

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月虾皮海米市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Dried Shrimp 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：中青年主导家庭消费场景



26-35岁群体占比最高达34%，为主要消费人群。



家庭主厨和长辈为主要决策者，合计占比65%。



消费集中在非工作时间，如周末和节假日前后。

## 启示

### ✓ 聚焦中青年家庭营销

品牌应针对26-45岁中青年家庭主厨和长辈，开发适合家庭烹饪场景的产品和营销内容，强调便捷与健康。

### ✓ 优化非工作时间营销

在周末、节假日及工作日晚间等非工作时间段加强促销和内容投放，以匹配消费者集中购买习惯。

## 核心发现2：消费低频偏好中到大包装



每季度一次消费占比最高达31%，显示低频特征。



250-500克大包装最受欢迎，占比35%。



真空袋装占比41%，反映便捷保鲜偏好。

### 启示

#### ✓ 主推中到大规格产品

品牌应重点开发250-500克大包装及真空袋装产品，满足消费者对性价比和保鲜的需求。

#### ✓ 强化低频消费场景营销

针对季度性低频购买，加强秋冬季促销和内容教育，提升产品作为调味品或偶尔购买的认知。

## 核心发现3：品质价格主导消费决策



产品新鲜度（28%）和价格实惠（22%）是关键吸引因素。



烹饪提鲜需求占比40%，是主要消费原因。



消费者偏好30-40元中等价位，接受度最高达35%。

### 启示

#### ✓ 突出产品品质与性价比

品牌需确保产品新鲜度，定价在30-40元区间，并通过营销强调高品质和实用价值，以吸引价格敏感型消费者。

#### ✓ 深化烹饪场景教育

通过美食博主和真实用户分享，强化产品在家庭烹饪中的提鲜作用，提升消费者对产品实用性的认知。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年家庭消费，以品质性价比驱动市场



## 1、产品端

- ✓ 开发中到大包装产品，满足家庭需求
- ✓ 强化淡干无盐和咸香调味等基础口味



## 2、营销端

- ✓ 加强电商平台和亲友口碑推荐营销
- ✓ 利用秋冬季节高峰进行集中促销



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升消费者体验
- ✓ 强化智能搜索和客服答疑服务

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** 虾皮海米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虾皮海米品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对虾皮海米的购买行为;
- 虾皮海米市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

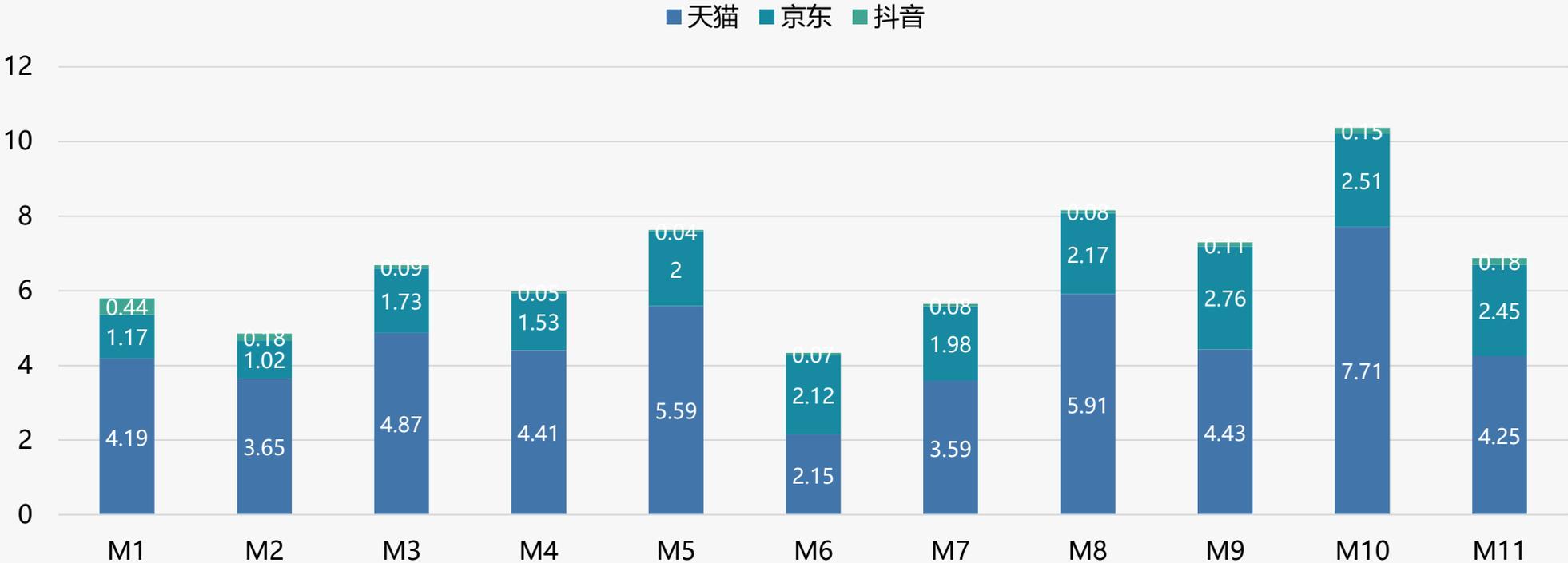
Research Method

- **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, 计算虾皮海米品类销售额、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、不同平台虾皮海米品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导虾皮海米市场 抖音增长快但份额低

- ◆从平台竞争格局看，天猫以约4.8亿元总销售额（占线上总销售额的60.3%）主导虾皮海米市场，京东约2.1亿元（占26.4%）次之，抖音约0.1亿元（占1.3%）份额较小。天猫在M10达到峰值7709万元，显示其在大促节点的强势表现；京东在M9-M11保持稳定增长，反映其用户粘性较高。
- ◆从月度销售趋势和平台增长动态分析，虾皮海米品类呈现明显的季节性波动，销售额在M10达到峰值1.04亿元，主要受国庆及双十一预热驱动；M6为低谷期仅434万元，可能与夏季消费淡季相关。整体销售曲线呈“U型”分布，Q1和Q4为销售旺季，Q2-Q3相对疲软。抖音虽销售额基数低，但呈现波动增长态势，M11达18.5万元为年度高点，同比增长106%；相比之下，天猫和京东增长较平稳。

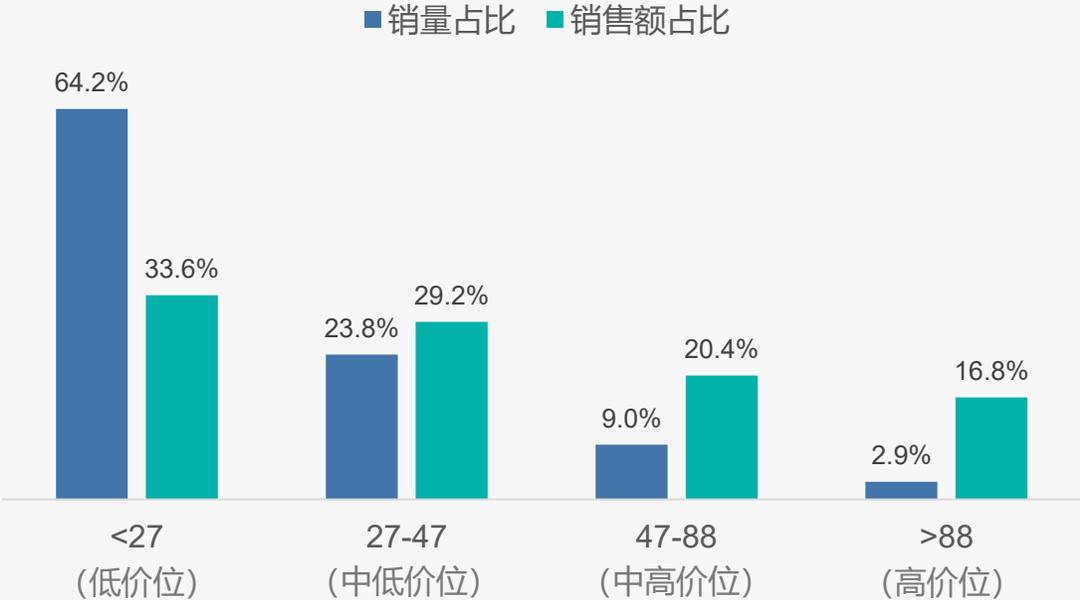
2025年1月~11月虾皮海米品类线上销售规模（百万元）



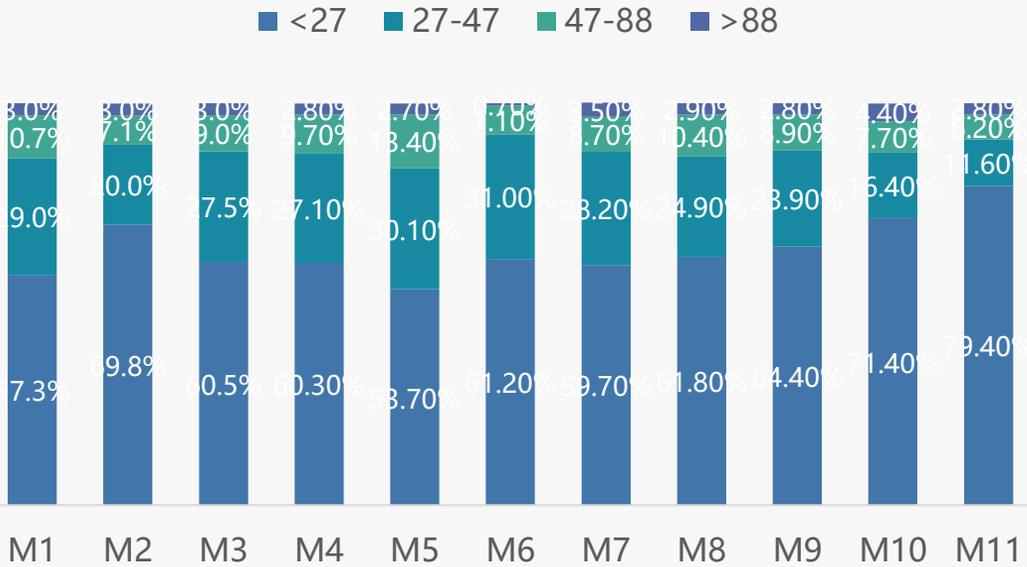
# 虾皮海米市场低价主导 中高端溢价显著

- ◆从价格区间销售趋势看，虾皮海米市场呈现明显的低价主导特征。<27元区间贡献64.2%销量但仅占33.6%销售额，显示消费者偏好高性价比产品。而>88元高端区间虽销量占比仅2.9%，却贡献16.8%销售额，表明高端市场存在溢价空间。建议企业优化产品组合，平衡销量与利润结构。
- ◆月度销量分布显示市场季节性波动明显。M1-M11期间，<27元区间占比从57.3%上升至79.4%，低价产品渗透率持续提升。27-47元中端区间从29.0%降至11.6%，消费降级趋势显著。M10-11旺季低价策略效果突出，但需警惕对整体毛利率的侵蚀风险。价格带贡献度分析揭示结构性机会。中高端区间贡献溢价能力更强，建议重点开发47-88元品质升级产品，提升整体客单价与盈利能力。

2025年1月~11月虾皮海米线上不同价格区间销售趋势



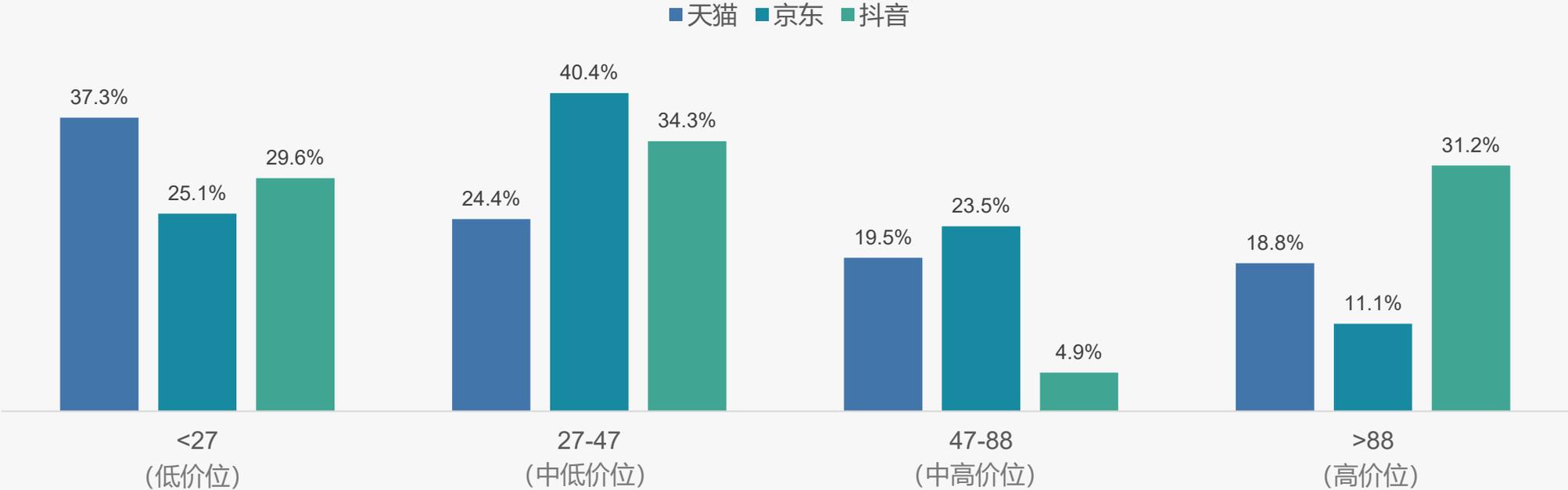
虾皮海米线上价格区间-销量分布



# 虾米市场平台价格分化策略优化

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫以低价 (<27元) 为主，占比37.3%，显示价格敏感型用户集中；京东中端 (27-47元) 占比最高达40.4%，反映品质导向；抖音则呈现两极分化，低价和高价 (>88元) 合计超60%，可能与直播带货的冲动消费和高端营销策略相关。建议平台优化产品组合以匹配目标客群。
- ◆平台间价格策略对比揭示市场细分。天猫低价优势明显，但中高端占比合计38.3%，仍有提升空间；京东中端主导，结构相对均衡；抖音高价占比31.2%突出，显示内容驱动的高溢价潜力。业务上，可针对抖音加强高端品推广，京东巩固中端市场，天猫需平衡低价引流与利润提升。

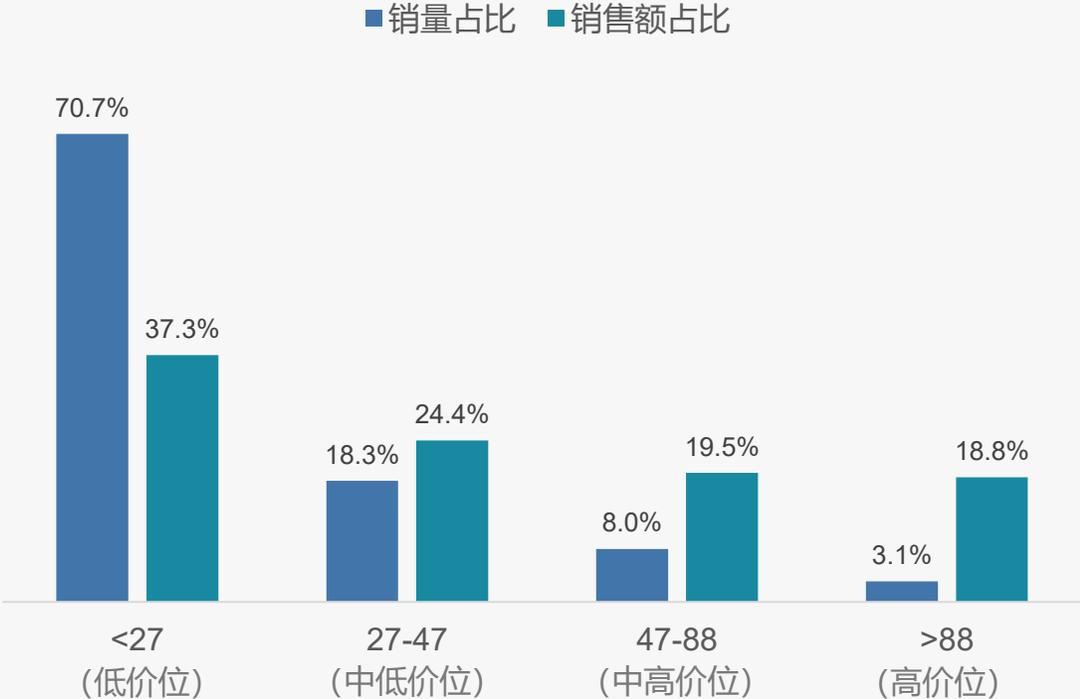
2025年1月~11月各平台虾皮海米不同价格区间销售趋势



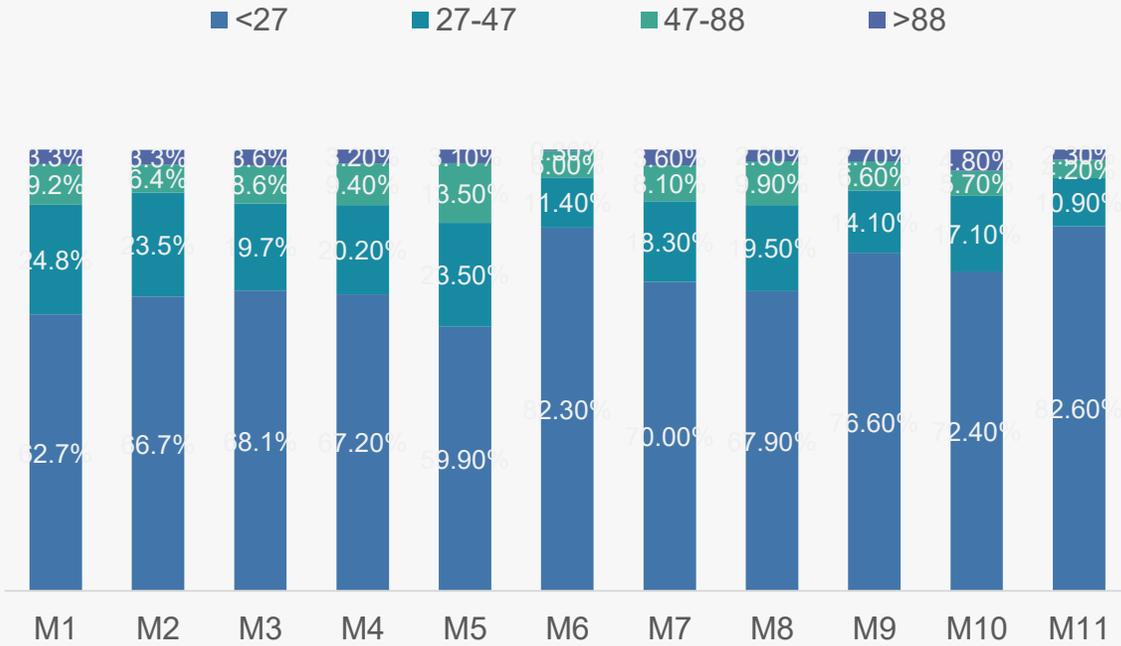
# 虾米市场低价主导 中高端价值贡献高

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台虾米品类呈现明显的低价主导特征。低于27元的价格区间贡献了70.7%的销量，但仅占37.3%的销售额，表明该品类以薄利多销为主。27-47元区间销量占比18.3%却贡献24.4%销售额，显示中端价位产品具有更好的价值贡献。高价位产品（>88元）虽销量仅3.1%，但贡献18.8%销售额，说明高端市场存在溢价空间。
- ◆从月度销量分布变化分析，低价区间（<27元）销量占比在M6和M11达到峰值（82.3%和82.6%），显示季节性促销期间消费者更倾向于购买低价产品。中端价位（27-47元）在M5达到23.5%后持续下降，M11仅10.9%，表明消费升级趋势不明显。高端产品（>88元）全年占比稳定在2.3%-4.8%之间，显示高端市

2025年1月~11月天猫平台虾皮海米不同价格区间销售趋势



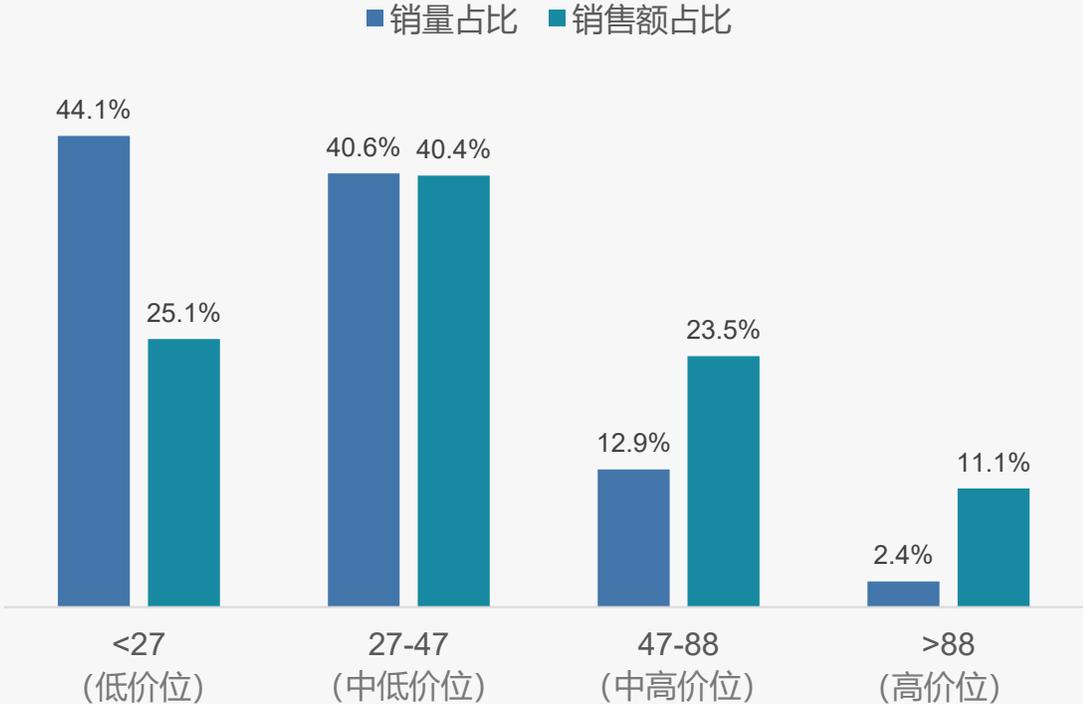
天猫平台虾皮海米价格区间-销量分布



# 虾米消费分层明显 年末低价需求激增

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台虾米品类呈现明显的消费分层特征。27-47元价格带销量占比40.6%、销售额占比40.4%，是核心贡献区间，说明该价位产品具有最佳市场接受度。低于27元产品虽销量占比最高（44.1%），但销售额贡献仅25.1%，显示低价策略对营收拉动有限。高于88元产品销量占比仅2.4%却贡献11.1%销售额，表明高端产品具有较高溢价能力，但市场渗透率有待提升。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M1-M9期间27-47元价格带销量占比稳定在45%-72%，是市场主流选择。但M10-M11出现显著变化：低于27元产品销量占比飙升至68.3%-72.5%，而27-47元产品占比骤降至12.8%-14.7%。这可能反映年末促销期间价格敏感型消费者集中释放需求，或平台营销策略调整导致。

2025年1月~11月京东平台虾皮海米不同价格区间销售趋势



京东平台虾皮海米价格区间-销量分布

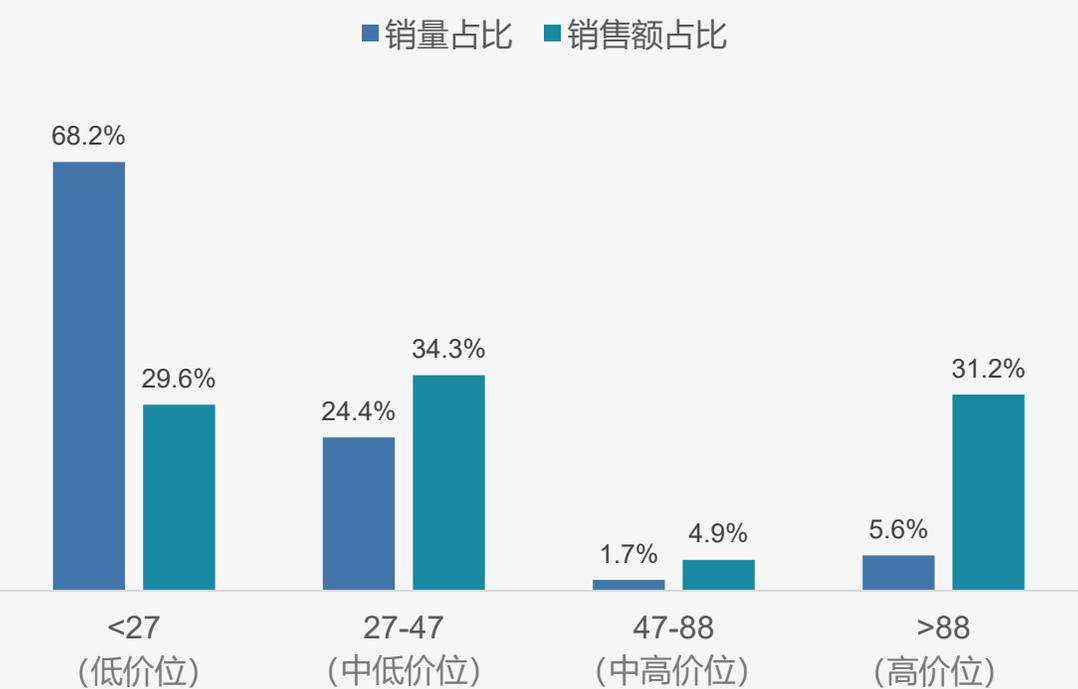


# 虾米市场两极分化 高端产品利润丰厚

- ◆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。低价区间（<27元）销量占比高达68.2%，但销售额占比仅29.6%，表明该区间以薄利多销为主，周转率高但单客价值低。高价区间（>88元）销量占比仅5.6%，却贡献31.2%的销售额，显示高端产品具有较高的利润率和品牌溢价。中端区间（27-47元）在销量和销售额上相对均衡，是市场的重要支撑。
- ◆从月度销量分布变化分析，市场呈现明显的季节性波动。1-5月低价区间（<27元）占比持续上升至94.8%，6-11月逐渐回落至47.8%，同时高价区间（>88元）从1月的1.0%攀升至11月的26.3%。这表明上半年以性价比消费为主，下半年随着节庆消费增加，高端产品需求显著提升，存在明显的消费升级趋势。

2025年1月~11月抖音平台虾皮海米不同价格区间销售趋势

抖音平台虾皮海米价格区间-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** 虾皮海米消费行为、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年内购买过虾皮海米的消费者;
- 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

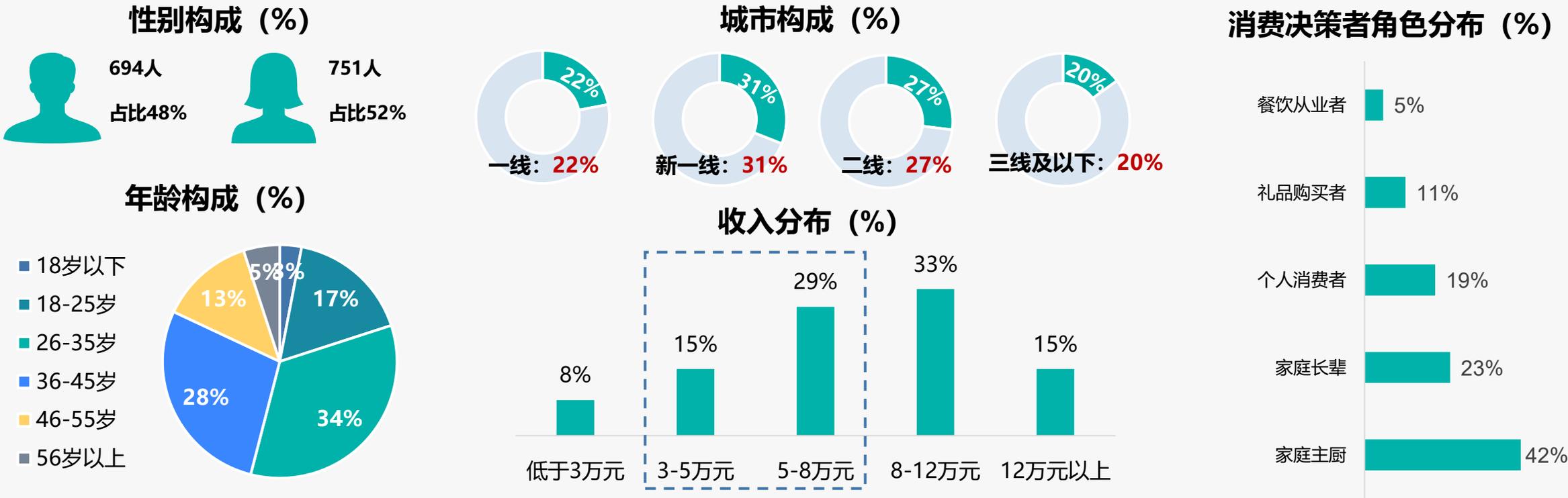
Research Method

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=1445

# 中青年主导家庭消费场景

- ◆ 调查显示，被调查者中26-35岁群体占比最高，为34%，36-45岁占28%，中青年为主要消费人群。收入分布以8-12万元占33%和5-8万元占29%为主。
- ◆ 消费决策者以家庭主厨占42%和家庭长辈占23%为主，显示家庭消费场景突出。城市级别分布中新一线占31%，一线和二线分别占22%和27%。

## 2025年中国虾皮海米消费者画像

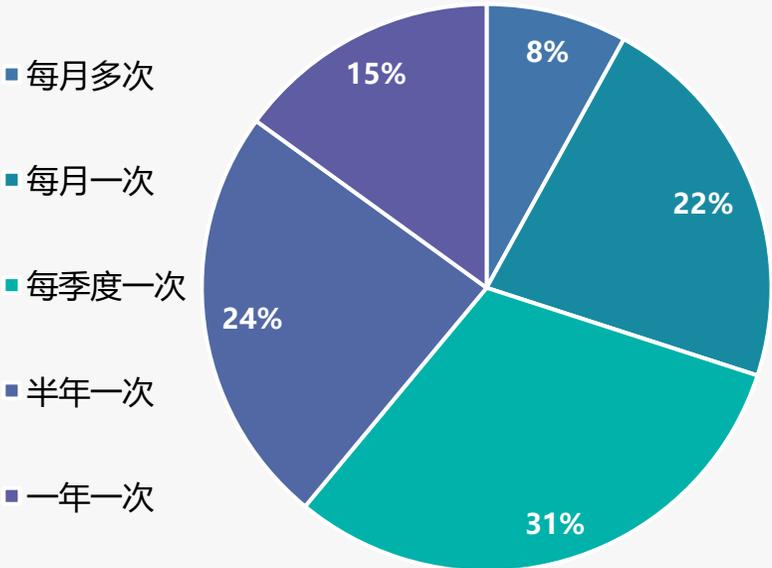


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

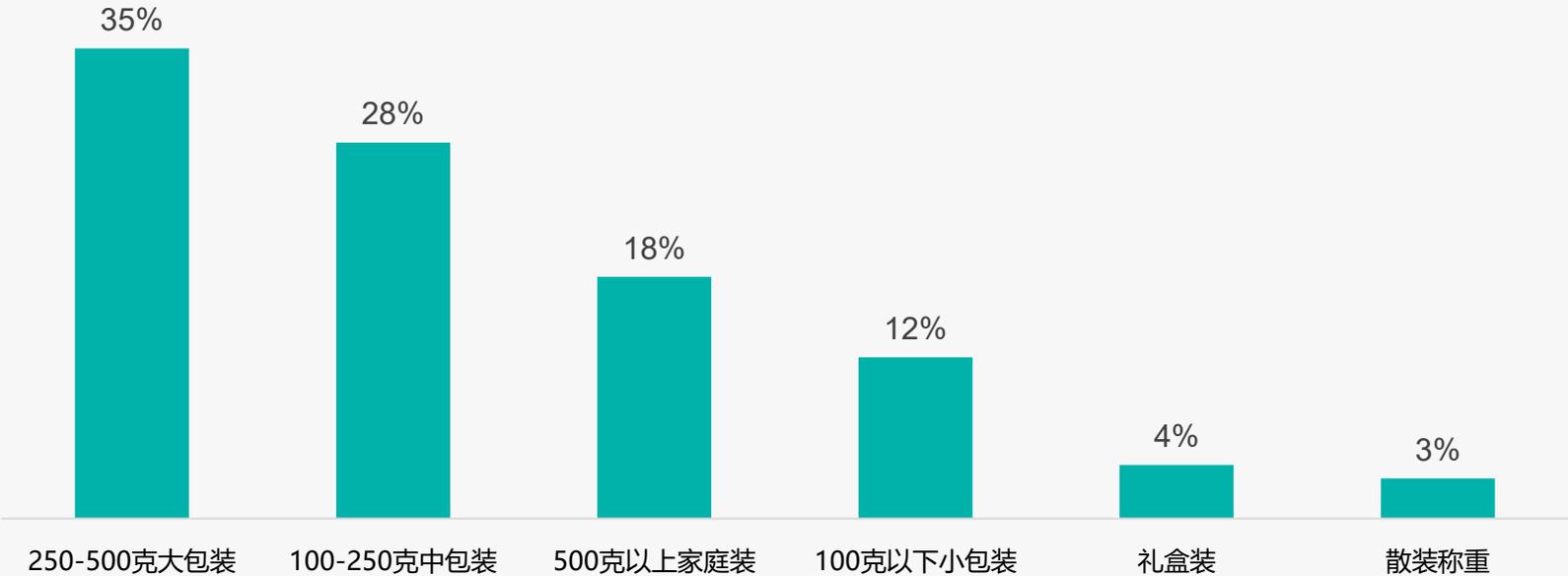
# 虾皮海米消费低频 偏好中到大包装

- ◆消费频率以每季度一次最高，占31%，每月多次仅8%，显示虾皮海米消费低频特征，消费者可能作为调味品或偶尔购买。
- ◆产品规格中250-500克大包装占比35%，100-250克中包装28%，表明消费者偏好中到大包装，礼盒装和散装需求较小。

## 2025年中国虾皮海米消费频率分布



## 2025年中国虾皮海米消费产品规格分布

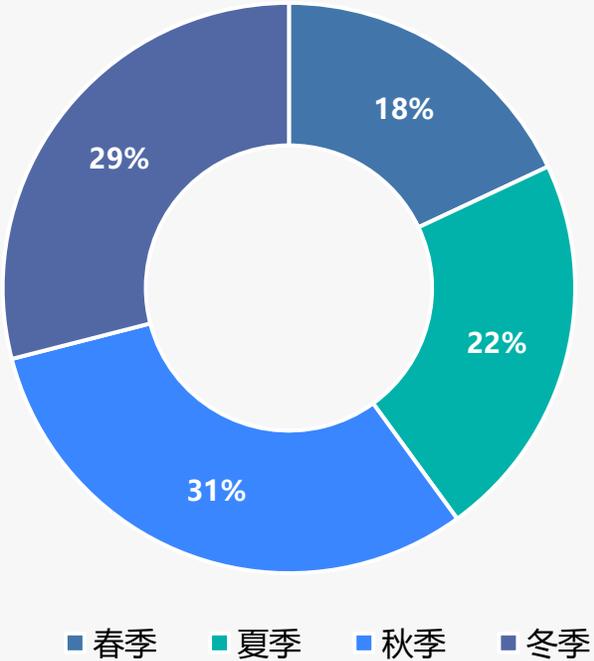


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

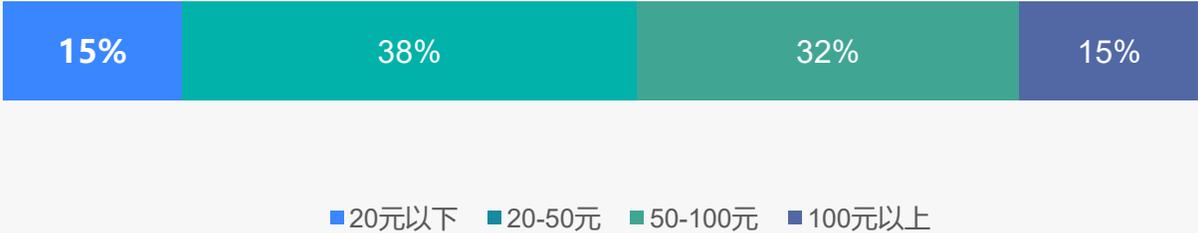
# 秋冬消费高峰 真空袋装主导

- ◆ 单次消费支出集中在20-50元区间，占比38%，50-100元区间占比32%，显示中等价位产品最受欢迎，消费者对高品质产品有需求。
- ◆ 消费季节分布中，秋季占比31%，冬季占比29%，合计60%，秋冬是消费高峰期。包装类型以真空袋装为主，占比41%，反映便捷保鲜偏好。

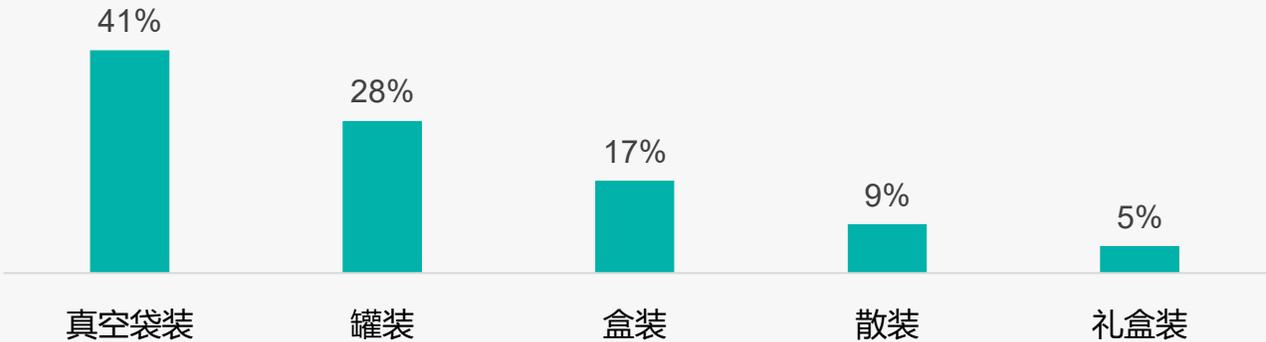
## 2025年中国虾皮海米消费行为季节分布



## 2025年中国虾皮海米单次消费支出分布



## 2025年中国虾皮海米消费品包装类型分布

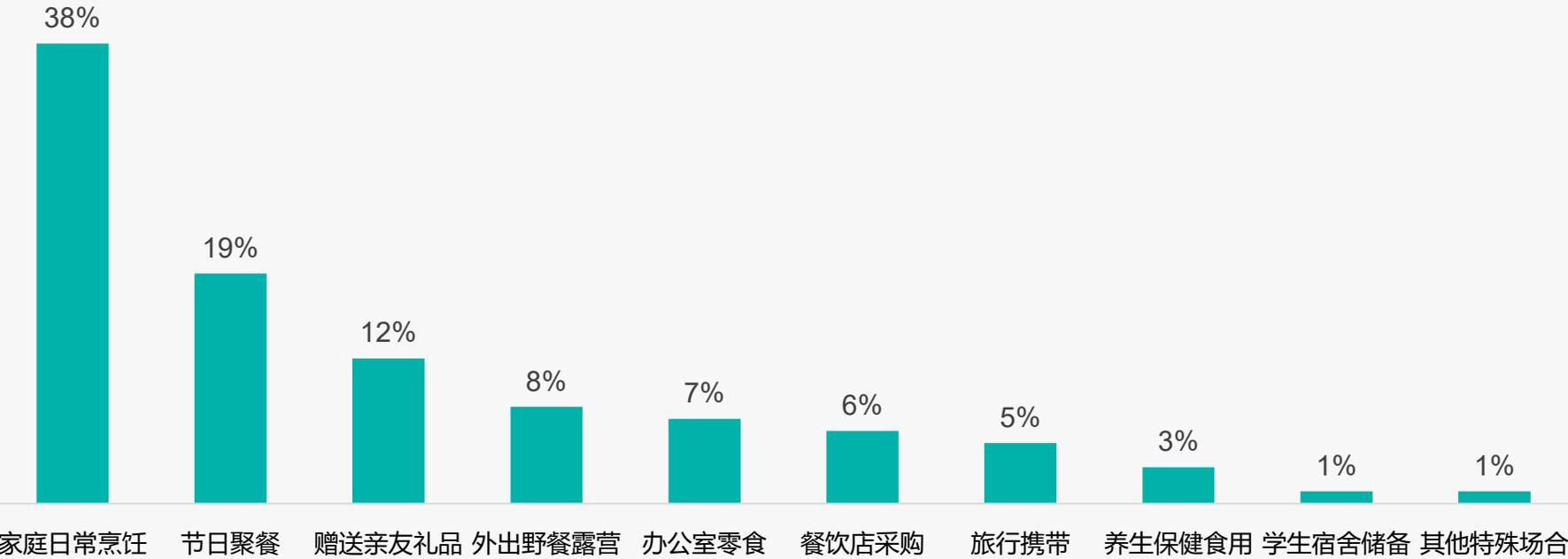


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

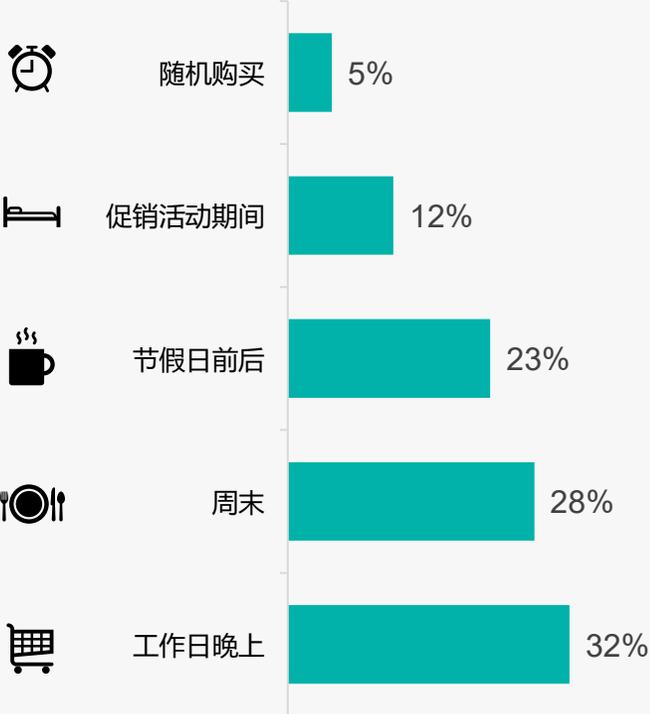
# 虾皮海米消费以家庭烹饪为主促销影响购买

- ◆ 虾皮海米消费以家庭日常烹饪为主，占38%，节日聚餐占19%，显示其作为烹饪食材和节庆食品的核心地位，消费集中在非工作时间如工作日晚上和周末。
- ◆ 促销活动期间消费占12%，其他场景如赠送礼品和外出野餐占比低，反映购买行为受价格影响，且以实用需求为主导，休闲和礼品用途相对次要。

## 2025年中国虾皮海米消费场景分布



## 2025年中国虾皮海米消费时段分布

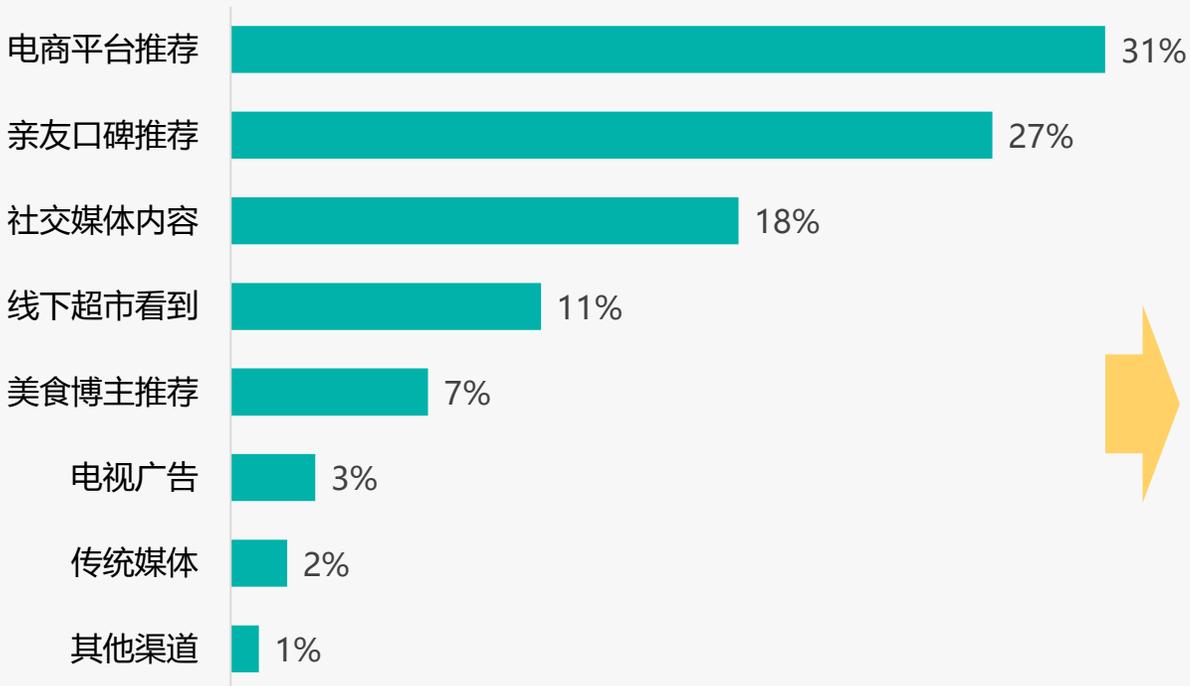


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

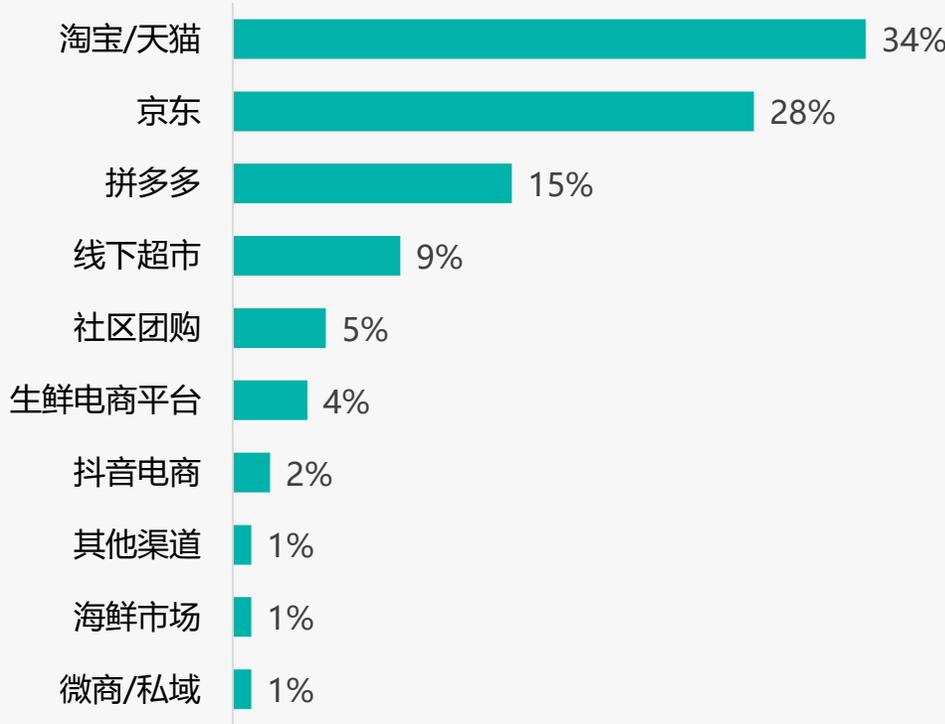
# 电商主导 口碑关键 虾皮海米消费趋势

- ◆消费者了解虾皮海米主要依赖电商平台推荐（31%）和亲友口碑推荐（27%），社交媒体内容（18%）也发挥重要作用，显示数字渠道和人际信任是关键驱动力。
- ◆购买渠道以淘宝/天猫（34%）和京东（28%）为主，合计占62%，凸显电商平台主导地位；拼多多占15%，表明价格敏感市场存在，线下超市仅占9%。

## 2025年中国虾皮海米产品了解渠道分布



## 2025年中国虾皮海米产品购买渠道分布

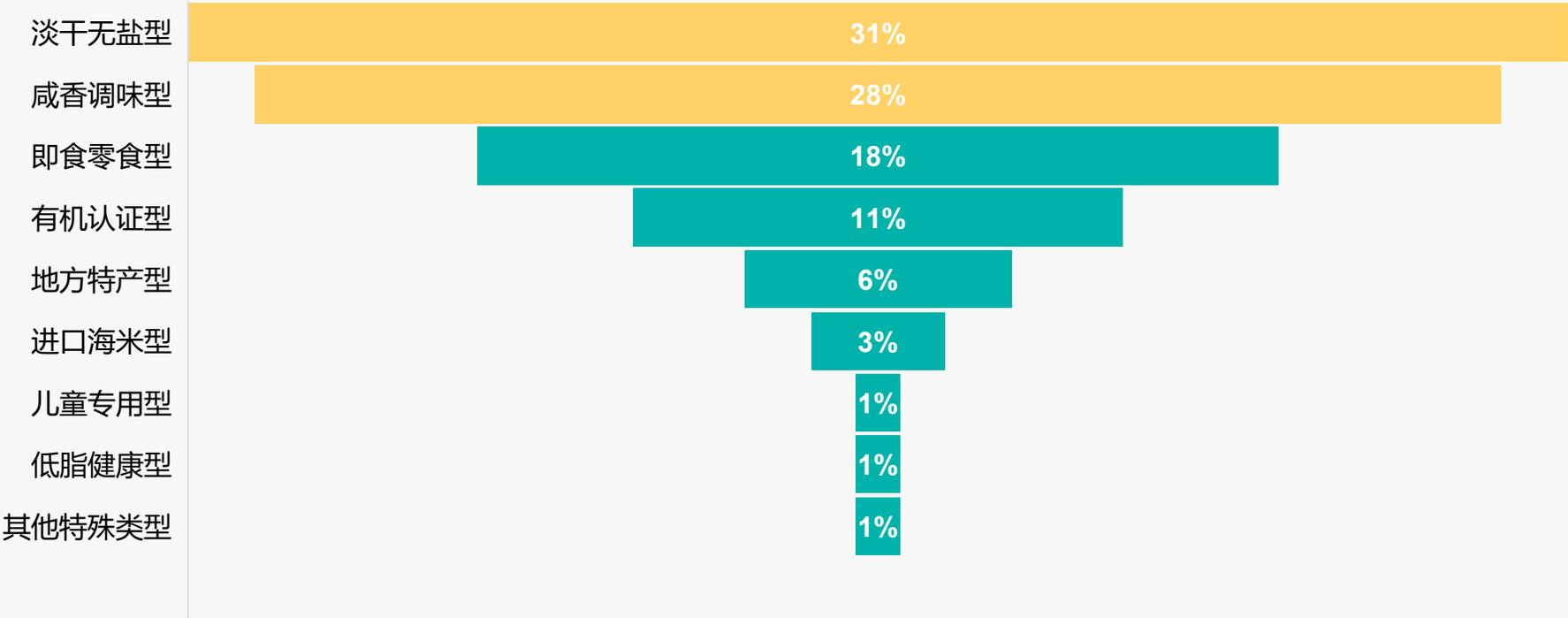


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 虾皮海米市场基础口味主导

- ◆ 虾皮海米消费偏好中，淡干无盐型占31%最高，咸香调味型占28%，即食零食型占18%，显示市场以基础口味和便捷产品为主。
- ◆ 有机认证型占11%，地方特产型占6%，进口海米型占3%，儿童专用型等小众类型各占1%，高端或特色产品渗透率较低。

## 2025年中国虾皮海米产品偏好类型分布

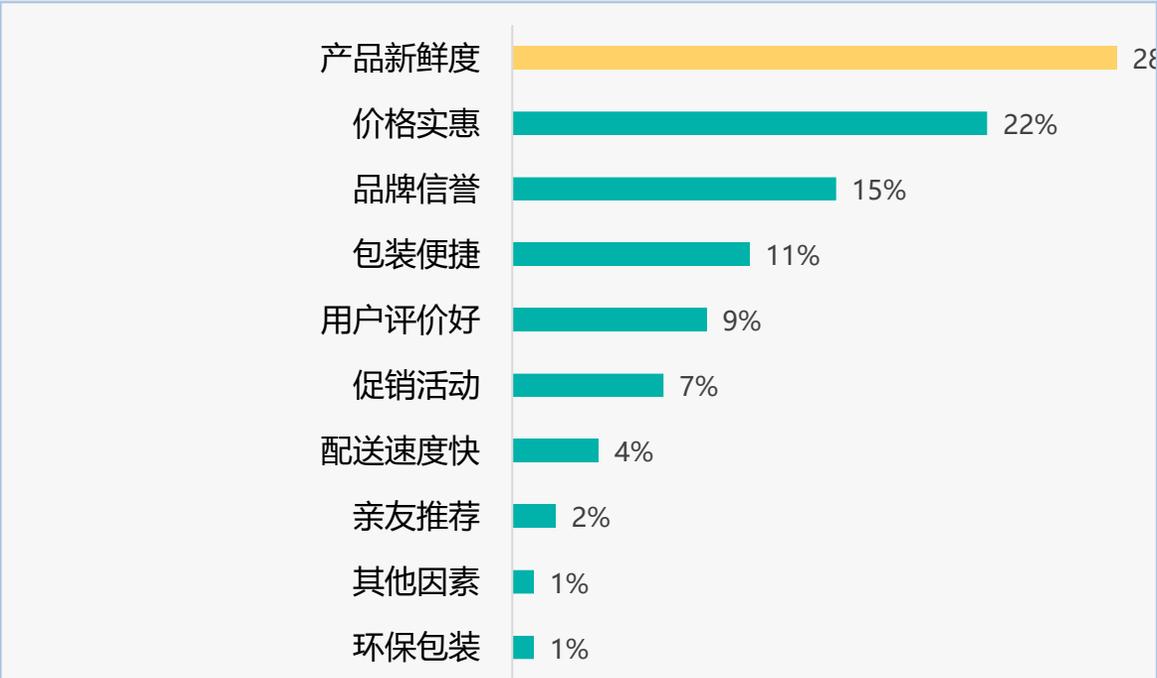


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 虾皮海米消费品质价格主导烹饪提鲜核心

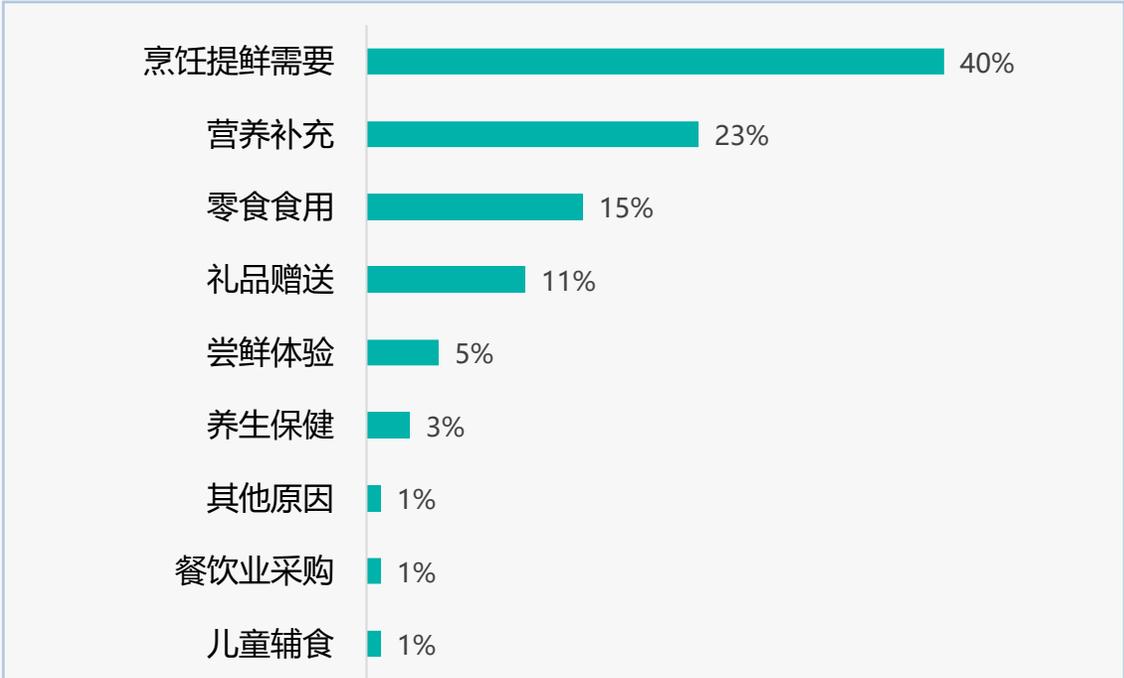
- ◆ 虾皮海米消费中，产品新鲜度28%和价格实惠22%是关键吸引因素，烹饪提鲜需要40%是主要消费原因，凸显品质和实用需求。
- ◆ 营养补充23%和零食食用15%显示健康与休闲场景，促销活动仅7%表明消费者更注重产品本身而非短期优惠。

## 2025年中国虾皮海米吸引消费关键因素分布



样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

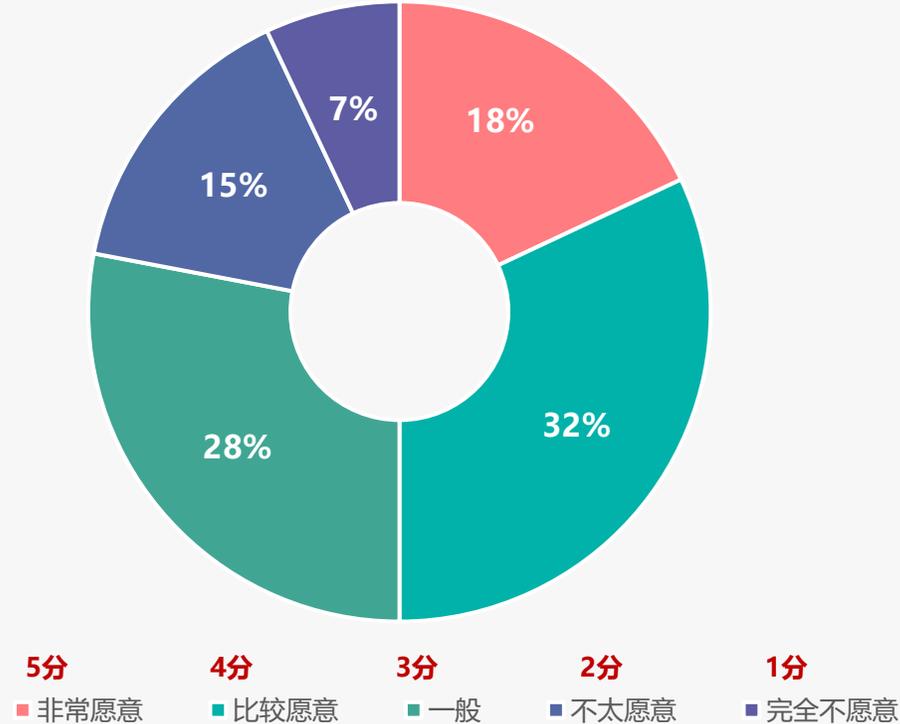
## 2025年中国虾皮海米消费真正原因分布



# 推荐意愿中等品质价格是关键

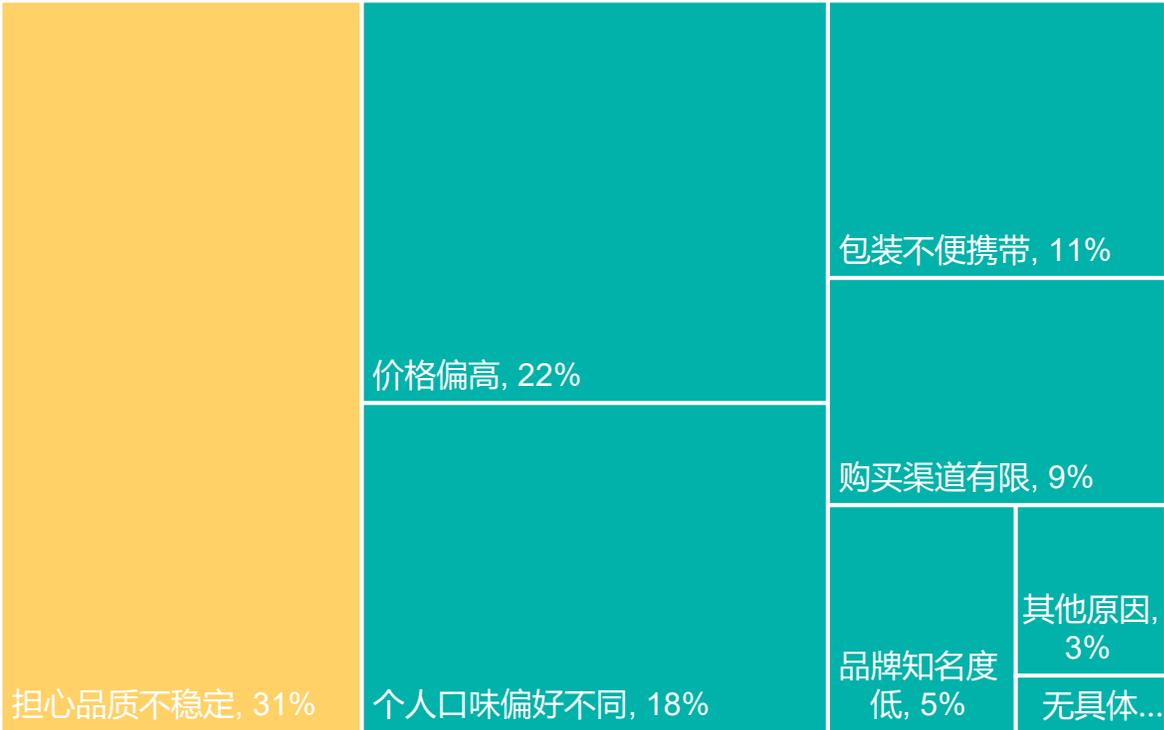
- ◆推荐意愿数据显示，非常愿意和比较愿意合计50%，但一般和不太愿意占43%，表明消费者推荐倾向中等，存在保留空间。
- ◆不愿推荐主因是品质不稳定占31%，价格偏高占22%，提示需加强质量控制和定价策略以提升市场接受度。

### 2025年中国虾皮海米推荐意愿分布



样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

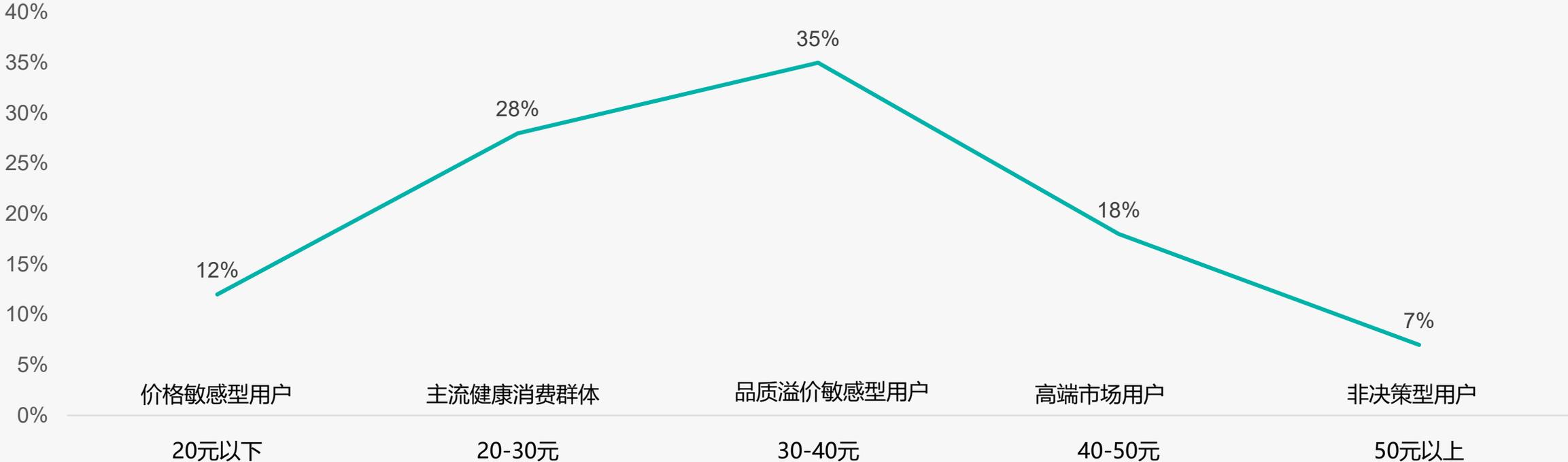
### 2025年中国虾皮海米不愿推荐原因分布



# 虾皮海米价格接受度中等偏好

- ◆ 虾皮海米消费调查显示，价格接受度最高为30-40元规格，占比35%，消费者偏好中等价位产品，反映对性价比的重视。
- ◆ 20-30元规格占比28%，低价市场有需求；极端价格区间接受度低，20元以下12%、50元以上7%，价格敏感度适中。

## 2025年中国虾皮海米主流规格价格接受度分布



样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以250-500克大包装规格虾皮海米为标准核定价格区间

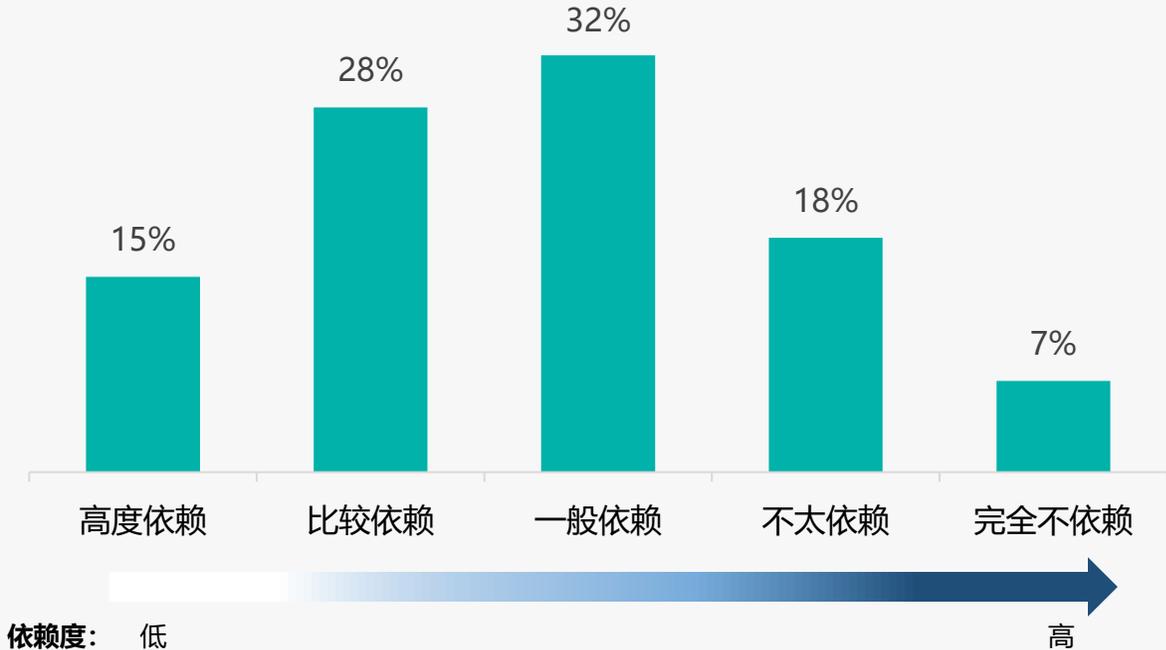
# 价格敏感品牌忠诚 促销依赖影响决策

- ◆价格上涨10%后，42%继续购买，38%减少频率，20%更换品牌，显示价格敏感度高，但品牌忠诚度仍较强。
- ◆促销活动依赖度中，75%消费者对促销有依赖，32%一般依赖，28%比较依赖，15%高度依赖，促销是关键影响因素。

### 2025年中国虾皮海米价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国虾皮海米对促销活动依赖程度分布

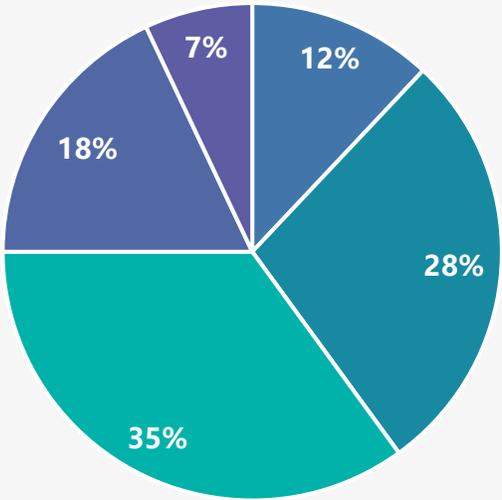


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 虾皮海米消费复购中等价格敏感

- ◆ 虾皮海米消费调查显示，50-70%复购率最高占35%，90%以上复购率仅12%，品牌忠诚度中等，高忠诚用户少。
- ◆ 更换品牌主因价格更优惠占38%，品质更好占28%，消费者注重性价比和品质，促销和包装影响相对较小。

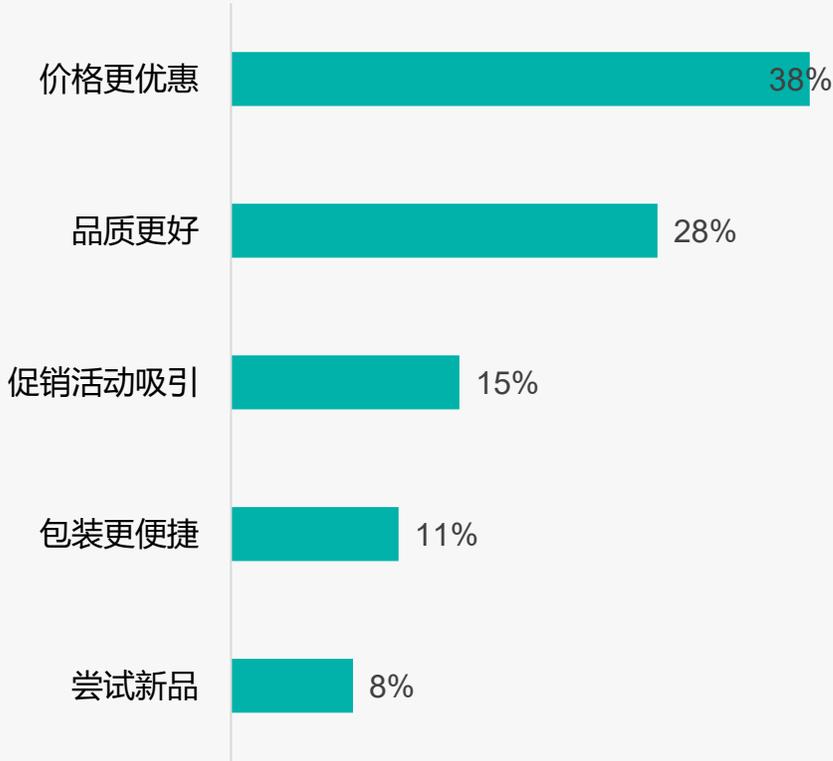
## 2025年中国虾皮海米固定品牌复购率分布



- 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

样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

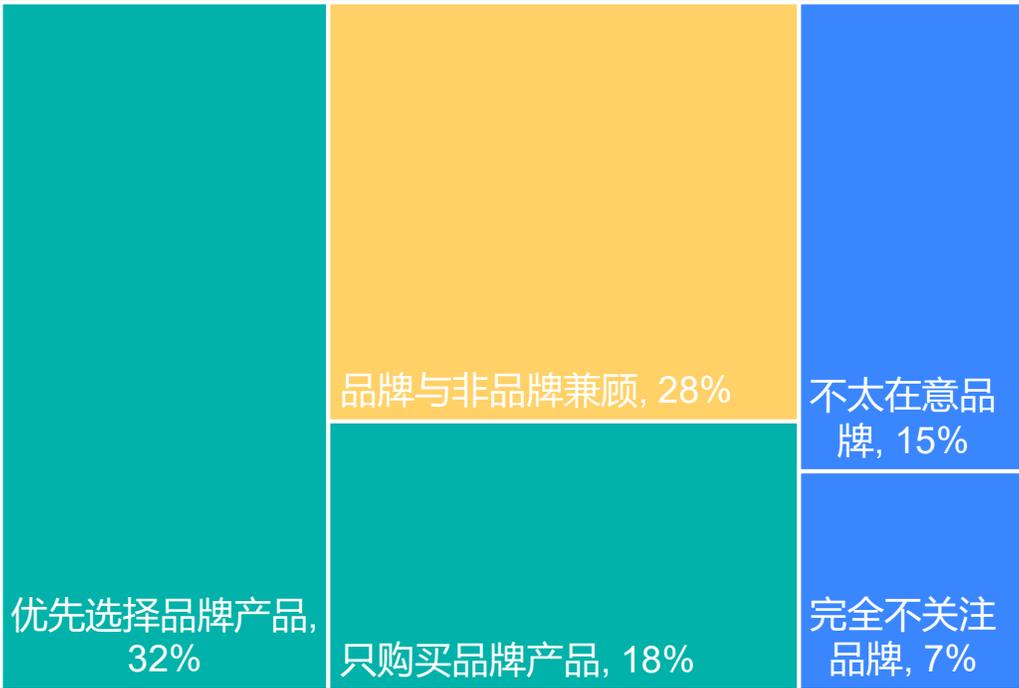
## 2025年中国虾皮海米更换品牌原因分布



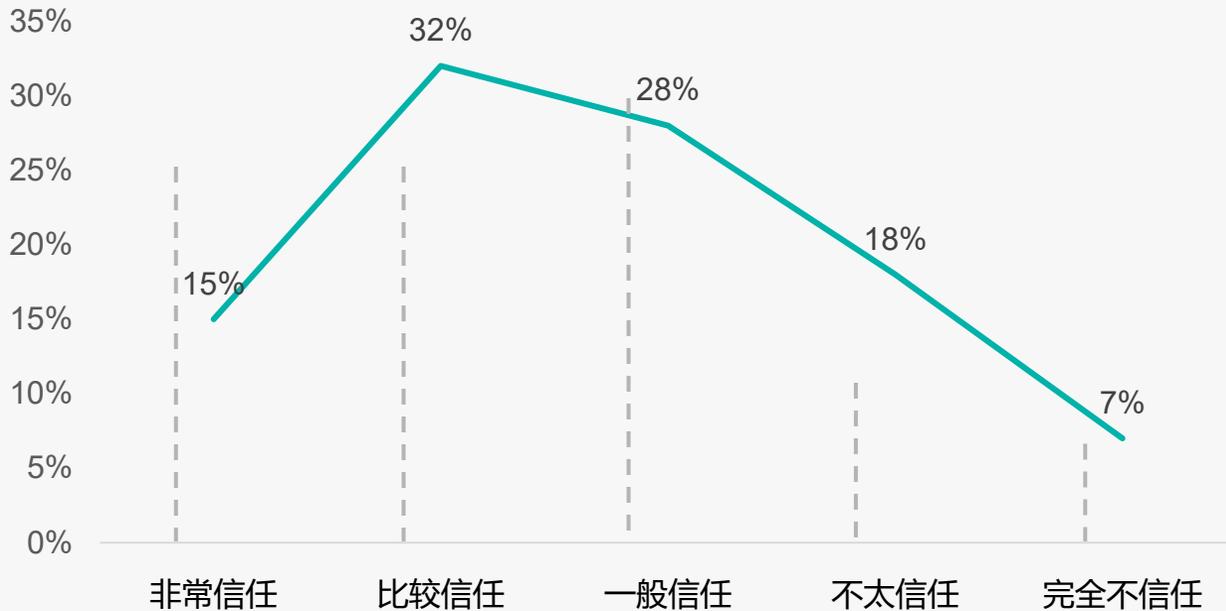
# 品牌吸引力强 信任度需提升

- ◆ 虾皮海米消费中，32%消费者优先选择品牌产品，18%只购买品牌产品，品牌吸引力显著，但7%完全不关注品牌，显示市场分化。
- ◆ 品牌信任度方面，32%比较信任，但不太信任和完全不信任合计25%，高于非常信任的15%，表明信任度需提升以增强品牌忠诚。

## 2025年中国虾皮海米品牌产品消费意愿分布



## 2025年中国虾皮海米对品牌产品态度分布

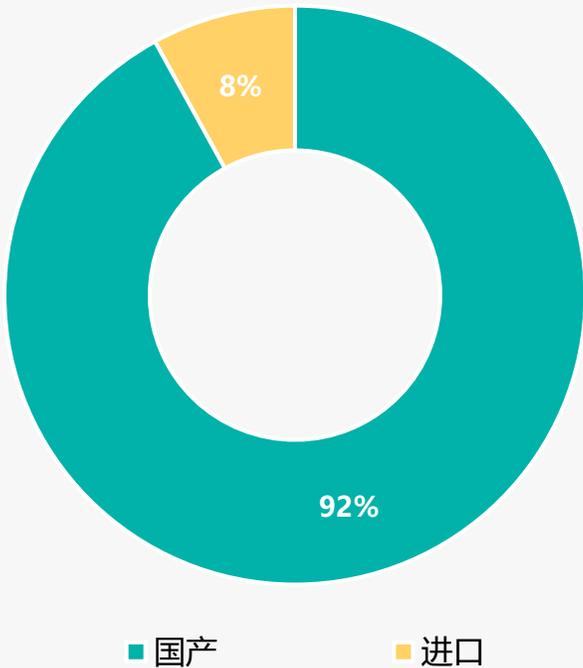


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

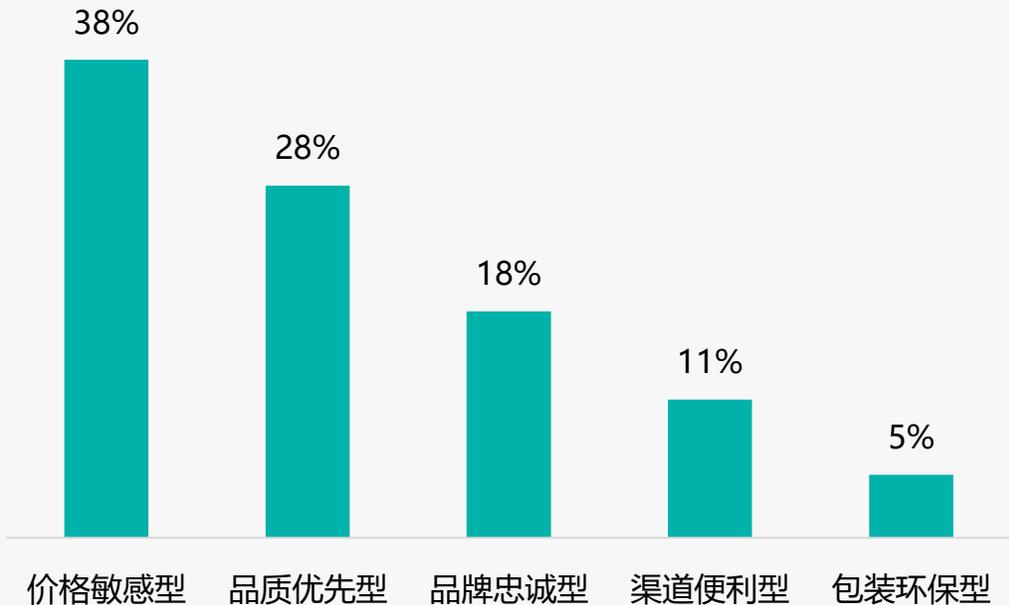
# 国产品牌主导 价格敏感型消费高

- ◆国产品牌消费占比92%，进口品牌仅8%，显示消费者高度偏好国产虾皮海米，市场主导地位稳固。
- ◆价格敏感型消费者占38%，品质优先型占28%，表明性价比和产品质量是主要购买驱动因素。

## 2025年中国虾皮海米国产与进口品牌消费分布



## 2025年中国虾皮海米品牌偏好类型分布

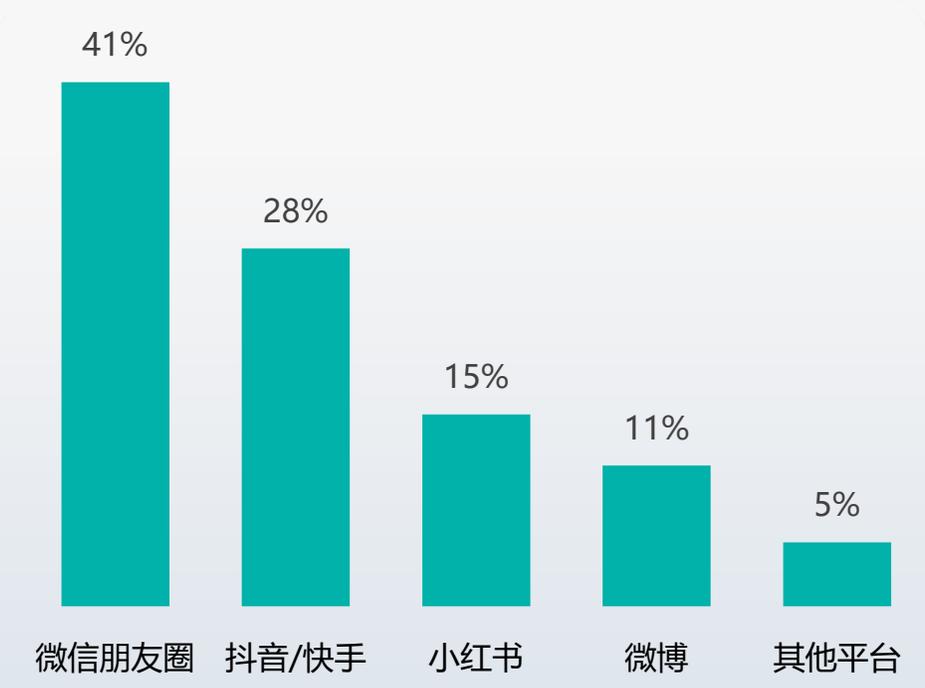


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 口碑实用内容驱动虾皮海米消费

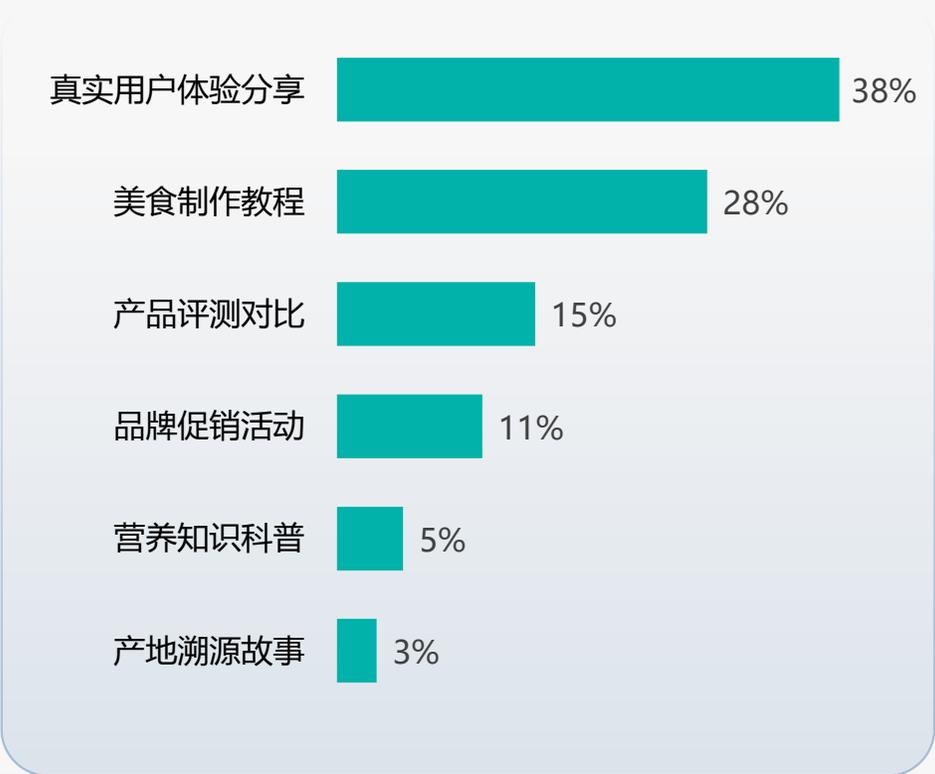
- ◆ 社交分享以微信朋友圈41%和抖音/快手28%为主，显示消费者偏好私密圈和短视频平台进行产品推广。
- ◆ 内容类型中真实用户体验分享占38%和美食制作教程占28%，突出口碑和实用内容对消费决策的关键影响。

## 2025年中国虾皮海米社交分享渠道分布



样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

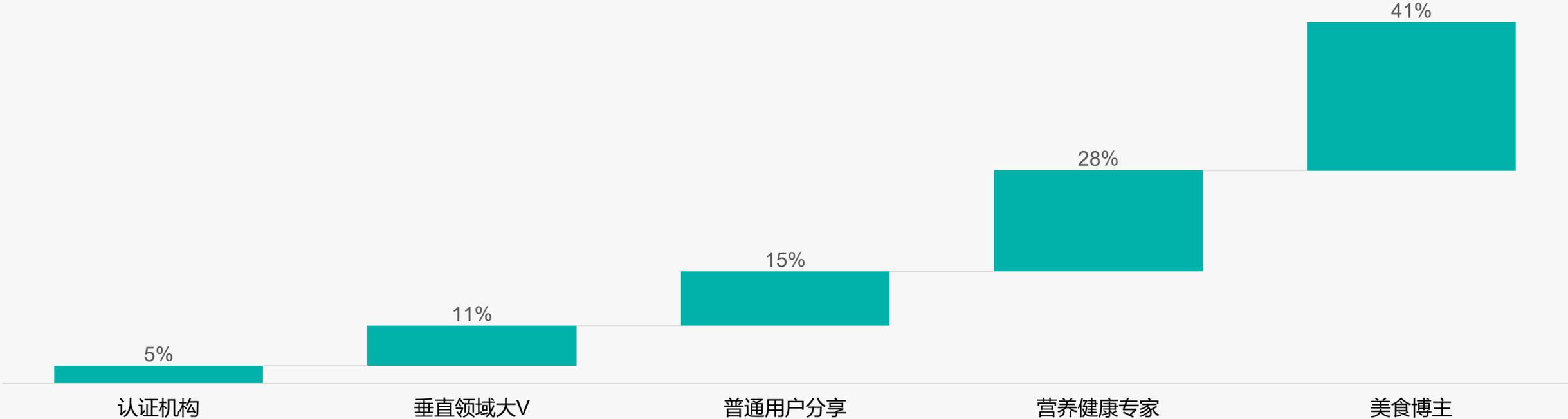
## 2025年中国虾皮海米社交渠道内容类型分布



# 美食博主营养专家主导消费信任

- ◆ 社交渠道中，消费者最信任美食博主（41%）和营养健康专家（28%），显示虾皮海米消费更关注烹饪体验和健康属性。
- ◆ 普通用户分享（15%）、垂直领域大V（11%）和认证机构（5%）信任度较低，表明专业意见领袖在消费决策中更具影响力。

## 2025年中国虾皮海米社交渠道信任博主类型分布

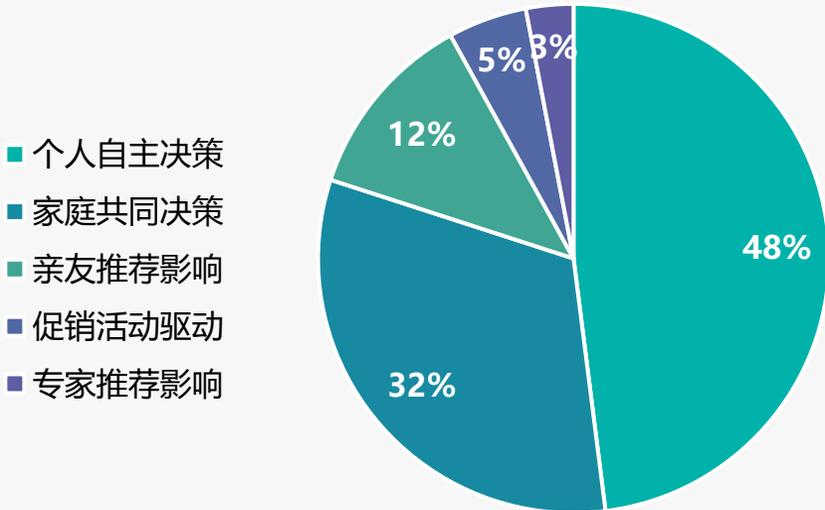


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

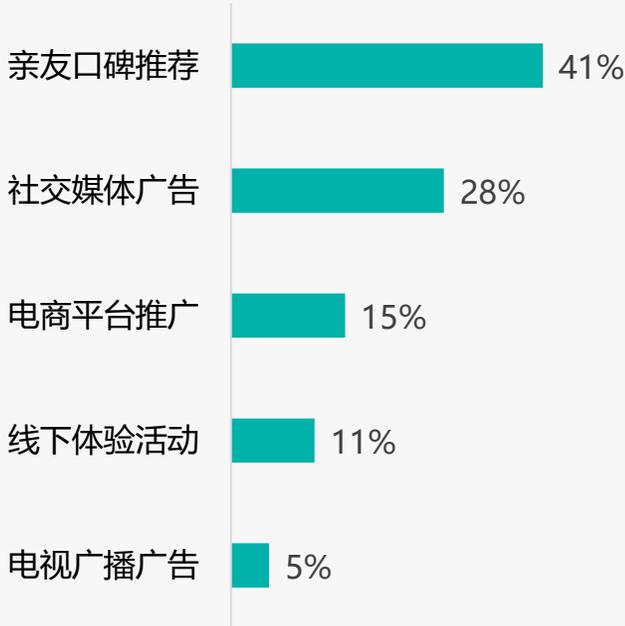
# 口碑主导虾皮海米消费 社交媒体次之

- ◆亲友口碑推荐占比41%，是虾皮海米消费的主要广告偏好，远超其他渠道，显示消费者高度依赖社交信任进行购买决策。
- ◆社交媒体广告占28%，电商平台推广占15%，线下和传统渠道占比较低，表明数字营销和口碑是行业关键驱动因素。

### 2025年中国虾皮海米消费决策者类型分布



### 2025年中国虾皮海米家庭广告偏好分布

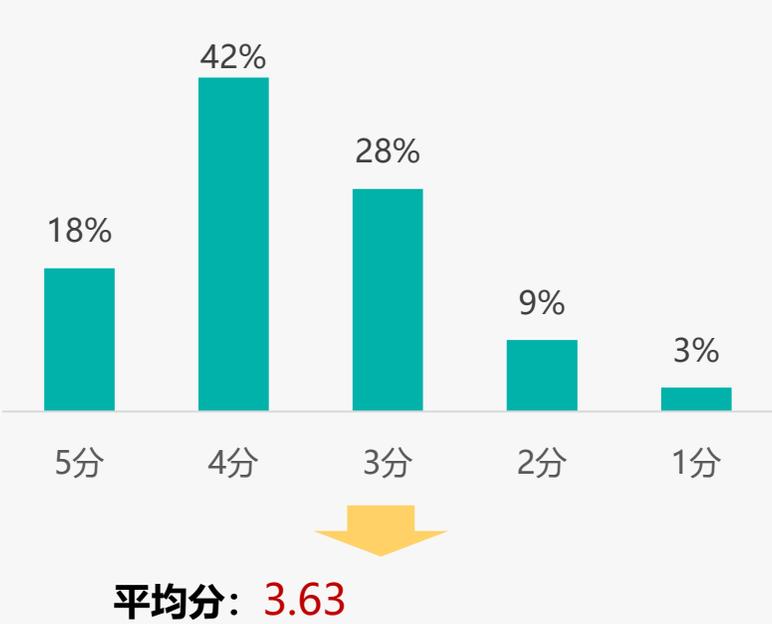


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

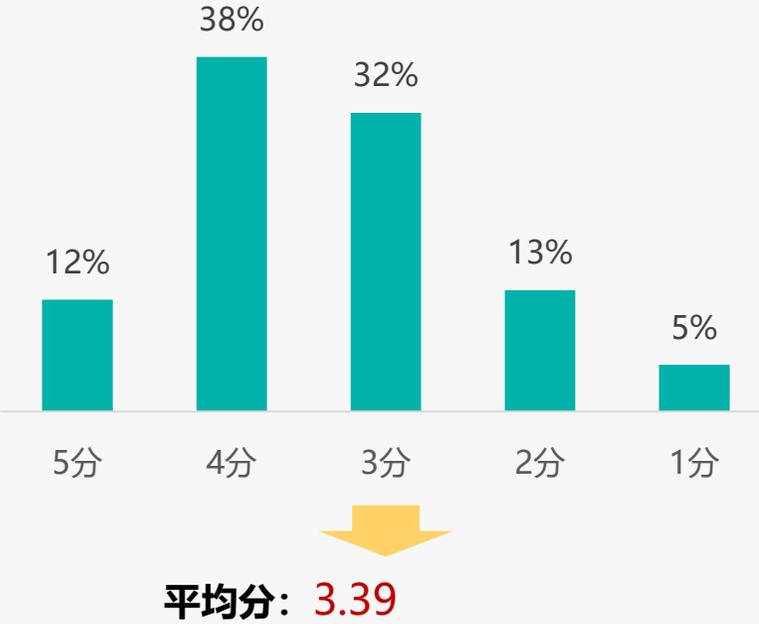
# 消费流程优 退货待改进 客服需提升

- ◆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50%，客服满意度居中为56%。
- ◆分析显示消费流程表现最佳，退货环节需改进以提升消费者体验，客服响应能力有待加强。

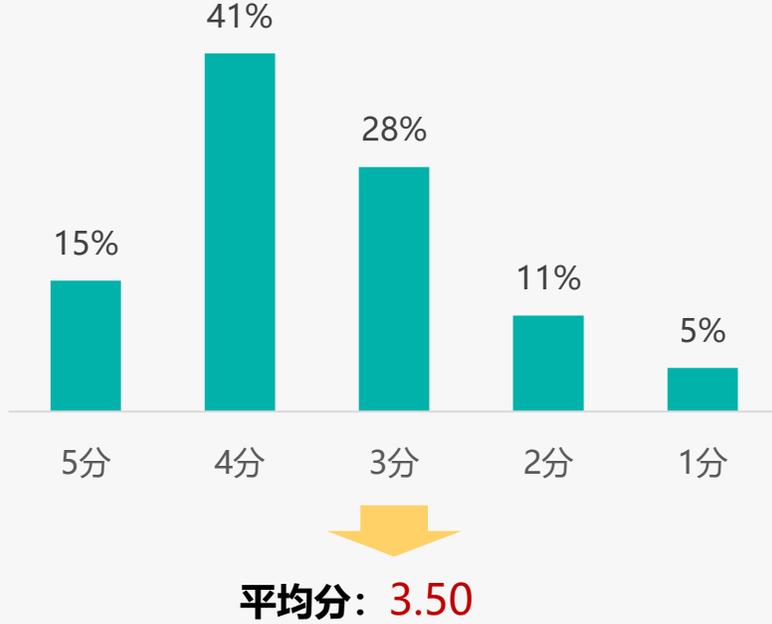
### 2025年中国虾皮海米线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国虾皮海米退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国虾皮海米线上消费客服满意度分布（满分5分）

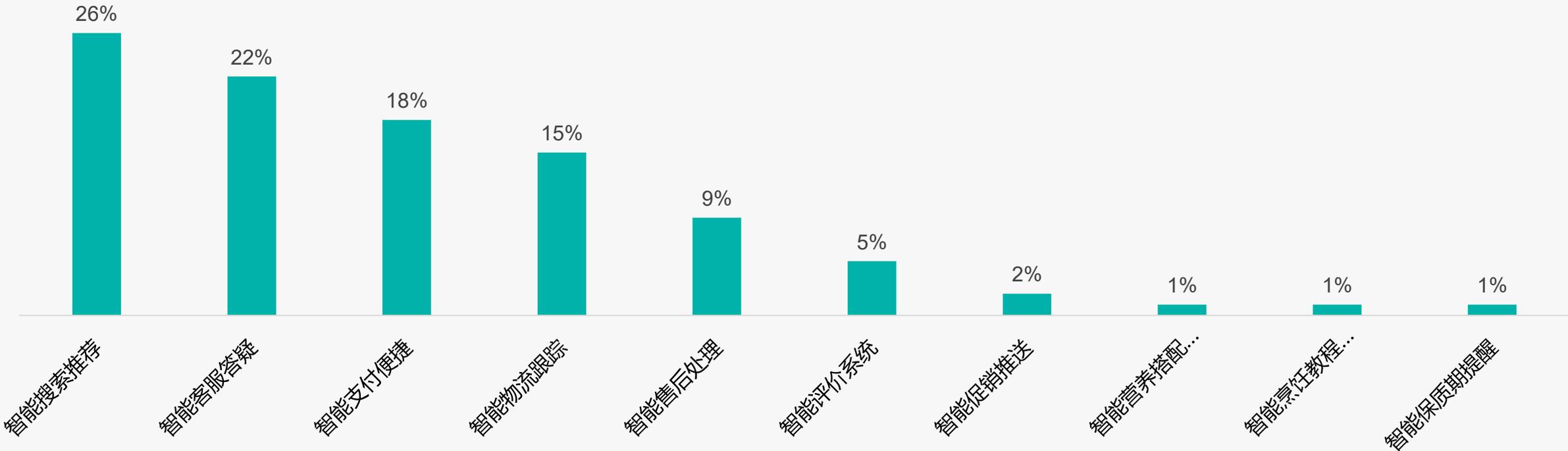


样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能服务主导消费 基础便捷需求突出

- ◆智能搜索推荐、客服答疑和支付便捷合计占比66%，显示消费者在线上购物时高度依赖智能化服务提升效率和体验，智能物流跟踪占15%反映对配送透明度的需求。
- ◆智能售后处理、评价系统、促销推送及附加服务如营养建议等占比均较低，表明消费者对虾皮海米这类日常食品的智能需求更侧重于基础便捷服务。

## 2025年中国虾皮海米线上消费智能服务体验分布



样本：虾皮海米行业市场调研样本量N=1445，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**