

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度宠物指甲剪市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Nail Clippers 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：女性中青年是核心消费群体



女性占比62%，26-35岁占41%，36-45岁占28%，合计69%



中等收入群体需求突出，5-8万收入者占31%，8-12万占24%



经验丰富养宠者占42%，首次养宠者占27%，产品与经验相关

启示

✓ 聚焦女性中青年市场

针对26-45岁女性开发产品和营销活动，利用社交媒体精准触达，提升品牌在核心人群中的影响力

✓ 优化产品分层策略

根据养宠经验和收入水平设计不同产品线，满足从新手到资深用户的需求，提高市场覆盖率

核心发现2：中端价格产品主导市场



20-50元价格区间占比42%，显示消费者偏好中端价位产品



夏季购买最活跃，占比29%，可能与宠物活动频繁相关



包装偏好以简易塑料为主，占32%，环保纸质包装占24%

启示

✓ 强化中端产品布局

集中资源开发20-50元价格带产品，确保性价比，同时利用季节性促销提升夏季销量

✓ 提升包装环保性

在保持实用性的基础上，增加环保包装选项，迎合消费者环保意识，增强品牌形象

核心发现3：电商平台主导消费渠道



电商平台推荐占比28%，宠物社群和博主推荐分别占19%和15%



淘宝/天猫和京东合计占57%，拼多多占11%，线下专业渠道稳定



用户分享高度集中于社交平台，微信朋友圈占35%，宠物社群占28%

启示

✓ 深化电商渠道合作

加强与主流电商平台的合作，优化产品展示和推荐算法，提高在线销售转化率

✓ 利用社交平台营销

在微信朋友圈和宠物社群开展用户分享活动，鼓励真实体验传播，扩大品牌口碑影响

核心逻辑：聚焦女性中青年，安全实用驱动宠物指甲剪消费



1、产品端

- ✓ 强化安全防剪深功能设计
- ✓ 优化产品耐用性与易用性



2、营销端

- ✓ 利用电商平台和社交推荐
- ✓ 夏季促销与中端价格策略



3、服务端

- ✓ 提升下午高峰时段服务响应
- ✓ 优化智能客服与搜索体验

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** 宠物指甲剪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指甲剪品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物指甲剪的购买行为;
- 宠物指甲剪市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

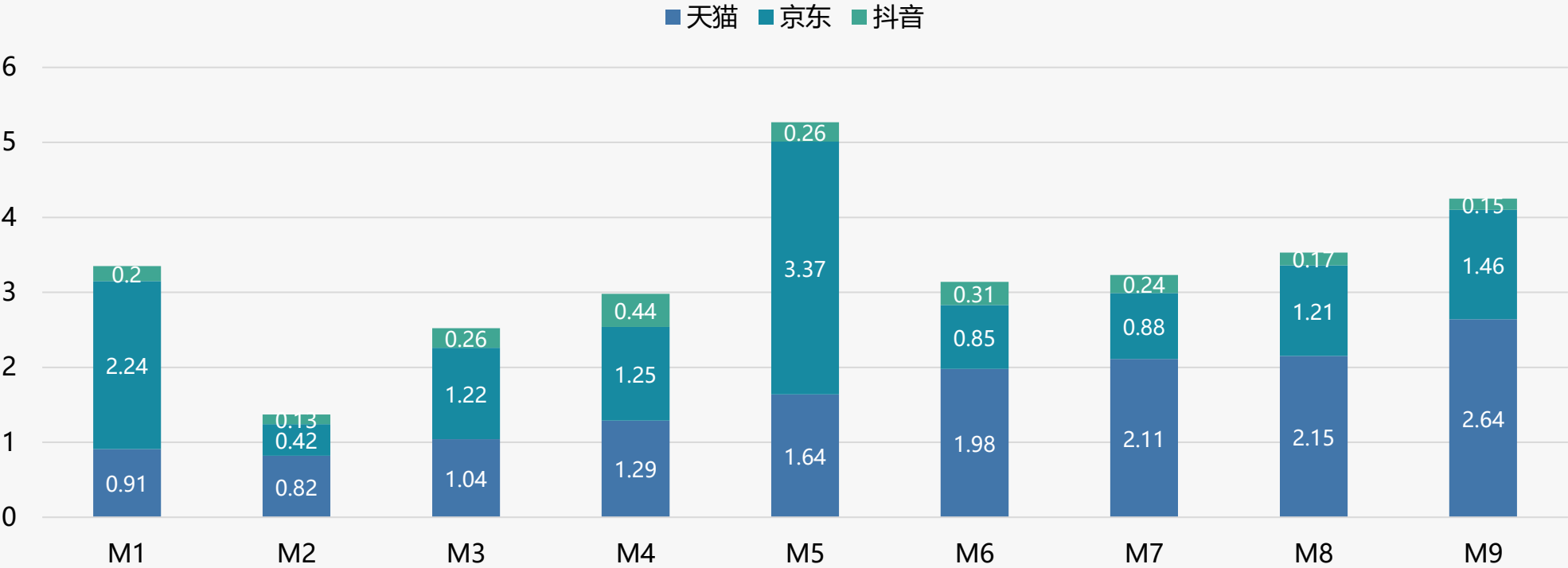
Research Method

- **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, 计算宠物指甲剪品类销售额、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、不同平台宠物指甲剪品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

京东领先天猫增长抖音潜力待挖

- ◆从平台销售额占比看，京东以1.2亿元（占比45%）领先，天猫1.0亿元（占比38%）次之，抖音0.2亿元（占比17%）居末。京东在M5单月销售额达337万元，凸显其促销活动拉动效应；天猫销售额逐月增长，M9达264万元，反映用户粘性提升；抖音份额较低但M4峰值44万元，提示直播带货潜力待挖掘。
- ◆季度趋势显示：Q1销售额0.7亿元，Q2跃升至1.0亿元，Q3微降至0.9亿元。增长主要由京东M5和天猫M6-M9连续突破190万元驱动，但Q3抖音销售额环比下滑，暴露渠道波动风险。建议优化季节性备货与跨平台流量分配。

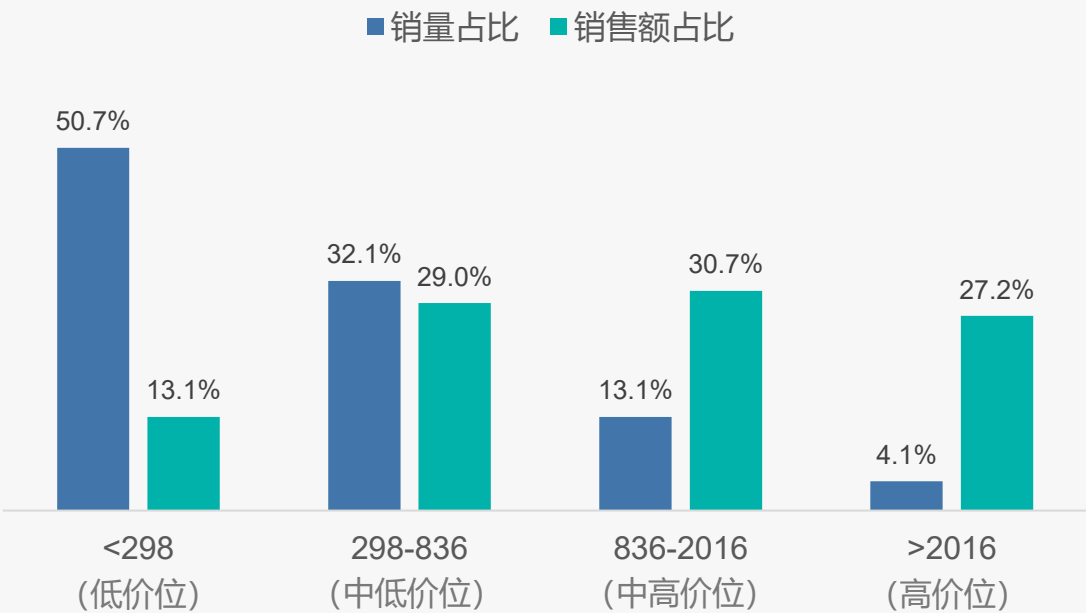
2025年一 ~ 三季度宠物指甲剪品类线上销售规模（百万元）



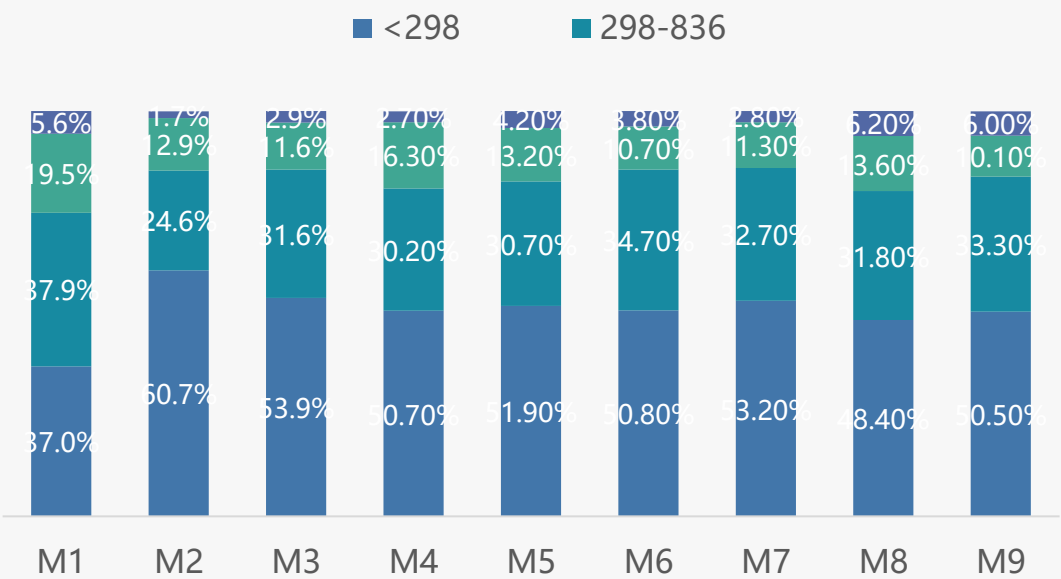
高端产品主导利润 销量结构需优化

- ◆从价格带结构看，低价位（<298元）产品销量占比50.7%但销售额仅占13.1%，呈现高销量低贡献特征；中高价位（836-2016元及>2016元）合计销量占比17.2%却贡献57.9%销售额，表明高端产品是利润核心，需优化产品组合提升整体ROI。
- ◆价格区间效率分析：中高价位（298-2016元）销量占比45.2%贡献59.7%销售额，资产周转率较高；而>2016元区间以4.1%销量贡献27.2%销售额，溢价能力突出，建议加强高端市场渗透以平衡销量与收入结构。

2025年一~三季度宠物指甲剪线上不同价格区间销售趋势



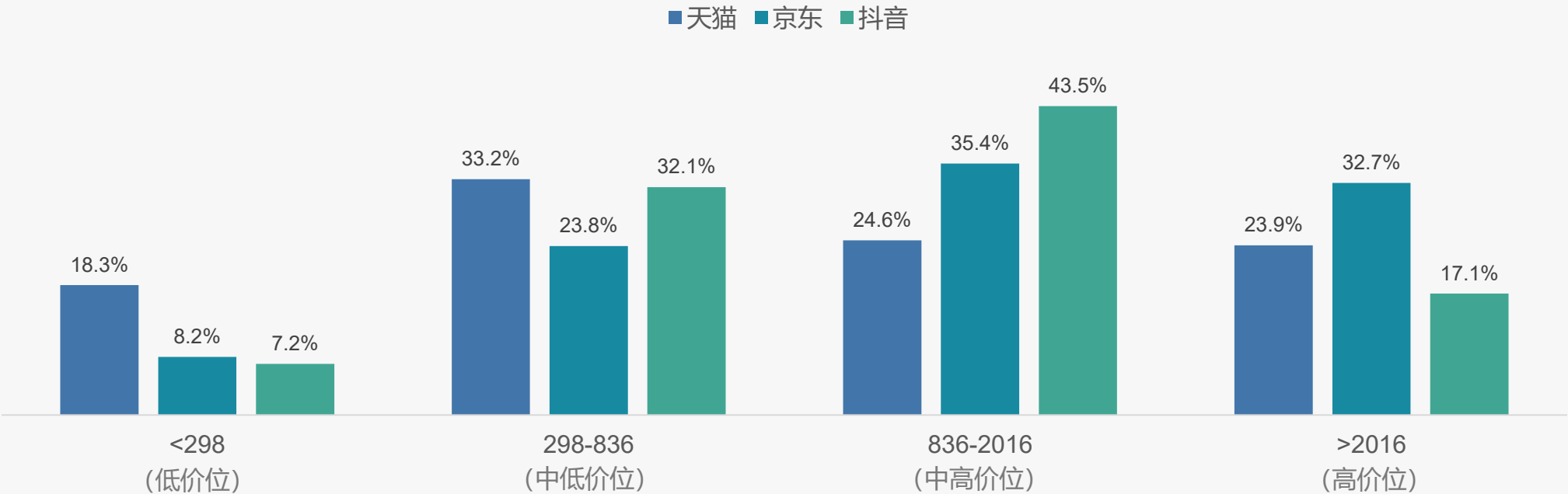
宠物指甲剪线上价格区间-销量分布



天猫低端主导 京东抖音中高增长

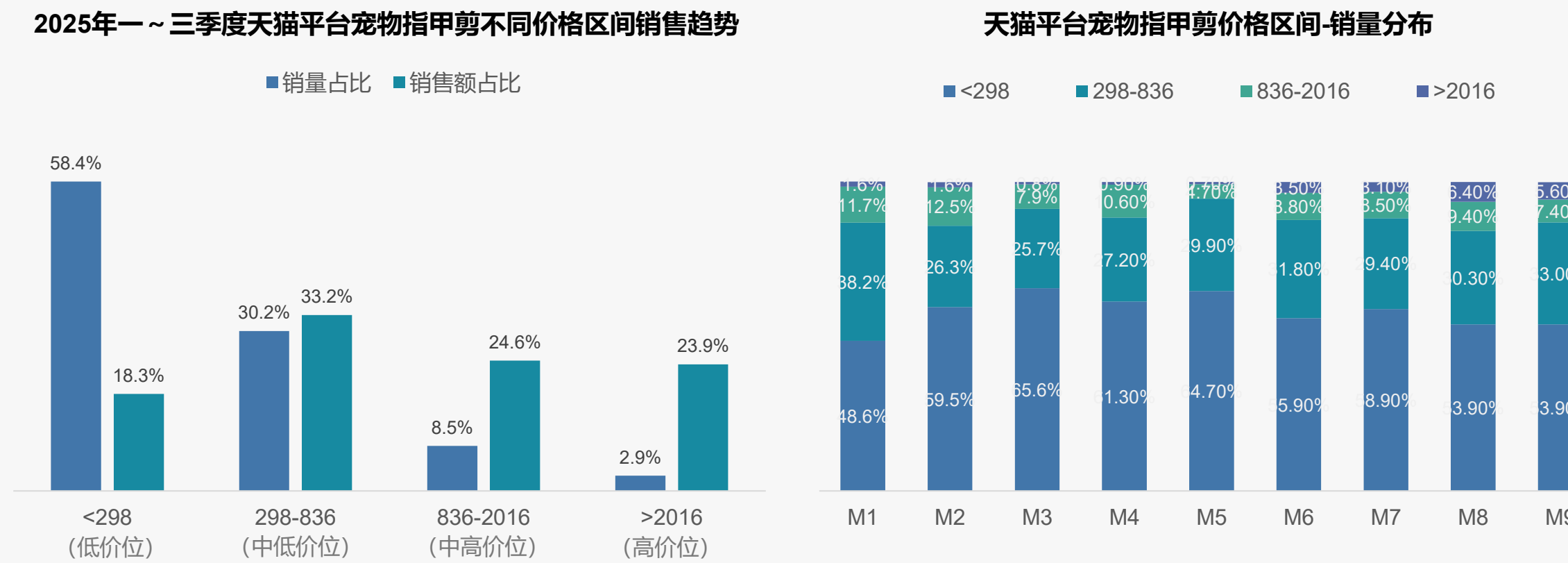
- ◆从价格区间分布看，天猫平台中低端市场（<836元）占比51.5%，京东和抖音中高端（836-2016元）占比分别为35.4%和43.5%，显示京东和抖音更依赖高价产品驱动增长，而天猫用户对价格敏感度较高，需优化产品组合提升客单价。
- ◆低端市场（<298元）占比天猫18.3%、京东8.2%、抖音7.2%，天猫低端份额为京东2.2倍，反映其用户基数大但ROI可能偏低；建议天猫加强中高端营销，京东和抖音维持现有策略以巩固市场份额。

2025年一～三季度各平台宠物指甲剪不同价格区间销售趋势



高端宠物指甲剪价量协同显著

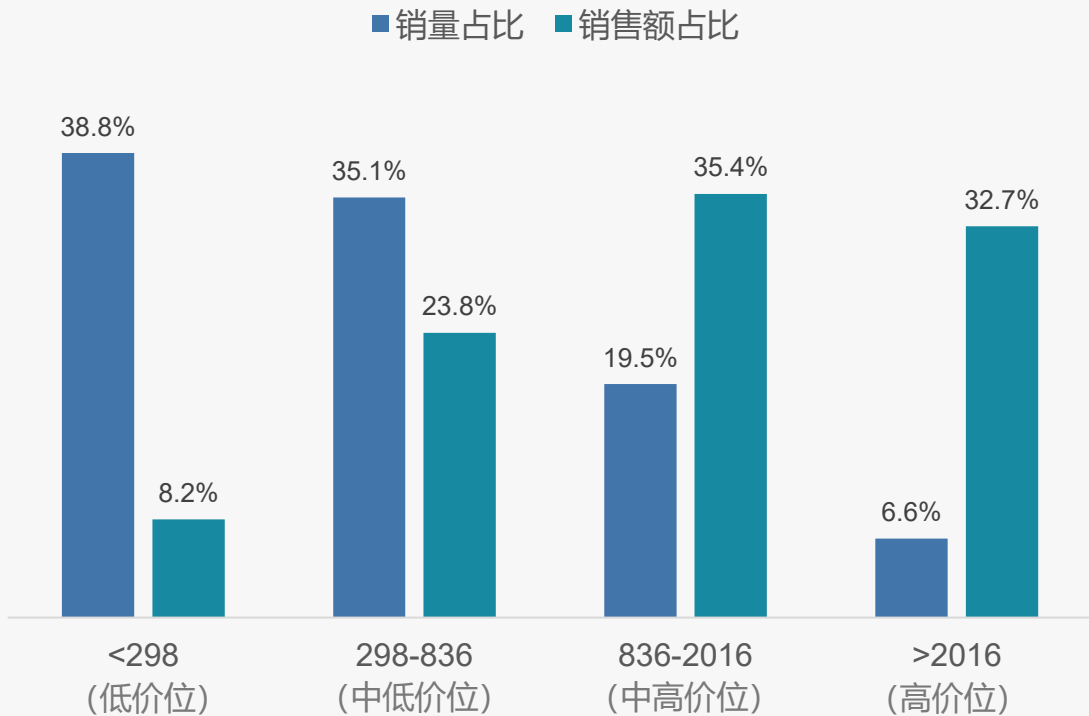
- ◆从价格区间销售趋势看，<298元低价产品销量占比58.4%但销售额仅占18.3%，呈现高销量低贡献特征；298-836元中端产品销量占比30.2%贡献33.2%销售额，单位价值较高；>836元高端产品合计销量占比11.4%却贡献48.5%销售额，显示高端市场利润空间较大。月度销量分布显示，<298元产品占比从M1的48.6%波动上升至M9的53.9%，整体占据主导但波动明显。
- ◆对比销量与销售额占比，<298元产品销量占比是销售额占比的3.2倍，价量背离严重；而>2016元产品销售额占比是销量占比的8.2倍，价量协同优异。建议通过促销组合提升中低端产品客单价。



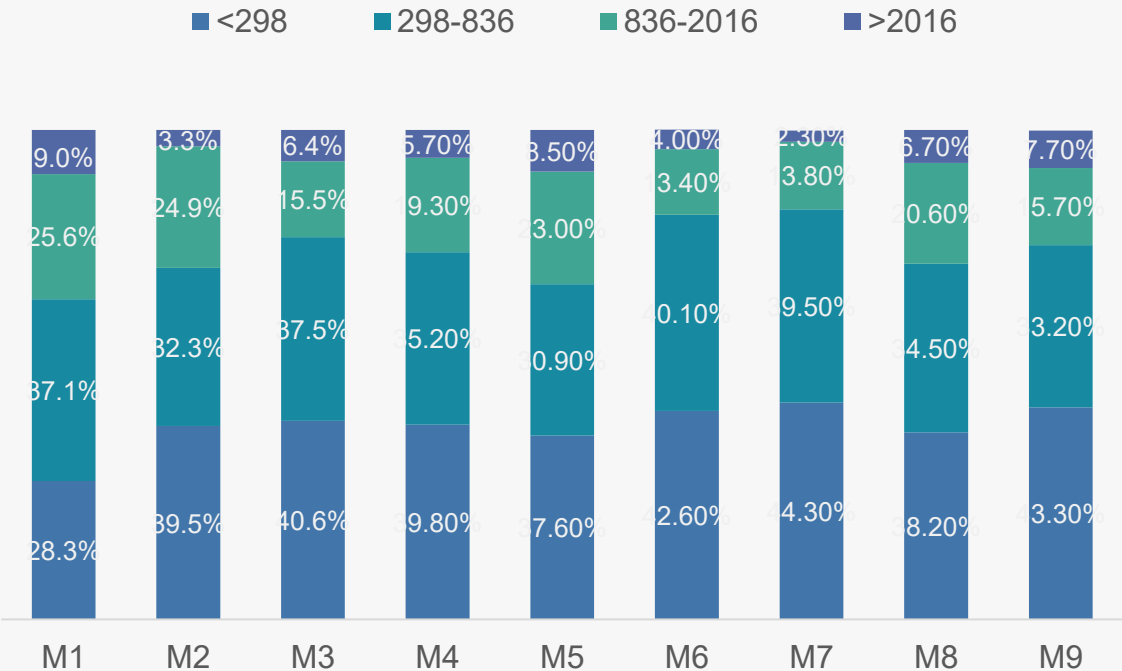
高端宠物指甲剪主导市场利润

- ◆从价格区间结构分析，<298元低价位产品销量占比38.8%但销售额仅占8.2%，呈现高销量低贡献特征；而>2016元高价位产品销量占比6.6%却贡献32.7%销售额，显示高端市场利润空间显著。从月度销量分布趋势看，<298元产品占比从M1的28.3%波动上升至M9的43.3%，显示低价策略持续强化；同期>2016元产品占比在M2跌至3.3%后逐步回升，反映高端需求存在季节性波动。
- ◆从销售额贡献效率看，836-2016元中高价位区间以19.5%销量占比创造35.4%销售额，单位销量创收能力最强；而298-836元区间销量占比35.1%仅贡献23.8%销售额，存在明显价值洼地。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率，加强旺季营销布局，并通过产品升级提升该区间客单价。

2025年一～三季度京东平台宠物指甲剪不同价格区间销售趋势



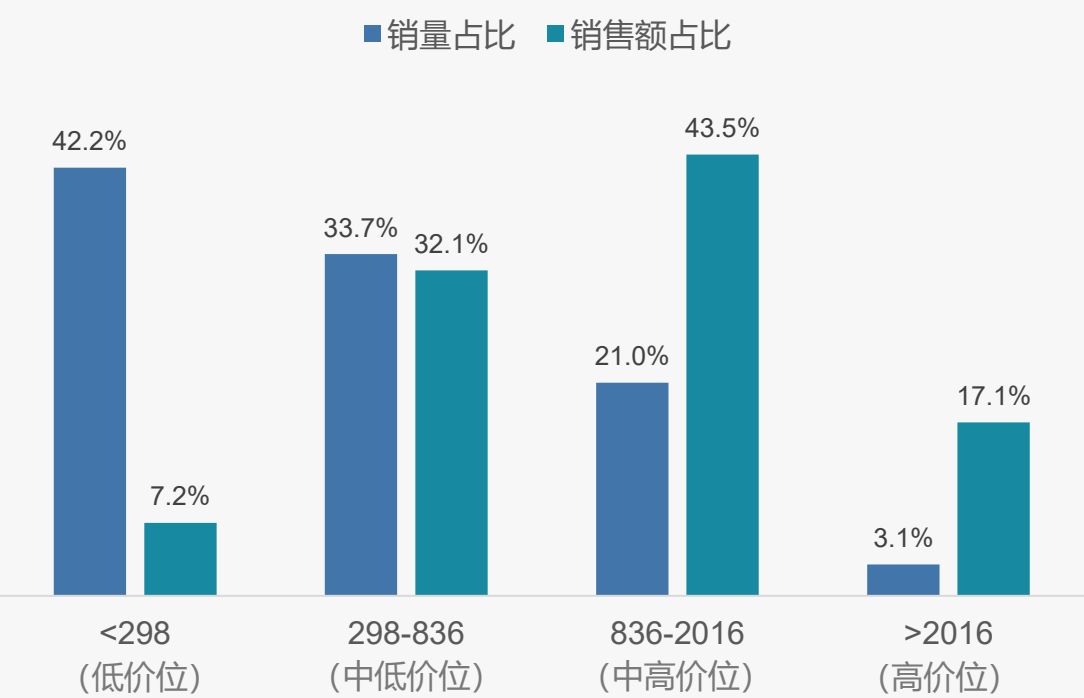
京东平台宠物指甲剪价格区间-销量分布



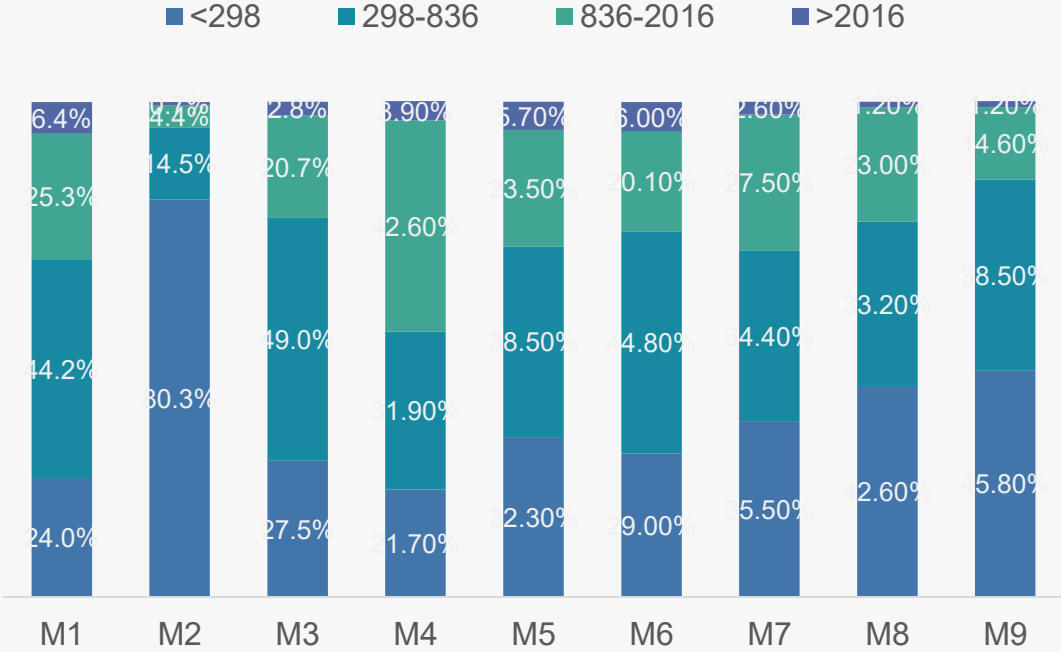
低价高销中高端利润主导市场

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台宠物指甲剪品类呈现明显的价格分层结构。低价位产品（<298元）销量占比高达42.2%，但销售额占比仅7.2%，说明该区间产品单价低、利润空间有限。中高价位产品（836-2016元）销量占比21.0%却贡献43.5%的销售额，是平台的核心利润来源。高价产品（>2016元）虽销量占比仅3.1%，但销售额占比达17.1%，显示高端市场存在溢价空间。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M2月低价产品销量占比飙升至80.3%，可能与春节促销活动相关。M4月中高价位产品（836-2016元）销量占比达42.6%，为季度峰值，反映消费升级趋势。整体来看，298-836元价格区间在各月保持相对稳定，是平台的基盘市场。这种波动模式提示企业需要制定差异化

2025年一～三季度抖音平台宠物指甲剪不同价格区间销售趋势



抖音平台宠物指甲剪价格区间-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** 宠物指甲剪消费行为、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年内购买过宠物指甲剪的消费者;
- 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

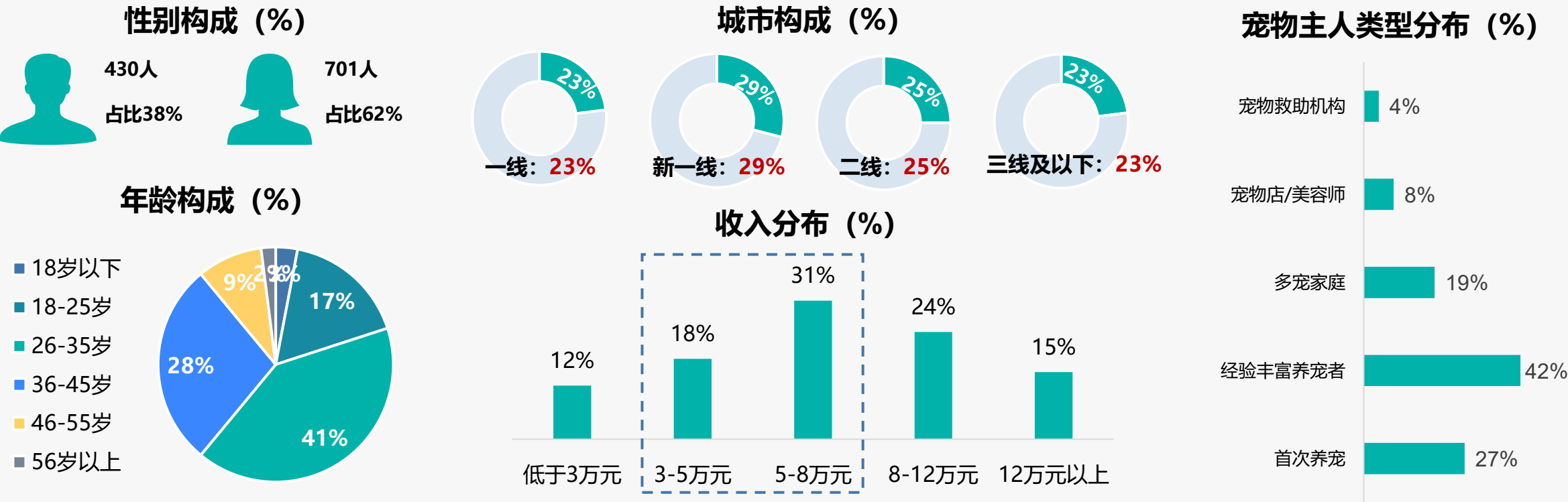
Research Method

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=1131

女性 中青年 中等收入 养宠经验 主导消费

- ◆调查显示女性占62%，男性38%，宠物指甲剪消费以女性为主。26-35岁群体占41%，36-45岁占28%，中青年是核心消费人群。
- ◆收入5-8万元者占31%，8-12万元者占24%，中等收入群体需求突出。经验丰富养宠者占42%，首次养宠者占27%，产品与养宠经验相关。

2025年中国宠物指甲剪消费者画像

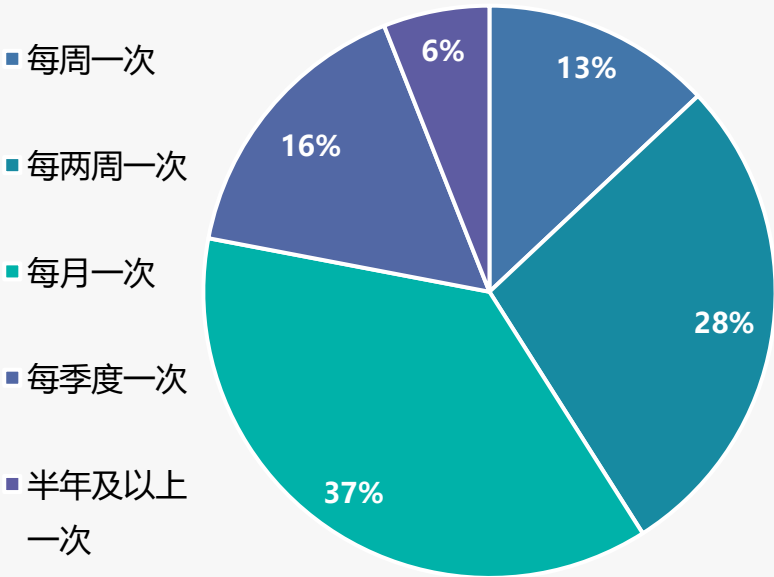


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

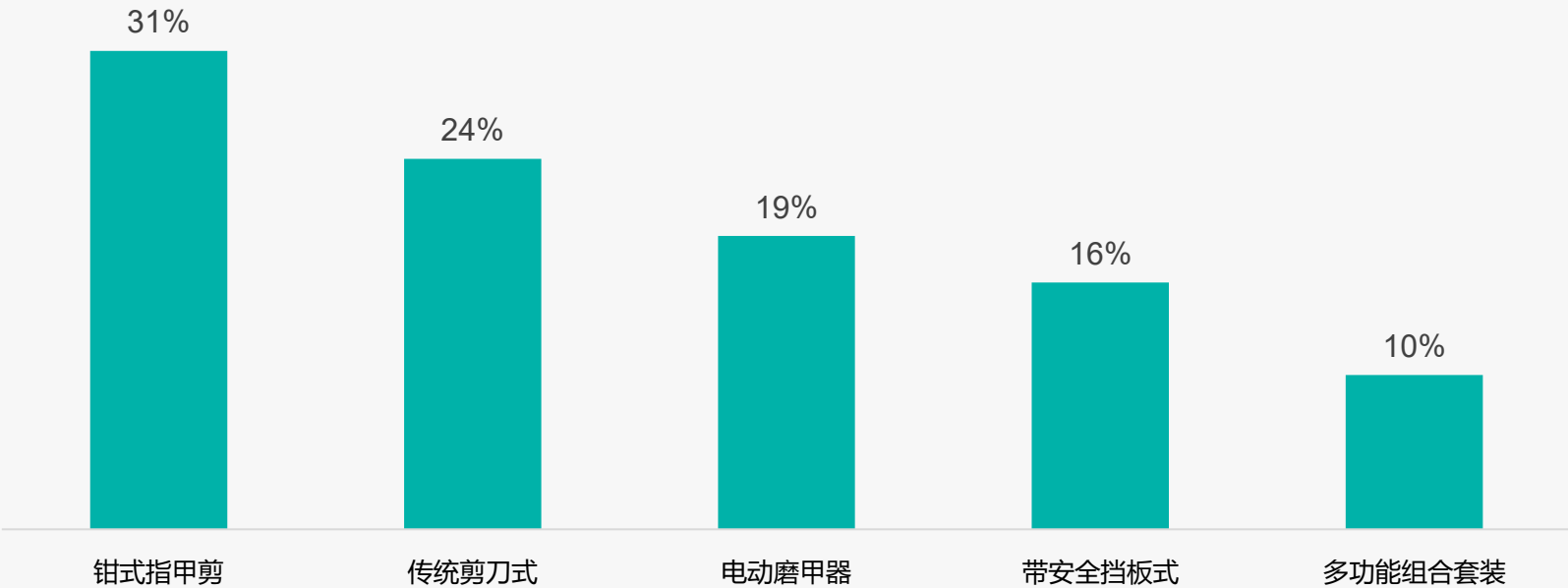
宠物指甲修剪频率中等类型偏好传统

- ◆宠物指甲修剪频率以每月一次为主，占比37%；每两周一次占28%，显示多数用户选择中等频率维护，偏好稳定。
- ◆宠物指甲剪类型中，钳式指甲剪最受欢迎，占31%；传统剪刀式占24%，表明用户倾向于操作简便的传统工具。

2025年中国宠物指甲剪修剪频率分布



2025年中国宠物指甲剪类型偏好分布

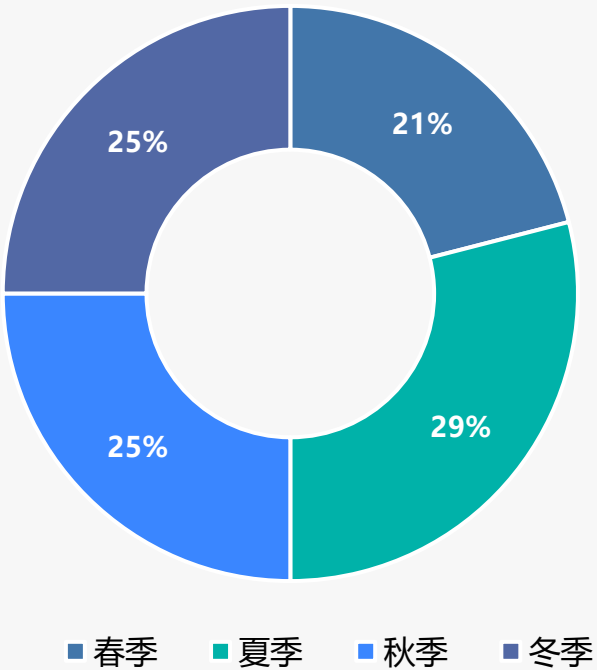


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

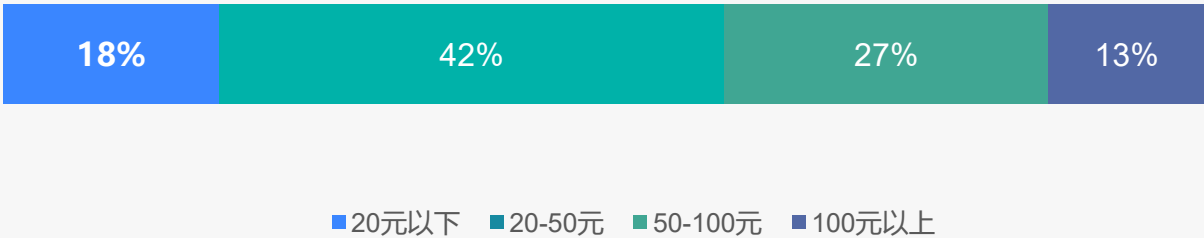
中端消费主导 夏季需求高峰

- ◆宠物指甲剪消费集中在20-50元区间，占比42%，夏季购买最活跃，占比29%。包装偏好以简易塑料包装为主，占比32%，环保纸质包装次之，占比24%。
- ◆支出分布显示中端产品主导市场，低价和高端需求较少。季节因素影响购买行为，夏季需求突出。包装选择反映实用和环保趋势。

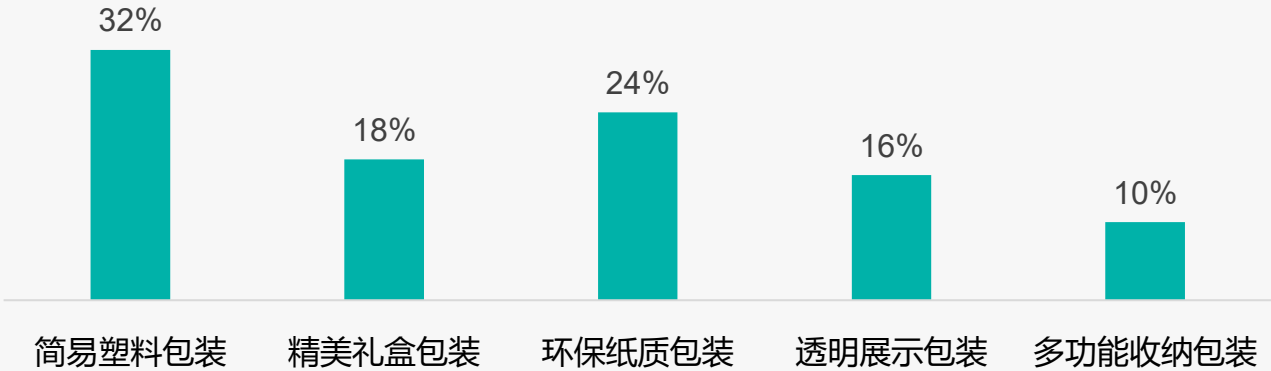
2025年中国宠物指甲剪购买季节分布



2025年中国宠物指甲剪单次购买支出分布



2025年中国宠物指甲剪包装偏好分布

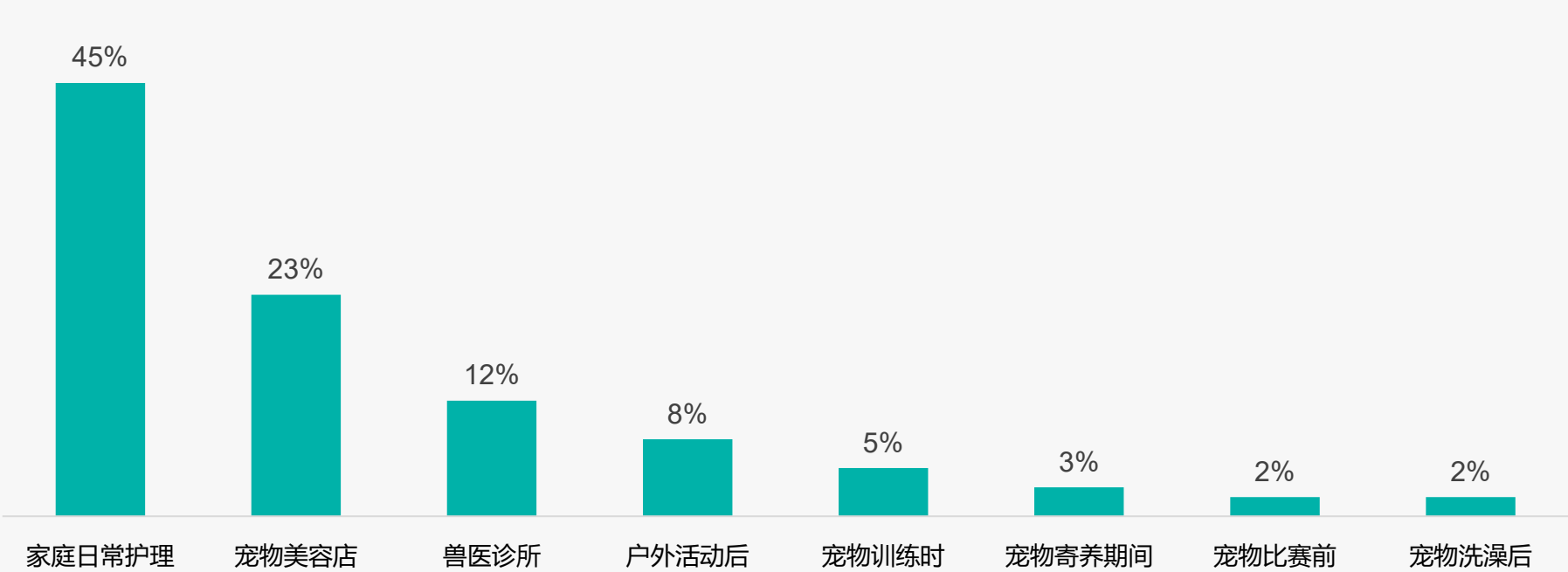


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

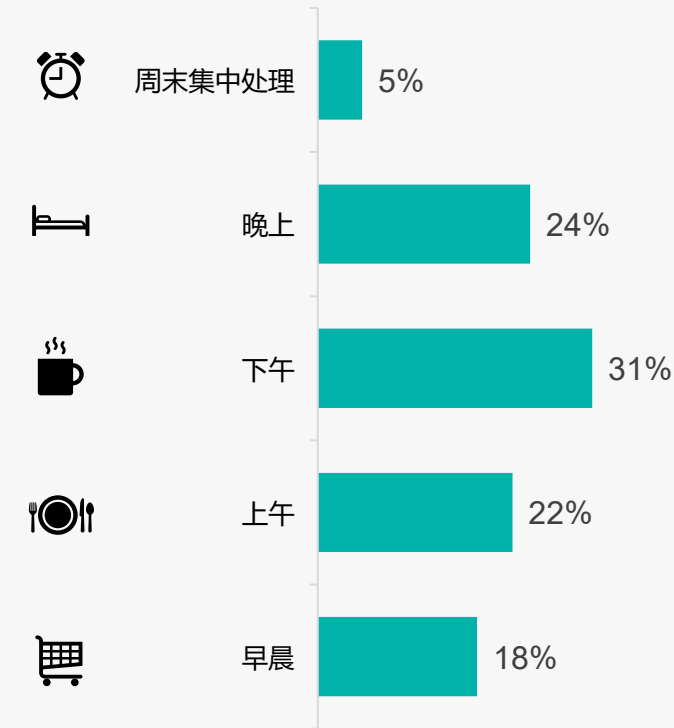
家庭护理主导 下午修剪高峰

- ◆宠物指甲修剪场景中，家庭日常护理占比45%，为主流方式；宠物美容店和兽医诊所分别占23%和12%，显示专业服务需求。
- ◆修剪时段分布显示，下午占31%，为高峰期；晚上和上午分别占24%和22%，早晨和周末集中处理占比较低。

2025年中国宠物指甲剪修剪场景分布



2025年中国宠物指甲剪修剪时段分布

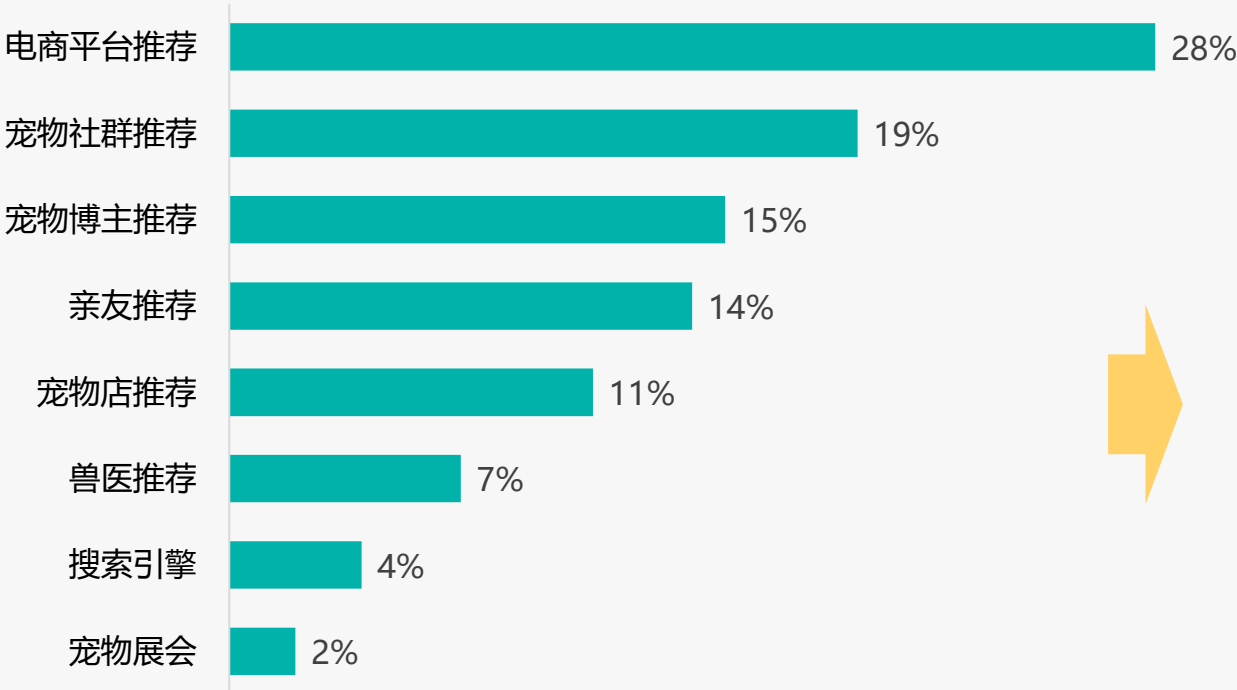


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

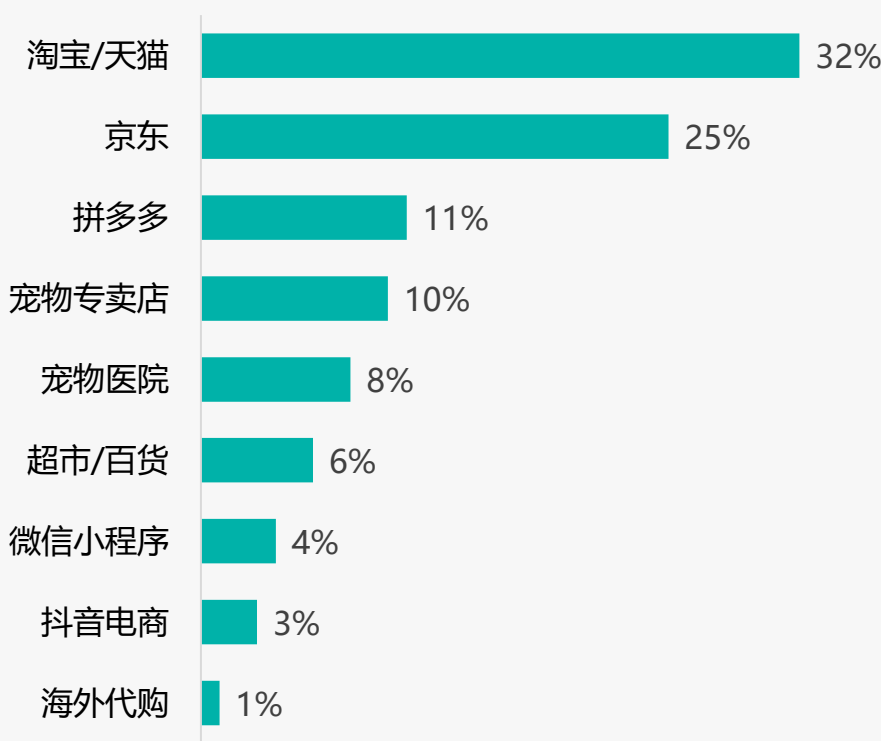
电商主导宠物指甲剪消费市场

- ◆宠物指甲剪了解渠道以电商平台推荐为主，占28%，宠物社群和博主推荐分别占19%和15%，线上社交和内容平台在消费者认知中作用显著。
- ◆购买渠道中淘宝/天猫和京东合计占57%，电商平台主导；拼多多占11%，线下专业渠道如宠物专卖店和医院分别占10%和8%。

2025年中国宠物指甲剪了解渠道分布



2025年中国宠物指甲剪购买渠道分布

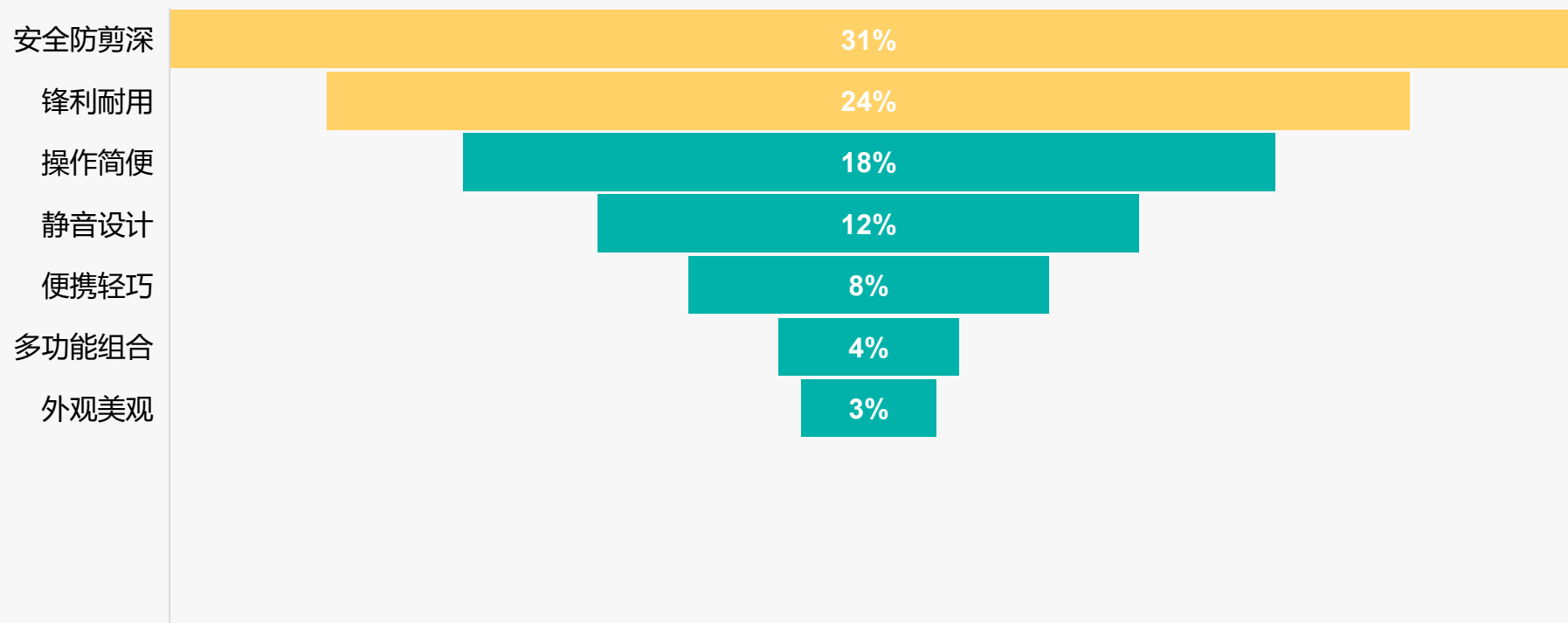


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

安全防剪深功能最受消费者关注

- ◆安全防剪深功能以31%的偏好占比成为最受关注因素，锋利耐用和操作简便分别以24%和18%紧随其后，显示消费者高度关注宠物安全和产品实用性。
- ◆静音设计偏好占比为12%，而便携轻巧、多功能组合及外观美观占比均低于10%，表明次要功能在购买决策中影响有限，用户更注重核心性能。

2025年中国宠物指甲剪功能偏好分布

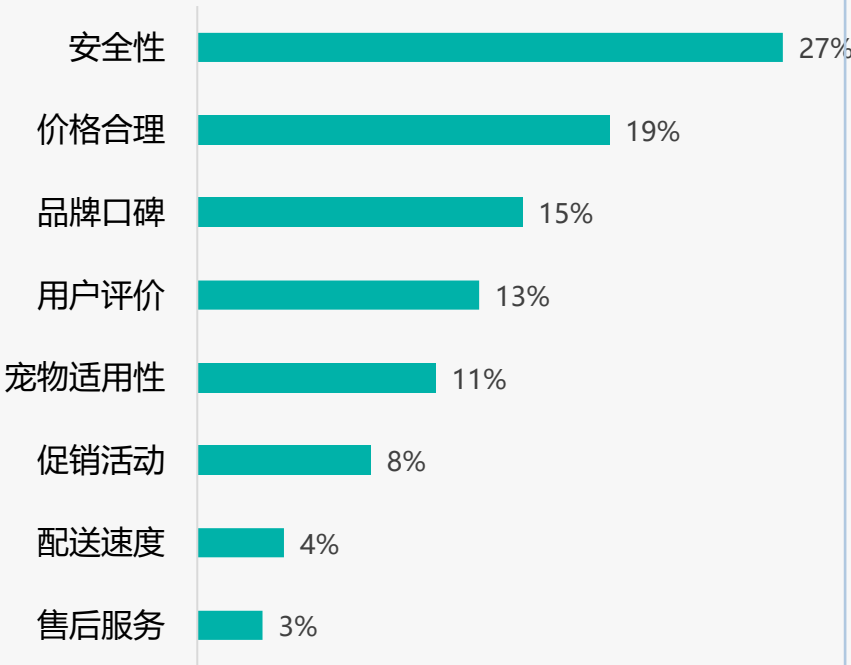


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

宠物健康需求主导指甲剪购买

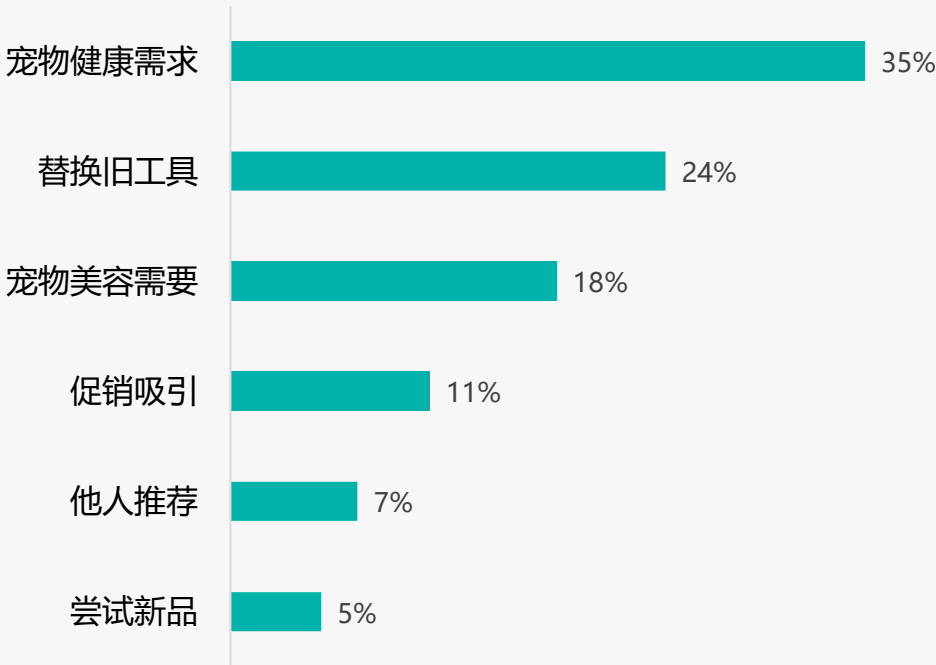
- ◆宠物指甲剪购买决策中，安全性(27%)和价格合理(19%)是主要因素，品牌口碑(15%)和用户评价(13%)次之，显示消费者优先考虑安全和性价比。
- ◆购买动机以宠物健康需求(35%)为主导，替换旧工具(24%)和宠物美容需要(18%)紧随，促销吸引(11%)和他人推荐(7%)影响较小。

2025年中国宠物指甲剪购买决策因素分布



样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

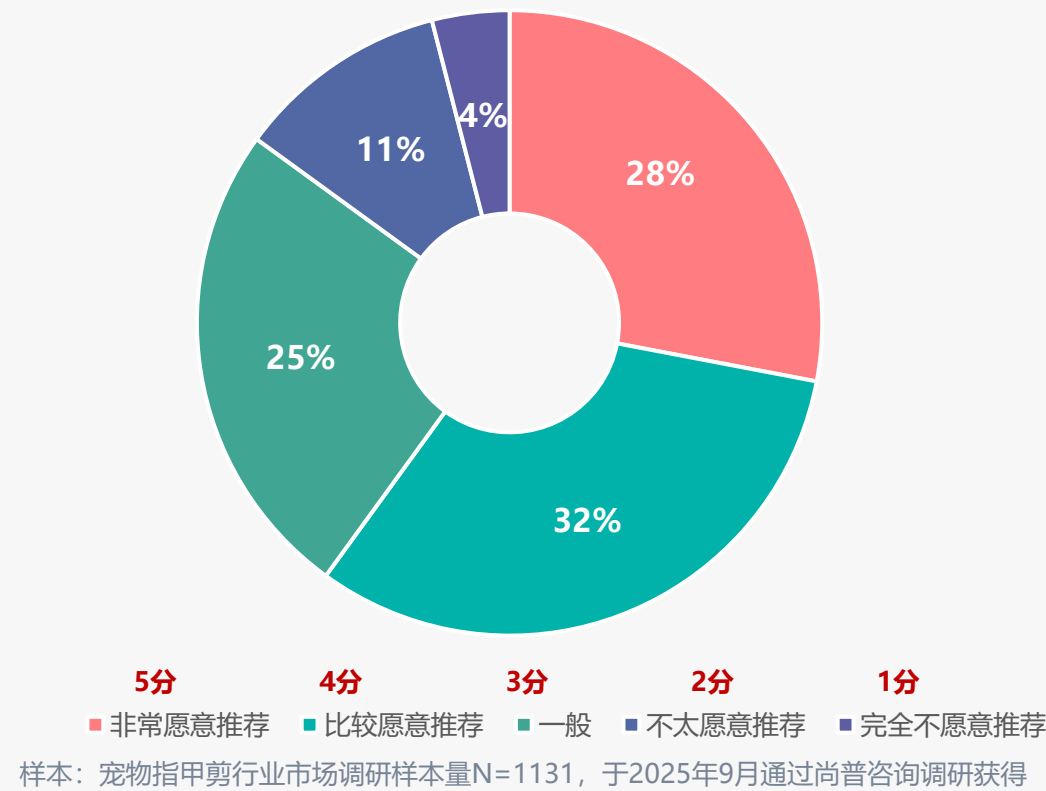
2025年中国宠物指甲剪购买动机分布



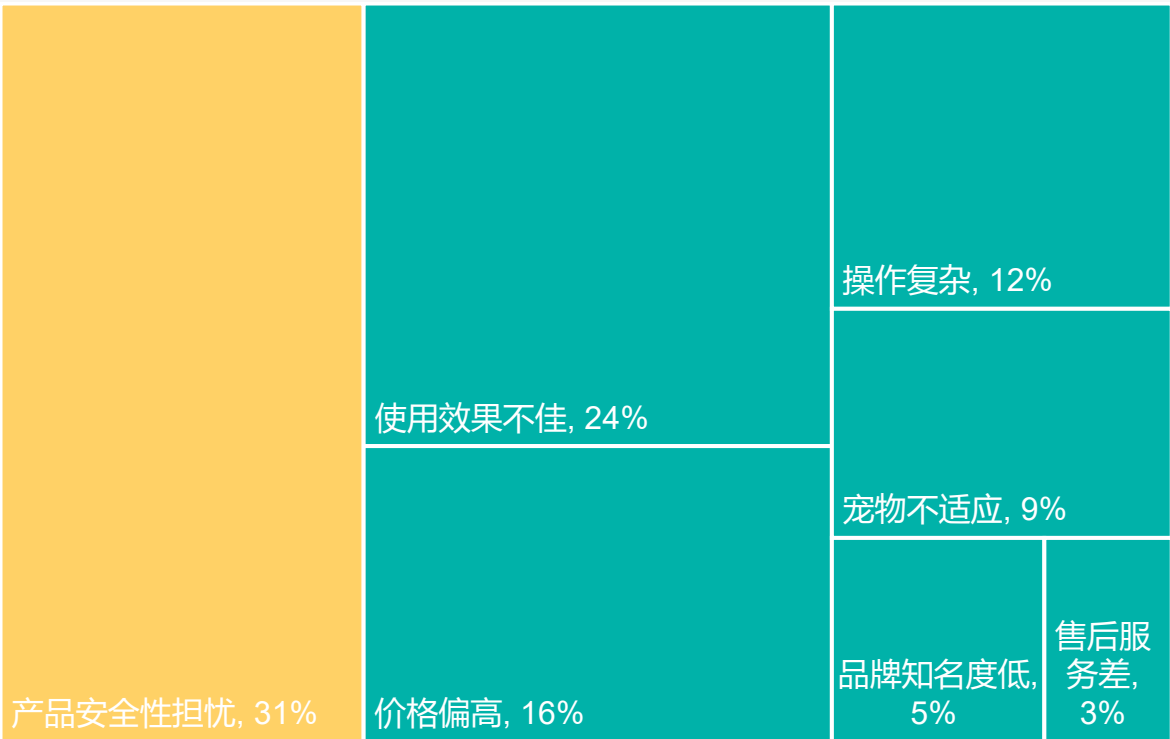
宠物指甲剪推荐积极 安全效果需改进

- ◆宠物指甲剪推荐意愿积极，非常愿意和比较愿意推荐的消费者合计占60%。不愿推荐的主要原因是产品安全性担忧占31%，使用效果不佳占24%。
- ◆安全性担忧和使用效果不佳是核心问题，分别占31%和24%。价格偏高占16%，提示需优化产品设计和成本控制以提升市场满意度。

2025年中国宠物指甲剪推荐意愿分布



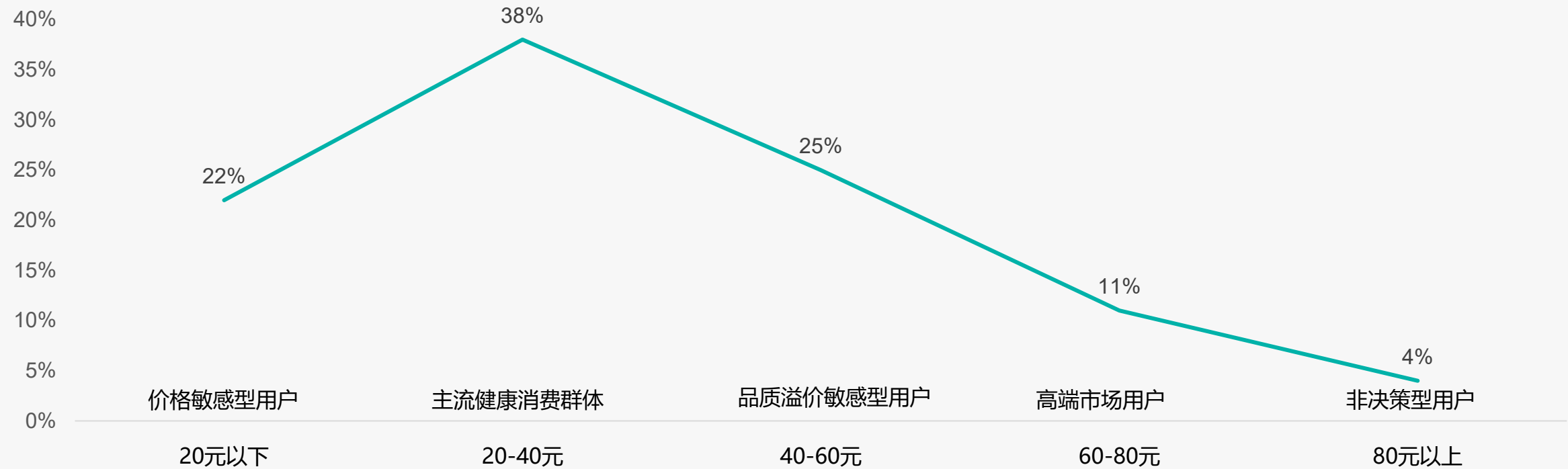
2025年中国宠物指甲剪不愿推荐原因分布



中等价位宠物指甲剪最受欢迎

- ◆宠物指甲剪消费者价格接受度集中在20-40元区间，占比38%，显示中等价位产品最受市场欢迎，是核心消费群体。
- ◆高端市场接受度有限，60元以上区间仅占15%，企业应聚焦20-60元价格带以优化产品策略和市场份额。

2025年中国宠物指甲剪主流类型价格接受度分布



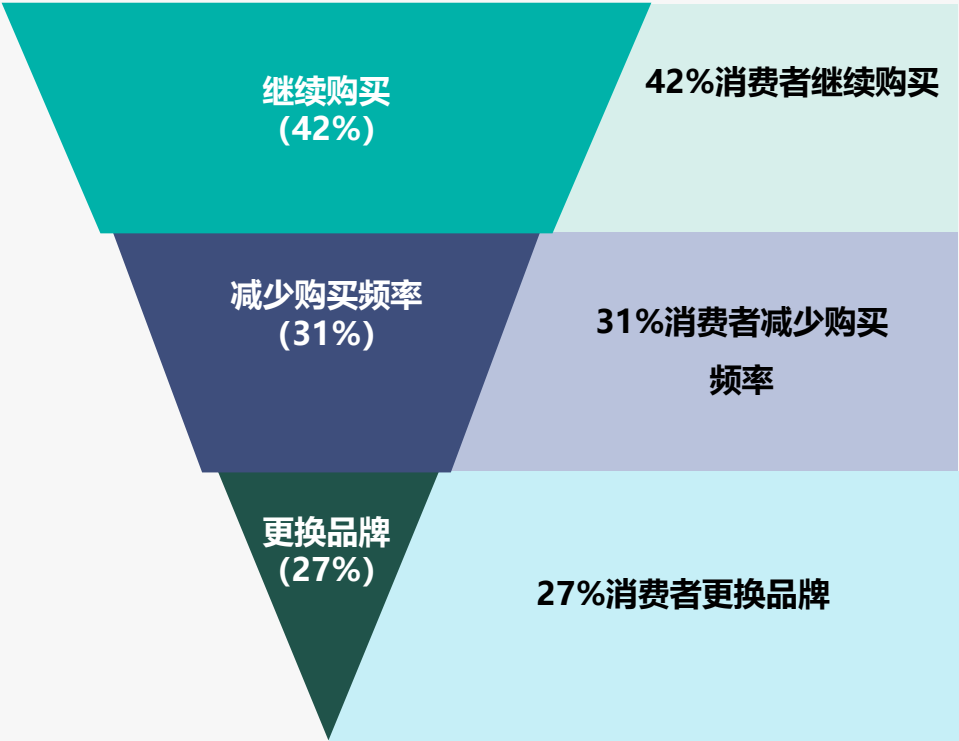
样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

注：以钳式指甲剪规格宠物指甲剪为标准核定价格区间

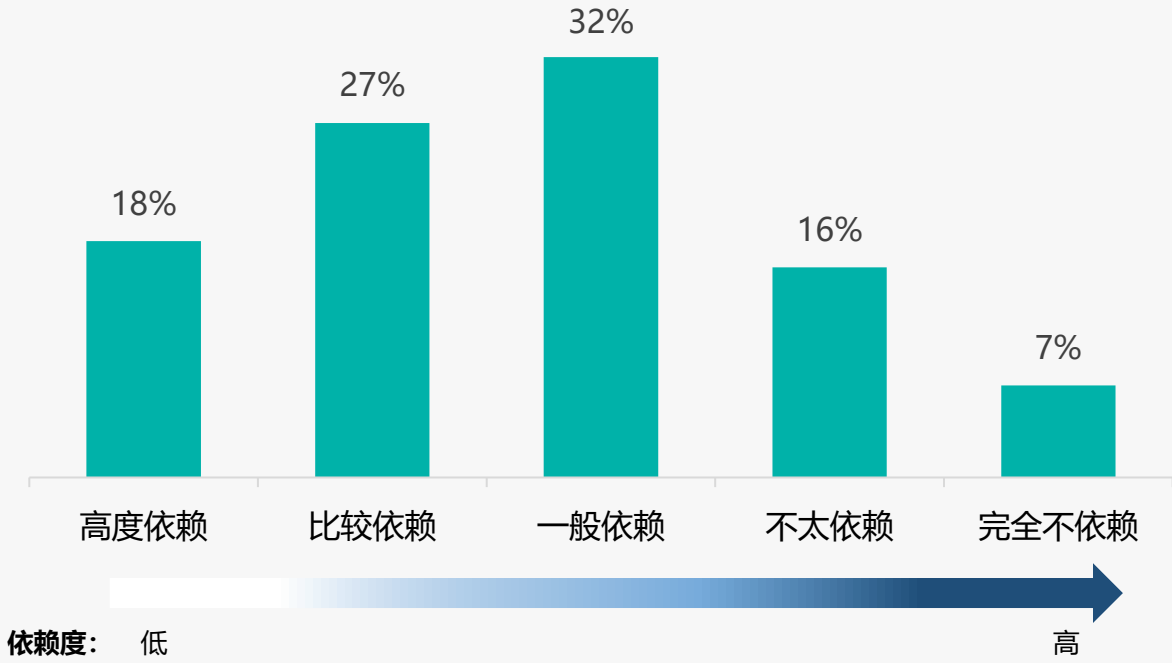
价格敏感 品牌忠诚 促销关键

- ◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，31%减少频率，27%更换品牌，显示品牌忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆促销依赖中，32%一般依赖，高度和比较依赖合计45%，仅7%完全不依赖，促销策略对市场影响显著。

2025年中国宠物指甲剪价格上涨10%购买行为分布



2025年中国宠物指甲剪促销活动依赖程度分布

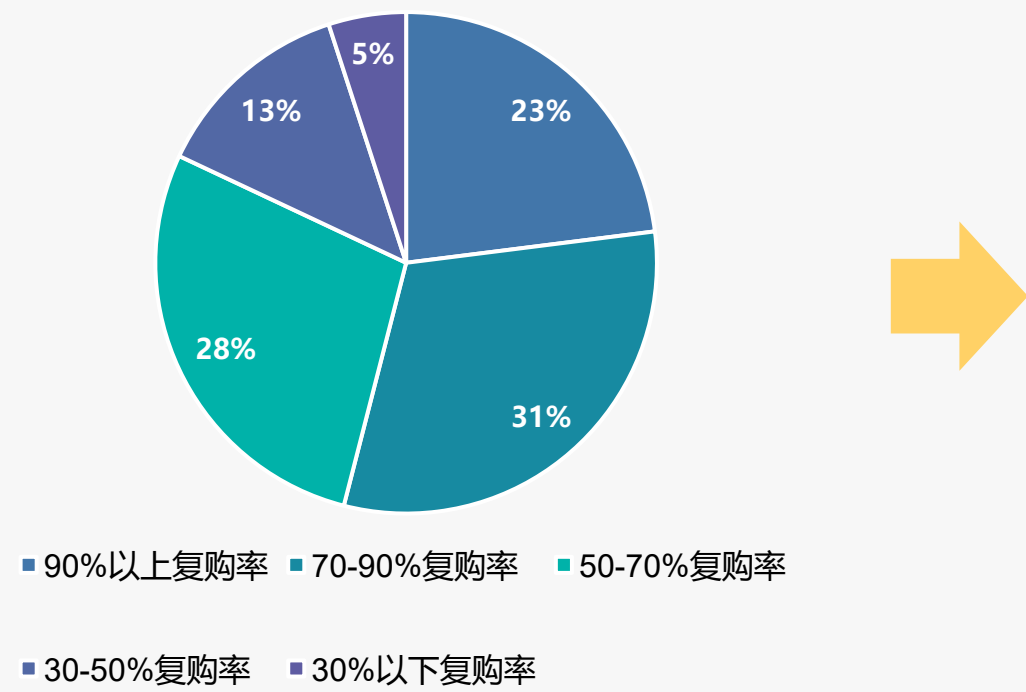


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

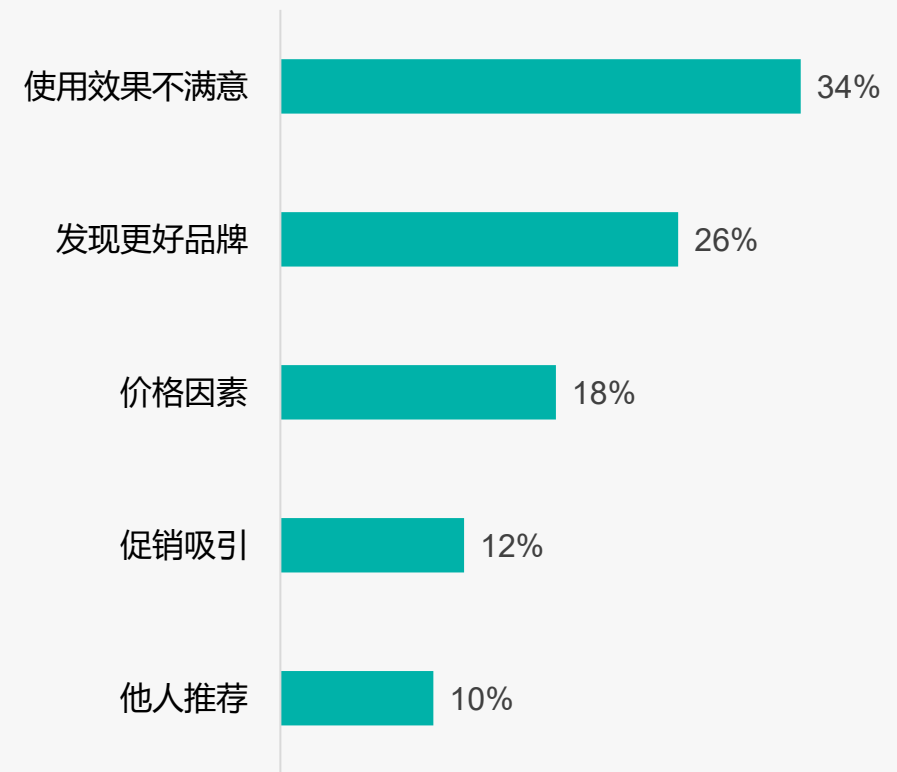
高复购率 效果驱动 品牌竞争

- ◆宠物指甲剪品牌复购率较高，70-90%复购率占比31%，50-70%复购率占比28%，显示多数消费者对品牌有较强忠诚度。
- ◆更换品牌主因是使用效果不满意占比34%，其次为发现更好品牌占比26%，强调产品功能和市场竞争重要性。

2025年中国宠物指甲剪品牌复购率分布



2025年中国宠物指甲剪更换品牌原因分布

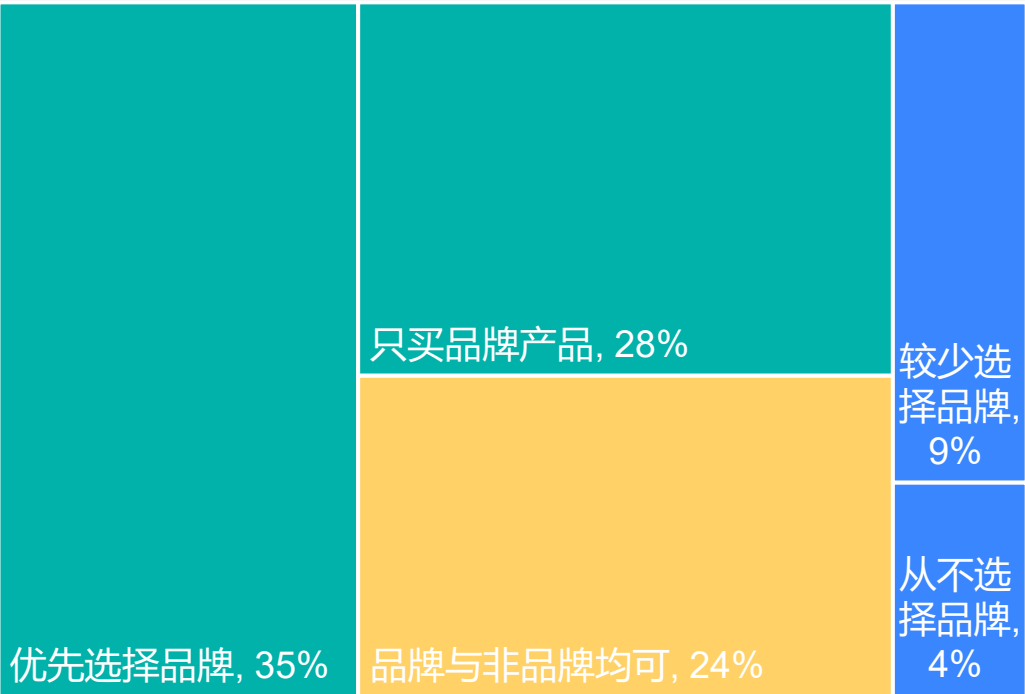


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

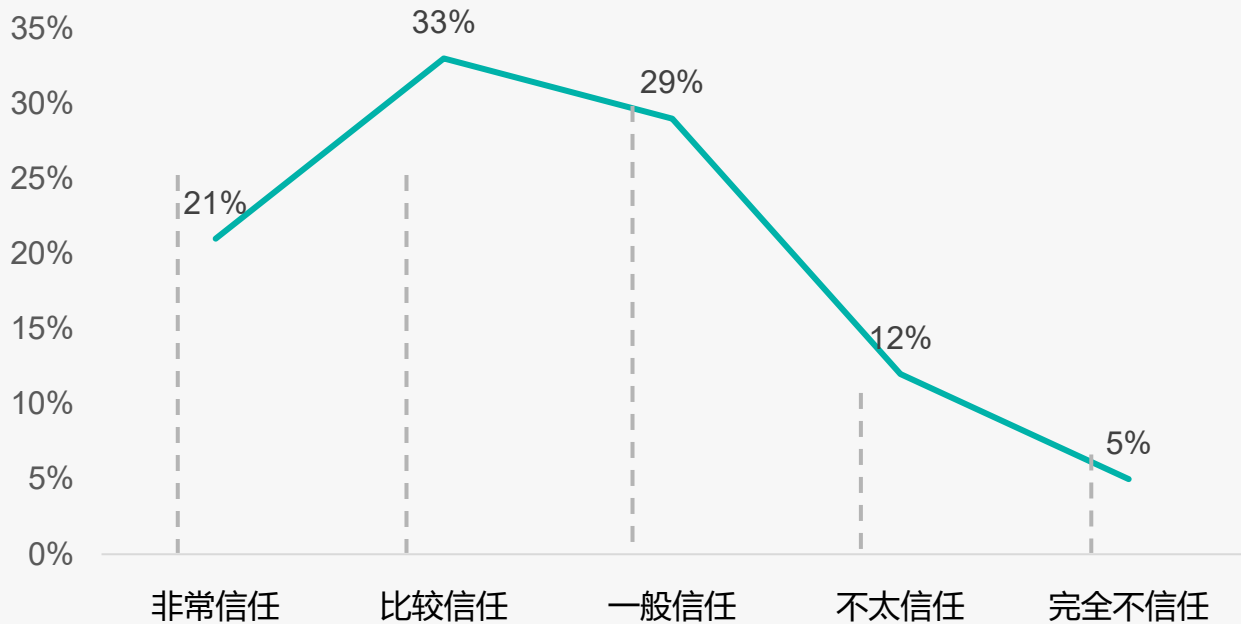
宠物指甲剪品牌偏好显著信任度高

- ◆宠物指甲剪消费者中，优先选择品牌和只买品牌的占比分别为35%和28%，合计达63%，显示品牌偏好显著。
- ◆对品牌态度中，比较信任和非常信任的消费者分别占33%和21%，合计54%，品牌信任度较高。

2025年中国宠物指甲剪品牌产品购买意愿分布



2025年中国宠物指甲剪品牌态度分布

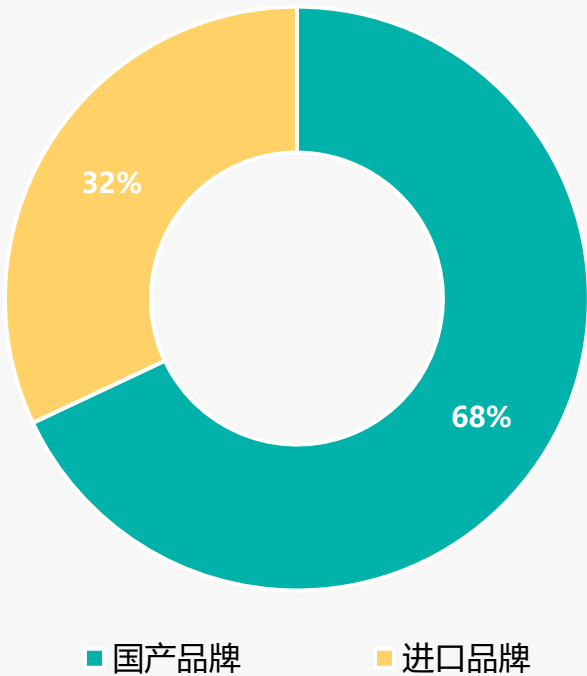


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

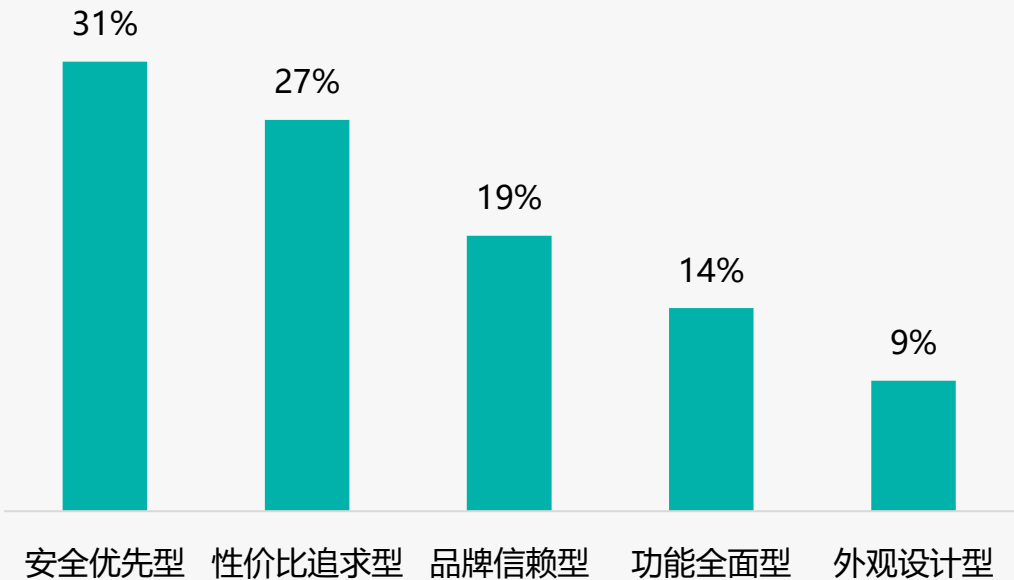
国产品牌主导 安全性价比优先

- ◆国产品牌选择占比68%，显著高于进口品牌的32%，显示消费者对本土产品接受度高，市场以国产品牌为主导。
- ◆品牌偏好中安全优先型占比31%，性价比追求型占比27%，突显消费者对宠物安全和价格敏感度的重视。

2025年中国宠物指甲剪国产与进口品牌选择分布



2025年中国宠物指甲剪品牌偏好类型分布

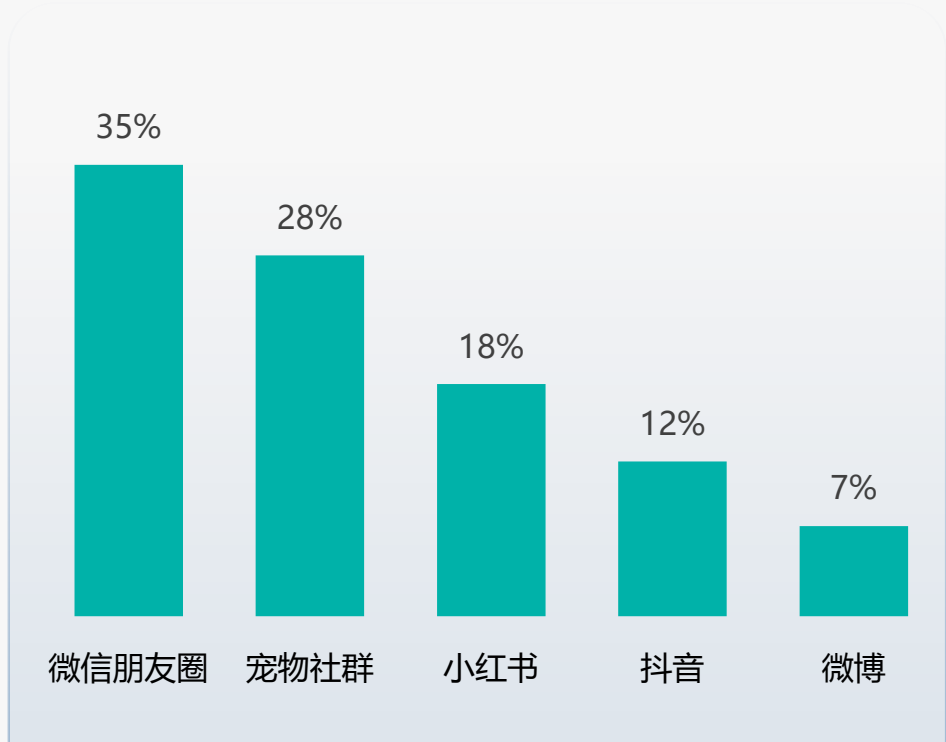


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

社交平台主导分享 实用内容需求突出

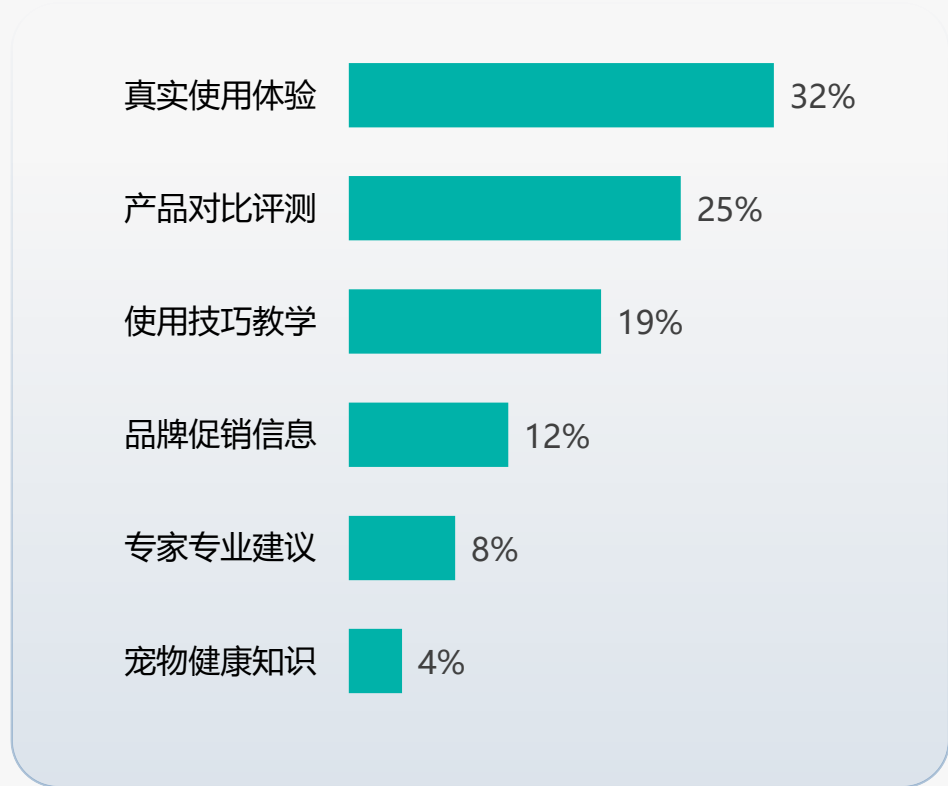
- ◆ 宠物用品分享渠道高度集中于社交平台，微信朋友圈占比35%，宠物社群占比28%，两者合计超过六成，显示用户偏好熟人圈和兴趣社群分享。
- ◆ 内容类型偏好中，真实使用体验占比32%，产品对比评测占比25%，合计57%，突出用户对实用性和比较性信息的强烈需求，远超促销或专业建议。

2025年中国宠物指甲剪用品分享渠道分布



样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

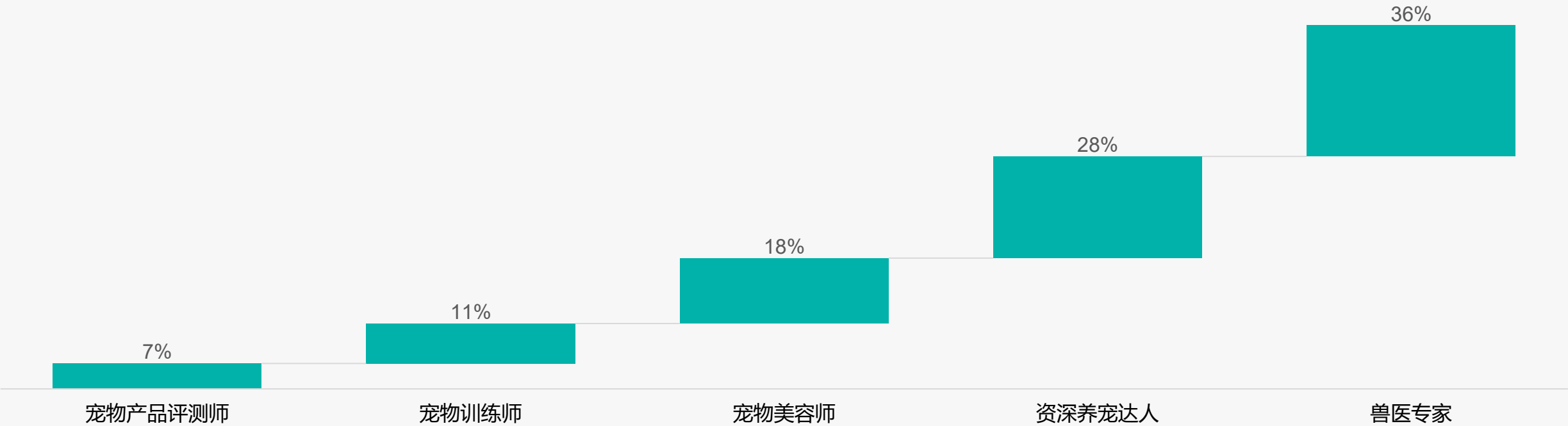
2025年中国宠物指甲剪用品内容类型偏好分布



兽医专家最受信任 专业实用是关键

- ◆宠物指甲剪消费中，兽医专家以36%占比最受信任，资深养宠达人以28%次之，显示用户高度依赖专业医疗知识和实践经验。
- ◆宠物美容师占比18%，训练师和评测师分别占11%和7%，表明专业性和实用性是选择博主的关键因素。

2025年中国宠物指甲剪信任博主类型分布

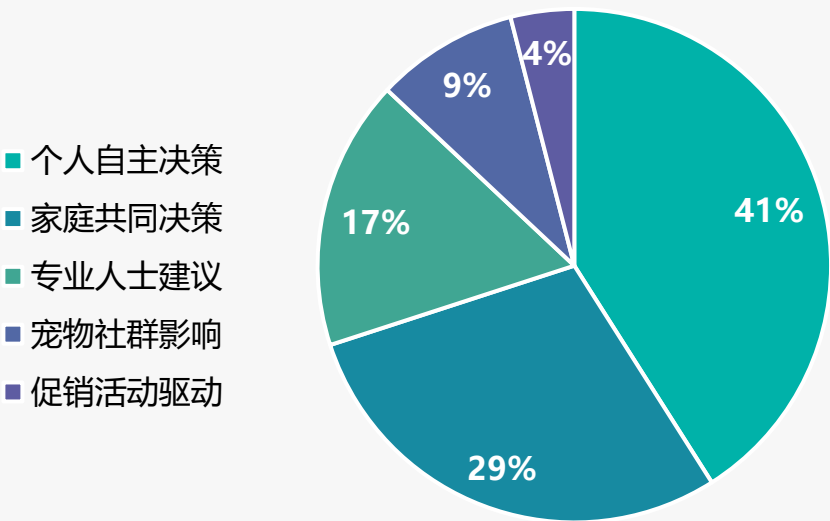


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

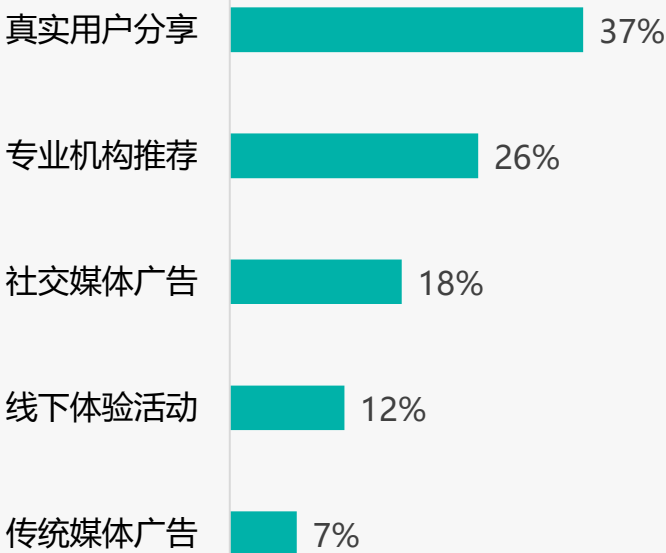
用户分享主导宠物广告偏好

- ◆宠物用品广告偏好中，真实用户分享占比最高，达到37%，专业机构推荐占26%，显示消费者更信赖个人体验和权威推荐。
- ◆社交媒体广告占18%，线下体验活动占12%，传统媒体广告仅占7%，反映传统和线下方式吸引力相对较低。

2025年中国宠物指甲剪用品购买决策类型分布



2025年中国宠物指甲剪用品广告偏好分布

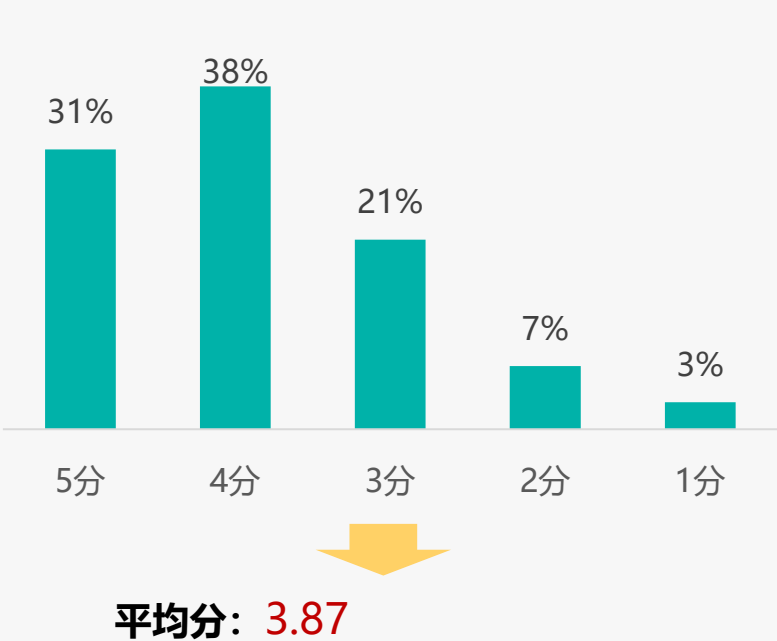


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

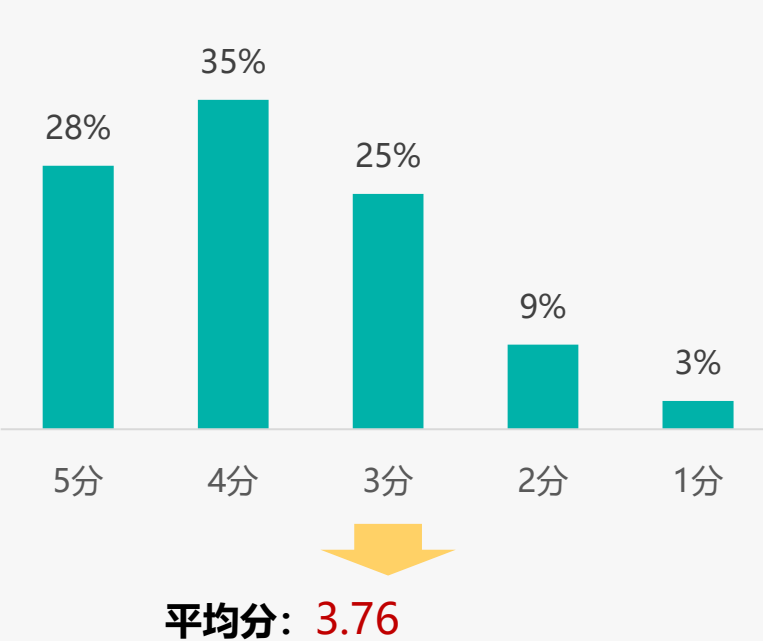
宠物指甲剪网购体验良好客服待提升

- ◆线上购买流程满意度最高，5分和4分合计达69%，退货体验次之为63%，客服满意度最低仅59%，显示购物环节整体良好但客服需改进。
- ◆客服服务3分占比29%较高，拉低整体满意度，而购买流程和退货体验均以高满意度为主，建议优先优化客服以提升用户体验。

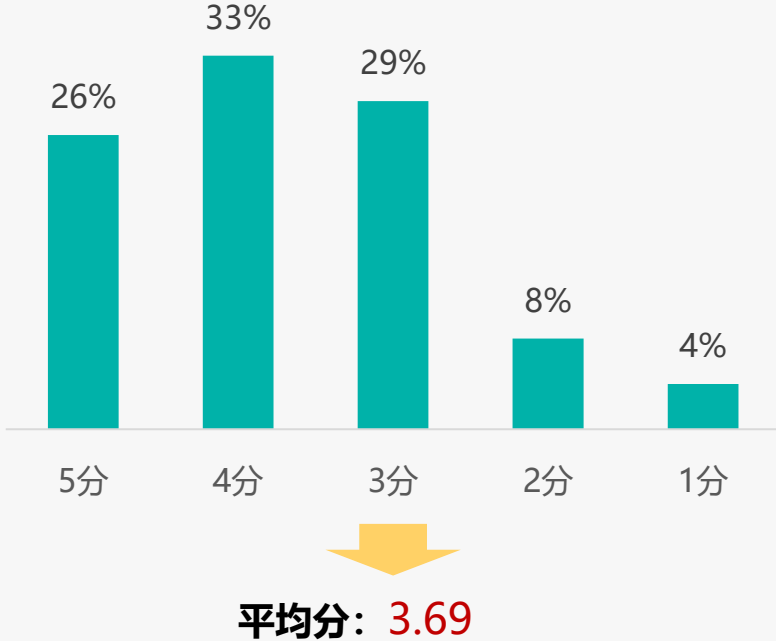
2025年中国宠物指甲剪线上购买流程满意度分布



2025年中国宠物指甲剪退货体验满意度分布



2025年中国宠物指甲剪线上客服满意度分布

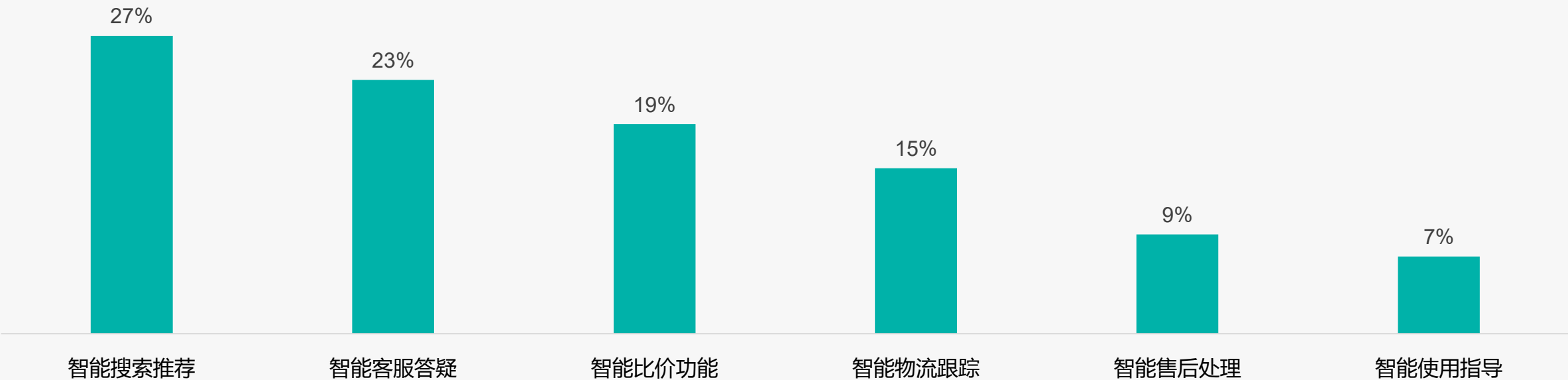


样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过尚普咨询调研获得

智能搜索客服主导售后指导待优化

- ◆智能搜索推荐（27%）和智能客服答疑（23%）是宠物指甲剪线上服务的主要体验点，显示消费者对便捷查找和实时解答的高度依赖。
- ◆智能售后处理（9%）和智能使用指导（7%）占比较低，可能因产品使用简单，提示企业可优化这些服务以提升整体体验。

2025年中国宠物指甲剪线上智能服务体验分布



样本：宠物指甲剪行业市场调研样本量N=1131，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