

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~10月麻将机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to October 2025 Mahjong Machine 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。

## 目录 CONTENTS

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

# 核心发现1：麻将机消费以中青年男性为主导，家庭和商业场景为主



男性消费者占比58%，26-45岁中青年合计占63%，为主要消费群体



家庭主要决策者占43%，麻将馆经营者占22%，显示家庭和商业用途是主要驱动



中等收入人群（5-12万元）占比60%，对麻将机消费参与度较高

## 启示

### ✓ 聚焦中青年男性市场

针对26-45岁男性消费者，开发符合其偏好的产品功能和营销策略，如强调社交娱乐和家庭休闲属性。

### ✓ 强化家庭和商业场景营销

针对家庭决策者和麻将馆经营者，推出定制化产品和促销方案，如家庭套装或商业运营支持服务。

## 核心发现2：市场以标准耐用产品为主，智能化功能渗透率低



四口机（标准型）占45%，是主流选择；智能麻将桌仅占6%，智能化功能渗透率低



首次购买占38%，每5年以上更换占29%，产品耐用性高，更新周期长



静音性能（23%）和洗牌速度（22%）是核心关注点，显示消费者重视性能和质量

### 启示

#### ✓ 优化标准产品性能

重点提升静音、洗牌速度等核心性能，确保产品质量和耐用性，以维持市场主流地位。

#### ✓ 谨慎推进智能化创新

鉴于智能化功能需求有限，可逐步引入智能元素作为增值服务，避免过度创新导致成本上升。

## 核心发现3：消费决策依赖社交口碑和线上渠道，品牌信任度高



亲友推荐占31%，电商平台占28%，合计近六成，是主要信息获取渠道



购买渠道中电商平台占50%主导，线下渠道合计30%，显示线上购买偏好明显



63%的消费者以品牌为导向，55%非常或比较信任品牌，显示品牌主导市场

### 启示

#### ✓ 加强社交口碑营销

利用微信朋友圈等社交网络，鼓励用户分享真实体验，通过口碑传播提升品牌影响力和转化率。

#### ✓ 深化线上渠道布局

优化电商平台销售和服务流程，结合短视频等新兴媒体进行内容营销，增强线上购买便捷性。

核心逻辑：麻将机消费以家庭娱乐为核心，中青年主导，品牌信任度高



## 1、产品端

- ✓ 强化静音性能和耐用性
- ✓ 优化中端价位产品性价比



## 2、营销端

- ✓ 利用微信社交圈口碑传播
- ✓ 在短视频平台展示真实用户体验



## 3、服务端

- ✓ 简化线上退货流程
- ✓ 加强智能客服和个性化推荐

## 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** 麻将机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麻将机品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对麻将机的购买行为;
- 麻将机市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

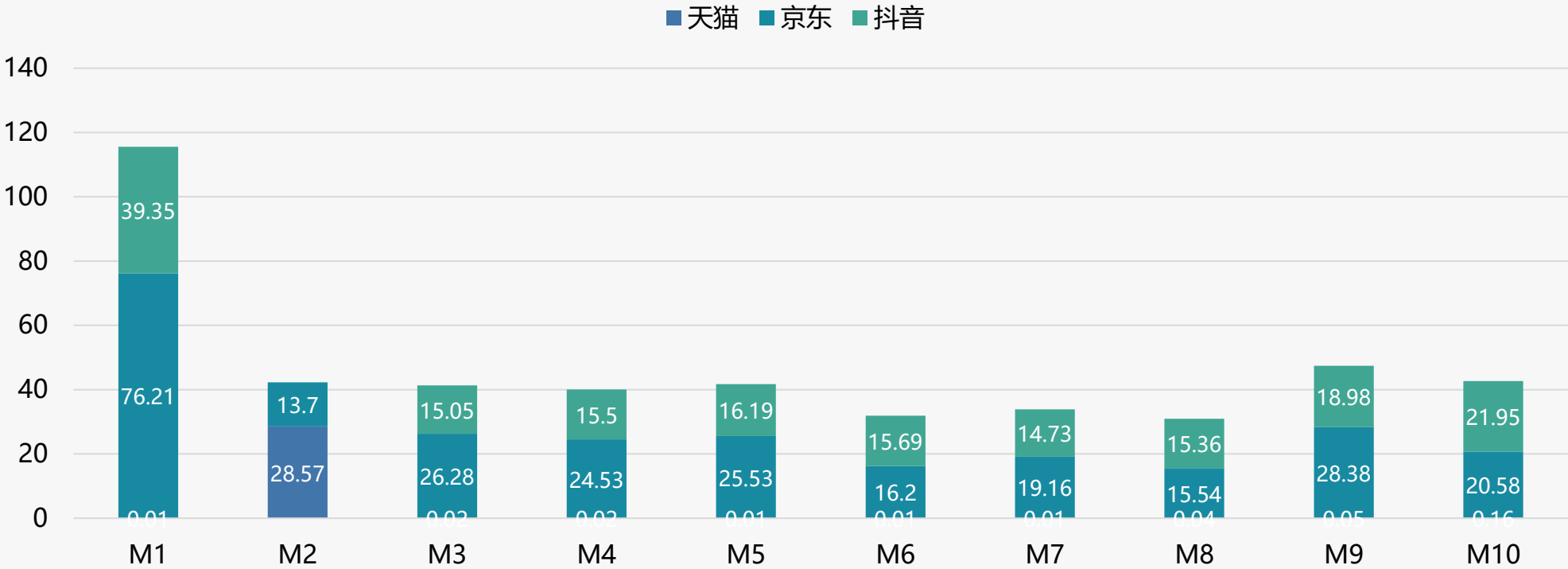
Research Method

- **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, 计算麻将机品类销售额、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、不同平台麻将机品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 京东抖音主导麻将机销售 季节波动显著 抖音更稳定

- ◆从平台销售额占比看，京东以约1.9亿元（占总销售额52.3%）成为麻将机品类主要销售渠道，抖音以约1.6亿元（占43.9%）紧随其后，天猫仅占3.8%。这表明麻将机销售高度依赖直播电商和传统电商平台，天猫在该品类中市场份额较小，可能与产品特性及用户购买习惯相关。
- ◆从月度销售趋势分析，麻将机销售额在1月达到峰值（约1.2亿元），2-8月相对平稳（月均约0.6亿元），9-10月出现回升。季节性特征明显，春节前（1月）为销售旺季，夏季为淡季，秋季因节假日促销带动销售反弹。建议企业根据季节波动调整库存和营销策略。

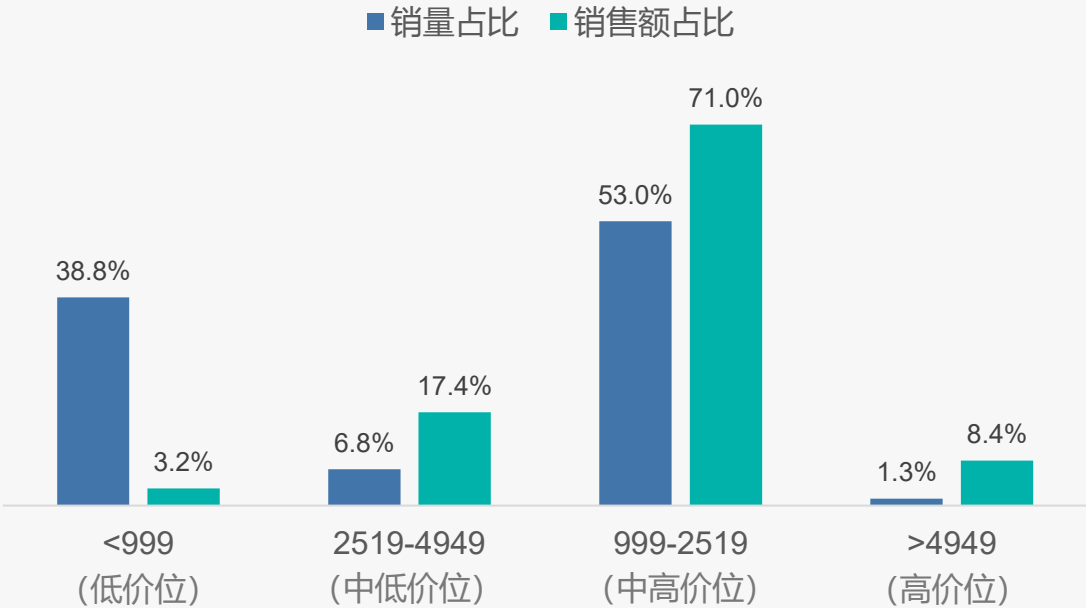
2025年1月~10月麻将机品类线上销售规模（百万元）



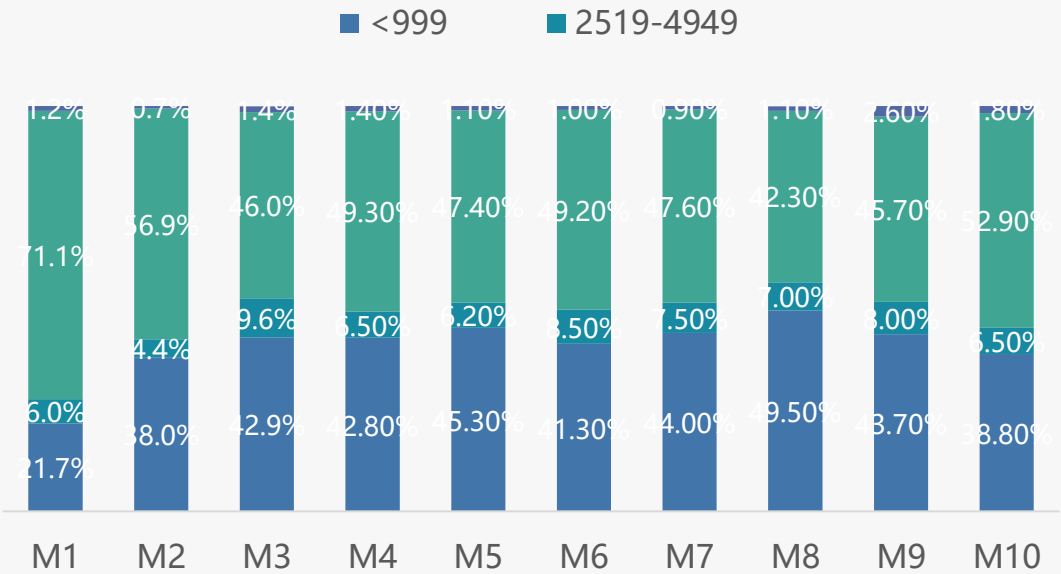
# 中端麻将机主导市场 销量过半 营收超七成

- ◆从价格区间结构看，999-2519元区间贡献了53.0%的销量和71.0%的销售额，是麻将机市场的核心价格带，显示消费者偏好中端产品。<999元区间销量占比38.8%但销售额仅占3.2%，表明低价产品虽走量但利润贡献有限。>4949元高端产品销量占比1.3%但销售额占8.4%，具有高单价特征，适合品牌溢价策略。
- ◆月度销量分布显示，<999元区间在M8达到峰值49.5%，而999-2519元区间在M1最高为71.1%，随后波动下降。这表明低价产品在年中后需求增强，可能受促销活动影响；中端产品年初需求旺盛，但面临低价产品竞争压力。价格带间的销量占比变化反映了市场动态调整。

2025年1月~10月麻将机线上不同价格区间销售趋势



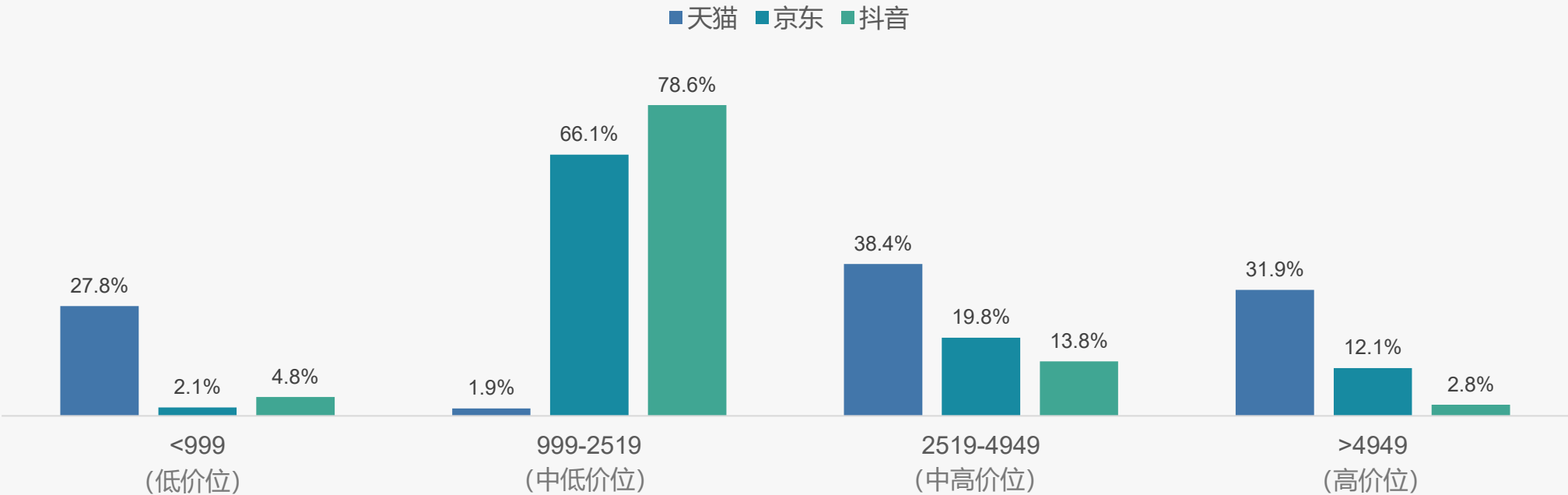
麻将机线上价格区间-销量分布



# 麻将机市场分化 天猫高端 抖音中端 京东平衡

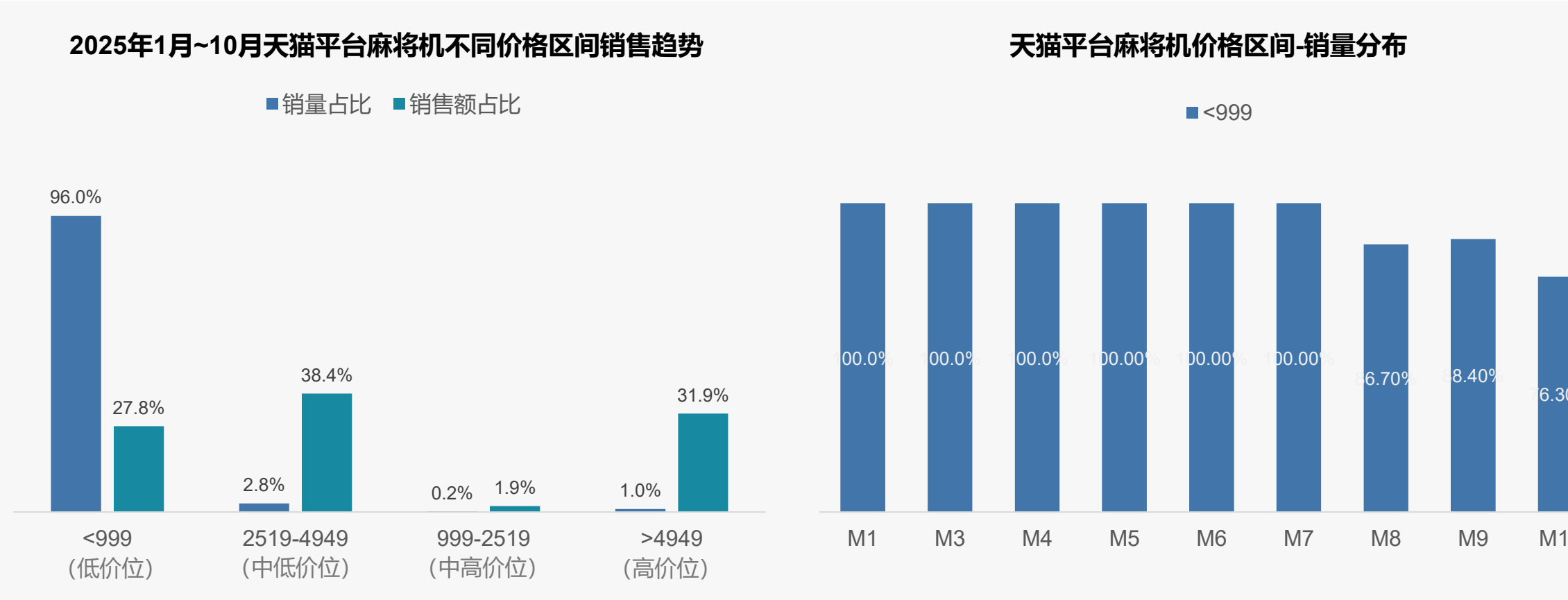
- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化定位。天猫以高端（>4949元）和中高端（2519-4949元）为主，合计占比70.3%，显示其品牌化、品质化消费特征。京东和抖音则聚焦中端（999-2519元），分别占66.1%和78.6%，反映大众化、性价比导向。这揭示了平台用户画像差异：天猫用户更注重品牌溢价，而京东、抖音用户对价格敏感度更高。
- ◆平台间价格结构对比显示，抖音中端（999-2519元）占比高达78.6%，远超京东（66.1%）和天猫（1.9%），说明其直播带货模式更易推动标准化爆款。高端（>4949元）在天猫占31.9%，在京东、抖音仅12.1%和2.8%，凸显天猫在奢侈品类渠道优势。建议厂商按平台特性差异化铺货：天猫推高毛利新品，抖音主

2025年1月~10月各平台麻将机不同价格区间销售趋势



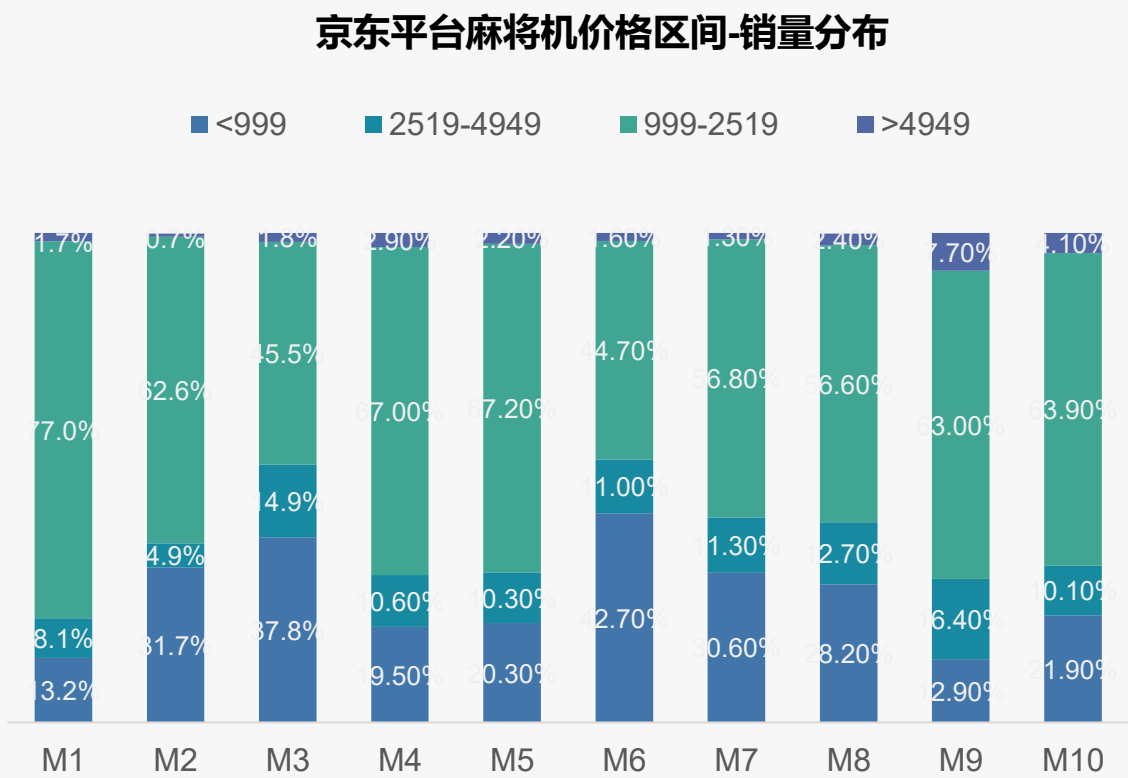
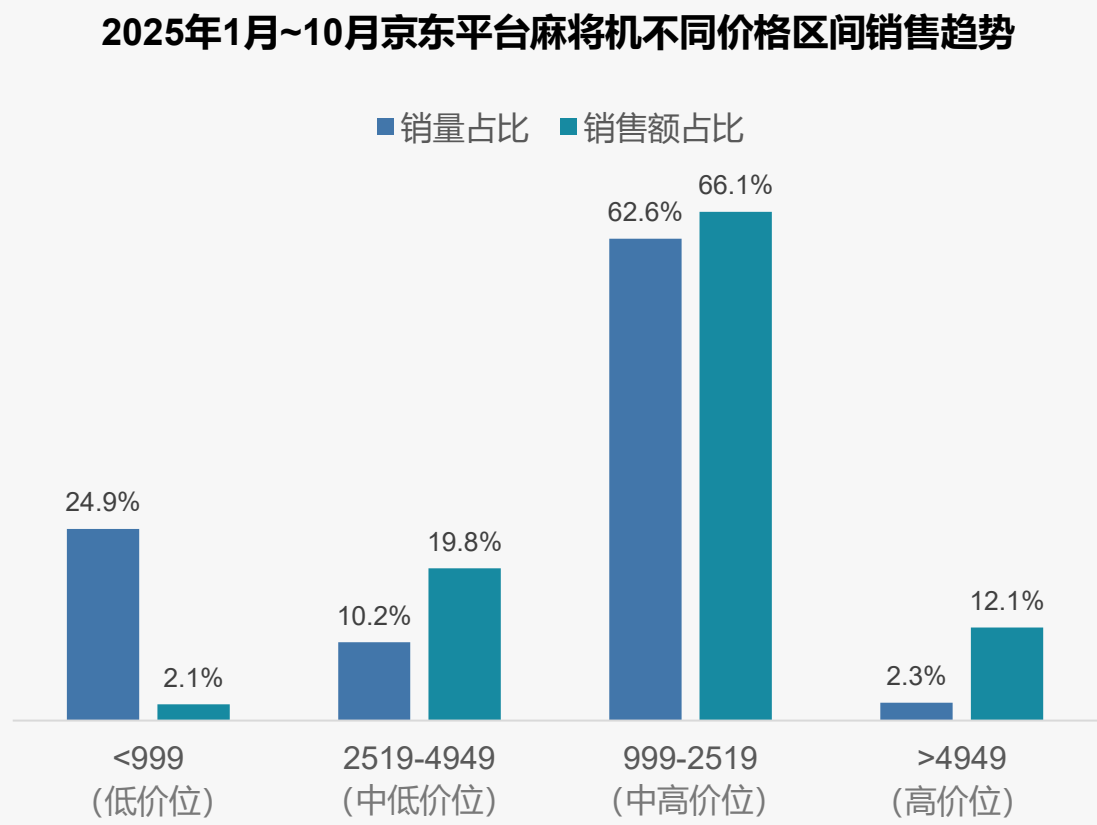
# 麻将机市场两极分化 高端产品驱动升级

- ◆从价格区间销售趋势看，麻将机市场呈现明显的两极分化特征。低价位段占据96.0%销量但仅贡献27.8%销售额，而中高端价位以2.8%销量贡献38.4%销售额，高端价位以1.0%销量贡献31.9%销售额。这表明市场以低价走量为主，但中高端产品具有更高的客单价和利润空间，建议企业优化产品结构以提升整体毛利率。
- ◆从月度销量分布演变看，市场结构在M8-M10月发生显著变化。M1-M7月销量完全集中于低价位区间，而M8月起中高端产品开始渗透，M10月低价位占比降至76.3%，中高端价位占11.9%，高端价位占9.6%。这显示消费升级趋势在Q3-Q4加速，高端产品需求增长明显，企业需关注季节性消费升级带来的市场机会。



# 中端主导市场 高端利润显著 低价销量高营收低

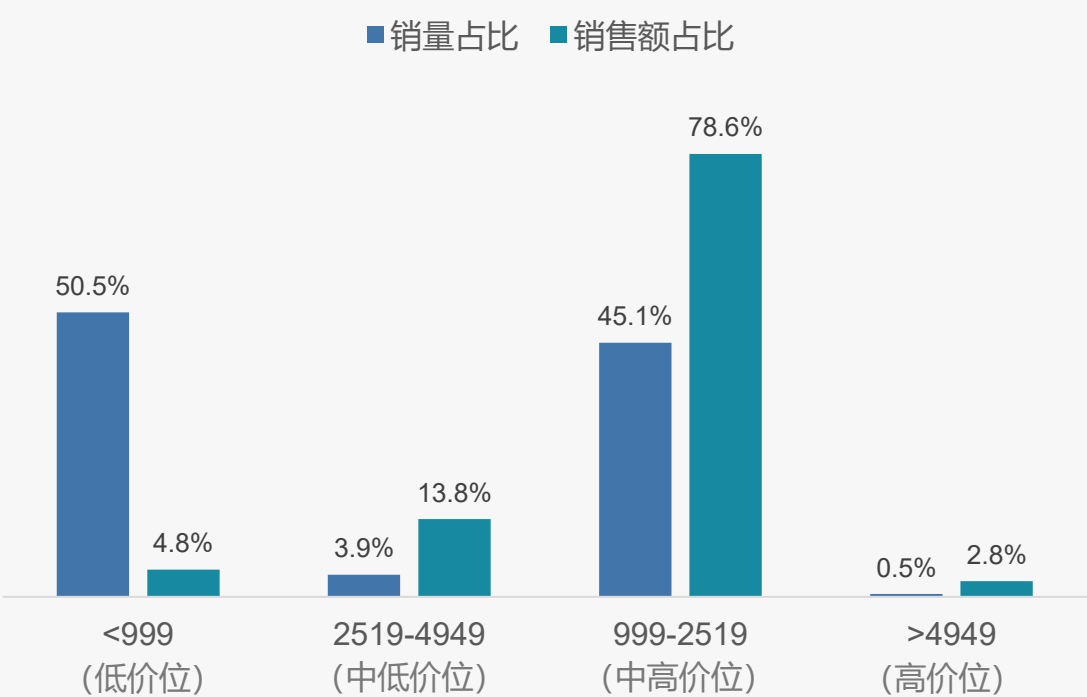
- ◆从价格区间销售趋势看，999-2519元区间销量占比62.6%、销售额占比66.1%，是麻将机市场的主流价格带，贡献了大部分营收，表明消费者偏好中端产品。  
<999元区间销量占比24.9%但销售额仅占2.1%，说明低价产品销量高但营收贡献低，可能影响整体毛利率。>4949元区间销量占比2.3%但销售额占12.1%，显示高端产品虽销量少但单价高，对利润有显著贡献。
- ◆月度销量分布分析显示，999-2519元区间在多数月份保持主导地位，如M1占比77.0%，但M3和M6分别降至45.5%和44.7%，伴随<999元区间占比上升至37.8%和42.70%，表明季节性促销或市场波动可能推动低价产品销量增长，影响价格结构稳定性。M9高端区间占比升至7.70%，暗示年末或特殊事件可能刺激高



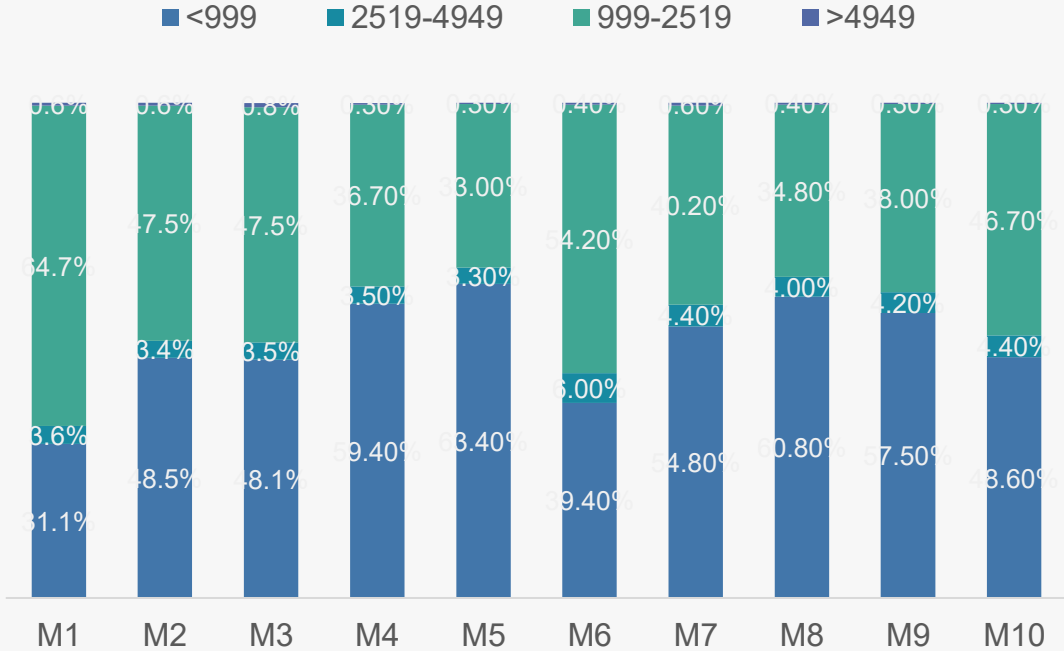
# 麻将机中端市场主导 销量利润结构优化

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台麻将机品类呈现明显的结构性特征。999-2519元价格带以45.1%的销量贡献78.6%的销售额，是核心利润区，ROI表现优异；而<999元价格带销量占比50.5%但销售额仅占4.8%，属于引流产品。这表明品牌应聚焦中端市场以优化产品组合，提升整体盈利能力。高端市场（>4949元）销量占比仅0.5%，销售额占比2.8%，显示溢价能力有限。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M1-M5月<999元价格带占比从31.1%攀升至63.4%，而999-2519元价格带从64.7%降至33.0%，表明上半年低价产品促销力度加大。M6月出现拐点，中端产品占比回升至54.2%，建议企业根据销售周期调整库存周转策略，避免旺季缺货风险。

2025年1月~10月抖音平台麻将机不同价格区间销售趋势



抖音平台麻将机价格区间-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** 麻将机消费行为、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年内购买过麻将机的消费者;
- 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

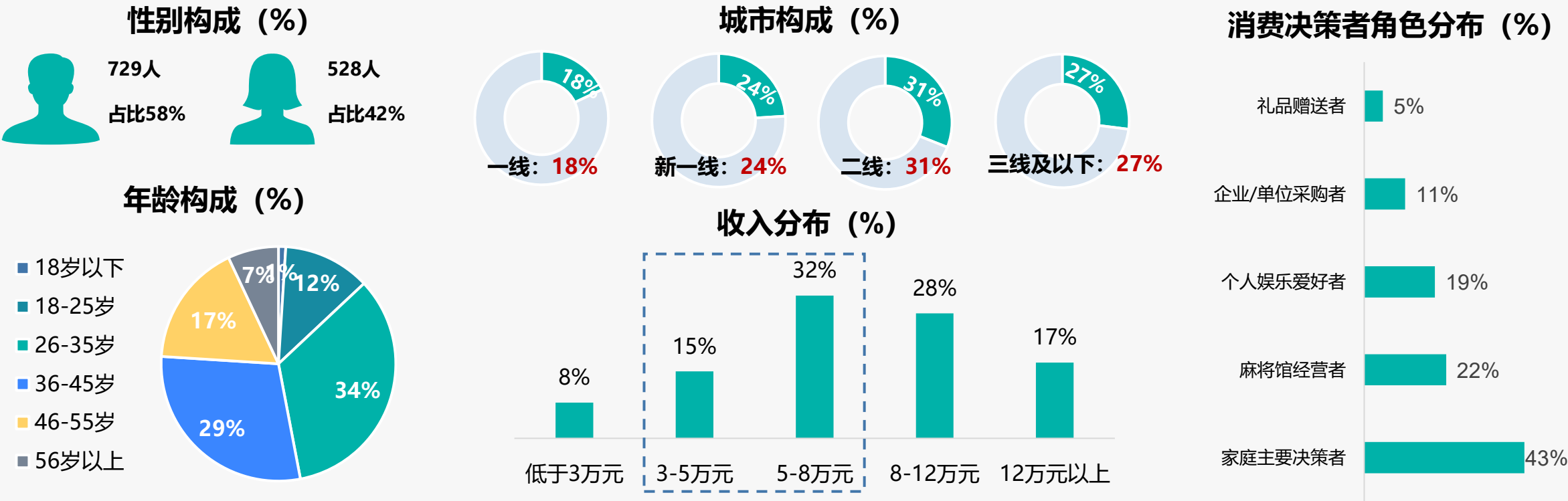
Research Method

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=1257

# 麻将机消费中青年主导家庭商业驱动

- ◆麻将机消费调查显示，男性占58%，女性占42%，中青年（26-45岁）合计占63%，为主要消费群体。
- ◆消费决策以家庭主要决策者（43%）和麻将馆经营者（22%）为主，收入集中在5-12万元（60%），市场覆盖均衡。

## 2025年中国麻将机消费者画像

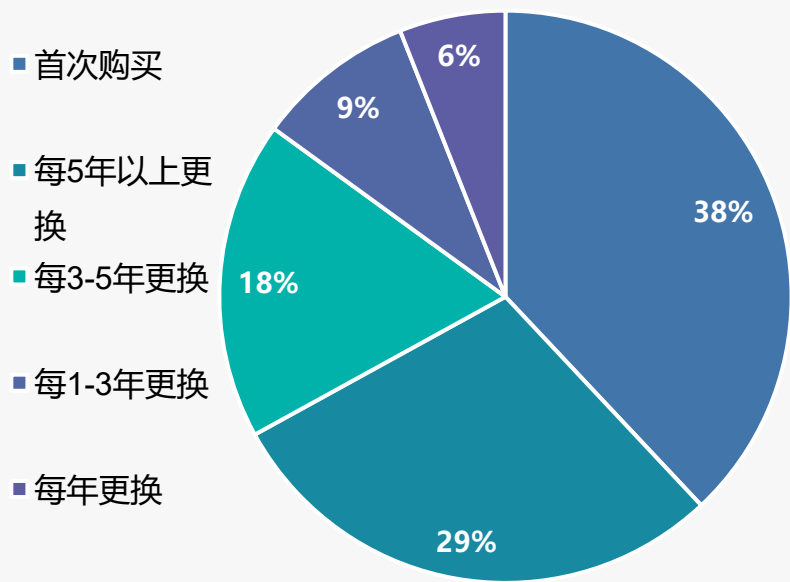


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

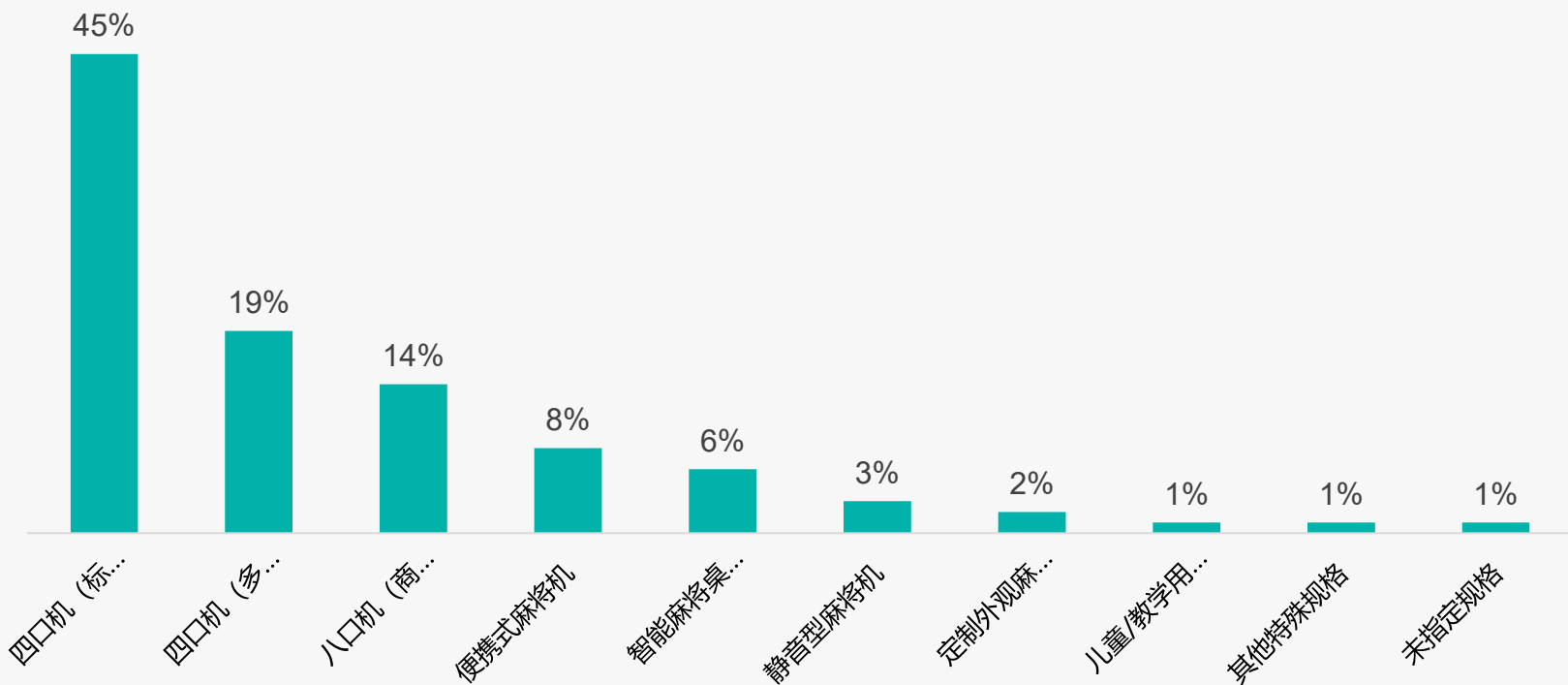
# 麻将机市场新用户多标准产品主导

- ◆麻将机消费频率显示首次购买占38%，每5年以上更换占29%，表明市场新用户多且产品耐用，更新周期长，消费以低频为主。
- ◆产品规格中四口机（标准型）占45%，是主流选择；智能麻将桌仅占6%，说明智能化功能渗透率低，创新需求有限。

2025年中国麻将机消费频率分布



2025年中国麻将机消费产品规格分布

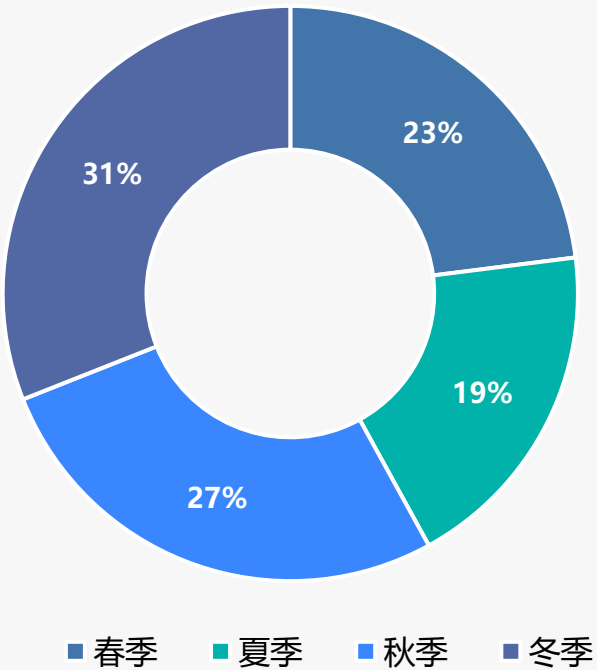


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

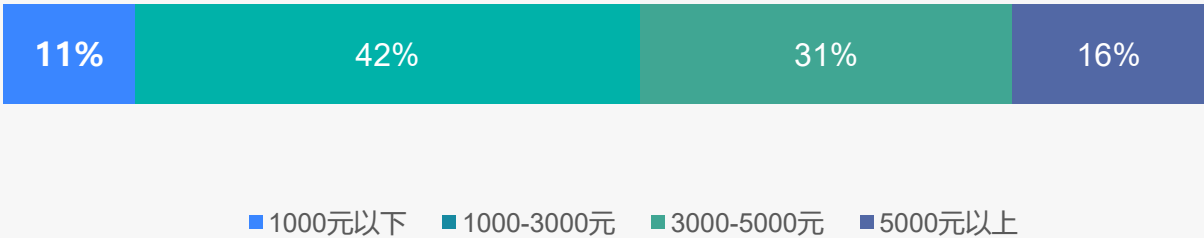
# 冬季消费高 中端支出主导 标准包装主流

- ◆ 单次消费支出以1000-3000元为主，占比42%；冬季消费占比最高达31%，夏季最低为19%。
- ◆ 包装类型中标准纸箱包装占68%，是主流选择；加厚防震包装占17%，反映运输保护需求。

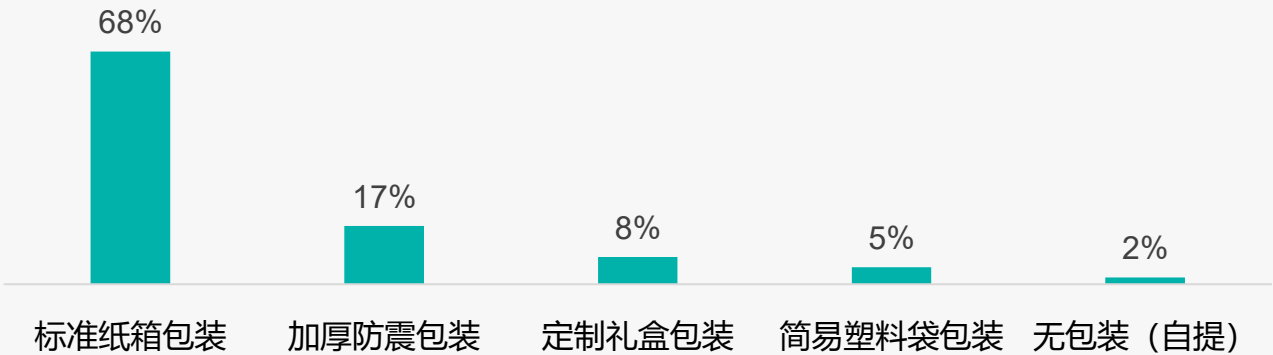
2025年中国麻将机消费行为季节分布



2025年中国麻将机单次消费支出分布



2025年中国麻将机消费品包装类型分布

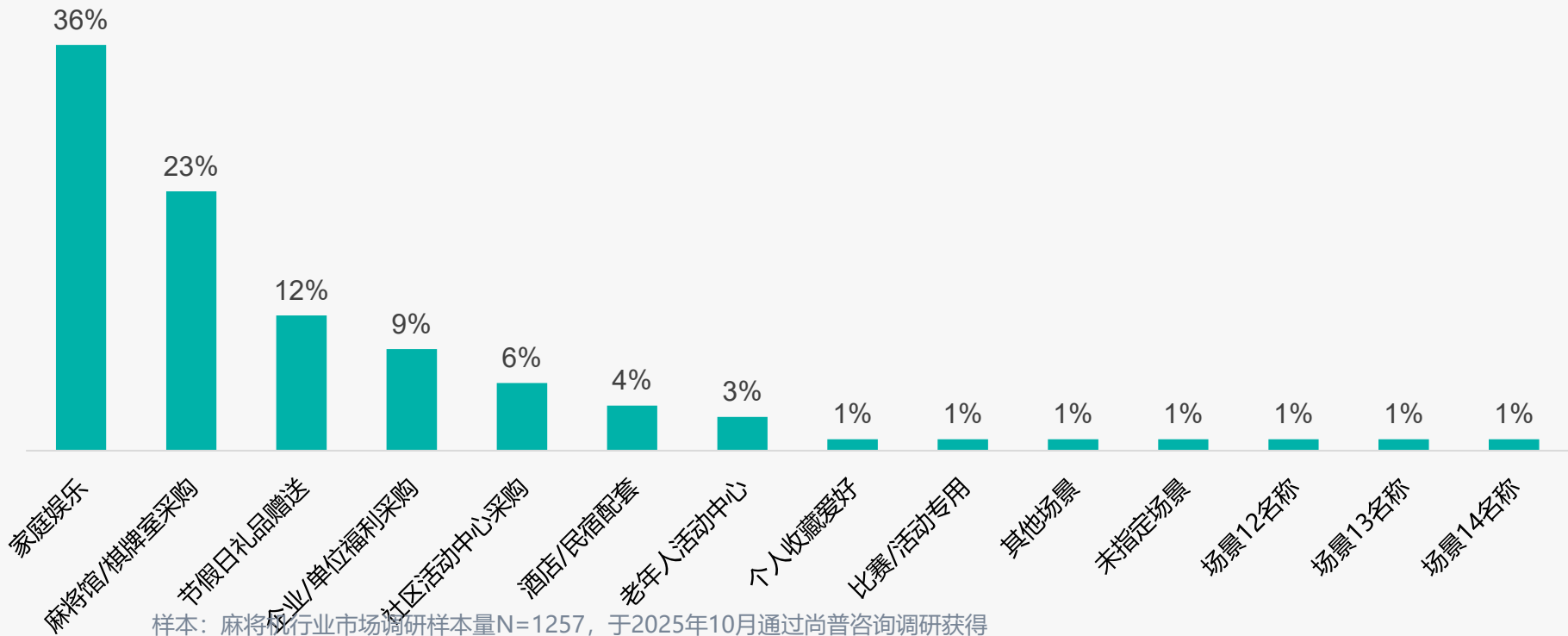


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

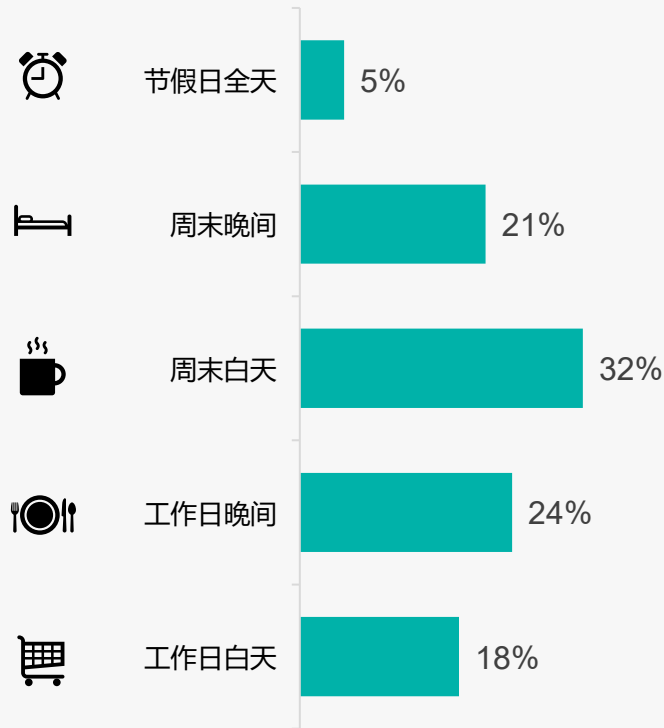
# 麻将机消费家庭商业主导周末高峰

- ◆麻将机消费以家庭娱乐（36%）和麻将馆采购（23%）为主，显示家庭休闲和商业运营是核心场景，节假日礼品赠送占12%突显社交功能。
- ◆消费时段集中在周末白天（32%）和晚间（21%），工作日晚间（24%）也较高，反映休闲时间驱动消费，周末为高峰期。

2025年中国麻将机消费场景分布



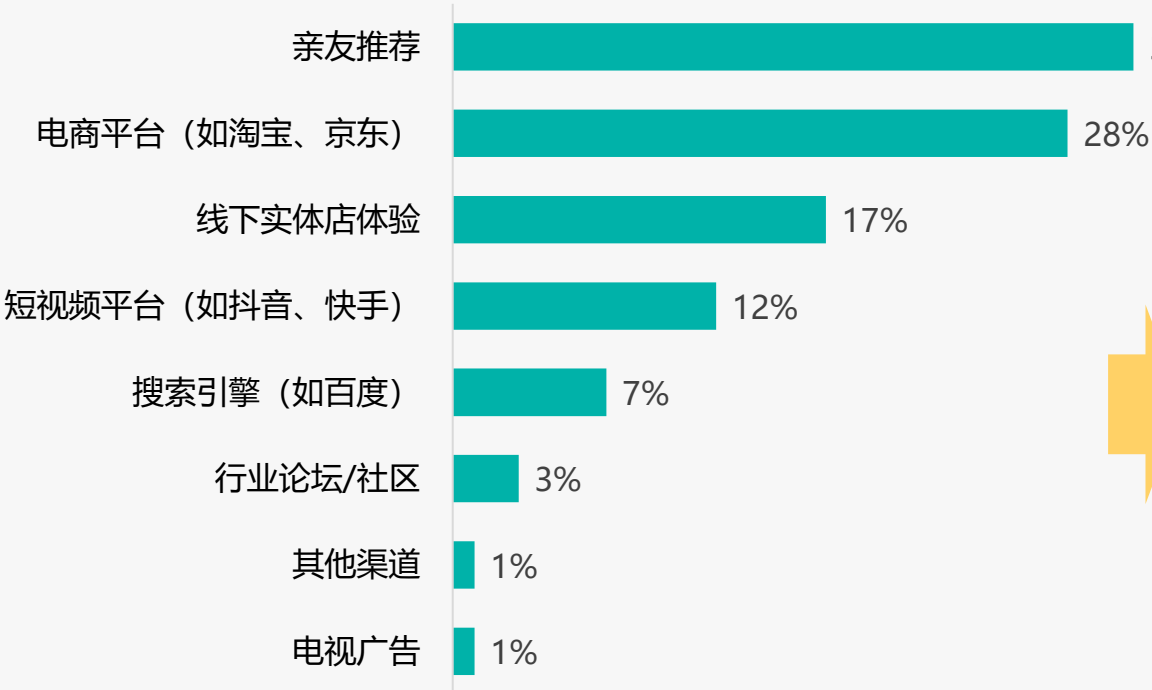
2025年中国麻将机消费时段分布



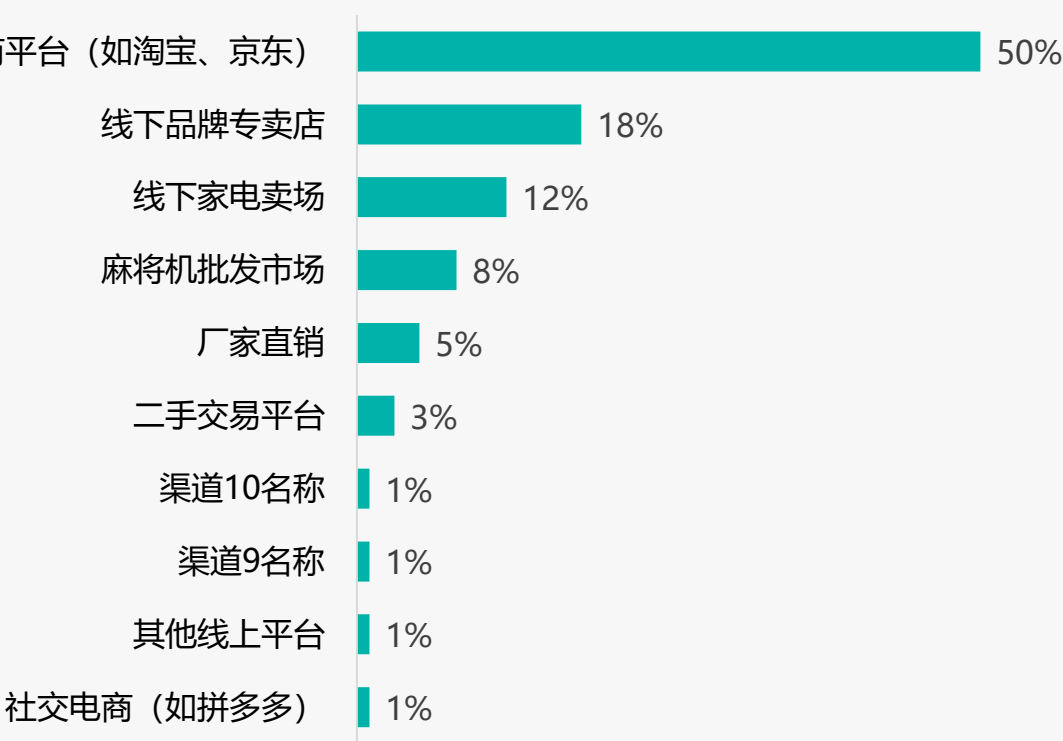
# 麻将机消费线上主导口碑驱动

- ◆消费者了解麻将机主要依赖亲友推荐（31%）和电商平台（28%），合计近六成，短视频平台（12%）超越搜索引擎（7%），显示口碑和内容营销重要性。
- ◆购买渠道中电商平台占比50%主导，线下渠道合计30%，批发市场（8%）和厂家直销（5%）较低，反映线上购买偏好和便捷性驱动消费行为。

2025年中国麻将机产品了解渠道分布



2025年中国麻将机产品购买渠道分布

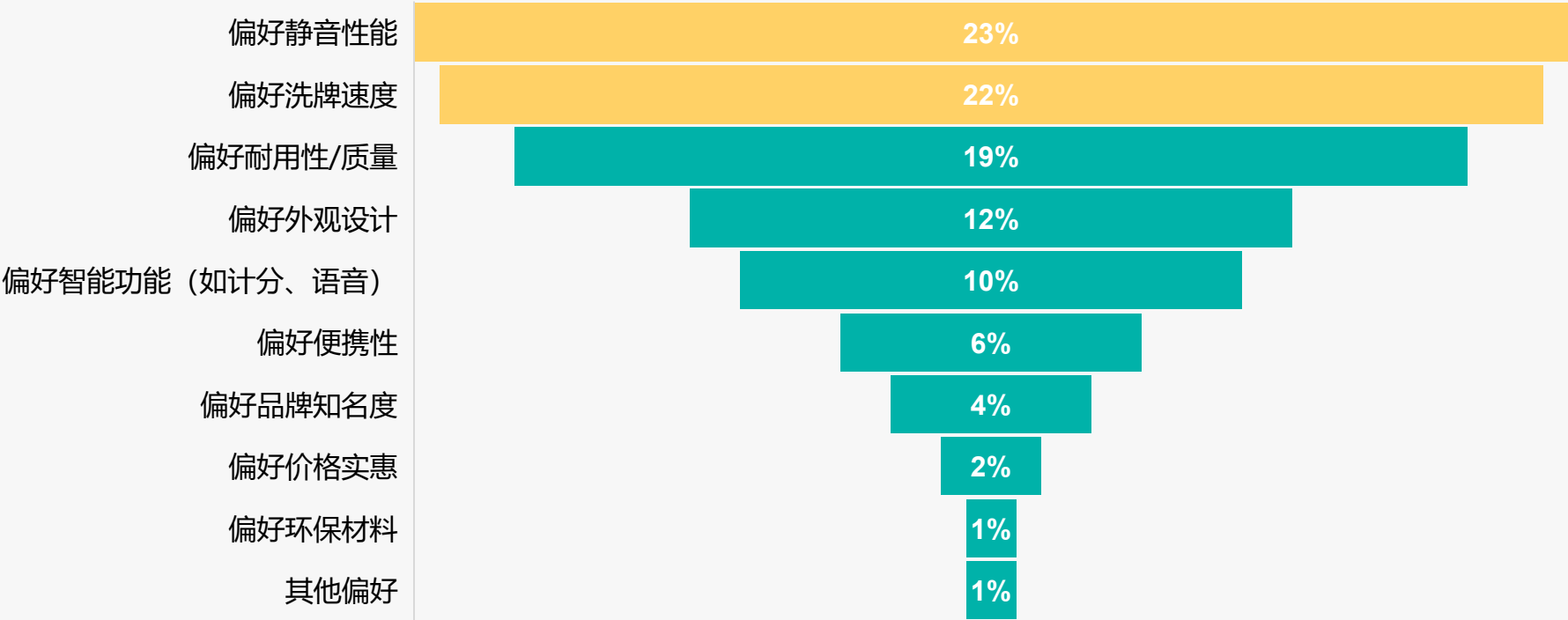


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 麻将机消费核心关注性能质量

- ◆麻将机消费偏好中，静音性能23%、洗牌速度22%、耐用性19%是核心关注点，显示消费者重视性能和质量。
- ◆外观设计12%和智能功能10%作为次要因素，而便携性、品牌、价格和环保材料占比均低于6%，影响较小。

2025年中国麻将机产品偏好类型分布

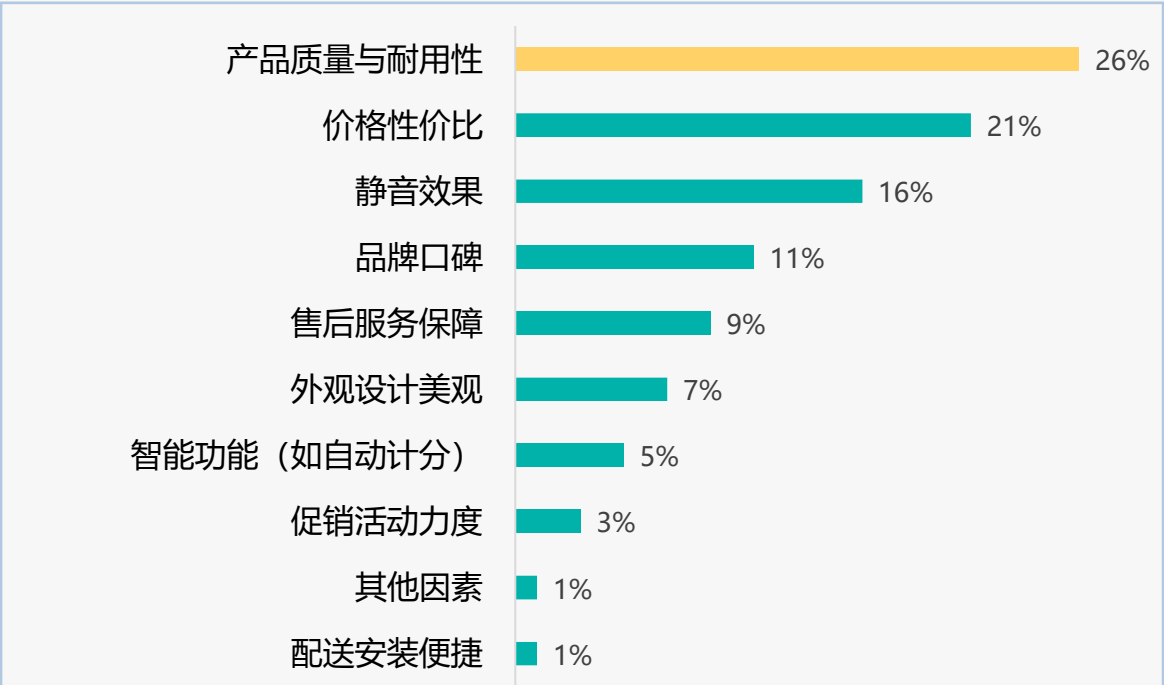


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 麻将机消费重实用家庭娱乐为主

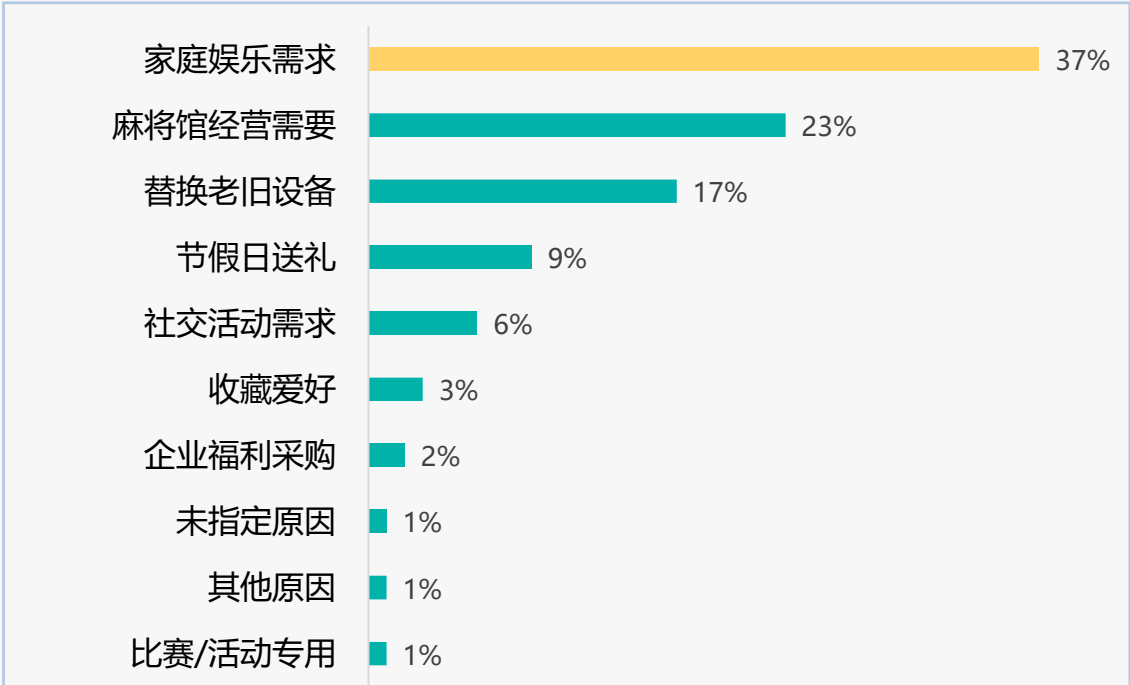
- ◆麻将机消费中，产品质量与耐用性（26%）和价格性价比（21%）是关键驱动因素，静音效果（16%）和品牌口碑（11%）也受重视，显示消费者偏好实用经济与体验。
- ◆消费原因以家庭娱乐需求（37%）为主，麻将馆经营需要（23%）和替换老旧设备（17%）次之，表明市场核心为个人和商业用途，社交送礼需求较低。

## 2025年中国麻将机吸引消费关键因素分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国麻将机消费真实原因分布

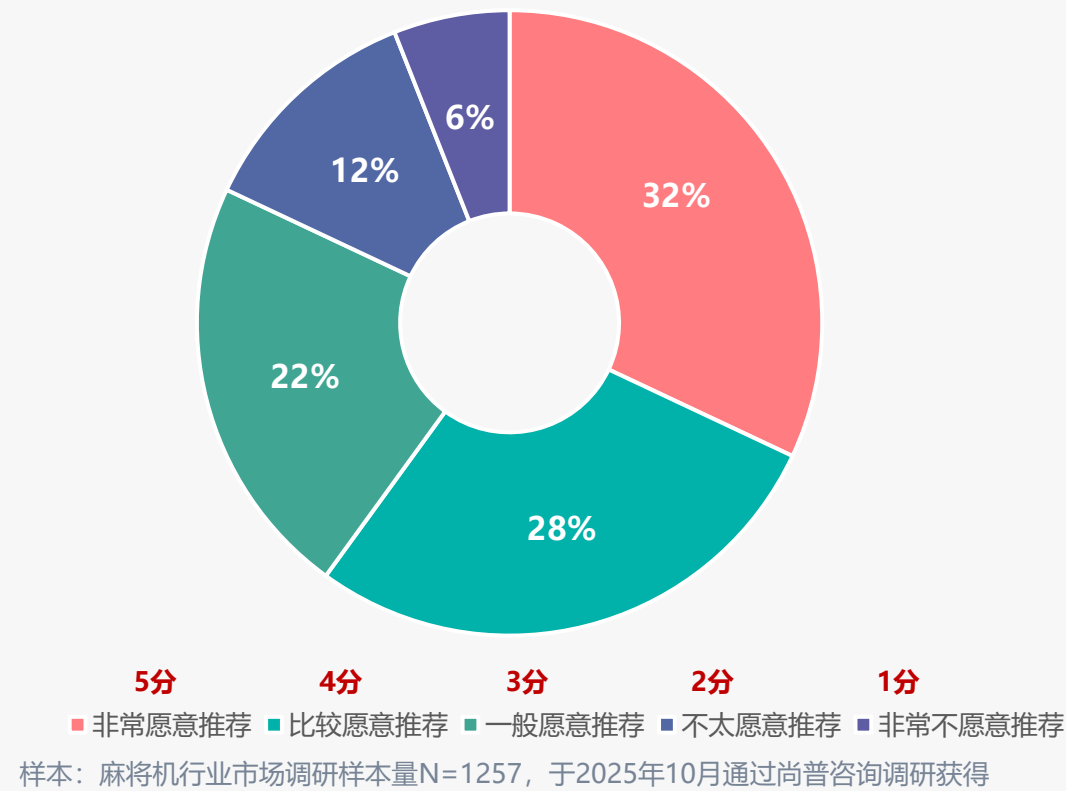




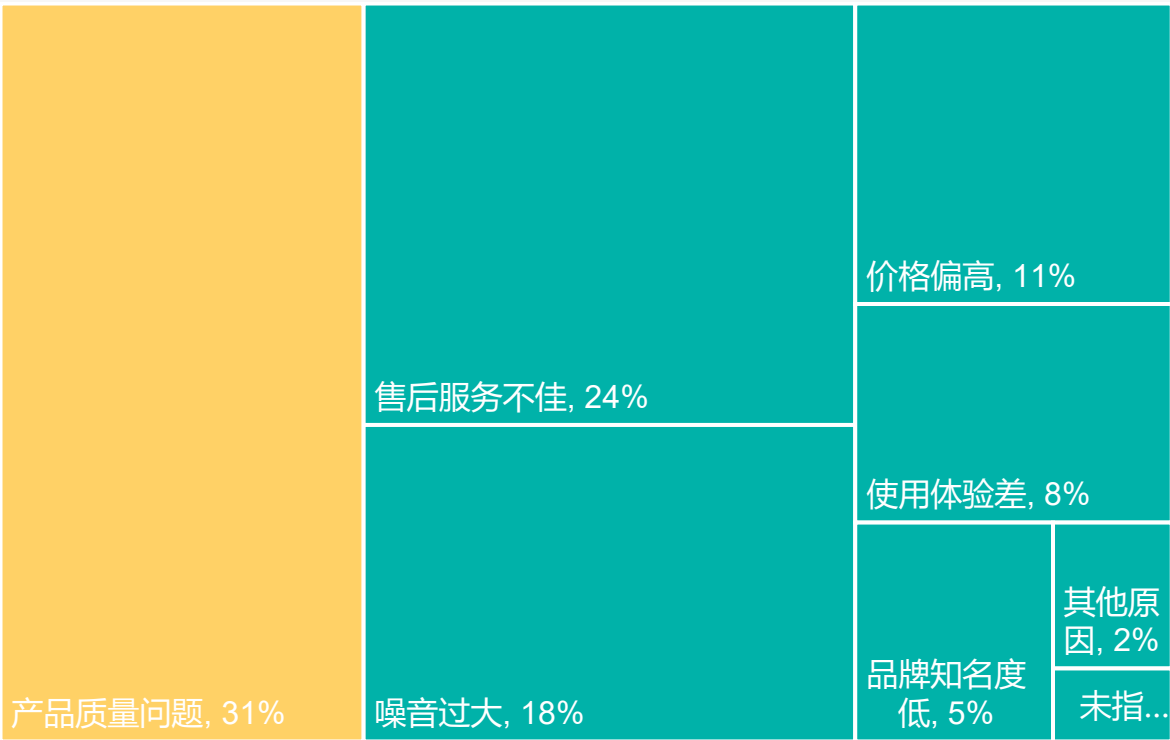
# 麻将机推荐意愿高 质量问题成痛点

- ◆ 麻将机消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意推荐合计占60%，但仍有18%的消费者不太愿意或非常不愿意推荐，表明存在改进空间。
- ◆ 不愿推荐的主要原因集中在产品质量问题占31%、售后服务不佳占24%和噪音过大占18%，合计占73%，显示产品可靠性和用户体验是关键痛点。

2025年中国麻将机推荐意愿分布

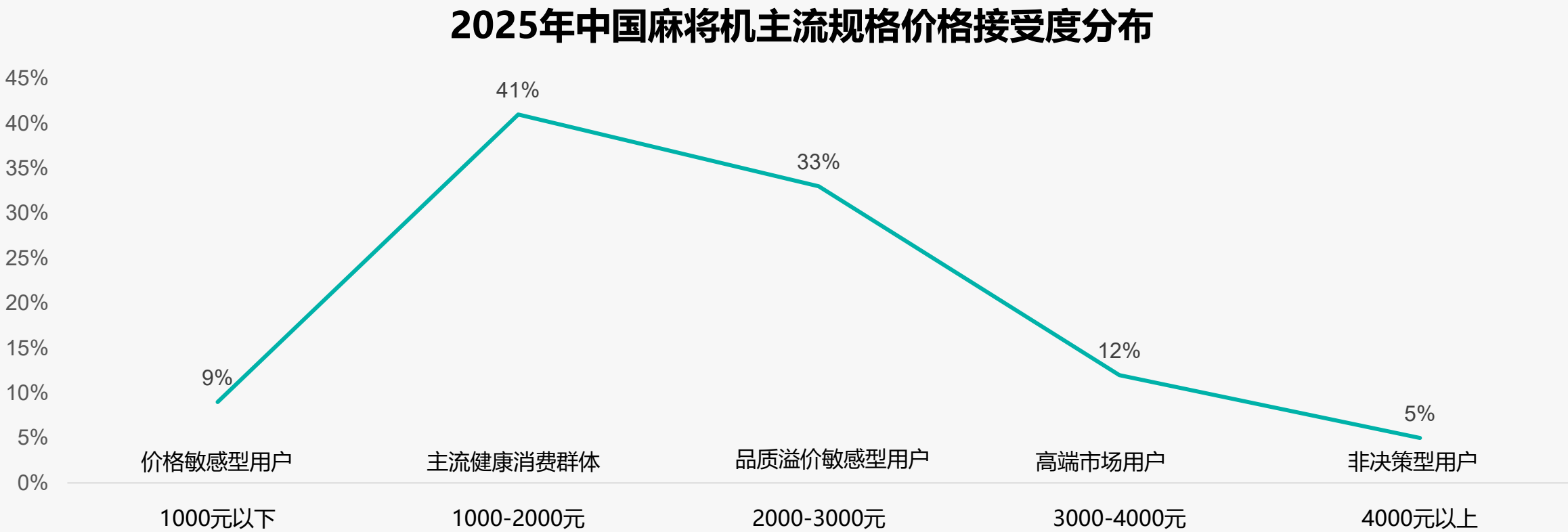


2025年中国麻将机不愿推荐原因分布



# 麻将机价格接受度集中中低端

- ◆麻将机价格接受度集中在1000-3000元区间，占比74%，其中1000-2000元占41%，2000-3000元占33%，显示消费者偏好中低端产品。
- ◆高端市场接受度较低，3000-4000元占12%，4000元以上占5%，合计17%，表明高价麻将机需求有限，市场以中低端为主。



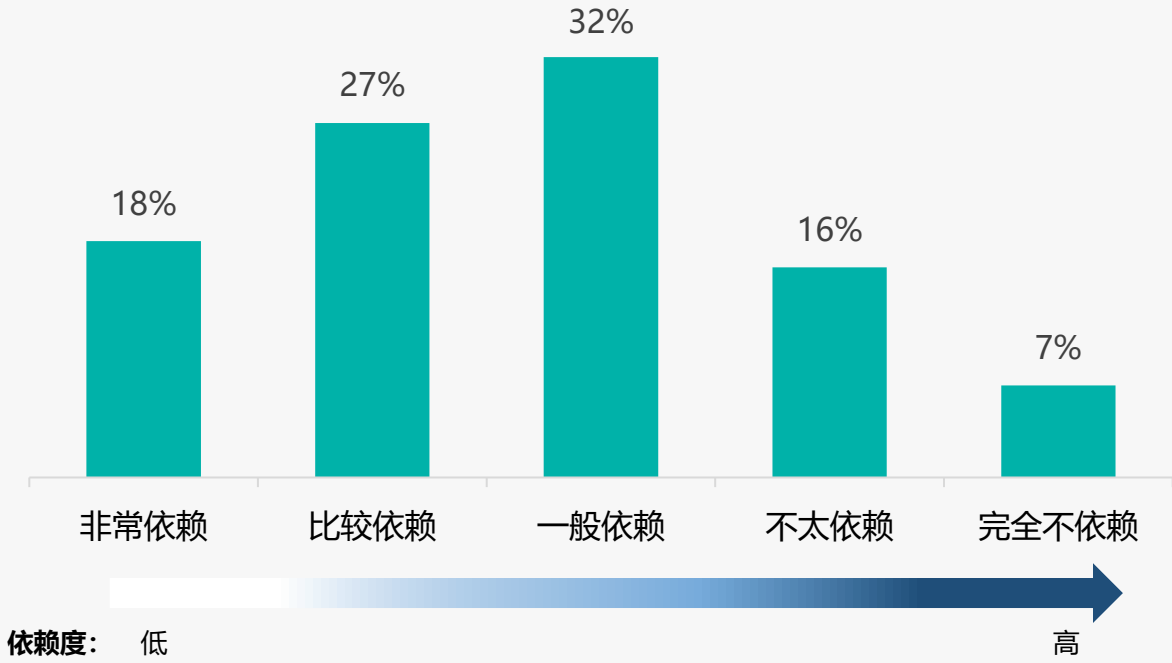
# 麻将机需求刚性 促销依赖分化

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，38%减少频率，显示需求刚性但价格敏感群体存在，市场稳定性与弹性并存。
- ◆促销依赖度中，59%消费者受促销影响（32%一般依赖加27%比较依赖），但23%不太或完全不依赖，市场分化需精准促销策略。

2025年中国麻将机价格上浮10%后购买行为分布



2025年中国麻将机对促销活动依赖程度分布

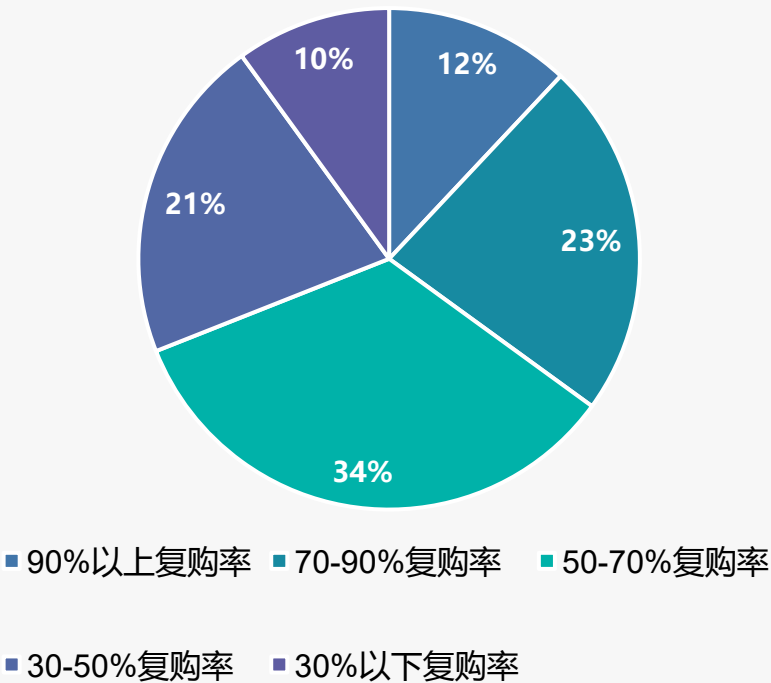


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

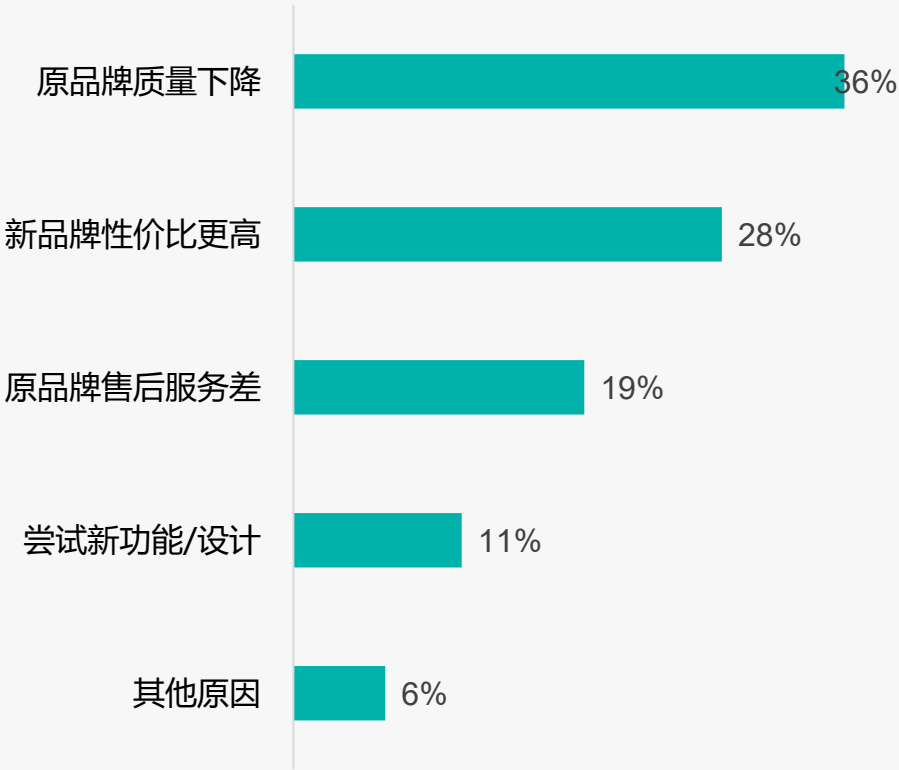
# 麻将机复购率中等 质量下降是流失主因

- ◆麻将机复购率数据显示，50-70%复购率占比最高，为34%，90%以上复购率仅占12%，表明品牌忠诚度中等，高忠诚用户较少。
- ◆更换品牌原因中，原品牌质量下降占比最高，为36%，新品牌性价比更高占28%，显示质量和价格是影响消费者决策的关键因素。

2025年中国麻将机固定品牌复购率分布



2025年中国麻将机更换品牌原因分布

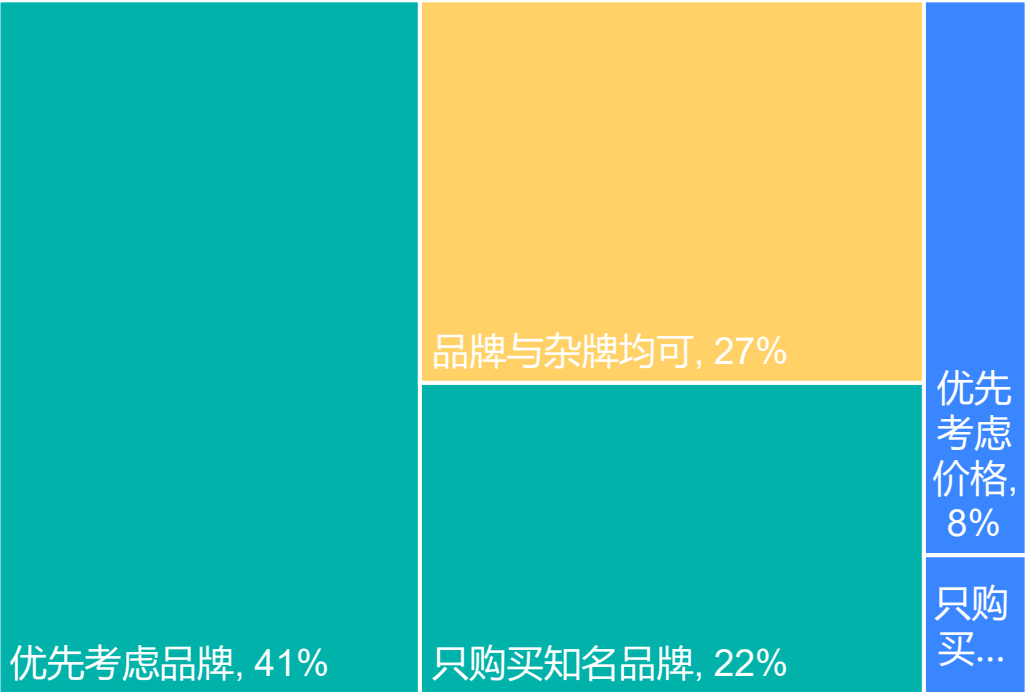


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

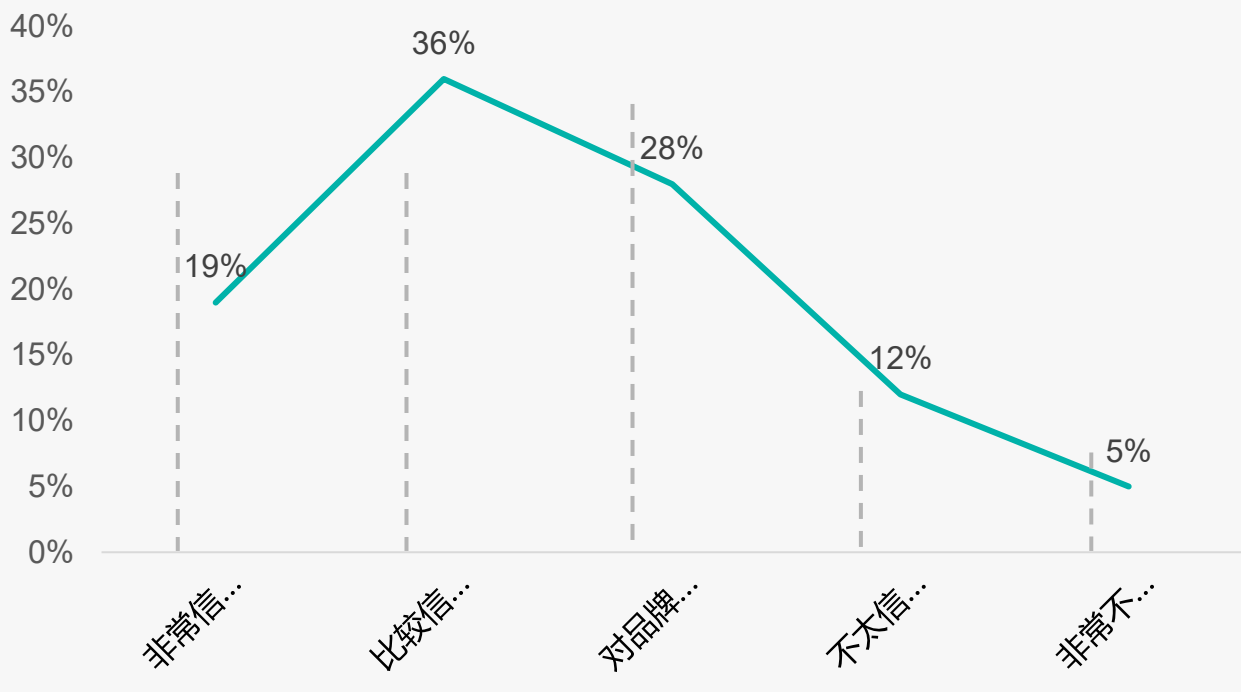
# 麻将机品牌主导消费 信任度高需建设

- ◆麻将机消费中，63%的消费者以品牌为导向，其中优先考虑品牌占41%，只购买知名品牌占22%，显示品牌主导市场。
- ◆消费者对品牌信任度高，55%非常或比较信任品牌，但17%不太或非常不信任，提示品牌需加强信任建设。

2025年中国麻将机消费品牌产品意愿分布



2025年中国麻将机对品牌产品态度分布

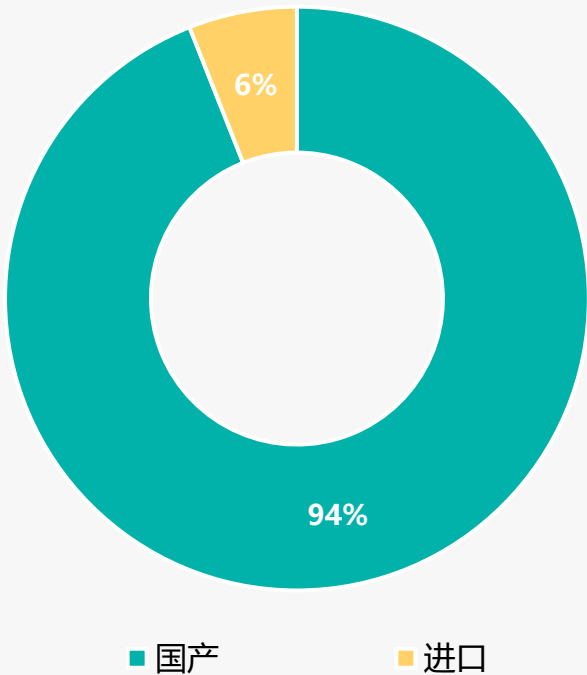


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

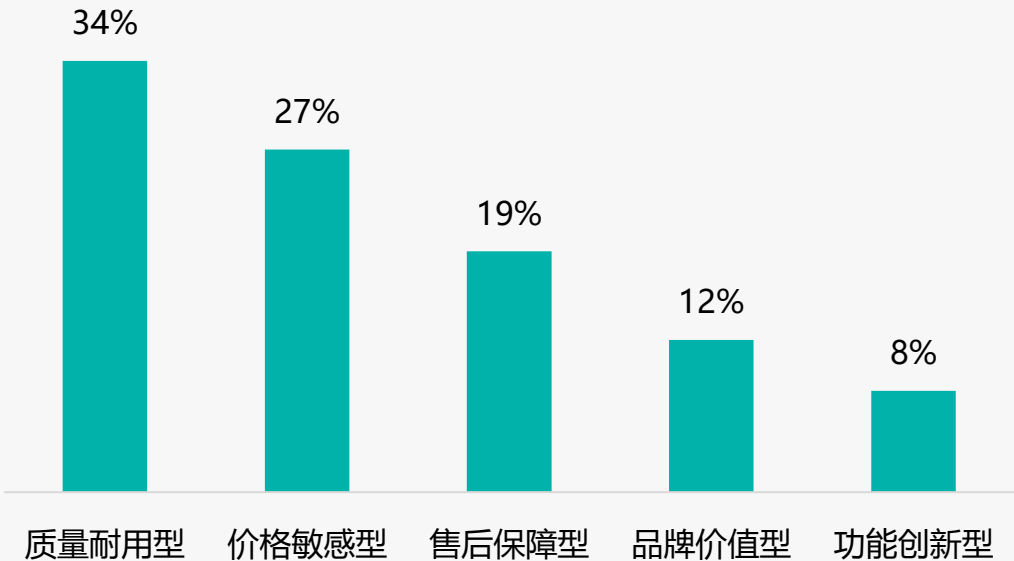
# 国产品牌主导 质量耐用优先

- ◆麻将机市场国产品牌消费占比高达94%，进口品牌仅占6%，显示消费者对国产品牌的压倒性偏好。
- ◆品牌偏好中质量耐用型占比34%最高，价格敏感型占27%，售后保障型占19%，表明质量是核心考量。

2025年中国麻将机国产品牌与进口品牌消费分布



2025年中国麻将机品牌偏好类型分布

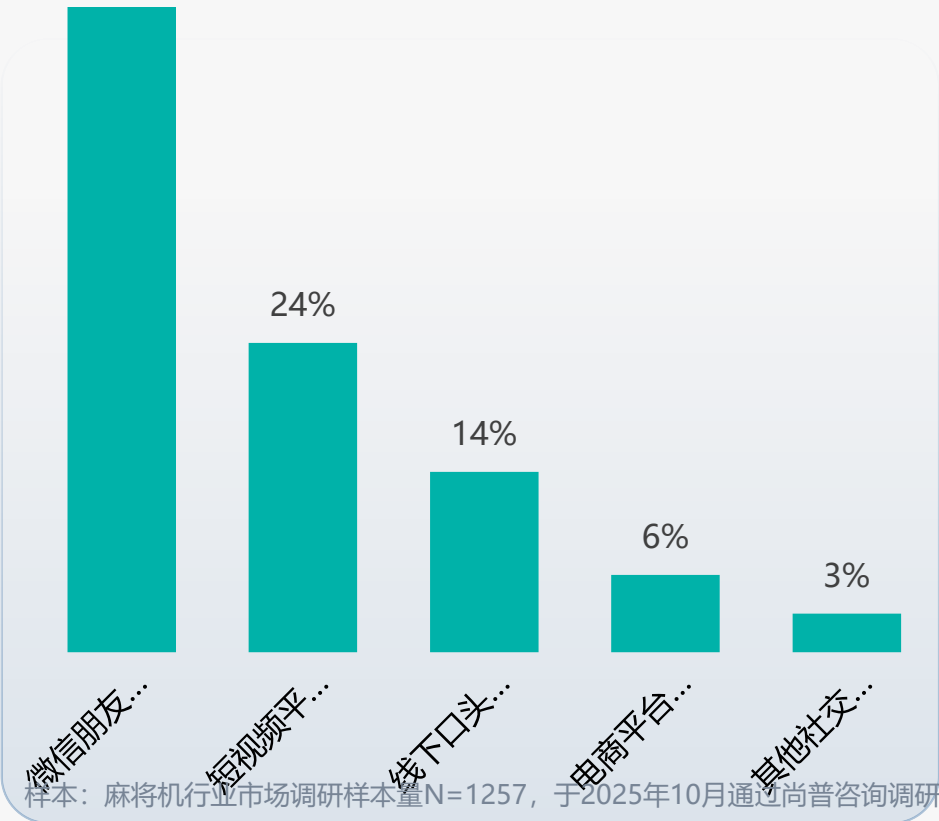


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

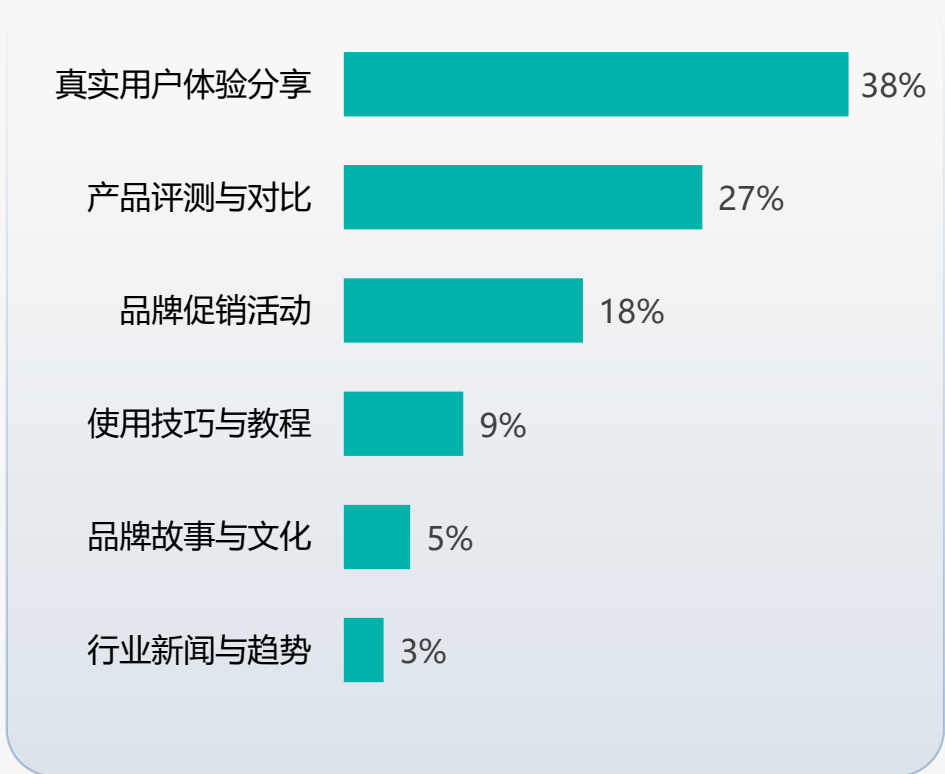
# 麻将机消费社交依赖熟人网络口碑驱动决策

- ◆ 麻将机消费社交分享以微信朋友圈/群聊为主，占比53%，短视频平台占24%，线下口头分享占14%，显示熟人网络和新媒体共同驱动传播。
- ◆ 消费者获取内容时最关注真实用户体验分享，占比38%，产品评测与对比占27%，品牌促销活动占18%，强调口碑和性能在决策中的核心作用。

2025年中国麻将机社交分享渠道分布



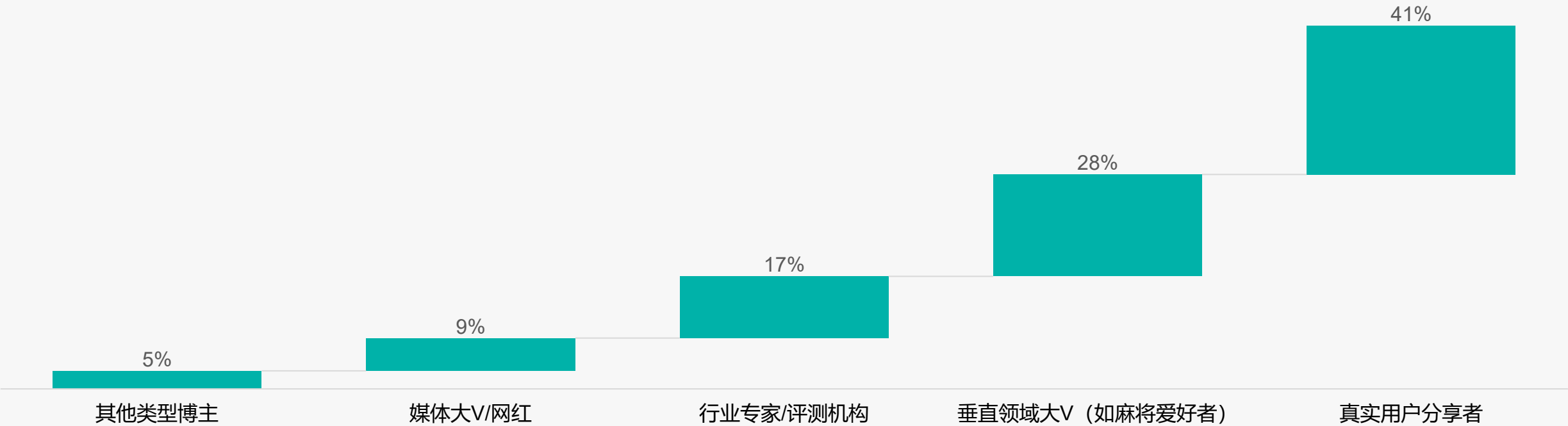
2025年中国麻将机社交渠道内容类型分布



# 真实用户分享者最受信任 垂直大V次之

- ◆消费者在社交渠道最信任真实用户分享者（41%），其次是垂直领域大V（28%），表明真实体验和垂直兴趣是获取内容的关键信任因素。
- ◆行业专家（17%）和媒体网红（9%）的信任度较低，反映消费者对专业和娱乐性内容持谨慎态度，偏好非商业化的信息来源。

2025年中国麻将机社交渠道信任博主类型分布



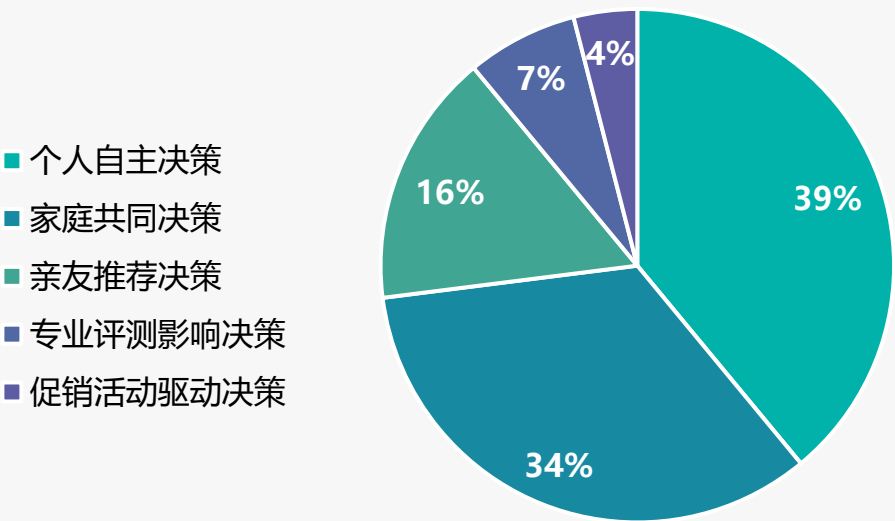
样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得



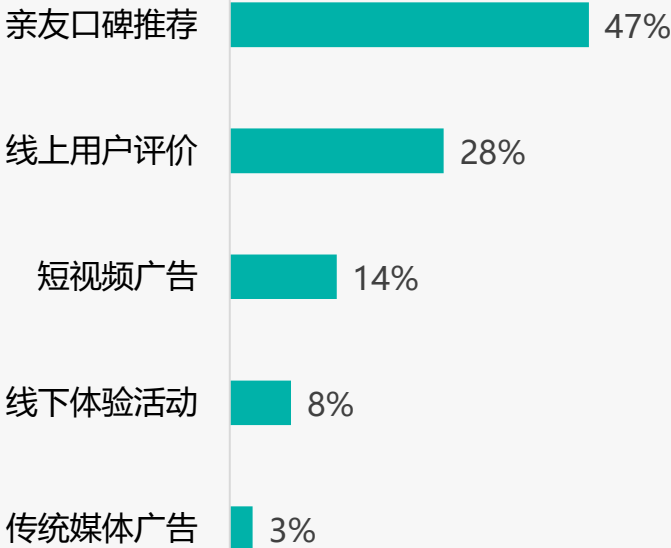
# 麻将机消费口碑主导数字化辅助

- ◆麻将机消费中，亲友口碑推荐占47%，线上用户评价占28%，显示社交信任和数字化渠道是主要购买决策因素。
- ◆短视频广告占14%，线下体验活动占8%，传统媒体广告仅占3%，表明新兴媒体和体验营销影响力有限。

2025年中国麻将机消费决策者类型分布



2025年中国麻将机家庭广告偏好分布

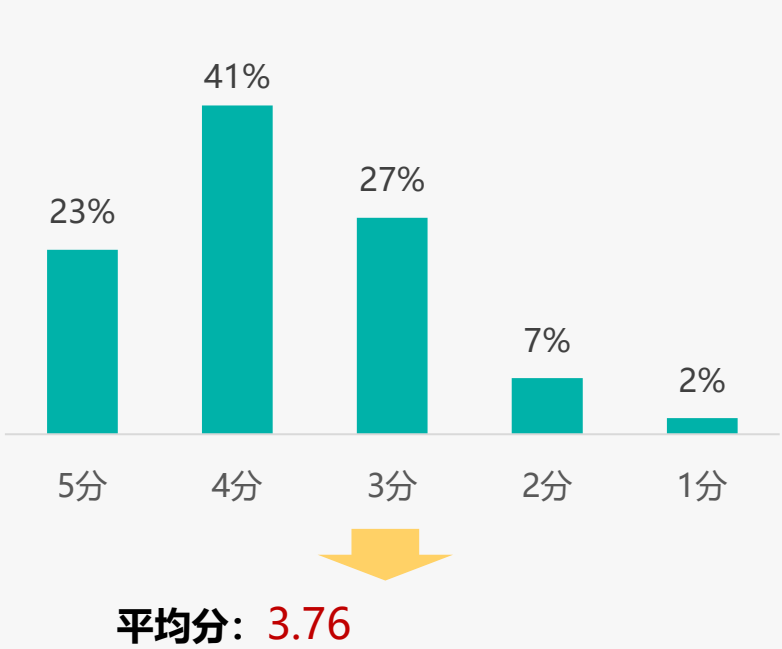


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

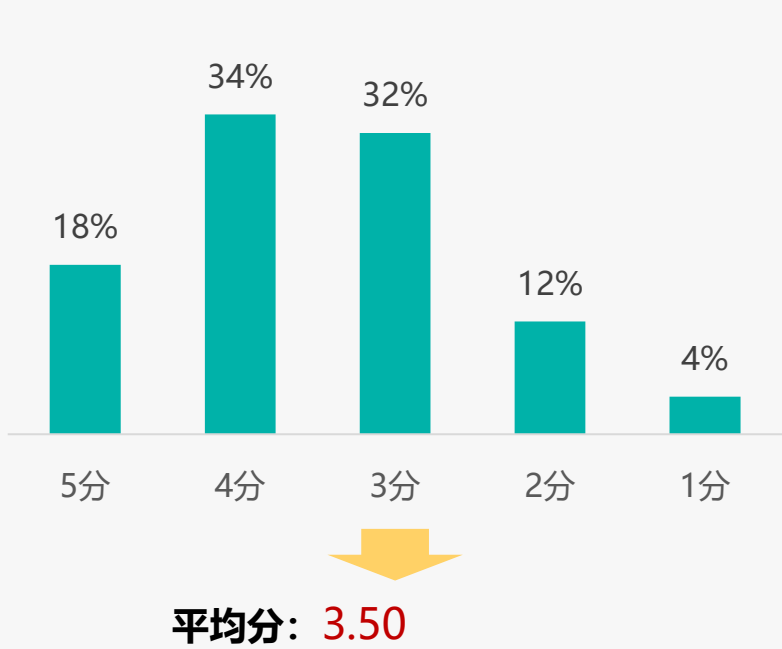
# 退货体验满意度低 需重点改进

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计占比64%。退货体验满意度相对较低，5分和4分合计占比52%，显示退货环节需重点关注改进。
- ◆客服满意度介于两者之间，5分和4分合计占比59%。退货体验中2分和1分合计占比16%，高于其他环节，表明退货是用户不满的主要领域。

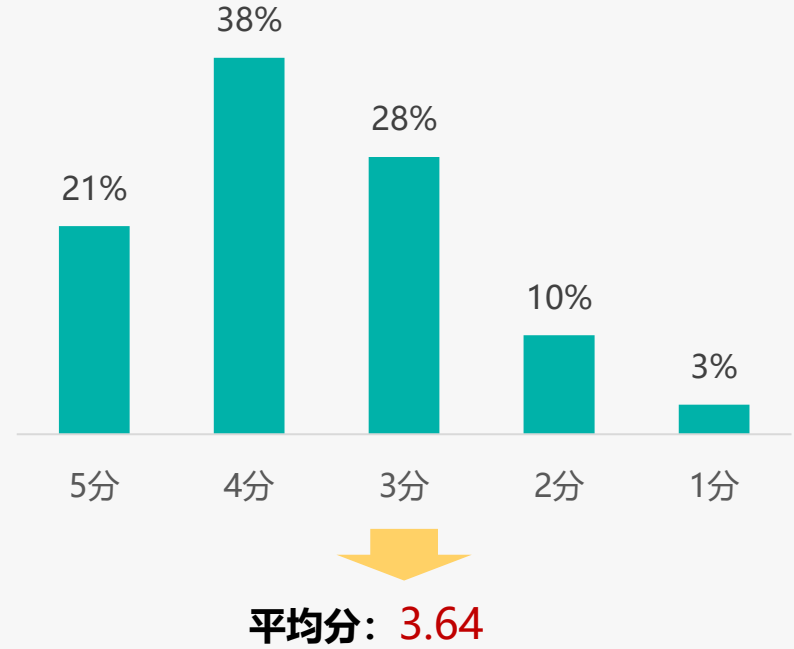
2025年中国麻将机线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国麻将机退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国麻将机线上消费客服满意度分布（满分5分）

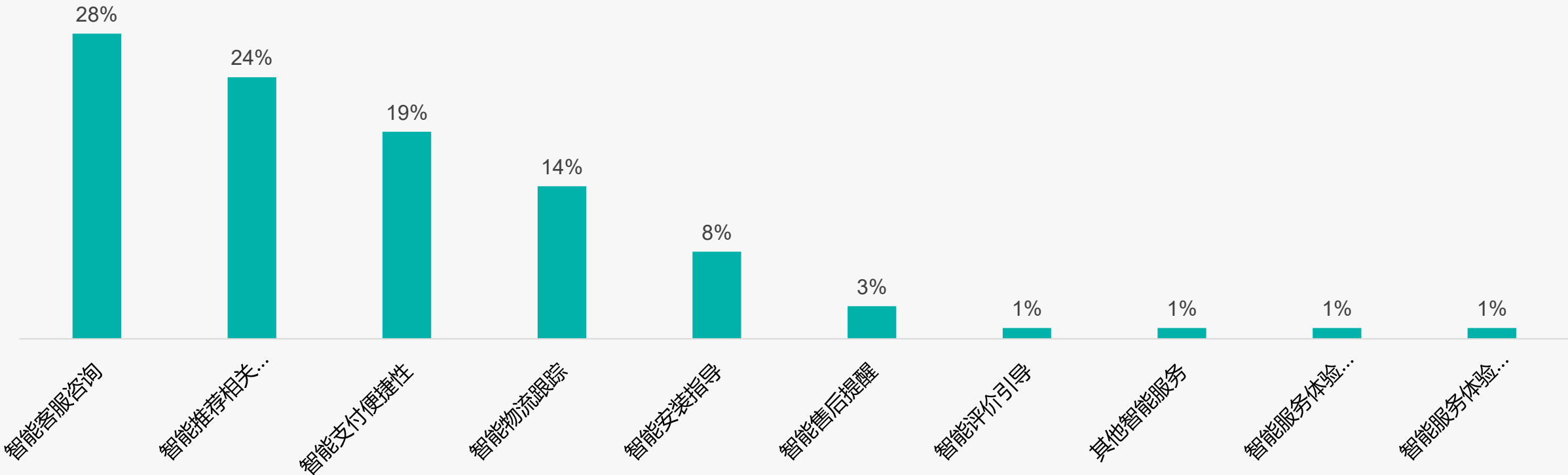


样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 智能客服推荐主导 售后安装待提升

- ◆线上智能服务体验中，智能客服咨询占28%，智能推荐配件占24%，智能支付便捷性占19%，显示消费者对即时支持和个性化推荐需求高。
- ◆智能售后提醒仅占3%，智能安装指导占8%，智能评价引导占1%，表明售后和安装环节的智能化服务有待提升以增强消费体验。

2025年中国麻将机线上消费智能服务体验分布



样本：麻将机行业市场调研样本量N=1257，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