

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年一~三季度宠物口腔清洁市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Oral Hygiene 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。

## 目录 CONTENTS

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

# 核心发现1：女性青年中等收入群体主导宠物口腔清洁市场



女性消费者占比62%，显著高于男性，显示市场更受女性关注。



26-35岁群体占43%，是核心消费人群，18岁以下仅2%潜力低。



中等收入人群(5-12万)合计占60%，是主要目标群体。

## 启示

### ✓ 聚焦女性青年营销

品牌应针对26-35岁女性群体设计产品和营销活动，强调便捷性和健康益处，以提升市场渗透率。

### ✓ 优化产品定价策略

针对中等收入人群，开发经济实惠产品，结合线上渠道推广，满足其性价比需求。

## 核心发现2：传统刷牙方式为主流，电动工具渗透率低



宠物牙膏占27%最高，牙刷19%次之，传统刷牙方式仍为主流。



电动洁牙工具仅占1%，市场渗透率低，有提升空间。



洁牙指套和洁牙骨/磨牙棒分别占15%和13%，因操作便捷受欢迎。

### 启示

#### ✓ 强化传统产品创新

品牌可优化牙膏和牙刷设计，提升易用性和宠物接受度，巩固主流市场地位。

#### ✓ 推广电动工具教育

通过兽医推荐和社交媒体宣传电动工具优势，提高消费者认知和试用率。

## 核心发现3：消费者偏好经济实惠产品，需求全年稳定



单次支出50元以下占42%，50-100元占35%，显示经济实惠偏好。



管状包装最受欢迎占28%，瓶装22%次之，市场包装多样化。



购买季节分布均匀，无显著波动，需求全年稳定。

### 启示

#### ✓ 开发中低端产品线

品牌应推出50元以下产品，强调性价比，吸引价格敏感消费者，扩大市场份额。

#### ✓ 优化包装设计

采用管状和瓶装等便携包装，提升用户体验，并探索环保材料以增强品牌形象。

核心逻辑：聚焦女性青年中收入群体，优化产品效果与宠物接受度



## 1、产品端

- ✓ 强化基础清洁与清新口气功能
- ✓ 提升产品效果与宠物接受度



## 2、营销端

- ✓ 利用微信朋友圈和小红书分享体验
- ✓ 加强专业兽医和专家推荐



## 3、服务端

- ✓ 优化在线客服响应与培训
- ✓ 提供便捷支付和物流跟踪服务

## 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** 宠物口腔清洁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宠物口腔清洁品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物口腔清洁的购买行为;
- 宠物口腔清洁市场的整体线上销售趋势。

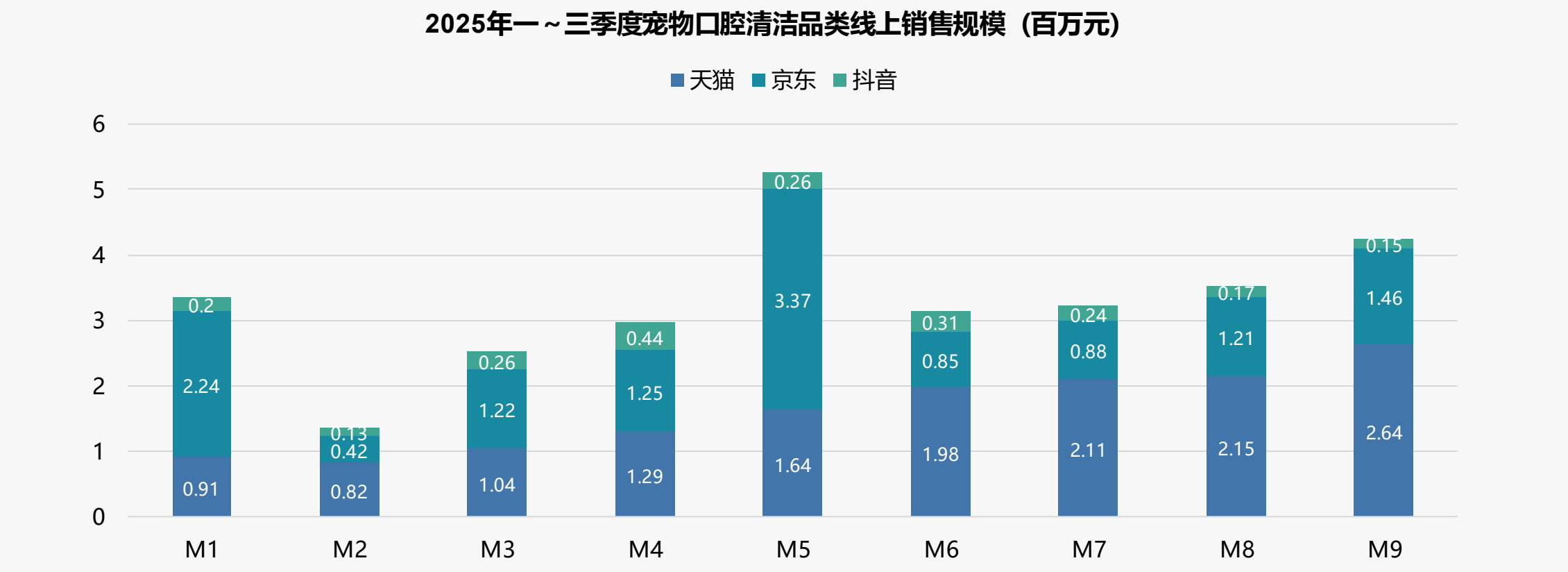
## 3、研究方法

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, 计算宠物口腔清洁品类销售额、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、不同平台宠物口腔清洁品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 宠物口腔清洁线上销售增长天猫主导

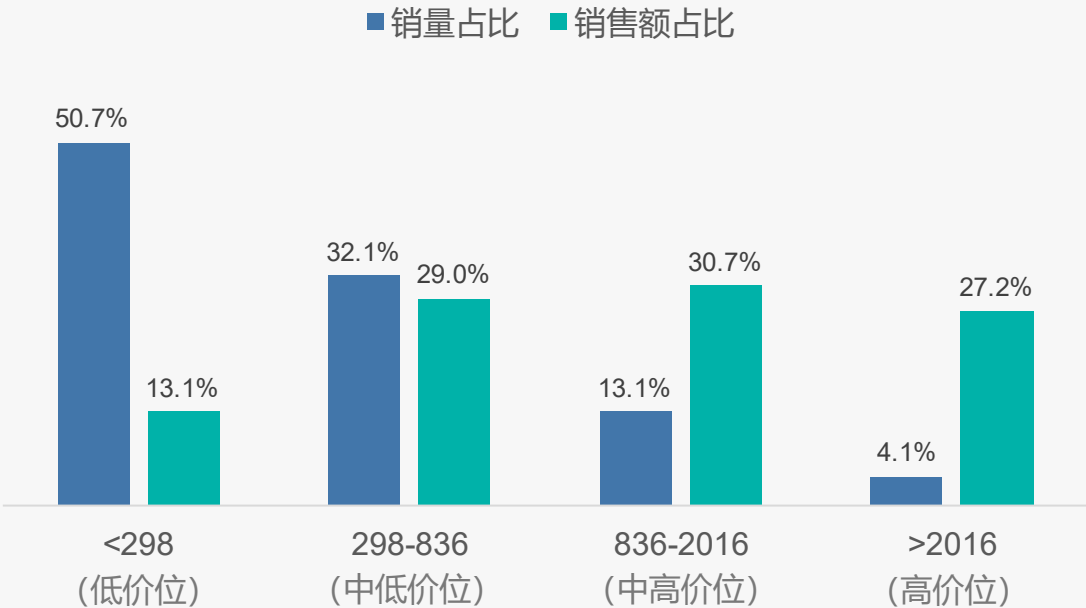
- ◆从平台销售额分布看，天猫平台季度销售额呈稳健增长态势，从1月的91.02万元增至9月的263.92万元，累计达1448.59万元，同比增长显著，显示其渠道渗透力持续增强；京东平台波动较大，5月达峰值337.44万元后回落，需关注库存周转率。
- ◆月度总销售额分析显示，市场整体呈上升趋势，从1月的335.70万元增长至9月的425.15万元，季度累计达3188.07万元，同比增长约26.6%，反映宠物口腔清洁品类需求扩张；但5月峰值601.99万元后小幅波动，提示季节性促销后需优化供应链以维持增长。平台占比演变揭示竞争格局：天猫份额从1月的27.1%稳步提升至9月的62.1%，主导地位强化；京东份额波动，5月达56.1%后回落至34.4%。



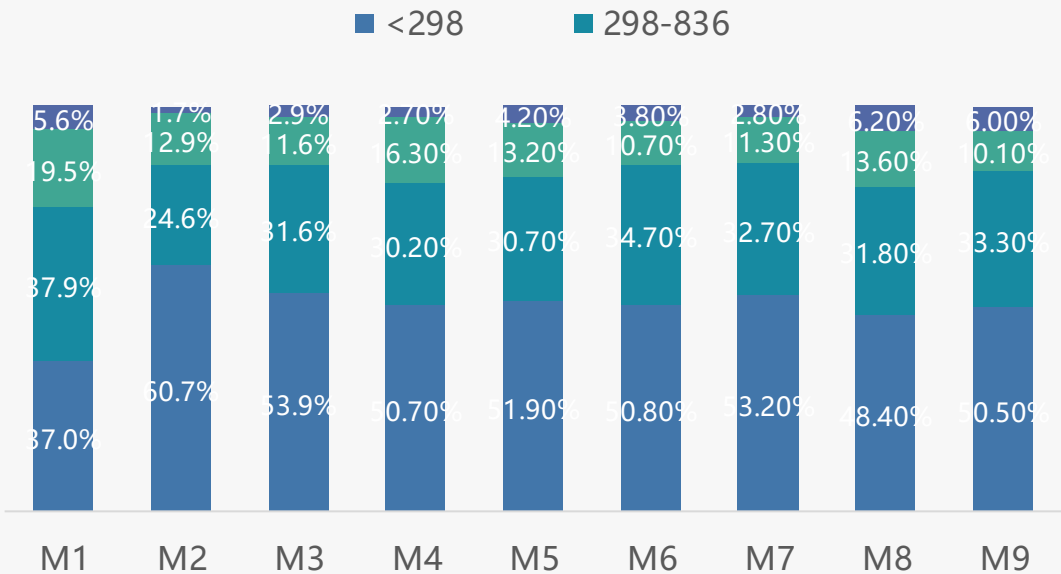
# 宠物口腔中高端市场主导利润增长

- ◆从价格区间结构看，低价位（<298元）销量占比50.7%但销售额仅占13.1%，呈现高销量低贡献特征；中高价位（298-2016元）销量占比45.2%却贡献59.7%销售额，是核心利润来源；超高价（>2016元）以4.1%销量创造27.2%销售额，显示高端市场溢价能力突出，建议优化产品组合提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，<298元区间占比波动明显（M1 37.0%至M2 60.7%），反映促销敏感度高；298-836元区间相对稳定（24.6%-37.9%），需求刚性；>2016元区间在M8-M9显著提升（6.2%、6.0%），可能受季节性高端消费驱动，需关注库存周转率与淡旺季策略匹配。

2025年一~三季度宠物口腔清洁线上不同价格区间销售趋势



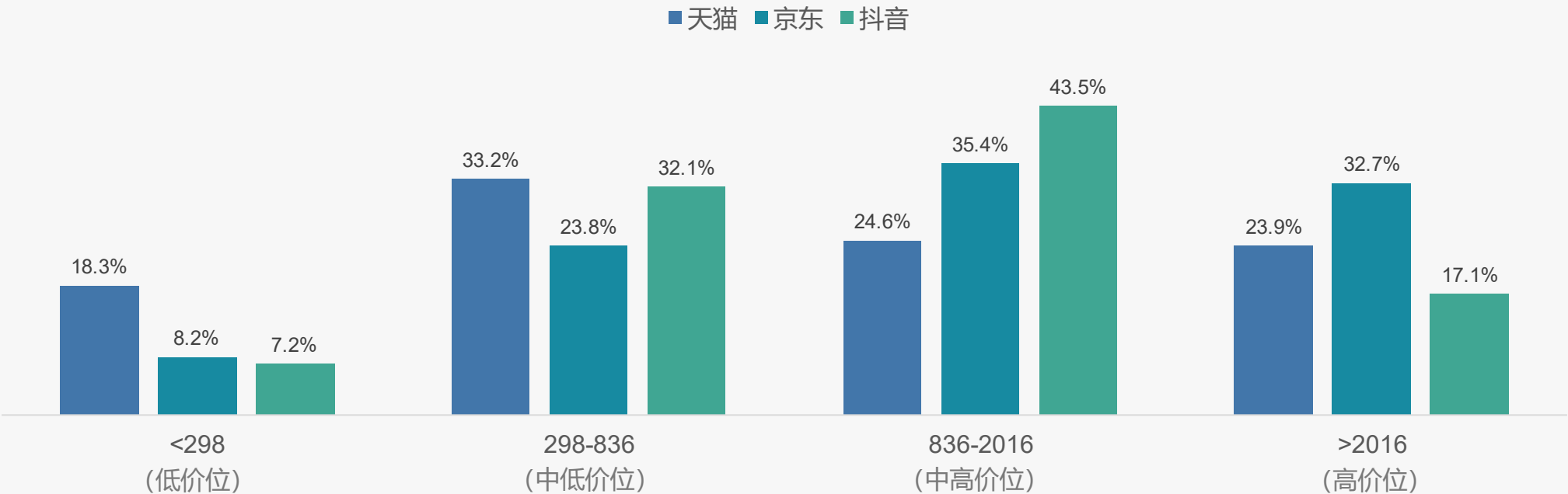
宠物口腔清洁线上价格区间-销量分布



# 渠道定价分化 中高端主导增长

- ◆从价格区间分布看，京东和抖音在836-2016元中高端市场占比最高（京东35.4%，抖音43.5%），显示其用户对高附加值产品接受度高；天猫在298-836元主流价格带领先（33.2%），反映平台大众化定位。建议品牌按渠道特性差异化定价，优化产品组合以提升ROI。
- ◆低端市场（<298元）占比天猫最高（18.3%），京东和抖音均低于10%，表明天猫流量优势驱动入门产品动销，但需警惕低价竞争对毛利率的侵蚀。各平台高端市场（>2016元）占比京东32.7%、天猫23.9%、抖音17.1%，京东用户购买力突出，但抖音增速潜力大。建议品牌在京东强化高端线供应链，在抖音通过场景化内容挖掘增量，平衡短期销量与长期品牌价值。

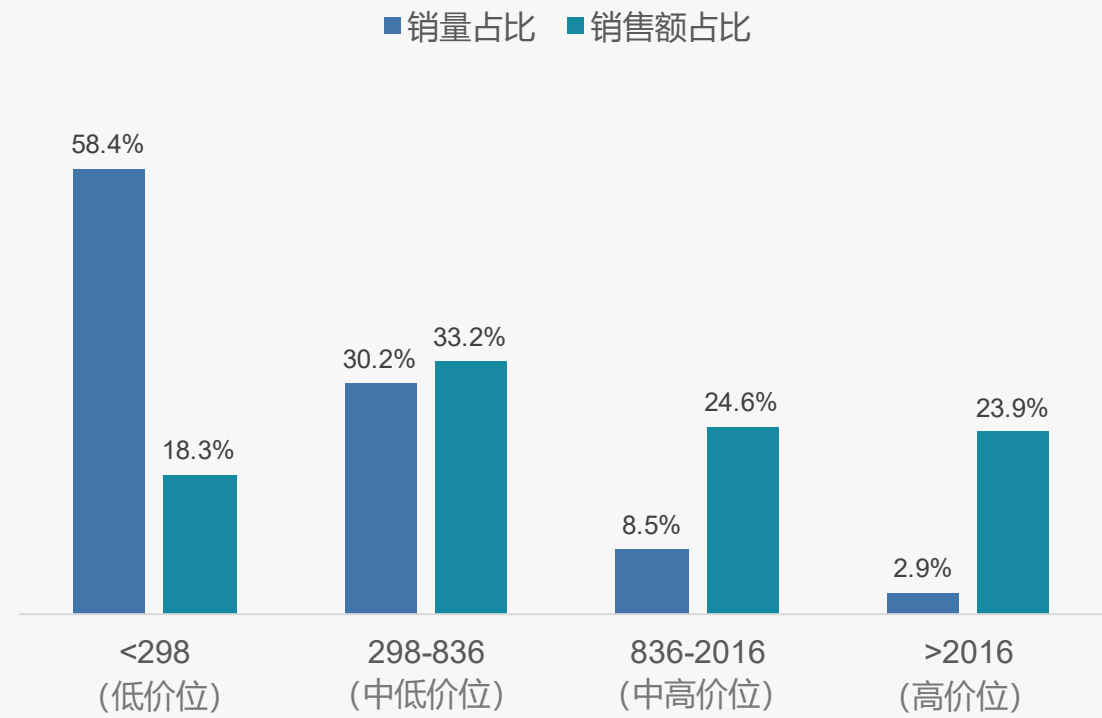
2025年一~三季度各平台宠物口腔清洁不同价格区间销售趋势



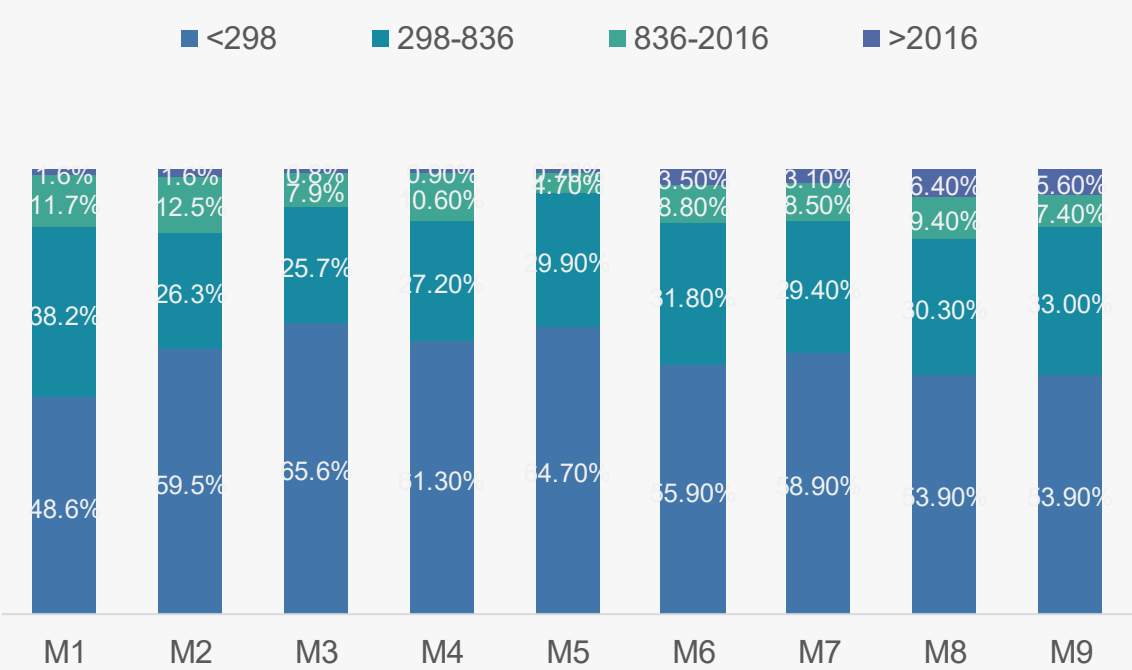
# 高端宠物口腔清洁驱动市场增长

- ◆ 从价格区间结构看，<298元低价产品销量占比58.4%但销售额仅占18.3%，呈现高销量低贡献特征；而>836元中高端产品销量合计11.4%却贡献48.5%销售额，显示品类利润主要依赖高端市场，存在明显的价格分层效应。
- ◆ 中端价格带（298-836元）销售额占比33.2%为各区间最高，但销量占比从M1的38.2%下降至M9的33.0%，显示该区间竞争加剧或消费者向两极分化，需关注产品差异化以维持市场份额。

2025年一~三季度天猫平台宠物口腔清洁不同价格区间销售趋势



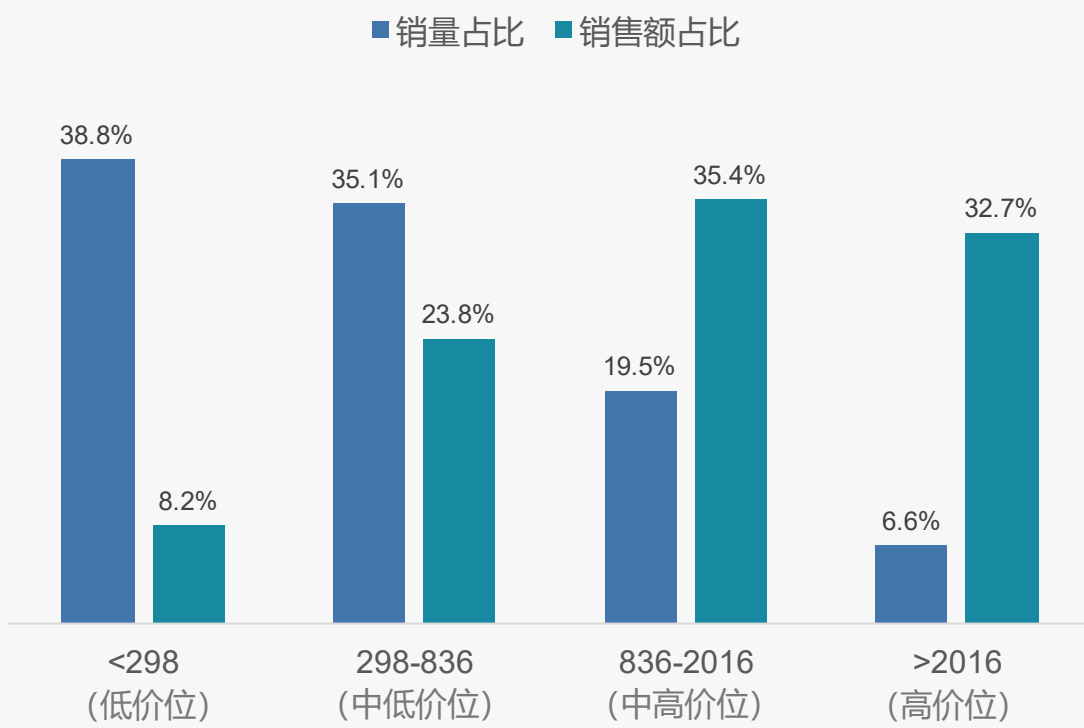
天猫平台宠物口腔清洁价格区间-销量分布



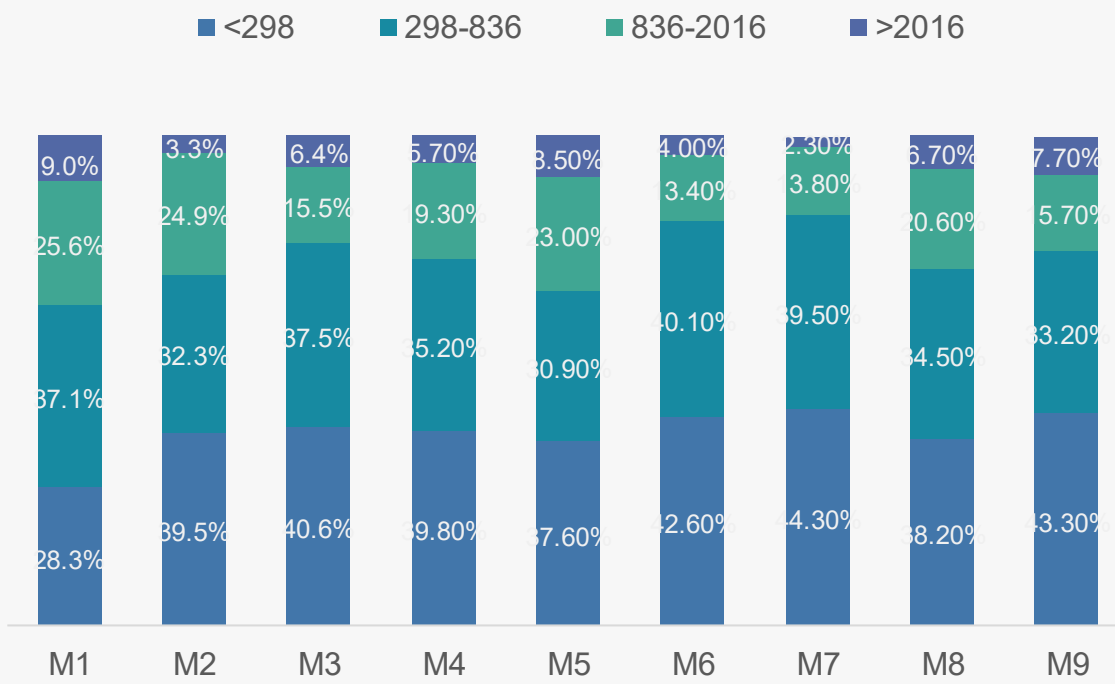
# 高端产品驱动销售额 中端平衡销量利润

- ◆从价格区间销售趋势看，<298元低价位销量占比38.8%但销售额仅占8.2%，显示该区间产品单价低、周转快但利润贡献有限；而>2016元高价位销量占比6.6%却贡献32.7%销售额，表明高端产品虽销量低但单价高，是销售额增长的关键驱动，建议优化产品组合以平衡销量与利润。
- ◆月度销量分布显示，<298元区间在M7达峰值44.3%，而>2016元在M2仅3.3%最低，反映季节性波动：低价产品在夏季需求上升，可能因宠物口腔护理季节性促销；高价产品在年初销量低迷，需加强营销以提升淡季ROI。价格区间结构分析：298-836元中端产品销量占比35.1%、销售额23.8%，836-2016元销量19.5%、销售额35.4%，显示中高端产品在销量与销售额间取得较好平衡。

2025年一~三季度京东平台宠物口腔清洁不同价格区间销售趋势



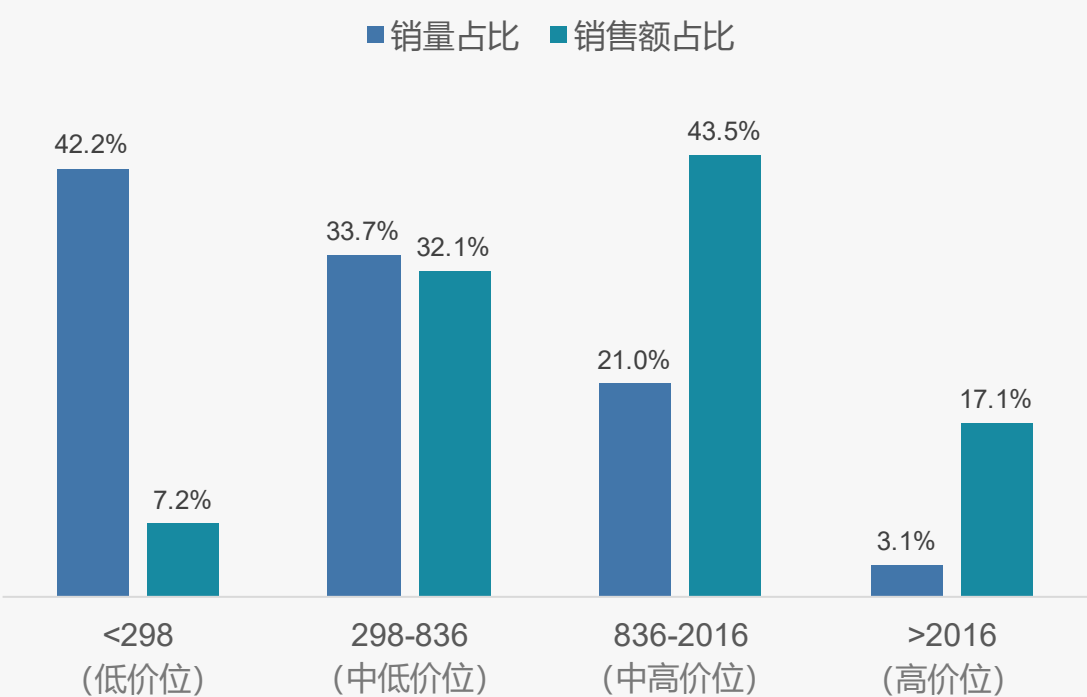
京东平台宠物口腔清洁价格区间-销量分布



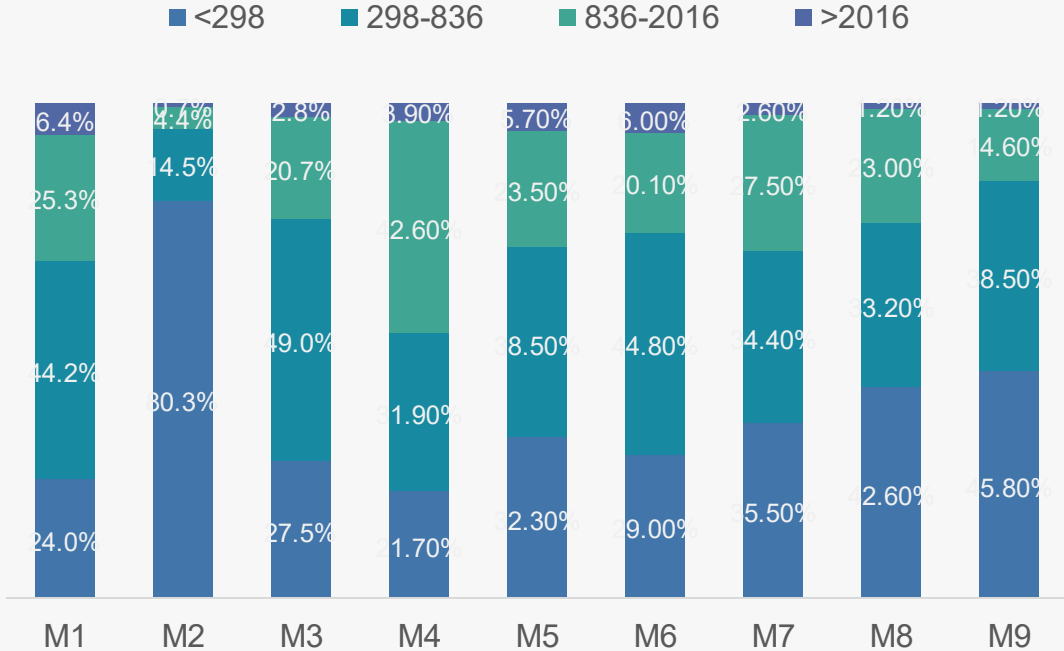
# 抖音宠物口腔低价高量 中高价位利润核心

- ◆从价格区间结构看，抖音平台呈现明显的两极分化特征。低价位段（<298元）销量占比高达42.2%，但销售额贡献仅7.2%，说明该区间产品单价低、利润空间有限；而中高价位段（836-2016元）以21.0%的销量贡献43.5%的销售额，是平台的核心利润来源，显示出消费者对高品质口腔清洁产品的支付意愿较强。这种波动提示企业需要动态调整库存和营销策略，以应对不同时段的价格敏感度变化。
- ◆从销售效率看，298-836元价位段实现较优的平衡，销量占比33.7%对应销售额占比32.1%，接近1:1的转化效率；而>2016元的高端产品虽销售额占比17.1%，但销量仅3.1%，显示其受众有限但客单价高。建议企业重点优化中端产品组合，同时通过精准营销挖掘高端市场潜力。

2025年一~三季度抖音平台宠物口腔清洁不同价格区间销售趋势



抖音平台宠物口腔清洁价格区间-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** 宠物口腔清洁消费行为、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年内购买过宠物口腔清洁的消费者;
- 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

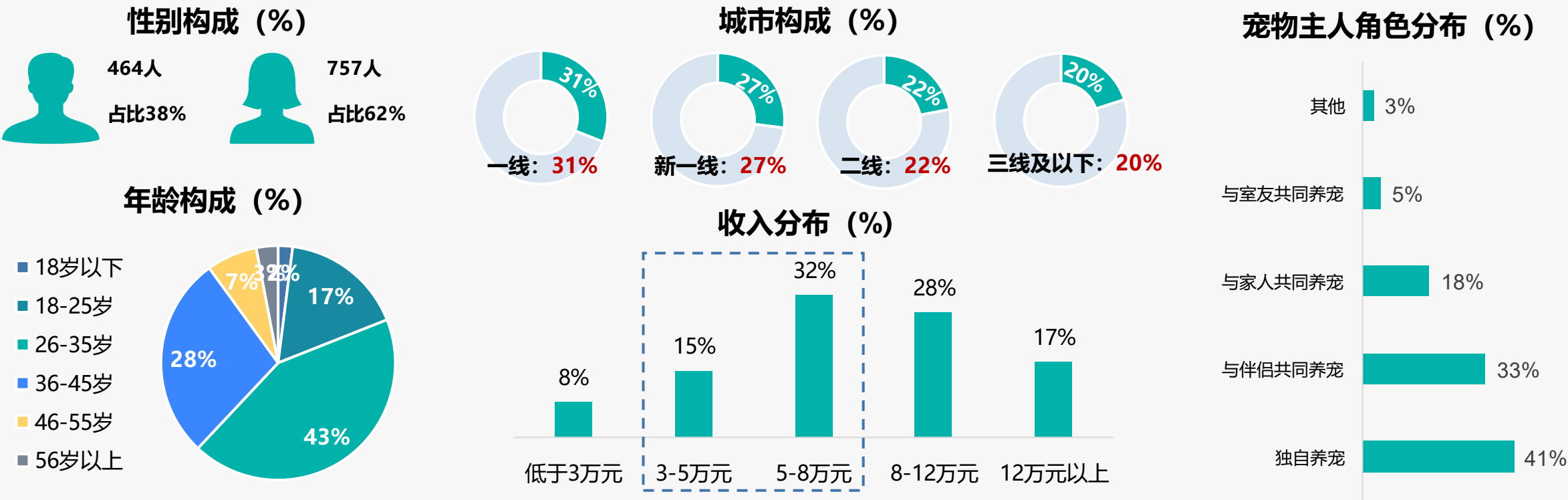
Research Method

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=1221

# 女性青年中等收入群体主导宠物口腔清洁

- ◆调查显示女性占62%，26-35岁群体占43%，5-8万元收入者占32%，一线和新一线城市合计占58%，显示核心消费人群特征。
- ◆宠物主人中独自养宠占41%，与伴侣共同养宠占33%，提示产品需兼顾个人和家庭需求，中等收入人群占主导。

## 2025年中国宠物口腔清洁消费者画像

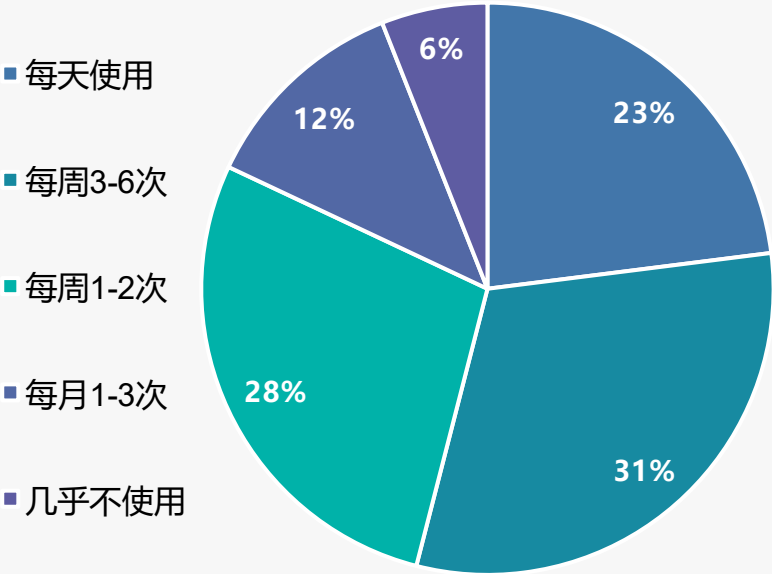


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

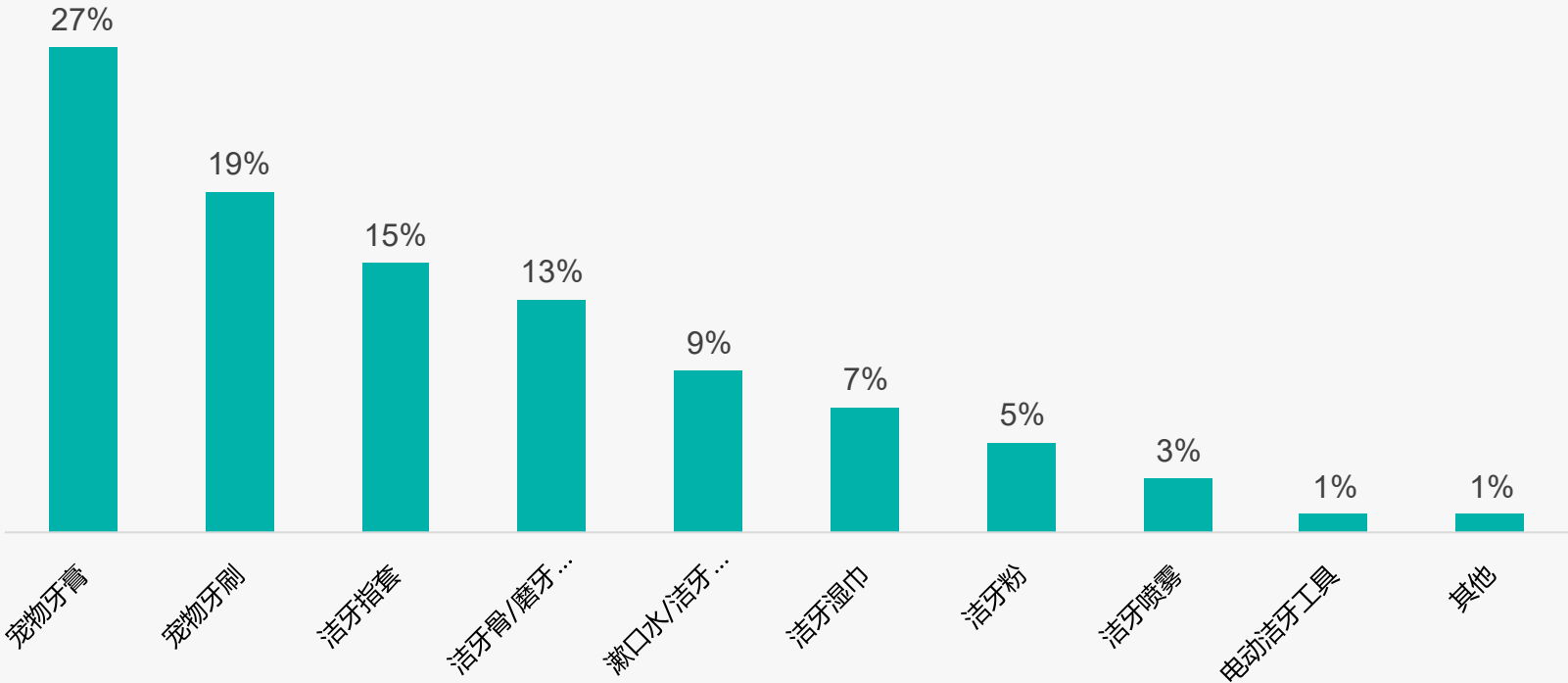
# 宠物口腔清洁频率高传统刷牙为主流

- ◆宠物口腔清洁频率较高，每周3-6次占比31%，每周1-2次28%，每天使用23%，显示多数宠物主人有定期清洁习惯。
- ◆产品类型中宠物牙膏占比27%最高，牙刷19%次之，两者合计近半，表明传统刷牙方式仍为主流。

2025年中国宠物口腔清洁产品使用频率分布



2025年中国宠物口腔清洁产品类型分布

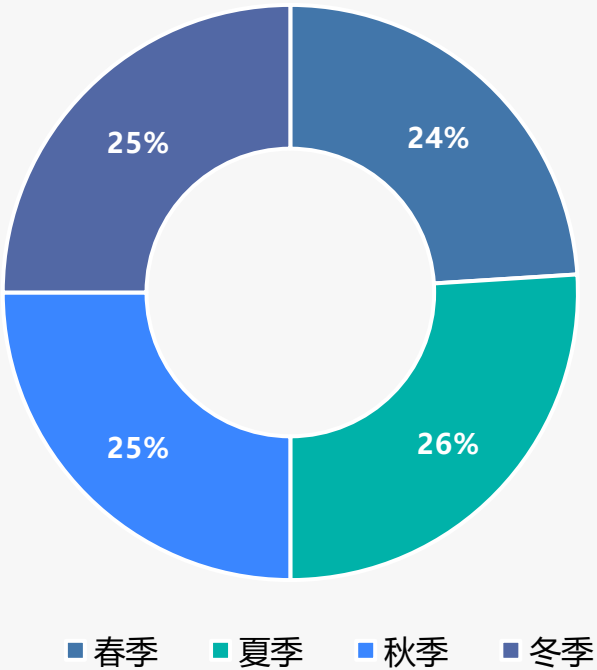


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

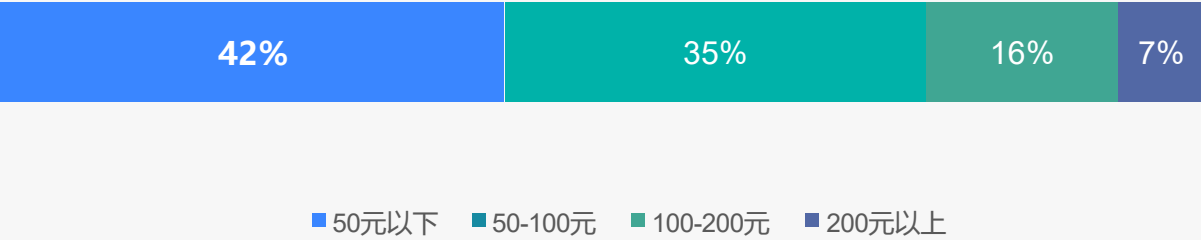
# 宠物口腔清洁 经济实惠主导 包装多样稳定

- ◆单次口腔清洁产品支出集中在50元以下（42%）和50-100元（35%），显示消费者偏好经济实惠和中端产品，高端市场占比较小。
- ◆产品包装以管状（28%）和瓶装（22%）为主，购买季节分布均匀，无明显波动，反映市场多样化和需求稳定。

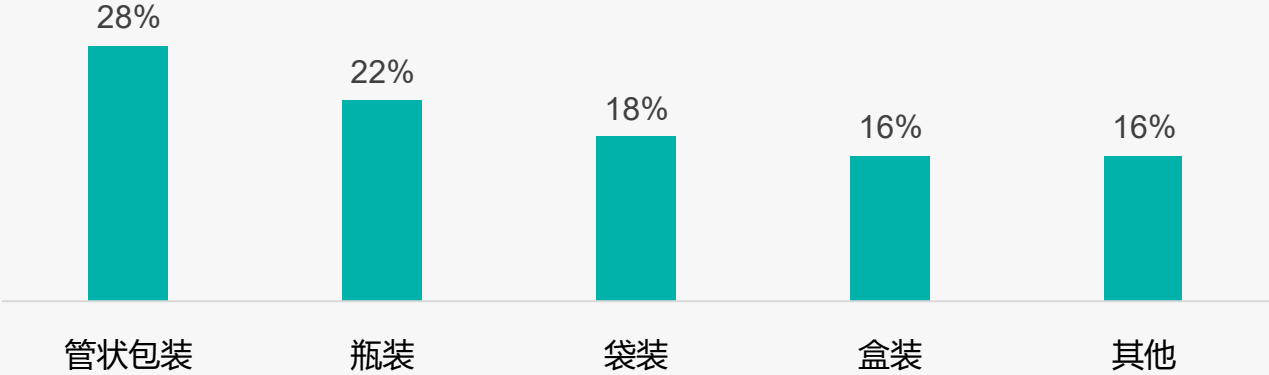
2025年中国宠物口腔清洁购买季节分布



2025年中国宠物口腔清洁单次支出分布



2025年中国宠物口腔清洁包装偏好分布

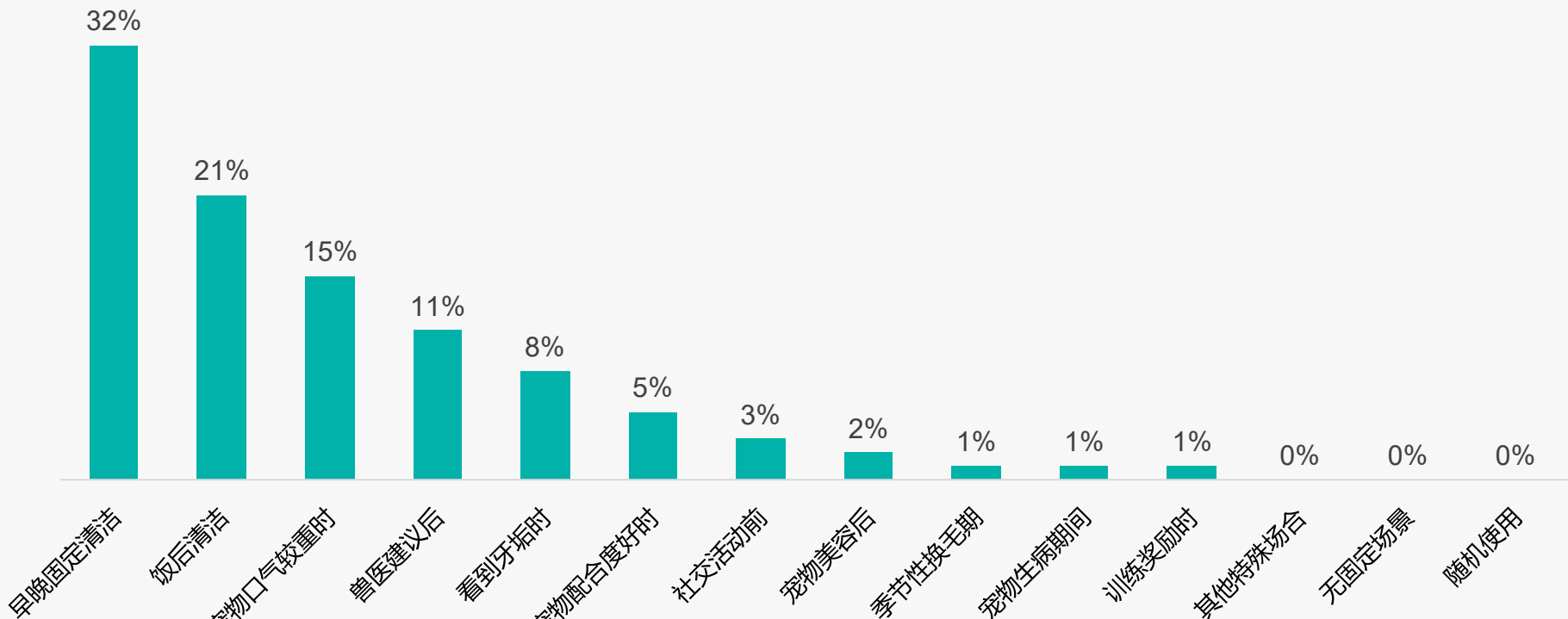


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

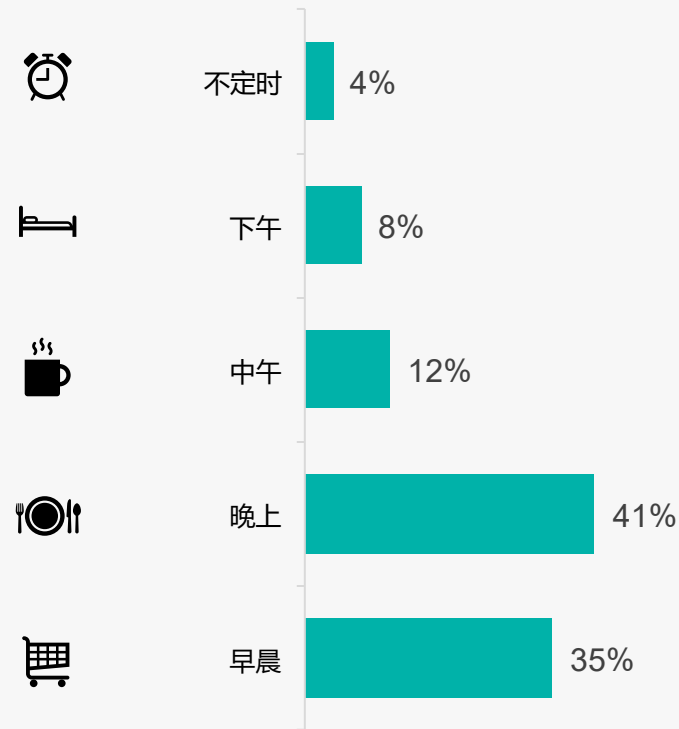
# 宠物口腔清洁早晚为主

- ◆宠物口腔清洁使用场景中，早晚固定清洁占比32%，饭后清洁占21%，显示宠物主倾向于将清洁融入日常固定习惯。
- ◆操作时段分布显示晚上占比41%，早晨占35%，中午和下午分别占12%和8%，突出口腔清洁集中在早晚时段。

2025年中国宠物口腔清洁使用场景分布



2025年中国宠物口腔清洁操作时段分布

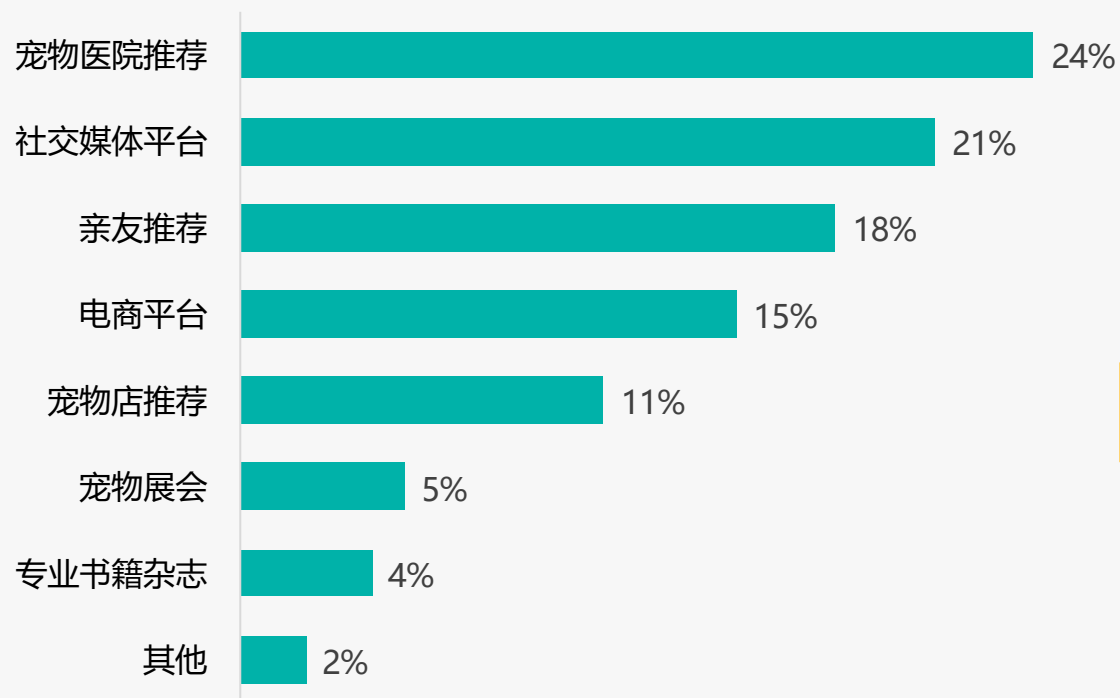


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

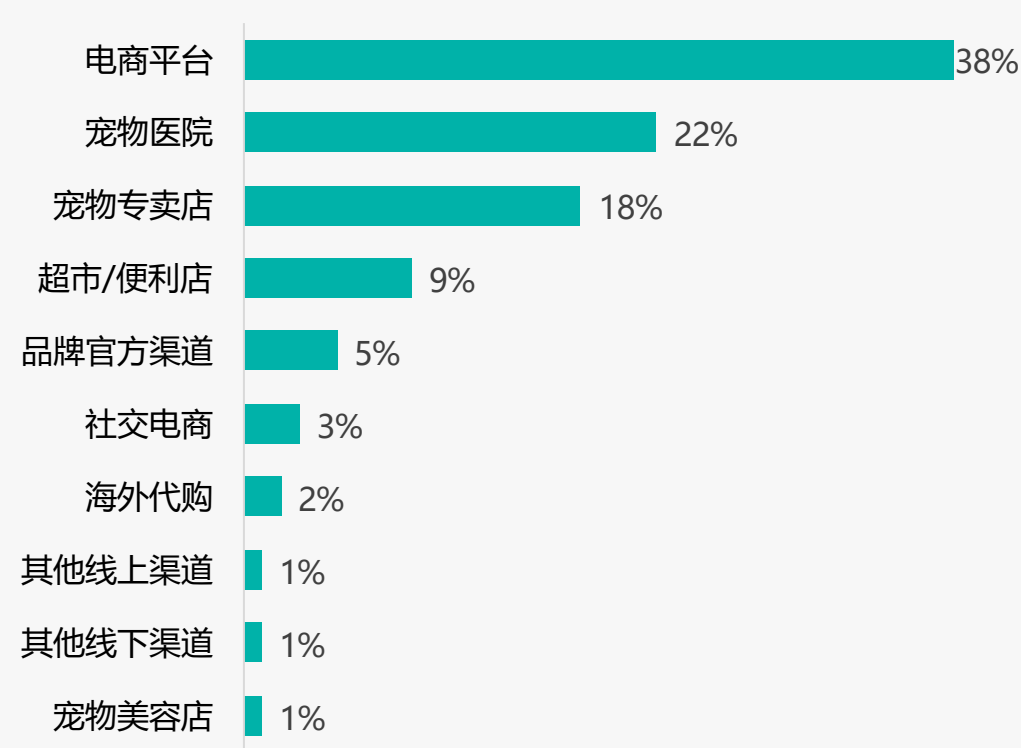
# 线上主导购买 专业推荐重要

- ◆宠物口腔清洁产品了解渠道中，宠物医院推荐占比24%，社交媒体平台21%，亲友推荐18%，显示专业推荐和社交影响是主要信息获取方式。
- ◆购买渠道电商平台占38%，宠物医院22%，宠物专卖店18%，表明线上购买习惯已形成，但线下专业渠道仍具重要性。

2025年中国宠物口腔清洁了解渠道分布



2025年中国宠物口腔清洁购买渠道分布

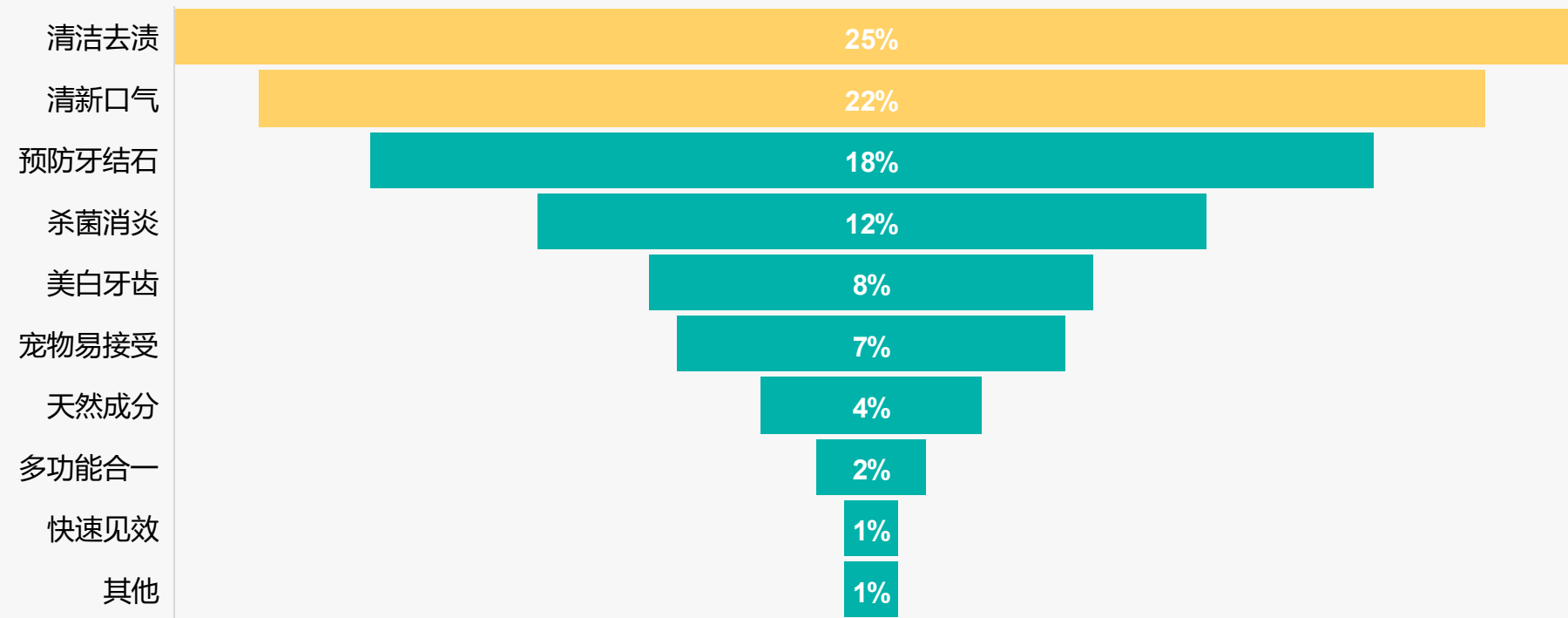


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 清洁去渍清新口气主导宠物口腔市场

- ◆宠物口腔清洁产品中，清洁去渍(25%)和清新口气(22%)功能最受消费者青睐，预防牙结石(18%)也占据重要地位，显示基础清洁和健康预防是核心需求。
- ◆杀菌消炎(12%)、美白牙齿(8%)等进阶功能需求相对有限，宠物易接受(7%)和天然成分(4%)关注度较低，市场更偏好专一功能产品。

2025年中国宠物口腔清洁功能偏好分布

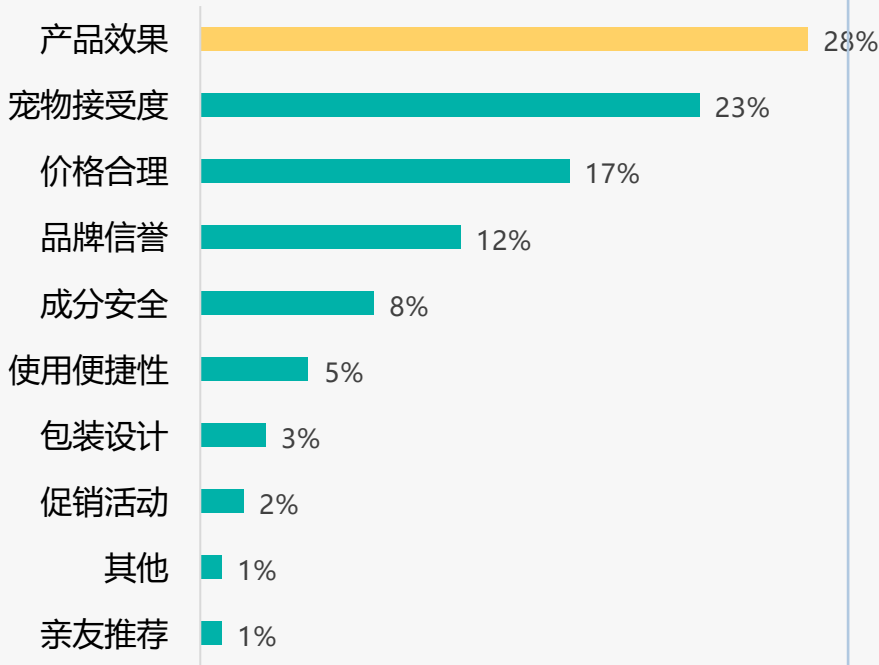


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 效果接受度主导 健康驱动使用

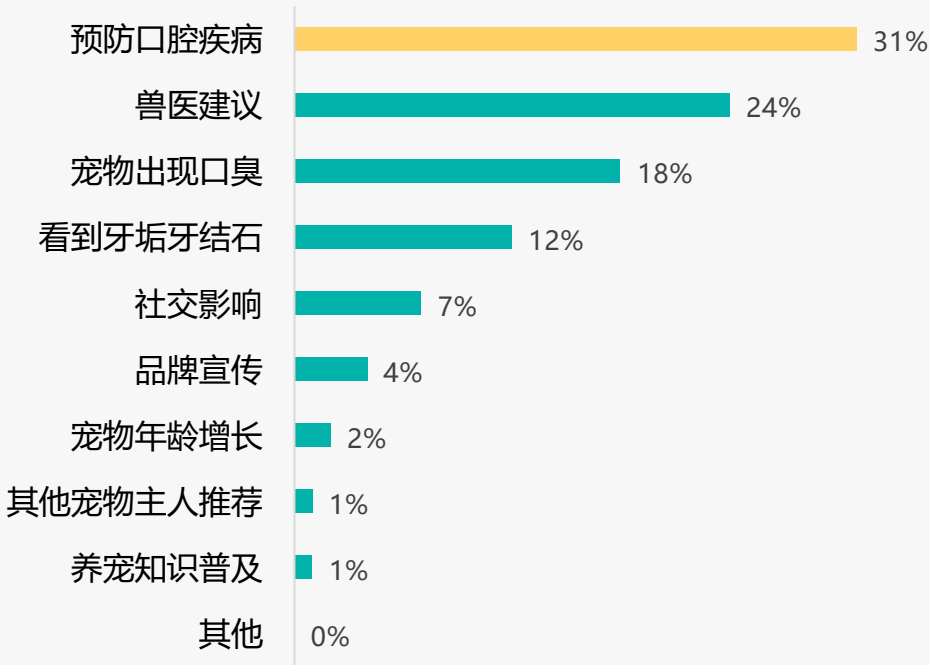
- ◆ 宠物口腔清洁产品购买决策中，产品效果（28%）和宠物接受度（23%）是关键因素，价格合理（17%）和品牌信誉（12%）次之，促销活动（2%）影响最小。
- ◆ 开始使用口腔清洁产品主要原因为预防口腔疾病（31%）和兽医建议（24%），宠物出现口臭（18%）和看到牙垢（12%）也重要，社交影响（7%）作用有限。

## 2025年中国宠物口腔清洁购买决策关键因素分布



样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国宠物口腔清洁开始使用原因分布

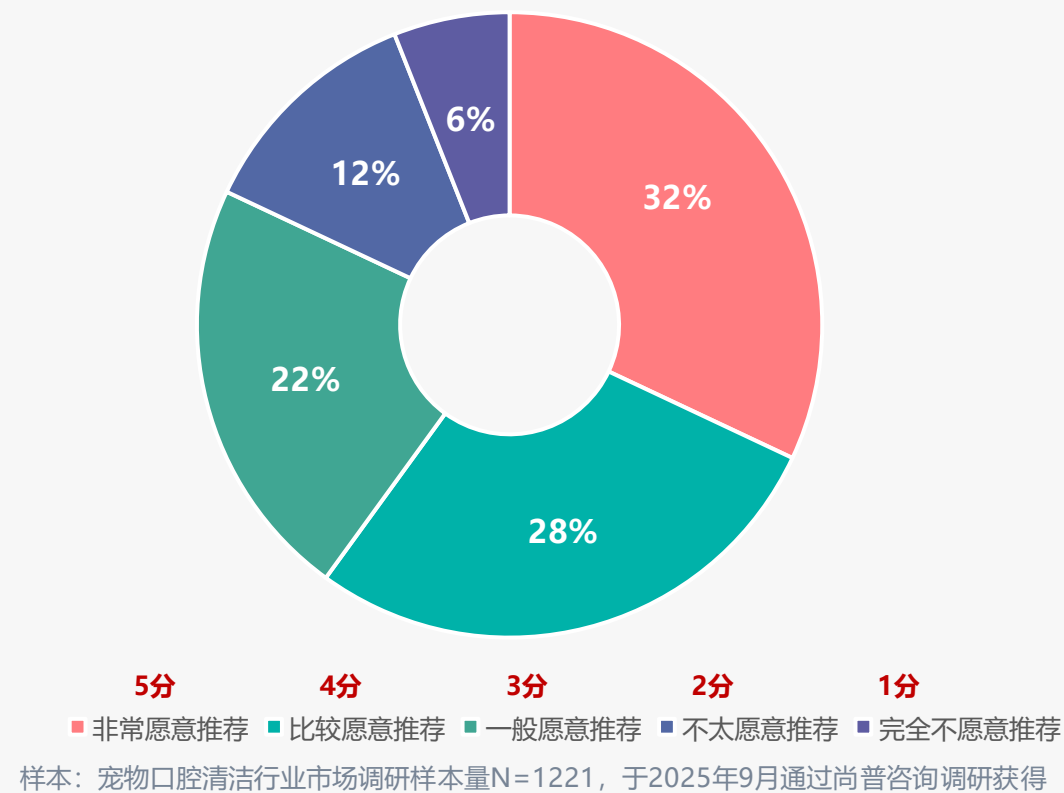




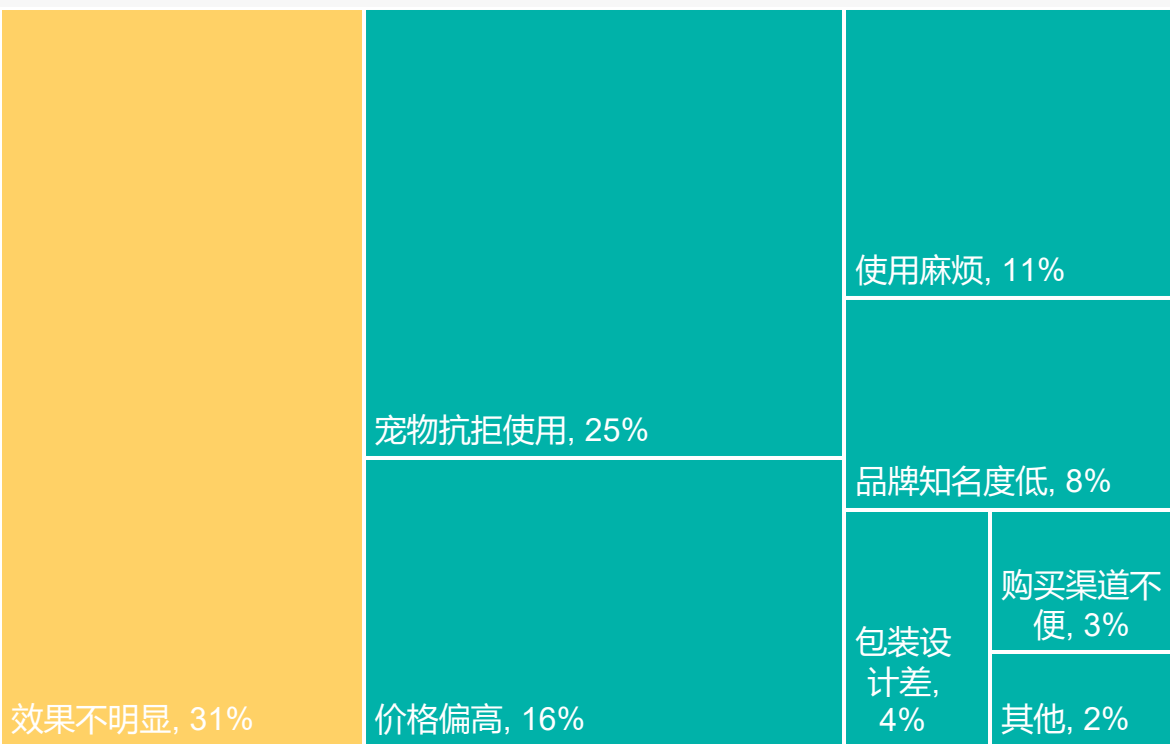
# 宠物口腔清洁产品效果改进是关键

- ◆宠物口腔清洁产品推荐意愿积极，非常愿意和比较愿意推荐合计占60%。不愿推荐主因是效果不明显占31%和宠物抗拒使用占25%。
- ◆价格偏高占16%也影响推荐意愿，而品牌、包装和渠道等因素占比均低于10%，提示应优先改进产品效果和宠物接受度。

2025年中国宠物口腔清洁推荐意愿分布



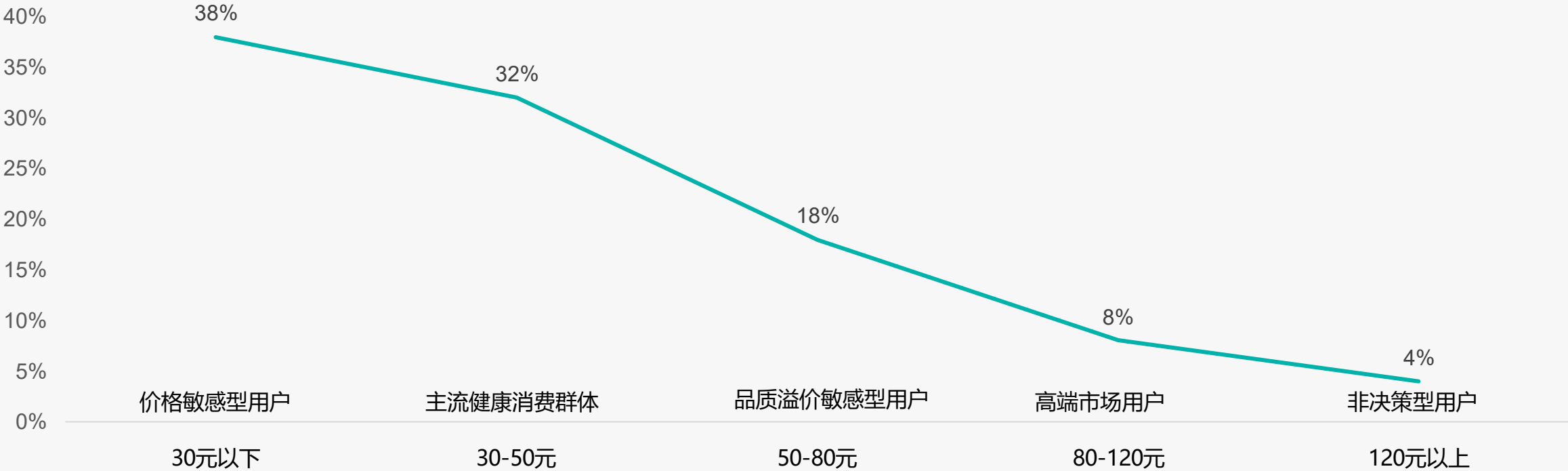
2025年中国宠物口腔清洁不愿推荐原因分布



# 宠物口腔清洁市场 低价产品主导

- ◆调研显示，38%消费者接受30元以下产品，32%接受30-50元产品，共同构成市场主流，显示低价产品主导宠物口腔清洁市场。
- ◆50元以上区间接受度急剧下降，50-80元仅18%，80-120元8%，120元以上4%，反映高端市场渗透率低，消费者更注重性价比。

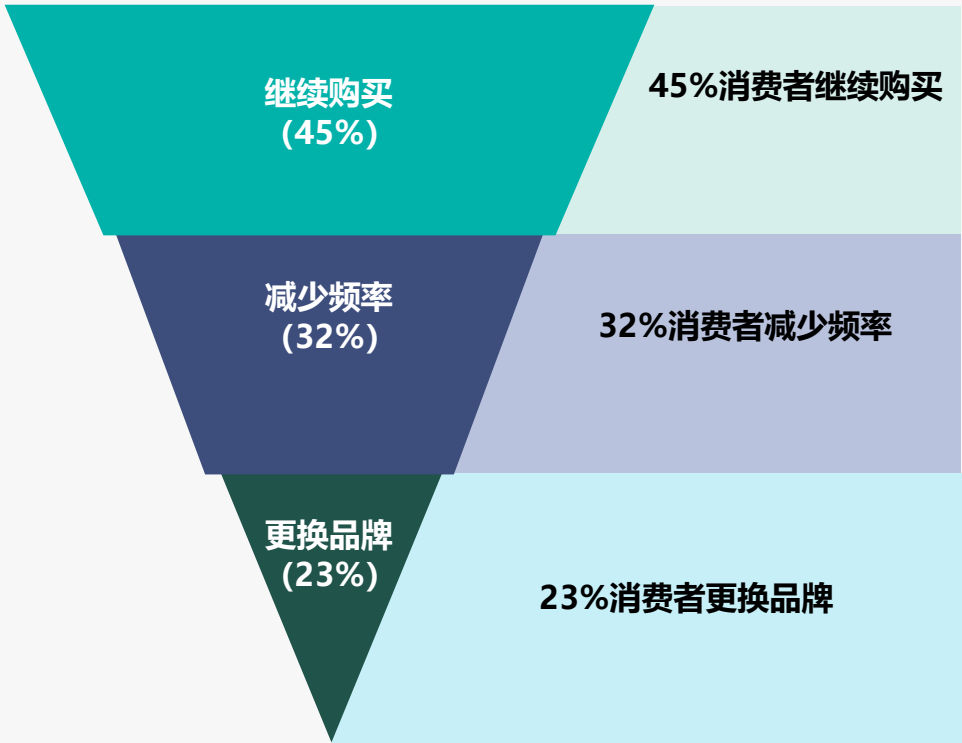
2025年中国宠物口腔清洁最常用产品价格接受度分布



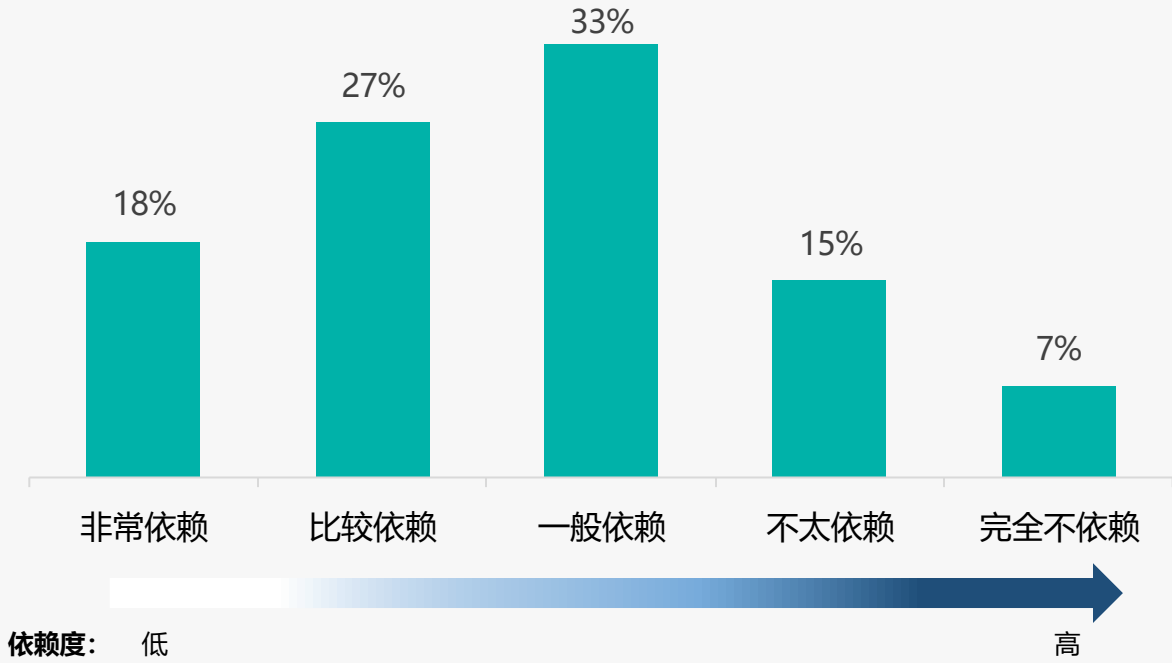
# 价格敏感促销依赖影响购买

- ◆价格上涨10%时，45%消费者继续购买，32%减少频率，23%更换品牌，显示品牌忠诚度较高，但价格敏感和替代性并存。
- ◆促销依赖度：33%一般依赖，27%比较依赖，18%非常依赖，合计78%消费者依赖促销，凸显促销对购买决策的关键影响。

2025年中国宠物口腔清洁价格上涨10%购买行为分布



2025年中国宠物口腔清洁促销活动依赖程度分布

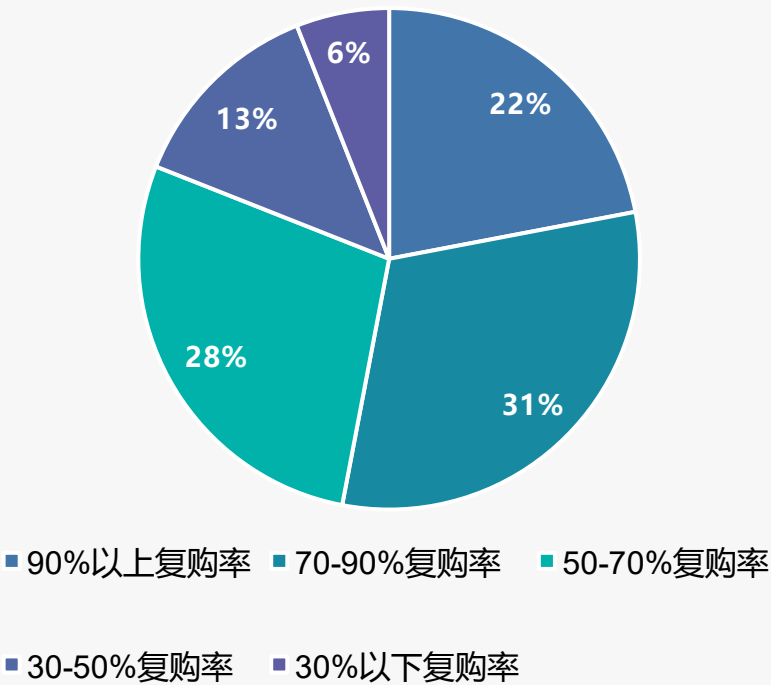


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

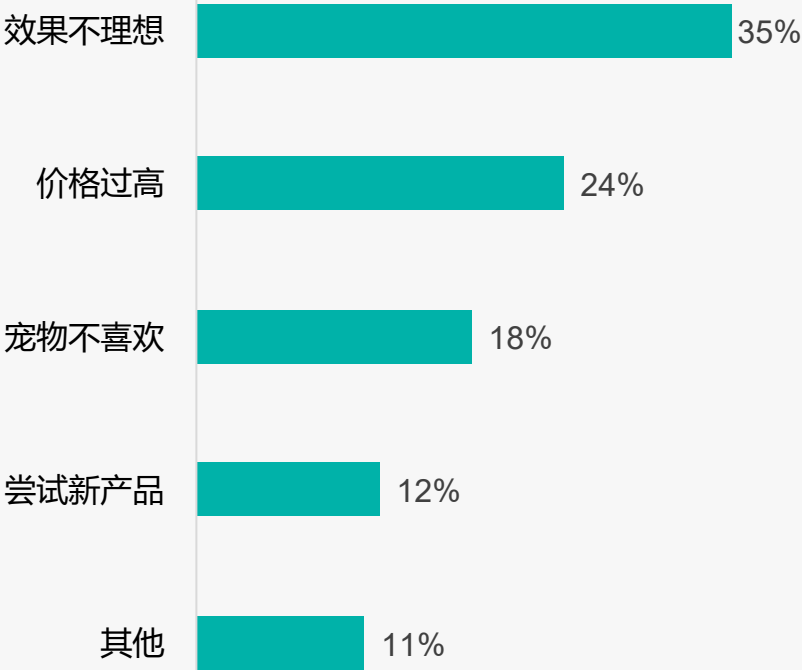
# 品牌忠诚度高 更换主因效果价格

- ◆宠物口腔清洁市场品牌忠诚度高，复购率超70%的消费者占比53%，其中90%以上复购率22%，70-90%复购率31%，显示用户对品牌依赖强。
- ◆更换品牌主因是效果不理想（35%）和价格过高（24%），合计59%，宠物不喜欢占18%，提示企业需优化产品、定价和宠物适应性。

2025年中国宠物口腔清洁品牌忠诚度分布



2025年中国宠物口腔清洁更换品牌原因分布

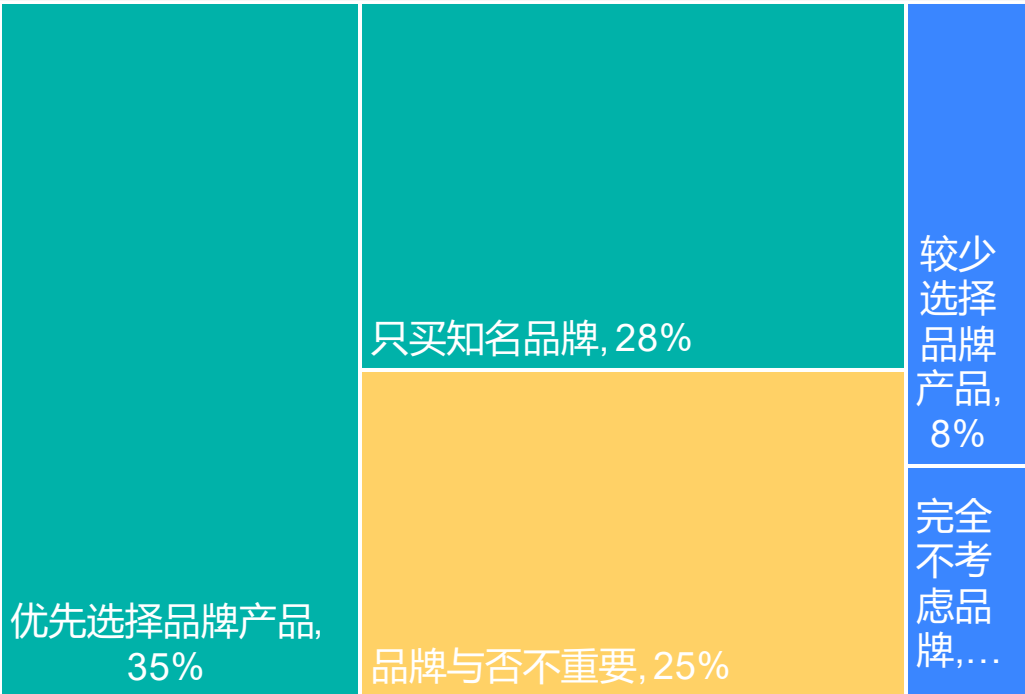


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

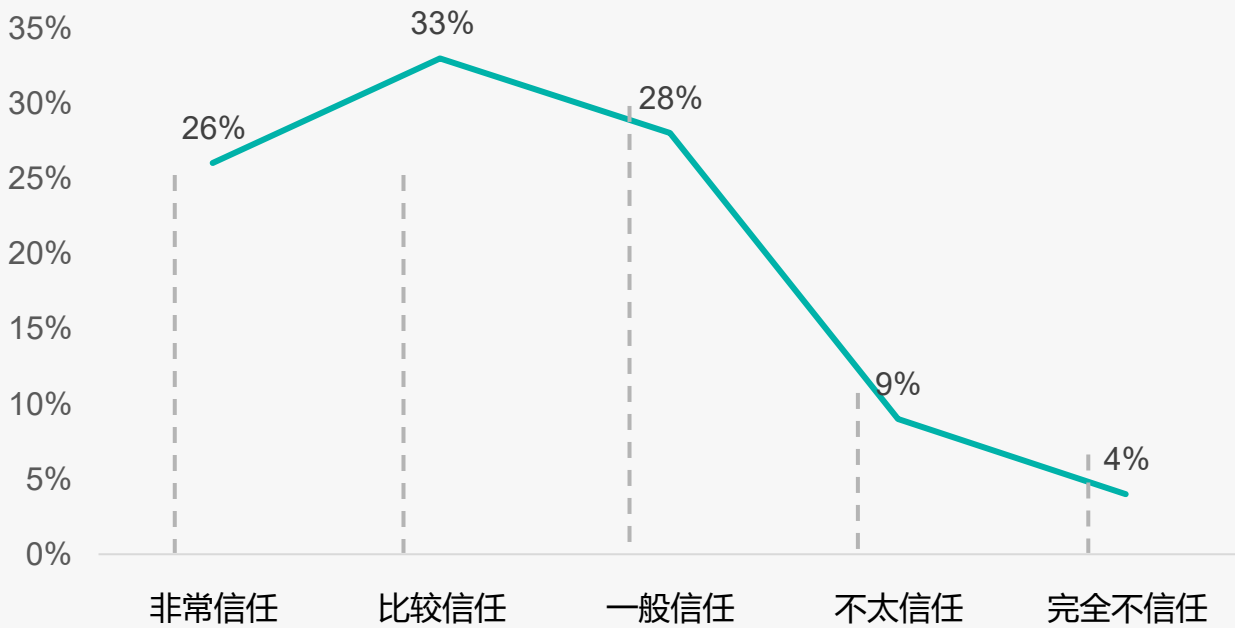
# 品牌主导宠物口腔清洁消费

- ◆宠物口腔清洁消费中，63%消费者优先或只买品牌产品，显示品牌在购买决策中占据主导地位，市场机会显著。
- ◆品牌信任度方面，59%消费者比较或非常信任品牌，但25%对品牌持中立态度，提示需加强品牌沟通。

2025年中国宠物口腔清洁品牌产品购买意愿分布



2025年中国宠物口腔清洁品牌产品态度分布

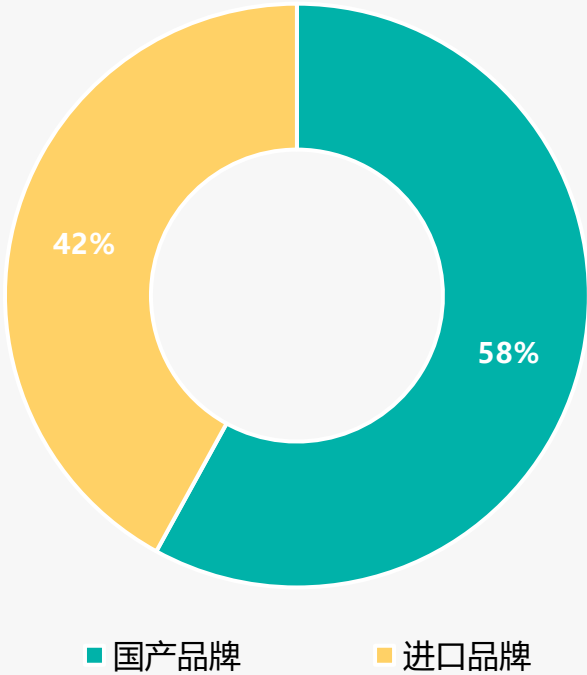


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

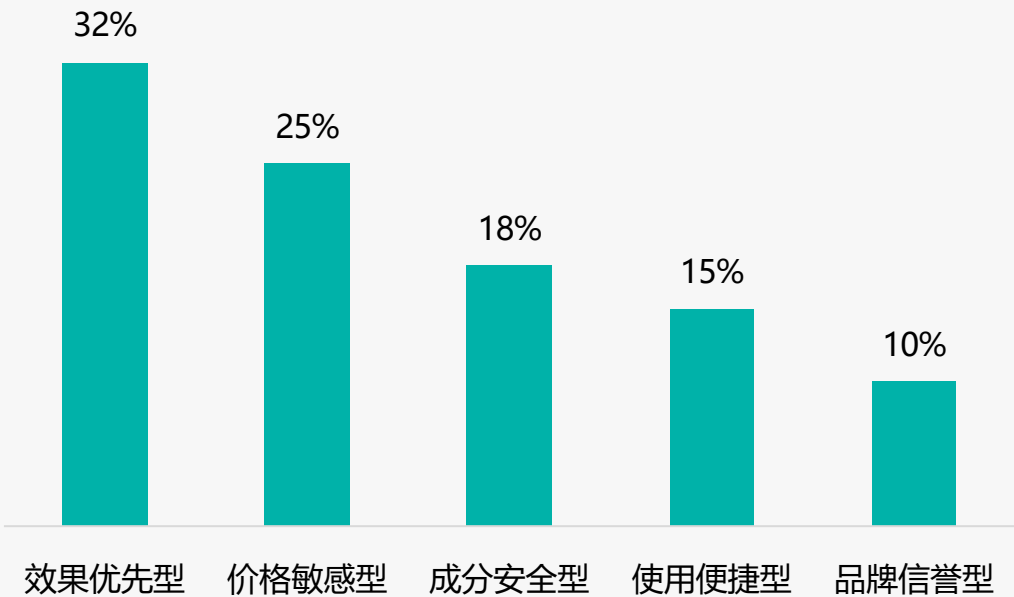
# 国产品牌主导 效果价格驱动

- ◆国产品牌选择占比58%，显著高于进口品牌42%。效果优先型消费者占比最高达32%，价格敏感型25%紧随其后，显示效果和价格是核心驱动因素。
- ◆成分安全型和使用便捷型分别占18%和15%，品牌信誉型仅10%。国产品牌市场优势明显，消费者偏好本土产品且注重实际效果与成本。

2025年中国宠物口腔清洁国产品牌与进口品牌选择分布



2025年中国宠物口腔清洁品牌选择偏好类型分布

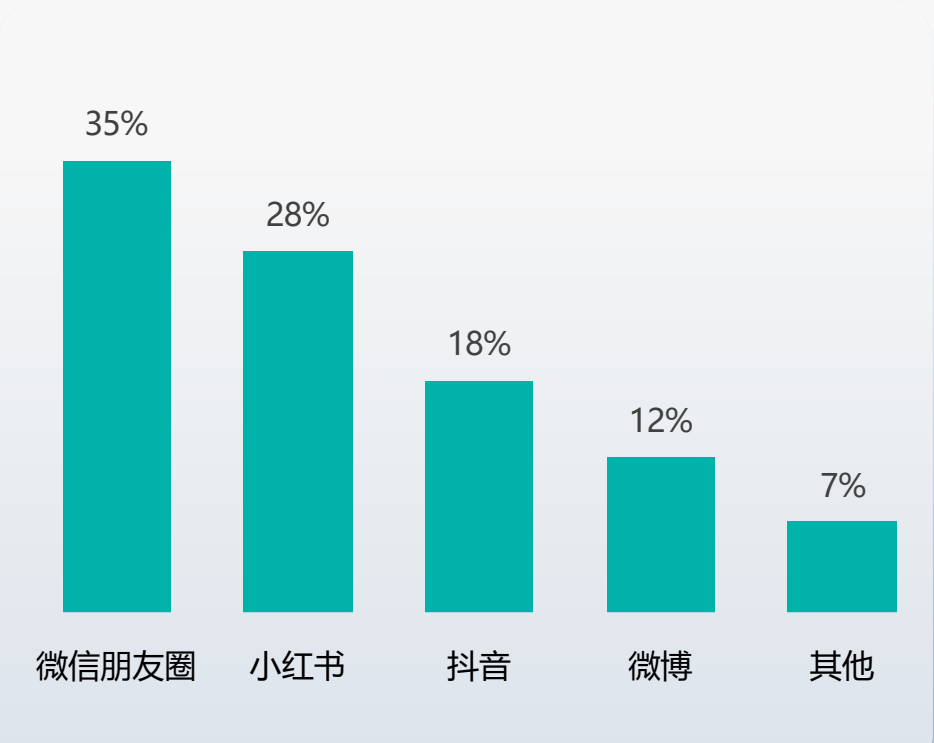


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 宠物口腔清洁 微信小红书分享 体验知识关注

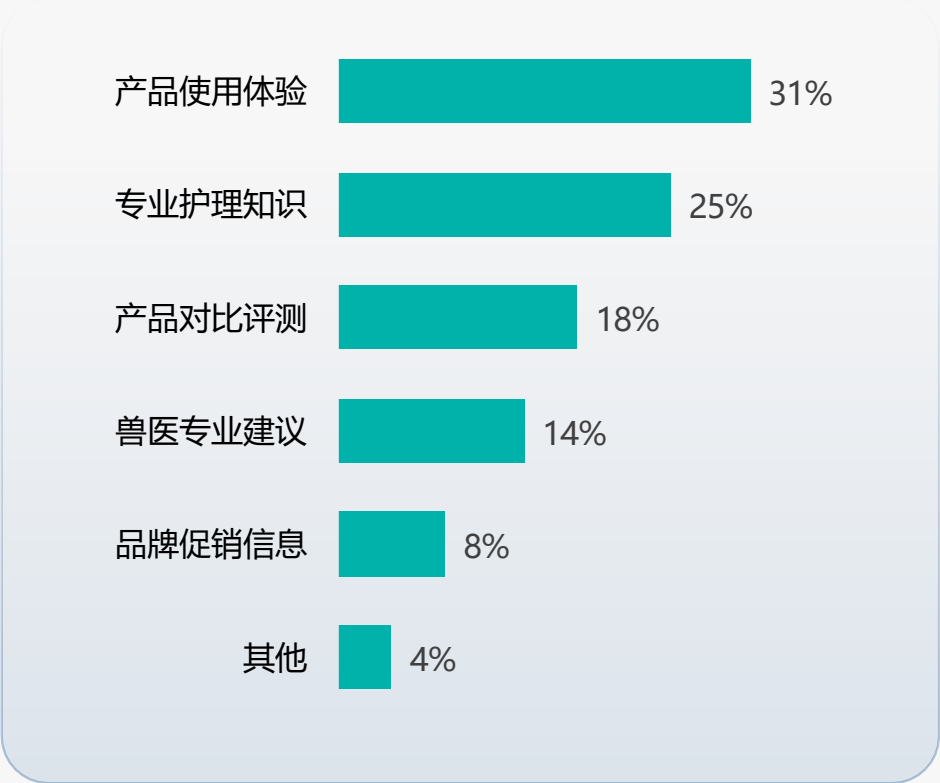
- ◆宠物主分享口腔清洁经验首选微信朋友圈（35%）和小红书（28%），抖音（18%）等短视频平台也发挥重要作用。
- ◆用户最关注产品使用体验（31%）和专业护理知识（25%），产品对比评测（18%）和兽医建议（14%）同样受重视。

2025年中国宠物口腔清洁使用经验分享渠道分布



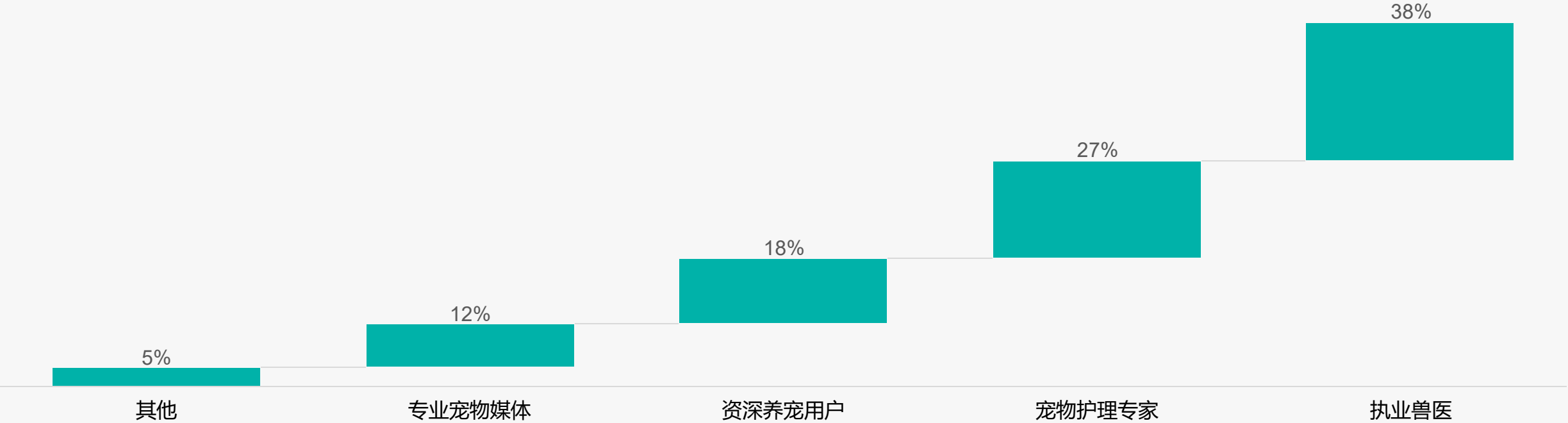
样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

2025年中国宠物口腔清洁关注内容类型分布



- ◆执业兽医以38%的占比成为最受信任的信息来源，宠物护理专家以27%紧随其后，突显专业权威在宠物口腔清洁决策中的主导地位。
- ◆资深养宠用户和专业宠物媒体分别占18%和12%，其他来源为5%，表明非专业渠道影响力有限，消费者更依赖科学指导。

2025年中国宠物口腔清洁信任信息来源分布



样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

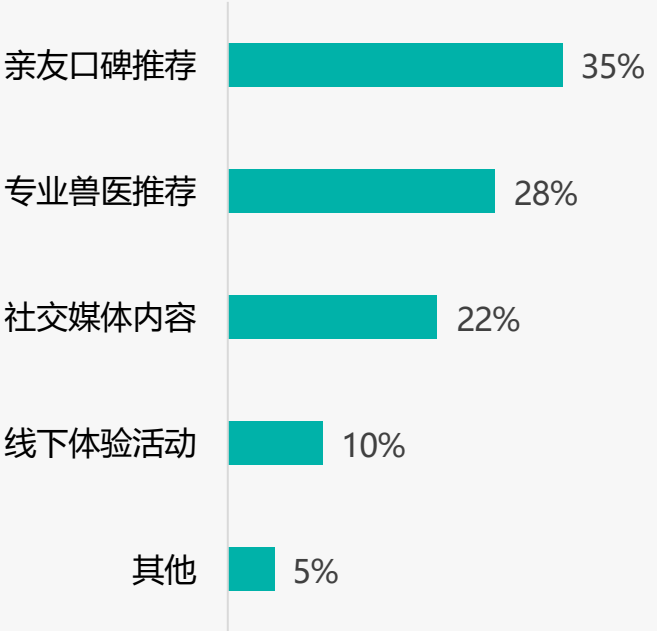
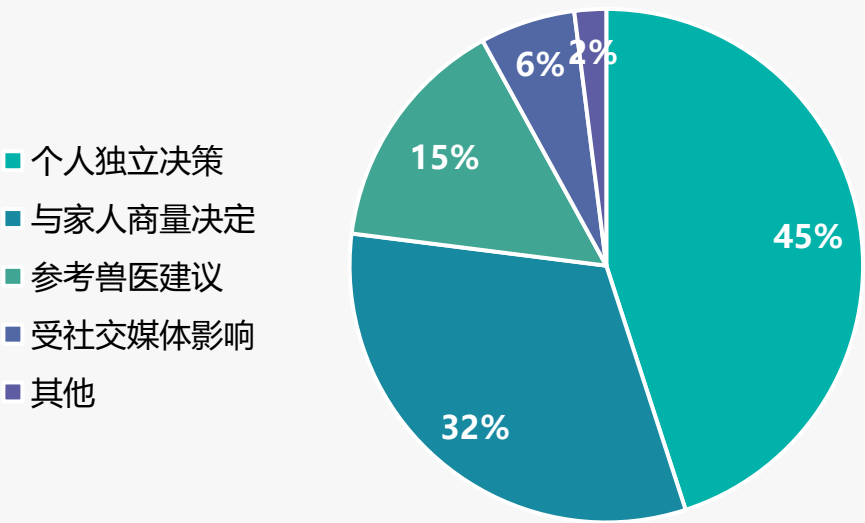


# 口碑专业推荐主导信息传播

- ◆亲友口碑推荐占比35%，专业兽医推荐占比28%，社交媒体内容占比22%，线下体验活动占比10%，其他渠道占比5%。口碑和专业推荐是主要信息渠道。
- ◆口碑和专业推荐共同主导宠物口腔清洁产品信息传播，企业应强化这两方面策略以提升市场渗透，社交媒体和线下活动有提升空间。

2025年中国宠物口腔清洁广告信息接受偏好分布

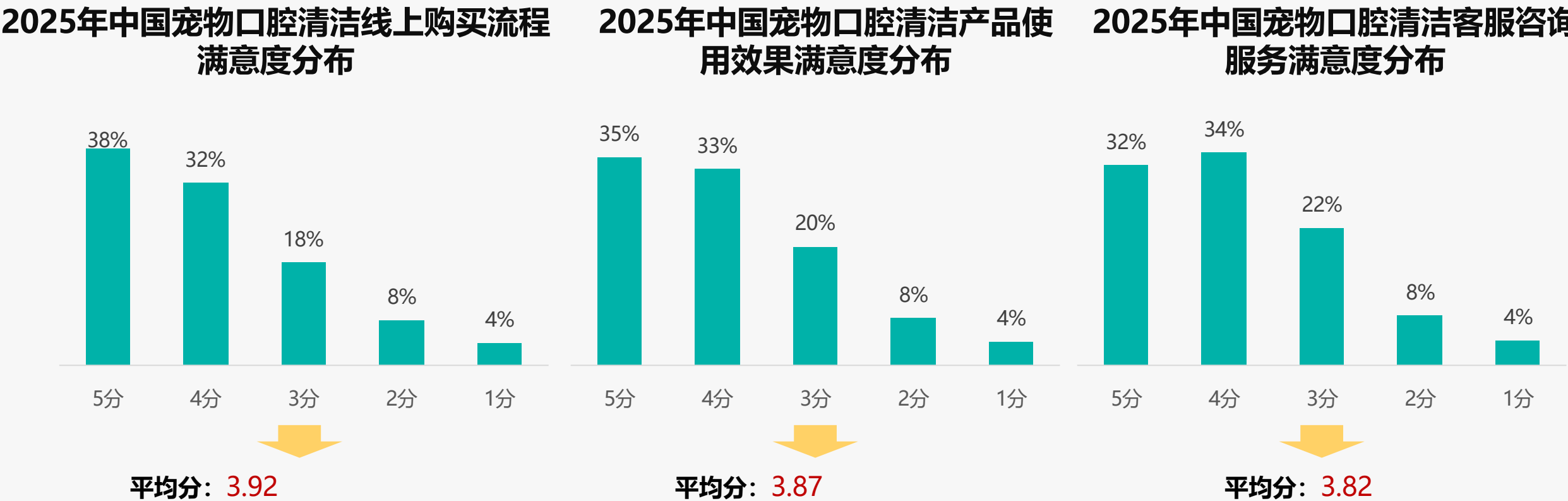
2025年中国宠物口腔清洁购买决策方式分布



样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 客服服务满意度低需优化

- ◆线上购买流程满意度较高，5分和4分占比分别为38%和32%，合计70%，但仍有12%低分，提示优化空间。
- ◆客服服务满意度为三项中最低，5分和4分占比分别为32%和34%，合计66%，需加强培训提升体验。

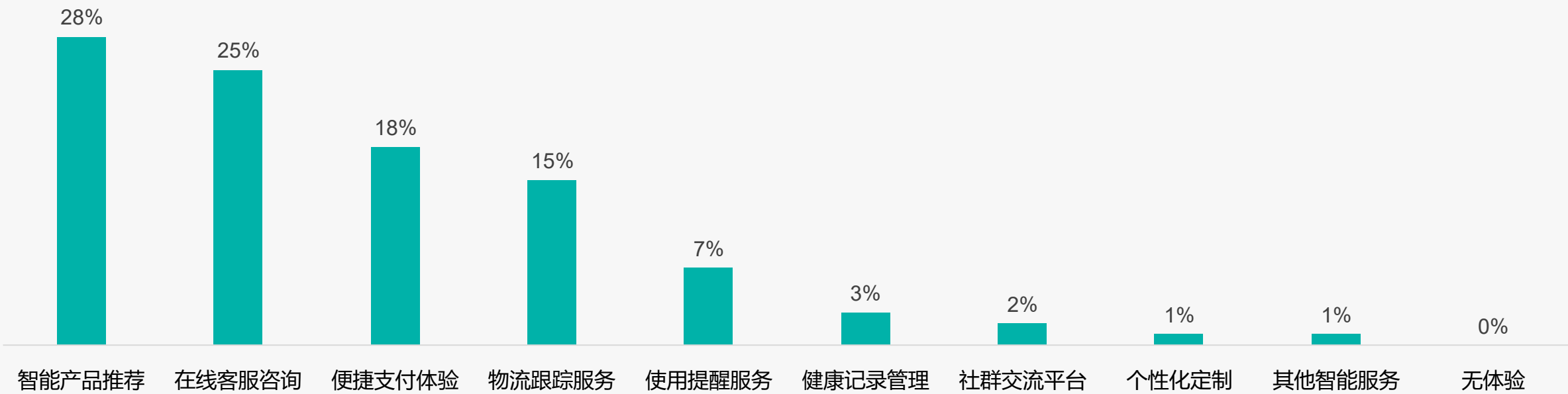


样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐主导 低参与服务需优化

- ◆智能产品推荐占比28%最高，在线客服咨询25%次之，便捷支付体验18%，物流跟踪服务15%，显示消费者偏好智能化和便捷服务。
- ◆使用提醒服务仅7%，健康记录管理、社群交流平台等均低于3%，表明这些功能当前吸引力低，需优化提升用户参与度。

2025年中国宠物口腔清洁数字化服务体验分布



样本：宠物口腔清洁行业市场调研样本量N=1221，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

## 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