

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月条码扫描枪市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Barcode Scanner 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：条码扫描枪消费以企业采购为主



企业IT采购人员占比最高达35%，零售门店经理占28%。



消费决策者角色中企业采购占比合计超过82%。



消费群体主要为26-45岁中青年，收入中等偏上。

## 启示

### ✓ 强化企业级市场策略

针对企业IT采购和零售运营经理，开发定制化解决方案，突出产品在商业场景的稳定性和效率。

### ✓ 聚焦中青年高收入群体

营销和产品设计应针对26-45岁、收入5-12万元的中青年，强调产品的专业性和性价比。

# 核心发现2：市场以周期性更新和二维技术主导



每1-2年采购一次占比31%，显示稳定周期性更新需求。



二维影像扫描枪占比37%领先，一维激光占24%，无线蓝牙占18%。



首次购买占23%，结合不定期按需采购，反映新用户和灵活模式需求。

## 启示

### ✓ 优化产品更新周期策略

根据1-2年更新周期，制定定期促销和升级计划，同时关注新用户获取，扩大市场份额。

### ✓ 加强二维技术产品线

重点发展二维影像扫描枪，兼顾一维激光和无线蓝牙产品，满足多样化应用需求。

# 核心发现3：性能品牌主导消费，业务需求驱动市场



产品性能与稳定性占31%，品牌信誉与口碑占23%，合计超50%。



消费原因中业务升级或系统更换占34%，旧设备损坏占28%，合计62%。



价格与促销活动仅占18%，显示价格非首要驱动因素。

## 启示

### ✓ 突出核心性能与品牌信誉

营销应强调产品扫描速度、准确性和耐用性，同时建立品牌信任，通过用户口碑传播。

### ✓ 针对实际业务需求推广

推广策略应聚焦业务升级和旧设备更换场景，提供定制化解决方案，而非仅依赖价格促销。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：性能与价格驱动消费，专业渠道主导购买决策



## 1、产品端

- ✓ 强化二维影像扫描枪性能与稳定性
- ✓ 开发中高端无线蓝牙扫描枪



## 2、营销端

- ✓ 聚焦行业展会与专业论坛推广
- ✓ 强化企业采购渠道合作



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程与客服响应效率
- ✓ 提供智能产品推荐与咨询服务

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** 条码扫描枪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条码扫描枪品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对条码扫描枪的购买行为；
- 条码扫描枪市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

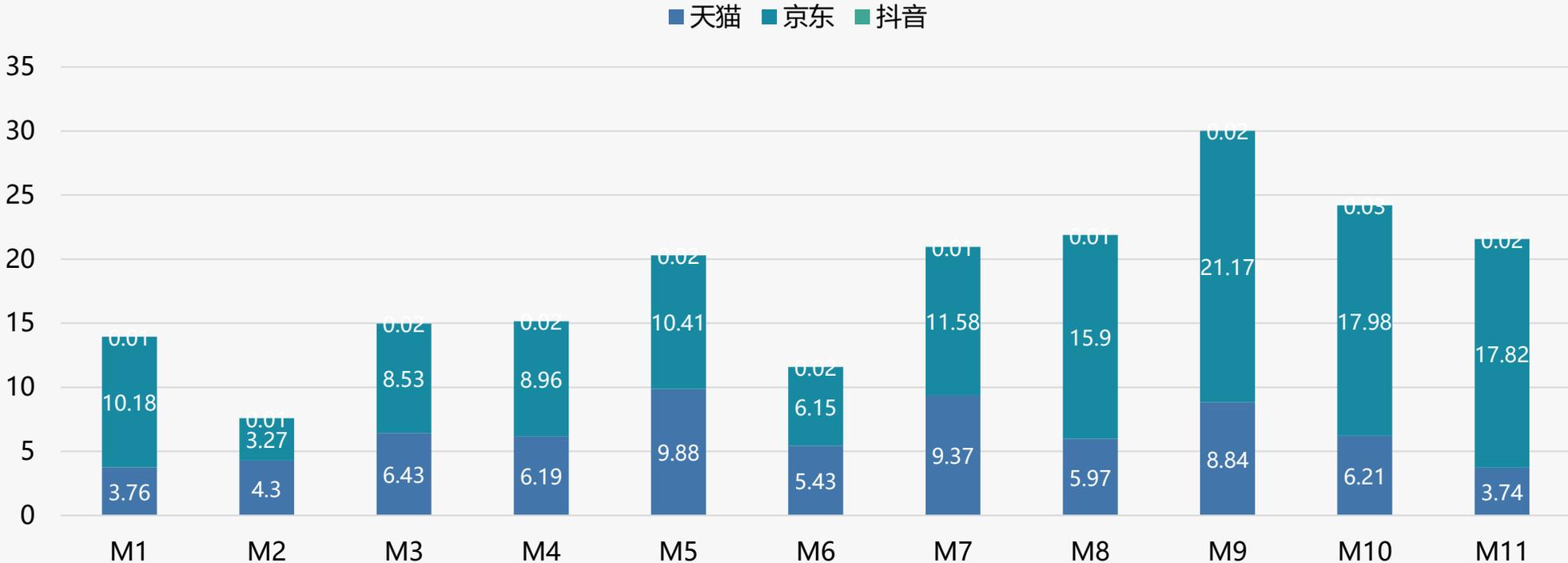
Research Method

- **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，计算条码扫描枪品类销售额、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、不同平台条码扫描枪品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 京东主导 抖音增长 天猫疲软

- ◆从平台份额看，京东占据绝对主导地位，累计销售额达14.8亿元（占总销售额的64.3%），天猫为7.2亿元（31.3%），抖音仅0.2亿元（0.9%）。从月度趋势看，销售额呈波动上升态势，M9达全年峰值3.2亿元，M11回落至2.2亿元。京东在M8-M11连续四个月销售额超1.5亿元，显示下半年企业采购需求旺盛；天猫在M5、M7、M9出现三次销售高峰，与电商大促节奏吻合。
- ◆从平台增长性看，抖音销售额同比增长显著（M11较M1增长176%），但基数仍小；京东M11销售额较M1增长75%，增速稳健；天猫M11反较M1下降0.4%，显示传统平台增长乏力。建议企业优化渠道结构，关注新兴平台渗透机会。

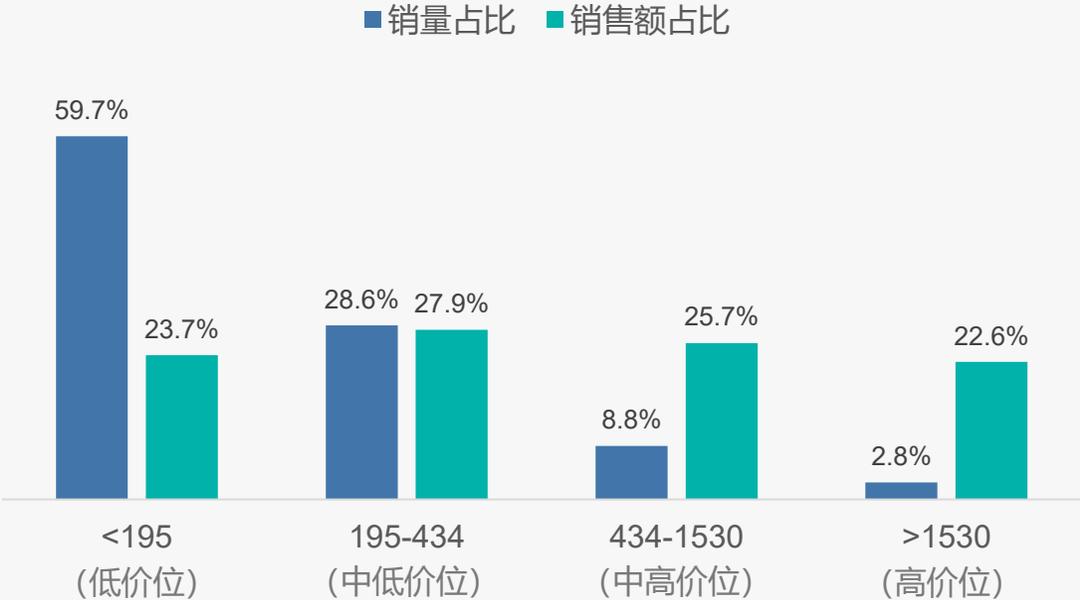
2025年1月~11月条码扫描枪品类线上销售规模（百万元）



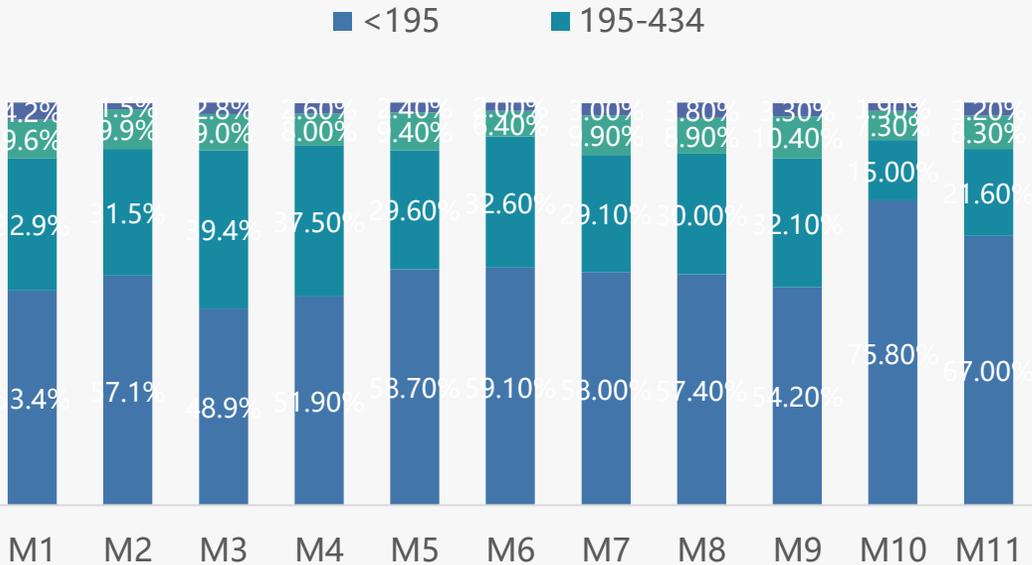
# 条码扫描枪市场高端产品盈利强 需优化结构

- ◆从价格区间销售趋势看，条码扫描枪市场呈现明显的销量与销售额倒挂现象。低价位产品（<195元）贡献了59.7%的销量但仅占23.7%的销售额，而中高价位产品（434-1530元）以8.8%的销量贡献了25.7%的销售额，显示高端产品具有更高的客单价和利润空间。建议企业优化产品结构，提升中高端产品占比以提高整体毛利率。
- ◆月度销量分布分析显示，低价位产品（<195元）在M10月达到峰值75.8%，而中价位产品（195-434元）同期跌至15.0%，呈现明显的季节性波动。这可能与电商促销活动（如双11预热）导致消费者倾向购买入门级产品有关。企业需关注促销策略对产品结构的影响，避免过度依赖低价冲量导致品牌价值稀释。

2025年1月~11月条码扫描枪线上不同价格区间销售趋势



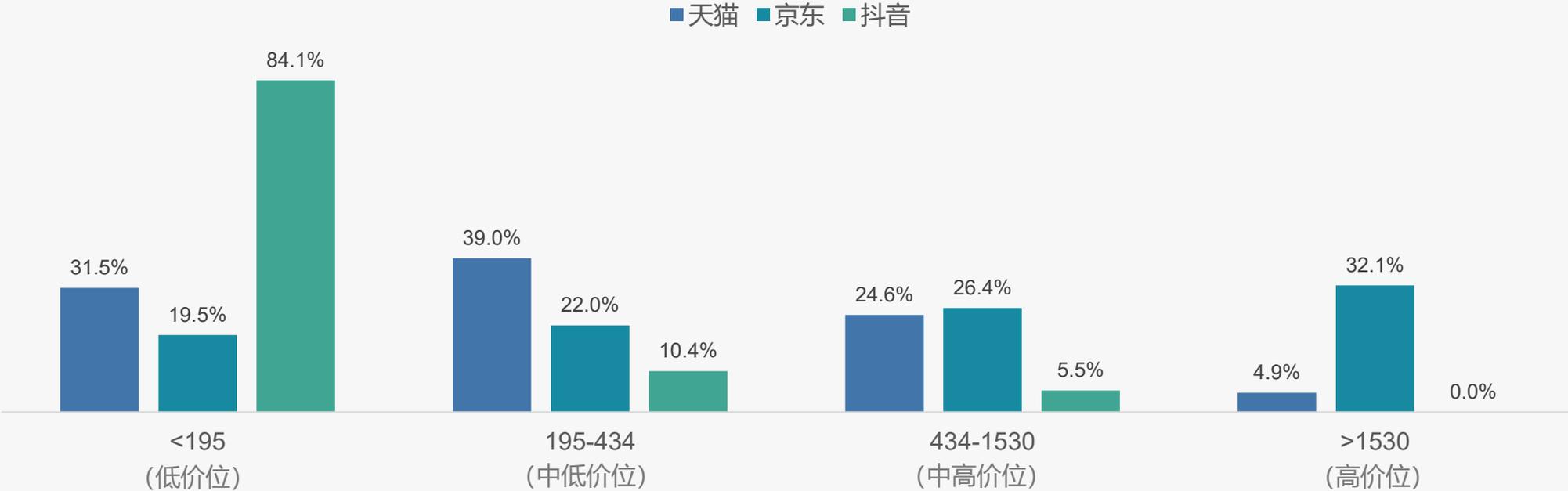
条码扫描枪线上价格区间-销量分布



# 平台价格定位差异显著 抖音低价天猫中端京东高端

- ◆从价格区间分布看，各平台定位差异显著：抖音以低价产品为主（<195元占比84.1%），天猫中端产品占优（195-434元占比39.0%），京东则聚焦高端市场（>1530元占比32.1%）。这表明抖音主打性价比，天猫覆盖主流需求，京东侧重专业级应用，平台间形成差异化竞争格局。
- ◆价格带集中度分析显示，抖音低价产品占比过高（84.1%），可能面临利润率压力；天猫价格分布相对均衡，中端产品占比最高（39.0%），市场结构健康；京东高端产品占比突出（32.1%），但需关注高价产品周转率。跨平台对比发现，抖音缺失>1530元价格区间，产品线不完整；天猫各价格段均有覆盖，但高端占比仅4.9%，存在提升空间。

2025年1月~11月各平台条码扫描枪不同价格区间销售趋势

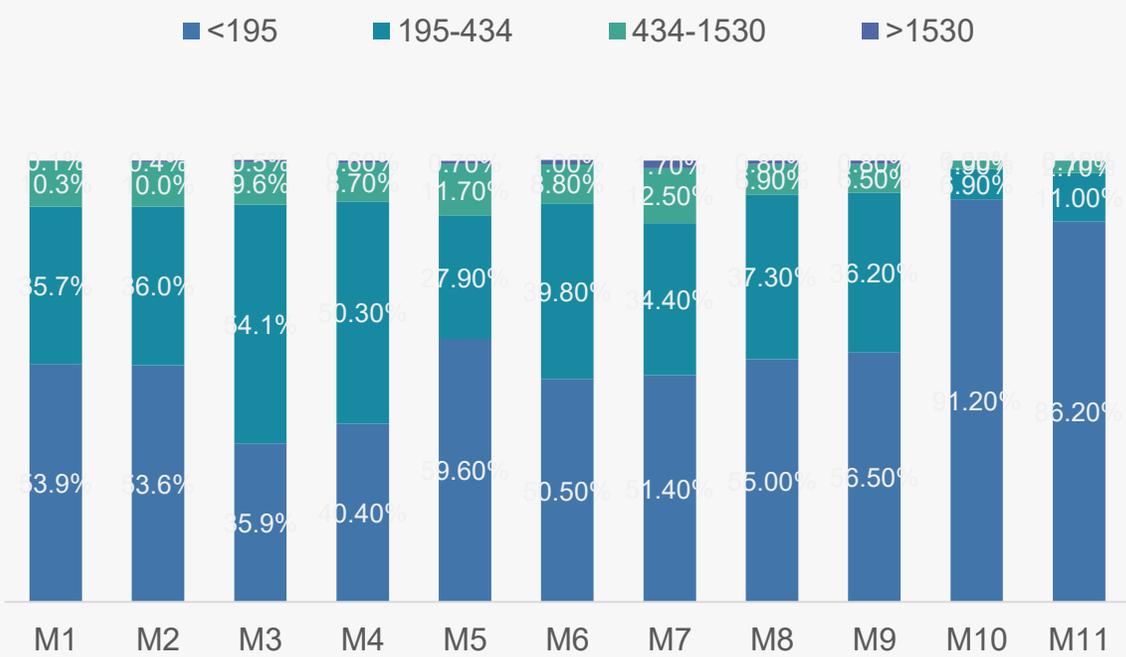
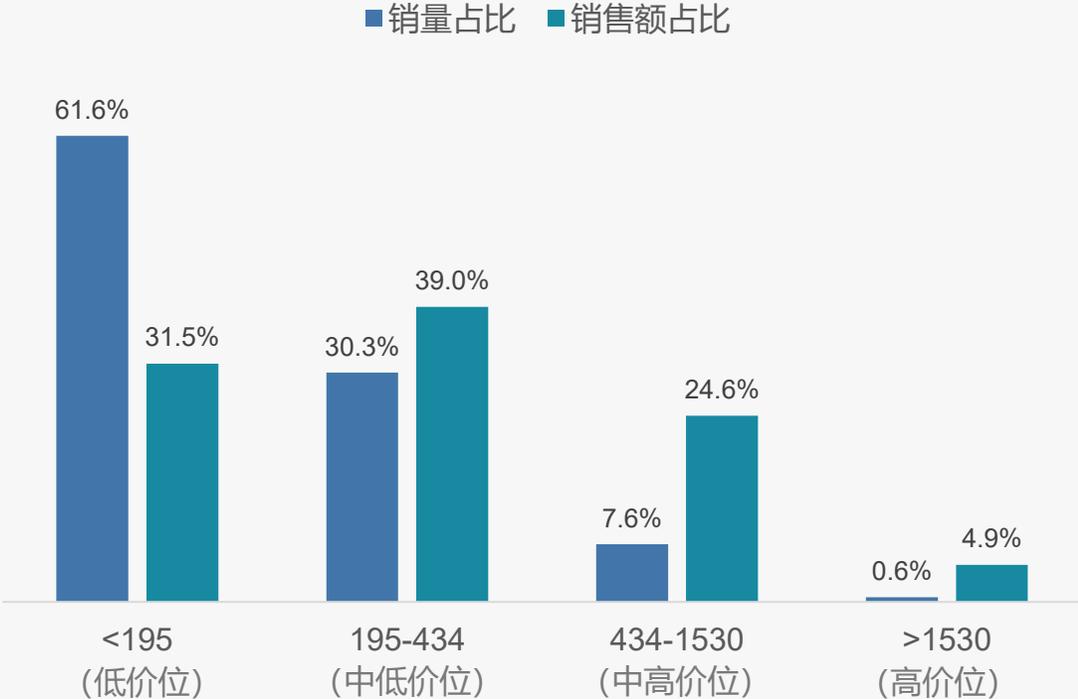


# 低价主导市场 高端贡献显著 促销影响波动

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台条码扫描枪品类呈现明显的低价主导特征。2025年1-11月，<195元价格区间的销量占比高达61.6%，但销售额占比仅为31.5%，表明该区间产品单价较低，市场以高销量、低利润的普及型产品为主。整体来看，市场结构偏向中低端，但中高端产品在销售额上具有重要地位，建议企业平衡产品线，优化定价策略以提升整体ROI。
- ◆从月度销量分布变化分析，天猫平台条码扫描枪价格区间的销量占比在2025年呈现季节性波动和促销影响。M5-M9期间，<195元区间销量占比回升至56.5%，显示低价产品在年中占据主导。整体而言，销量分布受季节性因素和促销活动显著影响，企业需关注市场动态，调整库存和营销策略以应对波动。

2025年1月~11月天猫平台条码扫描枪不同价格区间销售趋势

天猫平台条码扫描枪价格区间-销量分布

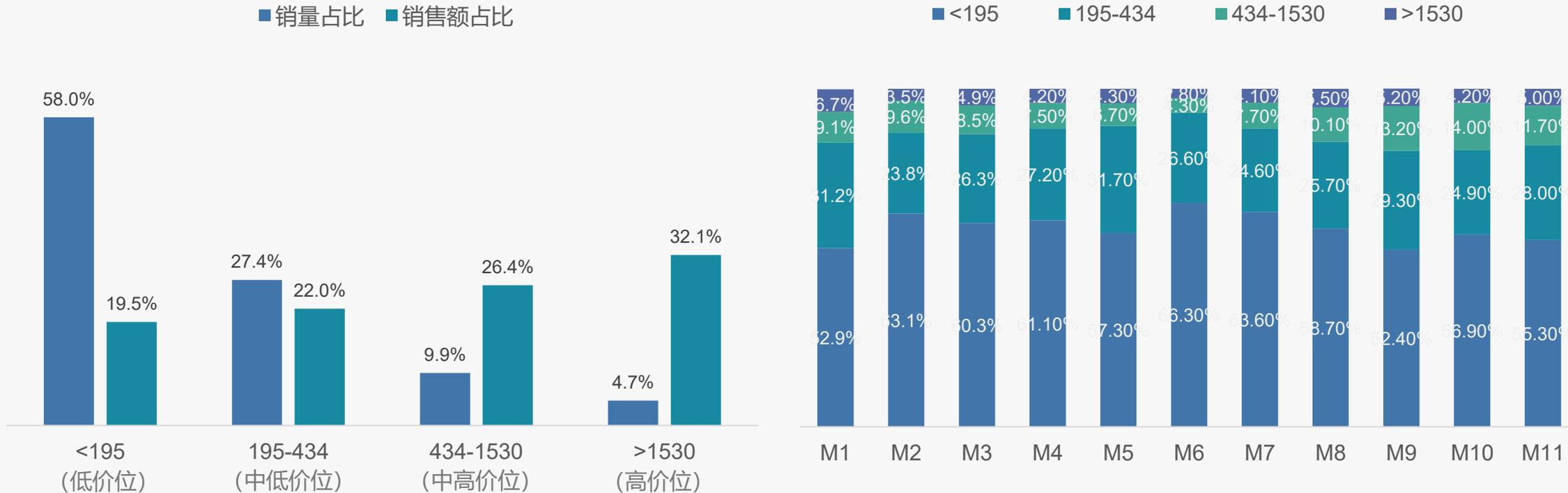


# 高端产品利润高 中端性价比优 年末需求升

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台条码扫描枪呈现明显的销量与销售额倒挂现象。低价区间（<195元）销量占比高达58.0%，但销售额贡献仅19.5%；而高价区间（>1530元）销量占比仅4.7%，却贡献了32.1%的销售额。这表明高端产品具有更高的单价和利润空间，建议企业优化产品结构，提升高价值产品占比以改善整体盈利水平。
- ◆月度销量分布显示季节性波动特征，1-11月低价区间（<195元）销量占比始终超过50%，但9-11月出现明显下降（从52.4%降至55.3%），同时中高价区间（434-1530元）占比从13.2%提升至11.7%。这可能反映年末企业采购需求增加，对性能要求更高的设备需求上升，建议企业把握第四季度销售窗口，加强中

2025年1月~11月京东平台条码扫描枪不同价格区间销售趋势

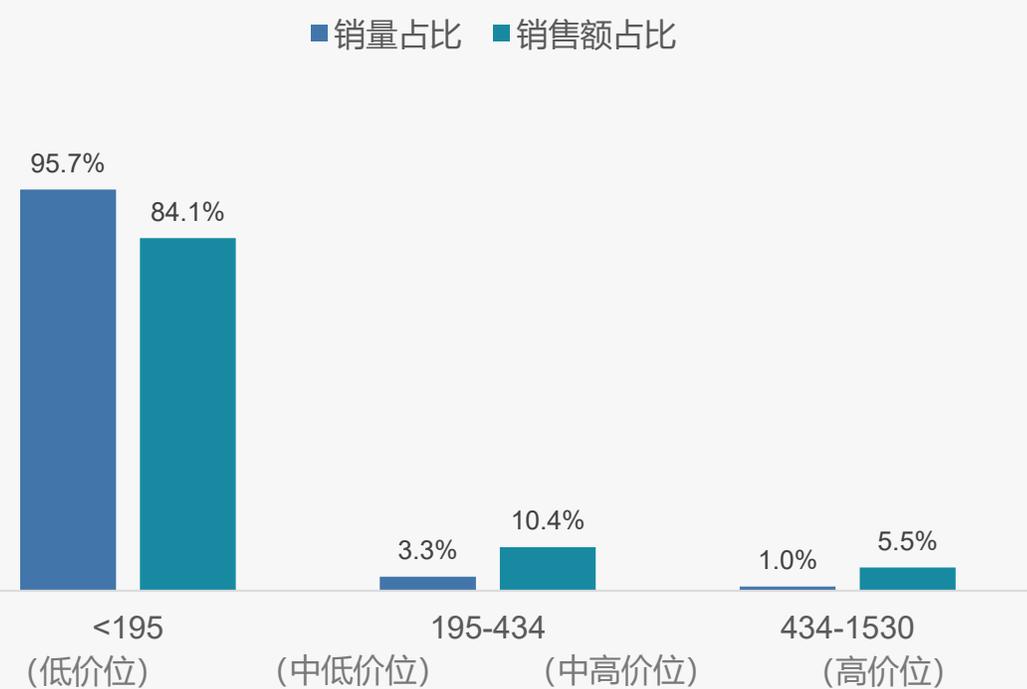
京东平台条码扫描枪价格区间-销量分布



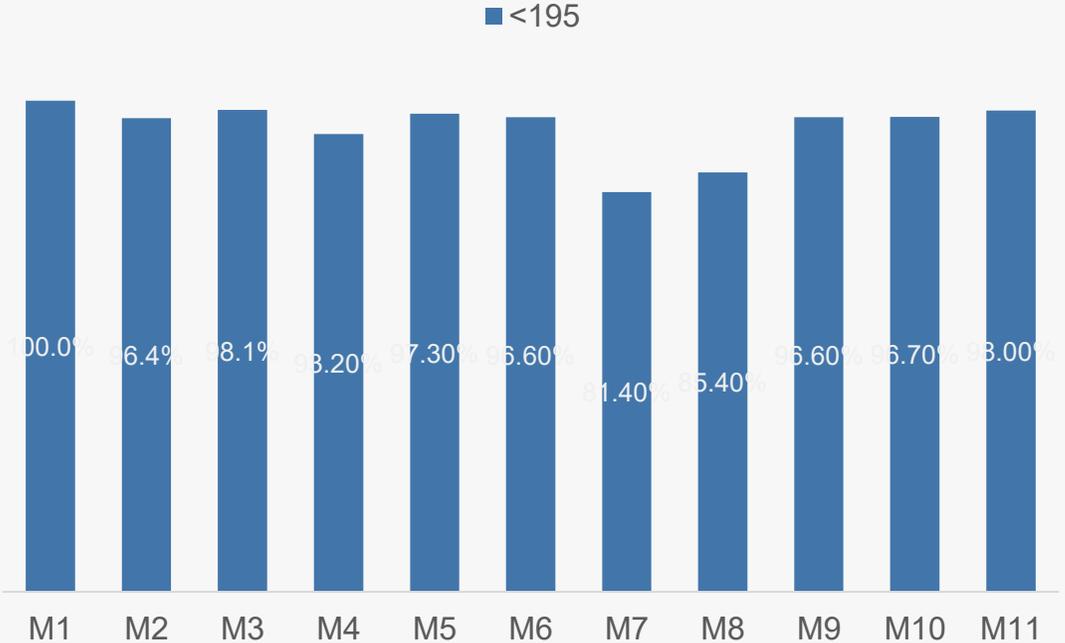
# 条码扫描枪低端主导 高端潜力 需优化结构

- ◆从抖音平台价格区间销售趋势看，条码扫描枪品类呈现明显的低端市场主导格局。<195元价格带销量占比高达95.7%，贡献84.1%销售额，显示消费者对性价比产品需求旺盛。中高端产品（195-1530元）虽销量占比仅4.3%，但贡献15.9%销售额，毛利率空间相对较大。建议企业优化产品组合，在维持低端市场份额的同时，通过差异化策略提升中高端产品渗透率，以改善整体盈利结构。
- ◆分析月度价格区间销量分布数据，发现市场存在明显的季节性波动。M7月出现异常变化，<195元价格带销量占比骤降至81.4%，而434-1530元高端产品占比跃升至13.6%，可能受促销活动或企业采购周期影响。企业需关注M7等关键节点，把握高端产品推广时机，同时加强库存周转管理以应对需求波动。

2025年1月~11月抖音平台条码扫描枪不同价格区间销售趋势



抖音平台条码扫描枪价格区间-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** 条码扫描枪消费行为、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年内购买过条码扫描枪的消费者;
- 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

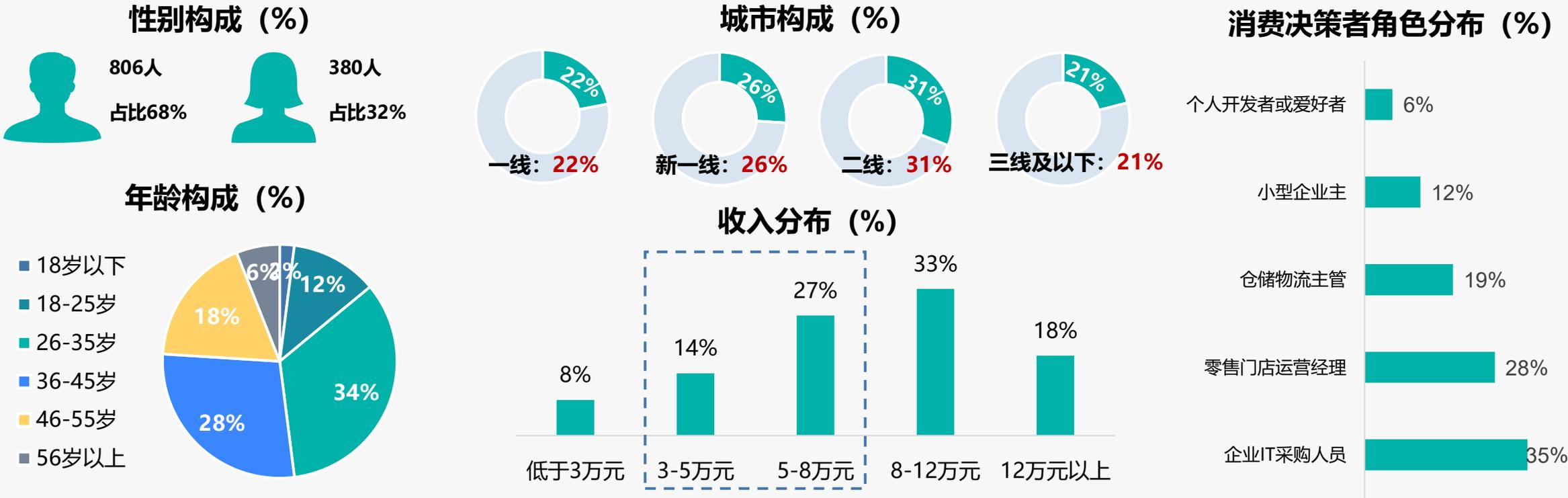
Research Method

|      |                       |
|------|-----------------------|
| 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=1186                |

# 条码扫描枪消费以企业采购为主

- ◆调查显示，条码扫描枪消费群体以男性为主（68%），年龄集中在26-45岁（62%），收入多在5-12万元（60%），企业IT采购人员是主要决策者（35%）。
- ◆城市分布均衡，二线城市占比最高（31%），消费决策以企业采购为主（82%），反映产品应用偏向商业场景，适合针对中高收入中青年群体推广。

## 2025年中国条码扫描枪消费者画像

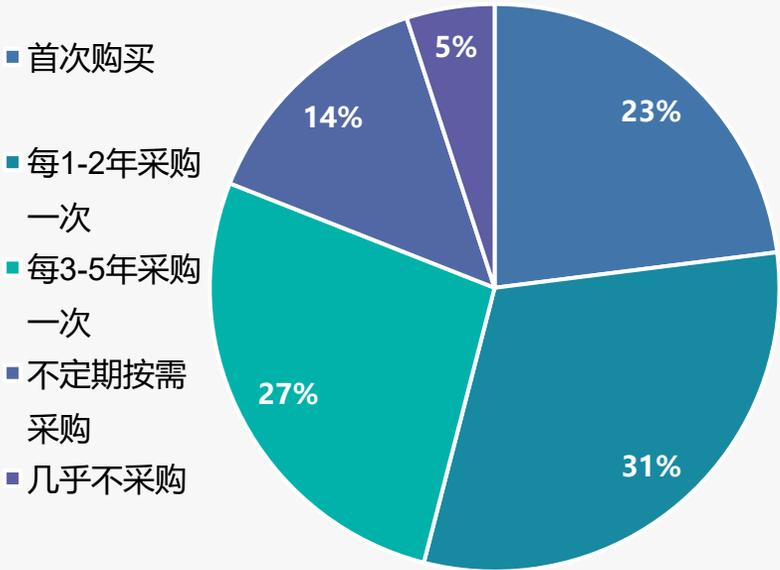


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

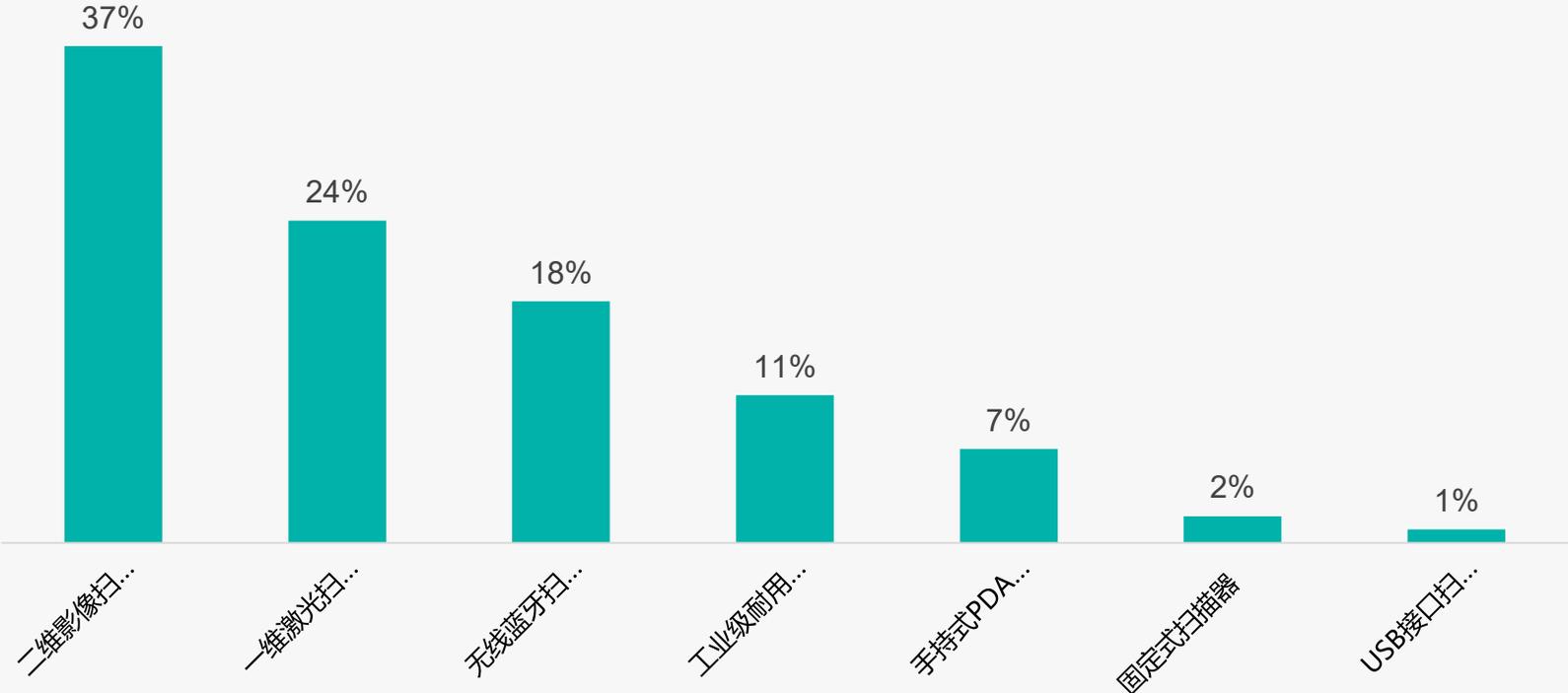
# 扫描枪市场 周期性更新 二维主导

- ◆消费频率以每1-2年采购一次占比31%最高，首次购买占23%，显示市场周期性更新和新用户需求并存。
- ◆产品规格中二维影像扫描枪占比37%领先，一维激光占24%，无线蓝牙占18%，反映技术趋势和多样化应用。

## 2025年中国条码扫描枪消费频率分布



## 2025年中国条码扫描枪消费产品规格分布

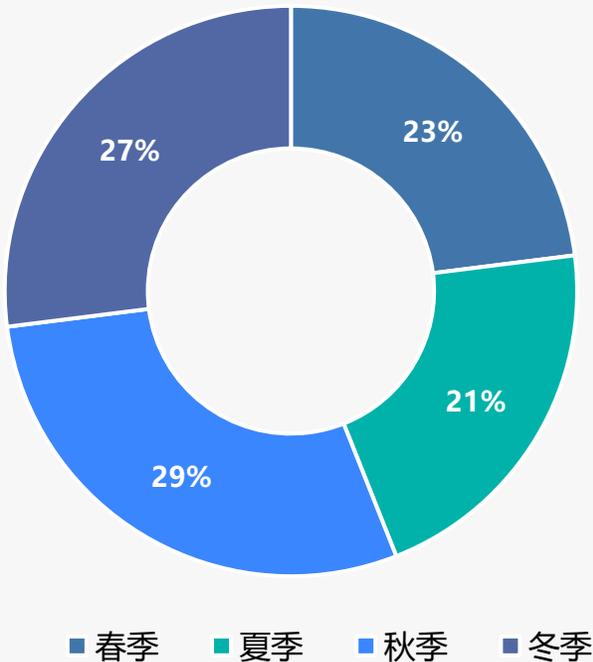


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 中高端扫描枪需求突出 工业包装主导市场

- ◆ 单次消费支出以500-2000元为主（合计62%），显示中高端条码扫描枪需求突出，消费季节分布均衡，秋季和冬季略高（分别为29%和27%）。
- ◆ 包装类型中工业纸箱包装占41%，主导工业应用；零售彩盒包装占28%，环保简约和定制品牌包装占比低（分别为9%和5%），环保和品牌定制需求有限。

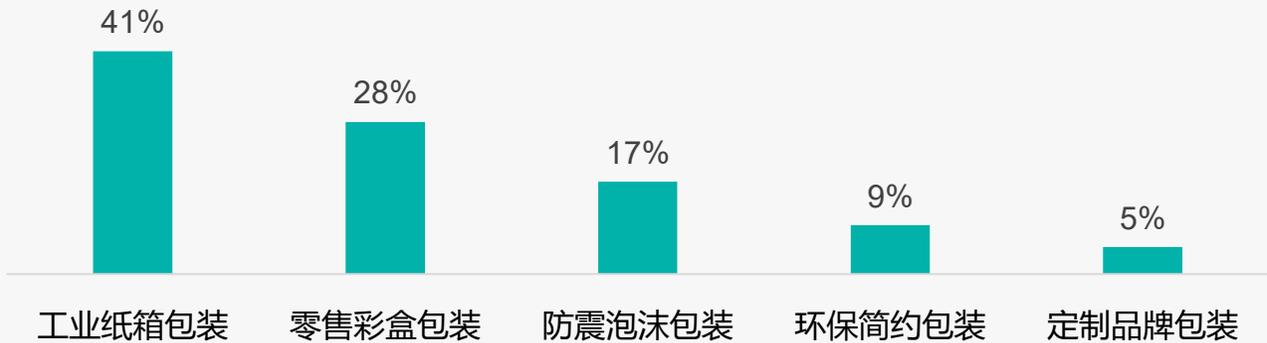
## 2025年中国条码扫描枪消费行为季节分布



## 2025年中国条码扫描枪单次消费支出分布



## 2025年中国条码扫描枪消费品包装类型分布

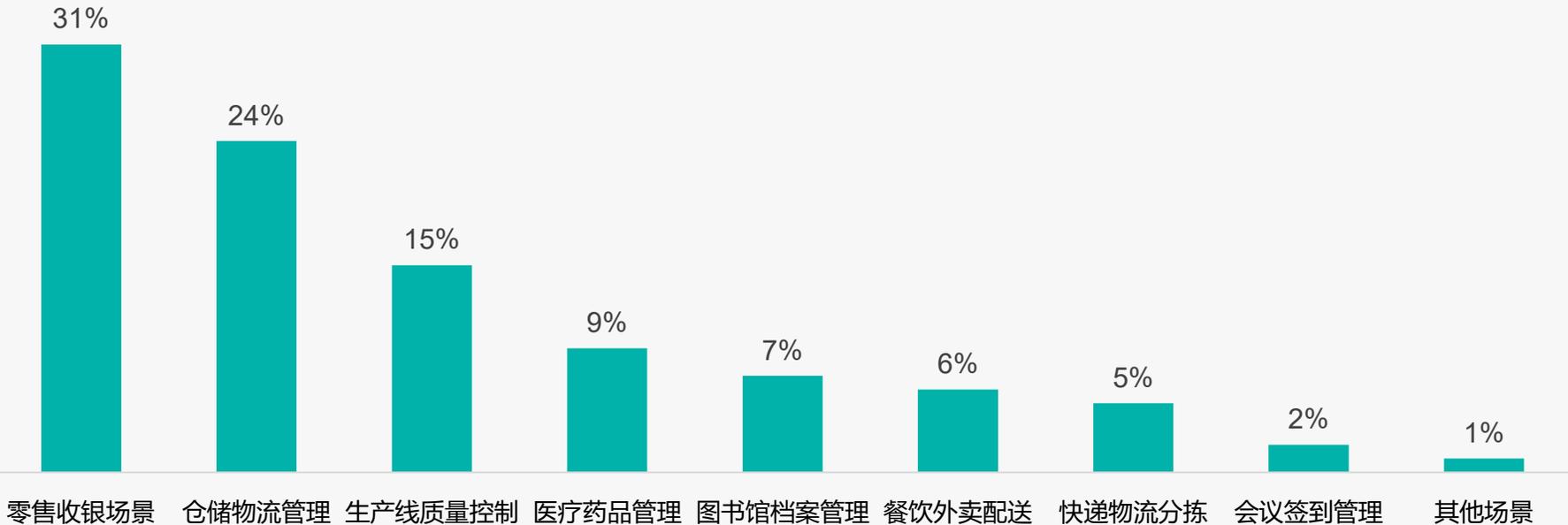


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

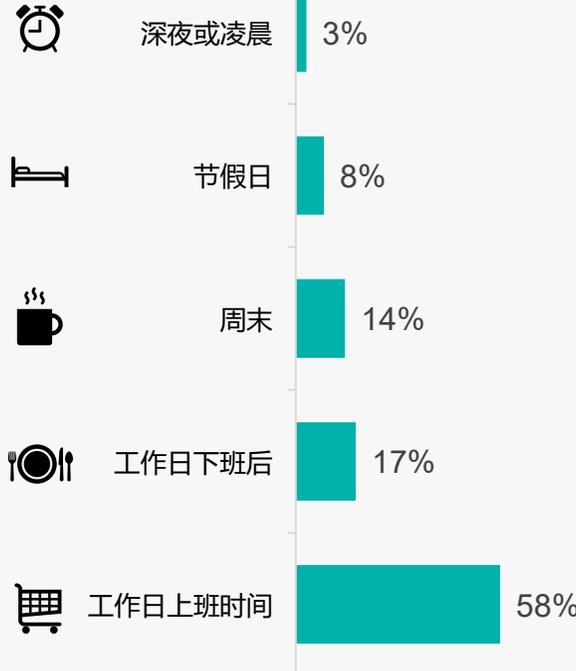
# 条码扫描枪 零售物流主导 工作日使用集中

- ◆条码扫描枪消费场景中，零售收银场景占比31%，仓储物流管理占比24%，两者合计超过一半，显示零售和物流是主要应用领域。
- ◆消费时段方面，工作日上午时间占比58%，远高于其他时段，说明条码扫描枪主要用于工作场景，与业务活动紧密相关。

## 2025年中国条码扫描枪消费场景分布



## 2025年中国条码扫描枪消费时段分布

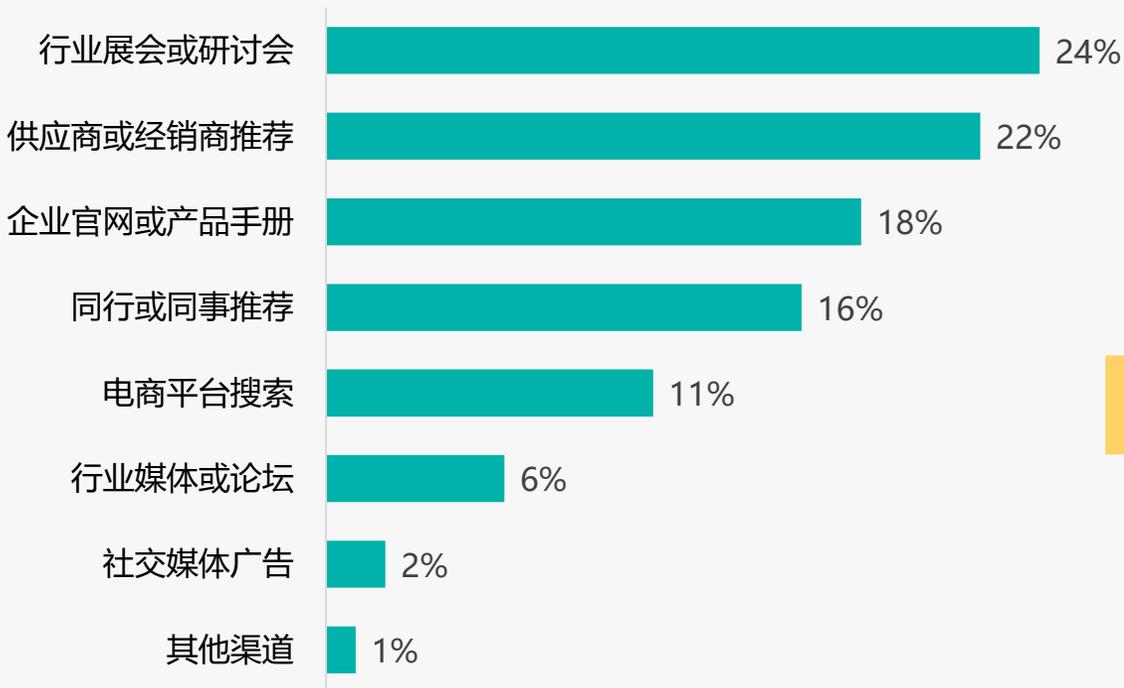


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

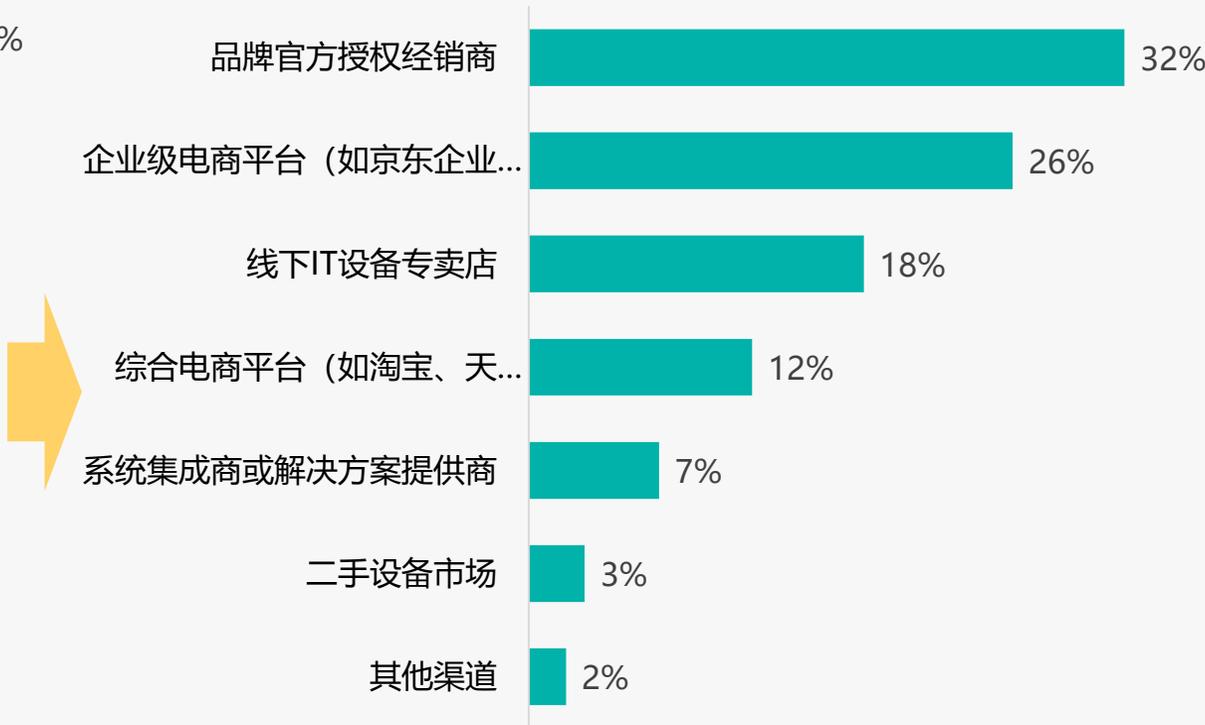
# 专业渠道主导条码扫描枪消费

- ◆消费者了解条码扫描枪主要通过专业渠道，行业展会或研讨会占24%，供应商推荐占22%，企业官网占18%，电商平台搜索仅11%。
- ◆购买渠道以品牌官方授权经销商为主，占32%，企业级电商平台占26%，线下专卖店占18%，综合电商平台占12%。

## 2025年中国条码扫描枪产品了解渠道分布



## 2025年中国条码扫描枪产品购买渠道分布

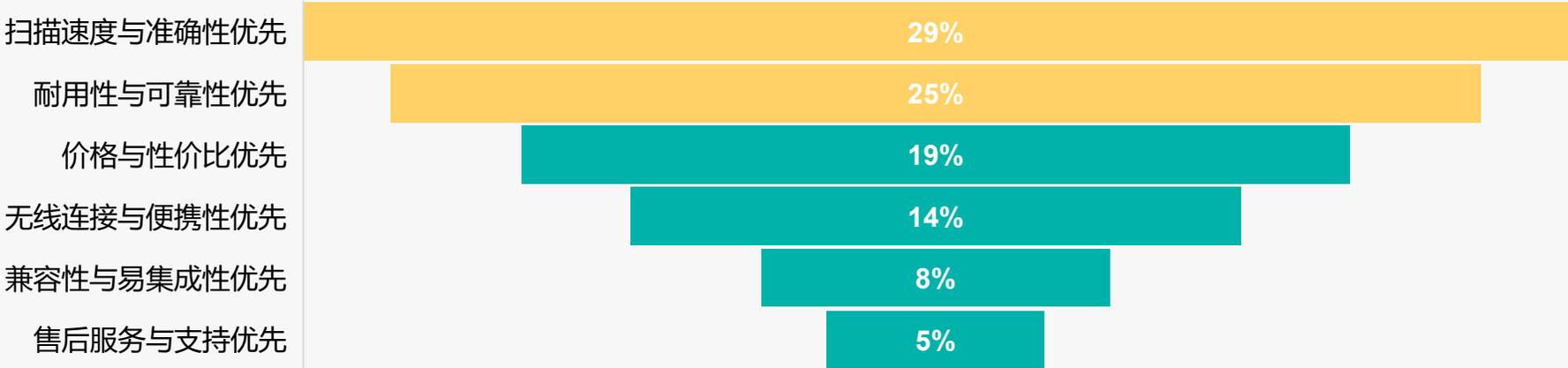


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 条码扫描枪消费偏好 核心性能主导市场

- ◆条码扫描枪消费偏好中，扫描速度与准确性优先占29%，耐用性与可靠性优先占25%，显示核心性能是主要关注点。
- ◆价格与性价比优先占19%，无线连接等附加功能占比低于15%，表明市场更重视基础性能而非次要特性。

## 2025年中国条码扫描枪产品偏好类型分布

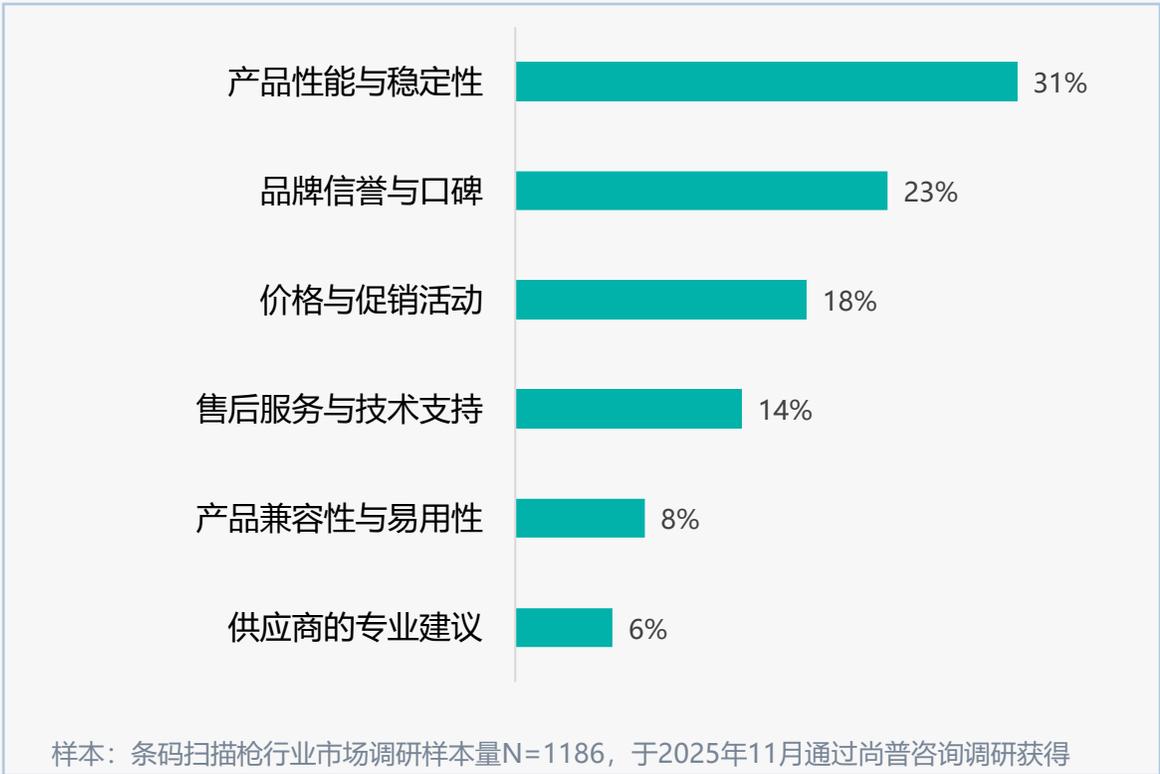


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

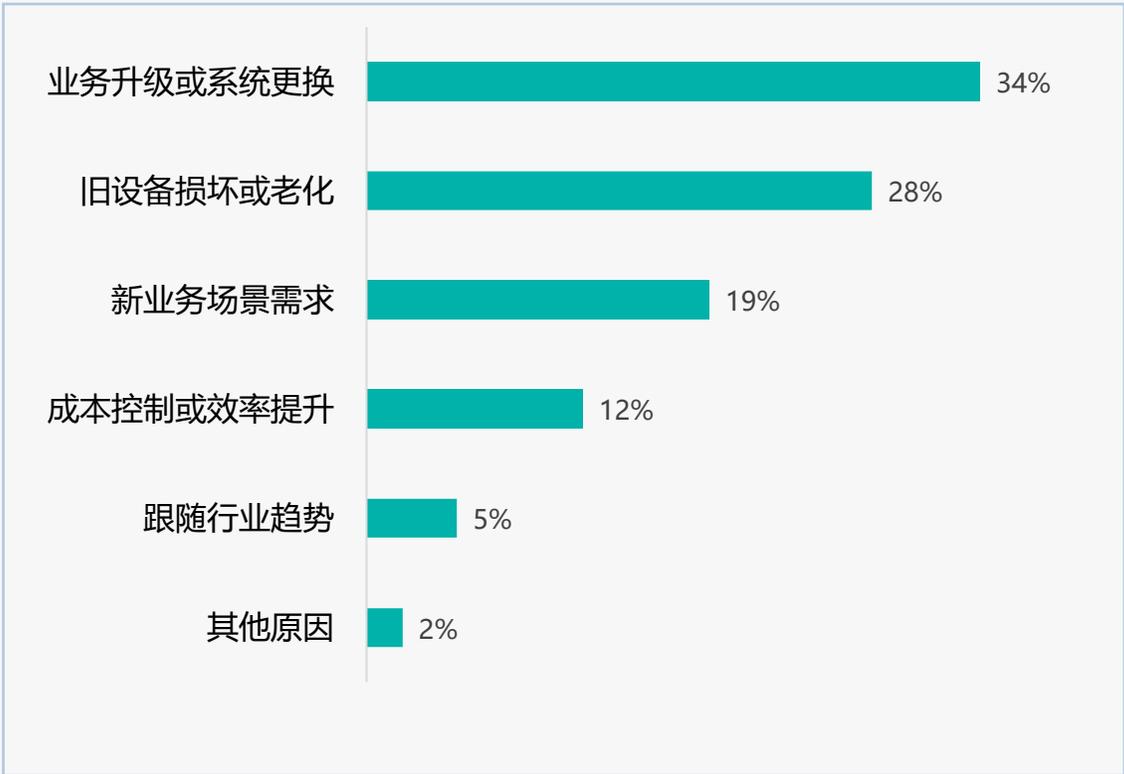
# 性能品牌主导消费 业务需求驱动市场

- ◆ 调研数据显示，条码扫描枪消费中，产品性能与稳定性占31%，品牌信誉与口碑占23%，合计超50%，表明消费者优先关注核心功能和信誉。
- ◆ 消费原因中，业务升级或系统更换占34%，旧设备损坏或老化占28%，合计62%，显示消费主要由实际业务需求驱动，而非价格或趋势。

## 2025年中国条码扫描枪吸引消费关键因素分布



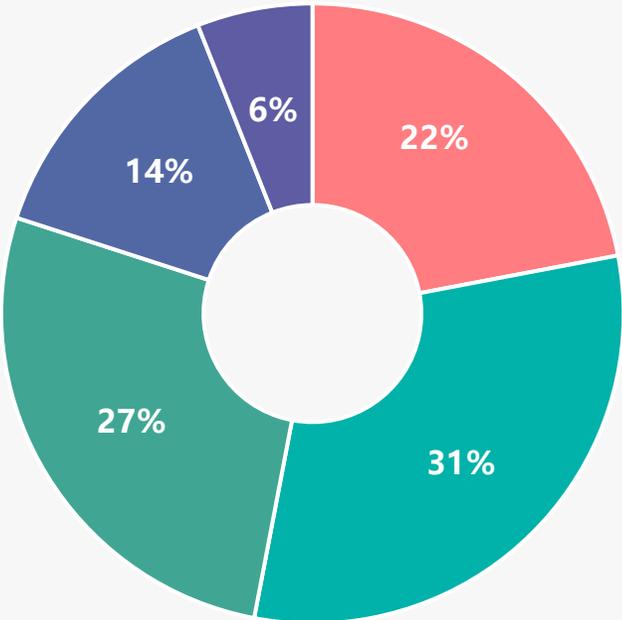
## 2025年中国条码扫描枪消费真正原因分布



# 性能服务痛点影响推荐率

- ◆ 条码扫描枪消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意推荐合计占53%，显示多数用户满意。不愿推荐主因是产品性能未达预期占28%和售后服务体验差占24%。
- ◆ 性能和服务是主要痛点，合计超一半原因。价格偏高占19%和兼容性问题占14%，表明成本和技术因素仍需优化以提升推荐率。

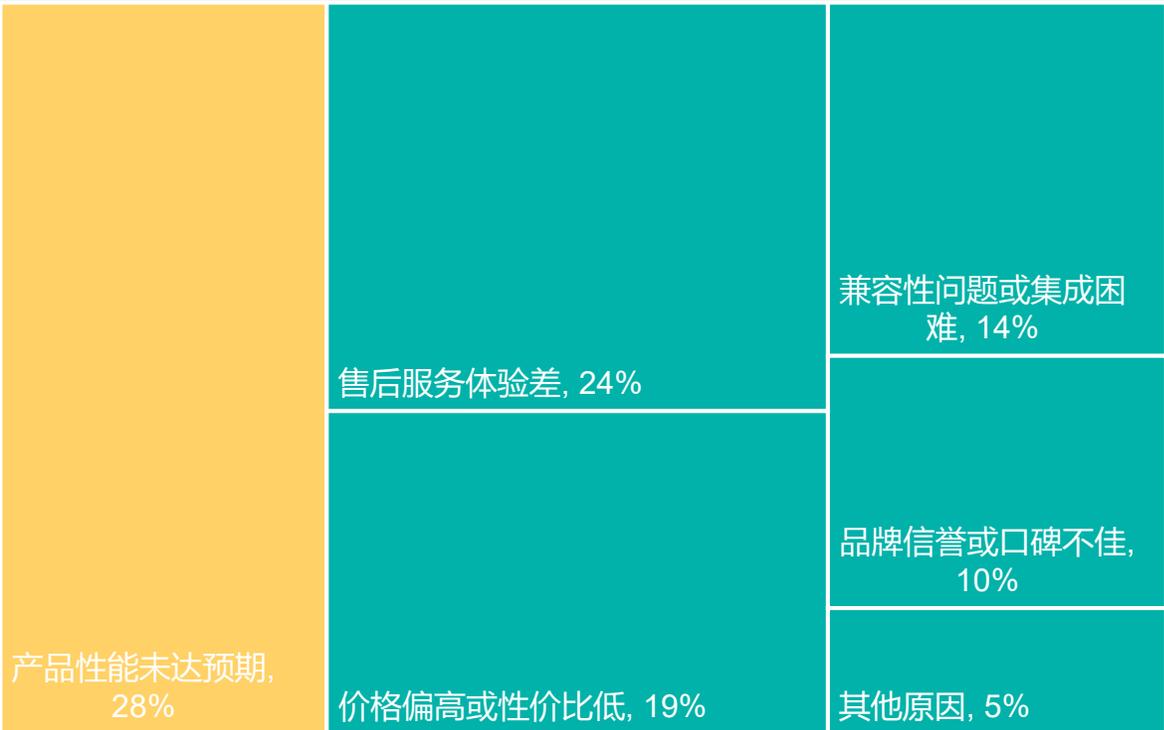
### 2025年中国条码扫描枪推荐意愿分布



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 ■ 非常不愿意推荐

样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

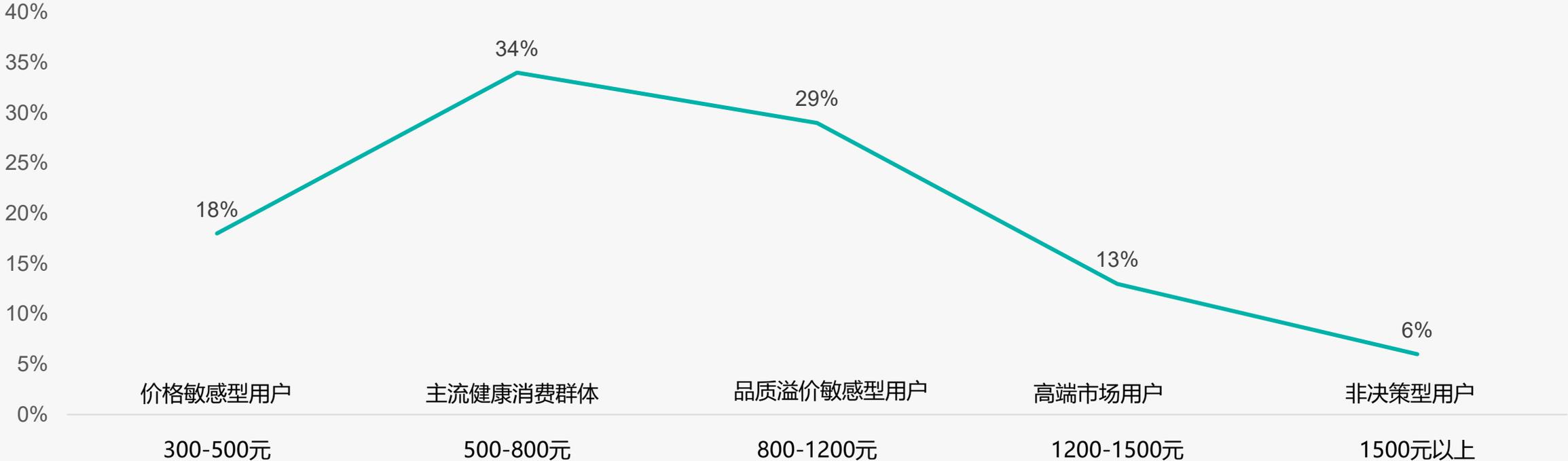
### 2025年中国条码扫描枪不愿推荐原因分布



# 条码扫描枪价格接受度集中中端市场

- ◆调研显示，条码扫描枪价格接受度集中在500-1200元区间，占比63%，其中500-800元区间最高达34%，表明中端产品最受消费者欢迎。
- ◆高端市场（1200元以上）合计占比19%，相对小众；低价300-500元区间占18%，显示市场仍有基础需求，整体偏好平衡性能与价格。

## 2025年中国条码扫描枪主流规格价格接受度



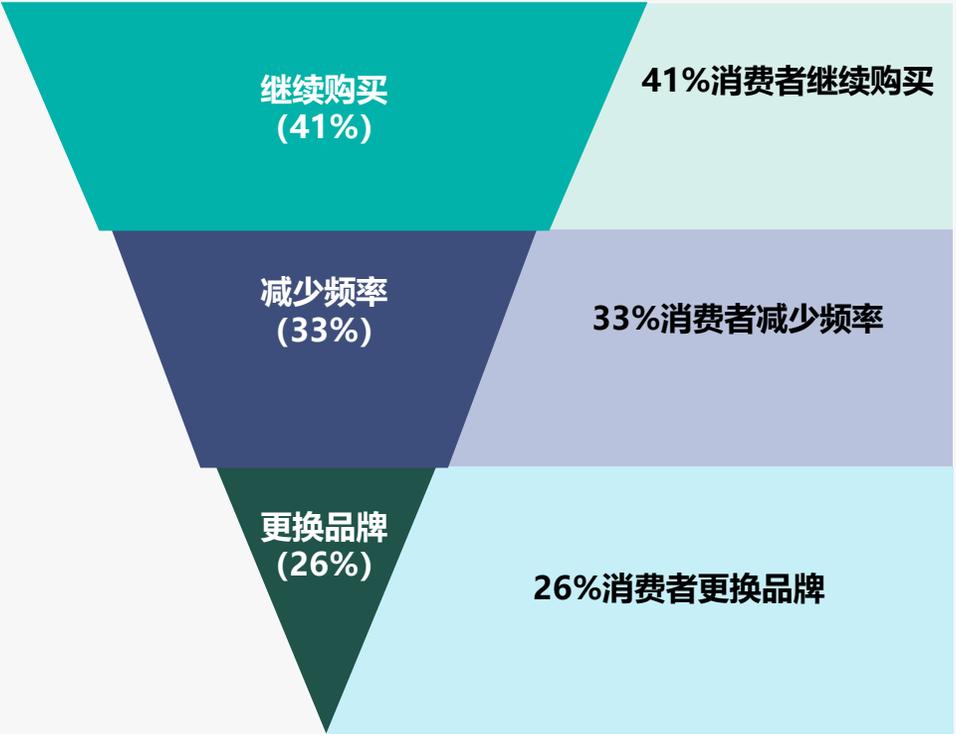
样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以二维影像扫描枪规格条码扫描枪为标准核定价格区间

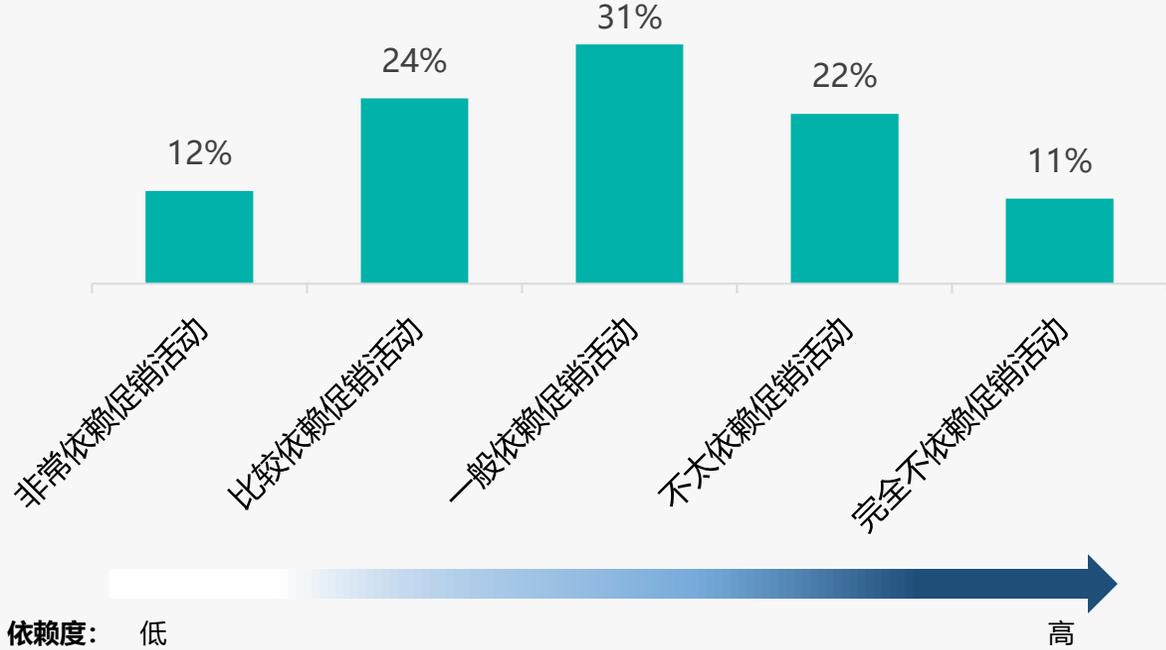
# 价格敏感 促销依赖 市场策略调整

- ◆价格上涨10%后，41%的消费者继续购买，33%减少频率，26%更换品牌，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度存在。
- ◆36%的消费者高度依赖促销活动，31%一般依赖，合计67%受促销影响大，可能驱动市场策略调整。

### 2025年中国条码扫描枪价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国条码扫描枪对促销活动依赖程度分布

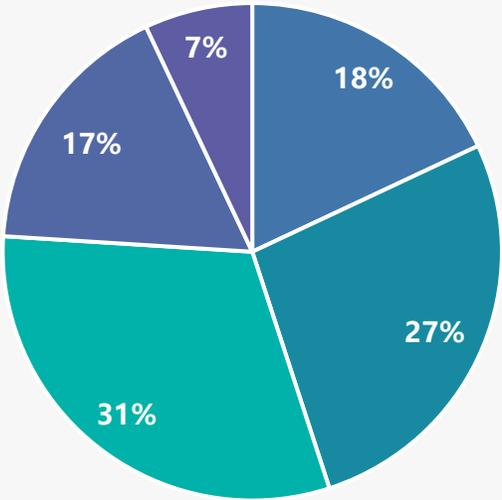


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 性能价格驱动品牌更换 复购率中等待提升

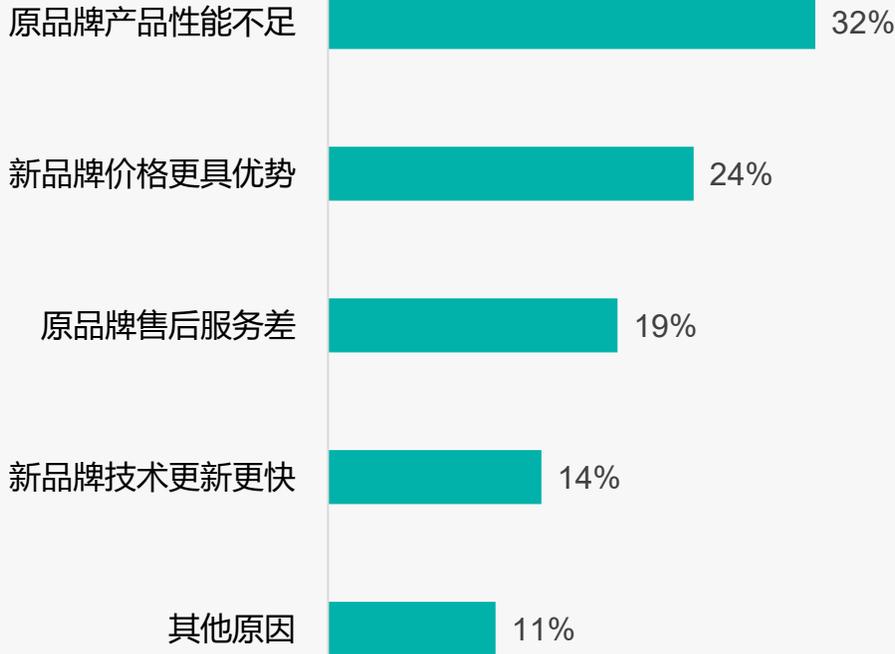
- ◆ 条码扫描枪消费调查显示，固定品牌复购率中50-70%占比最高（31%），但90%以上复购率仅18%，品牌忠诚度有提升空间。
- ◆ 更换品牌原因中，原品牌产品性能不足占32%，价格优势占24%，售后服务差占19%，性能与价格是主要驱动因素。

## 2025年中国条码扫描枪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年中国条码扫描枪更换品牌原因分布

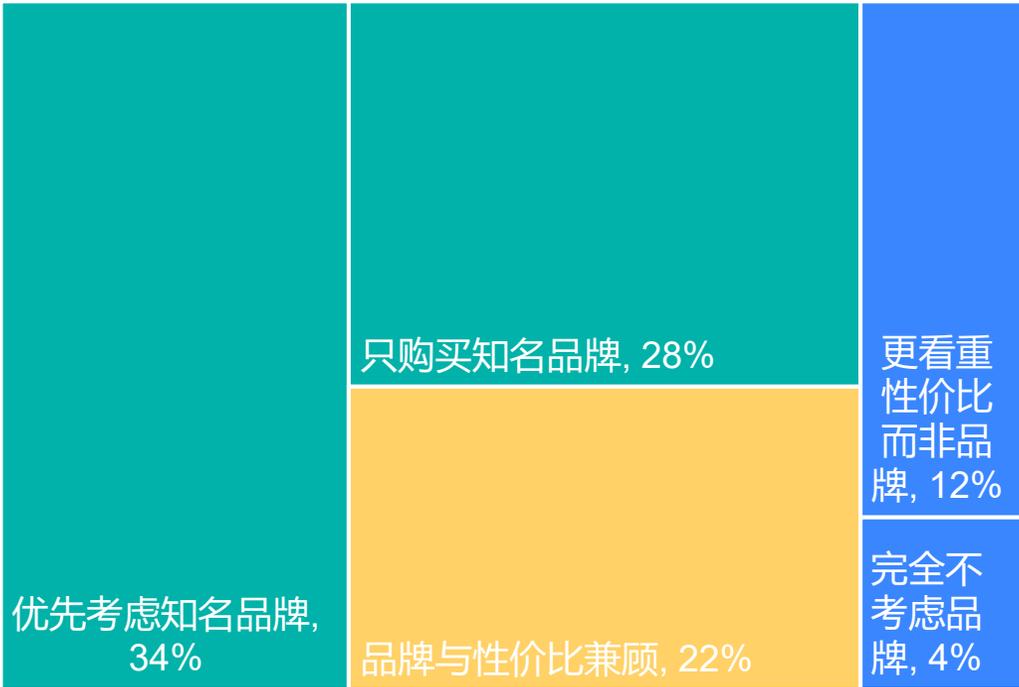


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 品牌偏好强 信任度待提升

- ◆ 条码扫描枪消费意愿：优先或只购买知名品牌合计62%，品牌与性价比兼顾22%，更看重性价比12%，完全不考虑品牌4%。
- ◆ 品牌产品态度：非常信任19%，比较信任31%，一般信任27%，合计77%信任；不太信任16%，完全不信任7%，合计23%不信任。

## 2025年中国条码扫描枪品牌产品消费意愿分布



## 2025年中国条码扫描枪对品牌产品态度分布

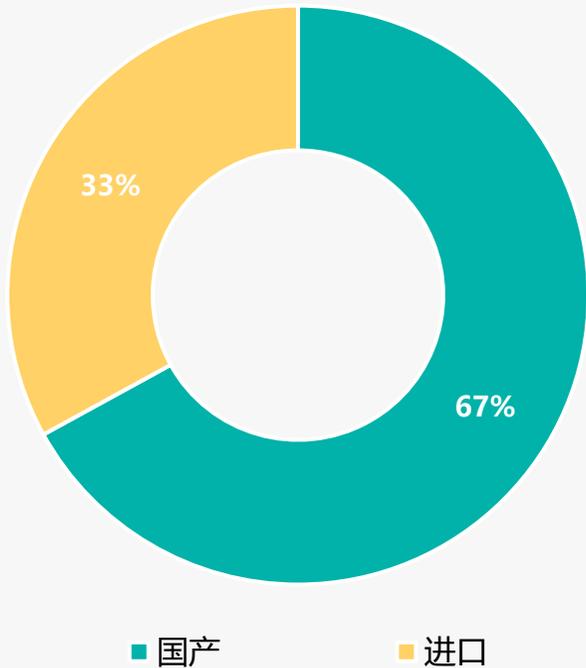


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

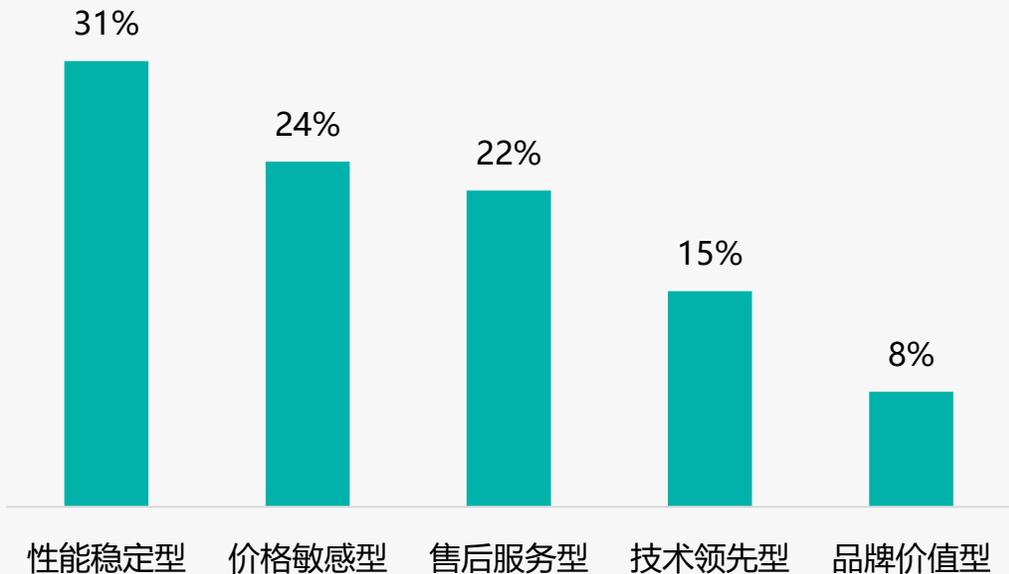
# 国产品牌主导 性能价格关键

- ◆国产品牌占67%，进口品牌占33%，显示消费者偏好国产品牌。性能稳定型占31%，是主要偏好类型，价格敏感型占24%，售后服务型占22%。
- ◆性能稳定性和价格是消费关键因素，技术领先型占15%，品牌价值型仅占8%，吸引力较低。数据反映市场以实用性和成本为导向。

## 2025年中国条码扫描枪国产与进口品牌消费分布



## 2025年中国条码扫描枪品牌偏好类型分布

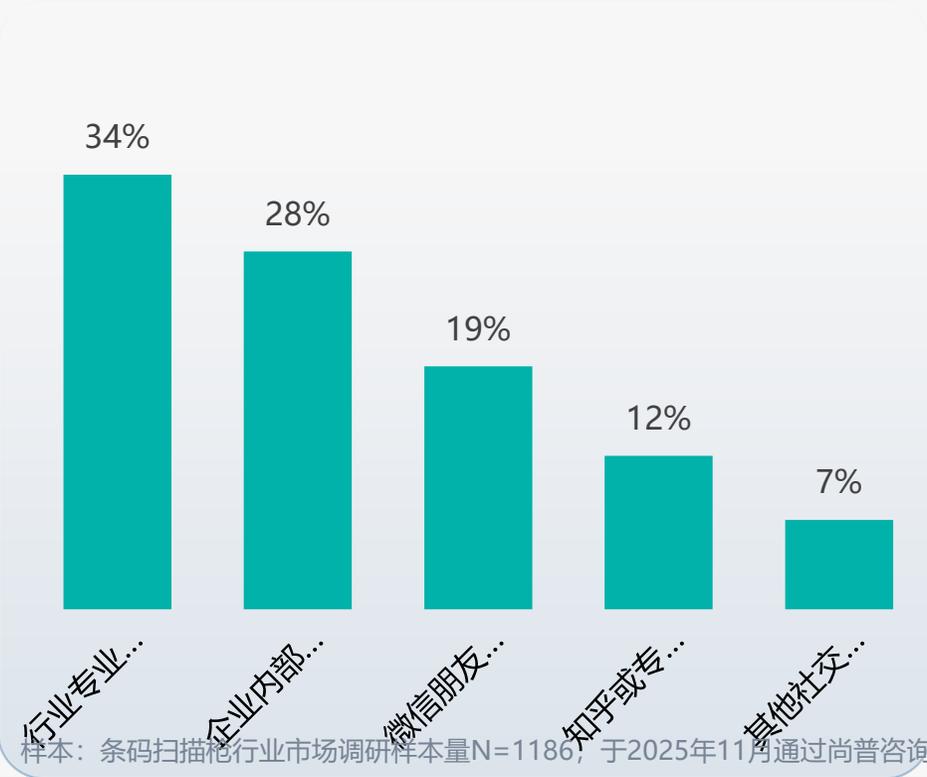


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

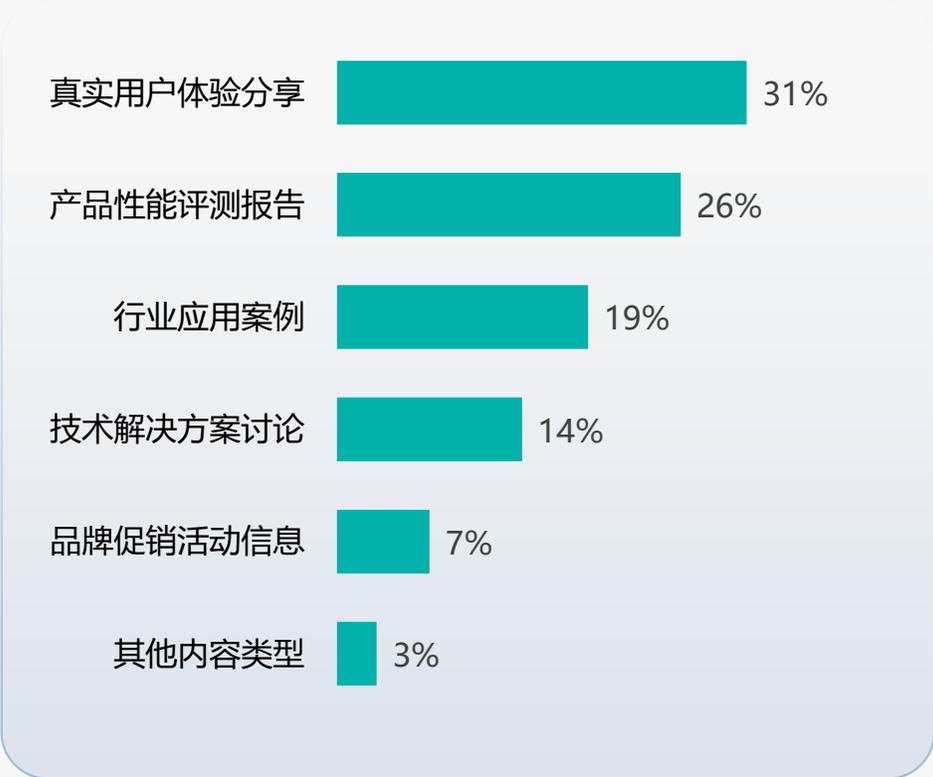
# 专业渠道主导 真实体验优先

- ◆ 社交分享渠道以行业专业论坛34%和企业内部通讯工具28%为主，合计超60%，显示专业和内部渠道是信息获取关键，微信朋友圈仅占19%影响力有限。
- ◆ 内容类型中真实用户体验分享31%和产品性能评测报告26%合计57%，消费者高度关注实际使用和性能，品牌促销活动信息仅占7%吸引力较低。

## 2025年中国条码扫描枪社交分享渠道分布



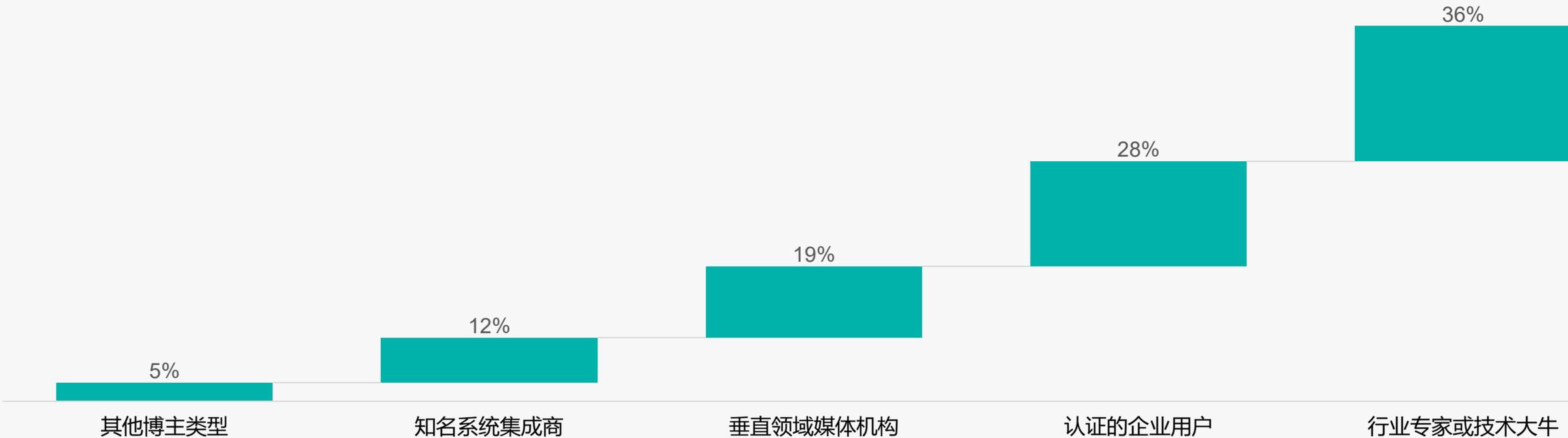
## 2025年中国条码扫描枪社交渠道内容类型分布



# 专家企业主导信任 营销强化真实反馈

- ◆社交渠道中，用户对条码扫描枪内容的信任度集中在行业专家（36%）和认证企业用户（28%），显示专业性和实践经验是关键信任因素。
- ◆垂直媒体（19%）和系统集成商（12%）影响有限，其他来源（5%）信任度低，提示营销应强化专家和用户真实反馈以提升可信度。

## 2025年中国条码扫描枪社交渠道信任博主类型分布

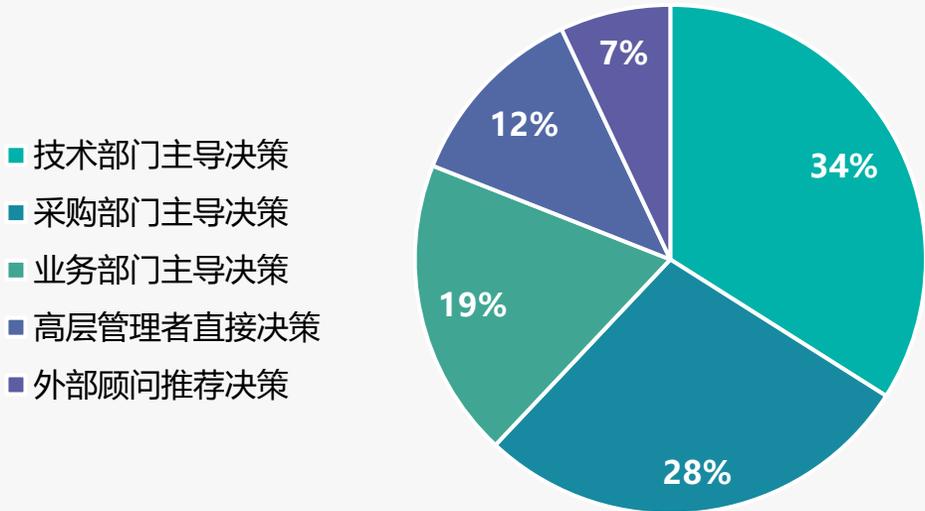


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

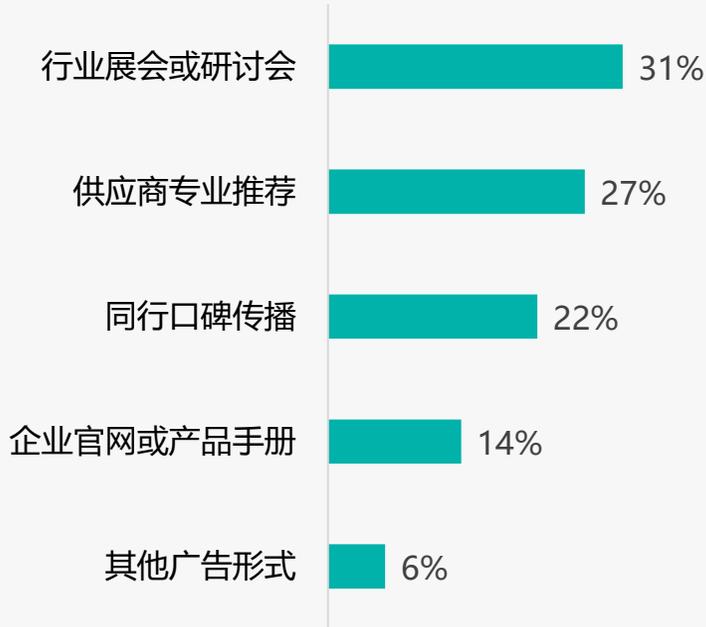
# 专业渠道主导条码扫描枪消费

- ◆调研数据显示，条码扫描枪消费广告偏好中，行业展会或研讨会占比31%，供应商专业推荐占比27%，同行口碑传播占比22%，专业渠道主导购买决策。
- ◆分析指出，专业场景和人际推荐是关键驱动因素，企业官网或产品手册占比14%相对次要，其他广告形式占比6%影响较小。

### 2025年中国条码扫描枪消费决策者类型分布



### 2025年中国条码扫描枪家庭广告偏好分布

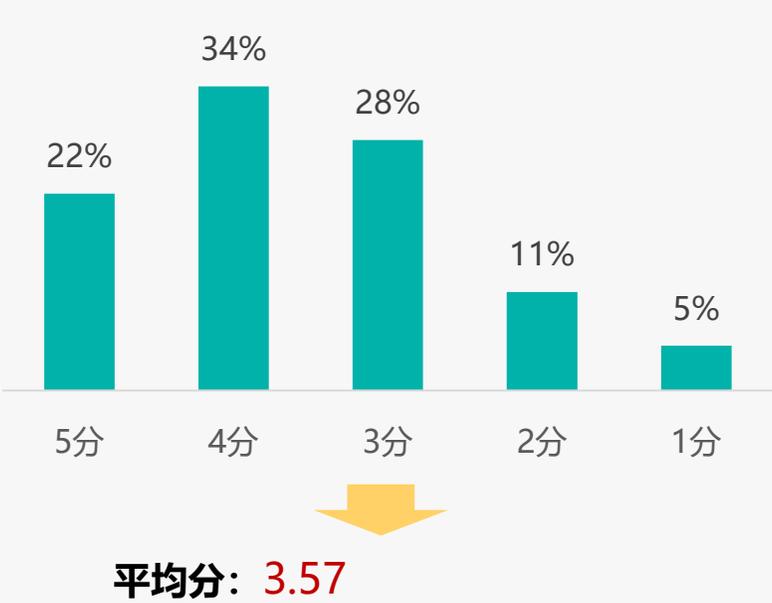


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

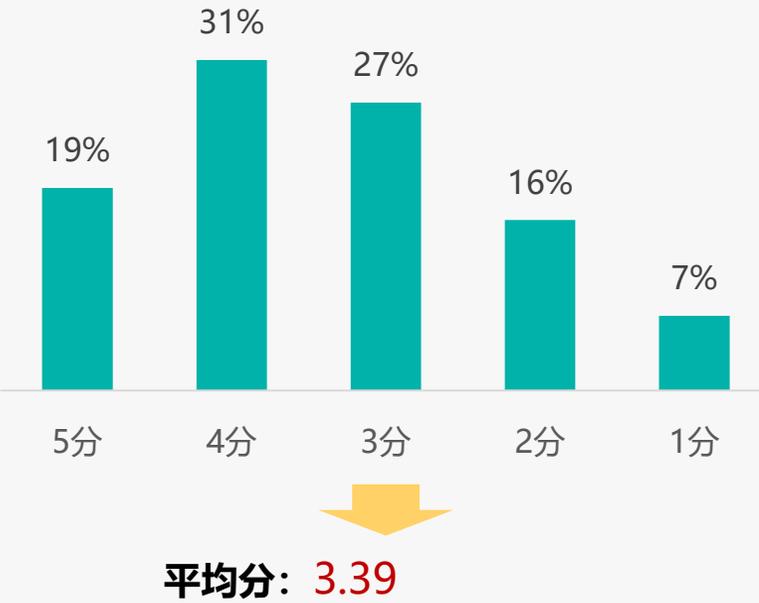
# 线上消费满意退货客服待改进

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计56%，但退货体验5分和4分仅50%，客服满意度5分和4分仅47%，显示后两者需改进。
- ◆退货体验低分合计23%，客服满意度3分占比31%最高，提示退货流程复杂和客服服务薄弱是主要痛点。

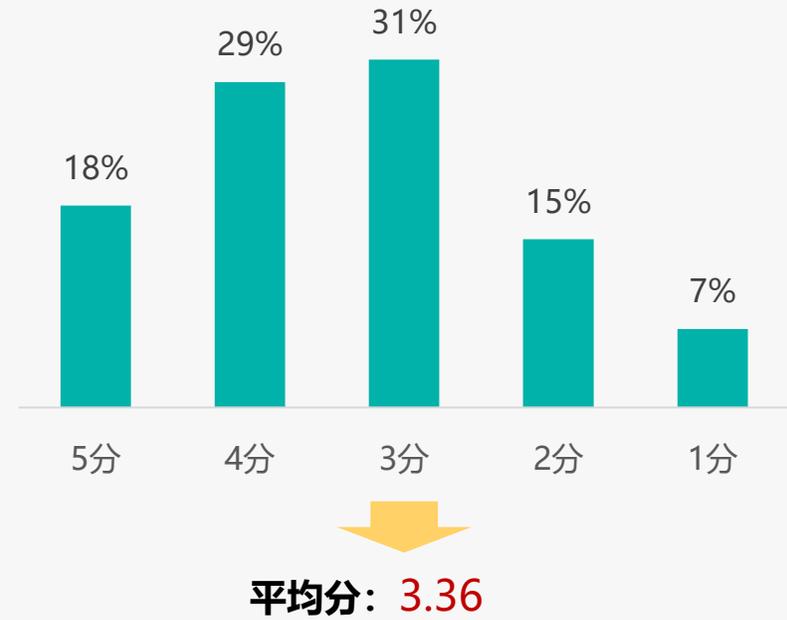
### 2025年中国条码扫描枪线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国条码扫描枪退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国条码扫描枪线上消费客服满意度分布（满分5分）

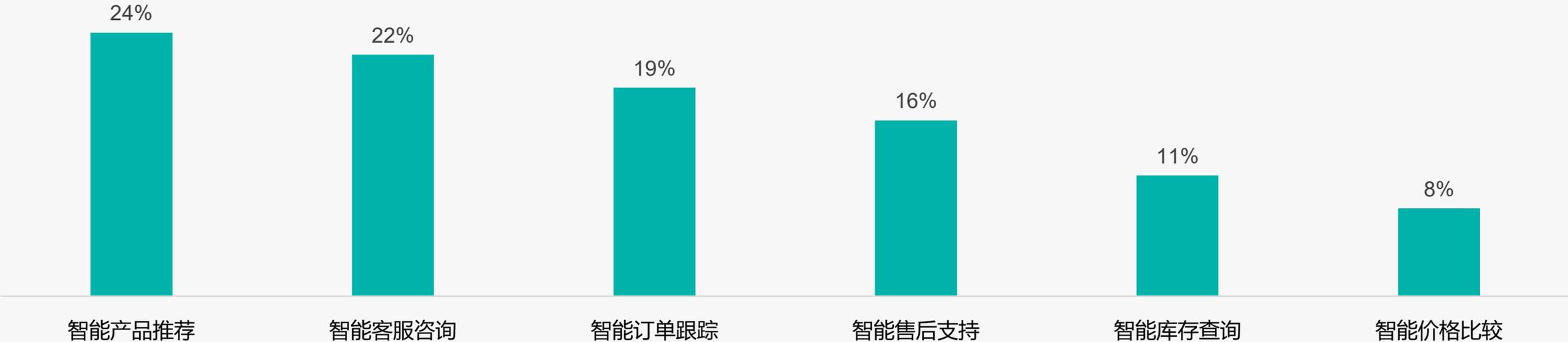


样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐客服主导 价格比较关注度低

- ◆ 调研显示，线上消费智能服务体验中，智能产品推荐占24%，智能客服咨询占22%，智能订单跟踪占19%，表明个性化推荐和高效沟通是消费体验的关键驱动因素。
- ◆ 智能售后支持占16%，智能库存查询占11%，智能价格比较仅占8%，提示价格敏感度相对较低或功能普及不足，需进一步关注以优化服务策略。

## 2025年中国条码扫描枪线上消费智能服务体验分布



样本：条码扫描枪行业市场调研样本量N=1186，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**