

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月厨房智能水槽市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Intelligent Kitchen Sink 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：消费群体以中青年高收入家庭装修主导者为主



26-45岁中青年占67%，收入8万元以上人群占60%，购买力强。



家庭装修主导者与厨房改造决策者合计占70%，产品与装修场景紧密关联。



性别分布均衡，城市集中在新一线和一线城市，市场聚焦大中型城市。

## 启示

### ✓ 聚焦中青年高收入群体

品牌应针对26-45岁、收入较高的中青年消费者，推出符合其购买力和家庭装修需求的产品，强化市场定位。

### ✓ 强化与装修场景的关联

产品设计和营销需紧密结合家庭装修和厨房改造场景，通过装修渠道或合作提升市场渗透率。

# 核心发现2：市场处于普及阶段，以首次购买和多功能设计为主导



首次购买占比高达63%，产品耐用性强，更换周期长，市场依赖新用户驱动。



消费规格偏好集中在双槽和大单槽带智能功能，合计占59%，多功能设计主导。



集成功能如净水洗碗占12%，集成化趋势初现但占比相对较低，市场仍以基础智能功能为主。

## 启示

### ✓ 优化产品更新周期策略

品牌可考虑推出升级换代产品，或提供以旧换新服务，刺激现有用户更新需求，延长产品生命周期。

### ✓ 强化多功能智能设计

产品开发应注重多功能集成，如智能控制、净水等，满足消费者对实用性和智能化的双重需求。

# 核心发现3：消费行为呈现中高端偏好，依赖线上渠道和用户口碑



单次消费支出集中在2000-10000元，占77%，显示中高端产品偏好，高端市场占15%。



消费季节以春季最高占31%，包装类型以标准纸箱和定制木架为主，反映季节和包装影响。



信息获取主要依赖电商平台、家居装修网站和社交媒体，线上渠道主导，购买渠道以官方或大型平台为主。

## 启示

### ✓ 定位中高端市场

品牌应聚焦3000-8000元价格区间，推出高品质产品，同时探索高端市场机会，提升品牌溢价能力。

### ✓ 加强线上营销和口碑管理

利用电商平台、社交媒体和用户生成内容进行推广，强化品牌官方渠道，提升消费者信任和购买转化率。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年刚需市场，以智能功能驱动消费



## 1、产品端

- ✓ 强化智能控制与多功能集成设计
- ✓ 优化材质耐用性与外观美观度



## 2、营销端

- ✓ 深耕线上电商与家居装修平台
- ✓ 利用微信朋友圈与专业博主口碑传播



## 3、服务端

- ✓ 简化安装流程，提升便捷性
- ✓ 加强售后服务与客户支持体系

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

## 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** 厨房智能水槽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厨房智能水槽品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对厨房智能水槽的购买行为;
- 厨房智能水槽市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

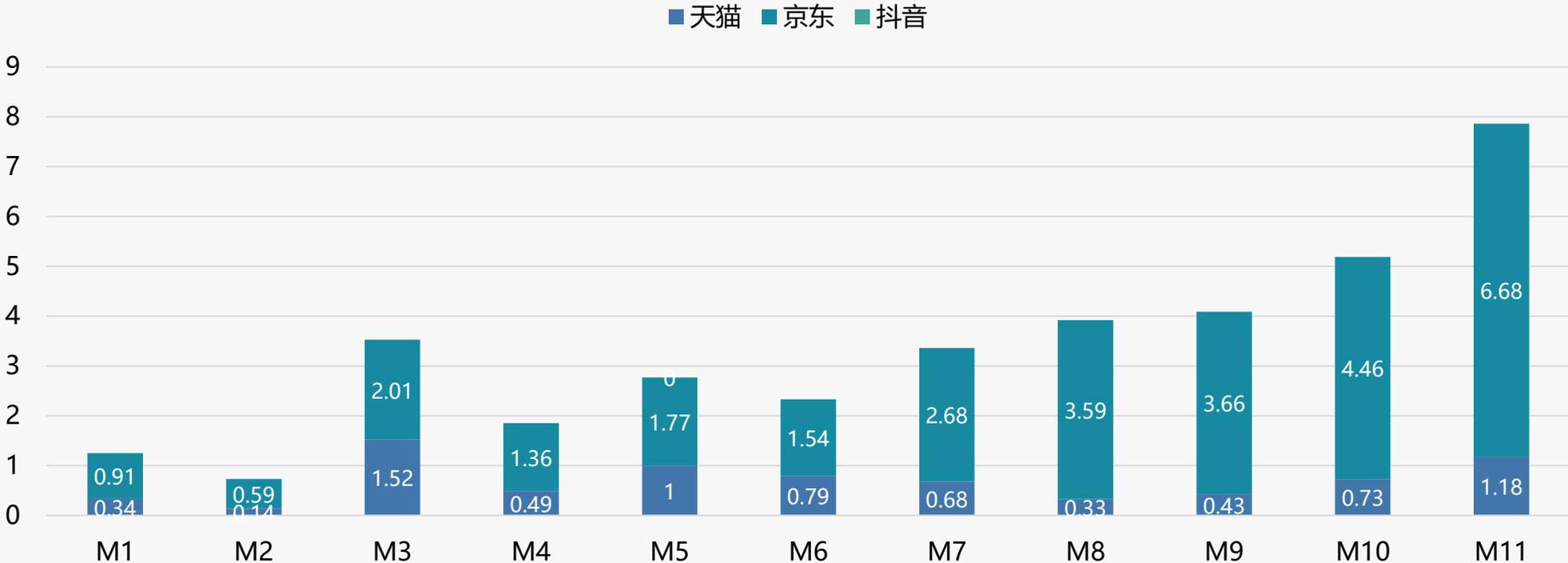
Research Method

- **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, 计算厨房智能水槽品类销售额、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、不同平台厨房智能水槽品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 京东主导智能水槽市场 下半年增长加速

- ◆从平台销售结构看，京东在厨房智能水槽品类中占据主导地位，2025年1-11月累计销售额达3.07亿元，远超天猫的0.73亿元和抖音的0.03万元。京东销售额占比约80.5%，显示其在该品类的高渗透率和用户偏好，可能源于其家电供应链优势或营销策略。
- ◆月度销售趋势分析显示，销售额在M3和M11出现峰值，分别达353.3万元和785.7万元，可能与促销活动或季节性需求相关。整体呈波动上升趋势，下半年增长加速，M11达到全年最高，表明市场潜力持续释放。抖音平台自M5开始销售，但贡献极微，仅2901元，占总销售额不足0.01%，反映其在该品类的市场渗透不足。建议加强内容营销或渠道合作以提升ROI，同时对比天猫和京东的稳定表现，凸显多渠道策略的重要性。

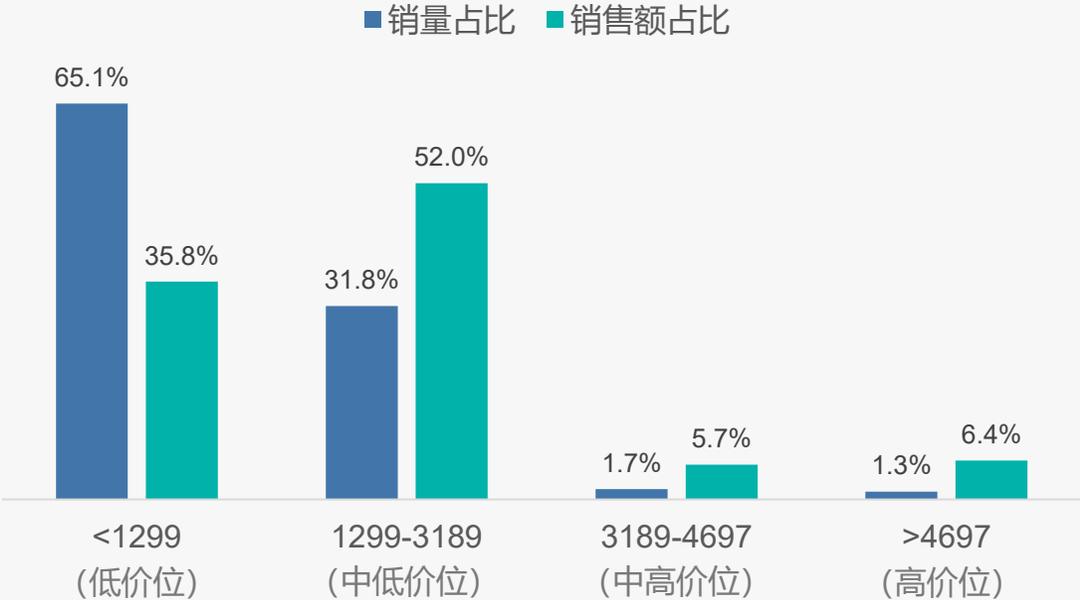
2025年1月~11月厨房智能水槽品类线上销售规模（百万元）



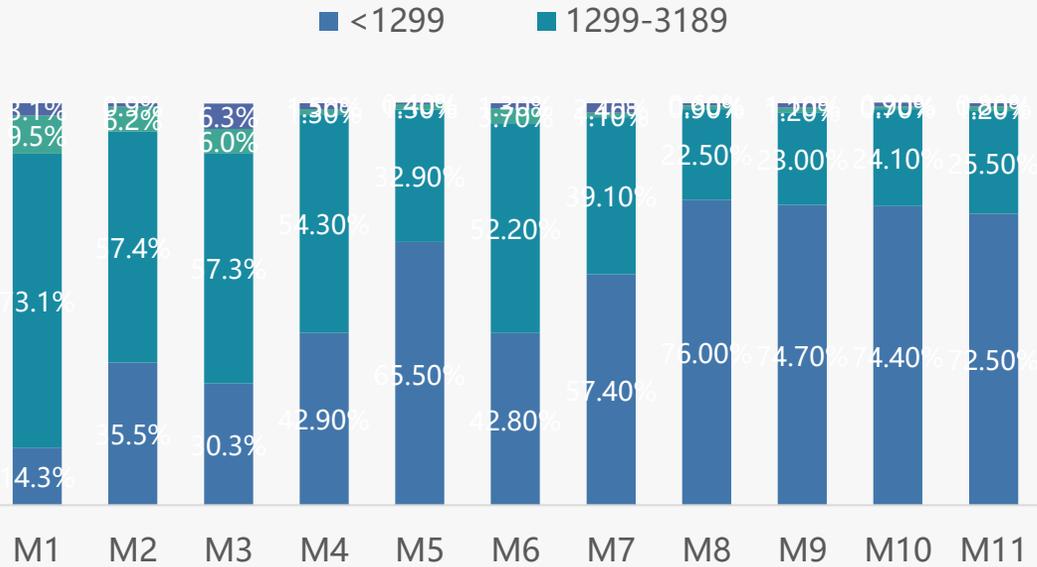
# 智能水槽市场两极分化 低价走量高价溢价

- ◆从价格区间销售趋势看，厨房智能水槽市场呈现明显的两极分化特征。1299-3189元区间虽销量占比仅31.8%，但贡献了52.0%的销售额，成为核心利润区；而<1299元区间销量占比高达65.1%，销售额占比仅35.8%，表明低价产品虽走量但利润率偏低。高价位产品（>3189元）合计销量占比仅3.0%，却贡献了12.1%的销售额，显示高端市场存在溢价空间。
- ◆从产品结构优化角度，当前市场存在明显的结构失衡风险。<1299元产品销量占比过高，但销售额贡献有限，过度依赖低价策略可能压缩行业整体利润空间。建议企业优化产品组合：巩固1299-3189元主力价格带的同时，适当提升3189-4697元区间产品力，这既能改善毛利率，又能满足消费升级需求。

2025年1月~11月厨房智能水槽线上不同价格区间销售趋势



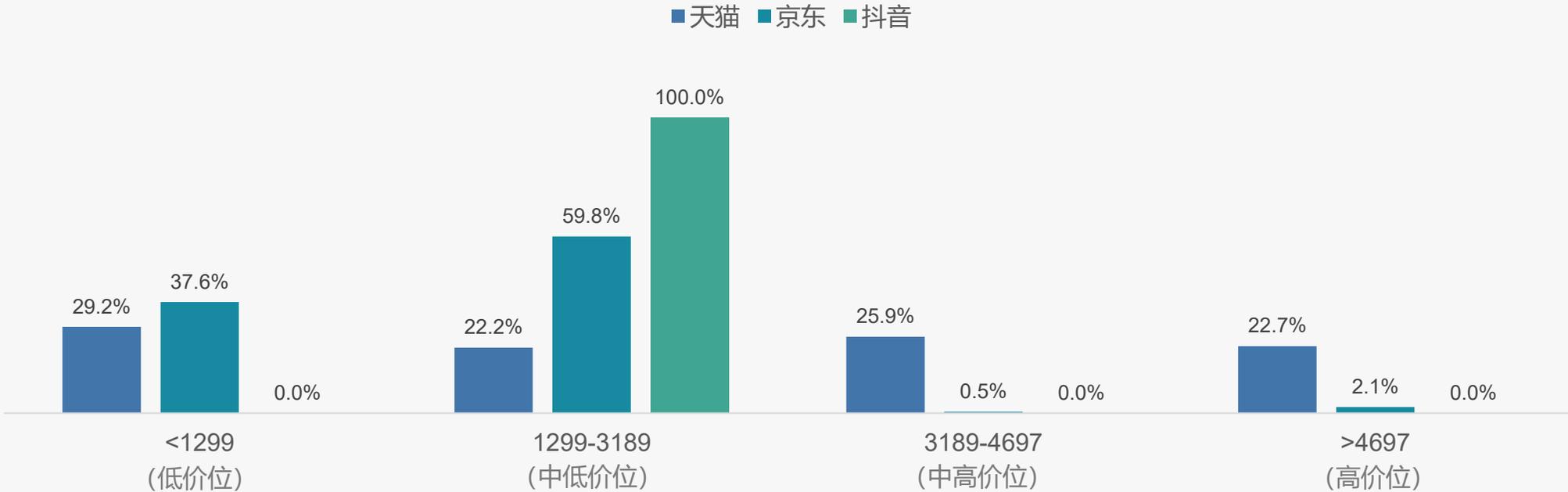
厨房智能水槽线上价格区间-销量分布



# 厨房水槽平台价格带差异化竞争格局

- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化定位。天猫平台价格结构相对均衡，各区间占比均在22%-30%之间，显示其作为综合性电商平台覆盖了从入门到高端的全价格带。京东平台则高度集中于1299-3189元中端区间（占比59.8%），符合其家电品类以品质消费为主的特征。抖音平台目前仅覆盖1299-3189元单一区间，表明其在该品类仍处于市场培育期，产品结构较为单一。
- ◆从平台竞争格局分析，天猫凭借全价格带覆盖展现出最强的市场适应性，特别是在3189-4697元中高端区间占比25.9%，高于京东的0.5%，显示其高附加值产品上的优势。京东在中端市场占据绝对主导，但高端市场（>4697元）占比仅2.1%，存在升级空间。抖音作为新兴渠道，目前仅切入中端市场，未来可通过

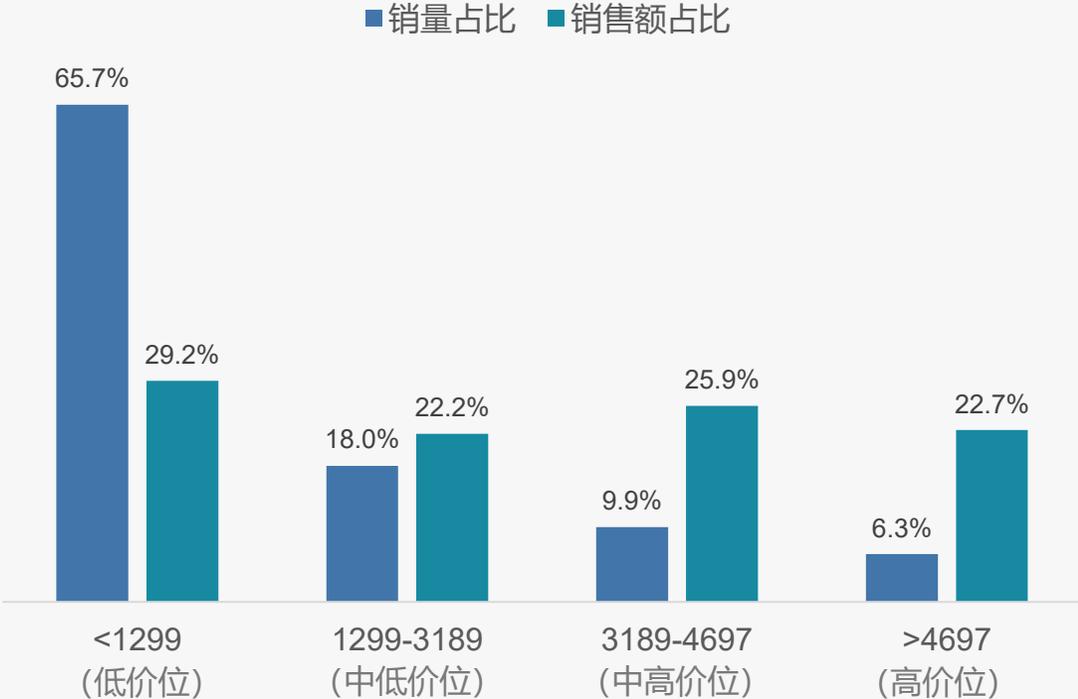
2025年1月~11月各平台厨房智能水槽不同价格区间销售趋势



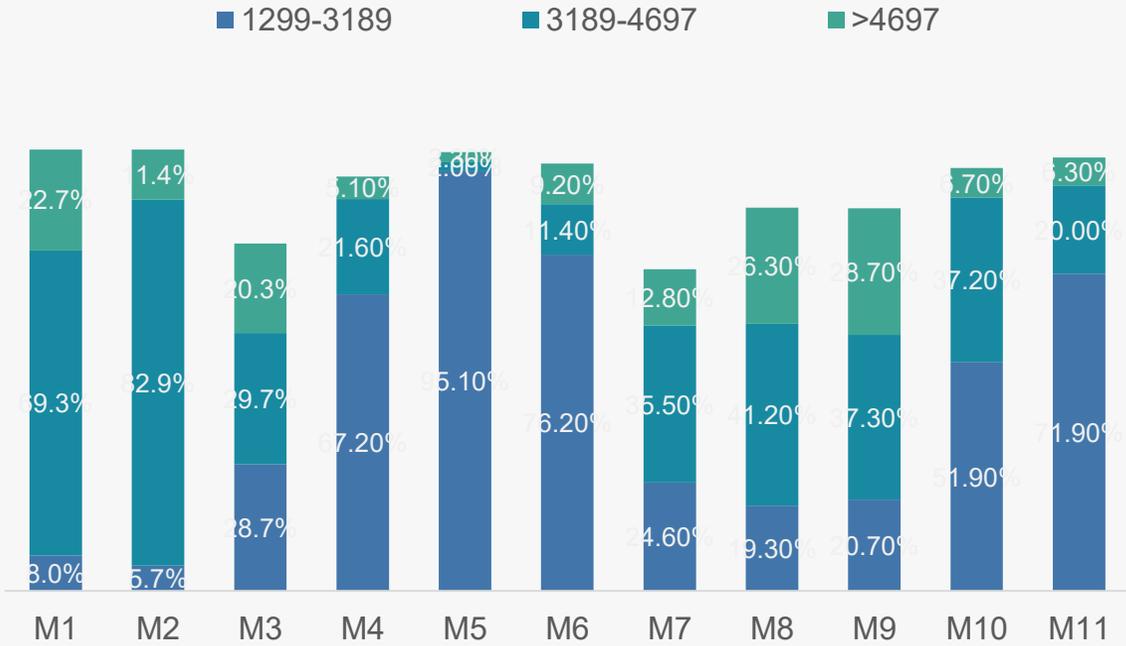
# 智能水槽市场两极分化 中高端产品利润更优

- ◆从价格区间销售趋势看，厨房智能水槽呈现明显的两极分化特征。低价位 (<1299元) 产品贡献了65.7%的销量但仅占29.2%的销售额，显示其高销量低利润的引流属性；而中高价位 (3189-4697元) 产品以9.9%的销量贡献了25.9%的销售额，毛利率显著更高。建议企业优化产品组合，通过低价产品获取市场份额，同时提升中高端产品的营销转化率以实现利润最大化。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动和促销影响。M5月低价产品占比高达95.1%，推测受618大促预热影响；M3、M7-M9月中高价位产品占比提升，反映消费升级趋势。值得注意的是，M1月高价产品 (>4697元) 占比22.7%为全年最高，可能受春节前高端消费拉动。建议企业根据销售周期调整库存策略，在旺季

2025年1月~11月天猫平台厨房智能水槽不同价格区间销售趋势



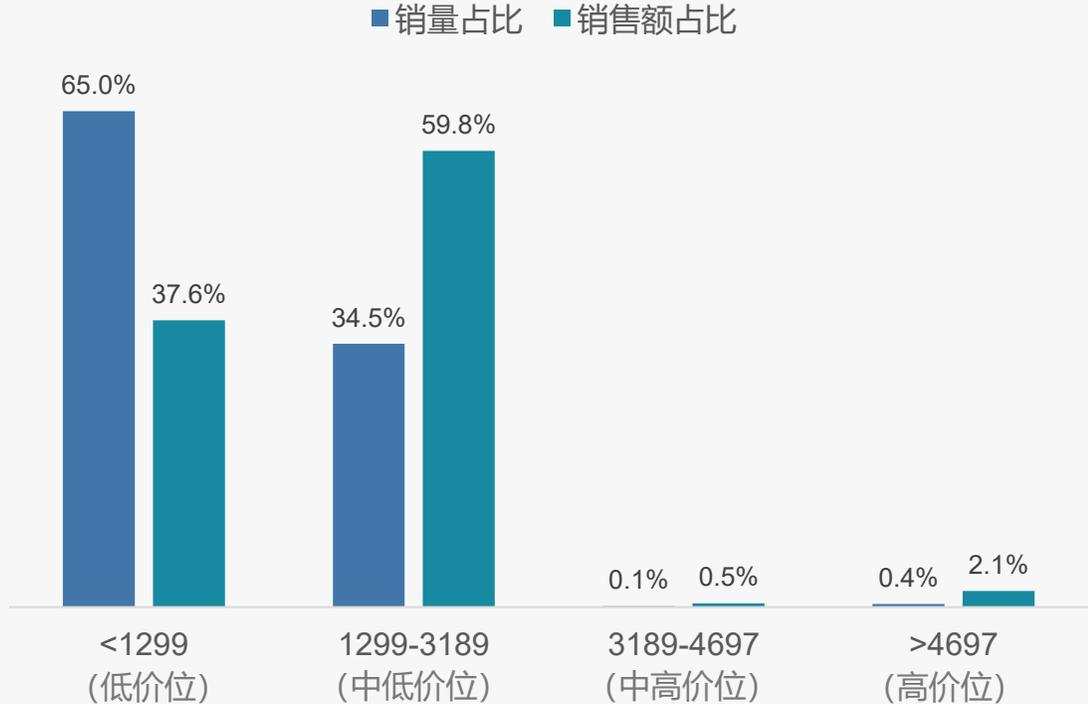
天猫平台厨房智能水槽价格区间-销量分布



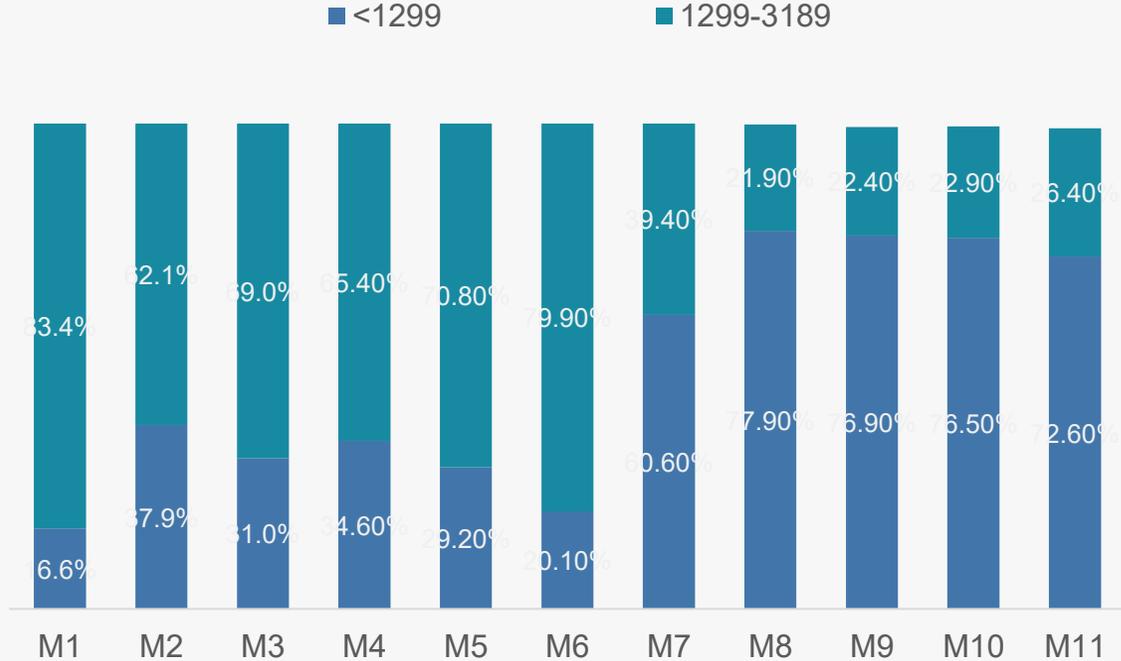
# 京东厨房水槽中价区主导销售趋势

- ◆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 (<1299元) 销量占比高达65.0%，但销售额占比仅37.6%，表明该区间产品单价较低，可能以引流款为主；中价位段 (1299-3189元) 以34.5%的销量贡献59.8%的销售额，成为核心利润区，显示消费者对品质有一定要求。高价区间 (>3189元) 合计销量占比仅0.5%，销售额占比2.6%，市场接受度有限。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。1-6月中价位段 (1299-3189元) 占比稳定在62.1%-83.4%，显示上半年消费偏理性；7月起低价位段 (<1299元) 占比急剧上升至60.6%-77.9%，可能与促销活动及季节性需求变化相关。高价区间 (>3189元) 在8-11月出现零星销售 (0.2%-0.7%)，表明年末或有高端消费释

2025年1月~11月京东平台厨房智能水槽不同价格区间销售趋势



京东平台厨房智能水槽价格区间-销量分布

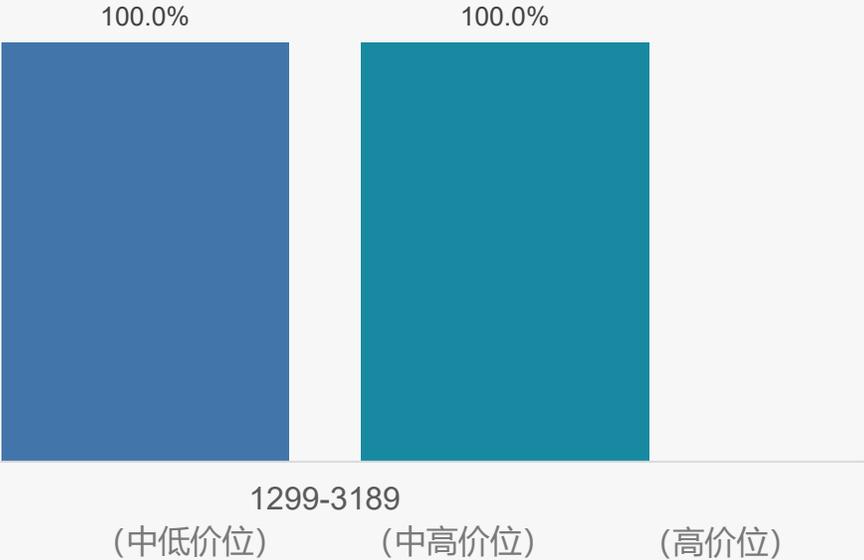


# 抖音智能水槽中高端垄断 市场集中需多样化

- ◆从抖音平台销售趋势看，厨房智能水槽品类在2025年1-11月期间，价格区间1299-3189元的产品销量和销售额占比均为100%，表明该品类在抖音渠道高度集中于中高端市场，缺乏低价位产品布局，这可能限制了市场渗透率，但提升了整体客单价和毛利率水平。
- ◆基于价格区间销量分布数据，M5月抖音平台1299-3189元价格区间的销量占比为100%，结合全年趋势，可推断该品类销售具有季节性集中特征，可能受装修旺季或促销活动驱动。从业务含义分析，抖音平台厨房智能水槽品类单一价格区间垄断市场，反映出消费者偏好中高端智能家居产品，但缺乏产品多样化可能影响长期增长潜力。企业应评估ROI，考虑拓展低价位产品线或加强品牌差异化，以提升市场覆盖和周转率。

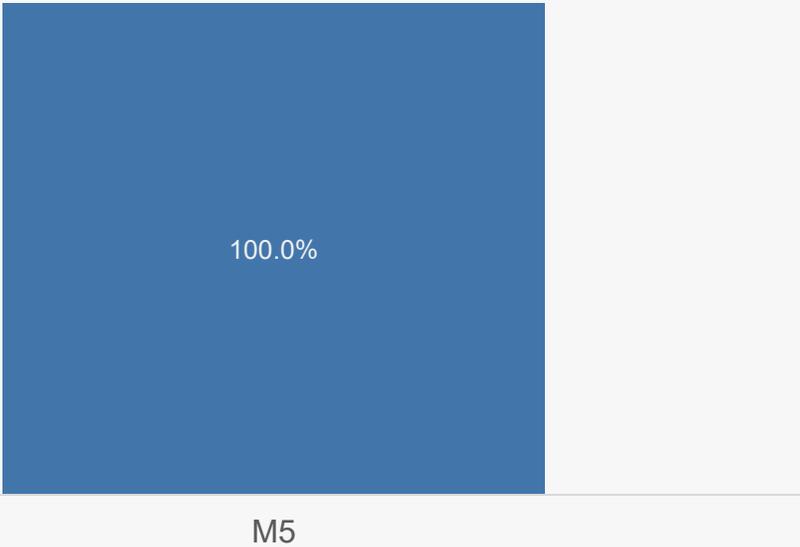
2025年1月~11月抖音平台厨房智能水槽不同价格区间销售趋势

■ 销量占比 ■ 销售额占比



抖音平台厨房智能水槽价格区间-销量分布

■ 1299-3189



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** 厨房智能水槽消费行为、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年内购买过厨房智能水槽的消费者;
- 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

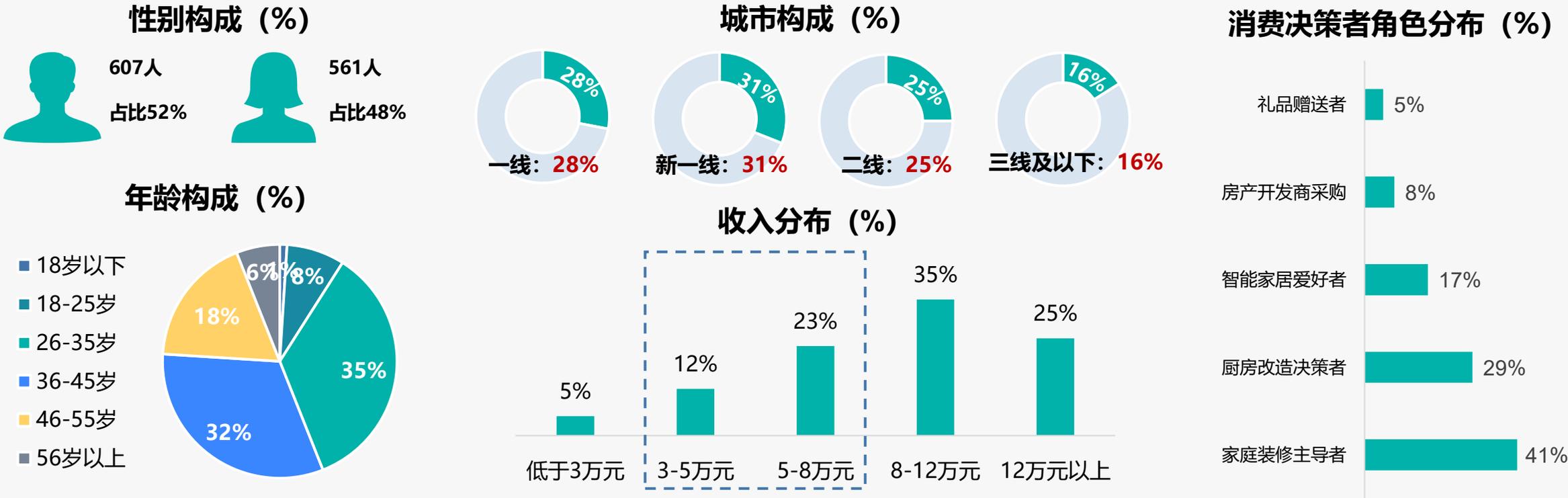
Research Method

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=1168

# 智能水槽中青年高收入主导装修市场

- ◆厨房智能水槽消费群体以26-45岁中青年为主，占比67%，收入8万元以上人群占比60%，显示高购买力与家庭装修需求紧密相关。
- ◆消费决策者中家庭装修主导者与厨房改造决策者合计70%，产品市场集中在新一线和一线城市，性别分布均衡，男52%、女48%。

## 2025年中国厨房智能水槽消费者画像

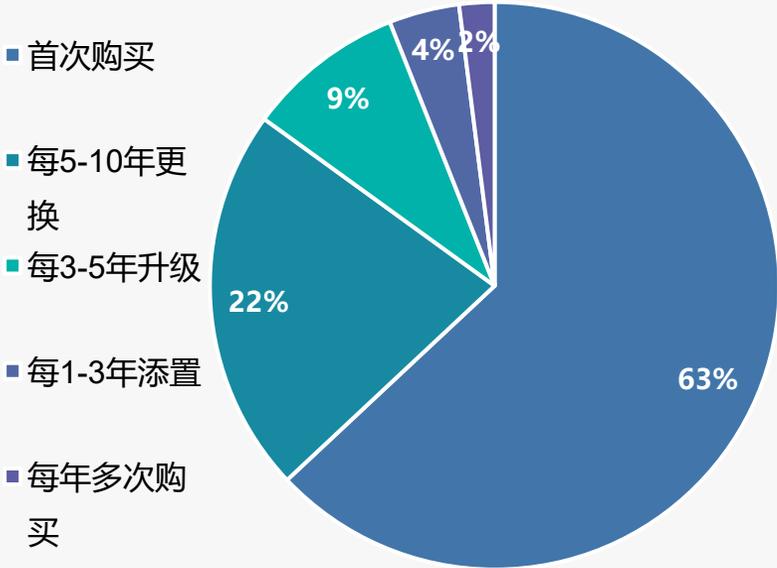


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

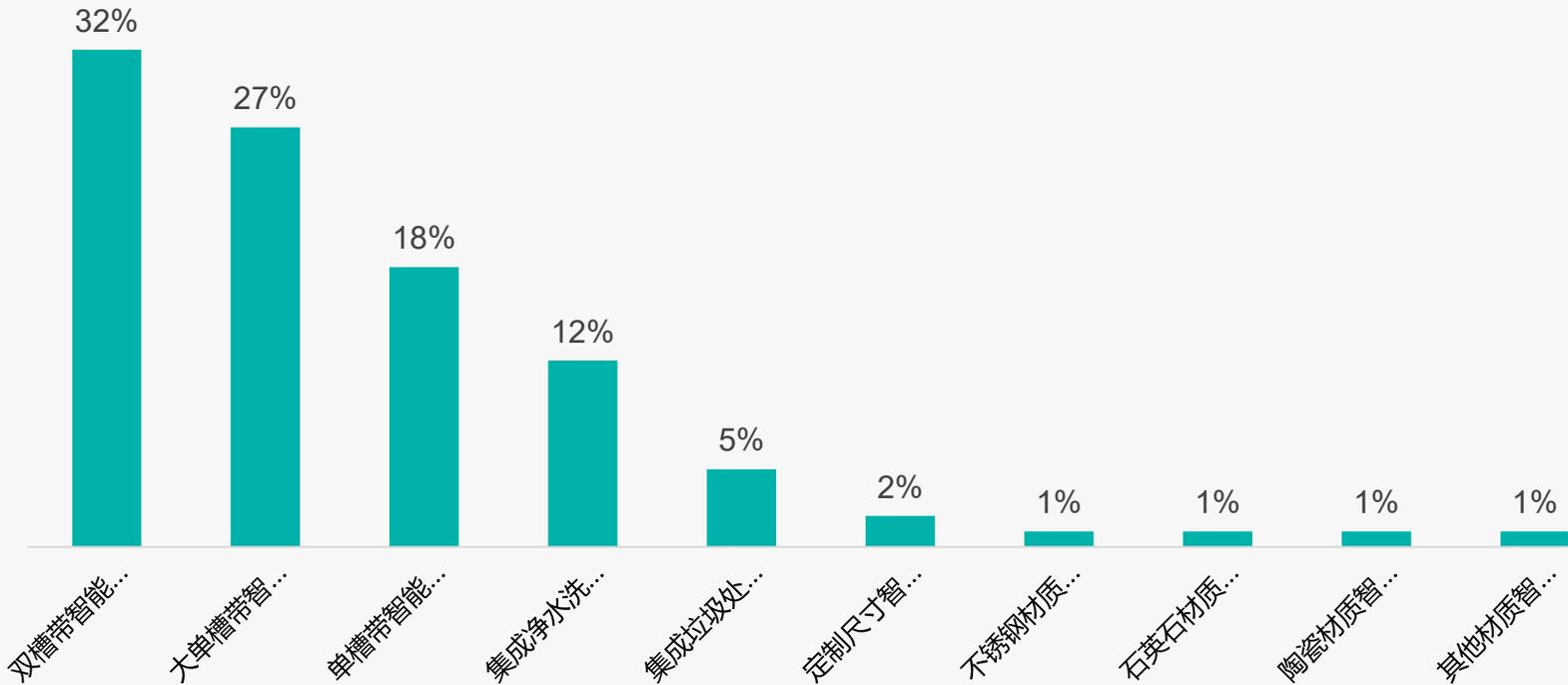
# 智能水槽市场普及 多功能设计主导

- ◆厨房智能水槽市场以首次购买为主，占比63%，产品耐用性强，每5-10年更换占22%，显示市场处于普及阶段，更新周期较长。
- ◆消费规格偏好集中在双槽和大单槽带智能功能，合计占59%，集成功能如净水洗碗占12%，表明多功能设计主导，集成化趋势初现。

## 2025年中国厨房智能水槽消费频率分布



## 2025年中国厨房智能水槽消费产品规格分布

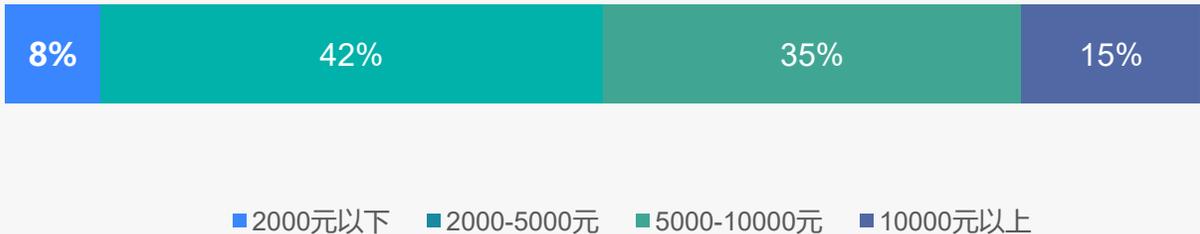
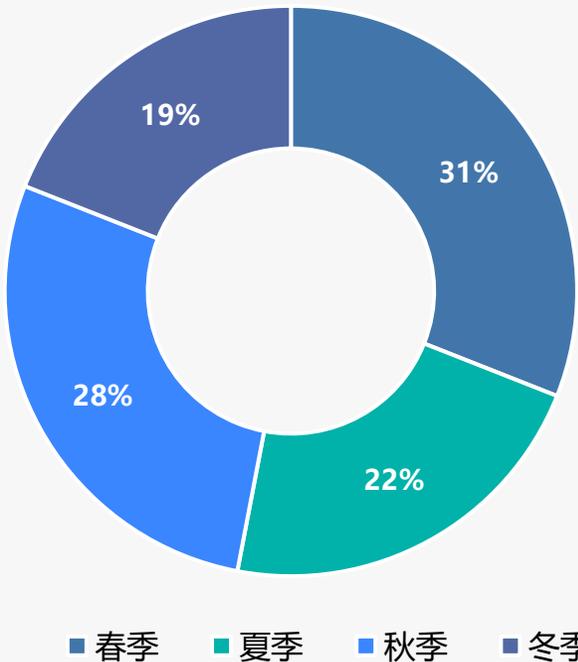


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

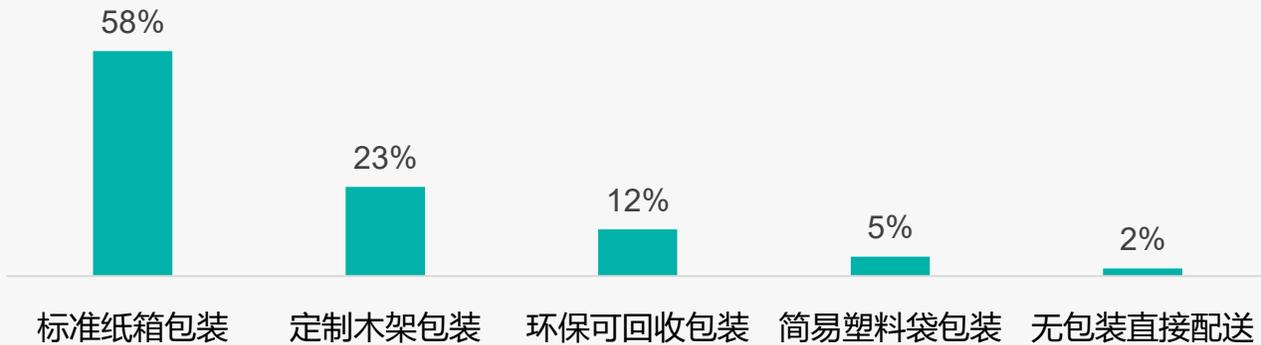
# 中高端偏好 春季消费旺 包装重保护

- ◆ 单次消费支出中，42%集中在2000-5000元，35%在5000-10000元，显示中高端产品偏好，高端市场占15%。
- ◆ 春季消费占比最高达31%，标准纸箱包装占58%，定制木架占23%，反映季节和包装对消费行为的影响。

## 2025年中国厨房智能水槽消费行为季节分布 2025年中国厨房智能水槽单次消费支出分布



## 2025年中国厨房智能水槽消费品包装类型分布

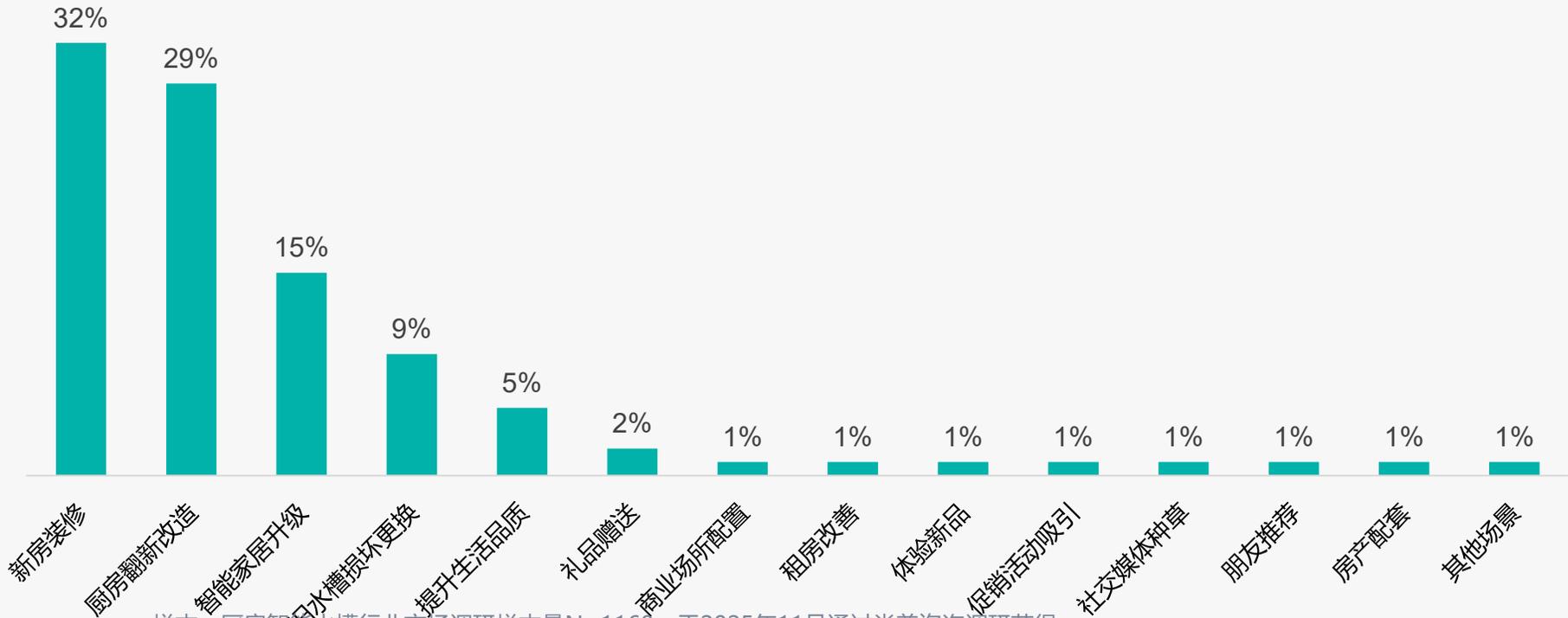


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

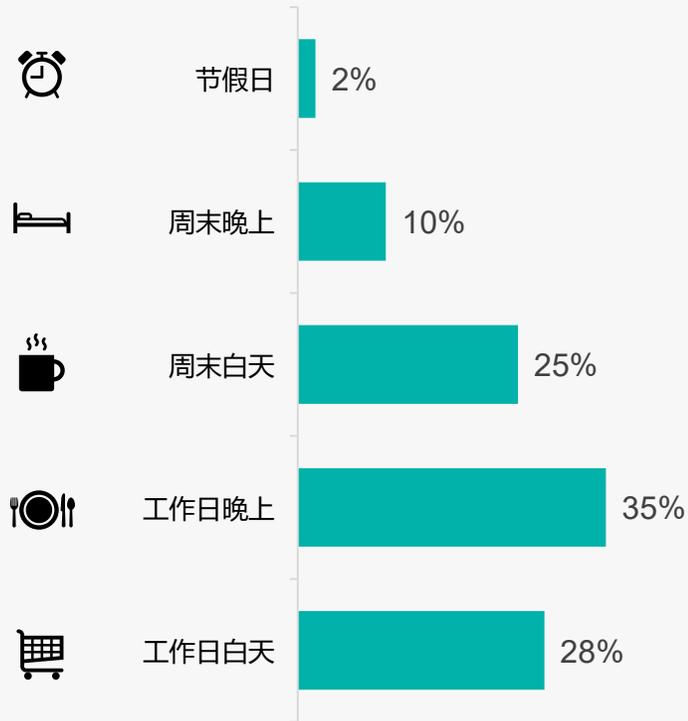
# 智能水槽刚需驱动 工作日消费主导

- ◆消费场景以新房装修（32%）和厨房翻新改造（29%）为主，合计超60%，显示产品与房屋建设或改造紧密相关，是刚需市场。
- ◆消费时段集中在工作日，工作日晚上（35%）和白天（28%）合计占63%，表明消费者偏好在工作日进行购买决策。

## 2025年中国厨房智能水槽消费场景分布



## 2025年中国厨房智能水槽消费时段分布

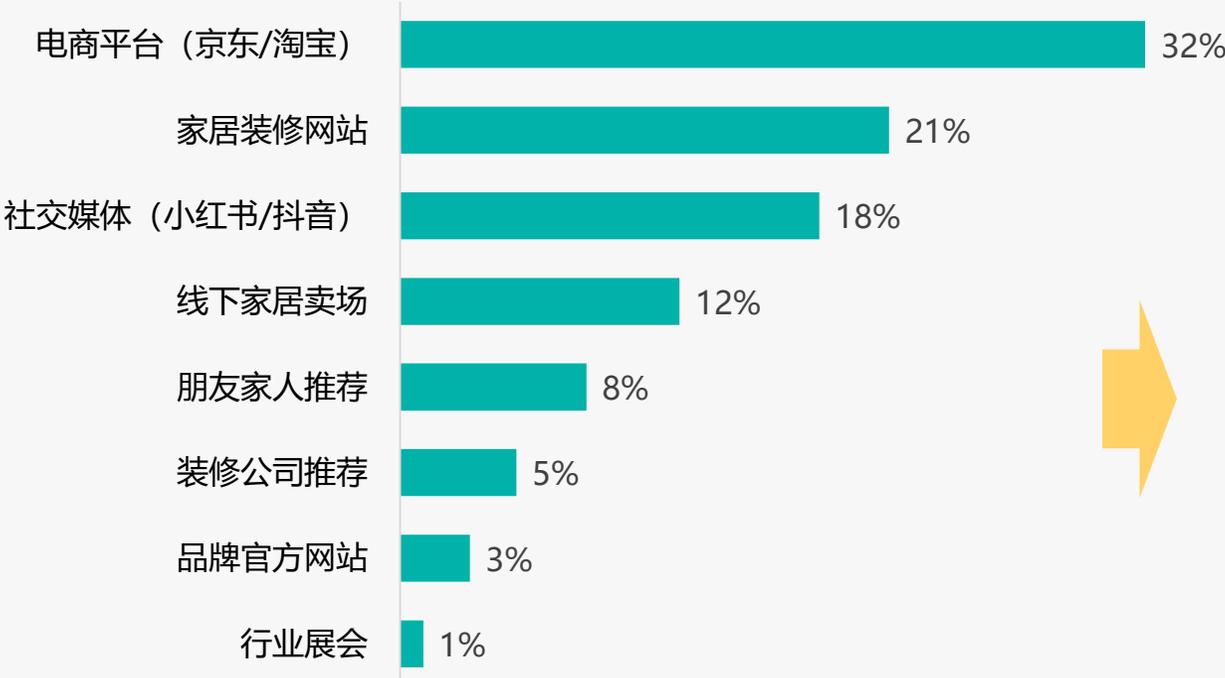


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

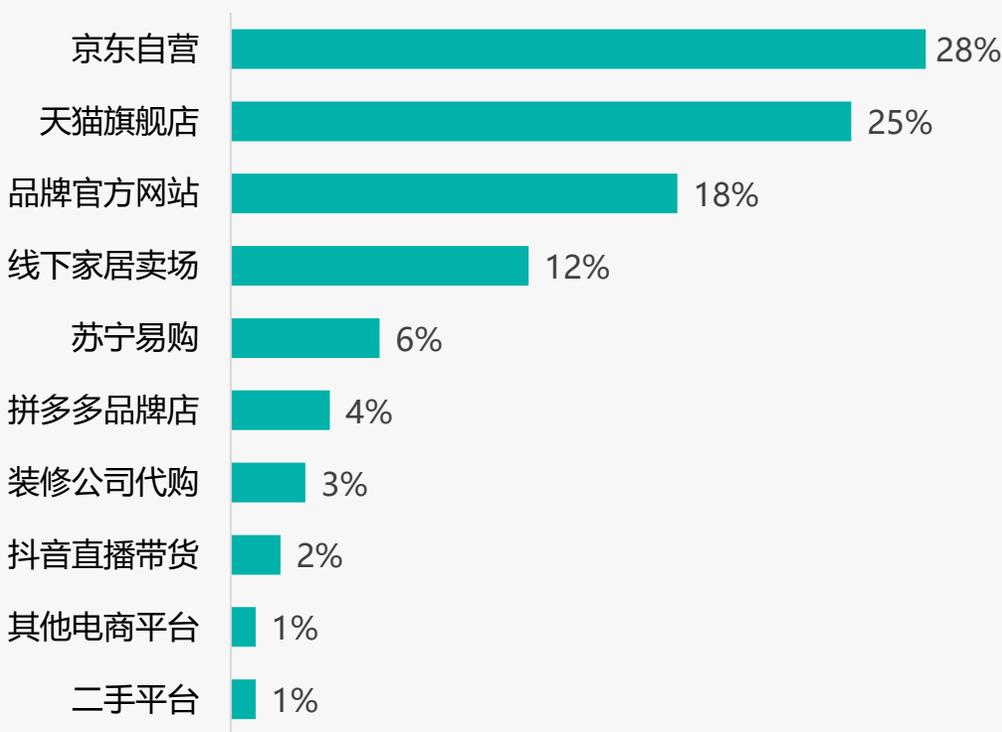
# 线上主导了解 官方平台购买

- ◆消费者了解厨房智能水槽主要依赖电商平台（32%）、家居装修网站（21%）和社交媒体（18%），线上渠道占主导地位。
- ◆购买渠道中京东自营（28%）和天猫旗舰店（25%）合计超一半，品牌官方网站（18%）也较高，线下卖场稳定占12%。

## 2025年中国厨房智能水槽产品了解渠道分布



## 2025年中国厨房智能水槽产品购买渠道分布

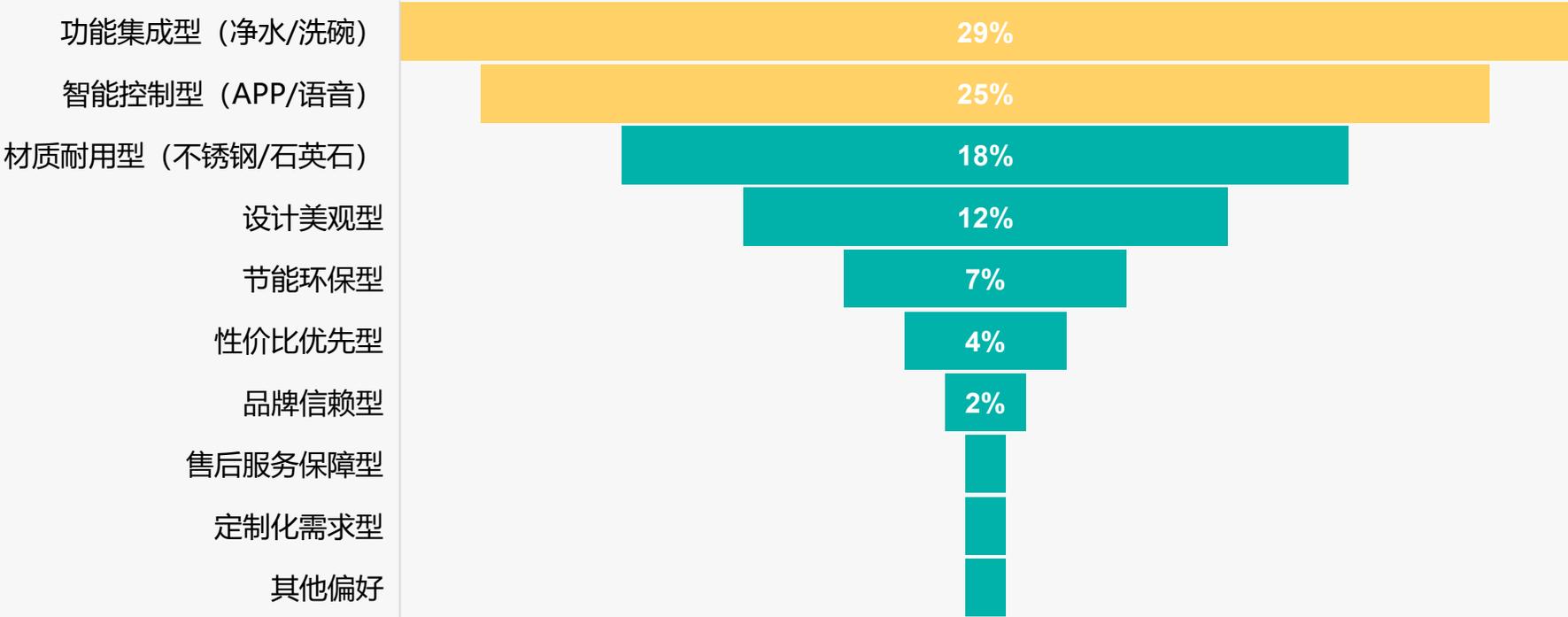


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 功能智能主导 材质设计次之

- ◆功能集成型（净水/洗碗）占29%，智能控制型（APP/语音）占25%，两者合计超50%，显示消费者最看重实用性和智能化。
- ◆材质耐用型（不锈钢/石英石）占18%，设计美观型占12%，其他偏好均低于7%，表明基础性能和外观仍是次要关注点。

## 2025年中国厨房智能水槽消费产品偏好类型分布

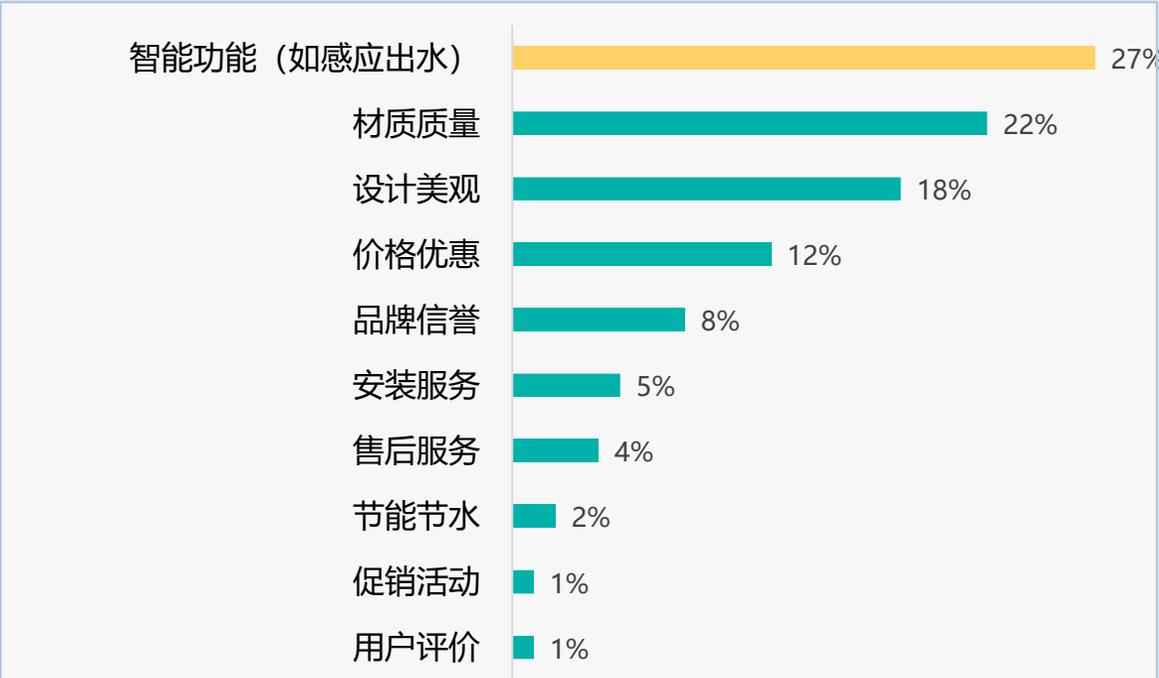


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能功能主导消费 实际需求驱动市场

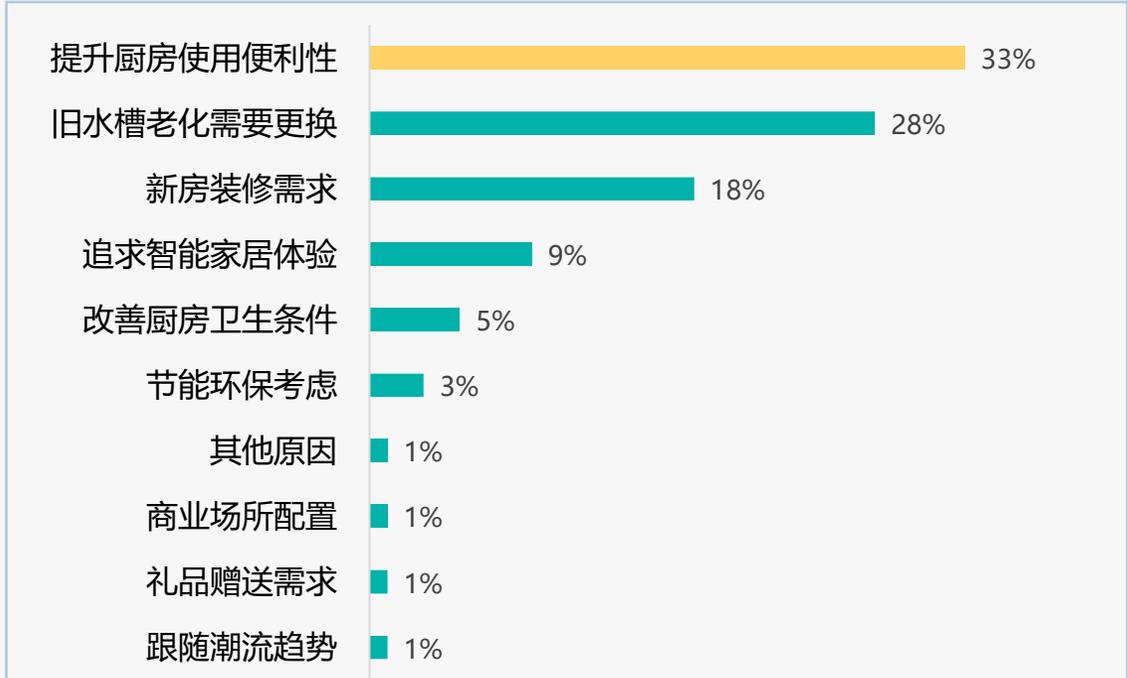
- ◆智能功能、材质质量和设计美观是吸引消费的关键因素，分别占27%、22%和18%，价格优惠仅占12%，显示消费者更注重产品核心价值。
- ◆消费原因以提升便利性（33%）、旧水槽更换（28%）和新房装修（18%）为主，合计占79%，智能和环保因素占比较小，实际需求驱动市场。

## 2025年中国厨房智能水槽吸引消费关键因素分布



样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

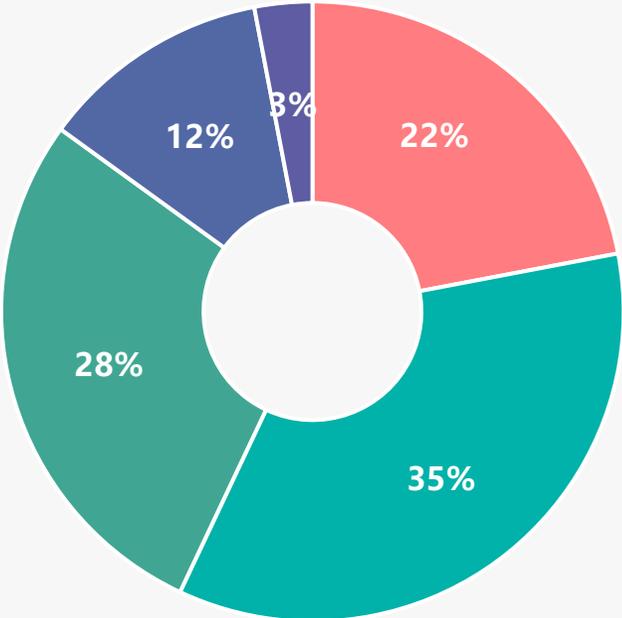
## 2025年中国厨房智能水槽消费真正原因分布



# 推荐意愿高 价格功能待优化

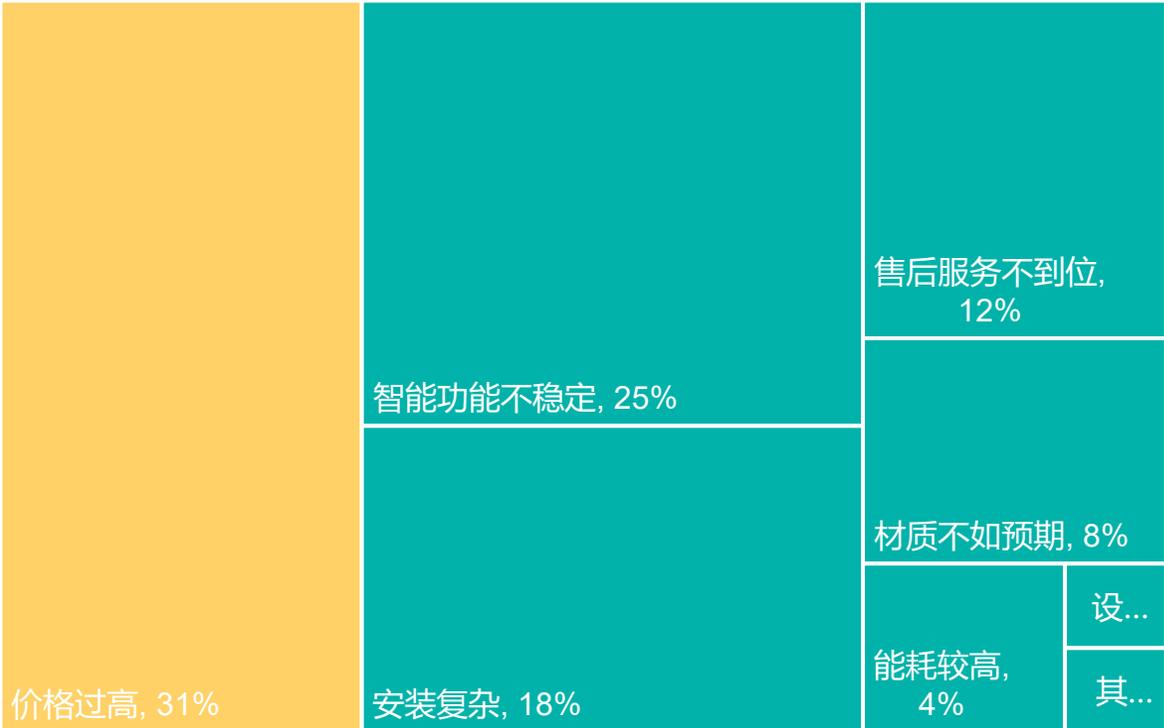
- ◆消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意推荐合计57%。不愿推荐主因是价格过高占31%，智能功能不稳定占25%。
- ◆安装复杂占18%，售后服务不到位占12%。建议优化定价、提升功能稳定性，简化安装流程以增强竞争力。

### 2025年中国厨房智能水槽向他人推荐意愿分布



5分 4分 3分 2分 1分  
■ 非常愿意推荐 ■ 比较愿意推荐 ■ 一般愿意推荐 ■ 不太愿意推荐 ■ 完全不愿意推荐  
样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

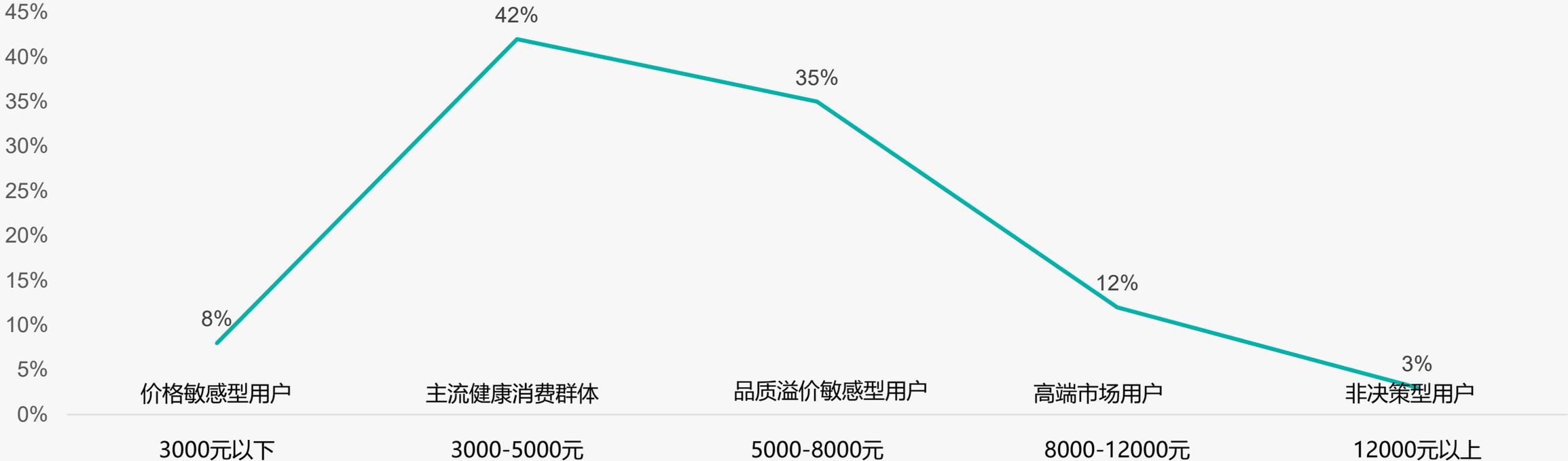
### 2025年中国厨房智能水槽不愿向他人推荐原因分布



# 智能水槽价格接受度集中中高端

- ◆厨房智能水槽价格接受度集中在3000-8000元区间，占比77%，其中3000-5000元占42%为最高，5000-8000元占35%。
- ◆高端市场（8000元以上）合计占15%，低价位（3000元以下）仅占8%，显示主流偏好明确，市场分层清晰。

## 2025年中国厨房智能水槽主流规格价格接受度



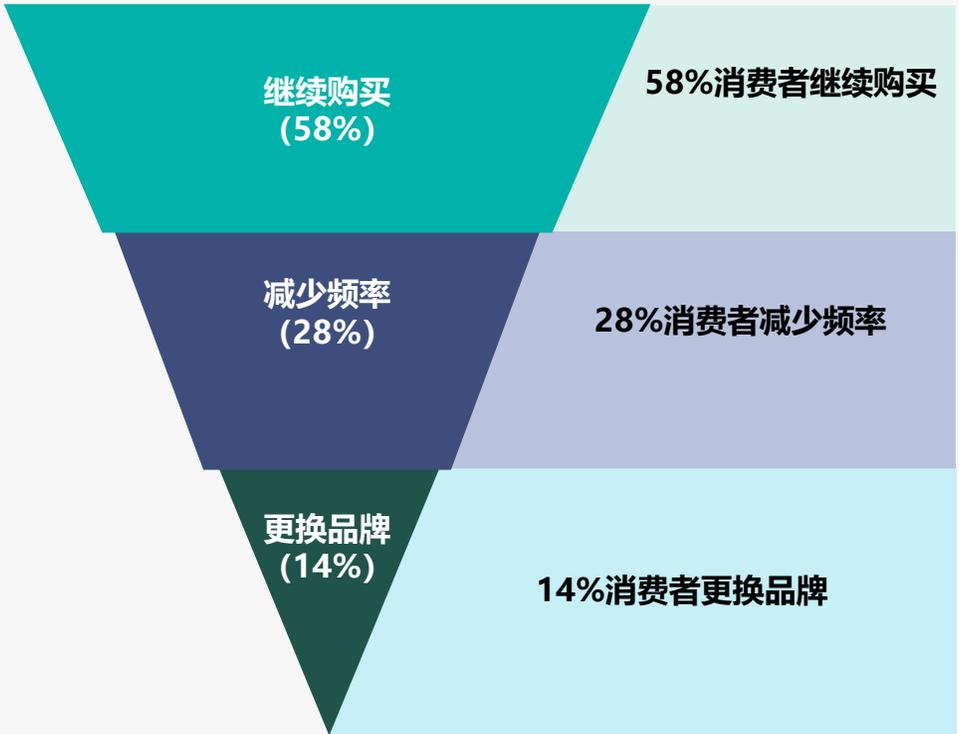
样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以双槽带智能功能规格厨房智能水槽为标准核定价格区间

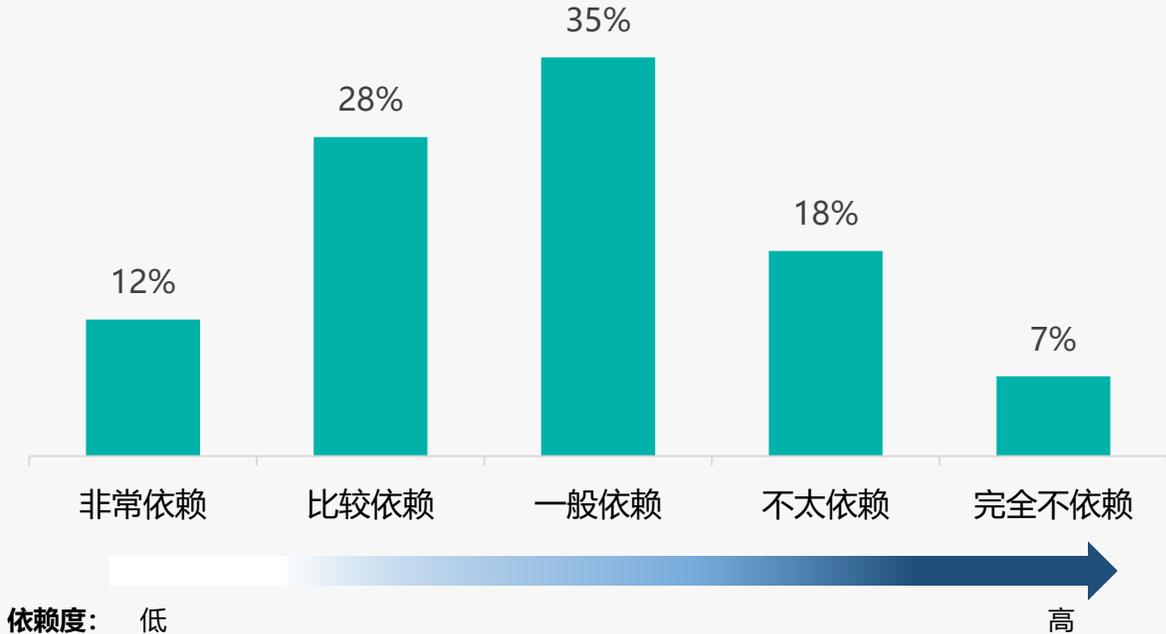
# 品牌忠诚度高 价格敏感度存在 促销刺激需求

- ◆价格上涨10%后，58%消费者继续购买，28%减少频率，14%更换品牌，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度存在。
- ◆促销活动依赖度中，35%一般依赖，28%比较依赖，合计63%对促销有反应，提示促销策略可有效刺激需求。

## 2025年中国厨房智能水槽价格上涨10%后购买行为分布



## 2025年中国厨房智能水槽对促销活动依赖程度分布

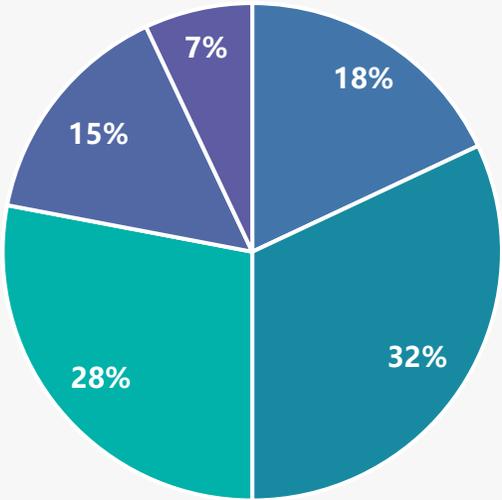


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 复购率有空间 价格是主因

- ◆厨房智能水槽行业复购率分布显示，70-90%复购率最高占32%，但90%以上复购率仅18%，表明品牌忠诚度有提升空间。
- ◆更换品牌原因中，价格过高占35%为主要因素，功能不满意占28%，售后服务差占18%，提示需优化产品与服务。

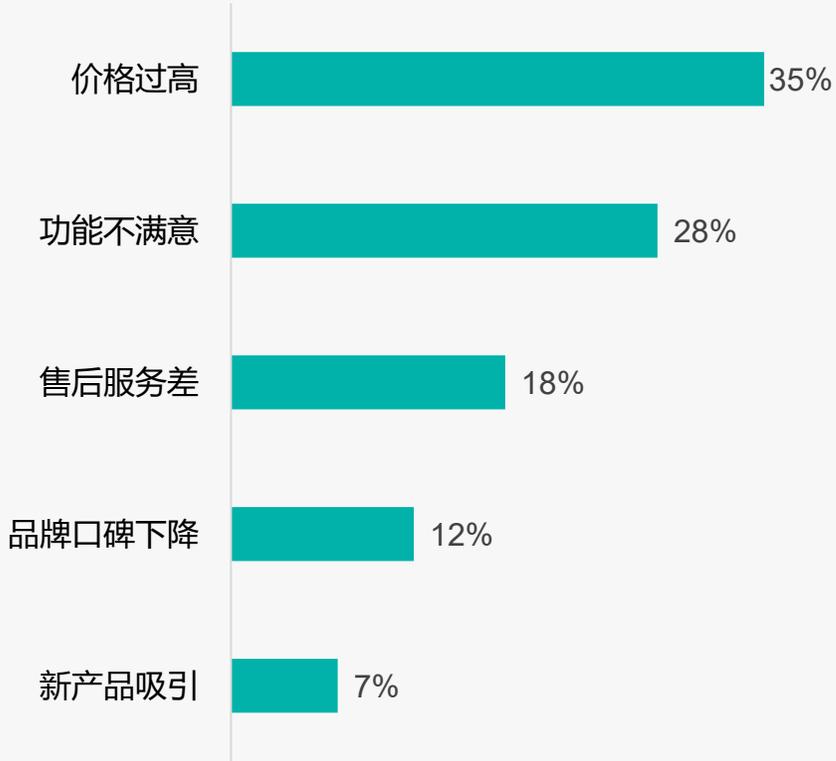
## 2025年中国厨房智能水槽固定品牌复购率分布



- 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：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

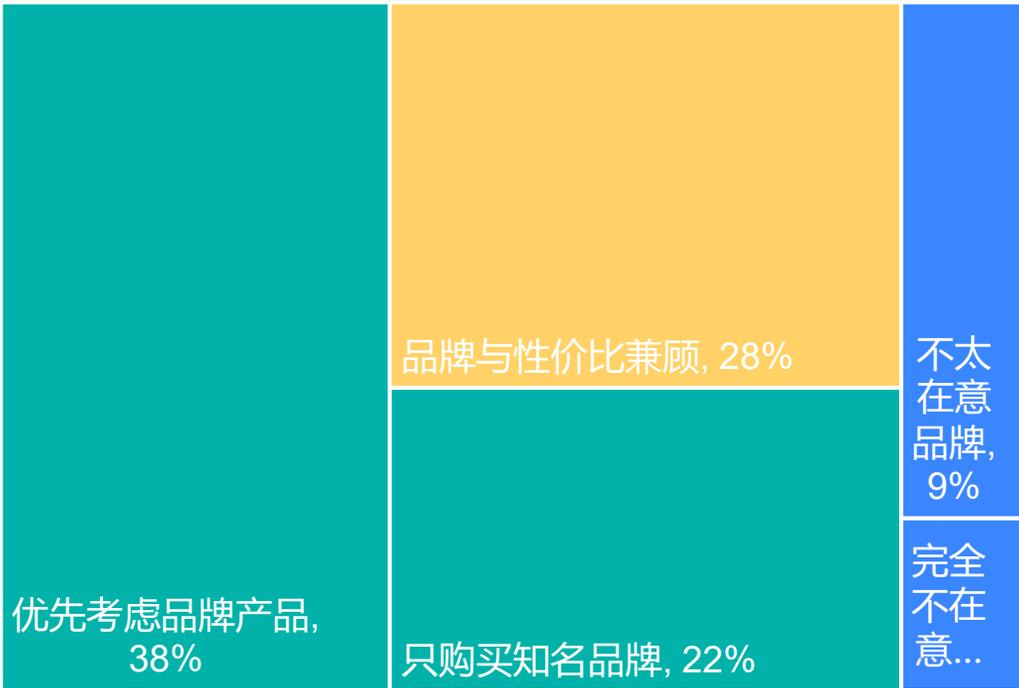
## 2025年中国厨房智能水槽更换品牌原因分布



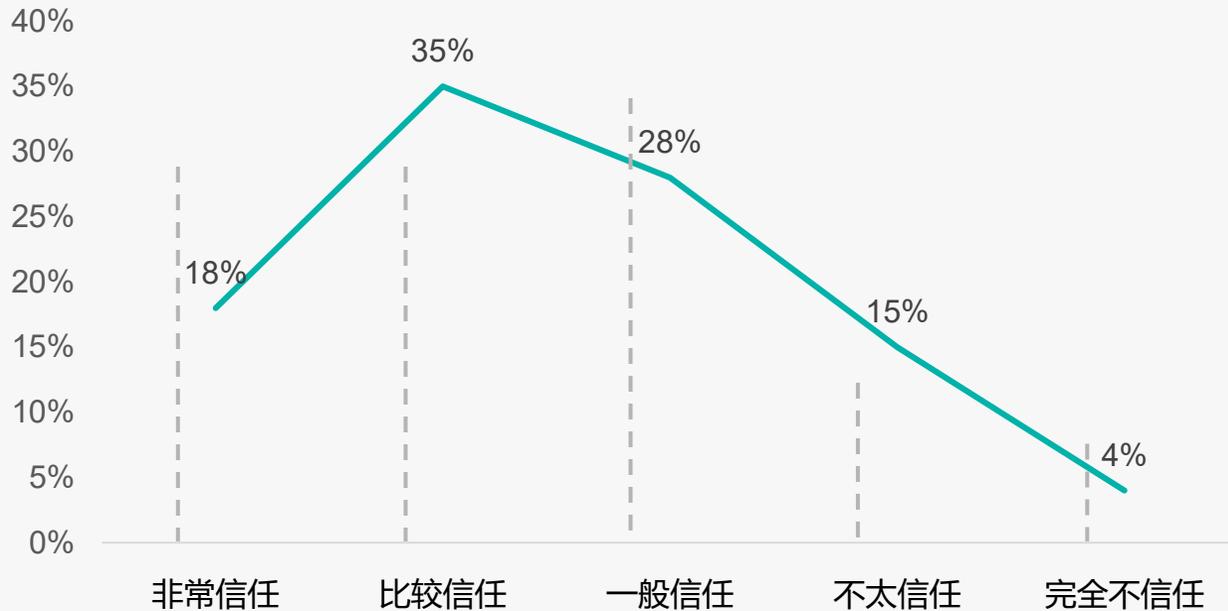
# 品牌主导消费 信任度待提升

- ◆厨房智能水槽消费中，优先考虑品牌产品的消费者占38%，品牌与性价比兼顾的占28%，合计66%的消费者重视品牌因素。
- ◆对品牌产品的态度显示，比较信任和非常信任的消费者分别占35%和18%，合计53%持正面信任，但19%不太或完全不信任。

## 2025年中国厨房智能水槽消费品牌产品意愿分布



## 2025年中国厨房智能水槽对品牌产品态度分布

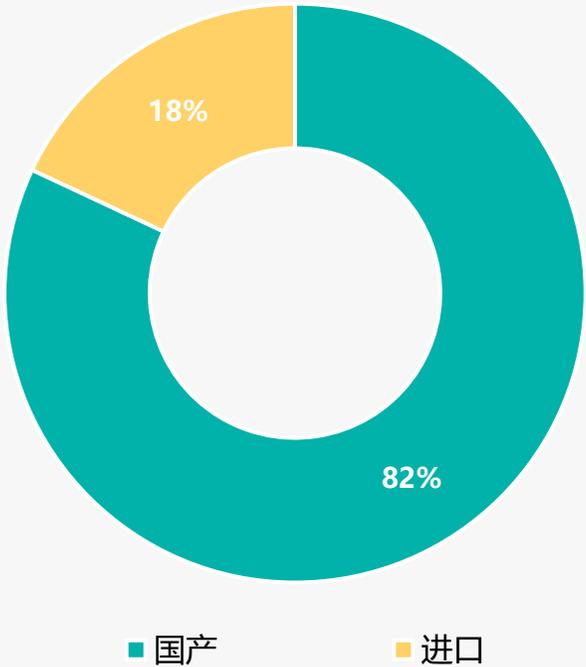


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

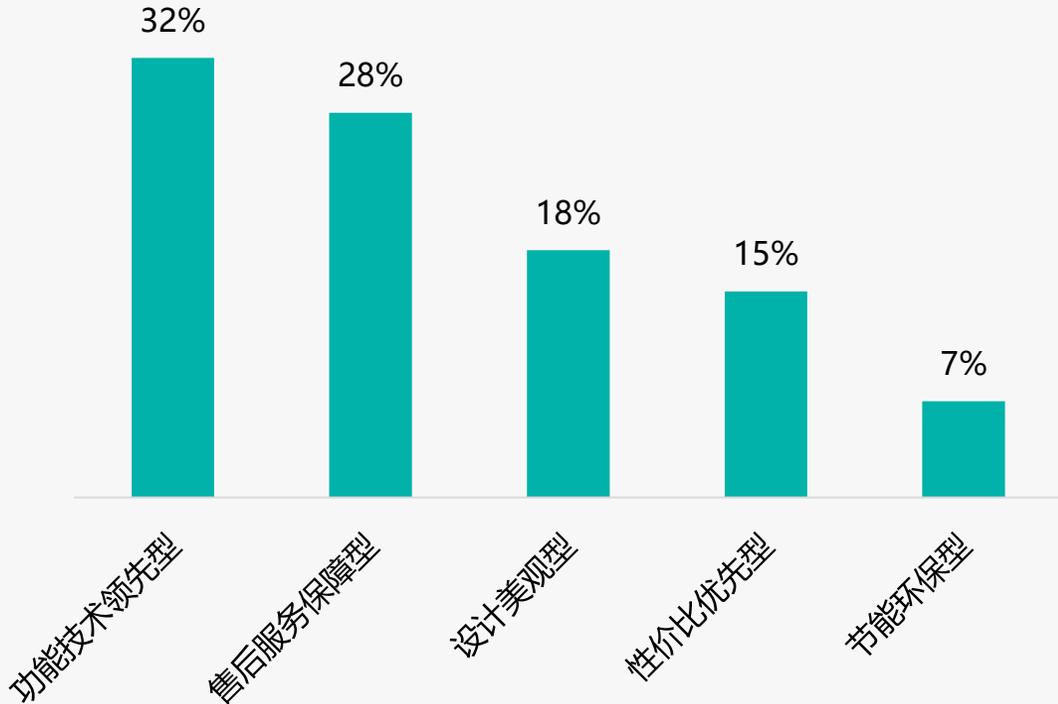
# 国产品牌主导 功能售后优先

- ◆国产品牌主导厨房智能水槽市场，消费占比82%，远超进口品牌的18%，显示本土品牌优势显著。
- ◆消费者偏好功能技术领先型（32%）和售后服务保障型（28%），强调创新与支持是购买决策核心。

## 2025年中国厨房智能水槽国产和进口品牌消费分布



## 2025年中国厨房智能水槽品牌偏好类型分布

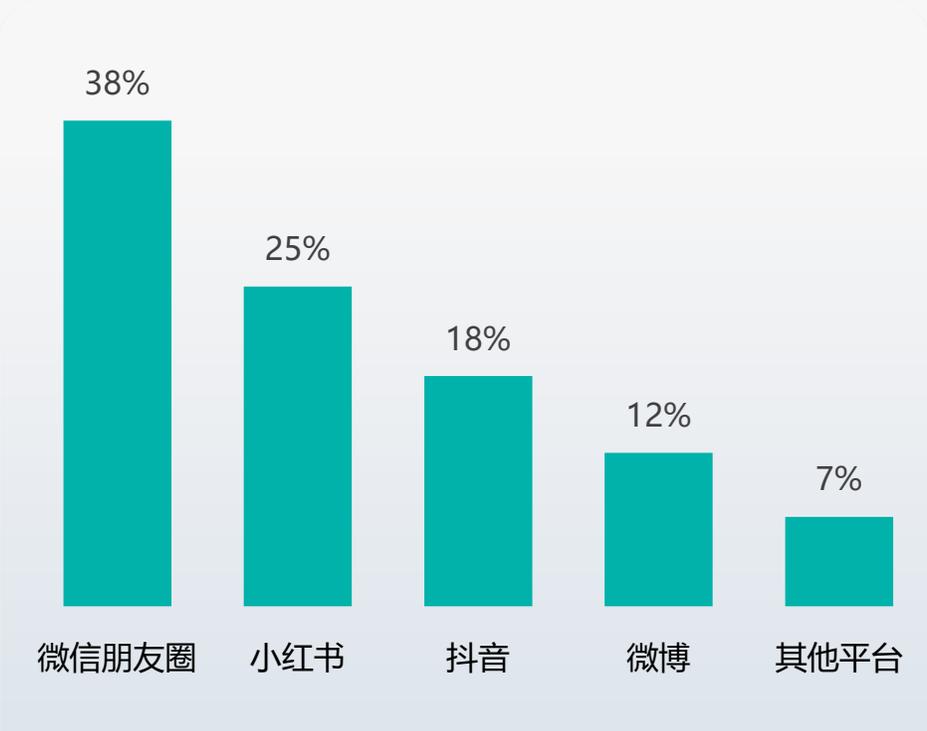


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 社交分享微信主导 内容依赖用户评测

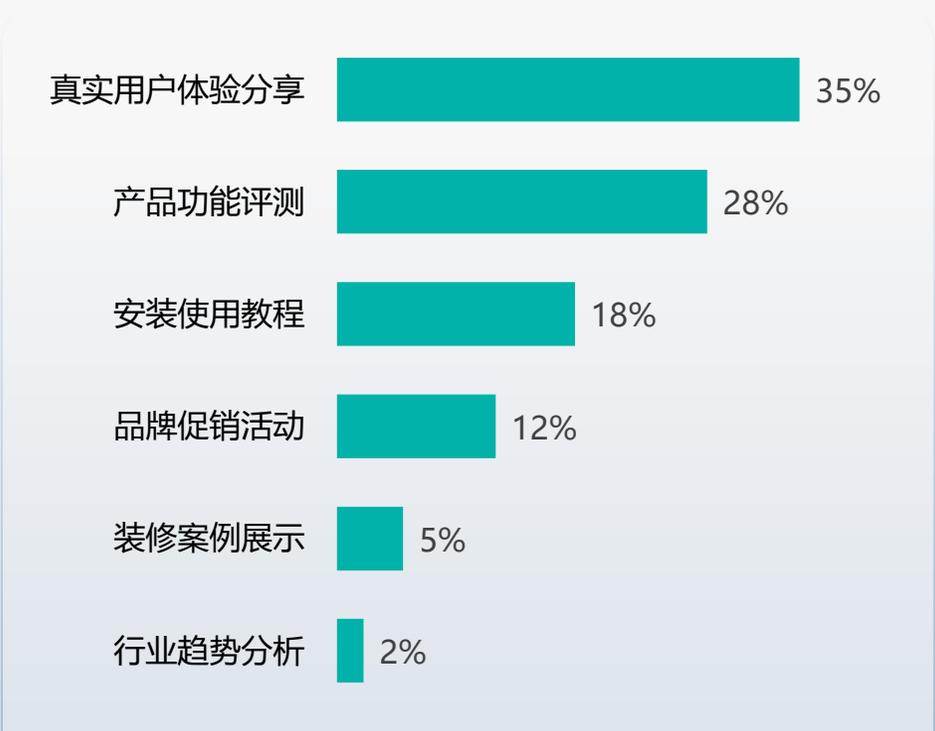
- ◆社交分享渠道以微信朋友圈为主，占38%，小红书和抖音分别占25%和18%，显示消费者偏好熟人圈和年轻平台传播信息。
- ◆内容类型中真实用户体验分享占35%，产品功能评测占28%，合计超60%，表明用户依赖口碑和专业评测进行购买决策。

## 2025年中国厨房智能水槽社交分享渠道分布



2025年中国厨房智能水槽社交分享渠道分布

## 2025年中国厨房智能水槽社交渠道获取内容类型分布



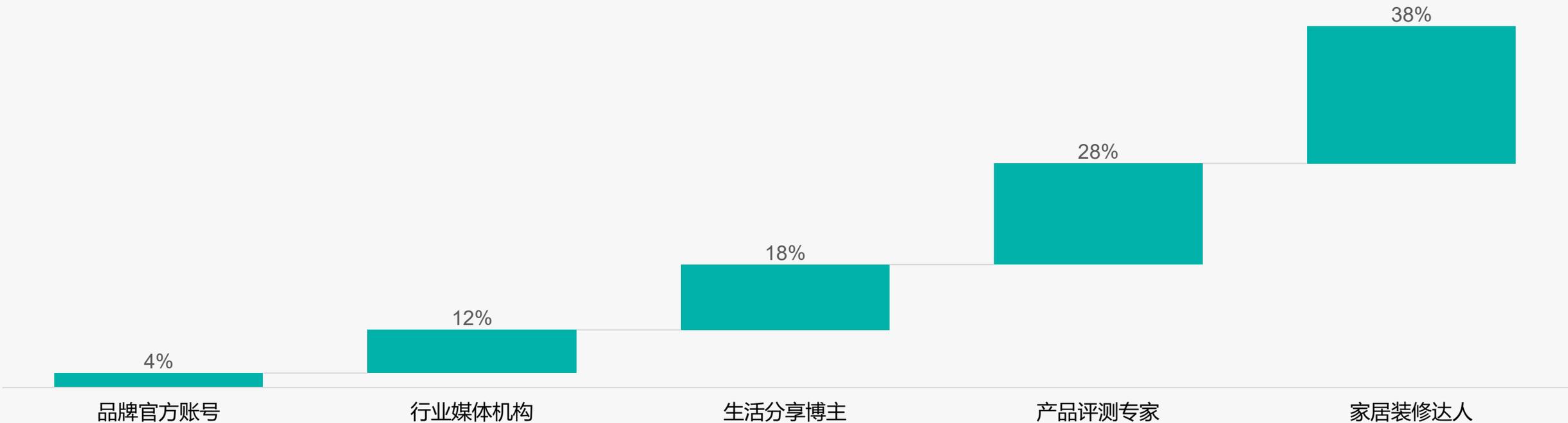
2025年中国厨房智能水槽社交渠道获取内容类型分布

样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 专业博主主导智能水槽信任度

- ◆消费者在社交渠道获取厨房智能水槽内容时，最信任家居装修达人（38%），其次为产品评测专家（28%），个人化专业博主主导信任度。
- ◆生活分享博主占18%，行业媒体机构和品牌官方账号分别占12%和4%，信任度较低，反映用户对商业宣传持谨慎态度。

## 2025年中国厨房智能水槽社交渠道信任博主类型分布



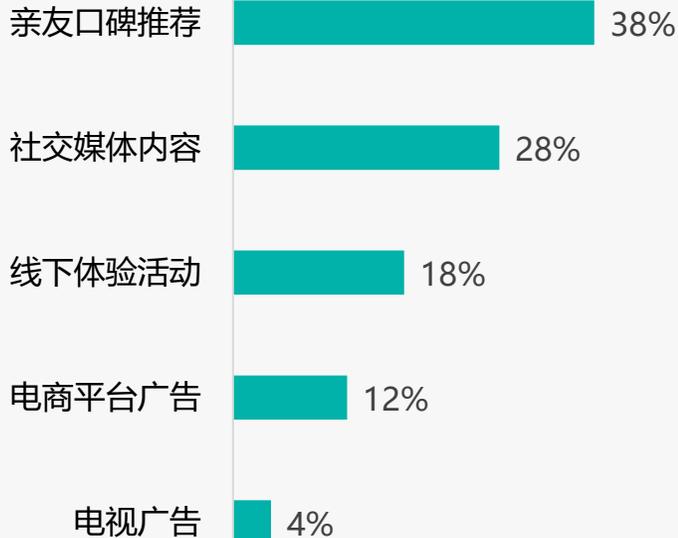
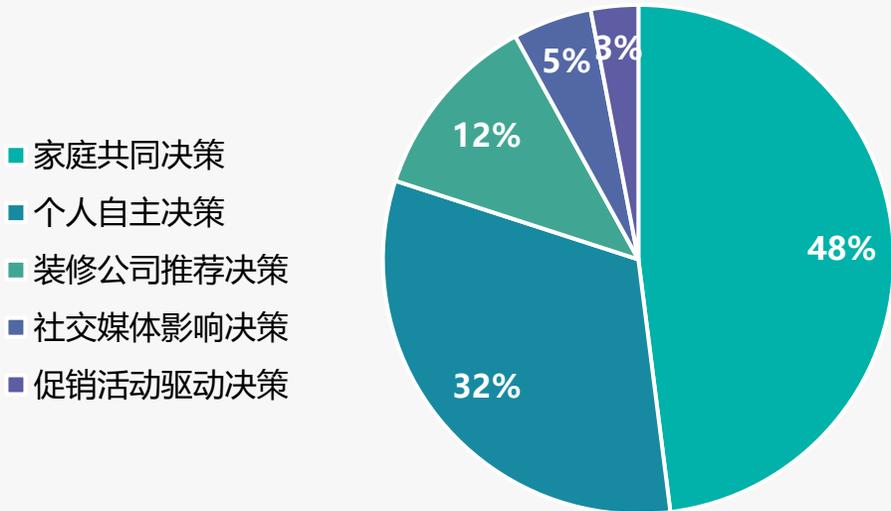
样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 口碑主导传播 体验影响决策

- ◆亲友口碑推荐占38%，社交媒体内容占28%，显示厨房智能水槽信息传播高度依赖信任和在线趋势，传统广告影响力较弱。
- ◆线下体验活动占18%，电商平台广告占12%，电视广告占4%，表明消费者重视实物体验，传统渠道作用有限。

## 2025年中国厨房智能水槽家庭广告偏好分布

## 2025年中国厨房智能水槽消费决策者类型分布

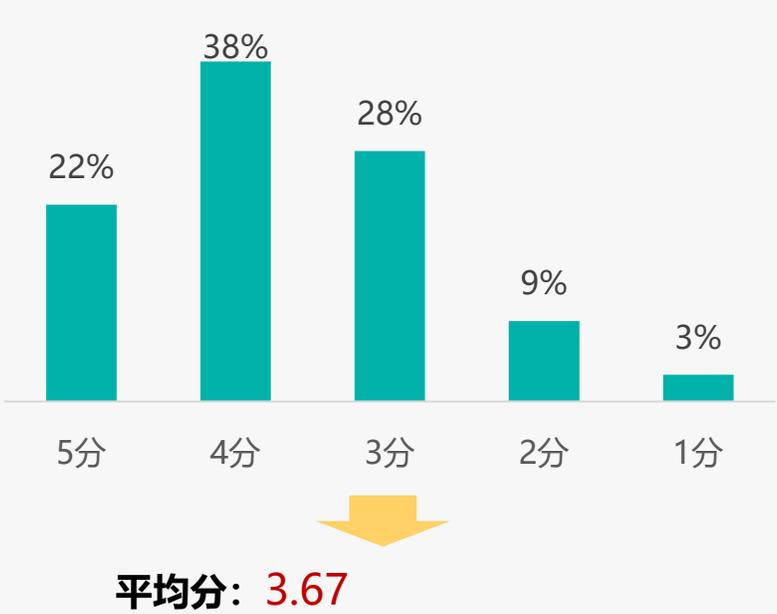


样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

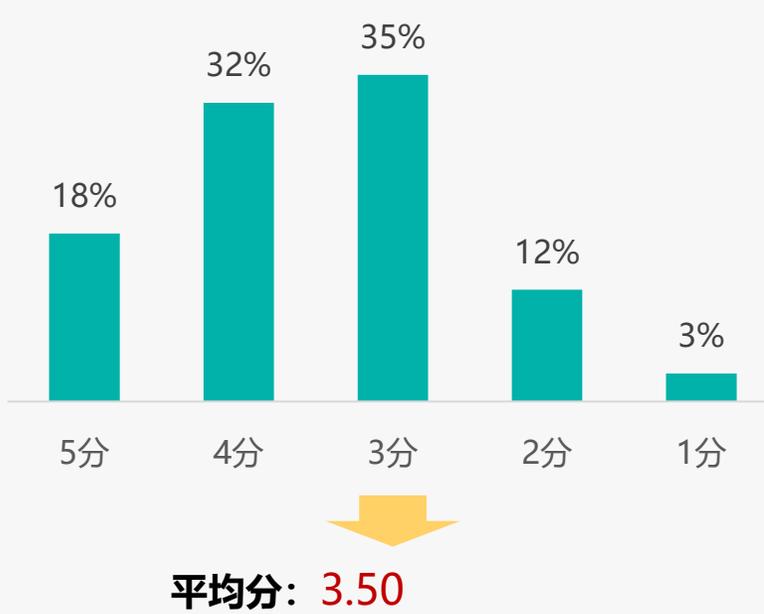
# 消费流程较优 退货客服待改进

- ◆线上消费流程满意度中，5分和4分合计占60%，退货体验和客服满意度均为50%，显示消费流程相对较好，但退货和客服环节需改进。
- ◆退货体验3分占比35%较高，客服满意度1分和2分合计占18%，提示这些环节是潜在痛点，可能影响整体消费者忠诚度。

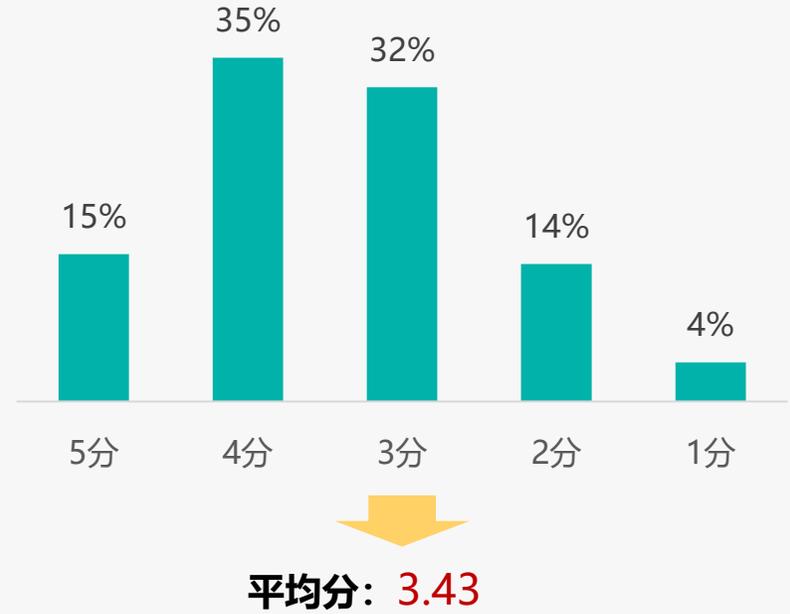
### 2025年中国厨房智能水槽线上消费流程满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国厨房智能水槽退货体验满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国厨房智能水槽线上消费客服满意度分布 (满分5分)

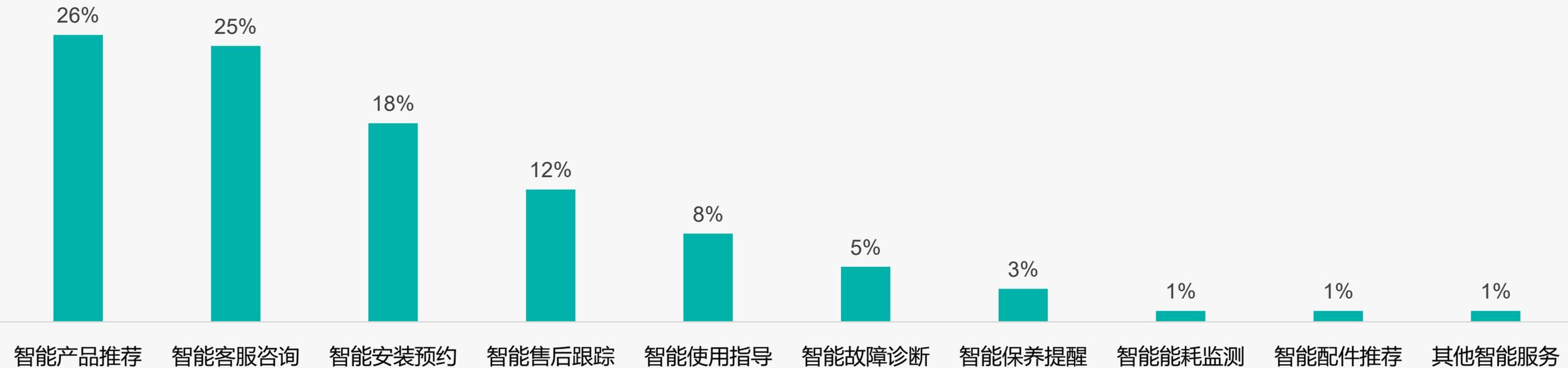


样本: 厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168, 于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐咨询主导 安装便捷是关键

- ◆智能产品推荐占26%，智能客服咨询占25%，合计超一半，显示消费者高度依赖智能推荐和咨询功能，是线上消费的核心驱动力。
- ◆智能安装预约占18%，相对突出，反映安装便捷性是关键因素；其他服务如售后跟踪占12%，使用指导占8%，构成售后支持体系。

## 2025年中国厨房智能水槽线上消费智能服务体验分布



样本：厨房智能水槽行业市场调研样本量N=1168，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**