

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年一~三季度海狗海豹油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Seal Oil 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

-  36-45岁群体占比最高达34%，26-35岁占23%，中青年是消费主力
-  8-12万元收入群体占比31%，5-8万元占24%，中高收入人群主导消费
-  个人健康需求者占42%，家庭健康管理占31%，健康需求驱动消费特征

## 启示

### ✓ 聚焦中青年中高收入群体

品牌应针对36-45岁中高收入人群设计产品和营销策略，满足其个人和家庭健康管理需求，提升市场渗透率。

### ✓ 强化健康需求产品定位

基于健康需求驱动特征，开发针对个人和家庭健康管理的产品功能，增强产品吸引力和用户粘性。

-  每周1-2次消费占比32%，3-5次占27%，显示规律性服用是主流
-  60粒装最受欢迎占28%，90粒装占23%，中等容量产品主导市场
-  每日服用占18%，高频率需求也占一定比例，反映用户多样化习惯

### 启示

#### ✓ 优化产品规格和服用频率

品牌应主推60-90粒中等规格产品，并设计每周1-2次服用方案，满足规律性消费需求，提升用户便利性。

#### ✓ 开发高频次消费场景

针对每日服用用户，推出小包装或便捷产品，拓展高频率使用场景，增加消费频次和市场份额。

- 功效明确占比29%，品牌信誉占21%，是吸引消费者的主要因素
- 预防心血管疾病占27%，改善关节疼痛占19%，是消费主要目的
- 高纯度EPA/DHA偏好占26%，天然无添加占23%，核心驱动因素明确

## 启示

### ✓ 突出产品功效和品牌信誉

品牌需强化产品在心血管和关节健康方面的功效宣传，并建立可靠品牌形象，以吸引关注实际效果的消费者。

### ✓ 聚焦高纯度和天然属性

开发高纯度EPA/DHA和天然无添加产品，满足消费者对产品纯度和安全性的核心需求，增强市场竞争力。

核心逻辑：聚集中青年中高收入群体健康需求驱动消费

## 1、产品端

- ✓ 强化高纯度EPA/DHA产品功效
- ✓ 优化中端价格带产品性价比

## 2、营销端

- ✓ 利用亲友口碑和电商平台推广
- ✓ 突出心血管和关节健康功效宣传

## 3、服务端

- ✓ 提升退货流程效率和透明度
- ✓ 加强智能客服即时问题解决

# 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** 海狗海豹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海狗海豹油品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对海狗海豹油的购买行为；
- 海狗海豹油市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

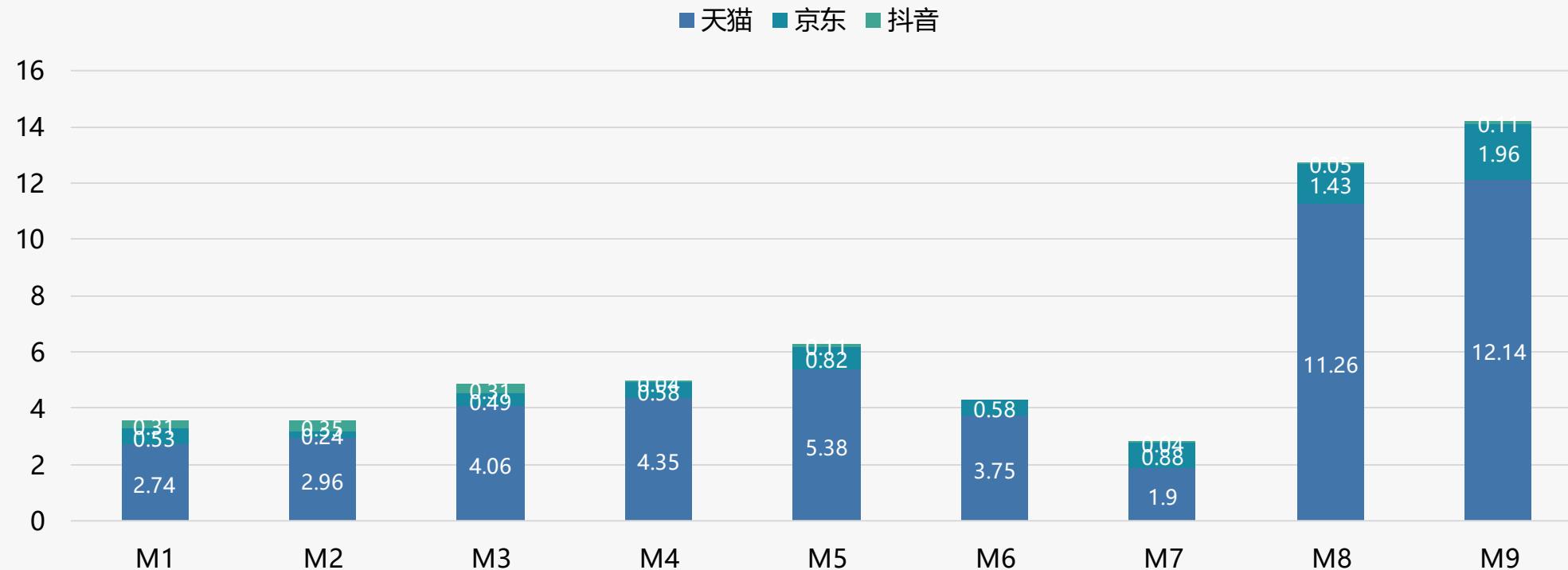
Research Method

- **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，计算海狗海豹油品类销售额、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、不同平台海狗海豹油品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 海狗油销售 季度增长强劲

- ◆ 从平台销售额分布看，天猫占据绝对主导地位，2025年1-9月累计销售额达4.54亿元，占三大平台总销售额的86.7%；京东为0.73亿元，抖音仅0.01亿元。这表明海狗海豹油品类高度依赖天猫渠道，渠道集中度风险较高，需关注平台政策变化对业务的影响。
- ◆ 从月度销售趋势分析，销售额呈显著波动上升态势，Q1月均903万元，Q2跃升至1412万元，Q3爆发式增长至月均2799万元，8-9月单月破亿。平台增长动能差异明显：天猫Q3环比Q2增长215.7%，展现强劲爆发力；京东增长稳健，Q3环比增65.2%；抖音销售额始终低迷，月均不足10万元，渠道渗透严重不足。需评估抖音等新兴渠道的投入产出比，避免资源错配。

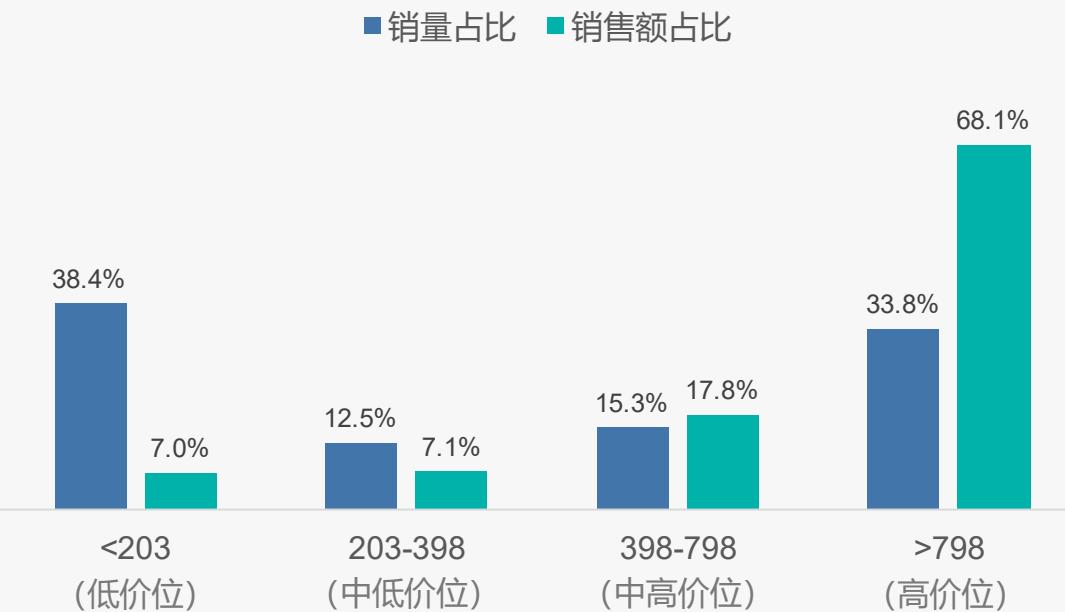
2025年一~三季度海狗海豹油品类线上销售规模 (百万元)



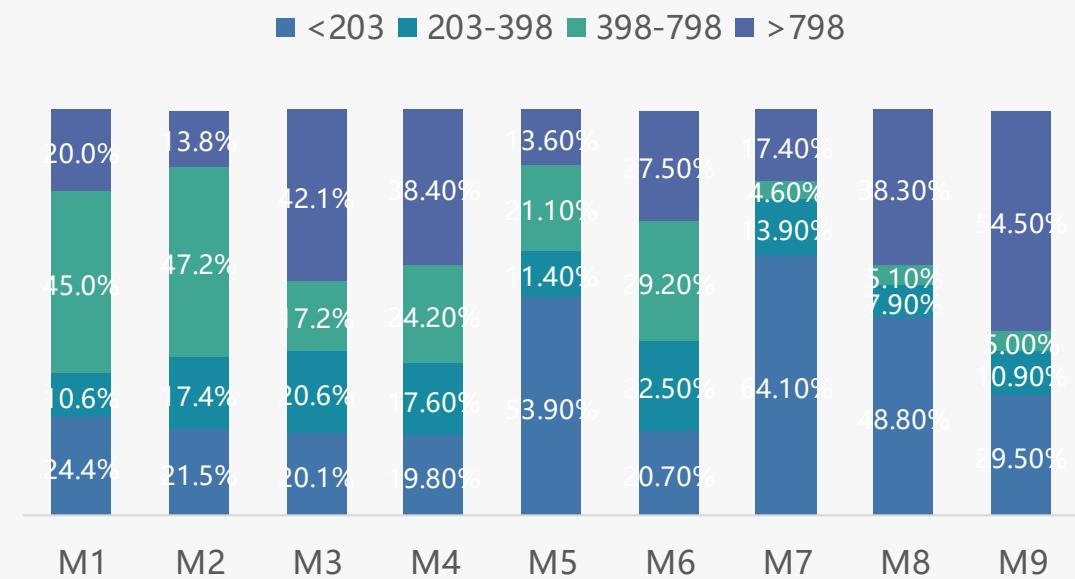
# 高端产品驱动营收 结构优化提升增长

- ◆ 从价格区间销售趋势看，>798元高端产品以33.8%销量贡献68.1%销售额，显示高客单价策略驱动营收增长，但<203元低端产品销量占比38.4%仅贡献7.0%销售额，反映产品结构需优化以提升整体ROI。月度销量分布波动显著：M5、M7、M8月<203元产品销量占比超48%，而M3、M9月>798元占比超42%，表明季节性促销或营销活动影响价格敏感度，需加强库存周转率管理应对需求变化。
- ◆ 中高端区间（398-798元）销量占比15.3%但销售额占比17.8%，单位价值较高；结合203-398元区间销量占比12.5%销售额占比7.1%，显示中间价位产品盈利能力不足，建议调整定价或捆绑销售以提升同比增速。

2025年一~三季度海狗海豹油线上不同价格区间销售趋势

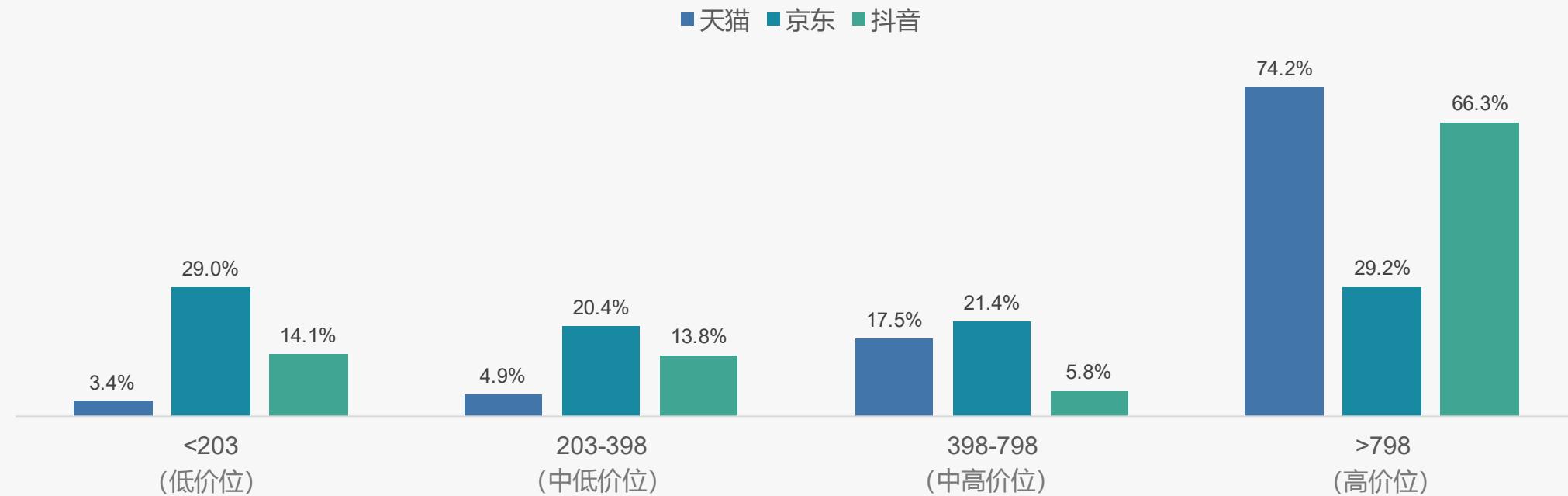


海狗海豹油线上价格区间-销量分布



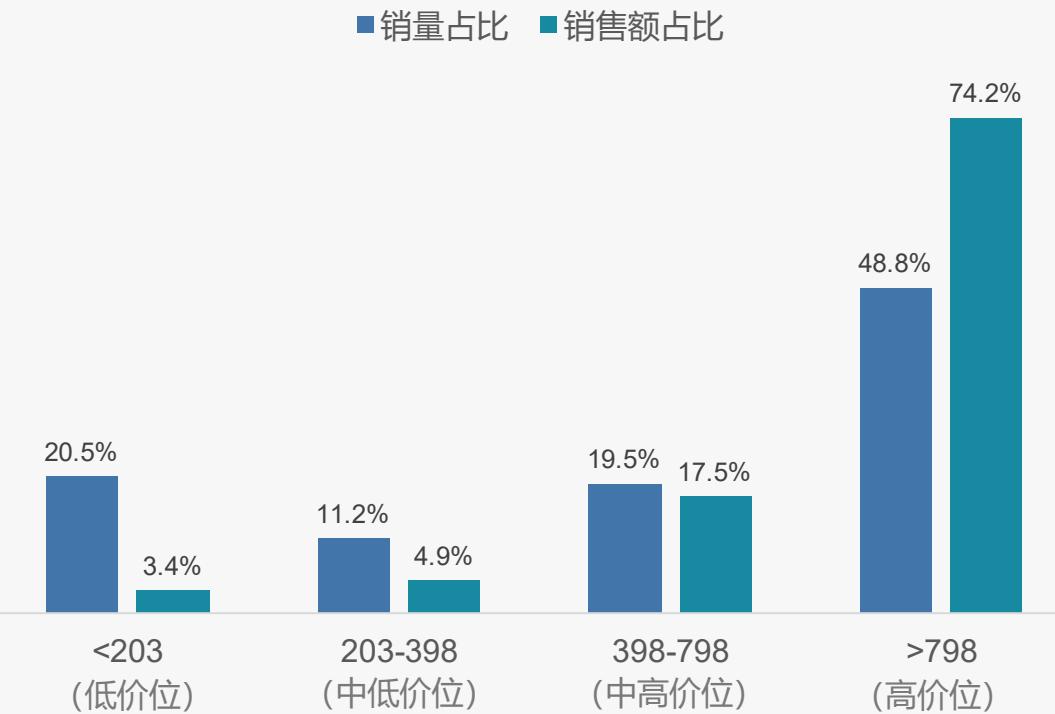
- ◆ 从价格区间分布看，天猫和抖音均以高端市场 (> 798元) 为主导，分别占比74.2%和66.3%，显示消费者对高溢价产品接受度高；京东则分布相对均衡，各区间占比20%-29%，表明其用户群体更广泛。高端产品的高占比可能反映品牌溢价策略成功，但需关注高单价对销量的潜在抑制。
- ◆ 中低端市场 (<398元) 在京东占比最高 (49.4%)，天猫和抖音分别为8.3%和27.9%，揭示京东在价格敏感用户中渗透更强。平台间策略差异显著：天猫和抖音依赖高端产品拉动销售额，可能通过内容营销提升感知价值；京东均衡布局利于风险分散，但高端占比29.2%仍有提升空间。业务上，建议天猫/抖音强化高端产品供应链，京东可优化中端产品组合以提高整体ROI。

2025年一~三季度各平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势

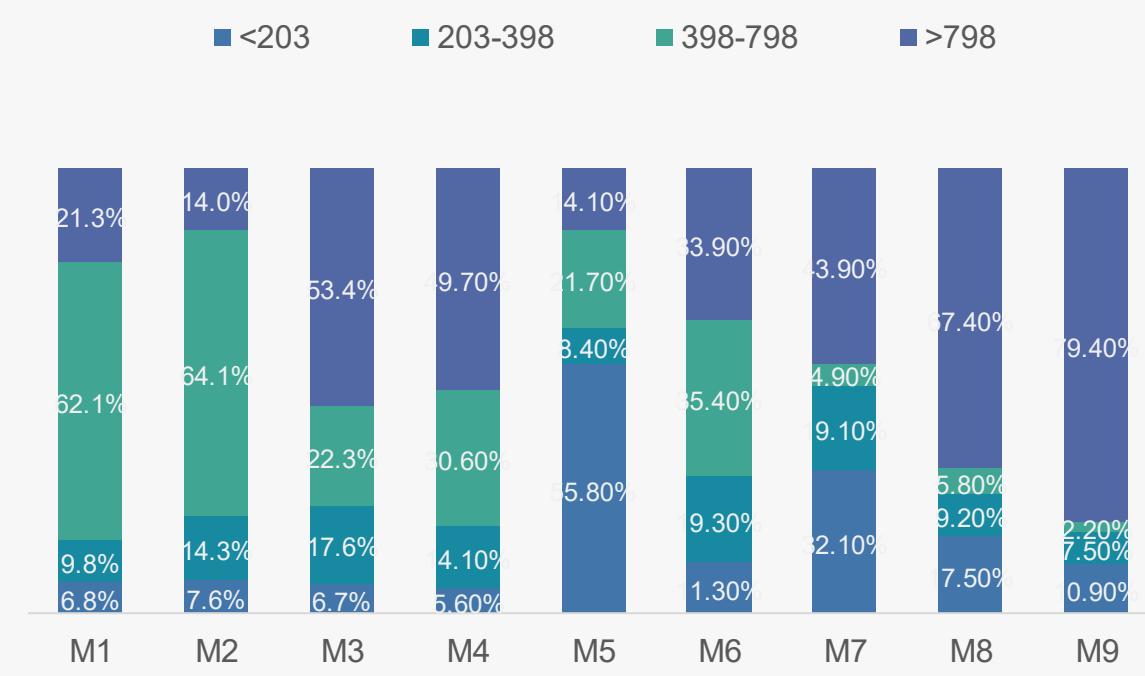


- ◆ 从价格区间结构看，>798元高端产品贡献了74.2%的销售额，但销量占比仅48.8%，表明高单价产品是核心利润来源，产品结构呈现明显高端化趋势。月度销量分布显示，M5和M7月<203元低价产品销量激增（分别达55.8%、32.1%），可能受促销活动影响，但高端产品在M8-M9持续走高（>798元占比67.4%-79.4%），反映季节性消费升级。
- ◆ 价格带对比揭示，398-798元中端产品销量占比19.5%但销售额占比17.5%，效益偏低；而<203元产品销量占比20.5%仅贡献3.4%销售额，需优化产品组合以提升整体ROI。

2025年一~三季度天猫平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势



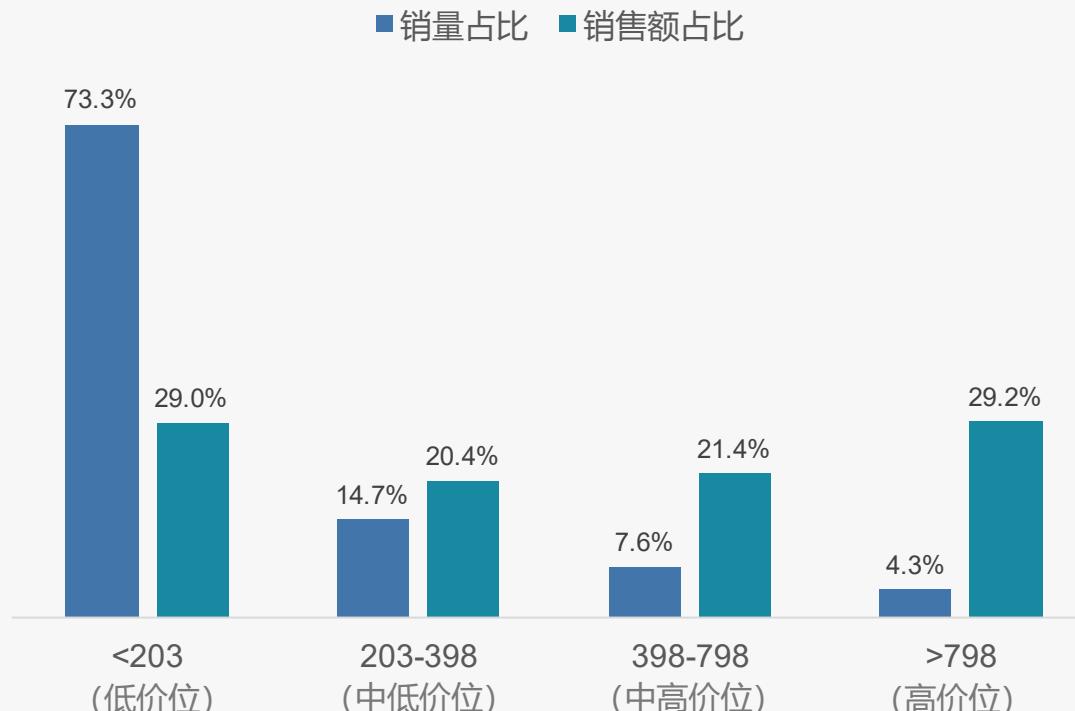
天猫平台海狗海豹油价格区间-销量分布



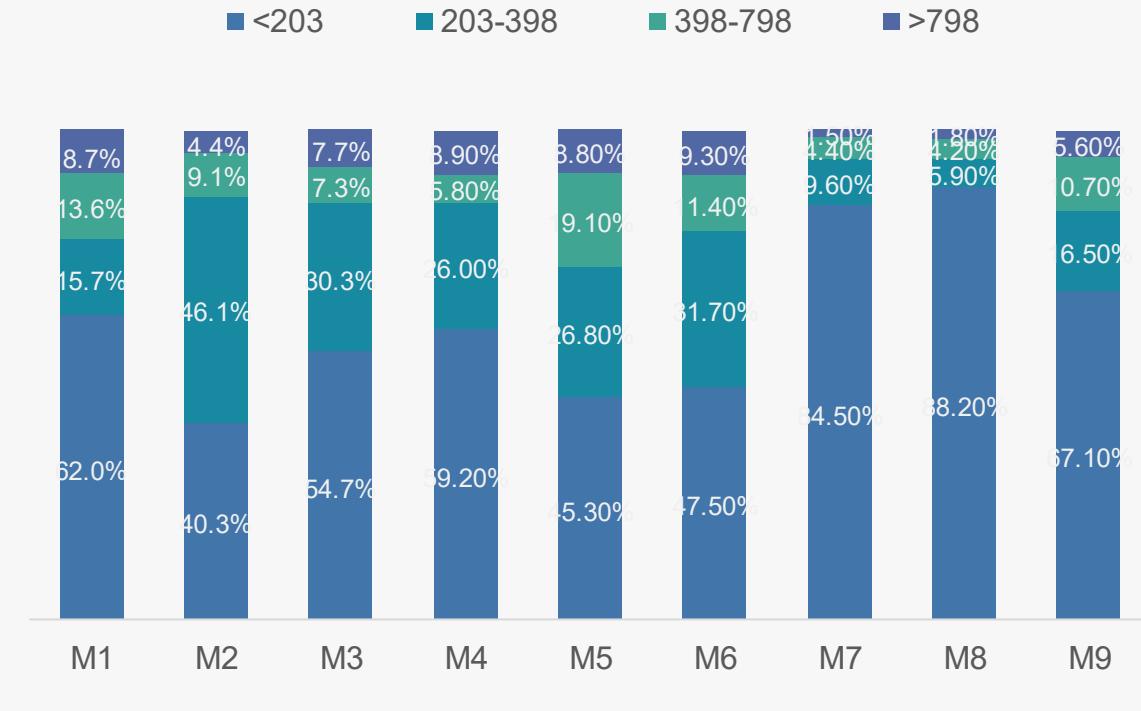
# 京东海狗油低价走量高端高利

- ◆ 从价格结构看，京东平台呈现两极分化特征。低价位 (<203元) 销量占比73.3%但销售额仅占29.0%，而高价位 (>798元) 以4.3%的销量贡献29.2%的销售额。月度销量分布显示明显的季节性波动。M7-M8月低价位销量占比骤升至84.5%-88.2%，可能受促销活动或季节性消费影响，导致中高价位产品被挤压；M2和M5中端价位 (203-398元) 占比上升，反映消费结构阶段性调整。
- ◆ 价格区间的销售额贡献与销量严重不匹配。中高价位 (398-798元和>798元) 合计以11.9%的销量贡献50.6%的销售额，表明产品组合需优化，提升中高端占比可显著改善营收结构，但需关注库存周转率。

2025年一~三季度京东平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势



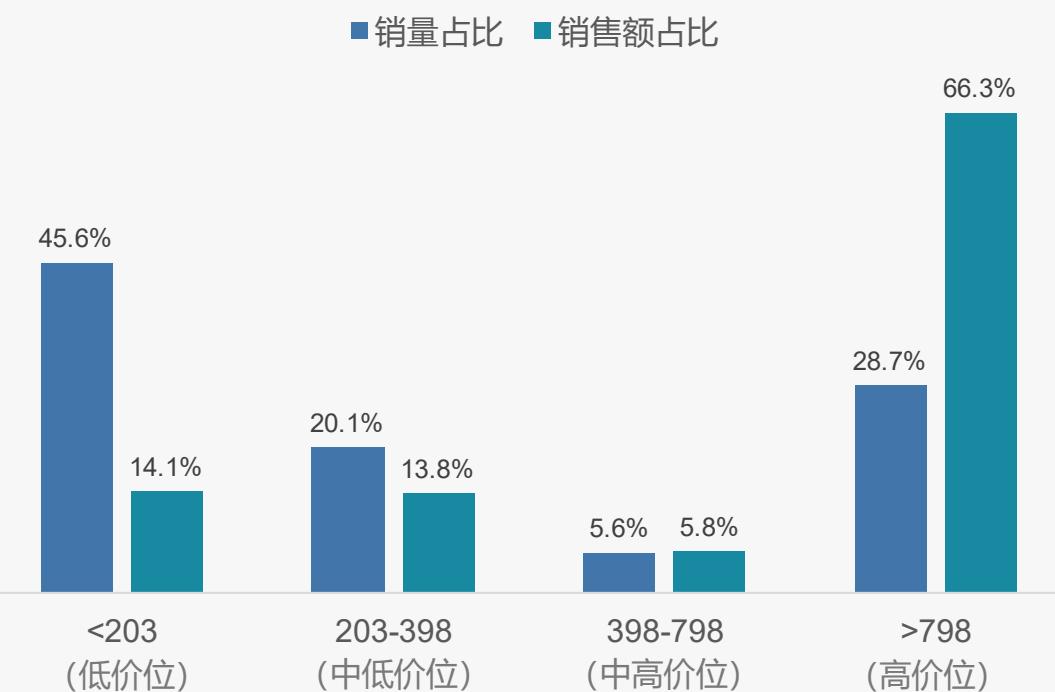
京东平台海狗海豹油价格区间-销量分布



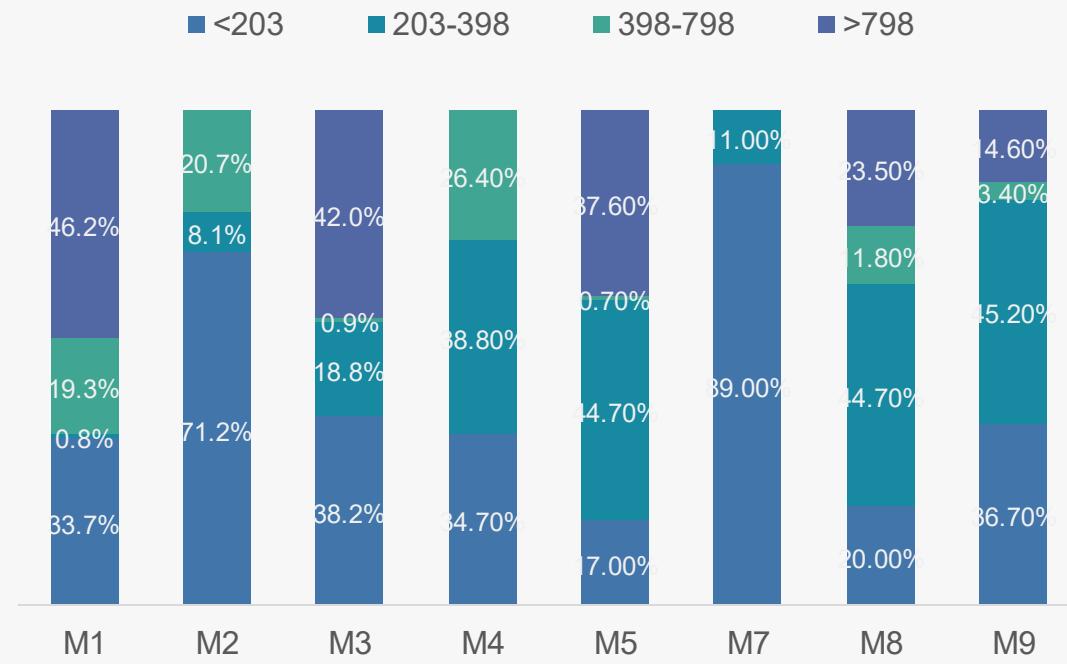
# 高端产品主导销售额 低端产品销量高

- ◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台呈现明显的两极分化特征。低于203元的价格区间销量占比高达45.6%，但销售额占比仅14.1%，表明该区间产品单价较低，周转率快但利润贡献有限。而高于798元的高端产品销量占比28.7%，却贡献了66.3%的销售额，显示高端市场具有更高的客单价和更强的盈利能力，是平台的核心利润来源。
- ◆ 从月度销量分布变化分析，各价格区间的市场份额波动显著。M7月203-398元区间销量占比突增至89.0%，可能存在促销活动或季节性消费需求变化。M1、M3、M5月高于798元产品占比均超过37%，显示高端产品在特定月份需求旺盛。整体看，中低端产品销量占比波动较大，高端产品相对稳定但存在季节性差

2025年一~三季度抖音平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势



抖音平台海狗海豹油价格区间-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**海狗海豹油消费行为、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年内购买过海狗海豹油的消费者；
- 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9月

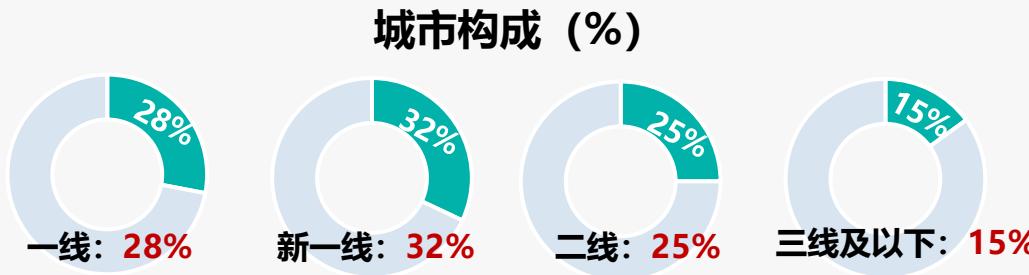
样本数量

N=1202

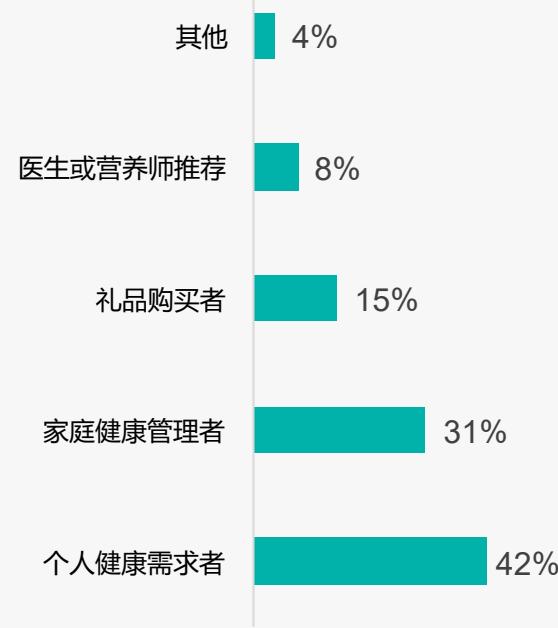
# 中青年中高收入群体主导健康需求消费

- ◆调查显示，海狗海豹油消费主力为中青年群体，36-45岁占比34%，26-35岁占23%；中高收入人群为主，8-12万元收入者占31%，5-8万元占24%。
- ◆消费决策以健康需求驱动，个人健康需求者占42%，家庭健康管理师占31%；市场集中度高线城市，新一线城市占32%，一线城市占28%。

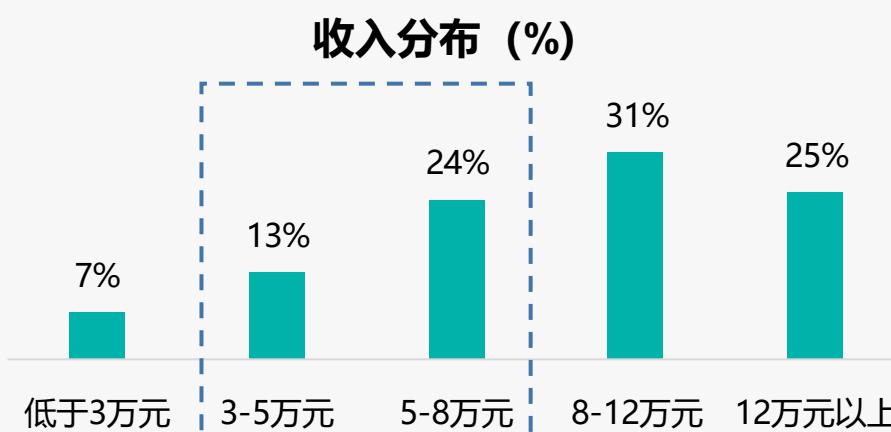
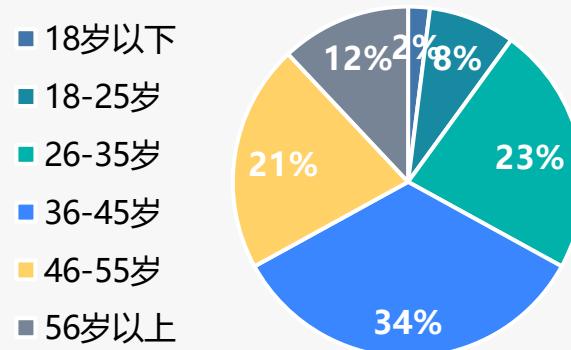
## 2025年中国海狗海豹油消费者画像



### 消费决策者角色分布 (%)



### 年龄构成 (%)

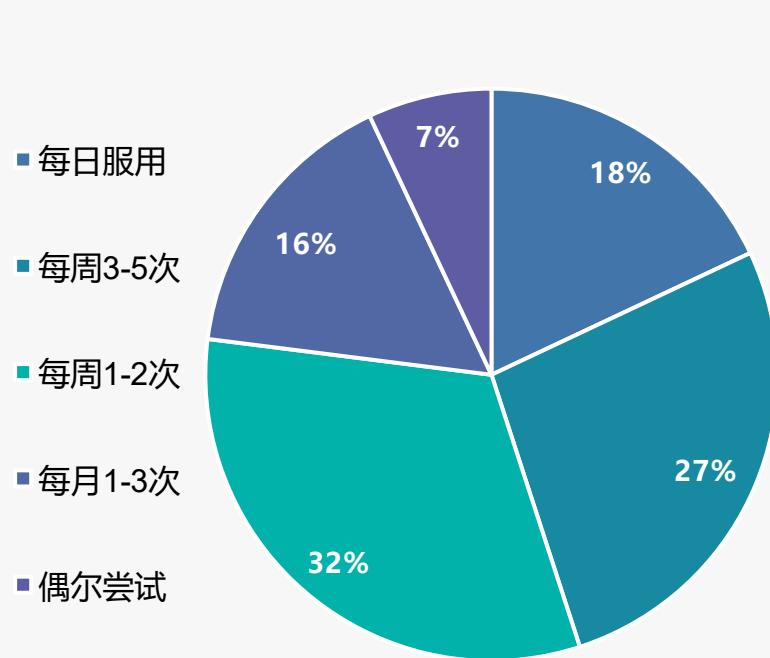


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

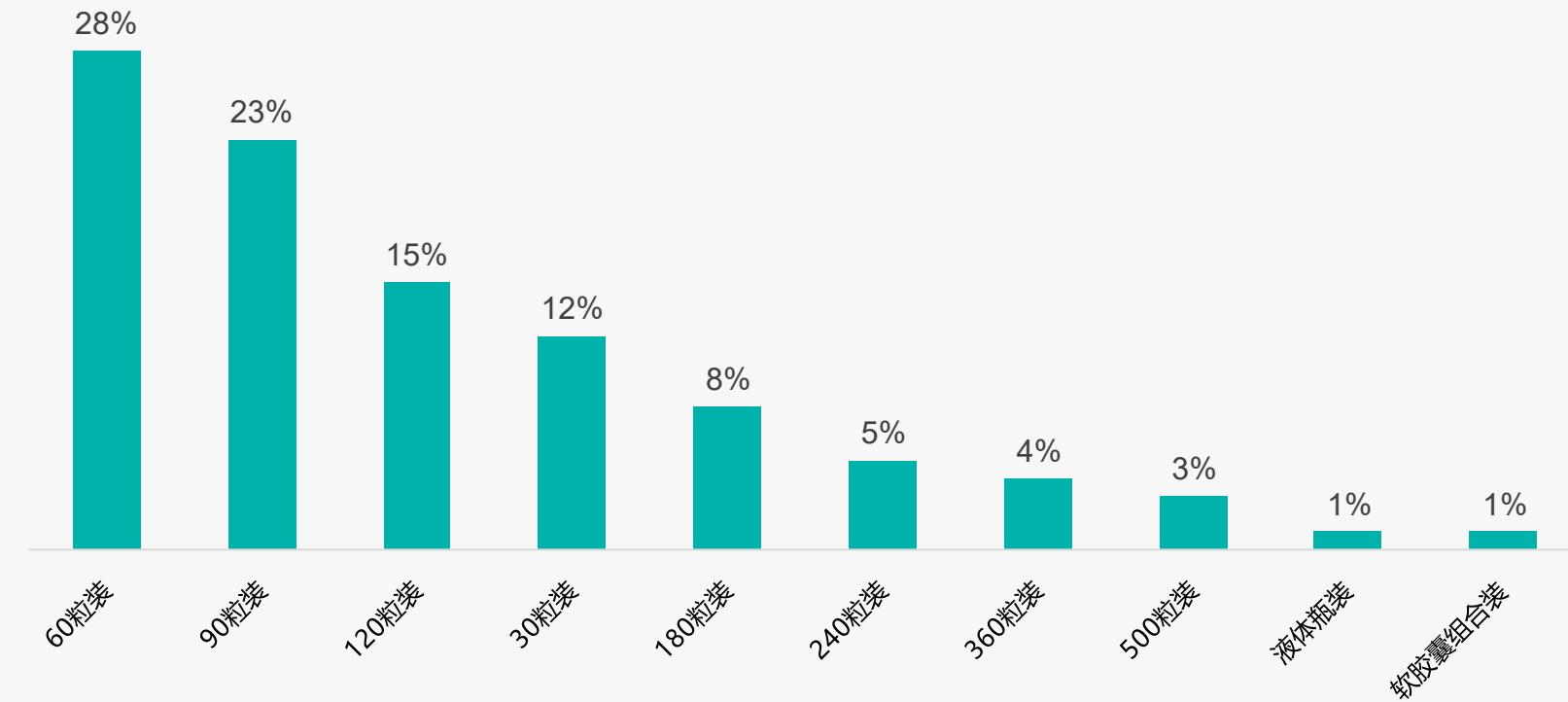
# 海狗油消费规律性为主中等规格主导

- ◆ 消费频率以每周1-2次为主，占比32%，每周3-5次占27%，每日服用占18%，显示规律性服用是主流，高频率需求也占一定比例。
- ◆ 产品规格中60粒装最受欢迎，占28%，90粒装占23%，大规格及液体、软胶囊装合计仅占少数，反映中等容量主导市场。

2025年中国海狗海豹油消费频率分布



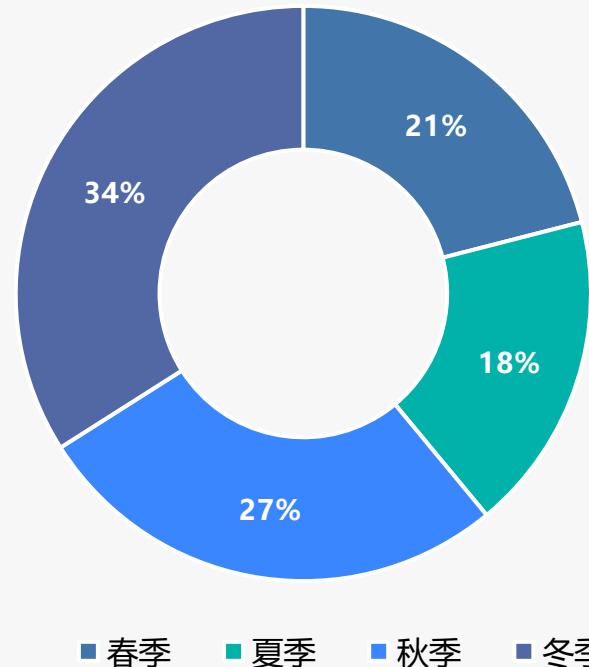
2025年中国海狗海豹油产品规格分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆单次消费支出集中在300-500元（41%）和100-300元（37%），显示中高端市场主导。消费季节分布冬季最高（34%），秋季次之（27%），体现季节性波动。
- ◆包装类型以塑料瓶装为主（38%），玻璃瓶装（22%）和铝箔泡罩包装（19%）次之，纸盒包装（15%）和其他（6%）占比较低，市场偏好明确。

2025年中国海狗海豹油消费季节分布



2025年中国海狗海豹油单次支出分布



2025年中国海狗海豹油包装类型分布

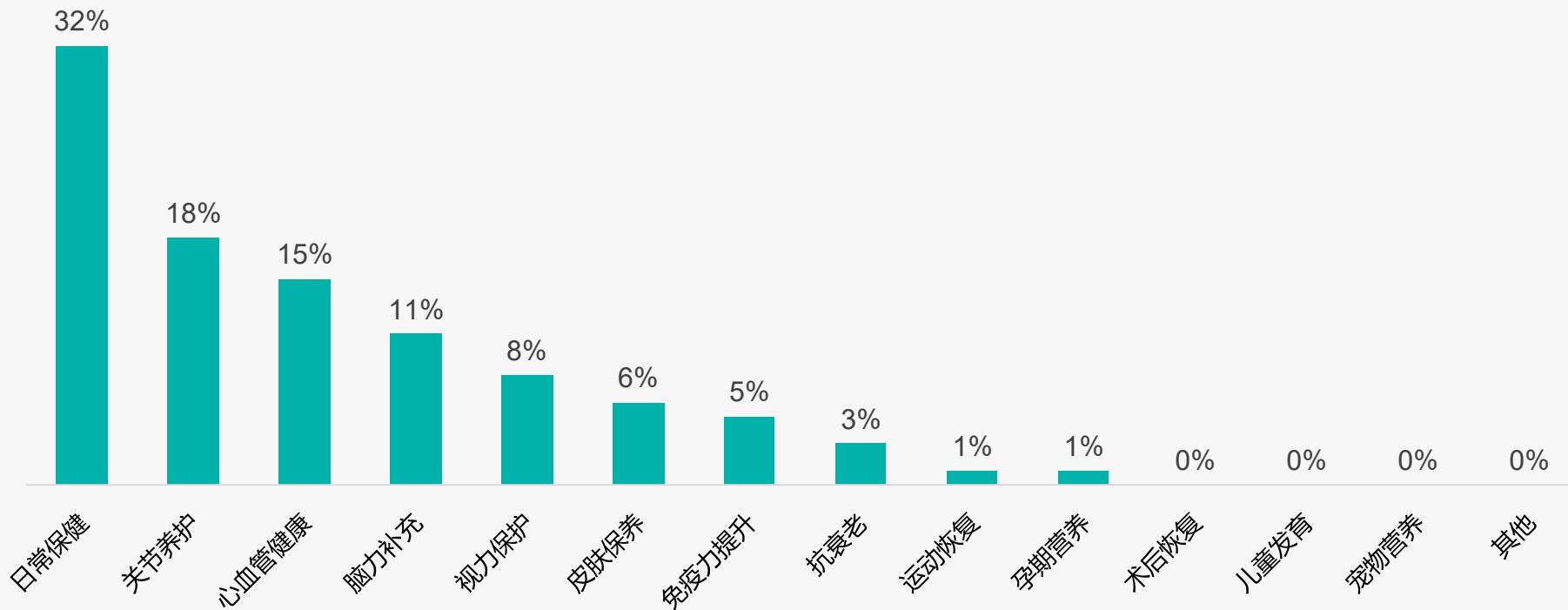


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

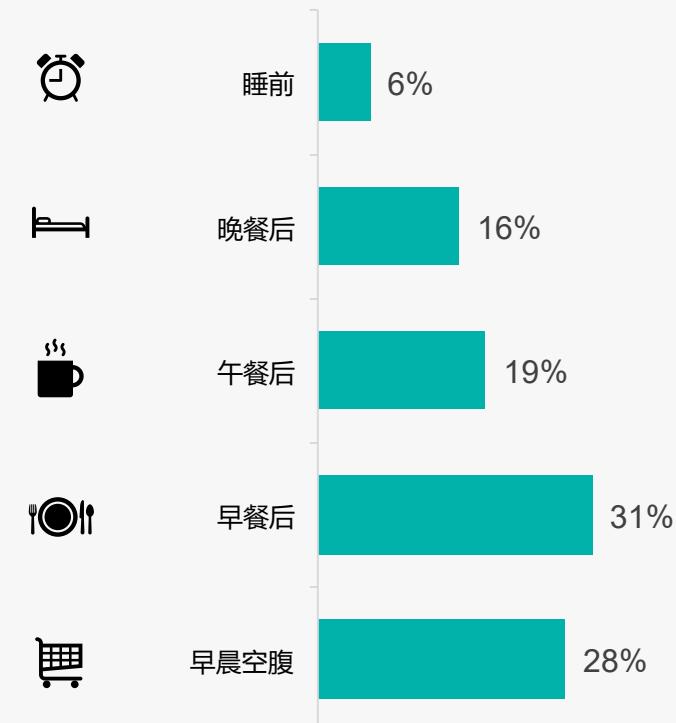
# 海狗海豹油 消费集中于 日常保健 早餐时段

- ◆海狗海豹油消费场景以日常保健为主（32%），关节养护（18%）和心血管健康（15%）次之，显示产品主要用于基础健康和特定功能维护。
- ◆消费时段集中在早餐后（31%）和早晨空腹（28%），合计占近六成，反映消费者习惯随餐或空腹服用以增强吸收效果。

2025年中国海狗海豹油消费场景分布



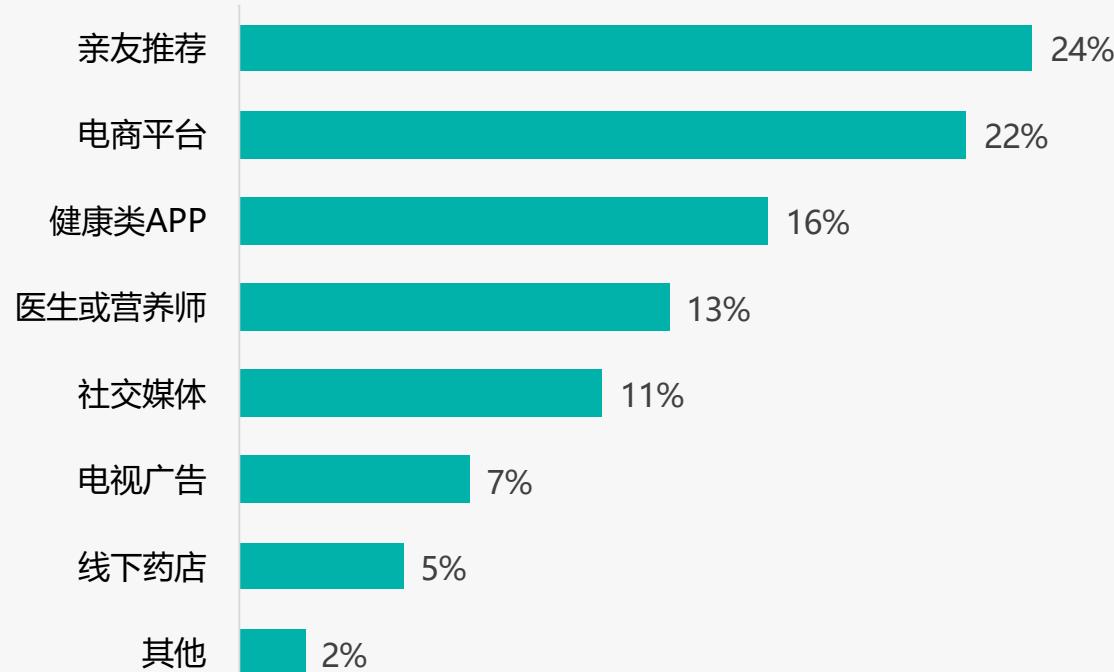
2025年中国海狗海豹油消费时段分布



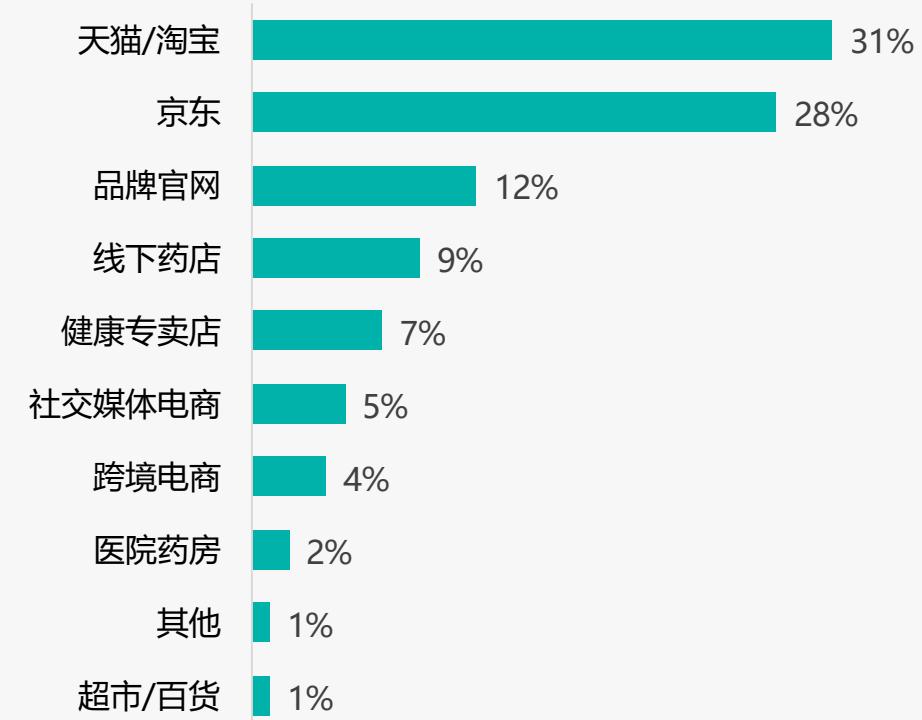
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 消费者了解海狗海豹油主要通过亲友推荐(24%)和电商平台(22%)，健康类APP(16%)和医生或营养师(13%)也占重要地位，显示口碑和专业渠道是关键信息源。
- ◆ 购买渠道高度集中于天猫/淘宝(31%)和京东(28%)，合计近六成，线下药店(9%)和健康专卖店(7%)占比较低，凸显电商平台的主导地位。

## 2025年中国海狗海豹油了解渠道分布



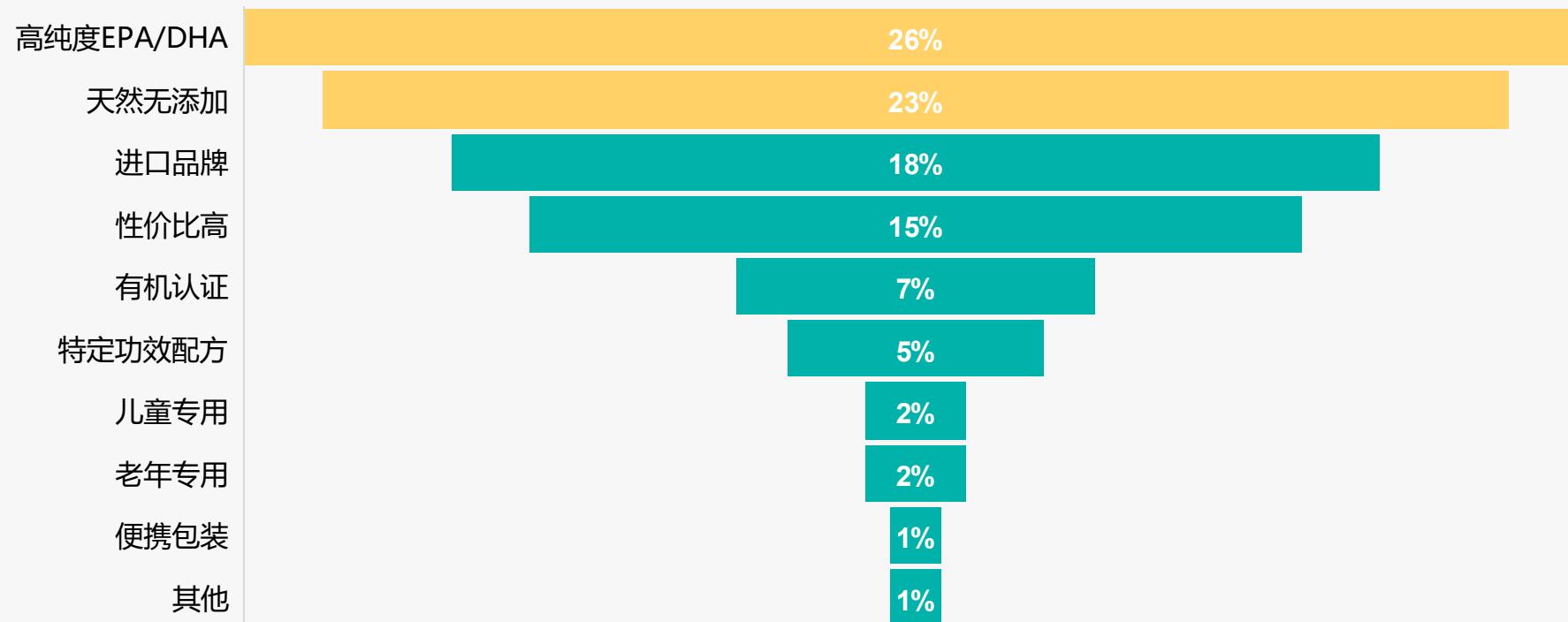
## 2025年中国海狗海豹油购买渠道分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆消费者偏好集中于高纯度EPA/DHA (26%) 和天然无添加 (23%)，显示对健康功效和产品纯度的核心需求。进口品牌 (18%) 和性价比 (15%) 为次要关注点。
- ◆有机认证 (7%) 及细分类型如儿童专用 (2%) 需求较低，表明市场以大众化健康属性为主，细分市场潜力有限。

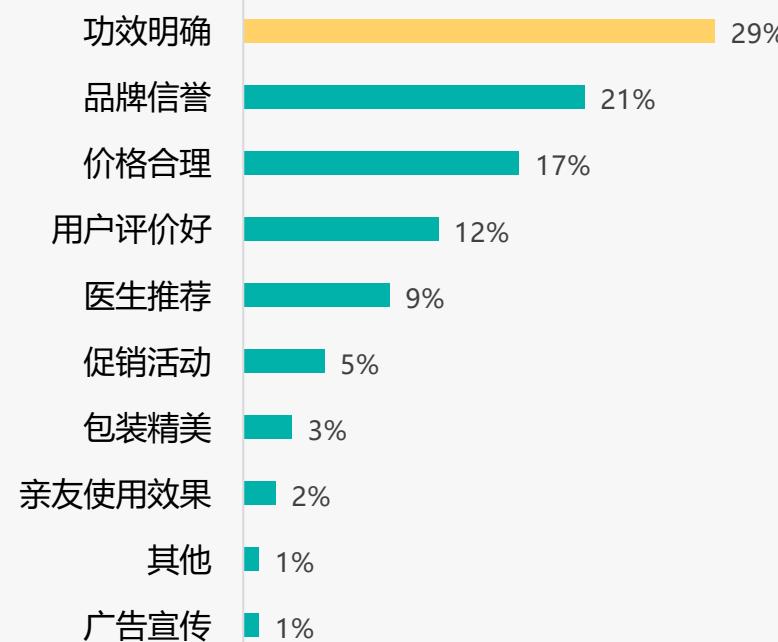
## 2025年中国海狗海豹油偏好类型分布



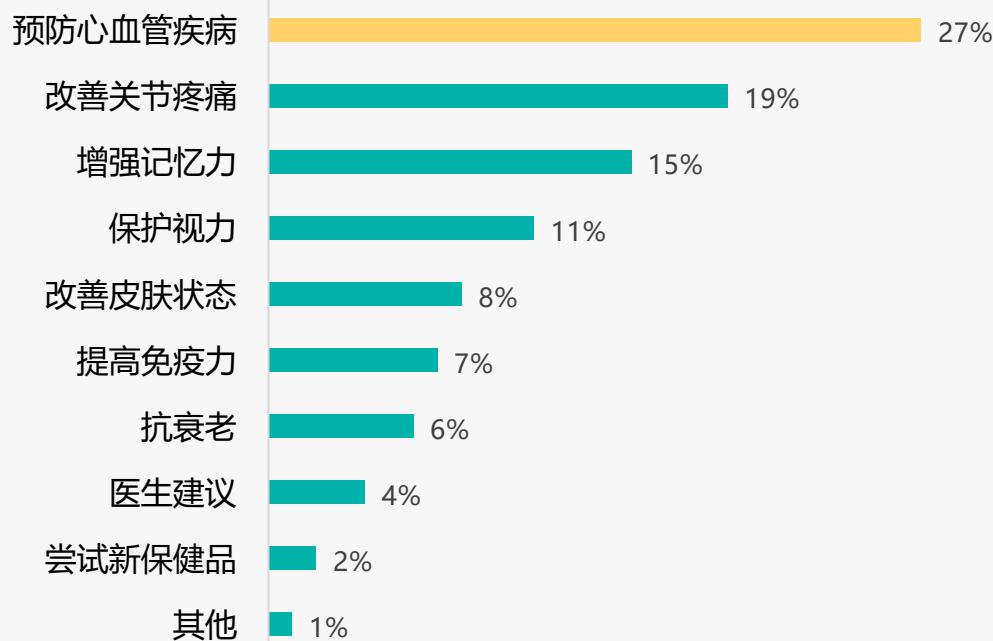
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 功效明确 (29%) 和品牌信誉 (21%) 是吸引消费者购买海狗海豹油的主要因素，价格合理 (17%) 和用户评价好 (12%) 也发挥重要作用。
- ◆ 消费者使用海狗海豹油的主要目的是预防心血管疾病 (27%) 和改善关节疼痛 (19%)，增强记忆力 (15%) 和保护视力 (11%) 也是重要原因。

## 2025年中国海狗海豹油吸引因素分布



## 2025年中国海狗海豹油消费原因分布

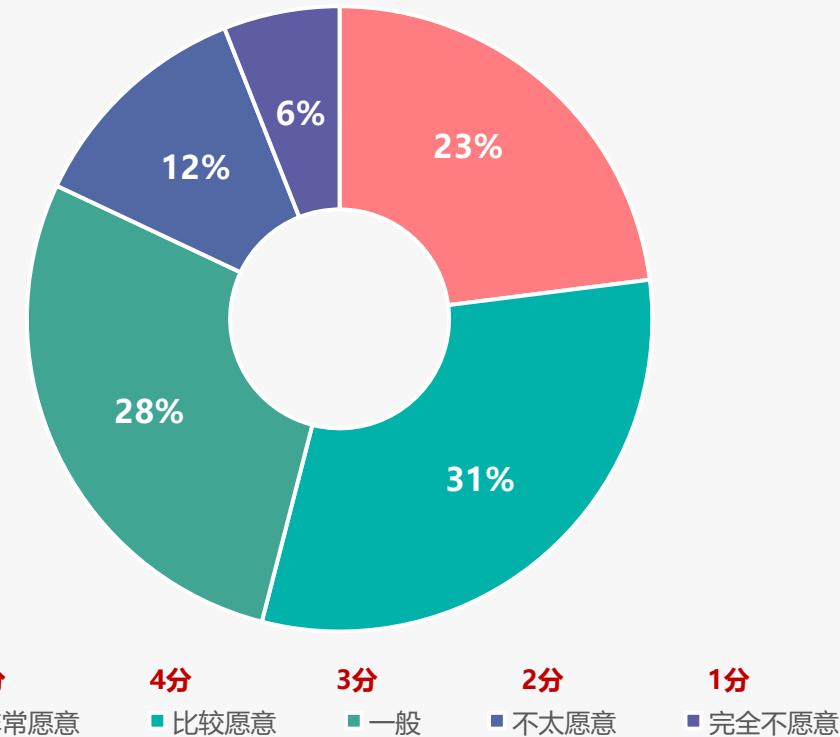


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

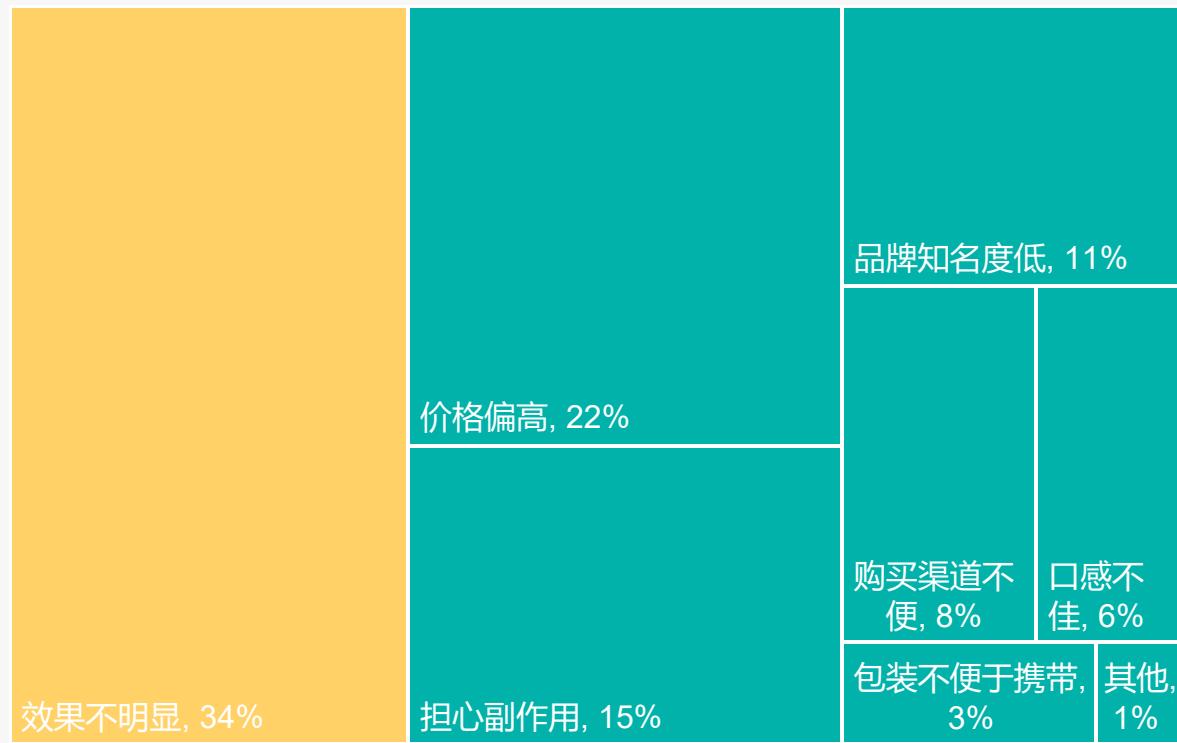
# 多数用户推荐意愿高 效果不明显是主因

- ◆消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意分别占23%和31%，合计54%，显示产品口碑积极，但效果不明显占34%为主要负面因素。
- ◆价格偏高占22%和担心副作用占15%是次要顾虑，品牌知名度低占11%，其他原因如购买渠道不便占8%，对推荐影响较小。

2025年中国海狗海豹油推荐意愿分布



2025年中国海狗海豹油不推荐原因分布

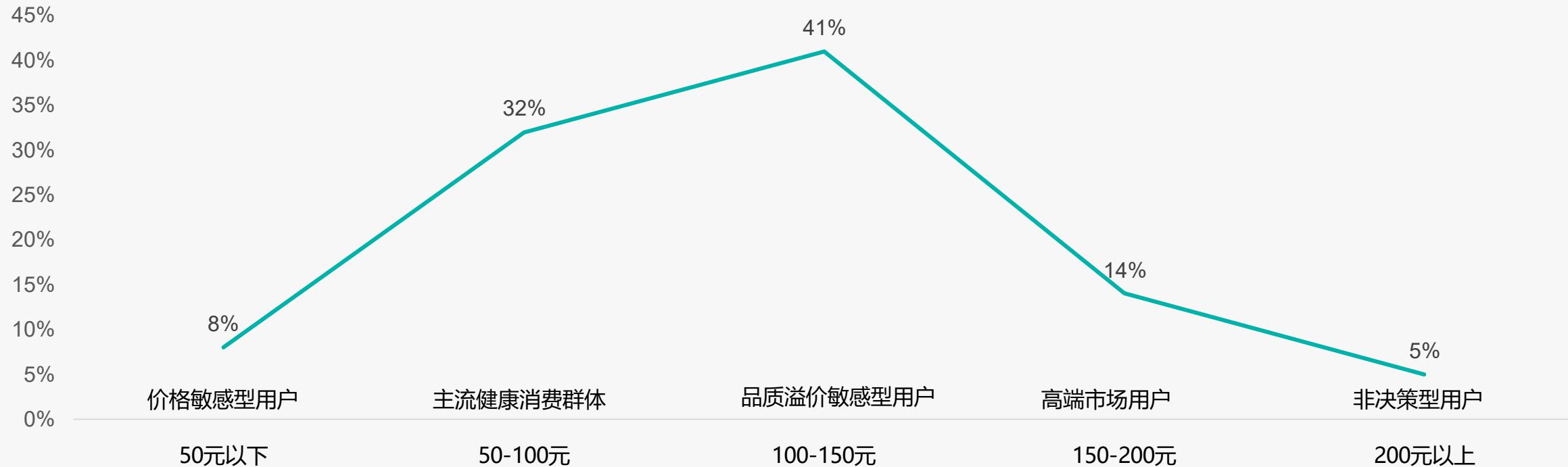


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

## 中端价格主导市场接受度高

- ◆ 价格接受度数据显示，100-150元区间占比最高，达到41%，表明消费者对中高端价格接受度较强，中端市场主导地位明显。
- ◆ 50-100元区间占比32%，显示中低端需求稳定；而50元以下和200元以上区间占比仅8%和5%，低价和超高价市场接受度较低。

### 2025年中国海狗海豹油最大规格价格接受度



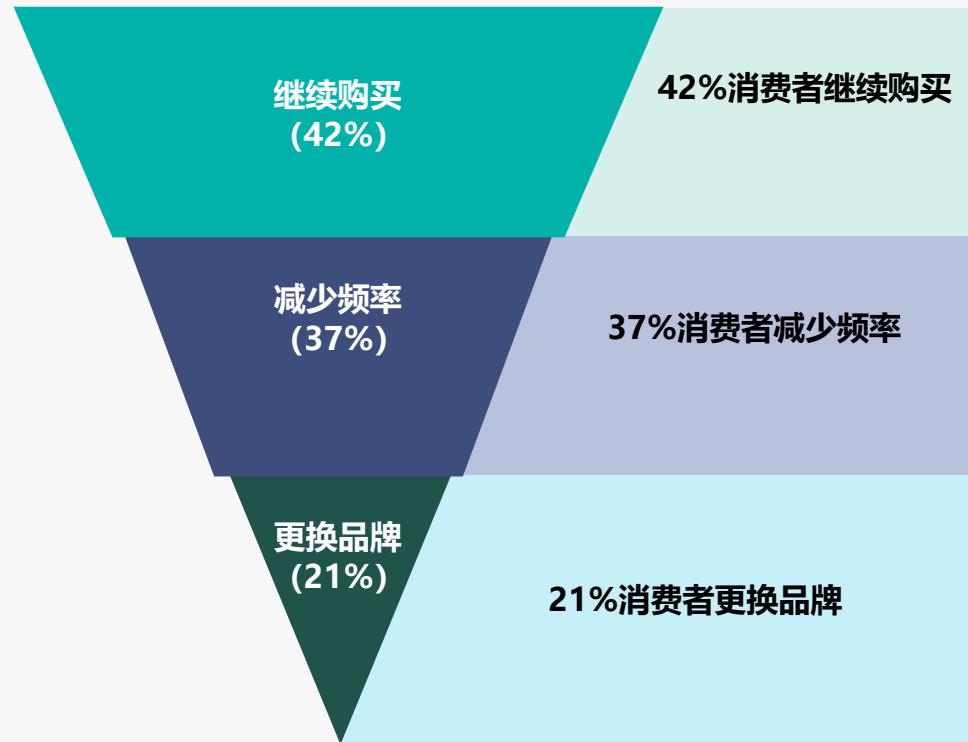
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

注：以60粒装规格海狗海豹油为标准核定价格区间

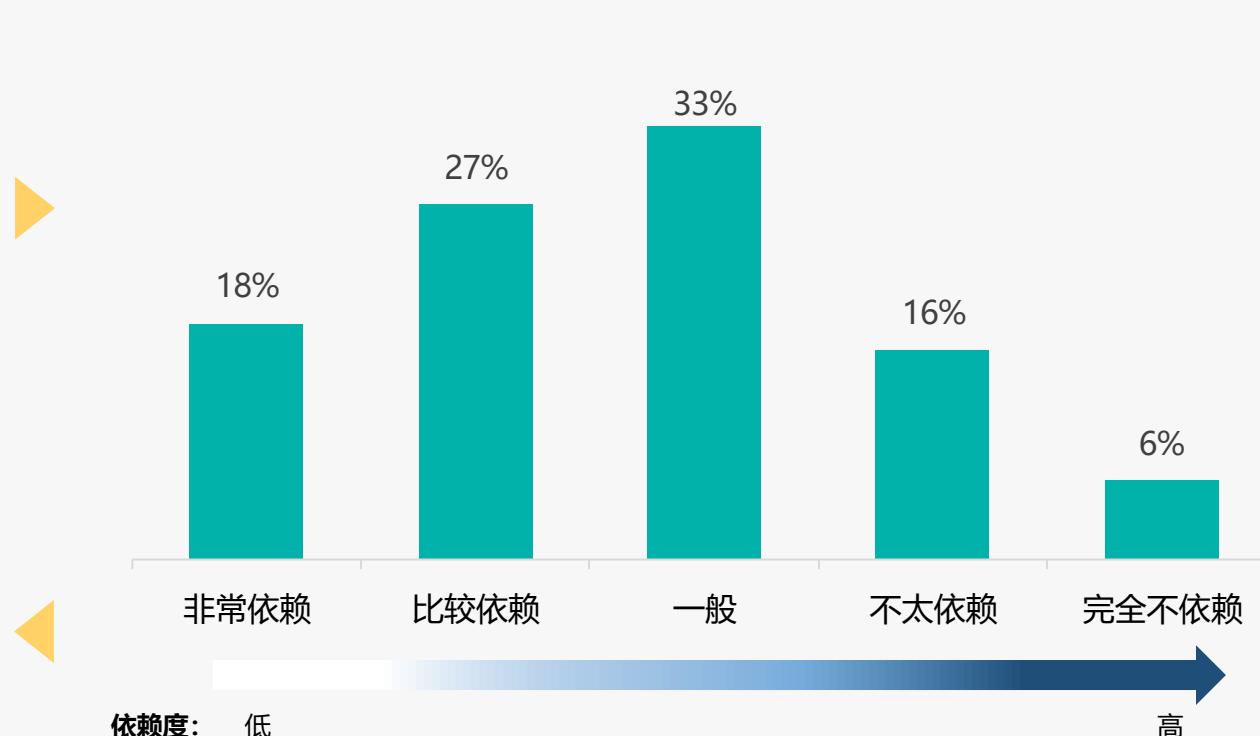
# 价格敏感度高 促销依赖显著

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，37%减少频率，21%更换品牌，显示价格敏感度较高，品牌忠诚度有限。
- ◆促销活动依赖程度：45%消费者非常或比较依赖，33%一般依赖，22%不太或完全不依赖，促销对近半数消费者影响显著。

2025年中国海狗海豹油价格上涨10%购买行为分布



2025年中国海狗海豹油促销依赖程度分布

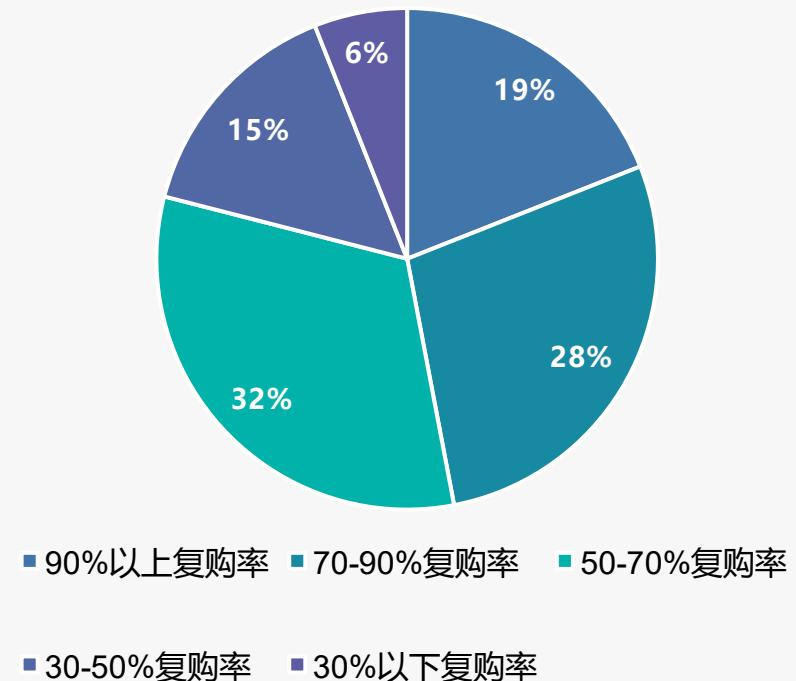


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

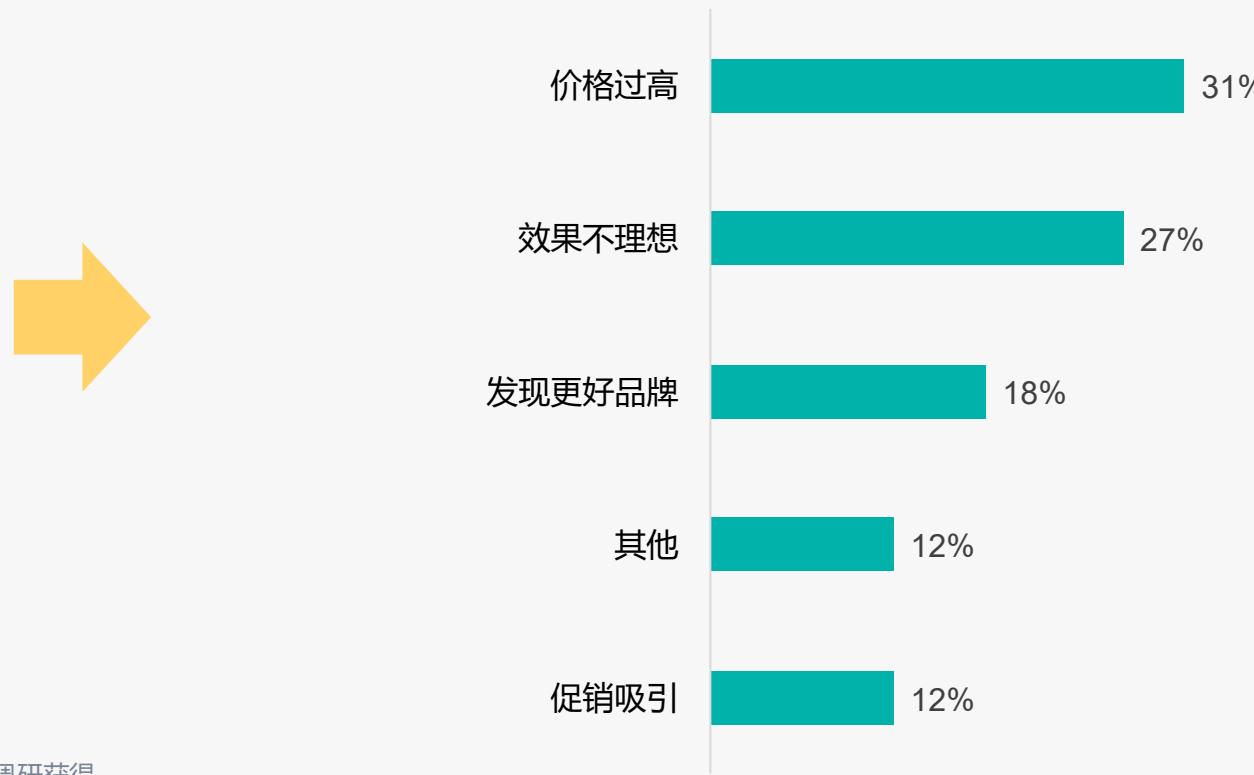
# 价格效果主导品牌转换 复购忠诚度中等

- ◆ 复购率数据显示，50-70%复购率占比最高为32%，而90%以上复购率仅占19%，表明消费者品牌忠诚度中等，高忠诚用户较少。
- ◆ 更换品牌原因中，价格过高占比31%和效果不理想占27%，合计58%，是主要驱动因素，强调性价比和产品效果的重要性。

2025年中国海狗海豹油固定品牌复购率分布



2025年中国海狗海豹油更换品牌原因分布

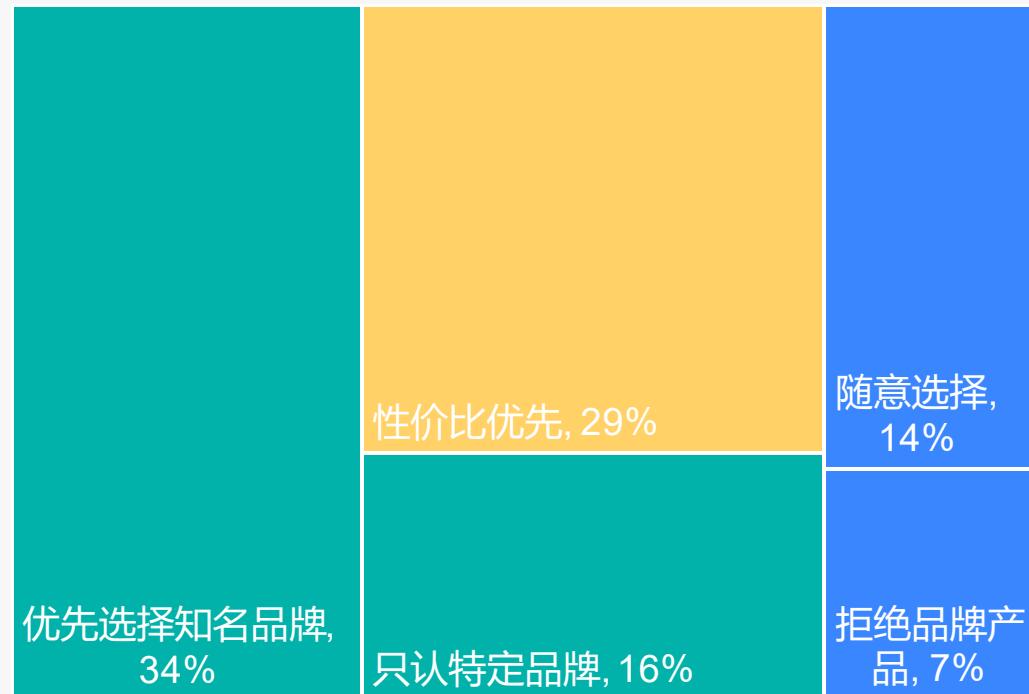


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

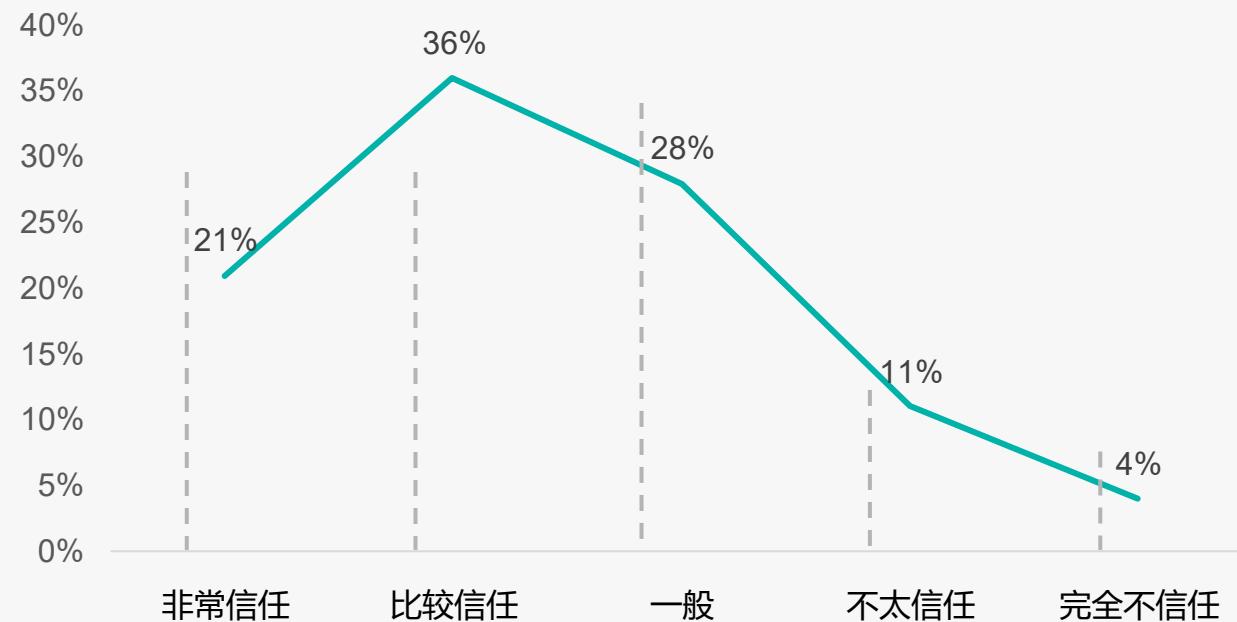
# 品牌信任度高 性价比影响大

- ◆消费者品牌选择意愿中，优先选择知名品牌占比最高达34%，性价比优先占29%，显示品牌认知度和价格因素共同影响购买决策。
- ◆对品牌产品态度中，比较信任和非常信任合计达57%，反映整体信任度较高，但不太信任和完全不信任合计15%需关注。

2025年中国海狗海豹油品牌产品消费意愿分布



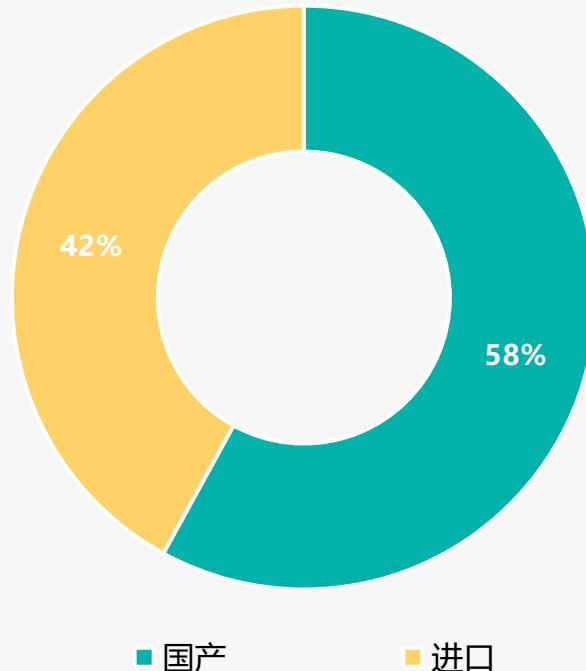
2025年中国海狗海豹油品牌产品态度分布



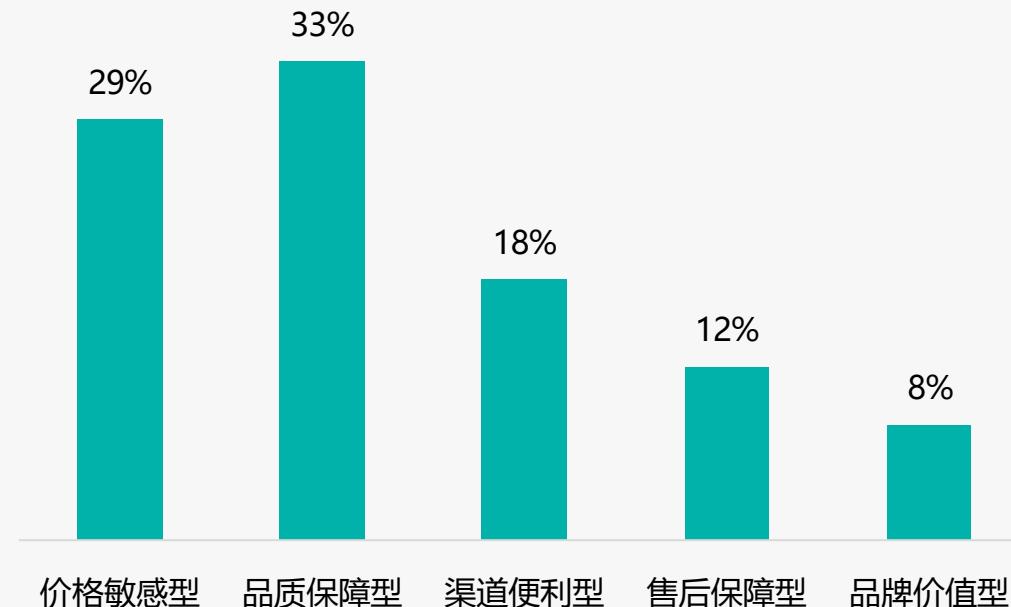
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 国产海狗海豹油消费占比为58%，显著高于进口品牌的42%，显示消费者对本土品牌偏好明显，市场主导地位稳固。
- ◆ 品牌偏好中品质保障型占比最高达33%，价格敏感型为29%，表明品质和价格是核心购买因素，品牌价值影响较小。

2025年中国海狗海豹油国产进口品牌消费分布



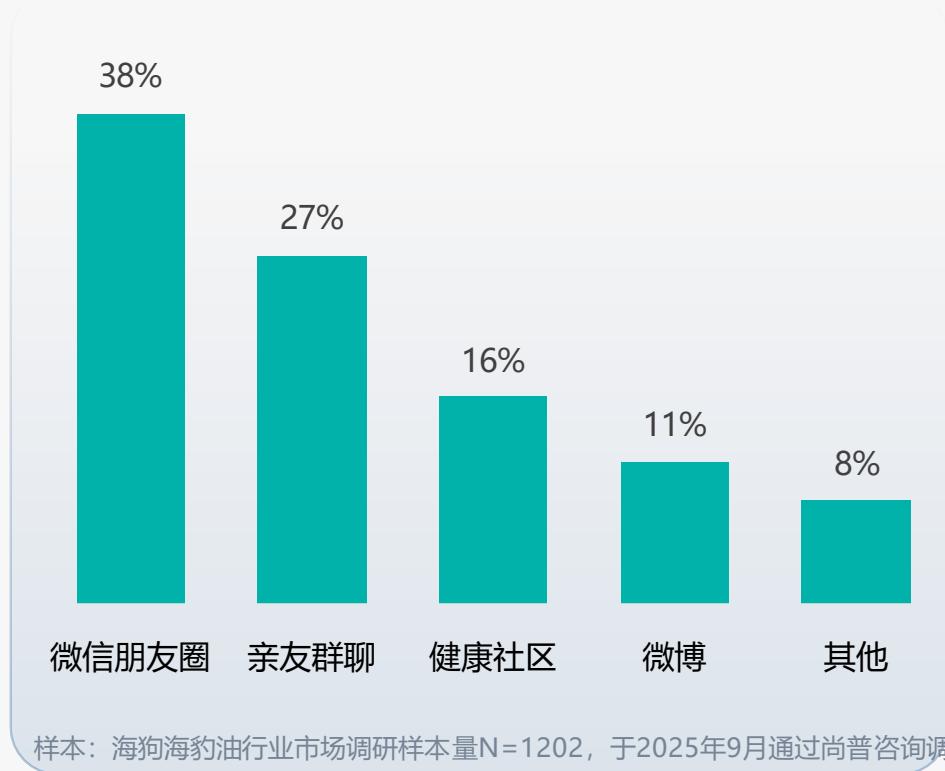
2025年中国海狗海豹油品牌偏好类型分布



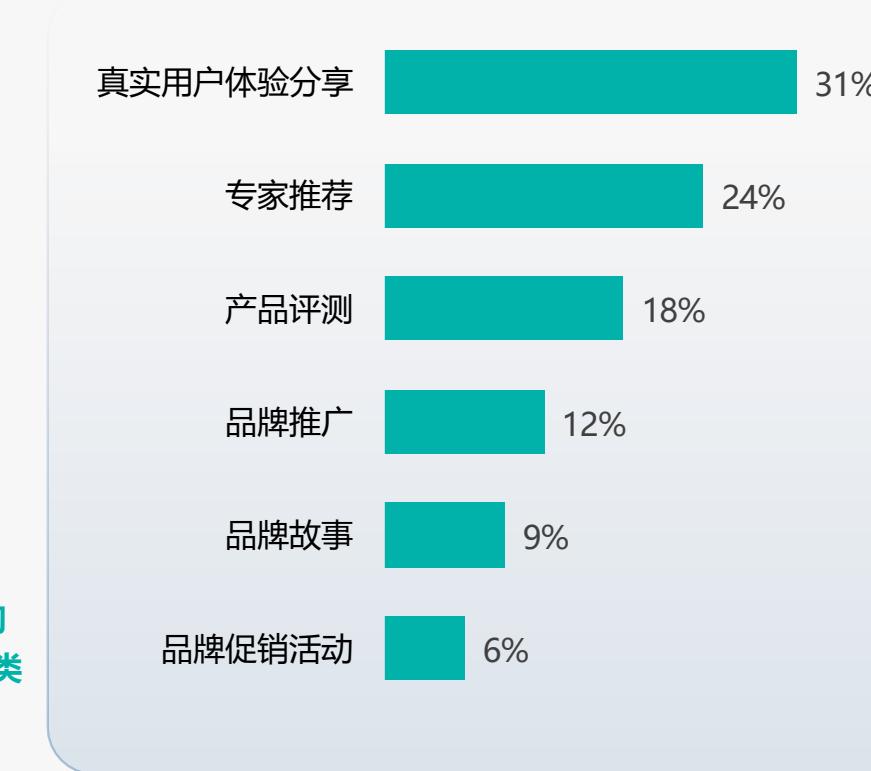
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 社交分享以微信朋友圈38%和亲友群聊27%为主，健康社区16%次之，显示消费者偏好私密圈和健康主题传播。
- ◆ 内容类型中真实用户体验分享31%和专家推荐24%占主导，产品评测18%，反映消费者依赖真实反馈和专业意见。

## 2025年中国海狗海豹油社交分享渠道分布

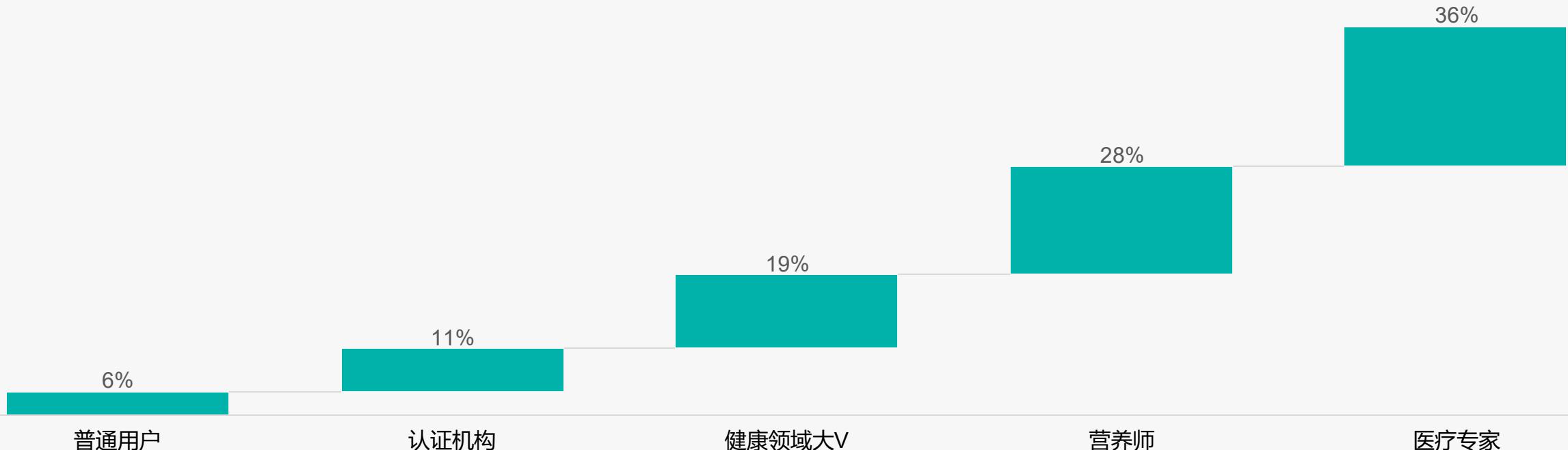


## 2025年中国海狗海豹油社交内容类型分布



- ◆医疗专家以36%的信任度成为消费者最信赖的博主类型，营养师以28%紧随其后，凸显专业资质在信息传播中的核心作用。
- ◆健康领域大V信任度为19%，认证机构仅11%，普通用户6%，显示专业性和权威性是消费者信任的关键因素。

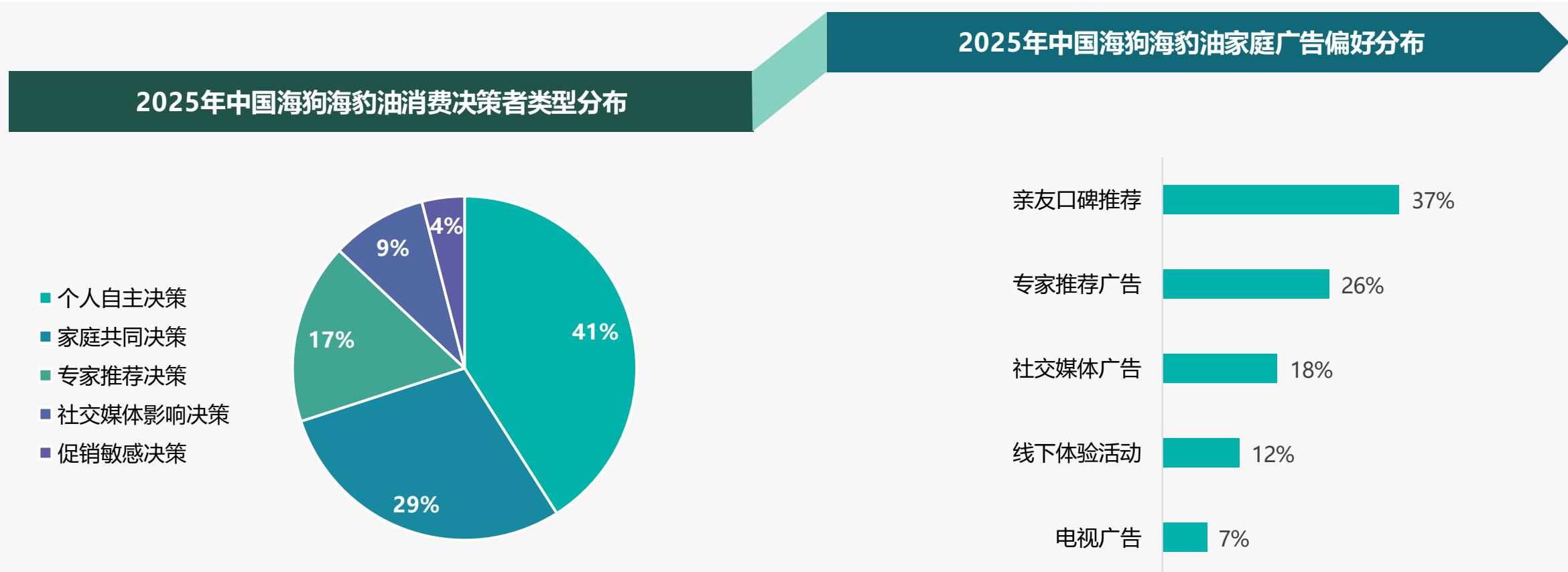
## 2025年中国海狗海豹油社交信任博主类型分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 口碑主导 专家次之 传统媒体弱

- ◆ 亲友口碑推荐占比最高达37%，专家推荐广告占26%，显示消费者对熟人推荐和专业意见高度依赖，信任是购买决策关键因素。
- ◆ 社交媒体广告占18%，线下体验活动占12%，电视广告仅占7%，传统媒体效果较弱，数字渠道有提升空间。

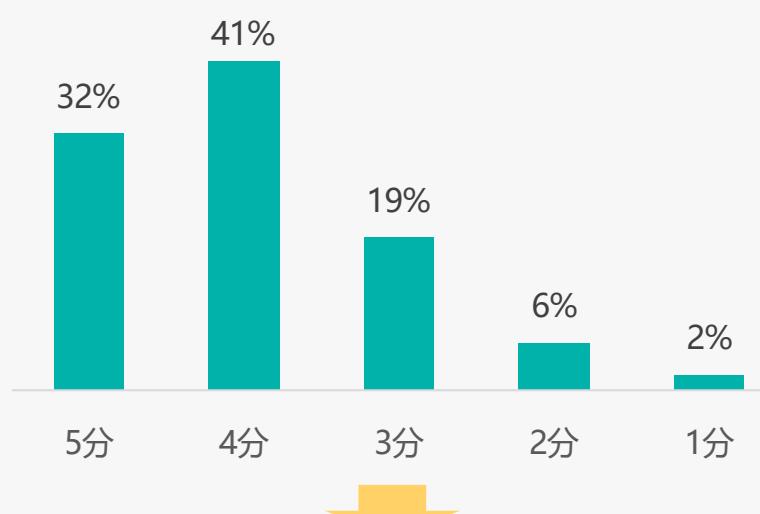


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

# 退货体验满意度低 需重点改进

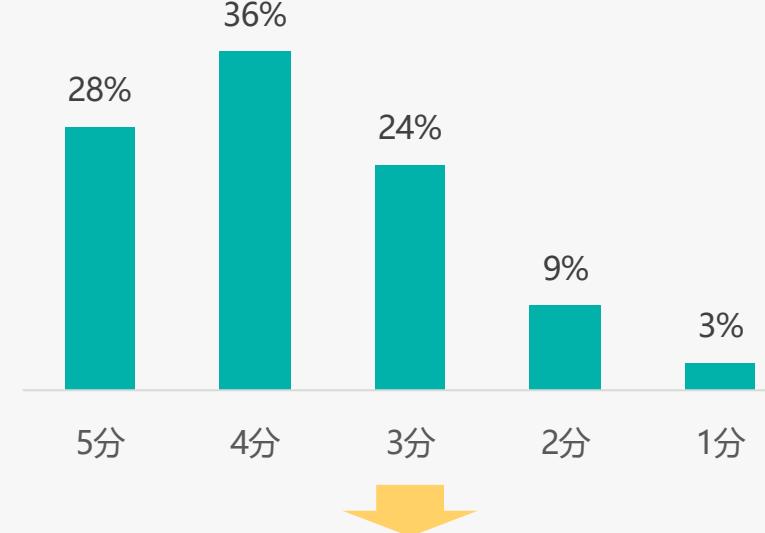
- ◆线上消费流程和客服满意度较高，5分和4分占比分别为73%和70%，但退货体验满意度较低，5分和4分占比仅64%，显示退货环节需重点改进。
- ◆退货体验中3分及以下占比达36%，高于其他环节，表明消费者在退货过程中遇到较多问题，建议企业加强退货流程优化和服务提升。

2025年中国海狗海豹油线上消费流程满意度分布（满分5分）



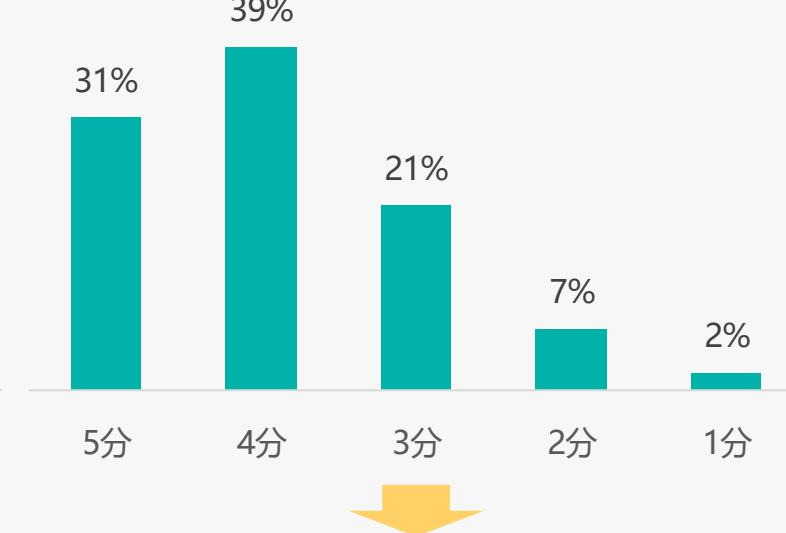
平均分：3.95

2025年中国海狗海豹油退货体验满意度分布（满分5分）



平均分：3.77

2025年中国海狗海豹油线上客服满意度分布（满分5分）

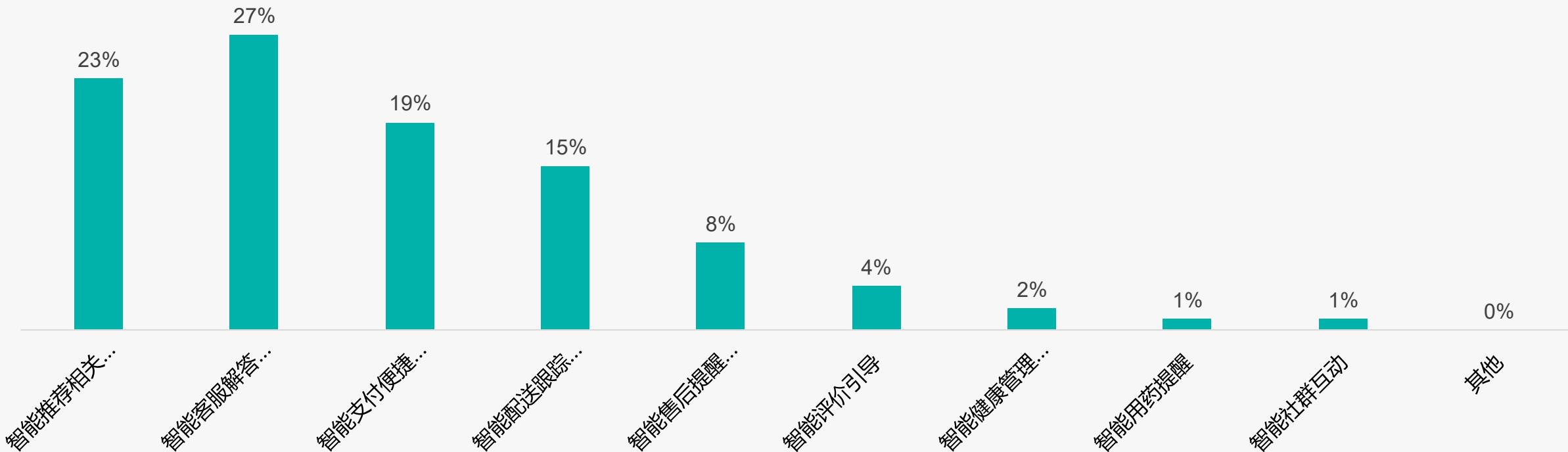


平均分：3.90

样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 智能客服解答疑问占比27%，智能推荐产品占比23%，显示消费者对即时问题解决和个性化推荐需求强烈，是线上消费体验的核心要素。
- ◆ 智能支付便捷体验占19%，智能配送跟踪服务占15%，反映支付效率和物流透明度的重要性，而健康相关智能服务需求较低，合计仅3%。

## 2025年中国海狗海豹油线上智能服务体验分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1202，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，其版权归尚普咨询集团所有。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