

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月针式打印机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Dot Matrix Printer 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：针式打印机消费以企业采购为主，中青年男性主导



企业采购占比高，IT部门与采购专员合计61%，凸显企业端需求突出



目标用户为中青年男性，26-45岁占59%，男性占68%



消费者收入集中在5-12万元区间，占60%，中等收入群体是核心

启示

✓ 聚焦企业端营销策略

针对企业IT部门和采购专员，制定专业营销方案，强调产品可靠性和成本效益，满足企业采购决策需求。

✓ 精准定位目标用户

营销内容应面向26-45岁男性中等收入群体，突出产品在商业和专业领域的应用价值，提升品牌吸引力。

核心发现2：市场呈现新用户驱动与技术功能升级趋势



首次购买占比41%，每2-3年更换占29%，表明新用户多且更新周期短



24针占23%为主流，网络功能占12%和多联打印占11%突出，反映技术升级需求



消费场景以企业财务票据打印为主，占30%，显示核心商业应用

启示

✓ 加强新用户获取策略

针对首次购买用户，推出入门级产品或促销活动，降低使用门槛，扩大市场份额。

✓ 优化产品技术功能

研发网络连接、多任务处理等升级功能，满足现代办公需求，提升产品竞争力。

核心发现3：消费者高度关注核心性能与可靠性，品牌忠诚度高



耐用性/可靠性优先占29%，打印速度优先占27%，合计超一半，显示核心性能关注



品牌忠诚度显著，73%消费者高度依赖品牌，70%以上复购率占54%



更换品牌主因是售后服务不满意占34%和设备故障率高占28%，合计62%

启示

✓ 强化产品可靠性与服务

提升产品耐用性和打印质量，加强售后支持，减少故障率，以维持高品牌忠诚度。

✓ 利用品牌优势拓展市场

基于高品牌忠诚度，推出增值服务或高端产品线，满足消费者对质量和可靠性的持续需求。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦企业采购刚需，强化核心性能与可靠性



1、产品端

- ✓ 优化24针主流规格，提升打印质量与速度
- ✓ 增强网络连接与多任务处理功能



2、营销端

- ✓ 强化行业展会与专业渠道推广
- ✓ 利用技术专家与同行口碑传播



3、服务端

- ✓ 重点优化退货流程，提升用户体验
- ✓ 加强售后支持与故障快速诊断服务

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

3、研究方法

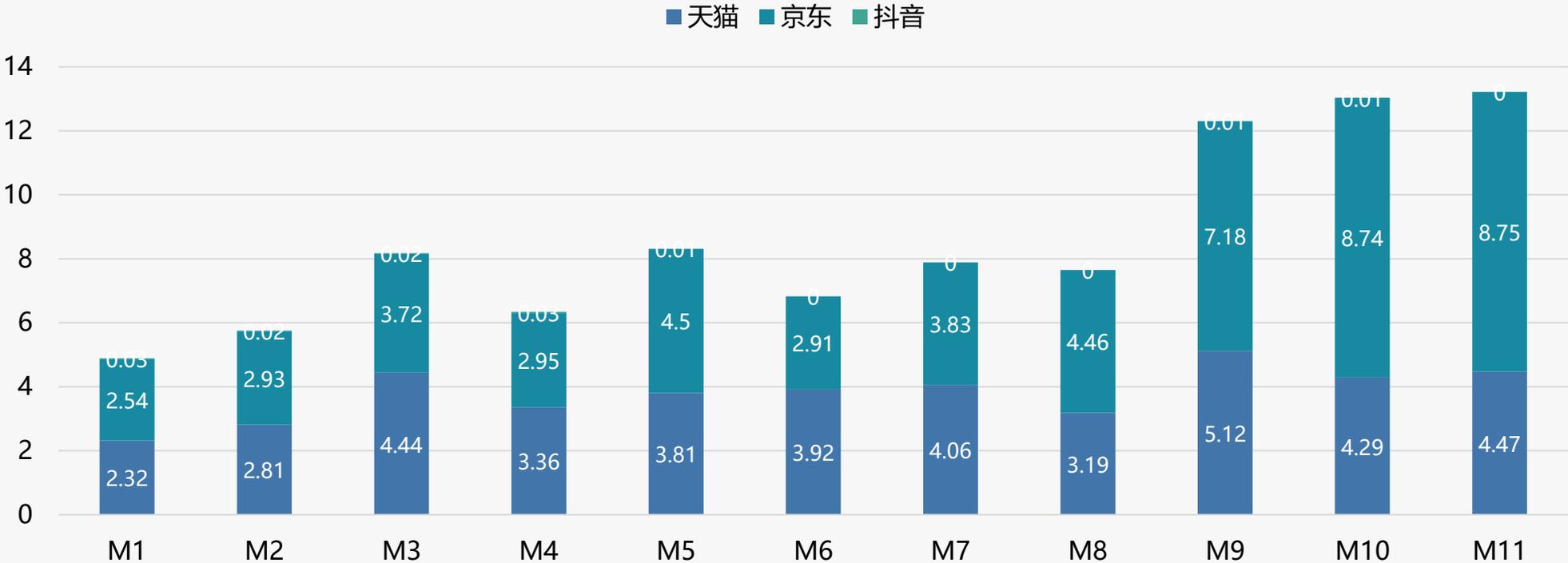
Research Method

- **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, 计算针式打印机品类销售额、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、不同平台针式打印机品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

京东主导针打销售 旺季年末需求增长

- ◆从平台销售结构看，京东在2025年1-11月累计销售额达5.96亿元，占线上总销售额的54.3%，天猫为4.18亿元（38.1%），抖音仅0.02亿元（0.2%）。京东在M9-M11月销售额显著提升，显示其在该品类中已形成渠道优势，建议企业加强京东平台资源投入以提升ROI。
- ◆从月度销售趋势和平台增长潜力分析，针式打印机销售呈现明显季节性波动，M3、M9-M11月为销售高峰，其中M11月京东销售额达8746万元创年度新高，可能与年末财务结算需求相关，M6-M8月为销售淡季，建议企业优化库存周转率并在旺季前加强备货。相比之下天猫、京东平台销售更为稳定，建议企业可探索抖音直播带货等新渠道但需控制营销成本占比。

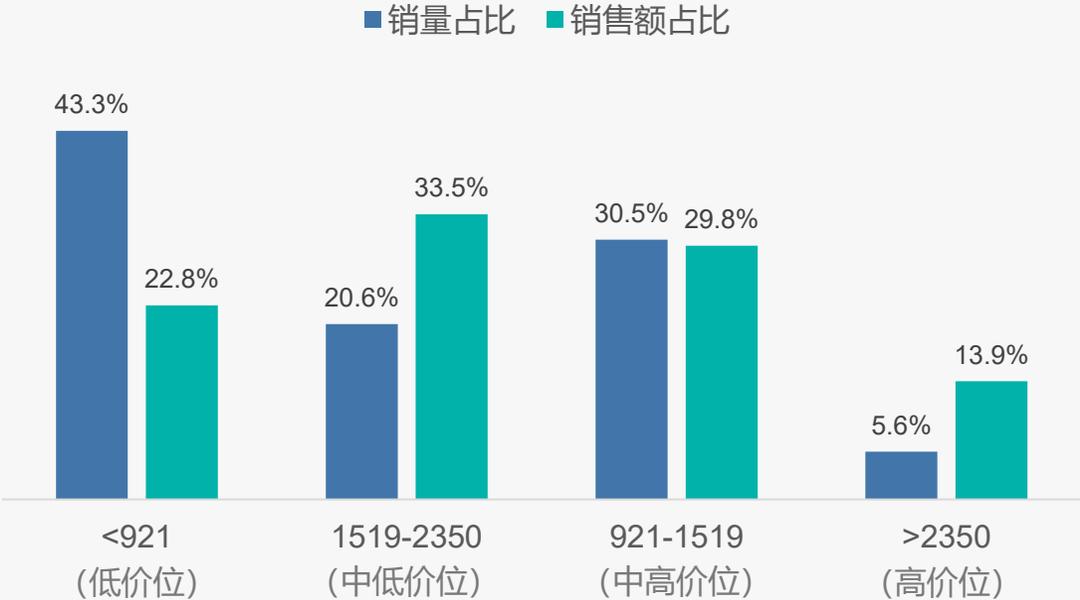
2025年1月~11月针式打印机品类线上销售规模（百万元）



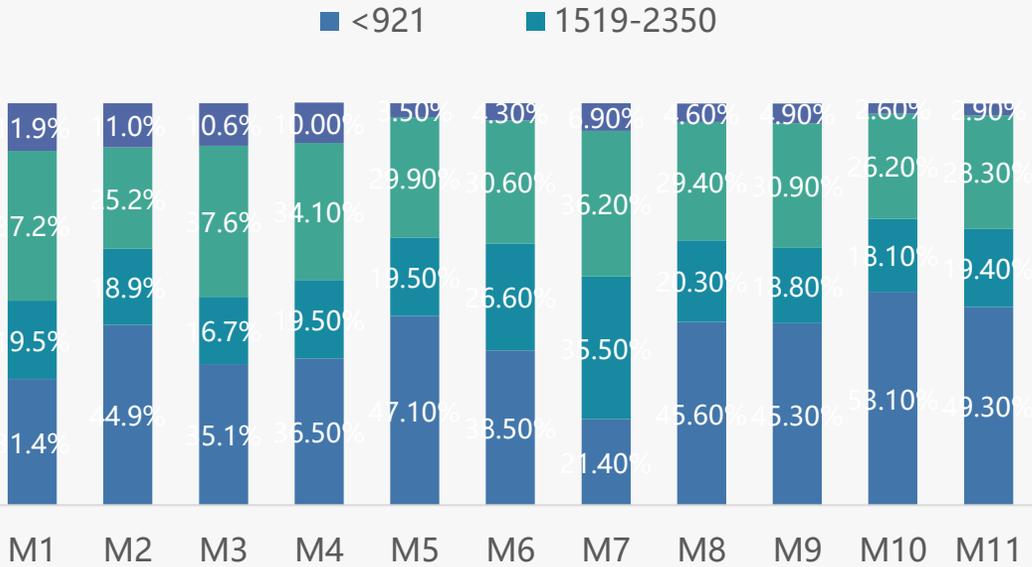
针打市场集中中低端 高端需求减

- ◆从价格区间销售趋势看，针式打印机市场呈现明显的分层特征。低价位产品贡献了43.3%的销量但仅占22.8%的销售额，显示其高周转率但低利润贡献；中高价位产品以20.6%的销量贡献33.5%的销售额，是核心利润区。月度销量分布显示市场波动显著。低价位产品占比从M1的31.4%攀升至M11的49.3%，尤其在M5、M10达到峰值，反映促销季价格敏感度提升。
- ◆综合数据揭示市场结构演变。低价位产品销量占比增长18个百分点，而高价位产品下降9个百分点，市场向中低端集中；中价位产品销量占比稳定在30%左右，是市场稳定器。从业务含义看，消费者偏好性价比产品，但中高价位区仍维持较高销售额占比，表明专业需求存在。

2025年1月~11月针式打印机线上不同价格区间销售趋势



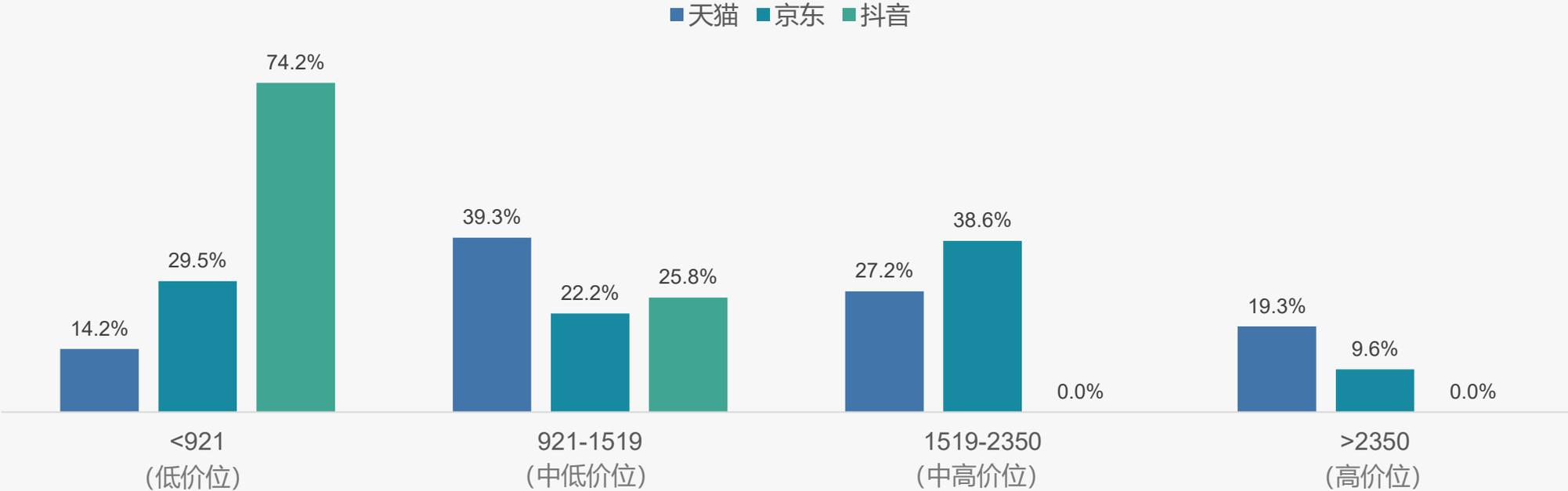
针式打印机线上价格区间-销量分布



平台价格分层 渠道策略分化 市场结构优化

- ◆从价格区间分布看，各平台定位差异显著。天猫以中高端为主（921-2350元区间占比66.5%），京东中端突出（1519-2350元占38.6%），抖音则聚焦低端（<921元占74.2%）。这反映平台用户画像与消费能力差异，天猫用户更注重品质，京东偏向性价比，抖音以价格敏感型为主。
- ◆市场结构分析显示，低端市场（<921元）在抖音占主导（74.2%），但在天猫仅14.2%，京东29.5%。中高端市场（>1519元）天猫和京东合计占比分别为46.5%和48.2%，抖音缺失>1519元区间。这表明针式打印机市场存在明显分层，抖音可能成为低端产品增量渠道，而中高端竞争集中于传统电商平台。

2025年1月~11月各平台针式打印机不同价格区间销售趋势

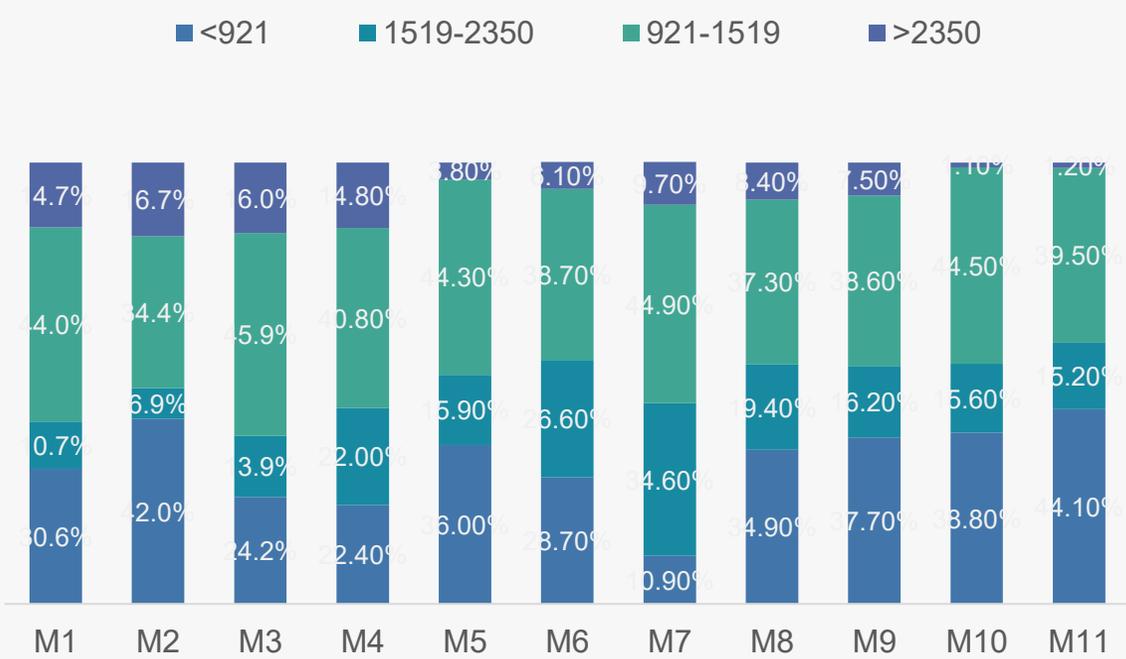
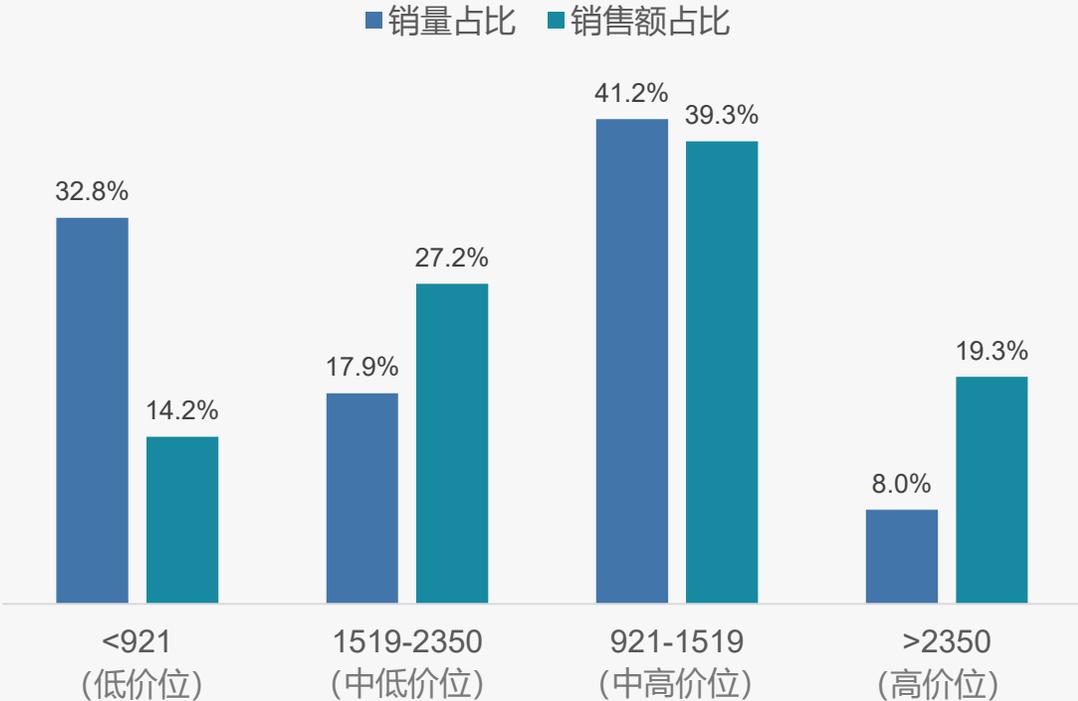


中端主导市场 低价销量高利润薄 高端萎缩需优化

- ◆从价格区间销售趋势看，921-1519元区间贡献了41.2%销量和39.3%销售额，是核心价位段，显示消费者偏好中端产品。1519-2350元区间以17.9%销量贡献27.2%销售额，毛利率较高，建议加强营销。低于921元区间销量占比32.8%但销售额仅14.2%，可能拉低整体利润率，需优化产品结构。
- ◆结合销量和销售额占比分析，<921元区间销量占比平均约32.8%，但销售额占比仅14.2%，显示低价产品周转快但利润薄，可能影响长期ROI，建议平衡销量与盈利。

2025年1月~11月天猫平台针式打印机不同价格区间销售趋势

天猫平台针式打印机价格区间-销量分布

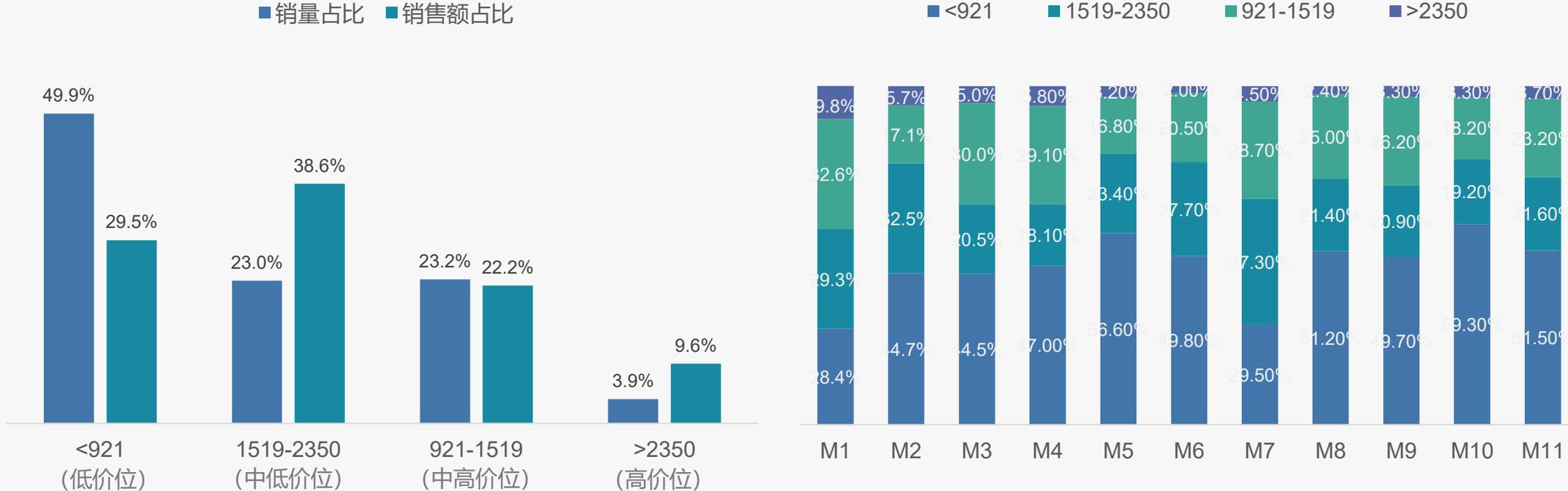


低价主导销量 中高端驱动利润 促销影响显著

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台针式打印机呈现明显的消费分层特征。低价位产品 (<921元) 贡献了近50%的销量但仅占29.5%的销售额，显示其作为销量主力但利润贡献有限；中高价位产品 (1519-2350元) 以23.0%的销量贡献38.6%的销售额，是平台的核心利润来源。
- ◆从月度销量分布动态分析，低价位产品 (<921元) 销量占比波动显著，1月仅28.4%而10月高达59.3%，呈现明显的季节性促销依赖；中价位产品 (921-1519元) 占比相对稳定在16.8%-32.6%之间；高价位产品 (>2350元) 占比持续偏低且逐月下降，从1月9.8%降至11月3.7%。这表明消费者对价格敏感度较高，促销活动能有效拉动销量但可能侵蚀利润，需关注促销策略的ROI。

2025年1月~11月京东平台针式打印机不同价格区间销售趋势

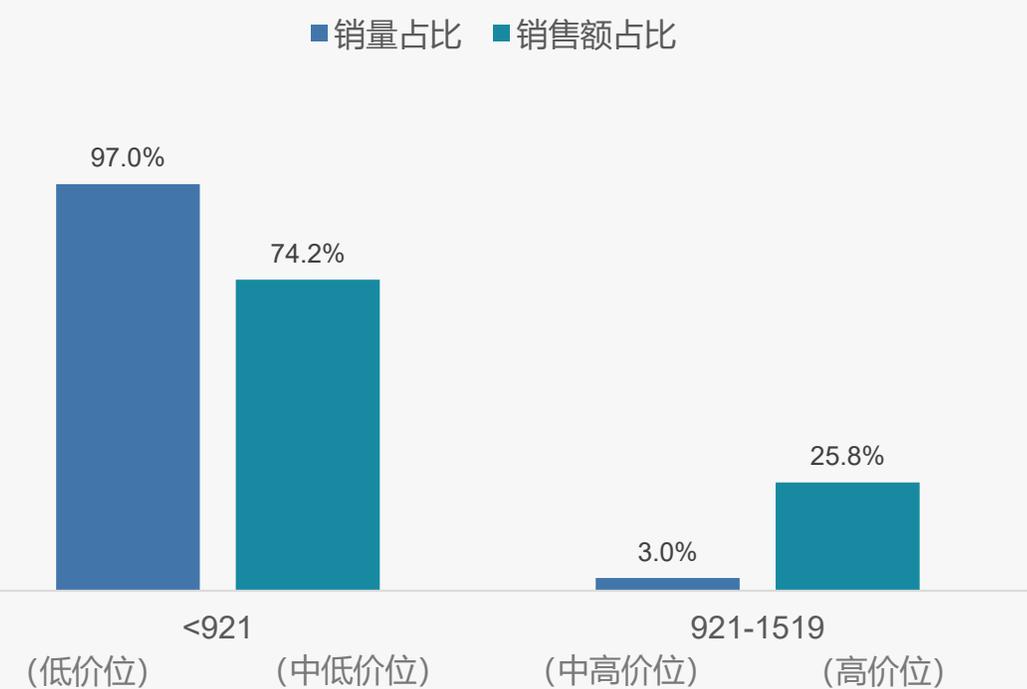
京东平台针式打印机价格区间-销量分布



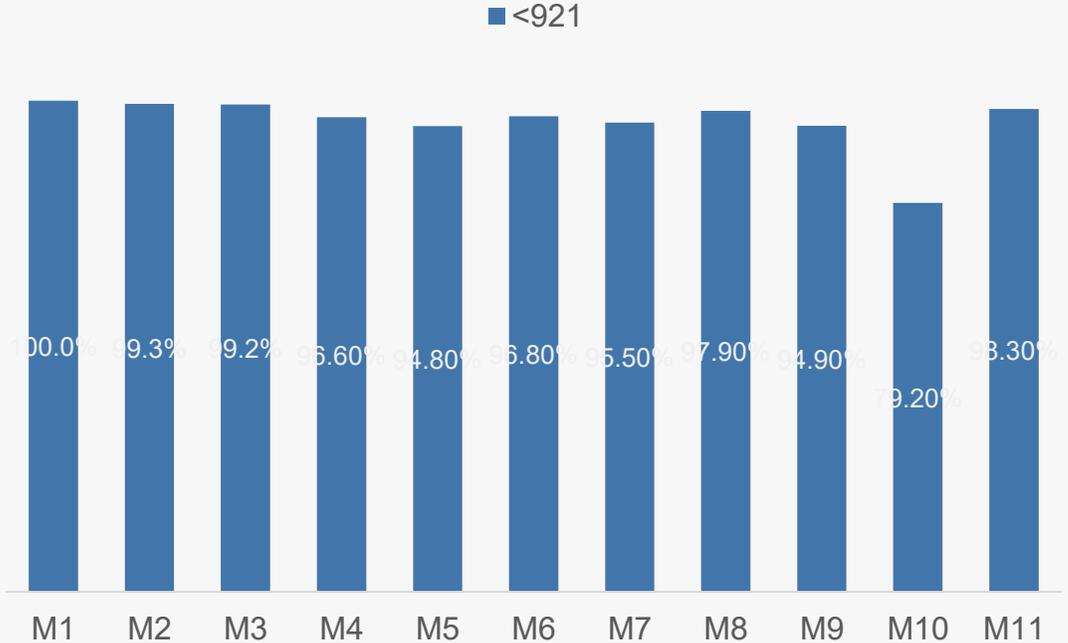
抖音打印机低价主导 中端潜力待挖掘

- ◆从价格结构分析，抖音平台针式打印机呈现明显的低端市场主导特征。921元价格区间销量占比高达97.0%，但销售额占比仅为74.2%，表明该平台以低价走量策略为主。921-1519元区间虽仅占3.0%销量，却贡献25.8%销售额，显示中端产品具有更高的客单价和利润空间。建议品牌在维持低端市场份额的同时，适度提升中端产品曝光以优化收入结构。
- ◆从月度趋势和平台竞争角度分析，价格区间分布存在显著波动。M10月份921-1519元区间销量占比跃升至20.8%，较前月增长约15个百分点，可能受促销活动或新品上市影响。数据显示抖音超97%销量集中在低价区间，这反映抖音用户对价格敏感度较高，品牌需制定差异化渠道策略：在抖音侧重性价比产品引流，

2025年1月~11月抖音平台针式打印机不同价格区间销售趋势



抖音平台针式打印机价格区间-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** 针式打印机消费行为、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年内购买过针式打印机的消费者;
- 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

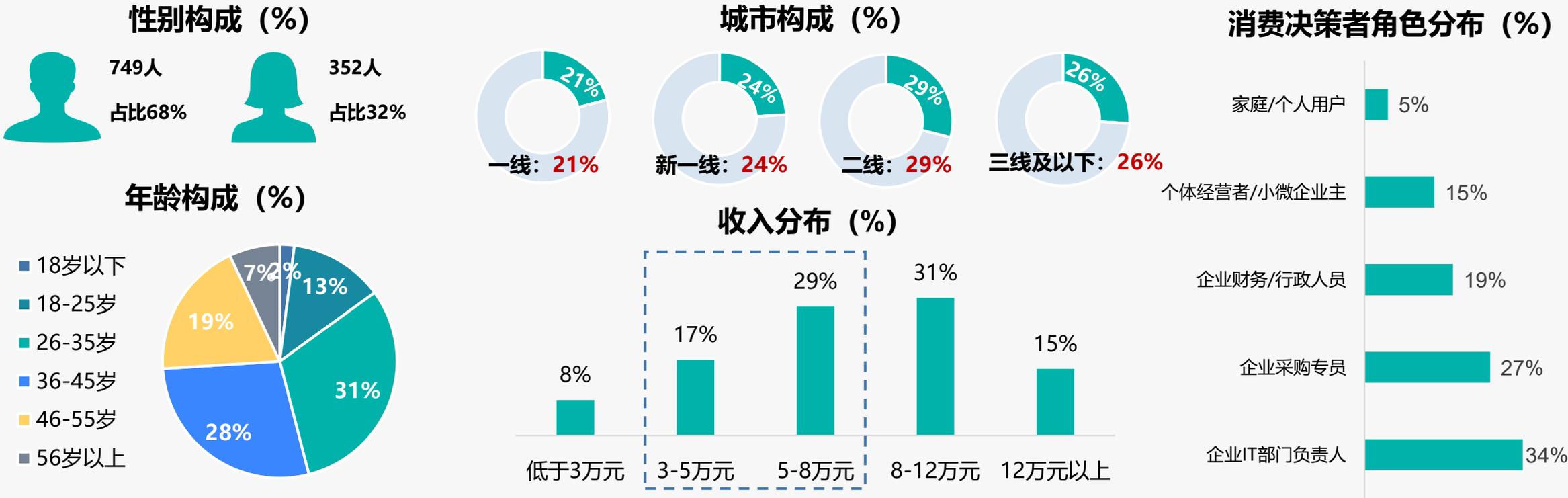
Research Method

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11月
样本数量	N=1101

针式打印机企业采购主导中青年男性消费

- ◆针式打印机消费以企业采购为主，企业IT部门负责人和采购专员合计占61%。目标用户为中青年男性，26-45岁占比59%，男性占68%。
- ◆消费者收入集中在5-12万元区间，占比60%。城市分布均衡，二线城市最高占29%，市场覆盖广泛。

2025年中国针式打印机消费者画像

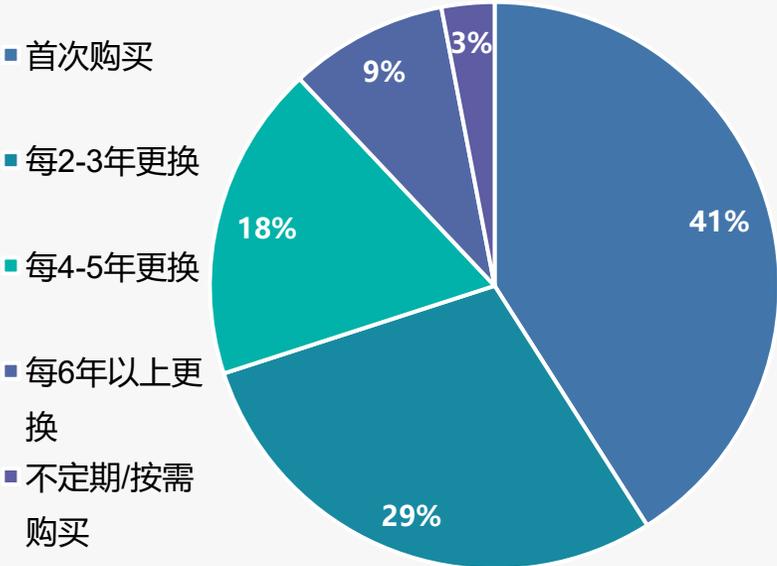


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

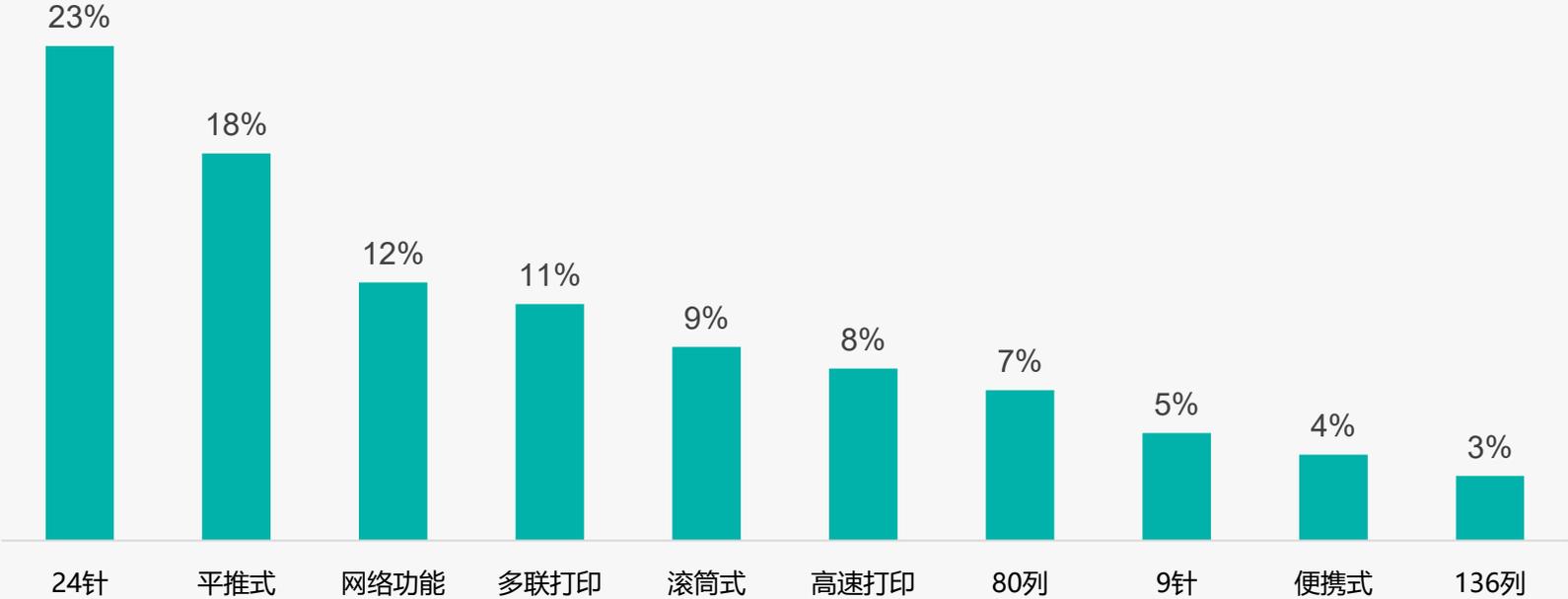
针打市场新用户驱动 技术功能升级趋势

- ◆消费频率显示首次购买占41%，每2-3年更换占29%，表明市场新用户多且更新周期较短，驱动需求增长。
- ◆规格分布中24针占23%为主流，网络功能占12%和多联打印占11%突出，反映技术升级和办公效率需求提升。

2025年中国针式打印机消费频率分布



2025年中国针式打印机消费产品规格分布

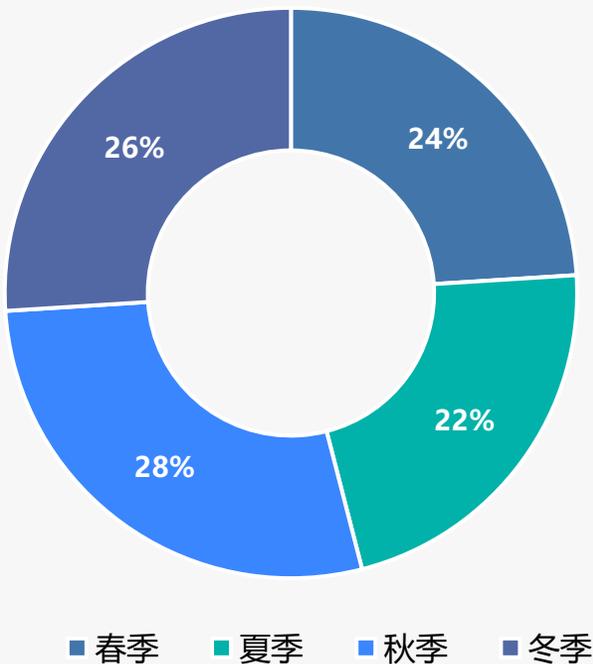


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

中端消费主导 原厂包装主流

- ◆ 单次消费以1000-2000元为主，占比42%，显示中端市场主导；低于1000元占23%，3000元以上仅14%，高端需求有限。
- ◆ 包装类型中原厂标准包装占67%，绝对优势；环保简化包装18%，定制企业包装9%，其他类型合计6%，标准化偏好明显。

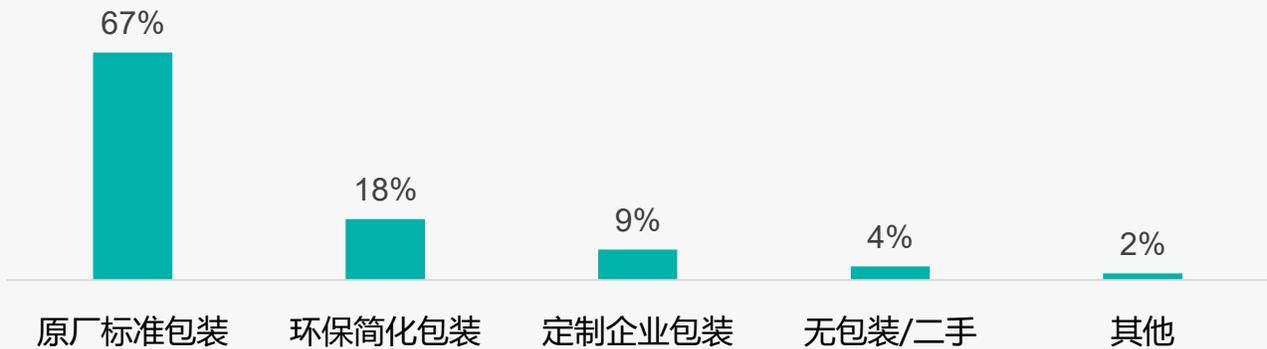
2025年中国针式打印机消费行为季节分布



2025年中国针式打印机单次消费支出分布



2025年中国针式打印机消费品包装类型分布

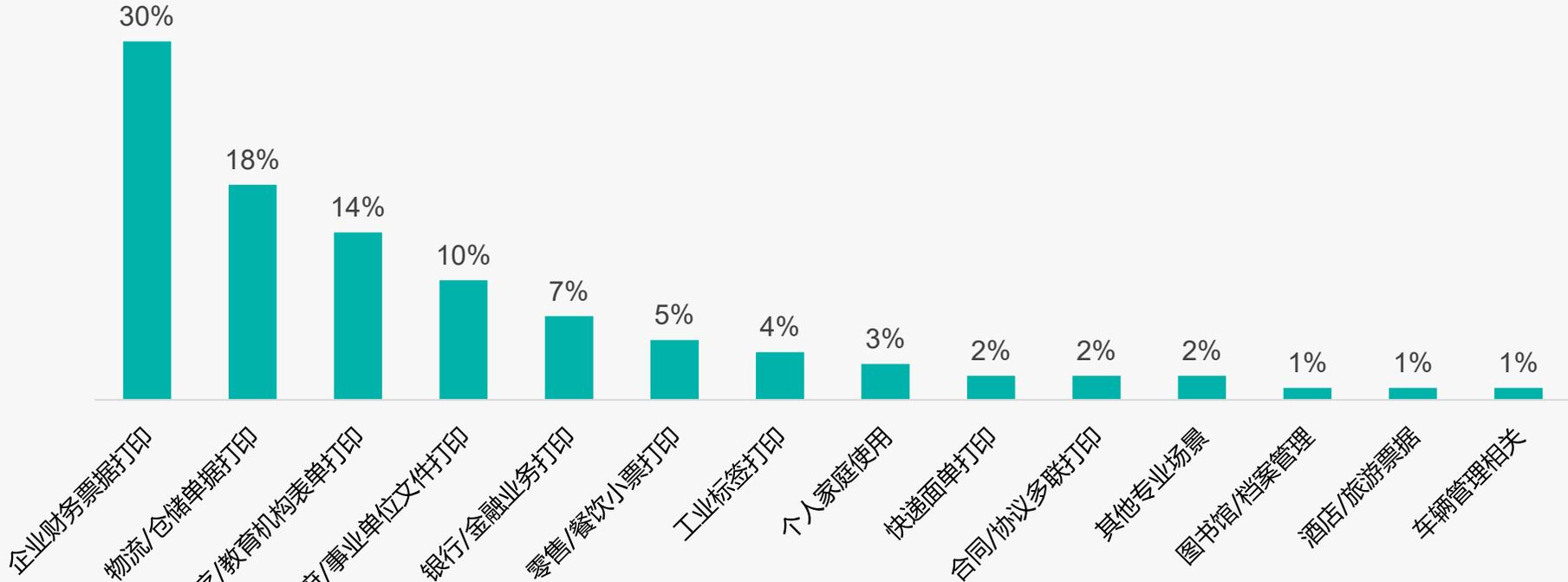


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

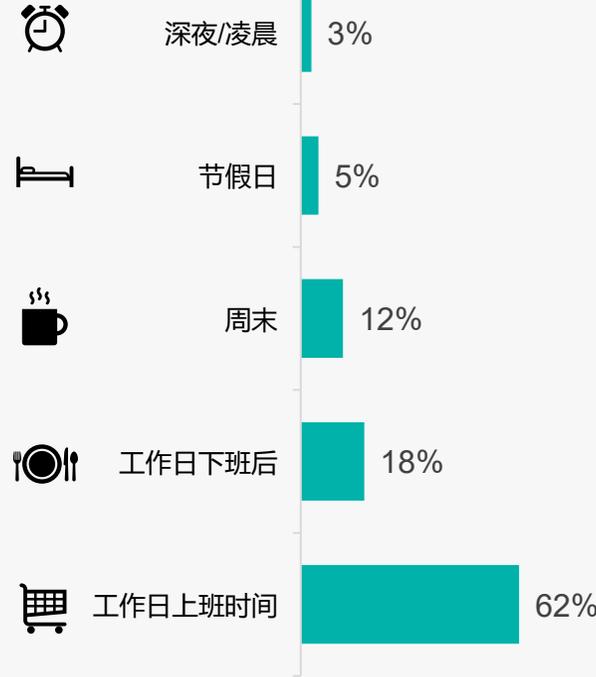
针式打印机核心应用商业专业时段集中

- ◆ 针式打印机消费场景以企业财务票据打印为主，占比30%，物流/仓储单据打印占18%，医疗/教育机构表单打印占14%，显示其在商业和专业领域的核心应用。
- ◆ 消费时段集中在工作日上午时间，占比62%，工作日下班后占18%，周末占12%，节假日占5%，深夜/凌晨占3%，表明使用与工作流程紧密相关。

2025年中国针式打印机消费场景分布



2025年中国针式打印机消费时段分布

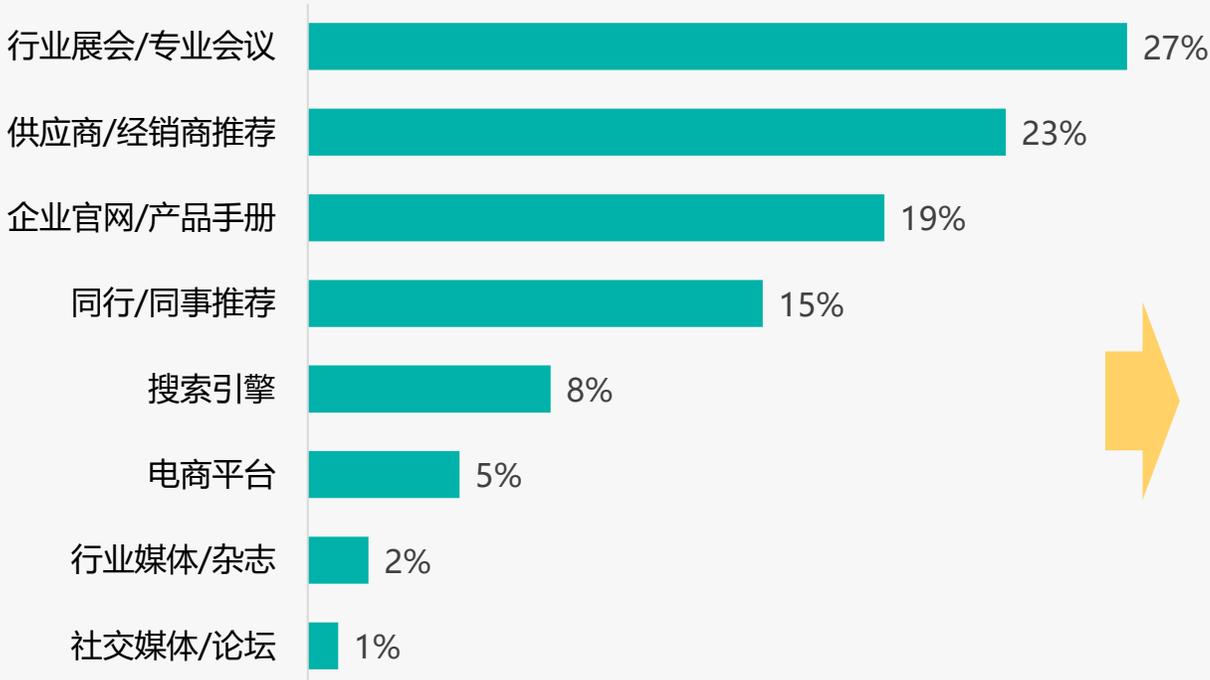


来源：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

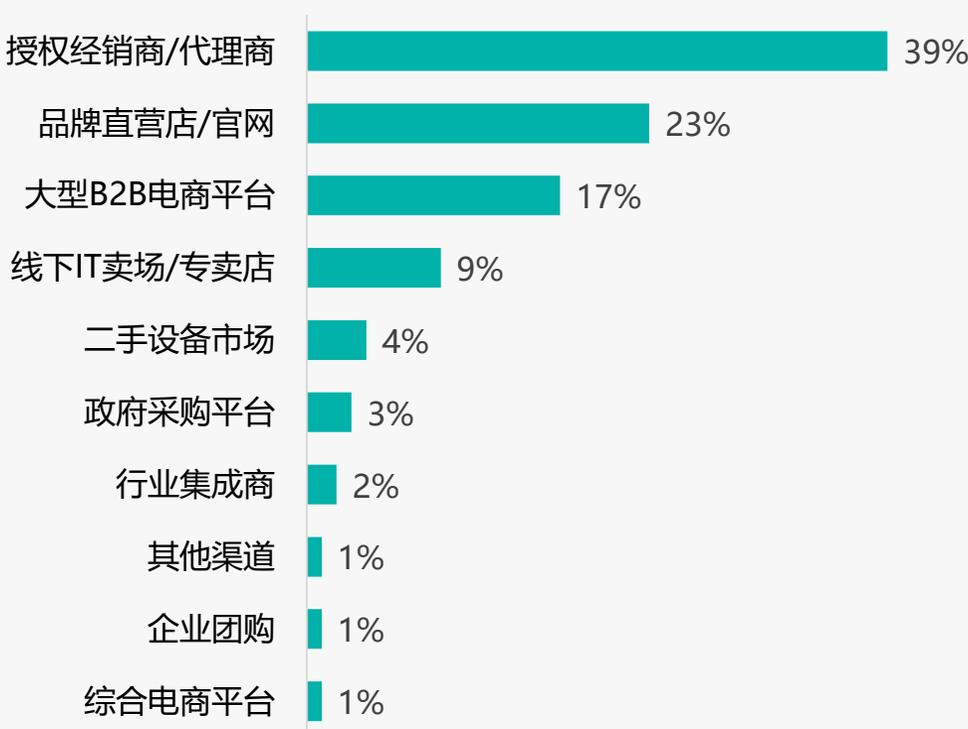
专业渠道主导信息 官方渠道确保质量

- ◆消费者了解针式打印机主要通过行业展会/专业会议（27%）、供应商/经销商推荐（23%）和企业官网/产品手册（19%），合计占69%，显示专业渠道主导信息获取。
- ◆购买渠道以授权经销商/代理商（39%）和品牌直营店/官网（23%）为主，合计占62%，表明消费者偏好官方渠道以确保质量和服务。

2025年中国针式打印机产品了解渠道分布



2025年中国针式打印机产品购买渠道分布

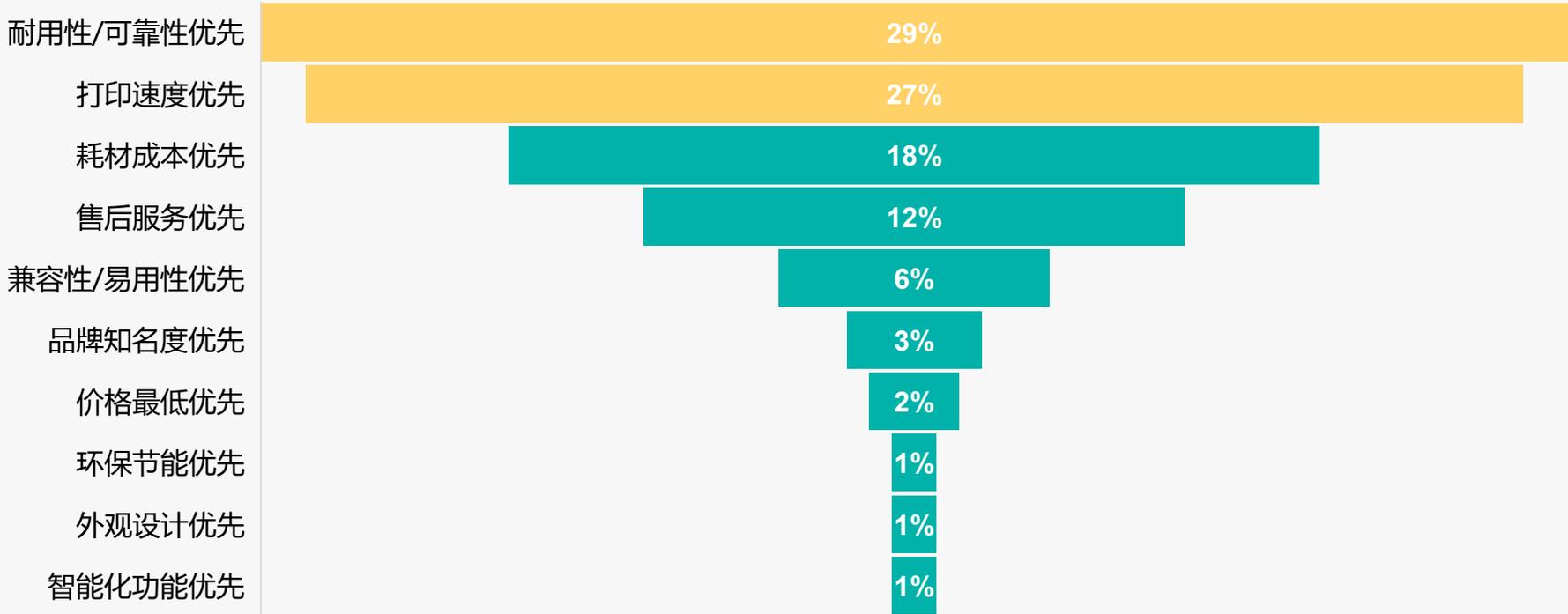


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

耐用性打印速度主导耗材成本次要

- ◆耐用性/可靠性优先占29%，打印速度优先占27%，两者合计超一半，显示消费者最关注针式打印机的核心性能与长期使用价值。
- ◆耗材成本优先占18%，售后服务优先占12%，次要偏好如品牌、价格等均低于5%，市场焦点集中于基本功能与可靠性。

2025年中国针式打印机产品偏好类型分布

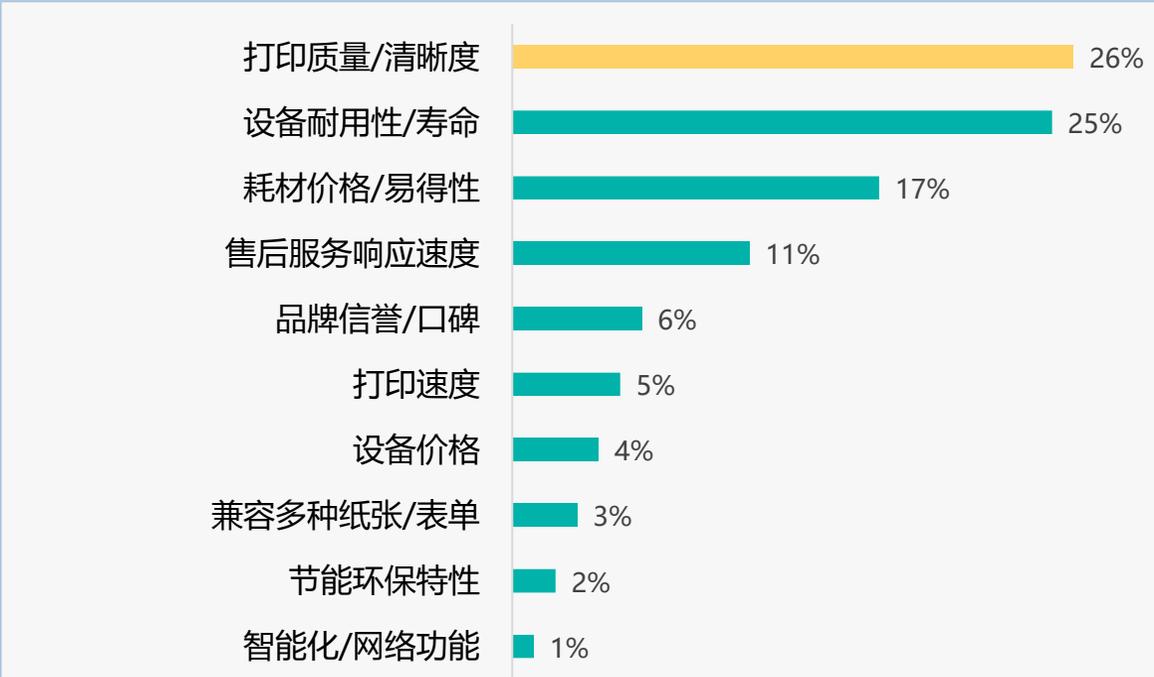


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

针式打印机消费 核心性能驱动 刚性需求主导

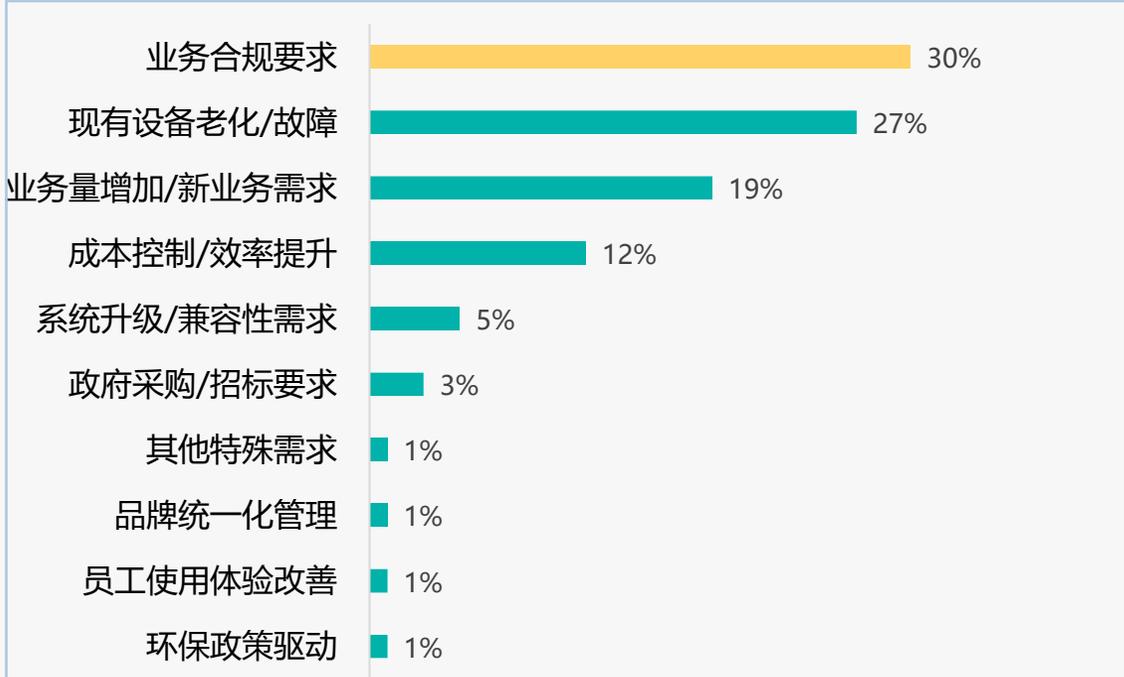
- ◆吸引消费的关键因素中，打印质量/清晰度占26%，设备耐用性/寿命占25%，合计超50%，显示核心性能与可靠性是主要驱动力。
- ◆消费的真正原因方面，业务合规要求占30%，现有设备老化/故障占27%，合计57%，表明市场主要由刚性需求驱动。

2025年中国针式打印机吸引消费关键因素分布



样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

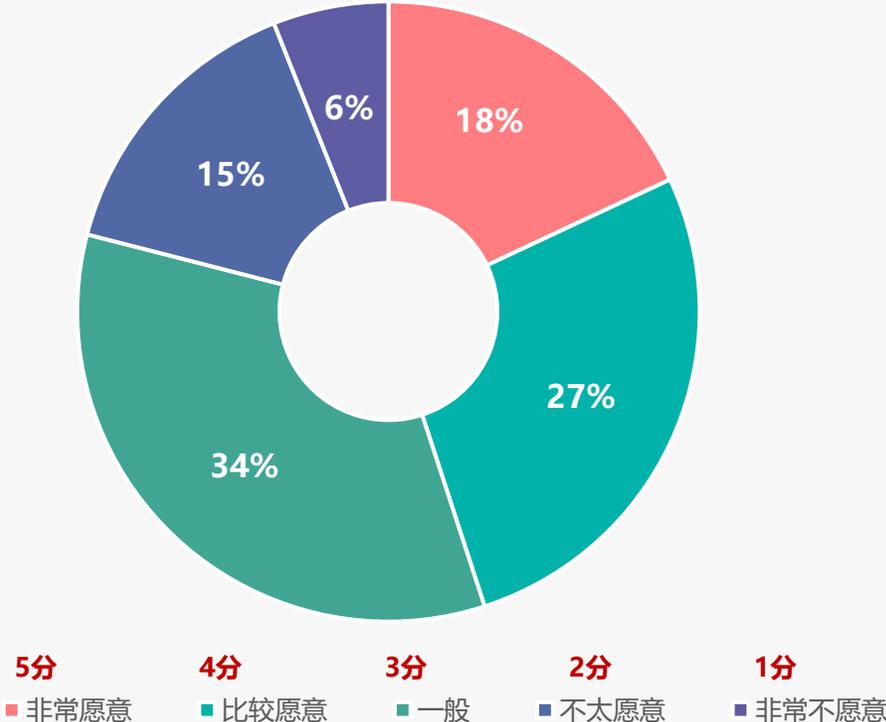
2025年中国针式打印机消费真正原因分布



针式打印机推荐意愿低 专业性场景挑战大

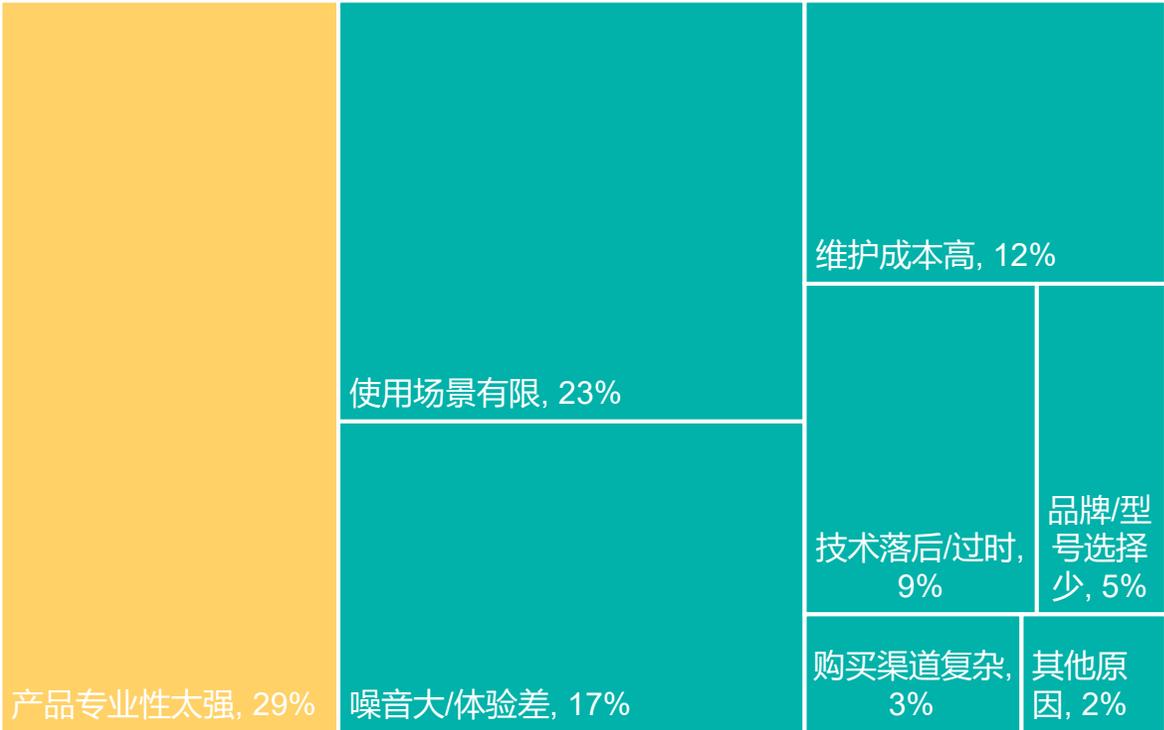
- ◆ 调查显示，针式打印机消费者推荐意愿偏低，非常愿意和比较愿意合计占比45%，一般及以下意愿占比55%。不愿推荐主因是产品专业性太强（29%）和使用场景有限（23%）。
- ◆ 分析指出，针式打印机面临专业性和场景适用性挑战，噪音大/体验差（17%）影响用户体验。建议优化设计以降低使用门槛和改善噪音问题。

2025年中国针式打印机向他人推荐意愿分布



样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

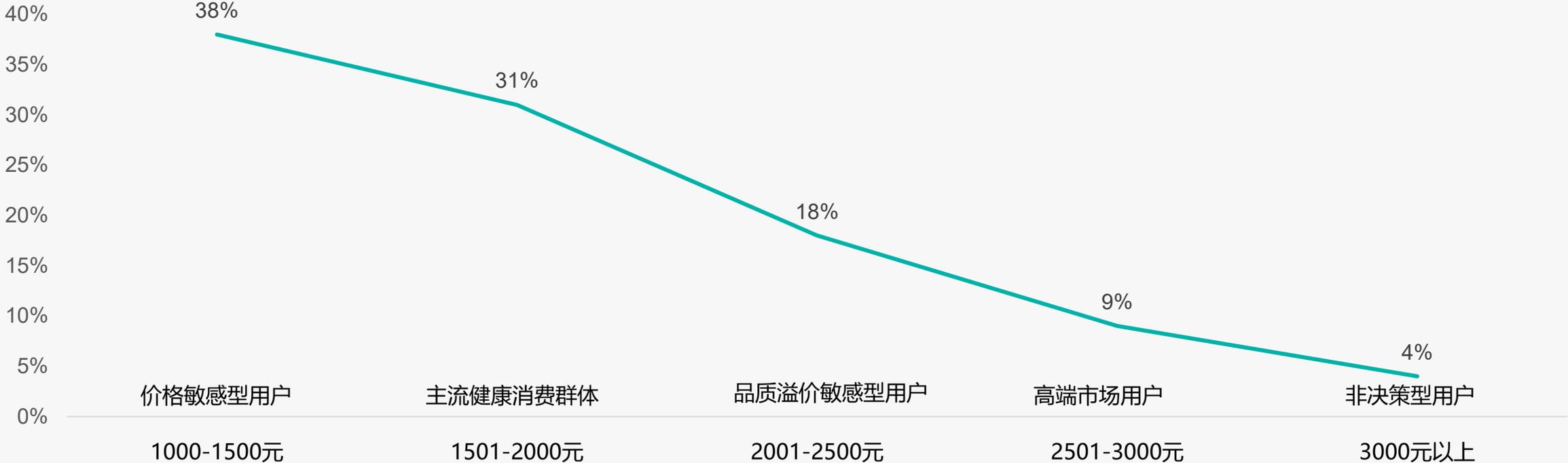
2025年中国针式打印机不愿推荐原因分布



针式打印机价格接受度主流经济实惠

- ◆针式打印机消费调查显示，38%消费者接受1000-1500元价格，占比最高，表明市场主流需求偏向经济实惠型产品。
- ◆中端1501-2000元接受度为31%，而高端2000元以上接受度较低，仅18%至4%，反映高价产品市场接受度有限。

2025年中国针式打印机主流规格价格接受度



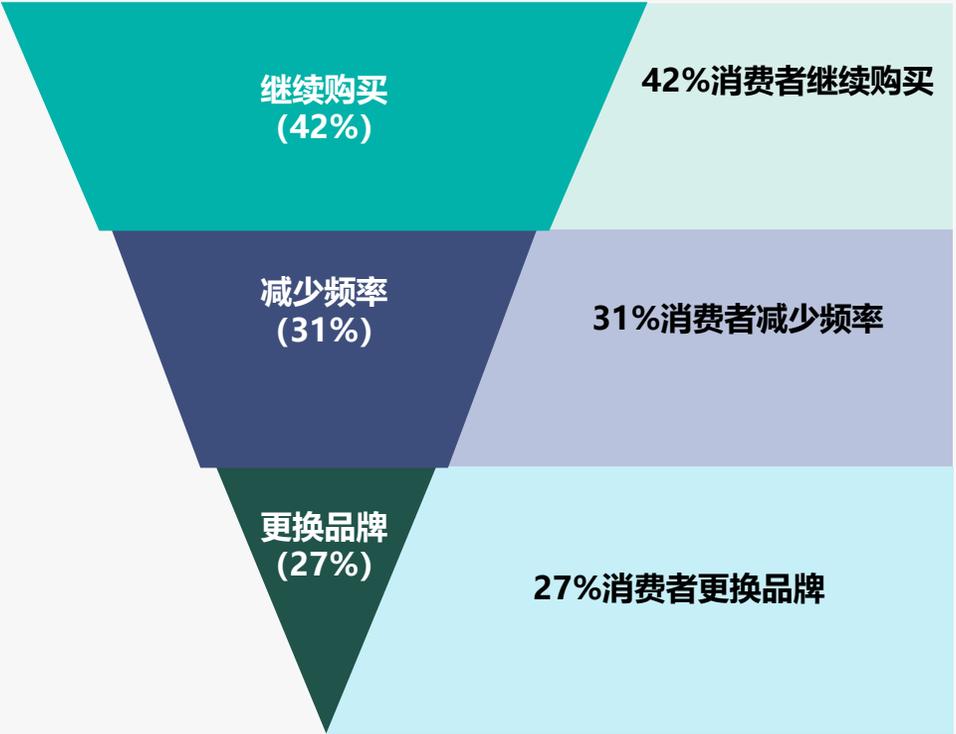
样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以24针规格针式打印机为标准核定价格区间

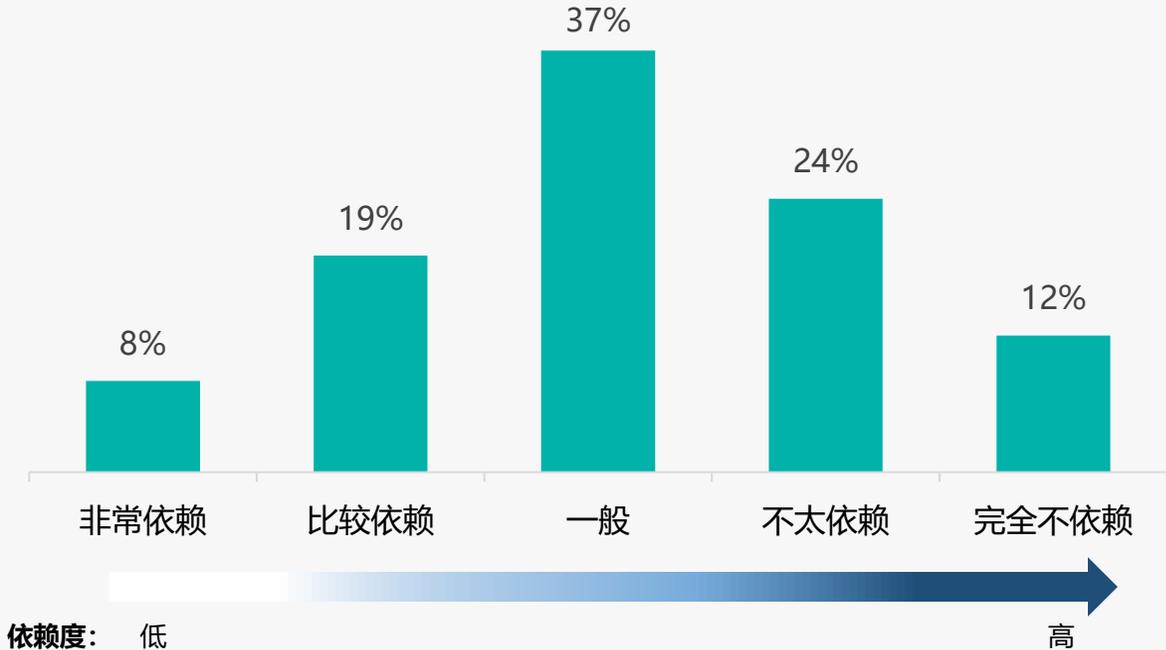
价格敏感低 促销依赖弱 市场趋稳

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，31%减少频率，27%更换品牌，显示价格敏感度较低但品牌忠诚度分化。
- ◆促销活动依赖度低，仅27%消费者非常或比较依赖，73%反应平淡，表明市场成熟、促销效果有限。

2025年中国针式打印机价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国针式打印机对促销活动依赖程度分布

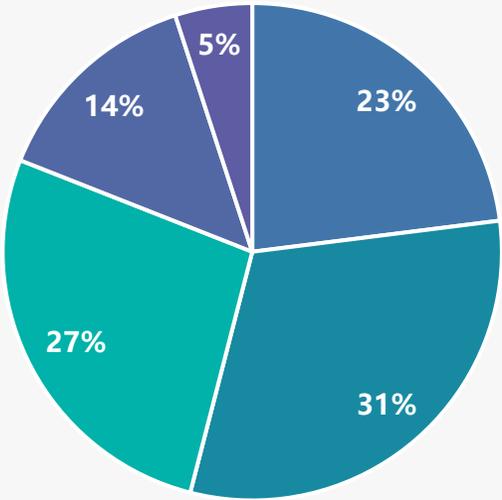


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

高复购率用户忠诚 更换主因服务故障

- ◆ 针式打印机用户品牌忠诚度较高，70%以上复购率占比达54%，显示行业依赖稳定技术和使用习惯。
- ◆ 更换品牌主因是售后服务不满意占34%和设备故障率高占28%，合计62%，强调可靠性和服务的关键作用。

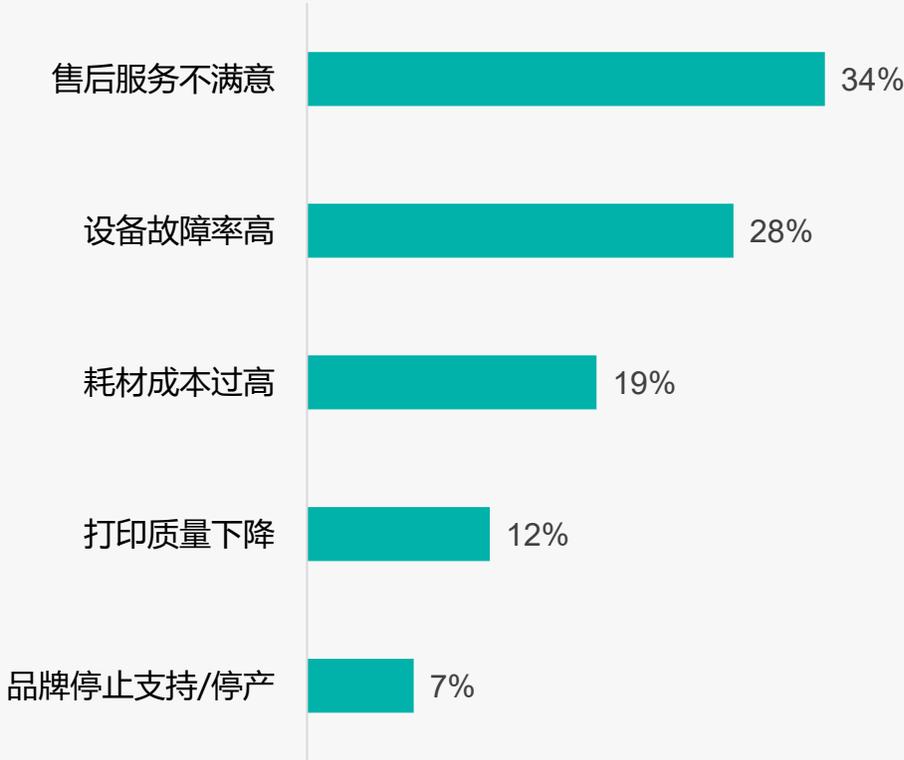
2025年中国针式打印机固定品牌复购率分布



- 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年中国针式打印机更换品牌原因分布

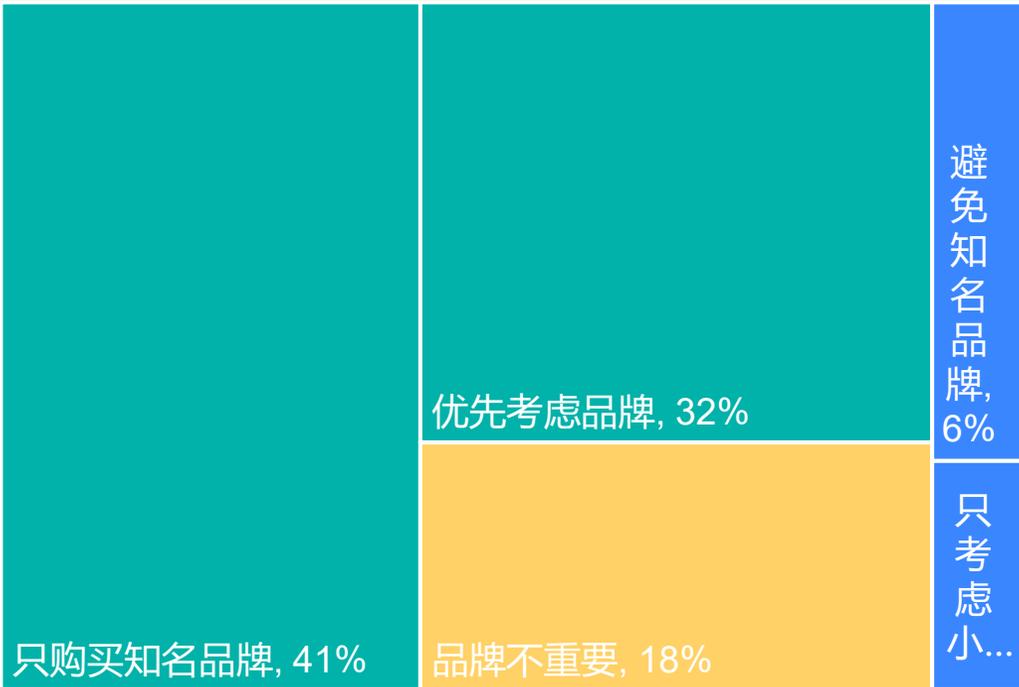


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

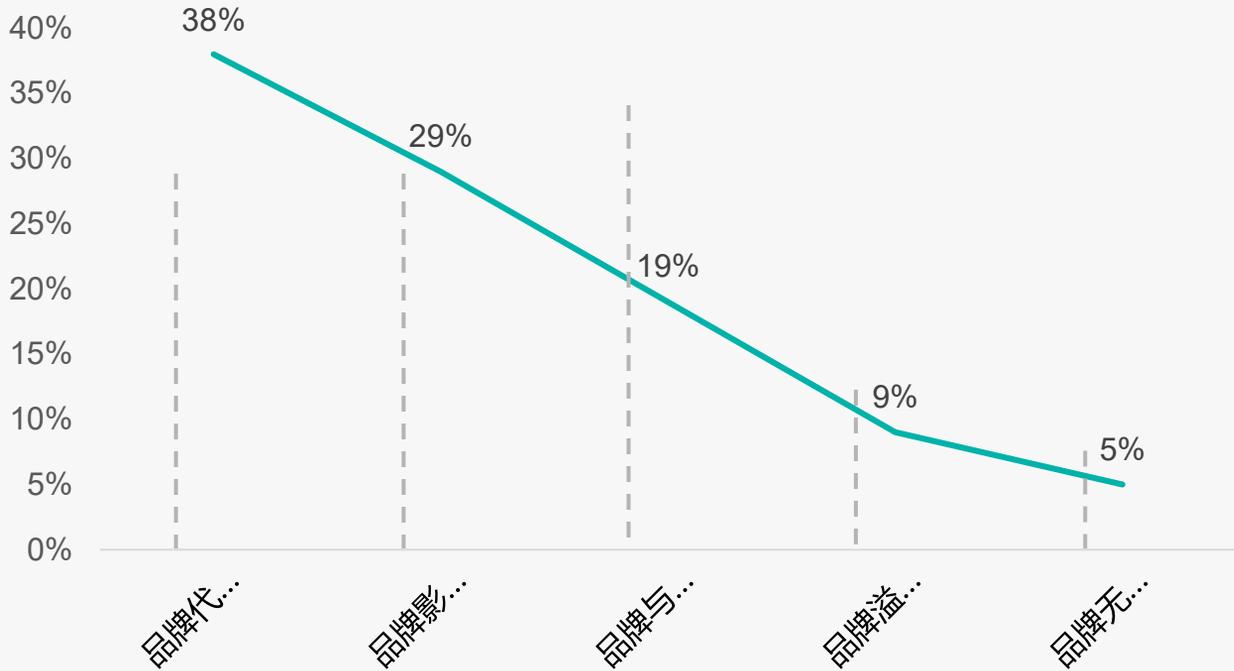
品牌忠诚度高 质量保障关键

- ◆ 针式打印机消费者高度依赖品牌，73%优先或只购买知名品牌，品牌忠诚度显著，显示品牌是购买决策的关键因素。
- ◆ 品牌与质量感知紧密相关，38%认为品牌代表质量保障，仅5%认为品牌无关紧要，突显品牌在确保产品可靠性中的核心作用。

2025年中国针式打印机消费品牌产品意愿分布



2025年中国针式打印机对品牌产品态度分布

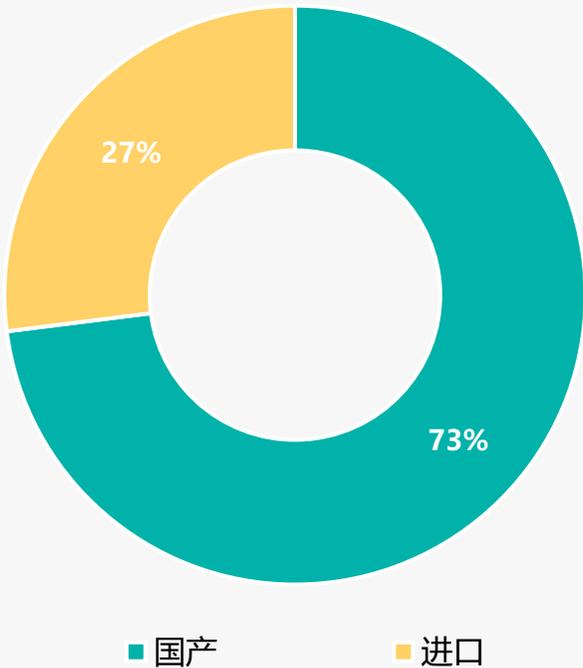


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

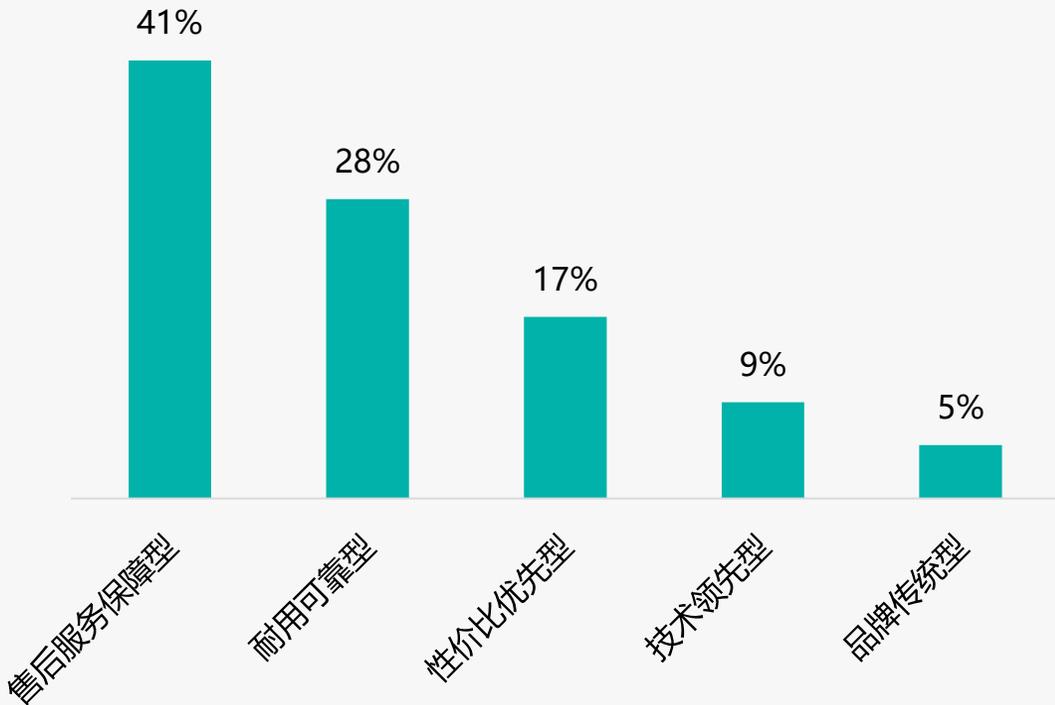
国产主导市场 消费者重售后耐用

- ◆国产品牌消费占比73%，进口品牌27%，显示本土产品主导市场。品牌偏好中售后服务保障型占41%，耐用可靠型占28%，凸显消费者对长期支持和质量的重视。
- ◆性价比优先型占17%，技术领先型和品牌传统型分别占9%和5%，表明成本效益和传统因素影响较小，厂商应聚焦优化售后服务和产品质量。

2025年中国针式打印机国产与进口品牌消费分布



2025年中国针式打印机品牌偏好类型分布

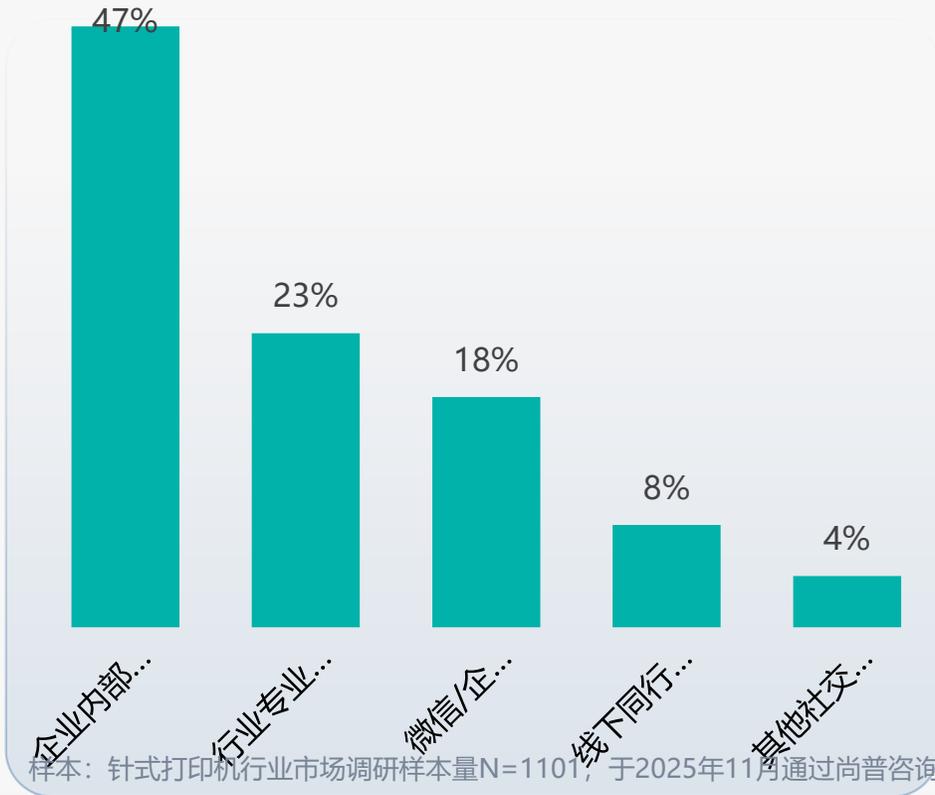


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

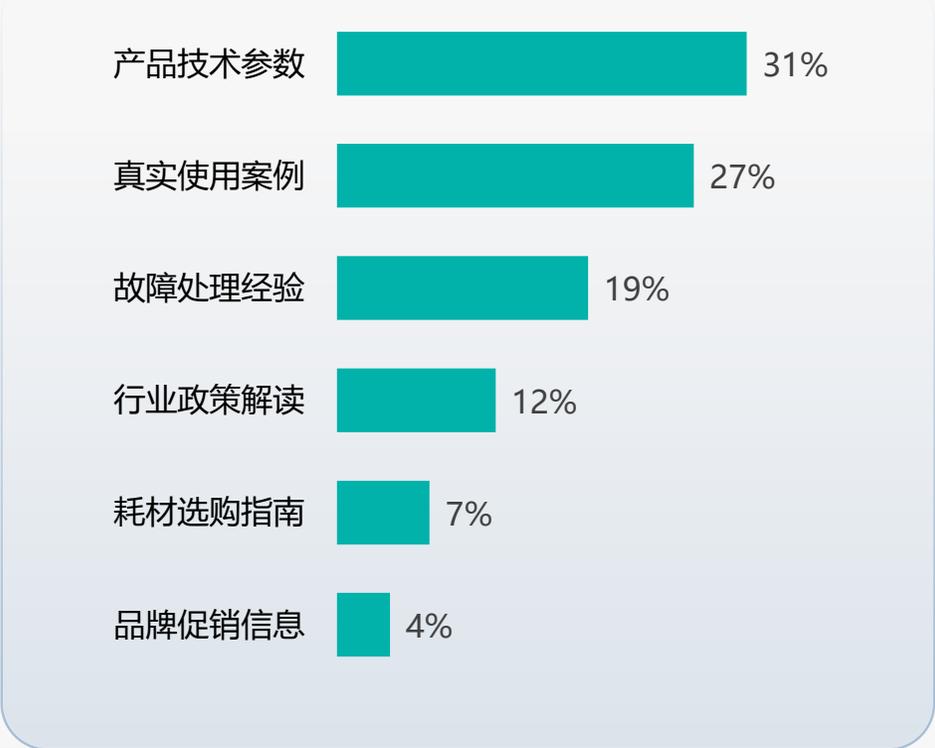
内部通讯主导 技术参数关注高

- ◆ 针式打印机用户社交分享以企业内部通讯为主，占比47%，行业专业论坛占23%，显示内部交流与专业平台是主要渠道。
- ◆ 用户关注内容以产品技术参数最高，占31%，真实使用案例占27%，故障处理经验占19%，反映技术细节与实际应用需求突出。

2025年中国针式打印机社交分享渠道分布



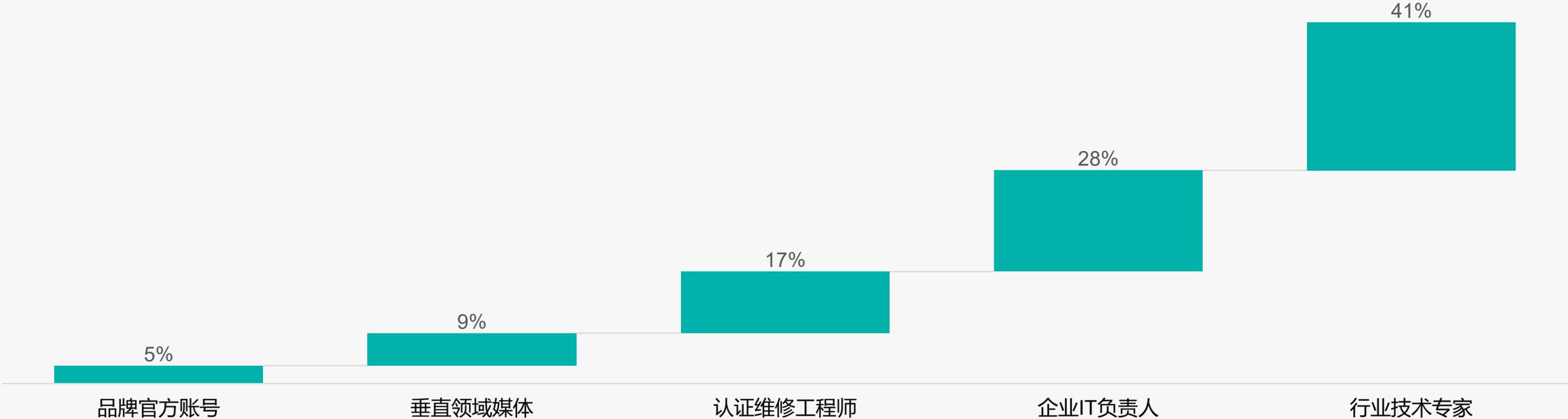
2025年中国针式打印机社交渠道内容类型分布



技术专家主导 品牌信任度低

- ◆消费者在社交渠道获取针式打印机内容时，最信任行业技术专家（41%）和企业IT负责人（28%），显示专业知识和实践经验是关键影响因素。
- ◆品牌官方账号信任度仅5%，表明消费者更倾向于独立第三方意见，而非品牌宣传，这凸显了技术专业性的主导地位。

2025年中国针式打印机社交渠道信任博主类型分布

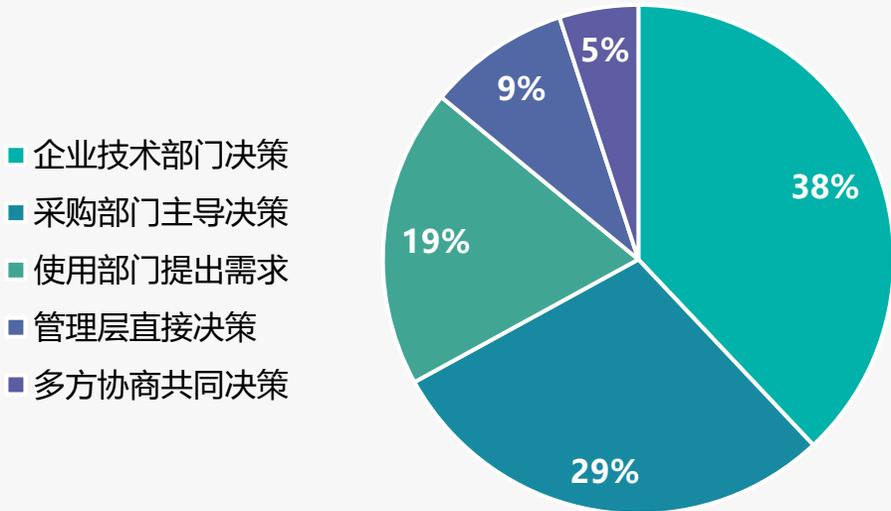


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

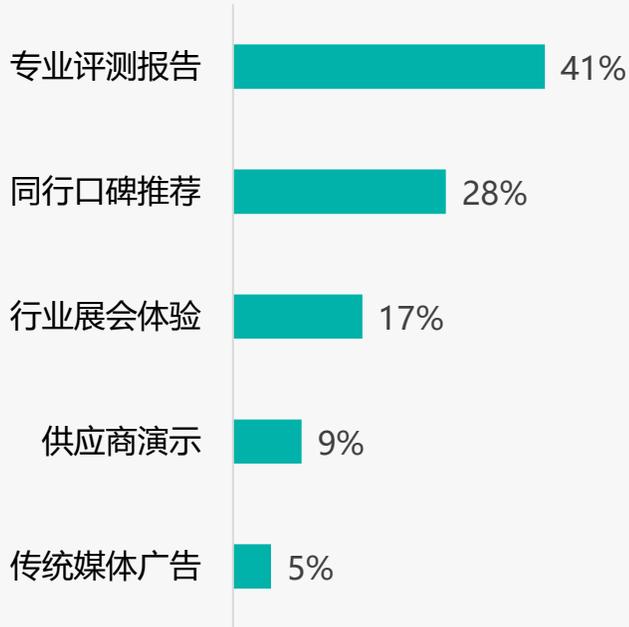
专业评测口碑主导 传统广告影响弱

- ◆针式打印机家庭广告偏好中，专业评测报告占比41%，同行口碑推荐占28%，显示消费者高度依赖客观信息和口碑传播进行购买决策。
- ◆行业展会体验占17%，供应商演示和传统媒体广告分别占9%和5%，表明传统广告方式影响力较弱，实际体验需求相对有限。

2025年中国针式打印机消费决策者类型分布



2025年中国针式打印机家庭广告偏好分布

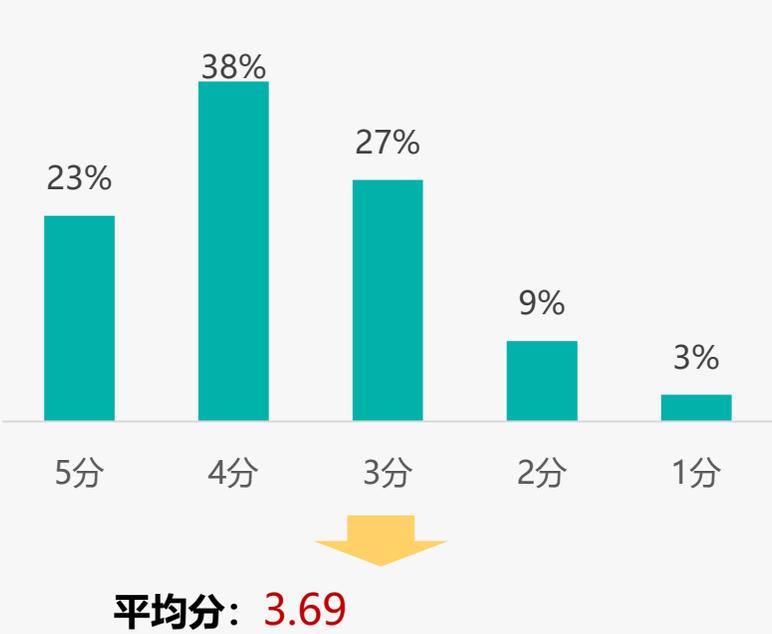


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

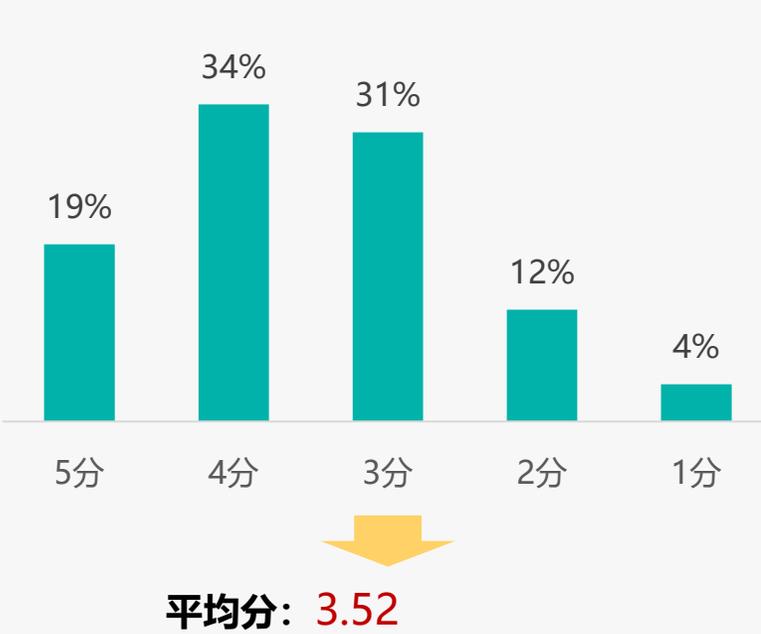
退货体验薄弱 需重点优化

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计占比61%，但退货体验满意度较低，5分和4分合计仅53%，显示退货环节需重点优化。
- ◆客服满意度与流程满意度接近，5分和4分合计58%，整体消费体验中退货是薄弱点，建议优先改进以提升用户满意度。

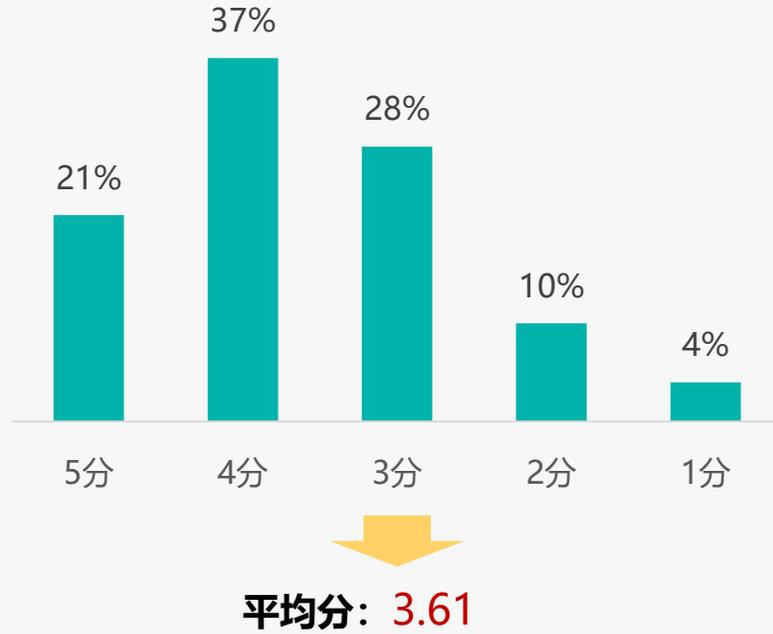
2025年中国针式打印机线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国针式打印机退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国针式打印机线上消费客服满意度分布（满分5分）

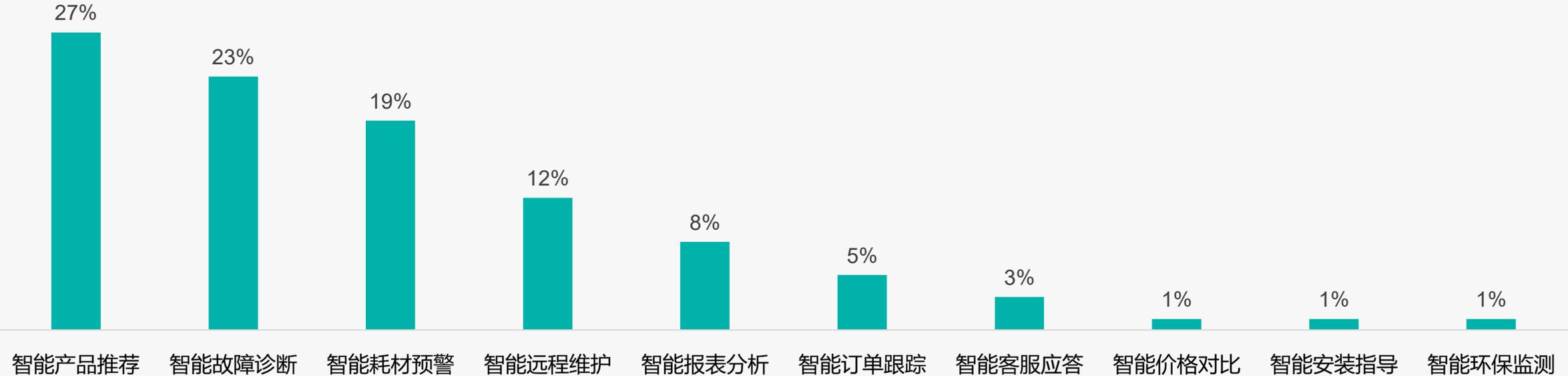


样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能服务核心需求集中 辅助服务需求弱

- ◆针式打印机智能服务需求高度集中，智能产品推荐27%、故障诊断23%、耗材预警19%合计达69%，显示消费者最关注核心功能优化。
- ◆智能远程维护12%、报表分析8%、订单跟踪5%有一定需求，而客服应答3%及价格对比等各1%的服务重要性较低，辅助服务需求弱。

2025年中国针式打印机线上消费智能服务体验分布



样本：针式打印机行业市场调研样本量N=1101，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