

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~10月速食三明治汉堡市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to October 2025 Fast Food Sandwiches and Hamburgers 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：年轻中等收入人群主导速食三明治市场



26-35岁和18-25岁消费者占比最高，合计达68%



5-8万元收入段占比31%，是核心消费主力



个人自主决策占比68%，消费行为高度自主

## 启示

### ✓ 聚焦年轻中等收入人群

品牌应针对26-35岁、收入5-8万元人群设计产品和营销策略，满足其自主决策需求，提升市场渗透率。

### ✓ 强化个性化与便捷体验

针对年轻消费者自主性强特点，提供定制化选项和便捷购买流程，增强品牌吸引力。

## 核心发现2：消费高频且依赖午餐场景，线上购买主导



每周消费占比53%，产品已成为常规选择



午餐时段消费占比52%，工作场景需求突出



线上购买占比70%，外卖平台和官方APP为主

### 启示

#### ✓ 优化午餐场景产品与服务

针对工作午餐需求，推出便捷套餐和快速配送服务，巩固核心消费时段的市场地位。

#### ✓ 加强线上渠道与社交营销

利用外卖平台和官方APP提升购买便利性，结合社交媒体和口碑传播增强品牌影响力。

## 核心发现3：价格敏感度高，口味与效率是关键驱动因素



价格接受度集中在15-25元，占比47%



口味口感是首要吸引因素，占比41%



节省时间和方便快捷是消费主要原因，合计65%

### 启示

#### ✓ 平衡价格与产品品质

在15-25元主流价格区间优化产品，确保口味和品质，以提升竞争力和消费者满意度。

#### ✓ 提升效率与便利性

优化配送速度和购买流程，满足消费者对节省时间的核心需求，增强品牌忠诚度。

核心逻辑：聚焦年轻中等收入人群，优化口味与效率平衡



## 1、产品端

- ✓ 开发15-25元中价位产品组合
- ✓ 推出素食及特色口味创新



## 2、营销端

- ✓ 强化社交媒体与用户口碑传播
- ✓ 聚焦午餐场景，拓展休闲加班需求



## 3、服务端

- ✓ 优化线上消费流程与智能客服
- ✓ 改进退货流程，提升便利性

## 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** 速食三明治汉堡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速食三明治汉堡品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对速食三明治汉堡的购买行为;
- 速食三明治汉堡市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

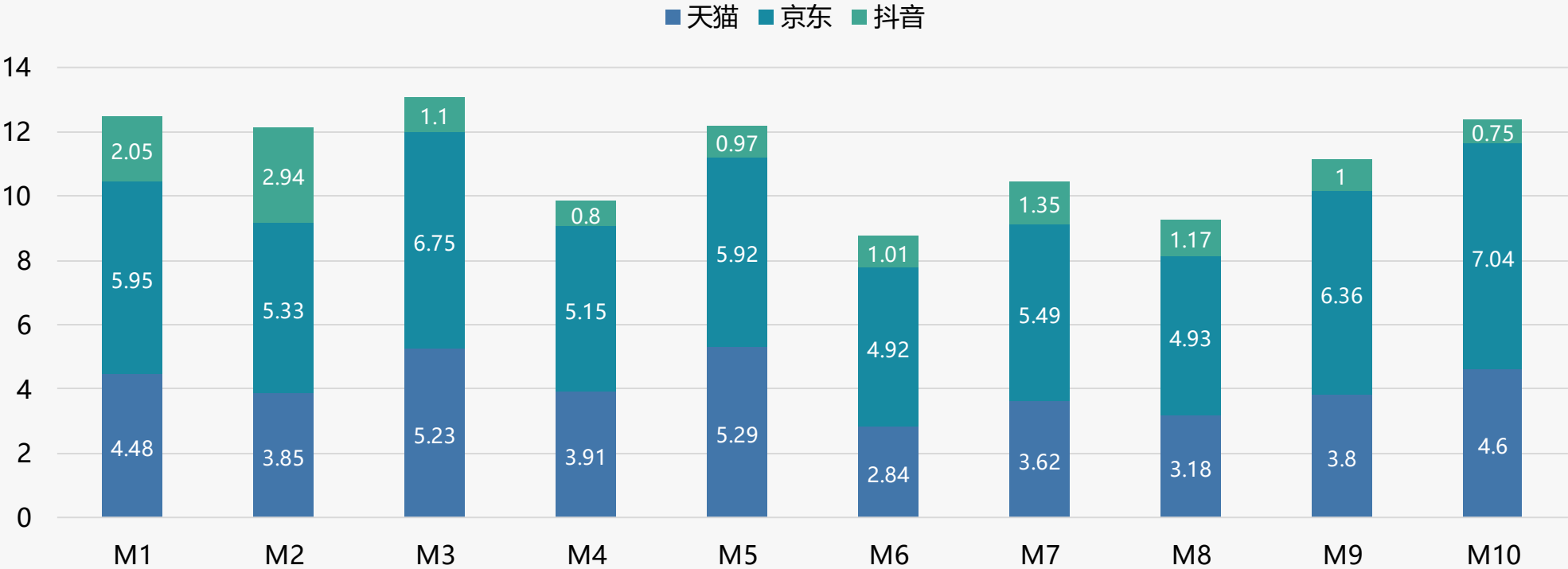
Research Method

- **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, 计算速食三明治汉堡品类销售额、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、不同平台速食三明治汉堡品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 京东领先 抖音波动 季节影响显著

- ◆从平台竞争格局看，京东以5.68亿元总销售额领先，天猫3.61亿元次之，抖音1.35亿元居后。京东在M10达704万元峰值，显示其渠道优势；抖音在M2-M3波动较大，可能受直播活动影响。建议品牌方优化渠道策略，提升抖音转化率。
- ◆从月度趋势和平台占比演变分析，销售额呈季节性波动：Q1（M1-M3）达3.34亿元，Q2（M4-M6）降至2.55亿元，Q3（M7-M9）回升至2.96亿元，M10单月1.24亿元表现强劲。京东份额从M1的42%升至M10的57%，天猫稳定在30%-40%，抖音从M2的24%降至M10的6%。京东增长显著，可能受益于物流与会员体系；抖音需加强用户粘性以防份额流失。

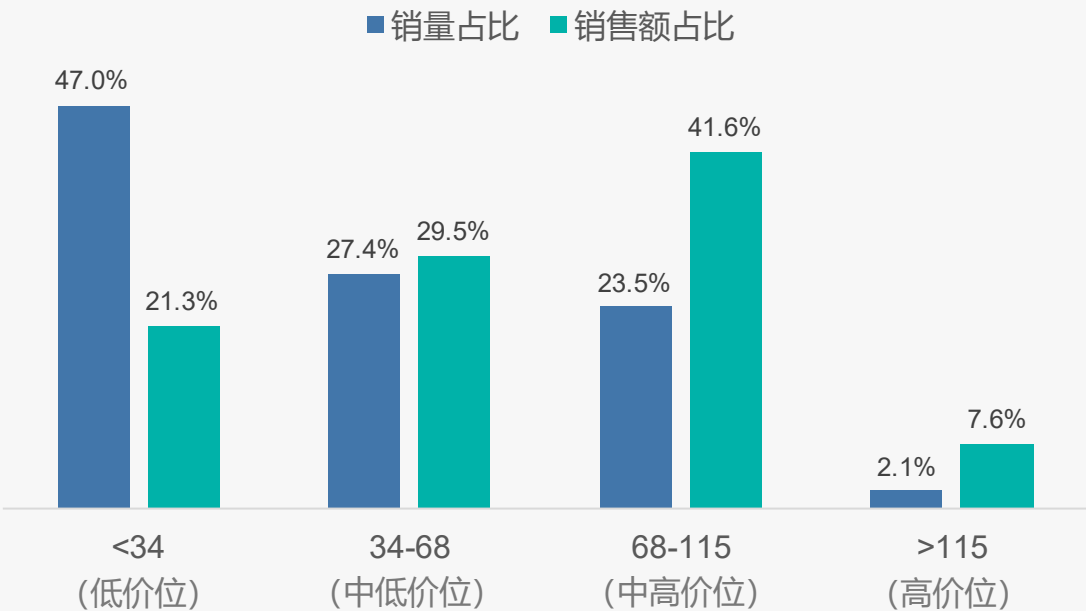
2025年1月~10月速食三明治汉堡品类线上销售规模（百万元）



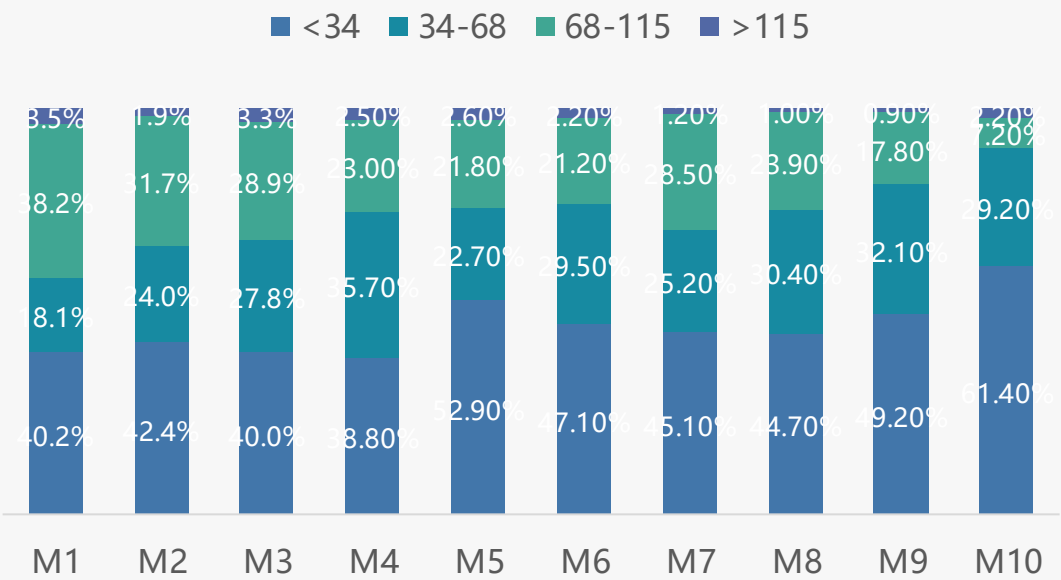
# 低价主导销量 中高端驱动利润

- ◆从价格区间销售趋势看，速食三明治汉堡品类呈现明显的消费分层。低价位（<34元）销量占比47.0%但销售额仅占21.3%，显示该区间以量取胜但利润贡献有限；中高价位（68-115元）销量占比23.5%却贡献41.6%销售额，表明该区间具有更高的客单价和利润空间。建议企业优化产品结构，适当提升中高端产品占比以提高整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示消费结构动态变化。M1-M10期间，<34元区间占比从40.2%上升至61.4%，而68-115元区间从38.2%骤降至7.2%。这可能反映消费降级趋势或季节性促销影响，导致低价产品渗透率提升。企业需关注价格敏感度变化，适时调整营销策略以平衡销量与利润。

2025年1月~10月速食三明治汉堡线上不同价格区间销售趋势



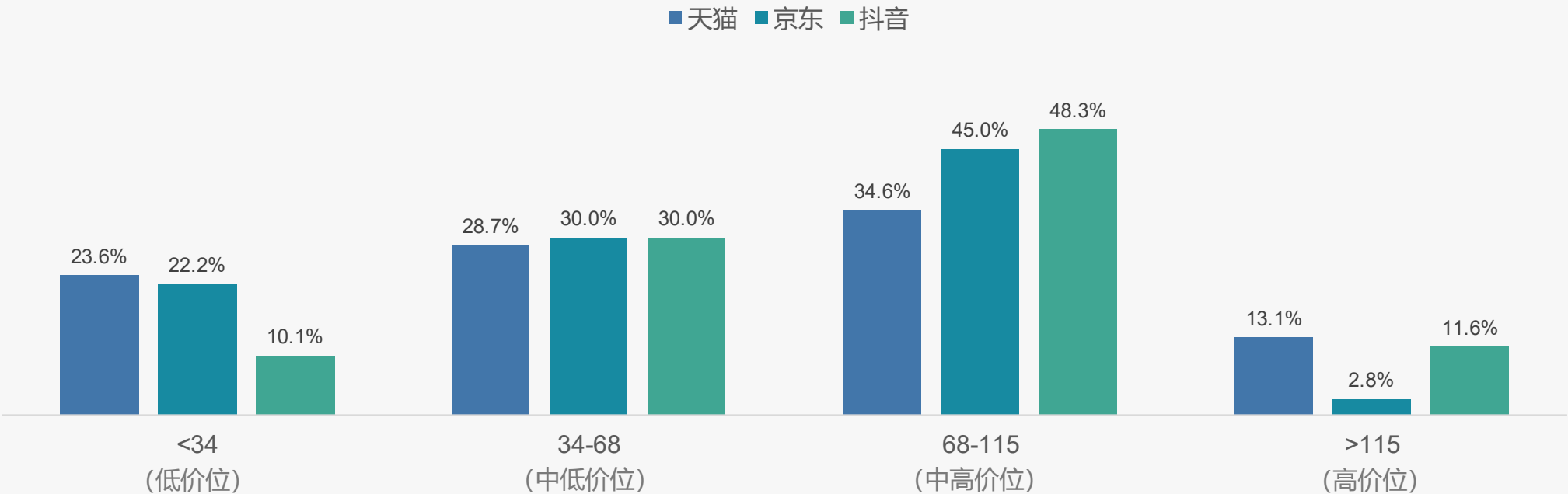
速食三明治汉堡线上价格区间-销量分布



# 中端价格主导 平台差异化 高端抖音潜力

- ◆从价格区间分布看，速食三明治汉堡品类呈现差异化竞争格局。天猫平台以68-115元区间为主力（34.6%），京东和抖音该区间占比更高（45.0%、48.3%），显示中高端产品更受青睐。抖音>115元高端产品占比11.6%显著高于京东2.8%，反映平台用户消费能力差异。平台间价格敏感度分析显示，抖音<34元低价区间仅占10.1%，远低于天猫23.6%和京东22.2%，表明抖音用户对低价产品需求较弱。
- ◆品类价格结构分析揭示，68-115元区间在三平台合计占比达42.6%，成为核心价格带。>115元高端市场抖音表现突出（11.6%），存在增长潜力。建议企业加强中端产品研发，同时在抖音等平台探索高端产品线，优化产品组合以提升整体毛利率和品牌溢价能力。

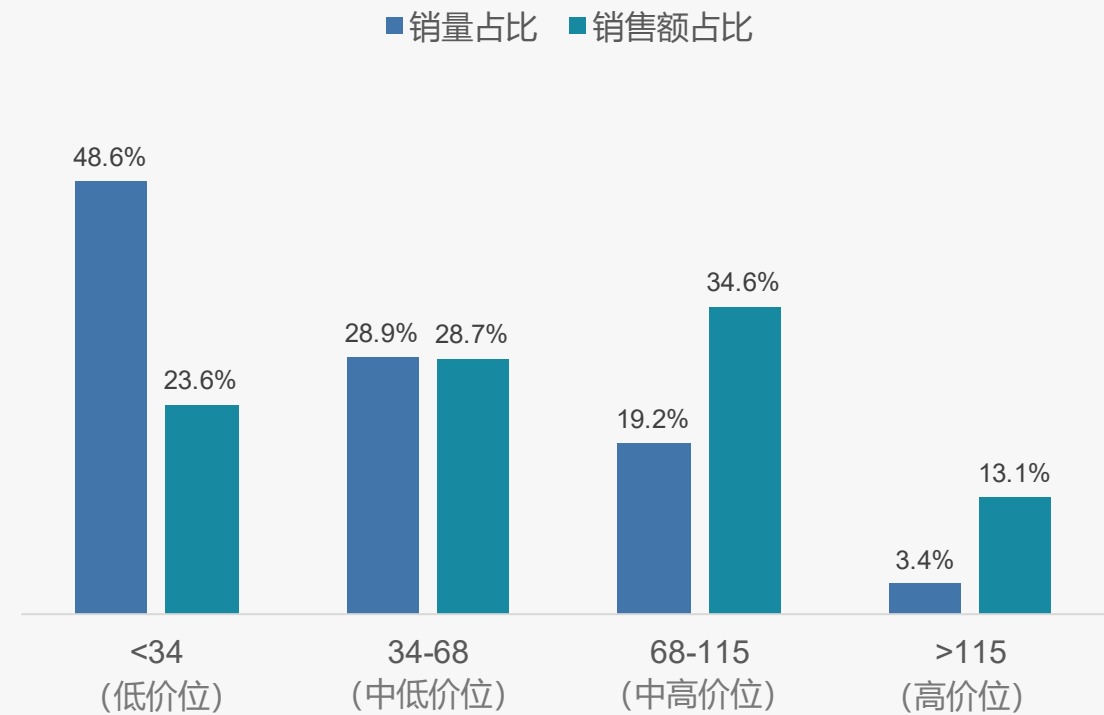
2025年1月~10月各平台速食三明治汉堡不同价格区间销售趋势



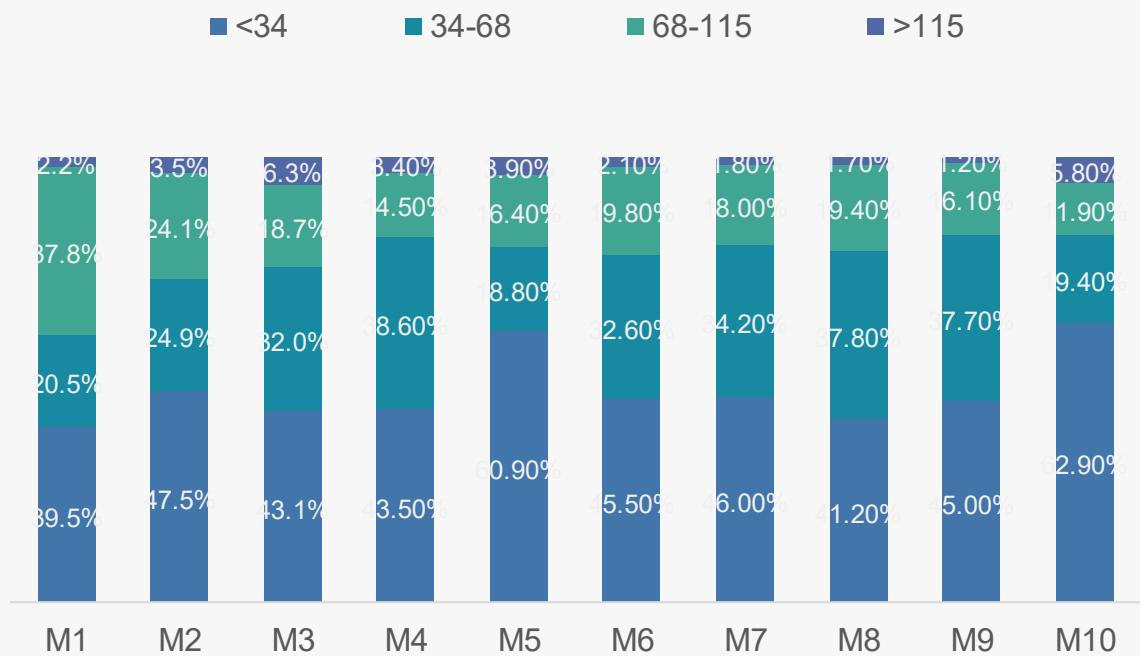
# 优化价格结构 提升中高端贡献 强化品牌价值

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台呈现明显的结构性特征。低价区间（<34元）销量占比48.6%但销售额仅占23.6%，显示高销量低贡献；中高价位（68-115元）以19.2%销量贡献34.6%销售额，利润贡献显著。建议优化产品组合，提升中高端产品占比以改善毛利率。
- ◆月度销量分布显示价格敏感度波动明显。M1、M5、M10月低价区间占比异常升高（分别39.5%、60.9%、62.9%），与促销周期相关。中端价位（34-68元）在M3-M9月稳定在32%-38.6%，显示核心消费群体稳定。价格带贡献度分析揭示增长机会。>115元高端区间销量占比仅3.4%但贡献13.1%销售额，溢价能力突出。建议加强高端产品线开发，提升客单价和品牌价值。

2025年1月~10月天猫平台速食三明治汉堡不同价格区间销售趋势



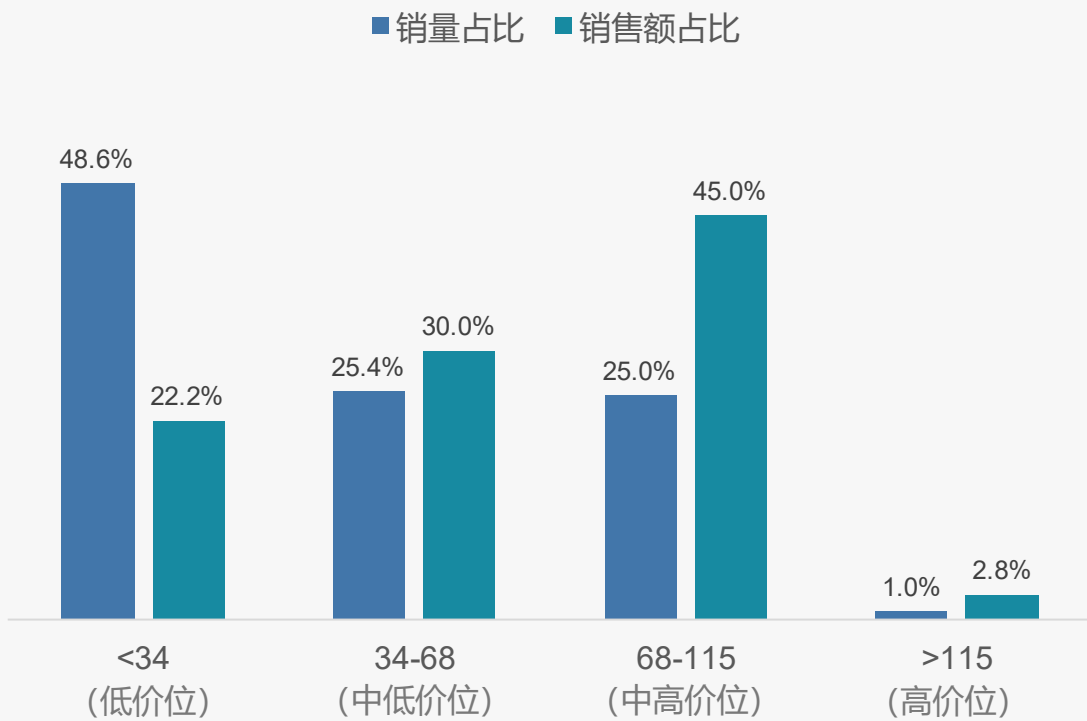
天猫平台速食三明治汉堡价格区间-销量分布



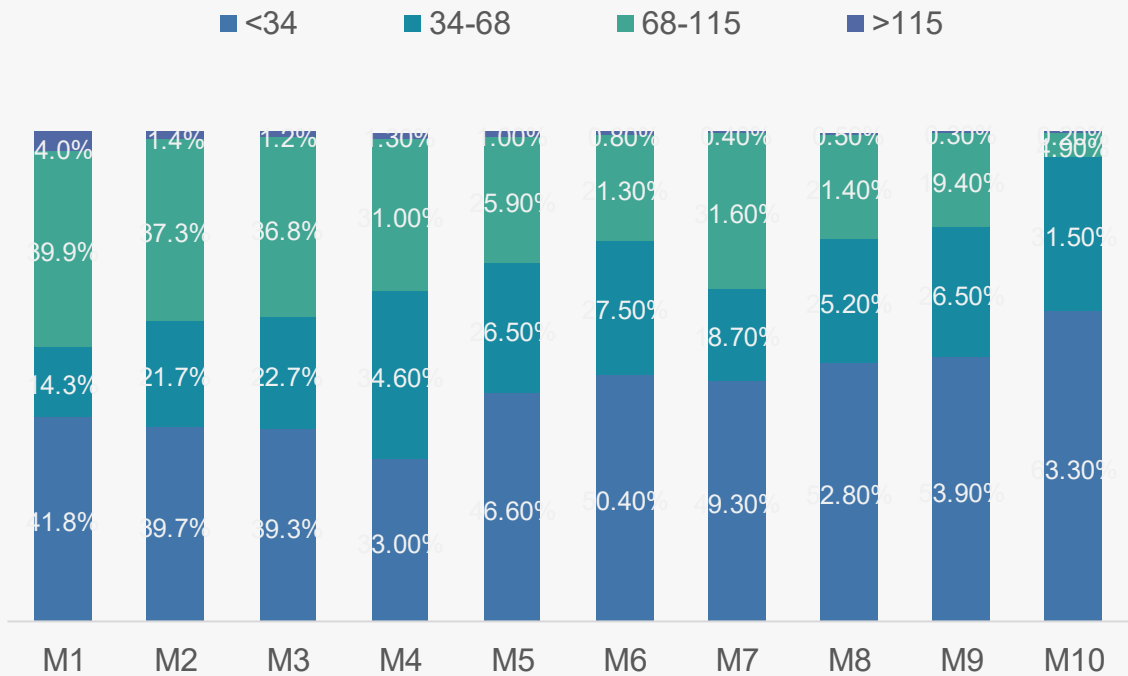
# 中高端产品主导利润 低价销量增长显著

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台速食三明治汉堡品类呈现明显的“销量与销售额倒挂”现象。低价区间（<34元）贡献48.6%销量但仅占22.2%销售额，而中高价区间（34-115元）以50.4%销量贡献75.0%销售额，显示中高端产品是核心利润来源。>115元的高端区间占比极低，市场仍以大众消费为主。
- ◆月度销量分布显示消费结构动态变化。M1-M10，<34元区间销量占比从41.8%升至63.3%，34-68元区间从14.3%升至31.5%，而68-115元区间从39.9%骤降至4.9%。这表明消费者偏好向中低价位集中，可能受季节性促销或经济环境影响，高端需求萎缩需关注产品结构调整。

2025年1月~10月京东平台速食三明治汉堡不同价格区间销售趋势



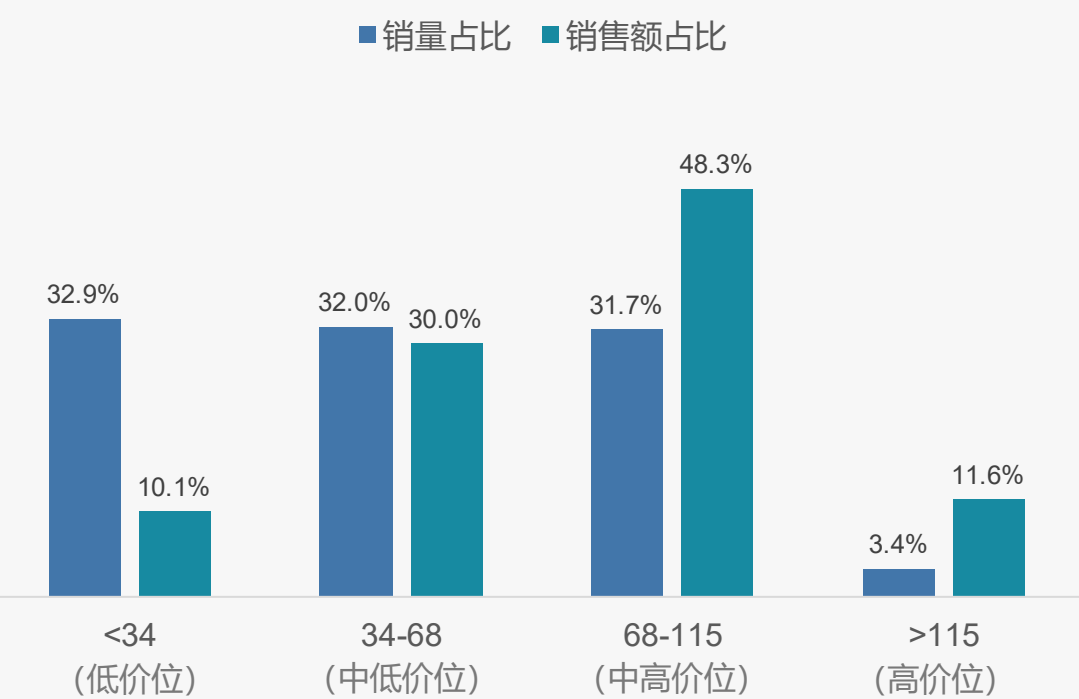
京东平台速食三明治汉堡价格区间-销量分布



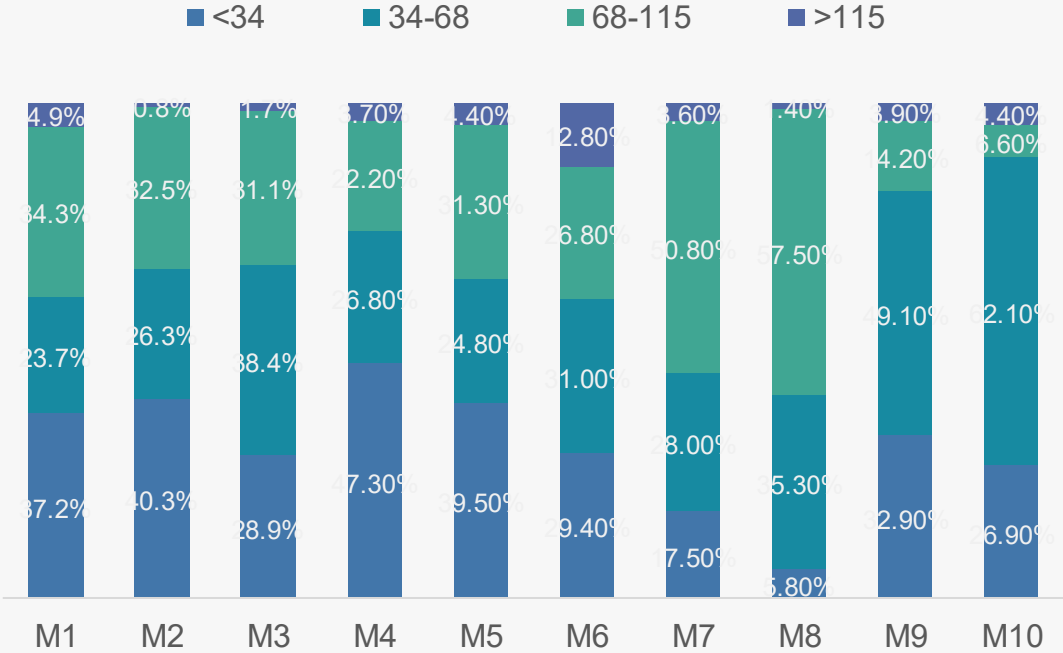
# 中高价区间主导销售 季节性波动明显 效率差异显著

- ◆从价格区间销售结构看，抖音平台速食三明治汉堡品类呈现明显的价格分层效应。34-68元和68-115元两个中高价位区间合计贡献了78.3%的销售额，其中68-115元区间以31.7%的销量占比创造了48.3%的销售额占比，显示出较高的客单价和盈利贡献度。而<34元低价区间虽销量占比达32.9%，但销售额占比仅10.1%，表明该区间产品利润空间有限，可能主要承担引流作用。
- ◆从月度销量分布趋势分析，品类价格结构存在显著季节性波动。M1-M5期间<34元区间占比相对稳定，M6开始中高价区间占比明显提升，M7-M8期间68-115元区间占比分别达到50.8%和57.5%的峰值。M9-M10则出现向34-68元区间集中趋势，反映出夏季消费升级和秋季价格回归的市场规律。

2025年1月~10月抖音平台速食三明治汉堡不同价格区间销售趋势



抖音平台速食三明治汉堡价格区间-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** 速食三明治汉堡消费行为、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年内购买过速食三明治汉堡的消费者;
- 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

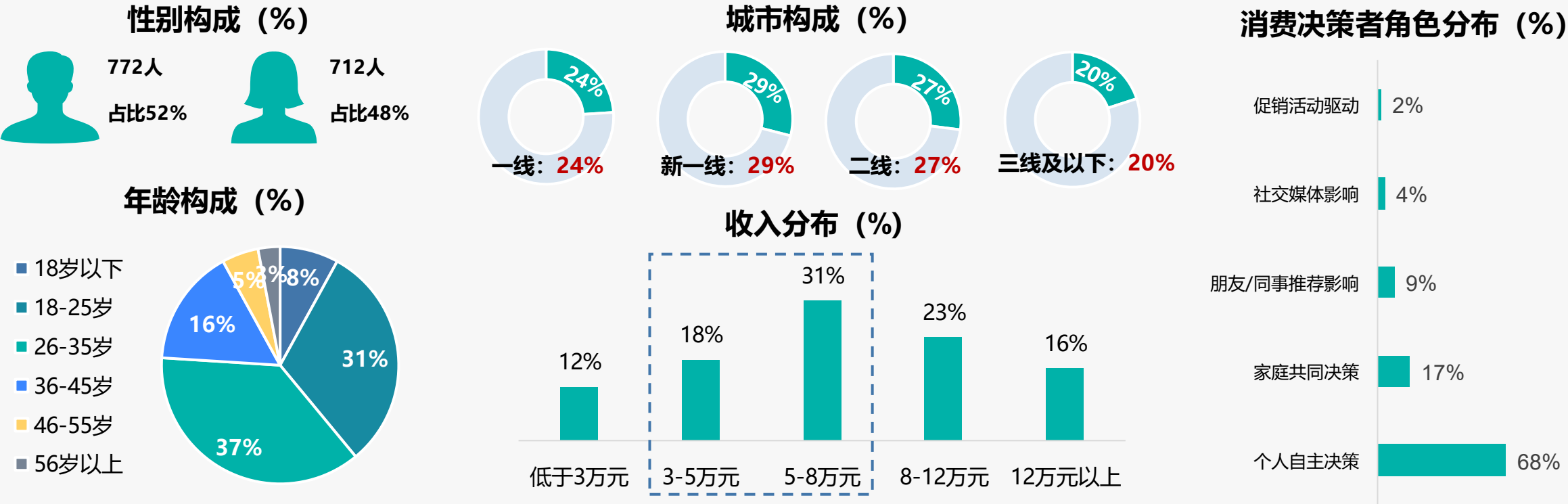
Research Method

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=1484

# 年轻中等收入人群主导速食汉堡市场

- ◆调研数据显示，速食三明治汉堡消费群体以26-35岁（37%）和18-25岁（31%）为主，5-8万元收入段占比最高（31%），显示年轻中等收入人群是核心市场。
- ◆消费决策高度自主，个人自主决策占68%，远高于其他因素。城市分布均衡，新一线城市占29%略高，反映了消费者自主性和市场广泛性。

## 2025年中国速食三明治汉堡消费者画像

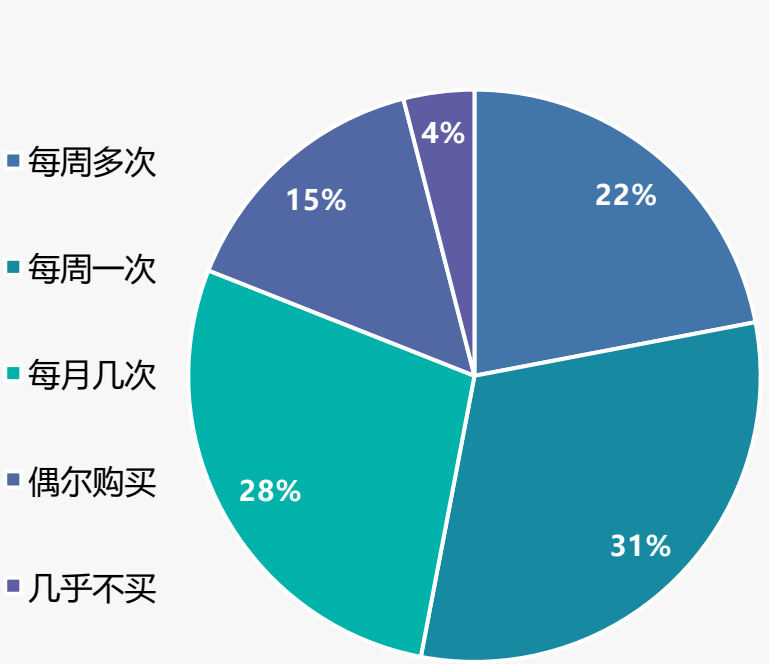


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

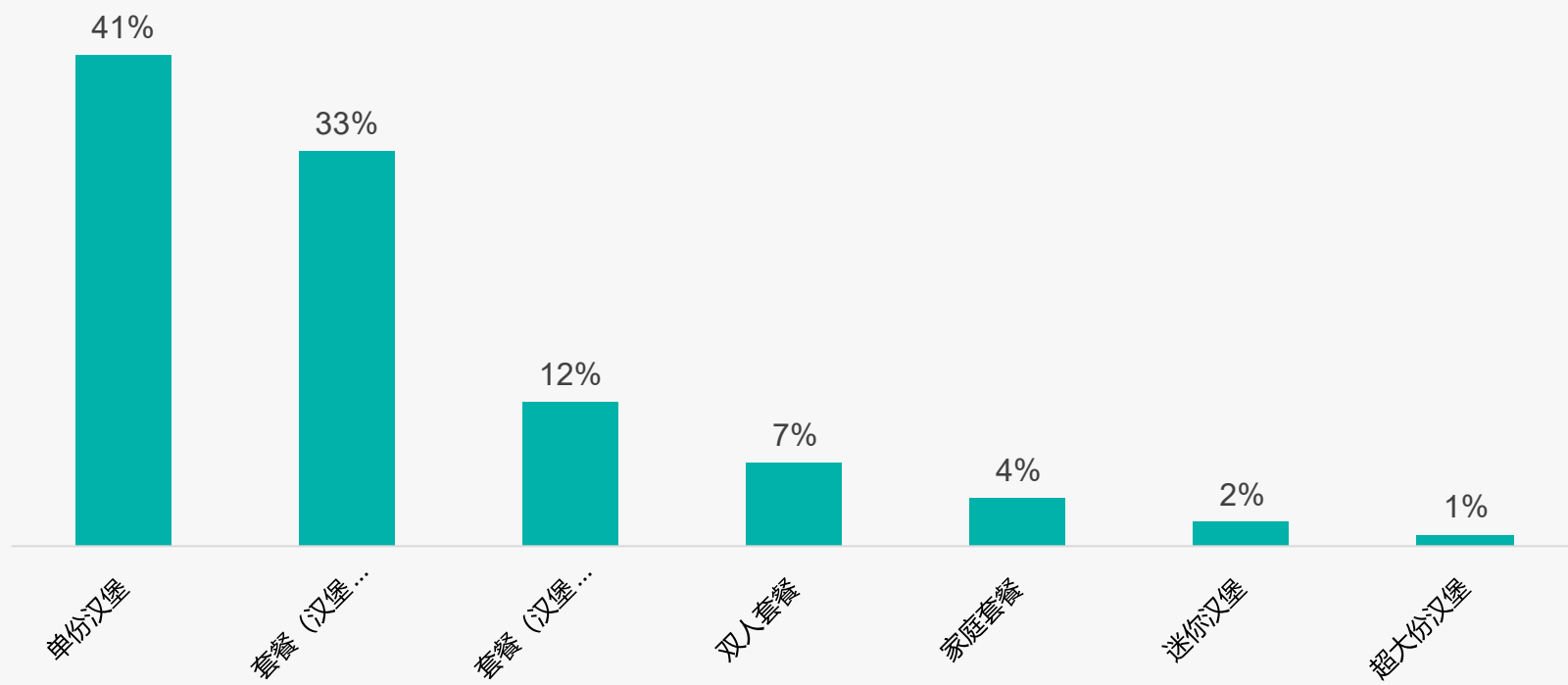
# 速食汉堡消费高频 单份套餐主导市场

- ◆调研数据显示，每周消费速食三明治汉堡的消费者占53%，其中每周一次占31%，每周多次占22%，表明产品已成为常规选择。
- ◆消费规格以单份汉堡为主，占41%，套餐（汉堡+饮料）占33%，显示便捷组合受欢迎，迷你汉堡和超大份汉堡份额较小。

2025年中国速食三明治汉堡消费频率分布



2025年中国速食三明治汉堡消费产品规格分布

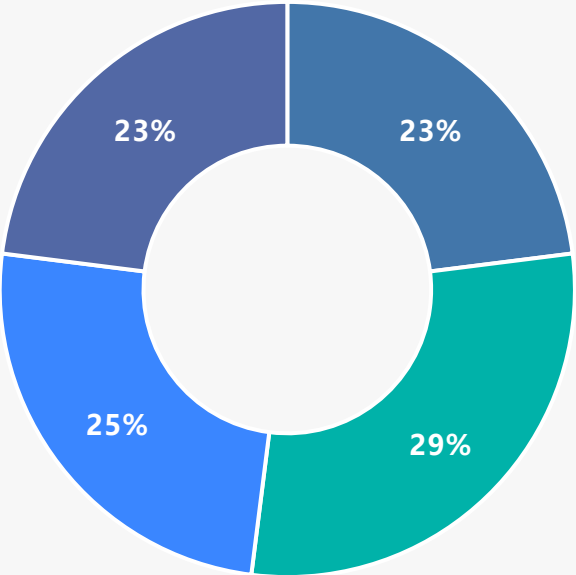


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 中低价位主导夏季消费高峰环保包装待提升

- ◆消费支出集中在20-40元（47%），显示中低价位产品主导市场；夏季消费占比最高（29%），反映季节性需求波动。
- ◆包装类型以纸质包装为主（58%），环保包装（可降解9%）和堂食（无包装5%）占比低，表明绿色消费和体验服务待提升。

2025年中国速食三明治汉堡消费行为季节分布2025年中国速食三明治汉堡单次消费支出分布

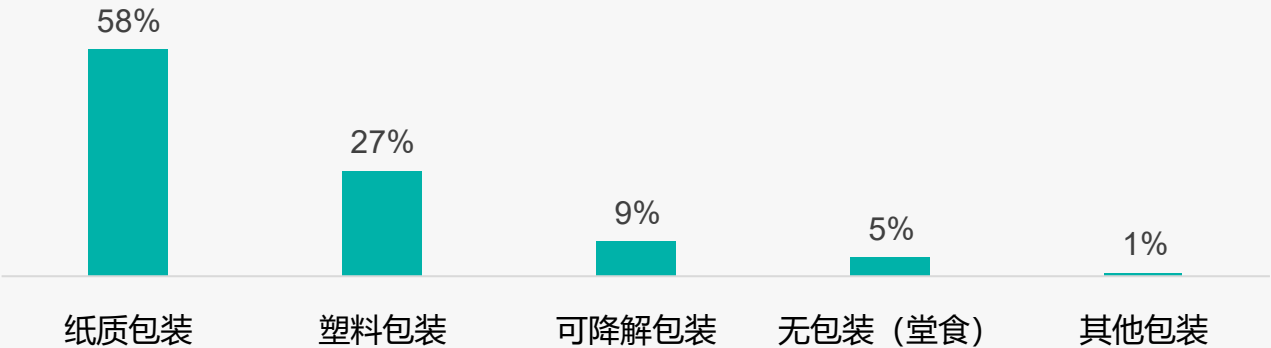


■ 春季 ■ 夏季 ■ 秋季 ■ 冬季



■ 20元以下 ■ 20-40元 ■ 40-60元 ■ 60元以上

2025年中国速食三明治汉堡消费品包装类型分布

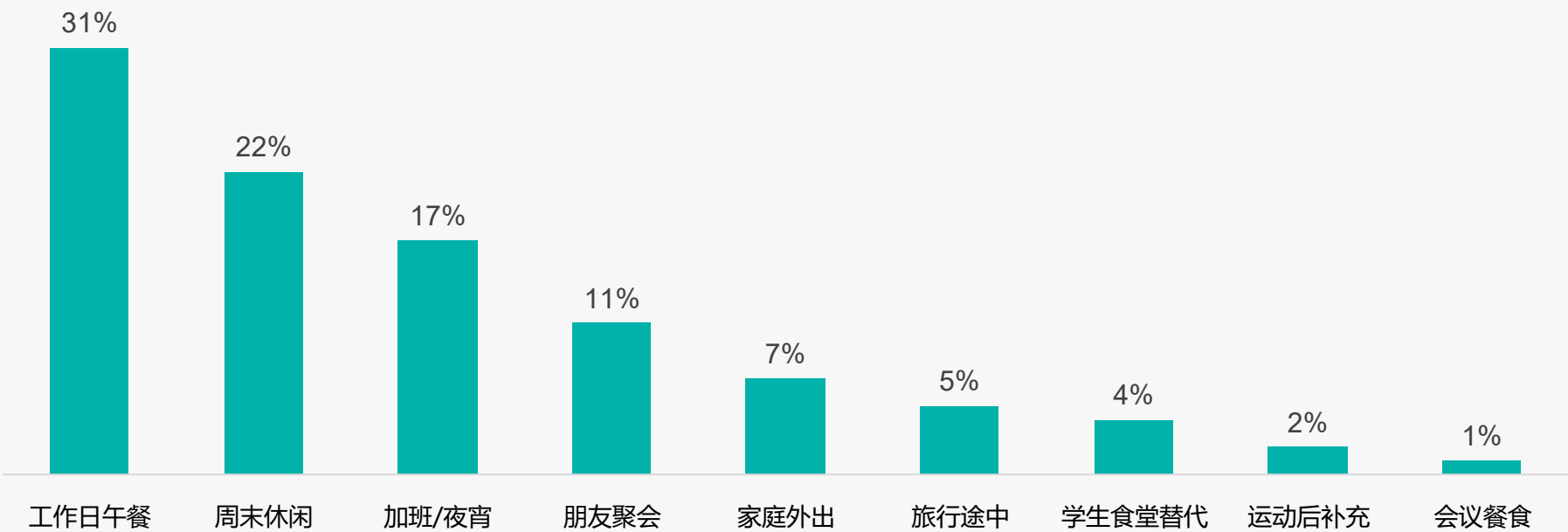


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

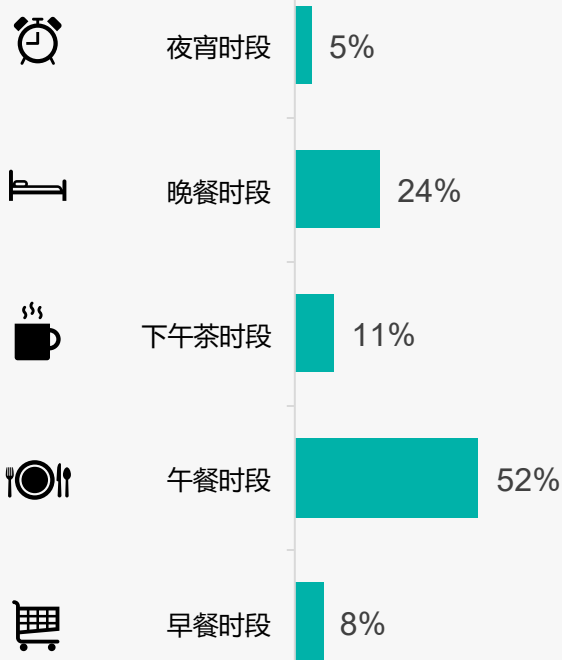
# 午餐主导市场 休闲加班拓展

- ◆速食三明治汉堡消费中，工作日午餐占比最高达31%，午餐时段主导消费达52%，显示产品主要满足职场午餐需求，市场高度集中于此。
- ◆周末休闲和加班/夜宵场景分别占22%和17%，表明产品在非传统用餐场景中也有稳定消费，拓展了市场韧性。

2025年中国速食三明治汉堡消费场景分布



2025年中国速食三明治汉堡消费时段分布

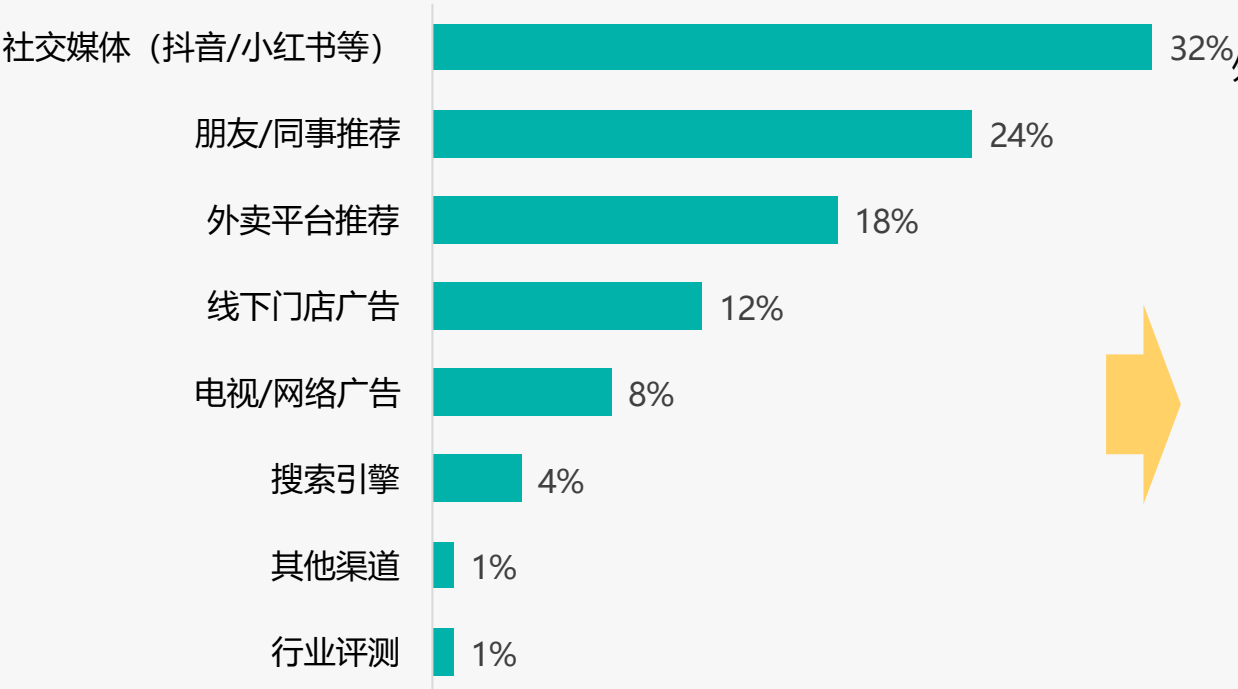


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

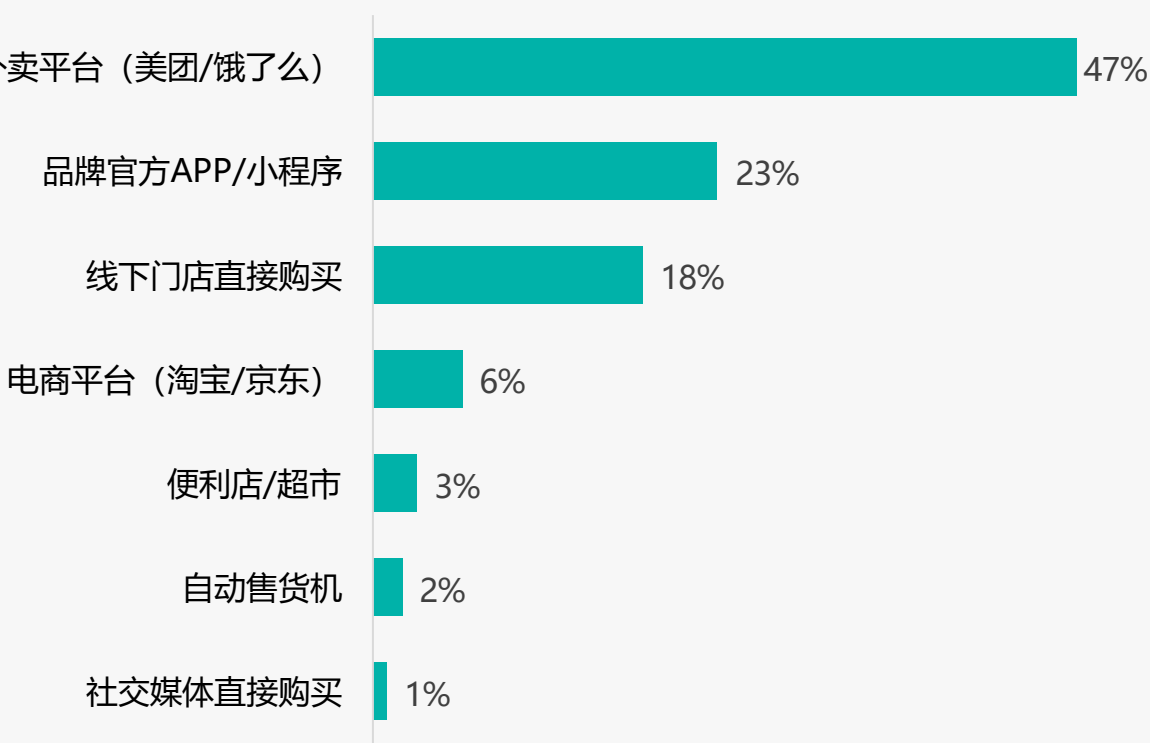
# 社交营销主导信息 线上购买驱动消费

- ◆消费者了解产品主要依赖社交媒体（32%）和朋友推荐（24%），社交影响和口碑传播是信息获取的关键渠道，凸显营销应聚焦于此。
- ◆购买行为高度集中在外卖平台（47%）和品牌官方APP/小程序（23%），线上便捷消费主导市场，线下购买仅占18%。

2025年中国速食三明治汉堡产品了解渠道分布



2025年中国速食三明治汉堡产品购买渠道分布

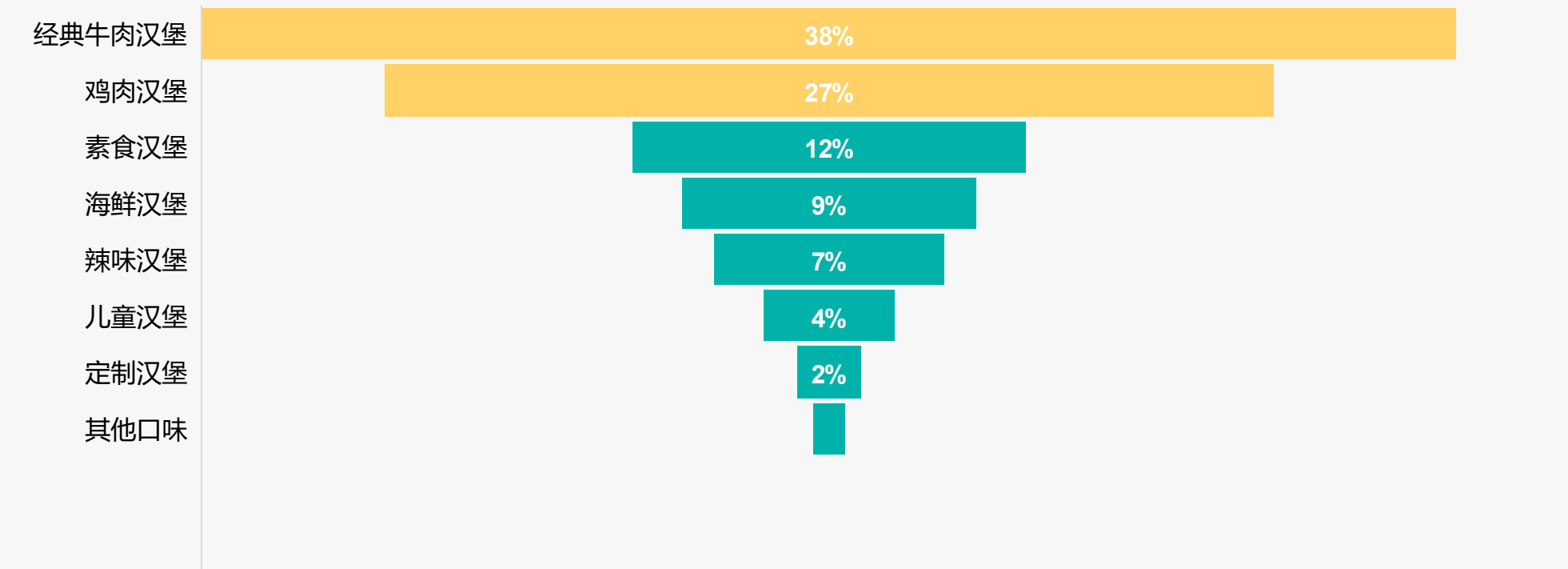


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 经典鸡肉主导 素食特色待关注

- ◆调研数据显示，经典牛肉汉堡占比38%和鸡肉汉堡占比27%主导市场，素食汉堡占比12%显示健康趋势，辣味和海鲜汉堡分别占7%和9%为小众口味。
- ◆分析指出，市场以传统口味为主，但素食和特色口味值得关注，儿童和定制汉堡占比分别为4%和2%，细分市场潜力有限。

2025年中国速食三明治汉堡产品偏好类型分布

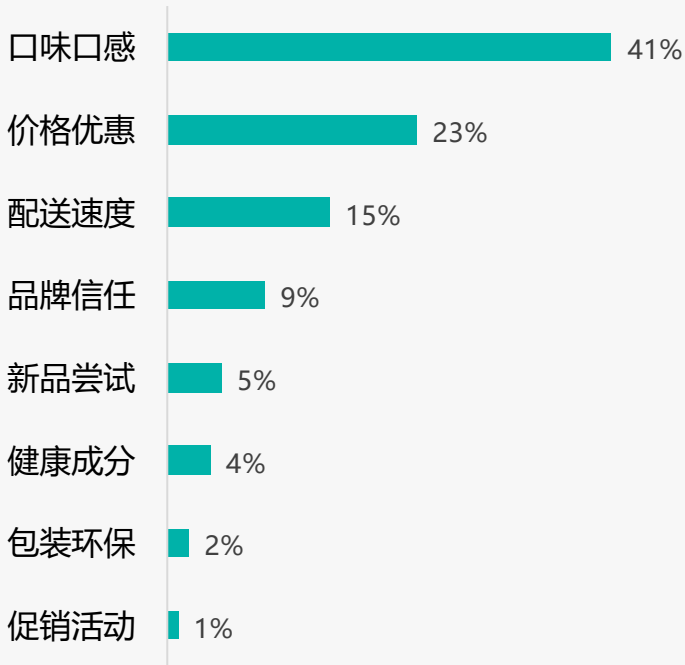


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 口味主导节省时间健康影响小

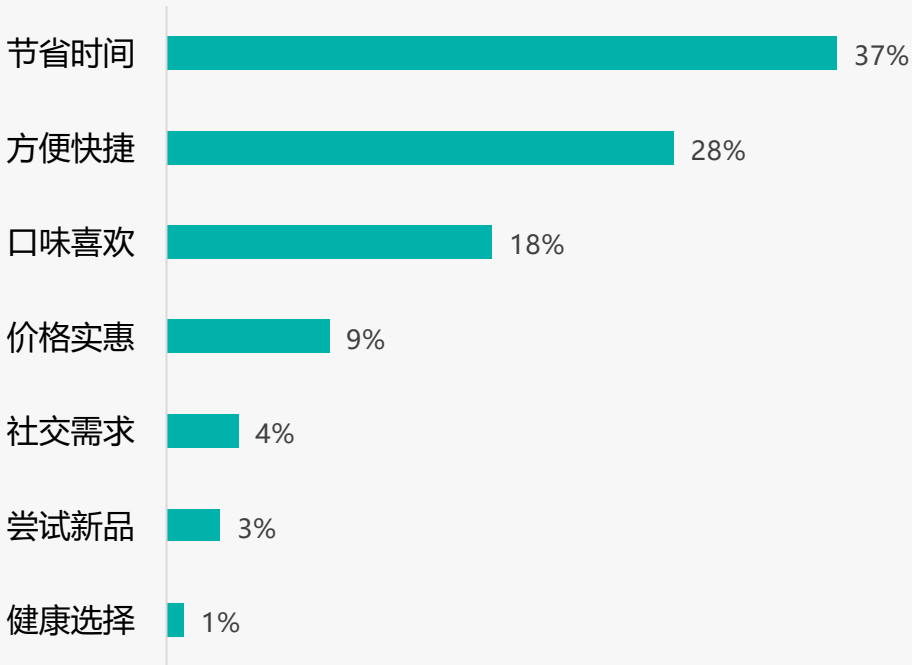
- ◆调查显示，口味口感以41%成为吸引消费的首要因素，远超价格优惠的23%。消费真正原因中，节省时间和方便快捷合计占65%，凸显速食满足快节奏需求的核心价值。
- ◆健康成分和健康选择分别仅占4%和1%，表明健康因素在当前消费决策中影响较小。品牌信任占9%，社交需求占4%，提示品牌建设和社交场景有提升空间。

## 2025年中国速食三明治汉堡吸引消费关键因素分布



样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国速食三明治汉堡消费真正原因分布

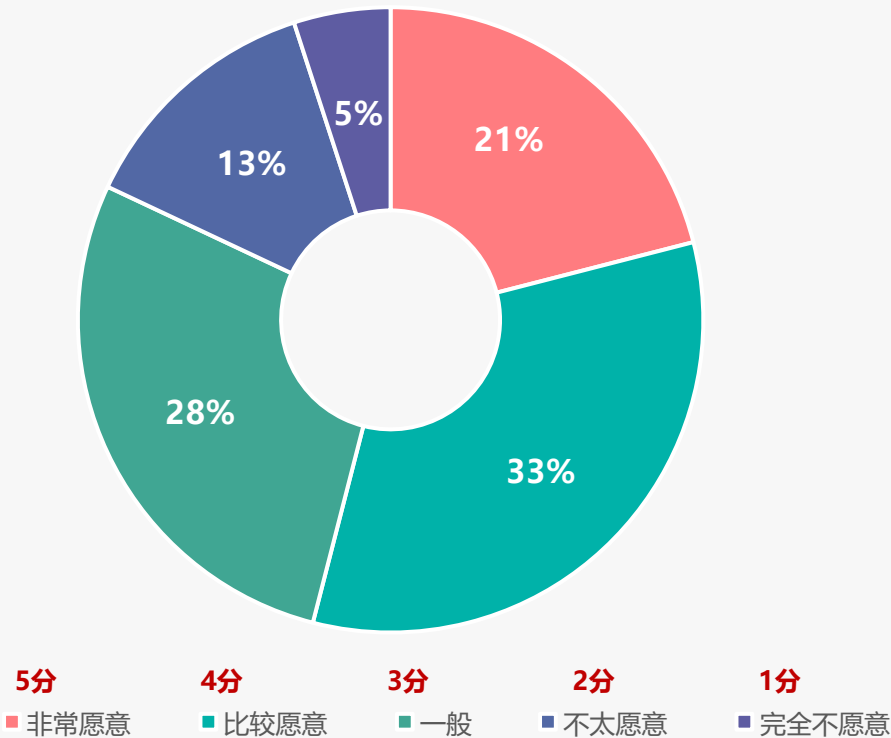




# 口味价格优化提升推荐意愿

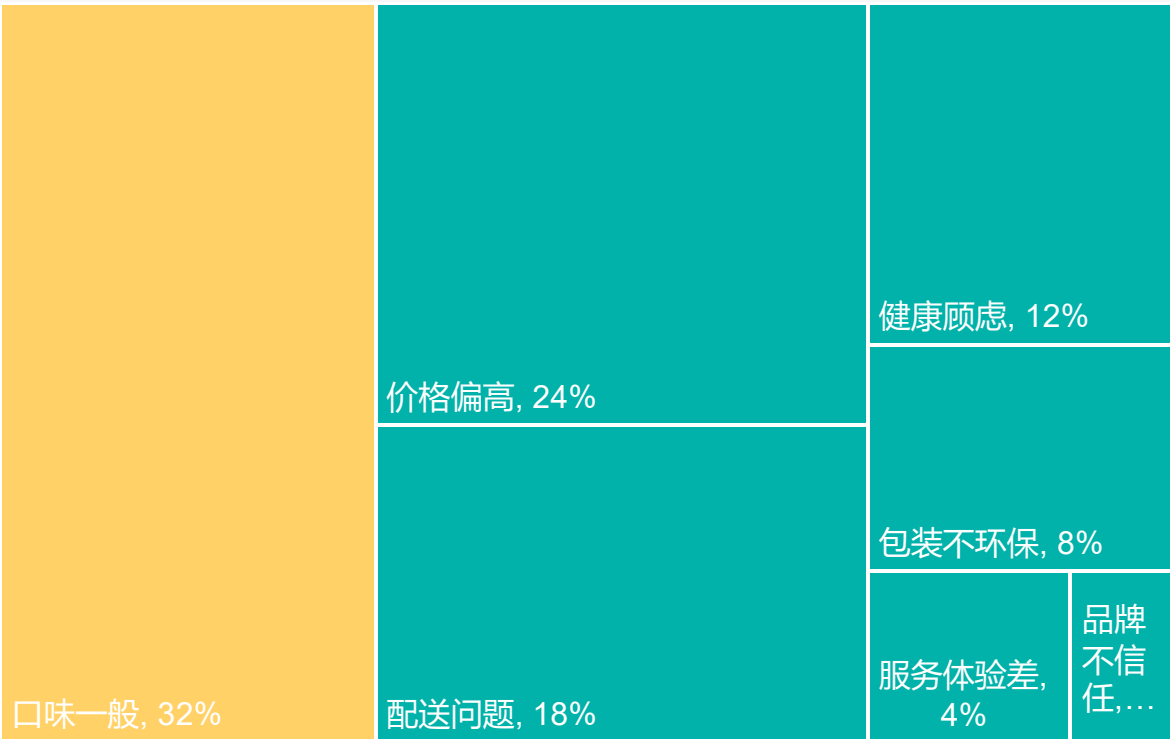
- ◆调查显示，54%的消费者愿意推荐速食三明治汉堡，但不愿推荐原因中，口味一般占32%、价格偏高占24%，提示需优化口味和定价策略。
- ◆配送问题占18%是不愿推荐的重要障碍，结合健康顾虑占12%，表明提升物流服务和健康属性是改进关键点。

2025年中国速食三明治汉堡向他人推荐意愿分布



样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

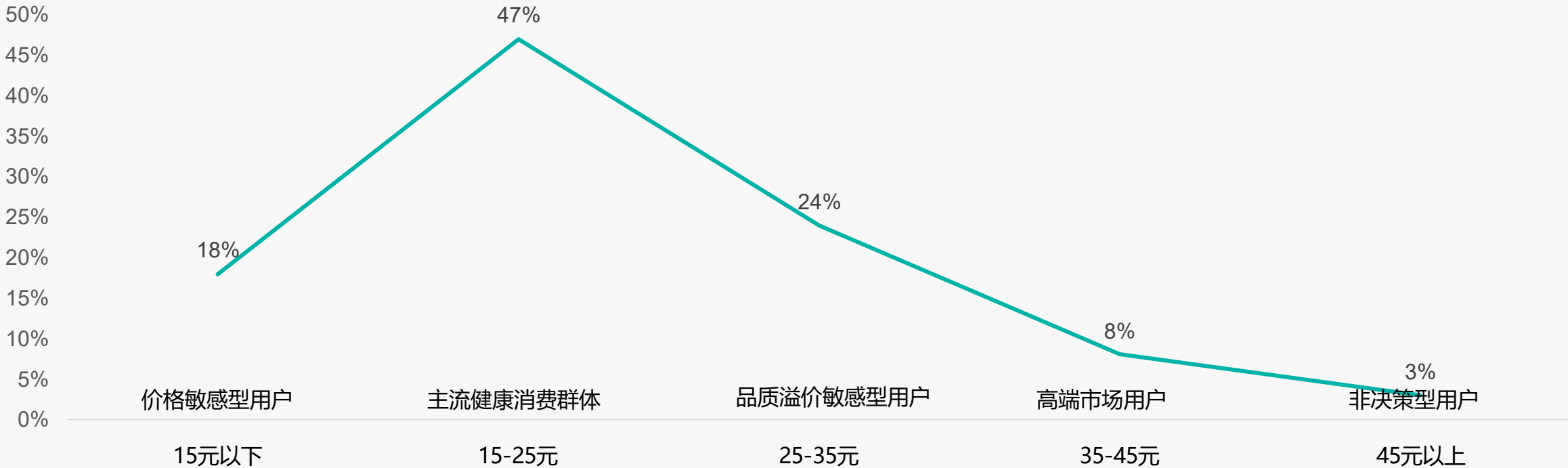
2025年中国速食三明治汉堡不愿推荐原因分布



# 速食汉堡价格接受度集中15至25元

- ◆调研数据显示，速食三明治汉堡消费者价格接受度集中在15-25元区间，占比47%，表明中等价位产品最受市场欢迎。
- ◆分析指出，25-35元区间占比24%，而45元以上仅占3%，显示高端市场有限，企业应聚焦15-25元主流区间优化产品。

2025年中国速食三明治汉堡主流规格价格接受度



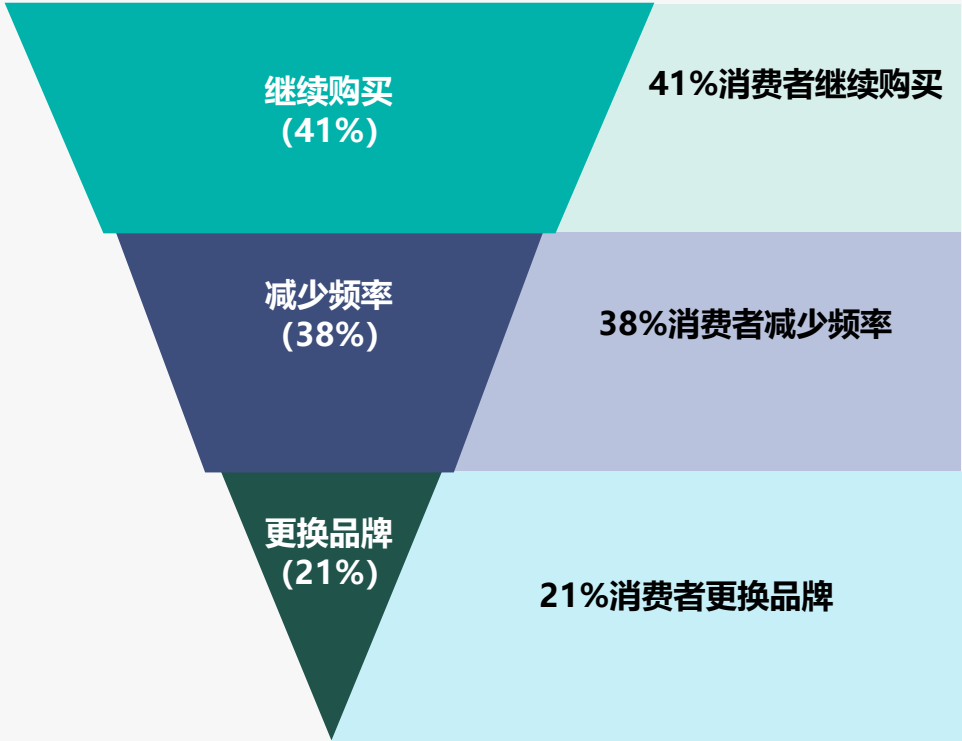
样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

注：以单份汉堡规格速食三明治汉堡为标准核定价格区间

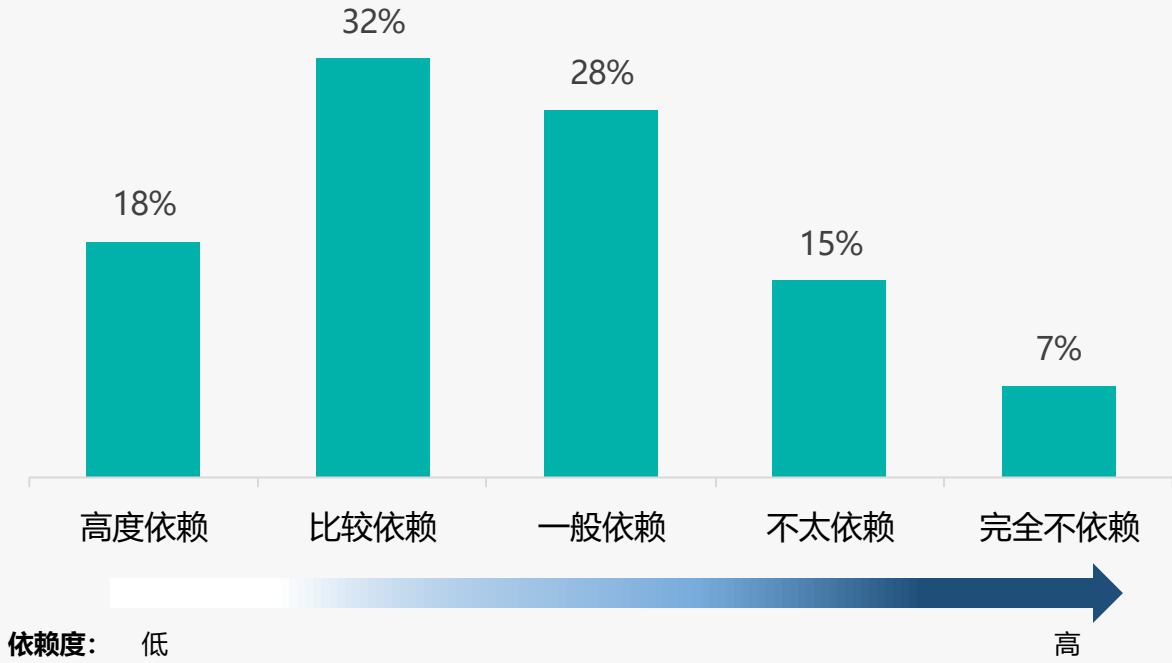
# 价格敏感度高 促销影响显著

- ◆价格上涨10%后，41%的消费者继续购买，38%减少频率，21%更换品牌，显示价格敏感度高且品牌忠诚度分化明显。
- ◆促销活动依赖方面，高度依赖和比较依赖合计50%，不太依赖和完全不依赖占22%，表明促销对购买决策影响显著但非唯一因素。

2025年中国速食三明治汉堡价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国速食三明治汉堡对促销活动依赖程度分布

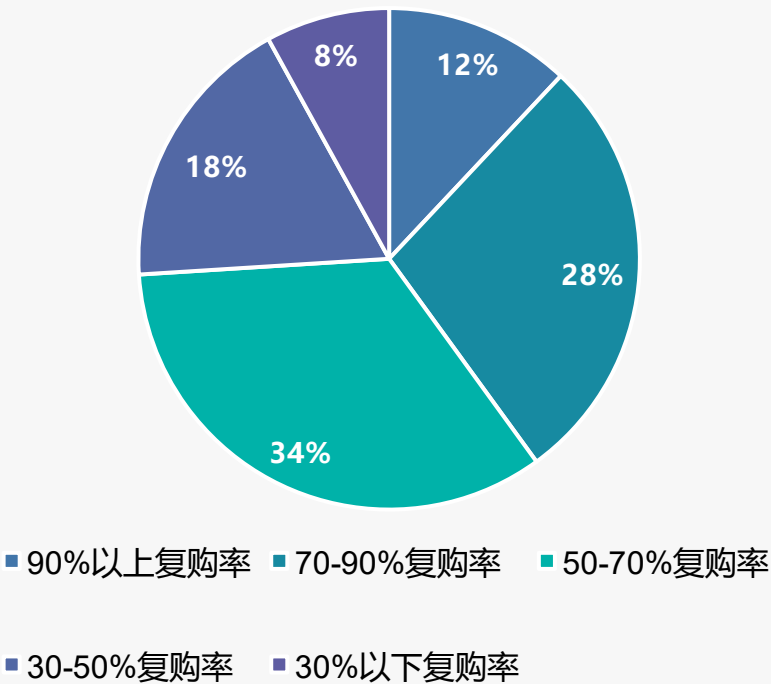


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

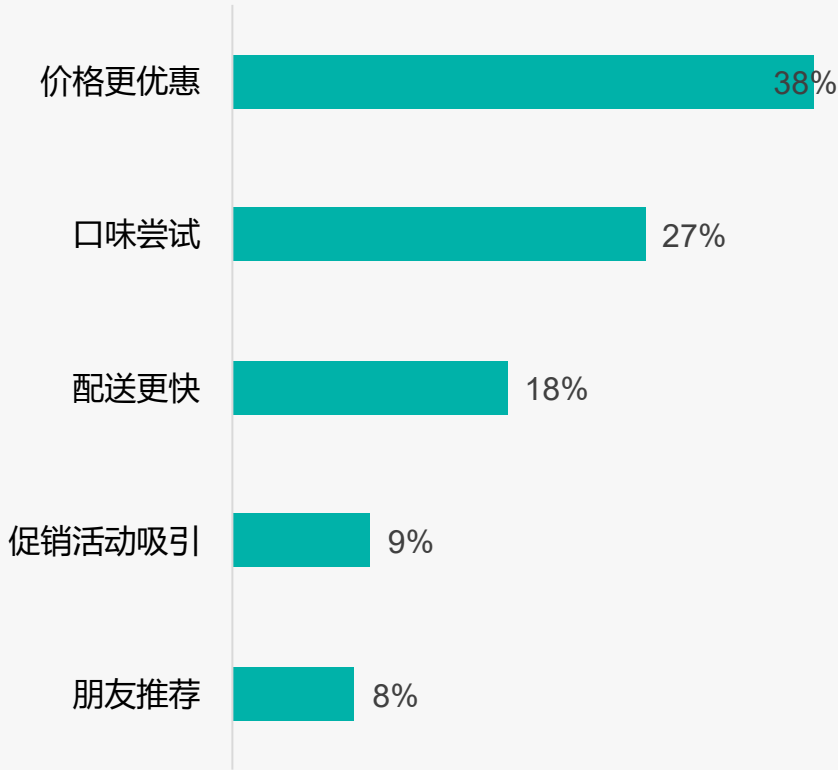
# 价格主导复购率中等忠诚度

- ◆复购率分析：50-70%复购率占比最高达34%，90%以上复购率仅12%，显示消费者忠诚度中等，高忠诚用户较少。
- ◆品牌更换原因：价格更优惠占38%是主要驱动，口味尝试占27%显示多样化需求，其他因素如配送、促销等占比较低。

2025年中国速食三明治汉堡固定品牌复购率分布



2025年中国速食三明治汉堡更换品牌原因分布

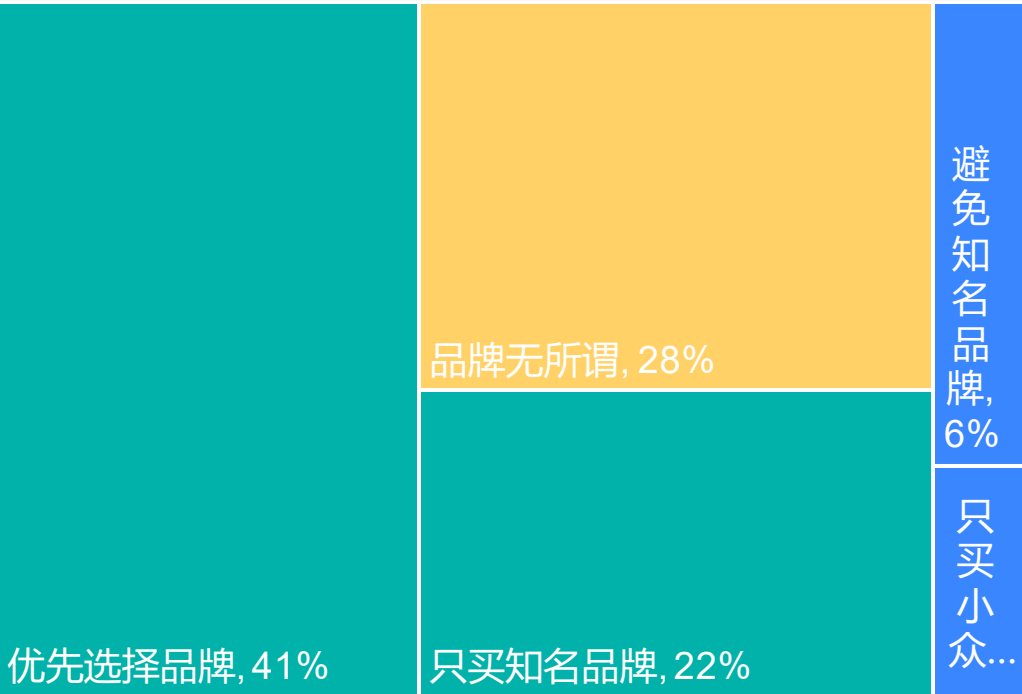


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

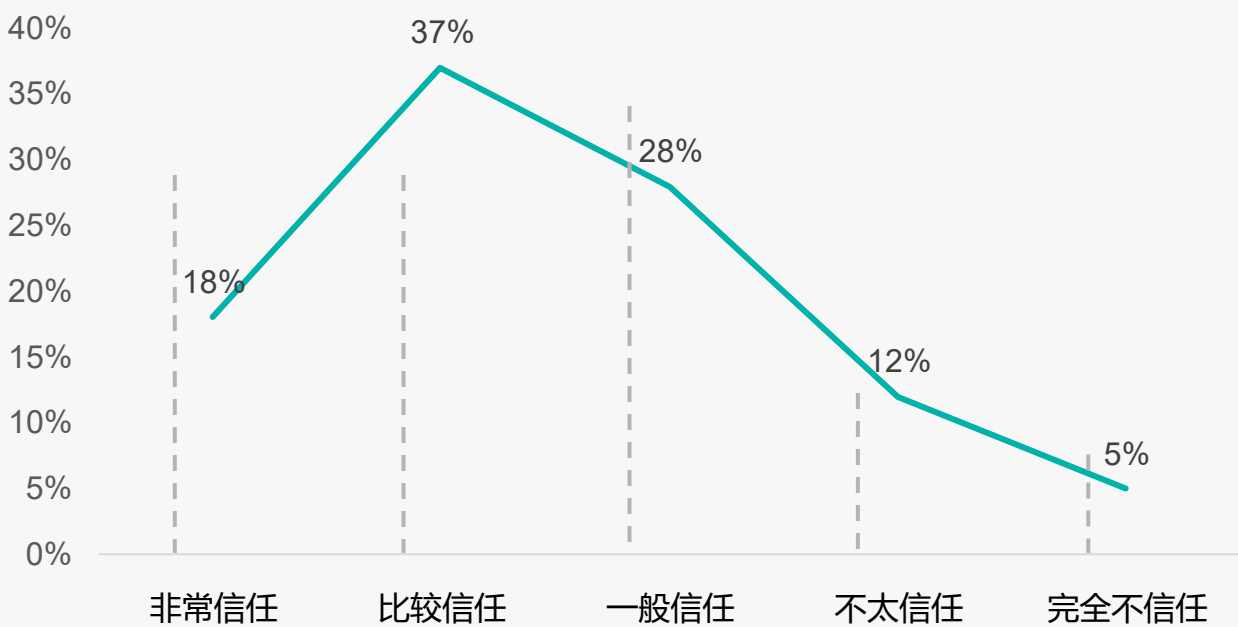
# 品牌偏好强 信任度待提升

- ◆消费意愿显示，41%消费者优先选择品牌，22%只买知名品牌，28%品牌无所谓，品牌偏好明显但市场分化。
- ◆品牌信任度方面，55%消费者比较或非常信任品牌，但17%不太或完全不信任，表明信任度有待提升。

2025年中国速食三明治汉堡消费品牌产品意愿分布



2025年中国速食三明治汉堡对品牌产品态度分布



样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

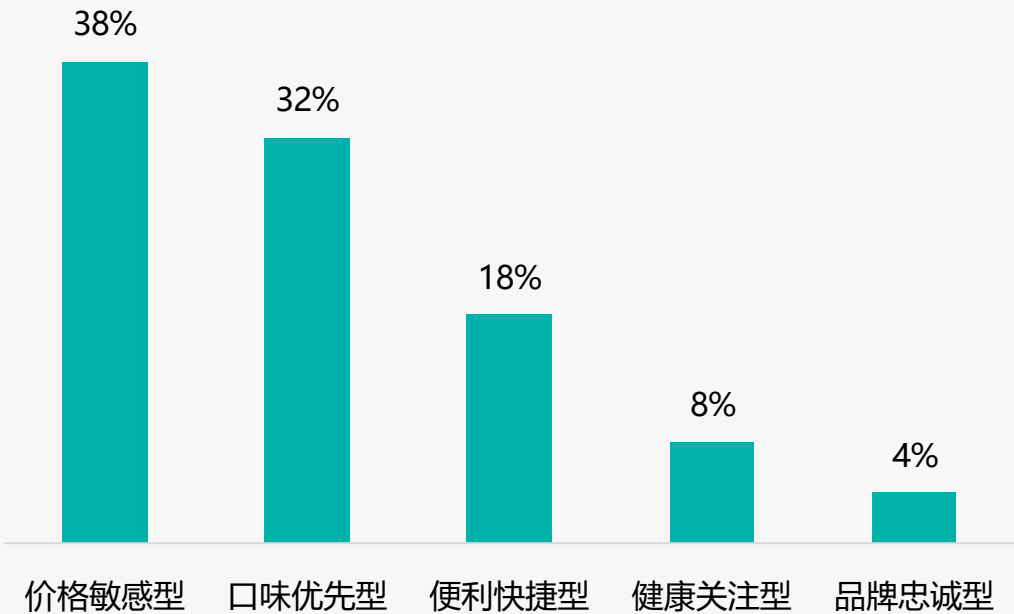
# 国产品牌主导 价格口味优先

- ◆国产品牌消费占比87%，远超进口品牌的13%，显示消费者对本土产品有强烈偏好，市场主导地位稳固。
- ◆价格敏感型占比38%最高，口味优先型32%次之，表明消费者主要关注价格和口味，健康与品牌忠诚度较低。

2025年中国速食三明治汉堡国产和进口品牌消费分布



2025年中国速食三明治汉堡品牌偏好类型分布

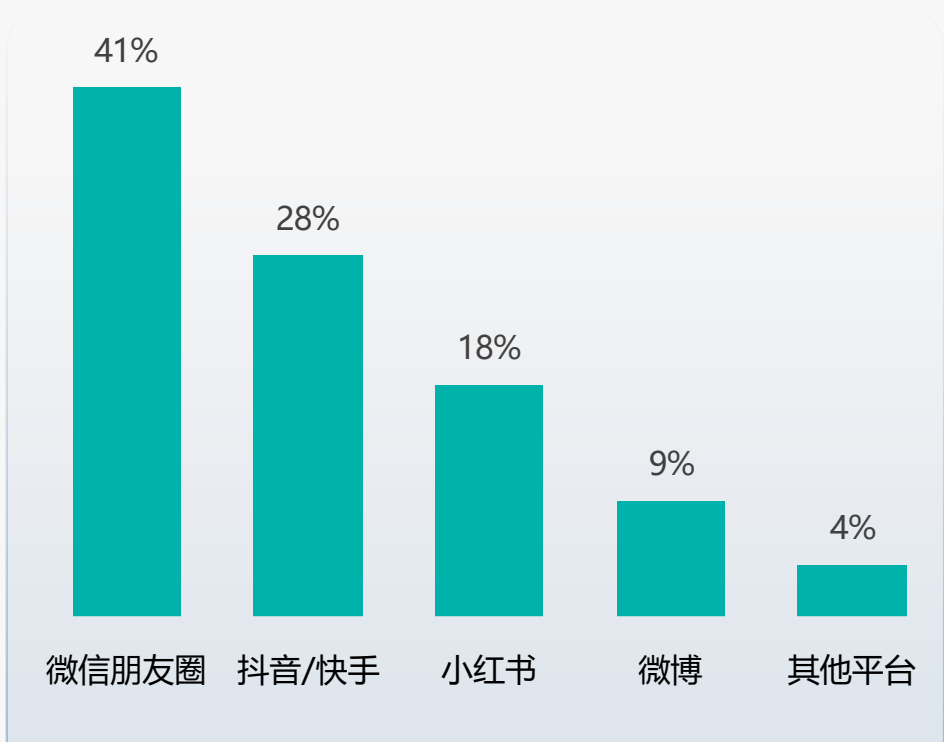


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 社交分享重口碑 用户反馈主导消费

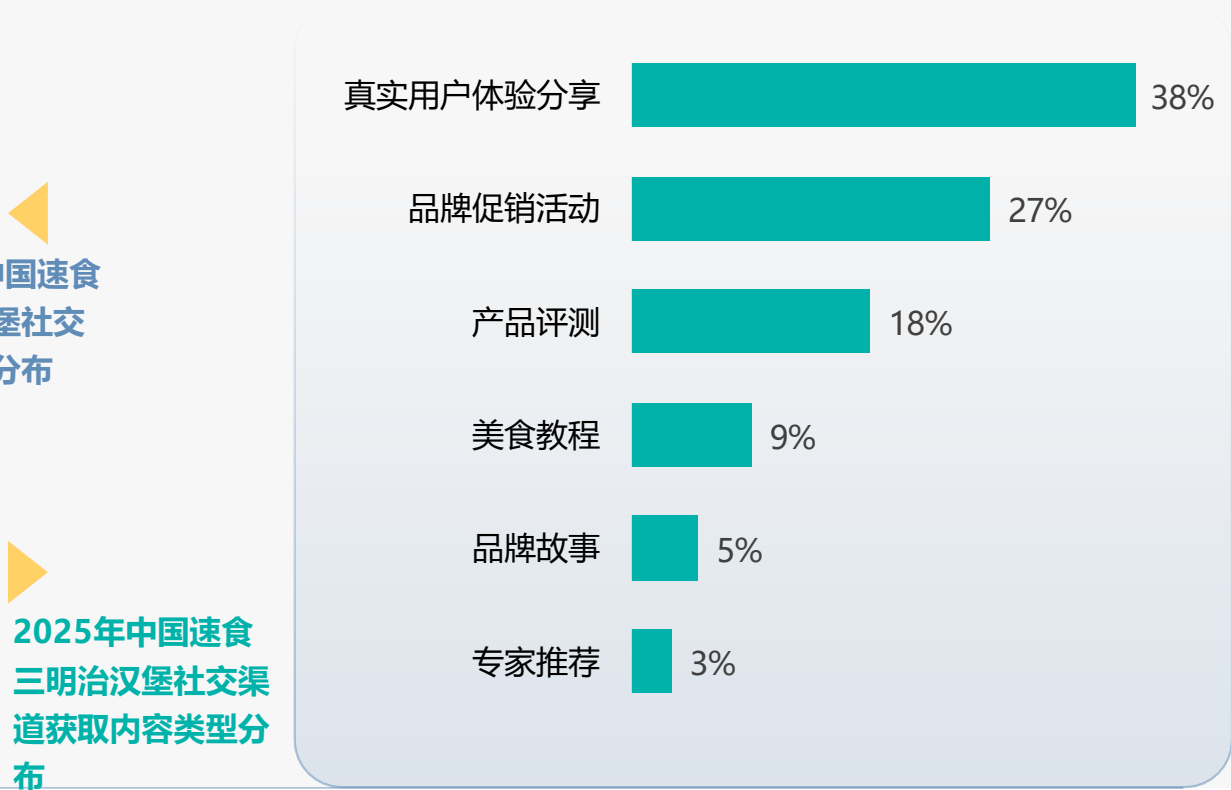
- ◆微信朋友圈和抖音/快手是主要分享渠道，分别占41%和28%，合计69%，显示消费者偏好熟人社交和短视频平台进行内容传播。
- ◆真实用户体验分享以38%主导内容类型，品牌促销活动占27%，消费者更信赖用户反馈，对硬性推广兴趣较低。

2025年中国速食三明治汉堡社交分享渠道分布



样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

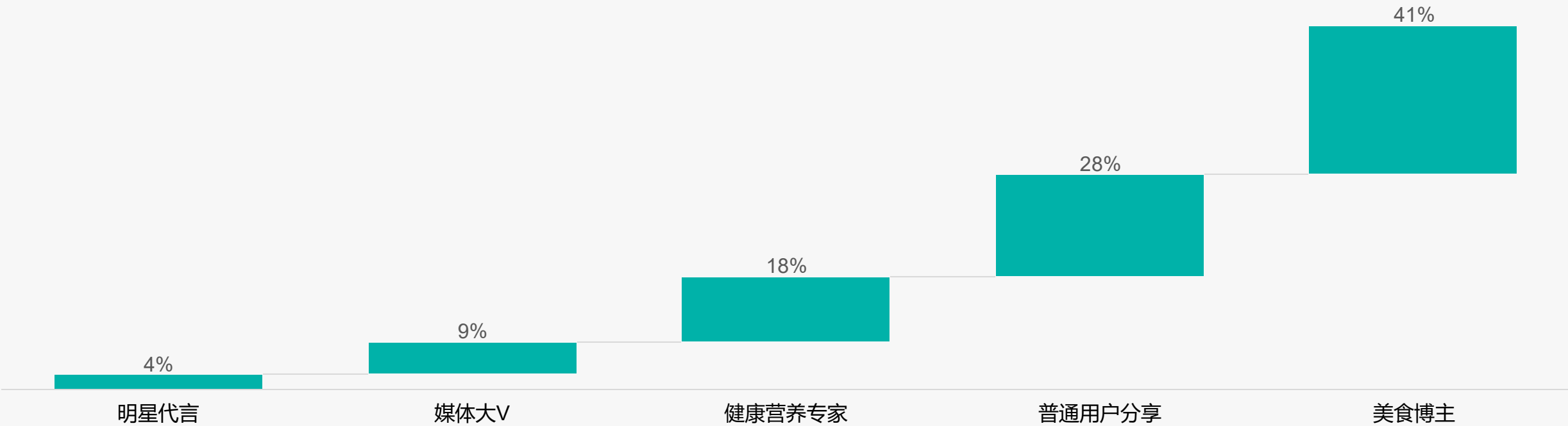
2025年中国速食三明治汉堡社交渠道获取内容类型分布



# 美食博主主导 真实分享重要 健康关注较低

- ◆调研显示，41%消费者信任美食博主，28%信任普通用户分享，表明专业和真实分享是速食三明治汉堡消费决策的关键信息来源。
- ◆健康营养专家仅占18%，媒体大V和明星代言分别占9%和4%，反映消费者更看重口味和便利性，而非权威或名人效应。

2025年中国速食三明治汉堡社交渠道信任博主类型分布



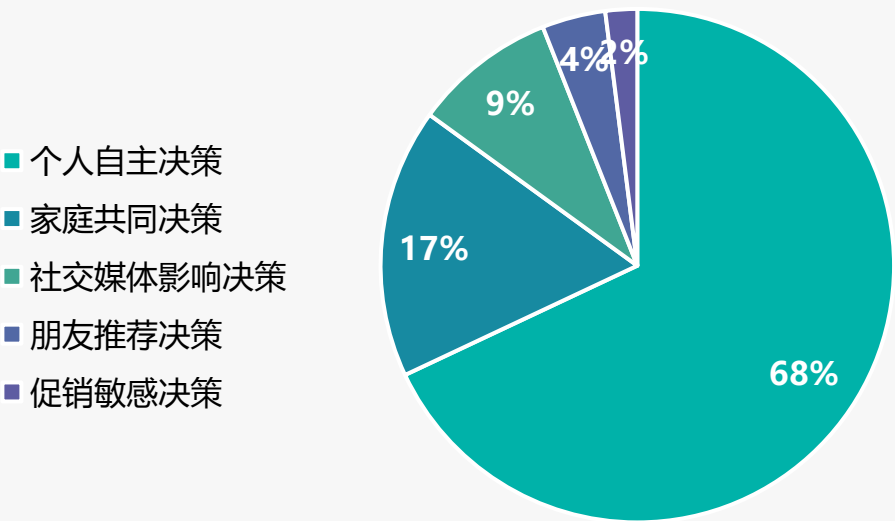
样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得



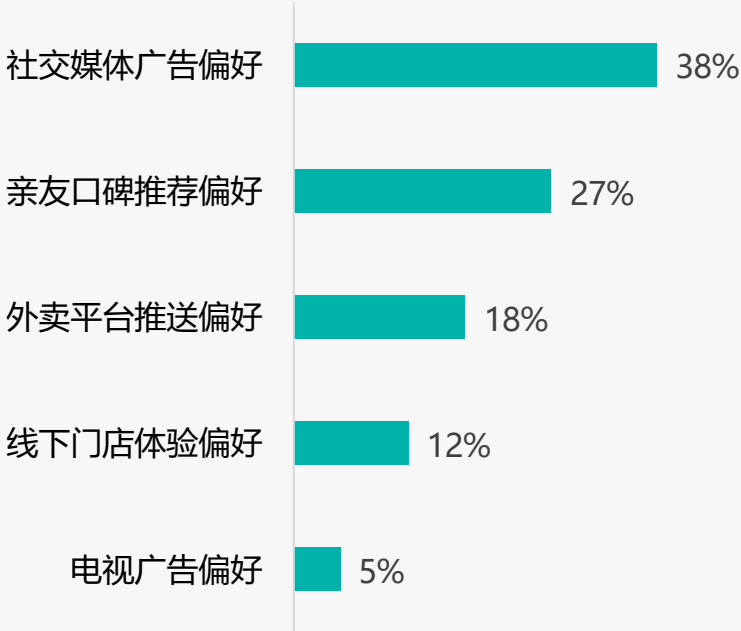
# 数字渠道主导 信任便捷驱动

- ◆ 社交媒体广告偏好最高，占38%，亲友口碑推荐偏好为27%，显示数字渠道和信任因素在速食三明治汉堡消费中起主导作用。
- ◆ 外卖平台推送偏好为18%，线下门店体验偏好仅12%，电视广告偏好最低为5%，表明便捷性需求强而传统营销方式影响力有限。

2025年中国速食三明治汉堡消费决策者类型分布



2025年中国速食三明治汉堡家庭广告偏好分布

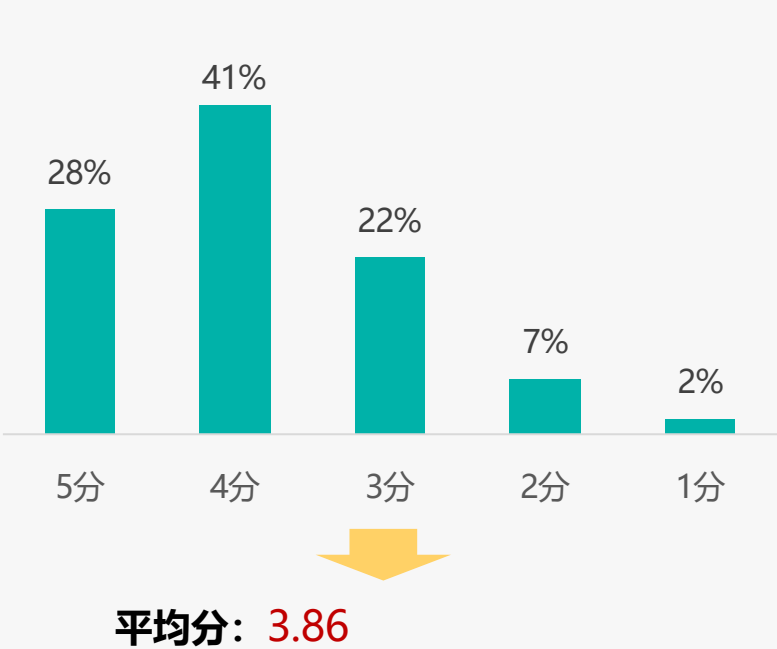


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

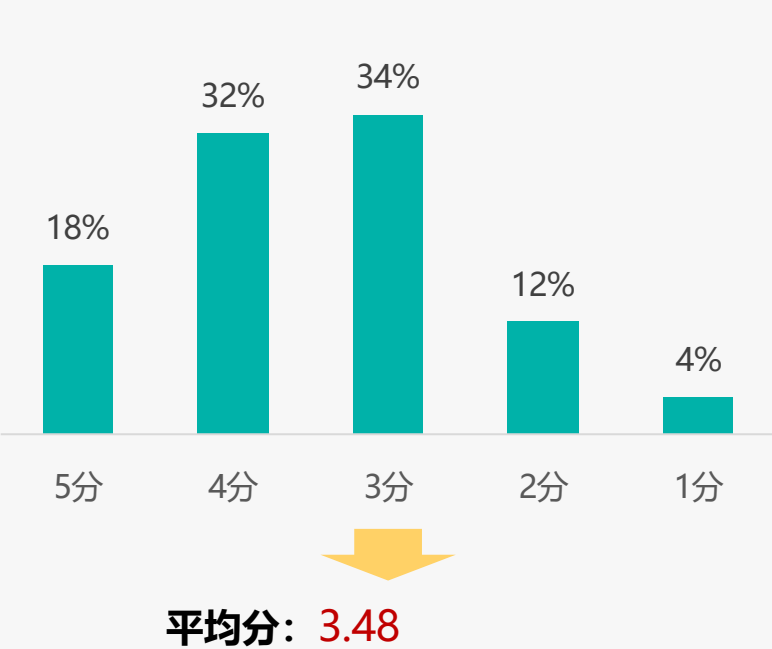
# 速食三明治汉堡线上消费满意退货待优化

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计69%，但退货体验满意度较低，5分和4分合计仅50%，3分占比34%突出，需改进退货流程。
- ◆客服满意度5分和4分合计60%，高于退货体验但低于消费流程，退货体验的3分比例显著，提示行业应优化退货服务以提升体验。

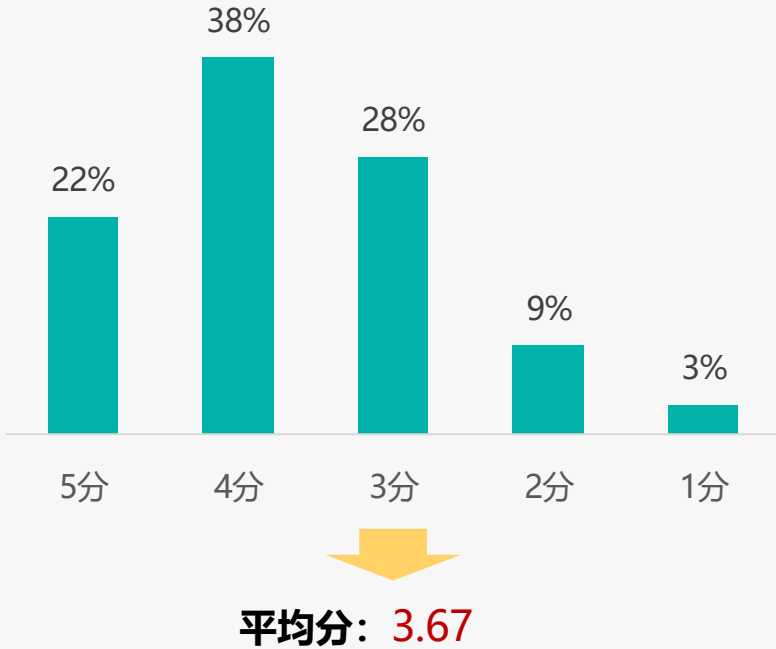
2025年中国速食三明治汉堡线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国速食三明治汉堡退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国速食三明治汉堡线上消费客服满意度分布（满分5分）

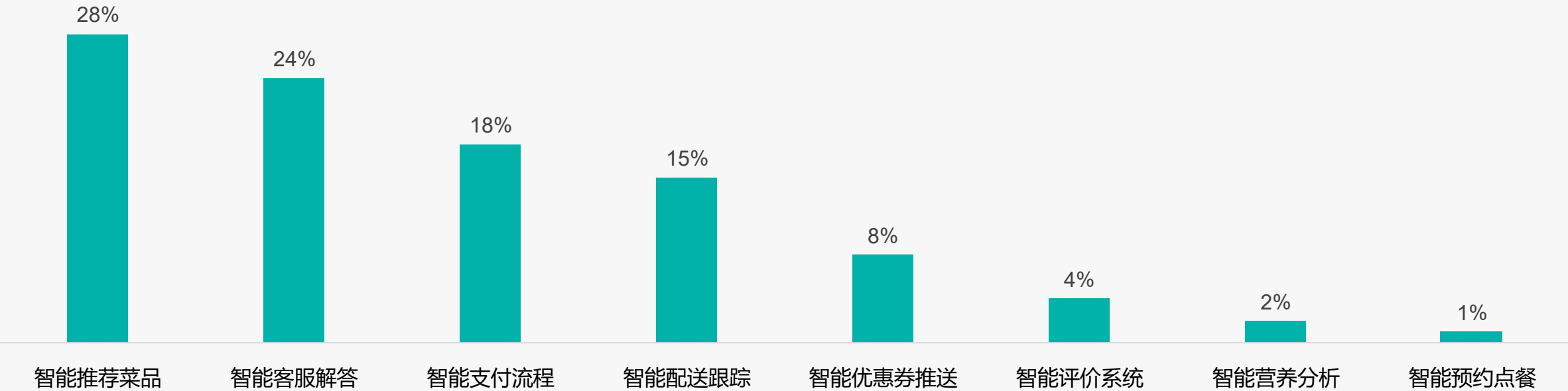


样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，于2025年10月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐客服主导速食汉堡体验

- ◆智能推荐菜品（28%）和智能客服解答（24%）是消费者最关注的智能服务，显示个性化体验和即时支持在速食三明治汉堡行业中的重要性。
- ◆智能支付流程（18%）和智能配送跟踪（15%）也受重视，而智能优惠券推送（8%）等低占比服务表明消费者更偏好直接便利功能。

2025年中国速食三明治汉堡线上消费智能服务体验分布



样本：速食三明治汉堡行业市场调研样本量N=1484，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