

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月角鲨烯补充剂市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Squalene Supplement Category Market Insights

2026年1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：女性中青年是鲨烯补充剂核心消费群体



女性消费者占57%，26-45岁中青年占59%，是主要消费力量



收入5-8万元群体占31%，是最大消费群体，与产品价格和健康意识相关



个人健康需求者和家庭健康管理者合计占70%，健康需求是主要驱动因素

启示

✓ 聚焦女性中青年市场

品牌应针对女性中青年群体开发产品和营销策略，强调健康管理和美容需求，以抓住核心消费力。

✓ 优化产品定价与渠道

基于中高收入群体偏好，品牌可调整定价策略，并利用电商平台和社交媒体进行精准营销。

核心发现2：消费行为规律化，中端产品主导市场



每周1-5次规律服用用户占58%，显示消费者偏好规律性使用而非每日服用



60粒/瓶规格占比最高24%，中等容量产品更受欢迎，胶囊剂型为主



消费支出集中在100-300元占38%，中端价位产品受青睐，冬季消费最高

启示

✓ 强化规律服用教育

品牌应推广规律服用理念，提供使用指南，增强用户粘性和产品效果感知。

✓ 优化产品规格与包装

品牌可重点开发中等容量胶囊产品，采用便捷包装，并推出冬季促销活动以刺激消费。

核心发现3：产品功效与安全性是消费决策关键



产品功效与安全性以31%成为首要吸引因素，远超品牌信誉和价格



高纯度鲨烯偏好度23%最高，天然深海鱼肝油和植物来源分别占21%和19%



增强免疫力需求占27%居首，改善皮肤状态和抗氧化抗衰老合计占40%

启示

✓ 突出产品功效与安全

品牌应强调产品实际功效和安全性，提供临床数据或认证，以建立消费者信任。

✓ 开发高纯度天然产品

品牌可研发高纯度、天然来源的鲨烯产品，并针对免疫增强和美容抗衰功能进行市场推广。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦女性中青年健康需求，以产品功效为核心



1、产品端

- ✓ 开发高纯度天然来源角鲨烯产品
- ✓ 推出中端价格51-150元区间产品



2、营销端

- ✓ 强化微信朋友圈和短视频平台口碑营销
- ✓ 利用专业医生和营养师进行内容推广



3、服务端

- ✓ 优化线上购物流程和智能客服体验
- ✓ 改进退货流程，提升售后服务满意度

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~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** 角鲨烯补充剂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角鲨烯补充剂品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对角鲨烯补充剂的购买行为;
- 角鲨烯补充剂市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

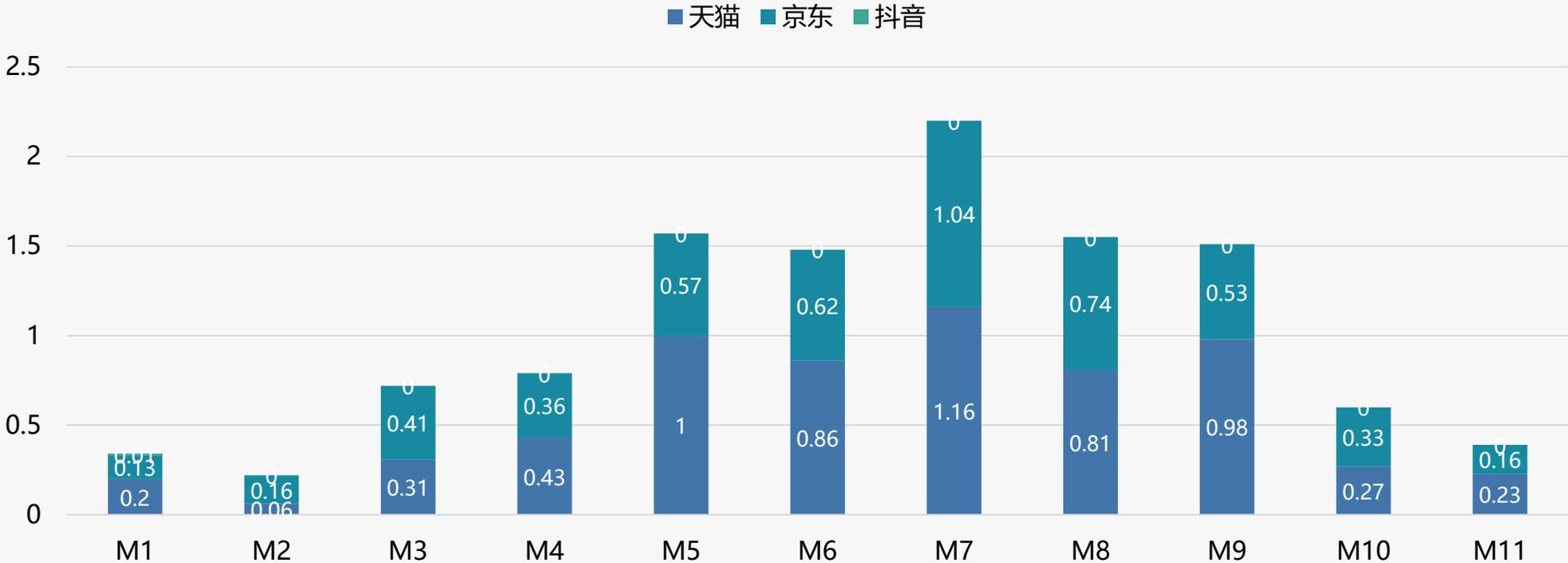
Research Method

- **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, 计算角鲨烯补充剂品类销售额、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、不同平台角鲨烯补充剂品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

角鲨烯销售旺季集中 天猫京东主导 抖音潜力待挖

- ◆从平台销售结构看，天猫与京东构成主要销售渠道，合计占比超99%。天猫月均销售额约55.8万元，京东约44.3万元，抖音仅0.2万元，渠道集中度高。M7为销售峰值，天猫达115.9万元，京东104.2万元，显示促销活动对销售拉动显著。建议优化渠道ROI，重点投入头部平台。
- ◆销售呈现明显季节性波动。上半年销售额稳步增长，M5-M9为销售旺季，合计销售额达603.5万元，占前11月总销售额的68.3%。M10后进入淡季，销售额环比下降超50%。这种周期性特征提示企业需加强库存周转率管理，旺季前备货，淡季控制成本。

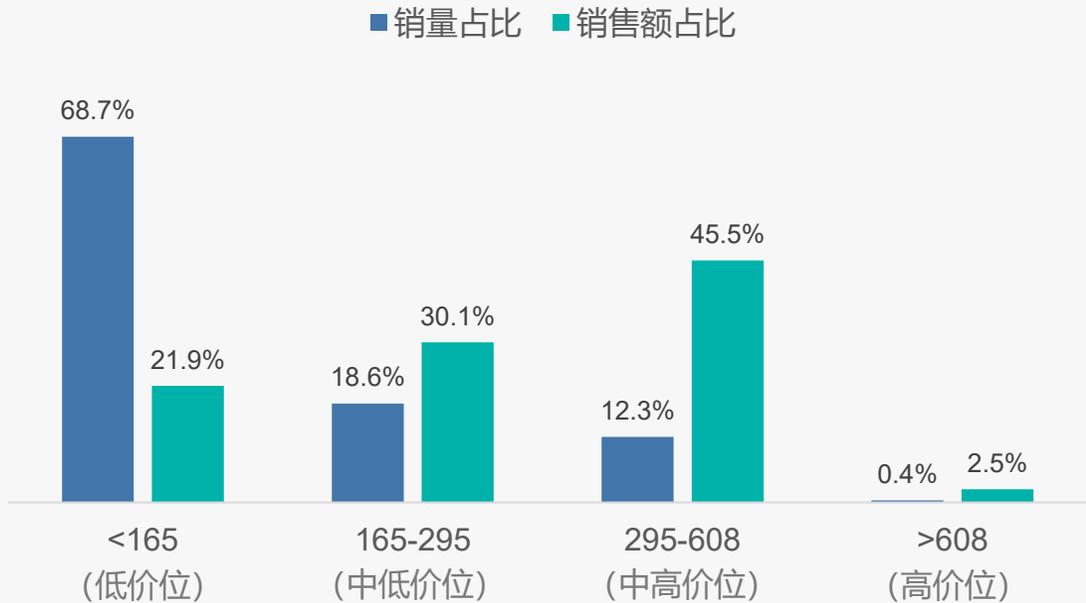
2025年1月~11月角鲨烯补充剂品类线上销售规模（百万元）



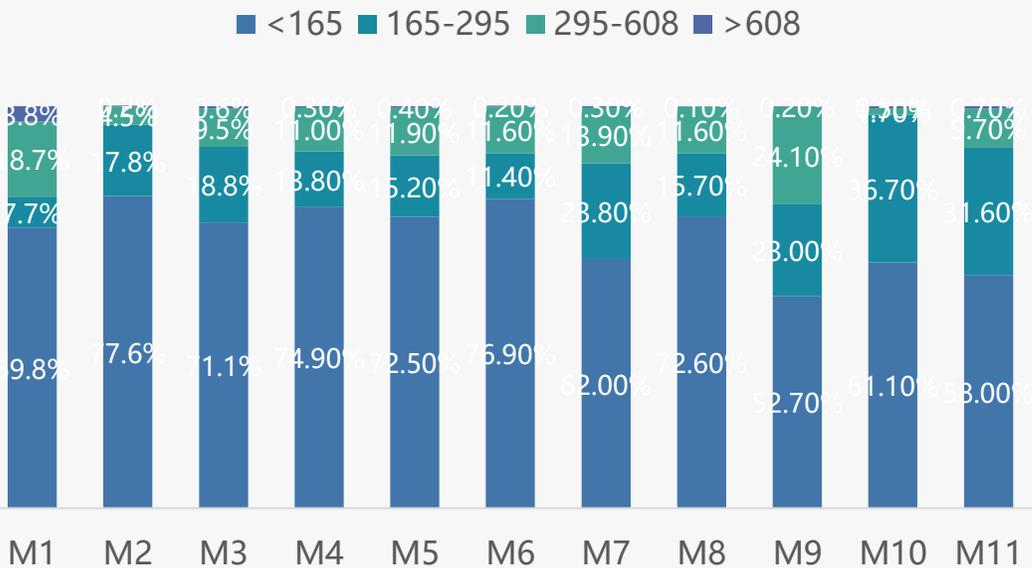
角鲨烯市场结构优化 中高端产品价值主导

- ◆从价格区间销售趋势看，角鲨烯市场呈现明显的结构性特征。低价区间销量占比68.7%但销售额仅占21.9%，显示该区间以量取胜但利润贡献有限；中高端区间销量占比12.3%却贡献45.5%销售额，是核心利润区。这表明市场存在明显的价格分层，中高端产品具有更高的价值贡献率，建议企业优化产品组合，提升中高端产品占比以改善整体盈利结构。
- ◆从价格区间贡献度分析，市场存在明显的价值错配现象。高端区间销量仅0.4%但贡献2.5%销售额，单位产品价值较高但市场渗透不足；而低价区间虽销量主导但销售额贡献偏低。中高端区间合计销量占比30.9%却贡献75.6%销售额，价值集中度显著。建议企业通过产品创新和精准营销提升高端市场渗透率，同时优

2025年1月~11月角鲨烯补充剂线上不同价格区间销售趋势



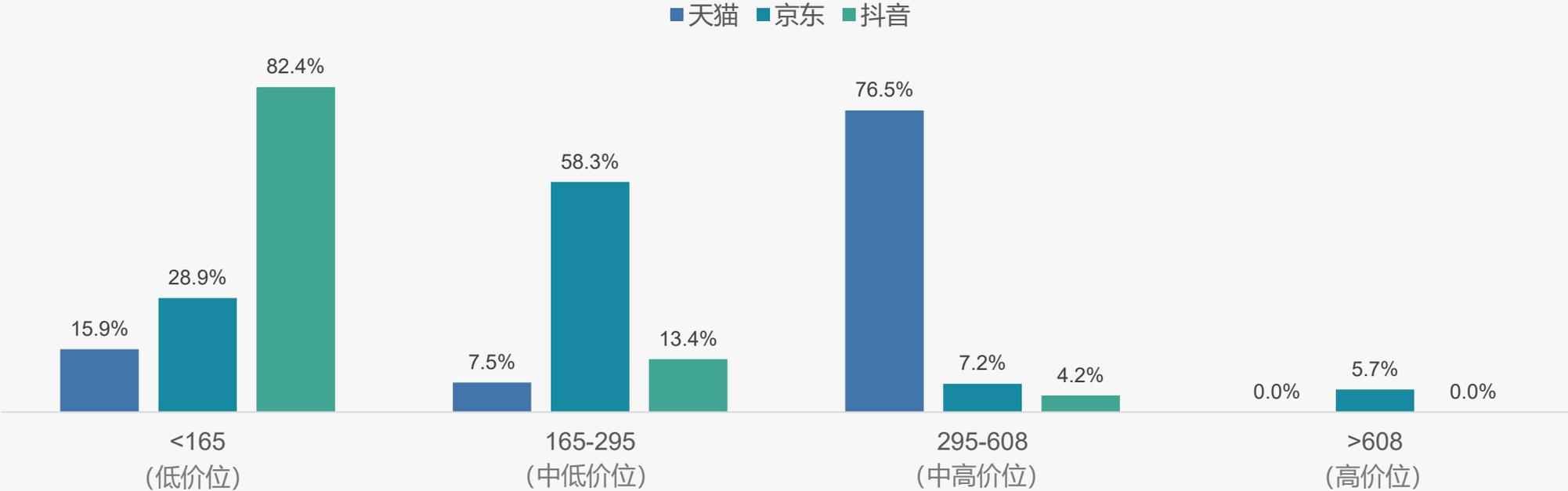
角鲨烯补充剂线上价格区间-销量分布



天猫高端京东中端抖音低端市场分化

- ◆从价格区间分布看，天猫平台以295-608元高端产品为主（占比76.5%），京东平台以165-295元中端产品为主（占比58.3%），抖音平台以<165元低端产品为主（占比82.4%）。这表明各平台用户消费能力差异显著，天猫用户更偏好高端产品，京东用户偏向中端，抖音用户追求性价比。
- ◆通过对比平台间高端产品（>295元）占比，天猫为76.5%，京东为12.9%，抖音为4.2%。天猫高端市场主导地位明显，可能源于用户信任度和品牌效应。建议品牌方针对不同平台制定差异化定价策略，以优化产品组合和营销投入，并监控同比数据以应对市场动态变化。

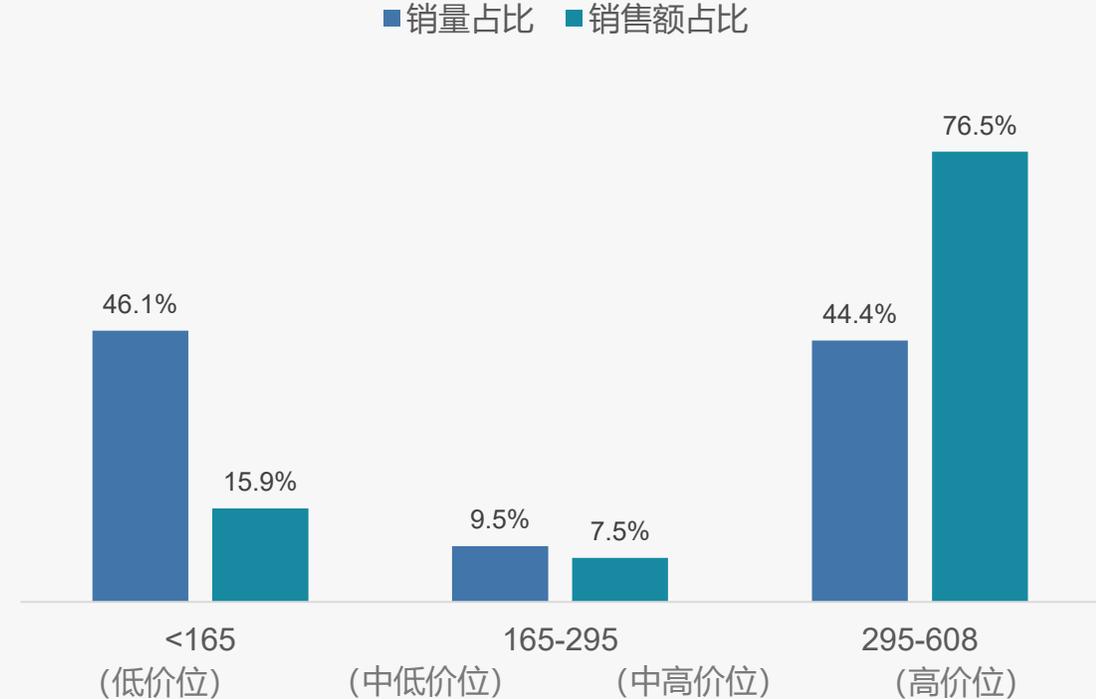
2025年1月~11月各平台角鲨烯补充剂不同价格区间销售趋势



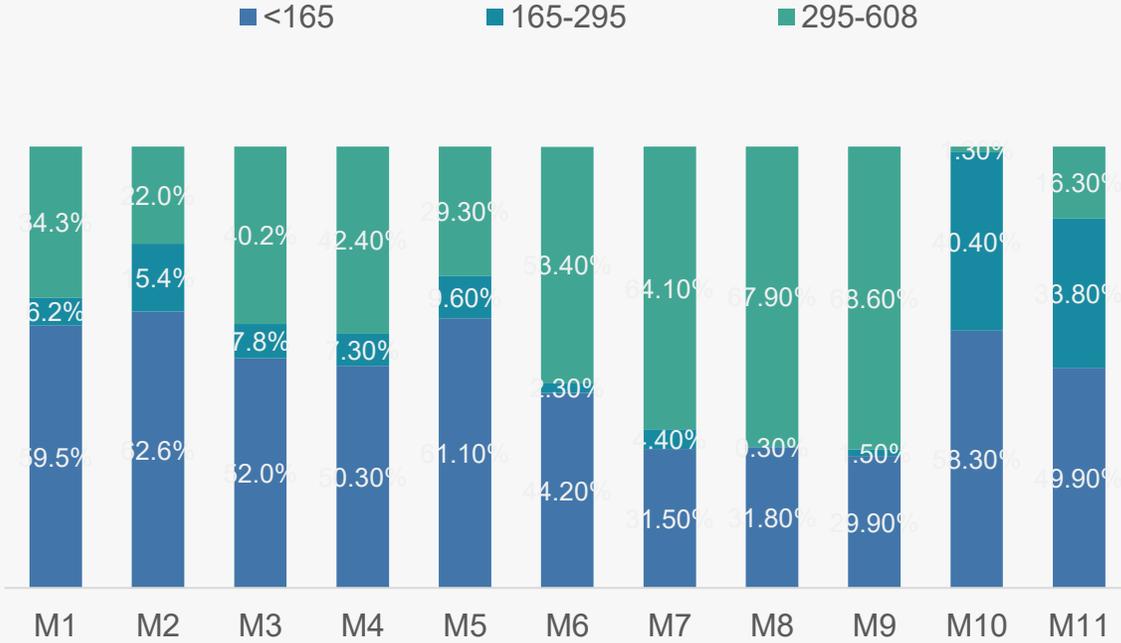
角鲨烯高端驱动 消费升级 季节性波动

- ◆从价格区间销售趋势看，295-608元区间贡献了76.5%的销售额但仅占44.4%的销量，显示该区间产品具有高客单价和高毛利率特征，是品类利润核心。而<165元区间销量占比46.1%但销售额仅占15.9%，表明低价产品以量取胜但盈利能力有限。建议企业优化产品组合，强化中高端产品营销以提升整体ROI。
- ◆价格带结构分析揭示品类存在两极分化。295-608元区间在M7-M9期间销量占比均值达66.9%，而同期<165元区间均值仅30.7%，显示消费升级趋势明显。但M10数据异常（295-608元区间仅1.3%），需警惕市场突变风险。建议监控竞品动态，加强中高端产品创新以维持市场领导地位。

2025年1月~11月天猫平台角鲨烯补充剂不同价格区间销售趋势



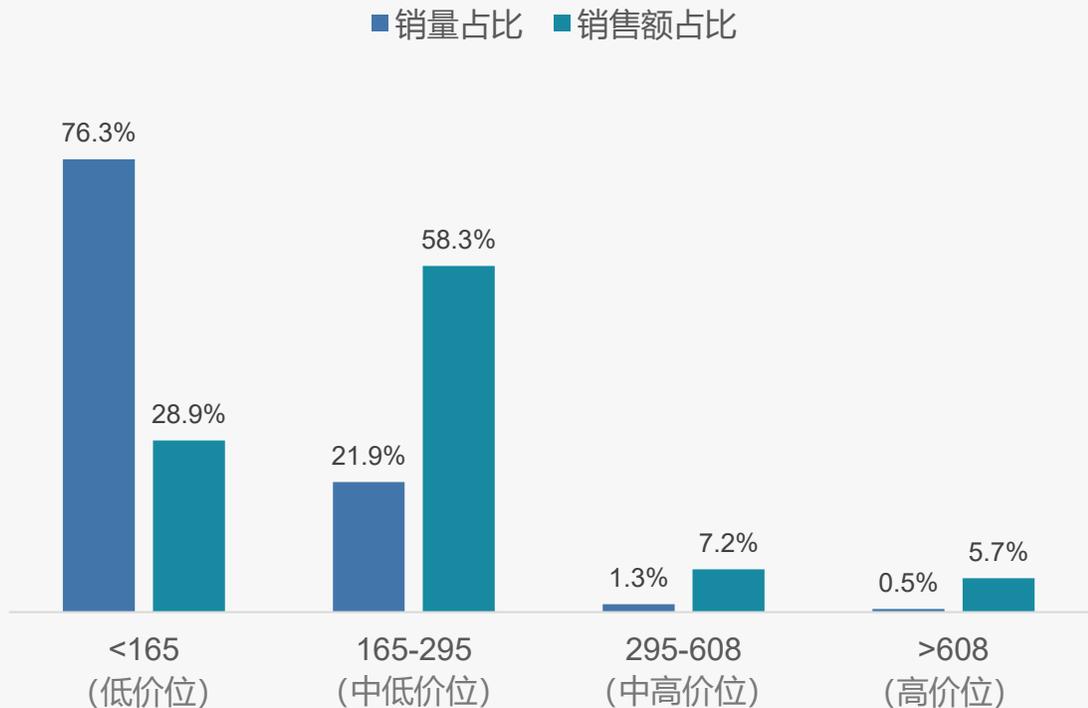
天猫平台角鲨烯补充剂价格区间-销量分布



角鲨烯市场低价主导中端盈利高端增长

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台角鲨烯补充剂呈现明显的“销量与销售额倒挂”现象。低价区间 (<165元) 贡献了76.3%的销量但仅占28.9%的销售额，而中端区间 (165-295元) 以21.9%的销量贡献了58.3%的销售额，成为核心利润区。这表明市场消费结构以性价比为导向，中端产品具有更高的客单价和盈利潜力，建议品牌优化产品组合以提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示市场存在显著季节性波动。M1-M8月，<165元区间销量占比稳定在69.6%-85.6%，但M9-M11月该区间占比降至61.9%-64.3%，而165-295元区间占比从最高28.8%跃升至35.2%。这表明第四季度消费升级趋势明显，可能受促销活动或健康意识增强驱动，品牌应把握Q4营销窗口，推动中高端

2025年1月~11月京东平台角鲨烯补充剂不同价格区间销售趋势



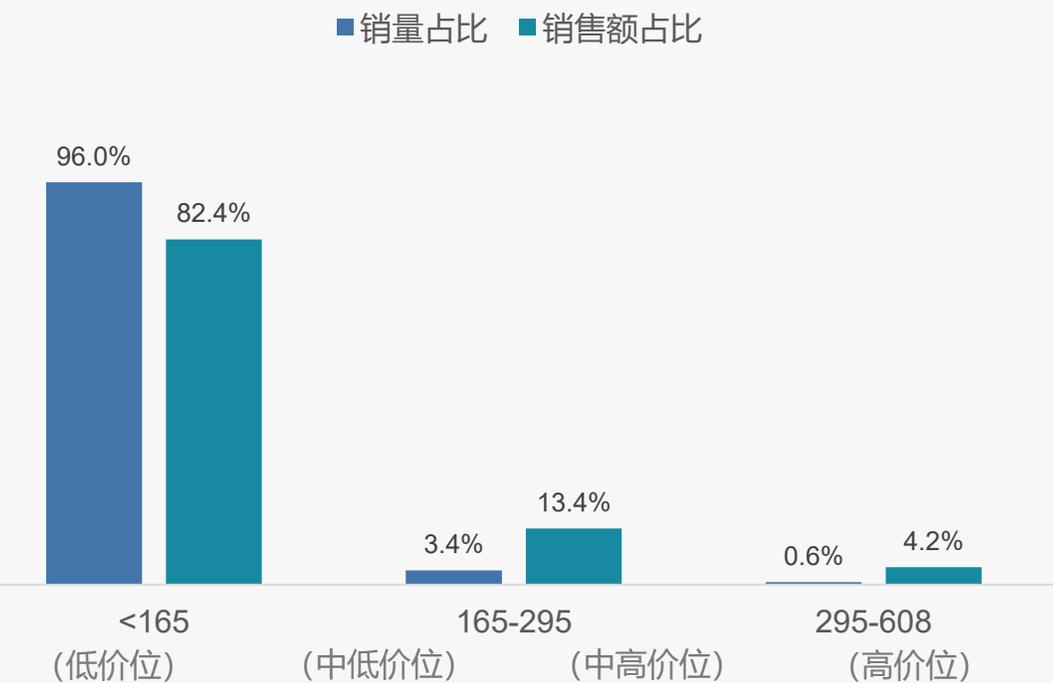
京东平台角鲨烯补充剂价格区间-销量分布



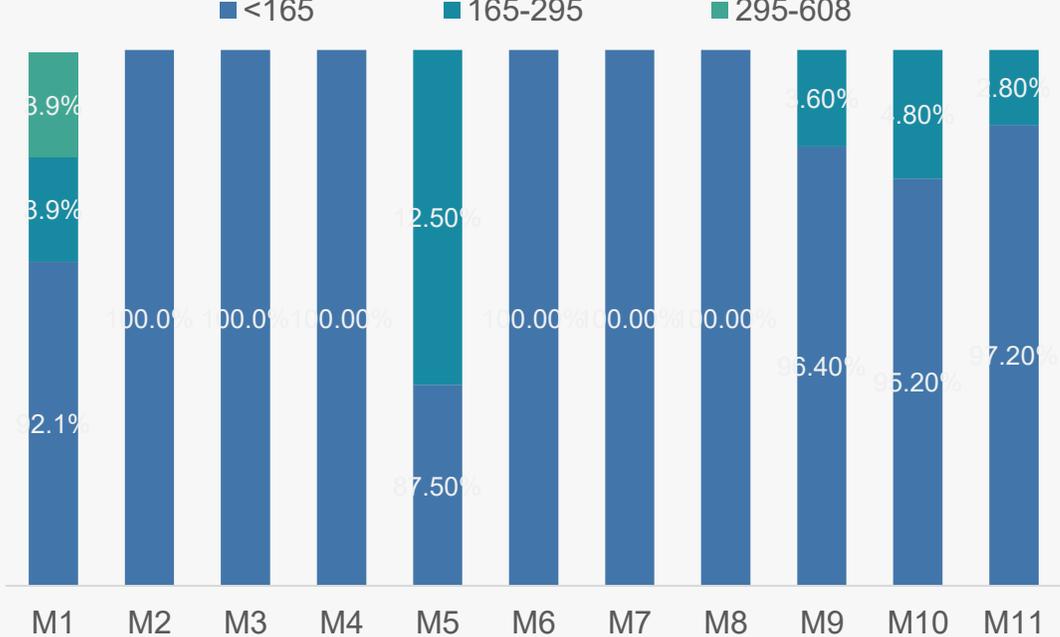
低价主导市场 中端利润更优 价格波动明显

- ◆从价格区间销售趋势看，角鲨烯补充剂在抖音平台呈现明显的低价主导特征。<165元区间贡献了96.0%的销量和82.4%的销售额，显示消费者偏好高性价比产品。165-295元区间虽销量占比仅3.4%，但销售额占比达13.4%，表明中端产品具有更高的客单价和利润空间。295-608元高端区间市场份额最小，但4.2%的销售额占比显示其存在特定消费群体。
- ◆从月度销量分布动态分析，市场呈现明显的价格波动特征。M1月各价格区间均有分布，但M2-M4月完全集中于<165元区间，M6月则全部为165-295元区间产品。这种月度间的价格集中度变化可能反映促销活动、库存调整或季节性消费需求变化，建议企业建立灵活的价格策略应对市场波动。

2025年1月~11月抖音平台角鲨烯补充剂不同价格区间销售趋势



抖音平台角鲨烯补充剂价格区间-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** 角鲨烯补充剂消费行为、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年内购买过角鲨烯补充剂的消费者;
- 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

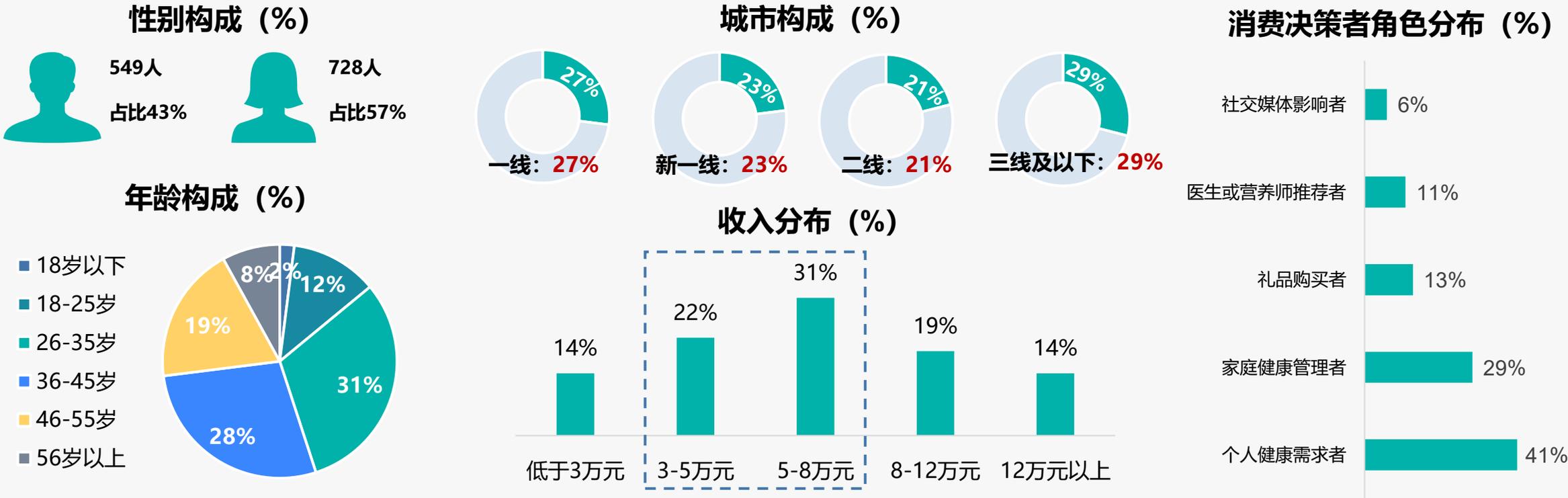
Research Method

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=1277

女性中青年主导 健康需求驱动市场

- ◆女性消费者占比57%，26-45岁中青年占比59%，是角鲨烯补充剂的核心消费群体，健康需求驱动市场。
- ◆收入5-8万元群体占比31%为最大消费层，城市分布均衡，三线及以下占比29%显示市场下沉趋势。

2025年中国角鲨烯补充剂消费者画像

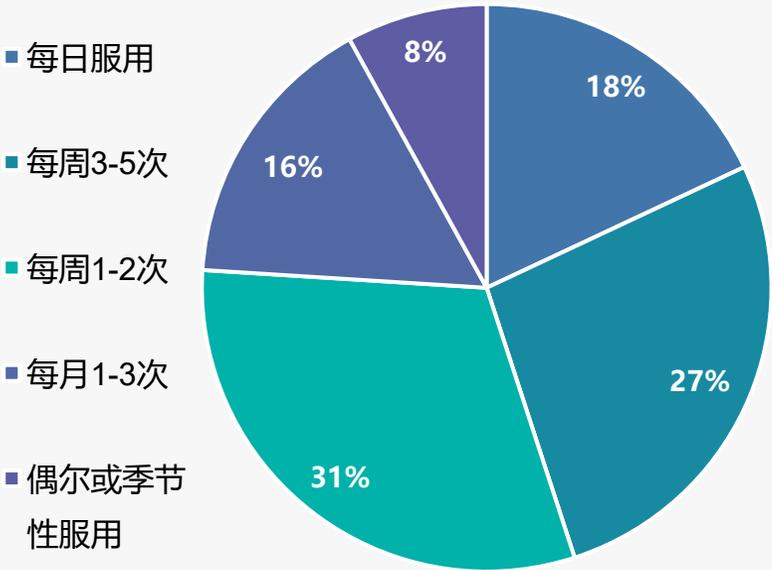


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

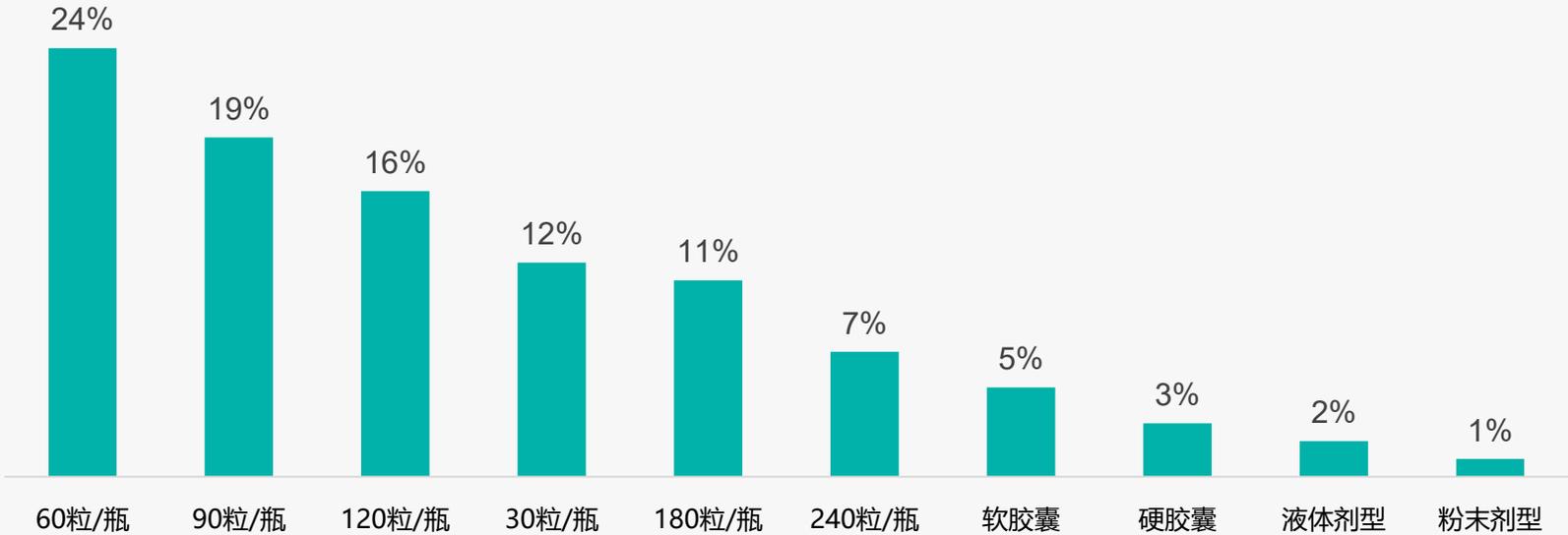
角鲨烯补充剂消费规律中等容量主导

- ◆消费频率：每周1-2次 (31%) 和每周3-5次 (27%) 合计占58%，显示多数用户规律服用角鲨烯补充剂，而非每日 (18%)。
- ◆产品规格：60粒/瓶占比最高 (24%)，90粒/瓶次之 (19%)，中等容量受欢迎；剂型以软胶囊 (5%) 和硬胶囊 (3%) 为主。

2025年中国角鲨烯补充剂消费频率分布



2025年中国角鲨烯补充剂消费产品规格分布

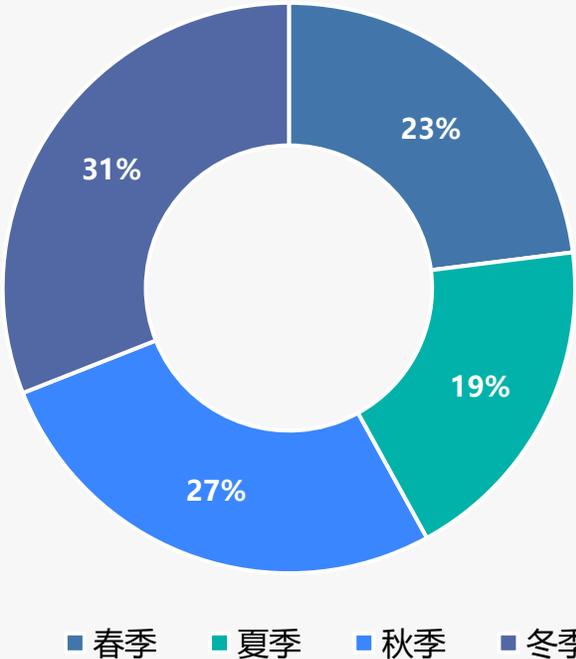


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

中等价位主导 冬季消费突出

- ◆消费支出以100-300元为主，占比38%，冬季消费最高达31%，显示中等价位和季节性健康需求显著。
- ◆包装类型中塑料瓶装占34%，玻璃瓶装22%，铝塑泡罩包装18%，便捷性和成本影响消费者选择。

2025年中国角鲨烯补充剂消费行为季节分布 2025年中国角鲨烯补充剂单次消费支出分布



2025年中国角鲨烯补充剂消费品包装类型分布

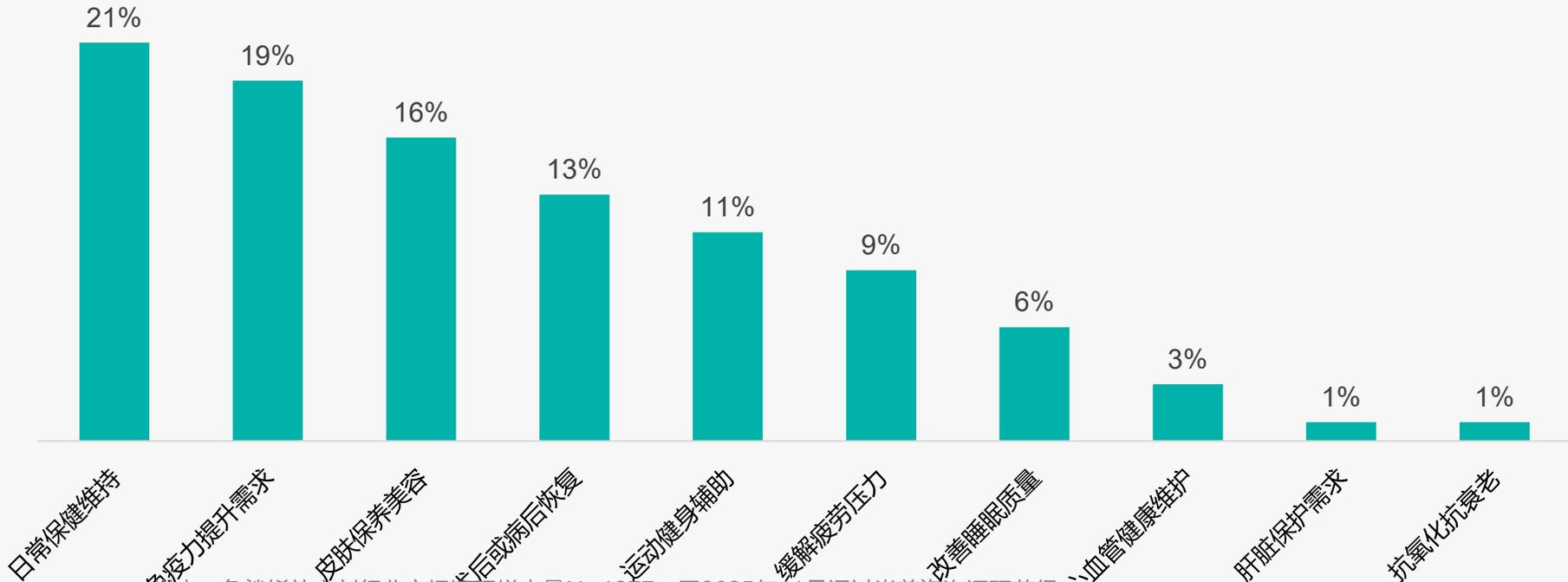


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

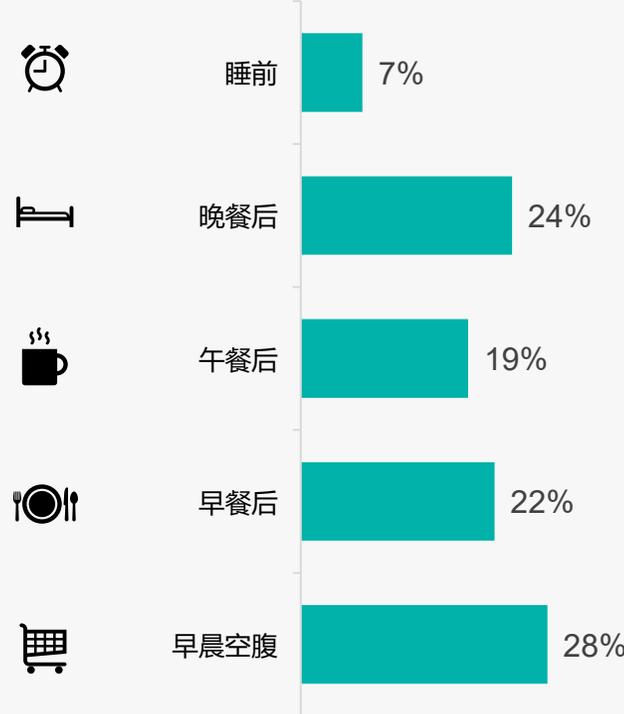
角鲨烯消费场景健康美容时段随餐

- ◆消费场景中，日常保健维持、免疫力提升和皮肤保养美容合计占56%，显示角鲨烯主要用于基础健康维护和美容需求，术后恢复和运动辅助也占一定比例。
- ◆消费时段分布显示，早晨空腹、早餐后和晚餐后合计占74%，表明消费者偏好随餐或空腹服用，可能与吸收效果相关，睡前使用较少。

2025年中国角鲨烯补充剂消费场景分布



2025年中国角鲨烯补充剂消费时段分布

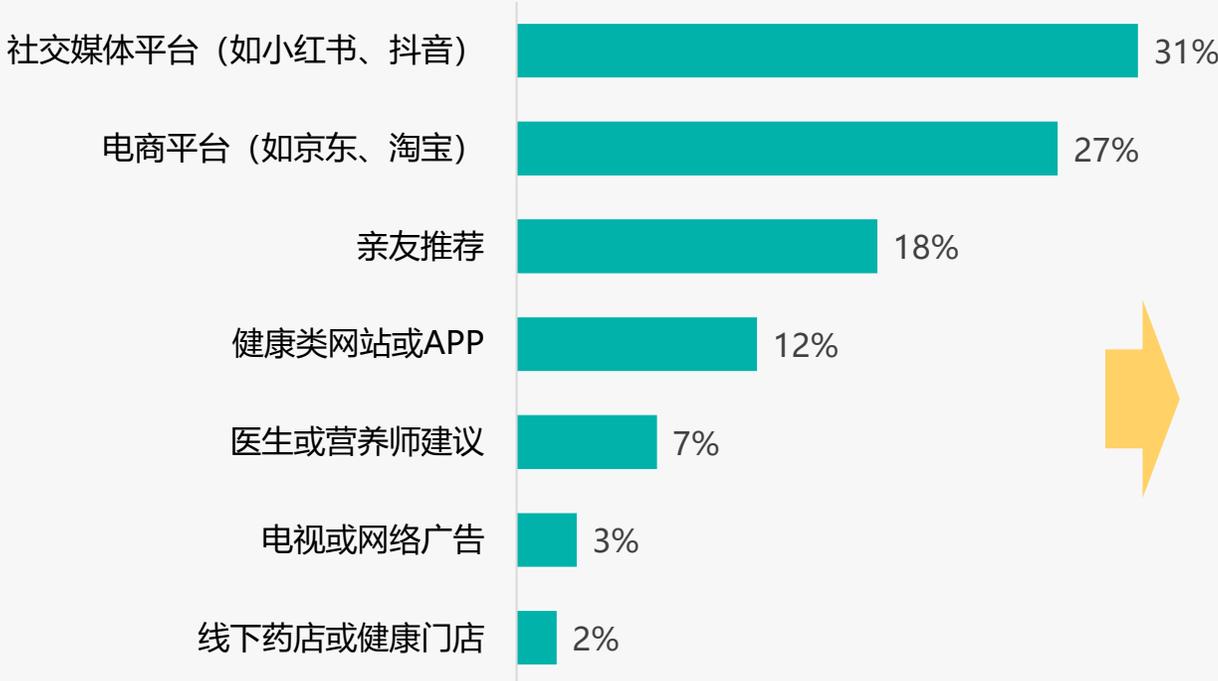


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

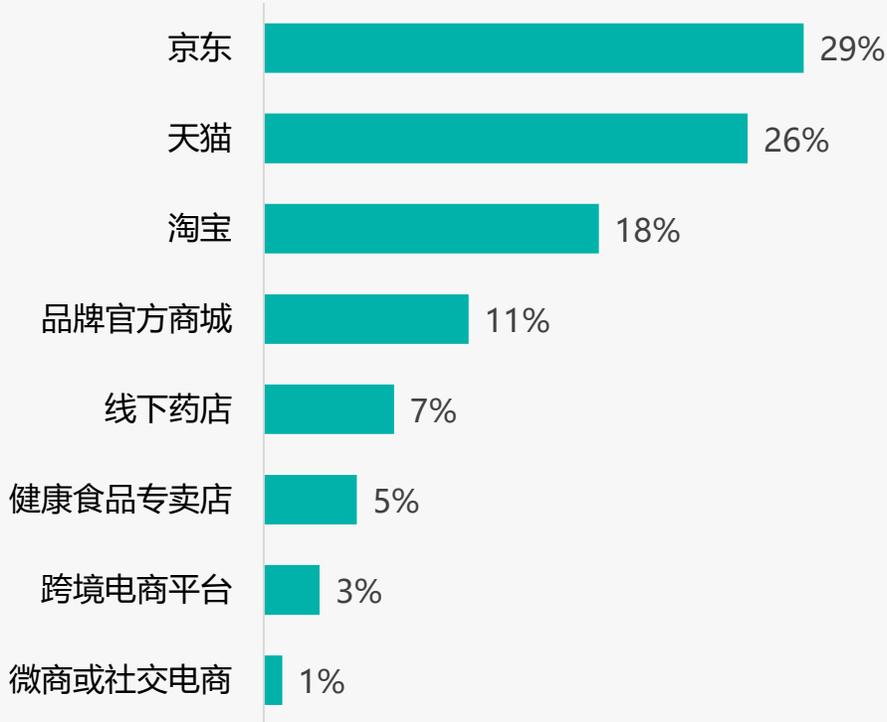
数字渠道主导了解 电商平台核心购买

- ◆消费者了解角鲨烯补充剂主要通过社交媒体平台（31%）和电商平台（27%），数字渠道主导信息传播，传统渠道如电视广告（3%）影响较小。
- ◆购买渠道集中在京东（29%）、天猫（26%）和淘宝（18%），电商平台是核心，品牌官方商城（11%）和线下药店（7%）作为补充。

2025年中国角鲨烯补充剂用户了解产品渠道分布



2025年中国角鲨烯补充剂用户购买产品渠道分布

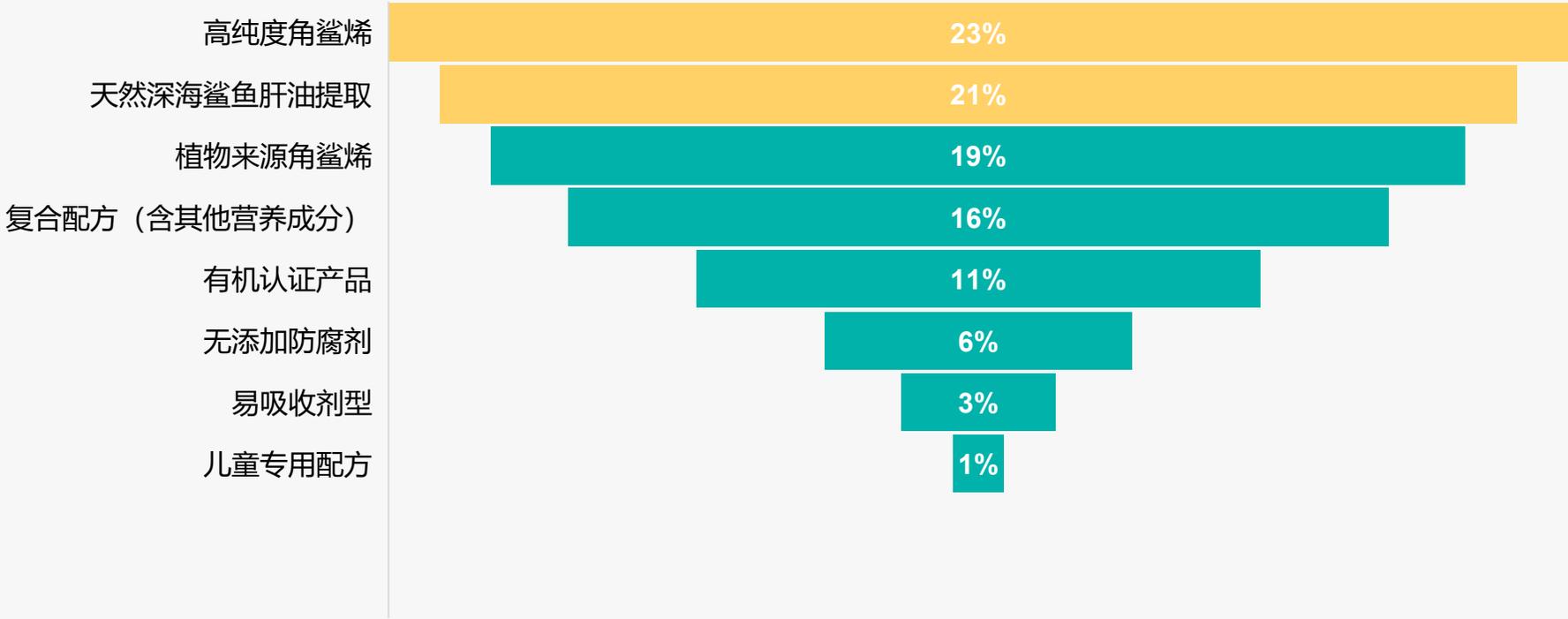


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

高纯度天然角鲨烯受青睐 功能性产品有潜力

- ◆调研显示，高纯度角鲨烯偏好度23%最高，天然深海鲨鱼肝油提取21%和植物来源角鲨烯19%紧随其后，消费者明显倾向于高纯度和天然来源产品。
- ◆复合配方占16%，有机认证产品占11%，而低百分比如无添加防腐剂6%和儿童专用配方1%表明功能性和小众市场仍有发展空间。

2025年中国角鲨烯补充剂消费产品偏好类型分布

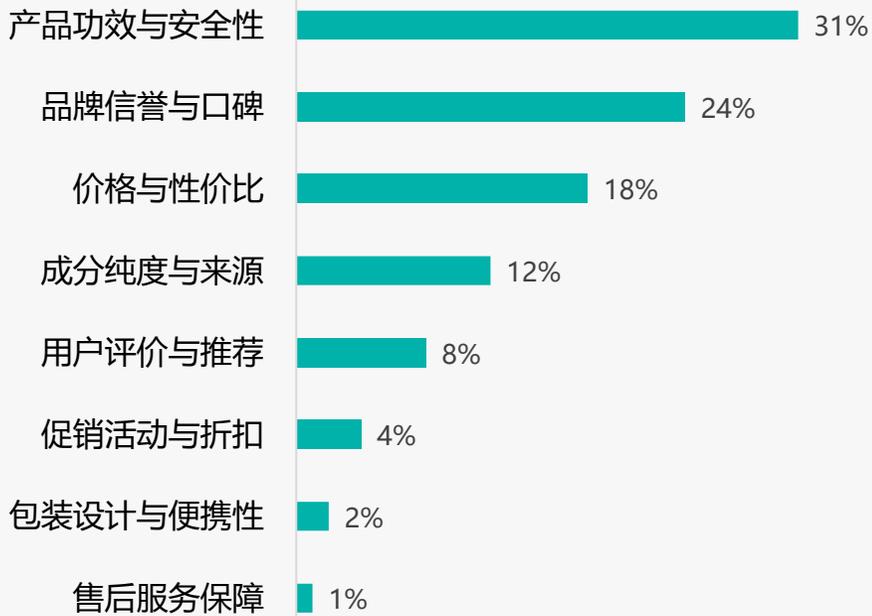


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

角鲨烯消费聚焦功效免疫美容

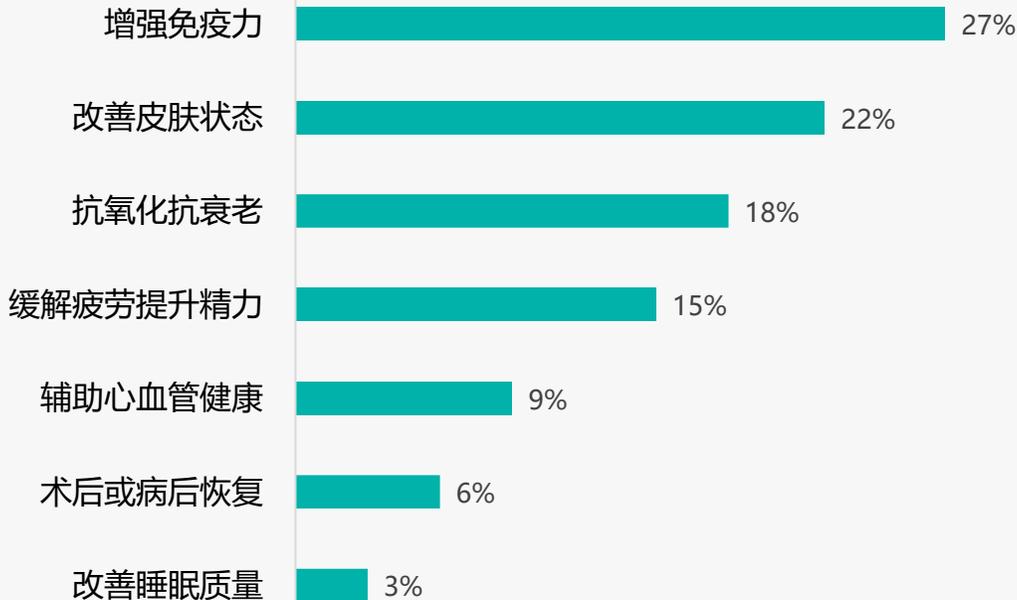
- ◆角鲨烯补充剂消费中，产品功效与安全性以31%为关键吸引因素，消费原因以增强免疫力27%、改善皮肤状态22%和抗氧化抗衰老18%为主，聚焦健康与美容需求。
- ◆次要因素如成分纯度12%、用户评价8%和促销活动4%影响有限，售后服务1%和包装设计2%作用较小，显示消费者决策高度依赖产品实际功效。

2025年中国角鲨烯补充剂吸引消费关键因素分布



样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

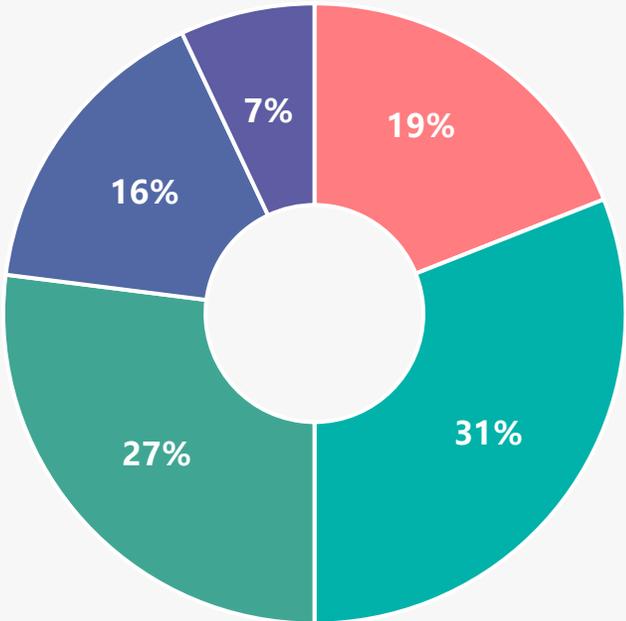
2025年中国角鲨烯补充剂消费真正原因分布



角鲨烯补充剂推荐意愿高 效果价格是关键

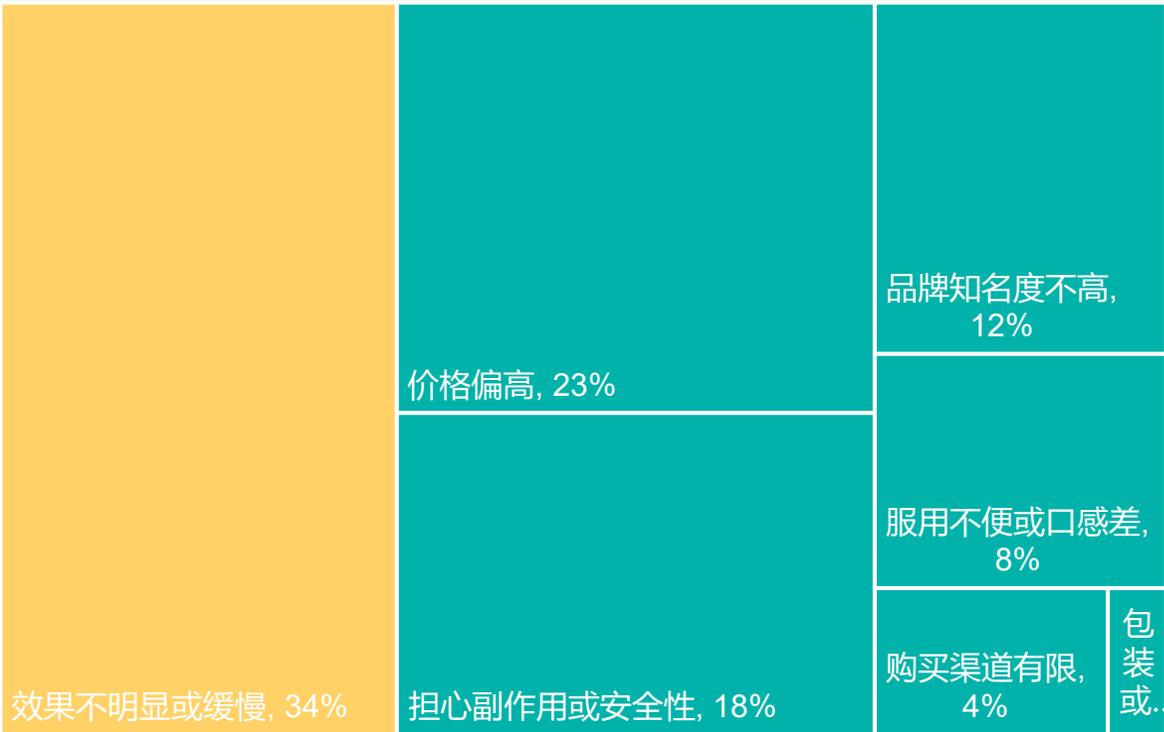
- ◆角鲨烯补充剂消费者推荐意愿较高，非常愿意推荐占19%，比较愿意推荐占31%，一般愿意推荐占27%，合计77%，显示产品接受度良好。
- ◆不愿推荐主因是效果不明显或缓慢占34%，价格偏高占23%，担心副作用占18%，需提升功效和性价比以增强用户忠诚度。

2025年中国角鲨烯补充剂用户推荐意愿分布



5分 4分 3分 2分 1分
■ 非常愿意推荐 ■ 比较愿意推荐 ■ 一般愿意推荐 ■ 不太愿意推荐 ■ 完全不愿意推荐
样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

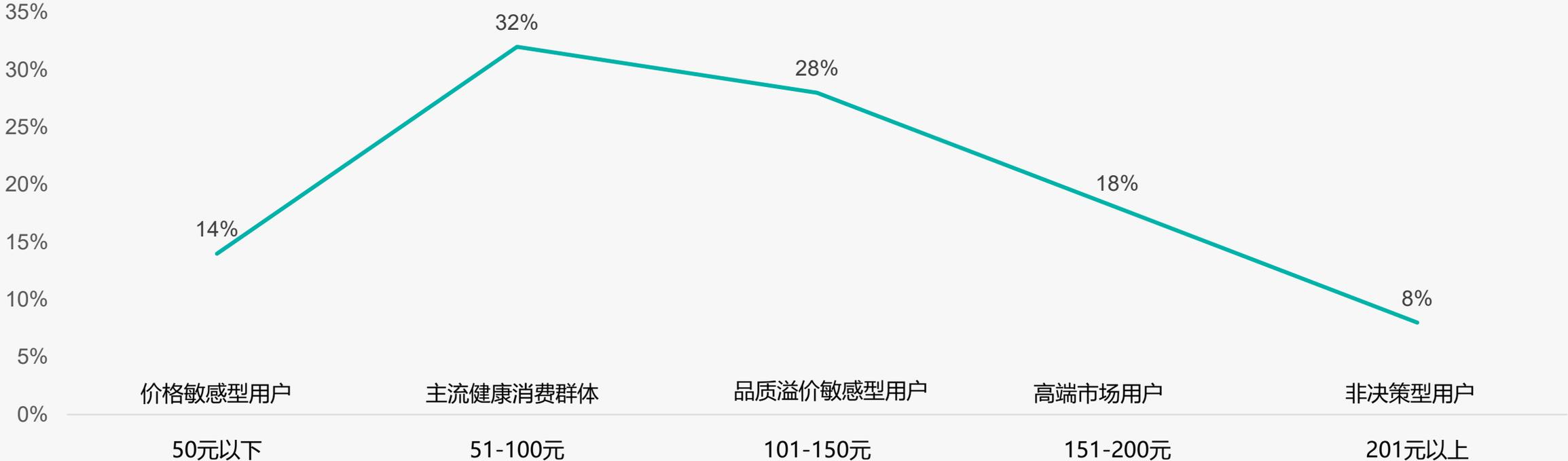
2025年中国角鲨烯补充剂用户不愿推荐原因分布



角鲨烯补充剂中端价格主导市场

- ◆角鲨烯补充剂消费调查显示，51-100元价格区间接受度最高，占32%，101-150元占28%，合计60%主导市场，反映中端价格产品最受消费者青睐。
- ◆低价50元以下和高端151-200元、201元以上区间分别占14%、18%和8%，表明市场对极端价格需求有限，企业可聚焦51-150元区间优化定价策略。

2025年中国角鲨烯补充剂主流规格价格接受度



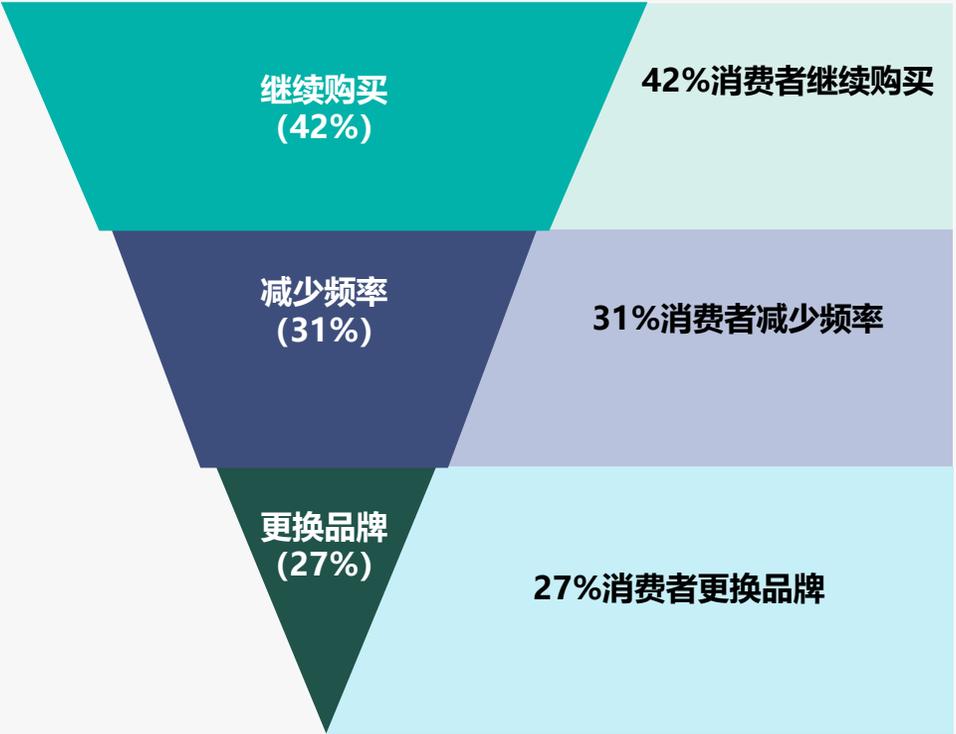
样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以60粒/瓶规格角鲨烯补充剂为标准核定价格区间

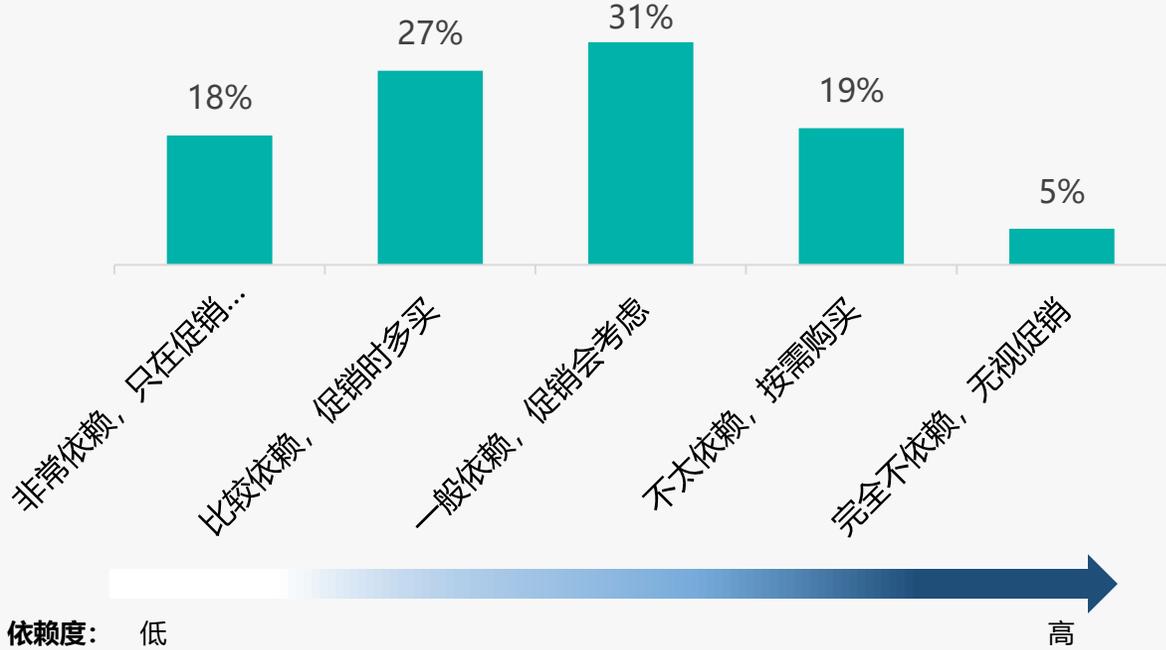
价格敏感促销关键影响购买

- ◆价格上涨10%后，42%的消费者继续购买，31%减少频率，27%更换品牌，显示价格敏感群体影响购买行为。
- ◆45%的消费者在促销时购买（18%非常依赖，27%比较依赖），促销对市场拉动作用显著，需平衡定价策略。

2025年中国角鲨烯补充剂价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国角鲨烯补充剂用户对促销活动依赖程度分布

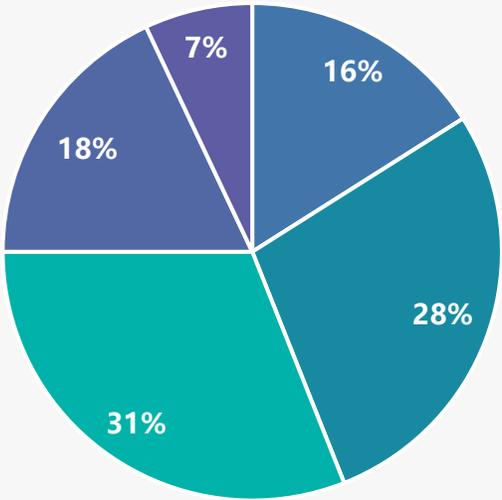


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

角鲨烯补充剂市场性价比效果驱动

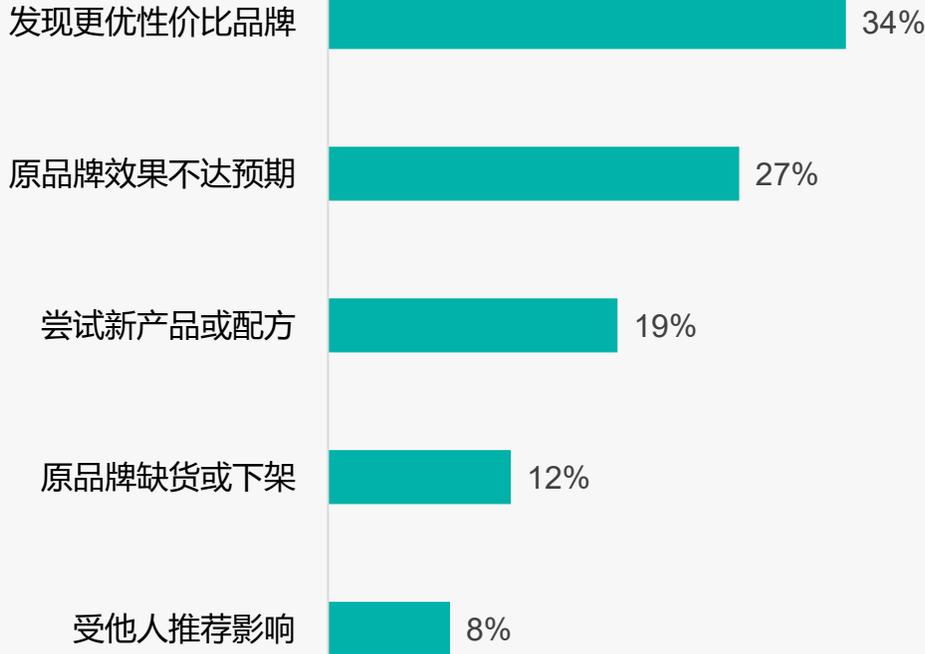
- ◆角鲨烯补充剂复购率数据显示，50-70%复购率占比最高为31%，90%以上复购率仅16%，表明消费者忠诚度中等且高忠诚用户较少。
- ◆更换品牌原因中，发现更优性价比品牌占比最高为34%，原品牌效果不达预期占27%，显示市场以性价比和产品效果为主要驱动因素。

2025年中国角鲨烯补充剂固定品牌复购率分布



- 90%以上复购率
- 70-90%复购率
- 50-70%复购率
- 30-50%复购率
- 30%以下复购率

2025年中国角鲨烯补充剂用户更换品牌原因分布

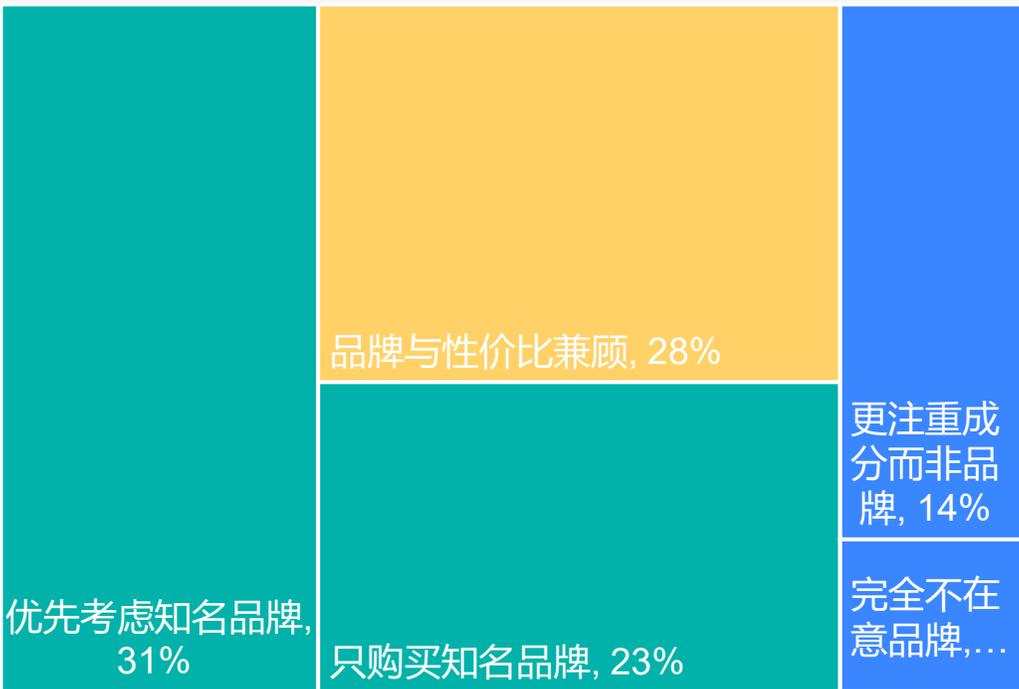


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

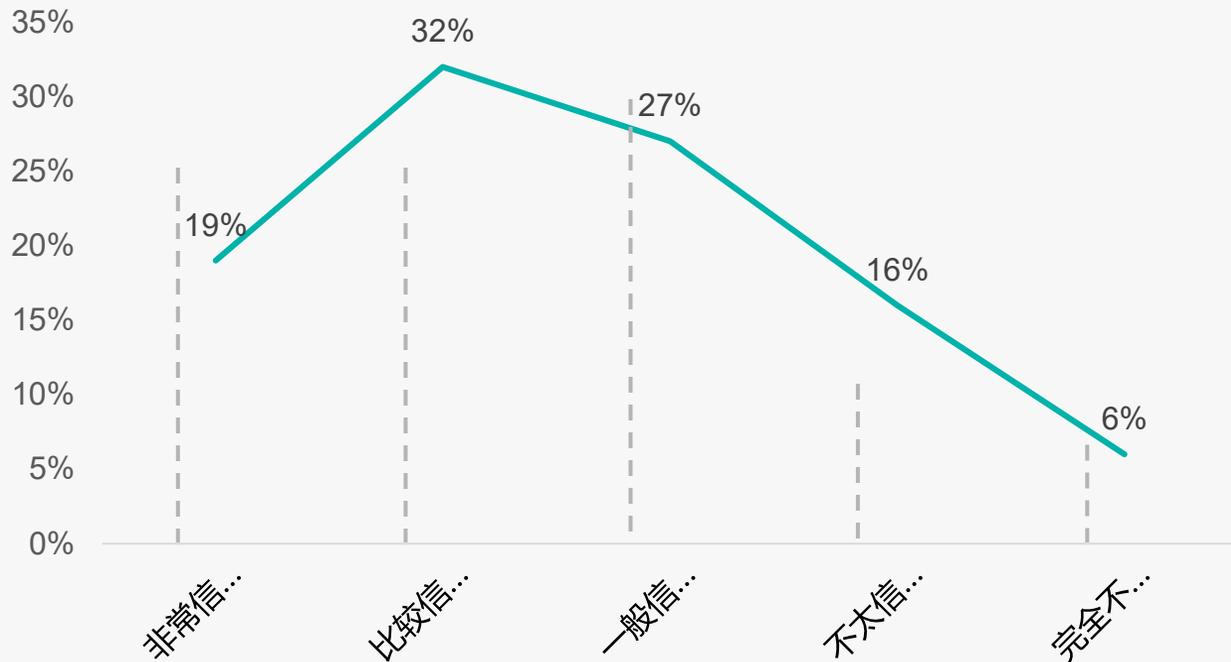
品牌主导信任分化成分关注低

- ◆角鲨烯补充剂消费中，品牌偏好突出，54%消费者优先或只购买知名品牌，显示品牌信任度高，但22%消费者不太或完全不信任品牌，市场存在信任分化。
- ◆成分关注度较低，仅14%消费者更注重成分而非品牌，可能影响产品创新；28%消费者兼顾品牌与性价比，提示企业需平衡价格与品牌价值。

2025年中国角鲨烯补充剂用户消费品牌产品意愿分布



2025年中国角鲨烯补充剂用户对品牌产品态度分布

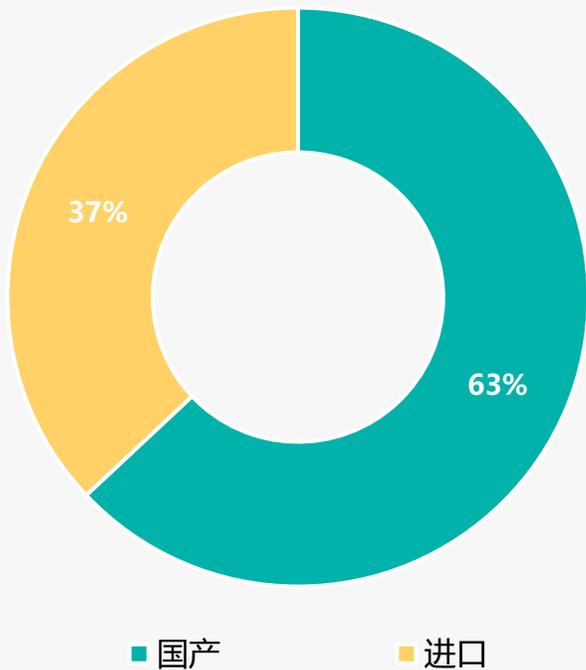


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

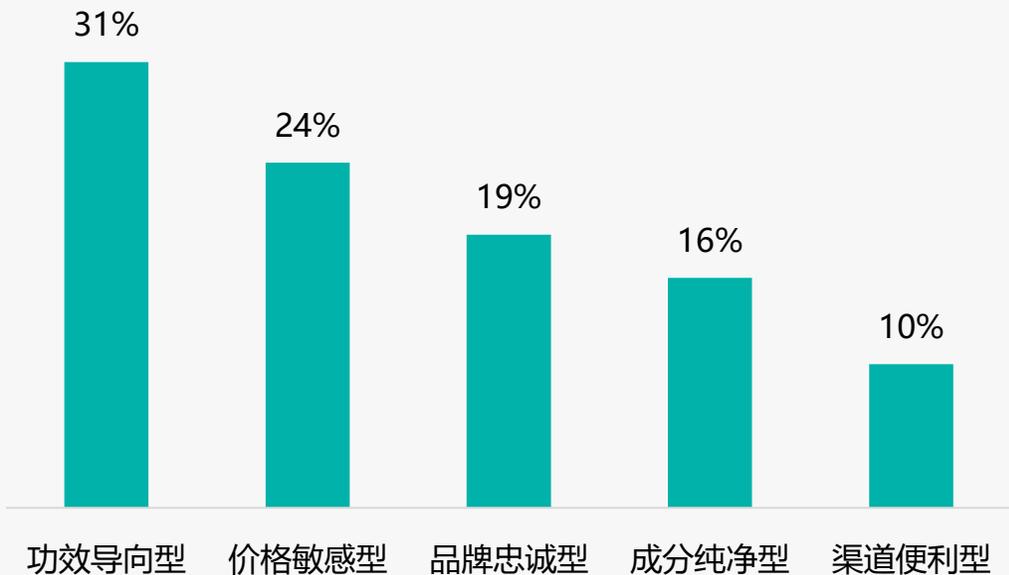
国产主导功效导向价格成分多元

- ◆ 国产角鲨烯补充剂消费占比63%，高于进口品牌的37%，显示国产品牌市场主导地位。品牌偏好以功效导向型为主，占31%。
- ◆ 价格敏感型占比24%，成分纯净型占16%，反映价格和成分质量是消费者重要考量因素，市场呈现多元化需求。

2025年中国角鲨烯补充剂国产与进口品牌消费分布



2025年中国角鲨烯补充剂品牌偏好类型分布

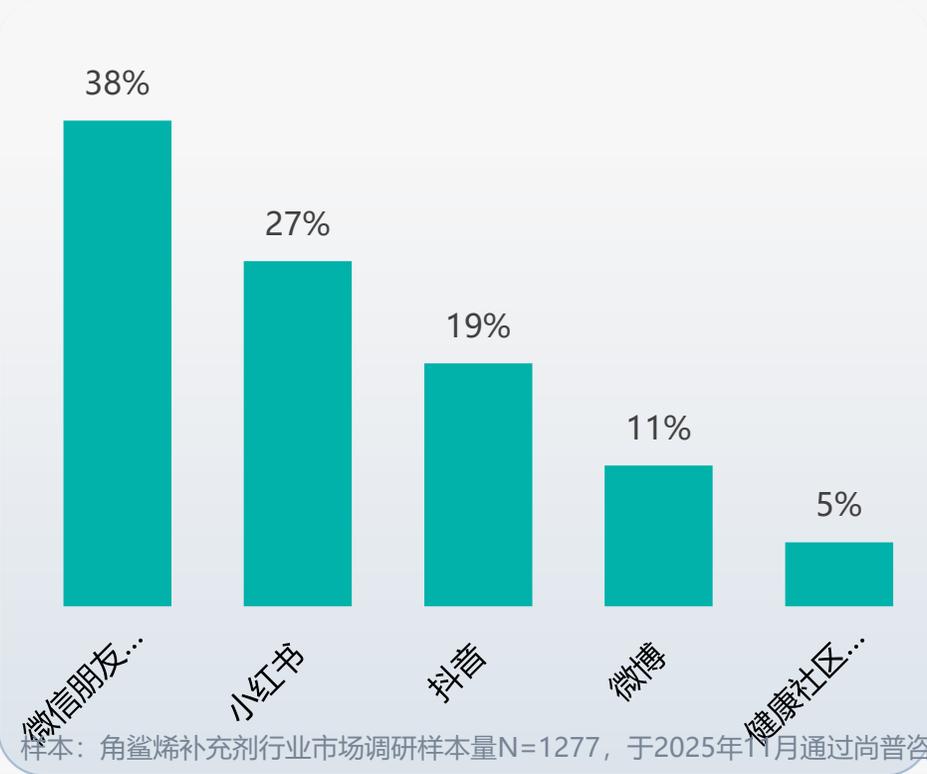


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

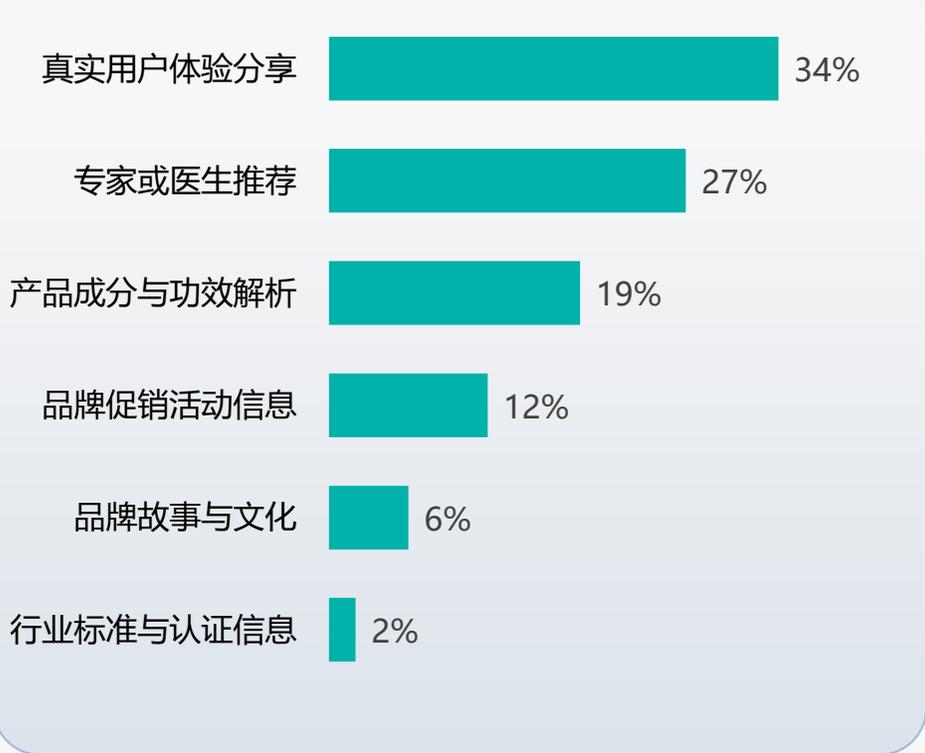
社交分享微信为主 内容偏好真实体验

- ◆社交分享以微信朋友圈38%为主，小红书27%和抖音19%次之，显示消费者偏好熟人圈和短视频平台，微博11%和健康社区论坛5%占比较低。
- ◆内容类型中真实用户体验分享34%最高，专家推荐27%次之，产品解析19%和促销12%占中，品牌故事6%和行业标准2%需加强。

2025年中国角鲨烯补充剂用户社交分享渠道分布



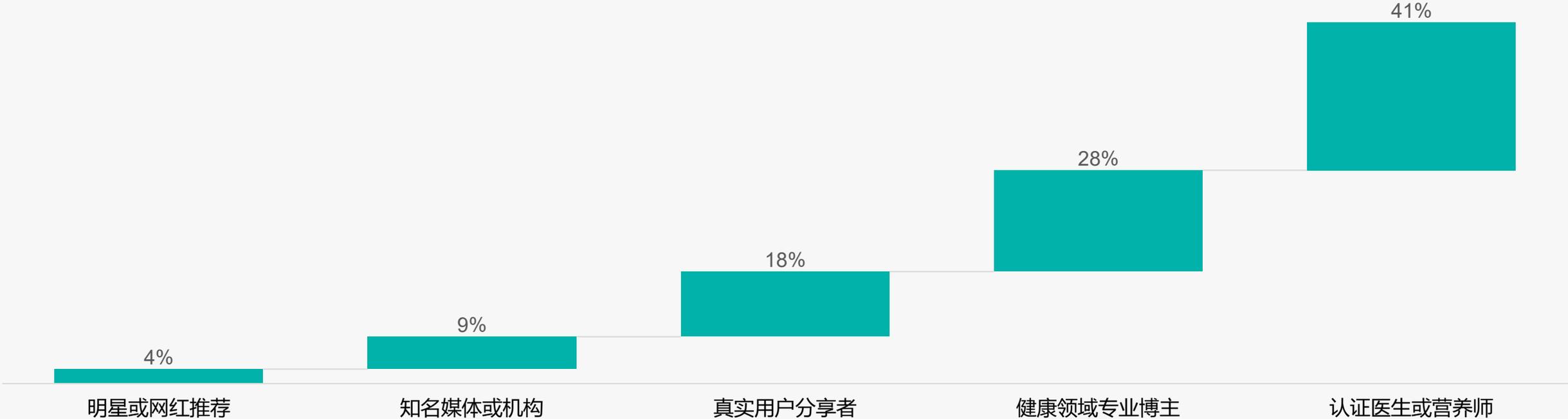
2025年中国角鲨烯补充剂用户社交渠道获取内容类型分布



专业建议主导 用户信任度高

- ◆角鲨烯补充剂消费中，社交渠道信任度最高为认证医生或营养师，占比41%，显示消费者高度依赖专业医疗建议。
- ◆健康博主和真实用户分享者合计占46%，而明星推荐仅4%，表明用户更信任权威和真实信息，而非商业化推广。

2025年中国角鲨烯补充剂用户社交渠道信任博主类型分布



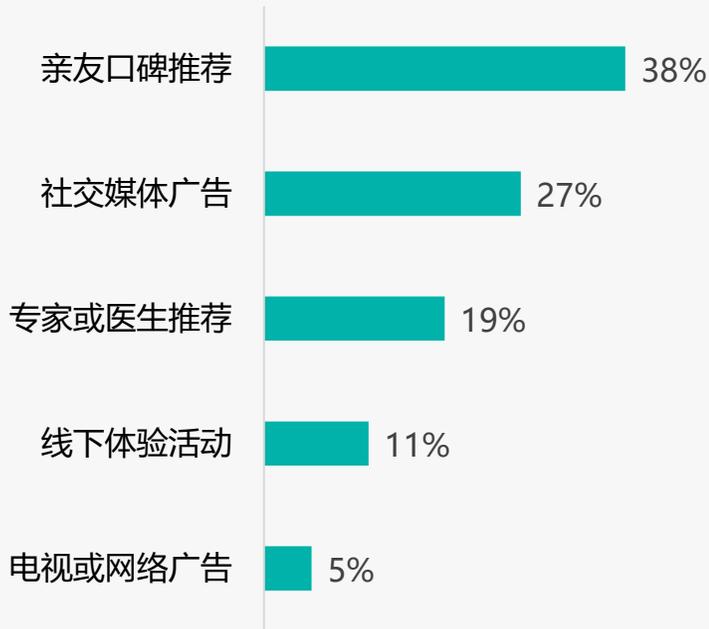
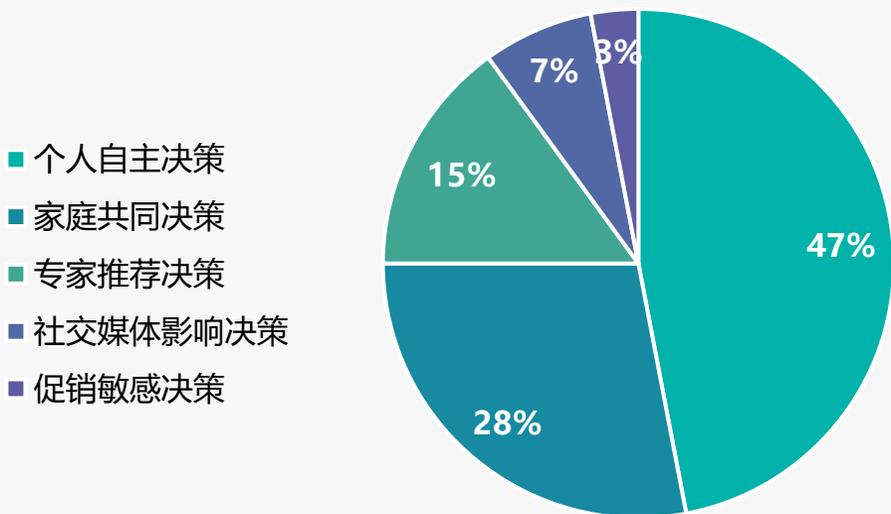
样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

口碑主导角鲨烯购买决策

- ◆亲友口碑推荐以38%占比最高，社交媒体广告27%次之，显示消费者更信任熟人推荐和在线信息，而非传统广告渠道。
- ◆专家推荐占19%，线下体验和电视广告分别占11%和5%，表明专业意见和体验活动影响力有限，购买决策以口碑为主。

2025年中国角鲨烯补充剂用户家庭广告偏好分布

2025年中国角鲨烯补充剂消费决策者类型分布

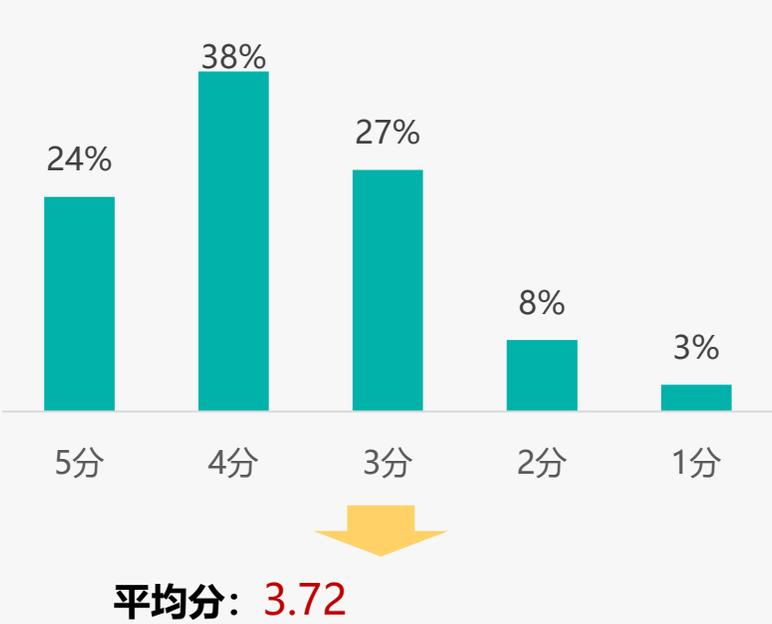


样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

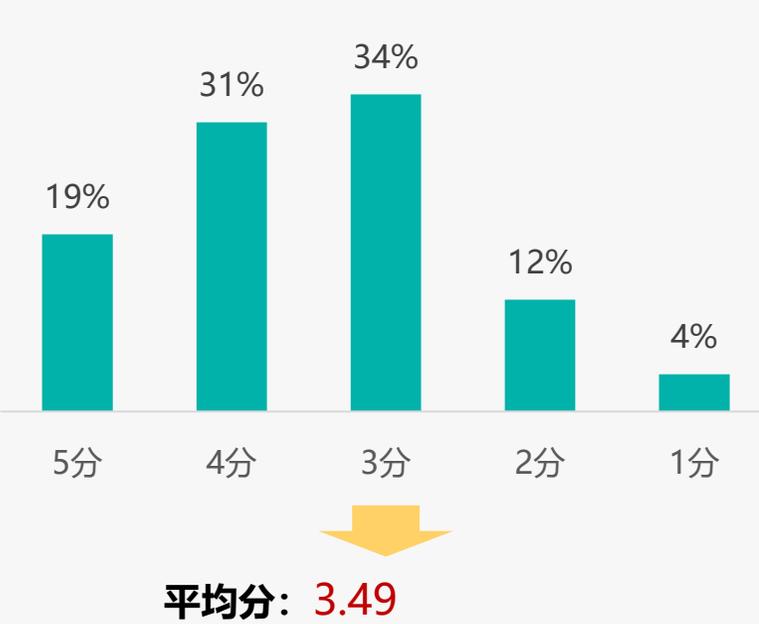
线上消费满意退货需改进

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计占比62%，退货体验满意度较低，5分和4分合计占比50%，显示退货环节需改进。
- ◆客服满意度中5分和4分合计占比58%，整体表现尚可，负面反馈较少，2分和1分占比普遍较低。

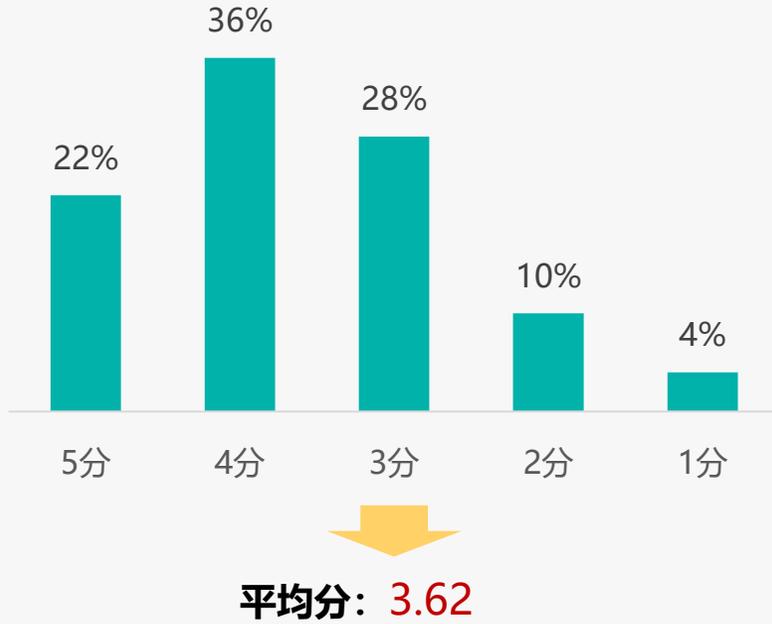
2025年中国角鲨烯补充剂线上消费流程满意度分布 (满分5分)



2025年中国角鲨烯补充剂退货体验满意度分布 (满分5分)



2025年中国角鲨烯补充剂线上消费客服满意度分布 (满分5分)

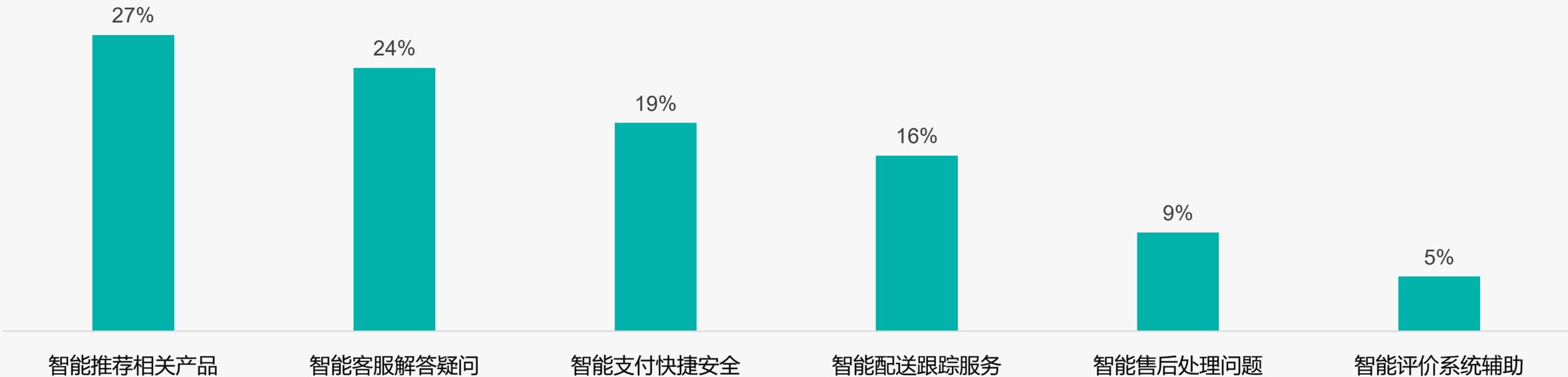


样本: 角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277, 于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服主导 售后评价待提升

- ◆智能推荐相关产品占比27%，智能客服解答疑问占24%，显示消费者对个性化和即时服务需求高，是提升线上消费体验的关键因素。
- ◆智能支付快捷安全占19%，智能配送跟踪服务占16%，而智能售后和评价系统占比较低，分别为9%和5%，表明售后环节智能服务应用有待加强。

2025年中国角鲨烯补充剂线上消费智能服务体验分布



样本：角鲨烯补充剂行业市场调研样本量N=1277，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