

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~10月蛋卷饼干市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to October 2025 Egg Roll Biscuits Category Market Insights

2025年12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

-  26-35岁中青年是核心消费群体，占比31%
-  二线城市消费占比最高达33%，市场向二线及新一线集中
-  中等收入5-8万元群体为核心目标，占比29%

## 启示

### ✓ 聚集中青年二线城市市场

品牌应重点针对26-35岁中青年群体，在二线及新一线城市加大营销和渠道布局，满足其日常休闲零食需求。

### ✓ 优化产品定价与包装策略

针对中等收入核心目标，推出10-20元区间产品，并采用家庭装(200-500g)为主，满足家庭日常需求。

 消费频率以每月几次为主，占比34%，显示日常零食习惯普遍

 单次消费支出集中在10-30元，占比41%，中低价位主导市场

 消费场景以家庭日常零食(22%)和办公室/工作间隙(17%)为主

## 启示

### ✓ 强化日常休闲零食定位

品牌应突出产品作为便捷零食品的广泛适用性，针对下午至晚上非正餐时段进行营销推广。

### ✓ 注重性价比与口感品质

消费者对价格敏感，品牌需优化10-20元区间产品，确保口感酥脆(22%)和价格实惠(19%)以吸引购买。

- 目 消费者主要通过电商平台(27%)和社交媒体(23%)了解产品，合计50%
- 目 亲友推荐占比19%，表明口碑传播具有重要影响
- 目 购买渠道以大型超市(24%)和电商平台(22%)为主，合计46%

## 启示

### ✓ 加强数字渠道营销互动

品牌应利用社交媒体(如微信朋友圈38%)和电商平台进行内容营销，鼓励用户生成真实体验分享。

### ✓ 提升品牌信任与差异化

消费者依赖品牌信任(37%)，品牌需通过质量保障和创新口味(如抹茶12%)增强特色，避免同质化。

核心逻辑：聚集中青年二线市场，以性价比和品牌信任驱动消费



## 1、产品端

- ✓ 优化10-20元中端产品规格
- ✓ 开发抹茶、水果等创新口味



## 2、营销端

- ✓ 强化社交媒体真实用户分享
- ✓ 利用微信朋友圈主导口碑传播



## 3、服务端

- ✓ 提升客服与退货流程满意度
- ✓ 增强智能搜索与个性化推荐

# 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** 蛋卷饼干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蛋卷饼干品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对蛋卷饼干的购买行为；
- 蛋卷饼干市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

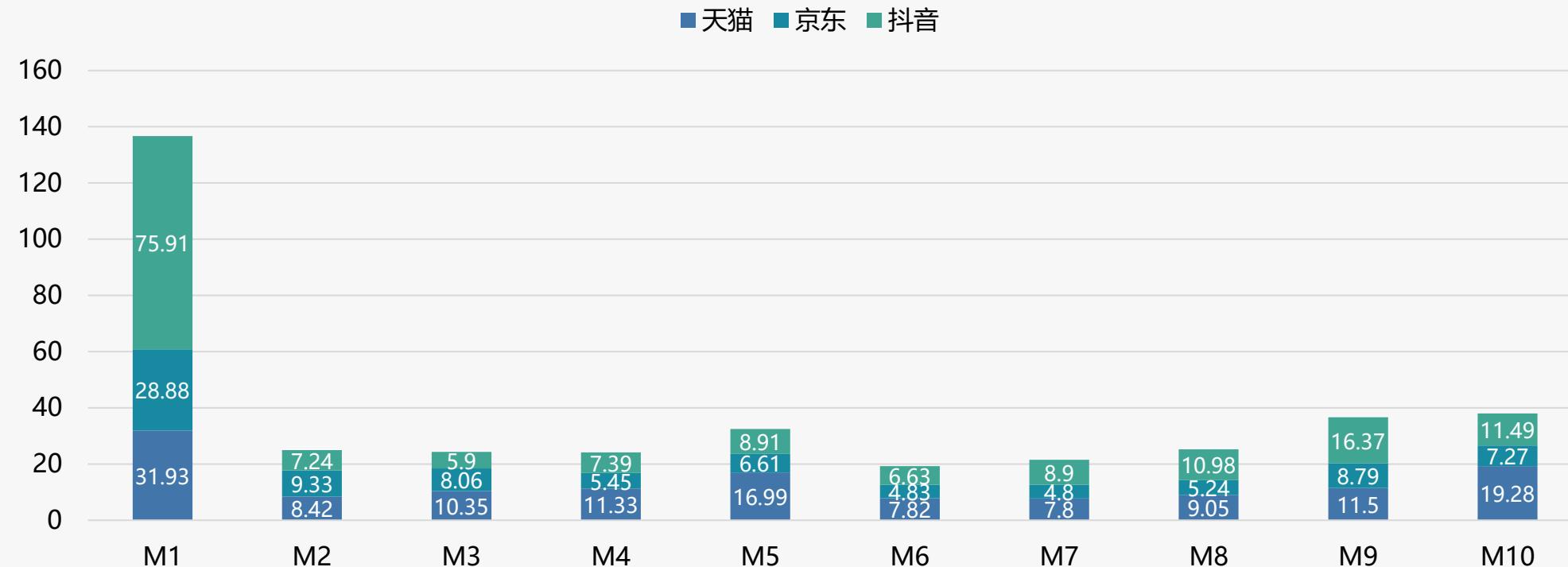
Research Method

- **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，计算蛋卷饼干品类销售额、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、不同平台蛋卷饼干品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 抖音领跑蛋卷饼干市场 旺季增长显著

- ◆ 从平台竞争格局看，抖音以全年销售额约8.4亿元领先，天猫约5.5亿元次之，京东约3.3亿元居后。抖音在M1、M8-M10表现突出，尤其在M9达1.6亿元峰值，显示其社交电商优势；天猫在M10达1.9亿元最高，体现传统电商旺季爆发力。抖音市场份额占比约50%，成为品类增长主引擎，建议品牌加大抖音渠道投入以提升ROI。
- ◆ 从月度销售趋势和平台增长动能分析，蛋卷饼干品类呈现明显季节性波动，M1因春节备货达1.4亿元高峰，M2-M7进入淡季，月均销售额约0.6亿元，M8起随中秋国庆旺季回升，M9-M10连续增长至2.8亿元。抖音同比增长显著，M10销售额较M1增长51%，而天猫与京东分别下降40%与75%，抖音在M9单月贡献

2025年1月~10月蛋卷饼干品类线上销售规模（百万元）

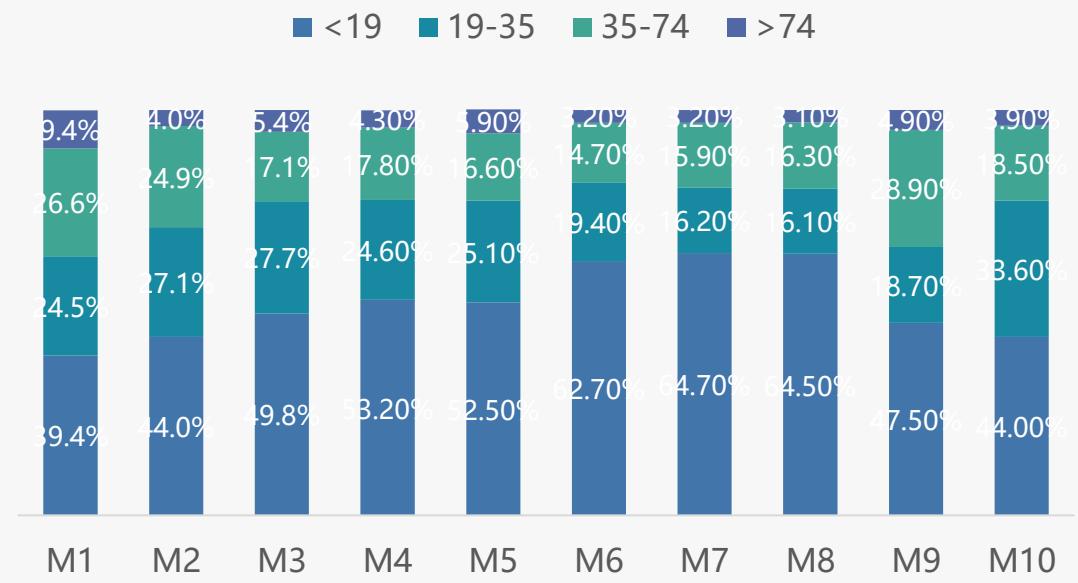
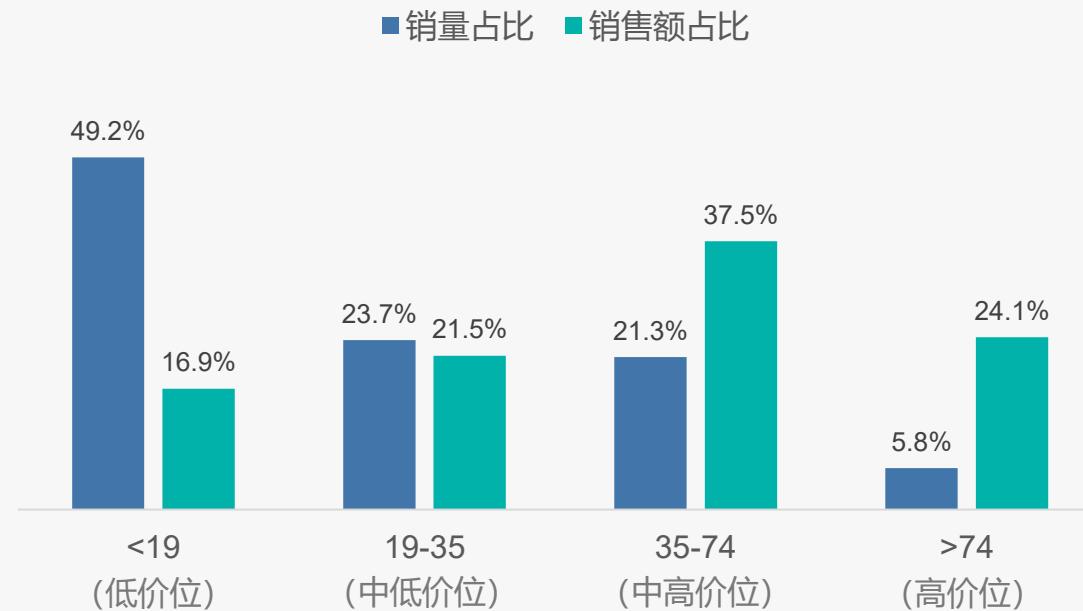


# 蛋卷饼干市场分层明显 中高端产品盈利强

- ◆ 从价格区间销售趋势看，蛋卷饼干市场呈现明显的消费分层特征。低价位 (<19元) 产品贡献了近一半的销量 (49.2%)，但销售额占比仅16.9%，表明该区间以薄利多销为主。中高价位 (35-74元) 产品销量占比21.3%，却贡献了37.5%的销售额，显示出较强的盈利能力和消费升级潜力。高价位 (>74元) 产品虽然销量仅5.8%，但销售额占比达24.1%，说明高端市场具有较高的客单价和利润空间。
- ◆ 从月度销量分布变化看，2025年1-10月蛋卷饼干市场经历了明显的结构性调整。低价位 (<19元) 产品销量占比从1月的39.4%攀升至6-8月的64%以上，9-10月回落至44%-47.5%，反映出季节性促销和消费偏好波动。高价位 (>74元) 产品占比持续低于10%，显示高端市场渗透率有限。

2025年1月~10月蛋卷饼干线上不同价格区间销售趋势

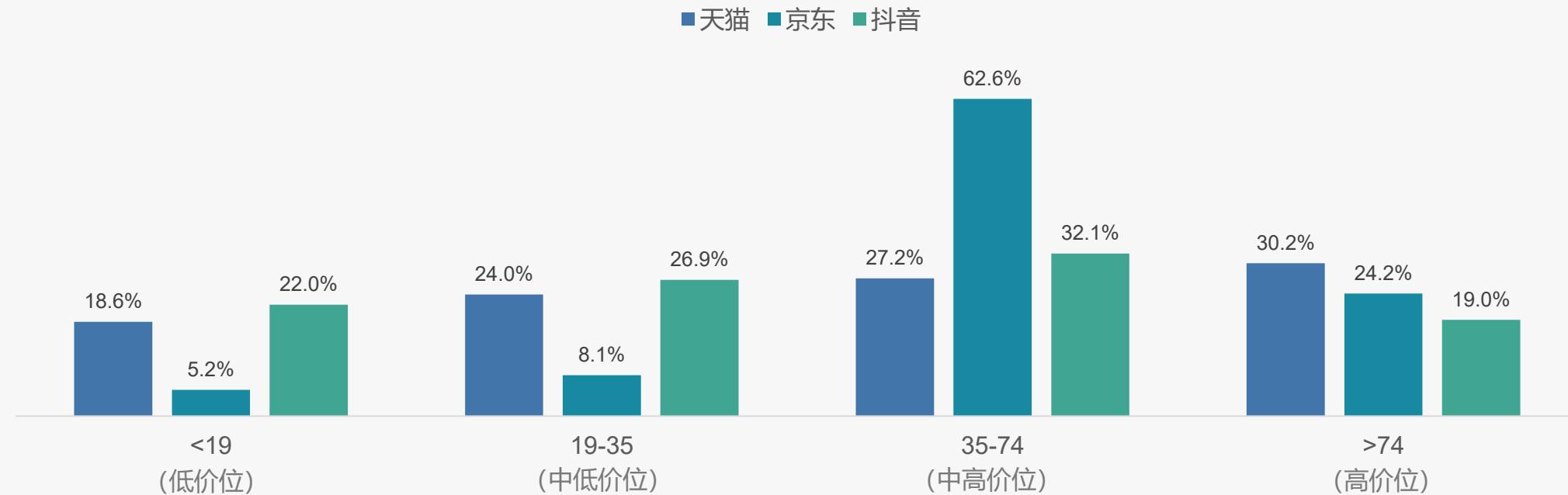
蛋卷饼干线上价格区间-销量分布



# 蛋卷饼干价格分化 平台定位差异显著

- ◆ 从价格区间分布看，蛋卷饼干品类呈现明显的平台差异化定位。天猫平台高价区间 (>74元) 占比最高达30.2%，显示其高端化消费特征；京东平台中高端区间 (35-74元) 占比高达62.6%，体现其品质导向定位；抖音平台各区间分布相对均衡，中端区间 (35-74元) 32.1%占比最高，反映其大众化市场策略。
- ◆ 从价格带结构分析业务含义：天猫平台高价产品占比领先，建议加强高端产品线ROI优化；京东平台中高端产品集中度高，需关注库存周转率管理；抖音平台价格带覆盖最广，可针对不同区间制定差异化营销策略。各平台价格定位差异为品牌多渠道布局提供明确方向指引。

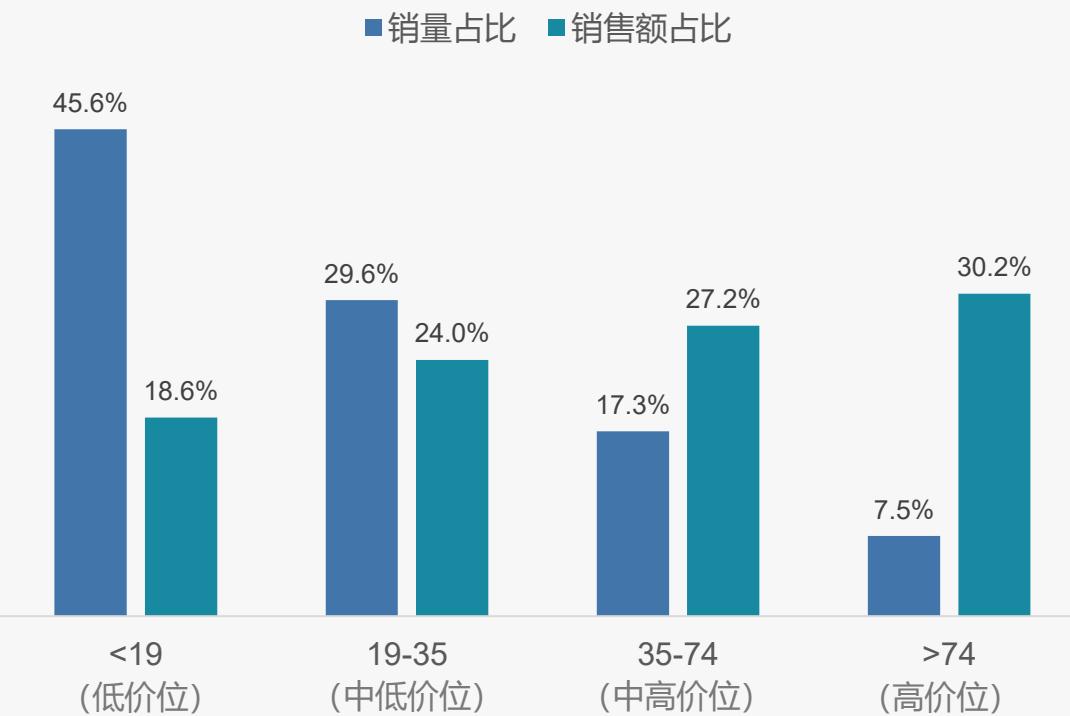
2025年1月~10月各平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



# 蛋卷饼干低价引流高价盈利优化组合

- ◆ 从价格区间结构看，天猫平台蛋卷饼干呈现明显分化：低价区间 (<19元) 销量占比45.6%但销售额仅占18.6%，显示高周转低毛利特征；高价区间 (>74元) 销量仅7.5%却贡献30.2%销售额，利润贡献突出。建议优化产品组合，平衡流量与盈利。
- ◆ 月度销量分布显示消费降级趋势：M1至M9，<19元区间占比从29.1%攀升至58.7%，而35-74元区间从36.6%降至14.4%，反映消费者价格敏感度提升。销售额与销量占比错配揭示运营策略空间：低价产品虽带动流量但拉低客单价，高价产品贡献核心利润但渗透不足。建议通过捆绑销售或会员权益提升高价产品复购率，同时利用低价产品引流，优化整体ROI。

2025年1月~10月天猫平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



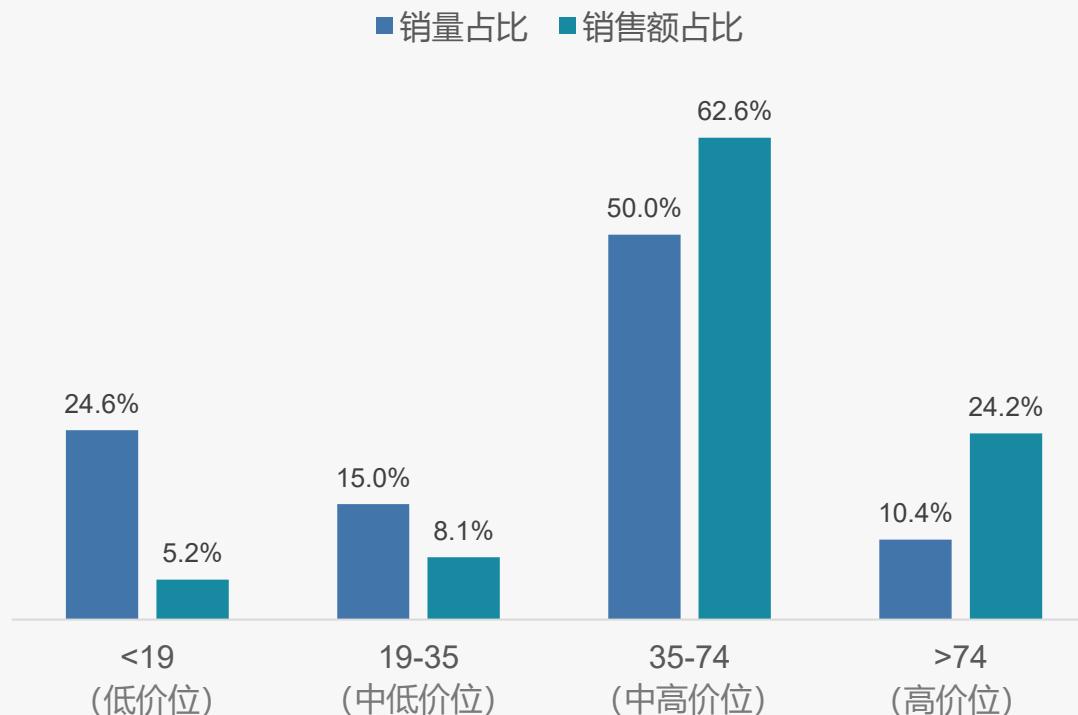
天猫平台蛋卷饼干价格区间-销量分布



# 蛋卷饼干主力价格带稳定 促销期低价激增

- ◆ 从价格区间销售趋势看，京东平台蛋卷饼干品类呈现明显的结构性特征。35-74元价格区间是核心贡献区，销量占比50.0%却贡献了62.6%的销售额，显示该区间产品具有较高的客单价和消费者接受度。而<19元区间销量占比24.6%仅贡献5.2%销售额，表明低价产品虽然走量但利润贡献有限。>74元高端区间销量占比10.4%贡献24.2%销售额，显示高端产品具有较好的溢价能力。
- ◆ 从月度销量分布变化看，市场呈现明显的季节性波动和价格敏感度变化。1-2月35-74元区间占比稳定在60%-70%，显示年初消费品质较高。3月起<19元区间占比显著提升，8月达到峰值47.7%，反映年中促销期价格敏感度上升。10月各区间占比趋于均衡，显示市场回归常态。这种波动提示企业需根据消费周期调整

2025年1月~10月京东平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



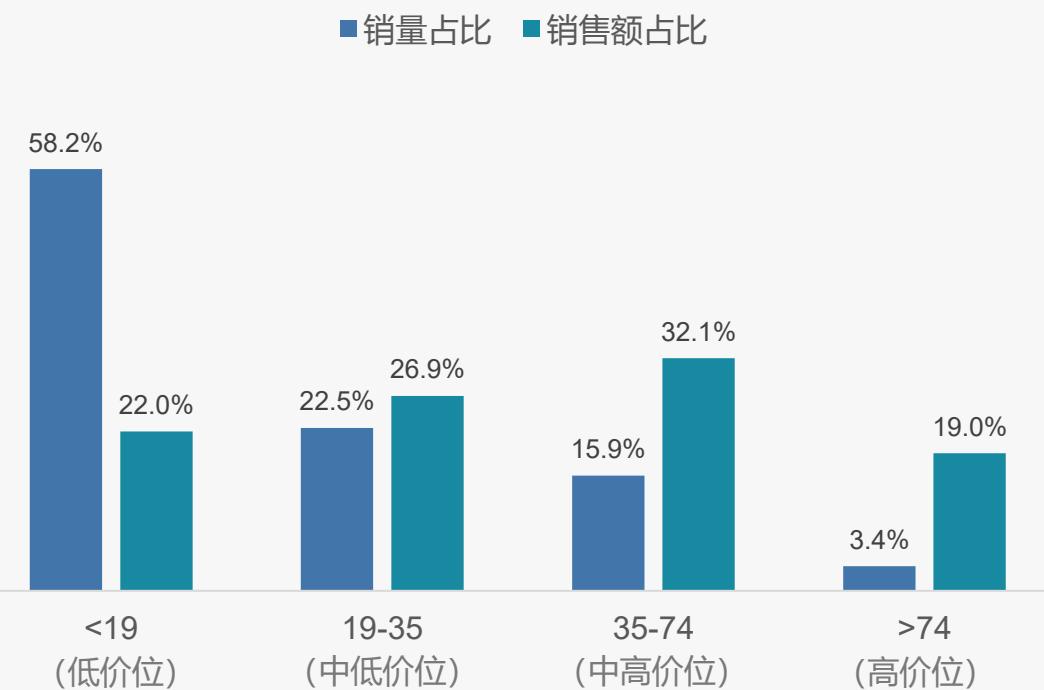
京东平台蛋卷饼干价格区间-销量分布



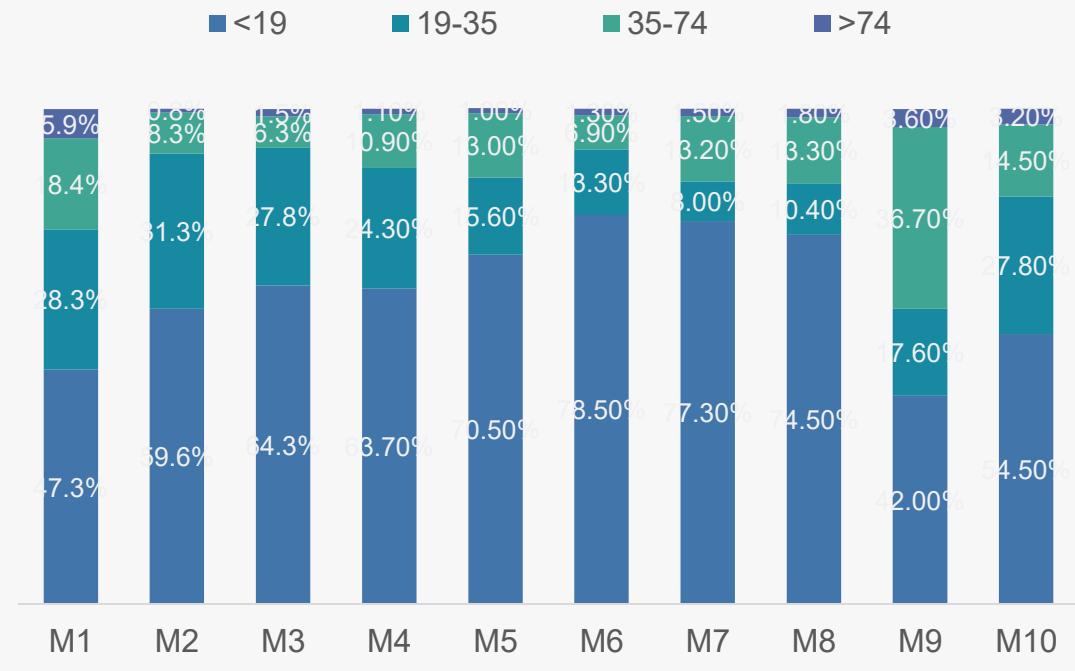
# 蛋卷饼干量价倒挂 消费降级趋势明显 高价产品潜力大

- ◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台蛋卷饼干呈现明显的“量价倒挂”特征。低价区间(<19元)贡献58.2%销量但仅占22.0%销售额，而中高价区间(35-74元)以15.9%销量贡献32.1%销售额，显示高单价产品具有更强的盈利潜力。月度销量分布显示明显的消费降级趋势。M1-M10期间，<19元区间占比从47.3%波动上升至54.5%，其中M6达峰值78.5%；而19-35元区间从28.3%降至27.8%，35-74元区间从18.4%降至14.5%。
- ◆ 销售结构分析揭示渠道价值差异。高价区间(>74元)虽仅占3.4%销量，但贡献19.0%销售额，单件价值显著。结合月度数据，M9出现异常波动，35-74元区间占比骤升至36.7%，可能受季节性营销活动影响。建议深挖高价产品增长点，同时监控M9成功因素以复制营销模式。

2025年1月~10月抖音平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



抖音平台蛋卷饼干价格区间-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 蛋卷饼干消费行为、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年内购买过蛋卷饼干的消费者；
- 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

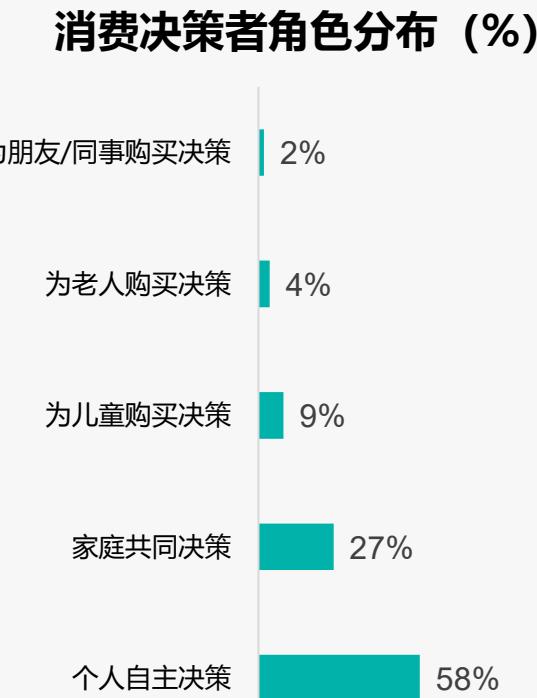
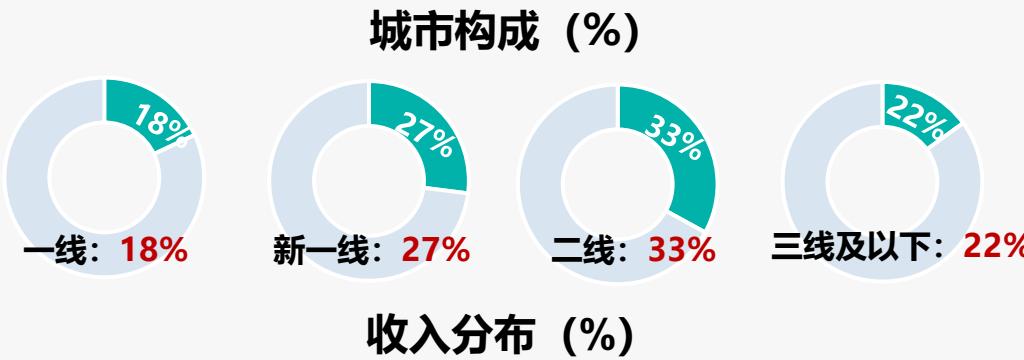
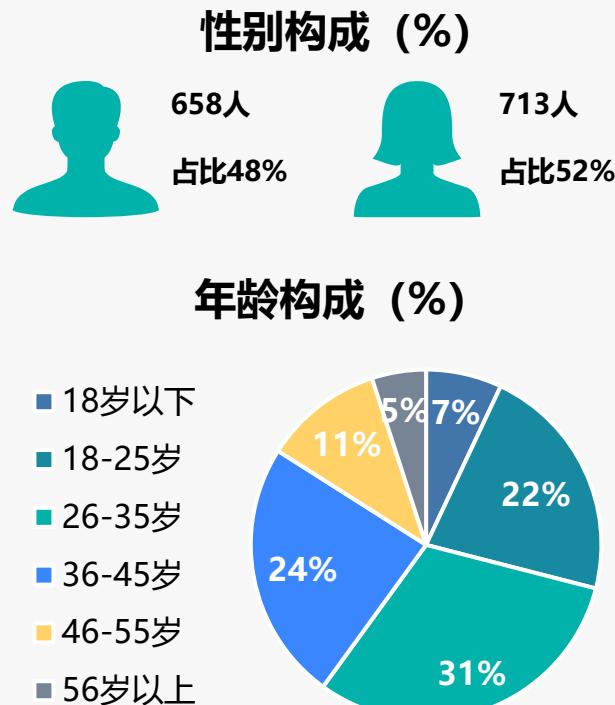
样本数量

N=1371

# 中青年二线市场主导蛋卷饼干消费

- ◆ 蛋卷饼干消费主力为26-35岁中青年，占比31%，二线城市消费占比最高达33%，中等收入5-8万元群体为核心目标，占比29%。
- ◆ 消费决策以个人自主为主，占比58%，家庭共同决策为27%，女性消费者略多占52%，市场向二线及新一线城市集中。

## 2025年中国蛋卷饼干消费者画像

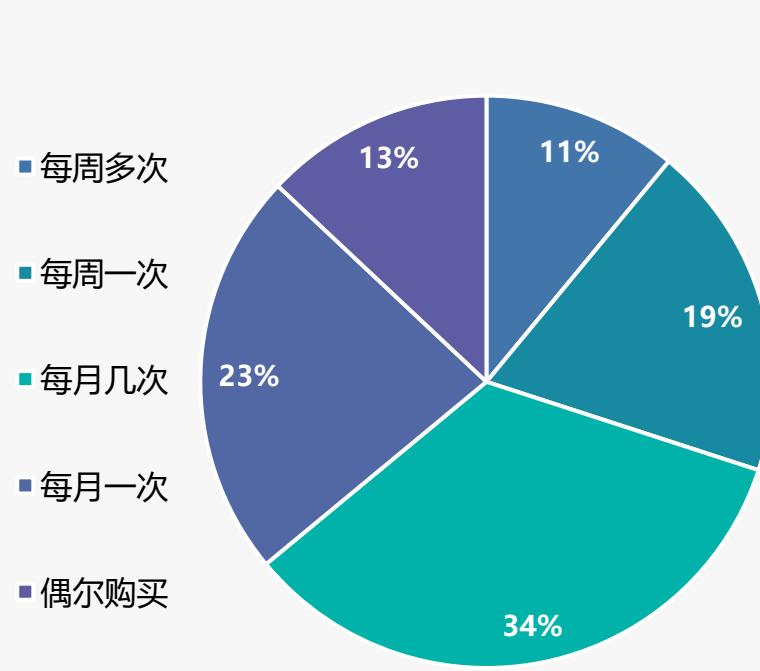


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

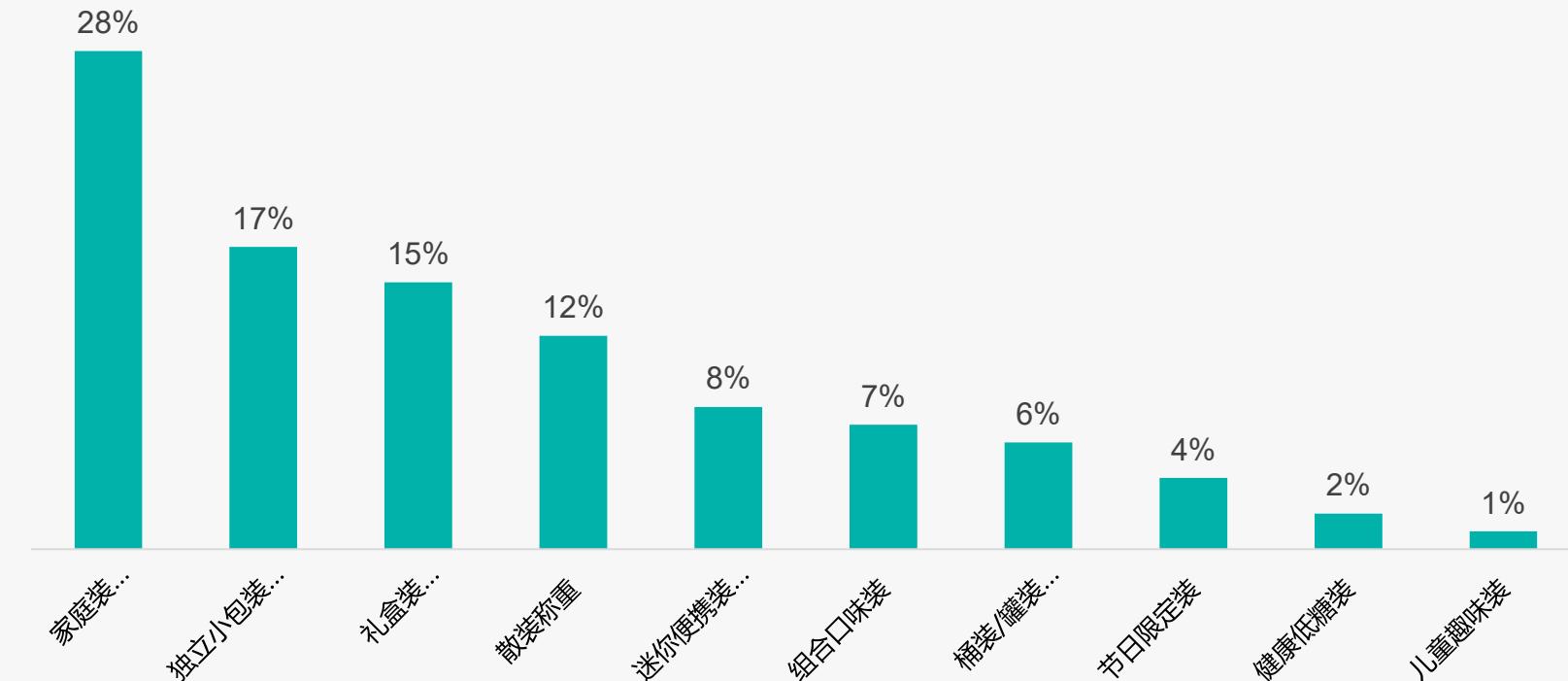
# 蛋卷饼干消费以日常为主 家庭装主导市场

- ◆ 消费频率显示，每月几次占比最高达34%，每周一次和每月一次合计42%，表明蛋卷饼干消费以日常和定期为主。
- ◆ 产品规格中，家庭装占比最高为28%，独立小包装占17%，健康低糖装和儿童趣味装分别仅占2%和1%，市场潜力待挖掘。

2025年中国蛋卷饼干消费频率分布



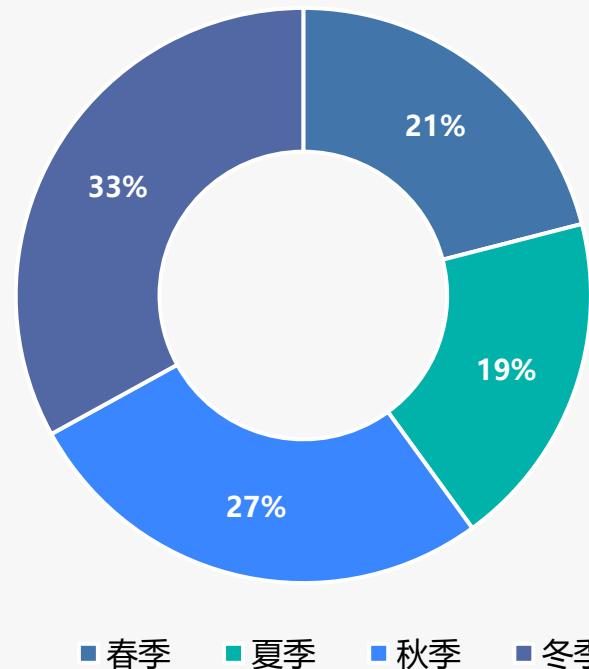
2025年中国蛋卷饼干消费规格分布



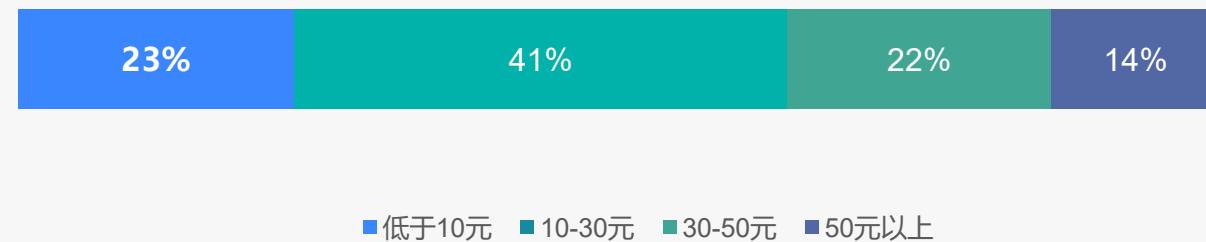
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆单次消费支出以10-30元为主，占比41%，显示中低价位主导市场；冬季消费占比最高达33%，表明寒冷季节需求更旺盛。
- ◆包装类型中塑料袋包装占32%，纸盒包装28%，传统包装占主导；环保可降解包装仅8%，市场渗透率较低。

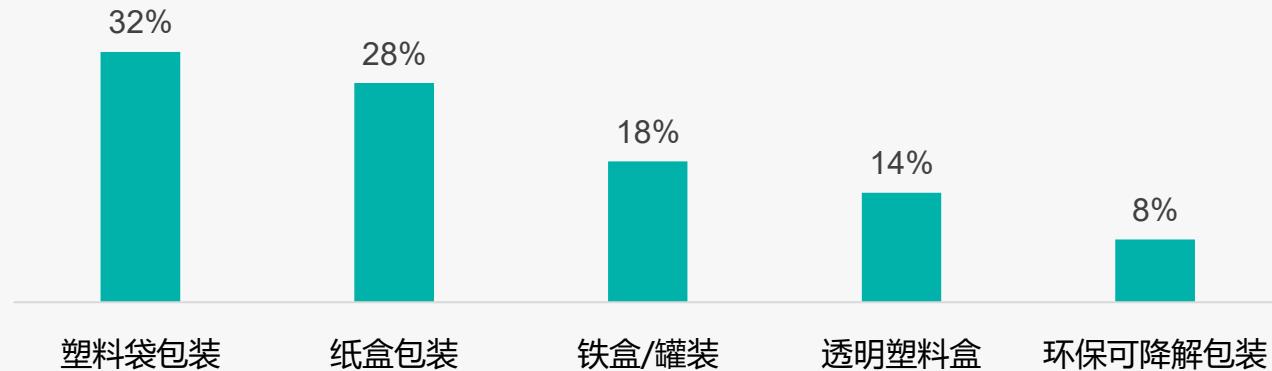
2025年中国蛋卷饼干消费季节分布



2025年中国蛋卷饼干单次消费支出分布



2025年中国蛋卷饼干消费包装类型分布

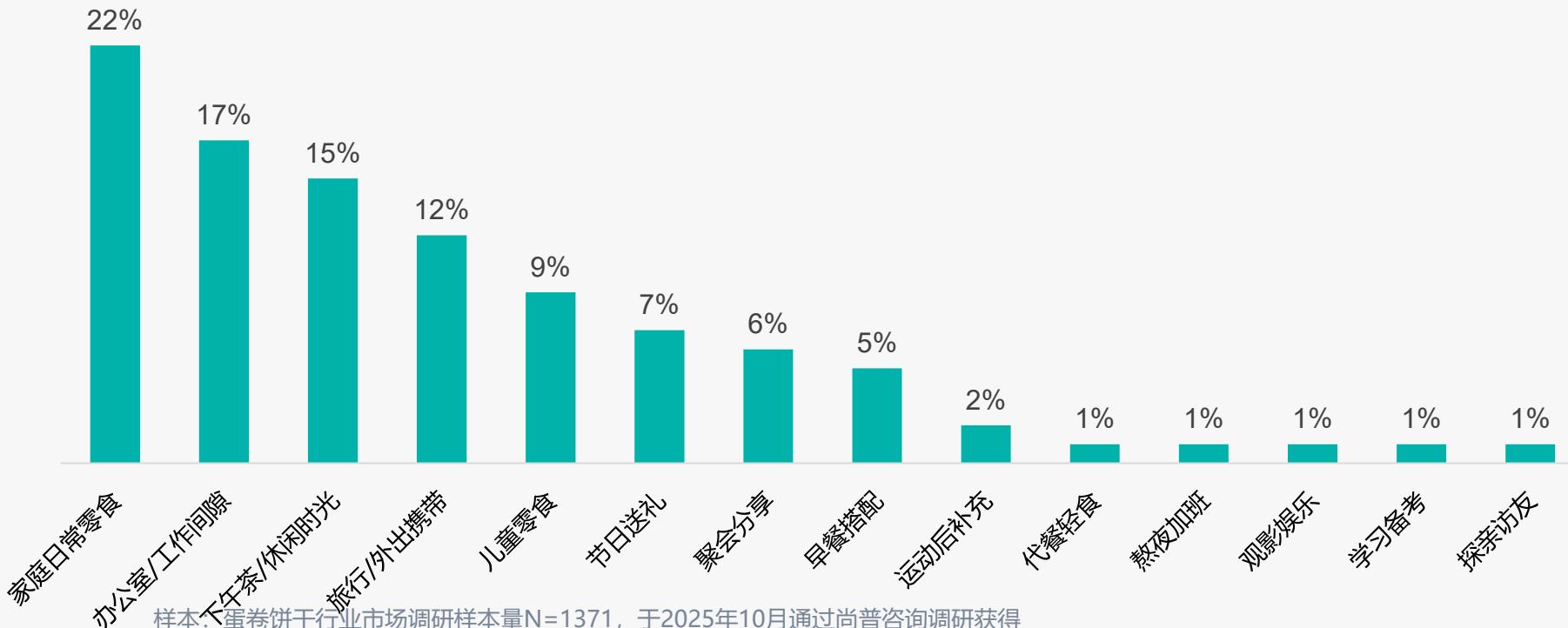


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

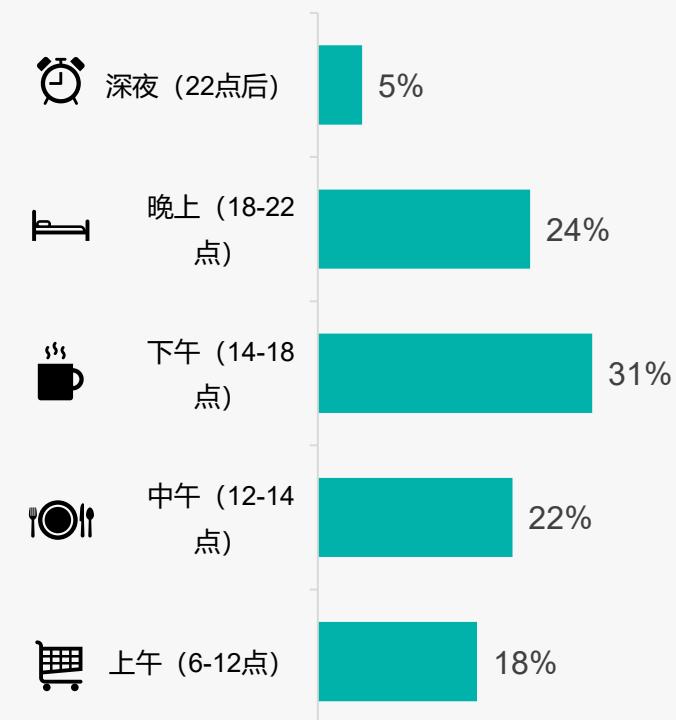
# 蛋卷饼干休闲零食消费集中下午时段

- ◆ 蛋卷饼干消费以家庭日常零食22%、办公室17%和下午茶15%为主，显示其作为便捷零食的广泛适用性，旅行携带12%和儿童零食9%也较突出。
- ◆ 消费时段集中在下午31%、中午22%和晚上24%，与休闲场景匹配，深夜仅5%，表明蛋卷饼干主要在非正餐时段消费，适合休闲时光。

2025年中国蛋卷饼干消费场景分布



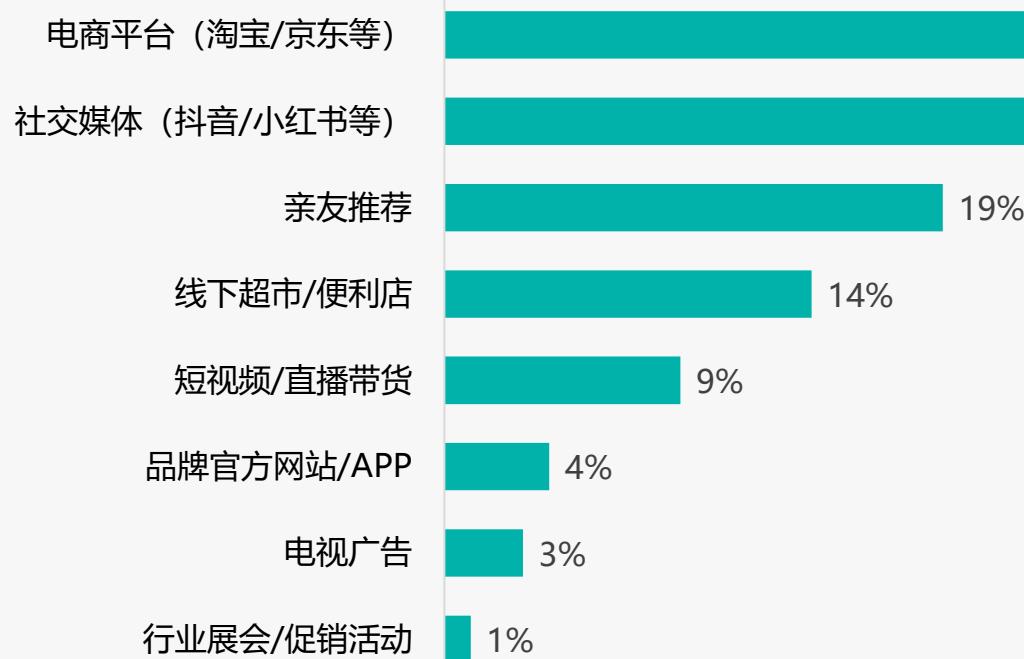
2025年中国蛋卷饼干消费时段分布



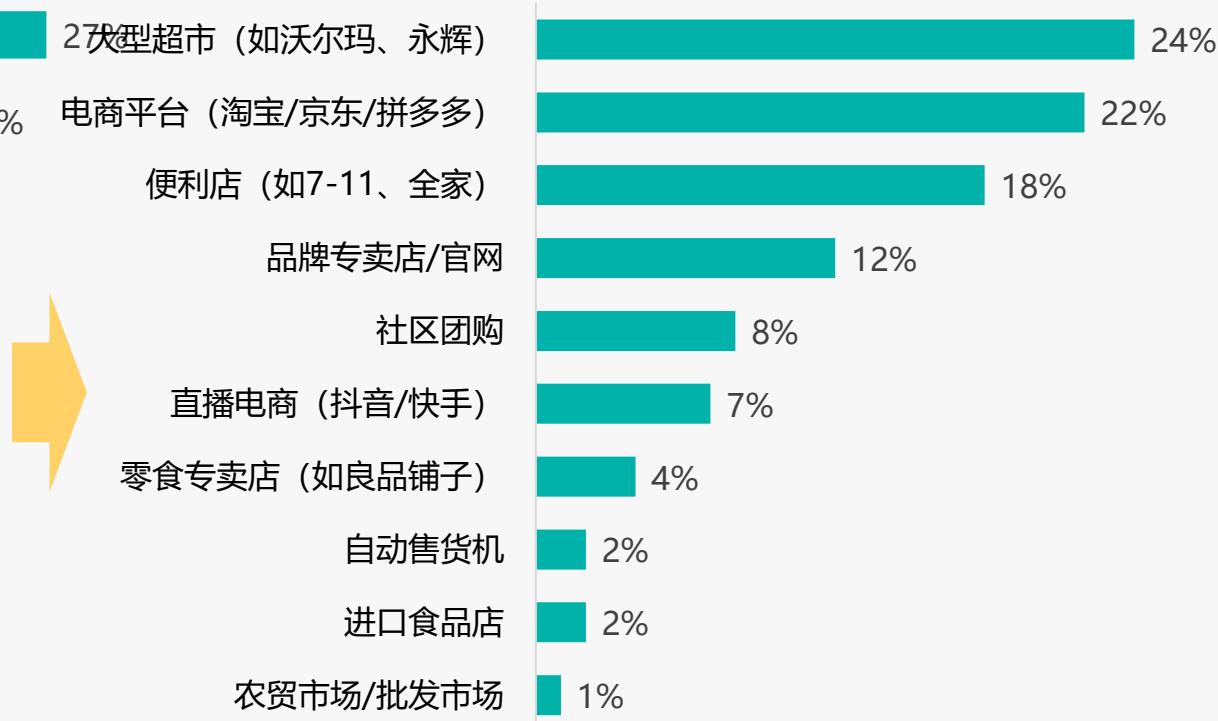
# 数字渠道主导了解 超市电商主要购买

- ◆ 消费者了解蛋卷饼干主要通过电商平台（27%）和社交媒体（23%），合计50%，亲友推荐占19%，显示数字渠道和口碑传播是关键信息来源。
- ◆ 购买渠道以大型超市（24%）和电商平台（22%）为主，合计46%，便利店占18%，品牌专卖店/官网占12%，直播电商仅占7%，转化率较低。

2025年中国蛋卷饼干产品了解渠道分布



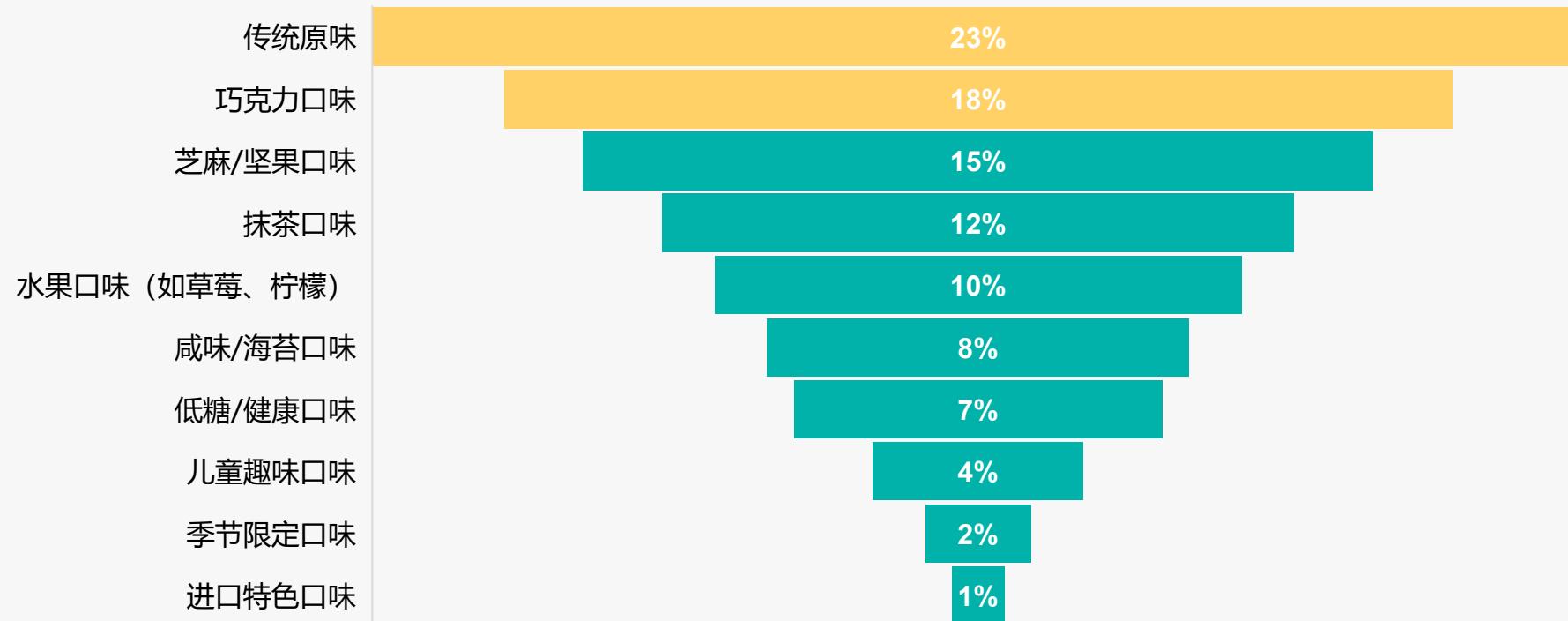
2025年中国蛋卷饼干产品购买渠道分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆传统原味偏好度23%最高，巧克力18%和芝麻/坚果15%次之，显示经典口味主导市场，多样化口味有稳定需求。
- ◆抹茶12%和水果10%口味增长潜力大，低糖健康仅7%，细分市场如儿童4%和季节限定2%可作为差异化策略。

## 2025年中国蛋卷饼干产品偏好类型分布

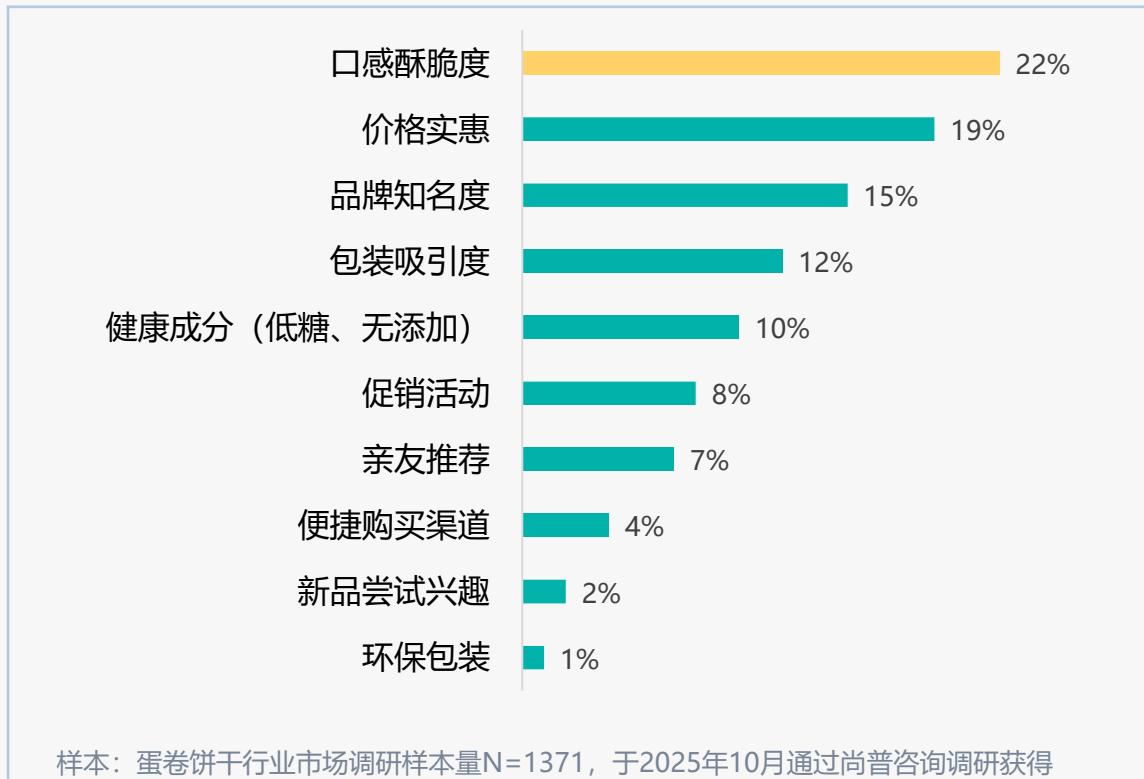


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

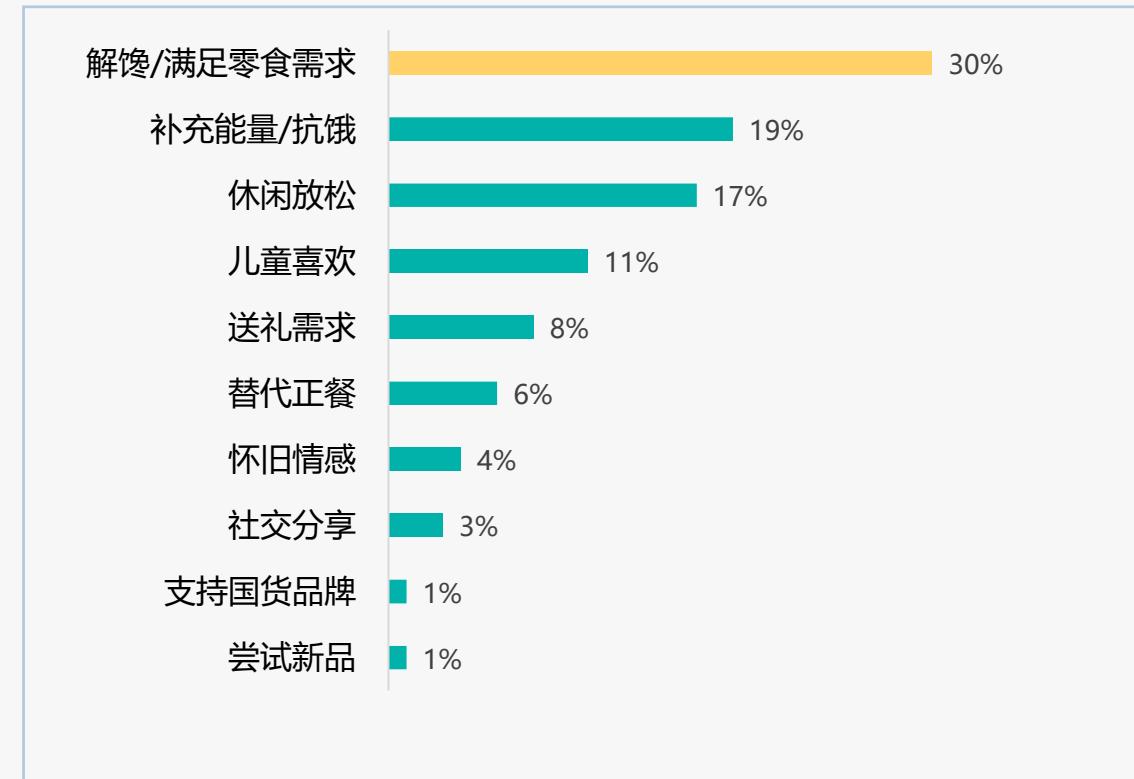
# 口感价格主导消费 零食功能突出

- ◆ 口感酥脆度22%和价格实惠19%是吸引消费的关键因素，品牌知名度15%和包装吸引度12%也具影响力。健康成分占10%，促销活动仅8%，显示基本品质和性价比优先。
- ◆ 消费原因中，解馋/满足零食需求30%、补充能量19%和休闲放松17%合计66%，凸显零食功能。儿童喜欢11%和送礼需求8%反映特定场景驱动，新品尝试和环保包装影响小。

## 2025年中国蛋卷饼干吸引消费关键因素分布



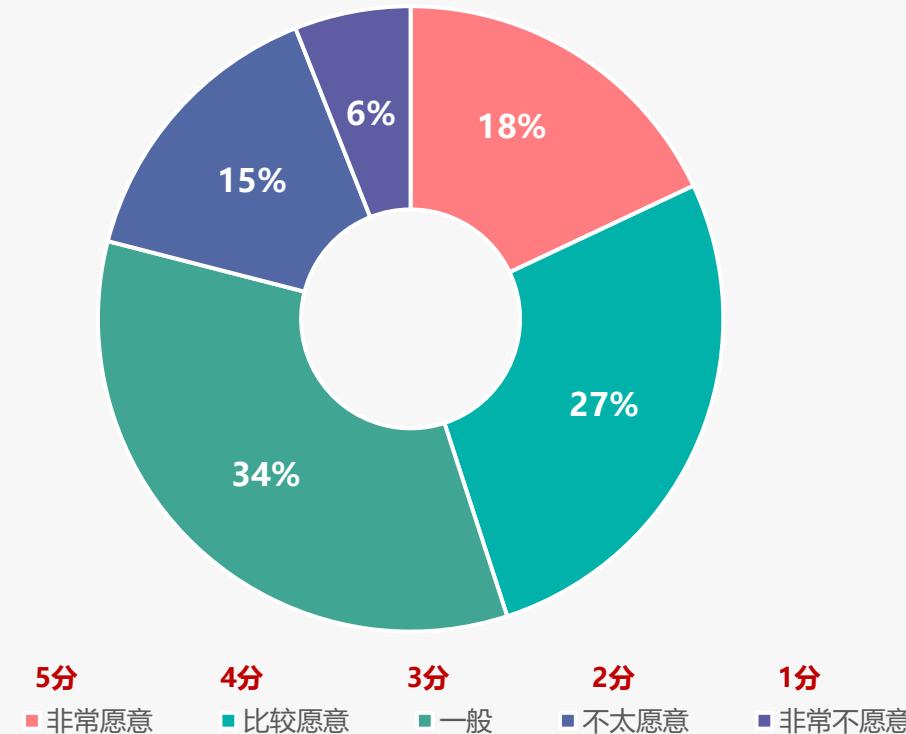
## 2025年中国蛋卷饼干消费真实原因分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

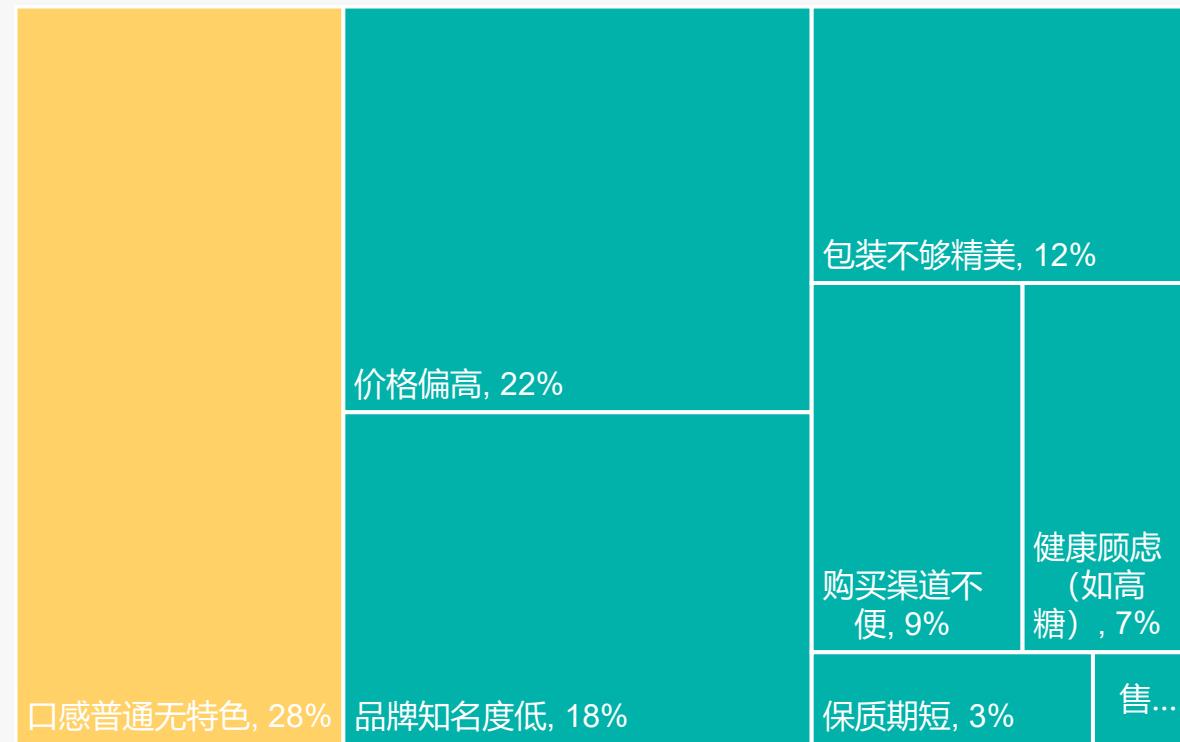
- ◆消费者推荐意愿一般，非常愿意和比较愿意合计45%，一般及以下占55%。不愿推荐主因口感普通无特色28%、价格偏高22%、品牌知名度低18%。
- ◆分析指出，提升产品特色和优化定价策略是关键，以增强推荐意愿，其他原因如包装、渠道等影响较小。

## 2025年中国蛋卷饼干推荐意愿分布



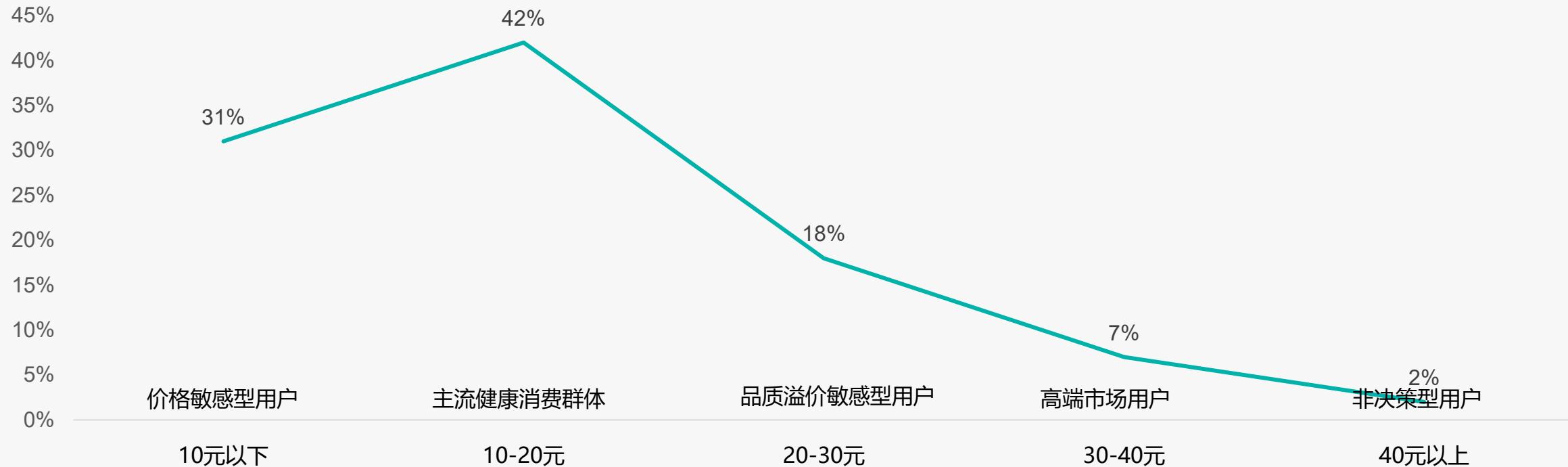
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国蛋卷饼干不愿推荐原因分布



- ◆ 蛋卷饼干消费调查显示，10-20元价格区间接受度最高，占比42%，表明消费者偏好中等价位产品，行业可聚焦此区间优化产品规格。
- ◆ 低价10元以下区间占比31%，高端30元以上合计仅9%，说明市场以性价比为导向，高端市场接受度低，需关注低价潜力。

## 2025年中国蛋卷饼干最主流规格价格接受度



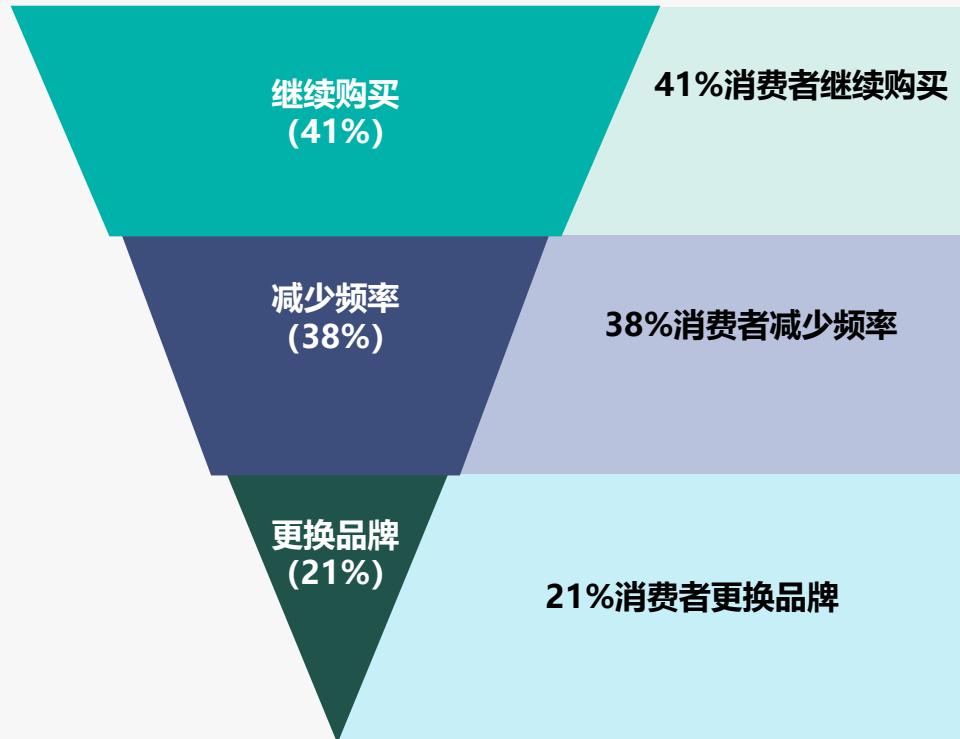
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

注：以家庭装（200-500g）规格蛋卷饼干为标准核定价格区间

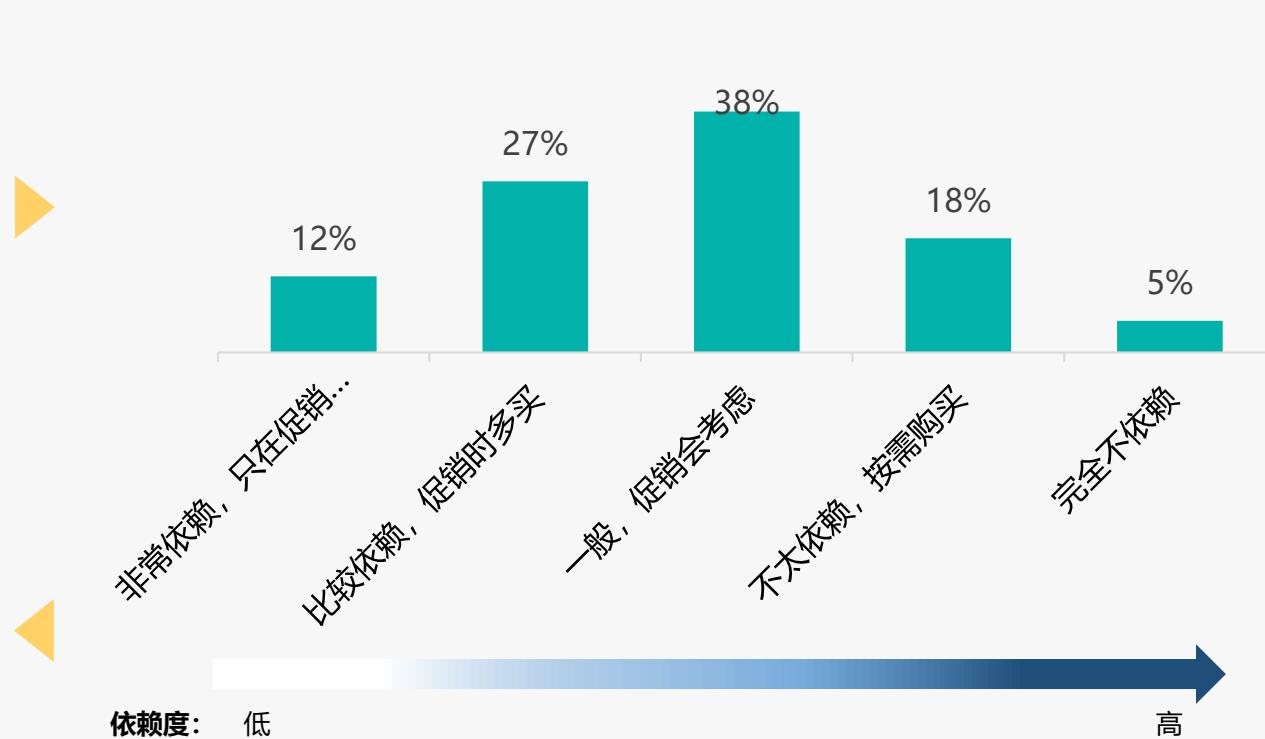
# 价格敏感品牌忠诚促销影响显著

- ◆ 价格上涨10%后，41%消费者继续购买，38%减少频率，21%更换品牌，显示价格敏感但品牌忠诚度较高，近八成维持或调整购买。
- ◆ 促销依赖程度中，39%消费者非常或比较依赖，38%一般依赖，表明促销对购买决策影响显著，超七成会考虑促销因素。

2025年中国蛋卷饼干价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国蛋卷饼干对促销活动依赖程度分布

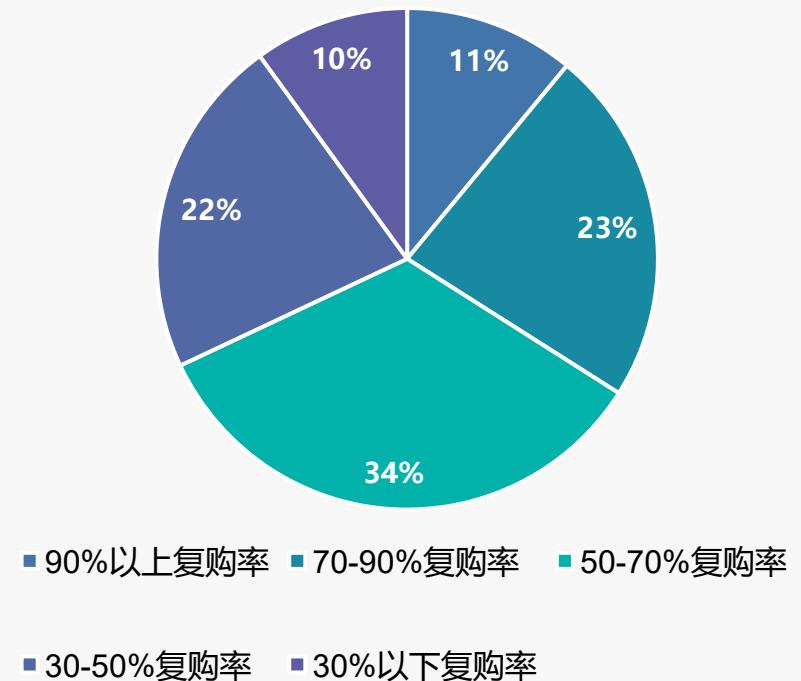


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

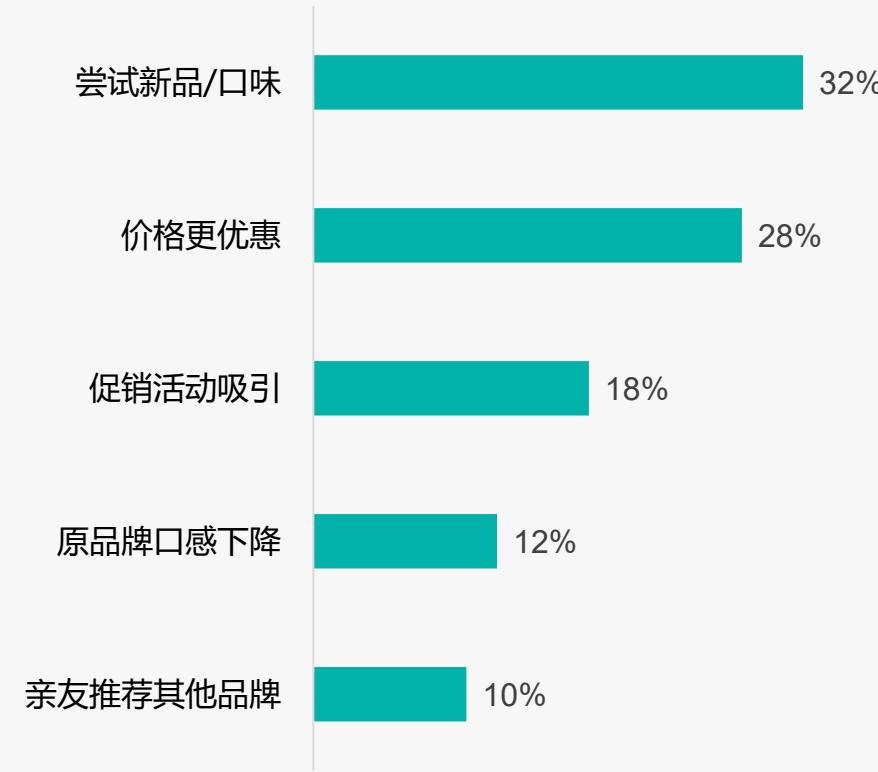
# 复购率中等品牌黏性需提升新口味价格敏感

- ◆ 复购率分布显示50-70%复购率占比最高，为34%，90%以上复购率仅占11%，表明消费者忠诚度中等，品牌黏性需提升。
- ◆ 更换品牌原因中尝试新品/口味占32%，价格更优惠占28%，促销活动吸引占18%，显示消费者对新口味和价格敏感。

2025年中国蛋卷饼干固定品牌复购率分布



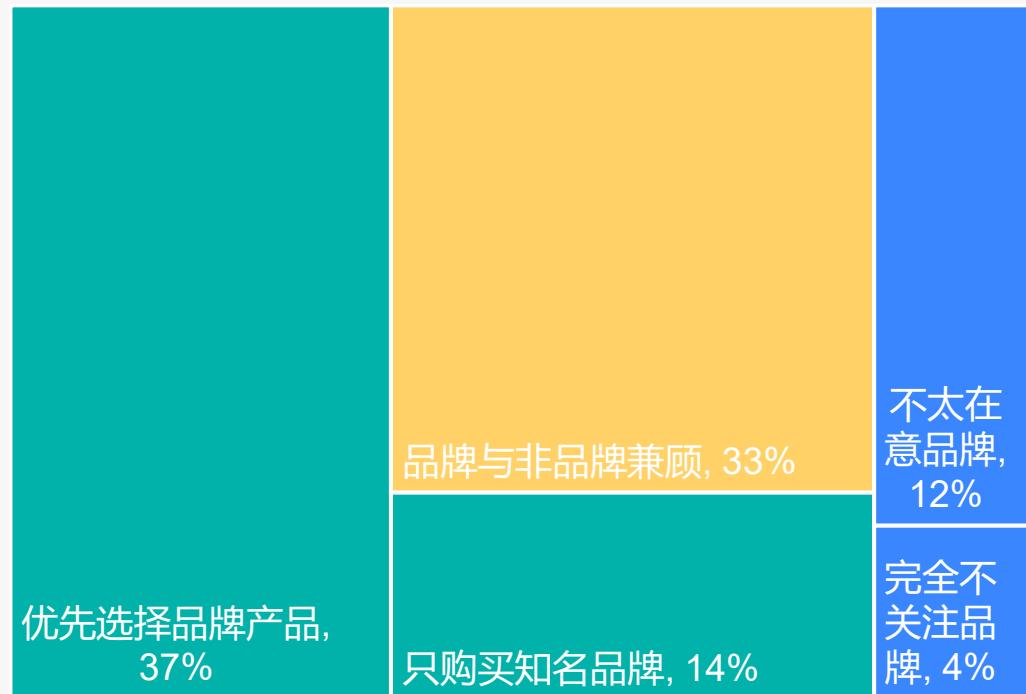
2025年中国蛋卷饼干更换品牌原因分布



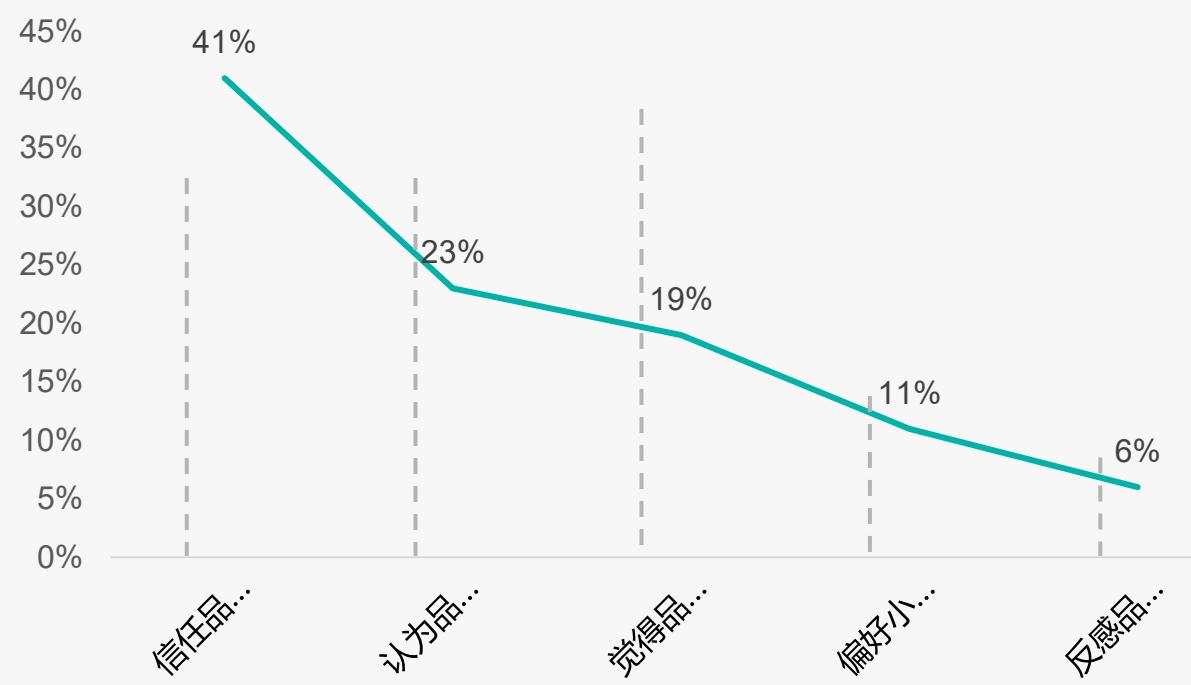
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 品牌偏好显著：37%优先选择品牌产品，41%信任品牌质量，但33%兼顾非品牌，19%认为差异不大，显示品牌信任与多样化需求并存。
- ◆ 小众特色品牌偏好占11%，品牌营销过度反感仅6%，提示市场细分机会和营销策略总体可接受，行业需平衡品牌建设与产品差异化。

## 2025年中国蛋卷饼干消费品牌产品意愿分布



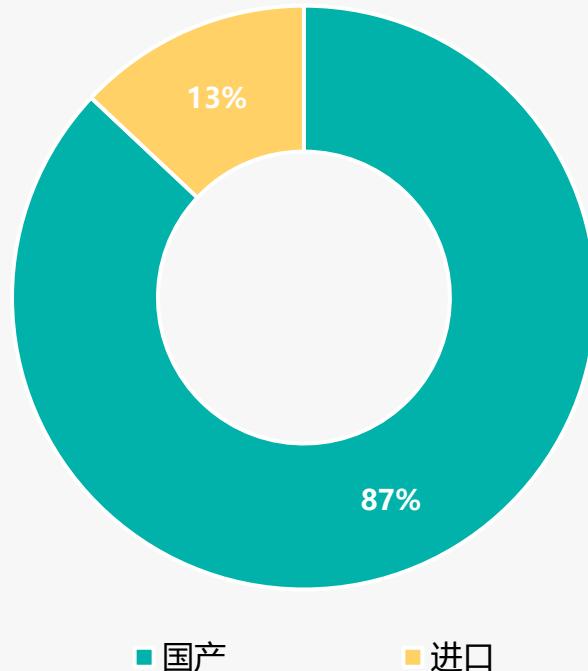
## 2025年中国蛋卷饼干对品牌产品态度分布



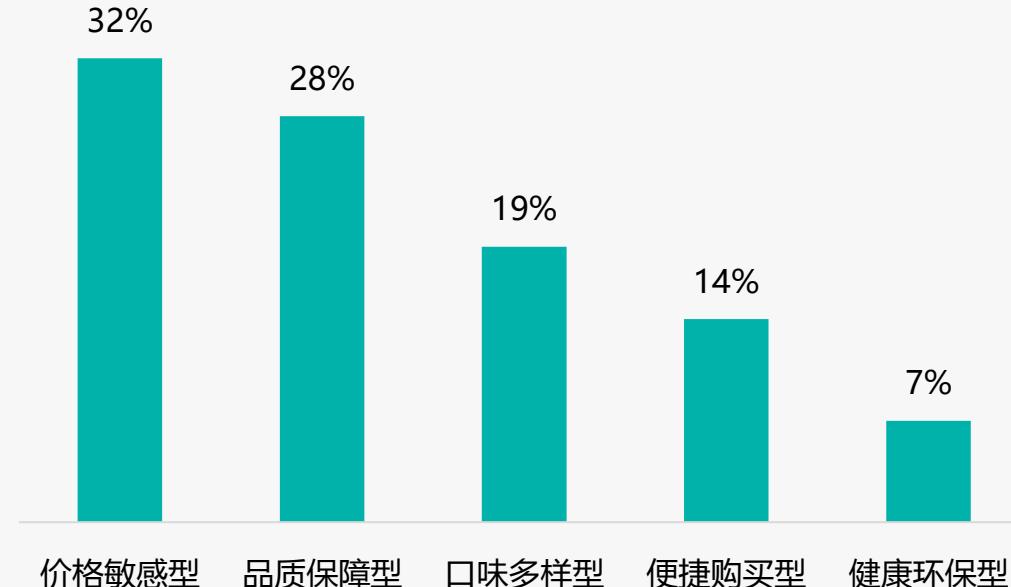
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆国产品牌消费占比87%，远超进口品牌的13%，显示本土品牌在蛋卷饼干市场的主导地位和消费者高度认可。
- ◆价格敏感型占32%，品质保障型占28%，是主要偏好类型，健康环保型仅7%，表明价格和质量是核心驱动因素。

2025年中国蛋卷饼干国产与进口品牌消费分布



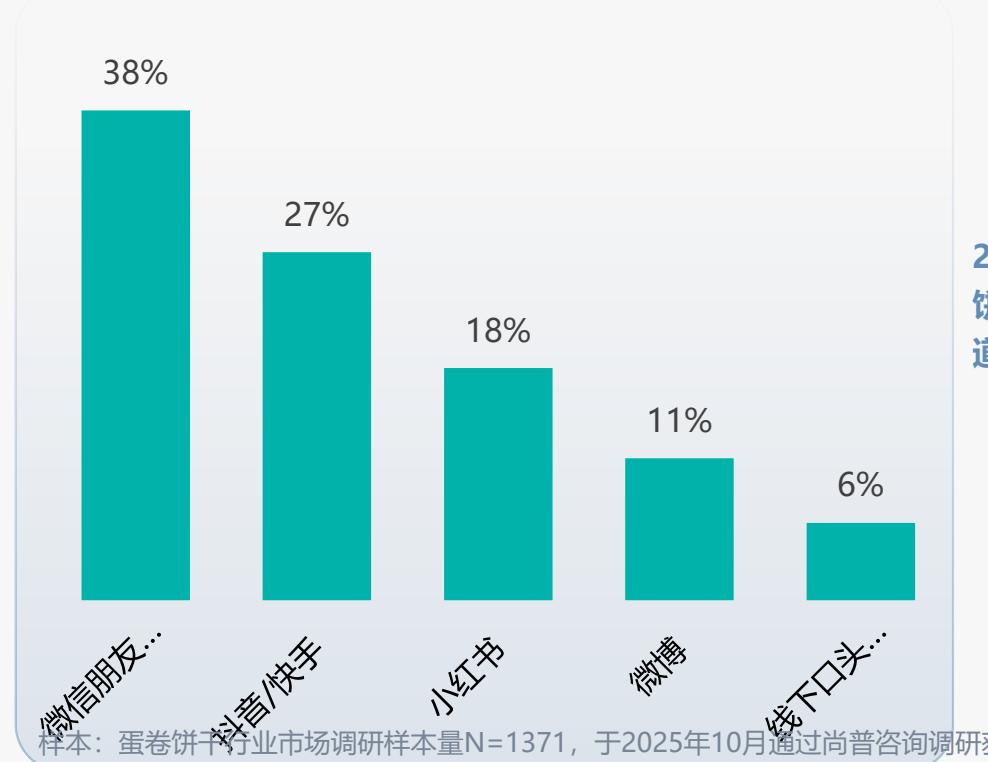
2025年中国蛋卷饼干品牌偏好类型分布



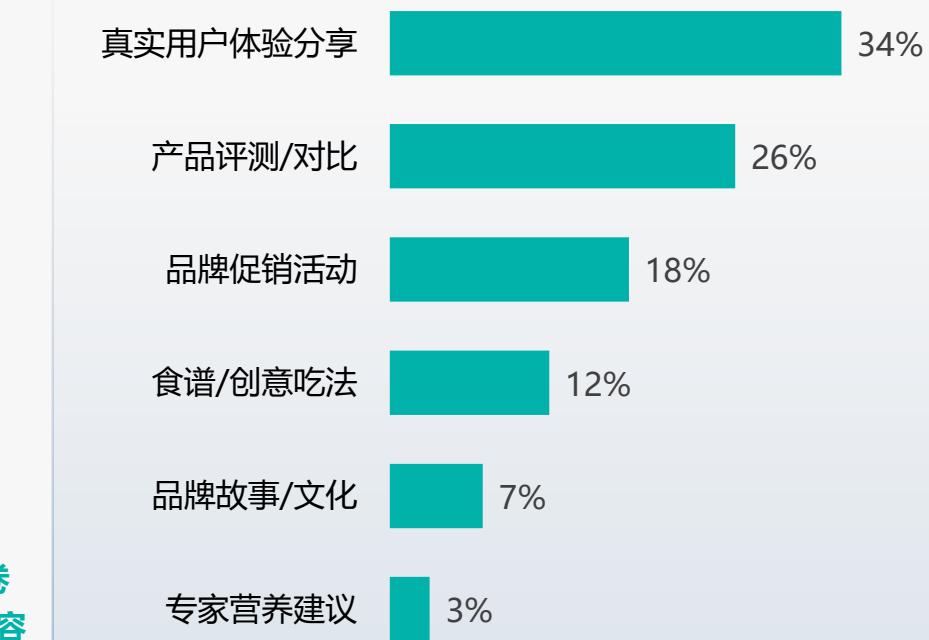
样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 蛋卷饼干社交分享以微信朋友圈38%和抖音/快手27%为主，社交媒体是核心传播渠道，微信朋友圈占据主导地位。
- ◆ 消费者获取内容偏好真实用户体验分享34%和产品评测/对比26%，用户生成内容和客观评价驱动购买决策。

## 2025年中国蛋卷饼干社交分享渠道分布

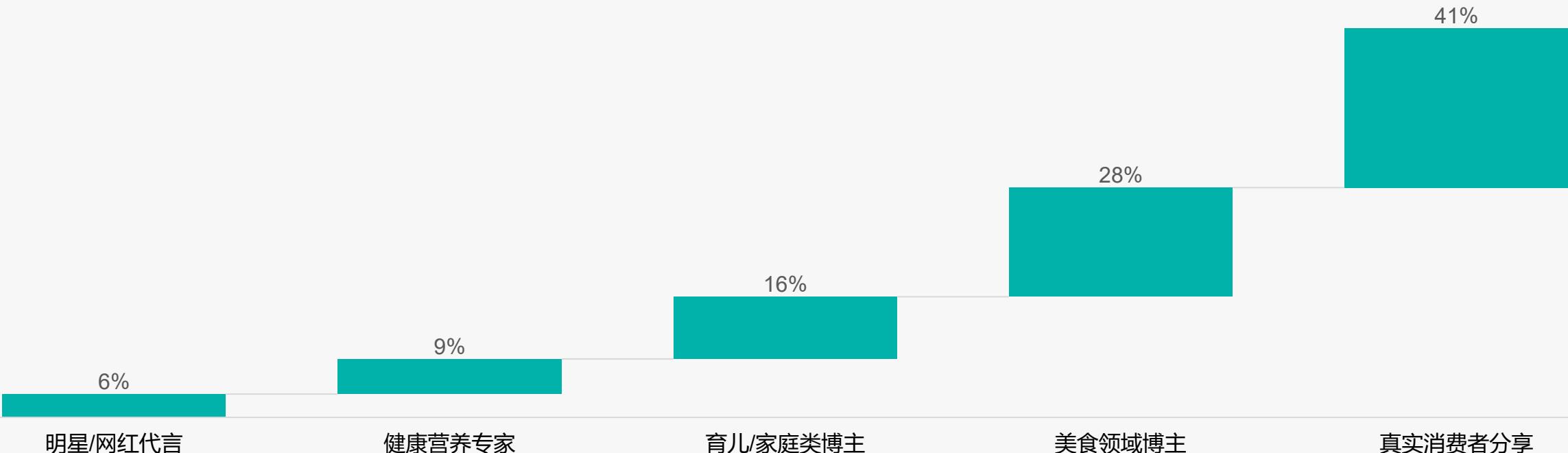


## 2025年中国蛋卷饼干社交渠道内容类型分布



- ◆ 消费者在社交渠道最信任真实消费者分享，占比41%，美食博主占28%，显示真实体验和专业内容主导信任度。
- ◆ 育儿/家庭类博主占16%，健康营养专家占9%，明星代言仅6%，表明非专业或商业推广的信任度较低。

## 2025年中国蛋卷饼干社交渠道信任博主类型分布

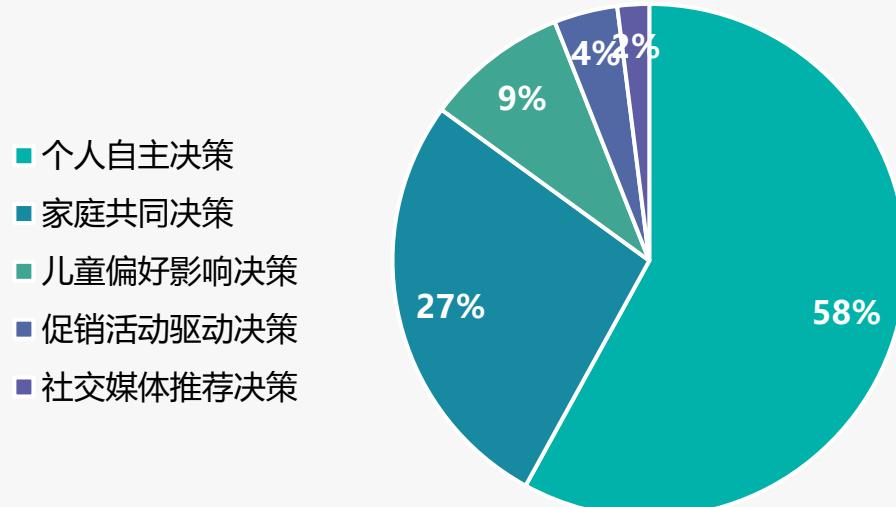


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

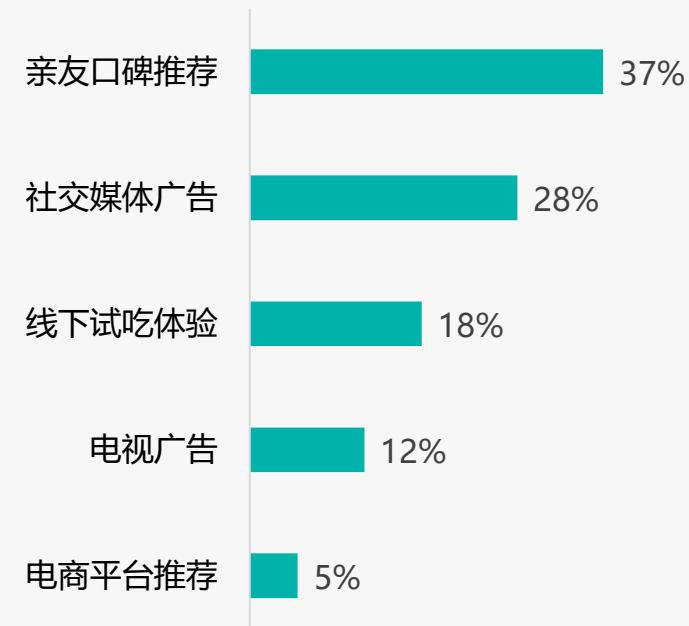
# 口碑社交主导蛋卷饼干消费偏好

- ◆ 亲友口碑推荐以37%的占比主导蛋卷饼干消费偏好，社交媒体广告以28%紧随其后，凸显社交信任和数字化营销的关键作用。
- ◆ 电视广告和电商平台推荐分别仅占12%和5%，表明传统媒体和纯线上推广效果有限，而线下试吃体验占18%仍具重要性。

2025年中国蛋卷饼干消费决策者类型分布



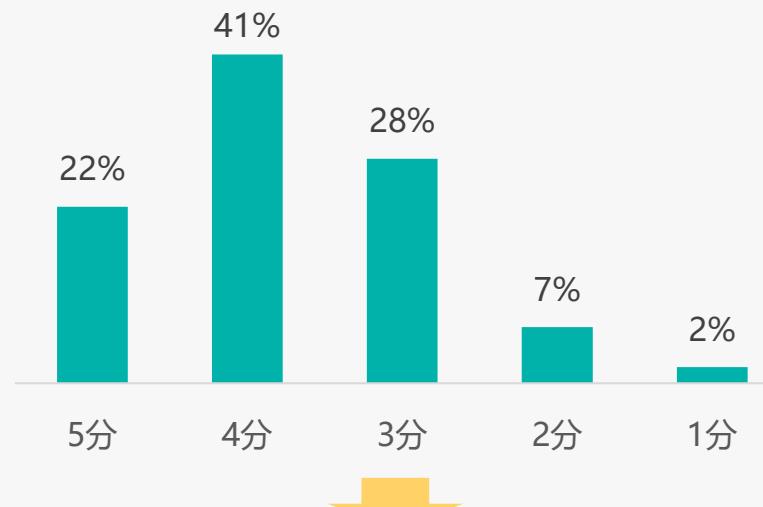
2025年中国蛋卷饼干家庭广告偏好分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

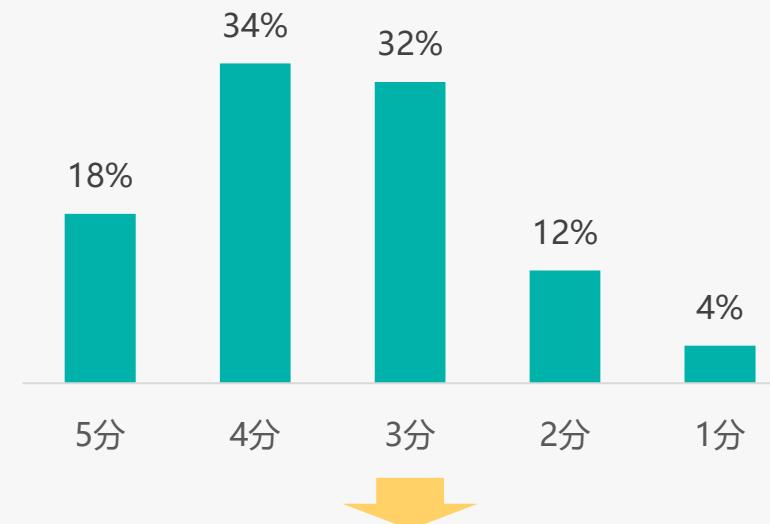
- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计占63%，但退货和客服环节满意度较低，5分和4分合计分别为52%和54%，提示后两者需改进。
- ◆分析显示，消费流程4分占41%为最高，而客服5分仅16%为最低，表明流程优化较好，但客服质量是提升满意度的关键点。

2025年中国蛋卷饼干线上消费流程满意度分布（满分5分）



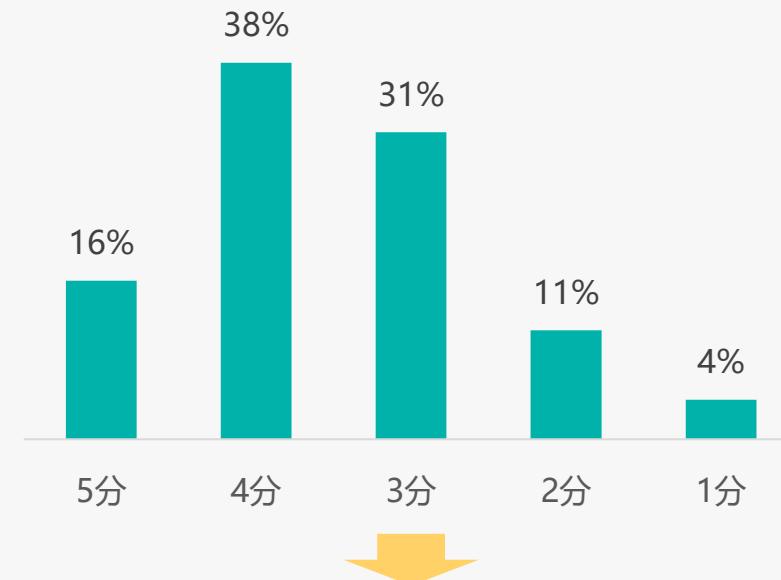
平均分: 3.74

2025年中国蛋卷饼干退货体验满意度分布（满分5分）



平均分: 3.50

2025年中国蛋卷饼干线上消费客服满意度分布（满分5分）

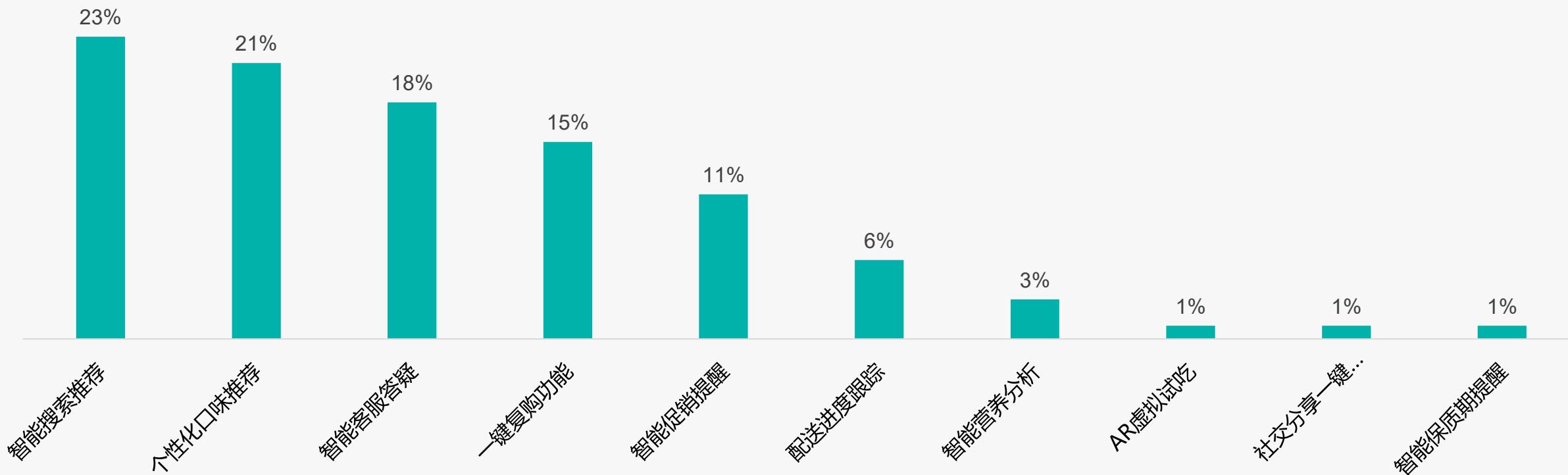


平均分: 3.51

样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

- ◆智能搜索推荐23%、个性化口味推荐21%和智能客服答疑18%合计超60%，显示消费者在蛋卷饼干线上消费中高度依赖智能技术优化购物体验。
- ◆一键复购功能15%和智能促销提醒11%反映便捷与价格敏感需求，而AR虚拟试吃等新兴服务各占1%，渗透率较低。

## 2025年中国蛋卷饼干线上消费智能服务体验分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1371，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



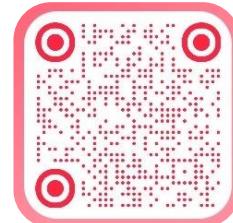
深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



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