

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月年糕糍粑市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Rice Cake 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：年轻女性主导年糕糯米消费市场下沉



26-35岁年轻群体占比31%，女性占52%，为主要消费人群。



二线及以下城市占比58%，显示市场下沉趋势明显。



中低收入消费者占主导，个人自主决策占比68%。

## 启示

### ✓ 聚焦年轻女性市场

针对26-35岁女性消费者，开发个性化产品，强化品牌与年轻女性情感连接，提升市场渗透率。

### ✓ 拓展下沉市场渠道

加强二线及以下城市渠道布局，优化产品定价策略，满足中低收入消费者需求，提升市场覆盖率。

## 核心发现2：消费以定期购买为主，偏好中等到大规格产品



每月几次消费占比34%，显示消费者倾向于定期购买。



中包装（200-500g）和大包装（500g-1kg）合计占54%，偏好中等至大规格。



礼盒包装仅占7%，礼品市场潜力有限，消费以日常食用为主。

### 启示

#### ✓ 优化产品规格策略

重点发展中包装和大包装产品，满足家庭日常食用需求，同时可探索小包装便捷产品作为补充。

#### ✓ 强化定期购买激励

推出订阅服务或定期促销活动，鼓励消费者形成稳定购买习惯，提升客户忠诚度和复购率。

## 核心发现3：口感与价格主导消费，传统与便捷需求驱动



口感与味道占比32%，价格实惠占比21%，是吸引消费的关键因素。



消费原因中满足口腹之欲占38%，传统节日或习俗需要占22%。



消费者高度偏好国产品牌（占96%），价格敏感型（31%）和品质保障型（28%）并重。

### 启示

#### ✓ 提升产品口感与性价比

优化产品配方，确保口感优良，同时控制成本，提供高性价比产品，满足消费者核心需求。

#### ✓ 强化品牌文化连接

结合传统节日文化，推出主题产品，增强品牌情感价值，同时开发便捷产品满足现代生活节奏需求。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性下沉市场，以口感和性价比为核心



## 1、产品端

- ✓ 开发中低价位传统口味产品
- ✓ 推出真空包装和便捷规格



## 2、营销端

- ✓ 强化微信朋友圈和短视频平台营销
- ✓ 利用美食博主和真实用户分享



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升体验
- ✓ 加强智能客服和支付便捷性

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** 年糕糍粑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年糕糍粑品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对年糕糍粑的购买行为;
- 年糕糍粑市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

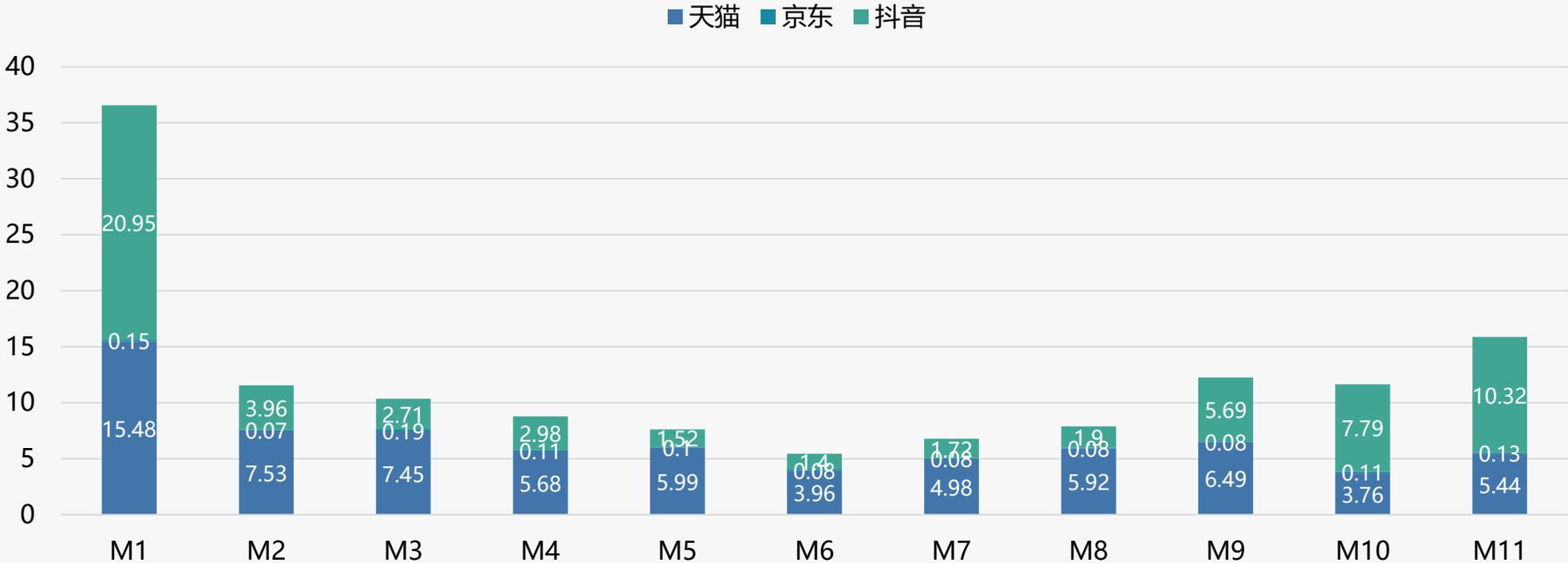
Research Method

- **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, 计算年糕糍粑品类销售额、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、不同平台年糕糍粑品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 抖音主导年糕市场 季节性波动明显 内容电商增长强劲

- ◆从平台竞争格局看，抖音以约4.03亿元总销售额成为年糕糍粑品类线上主导渠道，占比超60%；天猫以约6.78亿元居次，京东仅0.11亿元边缘化。抖音在M1、M9-M11均实现单月破亿峰值，显示其通过内容电商模式成功激活季节性消费需求，而传统货架电商增长乏力。
- ◆从销售季节性分析，品类呈现“年初爆发、年中低迷、年末反弹”的波动特征。M1因春节备货达全年峰值3.64亿元，M5-M8进入淡季，M9后随中秋、双十一等节点回升至2.5亿元以上。从渠道增长动能看，抖音同比增长393%，显著高于天猫的-65%和京东的-13%。建议品牌方调整渠道预算分配，在抖音深化达人矩阵运营，同时在天猫侧重会员复购提升客单价。

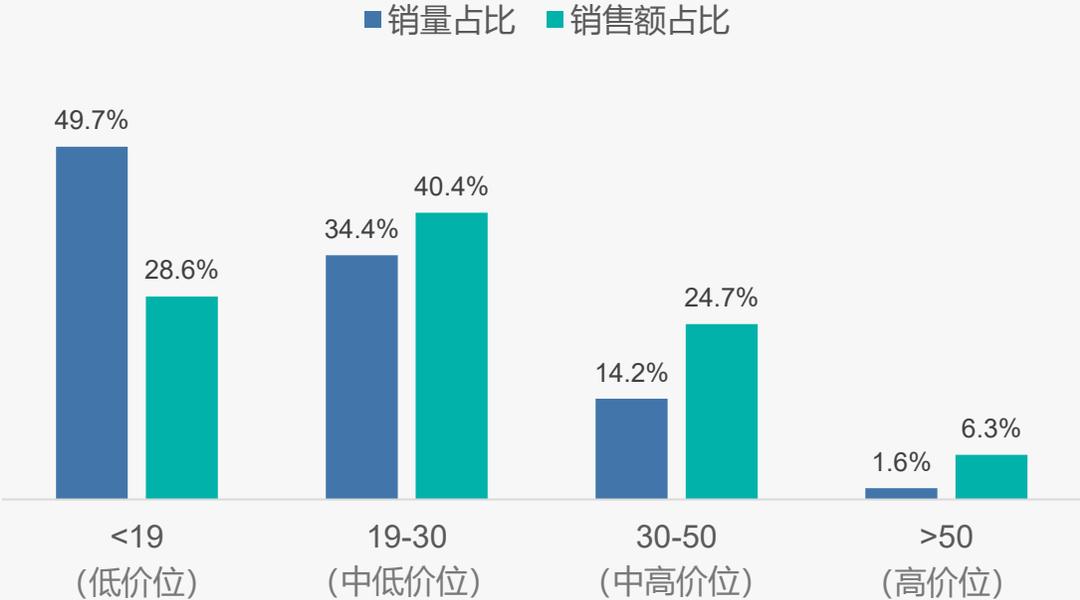
2025年1月~11月年糕糍粑品类线上销售规模（百万元）



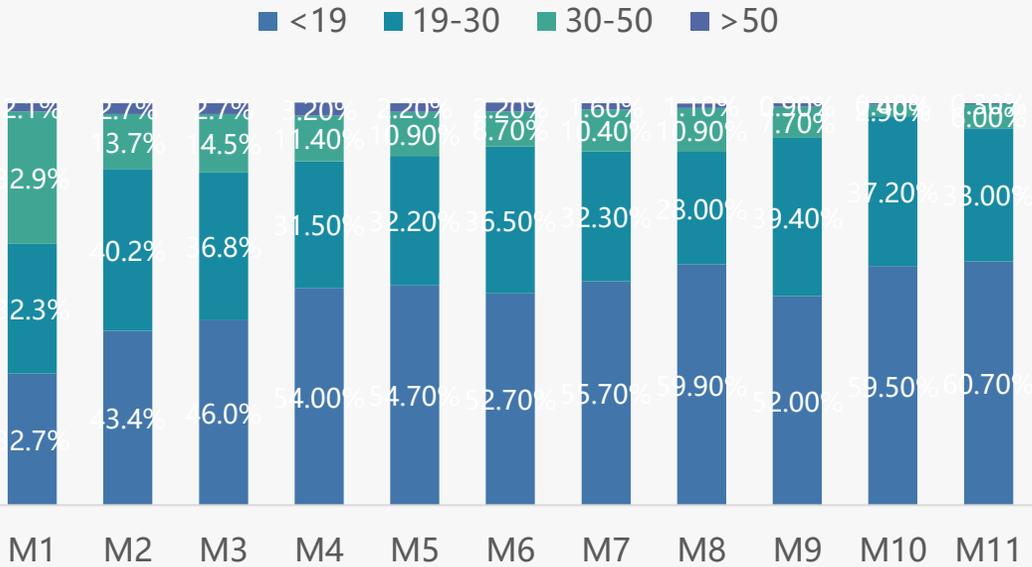
# 年糕低价化趋势 中端核心利润 高端溢价显著

- ◆从价格区间销售趋势看，19-30元价格带贡献40.4%销售额，为品类核心利润区，显示消费者偏好中端产品。低于19元区间销量占比49.7%但销售额仅28.6%，表明低价产品销量高但利润贡献有限。高于50元区间虽销量占比仅1.6%，但销售额占比6.3%，显示高端产品具有较高溢价能力。
- ◆月度销量分布显示，低于19元区间占比从M1的32.7%持续上升至M11的60.7%，呈现明显低价化趋势。19-30元区间占比相对稳定，维持在28%-40%之间。30-50元区间占比从M1的32.9%大幅下降至M11的6.0%，显示中高端产品需求萎缩。

2025年1月~11月年糕糍粑线上不同价格区间销售趋势



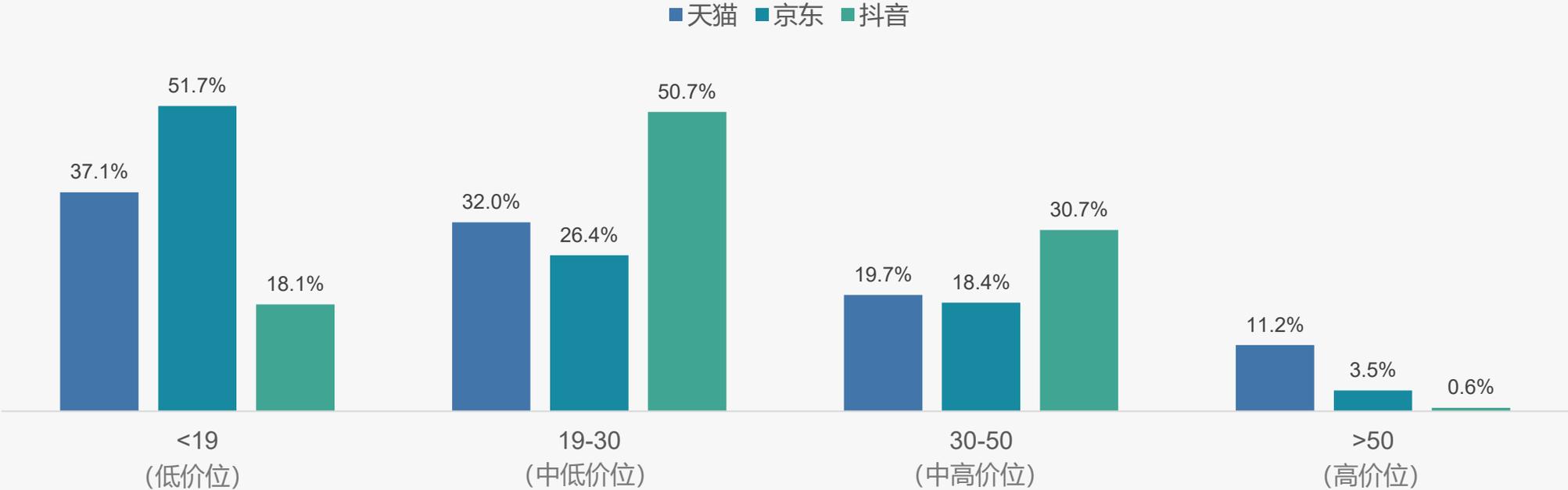
年糕糍粑线上价格区间-销量分布



# 年糕糍粑价格分布差异显著 中低端主导市场

- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化定位。天猫平台价格分布相对均衡，<19元区间占比37.1%，19-30元区间32.0%，显示大众消费为主；京东平台低价策略明显，<19元区间占比高达51.7%，符合其传统电商定位；抖音平台中端价格带突出，19-30元区间占比50.7%，反映其内容电商属性下品质消费趋势。
- ◆分析各平台高端市场渗透率，>50元区间占比差异显著：天猫11.2%，京东3.5%，抖音仅0.6%。天猫高端产品接受度最高，可能受益于品牌旗舰店聚集效应；京东高端占比偏低，与其低价策略相呼应；抖音高端市场几乎空白，建议加强高附加值产品营销以提升客单价。综合计算各平台主流价格带（<50元）占比：天猫88.8%，京东96.5%，抖音99.4%，显示年糕糍粑品类仍以中低端市场为主，抖音尤其明显。

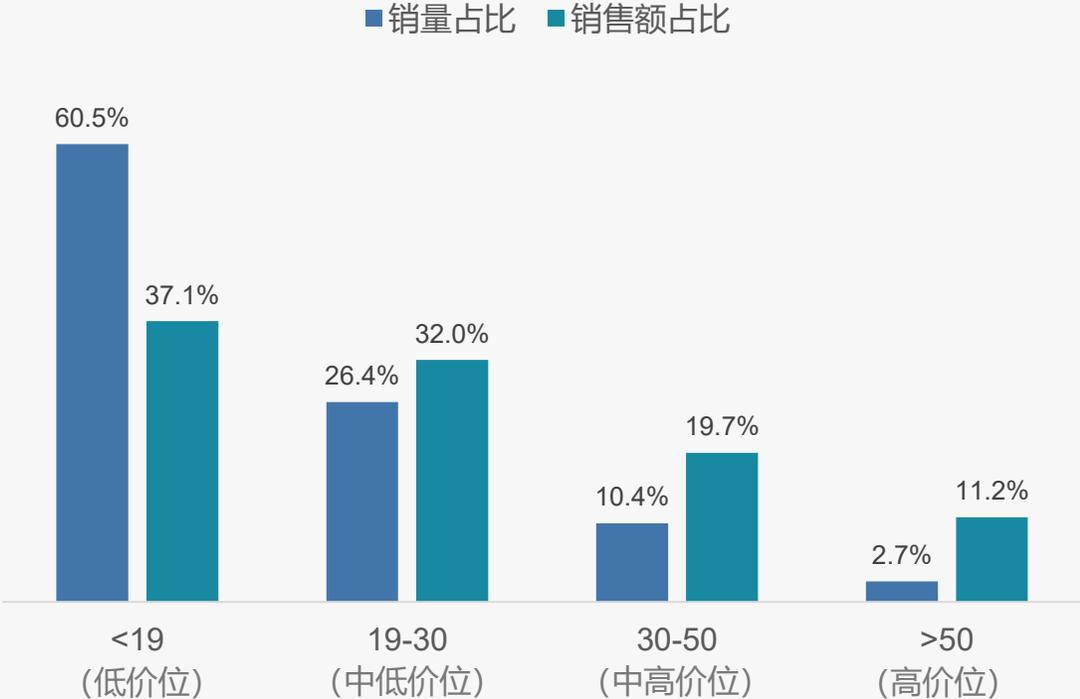
2025年1月~11月各平台年糕糍粑不同价格区间销售趋势



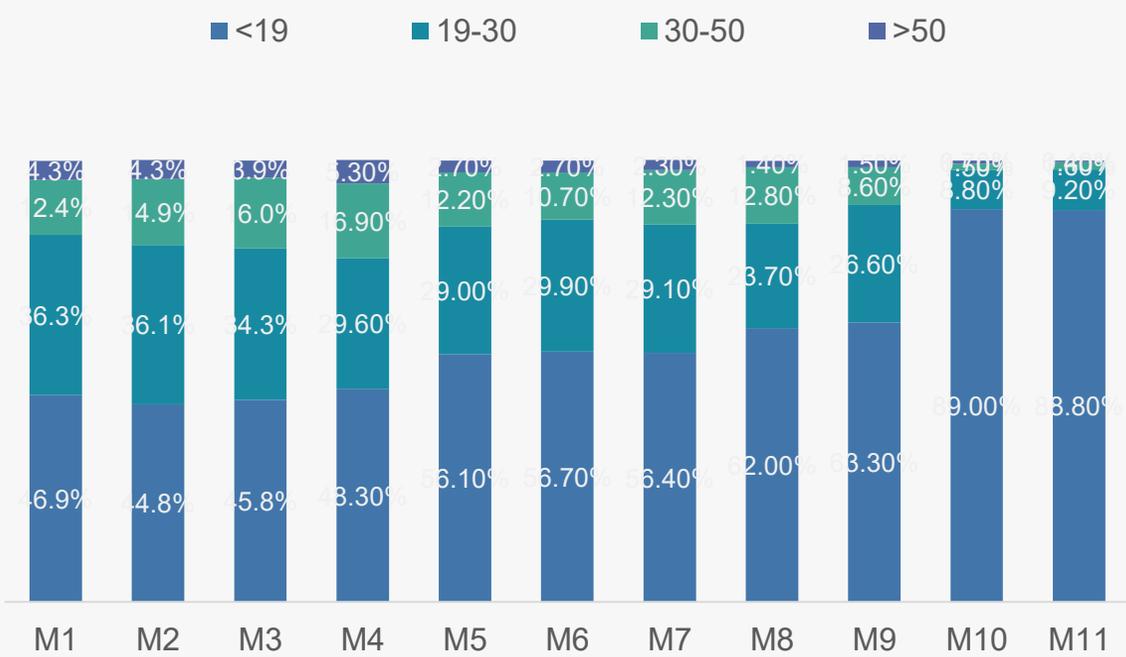
# 年糕糍粑低价驱动 高端提利 季节波动显著

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台年糕糍粑品类呈现明显的低价驱动特征。<19元价格带销量占比60.5%但销售额占比仅37.1%，显示该区间产品单价较低；而>50元高端产品销量占比2.7%却贡献11.2%销售额，表明高端产品具有更高的客单价和利润空间。M1-M9期间各价格区间相对稳定，但M10-M11出现剧烈变化：<19元价格带销量占比从M9的63.3%飙升至M10的89.0%。
- ◆19-30元区间虽销量占比26.4%但销售额占比32.0%，单位产品价值较高；30-50元区间销量占比10.4%贡献19.7%销售额，产品溢价能力最强。建议优化产品结构，适当提高19-50元中端产品比重，这既能维持销量规模又能有效提升整体营收质量。

2025年1月~11月天猫平台年糕糍粑不同价格区间销售趋势



天猫平台年糕糍粑价格区间-销量分布

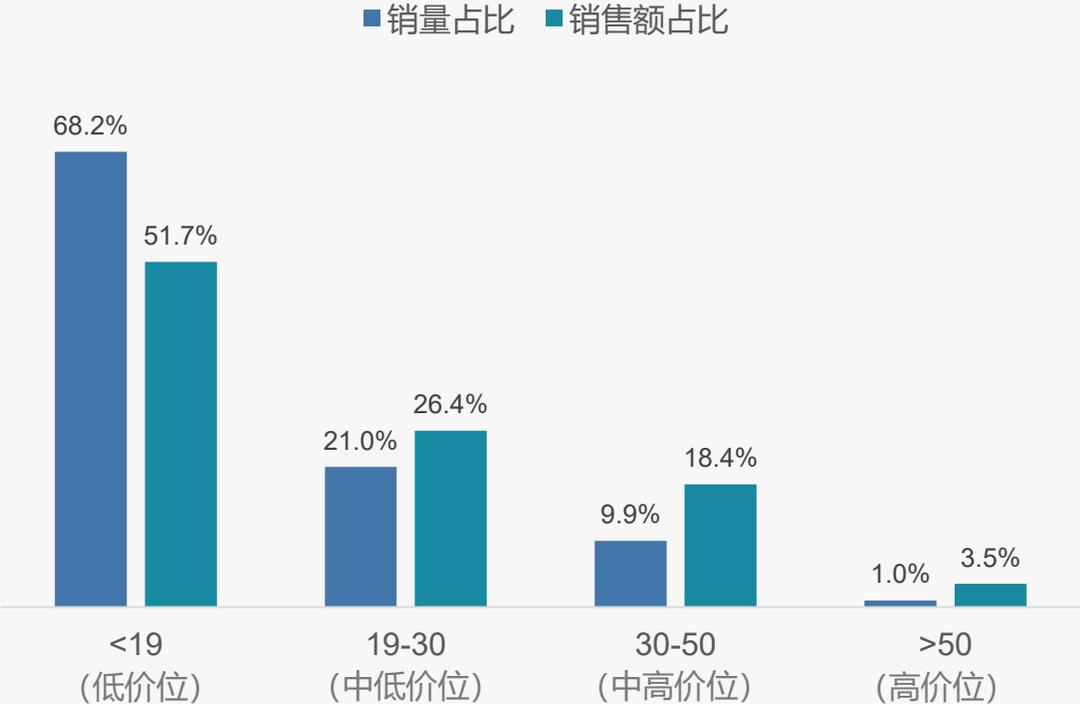


# 年糕糍粑低价主导 中端利润关键 季节波动明显

- ◆从价格区间结构分析，京东平台年糕糍粑品类呈现明显的低价主导特征。19元以下区间贡献了68.2%的销量和51.7%的销售额，显示消费者偏好高性价比产品。从月度销售趋势分析，品类存在明显的季节性波动。M6月出现异常结构，19元以下区间销量占比骤降至41.7%，而19-30元区间飙升至54.1%，可能受端午节等节日消费升级影响。
- ◆从品类健康度分析，价格带分布呈现金字塔结构但存在优化空间。19元以下区间销量占比68.2%而销售额占比51.7%，显示该区间产品均价偏低，可能影响整体毛利率。建议通过产品创新和品牌升级，逐步提升中高端产品占比，优化品类盈利结构，增强抗风险能力。

2025年1月~11月京东平台年糕糍粑不同价格区间销售趋势

京东平台年糕糍粑价格区间-销量分布

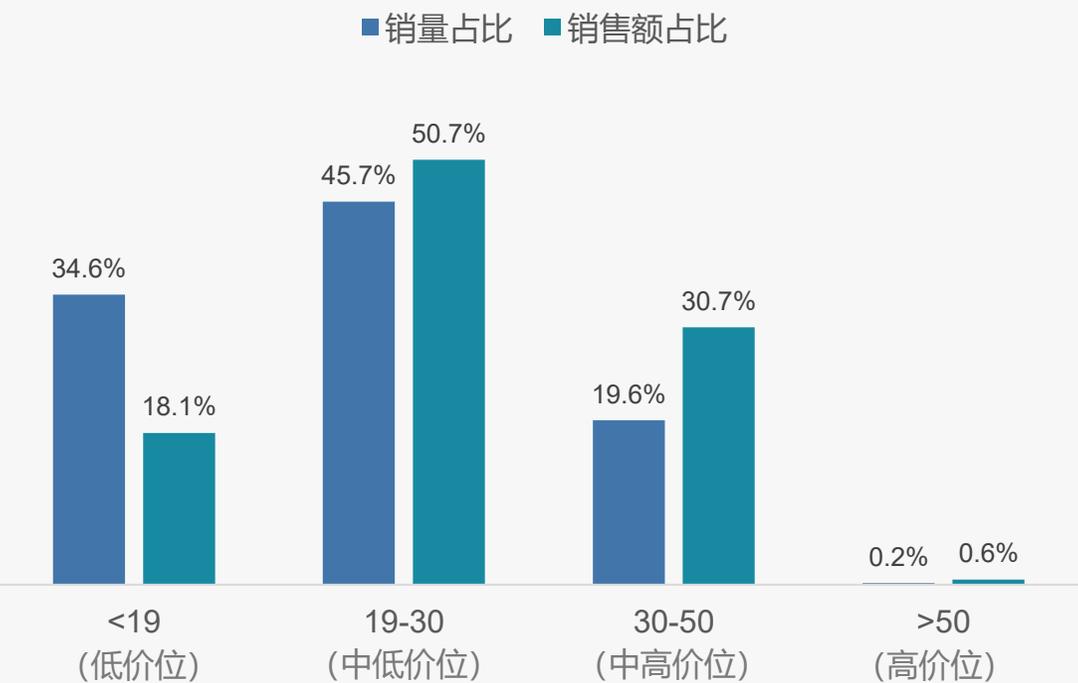


# 年糕糍粑中端主导 季节波动 结构优化

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台年糕糍粑品类呈现明显的消费升级特征。19-30元价格带贡献了50.7%的销售额，成为核心利润区间；30-50元价格带销售额占比30.7%，显示高端市场潜力。而<19元价格带虽销量占比34.6%，但销售额仅占18.1%，表明低价产品利润贡献有限。建议企业优化产品结构，重点布局19-50元中高端市场以提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示季节性波动明显。1月30-50元高端产品占比达50.6%，反映春节前消费升级趋势；2-8月<19元低价产品占比持续高位，表明日常消费以性价比为主；9-11月19-30元中端产品占比回升，显示下半年消费回暖。企业应制定差异化营销策略，上半年主推性价比产品，下半年重点推广中高端新品。

2025年1月~11月抖音平台年糕糍粑不同价格区间销售趋势

抖音平台年糕糍粑价格区间-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** 年糕糍粑消费行为、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年内购买过年糕糍粑的消费者;
- 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

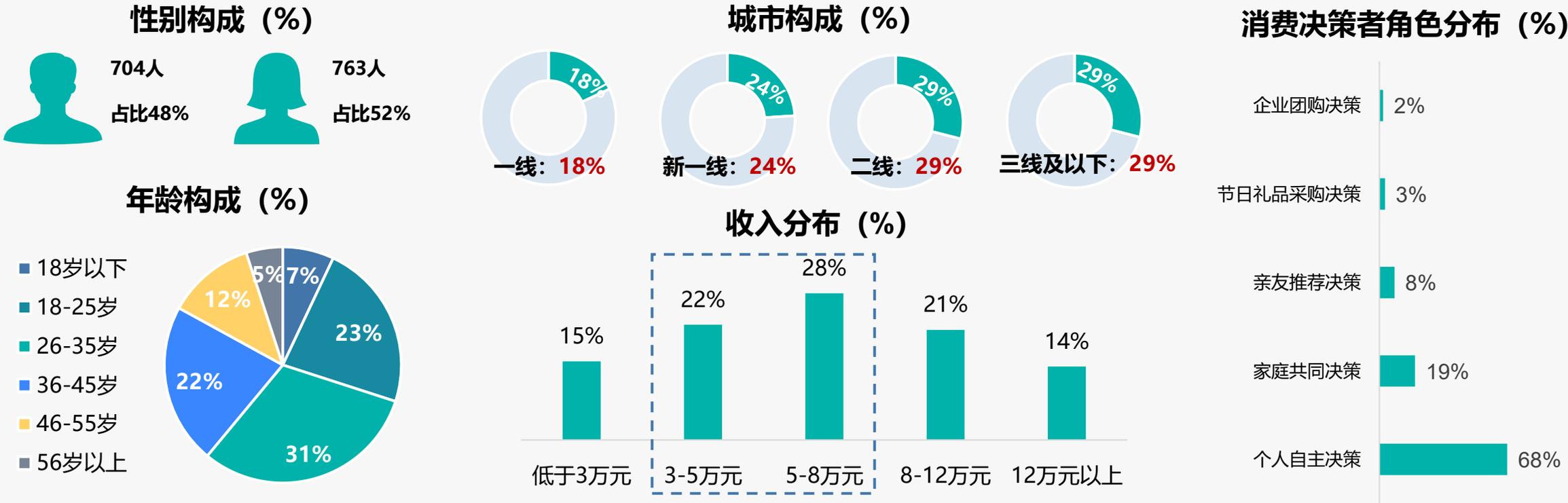
Research Method

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=1467

# 年轻女性主导年糕糍粑消费市场下沉

- ◆调研数据显示，年糕糍粑消费以26-35岁年轻群体为主，占比31%，女性占52%。城市分布中二线和三线及以下合计58%，市场下沉趋势明显。
- ◆消费决策以个人自主为主，占68%，收入以5-8万元群体主导，占28%。中低收入消费者是核心，反映产品个性化强，适合大众市场。

## 2025年中国年糕糍粑消费者画像

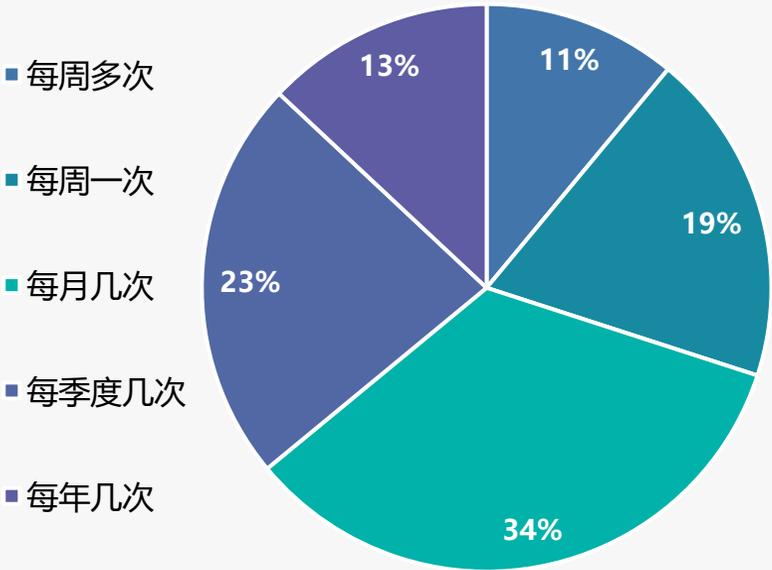


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

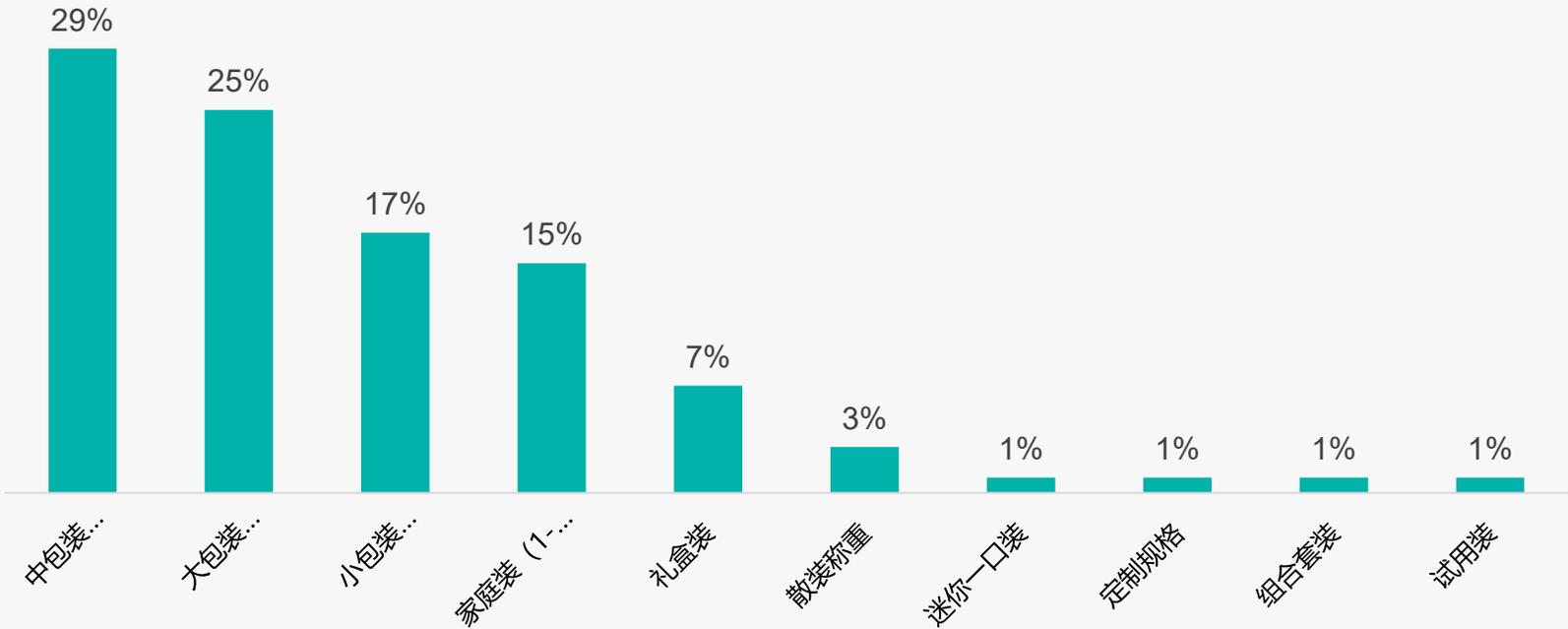
# 年糕糍粑消费定期为主 规格偏好中等大包装

- ◆消费频率分布：每月几次占比34%，每周一次和每周多次合计30%，显示消费者以定期购买为主，部分有高频习惯。
- ◆规格分布：中包装29%和大包装25%合计54%，偏好中等至大规格；礼盒装仅7%，礼品市场潜力有限。

## 2025年中国年糕糍粑消费频率分布



## 2025年中国年糕糍粑消费产品规格分布

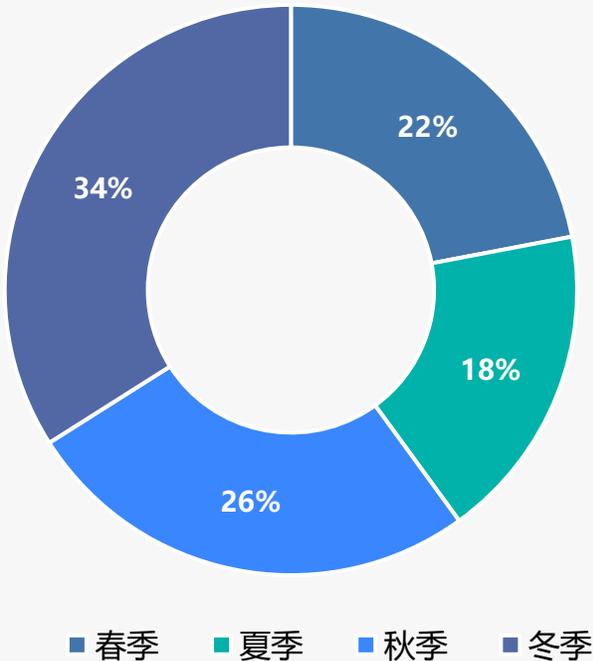


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

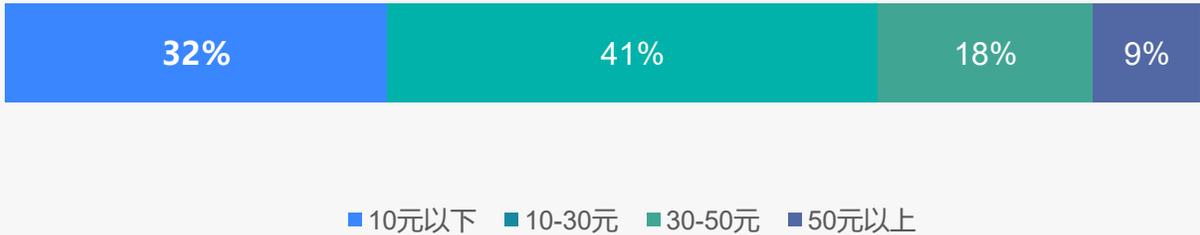
# 中等价位主导 冬季消费高峰 真空包装受欢迎

- ◆ 单次消费以10-30元为主占41%，10元以下占32%，显示中等价位主导但低价需求显著。消费季节冬季最高占34%，秋季次之占26%，反映季节性影响。
- ◆ 包装类型真空包装最受欢迎占38%，简易塑料袋占25%，表明消费者偏好便利保鲜。数据揭示消费行为集中在中等支出和特定季节。

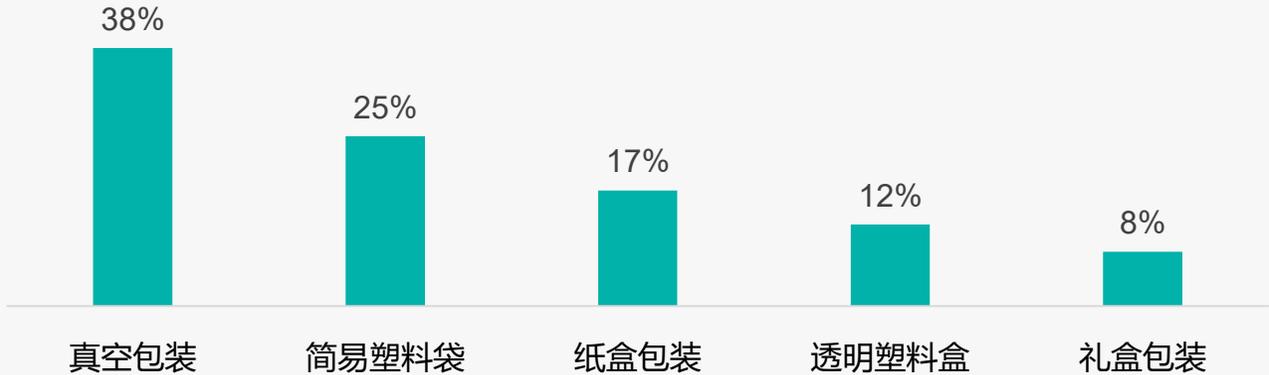
## 2025年中国年糕糍粑消费行为季节分布



## 2025年中国年糕糍粑单次消费支出分布



## 2025年中国年糕糍粑消费品包装类型分布

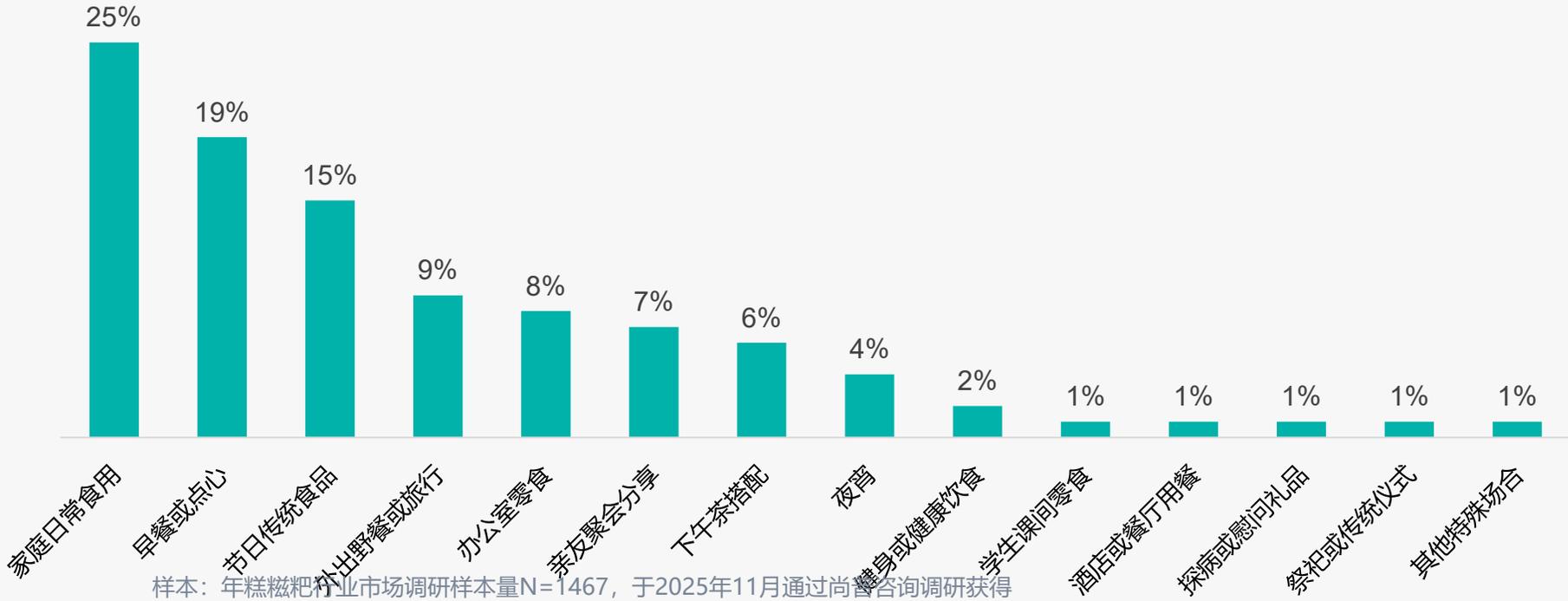


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

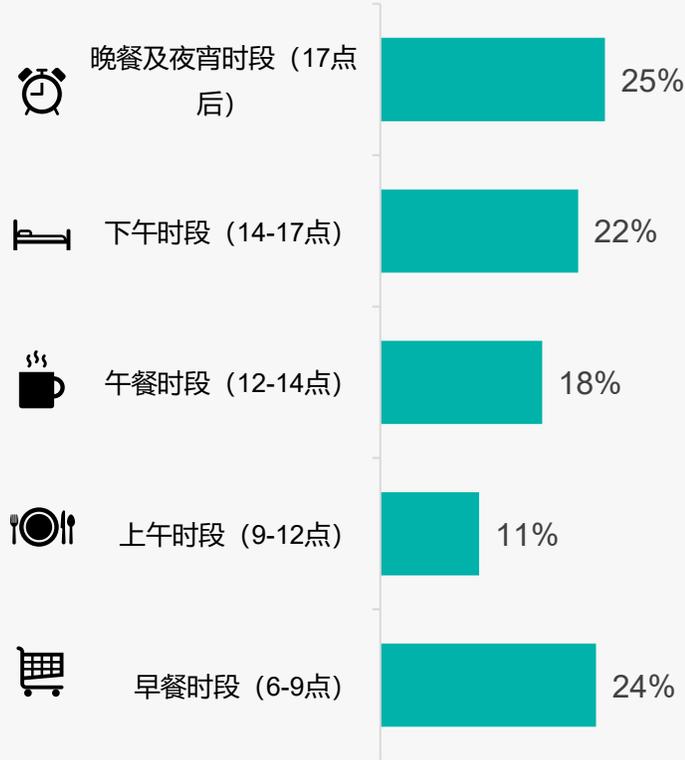
# 年糕糍粑消费场景时段分布分析

- ◆消费场景数据显示，家庭日常食用占25%，早餐或点心占19%，节日传统食品占15%，表明年糕糍粑在日常饮食和文化传统中均扮演重要角色。
- ◆消费时段分析显示，早餐时段占24%，晚餐及夜宵时段占25%，下午时段占22%，说明年糕糍粑在全天多个时段均有较高消费频率。

## 2025年中国年糕糍粑消费场景分布



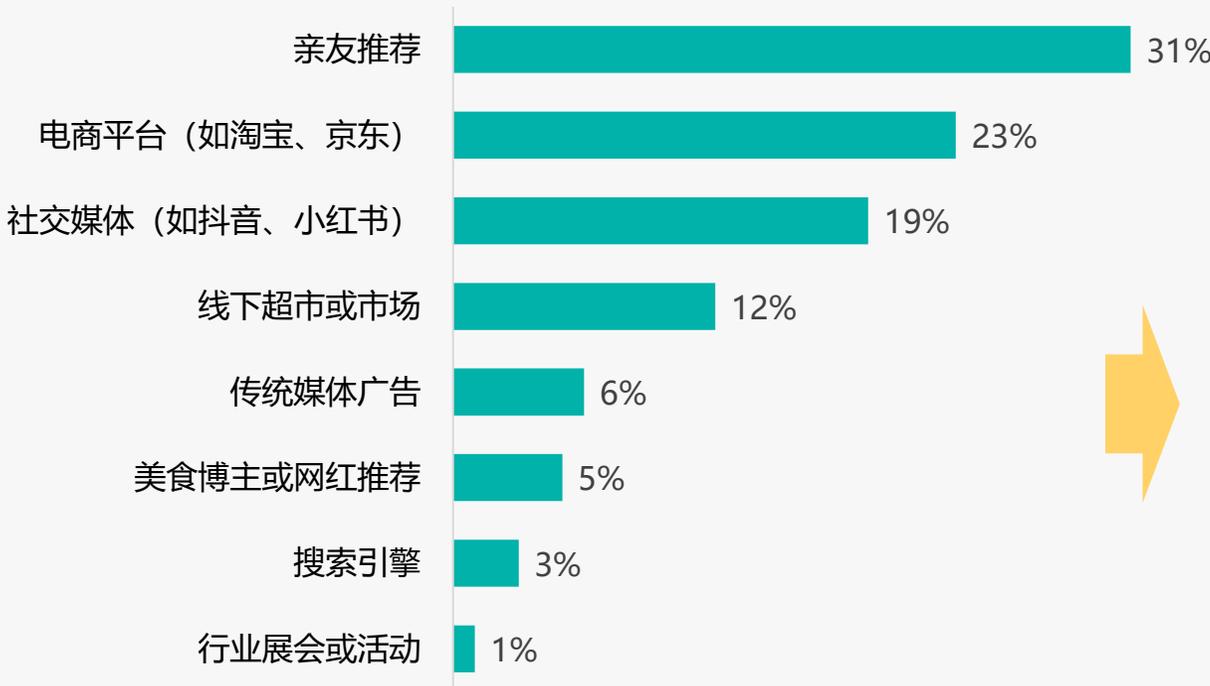
## 2025年中国年糕糍粑消费时段分布



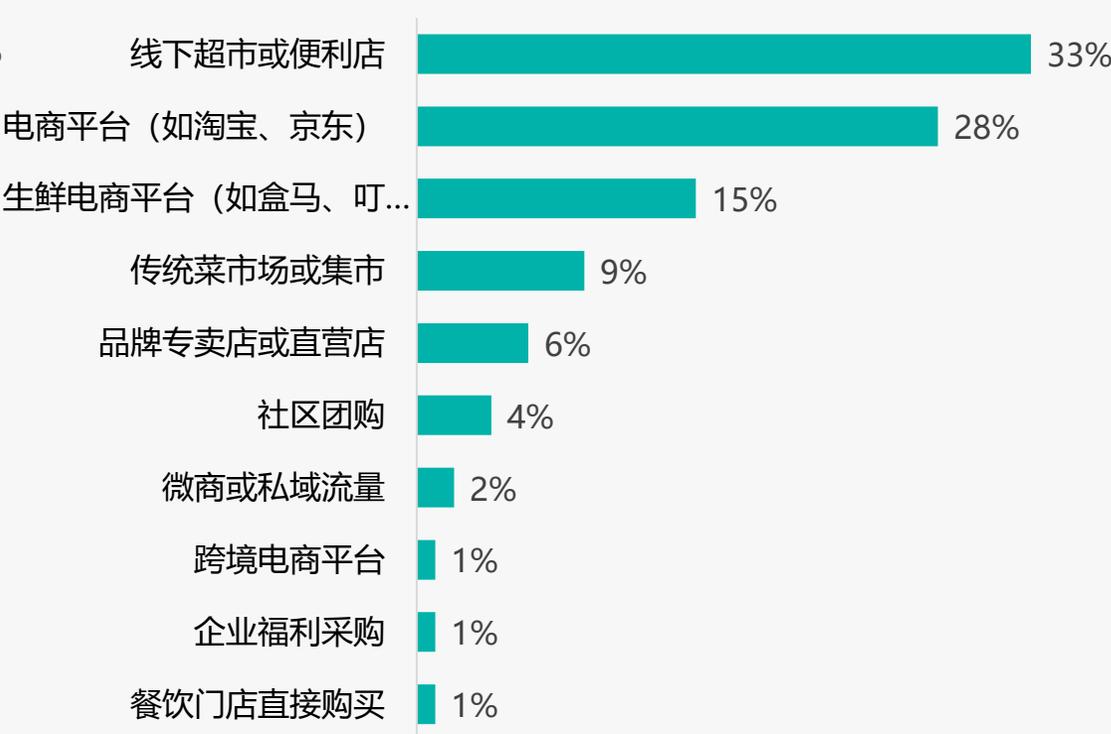
# 年糕糍粑消费口碑线上主导线下购买为主

- ◆消费者了解年糕糍粑主要通过亲友推荐（31%）、电商平台（23%）和社交媒体（19%），显示口碑和线上渠道对产品认知影响大。
- ◆购买渠道以线下超市（33%）和电商平台（28%）为主，电商平台在了解与购买中均重要，但社交媒体转化较低。

## 2025年中国年糕糍粑产品了解渠道分布



## 2025年中国年糕糍粑产品购买渠道分布

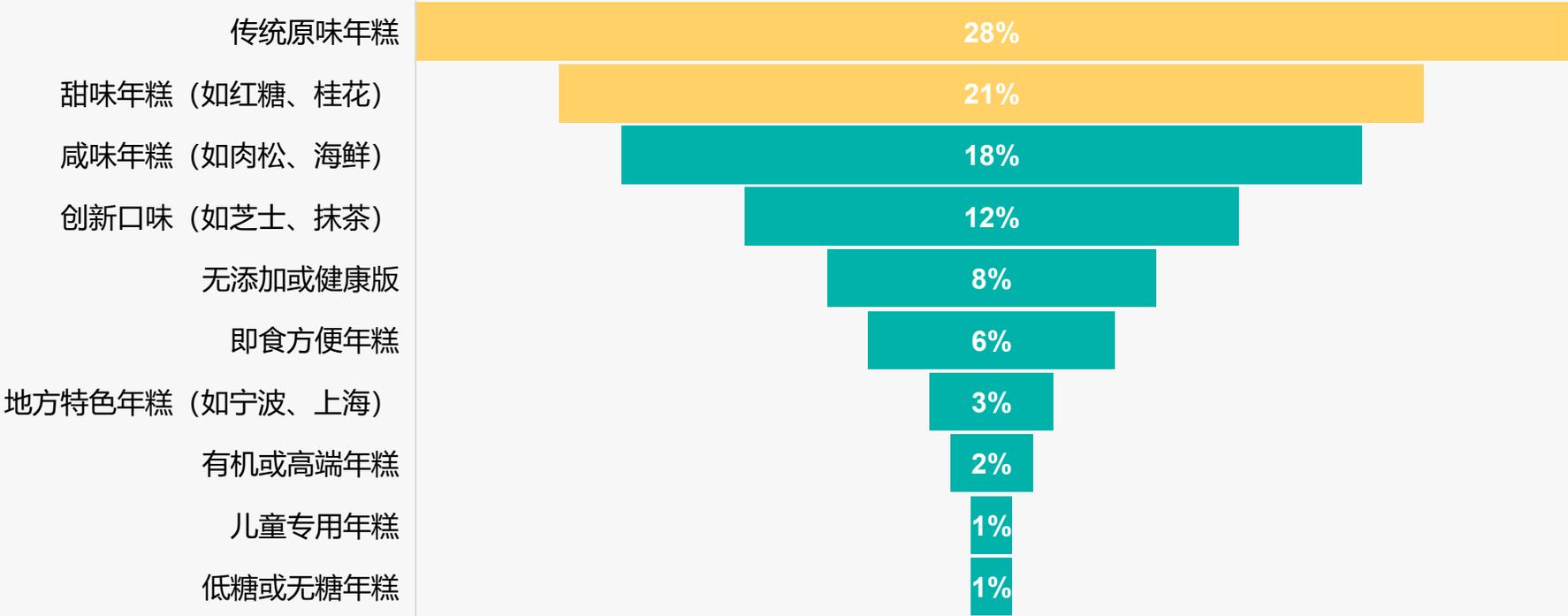


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 传统口味主导年糕市场创新需求待提升

- ◆传统原味年糕以28%的偏好率主导市场，甜味和咸味年糕分别占21%和18%，显示口味多样化但传统口味仍为核心。
- ◆创新口味占12%，健康、便捷和高端细分市场占比低，表明市场对新趋势接受度有限，需求以基础口味为主。

## 2025年中国年糕糍粑产品偏好类型分布

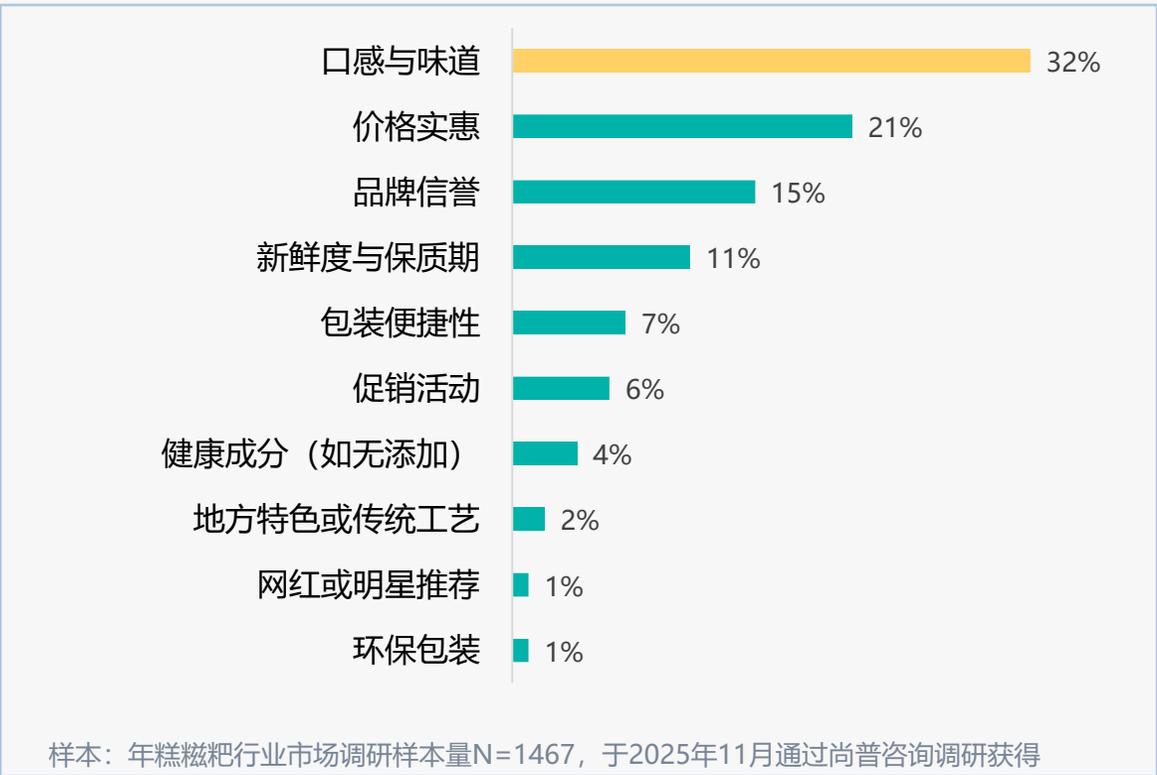


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

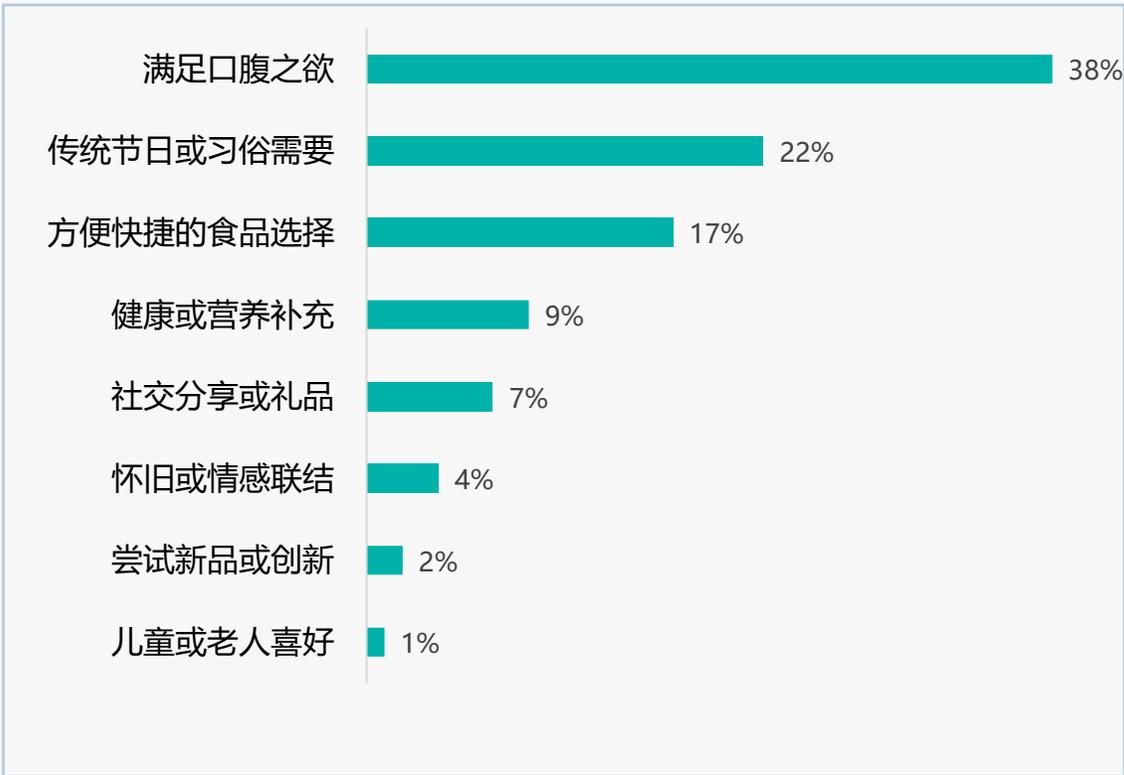
# 口感价格主导消费 传统便捷驱动需求

- ◆口感与味道 (32%) 和价格实惠 (21%) 是吸引消费的关键因素, 品牌信誉 (15%) 次之, 显示消费者注重感官体验和性价比, 品牌影响力有限。
- ◆消费原因中满足口腹之欲 (38%) 占主导, 传统节日或习俗需要 (22%) 和方便快捷 (17%) 紧随, 健康因素 (9%) 驱动较弱。

## 2025年中国年糕糍粑吸引消费关键因素分布



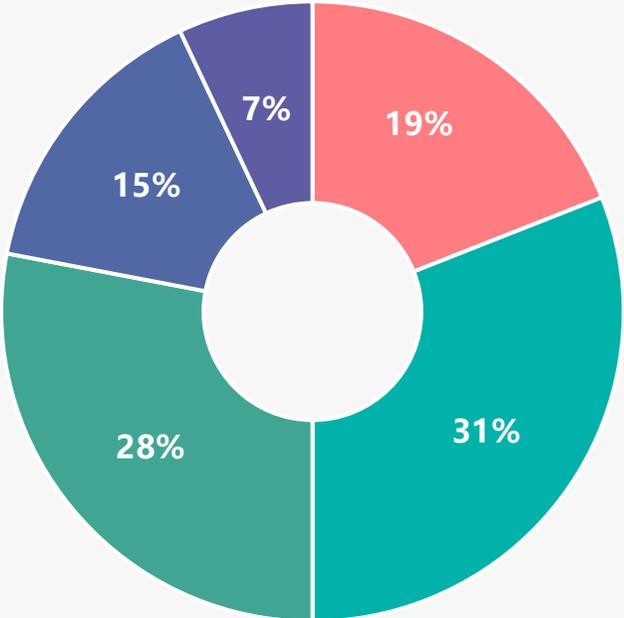
## 2025年中国年糕糍粑消费真实原因分布



# 口感价格品牌影响推荐意愿

- ◆调查显示，50%的消费者愿意推荐年糕糍粑，但不愿推荐的原因中，产品口感一般占27%，价格偏高占21%，品牌知名度低占16%。
- ◆分析指出，口感、价格和品牌是影响推荐的关键因素，建议企业优化产品、调整定价并加强品牌建设，以提升口碑传播效果。

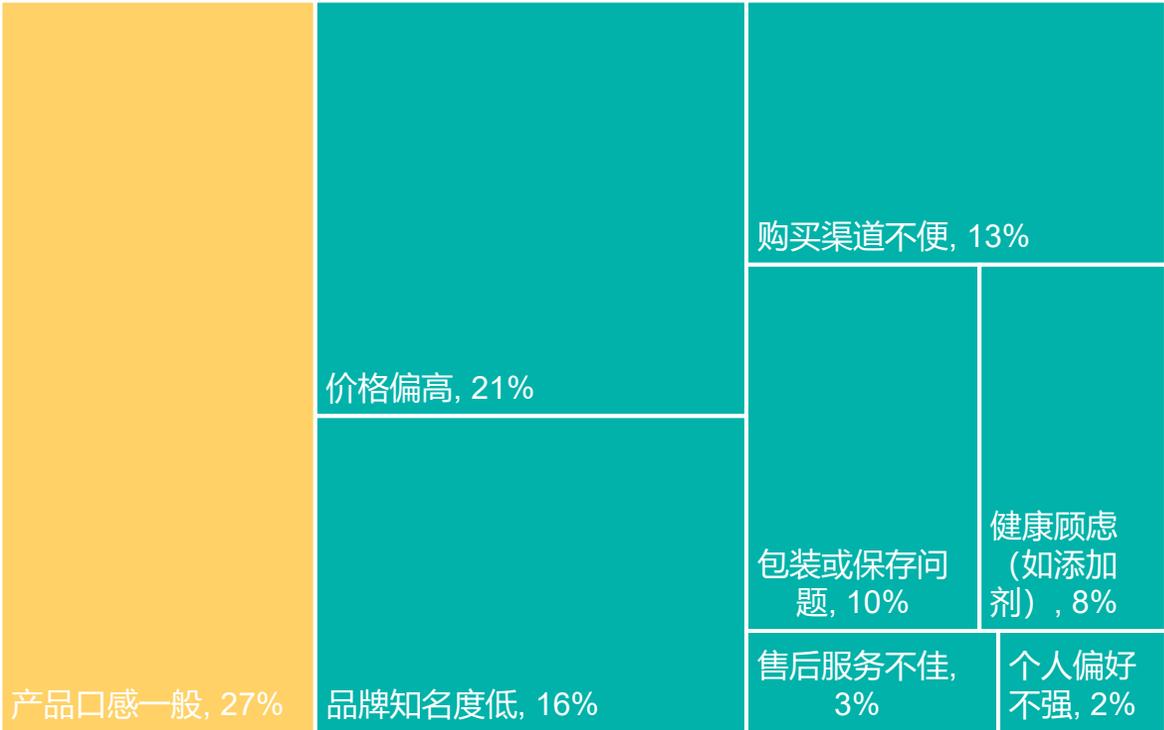
### 2025年中国年糕糍粑推荐意愿分布



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：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

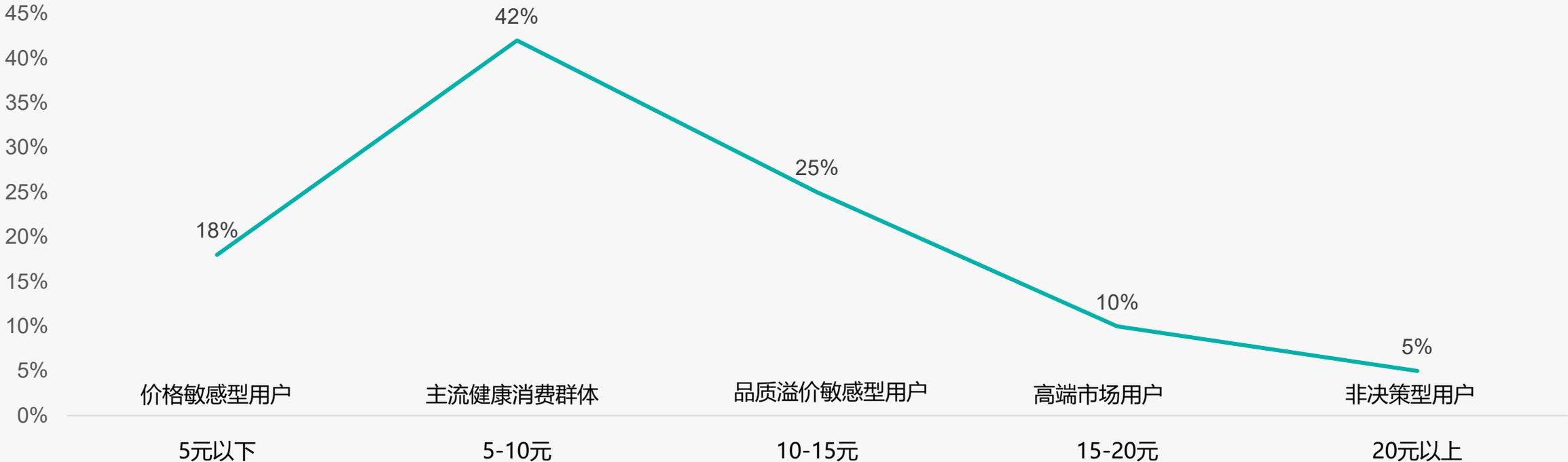
### 2025年中国年糕糍粑不愿推荐原因分布



# 年糕糍粑消费聚焦5至15元区间

- ◆调研数据显示，年糕糍粑消费中5-10元价格接受度最高，占比42%，10-15元占25%，显示中等价位产品最受市场欢迎。
- ◆分析指出，消费者价格敏感度高，5元以下和15-20元区间需求较小，建议企业聚焦5-15元区间以优化产品策略。

## 2025年中国年糕糍粑主流规格价格接受度



样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以中包装（200-500g）规格年糕糍粑为标准核定价格区间

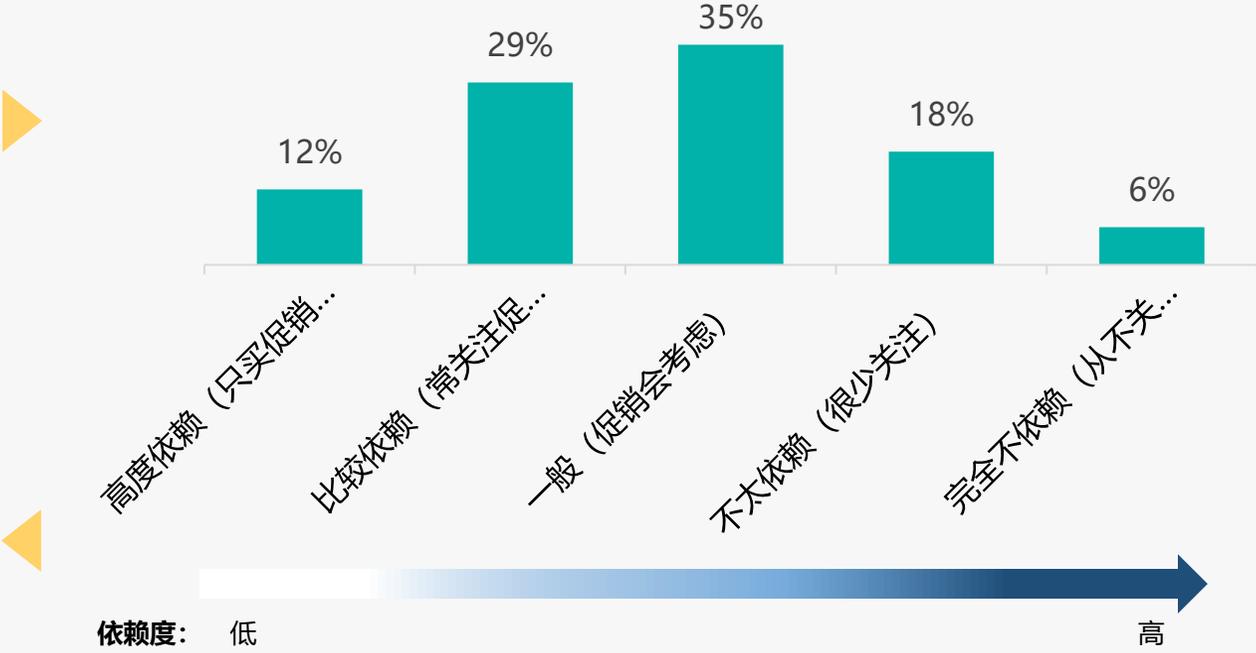
# 价格敏感促销依赖低消费稳定

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，38%减少频率，21%更换品牌，显示价格敏感但多数仍维持消费。
- ◆促销依赖度低：仅12%高度依赖，29%比较依赖，35%一般，表明消费者更注重产品而非促销活动。

### 2025年中国年糕糍粑价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国年糕糍粑促销活动依赖程度分布

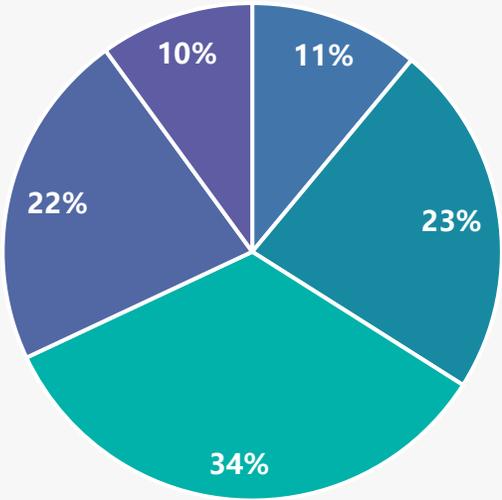


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 复购率波动大 新品口味驱动换牌

- ◆年糕糍粑行业复购率集中在50-70%，占比34%，高忠诚度用户仅11%，显示品牌忠诚度有提升空间，消费者偏好波动较大。
- ◆更换品牌主因是尝试新品或口味，占38%，价格因素占27%，反映消费者追求多样性和价格敏感，品牌需创新和优化定价。

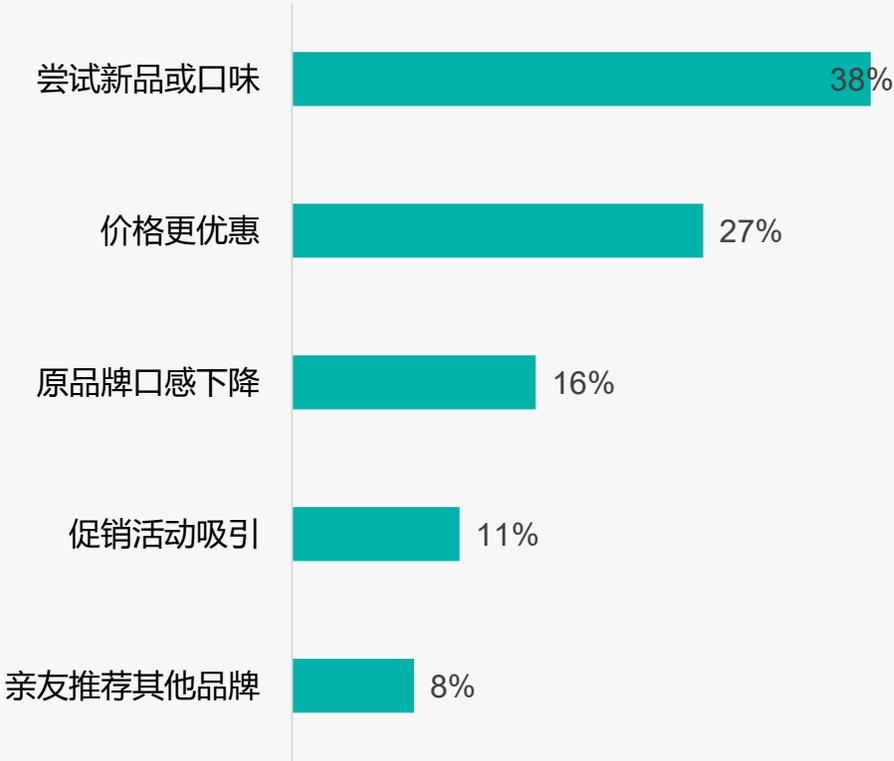
## 2025年中国年糕糍粑固定品牌复购率分布



- 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：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

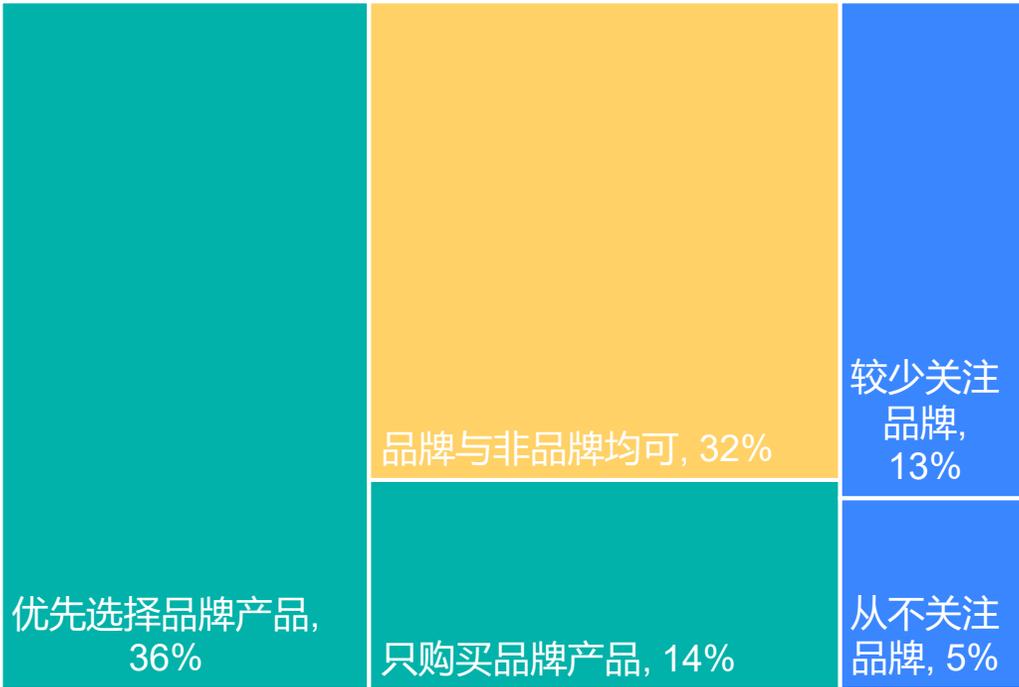
## 2025年中国年糕糍粑更换品牌原因分布



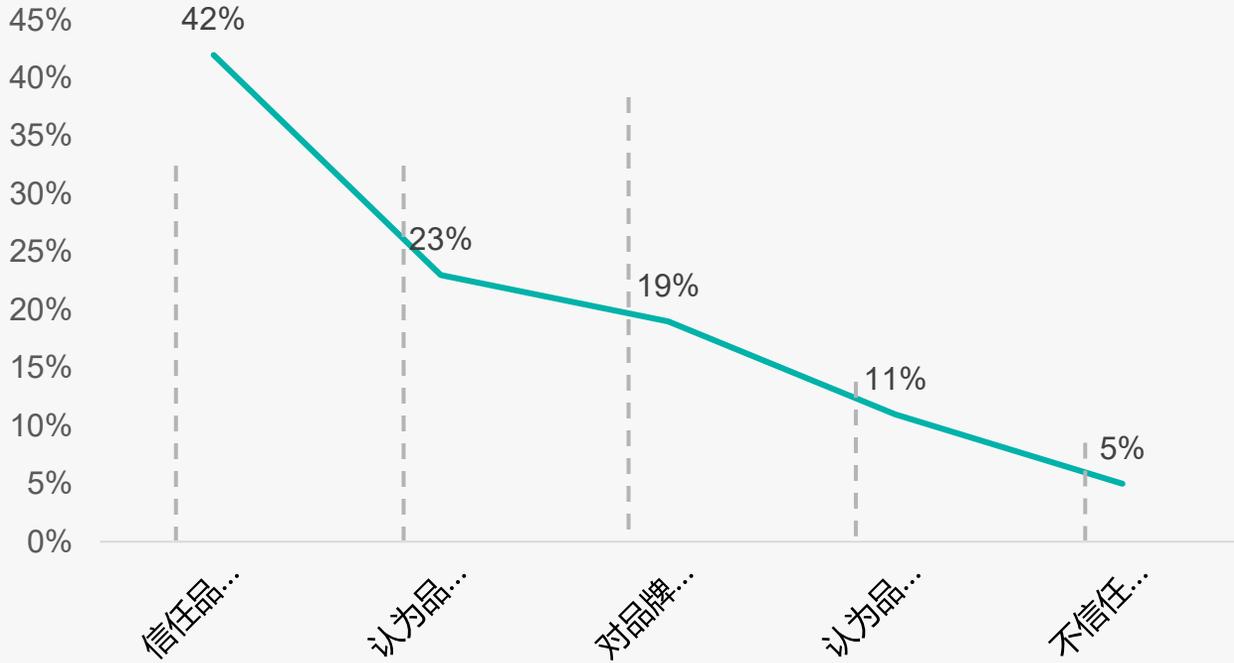
# 品牌开放度高 安全驱动消费

- ◆消费意愿调查显示，优先选择品牌产品的消费者占36%，品牌与非品牌均可的占32%，合计68%，表明多数消费者对品牌持开放态度。
- ◆态度分布中，信任品牌质量与安全的占42%，认为品牌溢价合理的占23%，反映消费者重视产品安全并愿意为品牌支付溢价。

## 2025年中国年糕糍粑品牌产品消费意愿分布



## 2025年中国年糕糍粑对品牌产品的态度分布

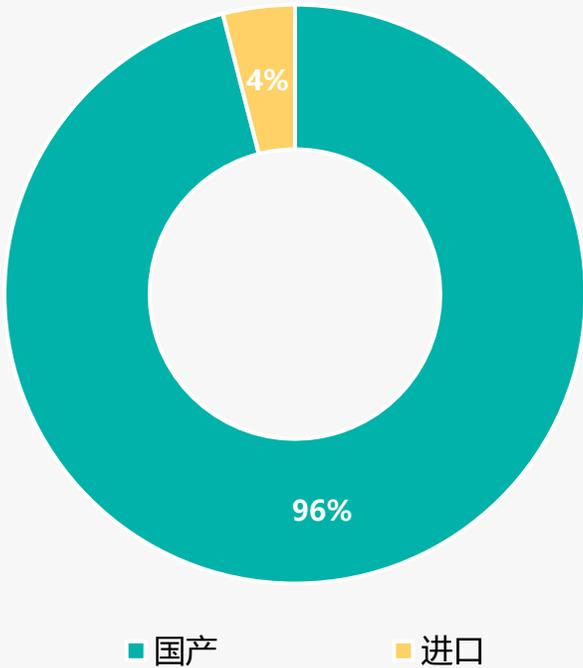


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

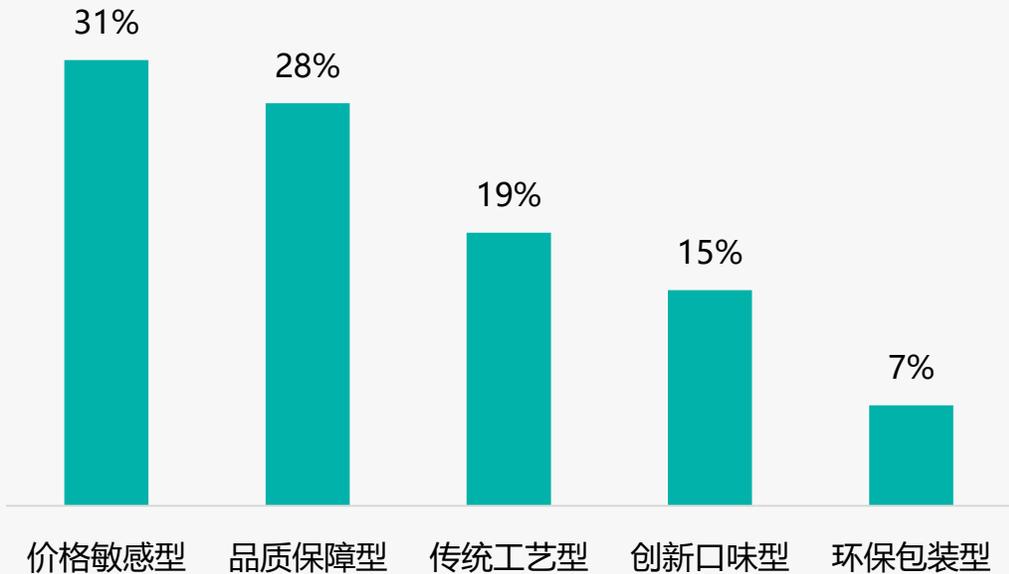
# 国产品牌主导消费 价格品质传统并重

- ◆年糕糍粑消费中，国产品牌占96%，进口品牌仅4%，显示消费者高度偏好本土产品，品牌忠诚度强。
- ◆品牌偏好中，价格敏感型占31%，品质保障型占28%，传统工艺型占19%，反映性价比与质量并重，传统需求主导。

## 2025年中国年糕糍粑国产与进口品牌消费分布



## 2025年中国年糕糍粑品牌偏好类型分布

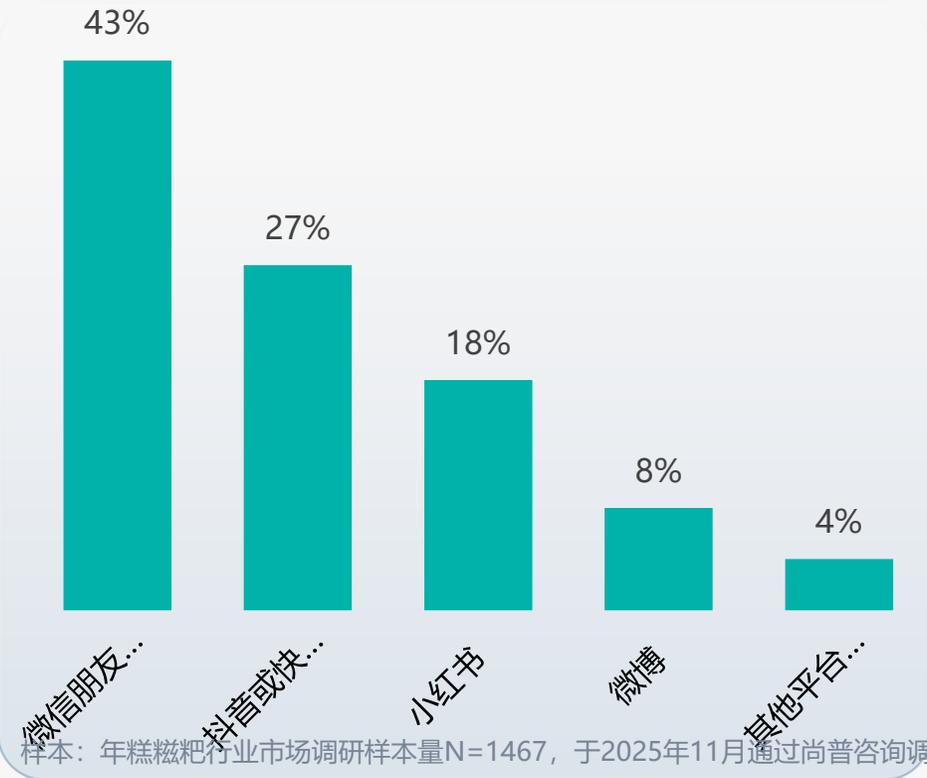


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

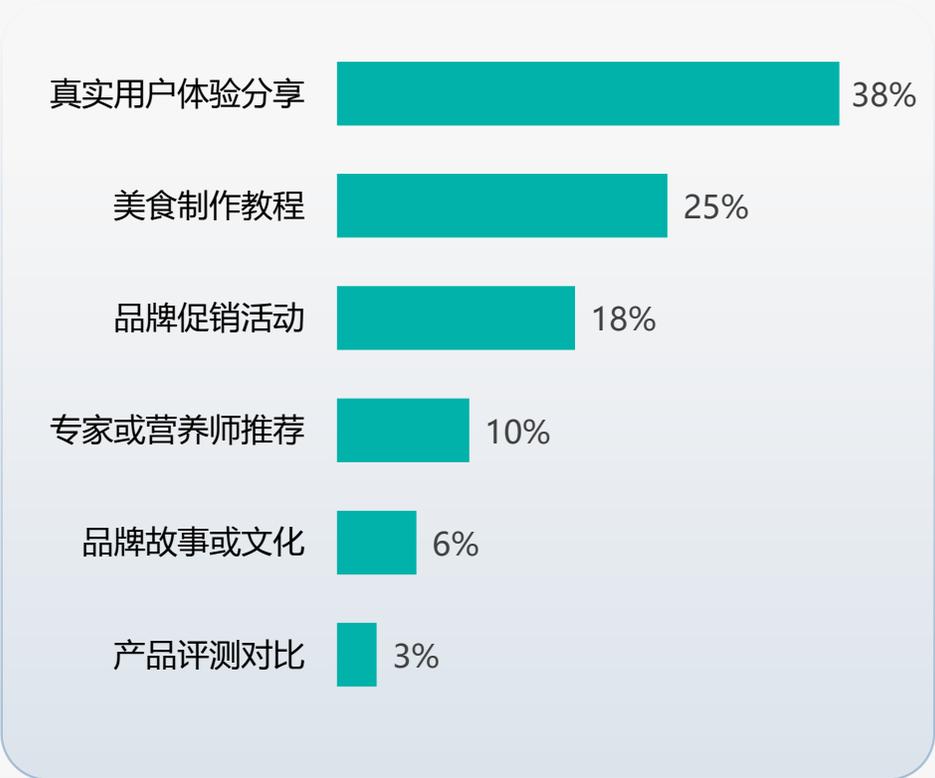
# 用户分享主导 真实体验驱动购买

- ◆ 社交分享渠道中，微信朋友圈占43%，抖音或快手占27%，显示消费者偏好熟人圈和短视频平台分享年糕糍粑内容，利于口碑传播和年轻群体触达。
- ◆ 内容类型中，真实用户体验分享占38%，美食制作教程占25%，表明消费者更信赖用户生成内容和DIY兴趣，驱动购买决策。

## 2025年中国年糕糍粑社交分享渠道分布



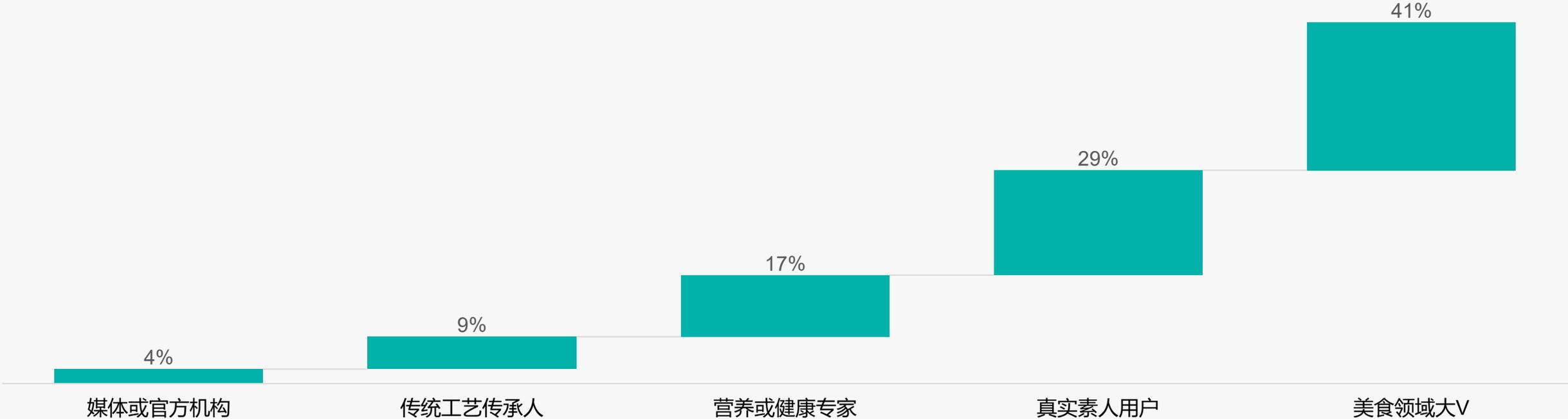
## 2025年中国年糕糍粑社交渠道内容类型分布



# 美食大V素人主导消费信任分布

- ◆调研显示，消费者在社交渠道最信任美食领域大V（41%）和真实素人用户（29%），专业与真实内容主导信任分布。
- ◆营养健康专家（17%）和传统工艺传承人（9%）占比较低，表明传统权威在当前消费场景中影响力有限。

## 2025年中国年糕糍粑社交渠道信任博主类型分布

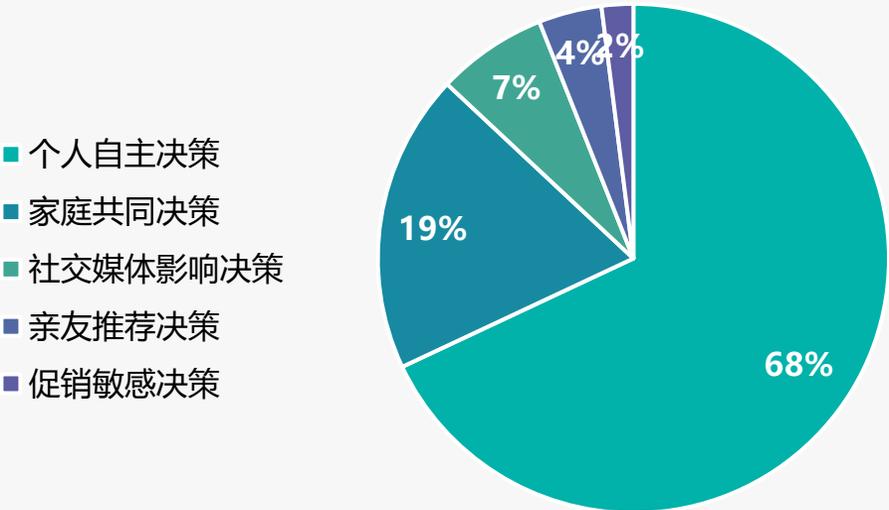


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

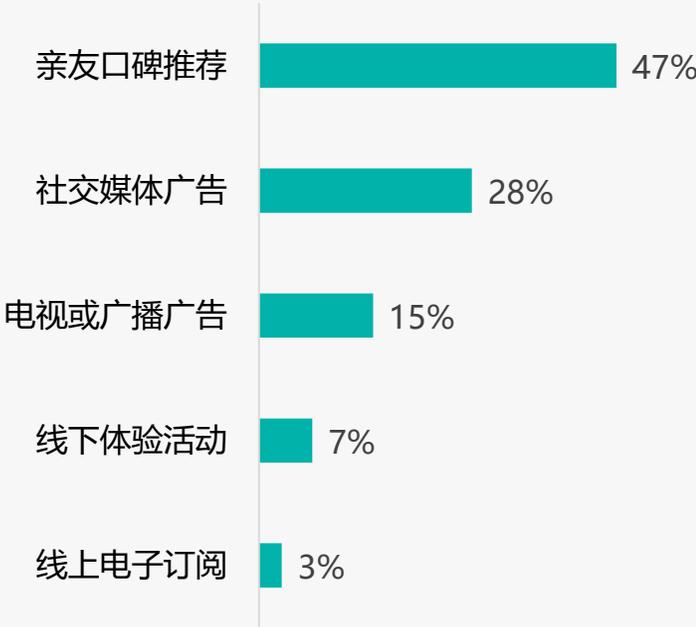
# 年糕糍粑消费依赖口碑社交媒体

- ◆亲友口碑推荐占比47%，社交媒体广告占28%，显示年糕糍粑消费高度依赖社交信任，线上平台影响力次之。
- ◆电视广告、线下活动和线上订阅占比偏低，分别为15%、7%和3%，建议广告投放聚焦高效渠道如口碑和社交媒体。

### 2025年中国年糕糍粑消费决策者类型分布



### 2025年中国年糕糍粑家庭广告偏好分布

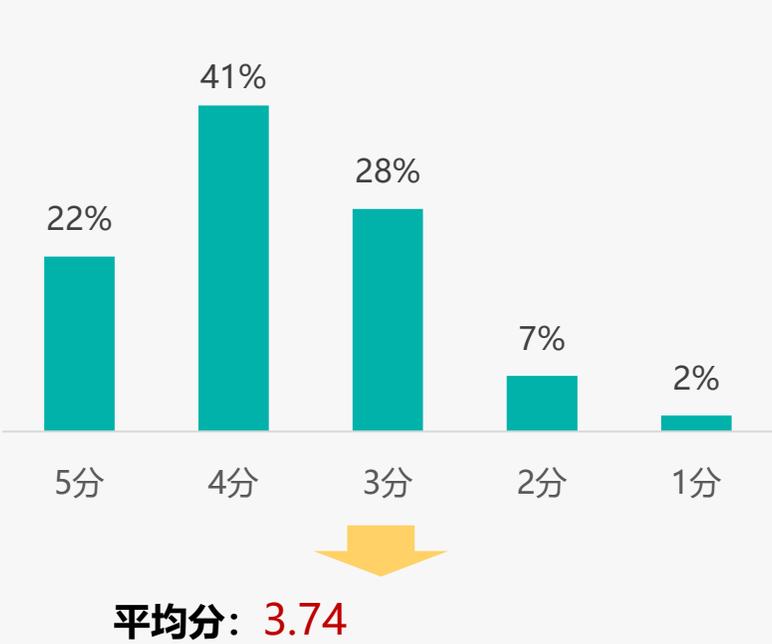


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

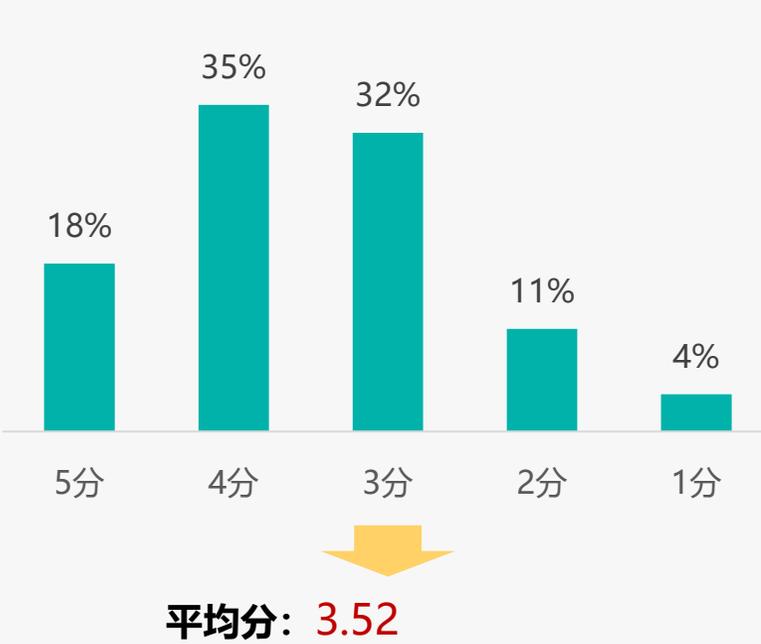
# 退货体验低 客服待提升

- ◆线上消费流程满意度较高，4分和5分合计63%，但退货体验满意度较低，4分和5分合计仅53%，退货环节需优先改进。
- ◆客服满意度中4分和5分合计58%，表现中等，但3分占比30%，客服能力有待提升，以优化整体消费体验。

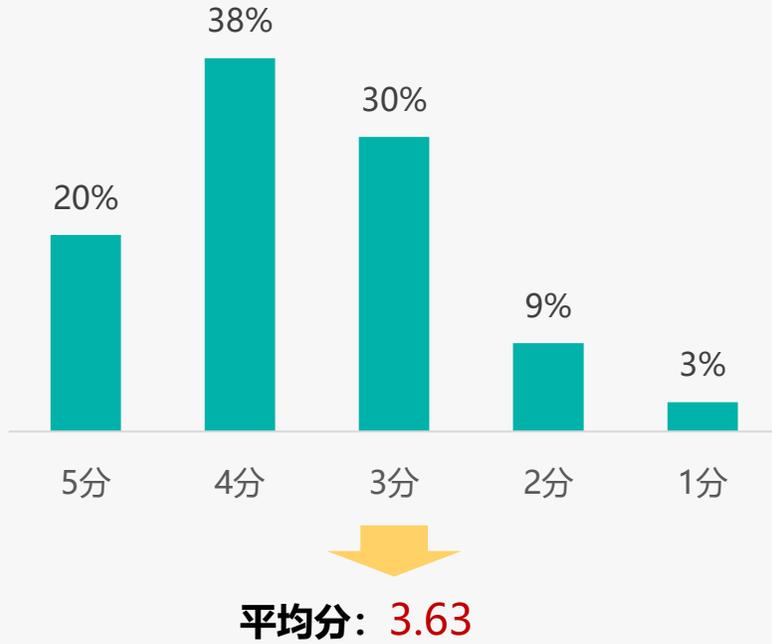
### 2025年中国年糕糍粑线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国年糕糍粑退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国年糕糍粑线上消费客服满意度分布（满分5分）

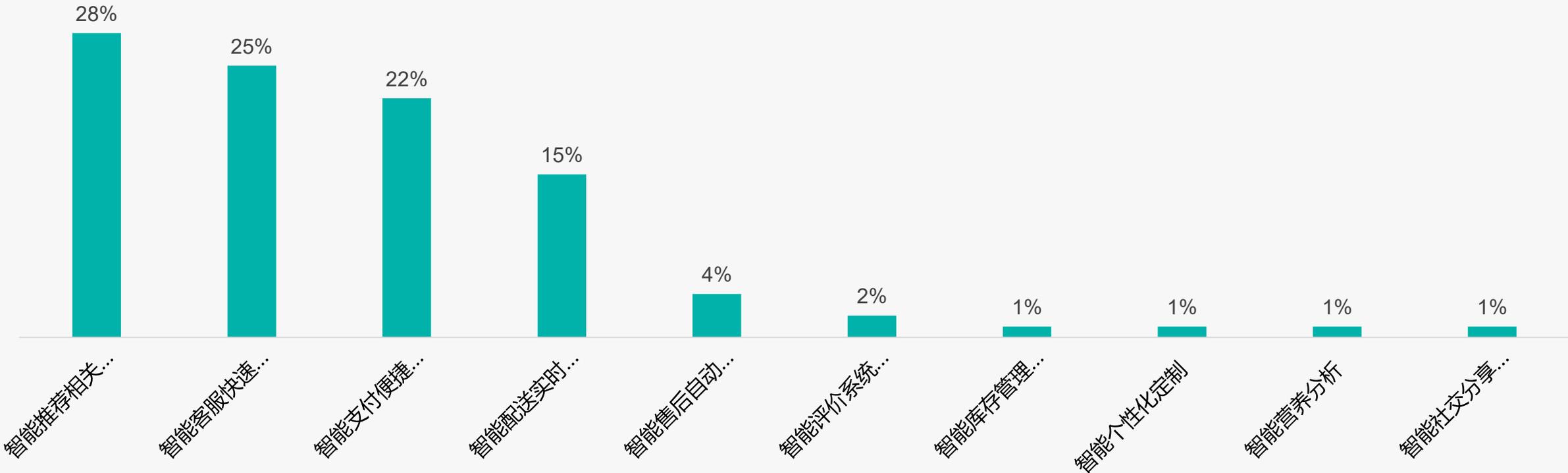


样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐客服支付主导 配送跟踪次要功能待提升

- ◆线上消费智能服务体验中，智能推荐相关产品占比28%，智能客服快速解答占25%，智能支付便捷安全占22%，显示核心服务需求集中。
- ◆智能配送实时跟踪占15%，其他如智能售后自动处理占4%，智能评价系统引导等占1%-2%，次要功能吸引力较低，有待提升。

## 2025年中国年糕糍粑线上消费智能服务体验分布



样本：年糕糍粑行业市场调研样本量N=1467，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**