

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月左旋肉碱市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 L-Carnitine Category Market Insights

2026年1月

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，助力把握市场先机。

CONTENTS
目录

- 1 核心发现
- 2 品类洞察
- 3 消费洞察

核心发现1：左旋肉碱消费以中青年女性为主导



26-35岁中青年占41%，为主要消费人群



女性占比57%，略高于男性，女性略占优势



核心消费者为中等收入群体，5-8万元收入者占34%

启示

✓ 聚焦中青年女性市场

品牌应针对26-35岁女性消费者，开发符合其健康与体重管理需求的产品，强化女性市场定位。

✓ 优化产品定价策略

针对中等收入群体，定价在50-80元区间接受度最高，可设计性价比较高的产品以吸引核心消费者。

核心发现2：消费行为呈现定期购买和大规格主导特点



消费频率以每季度购买31%最高，显示定期补充倾向



产品规格中500克/瓶占比28%最高，大规格粉末产品更受欢迎



消费支出集中在50-100元，占34%，偏好中等价位产品

启示

✓ 推广大规格产品

品牌可重点推广500克及以上大规格粉末产品，满足消费者长期使用需求，提升单次购买价值。

✓ 强化定期购买机制

通过订阅服务或促销活动，鼓励消费者每季度定期购买，培养使用习惯，提高复购率。

核心发现3：消费场景聚焦健康减肥，数字渠道主导信息传播



消费场景以日常健身补充(29%)和减肥期间使用(28%)为主



消费者了解产品主要通过社交媒体(31%)和电商平台(25%)



购买渠道以淘宝(28%)、京东(25%)和天猫(18%)为主

启示

✓ 深化健康减肥定位

品牌应强化产品在健身和减肥场景的应用宣传，突出功效验证，满足消费者核心需求。

✓ 加强数字渠道营销

利用社交媒体和电商平台进行精准营销，结合用户生成内容，提升品牌曝光和转化率。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年女性，以功效和性价比为核心驱动



1、产品端

- ✓ 开发大规格粉末产品，满足长期使用需求
- ✓ 强化复合功能产品，如添加维生素或咖啡因



2、营销端

- ✓ 利用社交媒体和电商平台进行数字营销
- ✓ 借助专业健身教练和用户口碑推荐



3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升售后服务体验
- ✓ 加强智能客服，提供即时支持

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

品类洞察：研究说明

1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年1月~11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** 左旋肉碱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左旋肉碱品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对左旋肉碱的购买行为;
- 左旋肉碱市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

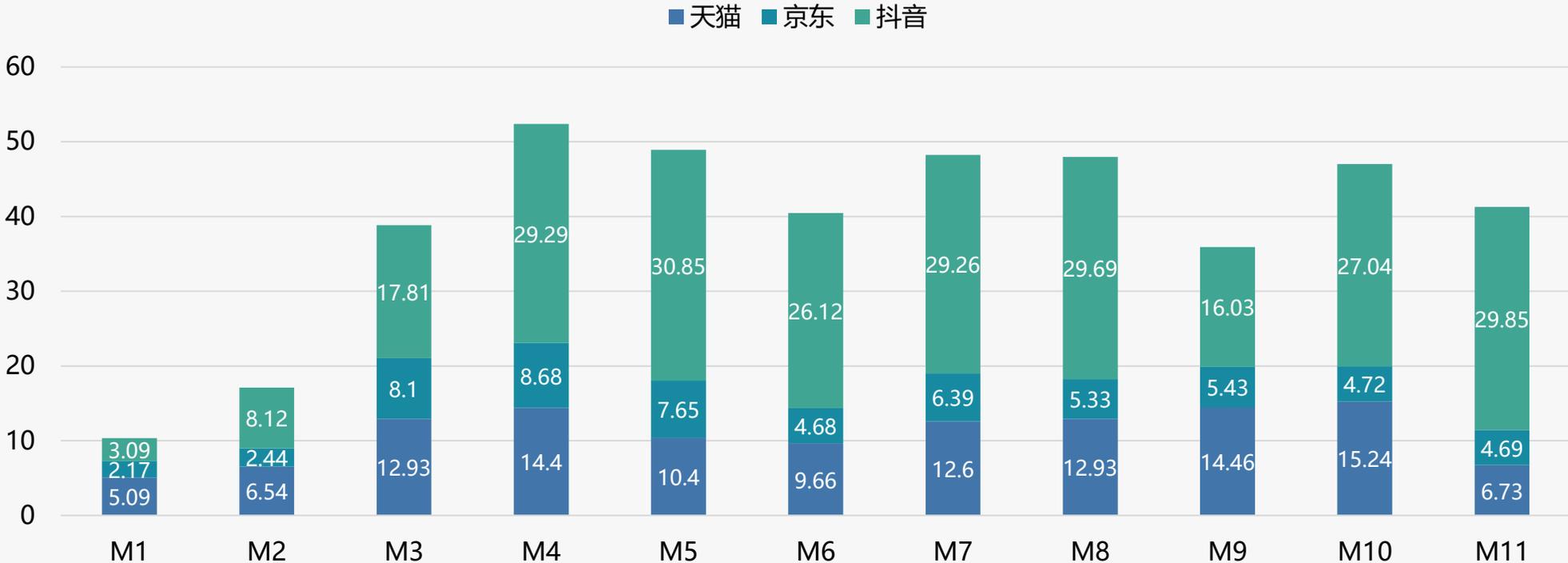
Research Method

- **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, 计算左旋肉碱品类销售额、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、不同平台左旋肉碱品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导左旋肉碱销售 季节性波动明显 增长潜力强劲

- ◆从平台竞争格局看，抖音已成为左旋肉碱品类线上销售主导渠道。2025年1-11月，抖音累计销售额达24.7亿元，占总销售额的60.2%；天猫和京东分别为10.9亿元和6.0亿元，占比26.6%和14.6%。抖音在M3-M8月连续6个月单月销售额超2亿元，显示其在直播电商领域的强大带货能力，建议品牌方重点布局抖音渠道以获取流量红利。
- ◆从月度销售趋势分析，左旋肉碱品类呈现明显的季节性波动。销售额在3-8月维持高位，其中M4月达到峰值5.2亿元；9月因开学季等因素销售额回落至3.6亿元，11月再次回升至4.1亿元。这种波动与健身消费周期相关，春季塑形和夏季减脂需求旺盛，建议企业根据销售周期调整库存和营销策略，优化供应链周转效率。

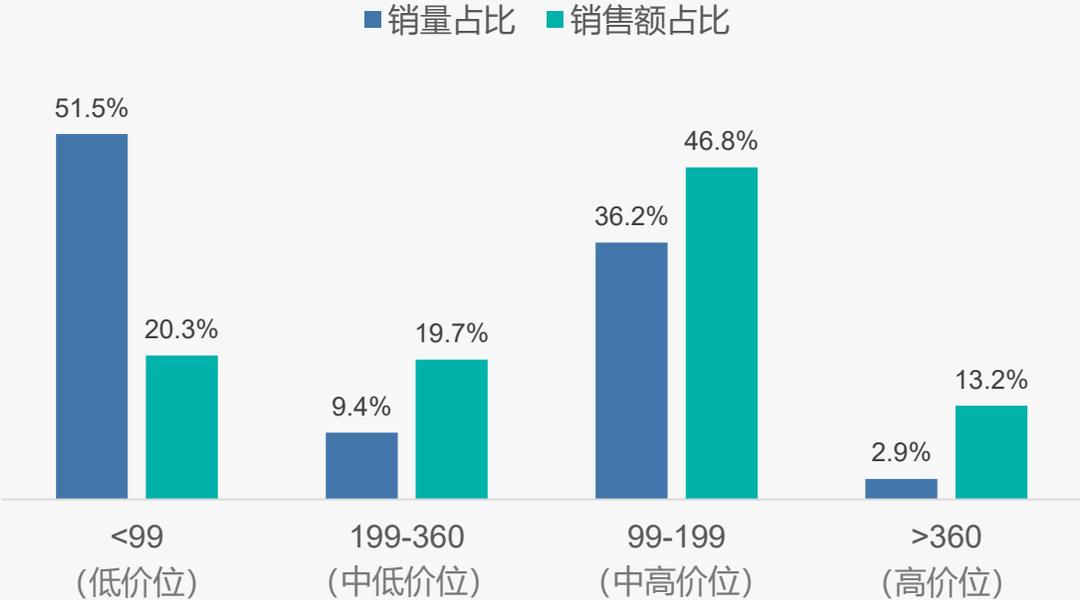
2025年1月~11月左旋肉碱品类线上销售规模（百万元）



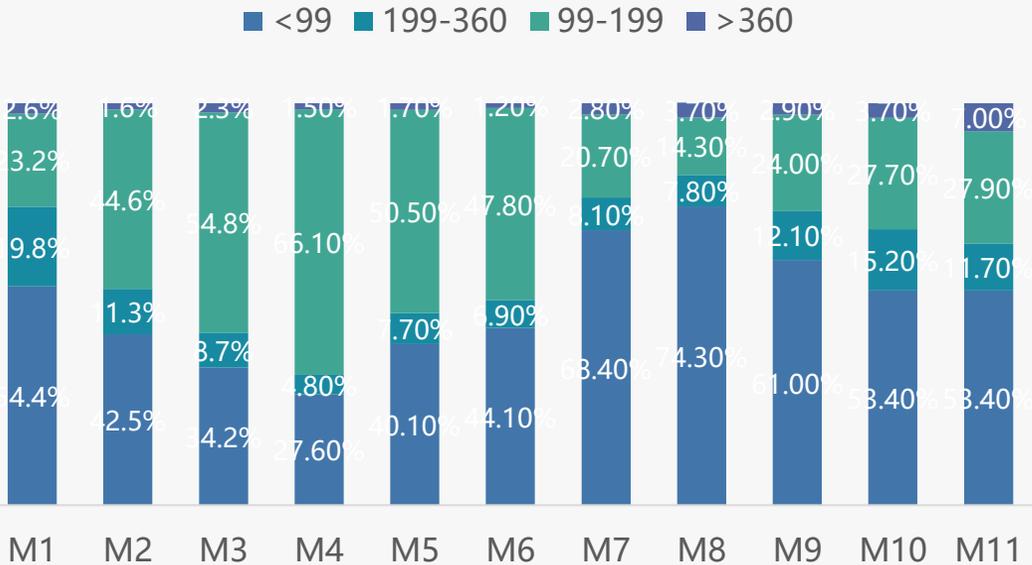
左旋肉碱中端价格带主导市场 低价冲量高端溢价

- ◆从价格区间销售趋势看，99-199元区间贡献了46.8%的销售额和36.2%的销量，是左旋肉碱品类的核心价格带，显示出较高的市场接受度和价值贡献。低于99元区间虽然销量占比达51.5%，但销售额占比仅20.3%，表明低价产品拉动了销量但牺牲了利润空间。高于360元区间销售额占比13.2%高于销量占比2.9%，说明高端产品具有较高的溢价能力。
- ◆从月度销量分布变化看，1-6月99-199元区间占比稳步上升，7-8月低于99元区间占比急剧攀升，9-11月逐步回落。这反映出夏季促销期间低价策略主导市场，但长期看中端价格带仍是主力。高于360元区间虽然销量有限，但单位价值贡献突出，适合作为品牌溢价和利润补充。建议企业优化产品结构，强化中端价格

2025年1月~11月左旋肉碱线上不同价格区间销售趋势



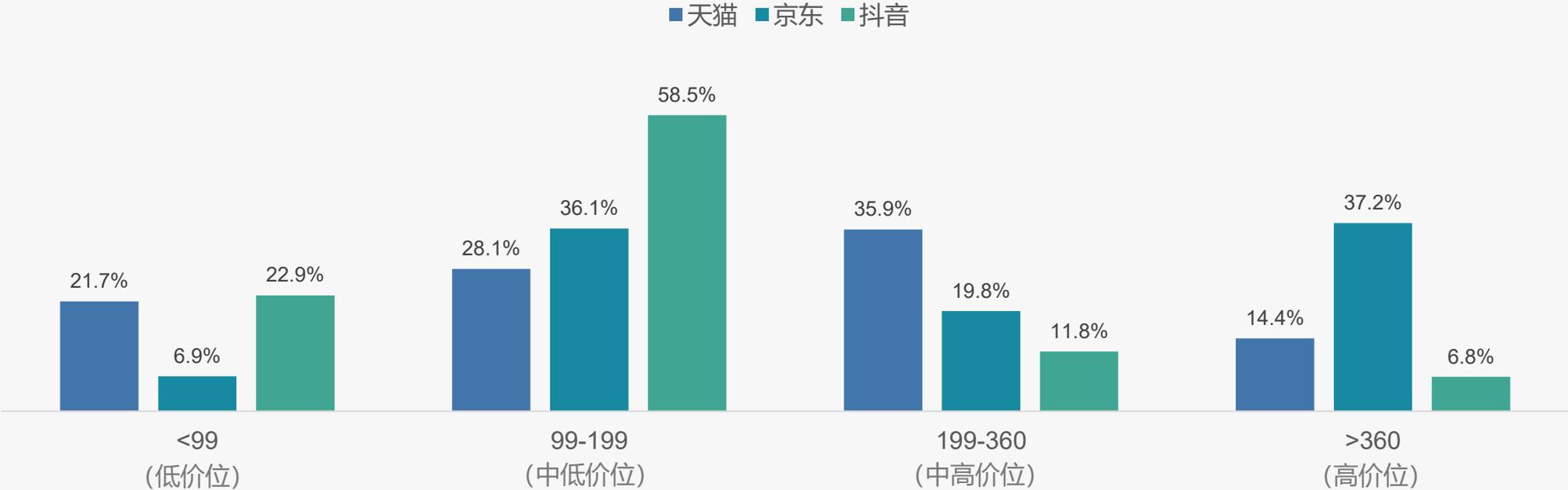
左旋肉碱线上价格区间-销量分布



平台价格差异显著 京东高端抖音性价比

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫以199-360元区间为主（35.9%），京东则在高价位（>360元）占比最高（37.2%），抖音则集中在99-199元（58.5%）。低价区间（<99元）占比分析显示，抖音（22.9%）和天猫（21.7%）较高，京东仅6.9%。结合中高价区间数据，京东用户消费能力较强，可能对品牌忠诚度更高；抖音和天猫更易吸引价格敏感型消费者。
- ◆整体价格带覆盖分析：天猫和京东覆盖较均衡，天猫199-360元区间突出，京东高价位优势明显；抖音则高度集中于99-199元区间（58.5%），高价占比低（6.8%）。这反映抖音作为新兴渠道，用户更倾向于尝试性购买，而京东和天猫用户更成熟。

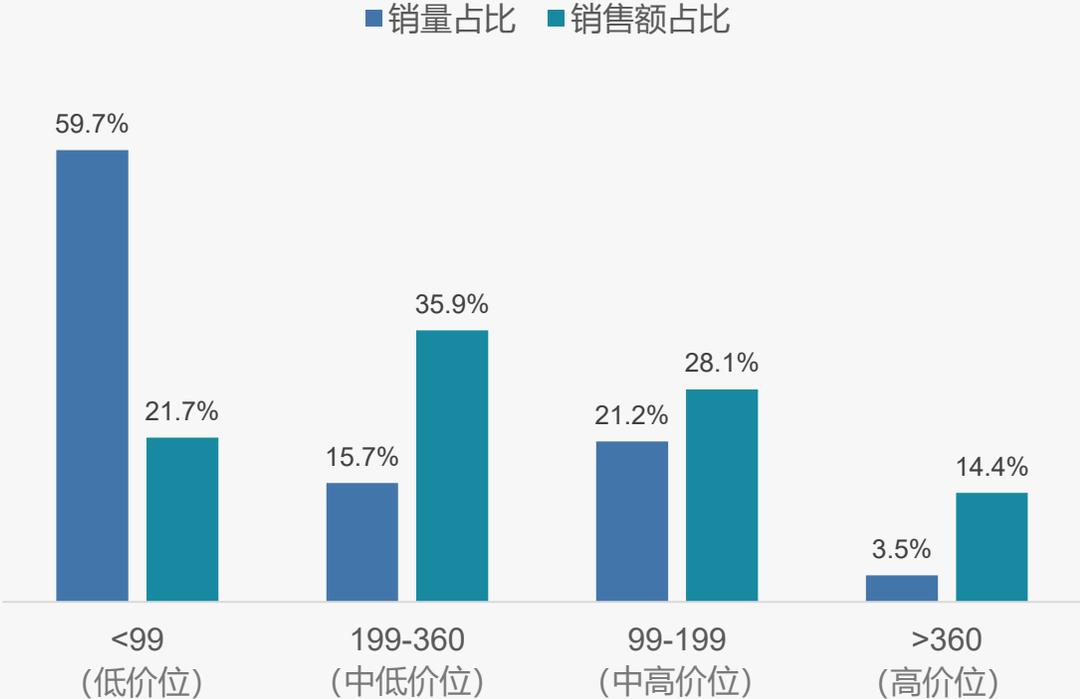
2025年1月~11月各平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



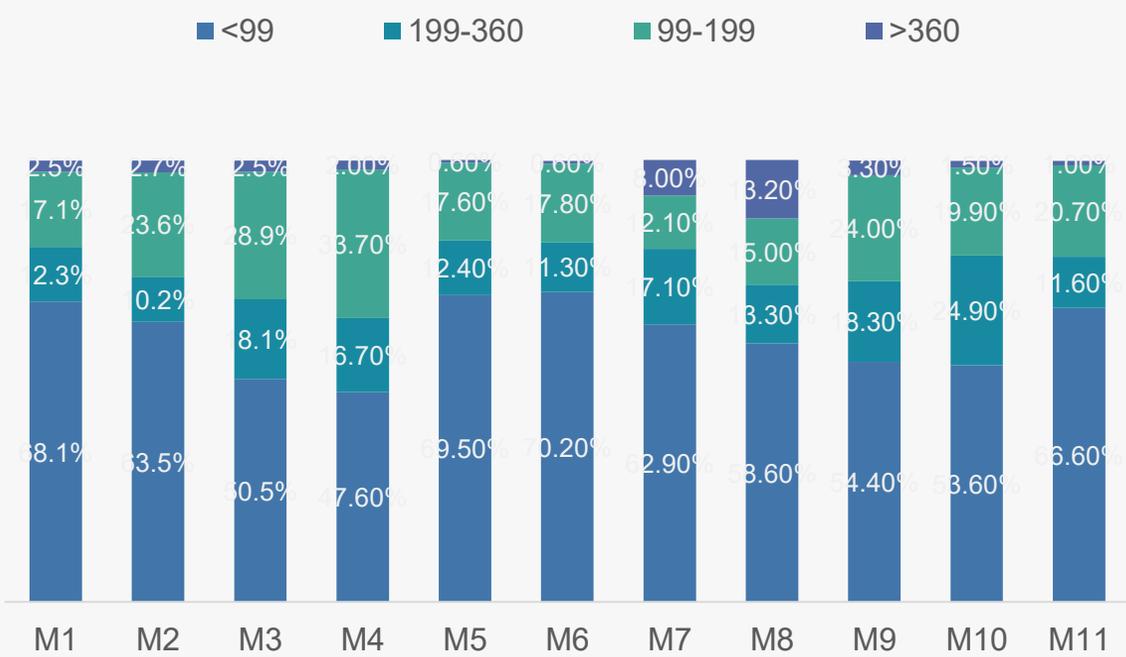
左旋肉碱市场分层明显 中高端产品利润核心

- ◆从价格区间销售趋势看，左旋肉碱市场呈现明显的价格分层特征。低价位 (<99元) 产品销量占比59.7%但销售额仅占21.7%，显示其以量取胜但利润贡献有限；中高价位 (99-360元) 销量占比36.9%却贡献64.0%的销售额，是市场的主要利润来源；高价 (>360元) 产品虽销量仅3.5%但销售额占比14.4%，具有较高的溢价能力。
- ◆月度销量分布显示市场存在明显的季节性波动。1-6月低价产品销量占比普遍高于60%，其中5-6月达到峰值 (69.5%-70.2%)，反映上半年以促销驱动为主；7-8月高价产品占比显著提升 (8.0%-13.2%)，可能与夏季健身旺季高端需求释放有关；9-11月中端产品 (99-360元) 占比回升，显示消费回归理性。企业

2025年1月~11月天猫平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



天猫平台左旋肉碱价格区间-销量分布

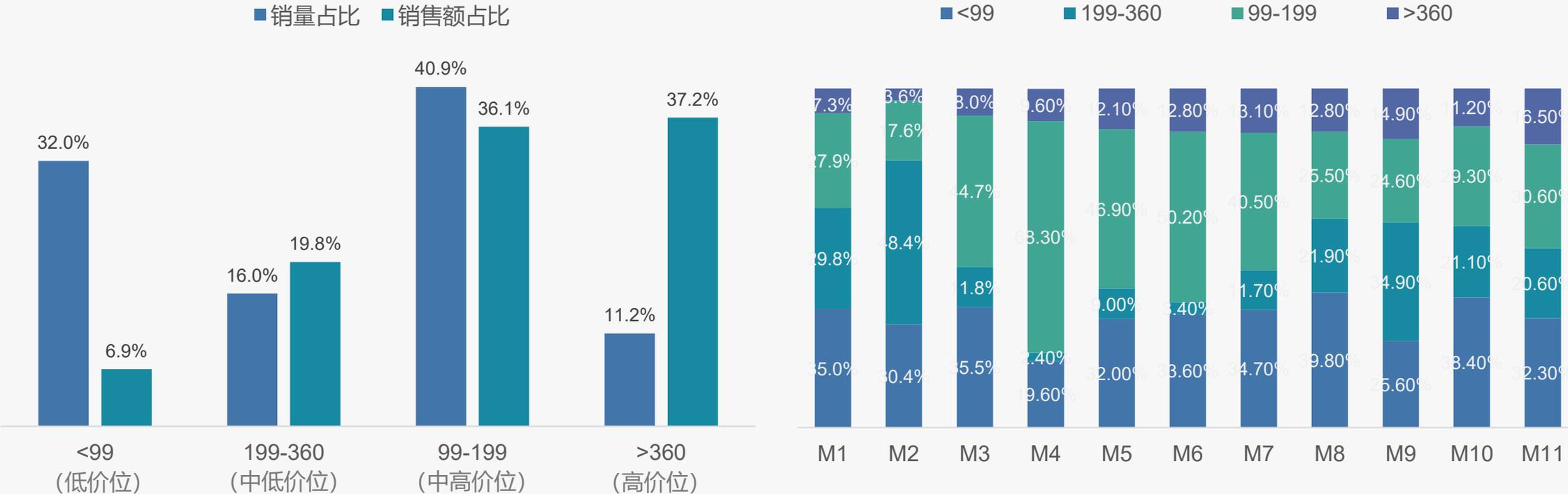


高端市场驱动增长 核心价格带主导销量

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台呈现明显的结构性分化。99-199元区间贡献了40.9%的销量和36.1%的销售额，是核心价格带；>360元高端区间虽仅占11.2%的销量，却贡献了37.2%的销售额，显示高客单价产品具有更强的盈利能力。而<99元低端区间销量占比32.0%但销售额仅占6.9%，说明低价策略对销售额贡献有限。
- ◆从月度销量分布看，价格带竞争格局存在明显波动。99-199元区间在M4达到峰值68.3%，显示促销期集中效应；199-360元区间在M2达到48.4%后波动下降，说明中高端市场存在季节性收缩。>360元高端区间占比从M1的7.3%逐步提升至M11的16.5%，显示消费升级趋势持续强化。

2025年1月~11月京东平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势

京东平台左旋肉碱价格区间-销量分布

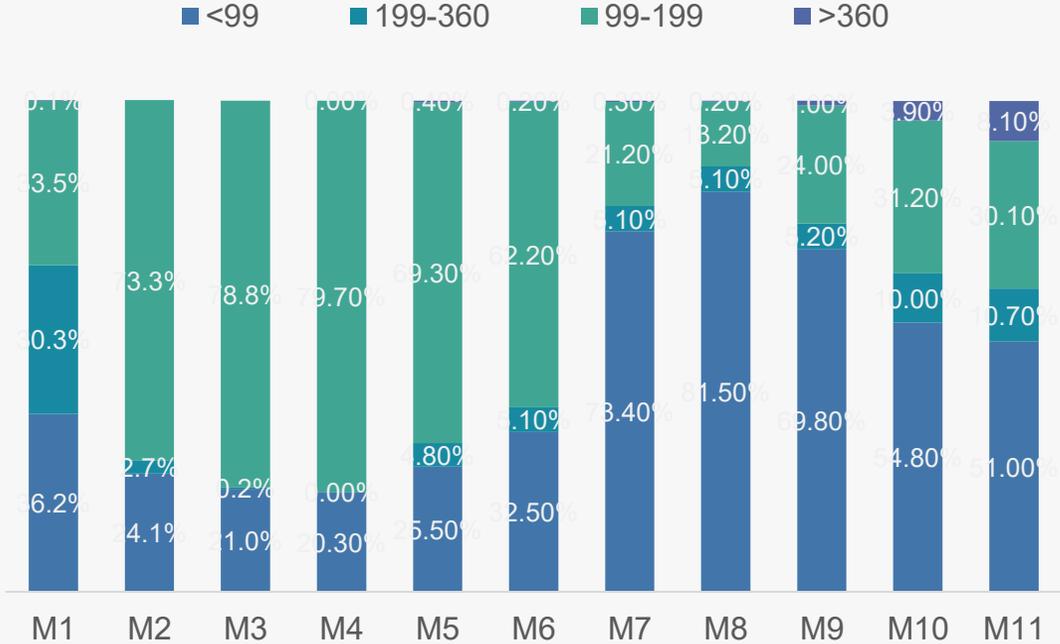
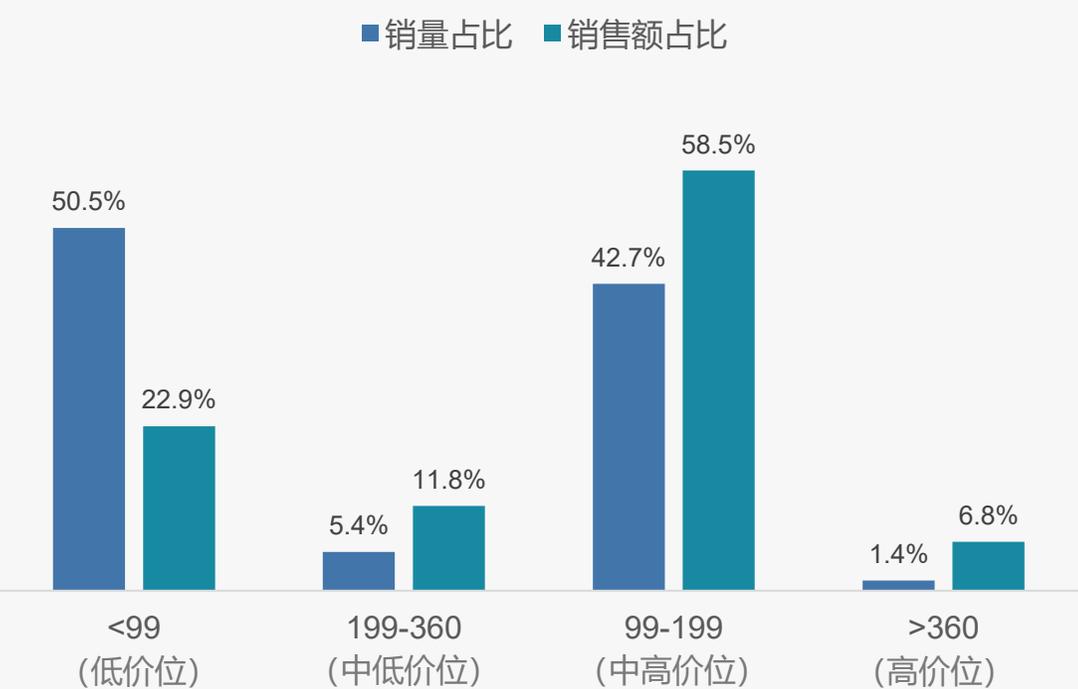


抖音左旋肉碱中端价核心 低价增长 高端潜力

- ◆从抖音平台价格区间销售趋势看，99-199元区间贡献了58.5%的销售额和42.7%的销量，是核心利润区，而<99元区间虽销量占比50.5%，但销售额占比仅22.9%，表明低价策略可能牺牲了利润率。这反映了消费者偏好中端价格产品，建议企业优化产品组合以提升ROI。
- ◆分析月度销量分布，M1至M11期间，<99元区间销量占比从36.2%波动上升至51.0%，而99-199元区间从33.5%下降至30.1%，显示低价产品需求增长，可能受促销或季节性因素影响。高价位区间（>360元）销量占比从M1的0.1%增至M11的8.1%，销售额占比为6.8%，表明高端市场有增长潜力，但整体贡献有限。

2025年1月~11月抖音平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势

抖音平台左旋肉碱价格区间-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** 左旋肉碱消费行为、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年内购买过左旋肉碱的消费者;
- 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

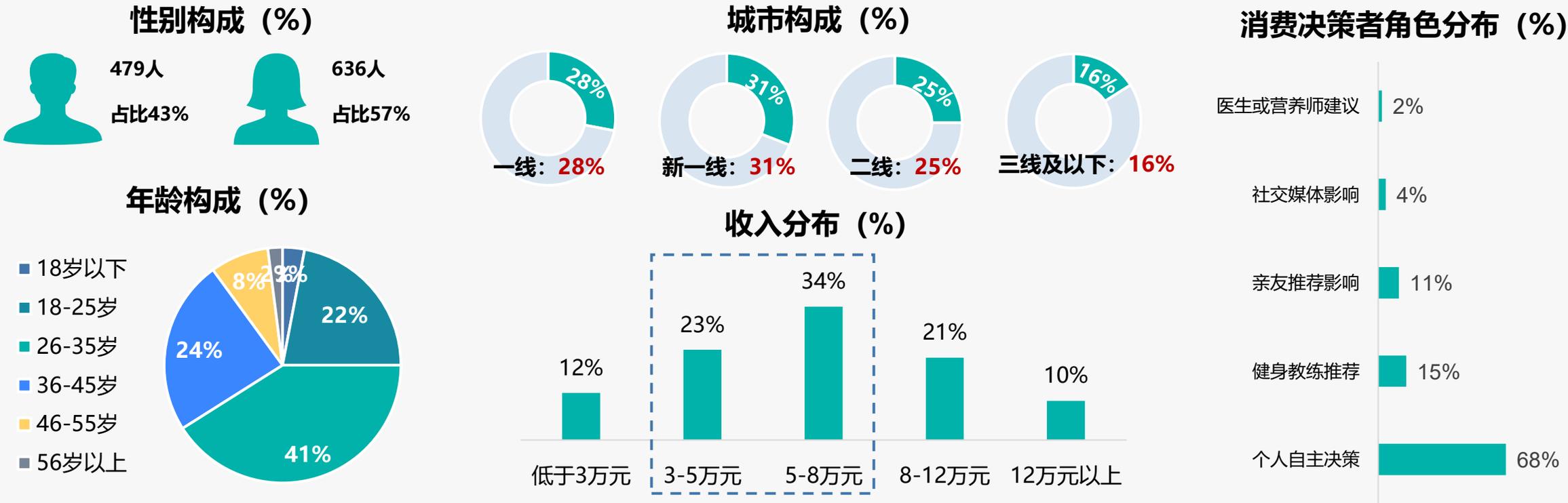
Research Method

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11月
样本数量	N=1115

中青年女性主导左旋肉碱消费

- ◆左旋肉碱消费以26-35岁中青年为主，占41%；女性略多占57%。核心消费者为中等收入群体，5-8万元收入者占34%。
- ◆消费决策高度自主，个人自主决策占68%；市场集中在新一线和一线城市，合计占59%。健身教练推荐占15%。

2025年中国左旋肉碱消费者画像

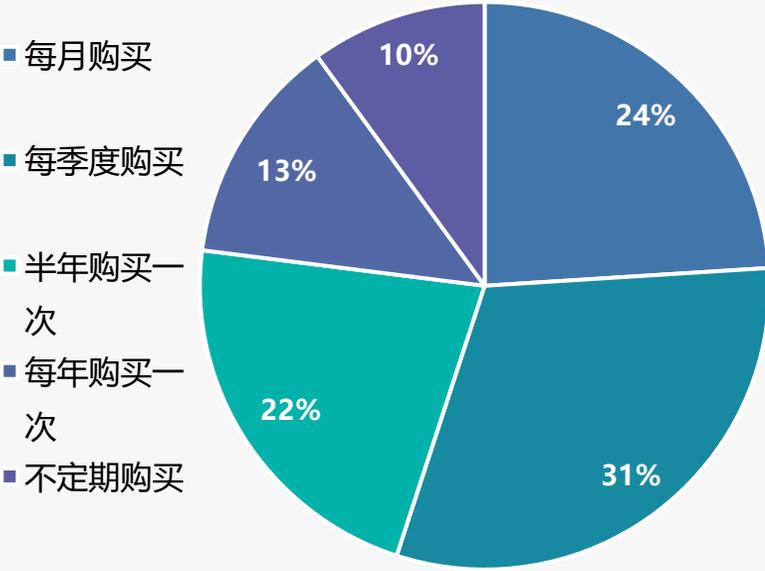


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

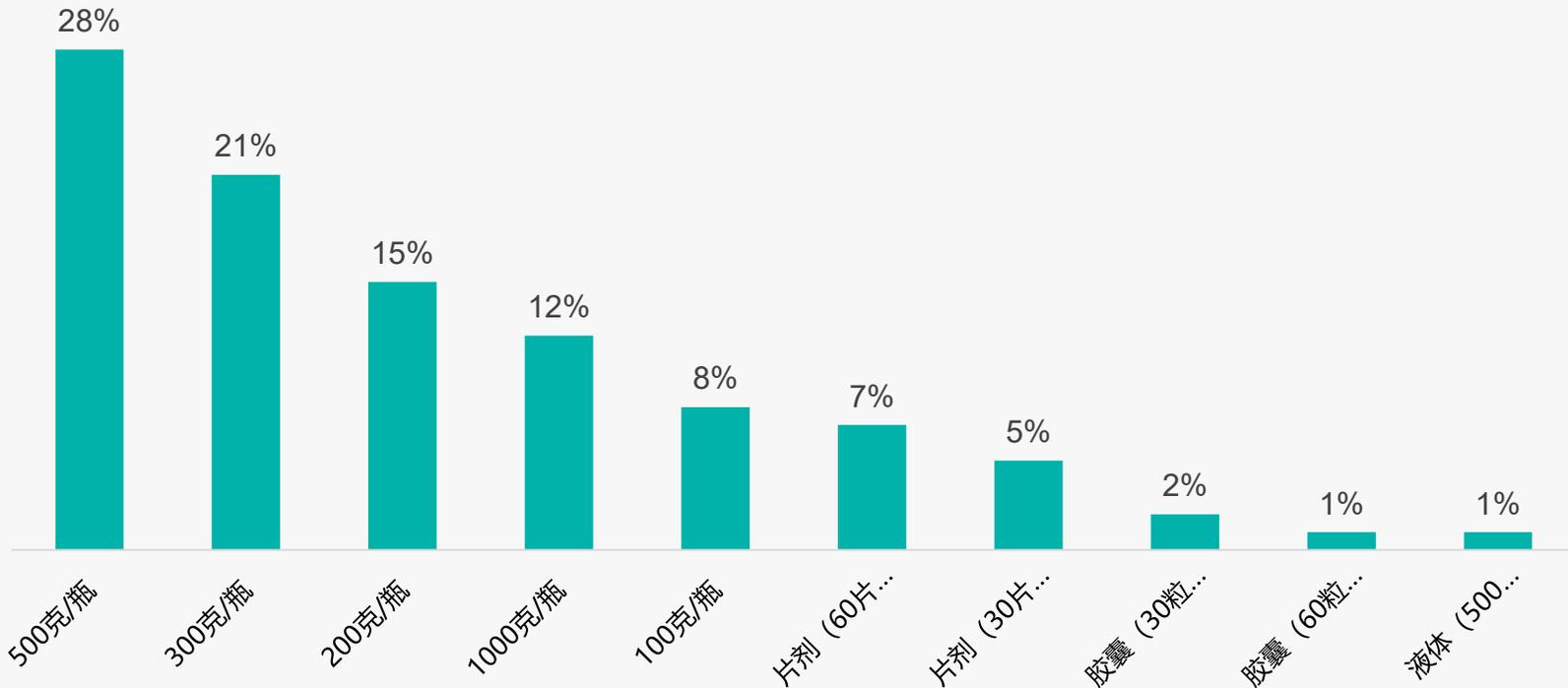
左旋肉碱消费定期大规格主导

- ◆消费频率以每季度购买31%最高，每月24%次之，显示消费者倾向于定期补充左旋肉碱，但频率不高，可能反映补充剂使用习惯。
- ◆产品规格中500克/瓶占比28%最高，300克/瓶21%次之，表明大规格粉末产品更受欢迎，可能因性价比高或长期使用需求。

2025年中国左旋肉碱消费频率分布



2025年中国左旋肉碱消费产品规格分布

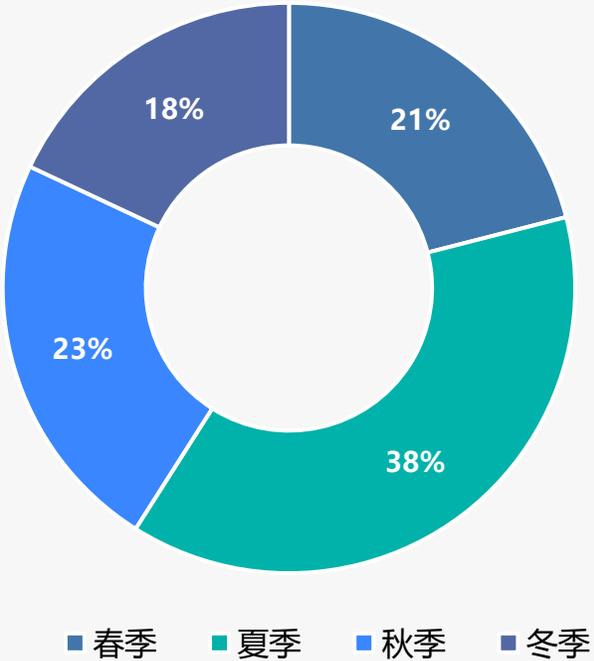


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

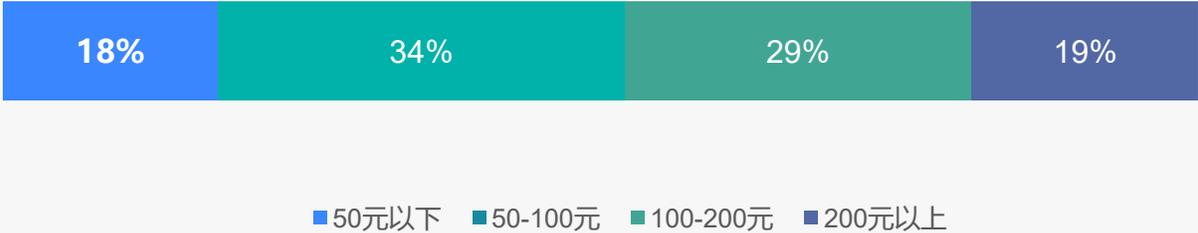
夏季消费高峰 中等价位主导 塑料瓶装首选

- ◆左旋肉碱消费中，单次支出50-100元占比34%，夏季消费占比38%最高，显示中等价位和季节性需求显著。
- ◆包装类型以塑料瓶装为主，占比42%，盒装胶囊仅占5%，反映便携性和成本是消费者选择的关键因素。

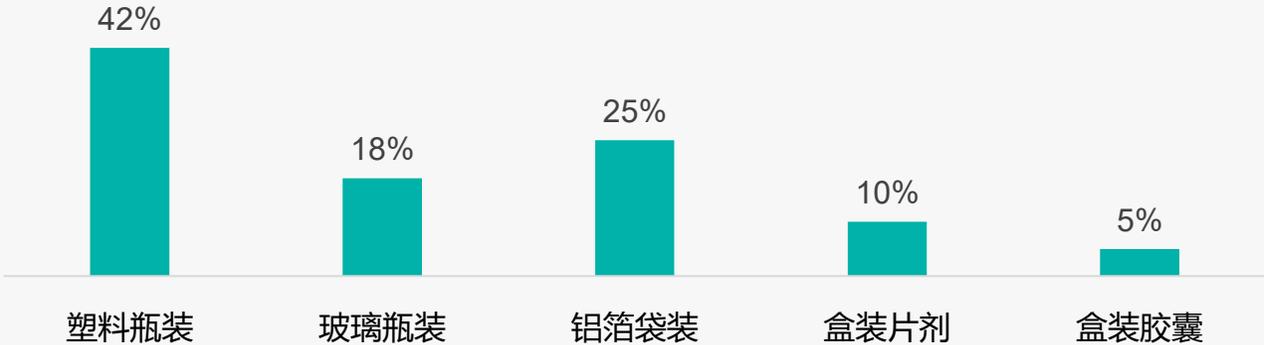
2025年中国左旋肉碱消费行为季节分布



2025年中国左旋肉碱单次消费支出分布



2025年中国左旋肉碱消费品包装类型分布

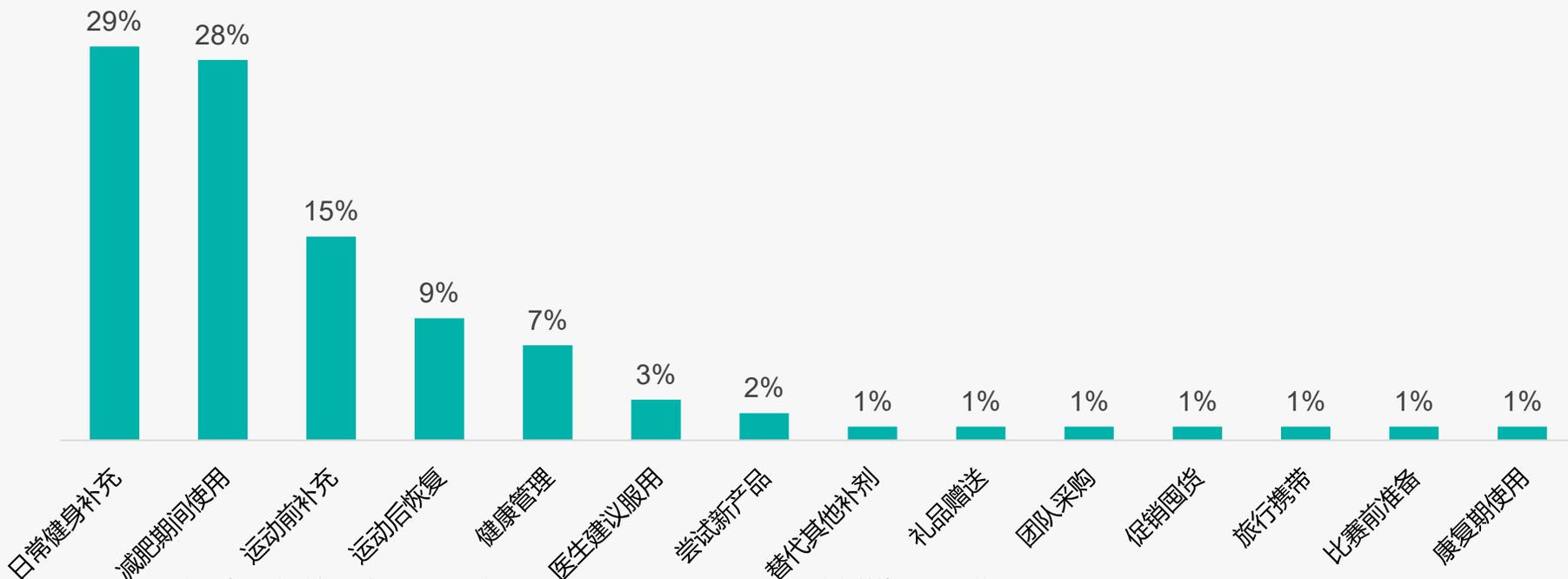


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

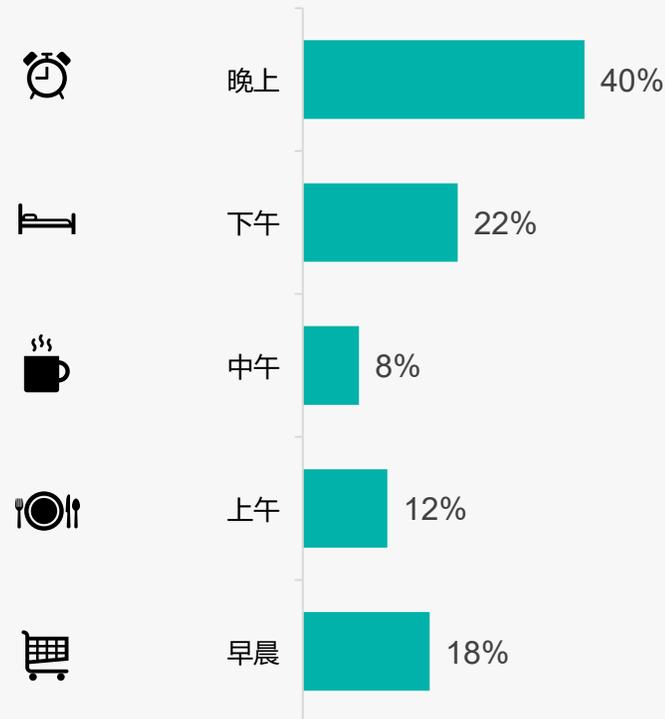
左旋肉碱消费聚焦健康减肥时段分布晚间为主

- ◆左旋肉碱消费场景以日常健身补充（29%）和减肥期间使用（28%）为主，合计占比57%，显示其核心应用于健康和体重管理。
- ◆消费时段分布中，晚上（40%）和下午（22%）占比最高，合计62%，可能与运动习惯或补充时机相关，早晨（18%）也有一定使用。

2025年中国左旋肉碱消费场景分布



2025年中国左旋肉碱消费时段分布

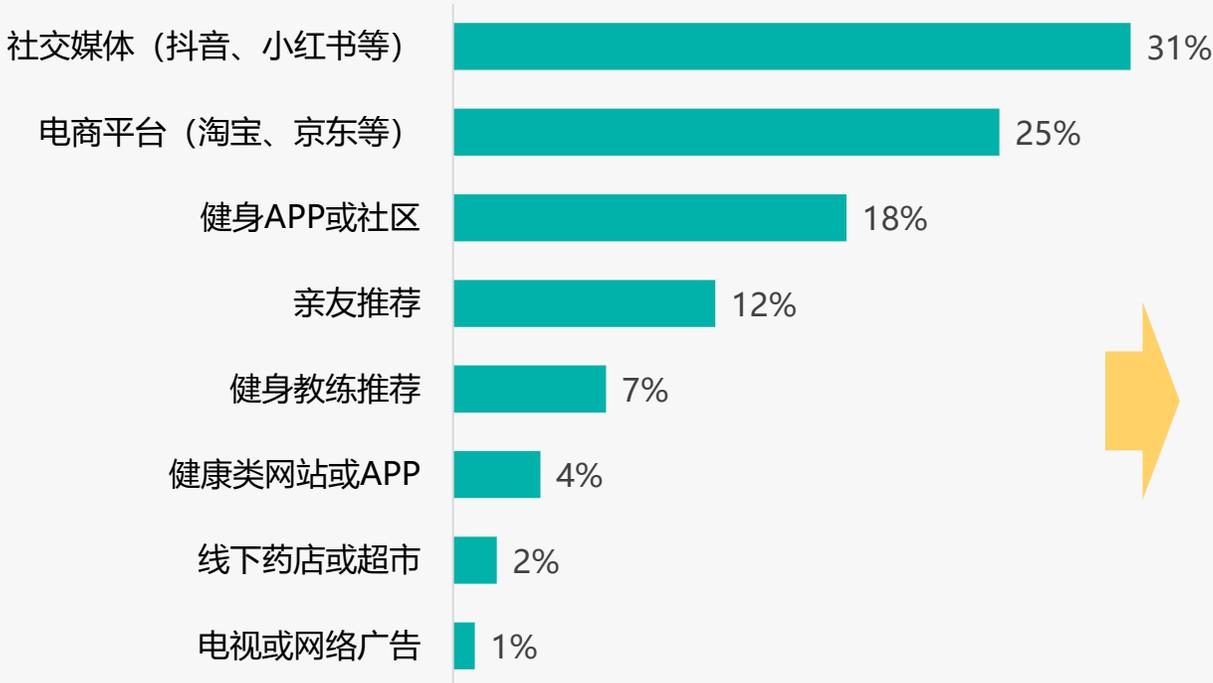


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

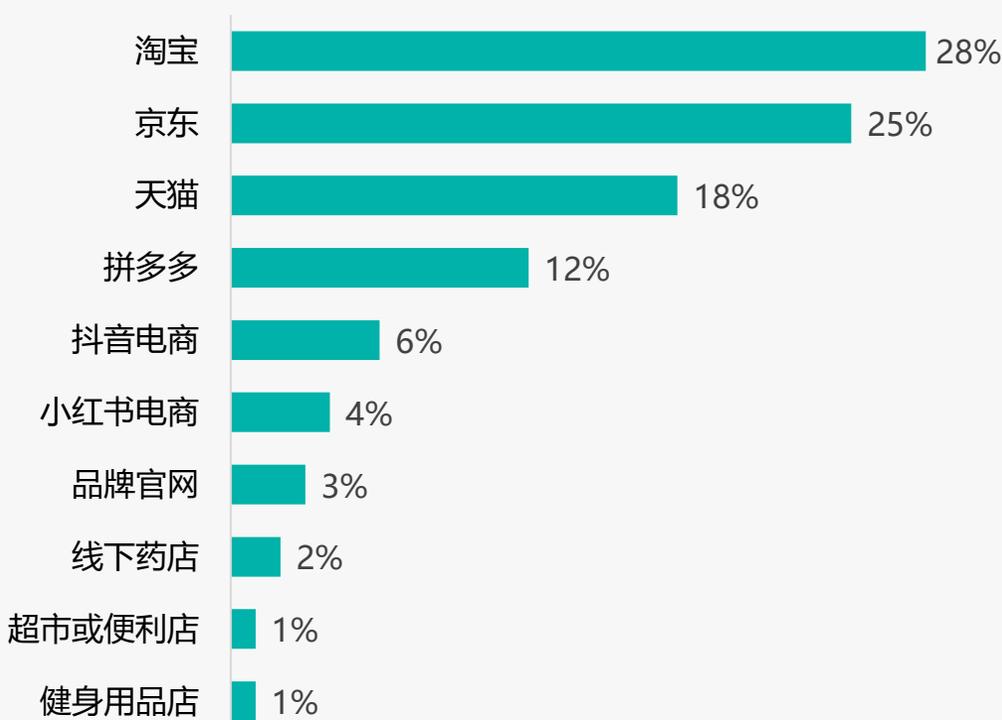
数字渠道主导信息 电商平台核心销售

- ◆消费者了解左旋肉碱主要通过社交媒体（31%）和电商平台（25%），合计占比56%，数字渠道主导信息传播。
- ◆购买渠道以淘宝（28%）、京东（25%）和天猫（18%）为主，合计占比71%，电商平台是核心销售渠道。

2025年中国左旋肉碱产品了解渠道分布



2025年中国左旋肉碱产品购买渠道分布

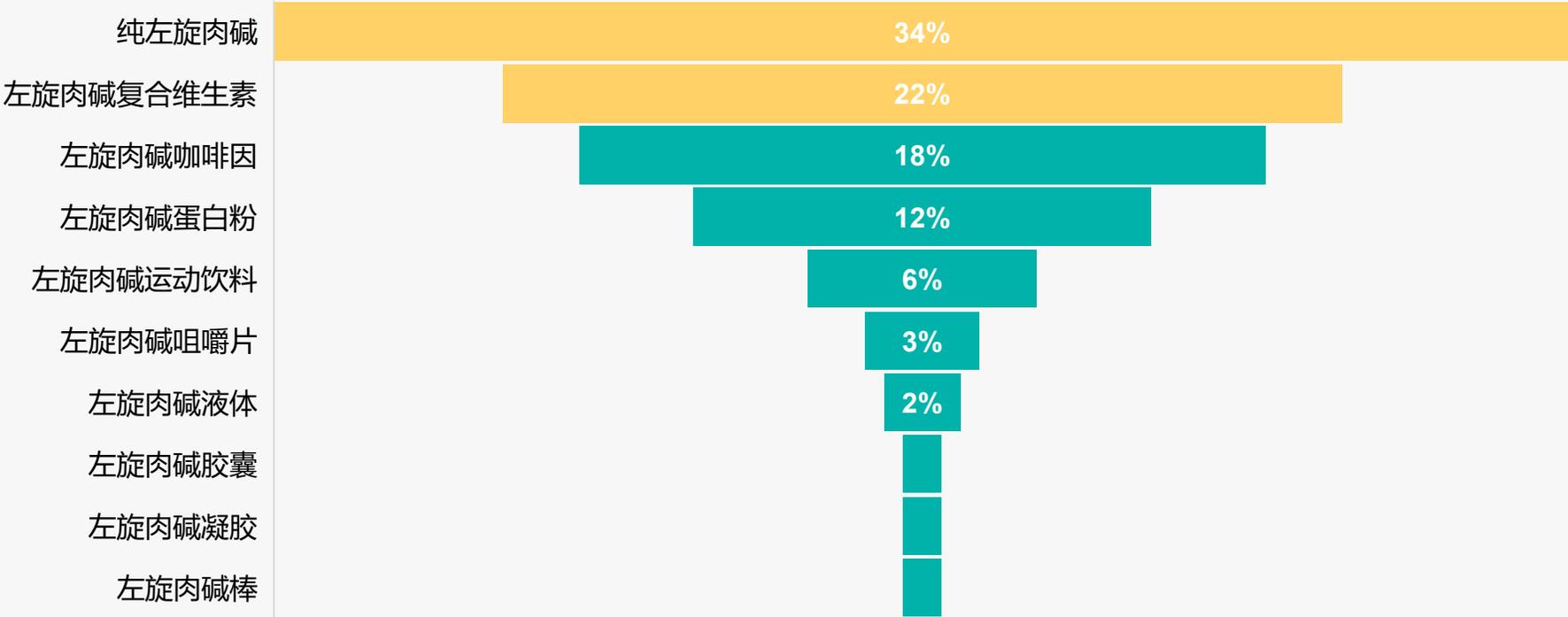


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

纯左旋肉碱主导 复合产品次之 多样化低

- ◆纯左旋肉碱产品以34%的偏好度领先，复合维生素和咖啡因产品分别占22%和18%，显示消费者偏好集中于基础功能和复合效益。
- ◆其他产品如蛋白粉占12%，运动饮料、咀嚼片等合计仅14%，市场多样化程度低，核心产品主导消费选择。

2025年中国左旋肉碱产品偏好类型分布

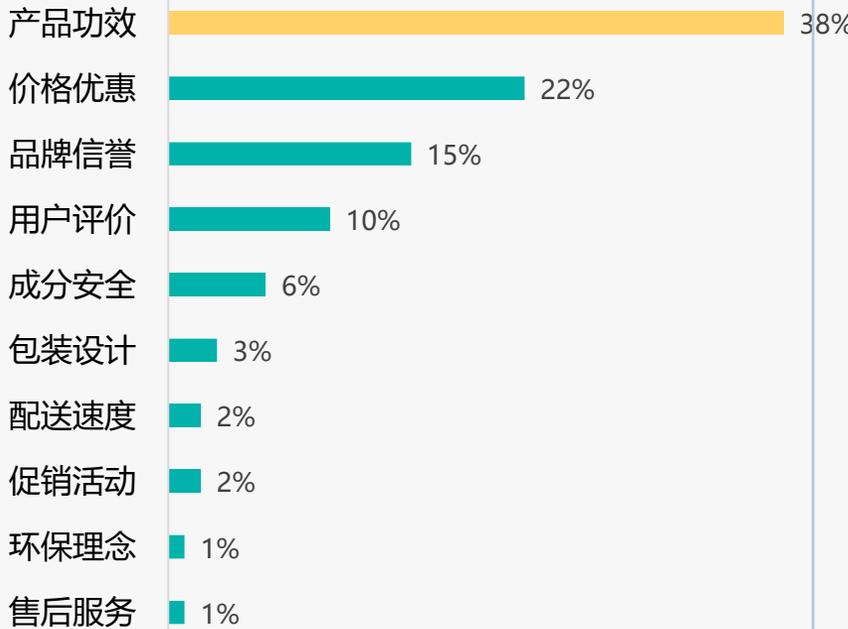


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

左旋肉碱消费功效主导减肥运动为主

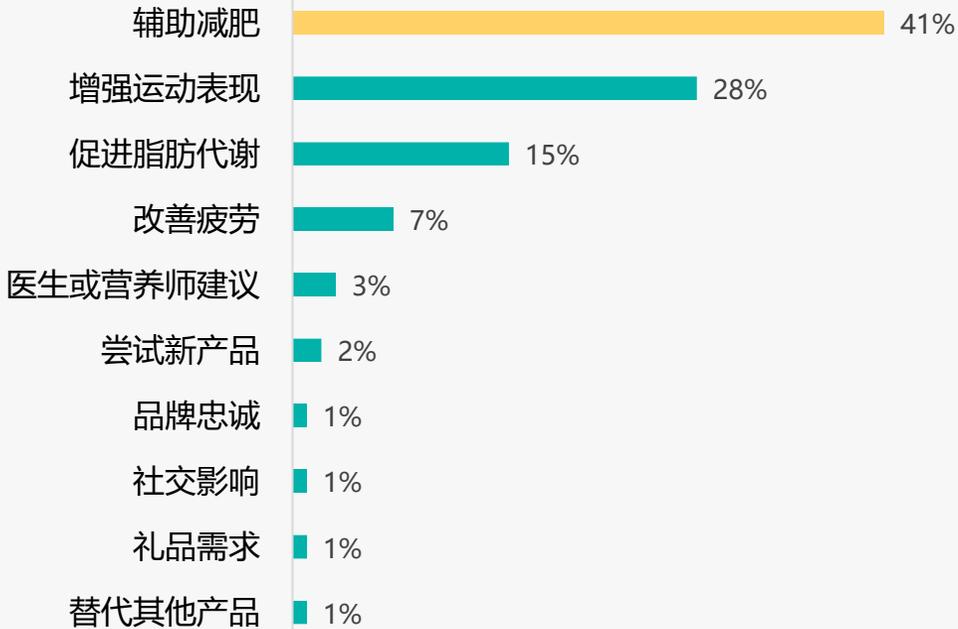
- ◆左旋肉碱消费中，产品功效（38%）是吸引消费的关键，远超价格优惠（22%）。消费原因以辅助减肥（41%）和增强运动表现（28%）为主，合计占69%。
- ◆成分安全仅占6%，可能反映消费者对安全性认知不足。品牌信誉（15%）和用户评价（10%）有影响，但促销和环保因素（各1%）作用有限。

2025年中国左旋肉碱吸引消费关键因素分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

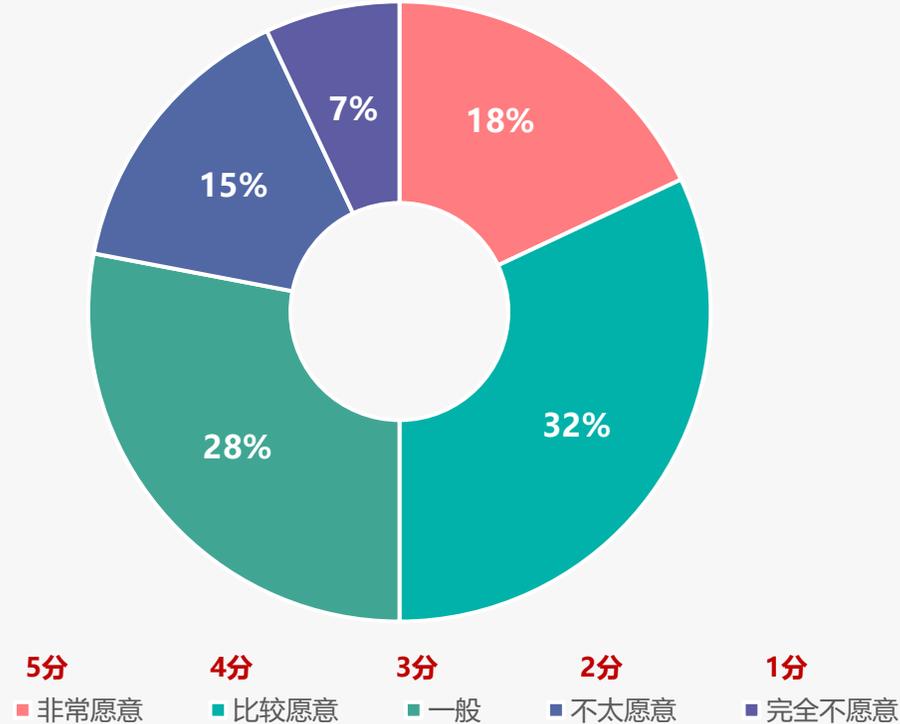
2025年中国左旋肉碱消费真实原因分布



左旋肉碱推荐意愿高 效果隐私待优化

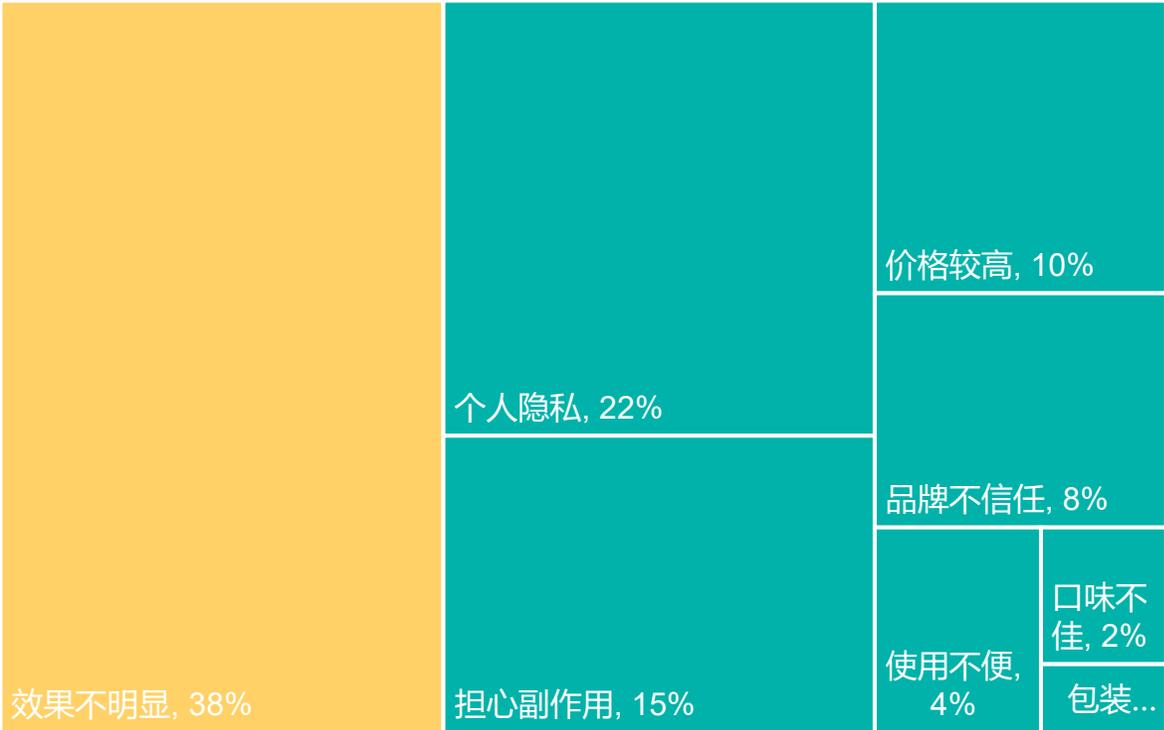
- ◆左旋肉碱消费调查显示，50%消费者愿意推荐产品，但50%持一般或不愿态度，主要因效果不明显（38%）和个人隐私（22%）影响推荐意愿。
- ◆分析指出，产品口碑潜力高，但需优化效果验证和隐私保护以提升满意度，价格较高（10%）也是关键因素，建议企业针对性改进。

2025年中国左旋肉碱推荐意愿分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

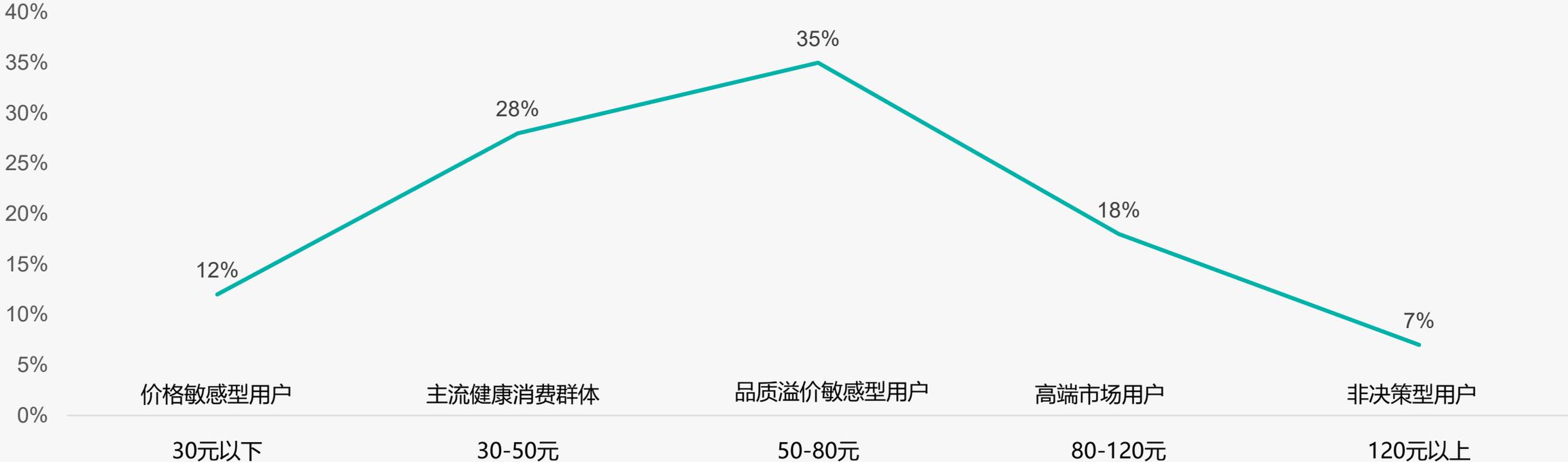
2025年中国左旋肉碱不愿推荐原因分布



左旋肉碱消费偏好中等价位

- ◆左旋肉碱消费调研显示，50-80元价格区间接受度最高，占比35%，表明消费者偏好中等价位产品，这可能是市场主流规格和性价比感知的关键因素。
- ◆30-50元区间占28%，而80元以上高价位接受度较低，合计25%，暗示价格敏感度集中在中端，高端产品市场接受度有限，需谨慎定价策略。

2025年中国左旋肉碱主流规格价格接受度



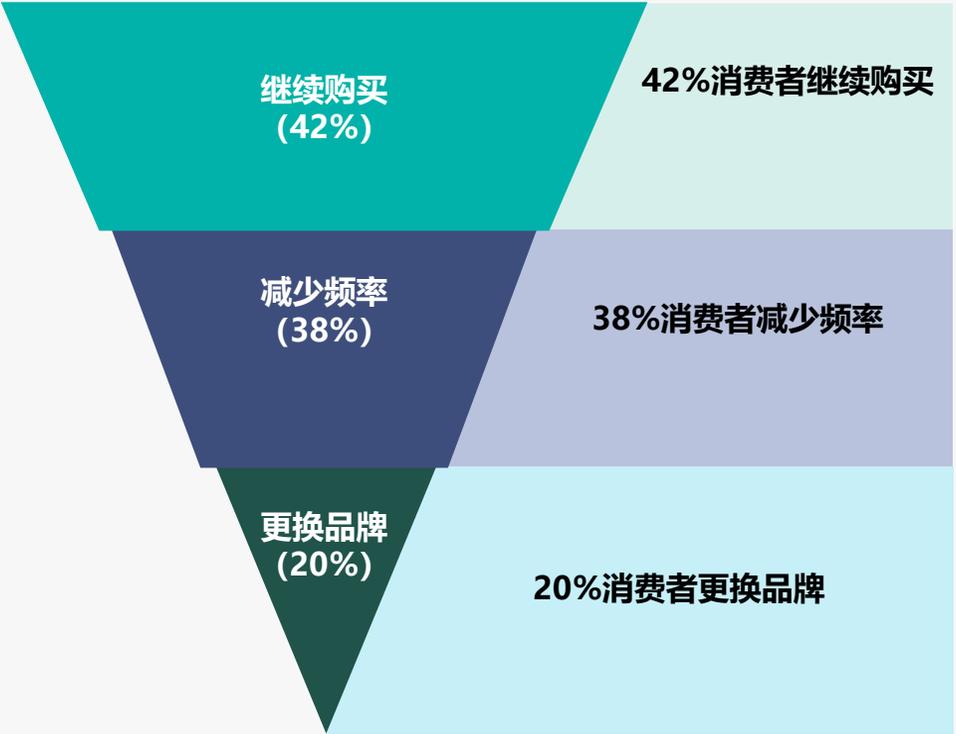
样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以500克/瓶规格左旋肉碱为标准核定价格区间

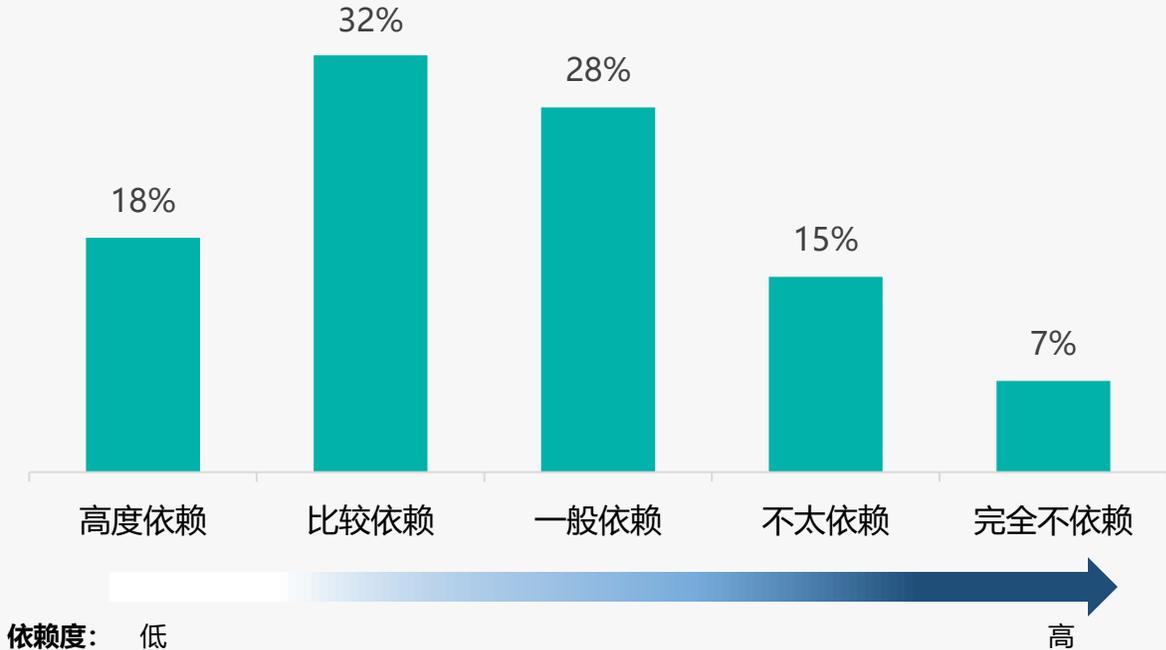
价格敏感并存品牌忠诚 促销依赖显著影响决策

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，38%减少频率，20%更换品牌，显示价格敏感与品牌忠诚并存。
- ◆促销活动依赖度中，高度依赖18%和比较依赖32%合计50%，表明促销对购买决策影响显著。

2025年中国左旋肉碱价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国左旋肉碱对促销活动依赖程度分布

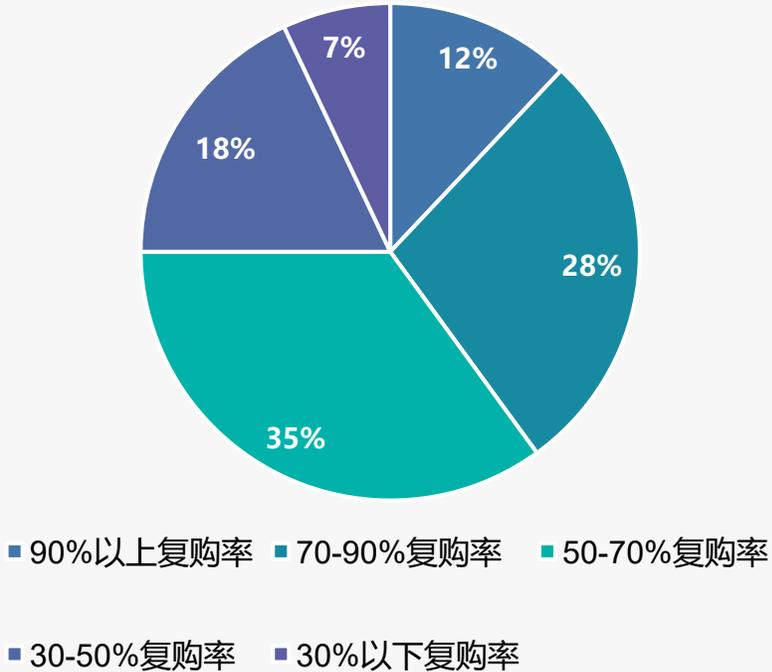


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

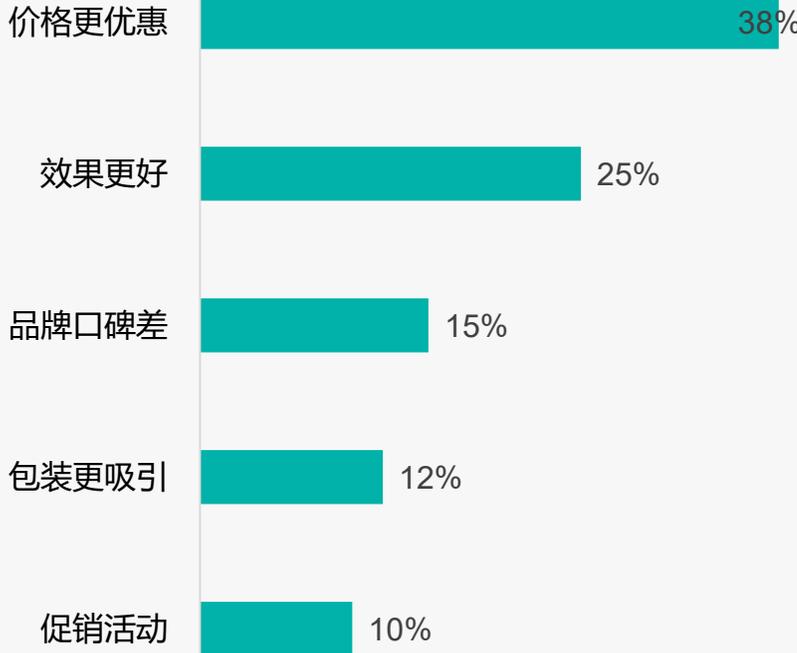
价格敏感主导复购 品牌忠诚度中等

- ◆左旋肉碱消费调查显示，固定品牌复购率中50-70%占比最高为35%，90%以上仅12%，表明消费者忠诚度中等，高忠诚用户较少。
- ◆更换品牌主因是价格更优惠占38%，效果更好占25%，品牌口碑差占15%，显示价格敏感性和产品功效是关键影响因素。

2025年中国左旋肉碱固定品牌复购率分布



2025年中国左旋肉碱更换品牌原因分布

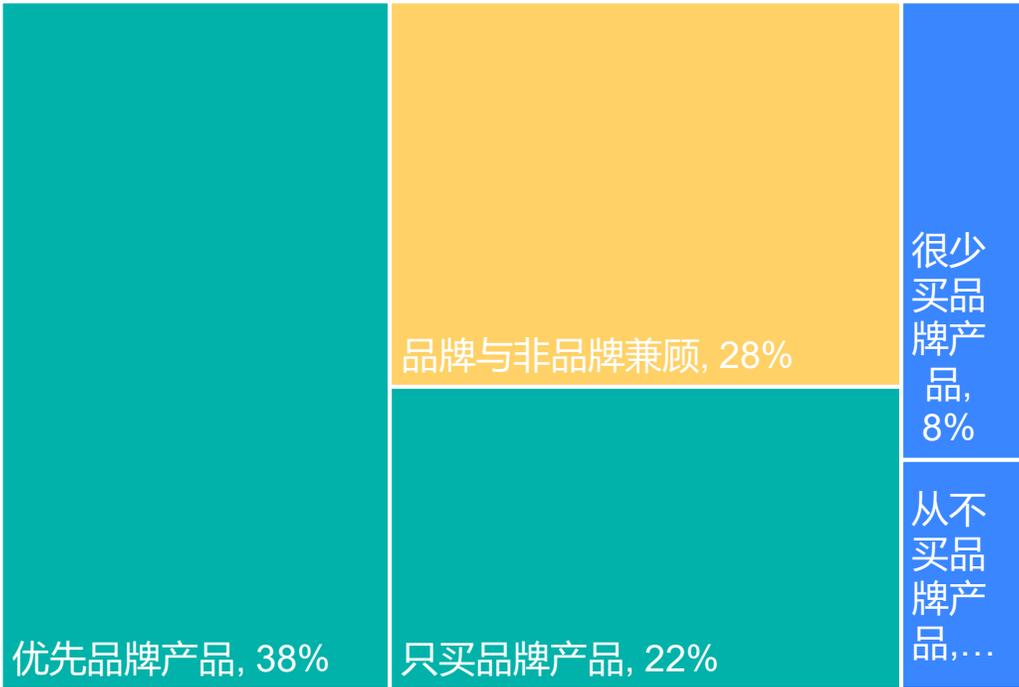


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

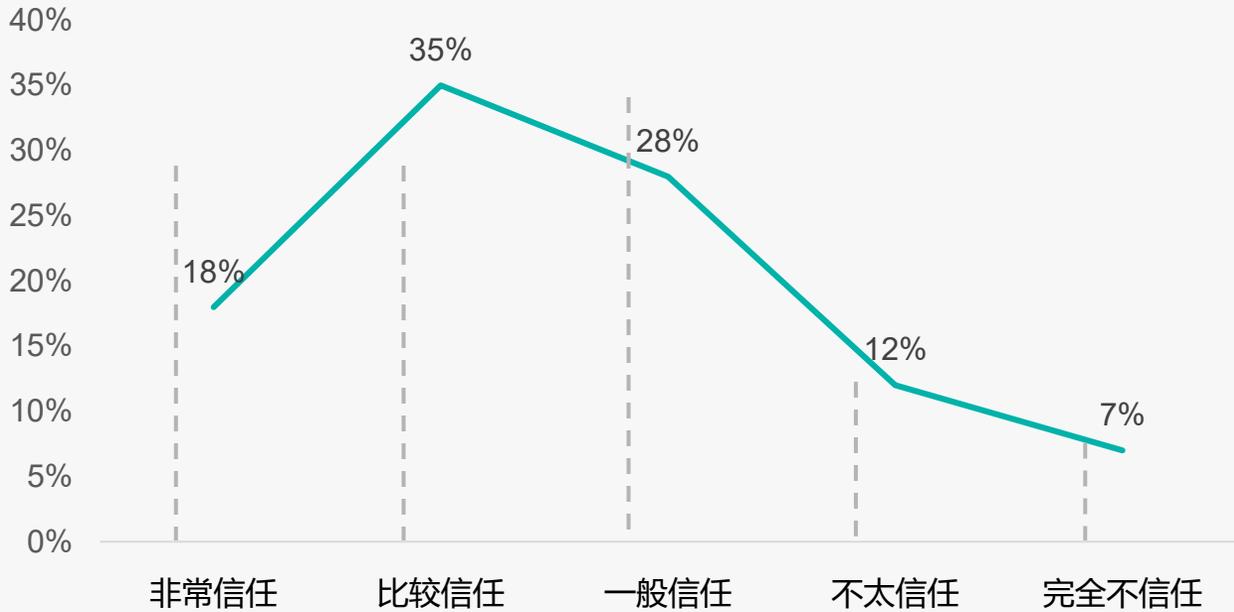
品牌偏好高 信任度分化

- ◆消费意愿调查显示，优先品牌产品占比38%，品牌相关意愿合计达88%，表明消费者对左旋肉碱品牌有较高偏好和依赖。
- ◆品牌信任度调查中，非常信任和比较信任合计53%，但一般信任占28%，不信任合计19%，反映消费者信任度存在分化。

2025年中国左旋肉碱品牌产品消费意愿分布



2025年中国左旋肉碱对品牌产品态度分布

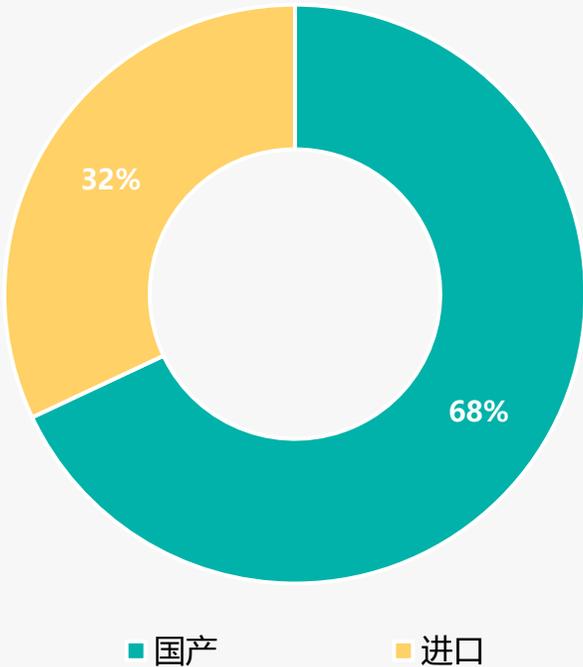


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

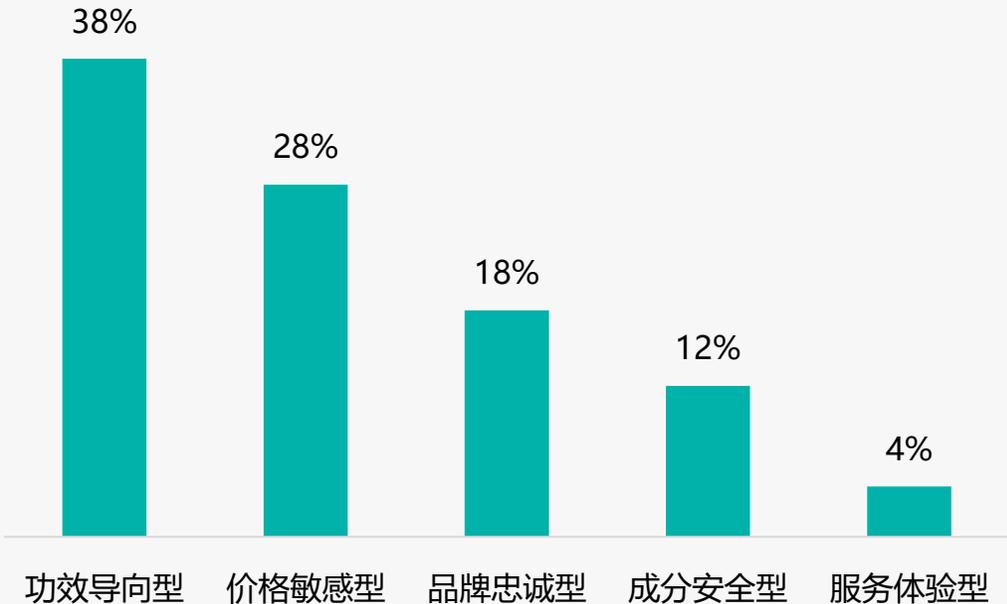
国产主导市场 功效价格驱动

- ◆左旋肉碱消费中，国产品牌占比68%，进口品牌32%，显示国产主导市场。品牌偏好以功效导向型38%最高，价格敏感型28%次之，凸显效果和价格为核心驱动因素。
- ◆成分安全型占比12%，服务体验型仅4%，表明消费者对成分安全关注度较低，服务在购买决策中影响最小，市场可加强安全宣传以提升吸引力。

2025年中国左旋肉碱国产与进口品牌消费分布



2025年中国左旋肉碱品牌偏好类型分布

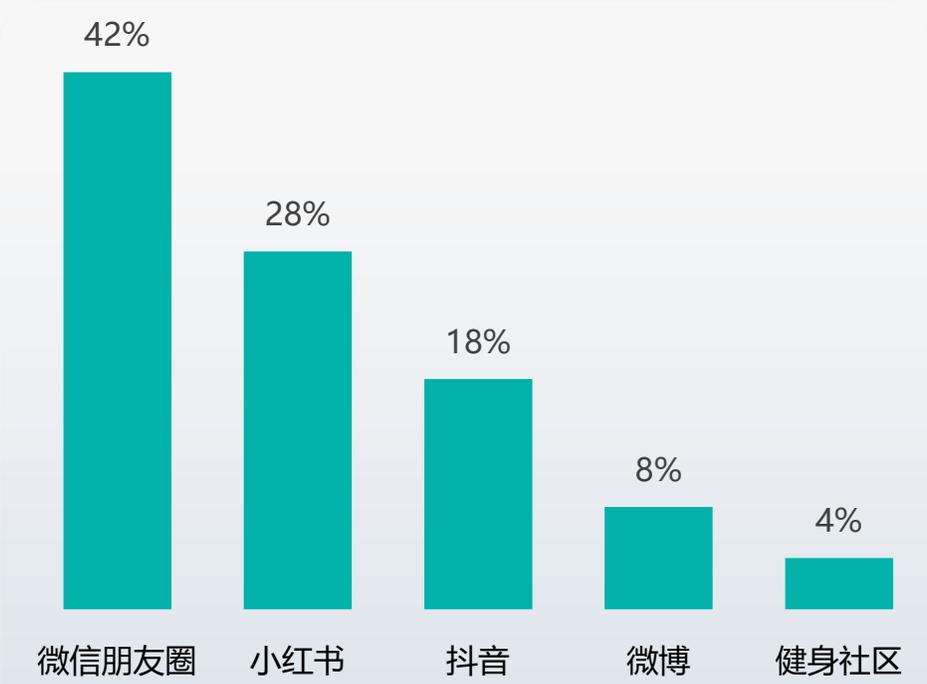


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

社交平台主导 用户内容信赖

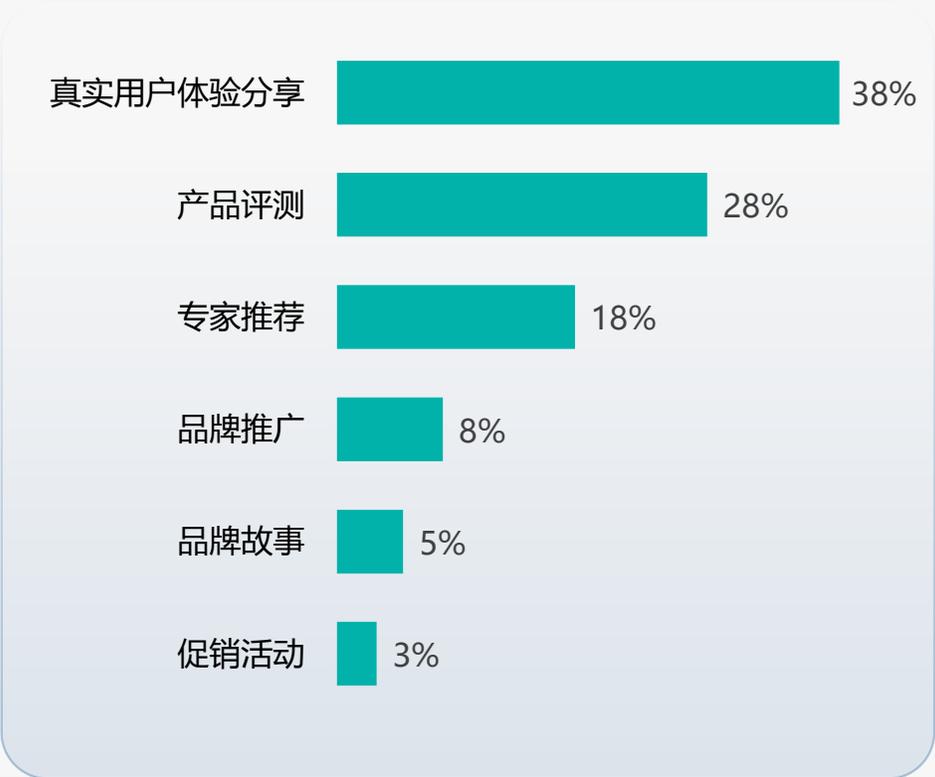
- ◆左旋肉碱消费者主要通过微信朋友圈（42%）、小红书（28%）和抖音（18%）获取信息，三者合计占社交分享渠道的88%，显示主流平台主导传播。
- ◆内容类型中，真实用户体验分享（38%）和产品评测（28%）共占66%，消费者更信赖用户生成内容，而品牌推广（8%）和促销活动（3%）影响较小。

2025年中国左旋肉碱社交分享渠道分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

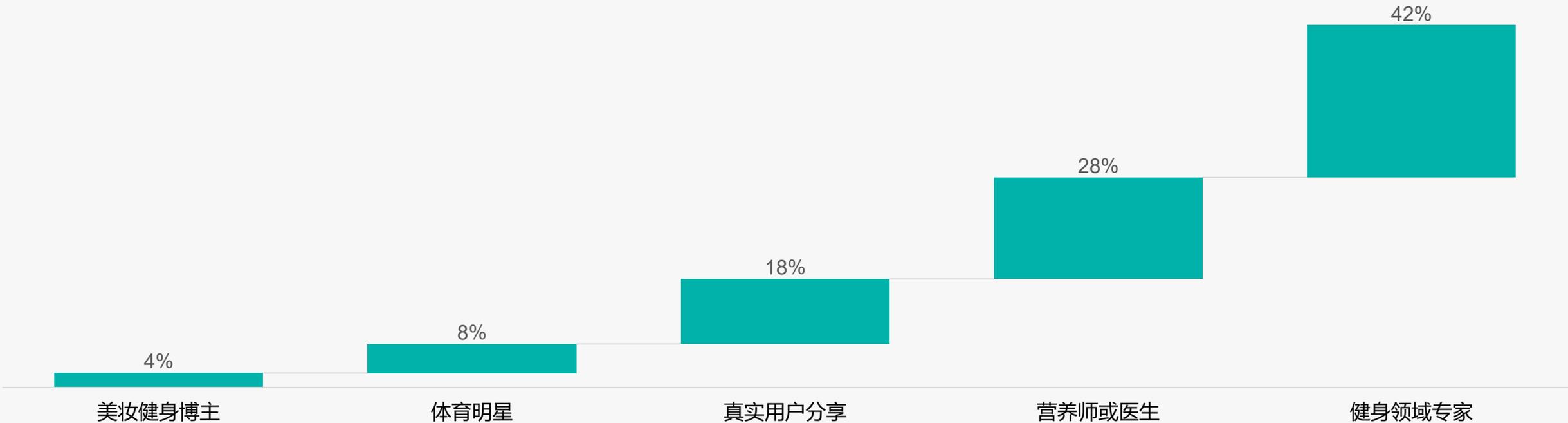
2025年中国左旋肉碱社交渠道内容类型分布



专业权威主导社交信任 口碑影响超越名人效应

- ◆调研显示，消费者在社交渠道获取内容时最信任健身领域专家（42%）和营养师或医生（28%），专业权威是主要信任来源。
- ◆真实用户分享占18%，体育明星和美妆健身博主分别占8%和4%，表明口碑和实际体验比名人效应更具影响力。

2025年中国左旋肉碱社交渠道信任博主类型分布

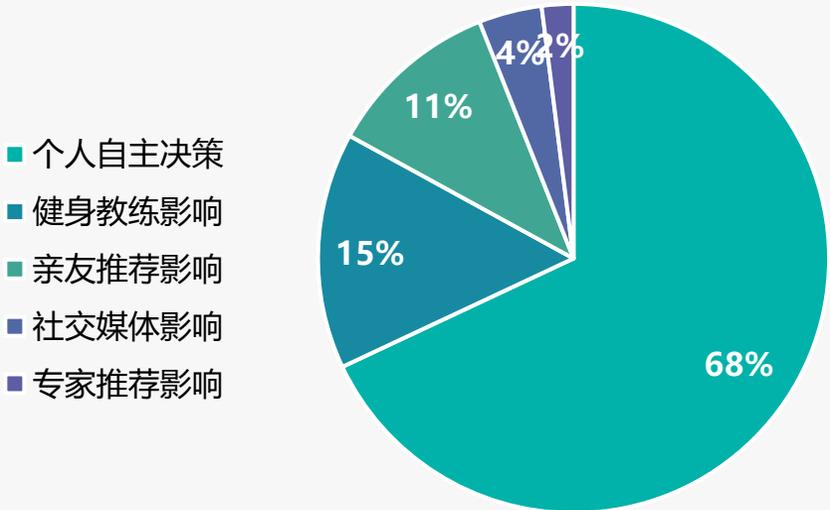


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

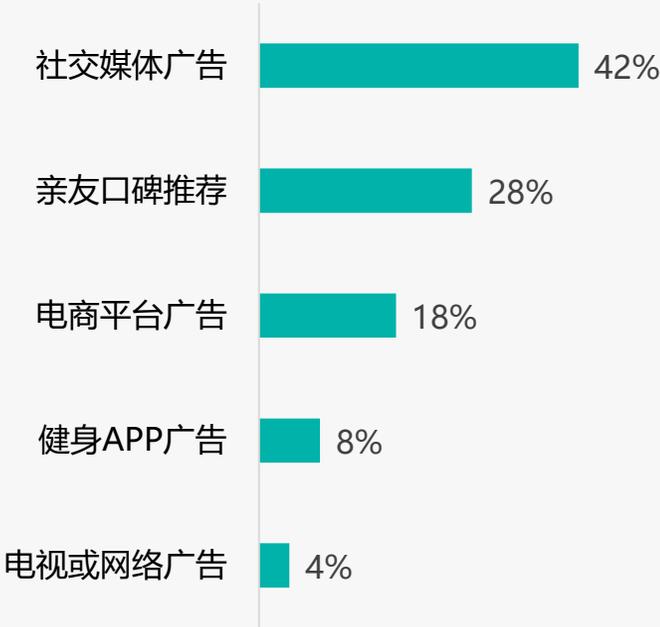
社交媒体口碑主导左旋肉碱消费

- ◆左旋肉碱消费调查显示，社交媒体广告占比42%，亲友口碑推荐占28%，表明数字营销和社交信任是主要购买驱动因素。
- ◆电商平台广告占18%，健身APP和电视广告分别占8%和4%，传统广告形式在该领域吸引力相对有限。

2025年中国左旋肉碱消费决策者类型分布



2025年中国左旋肉碱家庭广告偏好分布

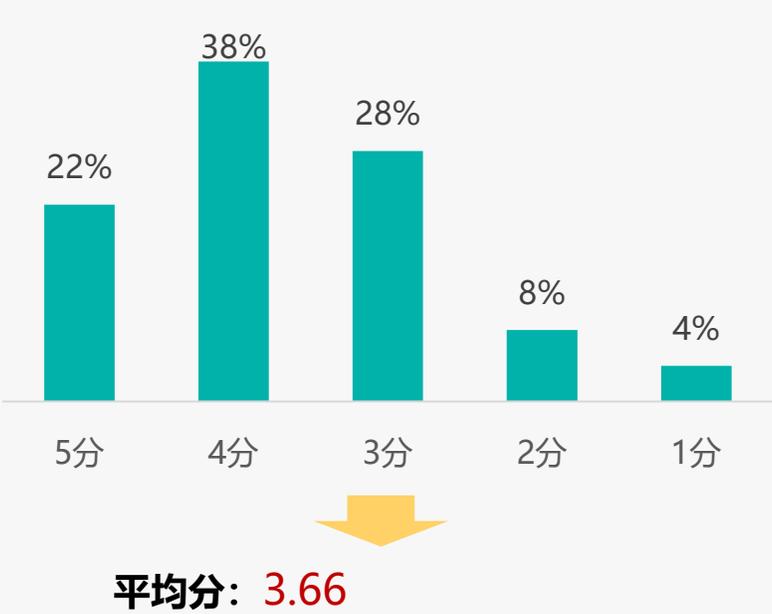


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

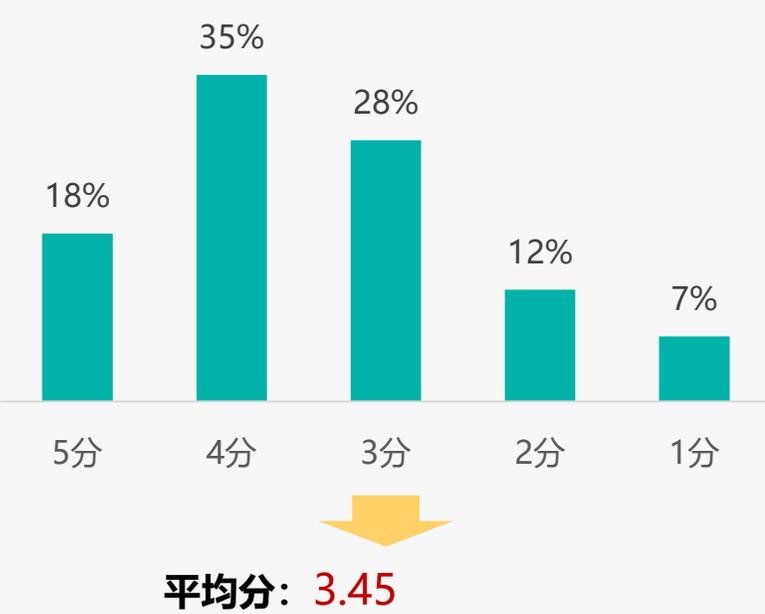
退货客服痛点突出 优化提升消费体验

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计60%，但退货体验5分和4分合计53%，客服满意度5分和4分合计47%，显示客服和退货环节需改进。
- ◆退货体验低分合计19%，高于消费流程的12%，客服低分合计18%，表明退货和客服是主要痛点，建议优先优化以提升整体体验。

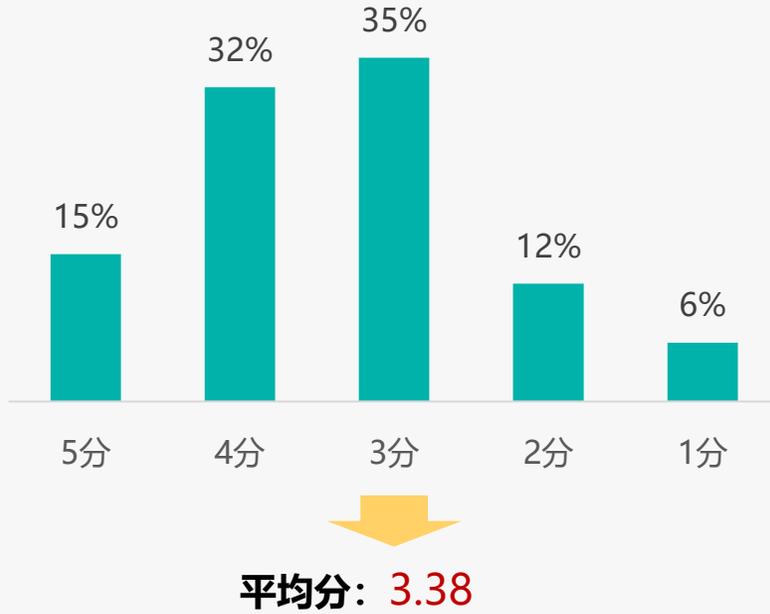
2025年中国左旋肉碱线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国左旋肉碱退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国左旋肉碱线上消费客服满意度分布（满分5分）

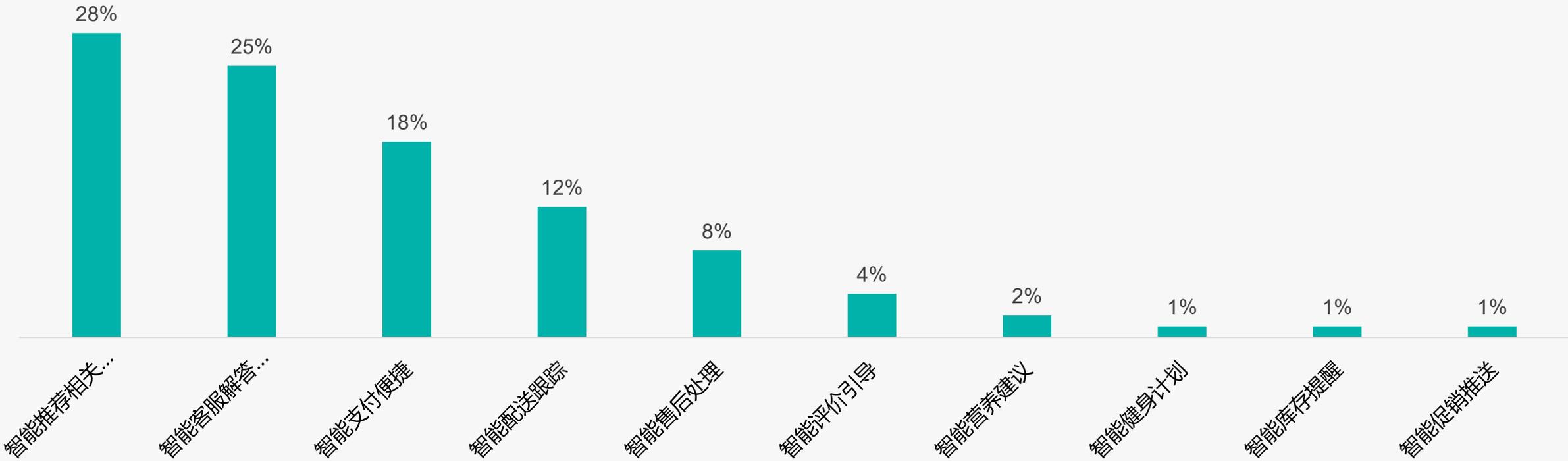


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服主导 其他服务占比低

- ◆智能推荐相关产品占比最高，达28%，智能客服解答疑问占25%，显示消费者最重视个性化推荐和即时支持服务。
- ◆智能支付便捷占18%，智能配送跟踪占12%，智能售后处理占8%，其他服务如营养建议和健身计划占比均低于5%。

2025年中国左旋肉碱线上消费智能服务体验分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1115，于2025年11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

法律声明

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