

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度角鲨烯保健品市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Squalene Health Supplements 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：中青年女性主导角鲨烯保健品消费

 女性消费者占比57%，26-35岁群体占38%，中青年女性为核心人群。

 中等收入群体(5-8万元)占比35%，购买力强，是主要消费力量。

 个人健康需求决策占比42%，自主健康意识主导消费行为。

启示

✓ 聚焦中青年女性市场

针对中青年女性开发专属产品和营销策略，满足其自主健康管理需求，提升品牌忠诚度。

✓ 强化产品功效宣传

突出产品对个人健康的实际效果，通过真实案例和用户评价增强消费者信任和购买意愿。

核心发现2：中档价格产品主导市场接受度

-  100-150元价格区间接受度最高，达35%，显示消费者偏好中档价位产品。
-  50元以下和200元以上接受度较低，分别为8%和12%，市场集中在中档。
-  价格敏感度高，价格变动对购买行为影响较大，品牌忠诚度中等。

启示

✓ 优化产品定价策略

将主力产品定价在100-150元区间，平衡性价比，吸引最大消费群体，避免低价或高端市场风险。

✓ 加强价格稳定性管理

减少频繁价格波动，通过会员制度或捆绑销售维持客户忠诚，降低价格敏感带来的流失。

核心发现3：电商和社交渠道主导信息传播与购买

-  电商平台推荐(25%)和社交媒体内容(20%)是主要了解渠道，数字化传播占主导。
-  天猫/淘宝(35%)和京东(28%)共占63%，电商平台为核心购买渠道。
-  亲友口碑推荐占18%，社交信任度高，影响消费决策。

启示

✓ 深化电商平台合作

加强与天猫、京东等主流电商平台的战略合作，优化产品展示和促销活动，提升线上销售转化率。

✓ 强化社交口碑营销

利用微信朋友圈、小红书等社交渠道，鼓励用户分享真实体验，通过KOL和亲友推荐扩大品牌影响力。

核心逻辑：聚集中青年女性，以功效和性价比驱动消费

1、产品端

- ✓ 开发高纯度及复合配方产品
- ✓ 拓展儿童和老年人专用细分市场

2、营销端

- ✓ 强化微信朋友圈和专家推荐营销
- ✓ 利用电商平台和社交内容推广

3、服务端

- ✓ 优化退货流程和客服响应效率
- ✓ 提供智能用药提醒和健康监测

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** 角鲨烯保健品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角鲨烯保健品品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对角鲨烯保健品的购买行为；
- 角鲨烯保健品市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

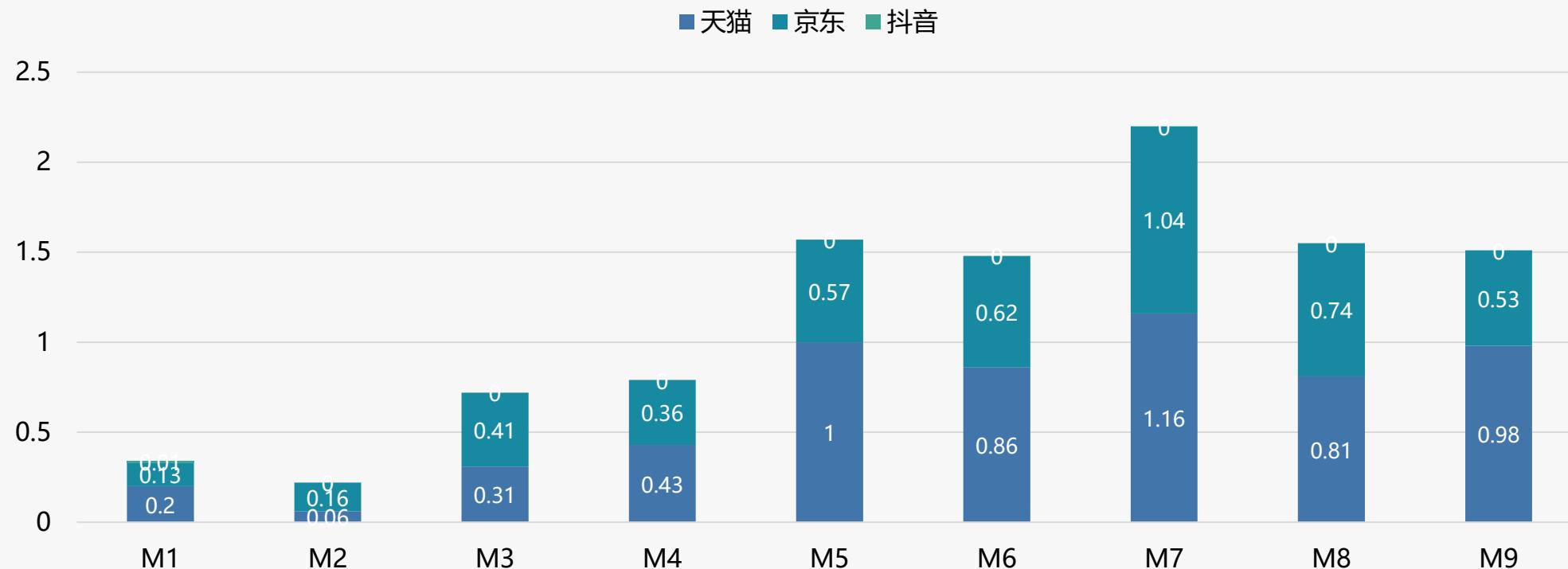
Research Method

- **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，计算角鲨烯保健品品类销售额、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、不同平台角鲨烯保健品品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

角鲨烯线上天猫主导 抖音潜力待挖掘

- ◆ 从平台集中度看，天猫、京东、抖音前三季度总销售额分别为5,815,719元、4,561,090元、12,694元，天猫占比最高达55.7%，京东为43.7%，抖音仅0.6%。这表明角鲨烯保健品线上销售高度依赖传统电商平台，抖音渠道渗透率极低，建议品牌优化天猫和京东的ROI投放，同时探索抖音的内容营销潜力以提升市场覆盖。
- ◆ 从月度趋势和平台增长性分析，销售额在M1、M3、M5、M7、M9出现峰值，其中M7最高达2,204,181元，M2和M6为低谷，这种波动可能与季节性促销相关。抖音销售额虽低但M9环比M8增长357.7%，显示新兴渠道潜力；天猫和京东在M7达到峰值后略有回落，需关注竞争加剧风险。建议企业多元化渠道投资，

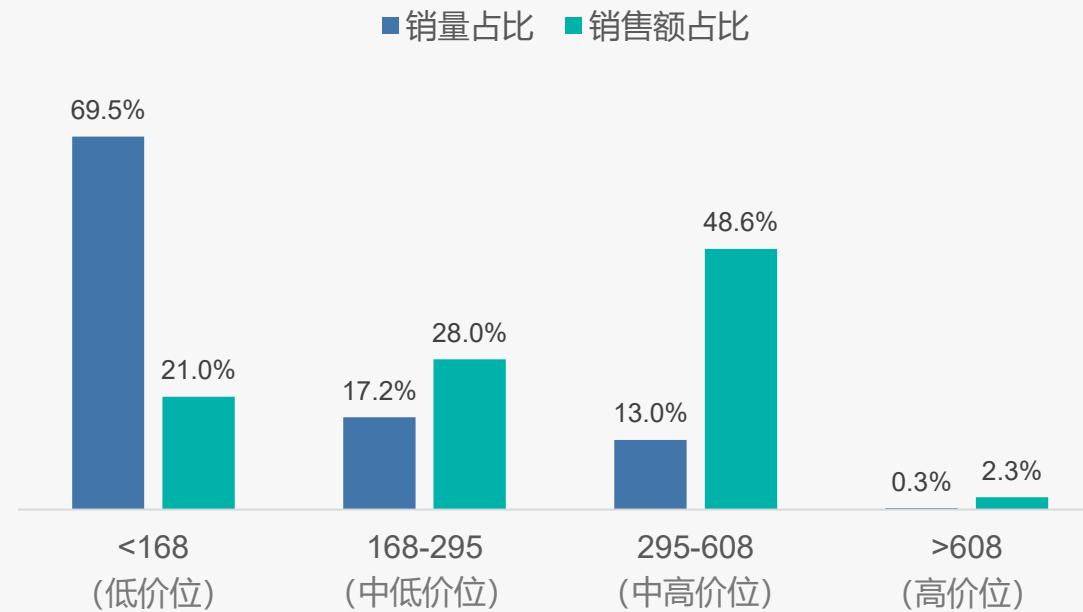
2025年一~三季度角鲨烯保健品品类线上销售规模（百万元）



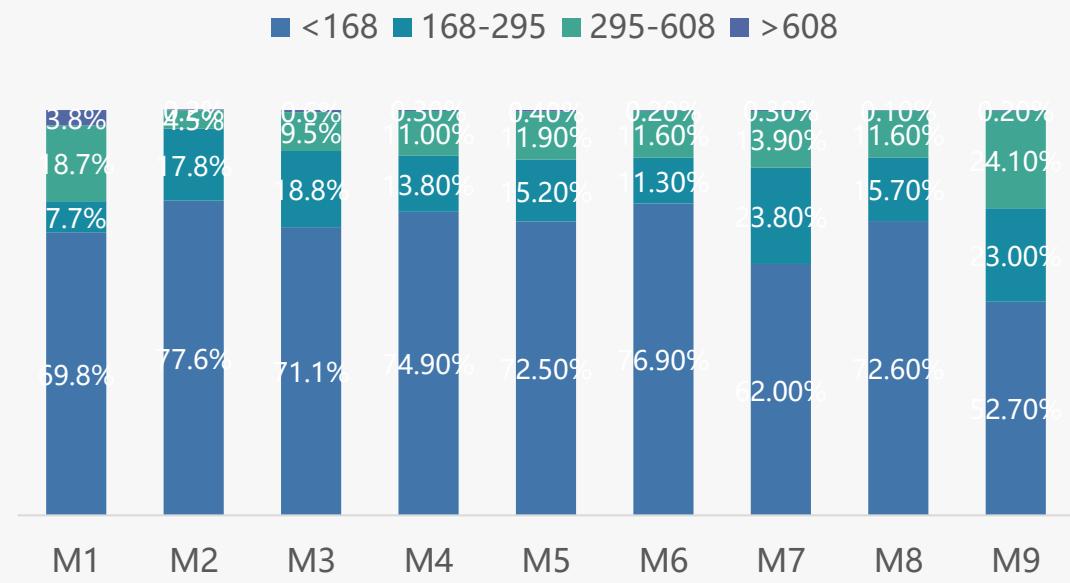
角鲨烯市场结构优化 中高端产品驱动增长

- ◆ 从价格区间结构看，角鲨烯保健品市场呈现典型的金字塔结构。低价位产品 (<168元) 贡献了69.5%的销量但仅占21.0%的销售额，说明市场以价格敏感型消费者为主。中高价位产品 (168-608元) 虽然销量占比仅30.2%，却贡献了76.6%的销售额，表明该区间是市场利润的核心来源。
- ◆ 从销售额贡献效率看，295-608元价格区间的销售效率最高，仅用13.0%的销量贡献了48.6%的销售额，单位产品价值显著高于其他区间。相比之下，<168元区间的销售效率最低，需要3.3倍的销量才能产生同等销售额。这表明优化产品结构、提升中高价位产品占比是提高整体营收效率的关键路径。

2025年一~三季度角鲨烯保健品线上不同价格区间销售趋势



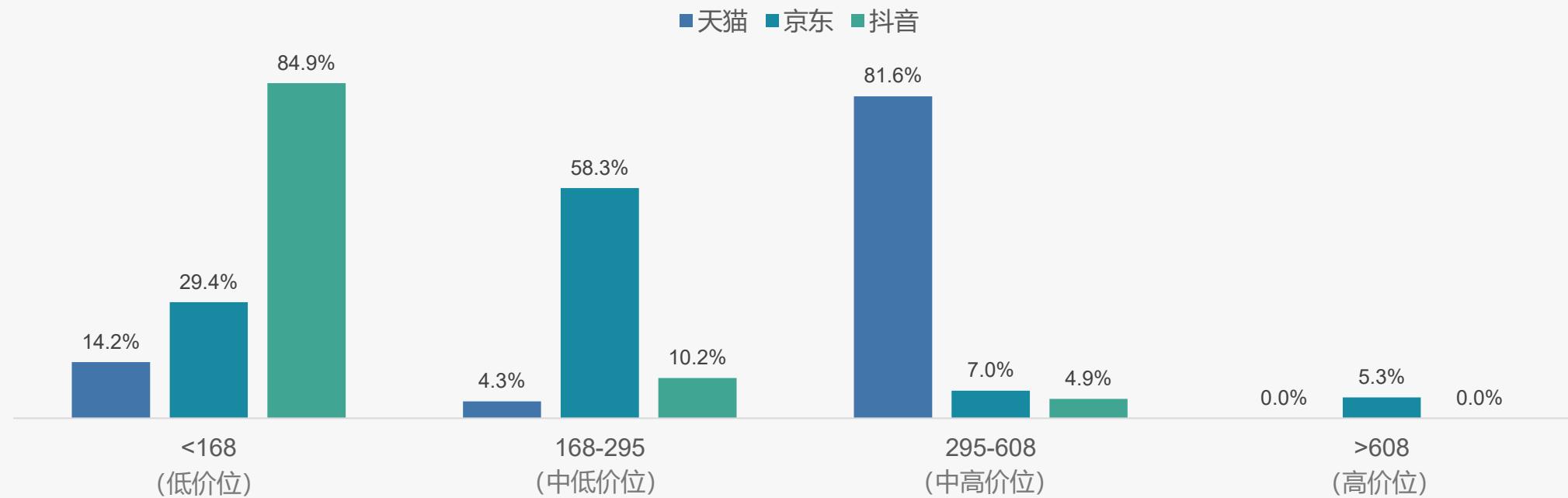
角鲨烯保健品线上价格区间-销量分布



平台价格带差异显著 高端中端低端分化

- ◆ 从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著：天猫以295-608元高端产品为主（81.6%），京东聚焦168-295元中端市场（58.3%），抖音则被<168元低客单价主导（84.9%）。这反映平台定位与用户画像的深度绑定——天猫用户更注重品牌溢价，京东用户追求性价比，抖音依赖冲动消费场景。
- ◆ 通过跨平台价格带渗透率分析，中高端市场（≥168元）在天猫和京东合计占比超85%，而抖音仅15.1%，揭示渠道价值分层。建议品牌方实施差异化渠道策略：在天猫强化高端产品线以提升客单价，在抖音通过低价引流培养用户认知，在京东试点超高端产品以测试市场潜力，同时警惕抖音低价竞争对品牌价值的稀释风险。

2025年一~三季度各平台角鲨烯保健品不同价格区间销售趋势

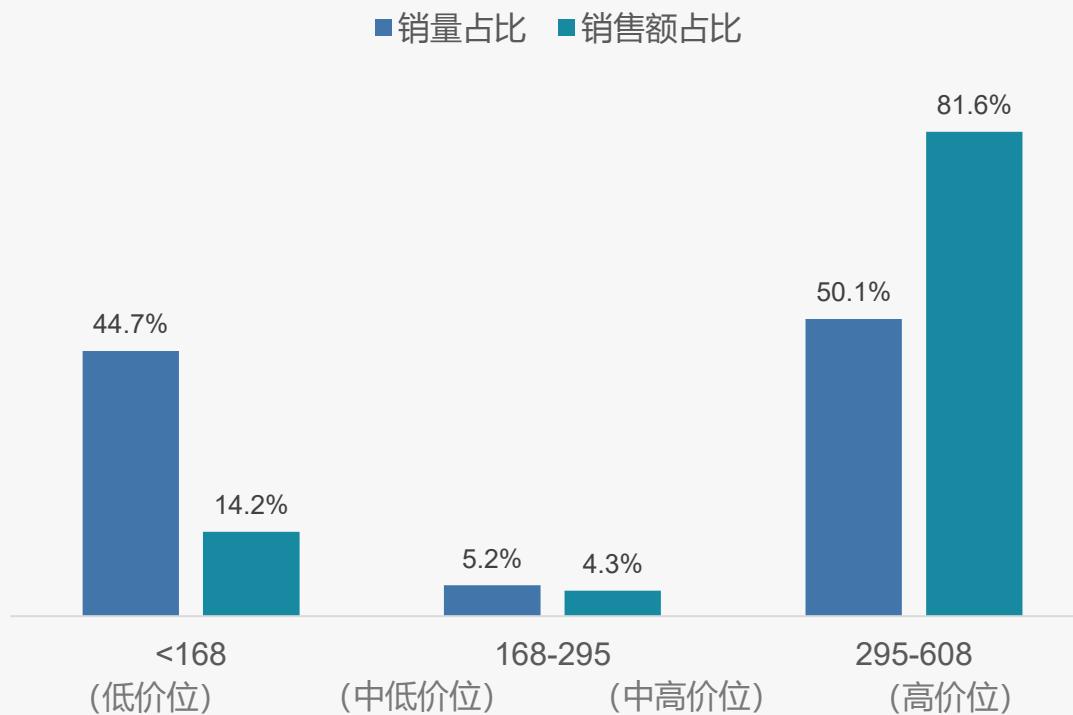


高端角鲨烯驱动市场增长

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- ◆ 从价格区间销售趋势看，295-608元区间以50.1%销量贡献81.6%销售额，是核心利润来源，而<168元区间销量占比44.7%仅贡献14.2%销售额，显示高端产品驱动营收增长，低端产品拉低整体ROI。
- ◆ 通过计算，295-608元区间销售额占比高达81.6%，凸显产品结构优化空间，建议聚焦高端市场以提高周转率和整体盈利能力。

2025年一~三季度天猫平台角鲨烯保健品不同价格区间销售趋势



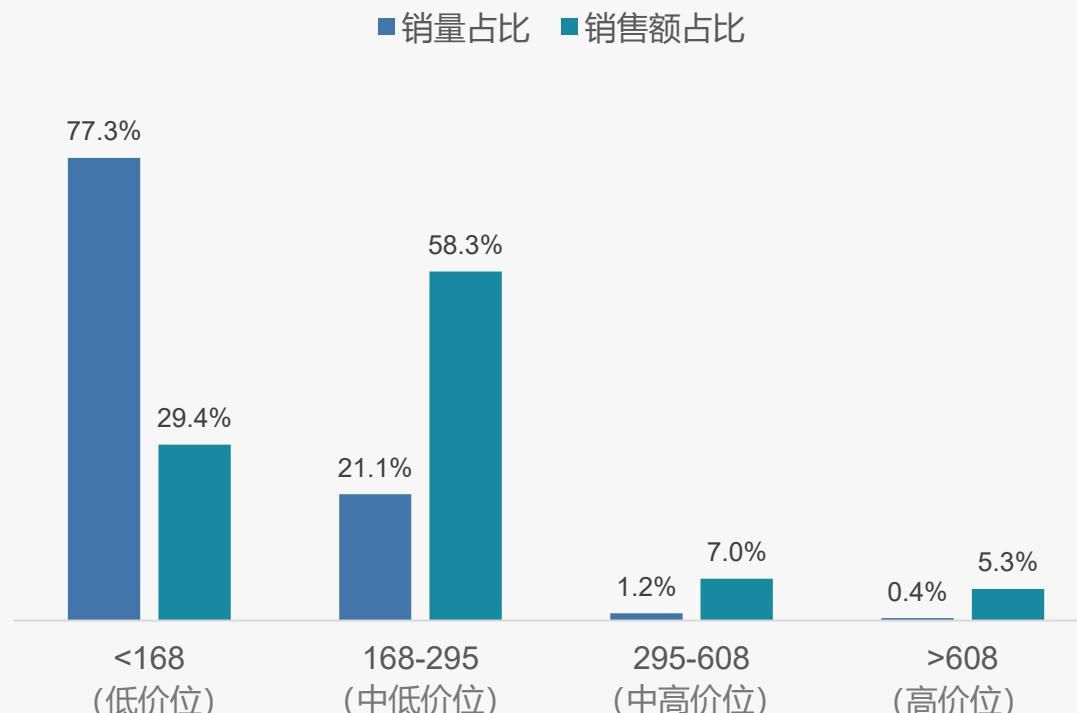
天猫平台角鲨烯保健品价格区间-销量分布



低价高销 中端主导消费升级趋势

- ◆ 从价格区间结构看，<168元低价产品占据77.3%销量但仅贡献29.4%销售额，呈现高销量低价值特征；168-295元中端产品以21.1%销量贡献58.3%销售额，是核心利润来源，显示消费者对性价比敏感。高价区间(>295元)销量占比不足2%，市场渗透有限，需优化产品组合提升高端市场ROI。
- ◆ 月度销量分布显示，<168元区间占比波动显著(M1 78.3%至M9 64.0%)，而168-295元区间从M1 9.7%升至M9 35.0%，表明消费升级趋势。M7和M9中端占比突增，可能与促销活动相关，需加强季节性营销以稳定周转率。建议通过产品差异化提升高价区间渗透，优化整体毛利率。

2025年一~三季度京东平台角鲨烯保健品不同价格区间销售趋势



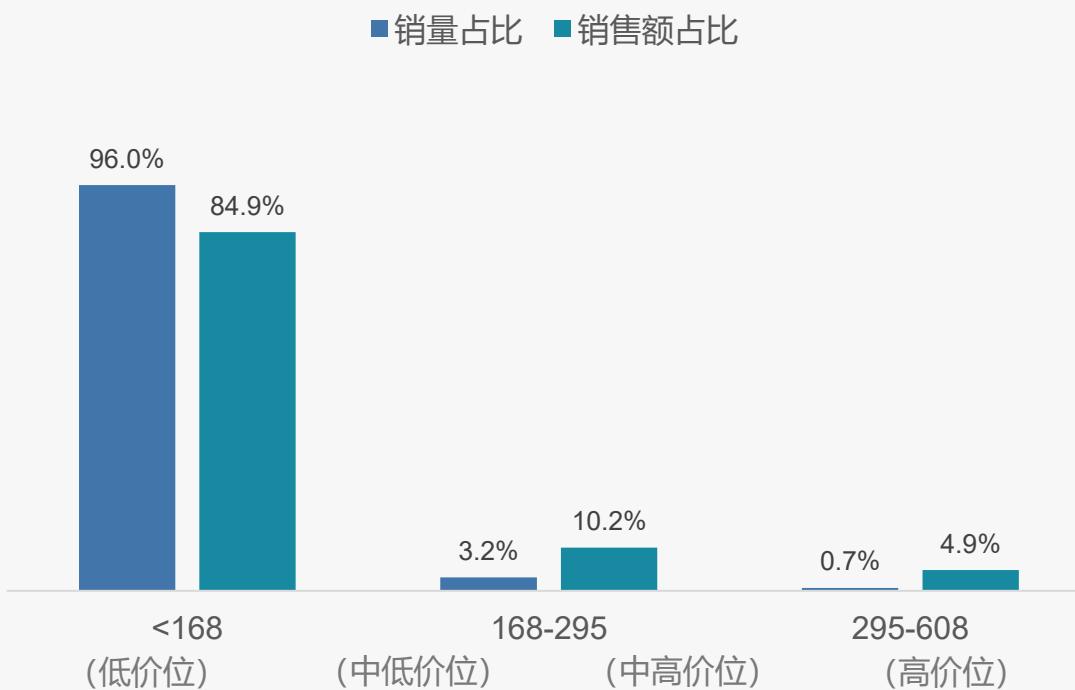
京东平台角鲨烯保健品价格区间-销量分布



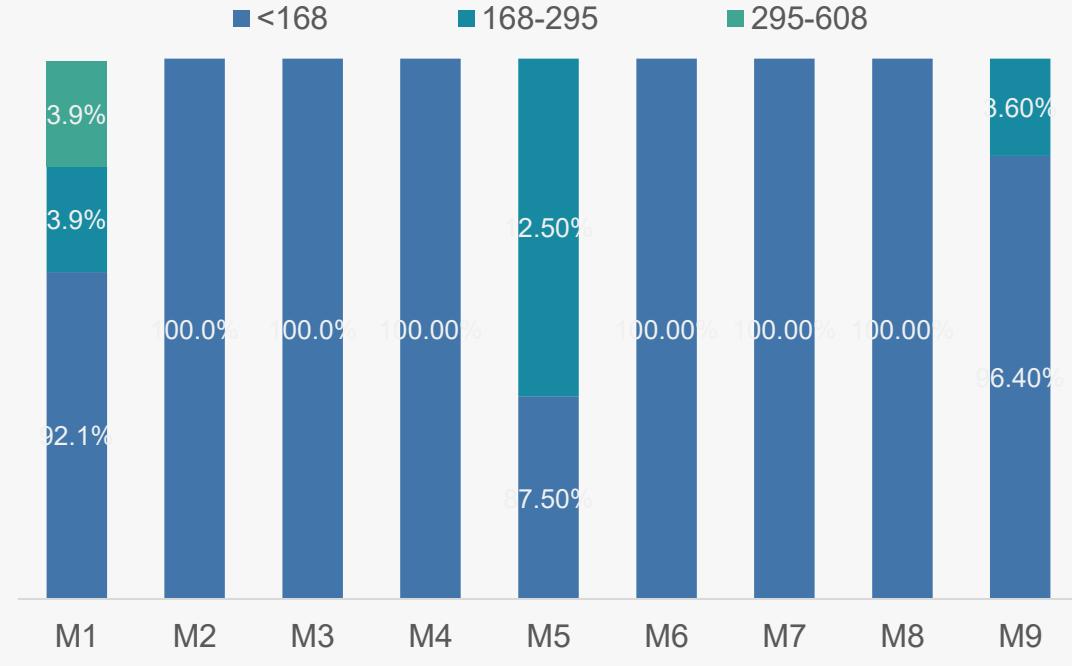
角鲨烯低价主导 中端潜力待挖

- ◆ 从价格区间结构看，抖音平台角鲨烯保健品呈现明显的低价主导特征。168元以下价格带销量占比高达96.0%，贡献84.9%销售额，显示该品类高度依赖低价策略驱动规模。168-295元中端价格带虽销量仅占3.2%，但销售额占比达10.2%，表明中端产品具备更强的溢价能力。295-608元高端价格带销量占比0.7%，销售额占比4.9%，反映出高端市场渗透率极低但存在利润空间。
- ◆ 从月度销量分布动态分析，市场呈现显著的价格波动性。M1月各价格带均有分布，但M2-M4月完全集中于168元以下低价带，显示季度初存在价格测试行为。M5-M6月出现中端价格带集中爆发，特别是M6月168-295元价格带销量占比达100%，表明阶段性营销活动成功拉升了客单价。M7-M9月回归低价主导，但

2025年一~三季度抖音平台角鲨烯保健品不同价格区间销售趋势



抖音平台角鲨烯保健品价格区间-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** 角鲨烯保健品消费行为、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年内购买过角鲨烯保健品的消费者；
- 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

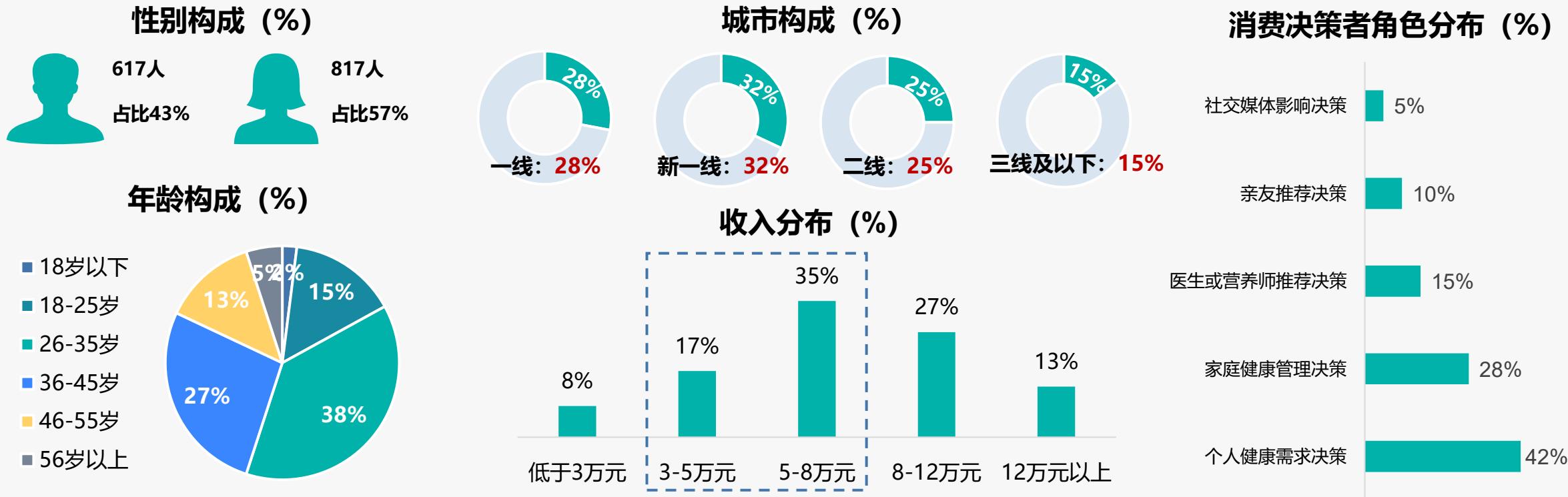
样本数量

N=1434

中青年女性主导角鲨烯保健品消费

- ◆女性消费者占57%，26-35岁群体占38%，中青年女性是角鲨烯保健品的主要消费人群。5-8万元收入者占35%，中等收入群体购买力强。
- ◆个人健康需求决策占42%，家庭健康管理决策占28%，自主健康意识主导消费。新一线城市占32%，市场在高线城市集中。

2025年中国角鲨烯保健品消费者画像

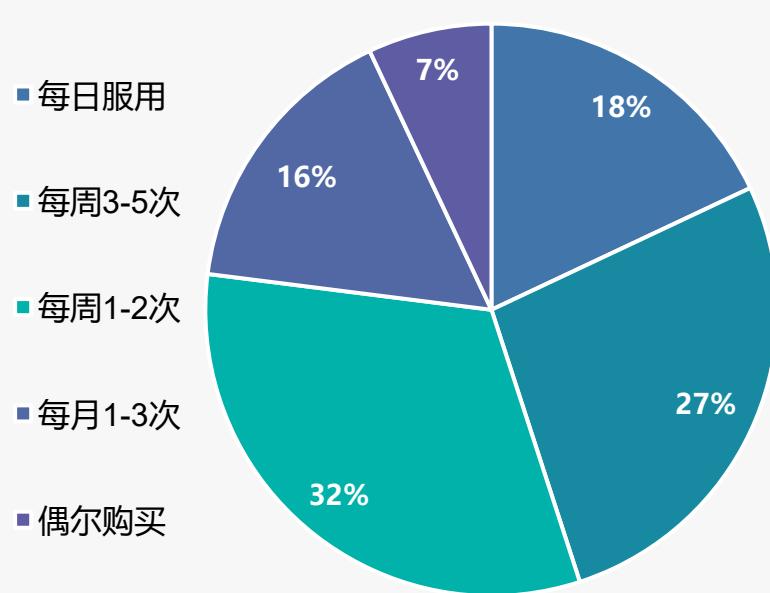


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

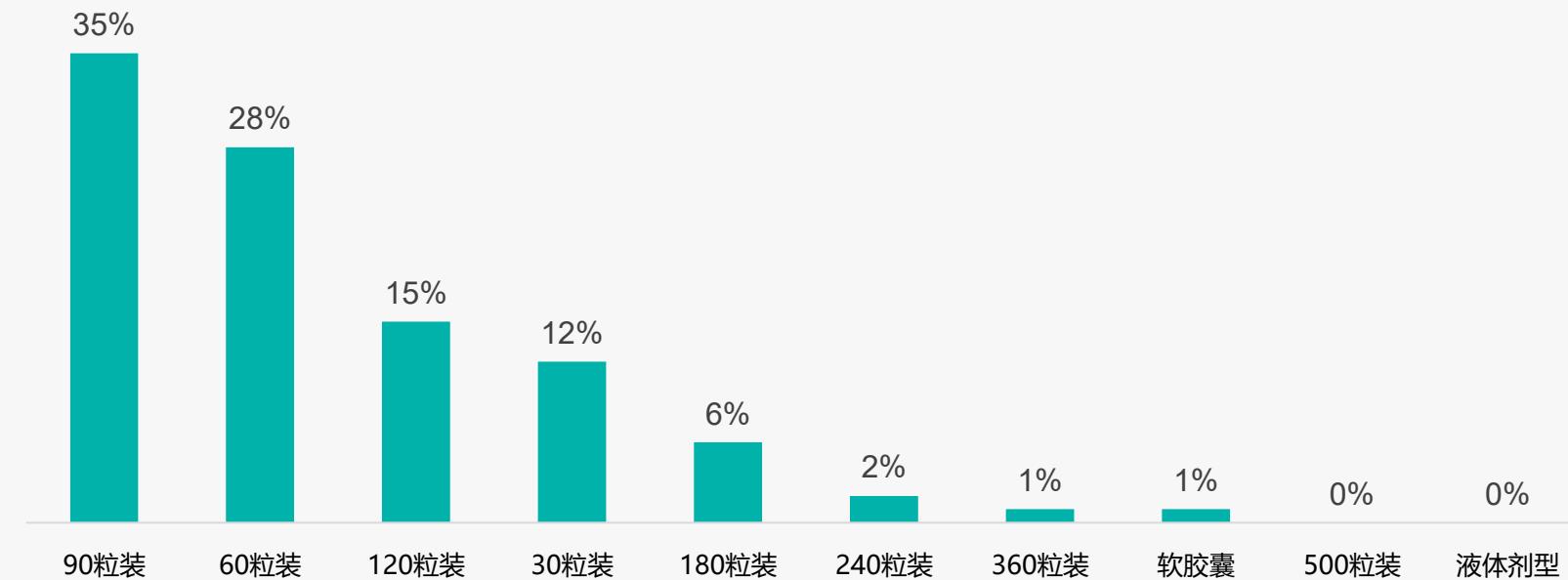
中等容量主导 规律服用普遍

- ◆ 消费频率数据显示，每周服用1-2次占比32%，每周3-5次占比27%，合计59%，表明多数消费者有规律服用习惯，每日服用占比18%反映部分用户依赖性强。
- ◆ 产品规格中，90粒装占比35%，60粒装占比28%，合计63%，显示中等容量产品主导市场，大规格如180粒装仅6%，可能受价格或消费频率限制。

2025年中国角鲨烯保健品消费频率分布



2025年中国角鲨烯保健品产品规格分布



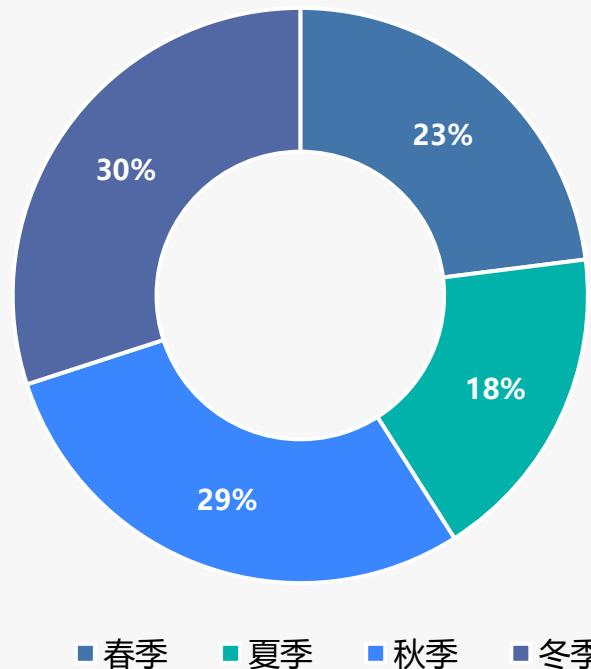
样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

角鲨烯消费中高端 秋冬旺季铝箔包装

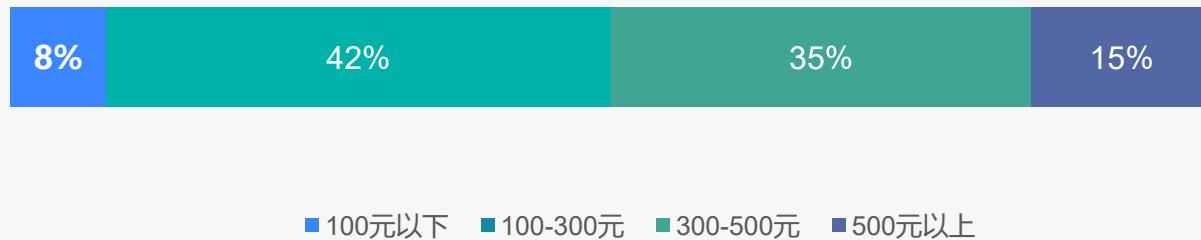
尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- ◆ 角鲨烯保健品单次消费支出集中在100-500元区间，占比达77%，显示消费者偏好中高端价位产品。
- ◆ 消费季节集中在秋冬（合计59%），包装以铝箔泡罩（32%）为主，环保包装仅占10%。

2025年中国角鲨烯保健品消费季节分布



2025年中国角鲨烯保健品单次支出分布



2025年中国角鲨烯保健品包装类型分布

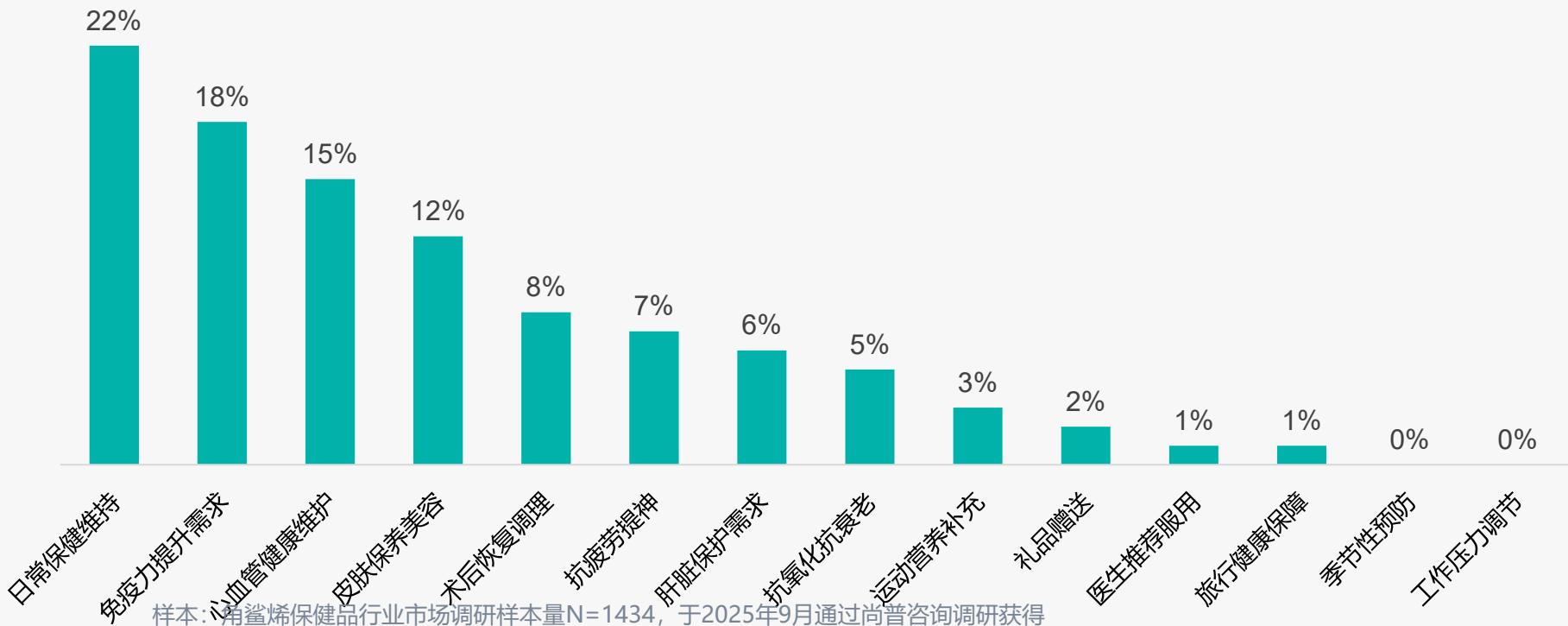


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

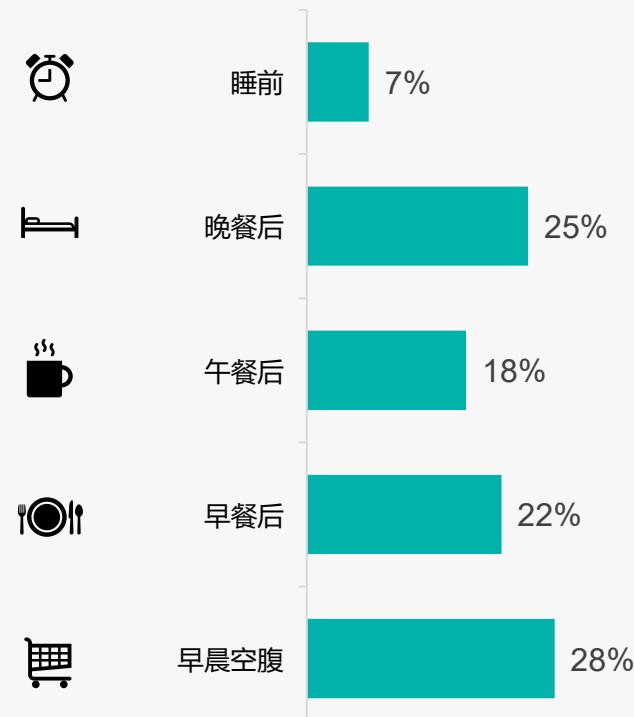
角鲨烯消费场景多样 时段偏好空腹餐后

- ◆ 角鲨烯保健品消费场景以日常保健维持（22%）和免疫力提升（18%）为主，心血管健康（15%）和皮肤保养（12%）需求突出，显示消费者聚焦基础与特定健康维护。
- ◆ 消费时段偏好早晨空腹（28%）和晚餐后（25%），早餐后（22%）与午餐后（18%）次之，睡前仅7%，表明服用时间与吸收效果高度相关。

2025年中国角鲨烯保健品消费场景分布

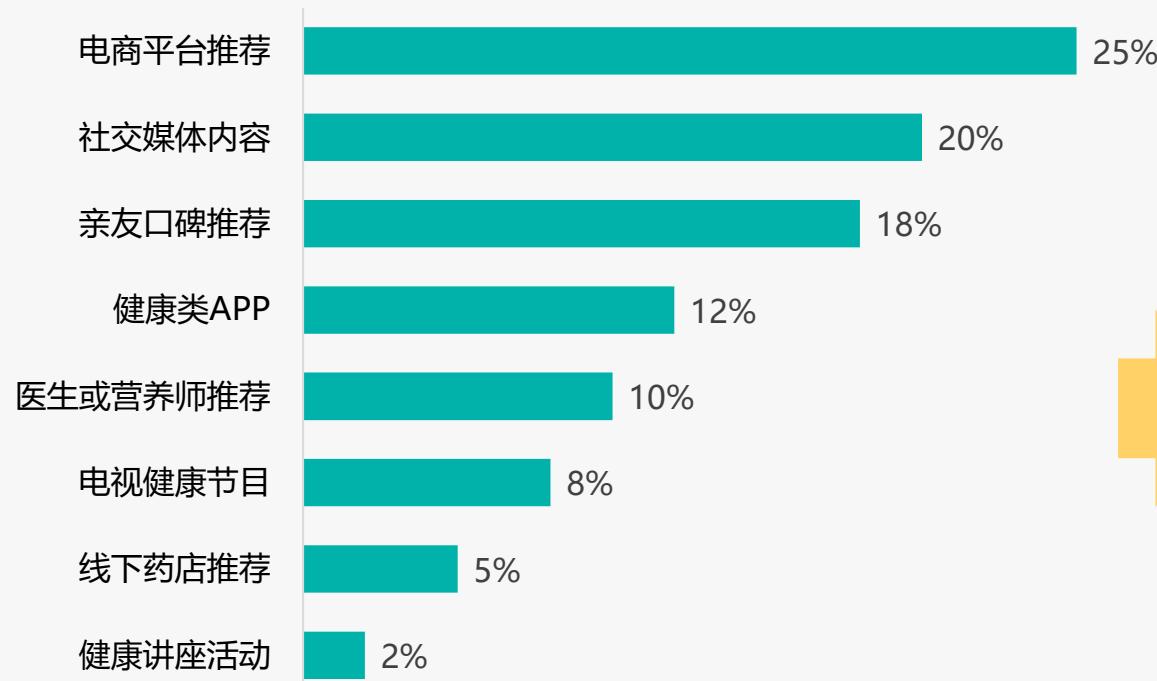


2025年中国角鲨烯保健品消费时段分布

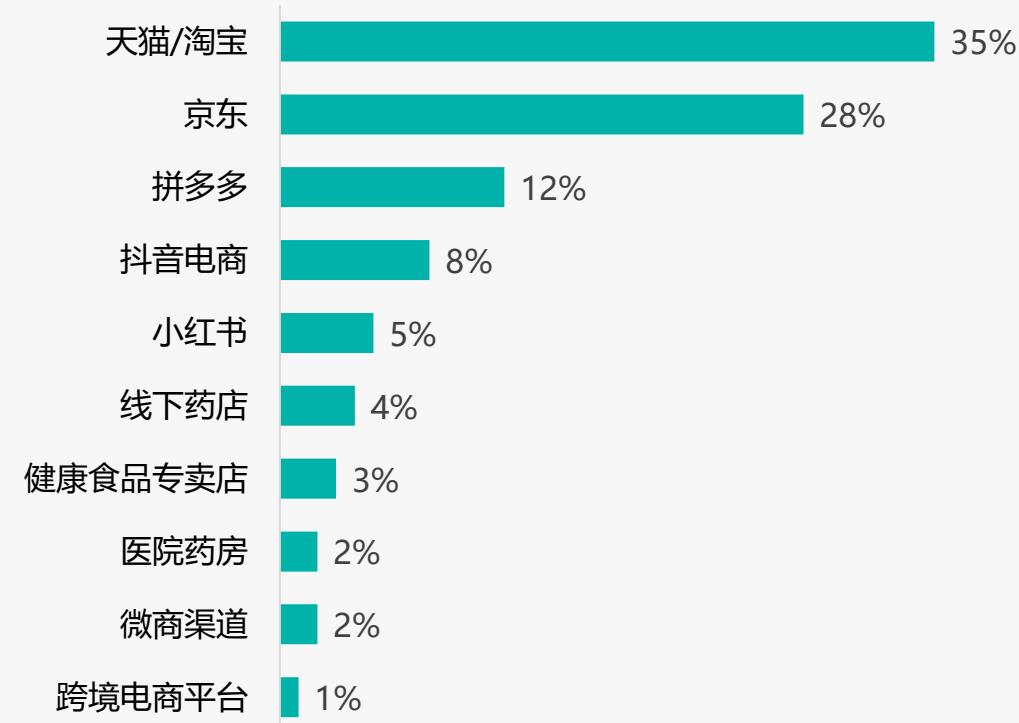


- ◆ 消费者了解角鲨烯保健品的主要渠道为电商平台推荐（25%）、社交媒体内容（20%）和亲友口碑推荐（18%），合计占比63%，显示数字化和社交化传播占主导。
- ◆ 购买渠道中，天猫/淘宝（35%）和京东（28%）共占63%，凸显电商平台的核心地位；拼多多（12%）和抖音电商（8%）作为新兴渠道增长显著。

2025年中国角鲨烯保健品了解渠道分布



2025年中国角鲨烯保健品购买渠道分布

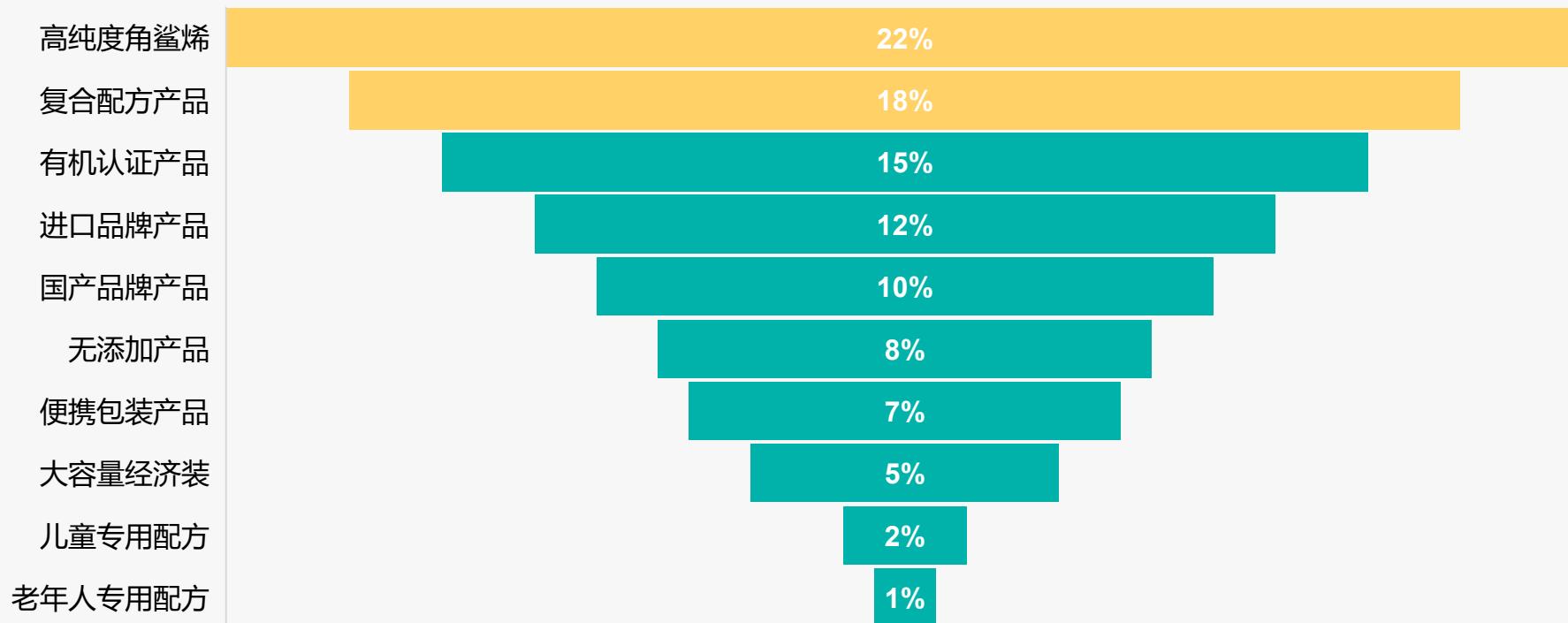


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

高纯度领先 细分市场待开发

- ◆高纯度角鲨烯以22%偏好率领先，复合配方产品占18%，有机认证产品为15%，显示消费者重视纯度、多功能和健康认证。
- ◆进口品牌产品12%高于国产品牌10%，儿童和老年人专用配方仅占2%和1%，细分市场潜力未被充分挖掘。

2025年中国角鲨烯保健品产品偏好类型分布

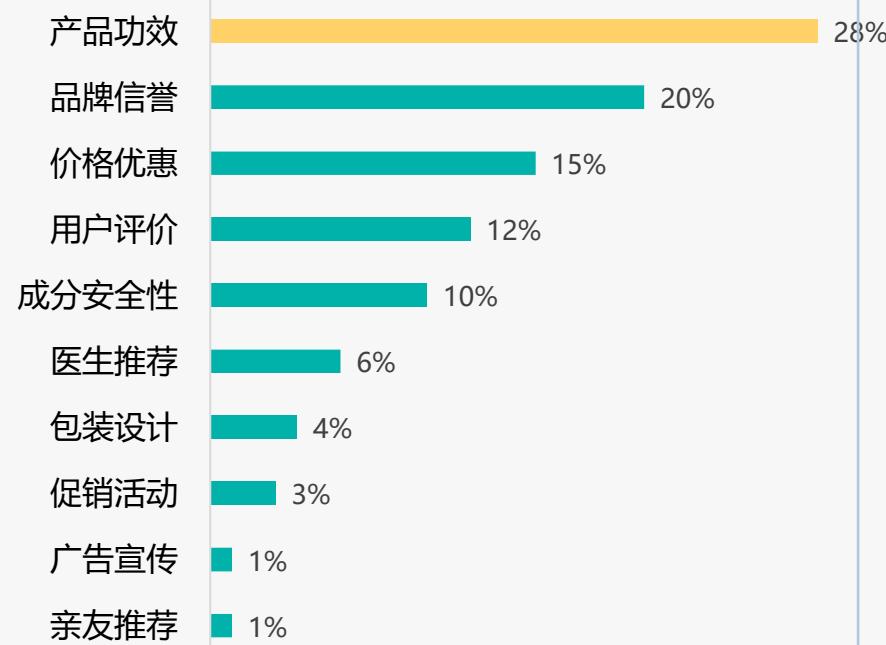


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

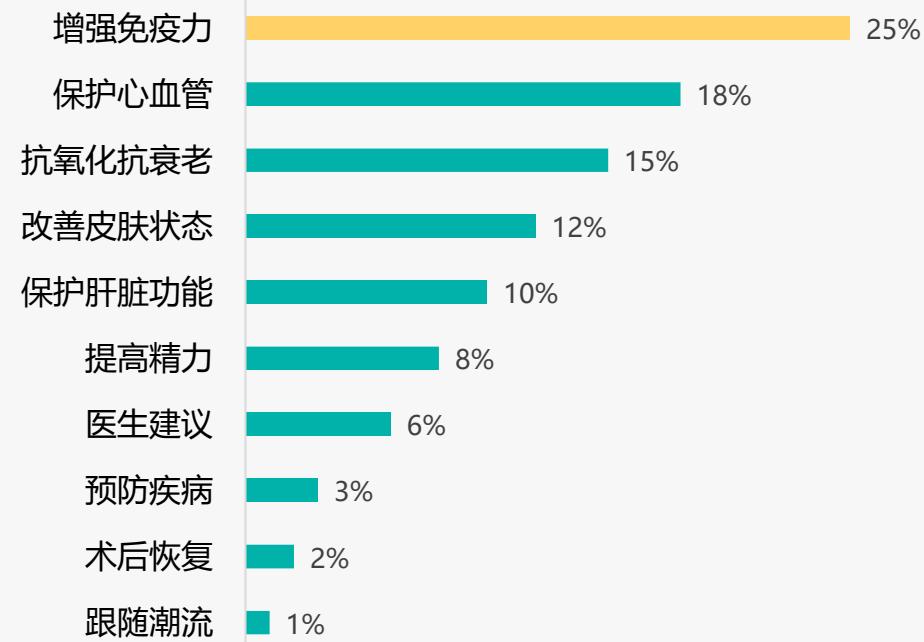
功效驱动消费 免疫保护为主

- ◆产品功效（28%）是吸引消费的首要因素，品牌信誉（20%）和价格优惠（15%）次之，用户评价（12%）和成分安全性（10%）也较重要。
- ◆消费原因中增强免疫力（25%）占比最高，保护心血管（18%）和抗氧化抗衰老（15%）紧随，显示消费者主要追求保健功能。

2025年中国角鲨烯保健品吸引因素分布



2025年中国角鲨烯保健品消费原因分布

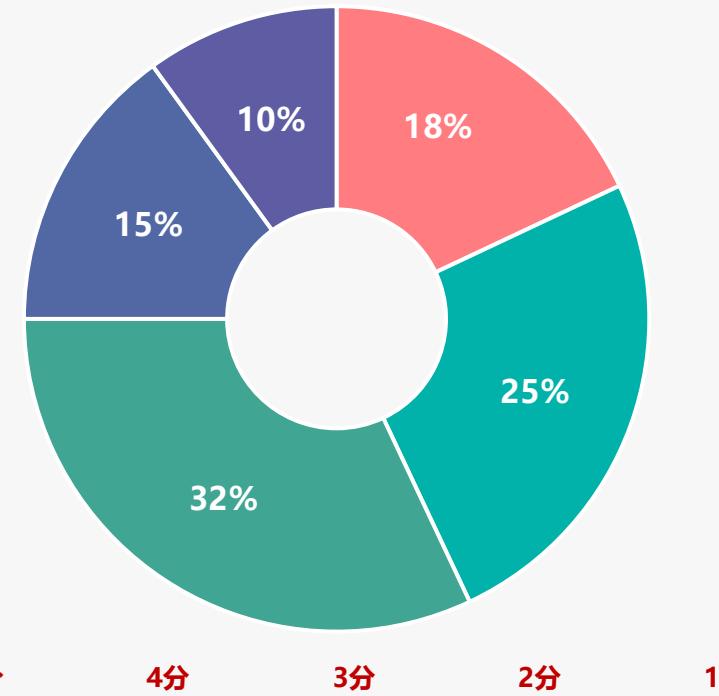


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

角鲨烯推荐意愿中性 效果价格是障碍

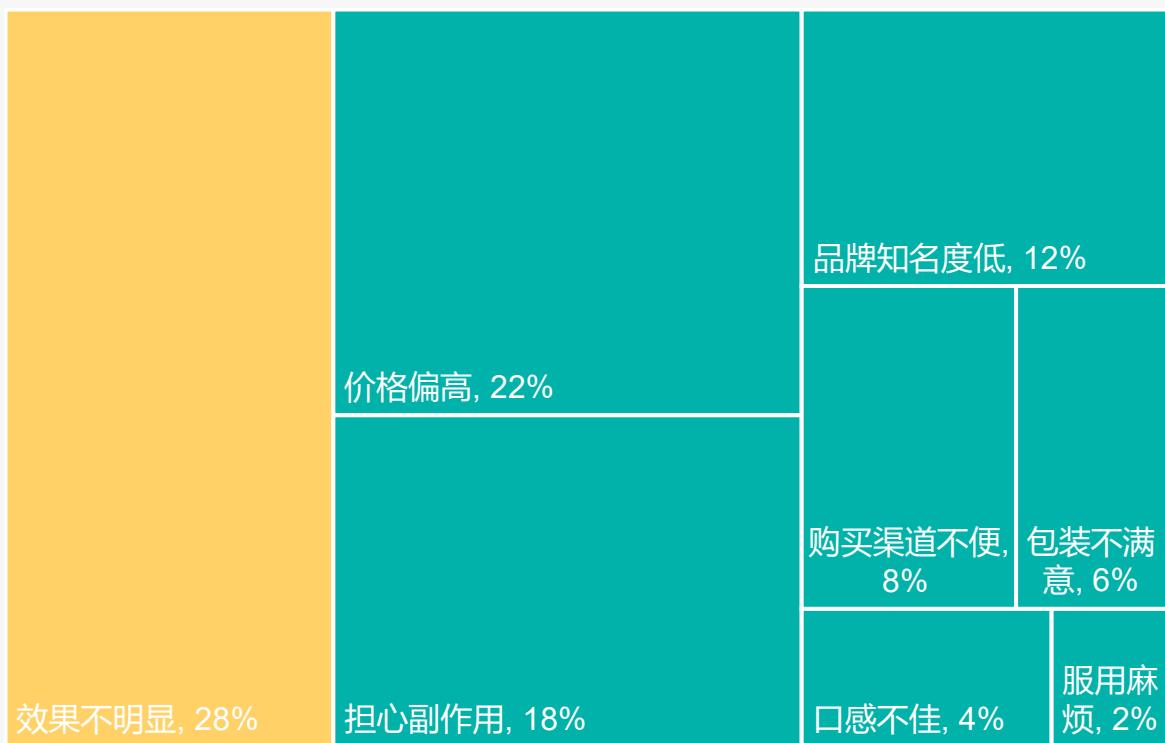
- ◆ 角鲨烯保健品消费者推荐意愿中性偏积极，非常愿意推荐18%，比较愿意推荐25%，一般愿意推荐32%。不愿推荐主因是效果不明显28%和价格偏高22%。
- ◆ 担心副作用占不愿推荐原因18%，品牌知名度低12%，购买渠道不便8%。包装、口感和服用麻烦因素影响较小，均在6%以下。

2025年中国角鲨烯保健品推荐意愿分布



样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

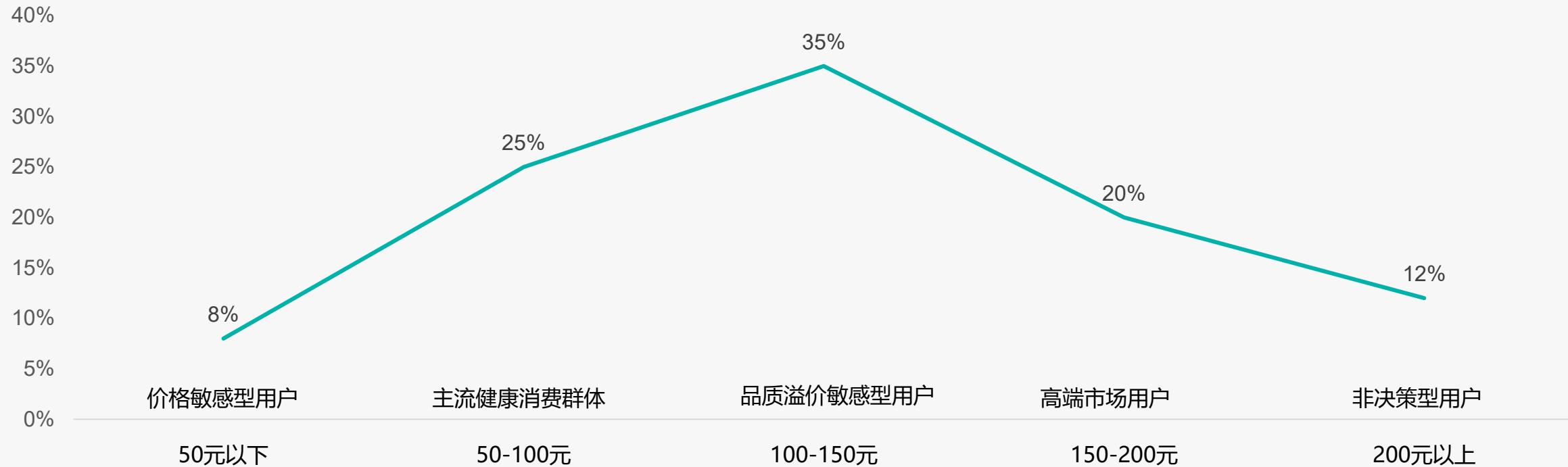
2025年中国角鲨烯保健品不愿推荐原因分布



角鲨烯中档价格主导市场

- ◆ 角鲨烯保健品消费中，100-150元价格接受度最高，达35%，显示中档价位产品最受消费者青睐，市场主导地位明显。
- ◆ 50元以下接受度仅8%，高端200元以上为12%，表明低价和高端市场接受度有限，企业应聚焦中档产品策略。

2025年中国角鲨烯保健品主要规格价格接受度



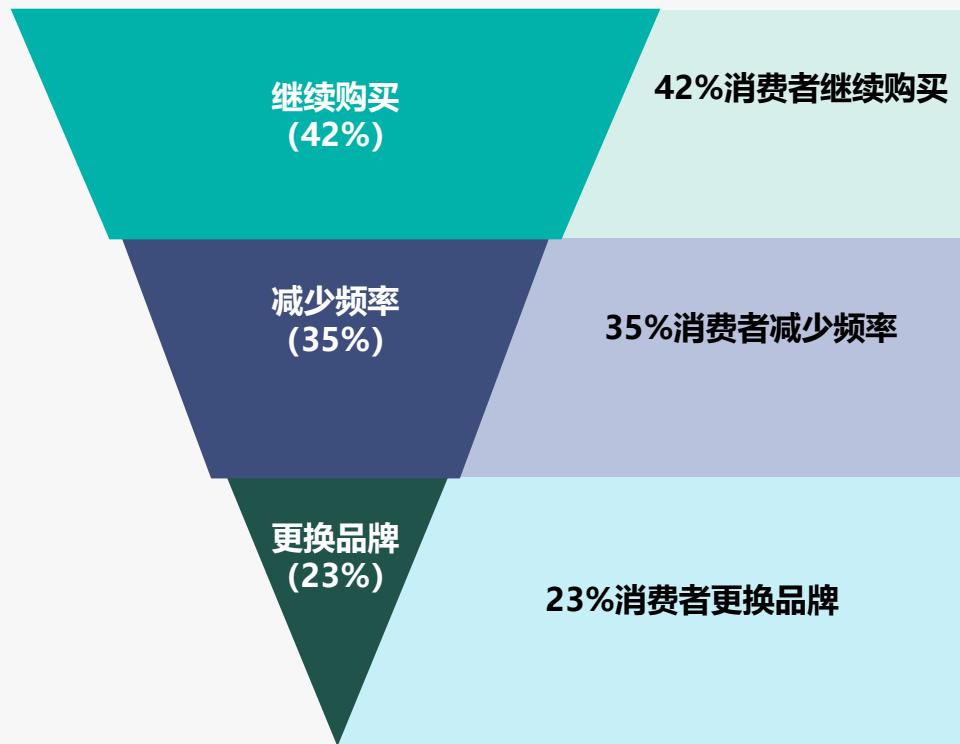
样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

注：以90粒装规格角鲨烯保健品为标准核定价格区间

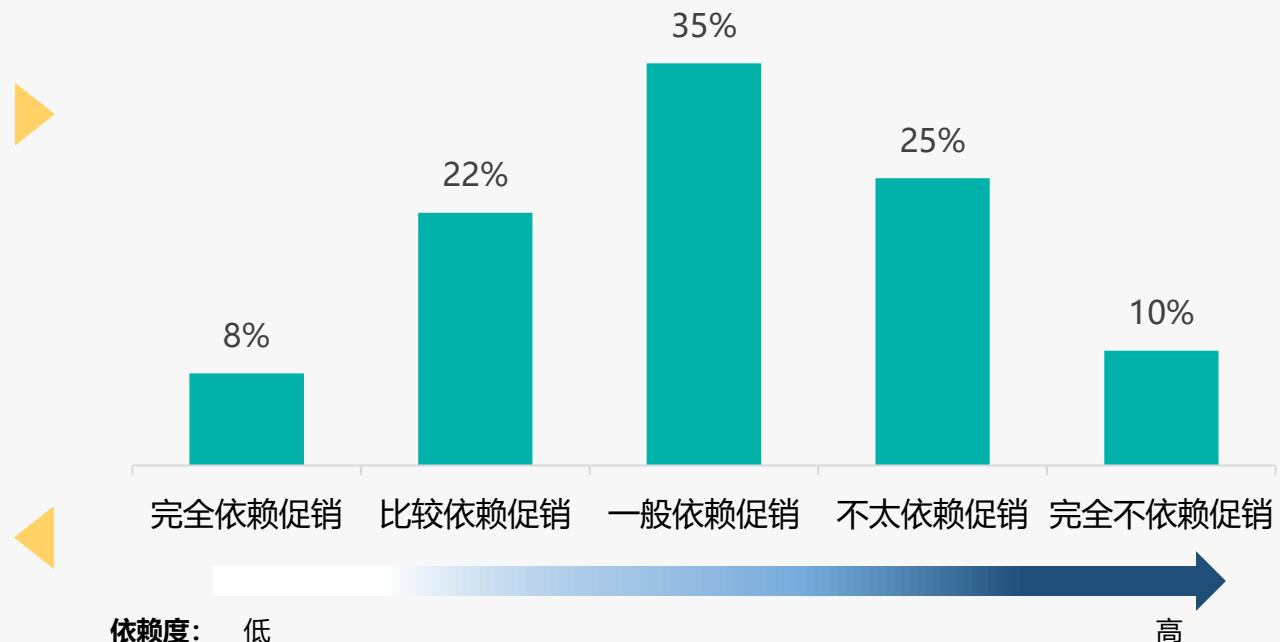
价格敏感度高 促销依赖中

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示价格敏感度较高，品牌忠诚度中等。
- ◆促销依赖度：35%一般依赖，22%比较依赖，仅8%完全依赖，表明促销对部分消费者有吸引力，但非主要驱动力。

2025年中国角鲨烯保健品涨价10%后购买行为分布



2025年中国角鲨烯保健品促销依赖程度分布

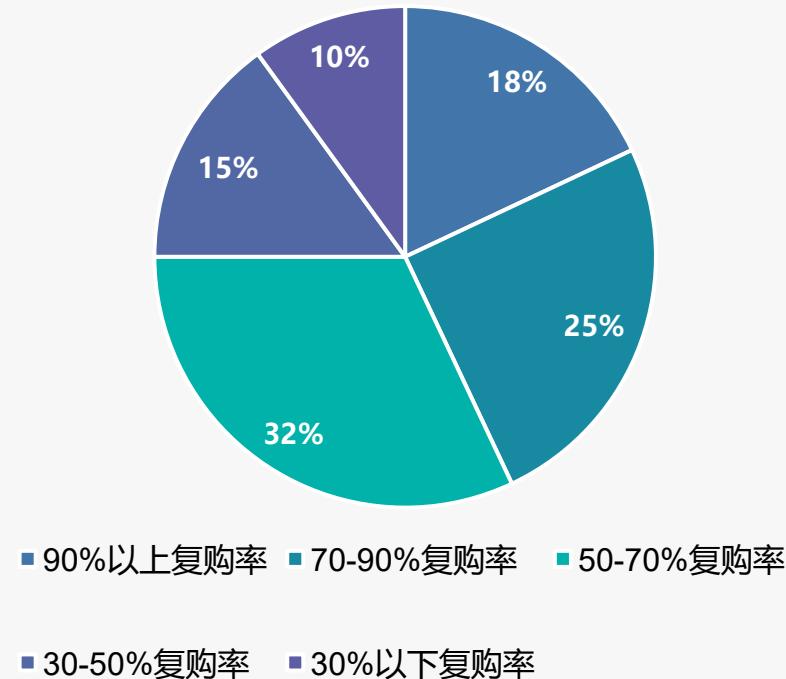


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

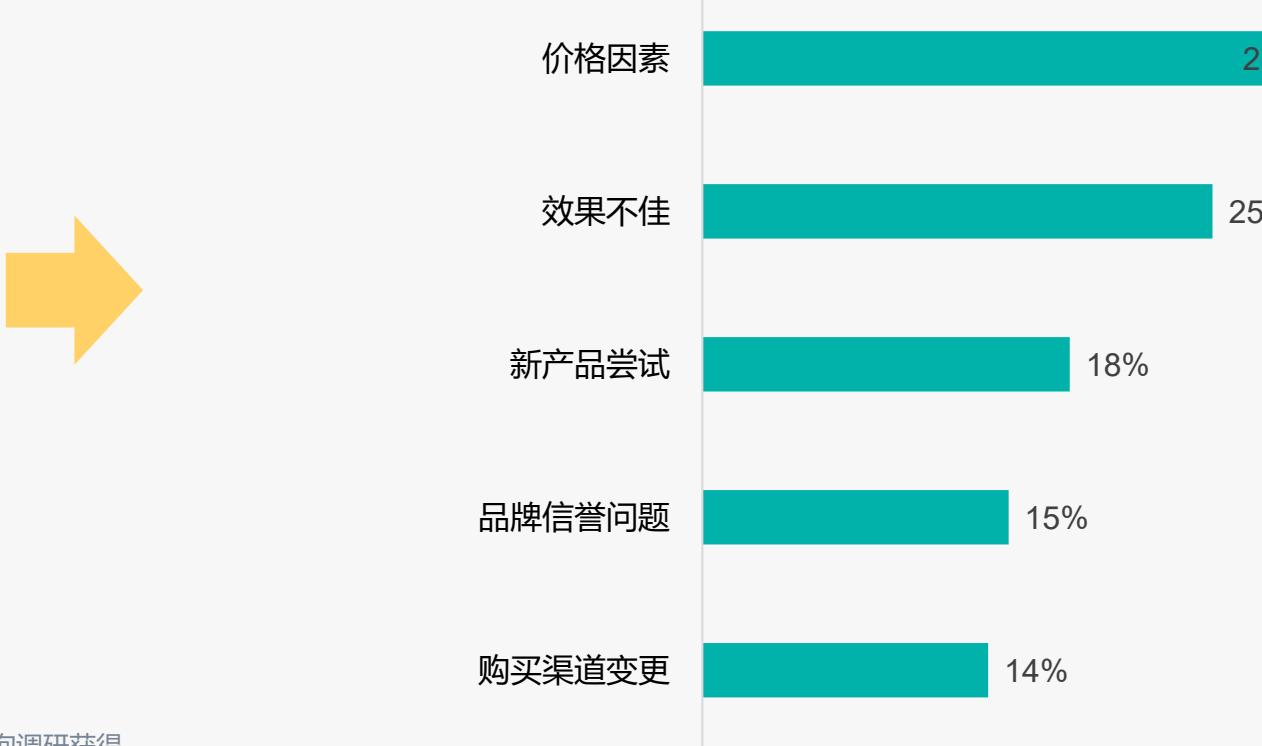
复购分化 价格效果主导

- ◆ 角鲨烯保健品市场复购率分化明显，70%以上复购率占比43%，50-70%复购率占比32%，显示品牌忠诚度与流动性并存。
- ◆ 消费者更换品牌主因是价格因素（28%）和效果不佳（25%），合计53%，凸显性价比和实际效果是核心决策因素。

2025年中国角鲨烯保健品固定品牌复购率分布



2025年中国角鲨烯保健品更换品牌原因分布

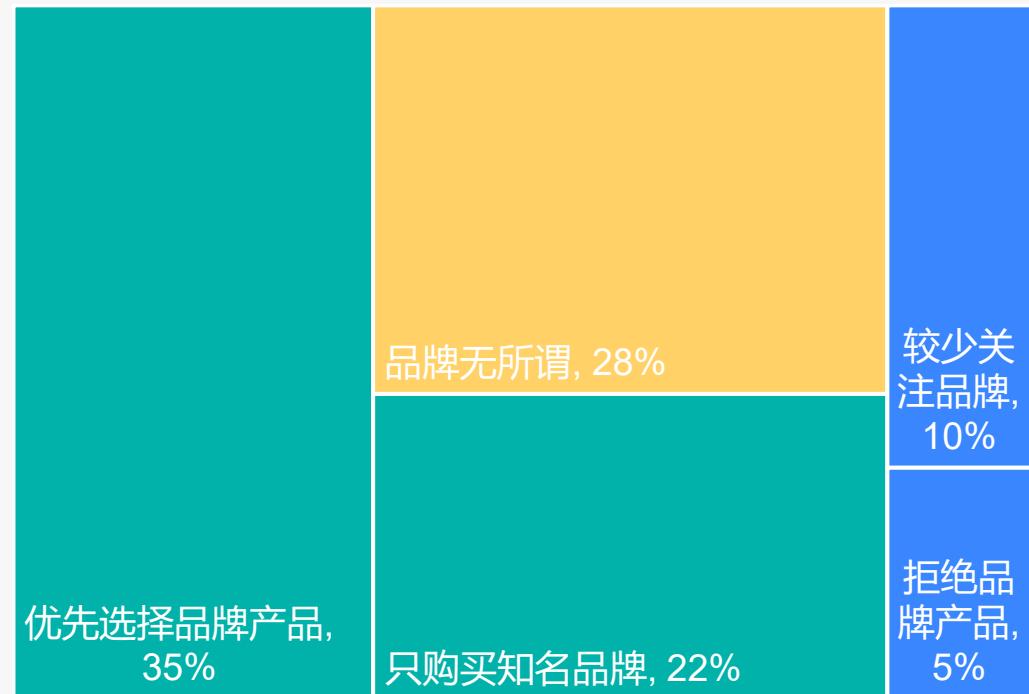


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

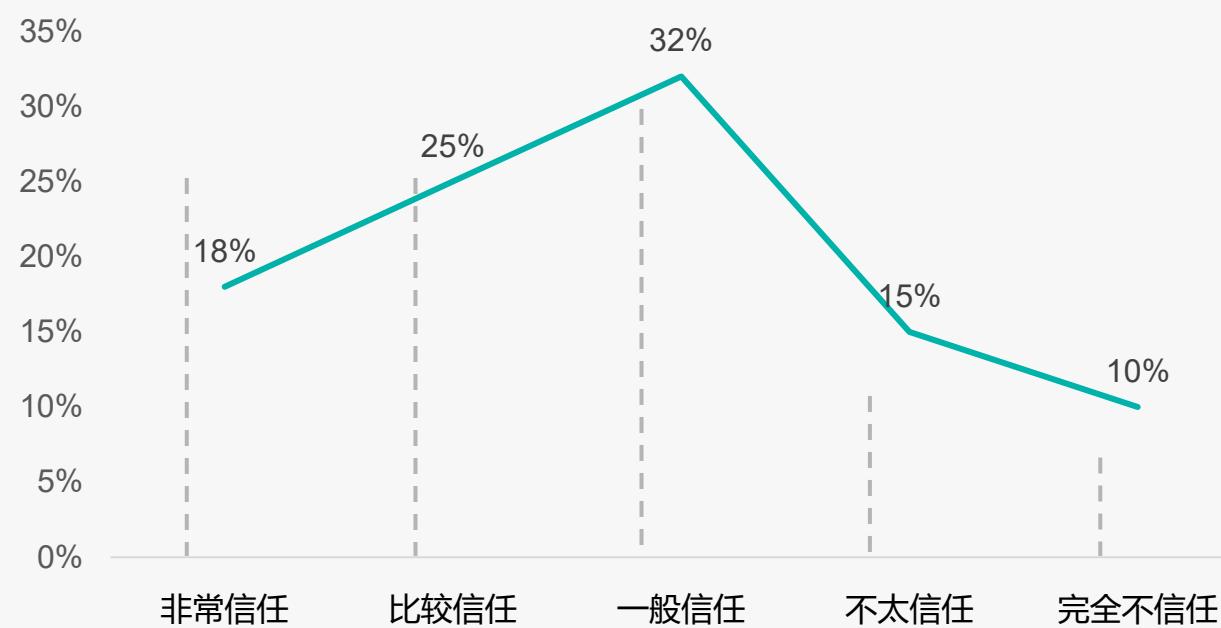
品牌选择优先 信任度现分化

- ◆ 品牌选择意愿显示，优先选择品牌产品占比35%，只购买知名品牌占比22%，合计57%消费者重视品牌，而品牌无所谓和较少关注品牌合计38%。
- ◆ 品牌信任态度中，非常信任和比较信任合计43%，一般信任占比32%，不太信任和完全不信任合计25%，信任度呈现分化态势。

2025年中国角鲨烯保健品品牌产品消费意愿分布



2025年中国角鲨烯保健品品牌态度分布

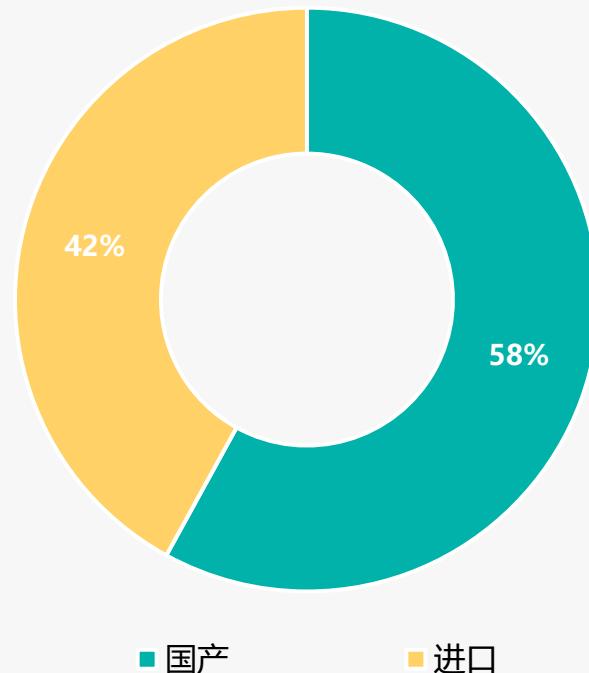


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

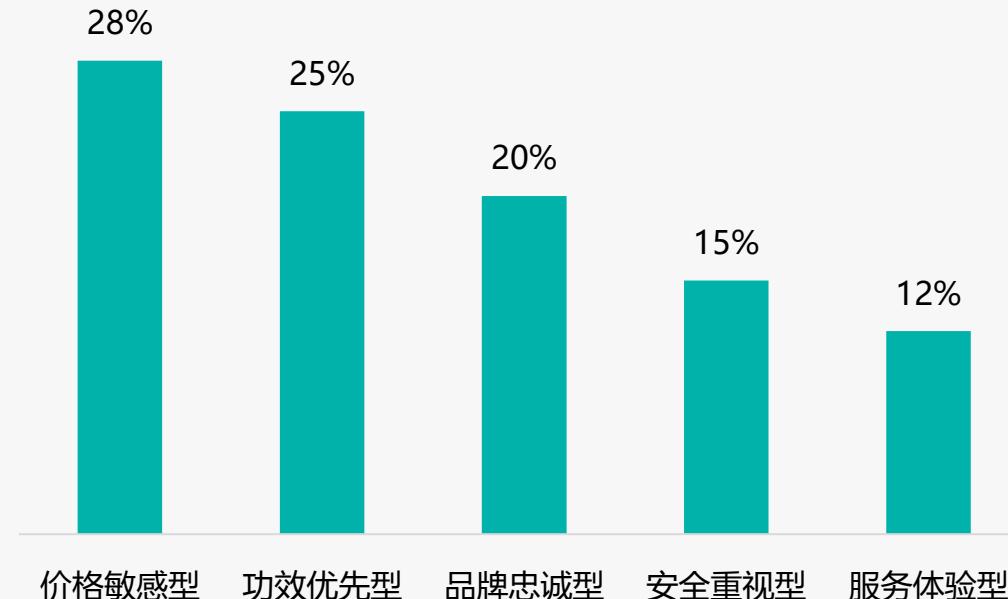
国产主导 价格功效优先

- ◆ 国产角鲨烯保健品消费占比58%，显著高于进口品牌的42%，显示消费者对本土产品有较高偏好，市场以国产为主。
- ◆ 品牌偏好中价格敏感型占比最高为28%，功效优先型为25%，表明消费者主要关注价格和功效，服务体验型仅12%影响较小。

2025年中国角鲨烯保健品国产与进口品牌消费分布



2025年中国角鲨烯保健品品牌偏好类型分布



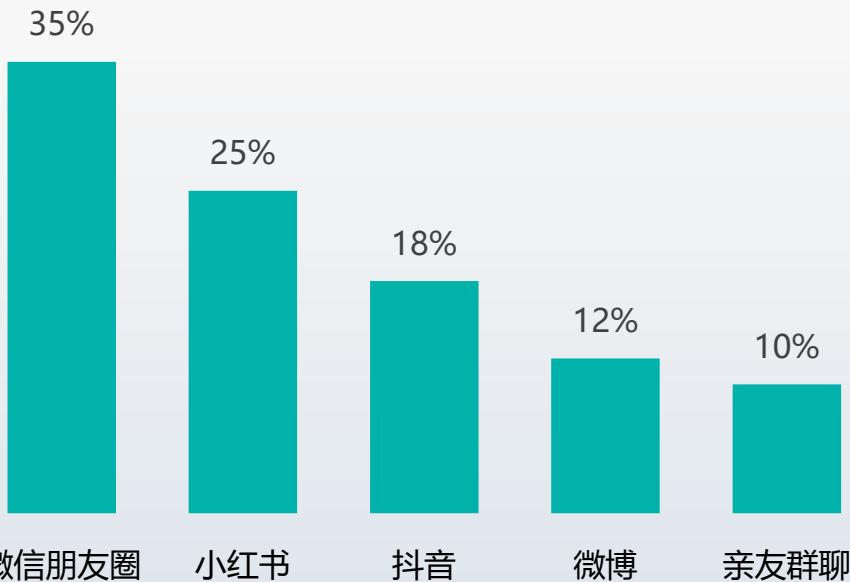
样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

社交分享重真实体验 决策依赖专业意见

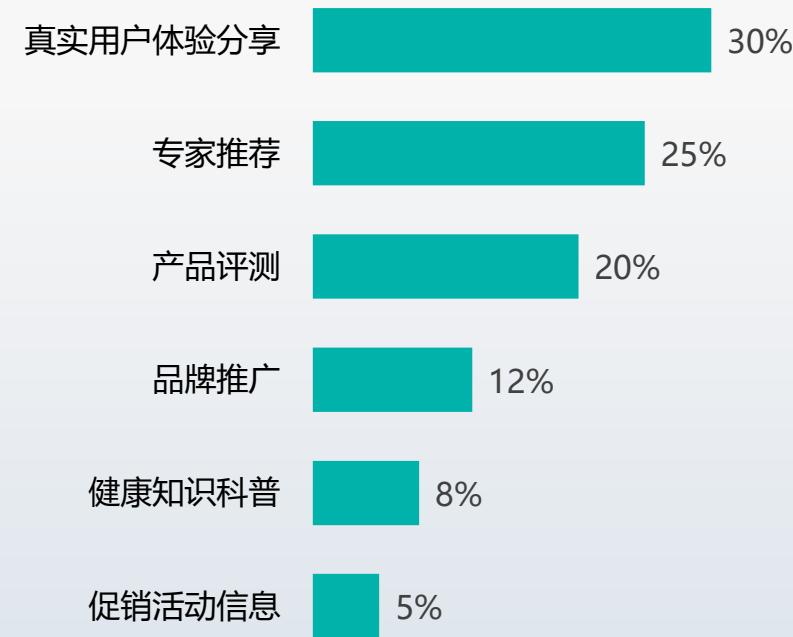
尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

- ◆ 社交分享渠道中，微信朋友圈占比35%最高，小红书25%次之，显示消费者偏好熟人圈和生活方式平台分享角鲨烯保健品体验。
- ◆ 内容类型以真实用户体验分享30%、专家推荐25%和产品评测20%为主，消费者决策高度依赖真实反馈和专业意见。

2025年中国角鲨烯保健品社交分享渠道分布



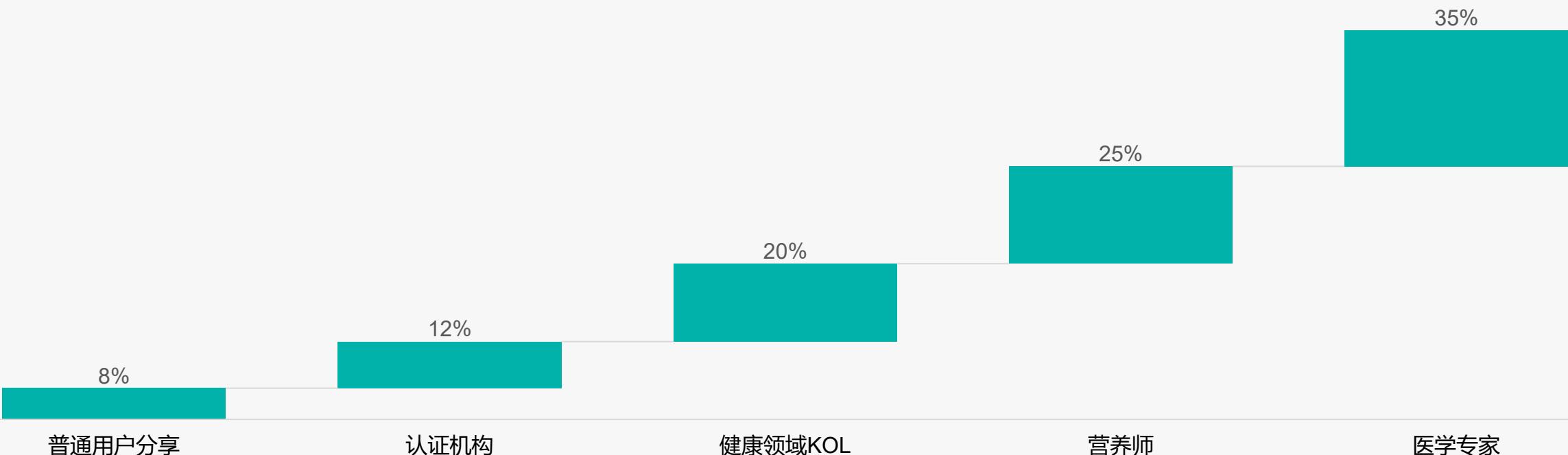
2025年中国角鲨烯保健品社交内容类型分布



样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 消费者在社交渠道获取内容时，对医学专家信任度最高，占比35%，营养师占25%，健康领域KOL占20%，显示专业背景是信任关键。
- ◆ 认证机构仅占12%，普通用户分享占8%，表明个人分享和官方认证影响力有限，消费者更依赖高度专业化信息源。

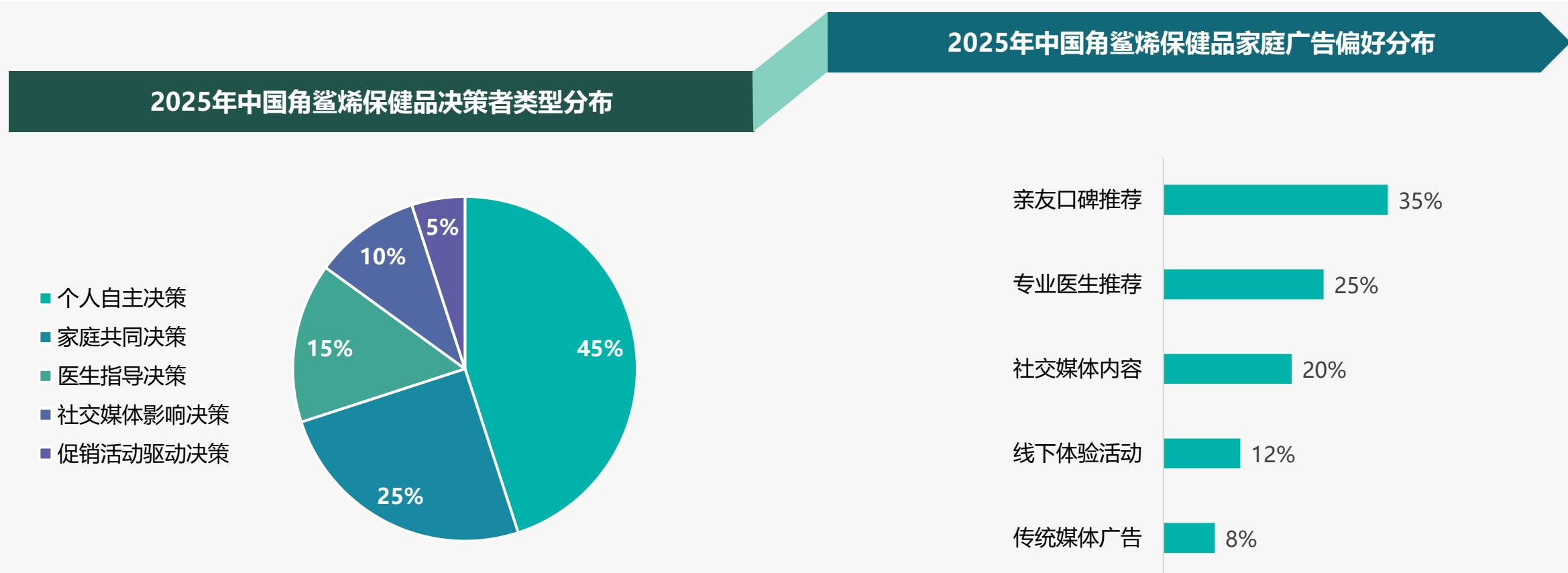
2025年中国角鲨烯保健品信任博主类型分布



样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

口碑专家主导 传统广告弱势

- ◆ 亲友口碑推荐占比35%，专业医生推荐占比25%，显示消费者高度依赖熟人及专家意见，是角鲨烯保健品广告偏好的主要驱动力。
- ◆ 社交媒体内容占比20%，传统媒体广告仅占8%，突出口碑和在线渠道影响力强，而传统广告效果相对有限。

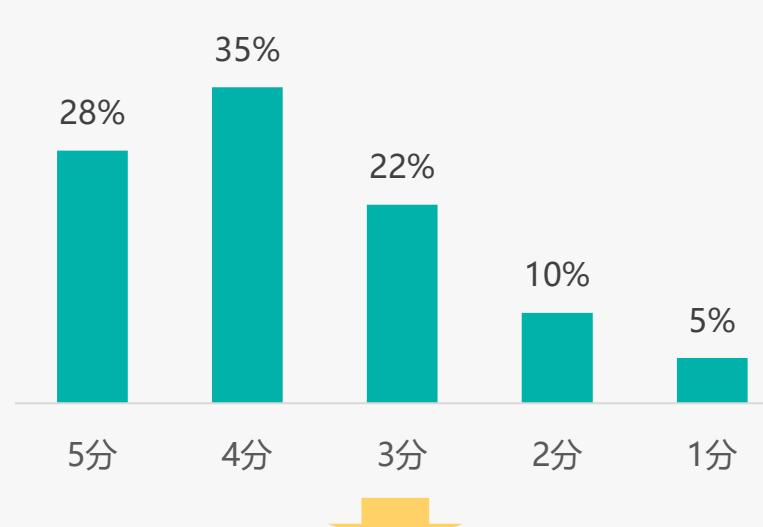


样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

角鲨烯消费体验客服退货需优化

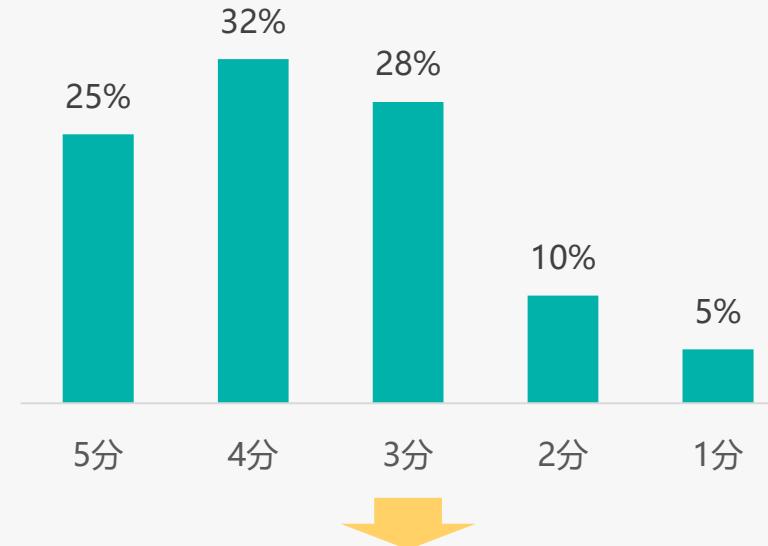
- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计占比63%，但退货和客服环节表现较弱，5分和4分合计分别为57%和57%，需优先改进。
- ◆客服服务是薄弱环节，5分占比仅22%，1-2分占比18%相对较高，退货体验3分占比28%中性评价多，提示流程优化空间。

2025年中国角鲨烯保健品线上消费流程
满意度分布（满分5分）



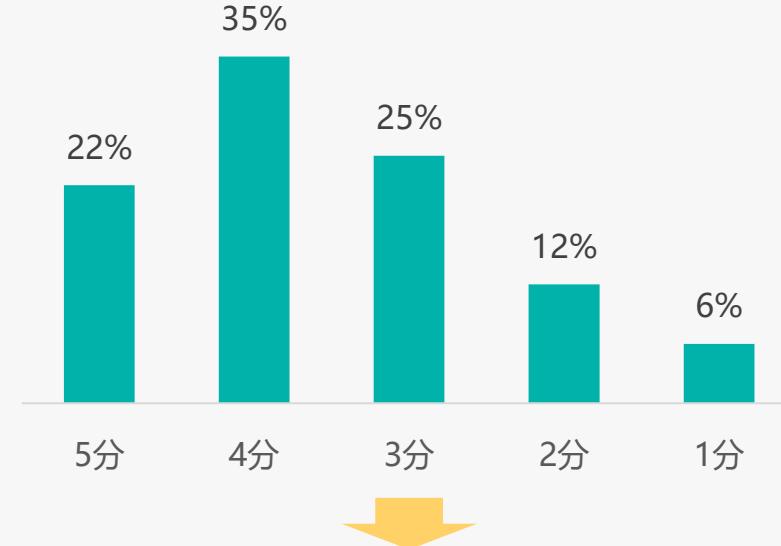
平均分：3.71

2025年中国角鲨烯保健品退货体
验满意度分布（满分5分）



平均分：3.62

2025年中国角鲨烯保健品线上客服
满意度分布（满分5分）

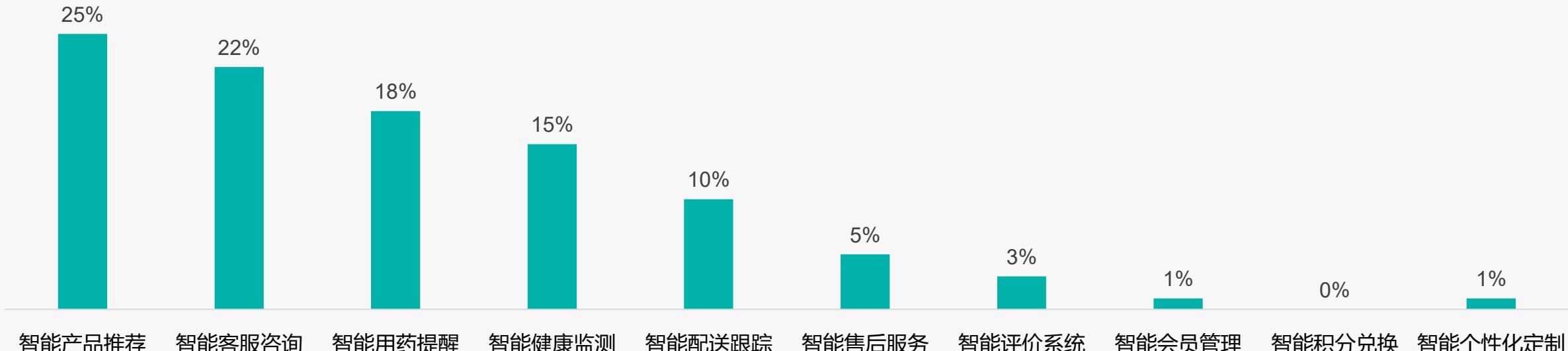


平均分：3.55

样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆智能产品推荐(25%)和智能客服咨询(22%)是角鲨烯保健品线上消费中最受关注的智能服务，反映消费者对个性化和专业指导的高需求。
- ◆智能用药提醒(18%)和智能健康监测(15%)占比突出，显示用户重视服用依从性和健康管理，而低占比服务如智能积分兑换(0%)吸引力较弱。

2025年中国角鲨烯保健品智能服务体验分布



样本：角鲨烯保健品行业市场调研样本量N=1434，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