

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月海狗海豹油补充剂市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Seal Oil 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：中年女性主导海狗油消费，关注健康需求

-  36-45岁中年人群占比34%，女性略多于男性，为主要消费群体。
-  消费决策以个人健康管理(42%)和为家人购买(38%)为主导。
-  中等收入群体(5-8万元占31%)是消费主力，消费意愿较强。

启示

- ✓ **聚焦中年女性健康需求**

品牌应针对36-45岁女性消费者，开发满足个人和家庭健康维护需求的产品，强调健康功效。

- ✓ **强化家庭健康定位**

营销应突出产品对家人健康的益处，吸引为家庭购买决策者，提升产品家庭使用场景。

核心发现2：消费频率高，中小规格主导，中端价位主流



每周服用占31%，每日服用占24%，规律性消费占比过半，市场渗透度高。



产品规格以60粒装26%为主，30粒18%和90粒22%次之，中小规格合计66%。



单次消费支出100-300元占38%最高，500元以上占21%，中端价位主导。

启示

✓ 优化产品规格组合

重点布局60粒、30粒、90粒等中小规格产品，满足消费者短期或中等用量偏好，提升复购。

✓ 巩固中端价格带优势

维持100-300元主流价格区间，同时可探索500元以上高端市场潜力，平衡品质与价值。

核心发现3：功效驱动消费，口碑社交主导信息传播



产品功效占31%是吸引消费关键因素，品牌信誉19%和价格优惠15%也重要。



消费者了解产品主要通过亲友推荐(28%)和社交媒体(22%)，口碑影响显著。



购买渠道以京东(32%)和天猫(28%)为主，电商平台是主要销售渠道。

启示

✓ 强化产品功效宣传

营销核心应突出产品健康效果，如改善关节、维护心血管健康等，建立专业可信形象。

✓ 深化口碑营销策略

利用亲友推荐和社交媒体平台，鼓励用户分享真实体验，提升品牌信任度和购买转化。

品牌方行动清单

核心逻辑：功效与口碑驱动中年女性健康消费



1、产品端

- ✓ 聚焦高纯度EPA/DHA核心功效产品
- ✓ 开发中小规格瓶装，满足规律性需求



2、营销端

- ✓ 强化亲友推荐与社交平台口碑营销
- ✓ 利用专业博主与真实用户分享建立信任



3、服务端

- ✓ 优化客服响应机制，提升满意度
- ✓ 提供个性化智能推荐与便捷支付配送

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** 海狗海豹油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海狗海豹油补充剂品牌的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对海狗海豹油补充剂的购买行为;
- 海狗海豹油补充剂市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

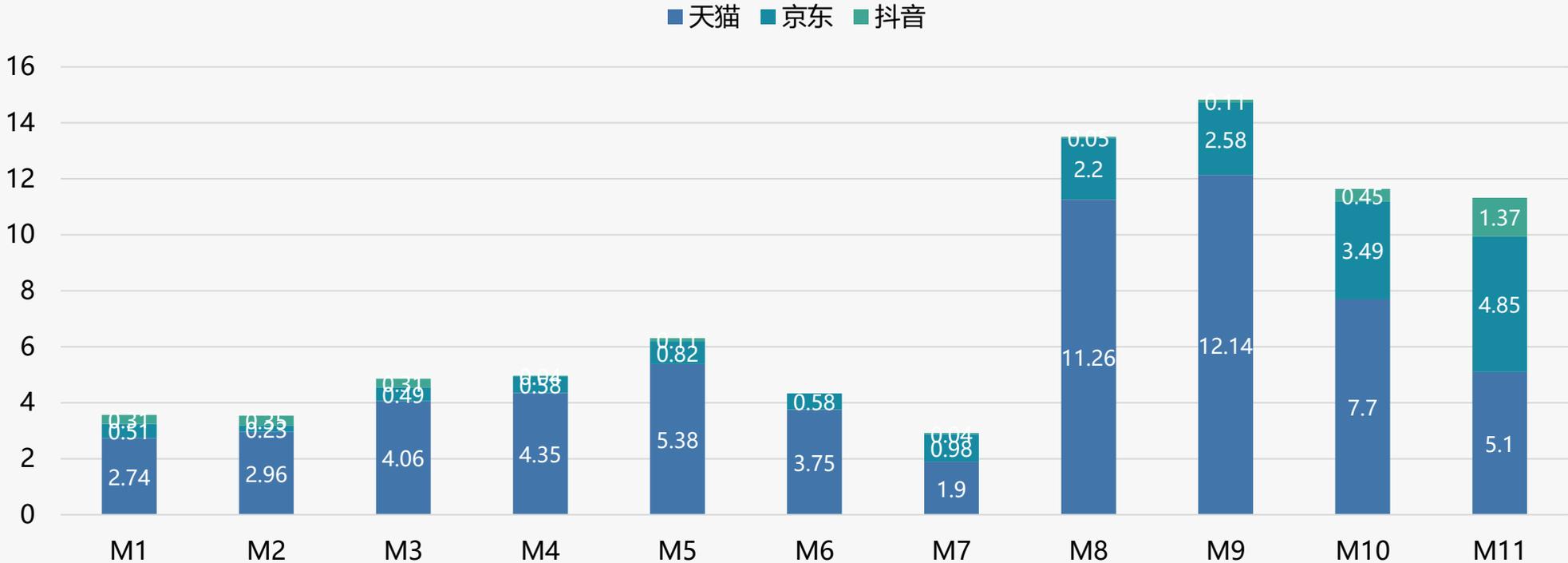
Research Method

- **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, 计算海狗海豹油补充剂品类销售额、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、不同平台海狗海豹油补充剂品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

海狗油线上销售天猫主导京东抖音增长强劲

- ◆从渠道结构看，天猫平台占据主导地位，1-11月累计销售额达5.95亿元，占总线上销售额的65.2%；京东渠道增长强劲，11月销售额达0.48亿元，环比增长38.7%，显示渠道竞争加剧。抖音渠道虽规模较小但波动显著，11月销售额激增至0.14亿元，可能受促销活动影响。
- ◆从月度趋势和平台动态分析，销售额呈现明显的季节性波动，8-10月为销售高峰期，其中9月达到峰值1.22亿元，较1月增长343%。京东渠道份额持续提升，从1月的15.7%增长至11月的42.9%，而天猫份额从87.5%下降至45.1%。抖音在11月贡献12.1%的份额，显示新兴渠道潜力。建议企业加强多渠道布局，平衡ROI，以应对市场结构变化带来的业务风险。

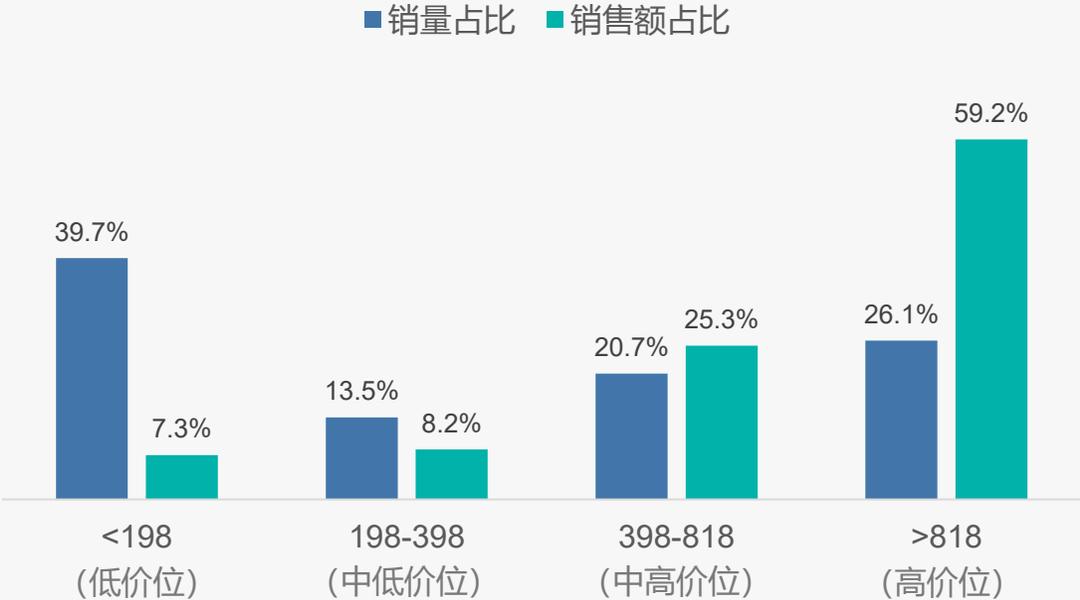
2025年1月~11月海狗海豹油补充剂品类线上销售规模（百万元）



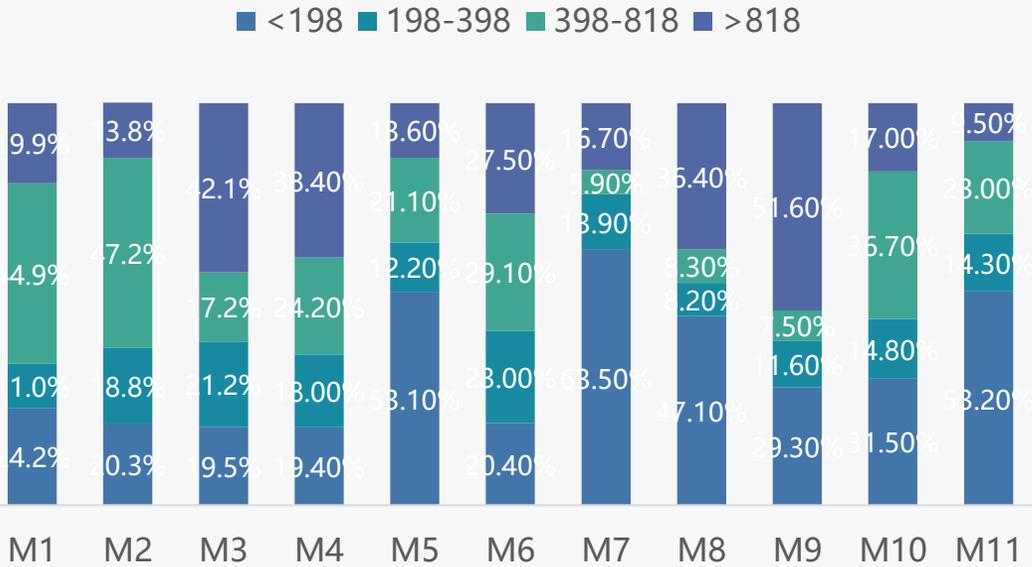
高端驱动增长 中端潜力关键 低端竞争激烈

- ◆从价格区间销售趋势看，海狗海豹油市场呈现明显的消费升级特征。>818元的高端价格带虽销量占比仅26.1%，但贡献了59.2%的销售额，表明高客单价产品具有强劲的盈利能力。而<198元的低价带销量占比39.7%却仅贡献7.3%销售额，显示低端市场竞争激烈且利润空间有限。建议企业优化产品结构，向高附加值区间倾斜以提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示市场存在明显的季节性波动和促销影响。M5、M7、M11月<198元低价带销量占比均超50%，可能与电商大促活动相关；而M3、M9月>818元高端产品销量占比显著提升，分别达42.1%和51.6%，反映消费者在特定时期更倾向高品质消费。建议企业制定差异化营销策略，在促销期主推引流款，

2025年1月~11月海狗海豹油补充剂线上不同价格区间销售趋势



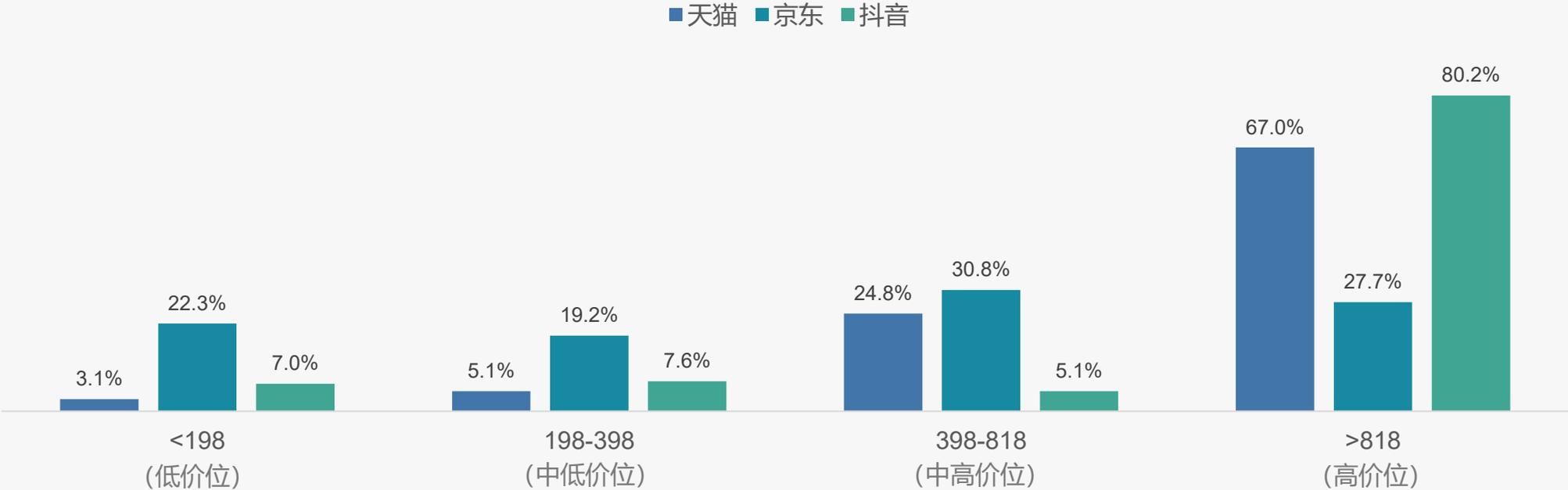
海狗海豹油补充剂线上价格区间-销量分布



高端主导天猫抖音 京东均衡覆盖市场

- ◆从价格区间分布看，天猫和抖音平台呈现明显的两极分化趋势，高价区间（>818元）分别占据67.0%和80.2%的份额，显示消费者对高端海狗海豹油补充剂有较强购买意愿，可能反映品牌溢价和品质信任度较高；而京东平台价格分布相对均衡，各区间占比在19.2%-30.8%之间，表明其市场定位更注重全价格覆盖，适合不同消费层次用户。
- ◆低价区间（<198元）在京东平台占比最高达22.3%，远高于天猫的3.1%和抖音的7.0%，结合京东平台整体价格分布均衡，推测京东可能通过促销活动或自有品牌策略吸引价格敏感型消费者，这有助于提升用户粘性和市场渗透率，但需关注低价产品对整体毛利率的影响。

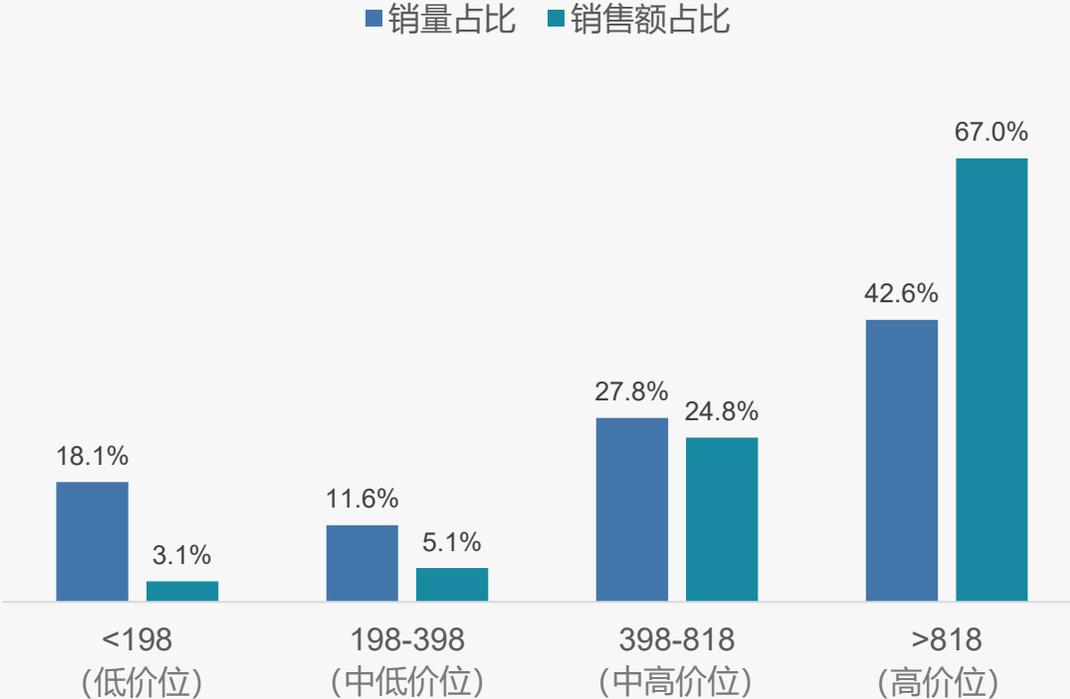
2025年1月~11月各平台海狗海豹油补充剂不同价格区间销售趋势



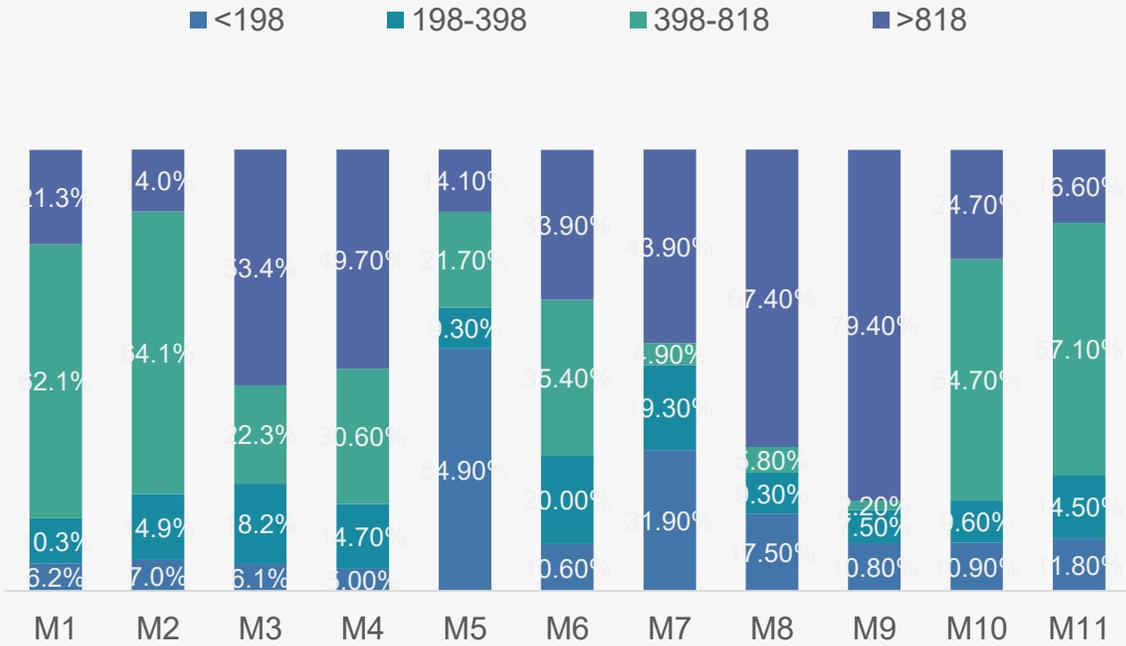
高端驱动增长 季节影响显著 价格结构分层

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台呈现明显的消费升级特征。>818元高价区间贡献了67.0%的销售额，但仅占42.6%的销量，表明高客单价产品具有更强的盈利能力。相反，<198元低价区间销量占比18.1%仅贡献3.1%的销售额，显示低端市场利润空间有限。建议品牌方优化产品结构，向高附加值区间倾斜以提升整体ROI。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动和促销影响。M5月<198元区间占比飙升至54.9%，可能受618大促前低价引流策略影响；M8-M9月>818元区间占比分别达67.4%和79.4%，反映高端产品在传统滋补季（秋冬）需求旺盛。建议企业实施动态定价策略，在旺季主推高端产品，淡季通过中端产品维持周转率。

2025年1月~11月天猫平台海狗海豹油补充剂不同价格区间销售趋势



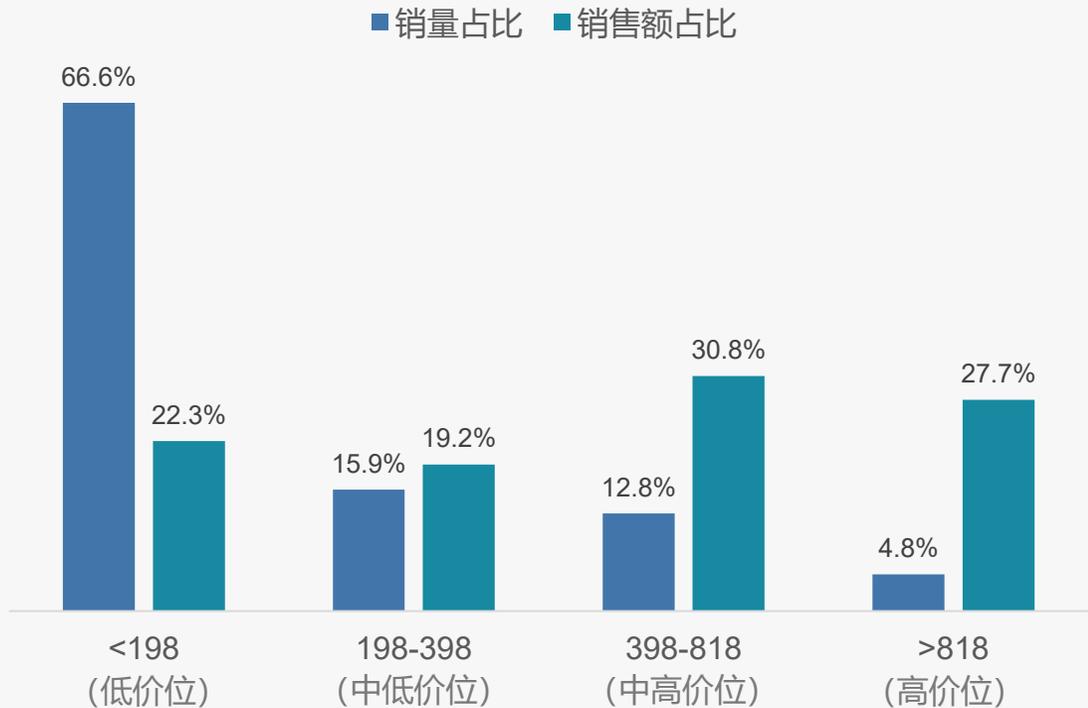
天猫平台海狗海豹油补充剂价格区间-销量分布



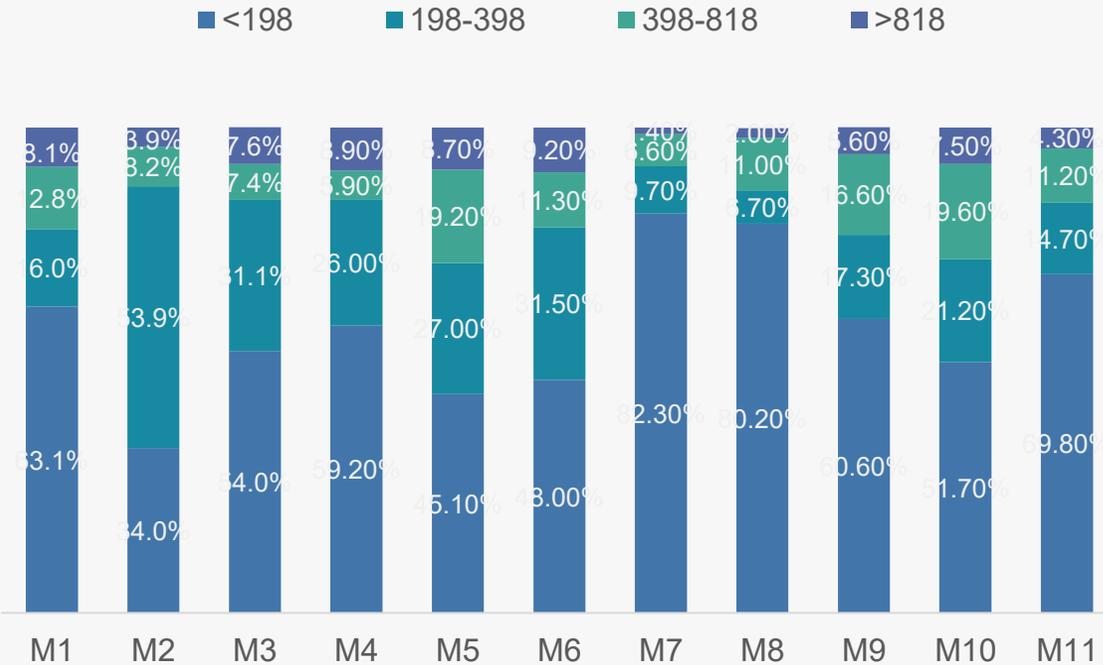
高端产品利润高 销量波动季节性 中高端市场潜力大

- ◆从价格结构看，京东平台呈现明显的销量与销售额倒挂现象。<198元低价区间贡献66.6%销量但仅占22.3%销售额，而>818元高端产品以4.8%销量贡献27.7%销售额，显示高端产品具有更高的客单价和利润空间。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以提高整体营收质量。
- ◆月度销量分布显示显著季节性波动。M7-M8月<198元区间占比骤升至80%以上，可能与夏季促销活动相关；而M2月198-398元区间占比53.9%为全年峰值，反映春节前后消费升级趋势。企业需根据季节性调整库存和营销策略，把握消费周期提升周转率。建议重点发展中高端产品线，通过产品创新和品牌溢价提升市场份额，同时关注低价区间作为流量入口的价值。

2025年1月~11月京东平台海狗海豹油补充剂不同价格区间销售趋势



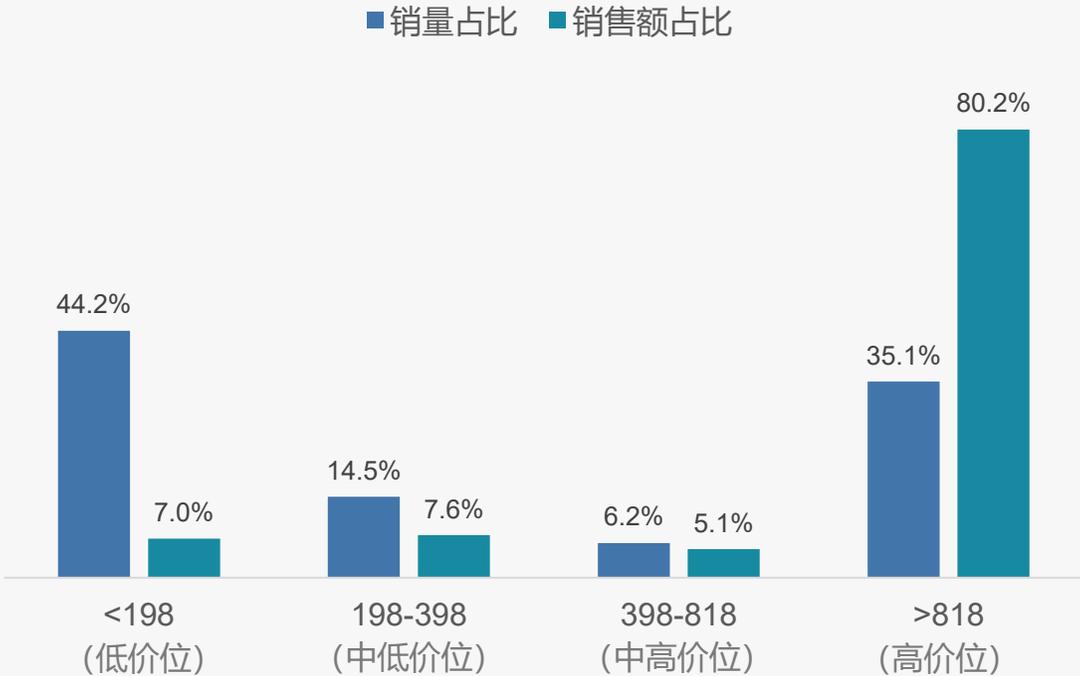
京东平台海狗海豹油补充剂价格区间-销量分布



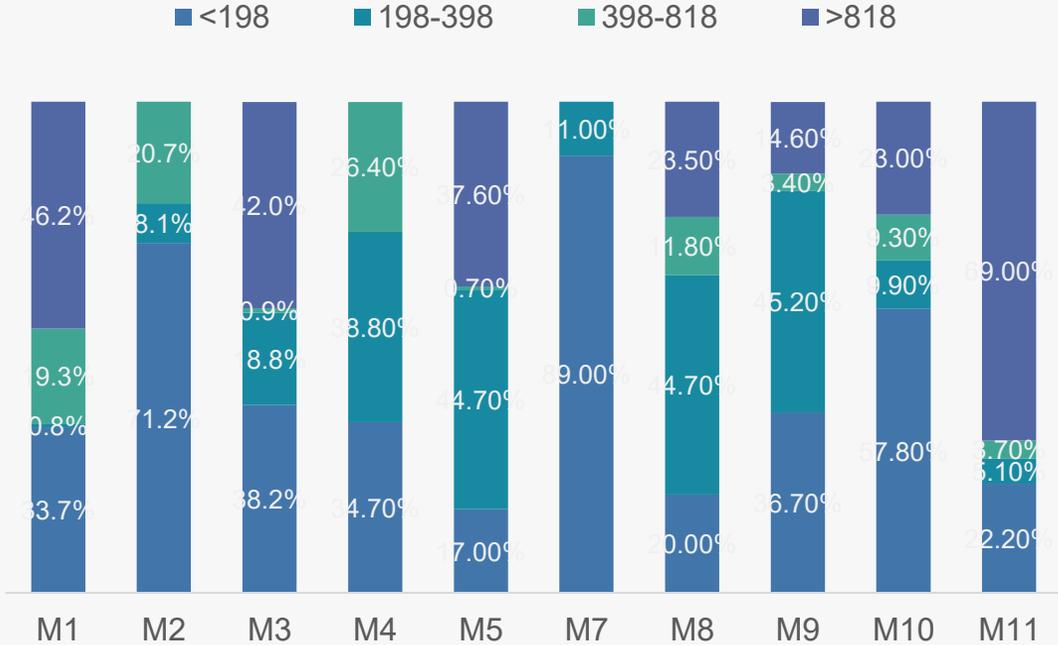
高端产品主导市场 季节波动影响销量

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台呈现明显的两极分化特征。>818元高价区间以35.1%的销量贡献80.2%的销售额，显示高端产品具有极强的溢价能力；而<198元低价区间销量占比44.2%但销售额仅占7.0%，说明低价产品主要承担引流功能。建议企业优化产品组合，通过高端产品提升毛利率，同时利用低价产品扩大市场份额。
- ◆月度销量分布显示市场存在明显的季节性波动。M11月>818元区间销量占比达69.0%，可能与年末送礼需求相关；M7月198-398元区间占比89.0%，显示夏季消费趋于理性。398-818元中端产品在M4月占比26.4%后持续走低，表明该价格带竞争力不足。建议企业根据季节特点调整营销策略，在旺季主推高端产品，

2025年1月~11月抖音平台海狗海豹油补充剂不同价格区间销售趋势



抖音平台海狗海豹油补充剂价格区间-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** 海狗海豹油补充剂消费行为、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年内购买过海狗海豹油补充剂的消费者;
- 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

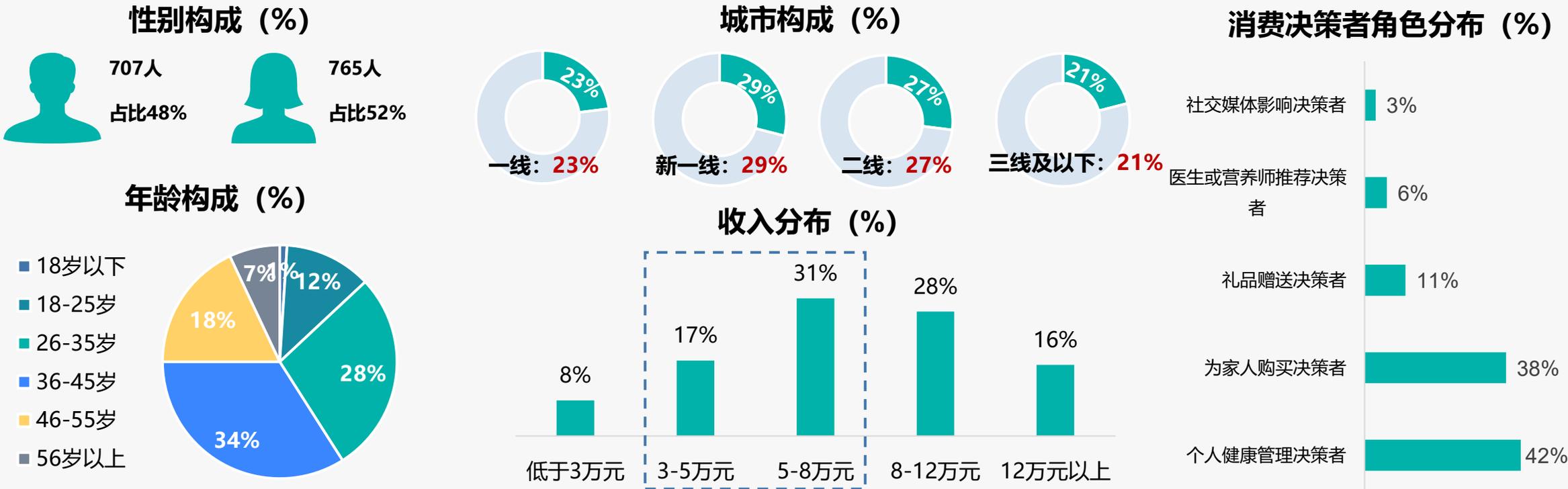
Research Method

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=1472

中年女性主导海狗油消费健康需求

- ◆ 调查显示，海狗海豹油补充剂消费者以36-45岁中年人群为主，占比34%，女性略多于男性。消费决策以个人健康管理（42%）和为家人购买（38%）为主导。
- ◆ 中等收入群体（5-8万元占31%）是消费主力，城市分布均衡，新一线城市占29%。产品主要用于健康需求，礼品和推荐决策占比较低。

2025年中国海狗海豹油补充剂消费者画像

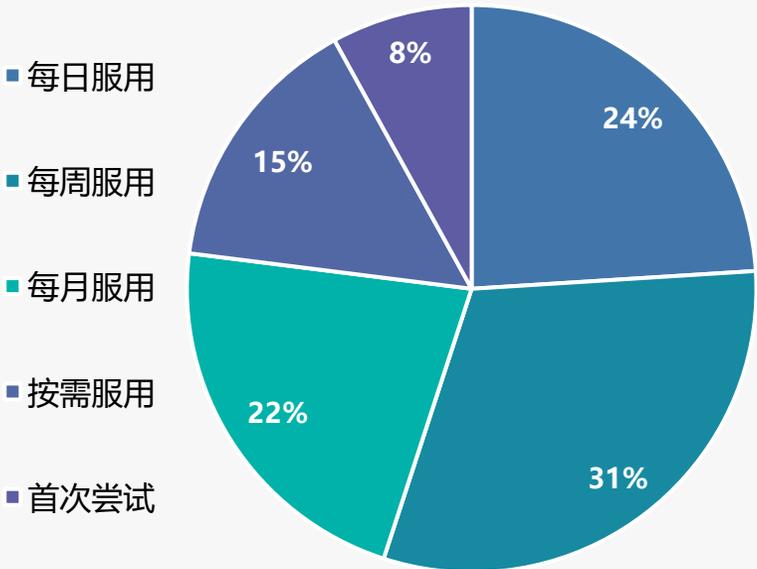


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

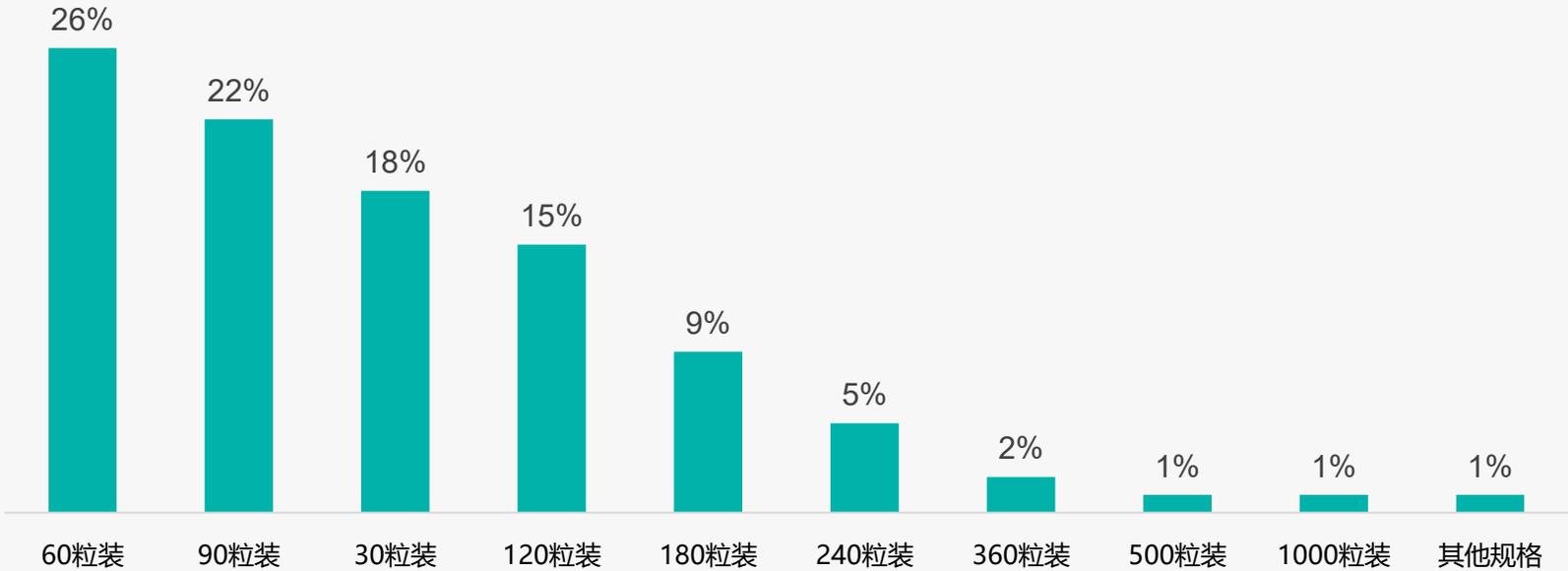
海狗油消费频率高规格小主导

- ◆消费频率中每周服用31%最高，每日服用24%，规律性消费占比过半。首次尝试仅8%，显示市场复购率高，渗透度强。
- ◆产品规格以60粒装26%为主，30粒装18%和90粒装22%次之，中小规格合计66%。大规格需求低，如180粒装仅9%。

2025年中国海狗海豹油补充剂消费频率分布



2025年中国海狗海豹油补充剂产品规格分布

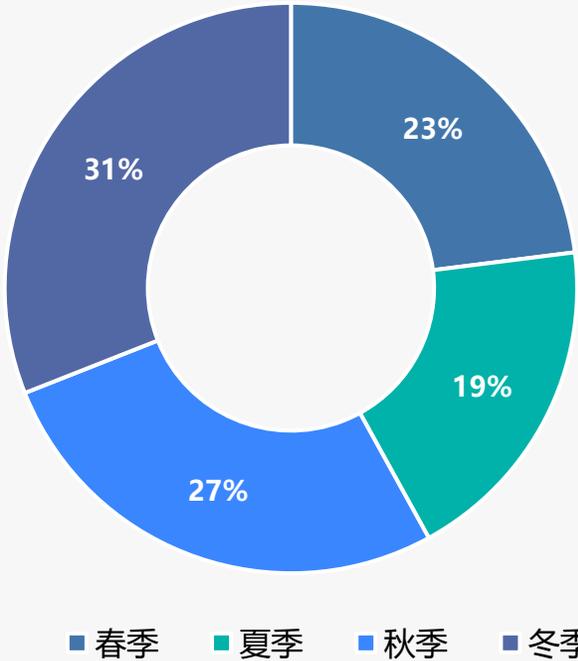


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

中等价位主导 冬季需求高 瓶装偏好强

- ◆ 单次消费支出以100-300元为主，占比38%，500元以上占21%，显示中等价位主导，高端市场有潜力。消费季节分布冬季最高，占31%，秋季次之，占27%。
- ◆ 包装类型中瓶装占比最高，为45%，盒装占28%，礼盒装占10%，表明消费者偏好传统瓶装，礼盒市场发展空间有限。

2025年中国海狗海豹油补充剂消费季节分布 2025年中国海狗海豹油补充剂单次支出分布



2025年中国海狗海豹油补充剂包装类型分布

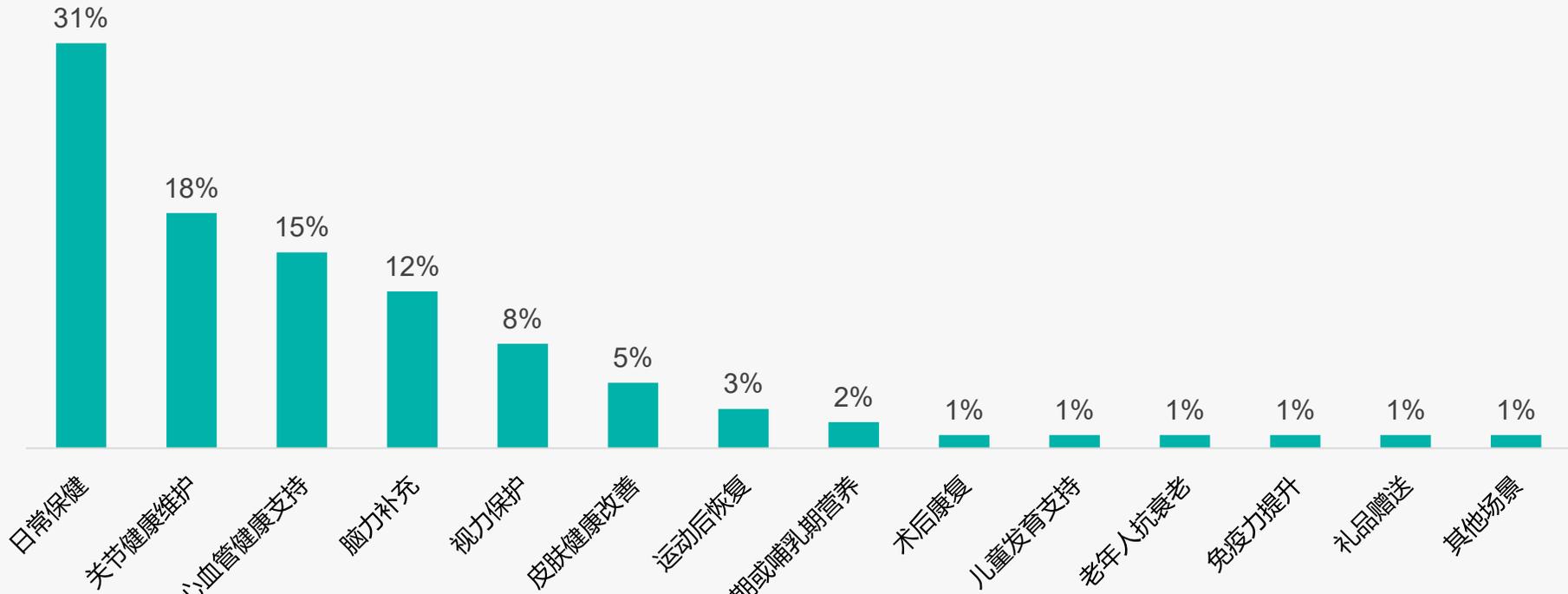


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

海狗海豹油消费以日常保健为主早晚服用规律

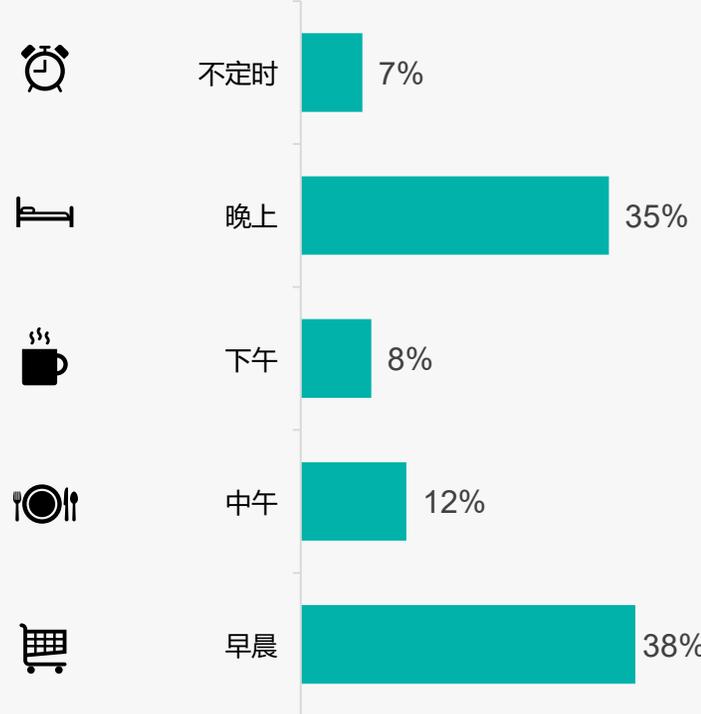
- ◆海狗海豹油补充剂消费场景以日常保健为主，占31%，关节和心血管健康分别占18%和15%，显示消费者注重常规维护和特定健康需求。
- ◆消费时段集中在早晨和晚上，占比分别为38%和35%，合计超过70%，表明服用行为具有规律性，可能与日常习惯或吸收效果相关。

2025年中国海狗海豹油补充剂消费场景分布



样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

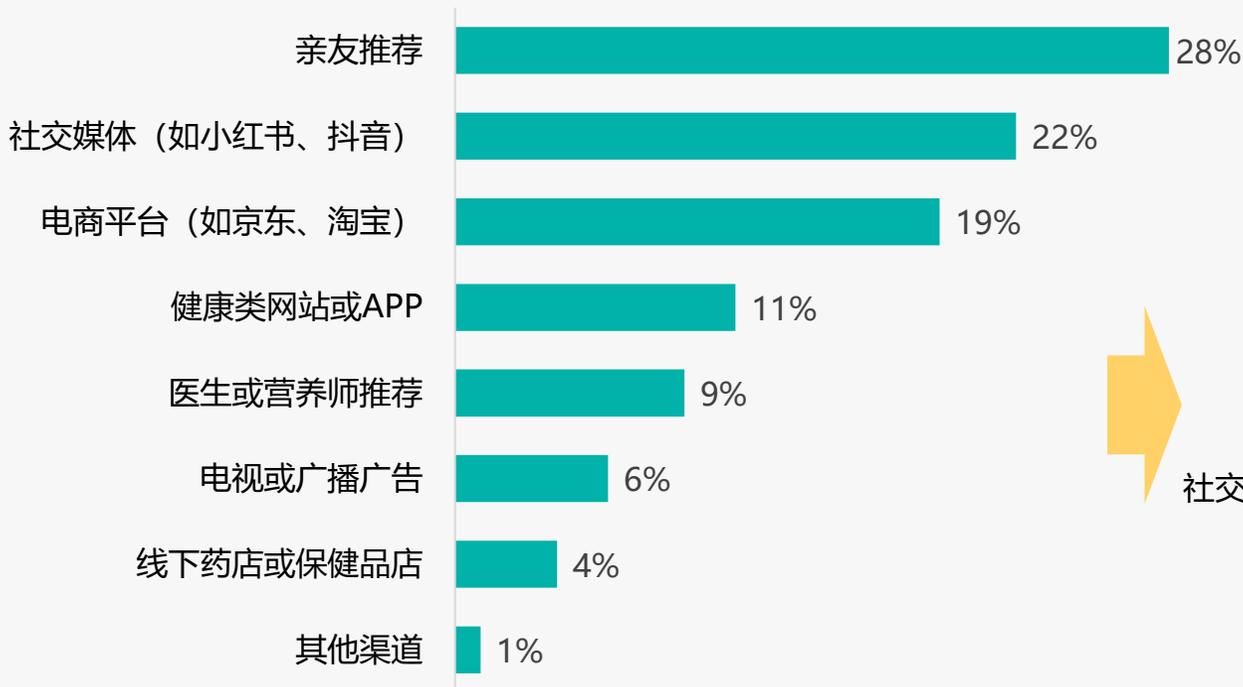
2025年中国海狗海豹油补充剂消费时段分布



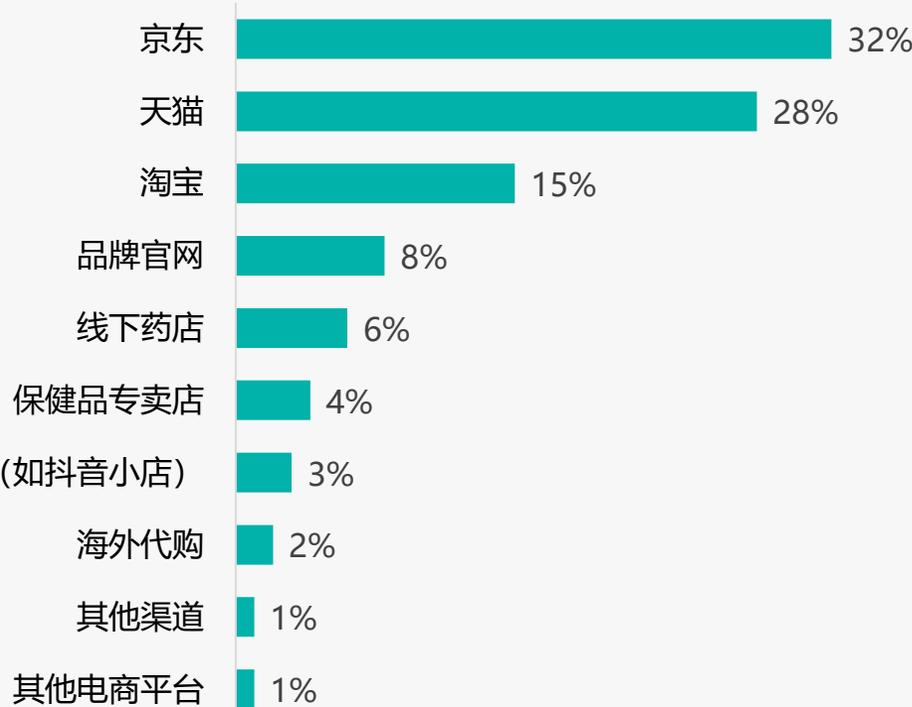
口碑社交主导认知 电商平台主导销售

- ◆消费者了解产品主要通过亲友推荐（28%）和社交媒体（22%），口碑和社交影响是关键信息渠道，电商平台（19%）和健康类网站（11%）也较重要。
- ◆购买渠道以京东（32%）和天猫（28%）为主，合计占60%，电商平台是主要销售渠道，线下药店（6%）和保健品专卖店（4%）占比低。

2025年中国海狗海豹油补充剂产品了解渠道分布



2025年中国海狗海豹油补充剂购买渠道分布

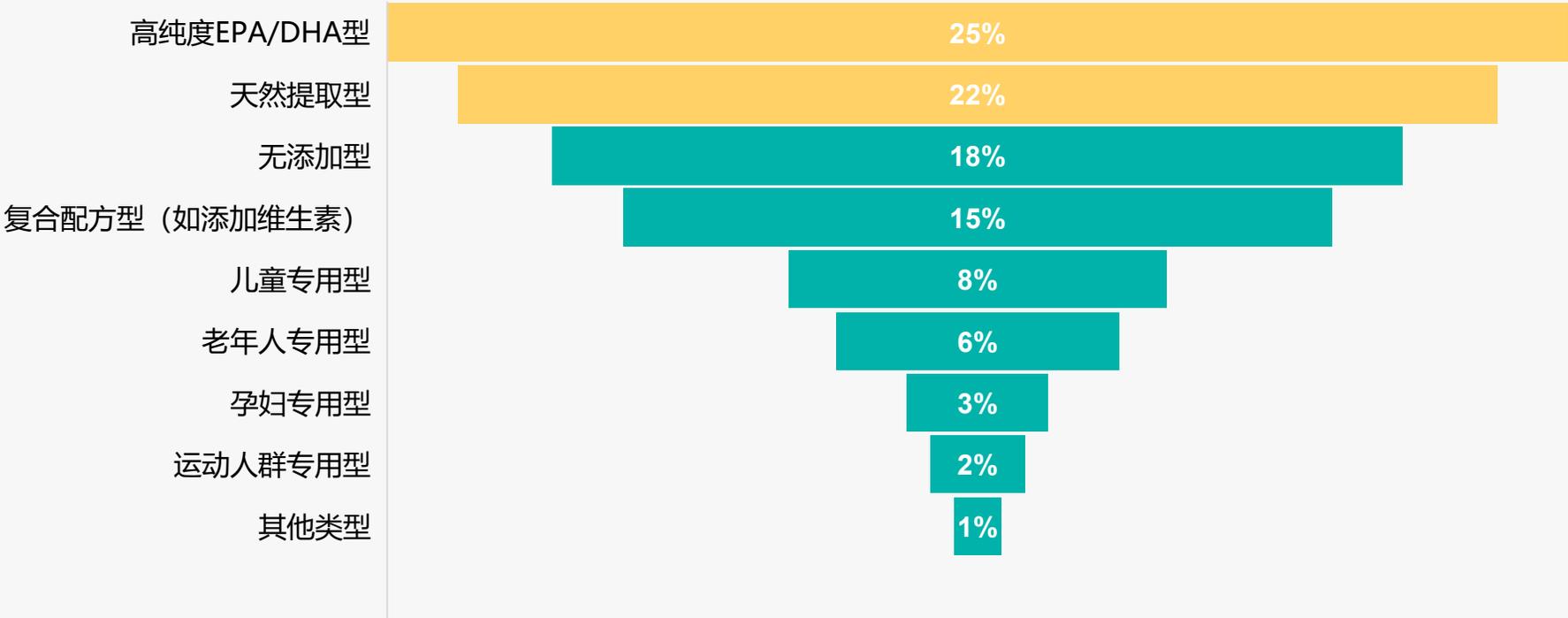


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

海狗油市场偏好功能天然专用型待拓展

- ◆调研数据显示，高纯度EPA/DHA型以25%的偏好度领先，天然提取型和无添加型分别占22%和18%，表明消费者重视功能性和天然安全。
- ◆复合配方型和儿童专用型合计23%，孕妇和运动人群专用型仅占3%和2%，显示专用型产品需求较小，市场集中于核心功能领域。

2025年中国海狗海豹油补充剂产品偏好类型分布



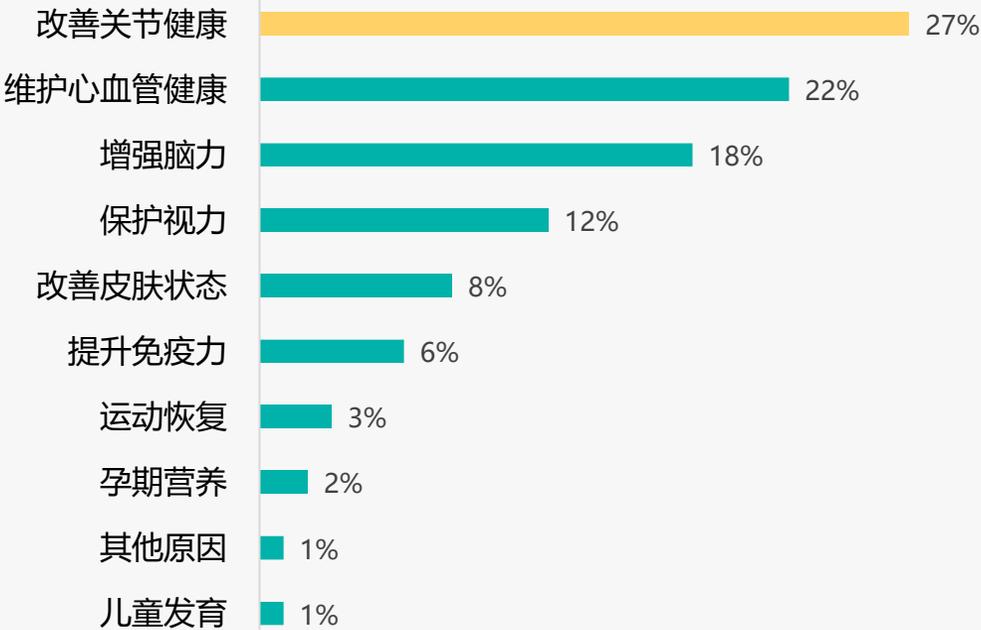
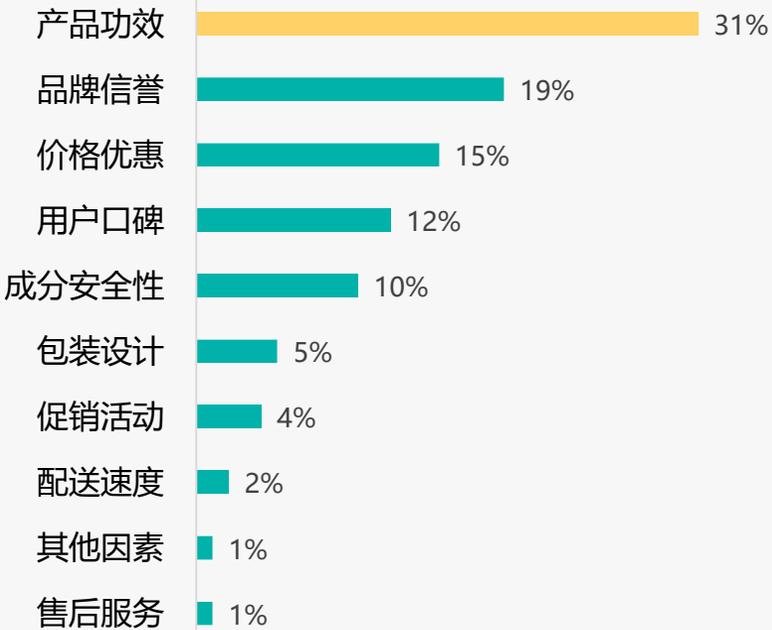
样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

功效主导消费 关节心血管脑力需求高

- ◆吸引消费的关键因素中，产品功效占31%，品牌信誉占19%，价格优惠占15%，显示消费者最关注健康效果和品牌信誉。
- ◆消费的真正原因中，改善关节健康占27%，维护心血管健康占22%，增强脑力占18%，凸显产品主要针对中老年和脑力需求人群。

2025年中国海狗海豹油补充剂吸引消费关键因素分布

2025年中国海狗海豹油补充剂消费真实原因分布

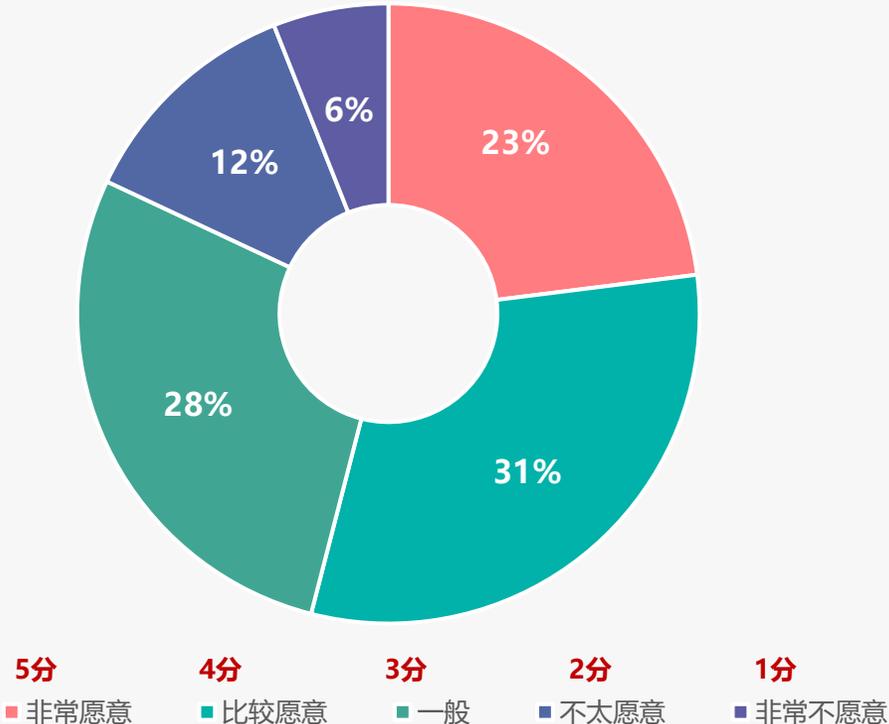


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

推荐意愿高 效果价格成障碍

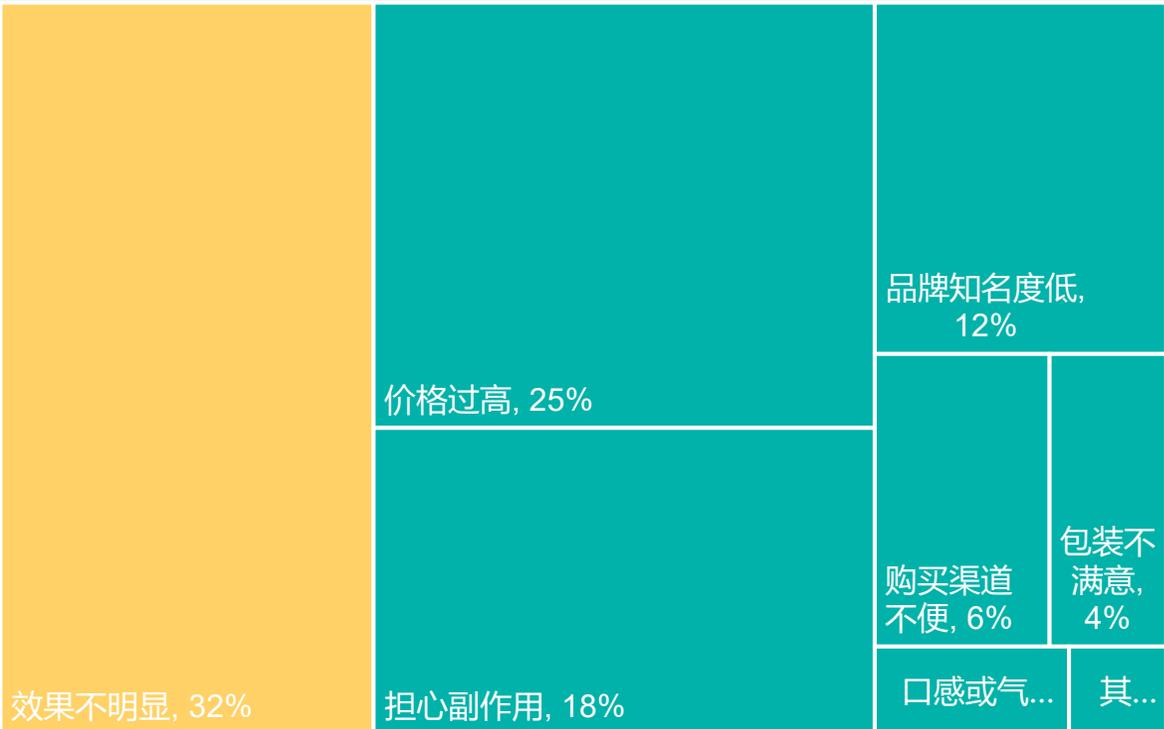
- ◆消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计54%，但效果不明显（32%）和价格过高（25%）是主要不愿推荐原因。
- ◆担心副作用占18%，品牌知名度低（12%）和购买渠道不便（6%）相对较低，提示需关注产品效果、定价和安全宣传。

2025年中国海狗海豹油补充剂推荐意愿分布



样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

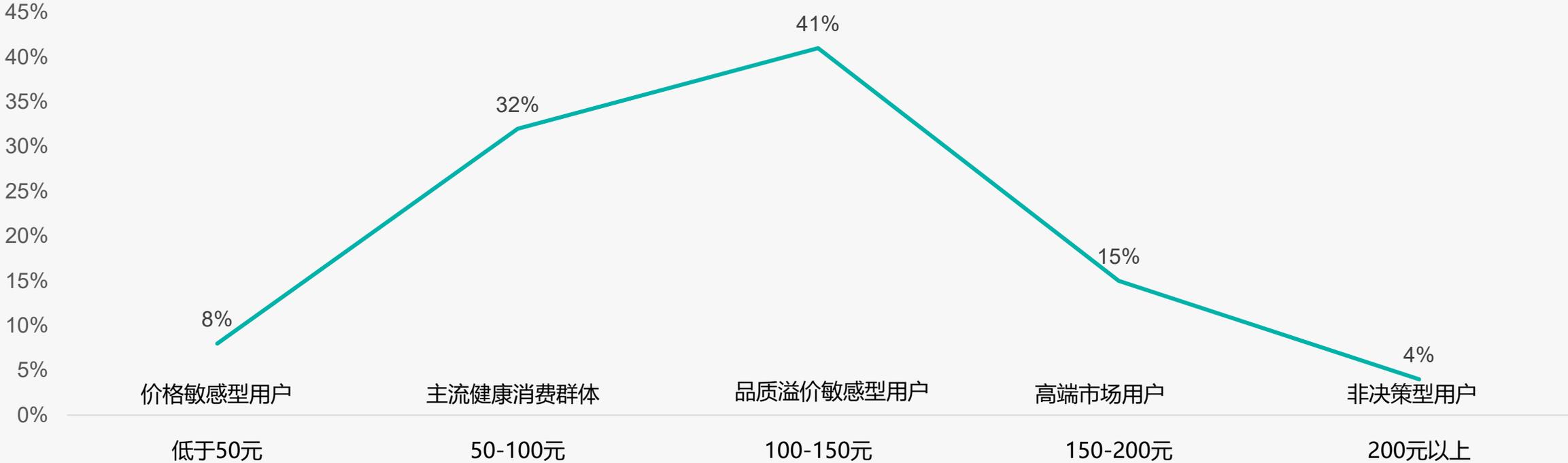
2025年中国海狗海豹油补充剂不愿推荐原因分布



海狗海豹油价格接受度集中100-150元

- ◆ 调研显示，消费者对海狗海豹油补充剂的价格接受度集中在100-150元区间，占比41%，远高于其他价位，表明中等价位是市场主流选择。
- ◆ 50-100元区间接受度为32%，位居第二，而低于50元和200元以上区间接受度较低，分别为8%和4%，反映消费者偏好品质与价值平衡的产品。

2025年中国海狗海豹油补充剂主流规格价格接受度



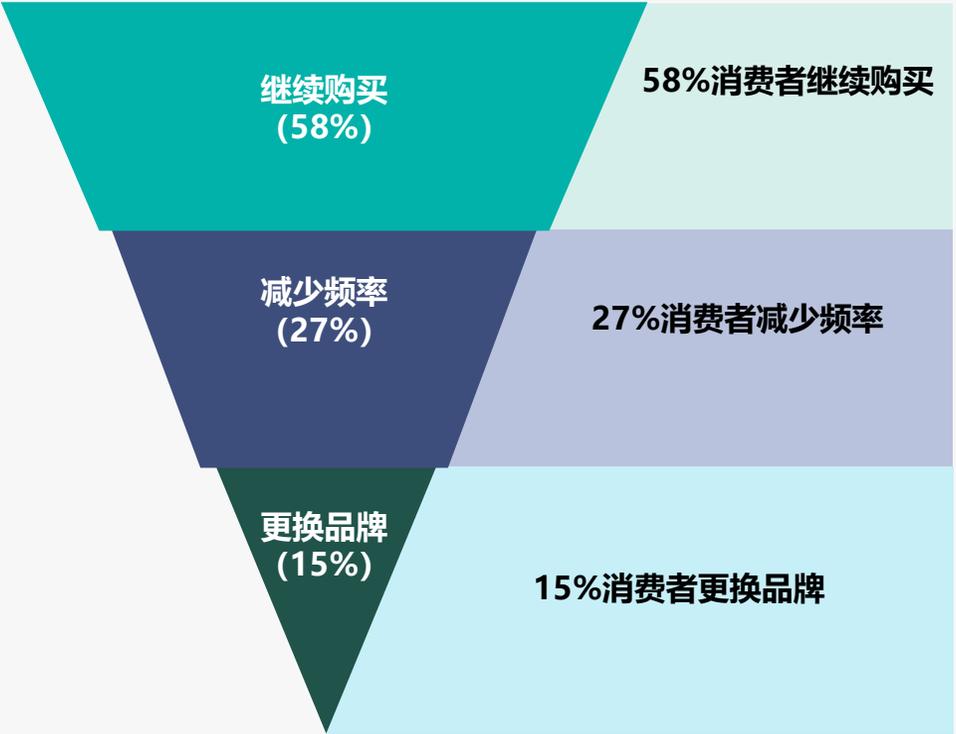
样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以60粒装规格海狗海豹油补充剂为标准核定价格区间

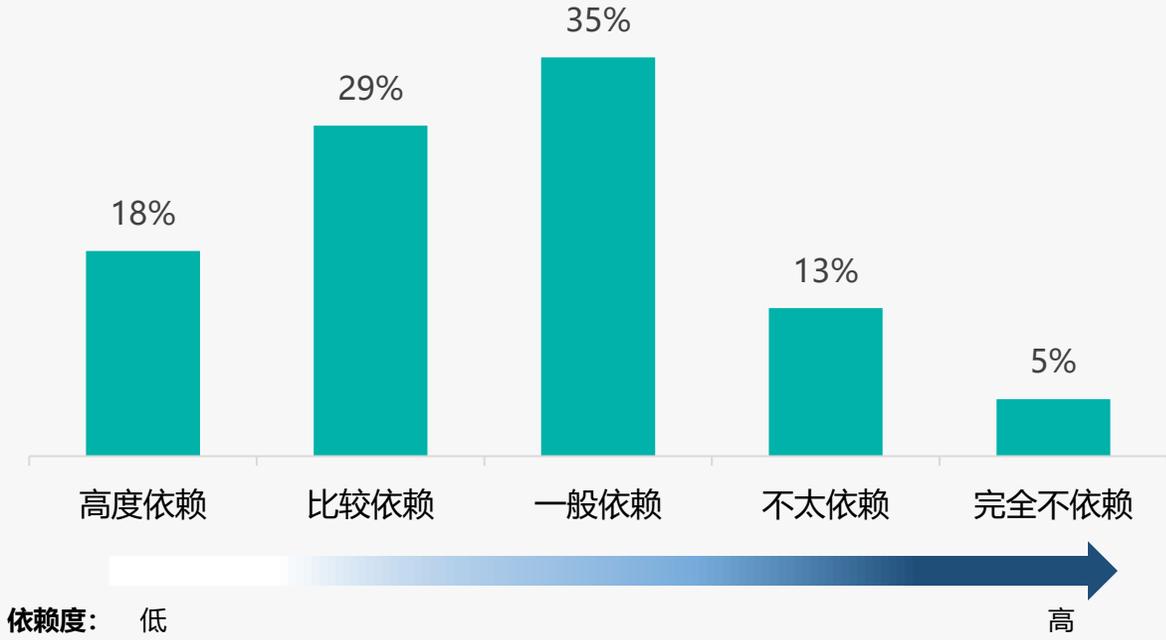
价格敏感促销依赖影响消费

- ◆价格上涨10%后，58%消费者继续购买，品牌忠诚度高；27%减少频率，15%更换品牌，显示价格敏感度与竞争影响并存。
- ◆促销活动依赖度：82%消费者有依赖，其中35%一般依赖，29%比较依赖，18%高度依赖，表明促销是购买决策关键因素。

2025年中国海狗海豹油补充剂价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国海狗海豹油补充剂对促销活动依赖程度分布

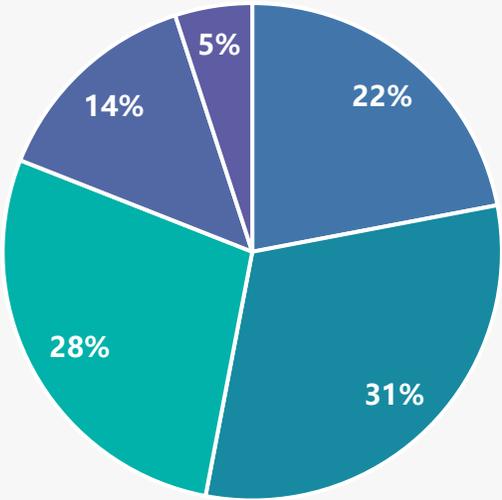


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

复购率过半价格主导品牌切换

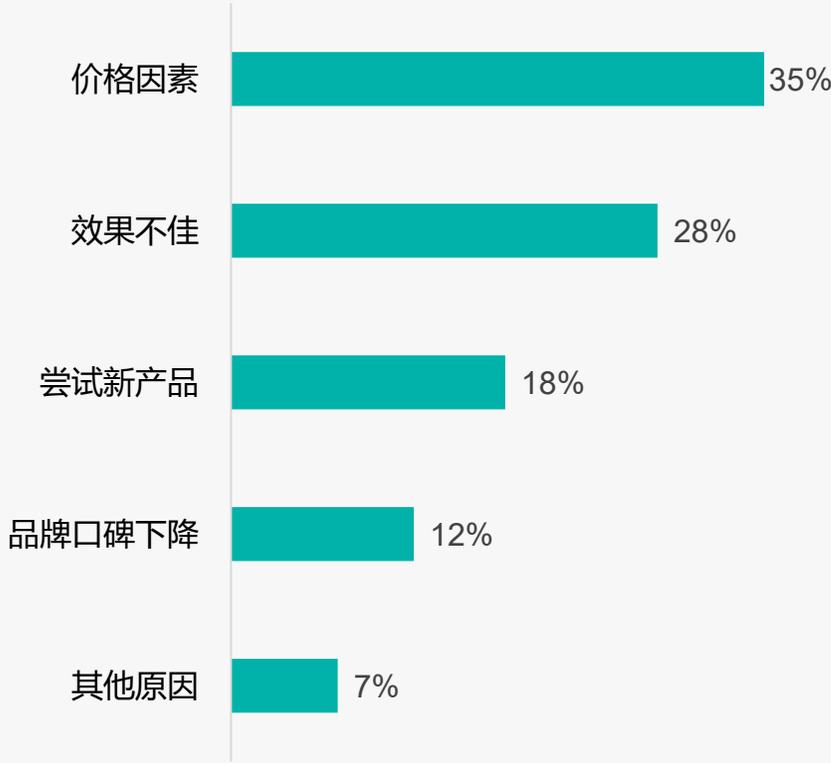
- ◆复购率数据显示，90%以上复购率占22%，70-90%复购率占31%，50-70%复购率占28%，30-50%复购率占14%，30%以下复购率占5%。
- ◆更换品牌原因中，价格因素占35%，效果不佳占28%，尝试新产品占18%，品牌口碑下降占12%，其他原因占7%。

2025年中国海狗海豹油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年中国海狗海豹油补充剂更换品牌原因分布

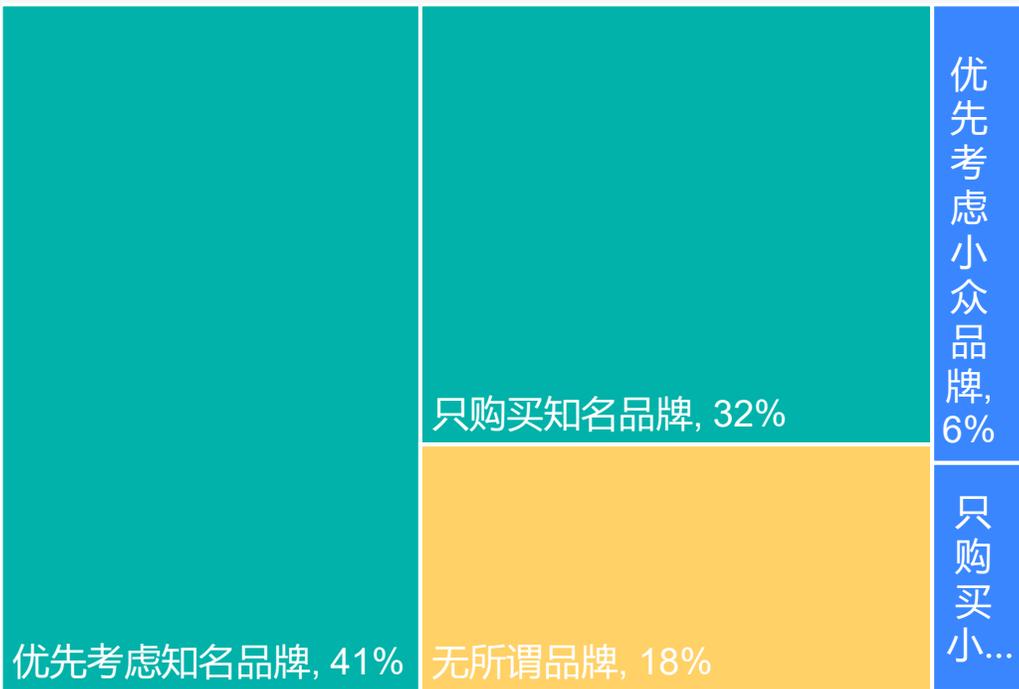


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

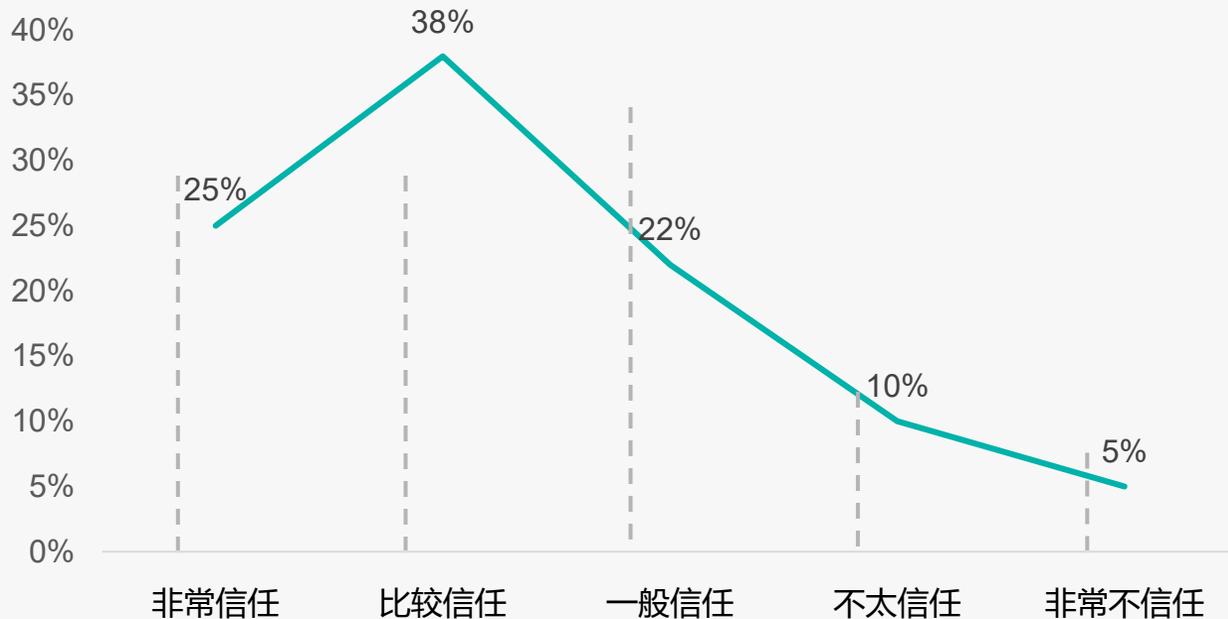
品牌知名度主导消费 信任度存挑战

- ◆消费意愿数据显示，73%的消费者倾向于知名品牌，其中优先考虑知名品牌占41%，只购买知名品牌占32%，品牌知名度是核心购买因素。
- ◆品牌态度调查中，63%的消费者品牌持正面态度，但15%表示不信任，提示市场存在信任挑战，需关注以提升整体接受度。

2025年中国海狗海豹油补充剂消费品牌产品意愿分布



2025年中国海狗海豹油补充剂对品牌产品态度分布

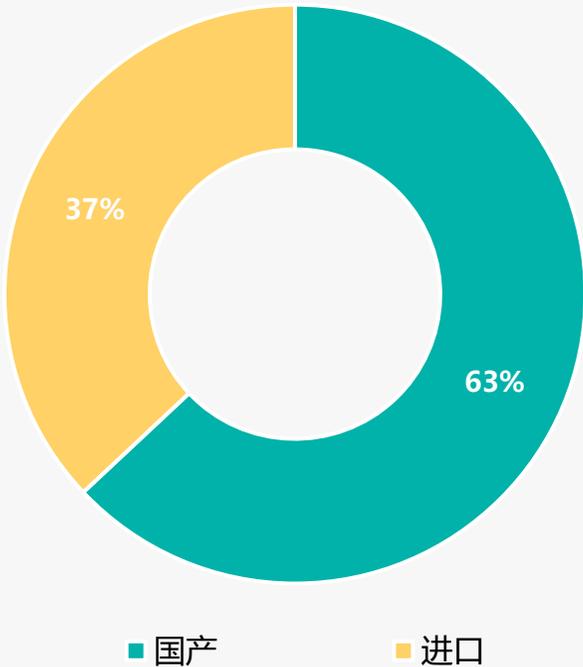


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

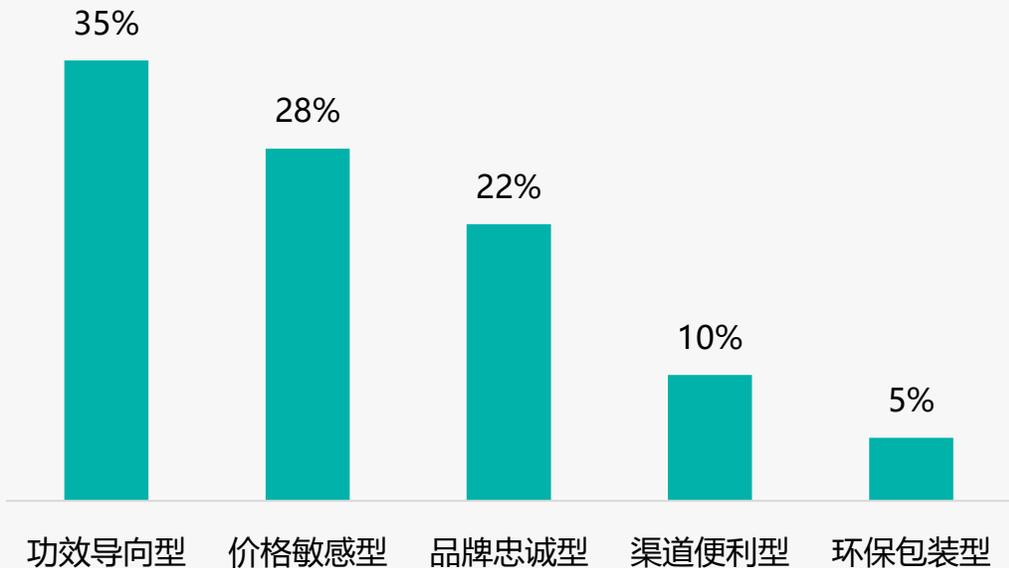
国产品牌主导 功效价格关键

- ◆国产品牌消费占比63%，显著高于进口品牌的37%，显示消费者对本土产品有较高偏好，市场主导地位稳固。
- ◆品牌偏好中，功效导向型占35%，价格敏感型占28%，表明消费者主要关注产品效果和价格，环保包装型仅占5%相对次要。

2025年中国海狗海豹油补充剂国产与进口品牌消费分布



2025年中国海狗海豹油补充剂品牌偏好类型分布

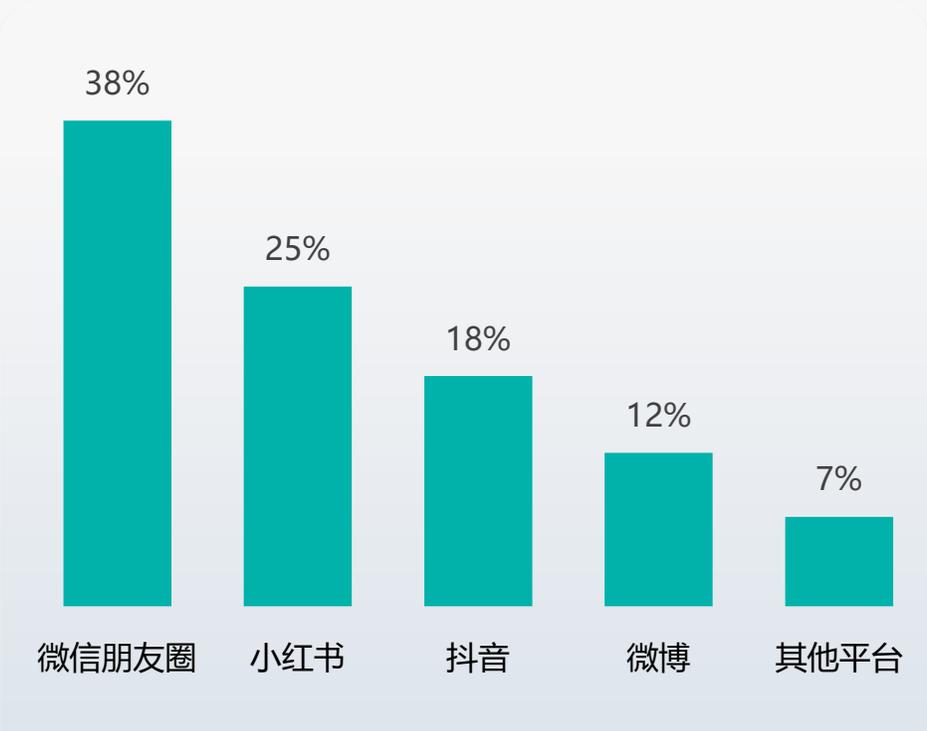


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

朋友圈主导分享 用户反馈驱动消费

- ◆微信朋友圈是主要社交分享渠道，占比38%，小红书和抖音分别占25%和18%，显示年轻平台推广潜力大。
- ◆真实用户体验分享占32%，远高于专家推荐25%，表明消费者更信赖个人反馈，影响品牌营销策略。

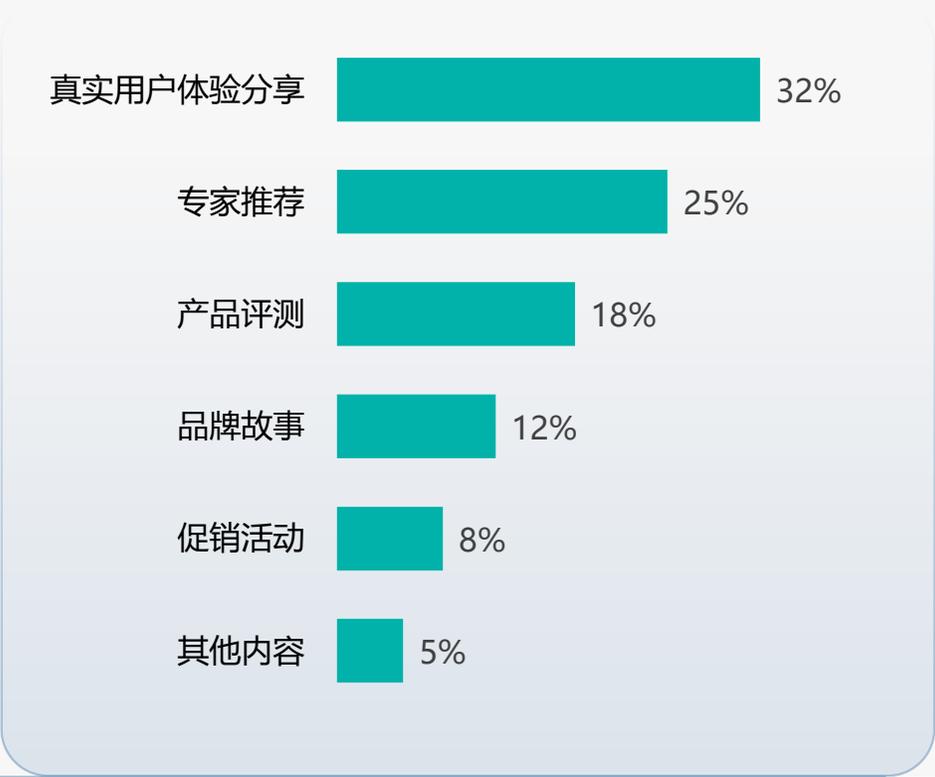
2025年中国海狗海豹油补充剂社交分享渠道分布



2025年中国海狗海豹油补充剂社交渠道获取内容类型分布

2025年中国海狗海豹油补充剂社交分享渠道分布

2025年中国海狗海豹油补充剂社交渠道获取内容类型分布

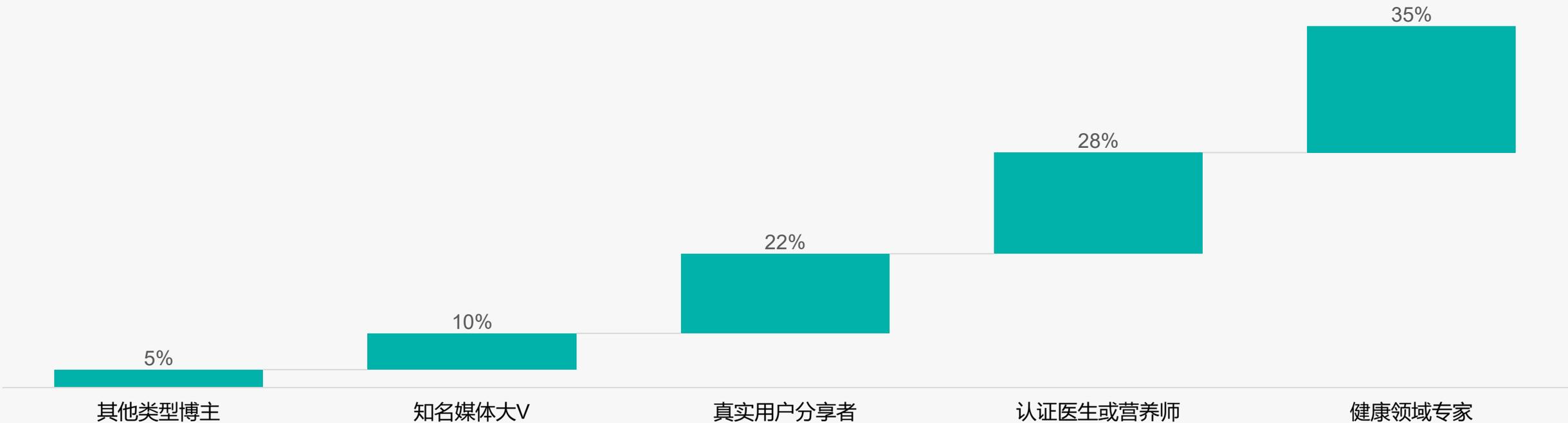


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

专业博主主导社交渠道信任

- ◆消费者在社交渠道获取内容时，最信任健康领域专家（35%）和认证医生或营养师（28%），专业背景是主要信任来源。
- ◆真实用户分享者占22%，知名媒体大V和其他类型博主分别占10%和5%，显示非专业内容影响力相对较低。

2025年中国海狗海豹油补充剂社交渠道信任博主类型分布



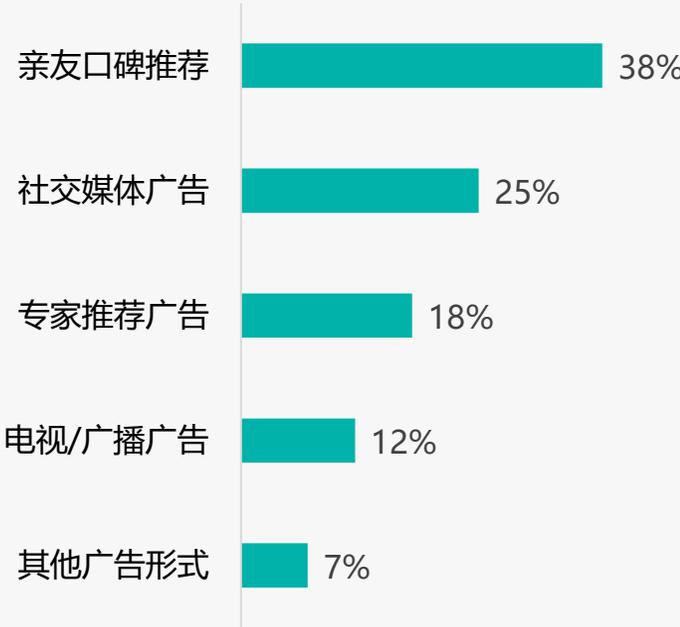
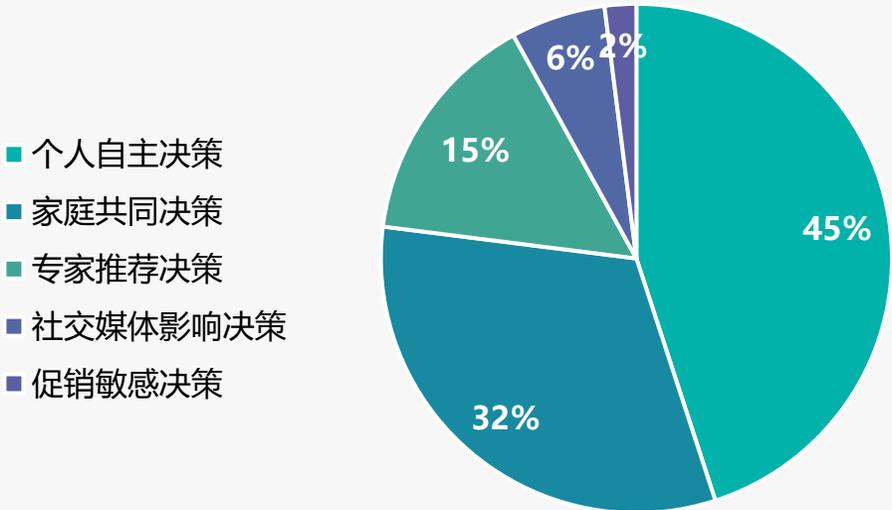
样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

口碑主导营销 信任驱动消费

- ◆ 亲友口碑推荐以38%的占比成为主要信息渠道，凸显行业高度依赖信任和社交网络，产品口碑对购买决策影响显著。
- ◆ 社交媒体广告占25%，专家推荐占18%，传统媒体仅占12%，显示营销更侧重互动和信任，而非传统广告形式。

2025年中国海狗海豹油补充剂家庭广告偏好分布

2025年中国海狗海豹油补充剂消费决策者类型分布

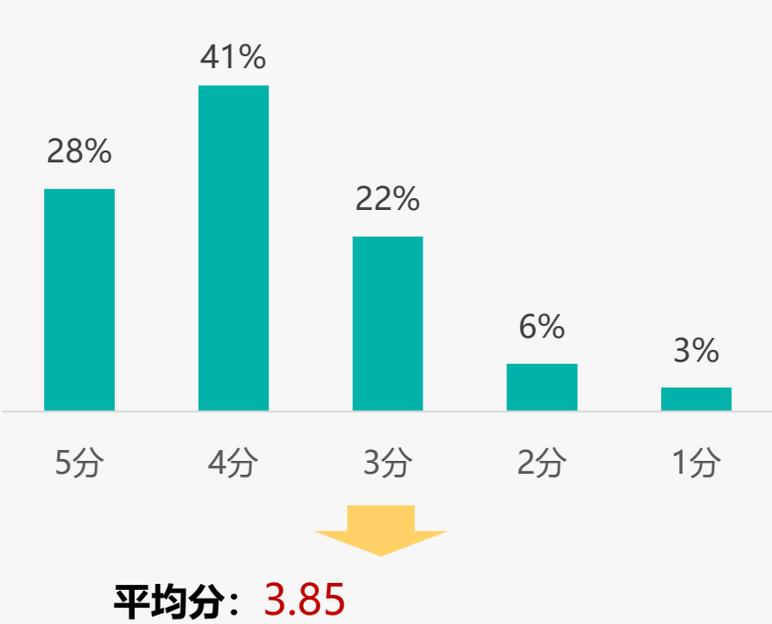


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

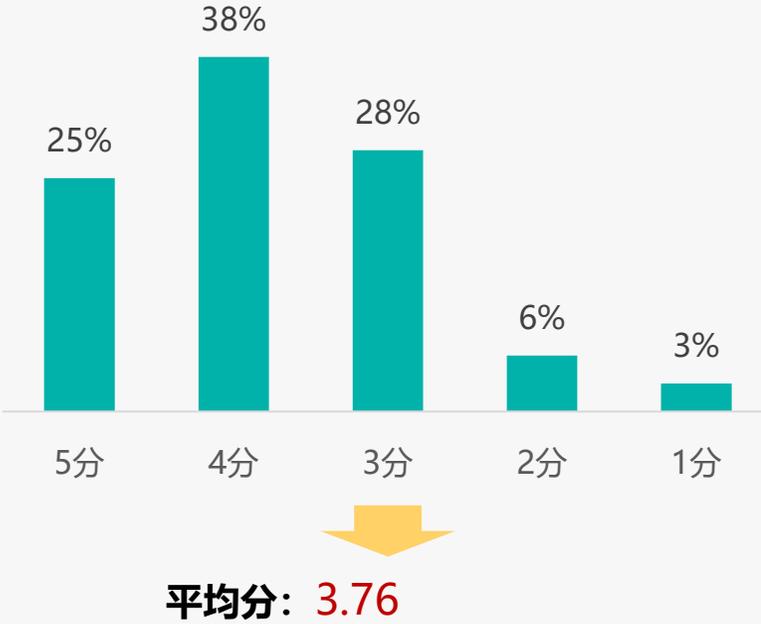
客服短板需优化 提升满意度

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计69%，退货体验满意度略低为63%，客服满意度较弱仅57%，显示客服是短板需优化。
- ◆调研数据表明消费者对购物流程认可，但退货和客服环节满意度下降，建议优先提升客服质量以增强客户忠诚度。

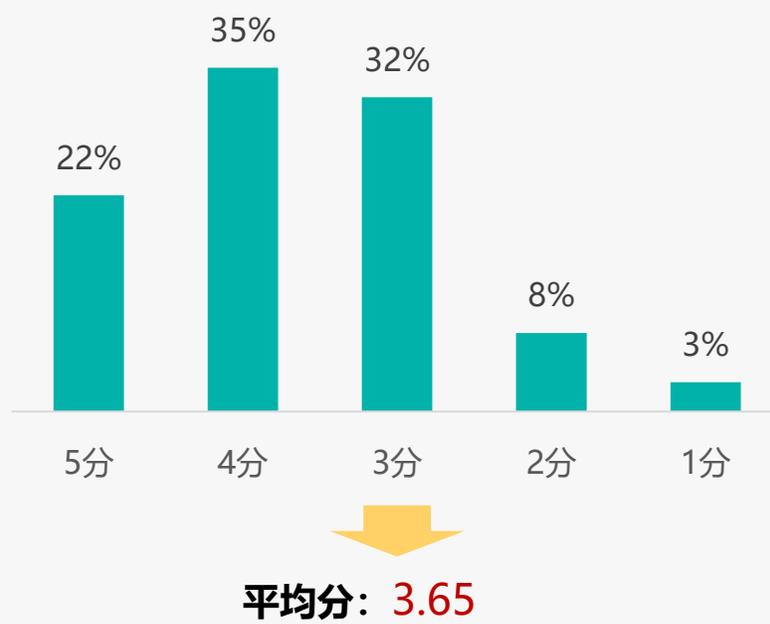
2025年中国海狗海豹油补充剂线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国海狗海豹油补充剂退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国海狗海豹油补充剂线上消费客服满意度分布（满分5分）

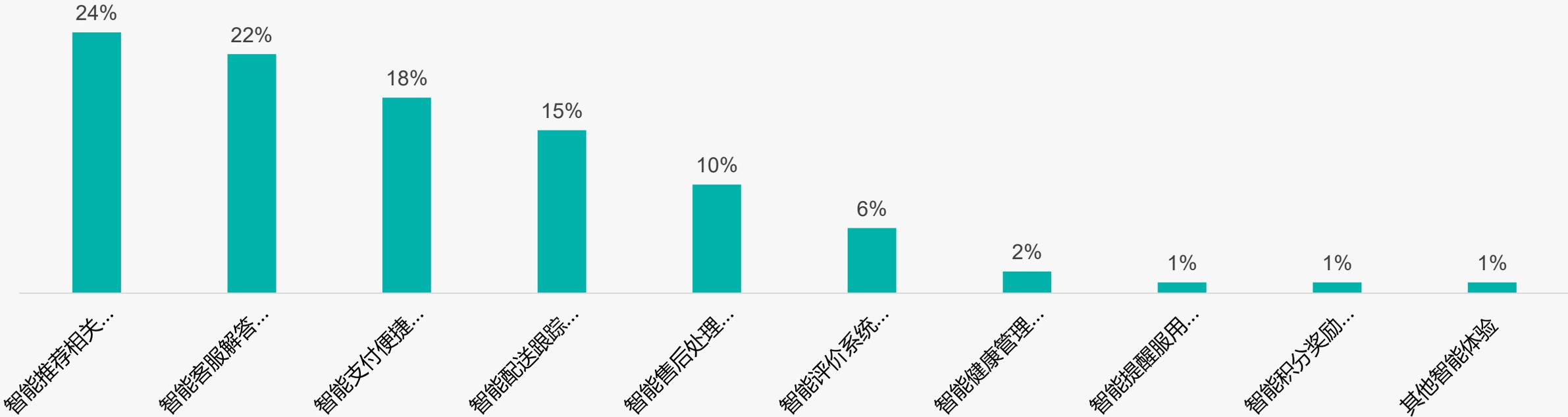


样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服主导便捷配送关键

- ◆智能推荐相关产品占比最高，为24%，智能客服解答疑问占22%，显示消费者重视个性化推荐和即时咨询支持，以提升购买体验。
- ◆智能支付便捷体验占18%，智能配送跟踪服务占15%，合计33%，凸显便捷性和透明度在消费决策中的关键作用，售后处理占10%相对较低。

2025年中国海狗海豹油补充剂线上消费智能服务体验分布



样本：海狗海豹油补充剂行业市场调研样本量N=1472，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