮消费者高度依赖社交互动和信任关系获取信息。
- ◆ 短视频内容偏好18%表明视觉内容吸引力强，而线下试吃体验偏好8%和传统媒体广告偏好4%反映传统营销方式效果有限。

2025年中国速食面皮消费决策者类型分布



2025年中国速食面皮家庭广告偏好分布

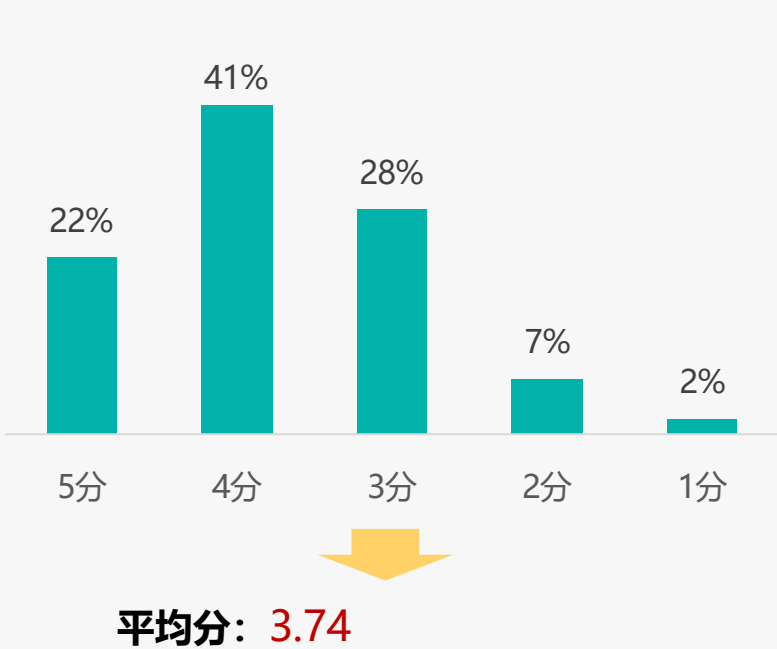


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

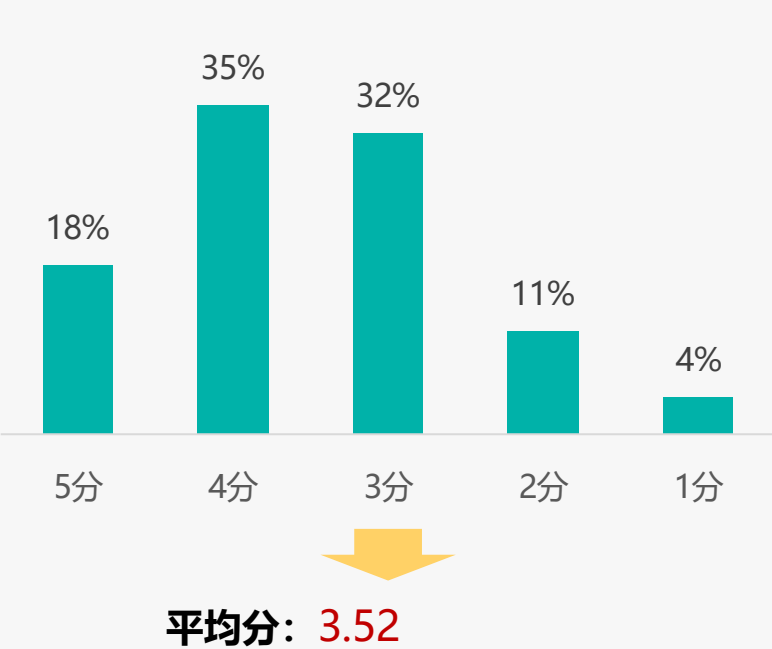
消费流程满意 退货客服待优化

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计达63%，表明多数消费者对购买体验满意。退货和客服环节满意度相对较低，需重点优化。
- ◆退货体验5分和4分合计仅33%，客服满意度5分和4分合计53%，显示这两个环节是改进重点，以提升整体消费体验。

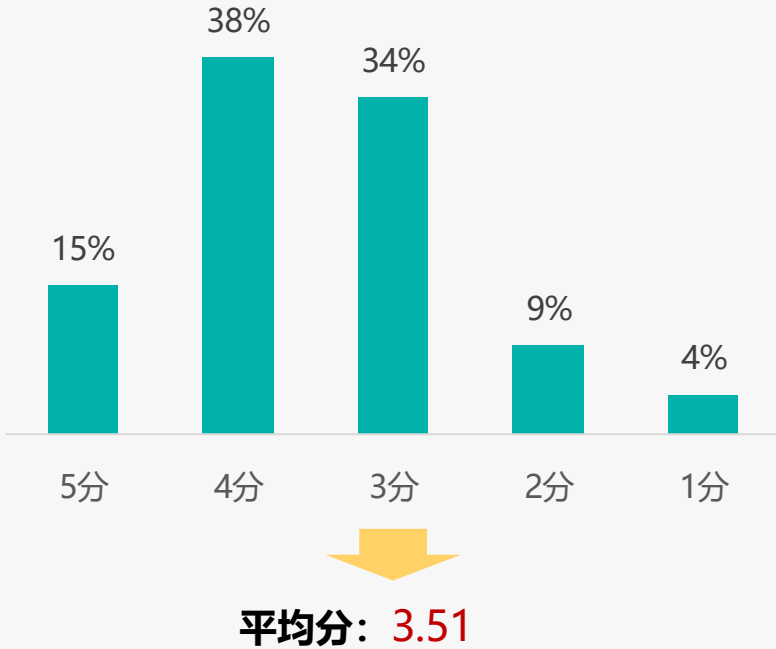
2025年中国速食面皮线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国速食面皮退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国速食面皮线上客服满意度分布（满分5分）

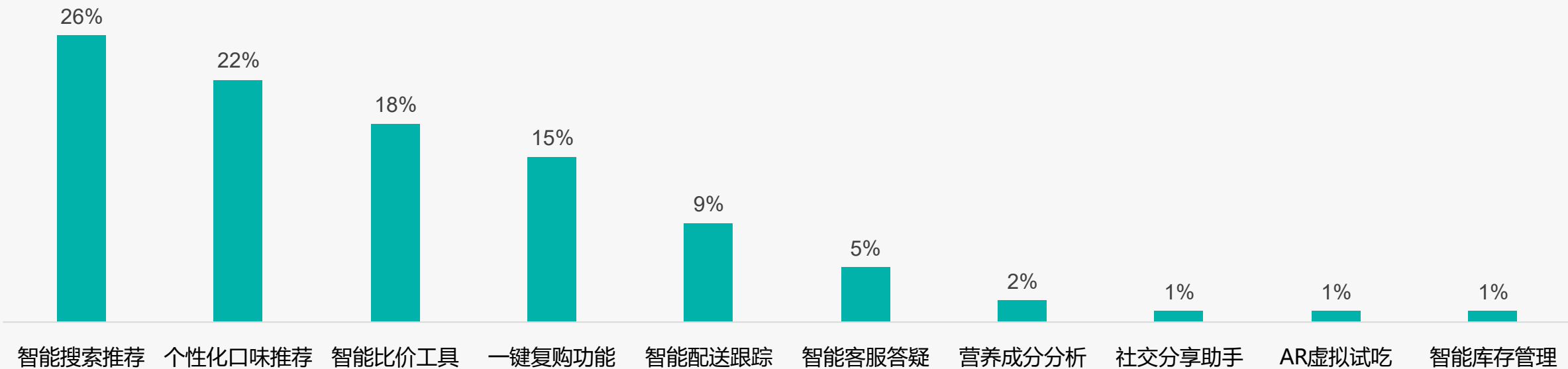


样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

智能推荐比价主导线上消费 创新服务渗透率低

- ◆ 调研显示，智能搜索推荐、个性化口味推荐和智能比价工具在线上消费智能服务中占比分别为26%、22%和18%，合计达66%，凸显消费者对智能推荐和价格比较的高度依赖。
- ◆ 一键复购功能占比15%，反映便捷复购需求较强；而AR虚拟试吃、社交分享助手等创新功能各占1%，表明这些服务当前市场渗透率较低。

2025年中国速食面皮线上智能服务体验分布



样本：速食面皮行业市场调研样本量N=1239，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

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