

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月蚊帐床幔市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Mosquito Net Bed Canopy 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：女性中青年主导消费，下沉市场潜力大



女性消费者占比53%，26-45岁中青年占58%



三线及以下城市占比35%，反映下沉市场潜力



中等收入群体（5-8万元）占29%，是消费主力

## 启示

### ✓ 聚焦女性中青年市场

针对女性中青年设计产品和营销策略，强调实用性和美观性，满足其家庭和个人需求。

### ✓ 开拓下沉市场渠道

加强在三线及以下城市的渠道布局和营销投入，利用电商平台覆盖更广泛消费群体。

## 核心发现2：消费需求季节性强，中端价格产品主导



夏季消费占比52%，需求季节性明显



单次消费100-200元区间占37%，偏好中端价位



产品以传统实用类型为主，创新份额较小

### 启示

#### ✓ 优化季节性营销策略

在夏季旺季加大营销力度，推出促销活动，同时开发全年适用产品以平衡需求波动。

#### ✓ 强化中端产品竞争力

聚焦100-200元价格区间，提升产品性价比和功能，满足主流消费者对实用性的需求。

# 核心发现3：线上渠道主导消费，社交分享驱动购买



电商平台了解渠道占41%，线上购买占比79%



微信朋友圈是主要社交分享渠道，占41%



消费者更信赖真实用户体验分享，占43%

## 启示

### ✓ 深化线上渠道布局

加强与主流电商平台合作，优化线上购物体验，利用智能服务提升信息获取和问题解决效率。

### ✓ 利用社交口碑营销

鼓励真实用户分享体验，在微信等社交平台开展口碑营销，增强品牌信任和购买转化。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦女性中青年，以实用功能为核心，线上渠道主导



## 1、产品端

- ✓ 强化防蚊效果与材质安全
- ✓ 优化双人床规格与安装便捷性



## 2、营销端

- ✓ 加强微信朋友圈与社交平台口碑营销
- ✓ 聚焦夏季需求与中端价位产品推广



## 3、服务端

- ✓ 提升退货与客服环节满意度
- ✓ 增强智能搜索与尺寸匹配服务

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** 蚊帐床幔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蚊帐床幔品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对蚊帐床幔的购买行为;
- 蚊帐床幔市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

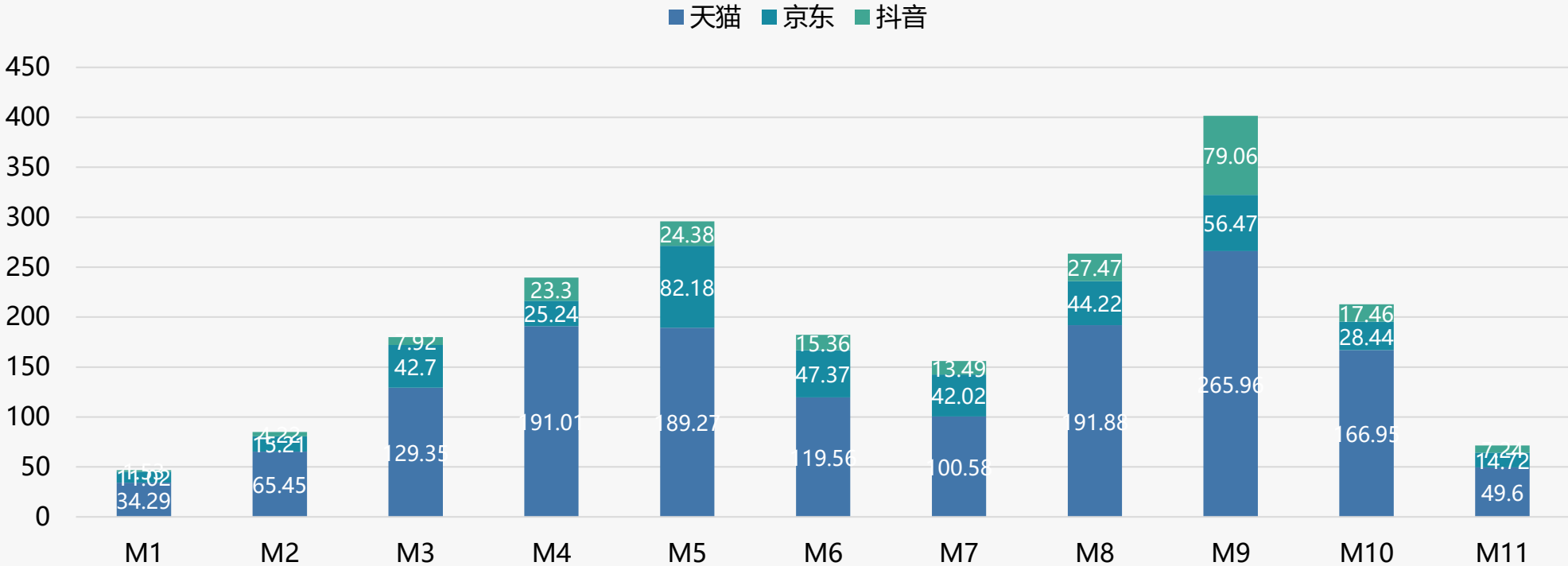
Research Method

- **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, 计算蚊帐床幔品类销售额、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、不同平台蚊帐床幔品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 蚊帐床幔销售旺季天猫主导多平台布局

- ◆从月度销售额趋势看，蚊帐床幔品类呈现季节性波动，M3至M9为销售高峰期，其中M9达到峰值，天猫销售额为26.60亿元，抖音为0.79亿元，京东为5.65亿元，表明夏季和秋季是消费旺季，企业应优化库存和营销策略以应对需求变化。
- ◆平台市场份额分析显示，天猫主导线上销售，累计销售额约14.82亿元，京东为4.10亿元，抖音为2.18亿元，天猫占比约70%，反映其渠道优势，但抖音增长潜力大，建议企业加强多平台布局以提升市场渗透率。

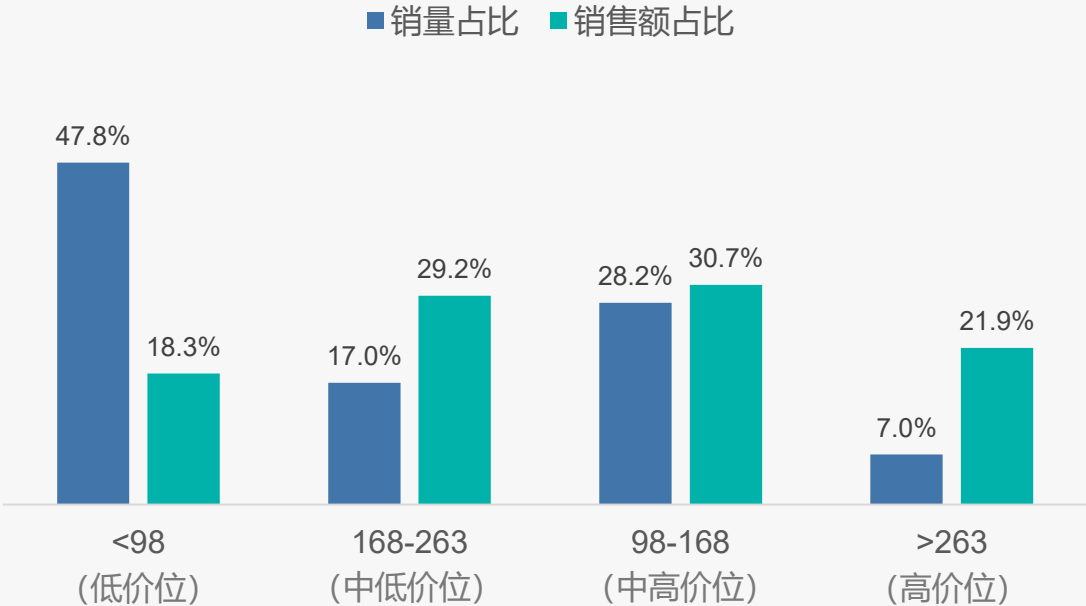
2025年1月~11月蚊帐床幔品类线上销售规模（百万元）



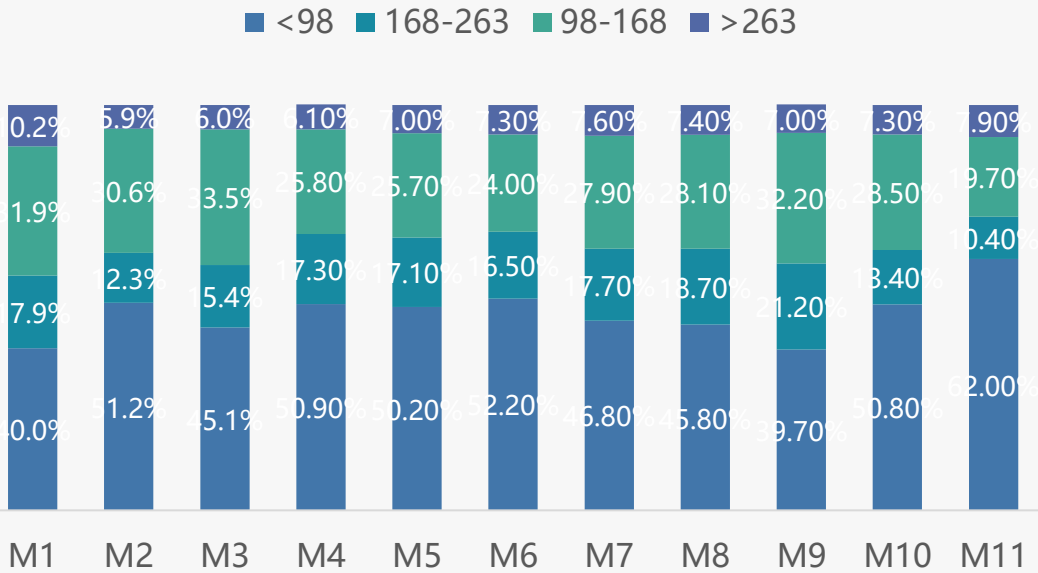
# 蚊帐床幔市场 中高端利润核心 季节性波动明显

- ◆从价格区间销售趋势看，<98元低价区间销量占比47.8%但销售额仅占18.3%，显示该区间产品单价低、周转快但利润贡献有限；而168-263元中高端区间销量占比17.0%却贡献29.2%销售额，表明该区间产品具备较高客单价和盈利能力，是品牌利润的核心来源。月度销量分布显示，<98元区间在M11达到峰值62.0%，而168-263元区间同期降至10.4%，呈现明显季节性波动。
- ◆但>263元高端区间销量占比仅7.0%却贡献21.9%销售额，显示高端市场虽小众但利润空间大，建议企业加强高端产品线研发以提升整体ROI。

2025年1月~11月蚊帐床幔线上不同价格区间销售趋势



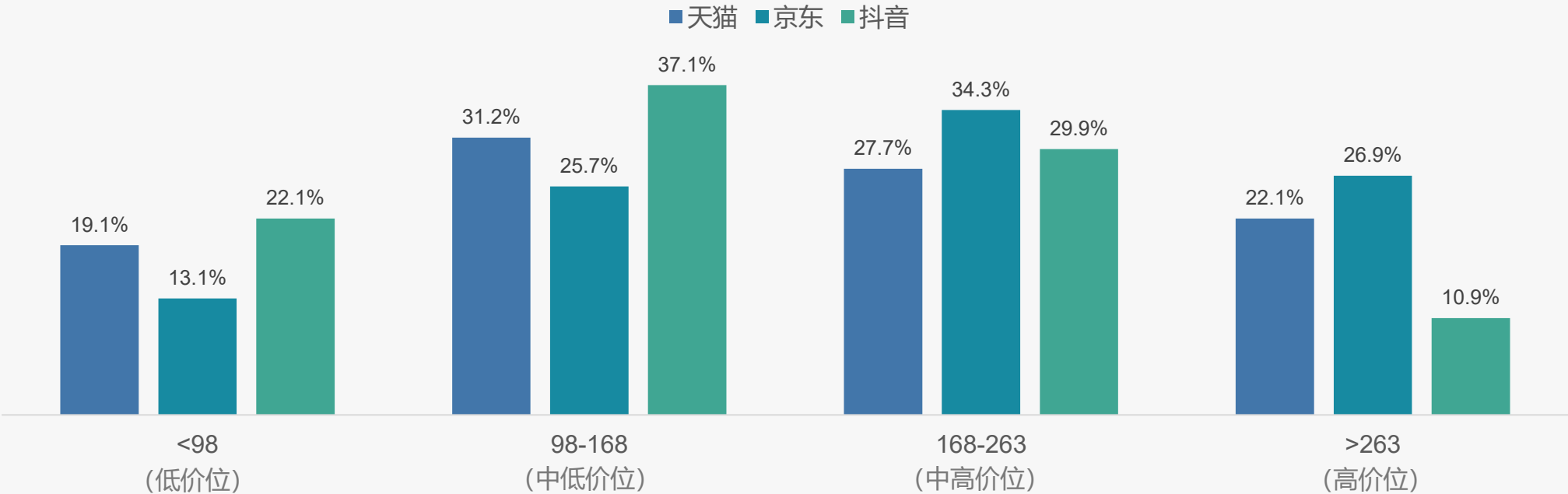
蚊帐床幔线上价格区间-销量分布



# 平台价格分化 京东高端 抖音下沉 天猫均衡

- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化定位。天猫和京东在168-263元及>263元中高端区间合计占比分别达49.8%和61.2%，显示平台用户对品质和品牌溢价接受度较高。抖音则在98-168元区间占比最高（37.1%），结合<98元区间22.1%的占比，表明其更聚焦大众市场，价格敏感型用户集中。平台需根据定位优化产品矩阵和营销策略。
- ◆通过计算各平台价格区间集中度，发现京东高端化趋势最明显：>263元区间占比26.9%为三平台最高，168-263元区间占比34.3%也领先。抖音则呈现明显的价格下沉特征，>263元区间仅占10.9%。天猫价格分布相对均衡，各区间占比在19.1%-31.2%之间。这反映了不同渠道用户消费能力和购买动机的差异，京东

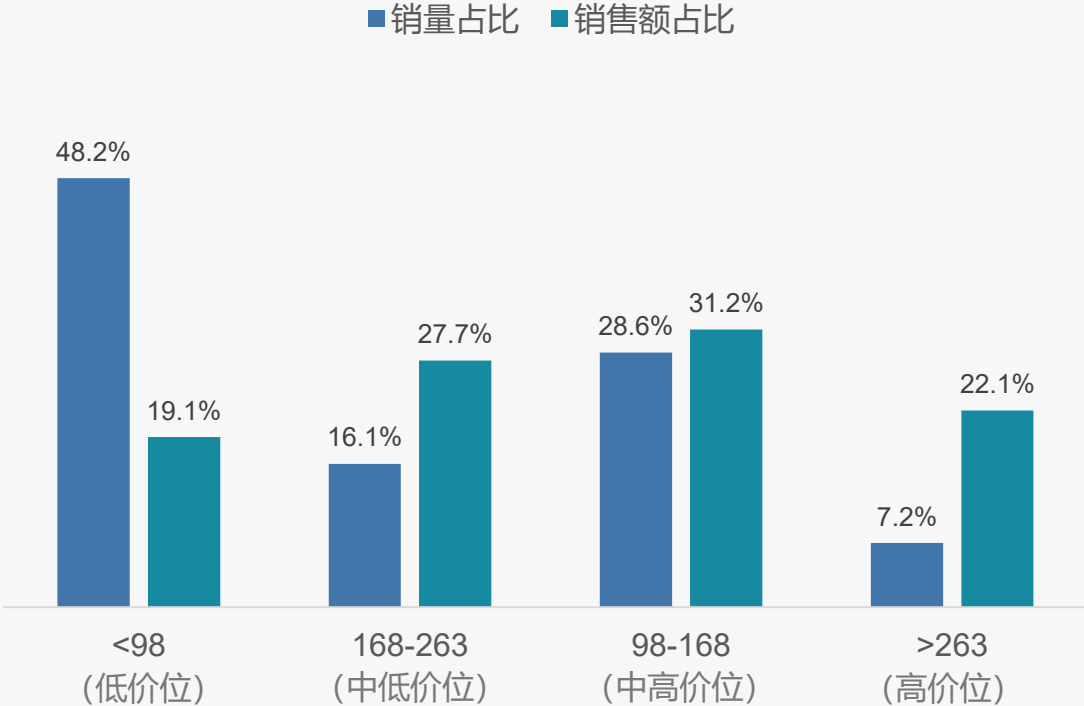
2025年1月~11月各平台蚊帐床幔不同价格区间销售趋势



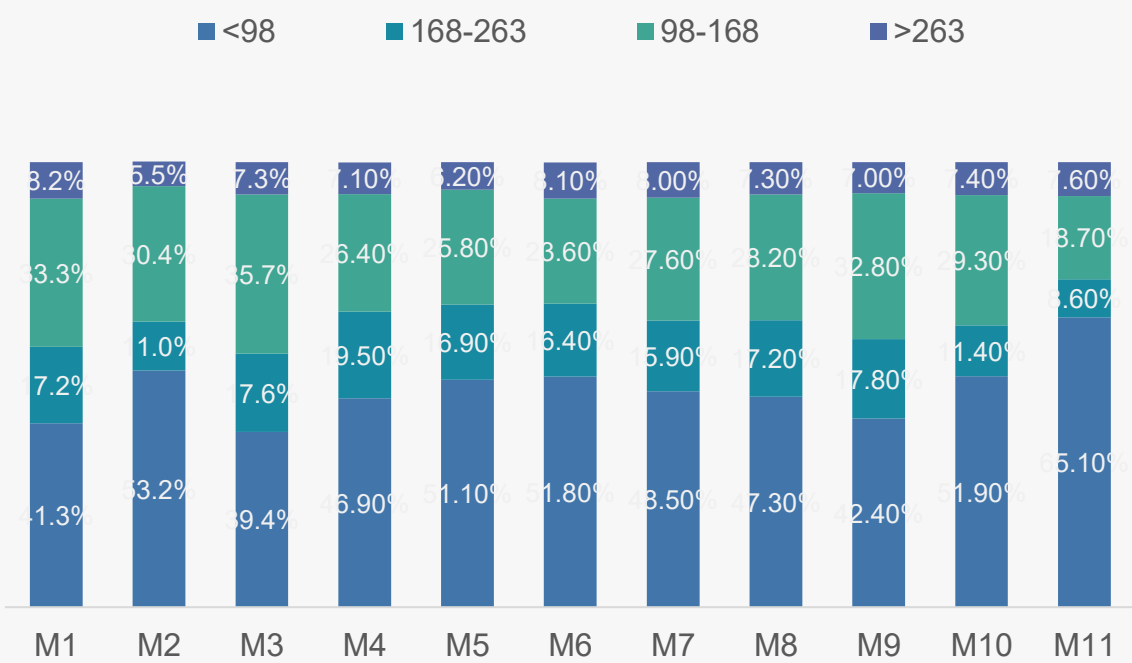
# 蚊帐床幔市场两极分化 中高端贡献近半销售额

- ◆从价格区间销售趋势看，<98元低价位产品销量占比48.2%但销售额仅占19.1%，呈现高销量低贡献特征；而168-263元中高价位产品销量占比16.1%却贡献27.7%销售额，显示该区间产品具备较强溢价能力。98-168元区间销量占比28.6%与销售额占比31.2%基本匹配，是市场主力价格带。>263元高端产品销量占比7.2%贡献22.1%销售额，表明高端市场存在结构性机会。
- ◆从价格结构健康度评估，当前市场呈现两极分化：低价产品（<98元）占据近半销量但贡献不足两成销售额，存在过度依赖风险；中高端产品（>168元）合计销量占比23.3%却贡献49.8%销售额，显示价值贡献集中。建议优化产品组合，提升98-263元核心价格带的渗透率，平衡销量与利润结构，改善整体ROI表现。

2025年1月~11月天猫平台蚊帐床幔不同价格区间销售趋势



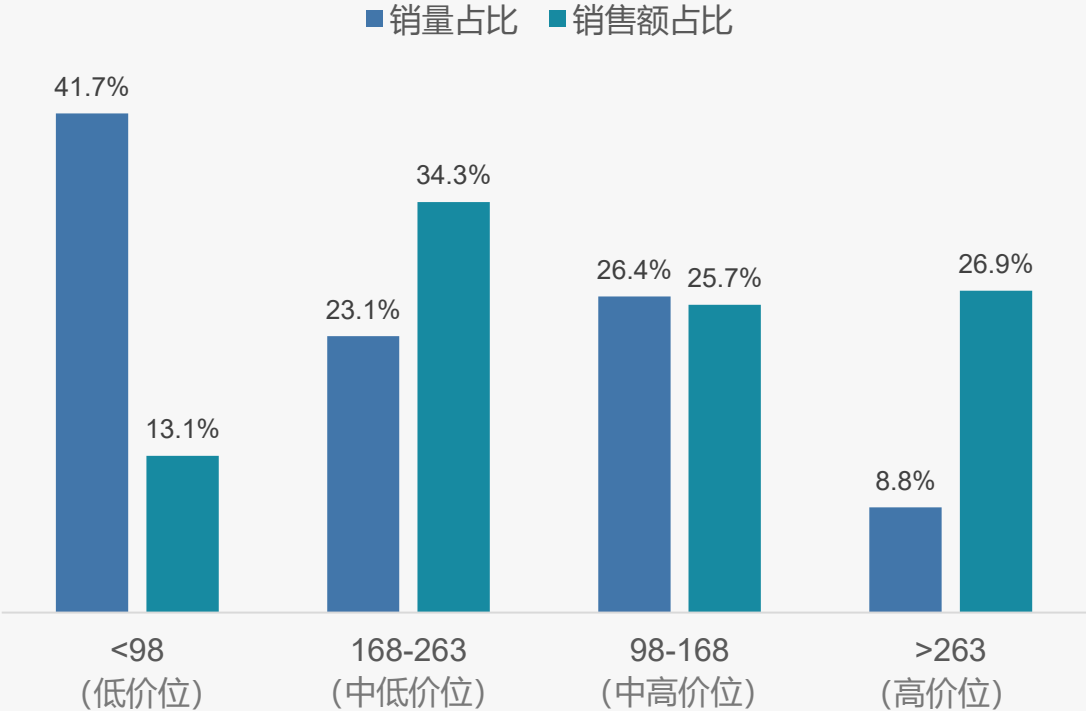
天猫平台蚊帐床幔价格区间-销量分布



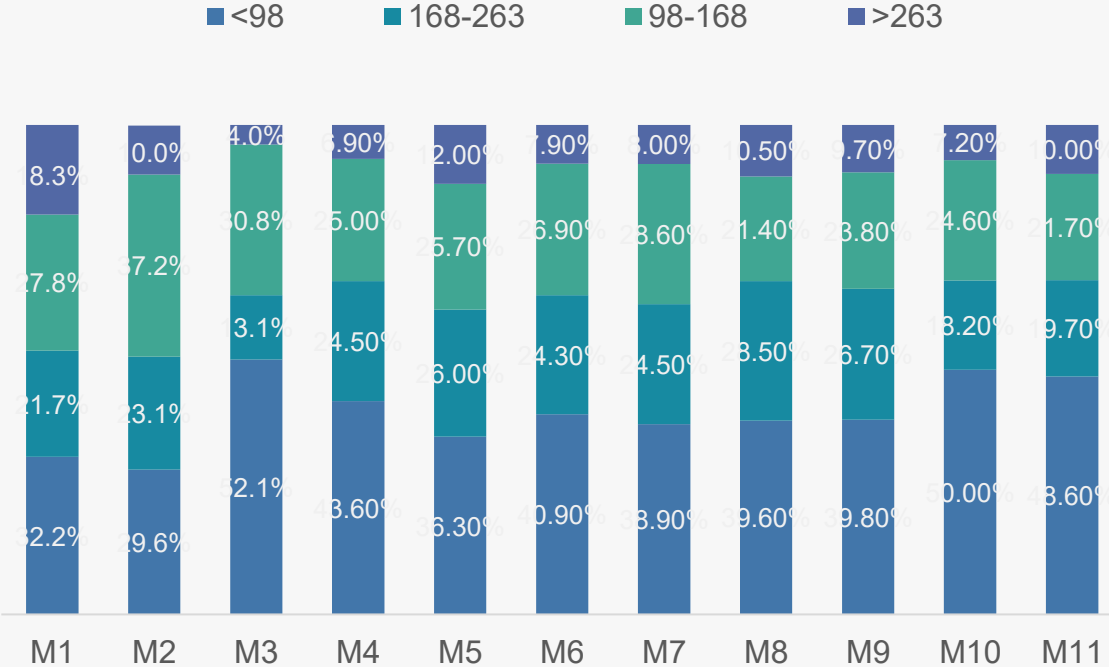
# 低价冲量高客单价驱动收入优化产品组合

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台蚊帐床幔品类呈现明显的结构性特征。低价位 (<98元) 销量占比高达41.7%，但销售额贡献仅13.1%，表明该区间产品单价低、周转快但利润空间有限。中高价位 (168-263元及>263元) 合计销量占比31.9%，却贡献了61.2%的销售额，显示高客单价产品是平台收入的核心驱动力，建议优化产品组合以提升整体ROI。
- ◆月度销量分布分析显示季节性波动明显。M3、M10、M11月低价位 (<98元) 销量占比均超48%，可能与春季换季、双十一促销相关，消费者倾向于购买高性价比产品。而M2、M5、M8月中高价位 (168-263元) 占比提升，反映特定月份 (如春节后、夏季) 消费者更注重品质，建议针对不同时段调整营销策略以

2025年1月~11月京东平台蚊帐床幔不同价格区间销售趋势



京东平台蚊帐床幔价格区间-销量分布

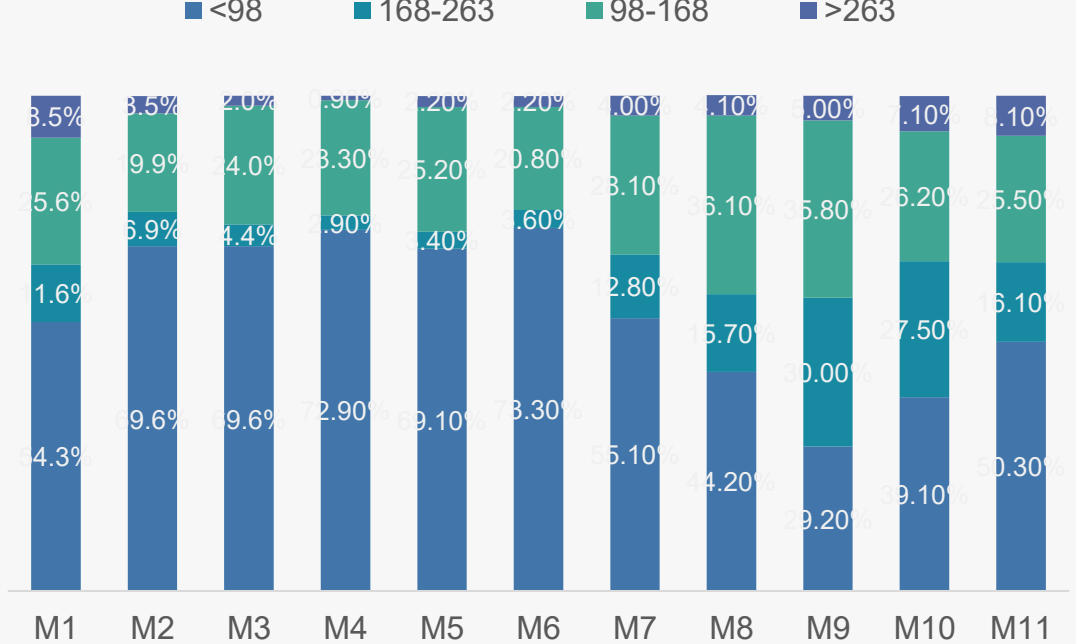
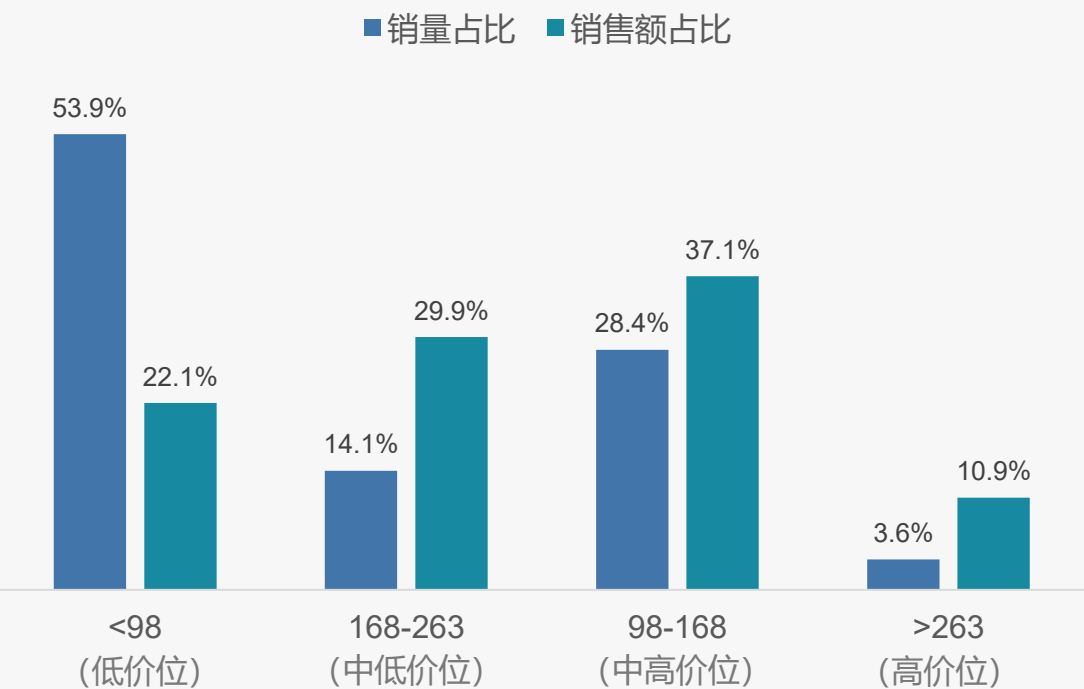


# 抖音蚊帐床幔中价区利润高 夏季消费升级窗口期

- ◆从价格区间结构看，抖音平台呈现明显的两极分化特征。低价位 (<98元) 产品贡献了53.9%的销量但仅占22.1%的销售额，显示其高周转率但低利润空间；中价位 (98-263元) 虽销量占比42.5%，却贡献了67.0%的销售额，成为核心利润区。高价 (>263元) 产品占比最低，符合蚊帐床幔品类作为日常消费品的价格敏感特性。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。1-6月低价产品占比持续高位，7月起中高价产品占比显著提升，9月达到峰值。这表明夏季 (7-9月) 是消费升级窗口期，消费者更愿意为品质支付溢价，建议企业在此阶段优化产品组合以提升客单价。

2025年1月~11月抖音平台蚊帐床幔不同价格区间销售趋势

抖音平台蚊帐床幔价格区间-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** 蚊帐床幔消费行为、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年内购买过蚊帐床幔的消费者;
- 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

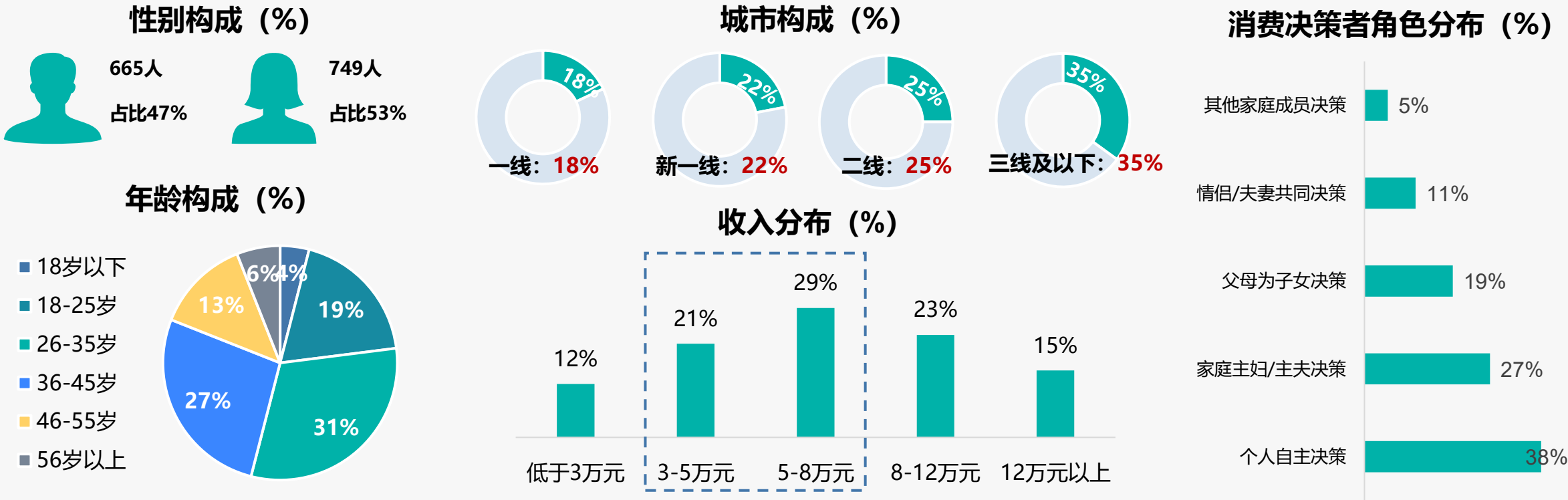
Research Method

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=1414

# 女性中青年主导 下沉市场潜力大

- ◆调查显示，蚊帐床幔消费以女性为主（53%），中青年（26-45岁合计58%）和中等收入群体（5-8万元占29%）是核心消费力量。
- ◆消费决策以个人自主（38%）和家庭主妇/主夫（27%）为主，三线及以下城市占比最高（35%），反映下沉市场潜力。

## 2025年中国蚊帐床幔消费者画像

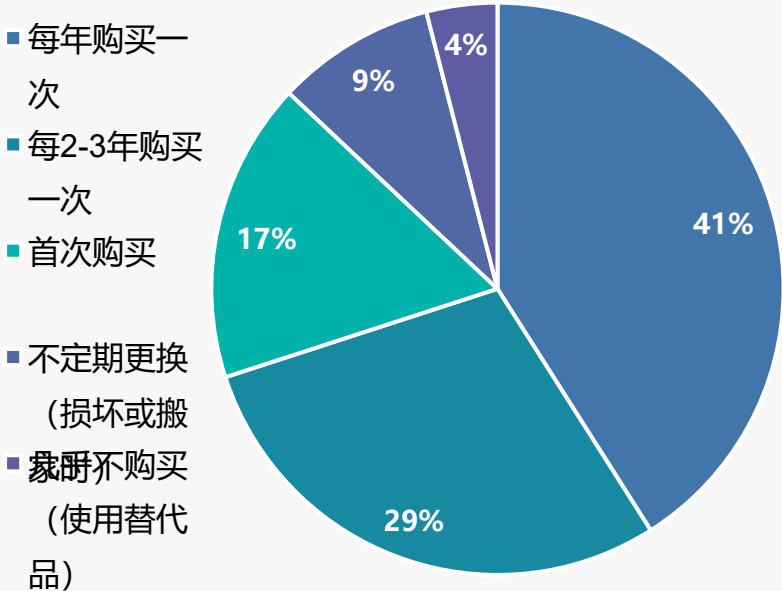


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

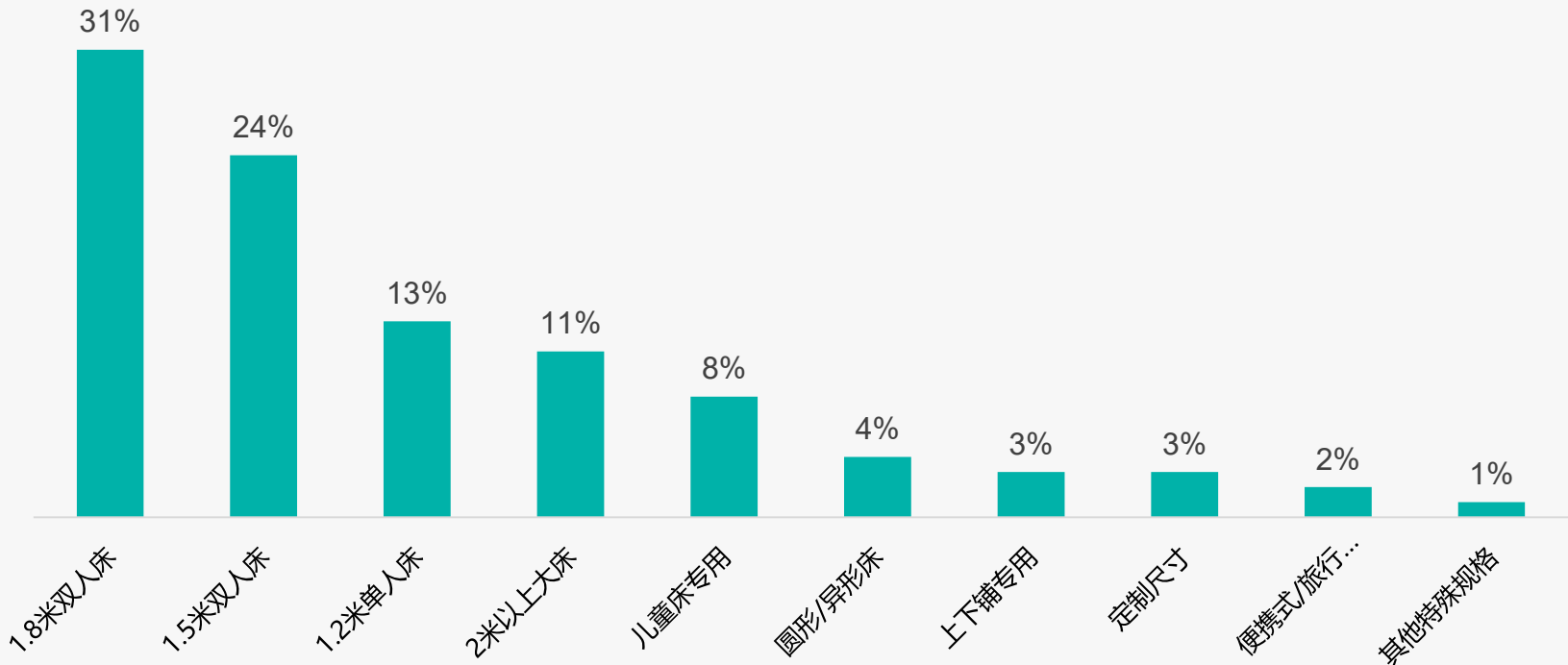
# 蚊帐床幔消费双人床为主年度更新驱动

- ◆消费频率显示41%消费者每年购买一次，29%每2-3年购买一次，表明蚊帐床幔市场以年度更新和定期更换为主，新用户占17%支持增长潜力。
- ◆产品规格中1.8米双人床占31%，1.5米双人床占24%，合计超一半，突显双人床是主流需求，儿童和旅行细分市场份额较小但存在。

## 2025年中国蚊帐床幔消费频率分布



## 2025年中国蚊帐床幔产品规格分布

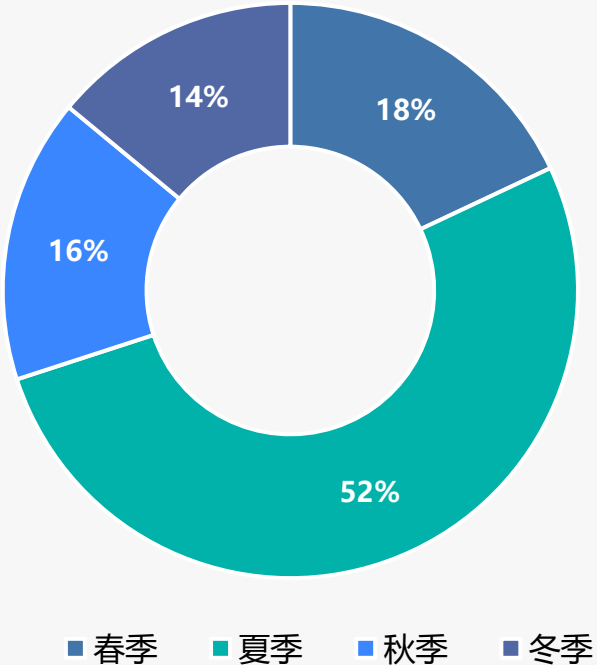


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

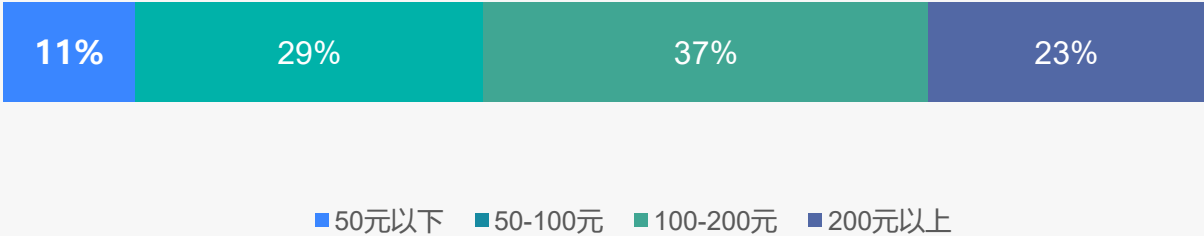
# 夏季需求旺 中等价位主 简易包装多

- ◆夏季消费占比52%，单次消费100-200元占37%，显示蚊帐床幔需求季节性明显，消费者偏好中等价位产品。
- ◆塑料袋简易包装占33%，纸盒包装占28%，两者合计超60%，说明简易和纸盒包装是主流，环保包装占比相对较低。

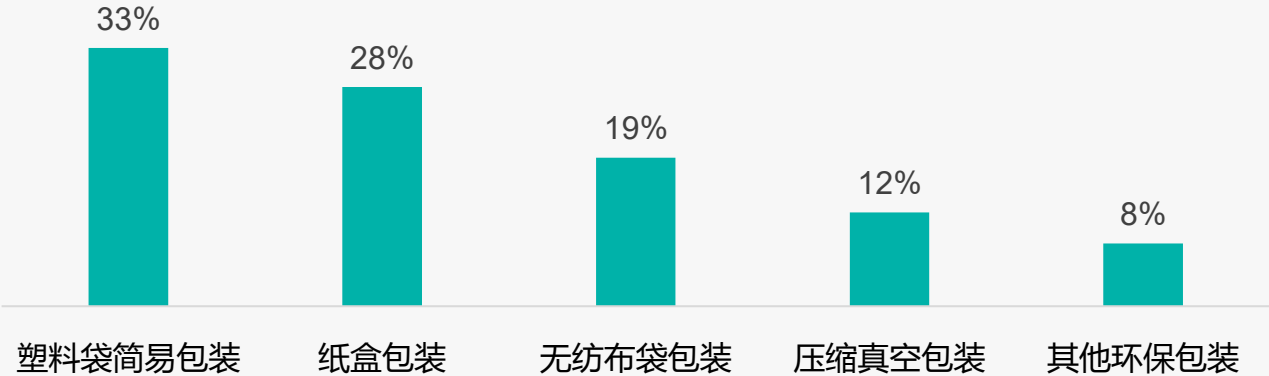
### 2025年中国蚊帐床幔消费季节分布



### 2025年中国蚊帐床幔单次支出分布



### 2025年中国蚊帐床幔产品包装类型分布

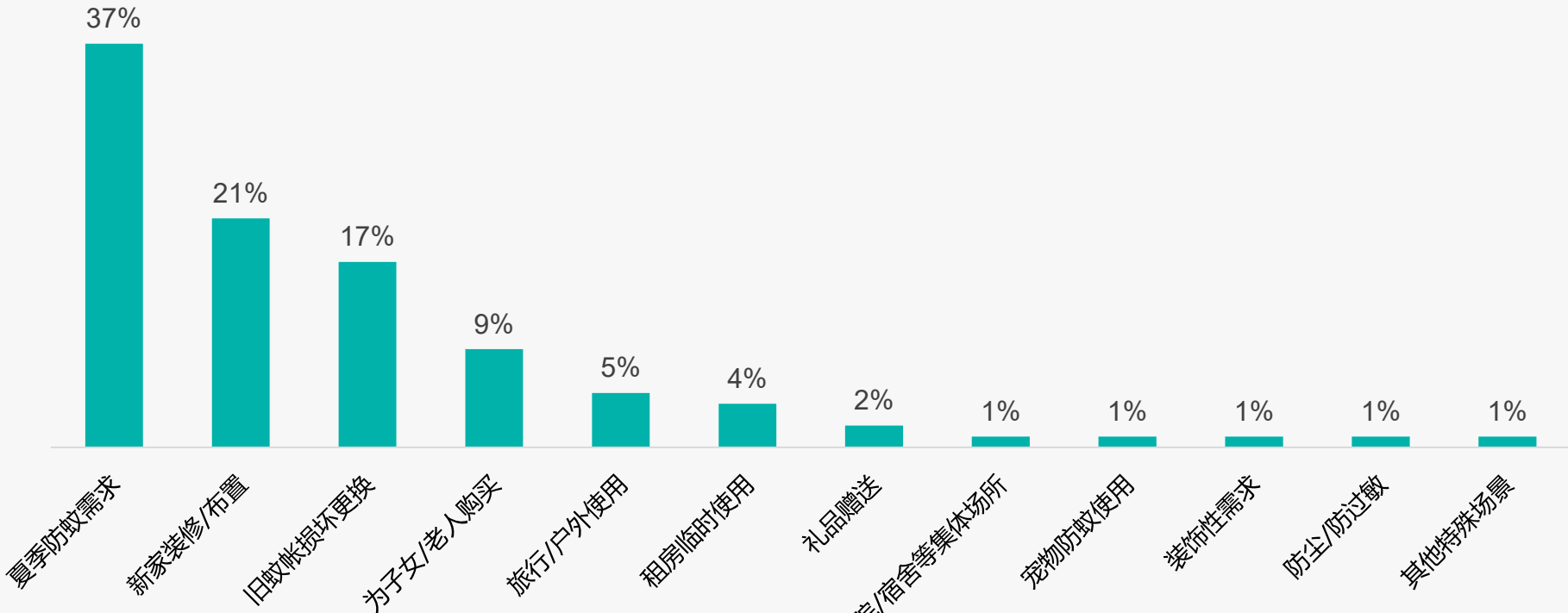


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

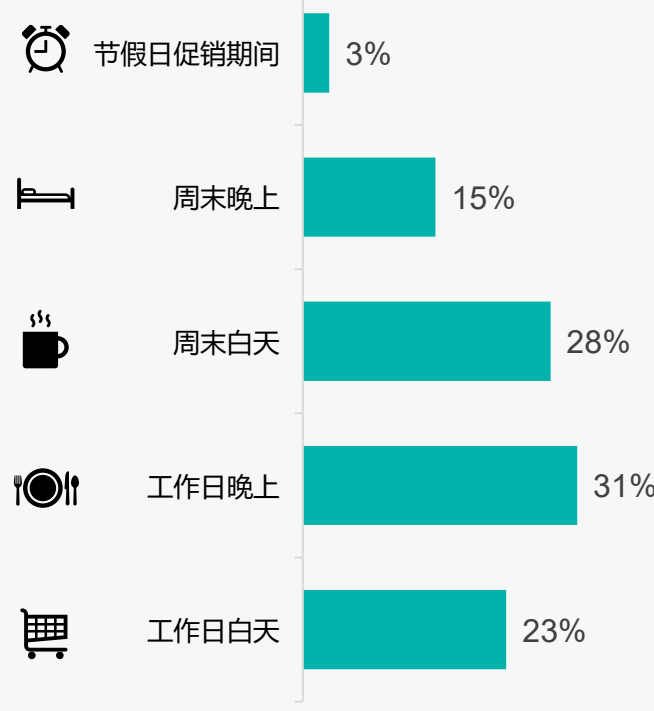
# 蚊帐消费以夏季防蚊为主 非工作时间购买集中

- ◆消费场景以夏季防蚊需求为主，占比37%，新家装修/布置占21%，旧蚊帐损坏更换占17%，显示产品核心功能和家庭应用场景。
- ◆消费时段集中在非工作时间，工作日晚上占31%，周末白天占28%，工作日白天占23%，节假日促销影响较小，仅占3%。

## 2025年中国蚊帐床幔消费场景分布



## 2025年中国蚊帐床幔消费时段分布

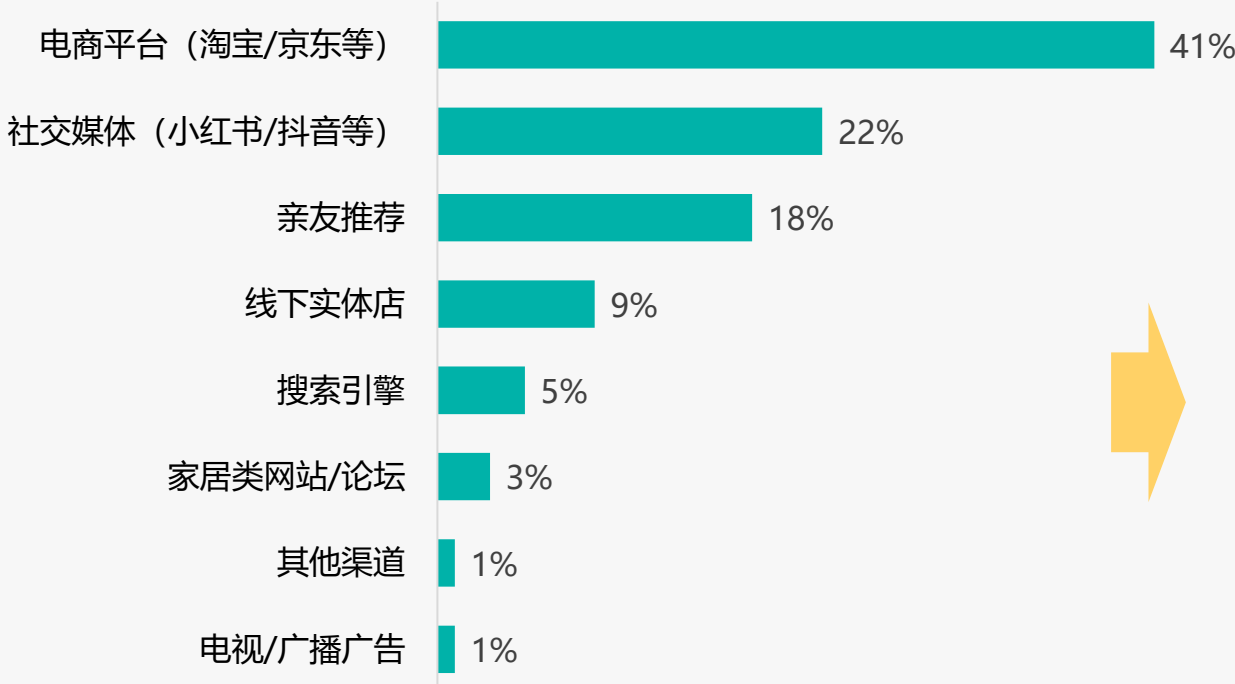


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

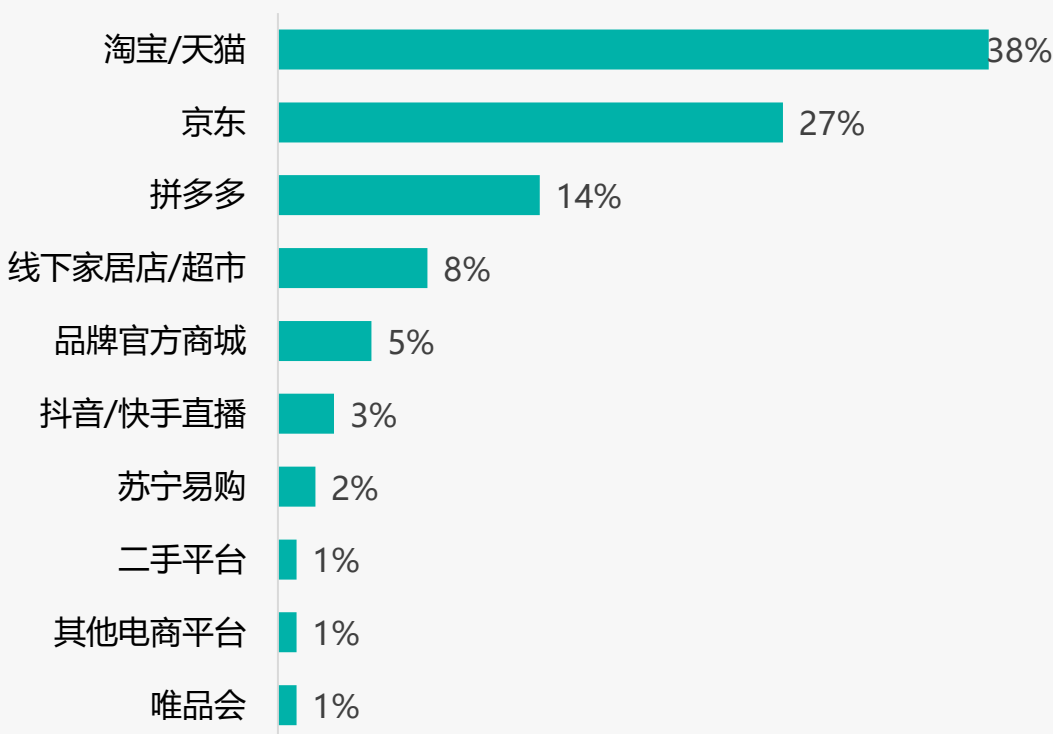
# 线上渠道主导蚊帐床幔消费

- ◆消费者了解蚊帐床幔主要依赖线上渠道，电商平台占41%，社交媒体占22%，亲友推荐占18%，线下实体店仅占9%。
- ◆购买行为高度集中于电商平台，淘宝/天猫占38%，京东占27%，拼多多占14%，合计线上购买占比达79%。

## 2025年中国蚊帐床幔产品了解渠道分布



## 2025年中国蚊帐床幔产品购买渠道分布

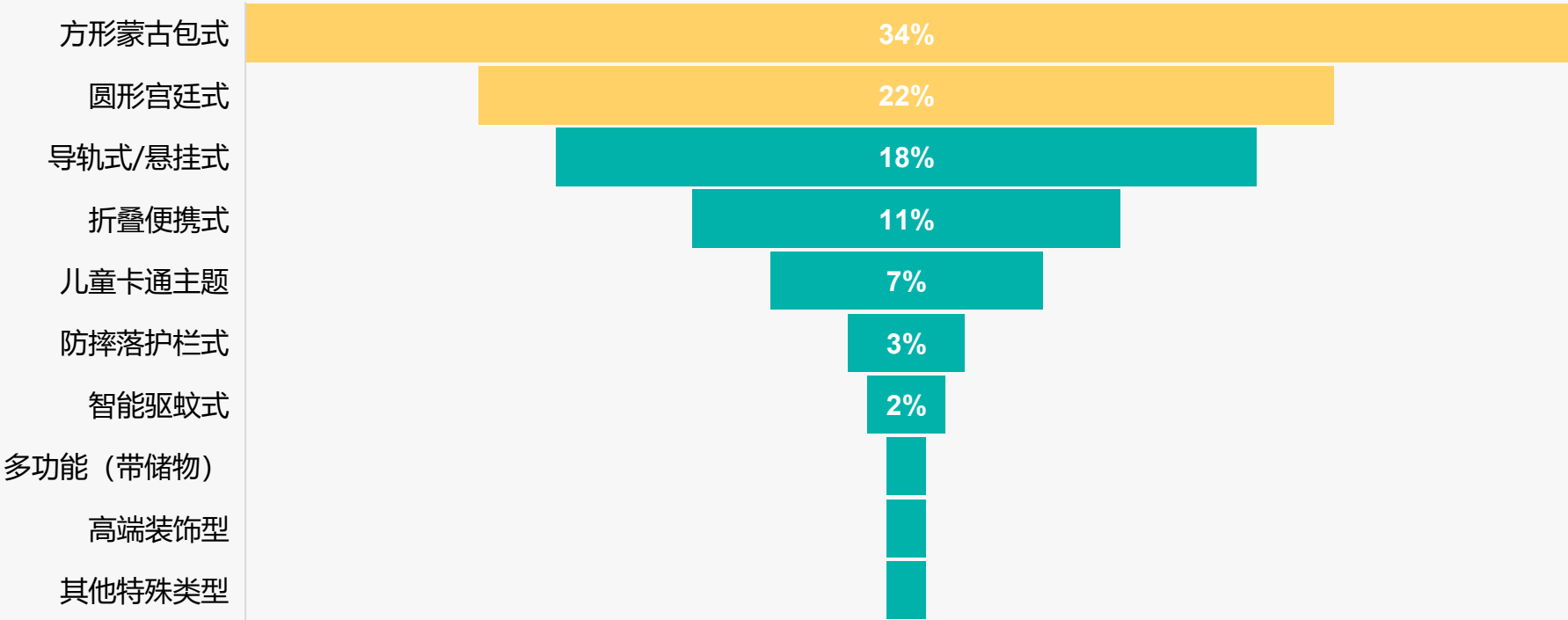


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 蚊帐床幔市场传统实用主导创新份额小

- ◆方形蒙古包式以34%的占比最受欢迎，圆形宫廷式占22%，导轨式/悬挂式占18%，显示消费者偏好实用、美观和灵活的设计类型。
- ◆折叠便携式占11%，儿童卡通主题占7%，创新和高端类型合计仅占8%，表明市场以传统产品为主，创新份额较小。

## 2025年中国蚊帐床幔产品偏好类型分布

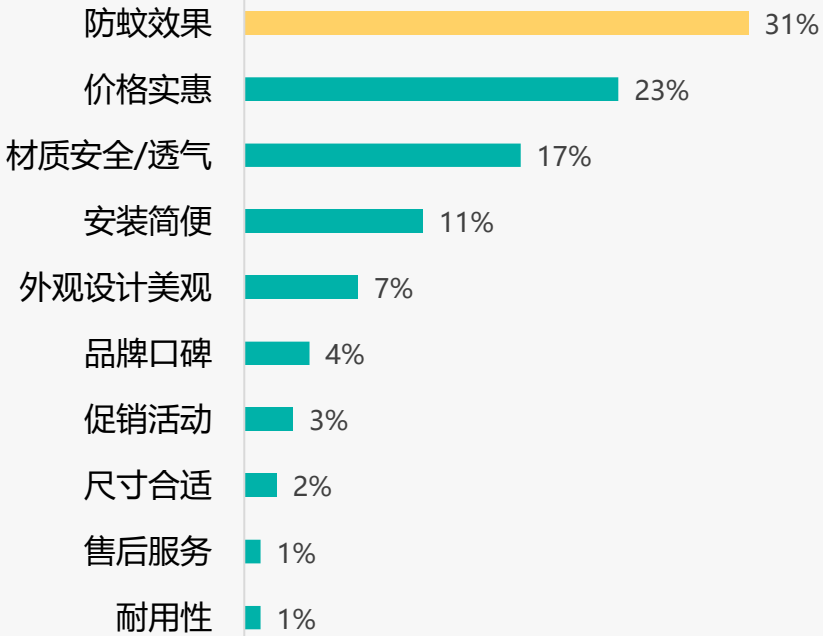


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 防蚊效果主导消费 健康舒适为核心价值

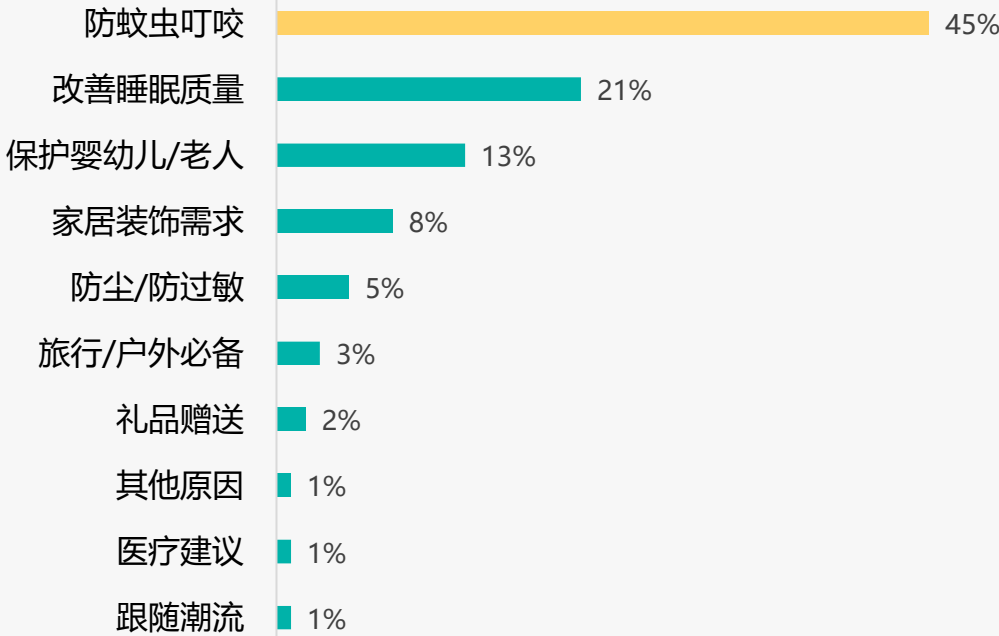
- ◆防蚊效果占31%，是吸引消费的关键因素；消费原因中防蚊虫叮咬占45%，改善睡眠质量占21%，显示产品核心价值在健康防护和舒适提升。
- ◆材质安全/透气占17%，安装简便占11%，说明消费者注重实用性和便利性；保护婴幼儿/老人占13%，反映特定人群需求，市场以实用为导向。

## 2025年中国蚊帐床幔吸引消费关键因素分布



样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

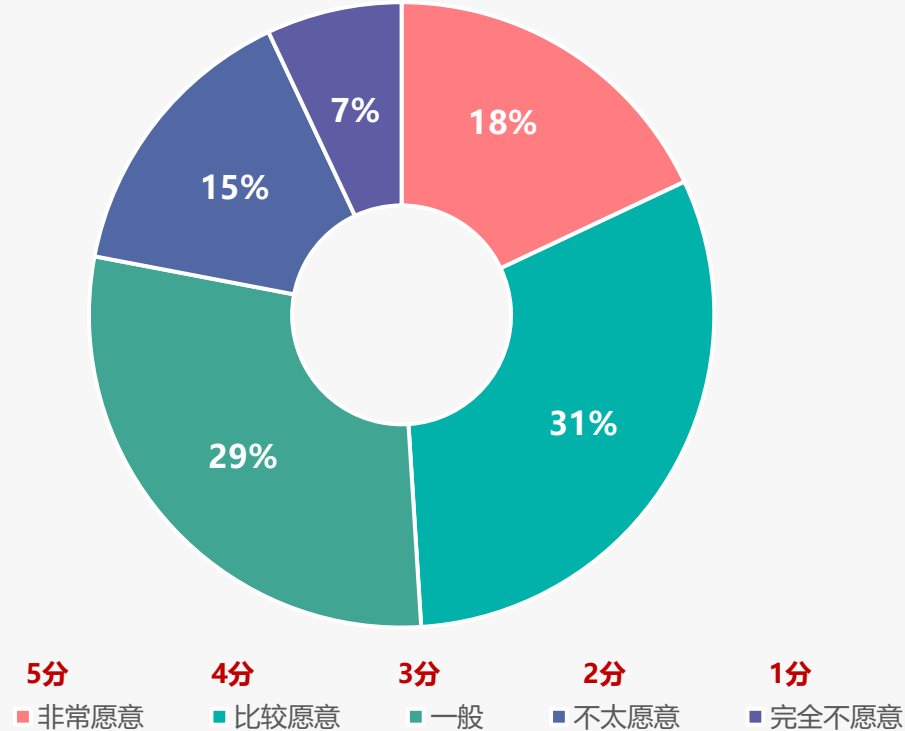
## 2025年中国蚊帐床幔消费真实原因分布



# 蚊帐床幔推荐意愿分化 性能价格安装需优化

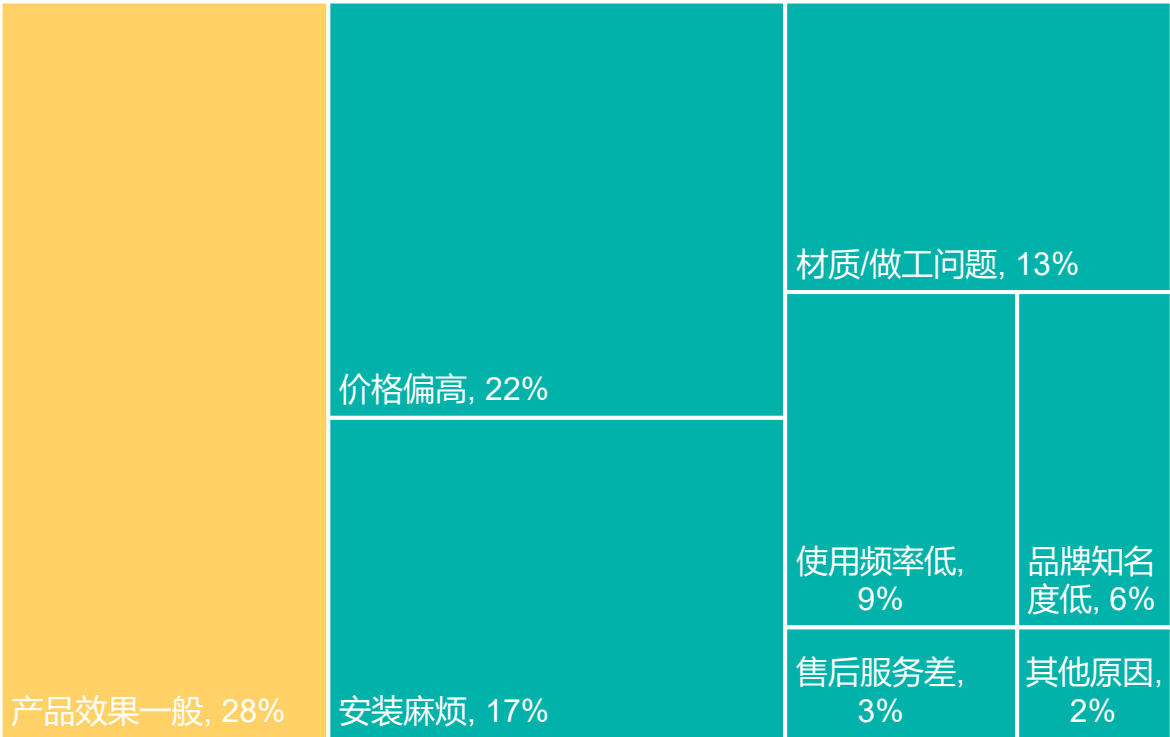
- ◆推荐意愿调查显示，49%消费者愿意推荐蚊帐床幔，但51%持中立或不愿推荐，表明市场接受度存在明显分化。
- ◆不愿推荐的主要原因为产品效果一般（28%）、价格偏高（22%）和安装麻烦（17%），提示需优化产品性能和便捷性。

### 2025年中国蚊帐床幔推荐意愿分布



样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

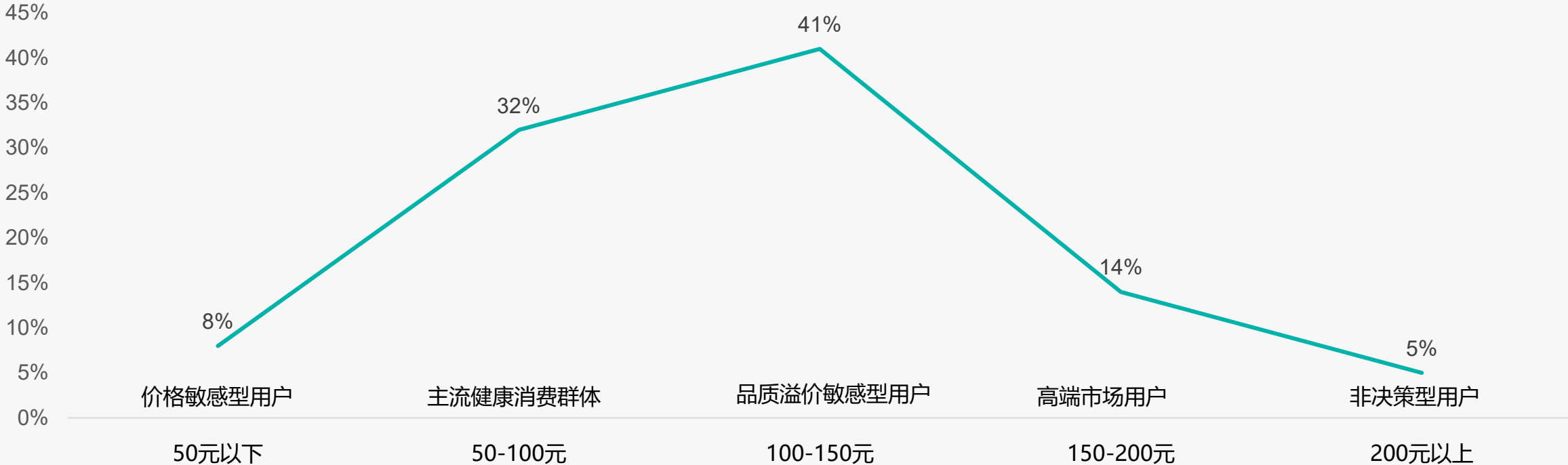
### 2025年中国蚊帐床幔不愿推荐原因分布



# 蚊帐床幔价格接受度集中中端

- ◆调研数据显示，蚊帐床幔价格接受度中，100-150元区间占比最高，达41%，表明消费者偏好中端价位产品。
- ◆50-100元区间占比32%，显示低价位有市场；高端区间占比低，150-200元14%，200元以上5%，需求有限。

## 2025年中国蚊帐床幔主流规格价格接受度



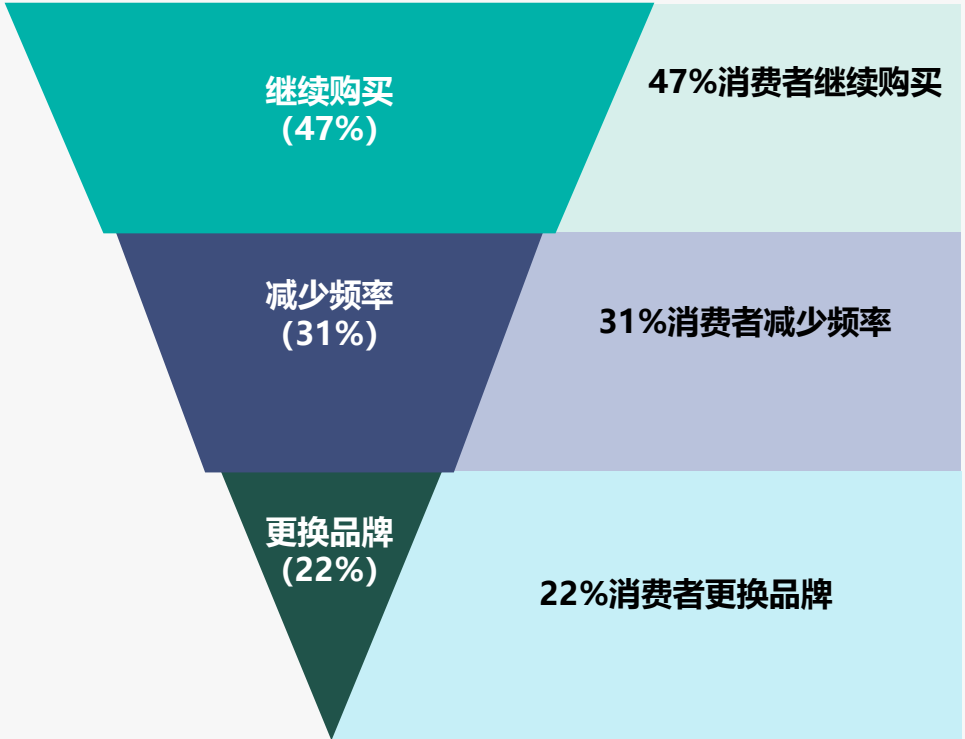
样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以1.8米双人床规格蚊帐床幔为标准核定价格区间

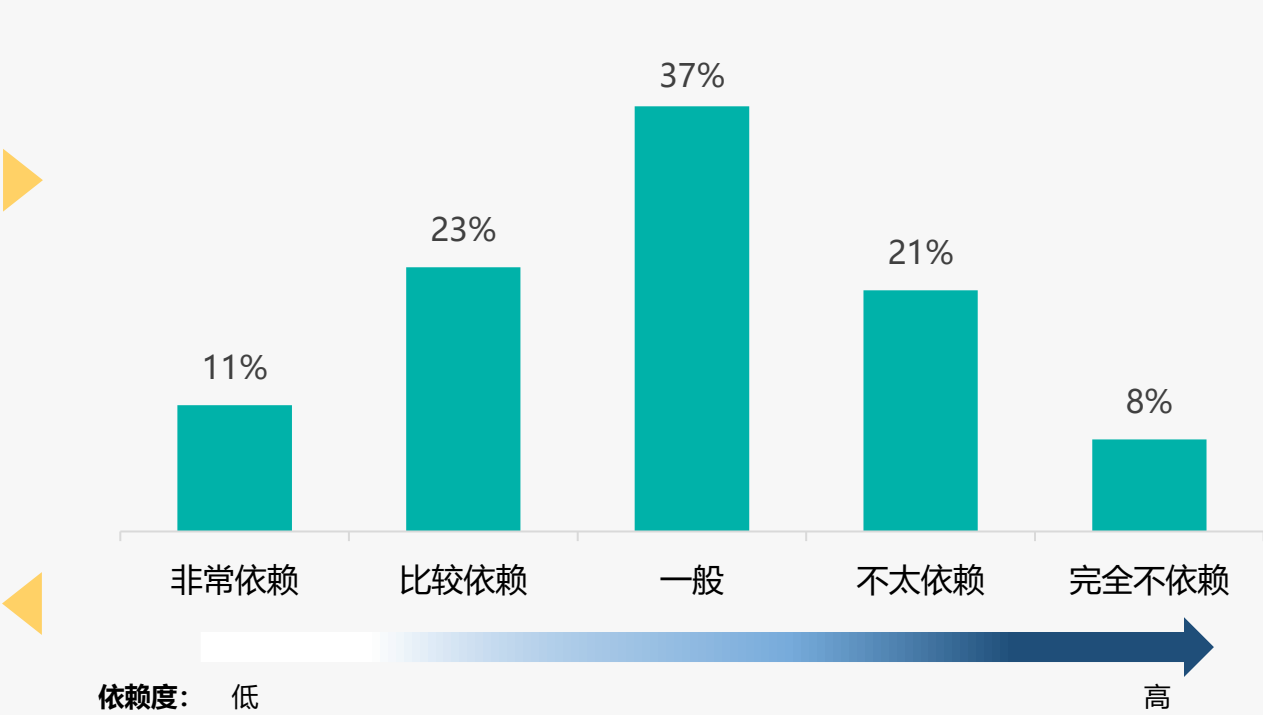
# 价格敏感并存 促销依赖有限

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，31%减少频率，显示品牌忠诚度与价格敏感度并存，需差异化策略应对。
- ◆促销依赖度中，37%持一般态度，34%依赖促销，表明促销对部分消费者有效，但整体吸引力有限，需精准营销。

### 2025年中国蚊帐床幔涨价10%后购买行为分布



### 2025年中国蚊帐床幔促销活动依赖程度分布

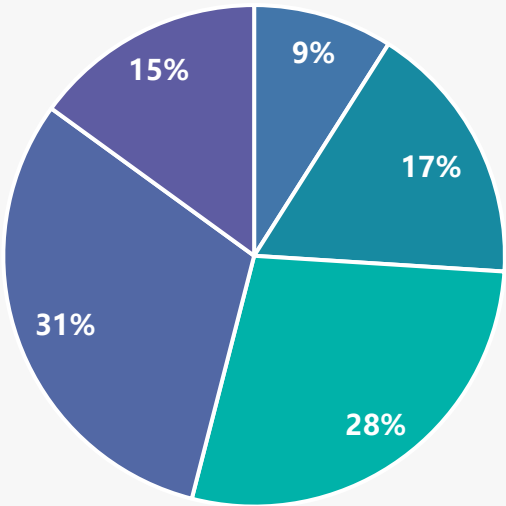


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 价格驱动复购率偏低创新需求显著

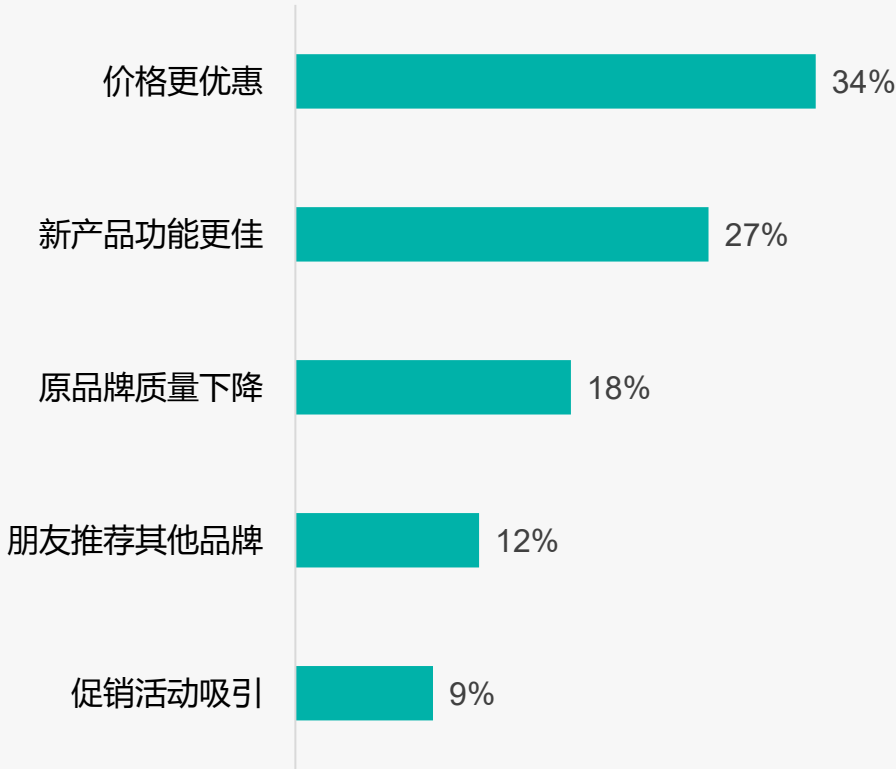
- ◆复购率数据显示，30-50%复购率占比最高，达31%，表明消费者品牌忠诚度中等偏低，可能受价格或功能因素影响。
- ◆更换品牌原因中，价格更优惠占比最高，为34%，说明价格是主要驱动因素；新产品功能更佳占27%，反映创新需求。

## 2025年中国蚊帐床幔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年中国蚊帐床幔更换品牌原因分布

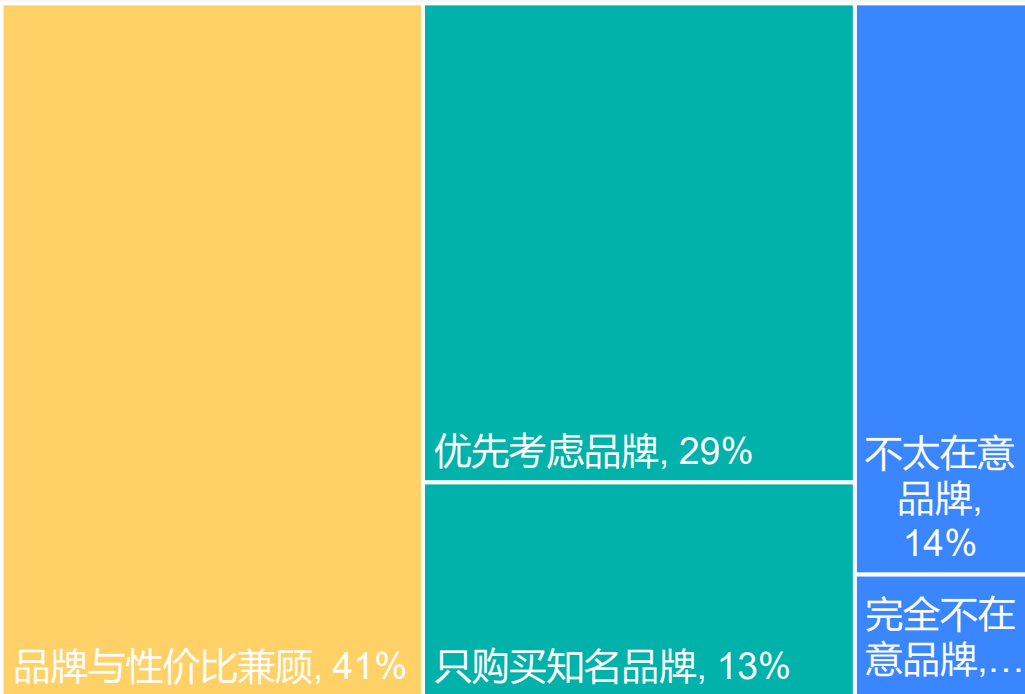


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

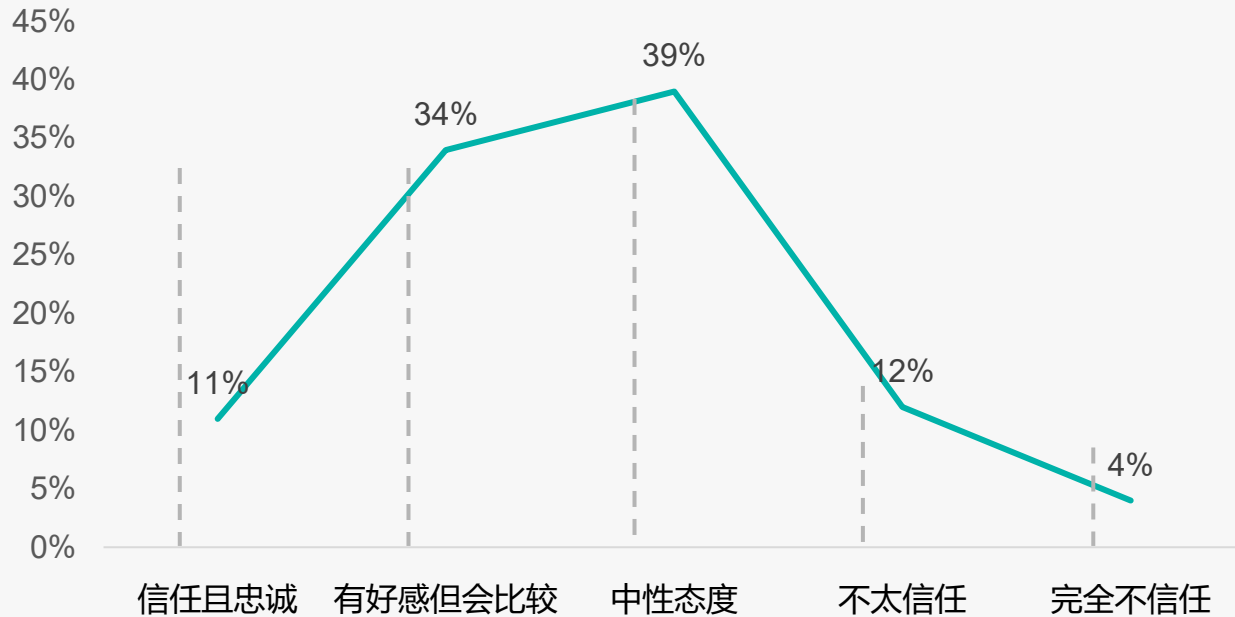
# 品牌性价比平衡 多数消费者谨慎

- ◆消费意愿显示，41%的消费者在购买蚊帐床幔时注重品牌与性价比平衡，品牌优先或只买知名品牌合计占42%，表明品牌仍是重要考量因素。
- ◆态度分布中，34%的消费者品牌有好感但会比较，39%持中性态度，合计73%持谨慎或观望，信任且忠诚的仅占11%。

## 2025年中国蚊帐床幔品牌产品消费意愿分布



## 2025年中国蚊帐床幔对品牌产品的态度分布

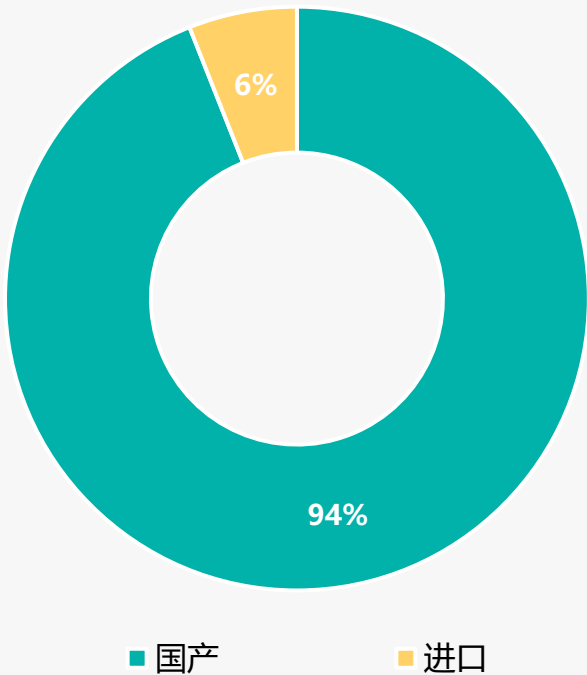


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

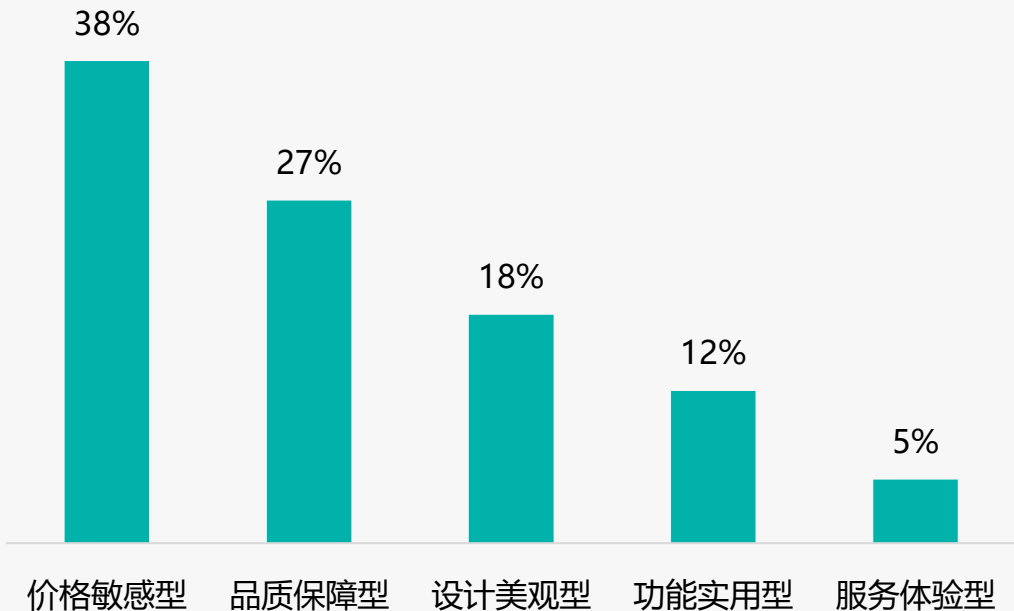
# 国产品牌主导市场 价格品质是关键

- ◆蚊帐床幔市场国产品牌消费占比94%，进口仅6%，显示本土产品主导。品牌偏好中价格敏感型占38%，品质保障型占27%，价格和品质是关键因素。
- ◆设计美观型和功能实用型分别占18%和12%，服务体验型占5%，表明外观和实用性有需求，但售后服务影响较小。市场整体以国产和价格导向为主。

## 2025年中国蚊帐床幔国产品牌与进口品牌消费分布



## 2025年中国蚊帐床幔品牌偏好类型分布

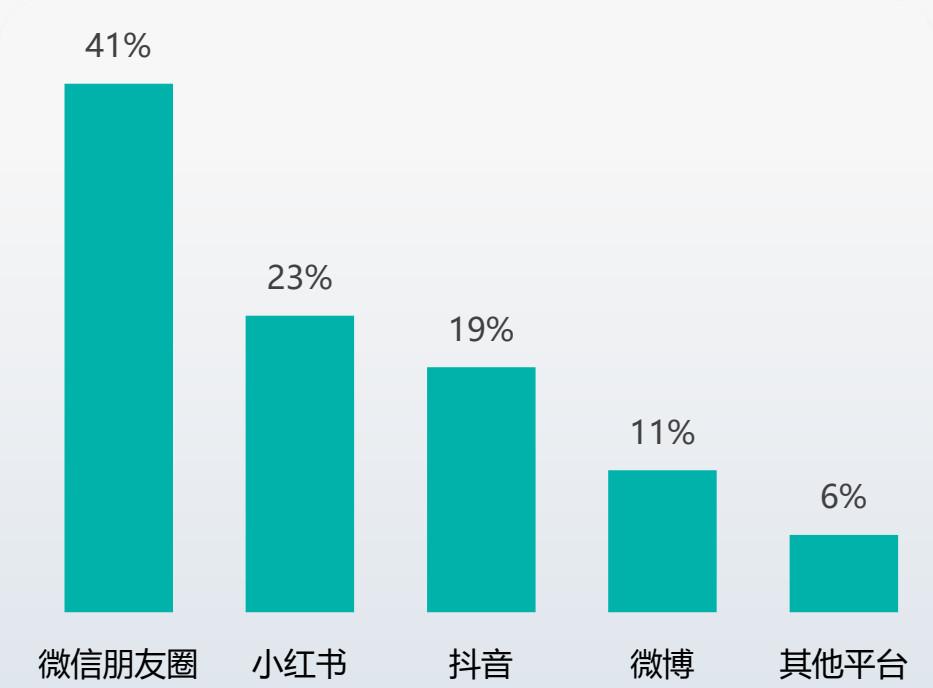


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 社交分享主导口碑评测驱动消费

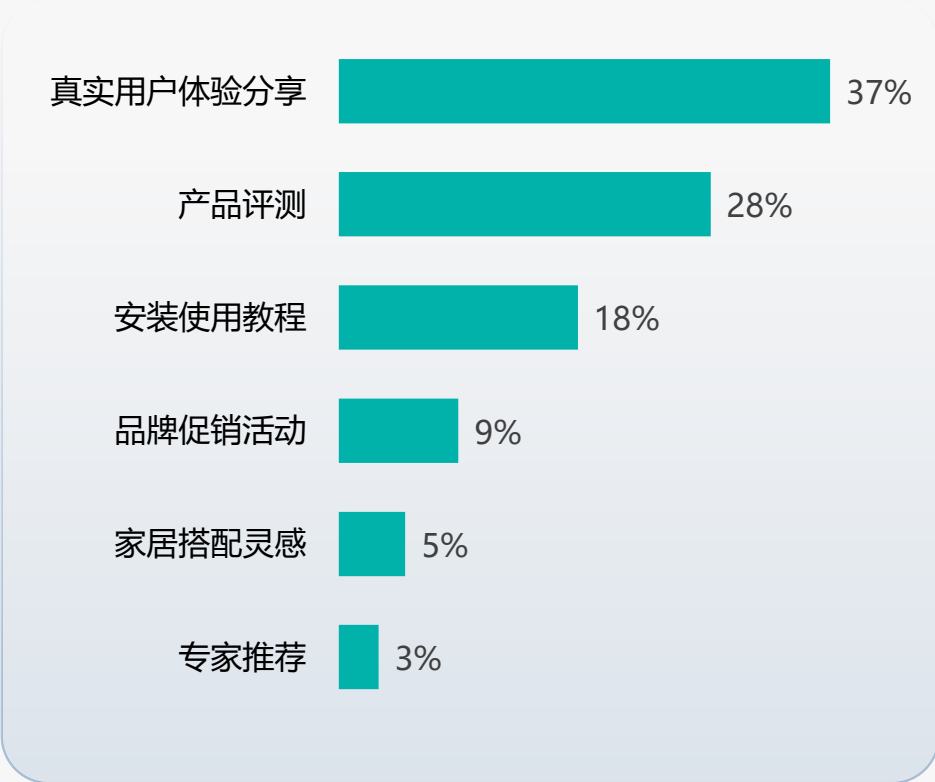
- ◆微信朋友圈是蚊帐床幔社交分享的主要渠道，占比41%，小红书和抖音分别占23%和19%，社交媒体在传播中起核心作用。
- ◆消费者最关注真实用户体验分享，占比37%，产品评测占28%，凸显口碑营销和实用评测对购买决策的重要性。

## 2025年中国蚊帐床幔社交分享渠道分布



2025年中国蚊帐床幔社交分享渠道分布

## 2025年中国蚊帐床幔社交渠道内容类型分布



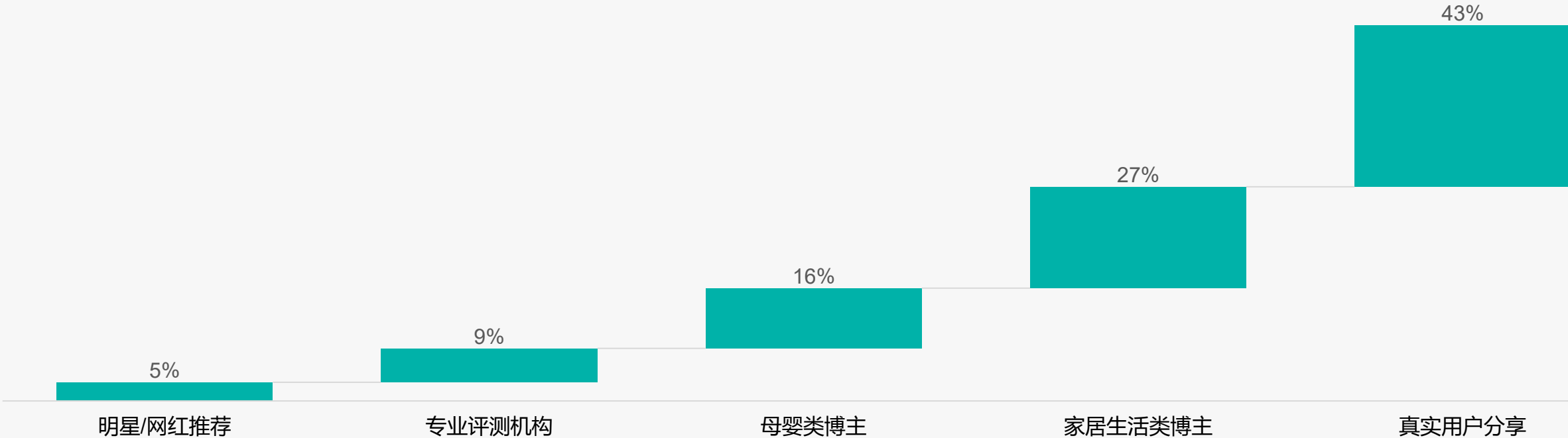
2025年中国蚊帐床幔社交渠道内容类型分布

样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 真实体验主导 生活场景关联 权威影响有限

- ◆调查显示，真实用户分享占比最高，达43%，家居生活类博主占27%，表明消费者更信赖真实体验和生活场景关联。
- ◆母婴类博主占16%，专业评测机构占9%，明星/网红推荐占5%，显示特定需求和权威名人效应在该领域影响力有限。

## 2025年中国蚊帐床幔社交渠道信任博主类型分布

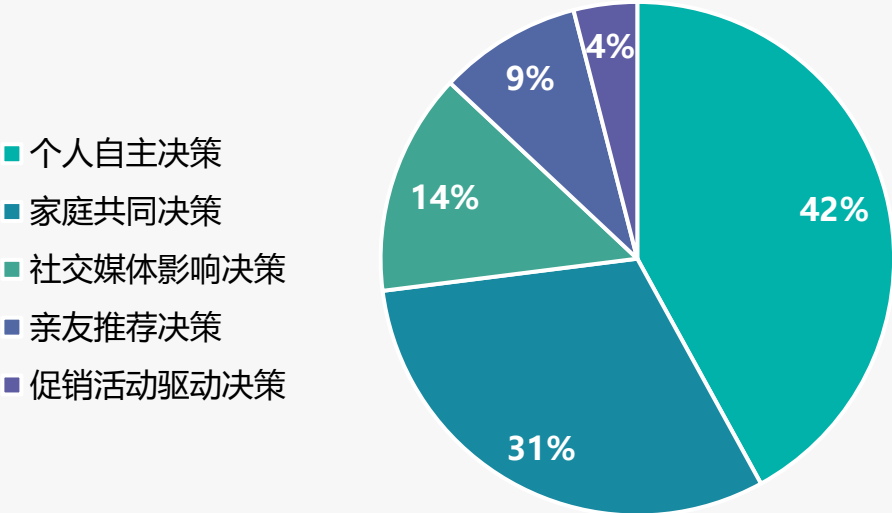


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

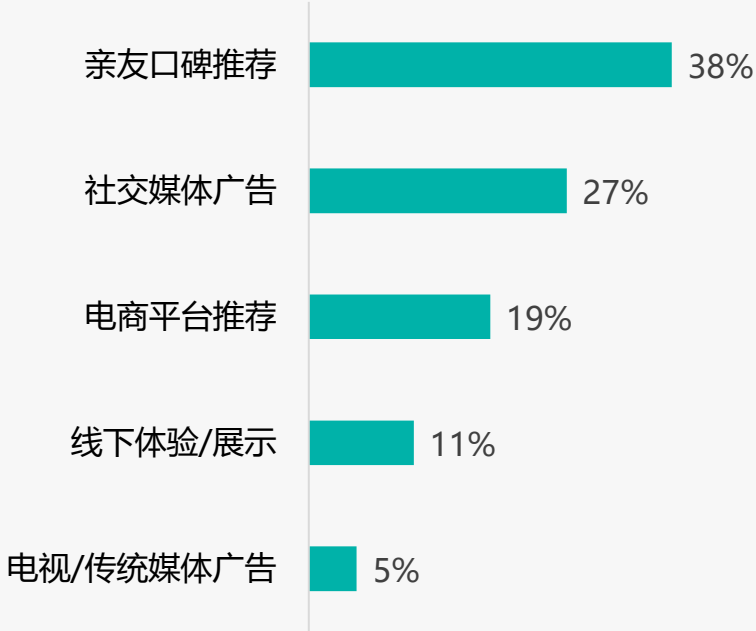
# 口碑社交媒体主导蚊帐床幔消费

- ◆亲友口碑推荐以38%的比例成为主要广告偏好，社交媒体广告占27%，显示口碑和数字营销在蚊帐床幔消费中起关键作用。
- ◆电商平台推荐为19%，线下体验/展示和电视/传统媒体广告分别占11%和5%，表明传统渠道效果相对较弱。

### 2025年中国蚊帐床幔消费决策者类型分布



### 2025年中国蚊帐床幔家庭广告偏好分布

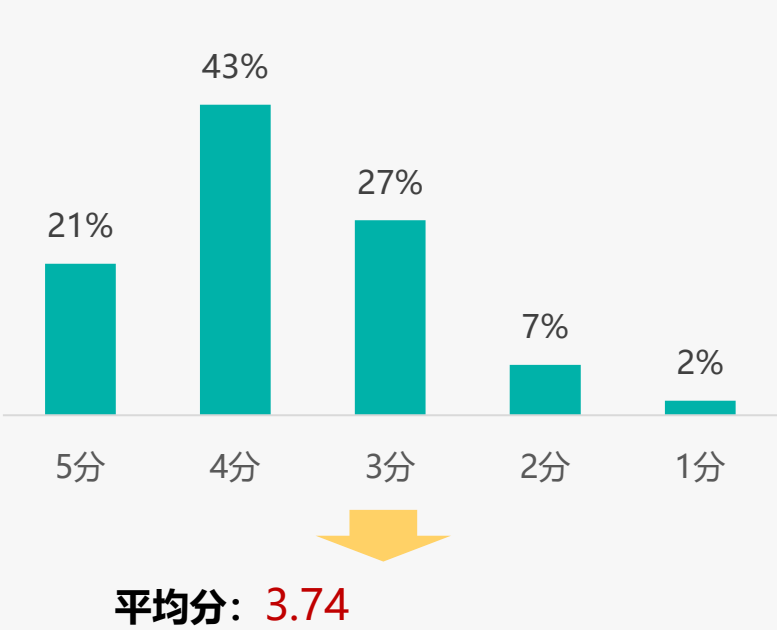


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

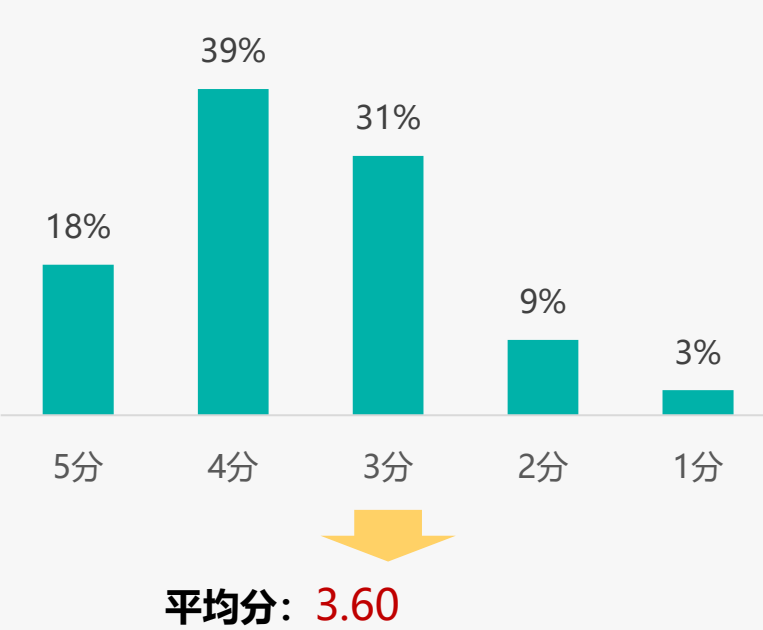
# 消费流程领先 退货客服待提升

- ◆消费流程满意度高，5分和4分合计占64%，退货体验和客服满意度较低，5分和4分合计分别为57%和58%，显示后两者有提升空间。
- ◆分析指出，消费流程领先，退货环节3分占31%需改进，客服5分仅占17%未达期望，整体体验优化应聚焦退货和客服服务。

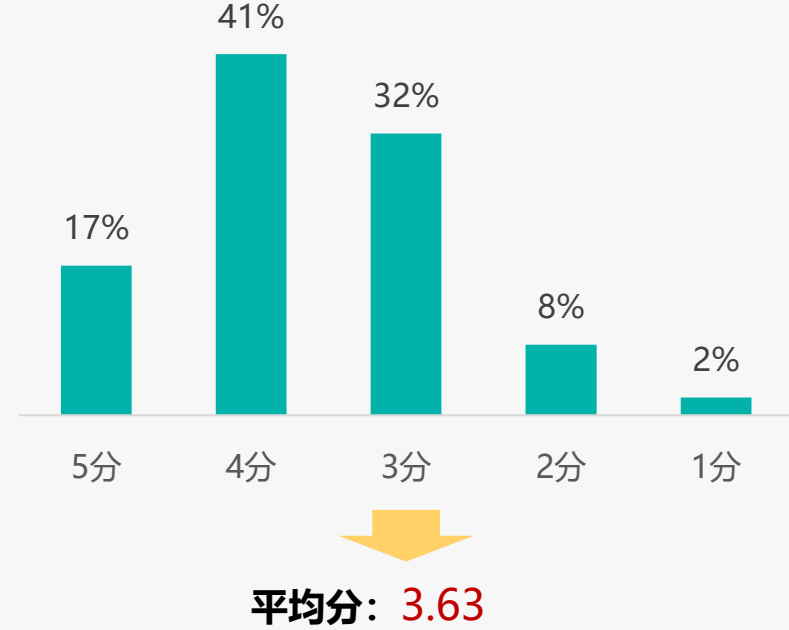
### 2025年中国蚊帐床幔线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国蚊帐床幔退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国蚊帐床幔线上客服满意度分布（满分5分）

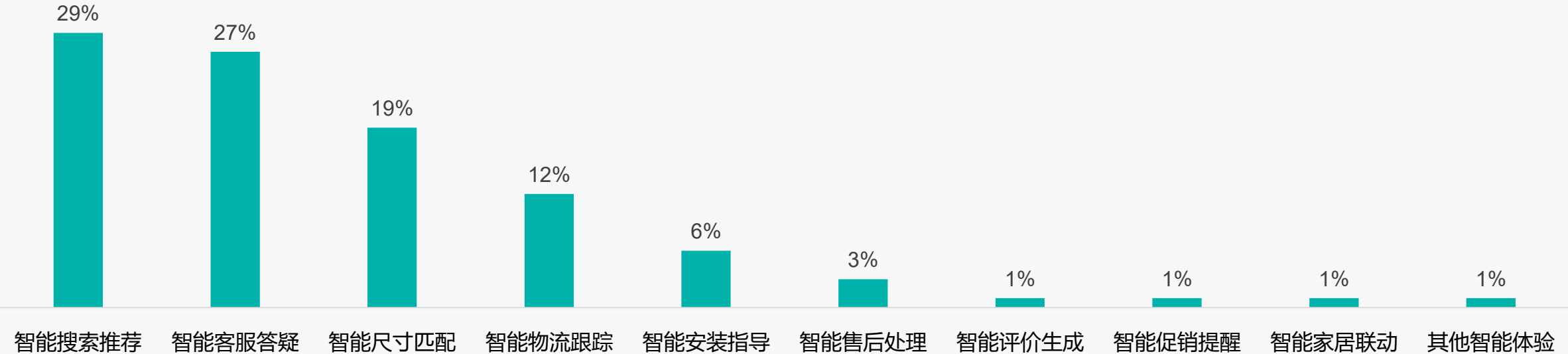


样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能服务主导蚊帐床幔线上消费

- ◆智能搜索推荐和智能客服答疑合计占比超过50%，显示消费者在线上购买蚊帐床幔时高度依赖智能服务获取信息和解决问题。
- ◆智能尺寸匹配占19%，凸显产品定制化需求；智能物流跟踪占12%，反映对配送透明度的关注；其他服务使用率均低于10%。

## 2025年中国蚊帐床幔线上智能服务体验分布



样本：蚊帐床幔行业市场调研样本量N=1414，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**