

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月复合复印机市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Multifunction Copier 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：复合复印机消费以男性中青年主导企业采购



消费人群以男性（68%）和中青年（36-45岁41%，26-35岁32%）为主。



中等偏上收入群体（8-12万38%，5-8万27%）需求突出。



企业采购决策集中在IT、行政/采购部门和高管层，占84%。

启示

✓ 聚焦核心消费人群

品牌方应针对男性中青年、中等偏上收入的企业专业和管理层，制定精准营销策略和产品定位。

✓ 强化企业采购渠道沟通

加强面向IT、行政/采购部门及高管的专业沟通和服务，提升品牌在企业采购决策中的影响力。

核心发现2：中期更换主导市场，彩色和数字化需求驱动



购买频率以每3-5年更换为主，占42%，首次购买占23%，显示市场以中期更新为主。



功能需求中，彩色打印/复印/扫描占31%，高于黑白打印的18%，网络打印占22%。



消费支出以5000-10000元为主，占38%，直接购买新机占52%，主导市场。

启示

✓ 优化产品更新周期策略

品牌方应针对中期更换需求，设计产品生命周期和促销活动，同时关注新用户市场拓展。

✓ 加强彩色和数字化功能开发

重点投入彩色打印、网络打印等数字化功能，以满足用户对效率和便捷性的需求。

核心发现3：品牌主导消费决策，售后服务是关键痛点



84%的消费者高度关注品牌，仅1%完全不考虑品牌，显示品牌是核心购买因素。



购买决策中，总拥有成本占29%最高，品牌信誉占24%，售后服务占18%，价格仅4%。



更换品牌的主要原因中，售后服务差占37%，远超设备性能不满的28%。

启示

✓ 强化品牌建设和信誉

品牌方需持续投入品牌建设，提升市场口碑和信任度，以巩固在消费者决策中的主导地位。

✓ 提升售后服务质量和可靠性

重点改善售后服务支持，降低故障率，以增强客户忠诚度，减少品牌转换风险。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年男性企业采购，以性价比和服务驱动品牌忠诚



1、产品端

- ✓ 强化彩色打印和网络打印功能
- ✓ 优化设备稳定性和打印速度效率



2、营销端

- ✓ 加强专业渠道和行业展会推广
- ✓ 利用同行推荐和内部交流传播



3、服务端

- ✓ 提升售后服务和降低故障率
- ✓ 推广远程监控和在线耗材订购

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

3、研究方法

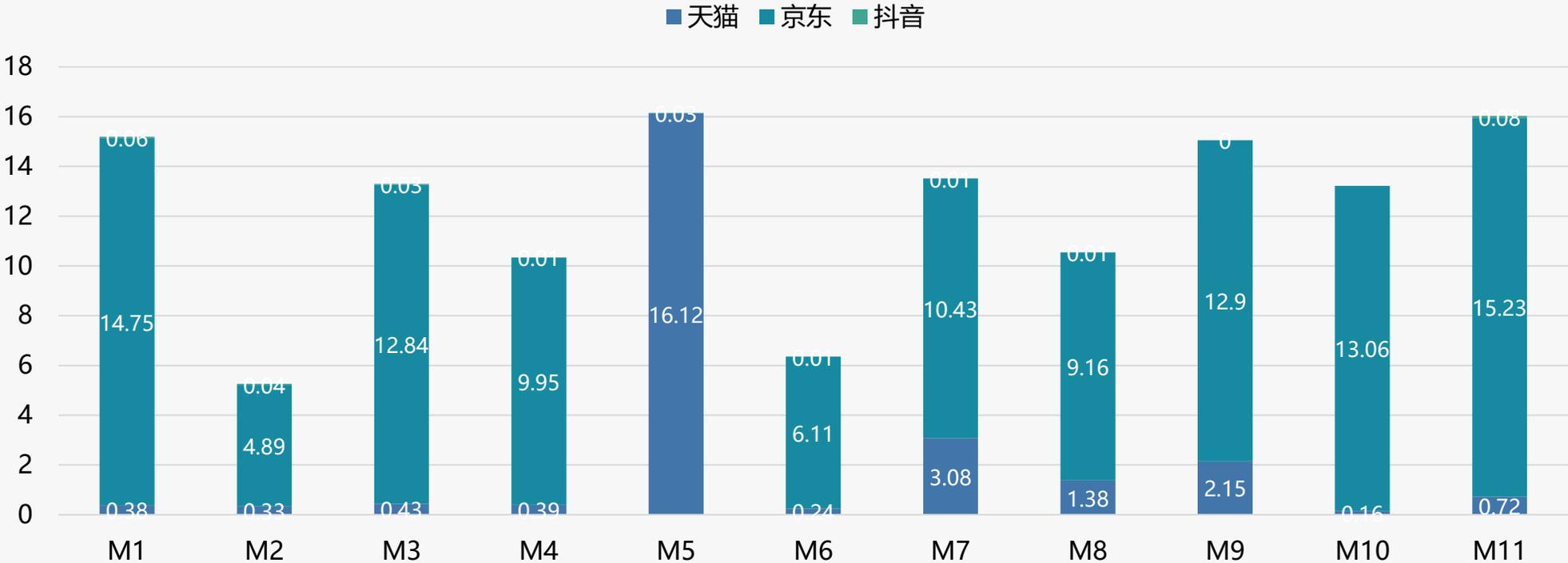
Research Method

- **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，计算复合复印机品类销售额、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、不同平台复合复印机品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

京东主导线上销售 高峰低谷需优化策略

- ◆从渠道结构看，京东是复合复印机线上销售主渠道，1-11月累计销售额约10.7亿元，占线上总销售额的93.5%，显示出强大的渠道控制力。天猫和抖音分别贡献约0.7亿元和0.04亿元，占比6.1%和0.4%，渠道集中度极高，建议品牌方重点维护京东渠道关系，同时探索天猫和抖音的差异化运营策略以分散风险。
- ◆从月度波动分析，销售额呈现明显季节性特征，1月、3月、5月、9月、11月为销售高峰，其中11月达到峰值1.5亿元，可能与双十一促销相关。2月、4月、6月为销售低谷，最低仅0.5亿元。建议企业优化库存管理，在高峰前备货，低谷期进行营销活动刺激需求，提高资金周转效率。

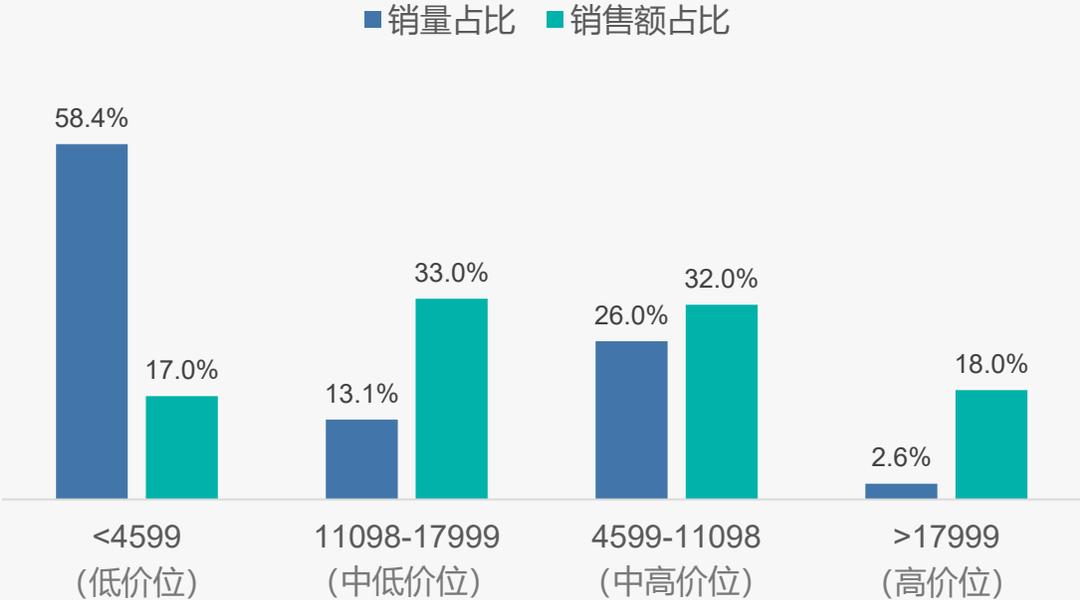
2025年1月~11月复合复印机品类线上销售规模（百万元）



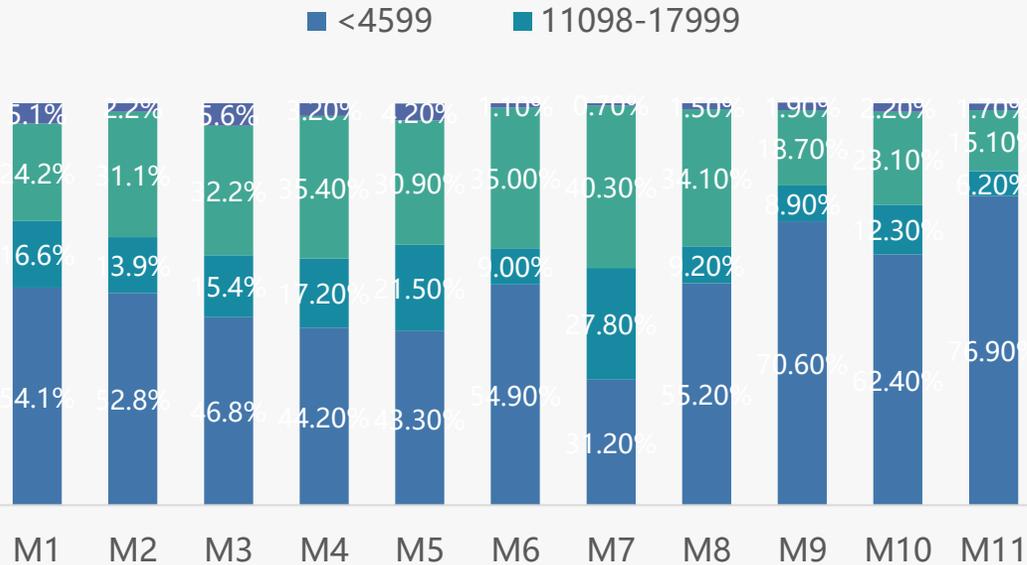
复合复印机市场两极分化 中高端产品驱动增长

- ◆从价格区间销售趋势看，复合复印机市场呈现明显的两极分化特征。低价位产品（<4599元）以58.4%的销量贡献仅17.0%的销售额，而高价位产品（>17999元）以2.6%的销量贡献18.0%的销售额，显示高端产品具有更高的利润空间和品牌溢价。中高端区间（4599-17999元）合计贡献65.0%的销售额，是市场的主要收入来源。
- ◆月度销量分布显示市场存在明显的季节性波动。低价位产品（<4599元）在M9-M11月销量占比显著提升（70.6%-76.9%），可能与年末促销活动相关；而中高端产品（4599-17999元）在M5-M7月占比相对较高，反映企业采购旺季集中在年中。这种周期性变化建议企业调整库存策略以优化周转率。

2025年1月~11月复合复印机线上不同价格区间销售趋势



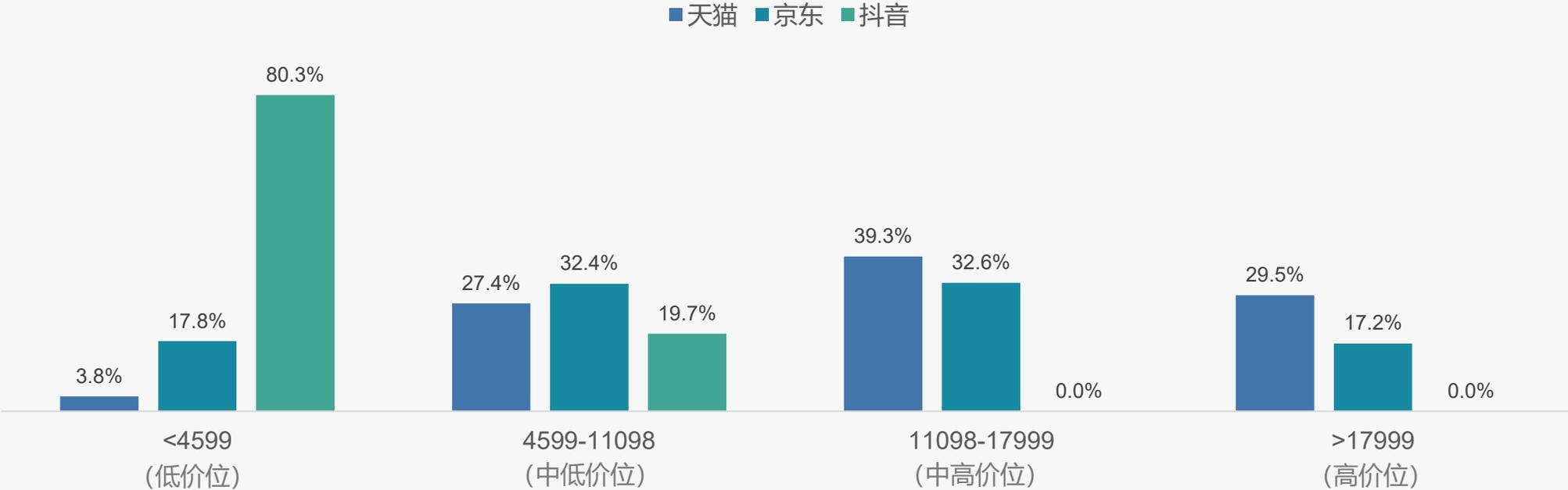
复合复印机线上价格区间-销量分布



天猫高端京东均衡抖音低价主导

- ◆从价格区间分布看，天猫平台高端市场（>17999元）占比29.5%，与中高端（11098-17999元）39.3%共同主导，显示其用户偏好高品质产品。京东平台各区间相对均衡，4599-11098元占32.4%，11098-17999元占32.6%，反映多元化需求。抖音平台则以低价位（<4599元）为主，占比80.3%，表明其市场定位偏向性价比驱动。
- ◆平台差异化策略显著：天猫聚焦高端化，>17999元区间贡献近三成份额，可能通过高客单价提升ROI。京东覆盖全价格带，4599-17999元区间合计65%，体现稳健的周转率。抖音专注于低价渗透，<4599元占比超八成，适合快速市场扩张，但需关注利润率压力。

2025年1月~11月各平台复合复印机不同价格区间销售趋势

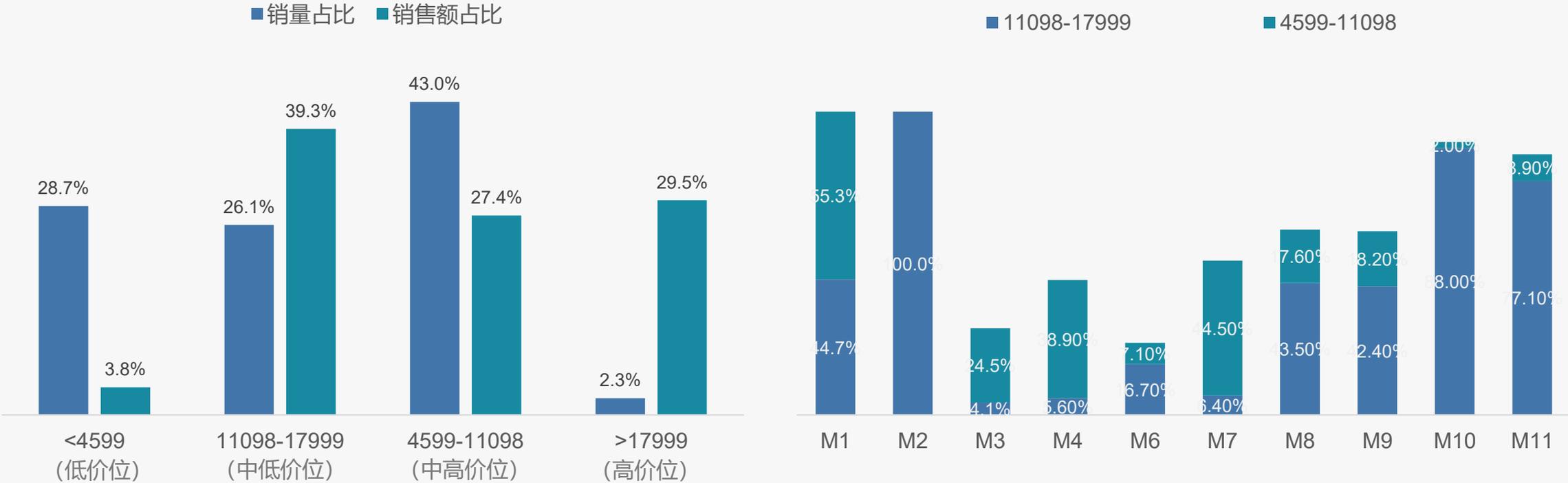


天猫复印机销量利润结构失衡需优化

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台呈现明显的结构性特征。11098-17999元区间以26.1%的销量贡献39.3%的销售额，是核心利润区；>17999元高端区间虽仅占2.3%销量，却贡献29.5%销售额，显示高溢价能力。4599-11098元区间销量占比43.0%最高，但销售额占比27.4%相对较低，表明该区间产品单价偏低，可能面临价格竞争压力。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M10-M11月<4599元低价区间占比飙升至77.1%-88.0%，而中高端区间大幅萎缩，表明年末促销季以低价产品冲量为主。M1-M4月及M7月中高端区间占比相对稳定，显示常规销售期消费者更关注产品性能。这种波动模式建议企业采取差异化营销策略，旺季主推入门款，淡

2025年1月~11月天猫平台复合复印机不同价格区间销售趋势

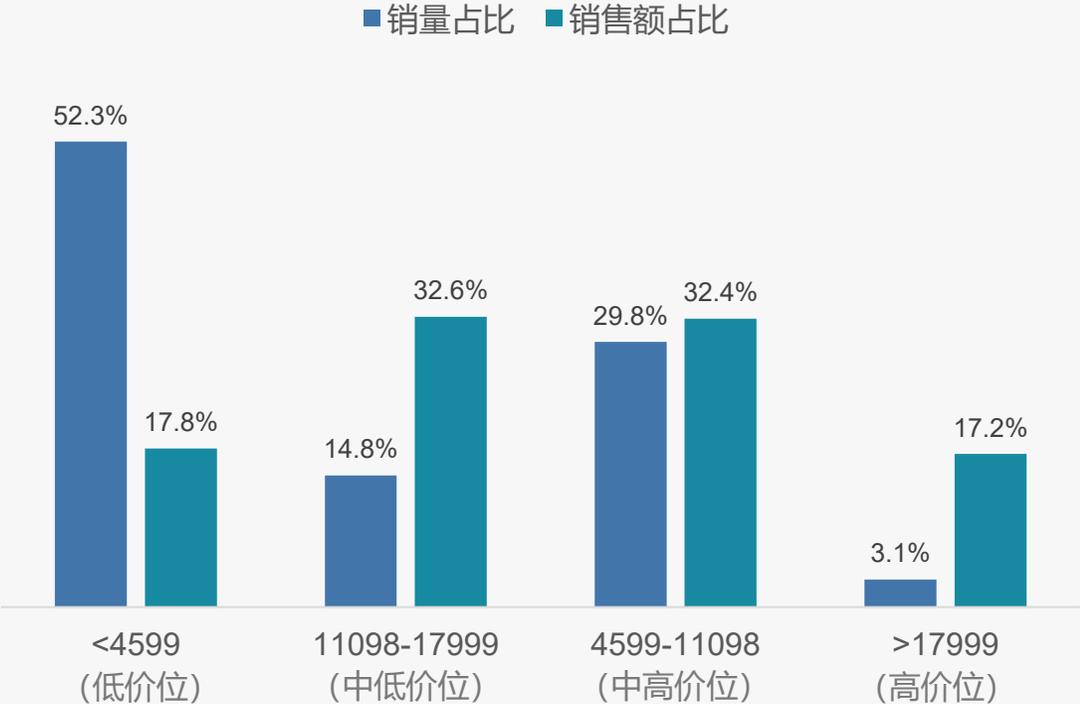
天猫平台复合复印机价格区间-销量分布



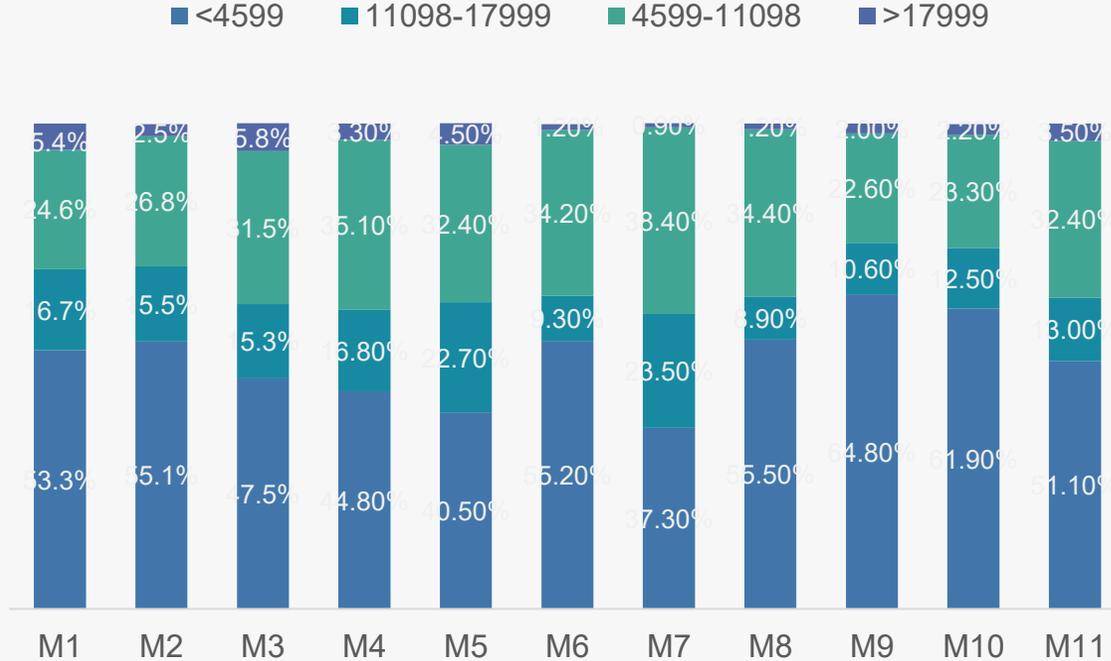
京东复印机市场 价格分化明显 中高端利润核心

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台呈现明显的两极分化特征。低价位段 (<4599元) 销量占比高达52.3%，但销售额贡献仅17.8%，表明该区间产品以走量为主，毛利率可能偏低。而中高价位段 (4599-17999元) 销量占比合计44.6%，却贡献了65%的销售额，显示该区间为平台核心利润来源。
- ◆从月度销量分布变化分析，低价位段 (<4599元) 销量占比波动显著 (M1 53.3%→M9 64.8%→M11 51.1%)，呈现季节性波动特征。整体来看，消费结构存在明显的价格敏感性和周期性特征。数据显示价格越高销售效率越高，高价产品具有更强的价值创造能力。建议优化产品组合，适当提升中高价位产品推广力度，同时通过捆绑销售等方式提升低价产品的附加价值。

2025年1月~11月京东平台复合复印机不同价格区间销售趋势



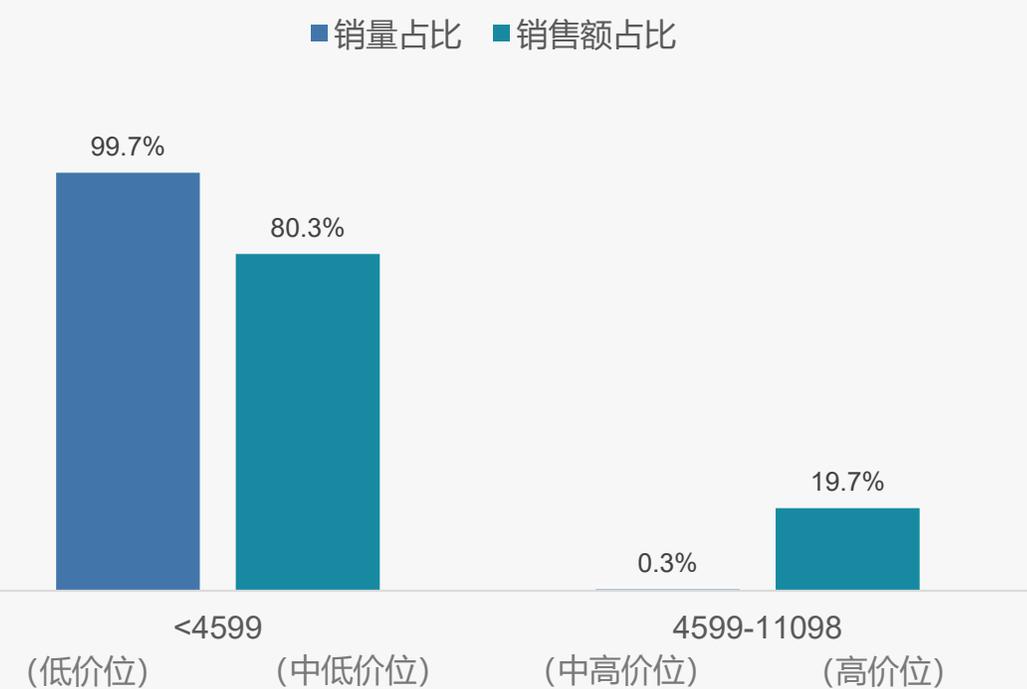
京东平台复合复印机价格区间-销量分布



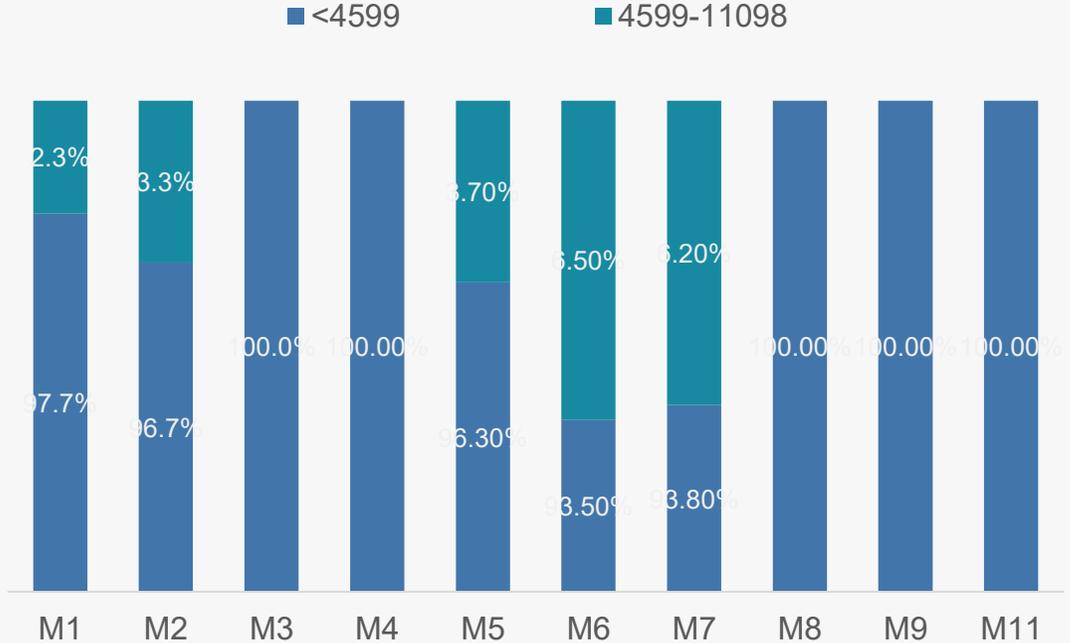
低价主导市场 高端贡献销售额 两极分化明显

- ◆从抖音平台价格区间销售趋势看，<4599元区间销量占比高达99.7%，销售额占比80.3%，显示低价产品主导市场，但4599-11098元区间以0.3%销量贡献19.7%销售额，表明高端产品具有高单价优势，整体市场呈现两极分化，低价走量、高价创收的策略明显。分析抖音平台月度销量分布，<4599元区间占比在M1-M11月均超93.5%，其中M3、M4、M8、M9、M11达100%，而4599-11098元区间占比在M6达峰值6.5%，显示高端产品销售存在季节性波动，可能受促销活动影响，需关注库存周转率优化。
- ◆低价产品支撑市场份额，但ROI可能较低，建议平衡产品组合以提升整体盈利性。

2025年1月~11月抖音平台复合复印机不同价格区间销售趋势



抖音平台复合复印机价格区间-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** 复合复印机消费行为、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年内购买过复合复印机的消费者;
- 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

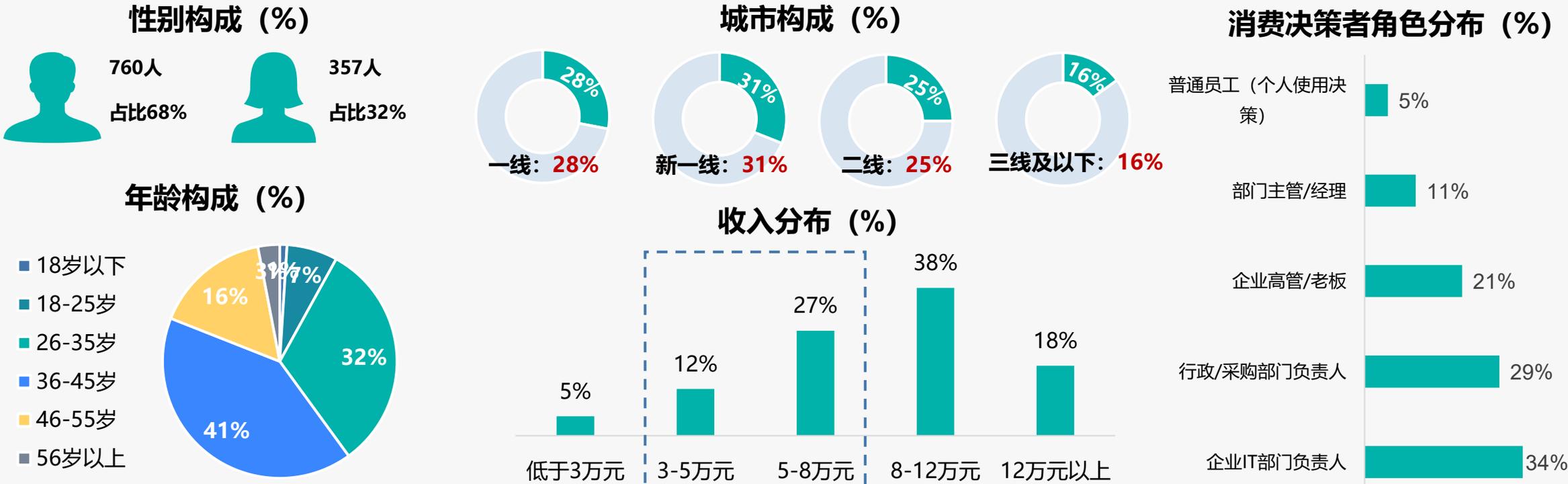
Research Method

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=1117

复合复印机消费男性中青年主导企业采购

- ◆复合复印机消费以男性（68%）和中青年（36-45岁41%，26-35岁32%）为主，中等偏高收入群体（8-12万元38%，5-8万元27%）需求突出。
- ◆企业采购决策集中在IT部门（34%）、行政/采购部门（29%）和高管（21%），高线城市（一线28%，新一线31%）是主要市场。

2025年中国复合复印机消费者画像

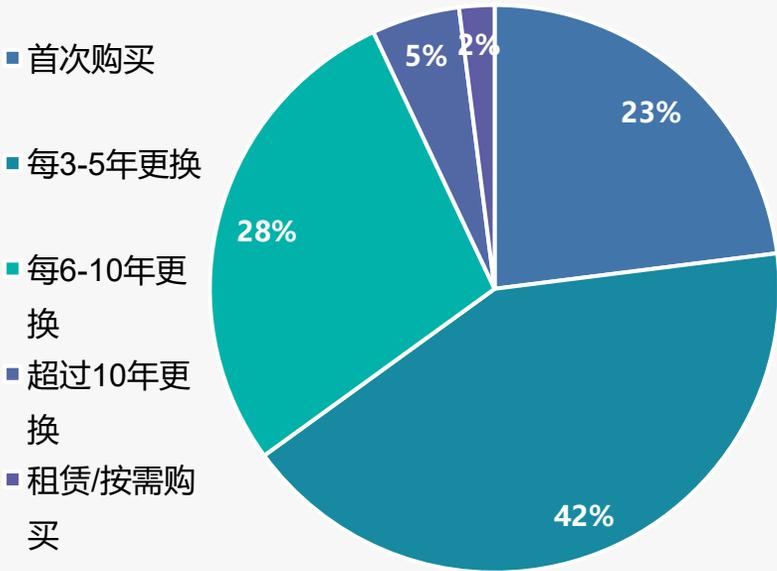


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

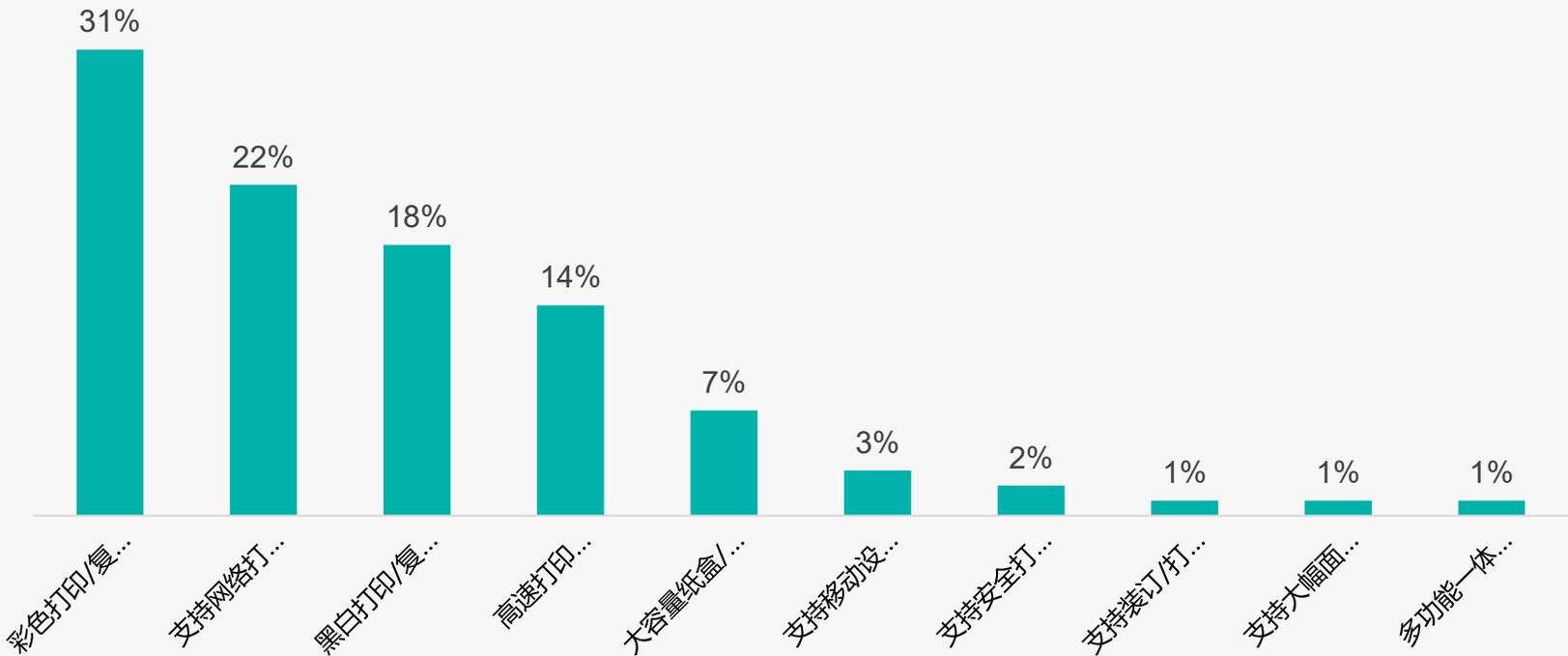
中期更换主导 彩色需求驱动

- ◆购买频率以每3-5年更换为主，占比42%，首次购买占23%，显示市场以中期更新为主，新用户有增长空间。
- ◆功能需求中，彩色打印/复印/扫描占比31%，高于黑白打印的18%，网络打印占22%，反映彩色和数字化趋势驱动消费。

2025年中国复合复印机购买频率分布



2025年中国复合复印机消费产品功能规格分布

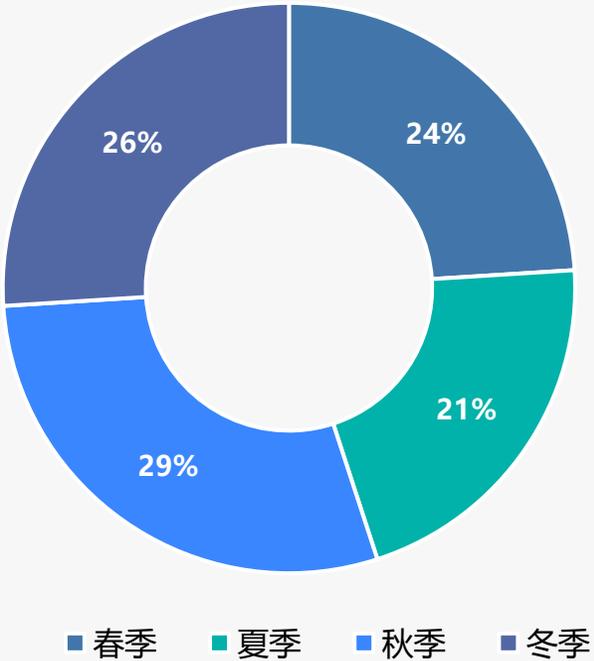


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

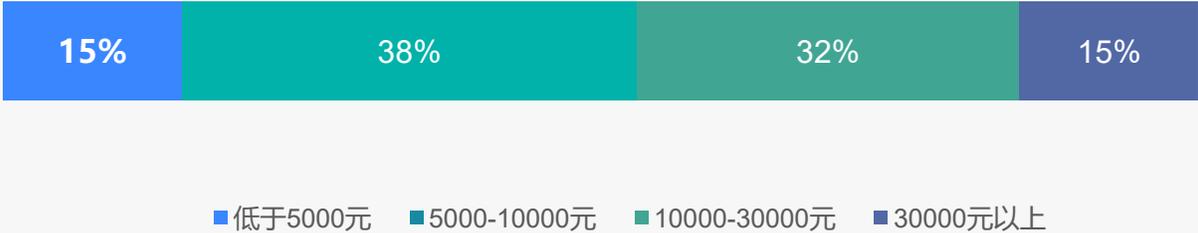
中等价位主导 新机购买为主 秋季采购高峰

- ◆ 单次消费支出以5000-10000元为主，占比38%，显示中等价位产品受青睐；购买方式中直接购买新机占52%，主导市场。
- ◆ 以旧换新和租赁服务分别占23%和18%，反映更新和灵活需求；购买季节分布均衡，秋季最高为29%。

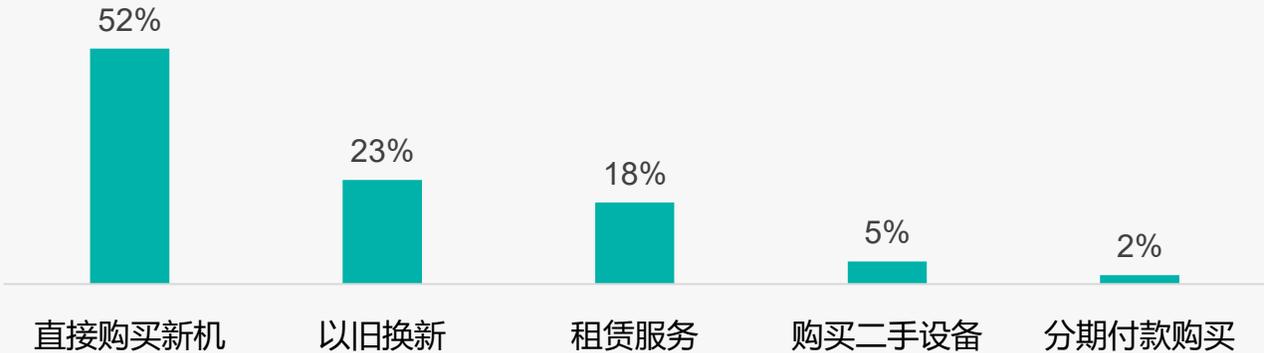
2025年中国复合复印机购买行为季节分布



2025年中国复合复印机单次消费支出分布



2025年中国复合复印机购买方式分布

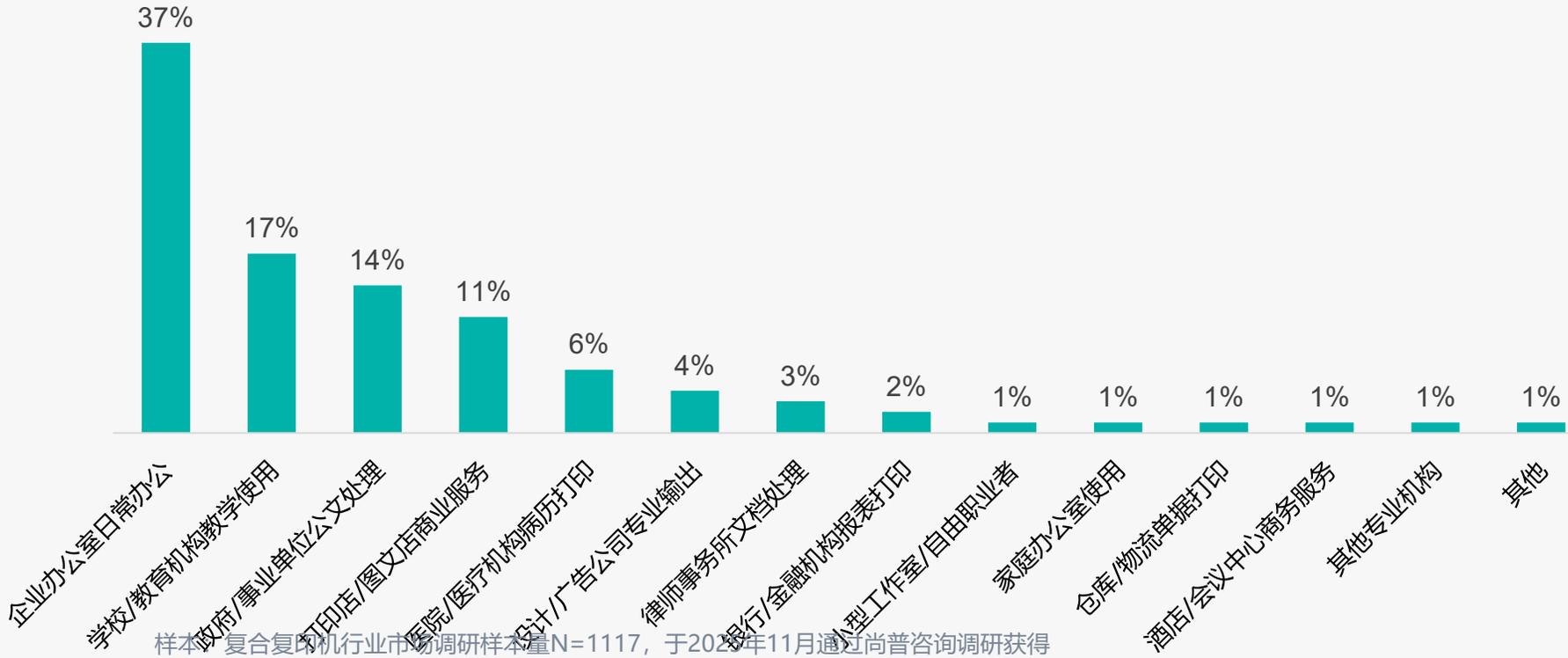


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

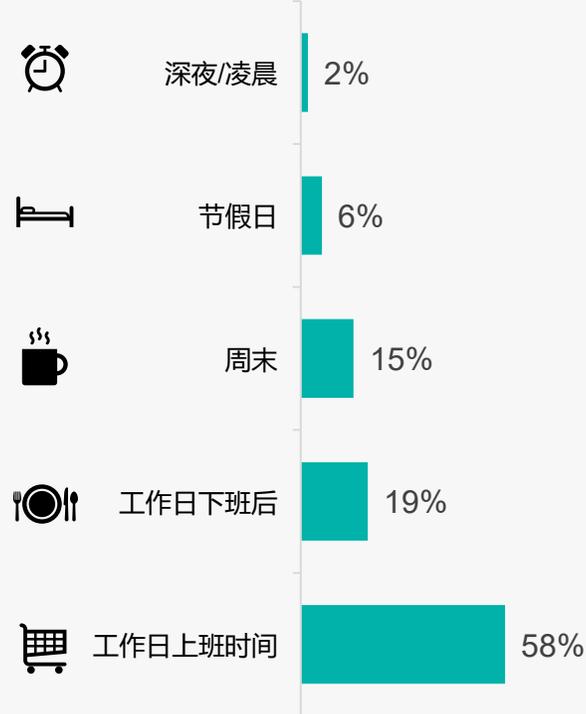
办公教育主导 工作日决策高峰

- ◆复合复印机消费场景高度集中，企业办公室占37%，学校占17%，政府占14%，办公和教育需求主导市场，其他场景均低于11%。
- ◆购买决策时段与工作时间同步，工作日上午时间占58%，工作日下班后占19%，周末占15%，显示工作日是决策高峰期。

2025年中国复合复印机消费场景分布



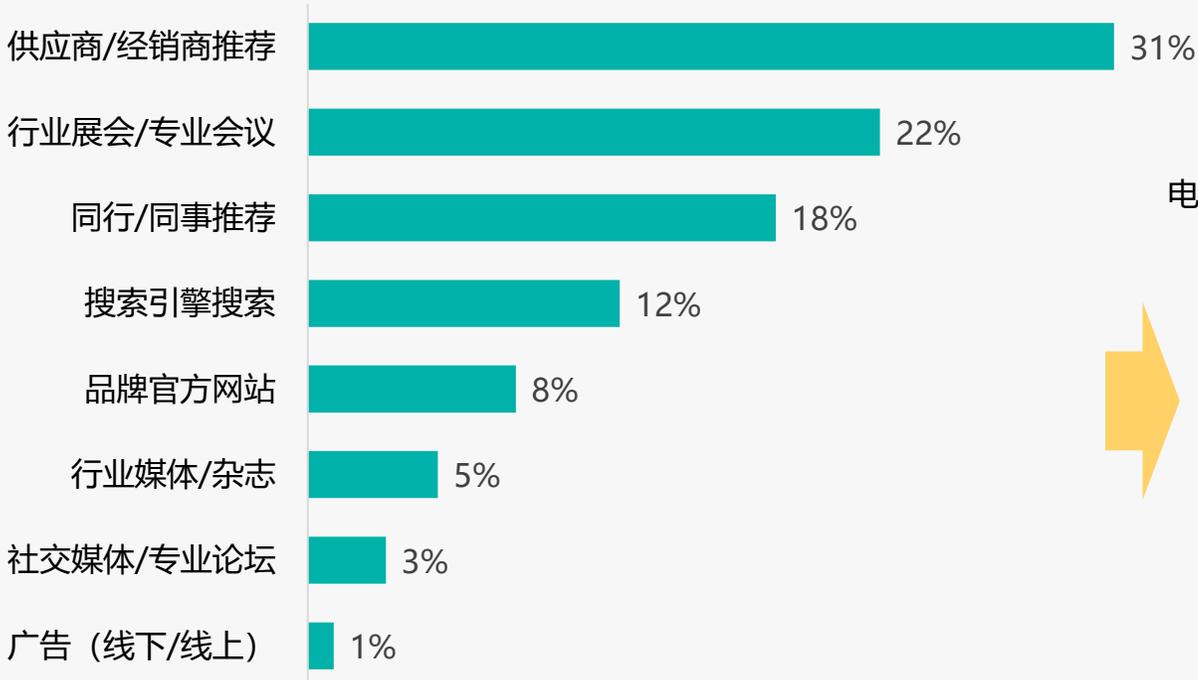
2025年中国复合复印机购买决策时段分布



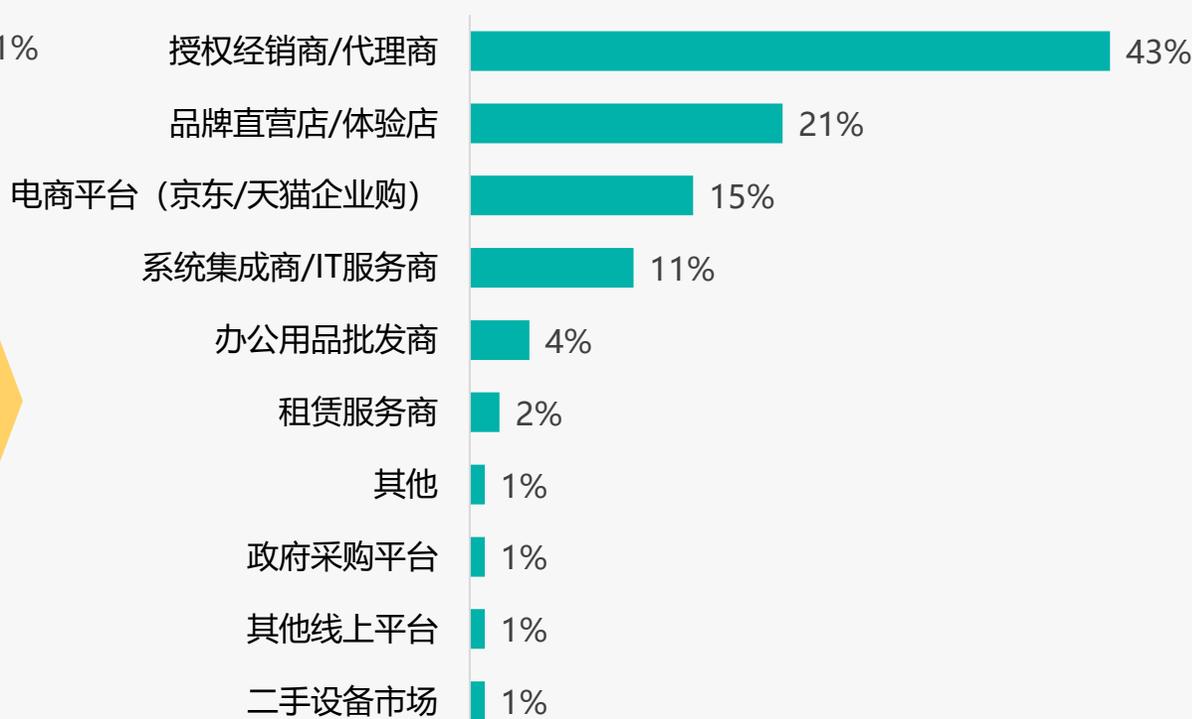
专业渠道主导信息获取 官方渠道确保购买可靠

- ◆ 消费者了解产品主要通过供应商推荐 (31%)、行业展会 (22%) 和同行推荐 (18%)，广告仅占1%，显示专业渠道和口碑是信息获取核心。
- ◆ 购买渠道以授权经销商 (43%) 和品牌直营店 (21%) 为主，电商平台占15%，二手市场仅1%，反映消费者重视官方渠道以确保可靠性和服务。

2025年中国复合复印机产品了解渠道分布



2025年中国复合复印机产品购买渠道分布

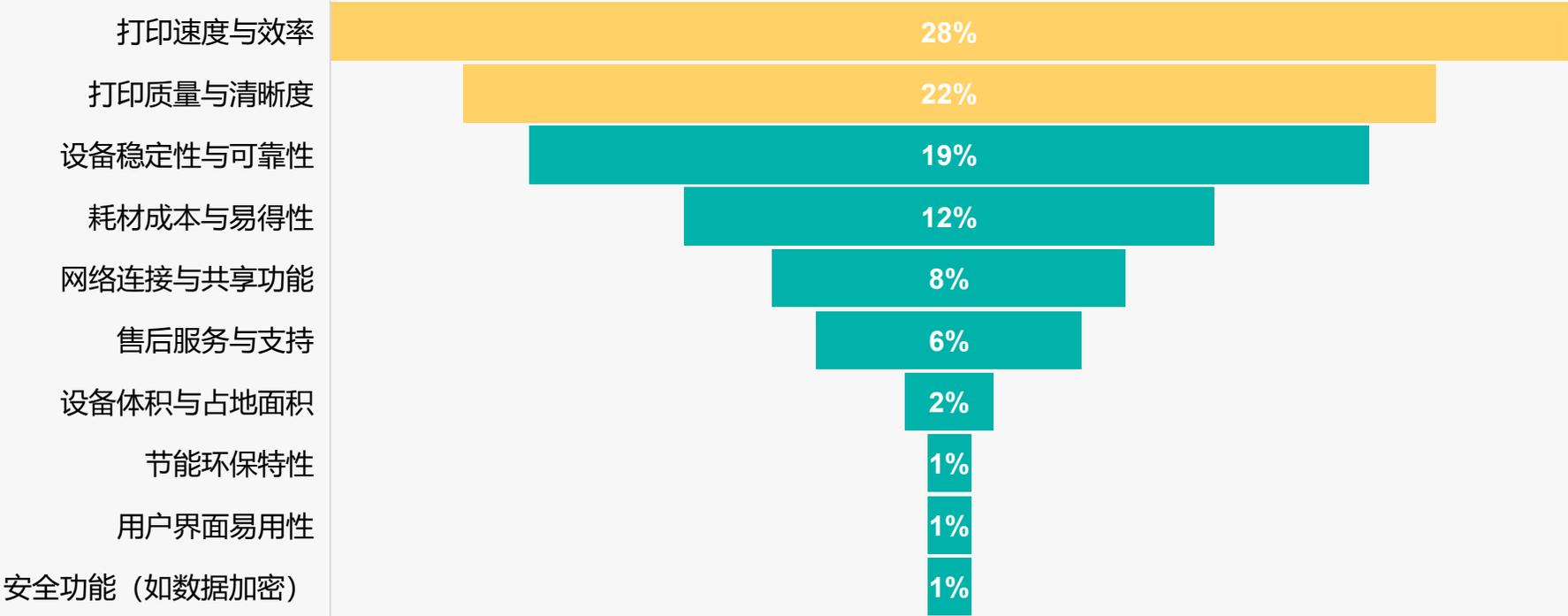


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

复合复印机用户核心需求聚焦高效质量可靠

- ◆复合复印机消费调查显示，用户最关注打印速度与效率（28%）、打印质量与清晰度（22%）和设备稳定性与可靠性（19%），这三项合计占69%，突显核心性能需求。
- ◆次要功能如耗材成本（12%）、网络连接（8%）和售后服务（6%）影响较小，而设备体积、节能环保等特性占比均低于2%，表明非核心因素关注度低。

2025年中国复合复印机产品功能偏好分布

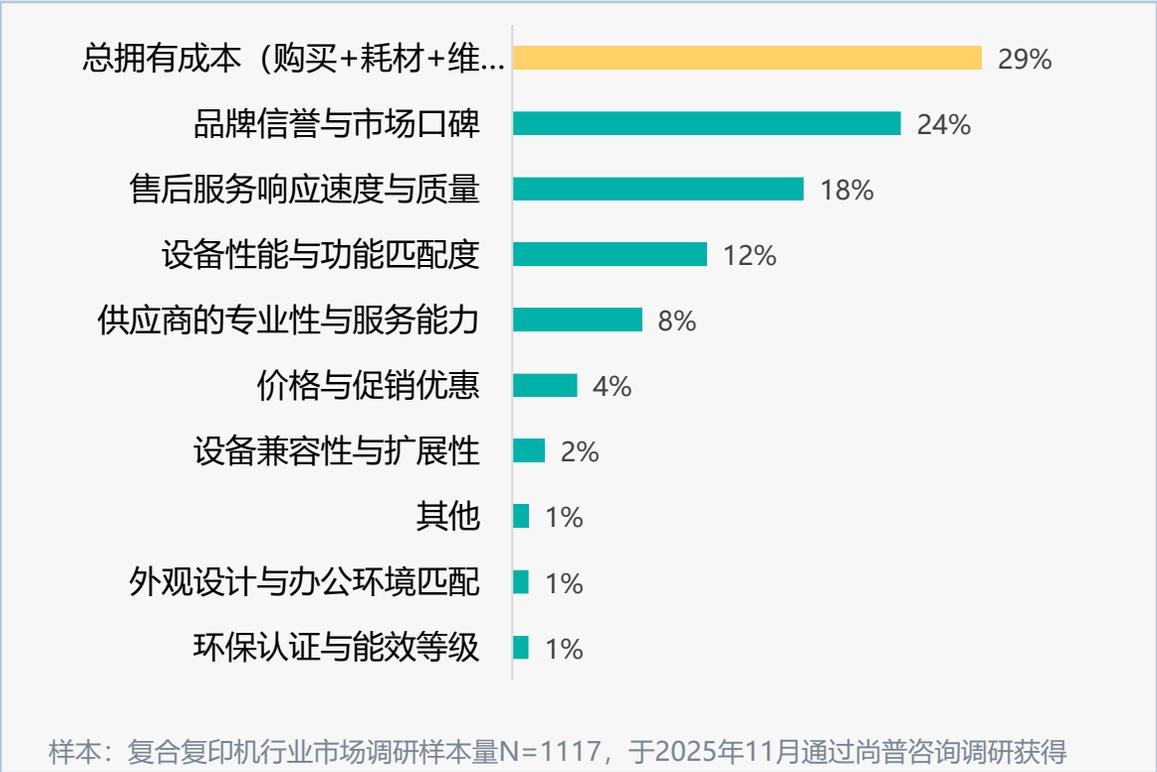


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

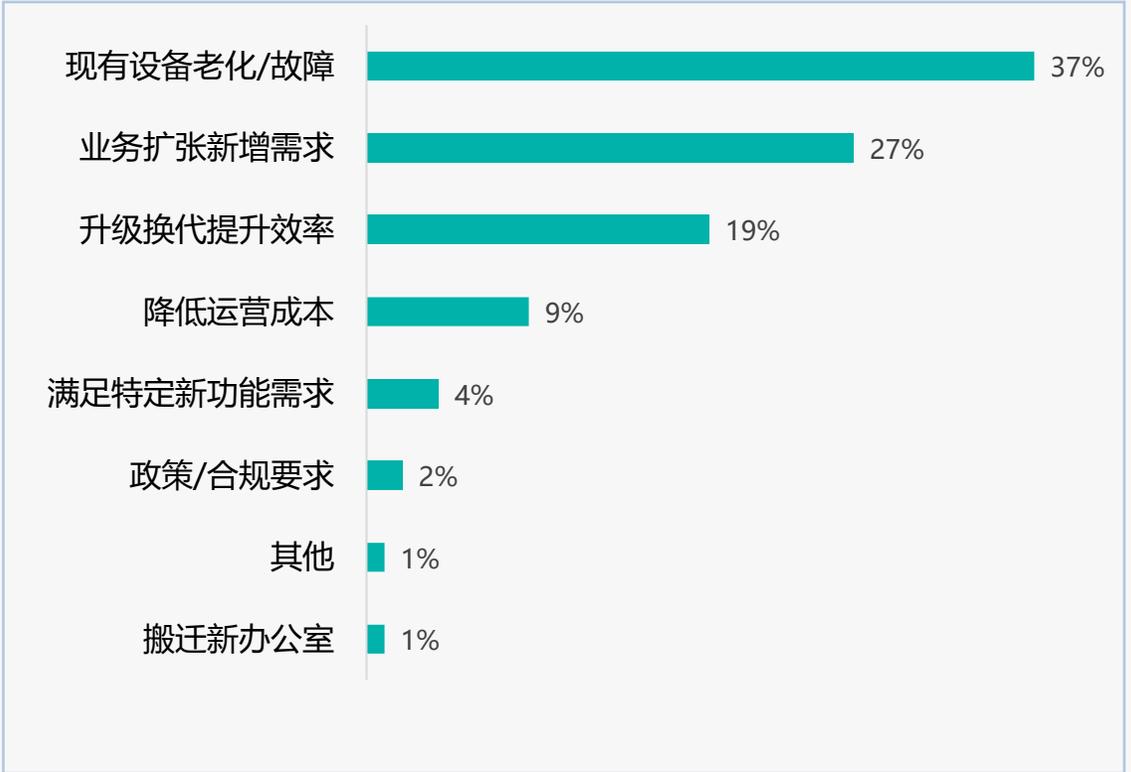
成本品牌主导决策 老化扩张驱动购买

- ◆购买决策中，总拥有成本占29%最高，品牌信誉占24%，售后服务占18%，显示消费者重视长期成本、品牌和服务，价格仅占4%敏感度低。
- ◆购买原因中，现有设备老化/故障占37%为主因，业务扩张占27%，升级换代占19%，表明市场以设备替换和业务增长需求为主导。

2025年中国复合复印机购买决策关键因素分布



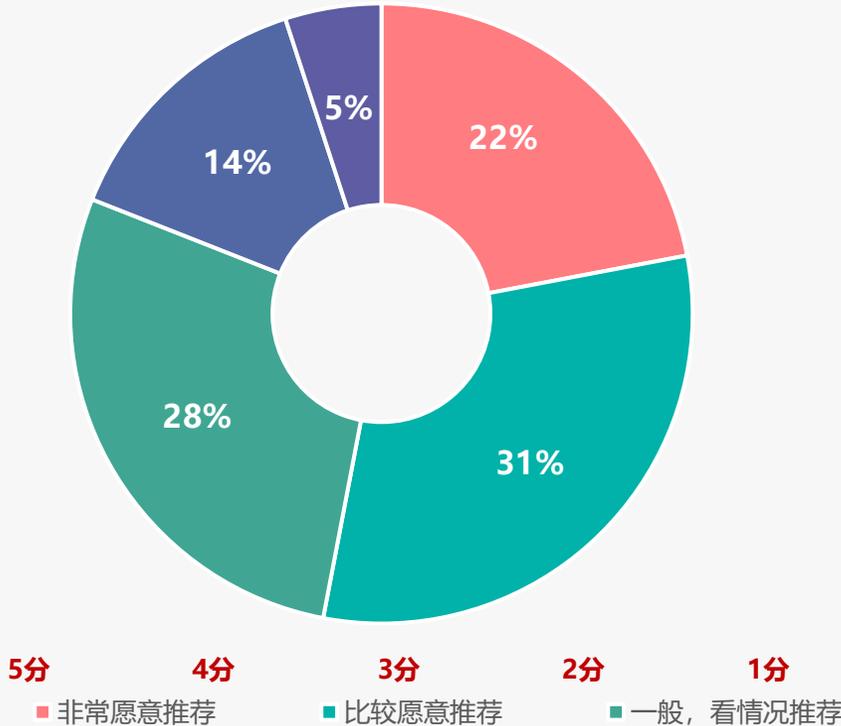
2025年中国复合复印机购买真实原因分布



推荐意愿过半 售后故障主因

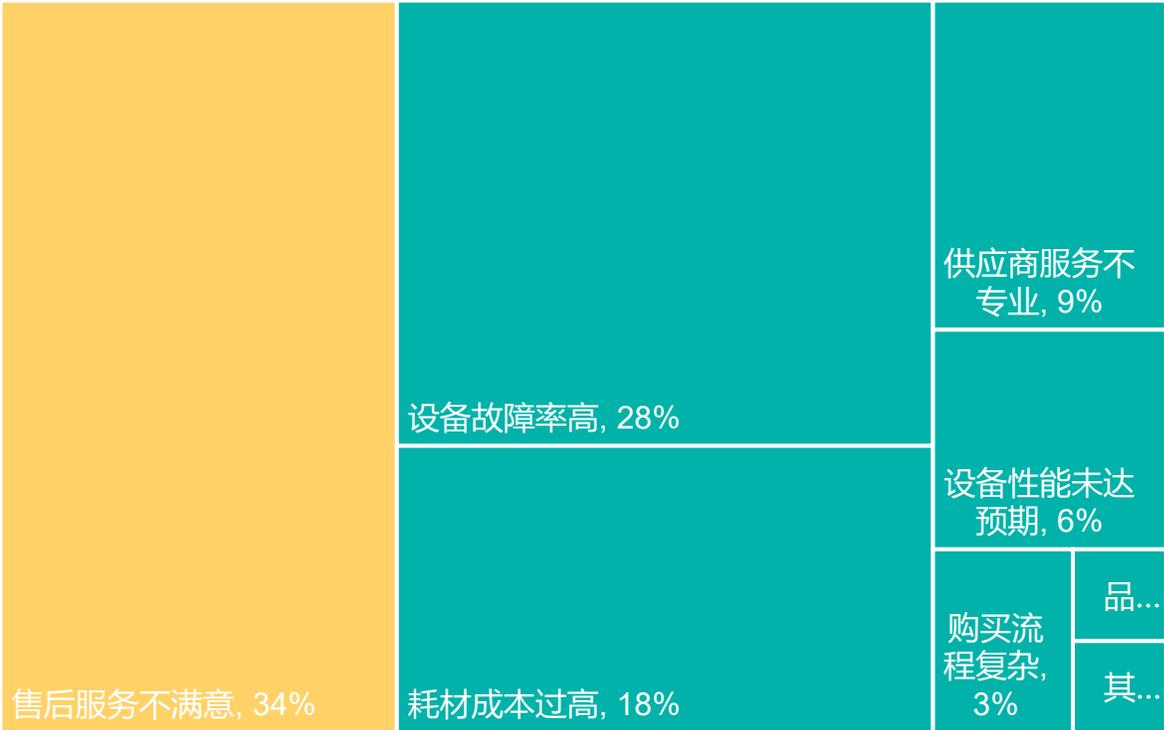
- ◆消费者推荐意愿中，53%持积极态度（非常愿意22%和比较愿意31%），但仍有28%一般推荐和19%负面推荐，显示推荐潜力与挑战并存。
- ◆不愿推荐主因是售后服务不满意34%和设备故障率高28%，合计62%，耗材成本过高18%也突出，需优先改善服务与可靠性。

2025年中国复合复印机推荐意愿分布



样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

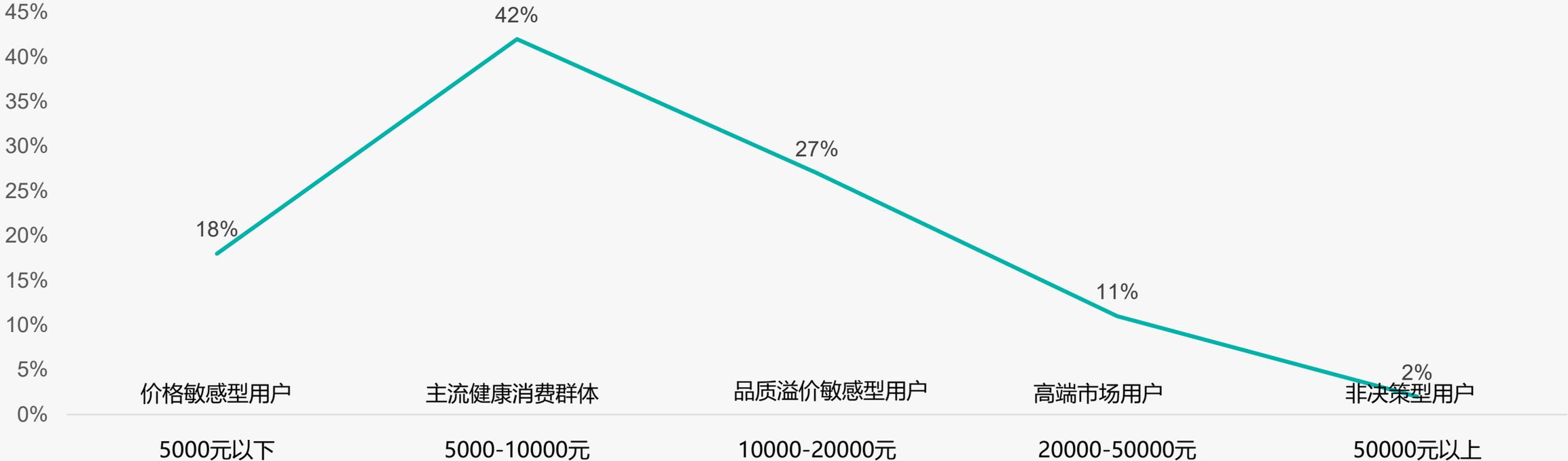
2025年中国复合复印机不愿推荐原因分布



复合复印机价格接受度集中中端市场

- ◆消费者对复合复印机价格接受度集中在5000-20000元区间，合计占比87%，其中5000-10000元占比最高达42%，显示中端功能产品为主流偏好。
- ◆低价位（5000元以下）和超高价（20000元以上）需求较小，分别占比18%和13%，表明市场更注重性价比，企业应聚焦主流价格范围。

2025年中国复合复印机最常用功能价格接受度分布



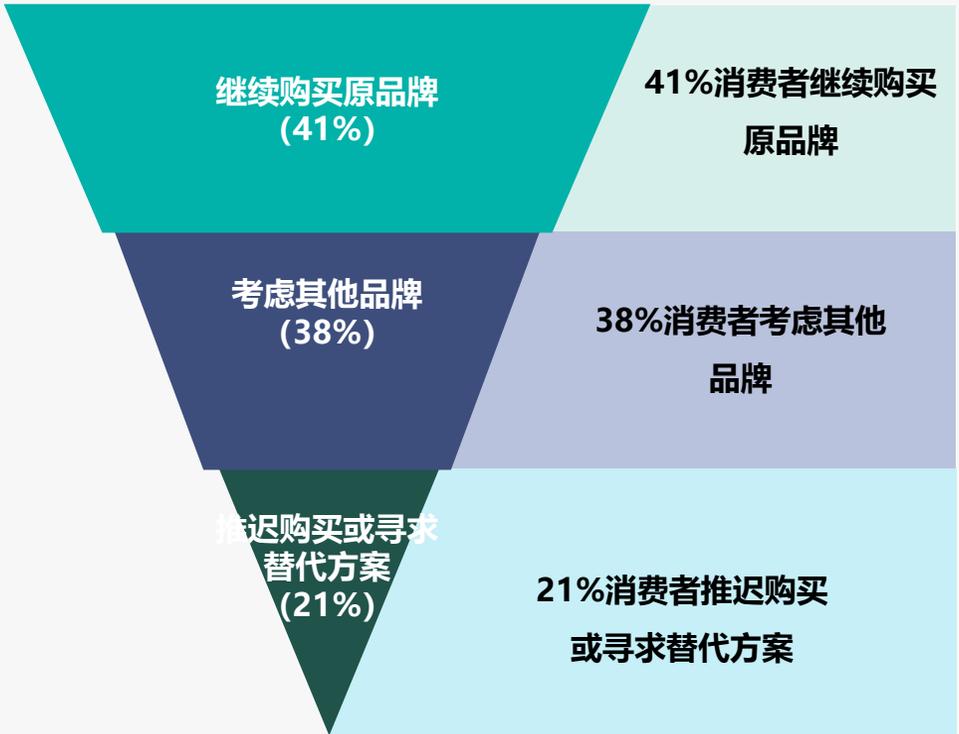
样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以彩色打印/复印/扫描规格复合复印机为标准核定价格区间

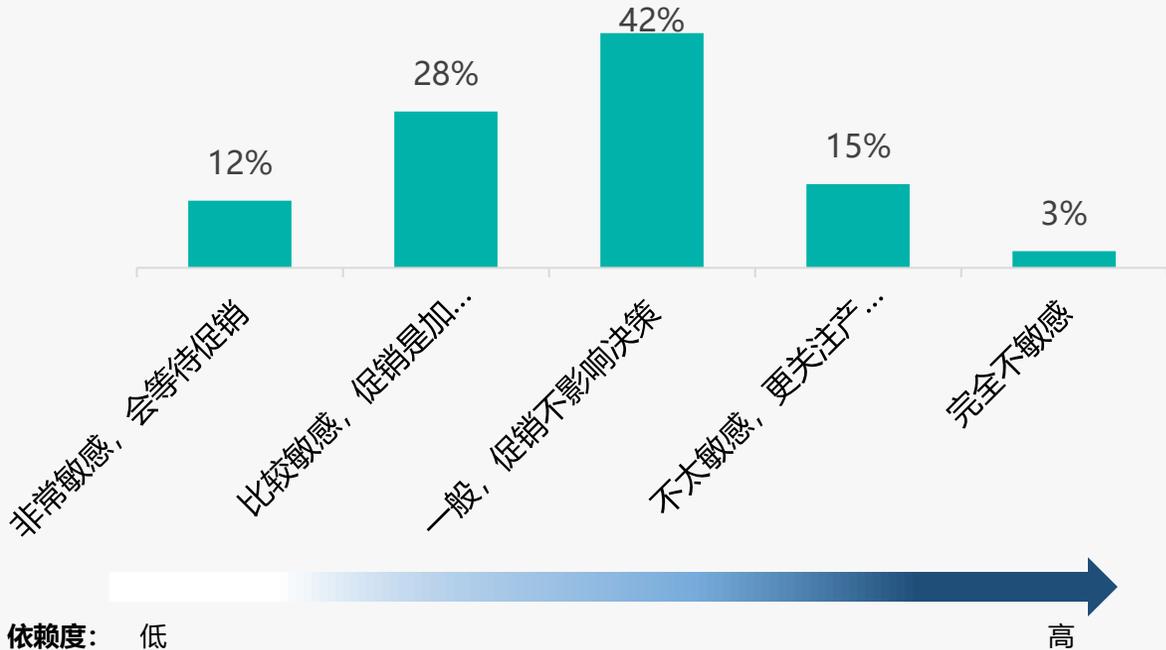
价格敏感度高 产品比促销重要

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买原品牌，38%考虑其他品牌，显示价格敏感度高且品牌忠诚度分化明显。
- ◆促销活动敏感度中，42%消费者认为促销不影响决策，仅12%非常敏感，表明产品本身比促销更重要。

2025年中国复合复印机价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国复合复印机促销活动敏感度分布

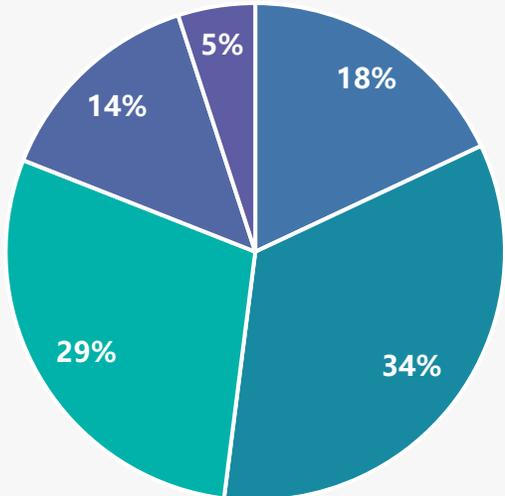


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

售后服务是关键 品牌忠诚度待提升

- ◆品牌忠诚度分析显示，高度忠诚用户仅占18%，而比较忠诚和中等忠诚合计达63%，表明多数消费者有基础品牌偏好但愿意比较选择。
- ◆更换品牌原因中，售后服务差占37%是关键因素，远超设备性能的28%，建议企业加强服务以提升客户留存和竞争力。

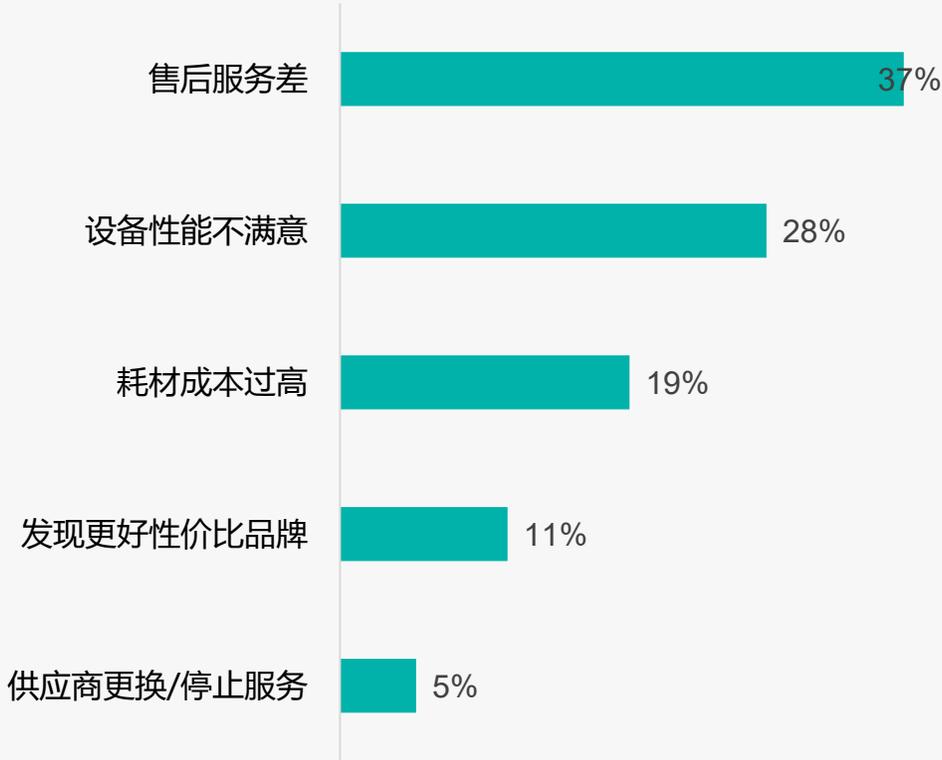
2025年中国复合复印机品牌忠诚度分布



- 高度忠诚，几乎只认一个品牌
- 比较忠诚，优先考虑熟悉品牌
- 中等忠诚，会对比几个品牌
- 忠诚度较低，经常更换品牌
- 无品牌忠诚度

样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

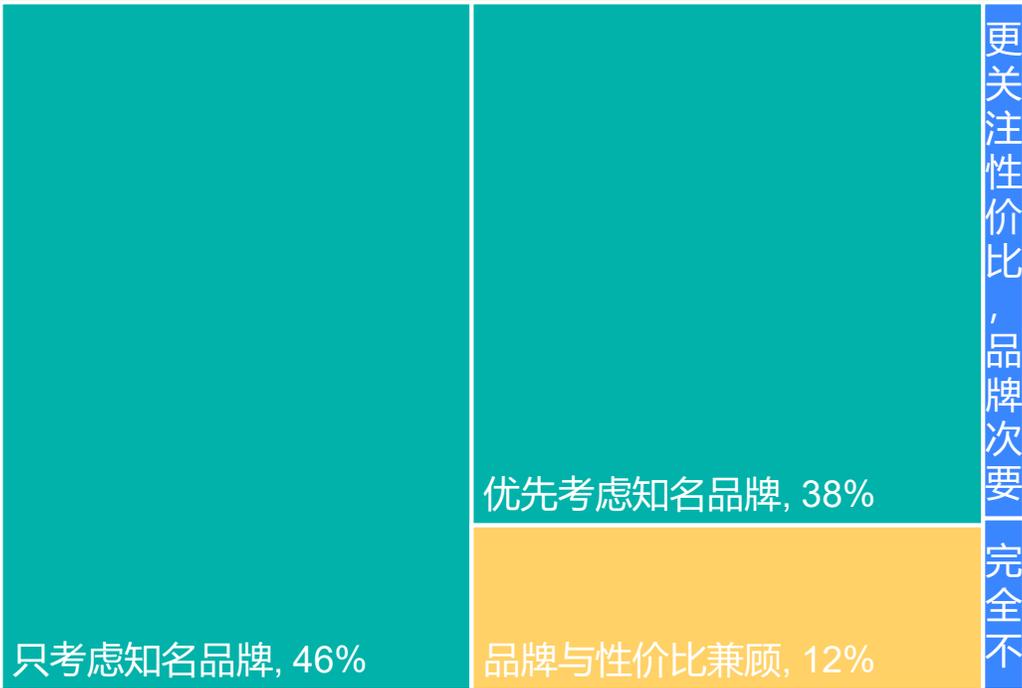
2025年中国复合复印机更换品牌原因分布



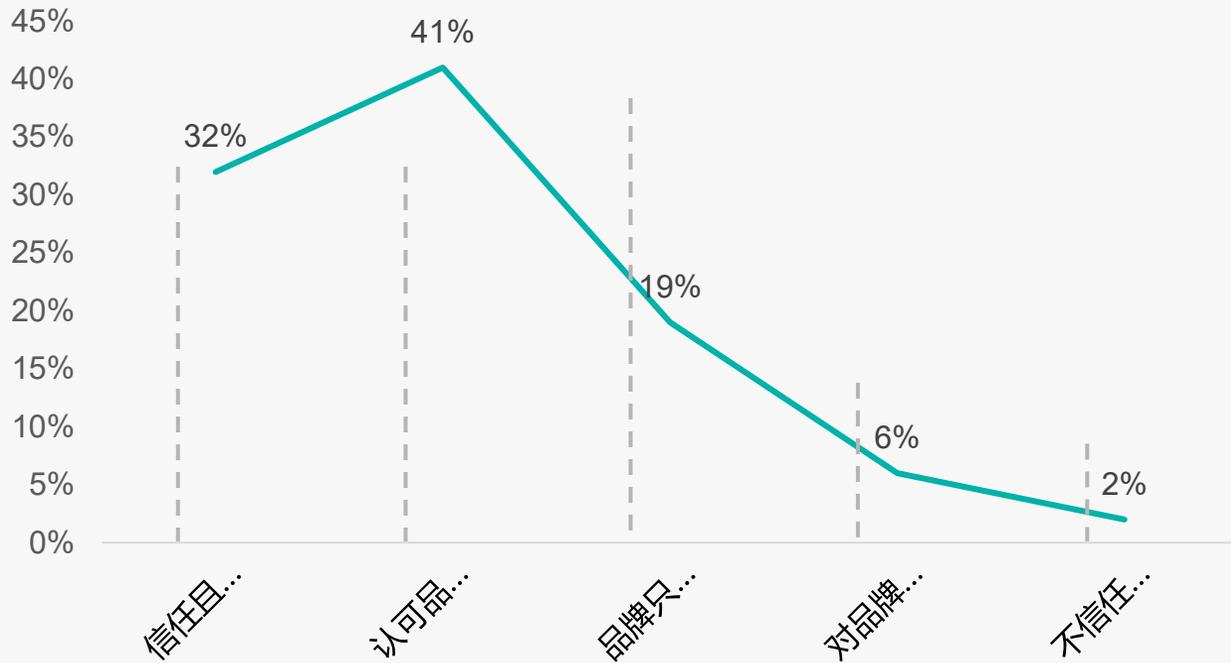
品牌主导复印机消费 信任高对比理性

- ◆复合复印机消费中，品牌是核心因素：84%的消费者高度关注品牌（46%只考虑知名品牌，38%优先考虑），仅1%完全不考虑品牌，显示品牌主导购买决策。
- ◆消费者对品牌态度理性：32%信任且依赖品牌，41%认可但会对比，表明高品牌信任度下，多数仍保持对比，性价比驱动较弱（仅3%更关注性价比）。

2025年中国复合复印机购买品牌产品意愿分布



2025年中国复合复印机对品牌产品态度分布

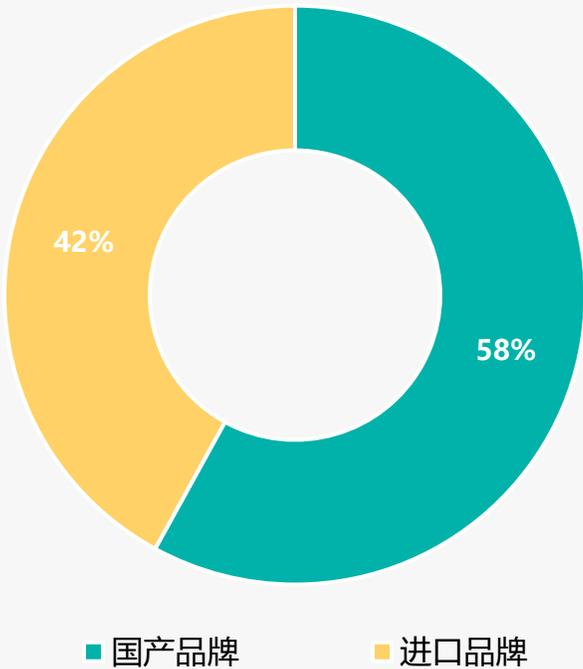


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

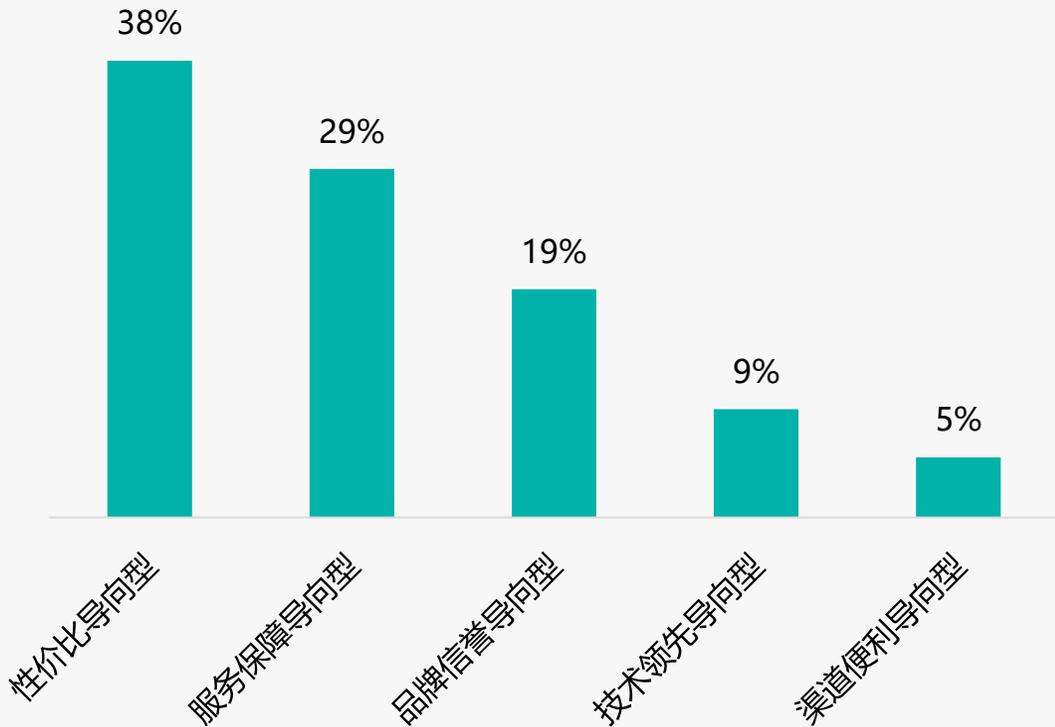
国产品牌主导 性价比服务优先

- ◆ 国产品牌消费占比58%，高于进口品牌42%，显示消费者偏好国产品牌。性价比导向型占38%，服务保障导向型占29%，为主要选择因素。
- ◆ 品牌信誉导向型占19%，技术领先导向型占9%，渠道便利导向型占5%，技术优势和便利性非核心驱动。市场以国产品牌和性价比服务主导。

2025年中国复合复印机国产与进口品牌消费分布



2025年中国复合复印机品牌选择偏好类型分布

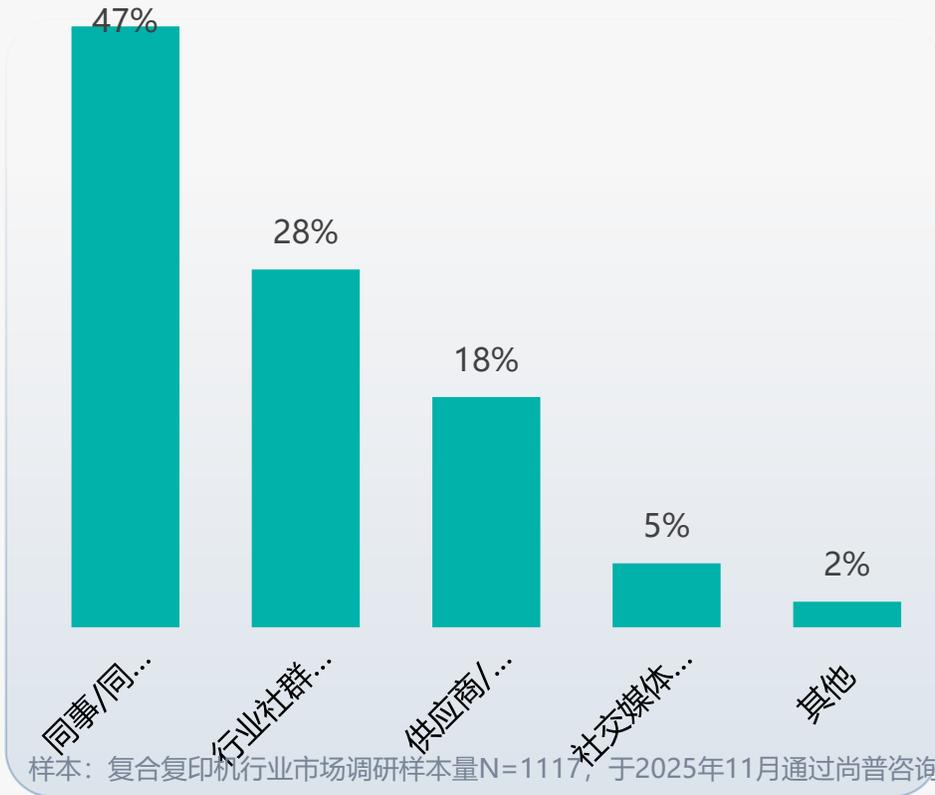


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

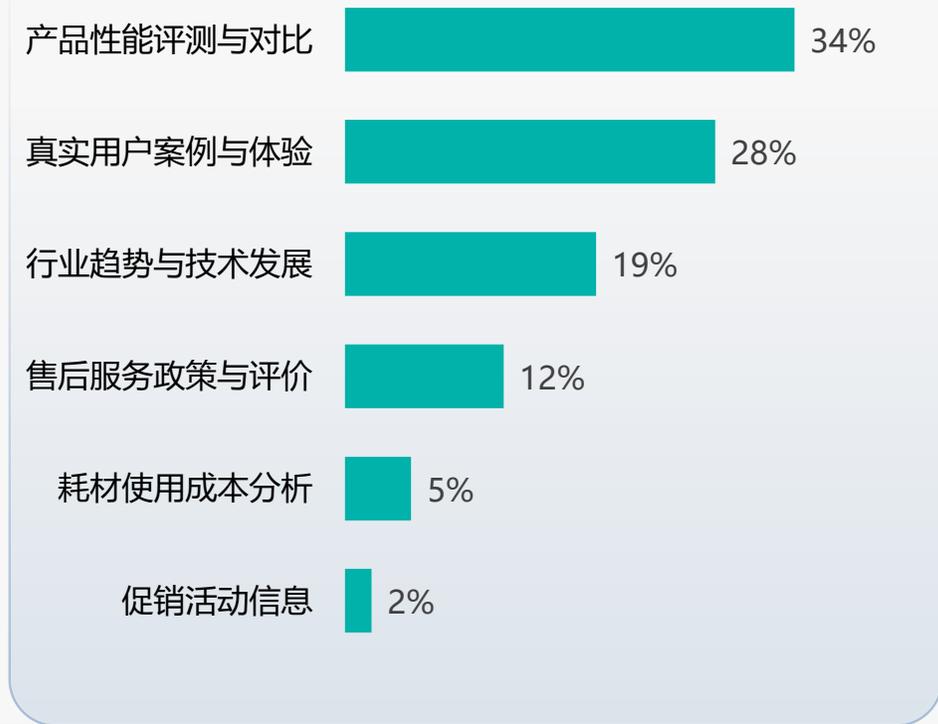
专业内部渠道主导信息传播

- ◆产品信息分享以同事/同行内部交流为主，占47%，行业社群/专业论坛占28%，显示专业内部渠道在信息传播中的主导作用。
- ◆信息获取内容中，产品性能评测与对比占34%，真实用户案例占28%，表明消费者决策高度依赖实际使用效果和可靠性。

2025年中国复合复印机产品信息分享渠道分布



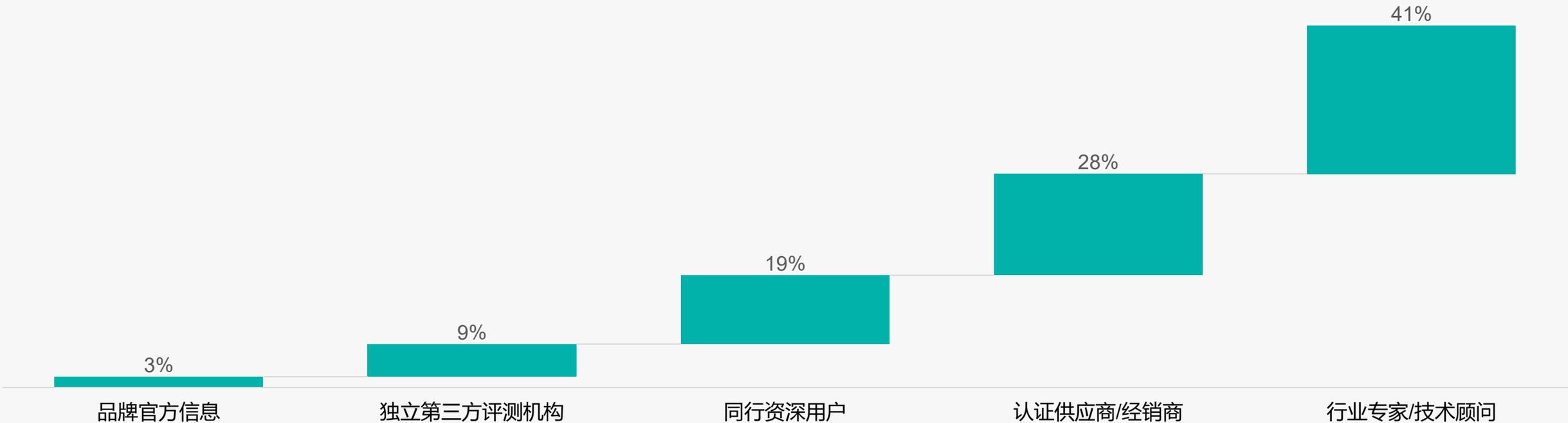
2025年中国复合复印机信息获取内容类型分布



专业意见渠道信誉主导复印机消费

- ◆复合复印机消费中，信息获取最信任行业专家/技术顾问（41%）和认证供应商/经销商（28%），专业意见和渠道信誉是关键影响因素。
- ◆同行资深用户（19%）影响显著，而独立第三方评测机构（9%）和品牌官方信息（3%）信任度较低，消费者更依赖外部验证。

2025年中国复合复印机信息获取信任信息来源类型分布



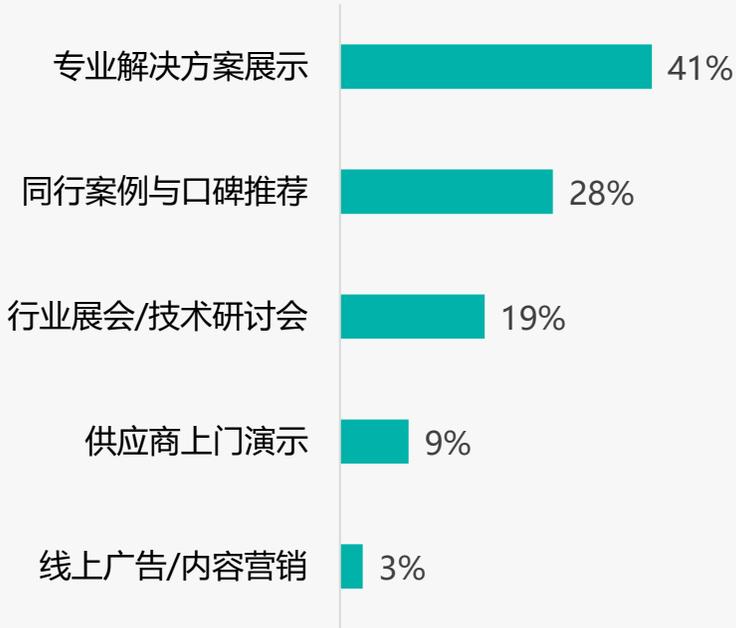
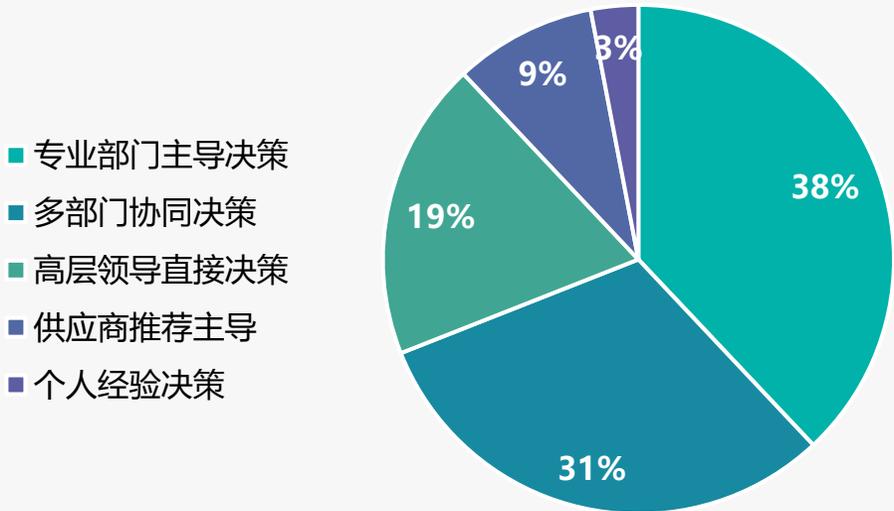
样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

专业方案主导营销线上效果有限

- ◆专业解决方案展示以41%的占比成为最受偏好的营销信息接受方式，表明消费者在复合复印机采购中更注重技术细节和定制化服务。
- ◆线上广告/内容营销仅占3%，说明数字化营销在该领域效果有限，可能因产品复杂性导致线上信息难以满足需求。

2025年中国复合复印机营销信息接受偏好分布

2025年中国复合复印机购买决策模式分布

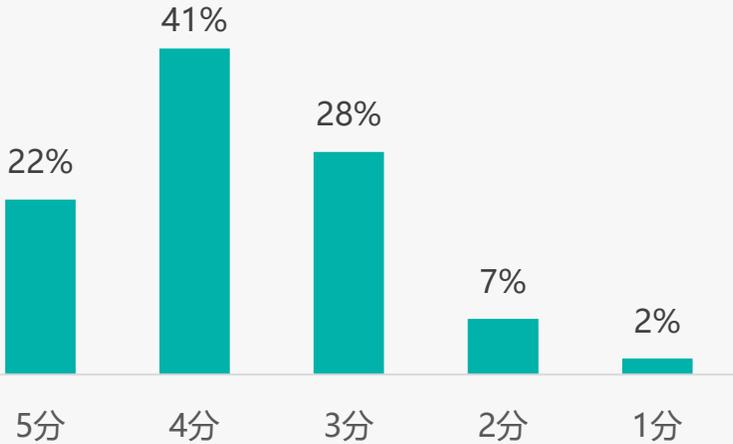


样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

售后服务需提升以增强客户忠诚度

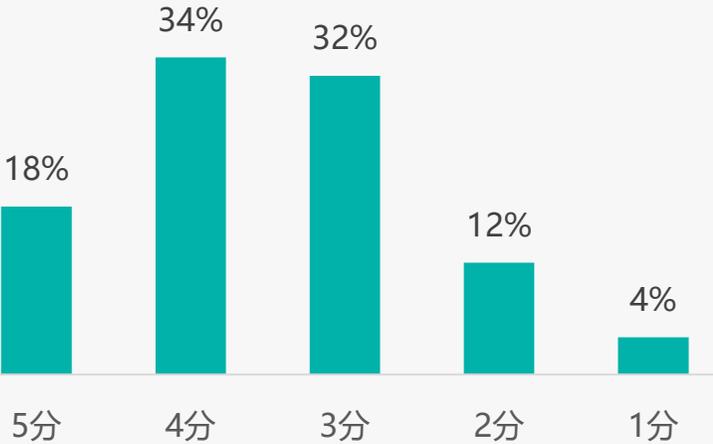
- ◆购买流程满意度最高，5分和4分合计占比63%，其中4分占比41%；售后服务满意度较低，5分和4分合计占比52%，3分占比32%较高。
- ◆供应商服务满意度居中，5分和4分合计占比59%，2分和1分合计占比13%；建议优先提升售后服务以增强客户忠诚度。

2025年中国复合复印机购买流程满意度分布（满分5分）



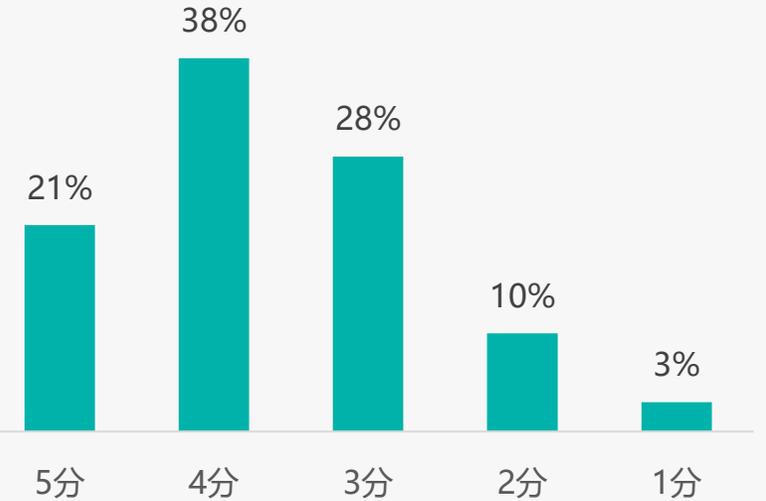
平均分: 3.74

2025年中国复合复印机售后服务满意度分布（满分5分）



平均分: 3.50

2025年中国复合复印机供应商服务满意度分布（满分5分）



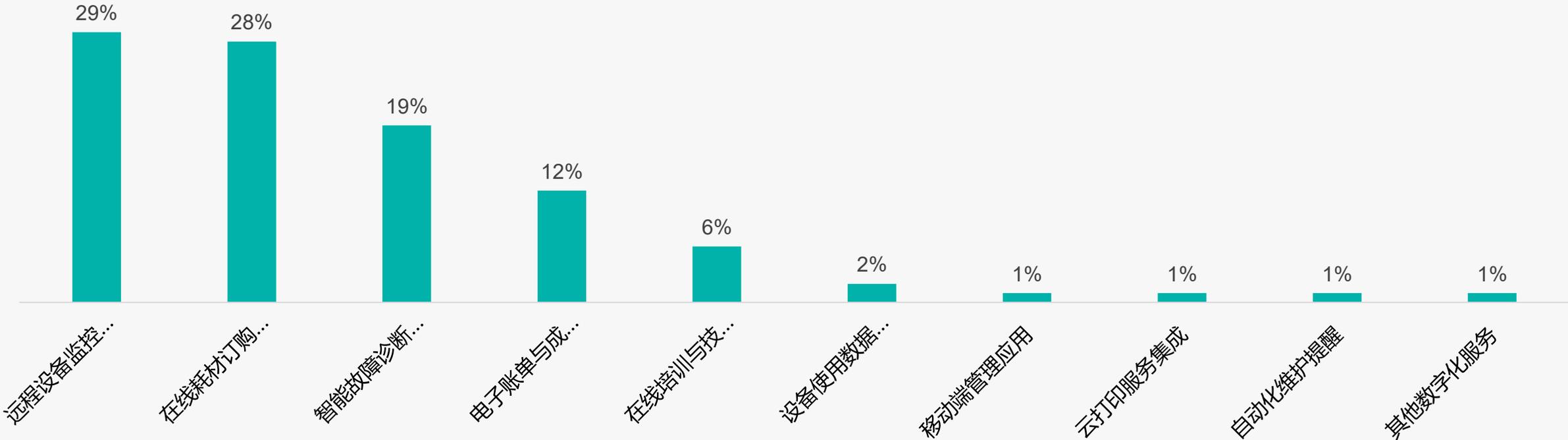
平均分: 3.64

样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

便捷高效服务主导数字化体验

- ◆ 远程设备监控与管理占29%，在线耗材订购与配送占28%，合计超过一半，显示用户对便捷高效服务的强烈需求，是数字化体验的核心驱动因素。
- ◆ 智能故障诊断与报修占19%，电子账单与成本分析占12%，反映自动化和成本控制的重要性，而其他服务占比低，需加强市场推广以提升认知。

2025年中国复合复印机数字化服务体验分布



样本：复合复印机行业市场调研样本量N=1117，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