尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月亚麻籽油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Flaxseed Oil Category Market Insights

2026年1月

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

序言

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。

©2026.1 SHANGPU GROUP

目录

CONTENTS

1 核心发现

2 品类洞察

3 消费洞察

核心发现1：亚麻籽油消费以女性中青年为主，健康需求驱动

- 女性消费者占比57%，26-45岁中青年占比59%
- 中等收入人群（5-12万元）是消费主力，占比62%
- 健康需求是核心驱动因素，家庭健康管理者占42%

启示

✓ **聚焦女性中青年市场**

品牌应针对女性中青年群体，设计符合其健康管理需求的产品和营销策略，如强调家庭健康烹饪和营养补充。

✓ **强化健康属性沟通**

在产品宣传中突出健康益处，如Omega-3含量和心血管健康，以吸引注重健康的消费者群体。

©2026.1 SHANGPU GROUP

核心发现2：消费行为偏好稳定月度采购，中端规格主导

- 每月购买频率最高占31%，显示稳定月度需求
- 500ml和750ml规格最受欢迎，合计超60%
- 单次消费支出集中在50-100元，占39%

启示

✓ **优化中端产品线**

重点发展500ml-750ml规格产品，定价在50-100元区间，以满足主流消费需求。

✓ **建立稳定供应体系**

针对月度采购习惯，确保库存稳定和物流效率，提升消费者复购体验。

©2026.1 SHANGPU GROUP

核心发现3：线上渠道主导消费，品牌信任度待提升

- 线上购买渠道占比60%，综合电商平台占38%
- 消费者品牌倾向明显，60%优先选择品牌产品
- 品牌信任度较高但18%不信任，显示提升空间

启示

✓ **加强线上渠道布局**

深化与综合电商和垂直健康平台的合作，利用社交媒体进行信息传播，提升线上销售占比。

✓ **提升品牌信任建设**

通过真实用户分享和专家推荐增强品牌可信度，优化产品质量和售后服务以降低不信任比例。

©2026.1 SHANGPU GROUP

品牌方行动清单

核心逻辑：健康需求驱动消费，中高端市场为主力

1、产品端

- ✓ 强化健康属性，突出Omega-3含量
- ✓ 优化中端规格，主推500-750ml产品

2、营销端

- ✓ 聚焦微信朋友圈，强化真实用户分享
- ✓ 合作健康营养专家，提升专业信任度

3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升售后服务体验
- ✓ 加强智能推荐，提供个性化购物建议

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

目录

CONTENTS

1 核心发现

2 品类洞察

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

3 消费洞察

品类洞察：研究说明

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

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** 亚麻籽油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亚麻籽油品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对亚麻籽油的购买行为；
- 亚麻籽油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，计算亚麻籽油品类销售额、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、不同平台亚麻籽油品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导亚麻籽油销售 四季度旺季显著

◆从平台销售结构看，抖音平台在亚麻籽油品类中占据主导地位，2025年1-11月累计销售额达15.17亿元，占总线上销售额的57.3%。天猫平台次之，累计10.05亿元，京东平台最低仅4.38亿元。这表明消费者更倾向于在内容电商平台购买健康食品，建议品牌方加大抖音渠道的营销投入，优化直播带货策略以提升转化率。

◆从月度销售趋势和平台增长性分析，亚麻籽油品类呈现明显的季节性波动，第四季度销售额显著提升，11月达到峰值4.77亿元，8-11月连续四个月销售额超过4亿元，可能与秋冬养生需求及双十一促销活动相关。抖音平台增长最为强劲，1-11月整体保持高位运行；天猫平台呈现稳步增长态势；京东平台波动较大。

2025年1月~11月亚麻籽油品类线上销售规模（百万元）

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油消费升级 中高端市场潜力大

◆从价格区间销售趋势看，亚麻籽油市场呈现明显的消费分层特征。低价位（<61元）产品贡献了63.1%的销量但仅占37.4%的销售额，显示其高渗透率但低价值贡献；中价位（61-178元）产品以35.1%的销量贡献了53.4%的销售额，是市场核心利润区；高价位（>178元）产品虽销量仅1.9%但销售额占比达9.2%，具有高溢价潜力。

◆从月度销量分布变化看，市场呈现季节性波动与消费升级趋势。1-11月，低价位产品销量占比从67.6%降至57.1%，中价位产品从21.3%升至34.5%，显示消费者向品质化迁移。特别是M4-M6和M10-M11期间，中价位产品占比持续上升，可能与促销活动及健康消费旺季相关。建议企业把握消费升级窗口期，加强

2025年1月~11月亚麻籽油线上不同价格区间销售趋势

亚麻籽油线上价格区间-销量分布

亚麻籽油平台差异化 中高端渗透不足 需定制策略

◆ 从价格区间分布看，亚麻籽油品类呈现明显的平台差异化特征。天猫和抖音以低价位（<61元）为主，分别占比37.5%和41.5%，显示价格敏感型消费群体集中；京东则以中价位（61-178元）为主导，合计占比71.9%，反映其用户更注重品质与性价比平衡。这种差异提示品牌需实施平台定制化定价策略，以优化市场份额与毛利率。

◆ 中高端市场渗透率分析显示，>178元的高价位产品在各平台占比均低于10%，表明品类高端化进程缓慢。结合中价位区间（61-178元）在天猫、京东、抖音的占比分别为52.9%、71.9%、48.7%，建议品牌加强中端产品创新，提升附加值，以驱动消费升级，改善整体客单价与盈利能力。建议企业评估各平台ROI，

2025年1月~11月各平台亚麻籽油不同价格区间销售趋势

亚麻籽油低端主导 中高端提升利润空间

◆ 从价格区间销售趋势看，亚麻籽油品类呈现明显的低端主导特征。<61元区间贡献68.0%销量但仅占37.5%销售额，显示该区间产品单价较低；而108-178元区间以8.2%销量贡献19.2%销售额，表明中高端产品具有更高的客单价和利润空间。建议品牌优化产品结构，提升中高端产品占比以改善整体毛利率。

◆ 月度销量分布显示价格敏感度波动显著。M2月<61元区间占比达78.5%峰值，随后逐步回落至M11月的64.5%；同时61-108元区间从M1的24.8%稳步增长至M11的27.8%。这表明消费者在年初更倾向低价产品，随着时间推移对中等价位接受度提升，可能与促销周期和消费习惯变化相关。

2025年1月~11月天猫平台亚麻籽油不同价格区间销售趋势

天猫平台亚麻籽油价格区间-销量分布

亚麻籽油中高端市场主导 销量销售额倒挂明显

◆从价格区间销售趋势看，京东平台亚麻籽油呈现明显的销量与销售额倒挂现象。低价区间（<61元）贡献49.5%销量但仅占22.4%销售额，而中高端区间（61-178元）以48.8%销量贡献71.9%销售额，显示消费者更倾向于购买高单价产品以提升客单价。这反映了市场消费升级趋势，建议企业优化产品结构，重点布局61-178元价格带以提升整体毛利率。

◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M1-M11期间，<61元区间销量占比波动剧烈（43.4%-59.1%），尤其在M2、M7、M10出现峰值，可能与促销活动相关。61-108元区间在M8达到41.2%峰值，显示消费能力提升。>178元高端产品在M9突增至4.5%，但其他月份均低于2%，表明高端市场尚未形成稳定需求，

2025年1月~11月京东平台亚麻籽油不同价格区间销售趋势

京东平台亚麻籽油价格区间-销量分布

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油消费升级 中高端产品贡献高

◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台亚麻籽油呈现明显的低价主导特征。<61元区间销量占比62.8%但销售额仅占41.5%，显示该区间产品单价较低；61-108元区间销量占比31.9%却贡献40.6%销售额，说明该区间产品单价和销售额贡献率更高。>178元高端区间销量仅1.7%但销售额占比达9.8%，表明高端产品具有较高的客单价和利润空间。

◆ 从月度价格区间销量分布变化看，<61元低价产品占比从M1的75.2%波动下降至M11的53.0%，而61-108元中端产品从20.1%上升至39.9%，显示消费升级趋势。这表明消费者对中端产品的接受度逐步提高，市场结构正在优化。

2025年1月~11月抖音平台亚麻籽油不同价格区间销售趋势

抖音平台亚麻籽油价格区间-销量分布

目录

CONTENTS

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

©2026.1 SHANGPU GROUP

研究说明

尚普咨询集团
SHANGPU GROUP

1、研究内容
Research Contents

- **洞察** 亚麻籽油消费行为、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年内购买过亚麻籽油的消费者；
- 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=1273

亚麻籽油消费女性中青年主导健康驱动

◆调查显示，亚麻籽油消费以女性（57%）和中青年（26-45岁合计59%）为主，中等收入人群（5-12万元合计62%）是消费主力。

◆消费决策者中，家庭健康管理者（42%）和个人健康需求者（38%）合计80%，健康需求是核心驱动因素，城市分布较均衡。

2025年中国亚麻籽油消费者画像

性别构成（%）

城市构成（%）

消费决策者角色分布（%）

年龄构成（%）

收入分布（%）

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油消费月度为主中等规格主导

◆亚麻籽油消费频率以每月购买31%为主，每周购买仅12%，显示月度需求稳定，高频消费群体较小。

◆消费规格中750ml占35%、500ml占27%，中等规格产品最受欢迎，大规格和小规格需求有限。

2025年中国亚麻籽油消费频率分布

2025年中国亚麻籽油消费产品规格分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

冬季消费高 包装玻璃瓶主导

◆单次消费支出以50-100元为主，占39%；冬季消费占比最高，达31%，显示季节性和价格偏好影响消费行为。

◆包装类型中玻璃瓶装占41%，塑料瓶装占33%，合计超七成，表明消费者更倾向传统和便捷包装形式。

2025年中国亚麻籽油消费行为季节分布

2025年中国亚麻籽油单次消费支出分布

2025年中国亚麻籽油消费品包装类型分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油烹饪健康为主 消费时段晚间周末集中

◆亚麻籽油消费场景以家庭日常烹饪35%和健康调理食用28%为主，健身增肌补充11%和孕妇营养补充9%显示特定健康需求。

◆消费时段集中在工作日晚上31%和周末白天29%，工作日白天23%和周末晚上12%次之，节假日5%占比最低。

2025年中国亚麻籽油消费场景分布

2025年中国亚麻籽油消费时段分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油线上渠道主导消费行为

◆消费者了解亚麻籽油主要通过社交媒体（27%）和电商平台（25%），线上渠道合计超一半，显示数字信息传播的重要性。

◆购买渠道以综合电商平台（38%）和垂直健康电商平台（22%）为主，线上总计60%，表明线上购买偏好显著高于线下。

2025年中国亚麻籽油消费者了解产品渠道分布

2025年中国亚麻籽油消费者购买产品渠道分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

冷榨有机主导亚麻籽油消费偏好

◆冷榨亚麻籽油以42%的偏好度领先，有机亚麻籽油占28%，显示消费者高度关注天然加工和健康属性，驱动市场主流选择。

◆高纯度亚麻籽油占15%，混合及其他类型合计15%，市场细分较小，反映特定需求或价格因素影响消费行为。

2025年中国亚麻籽油消费产品偏好类型分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

健康属性主导亚麻籽油消费决策

◆吸引消费的关键因素中，Omega-3含量高占31%，品牌信誉好占19%，价格实惠占16%，健康属性主导消费决策。

◆消费的真正原因中，补充必需脂肪酸占35%，预防心血管疾病占22%，健康需求是核心驱动，营销因素影响较小。

2025年中国亚麻籽油吸引消费关键因素分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

2025年中国亚麻籽油消费真正原因分布

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油推荐意愿高 效果价格是障碍

◆亚麻籽油消费者推荐意愿积极，49%表示非常或比较愿意推荐。不愿推荐主因是效果因人而异（29%）和价格较高（22%），显示功效稳定性和成本是关键障碍。

◆口感不佳（18%）和保存要求高（14%）影响体验，品牌知名度低（9%）相对次要。优化产品一致性和定价策略可提升推荐度。

2025年中国亚麻籽油向他人推荐意愿分布

5分 非常愿意　4分 比较愿意　3分 一般　2分 不太愿意　1分 非常不愿意

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

2025年中国亚麻籽油不愿向他人推荐原因分布

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油价格接受度集中中高端市场

◆亚麻籽油消费调查显示，价格接受度集中在50-120元区间，其中50-80元占比38%，80-120元占比33%，表明中高端市场是主要需求点。

◆低价位（低于50元）仅占12%，高价（120元以上）共占17%，说明消费者对低价产品接受度低，高价市场相对小众但仍有空间。

2025年中国亚麻籽油消费产品主流规格价格接受度

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以750ml规格亚麻籽油为标准核定价格区间

亚麻籽油价格敏感促销依赖高

◆价格上涨10%后，41%的消费者继续购买，35%减少频率，显示亚麻籽油需求刚性但价格敏感度高，可能影响市场渗透和销量稳定性。

◆对促销活动依赖程度中，68%的消费者有一定依赖，表明促销策略对销量至关重要，但32%不太或完全不依赖，反映部分消费者更注重产品价值。

2025年中国亚麻籽油价格上涨10%后购买行为分布

2025年中国亚麻籽油对促销活动依赖程度分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

亚麻籽油复购率中等价格品质主导

◆亚麻籽油消费者复购率分布：50-70%复购率最高占31%，90%以上高复购率仅18%，品牌忠诚度中等，提升空间大。

◆更换品牌原因：价格更优惠占32%，品质更好占28%，合计60%，显示性价比和品质是核心竞争因素。

2025年中国亚麻籽油固定品牌复购率分布

2025年中国亚麻籽油更换品牌原因分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

亚麻籽油品牌消费强 信任度待提升

◆亚麻籽油消费者品牌倾向明显，60%优先或只选品牌产品，38%优先选择，22%只买知名品牌，显示品牌影响力强。

◆品牌信任度较高，54%消费者信任品牌产品，但18%不信任，提示品牌需加强建设以提升市场信心。

2025年中国亚麻籽油消费品牌产品意愿分布

2025年中国亚麻籽油对品牌产品态度分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

国产主导健康价格驱动亚麻籽油消费

◆国产亚麻籽油品牌消费占比68%，远超进口品牌的32%，显示消费者对国产品牌信任度高，市场主导地位稳固。

◆健康功效型偏好占比31%最高，价格实惠型25%次之，品牌信誉型22%，表明健康与价格是核心购买驱动因素。

2025年中国亚麻籽油国产和进口品牌消费分布

2025年中国亚麻籽油品牌偏好类型分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

亚麻籽油消费社交分享微信主导真实体验优先

◆亚麻籽油消费信息传播以微信朋友圈为主，占比38%，小红书和抖音分别占27%和18%，微博占11%，其他渠道占6%。

◆消费者获取内容偏好真实用户体验分享，占35%，专家推荐占24%，产品评测占19%，品牌促销活动仅占7%。

2025年中国亚麻籽油社交分享渠道分布

2025年中国亚麻籽油社交分享渠道分布

2025年中国亚麻籽油社交渠道获取内容类型分布

2025年中国亚麻籽油社交渠道获取内容类型分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

亚麻籽油消费信任健康专家主导

◆健康营养专家以38%的占比成为最受信任的博主类型，显示消费者在亚麻籽油消费中高度依赖专业健康指导。

◆垂直领域大V占27%，认证机构占18%，自媒体评测占12%，表明消费者偏好专业和权威内容，对非专业评测较谨慎。

2025年中国亚麻籽油社交渠道获取内容时信任博主类型分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

数字营销信任主导亚麻籽油消费

◆社交媒体广告偏好占31%，亲友口碑推荐占28%，显示数字营销和信任关系是亚麻籽油消费决策的关键驱动因素。

◆线上电子订阅偏好为19%，电视/广播广告偏好仅14%，表明消费者更倾向主动获取信息，传统媒体影响力相对下降。

2025年中国亚麻籽油消费决策者类型分布

2025年中国亚麻籽油家庭广告偏好分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

消费流程优退货客服待改进

◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计60%，退货体验满意度较低，5分和4分合计51%，客服满意度居中为54%。

◆退货体验2分和1分合计18%，高于消费流程的12%，客服3分占比29%较高，显示退货和客服环节需重点改进。

2025年中国亚麻籽油线上消费流程满意度分布（满分5分）

平均分：3.67

2025年中国亚麻籽油退货体验满意度分布（满分5分）

平均分：3.46

2025年中国亚麻籽油线上消费客服满意度分布（满分5分）

平均分：3.51

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

智能推荐主导线上体验物流售后待提升

◆调研显示，智能推荐以28%的占比最高，智能客服和智能支付分别占22%和19%，表明消费者偏好个性化建议和便捷服务。

◆智能配送和智能售后占比相对较低，分别为14%和9%，提示物流和售后环节在智能体验方面有改进空间，其他服务占8%。

2025年中国亚麻籽油线上消费智能服务体验分布

样本：亚麻籽油行业市场调研样本量N=1273，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

©2026.1 SHANGPU GROUP

关于尚普

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