

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月菜籽油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Rapeseed Oil 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：菜籽油消费主力为中青年群体，市场下沉趋势明显



26-45岁中青年占消费主力60%，36-45岁最高达32%



三线及以下城市占比35%，二线25%，市场下沉趋势显著



家庭烹饪和采购决策者合计77%，对选择起关键作用

启示

✓ 聚焦中青年家庭决策者

品牌应针对26-45岁中青年家庭主厨和采购者，开发符合其需求的营销策略和产品，强化家庭烹饪场景的沟通。

✓ 深化下沉市场布局

品牌需加强在三线及以下城市的渠道建设和市场教育，利用价格和包装策略适应下沉市场消费习惯。

核心发现2：菜籽油消费高频稳定，中端价格和包装主导市场



每月购买占比38%最高，显示日常性高，需求稳定



单次支出50-100元占41%，中端价格是主流选择



2-5升规格占32%为主流，标准化包装主导市场

启示

✓ 强化日常消费属性

品牌应通过促销和会员计划维持高频购买，强调产品在日常烹饪中的稳定性和可靠性，巩固消费者习惯。

✓ 优化中端产品组合

聚焦10-20元价格区间和2-5升主流规格，平衡性价比与品质，同时探索大规格和健康升级产品机会。

核心发现3：消费者依赖社交推荐和线下渠道，品牌忠诚度中等



产品了解渠道以超市陈列35%、亲友推荐22%和电商平台18%为主



购买渠道线下零售占60%主导，但线上渠道增长显著



品牌复购率较高，但价格敏感和促销依赖影响忠诚度

启示

✓ 加强社交口碑营销

品牌应利用亲友推荐和社交媒体，特别是营养师和美食博主，传递健康烹饪知识，提升信任度和影响力。

✓ 平衡线上线下渠道

巩固超市和社区便利店等线下主流渠道，同时发展电商和生鲜电商，优化线上购物体验和信息透明度。

品牌方行动清单

核心逻辑：中青年主厨采购，市场下沉，价格健康驱动



1、产品端

- ✓ 开发中端健康营养产品线
- ✓ 优化大规格塑料瓶包装



2、营销端

- ✓ 强化社交媒体口碑营销
- ✓ 周末促销与健康内容结合



3、服务端

- ✓ 提升线上客服响应速度
- ✓ 优化物流配送效率

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** 菜籽油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菜籽油品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对菜籽油的购买行为;
- 菜籽油市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

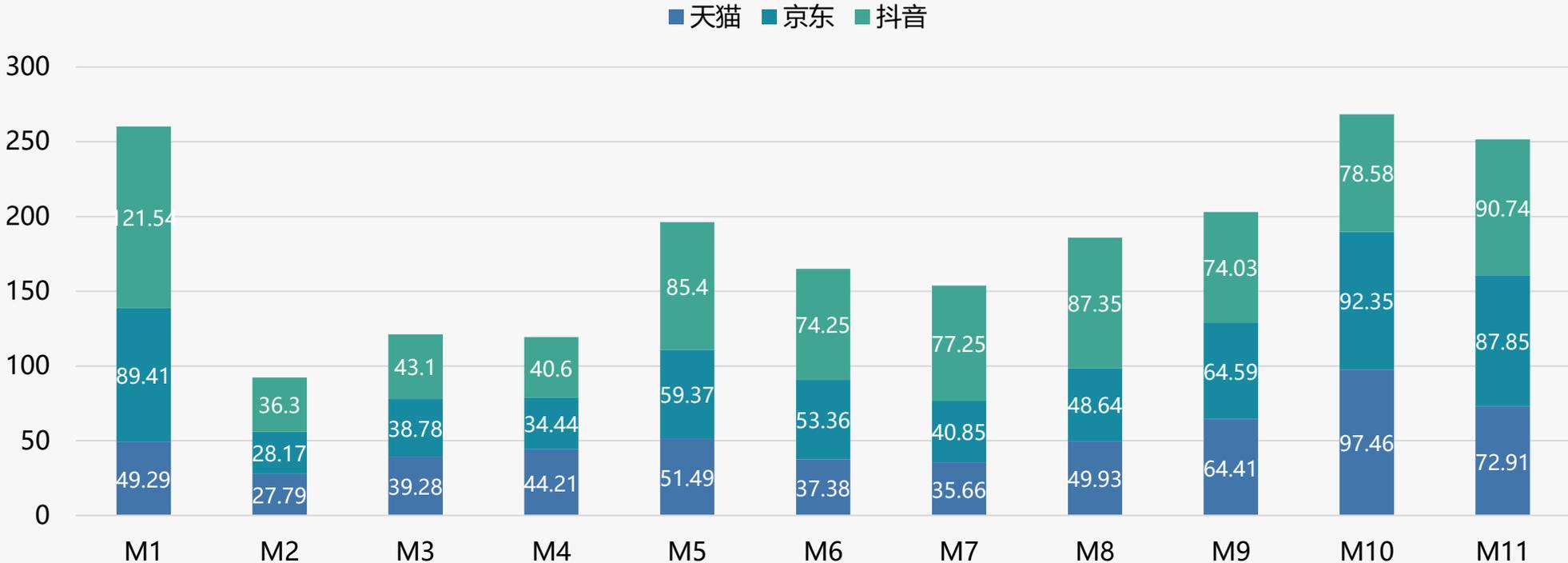
Research Method

- **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, 计算菜籽油品类销售额、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、不同平台菜籽油品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导菜籽油销售 季节性波动显著

- ◆从平台销售额占比看，2025年1-11月菜籽油线上总销售额约62.3亿元，其中抖音以38.5亿元居首，占比61.8%，天猫和京东分别为16.3亿元和7.5亿元，显示抖音在品类销售中占据主导地位，可能受益于直播带货模式的高转化率。月度销售趋势分析显示，销售额在M10达到峰值，约2.68亿元，M2最低为0.92亿元，整体呈波动上升，尤其在M9-M11保持高位，表明季节性促销如双十一驱动销售增长。
- ◆平台间销售效率对比，抖音月均销售额约3.5亿元，高于天猫的1.48亿元和京东的0.68亿元，反映出抖音的营销ROI较高，但需关注其成本结构；天猫在M10表现突出，达0.97亿元，可能源于品牌活动提升，建议企业优化库存以应对需求波动。

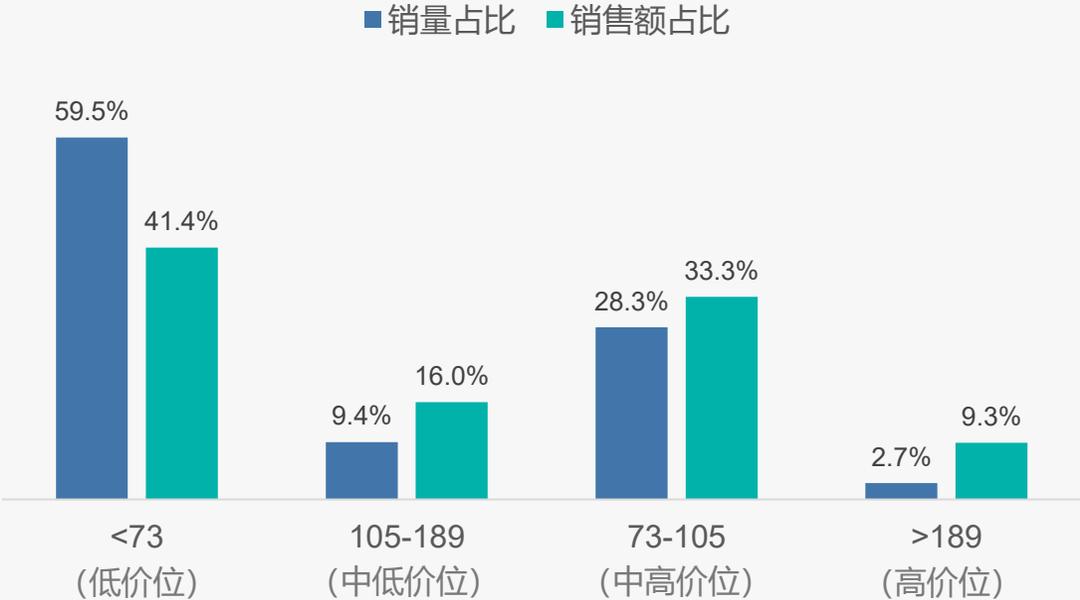
2025年1月~11月菜籽油品类线上销售规模（百万元）



菜籽油市场低价主导 中高端产品利润更优

- ◆从价格区间销售趋势看，菜籽油品类呈现明显的低价主导特征。<73元区间销量占比59.5%，但销售额占比仅41.4%，显示该区间产品单价较低、利润空间有限。73-105元区间销量占比28.3%，销售额占比33.3%，单位产品价值贡献更高。105-189元及>189元区间虽销量占比合计仅12.1%，但贡献了25.3%的销售额，表明高端产品具有更强的盈利能力。
- ◆月度销量分布显示市场存在季节性波动。M1-M11期间，<73元区间销量占比在53.0%-64.7%之间波动，2月、4月、6月达到峰值，可能与春节后、618促销等消费节点相关。73-105元区间占比相对稳定在24.1%-31.6%。整体看，低价产品占比波动较大，中高端产品需求相对稳定，建议针对不同月份制定差异化营

2025年1月~11月菜籽油线上不同价格区间销售趋势



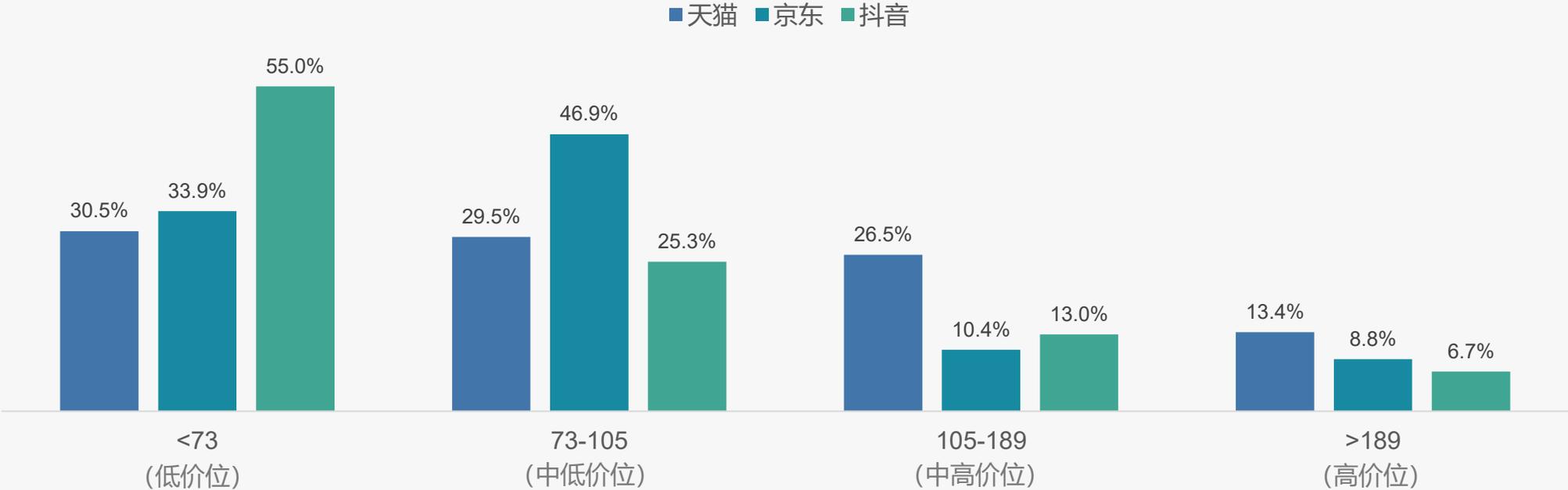
菜籽油线上价格区间-销量分布



菜籽油平台价格分化 京东中端抖音低价主导

- ◆从价格区间分布看，菜籽油品类呈现明显的平台差异化定价策略。天猫平台价格分布相对均衡，73-105元区间占比29.5%为最高；京东平台则集中在73-105元区间，占比高达46.9%；抖音平台以低价策略为主，<73元区间占比55.0%。这表明不同平台用户购买力和消费习惯存在显著差异，京东用户更偏好中端价位，抖音用户对价格敏感度最高。
- ◆分析各平台高端市场渗透率，>189元高价区间占比普遍偏低：天猫13.4%、京东8.8%、抖音仅6.7%。结合中高端区间（105-189元）数据，天猫合计占比39.9%为最高，显示其高端化布局相对成功。但整体来看，菜籽油品类仍以中低端市场为主，高端产品市场教育不足，存在消费升级空间。

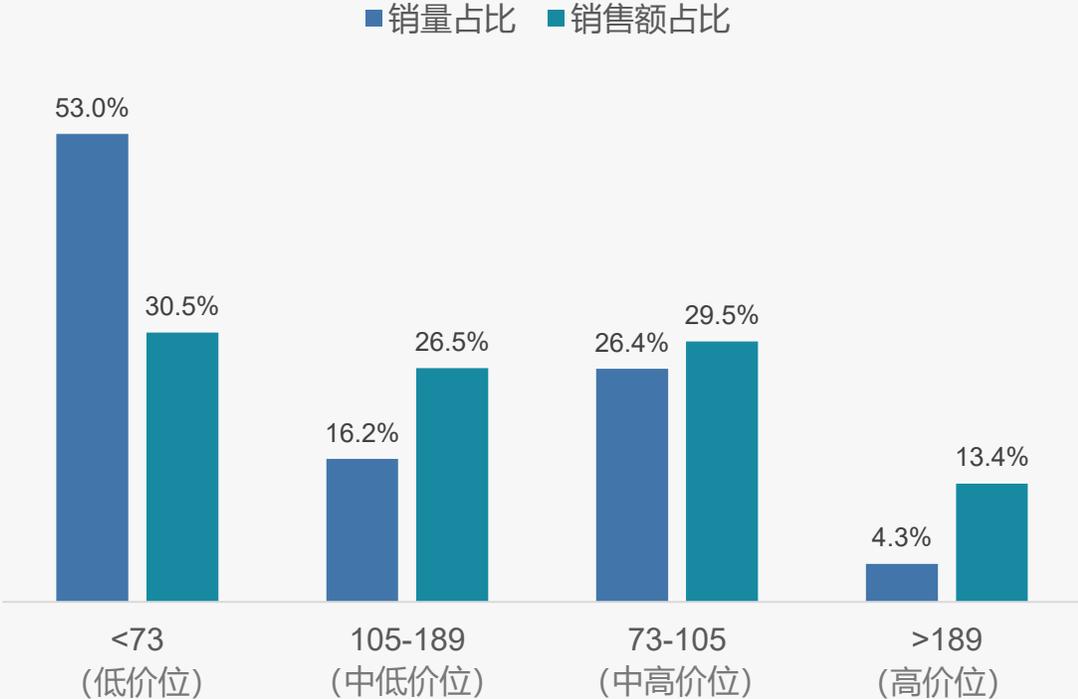
2025年1月~11月各平台菜籽油不同价格区间销售趋势



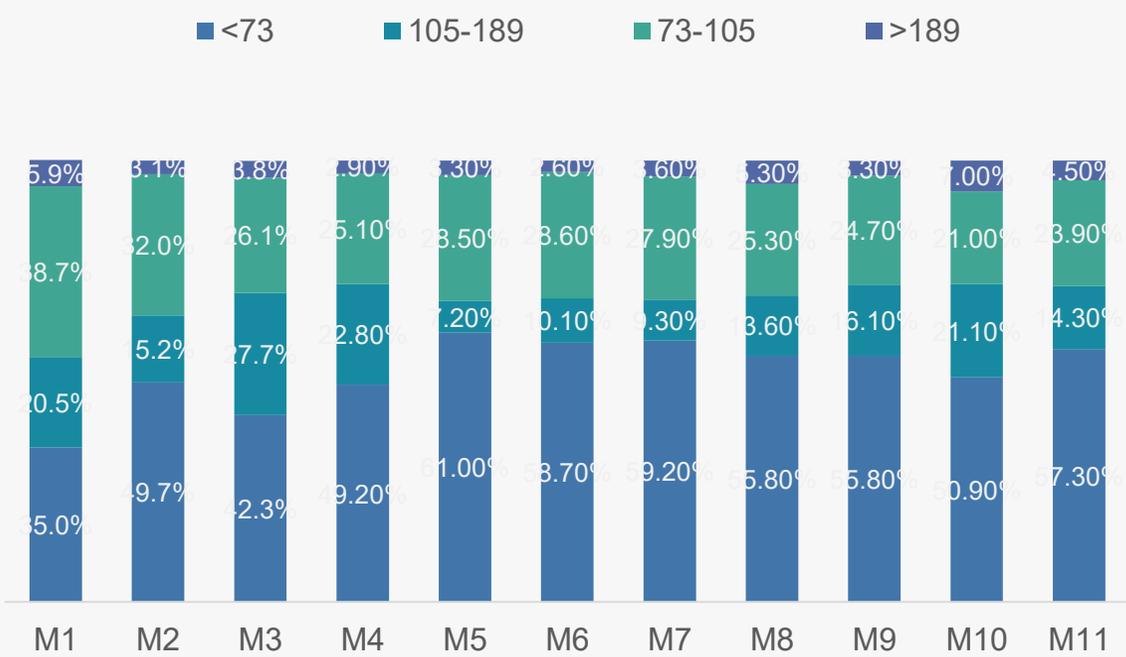
菜籽油低价主导 中端利润核心 高端小众高利

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台菜籽油呈现明显的低价主导特征。<73元区间销量占比高达53.0%，但销售额占比仅30.5%，表明该区间产品单价较低，可能以促销品或小包装为主。73-105元和105-189元区间虽销量占比合计42.6%，但贡献了56.0%的销售额，显示中端价格带是平台的核心利润来源。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动和消费结构变化。M1-M4月，<73元低价产品占比从35.0%攀升至49.2%，而73-105元中端产品从38.7%降至25.1%，反映年初消费者更倾向性价比选择。M10-M11月，>189元高端产品占比回升至7.0%和4.5%，显示年末消费升级趋势。

2025年1月~11月天猫平台菜籽油不同价格区间销售趋势



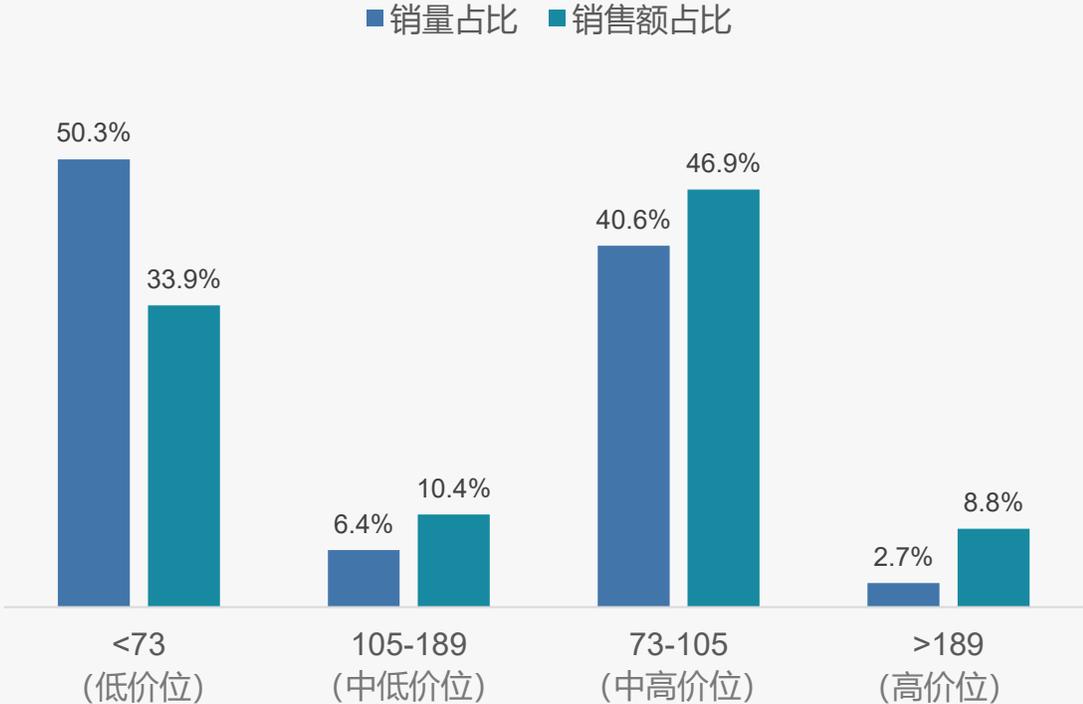
天猫平台菜籽油价格区间-销量分布



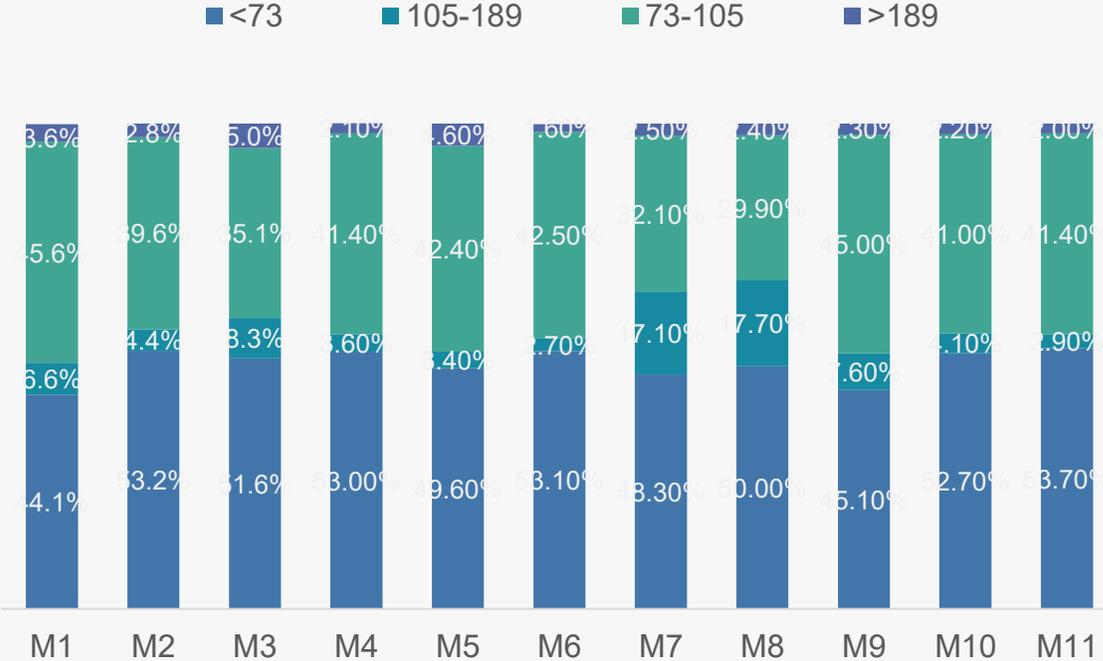
菜籽油低价主导 中端创收 高端待拓

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台菜籽油品类呈现明显的低价主导特征。价格<73元区间的销量占比达50.3%，但销售额占比仅33.9%，显示该区间产品单价较低、周转率快；73-105元区间销量占比40.6%却贡献46.9%的销售额，是平台的核心利润区，ROI表现最佳。月度销量分布显示明显的季节性波动。M7-M8月105-189元区间销量占比骤升至17%左右，较其他月份平均5.2%增长226%。
- ◆价格结构存在优化空间。当前<73元低价产品销量过半但创收能力弱，建议通过产品升级逐步向73-105元核心区间转移；>189元超高端区间销量占比仅2.7%，但销售额占比达8.8%，单位产品价值显著，可针对性培育；整体价格带分布呈现“中间厚、两头薄”特征，需加强高端市场渗透和低端产品价值提升以实现收

2025年1月~11月京东平台菜籽油不同价格区间销售趋势



京东平台菜籽油价格区间-销量分布

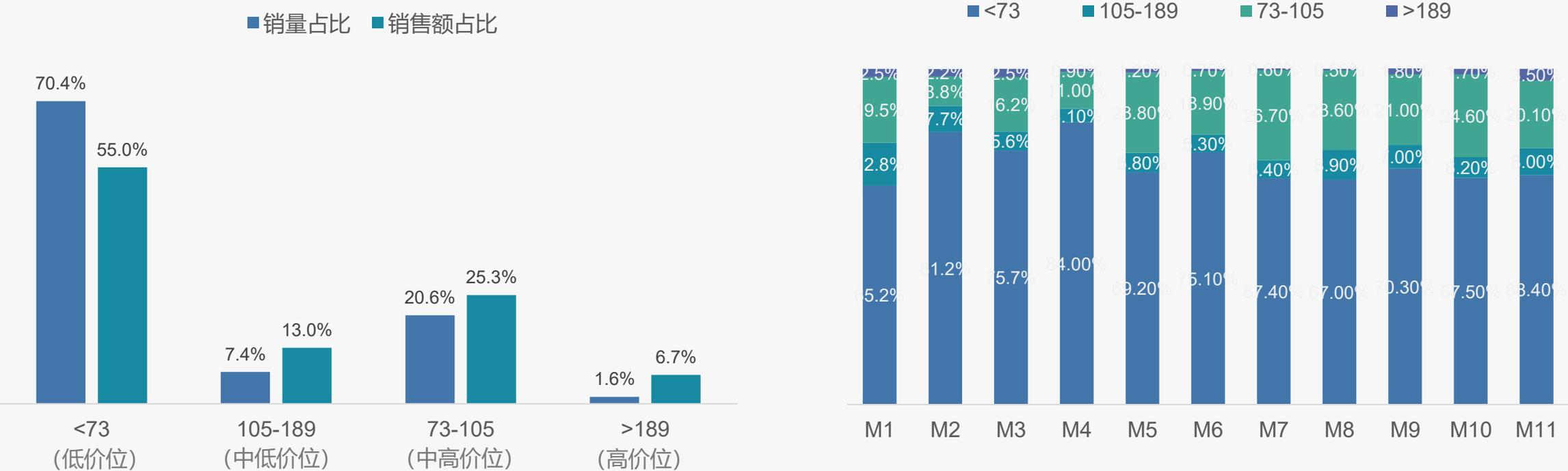


菜籽油低价主导 中高端利润优化 季节性波动明显

- ◆从抖音平台菜籽油价格区间销售趋势看，<73元低价区间销量占比70.4%但销售额占比仅55.0%，显示该区间产品单价较低，贡献了大部分销量但利润空间有限。73-105元中端区间销量占比20.6%却贡献25.3%销售额，表明该区间产品具有较好的价值贡献。105-189元及>189元高价区间合计销量占比仅9.0%但贡献19.7%销售额，显示高端产品虽销量小但利润贡献显著，建议优化产品结构提升高端占比。
- ◆分析月度销量分布数据，<73元低价区间在M2和M4分别达到81.2%和84.0%的峰值，显示促销活动可能集中在年初和春季。73-105元中端区间在M7达到26.7%的最高占比，表明夏季消费升级趋势明显。整体看，低价产品主导市场但中高端季节性波动值得关注，建议针对性营销。

2025年1月~11月抖音平台菜籽油不同价格区间销售趋势

抖音平台菜籽油价格区间-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** 菜籽油消费行为、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年内购买过菜籽油的消费者;
- 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

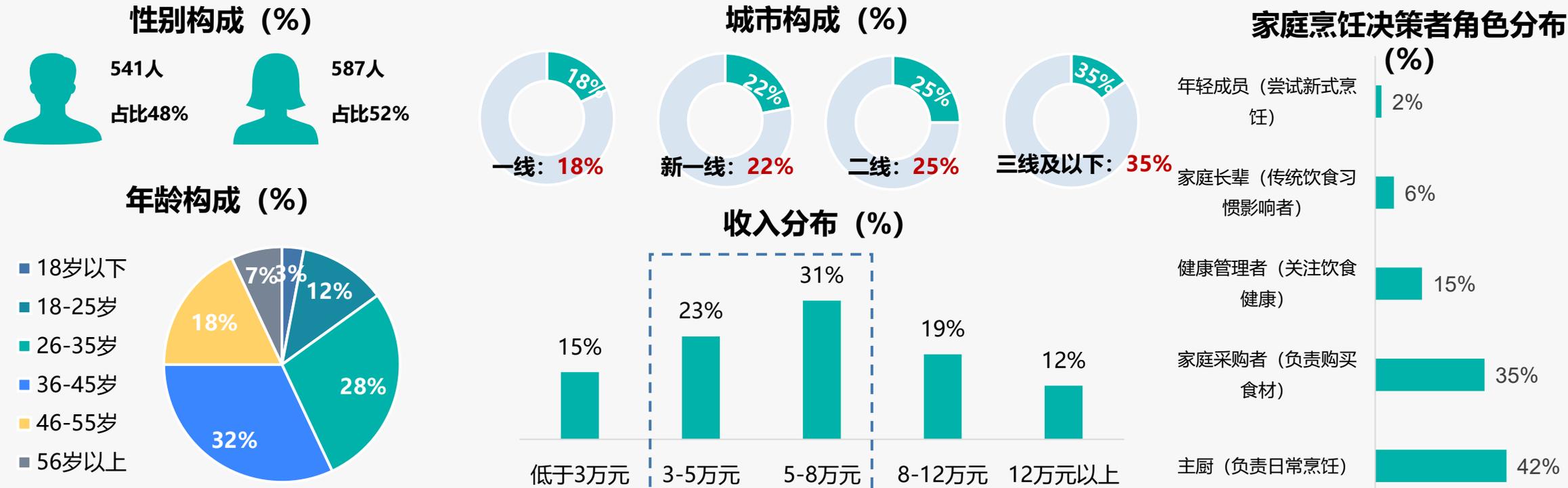
Research Method

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=1128

中青年主厨采购菜籽油，市场下沉

- ◆菜籽油消费主力为26-45岁中青年群体，占比60%；城市分布以三线及以下为主占35%，显示市场下沉趋势明显。
- ◆家庭烹饪决策者中主厨和采购者合计占77%，是菜籽油选择关键；收入5-8万元群体占比最高为31%，中等收入为主要消费者。

2025年中国菜籽油消费者画像

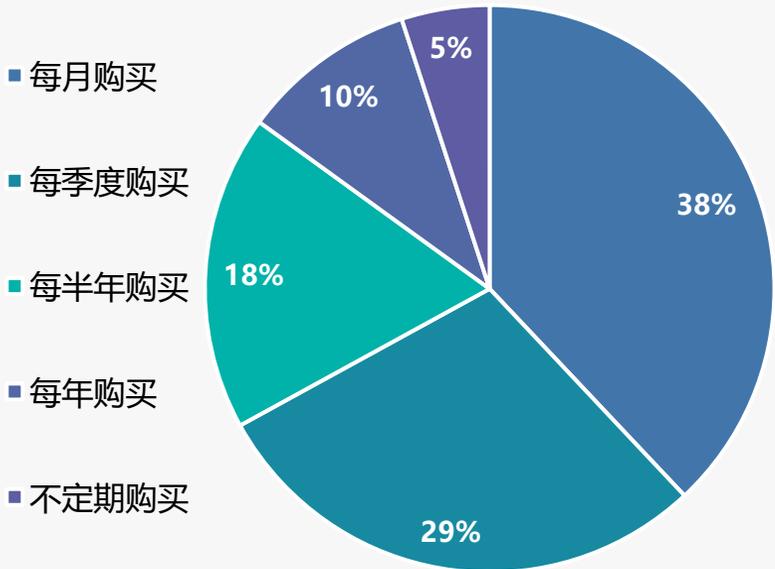


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

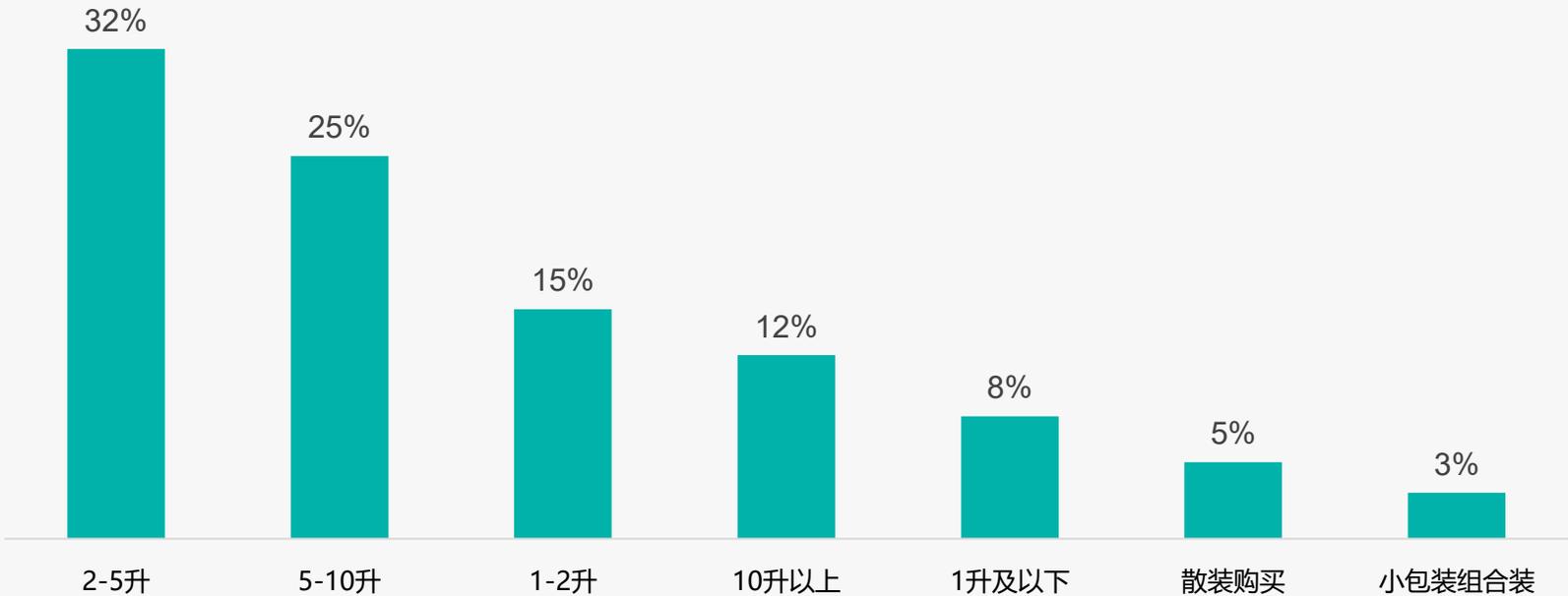
菜籽油高频消费 大规格主导市场

- ◆菜籽油消费频率高，每月购买占38%，每季度购买占29%，累计67%消费者在季度内购买，显示稳定日常需求。
- ◆购买规格以2-5升为主占32%，5-10升占25%，大规格需求显著，散装和小包装占比低，标准化包装主导市场。

2025年中国菜籽油购买频率分布



2025年中国菜籽油购买规格偏好分布

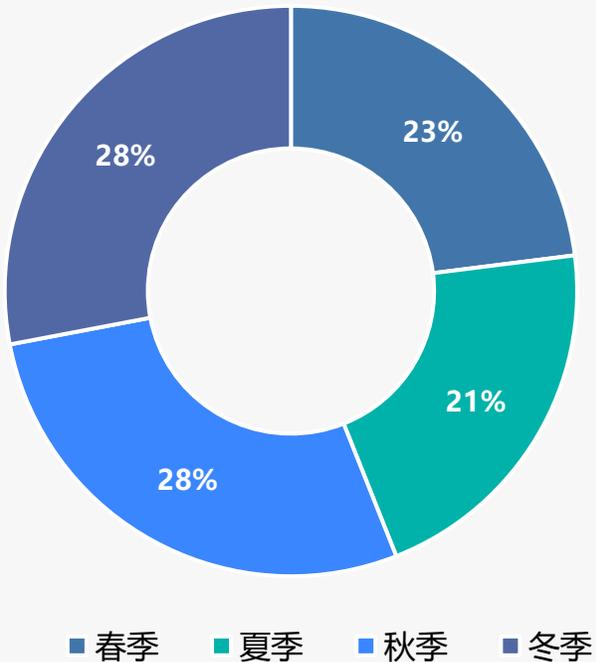


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

中等价位主流 秋冬季需求高 塑料瓶装偏好强

- ◆ 单次购买支出以50-100元为主，占比41%，显示中等价位是主流选择；购买季节分布中，秋冬季各占28%，高于春夏季，可能关联季节性需求。
- ◆ 包装类型偏好中，塑料瓶装以45%占比最高，远超其他类型，体现消费者对便捷性和成本效益的重视；其他包装类型如玻璃瓶装占18%。

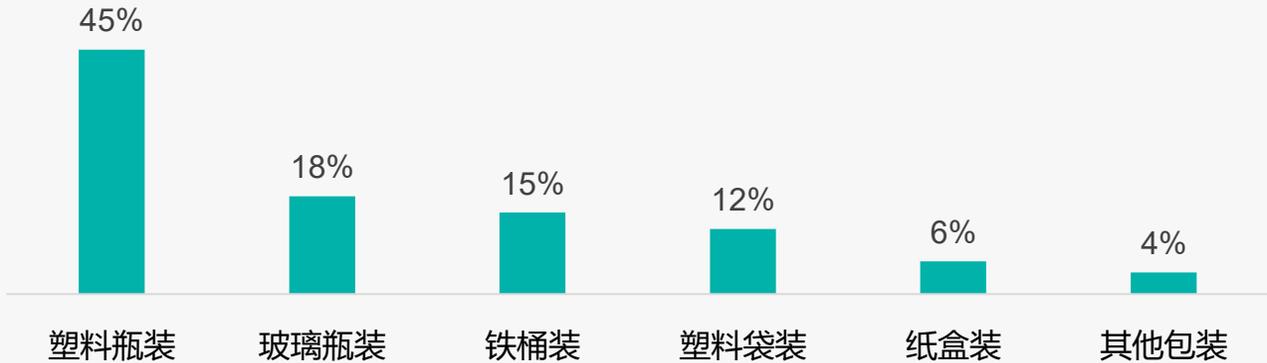
2025年中国菜籽油购买季节分布



2025年中国菜籽油单次购买支出分布



2025年中国菜籽油包装类型偏好分布

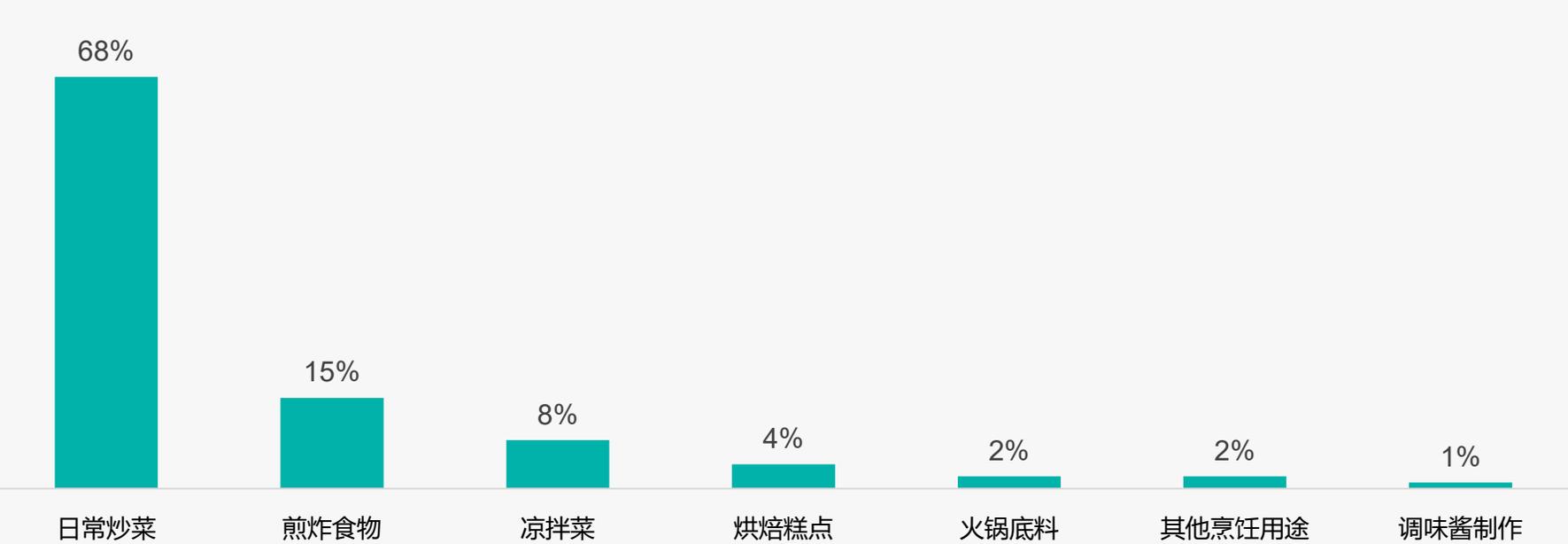


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

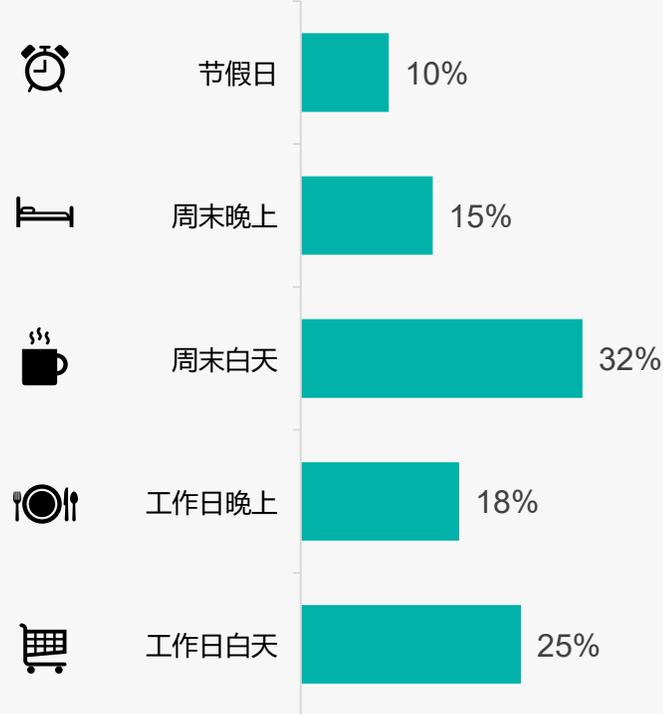
菜籽油主用于炒菜 周末白天采购集中

- ◆菜籽油使用场景以日常炒菜为主，占比68%，煎炸食物占15%，其他用途如凉拌、烘焙等合计占15%，显示其核心应用于高温烹饪。
- ◆购买时段集中在周末白天，占比32%，工作日白天占25%，其他时段分布较均衡，反映消费者偏好周末集中采购菜籽油。

2025年中国菜籽油使用场景分布



2025年中国菜籽油购买时段分布

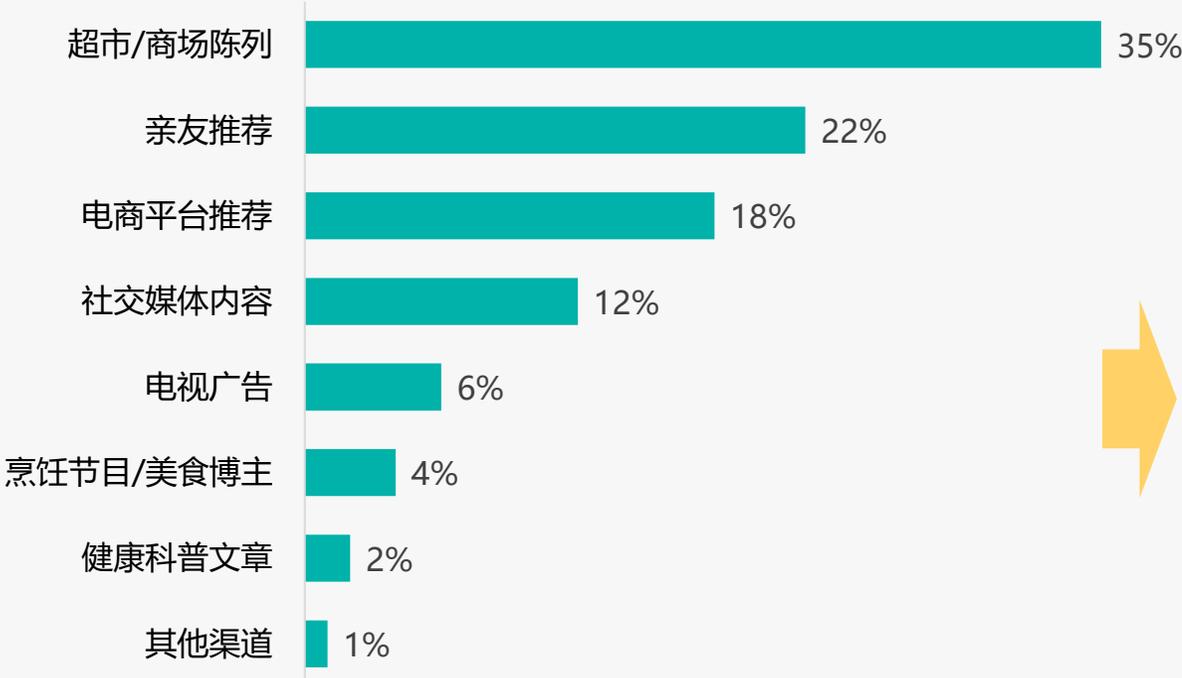


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

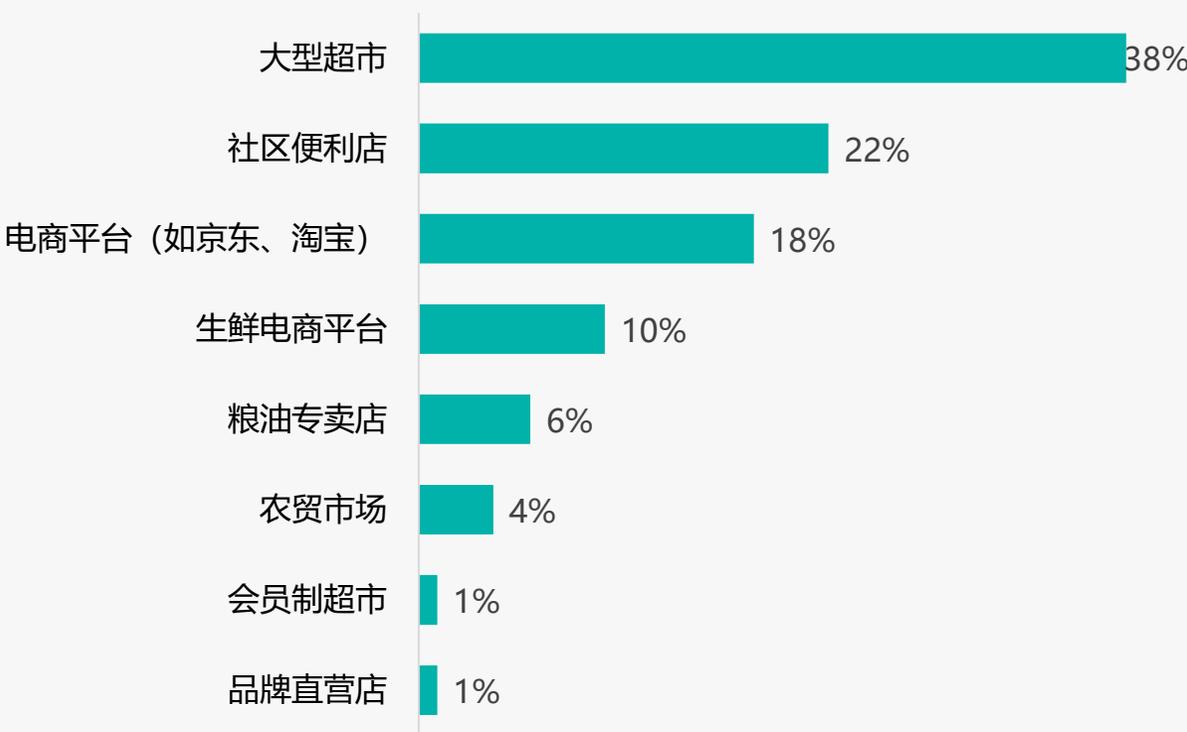
菜籽油消费线下主导线上增长

- ◆产品了解渠道以超市/商场陈列35%、亲友推荐22%和电商平台推荐18%为主，合计75%，社交媒体内容12%次之，传统广告影响力较低。
- ◆购买渠道中大型超市38%和社区便利店22%合计60%，电商平台18%和生鲜电商10%合计28%，线下零售占主导，线上渠道增长明显。

2025年中国菜籽油产品了解渠道分布



2025年中国菜籽油购买渠道分布

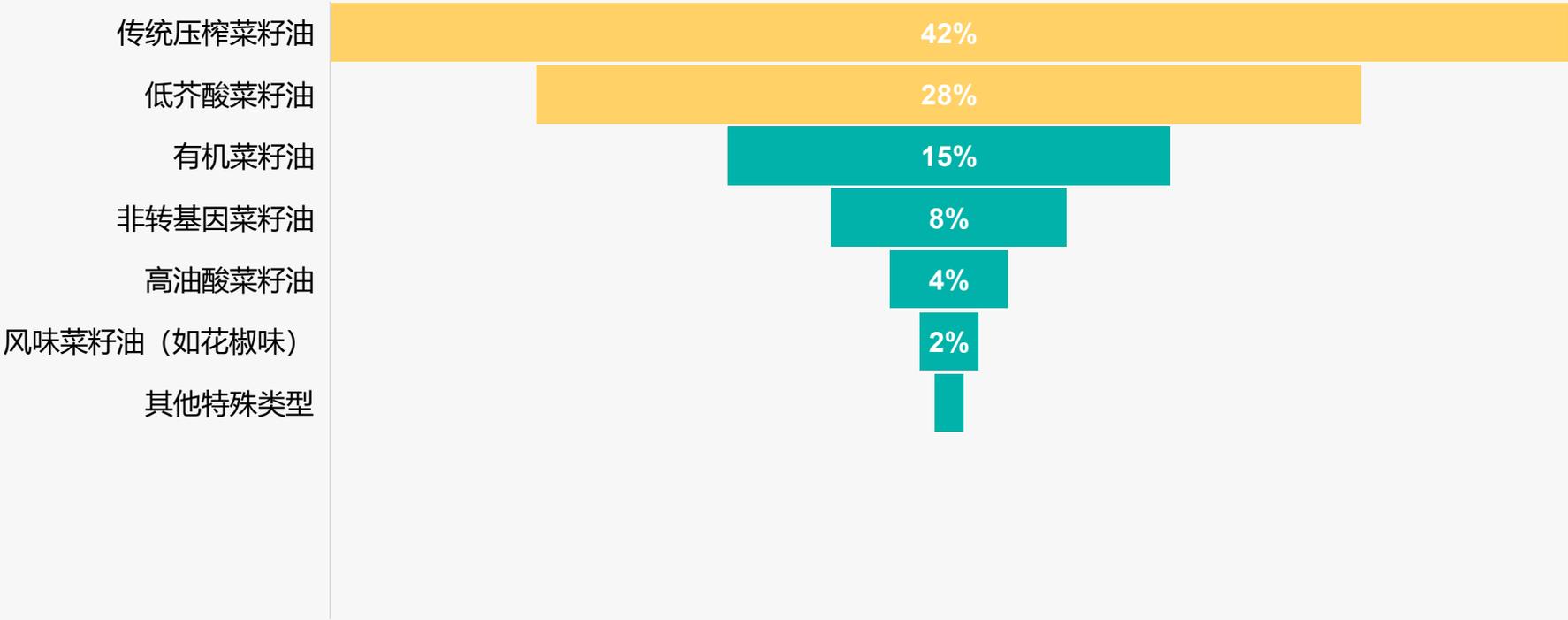


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

传统健康主导新兴市场待培育

- ◆传统压榨菜籽油以42%的偏好占比领先，低芥酸菜籽油占28%，显示消费者偏好传统与健康导向产品，市场主流明确。
- ◆有机和非转基因菜籽油合计占23%，高油酸和风味类型仅占6%，表明新兴类型份额较低，需加强市场培育。

2025年中国菜籽油产品类型偏好分布

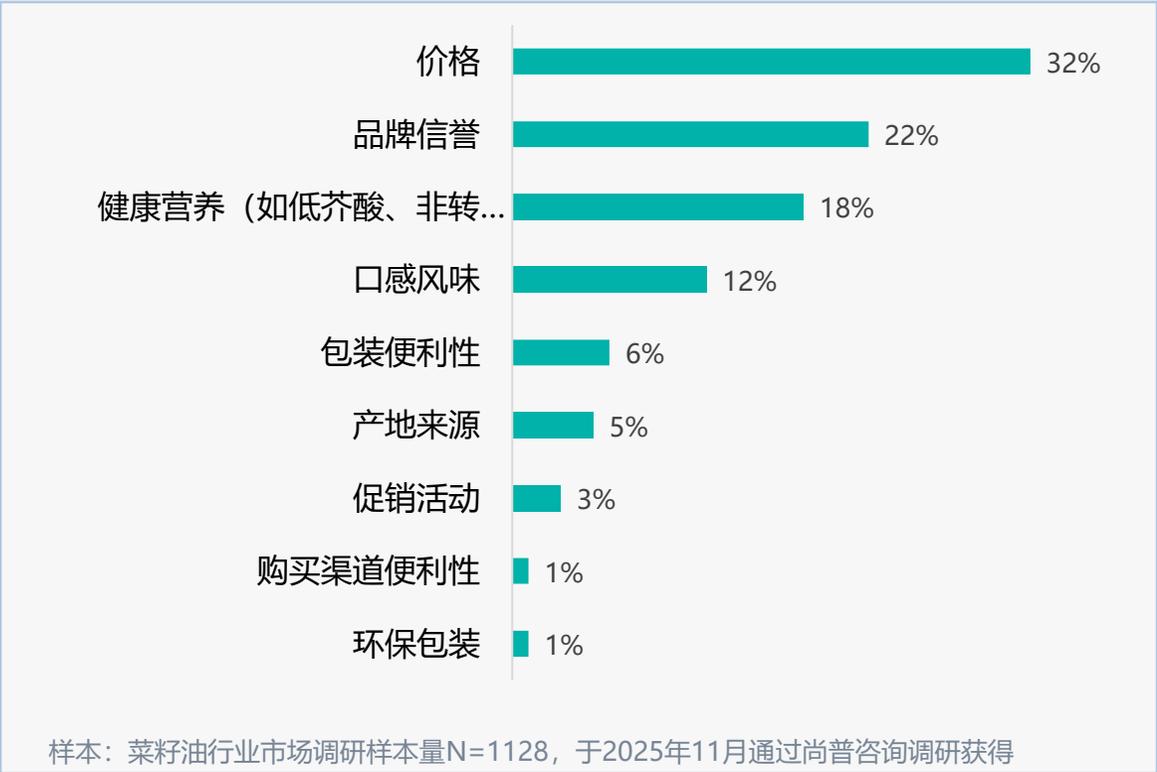


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

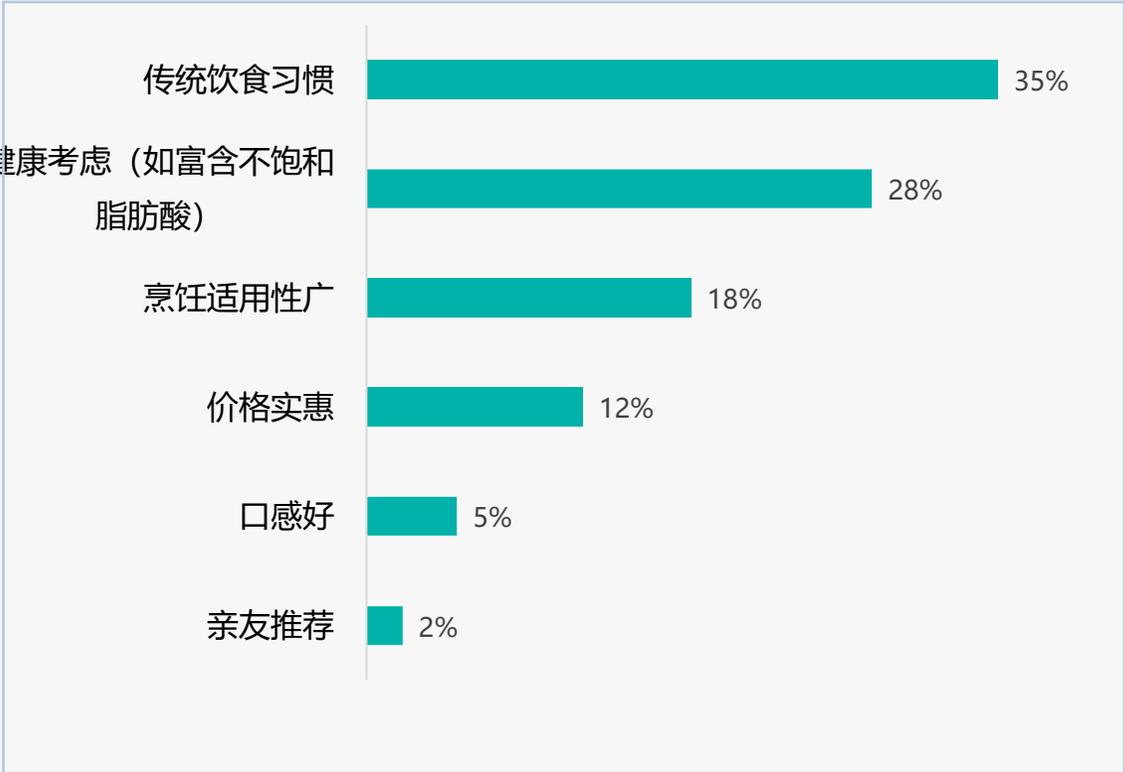
价格主导健康驱动菜籽油消费

- ◆菜籽油消费中，价格32%是首要决策因素，品牌信誉22%和健康营养18%紧随其后，显示消费者在成本与品质间寻求平衡。
- ◆健康考虑28%与传统习惯35%共同主导选择原因，表明健康意识正与传统饮食结合，驱动市场向营养化方向发展。

2025年中国菜籽油购买决策关键因素分布



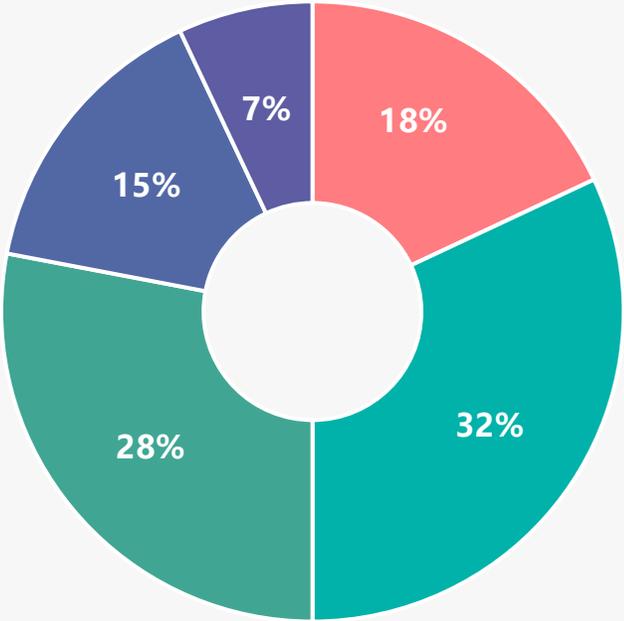
2025年中国菜籽油选择主要原因分布



菜籽油推荐意愿中等 品牌满意度待提升

- ◆菜籽油消费者推荐意愿中等，愿意推荐占比50%（非常愿意18%，愿意32%），不愿推荐主因是担心问题（32%）和认为普通商品（28%）。
- ◆品牌满意度待提升，18%消费者对当前品牌不完全满意；其他原因如个人偏好（12%）和习惯（6%）影响较小。

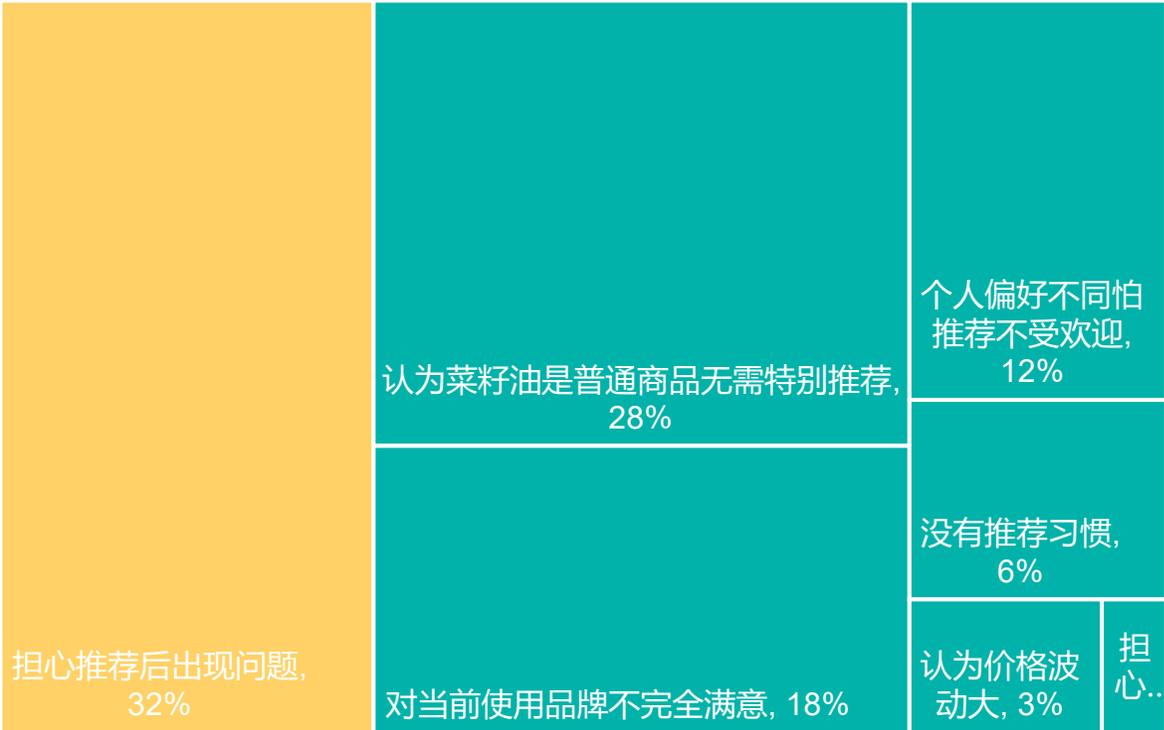
2025年中国菜籽油推荐意愿分布



5分 4分 3分 2分 1分
 ■非常愿意推荐 ■愿意推荐 ■一般 ■不太愿意推荐 ■完全不愿意推荐

样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

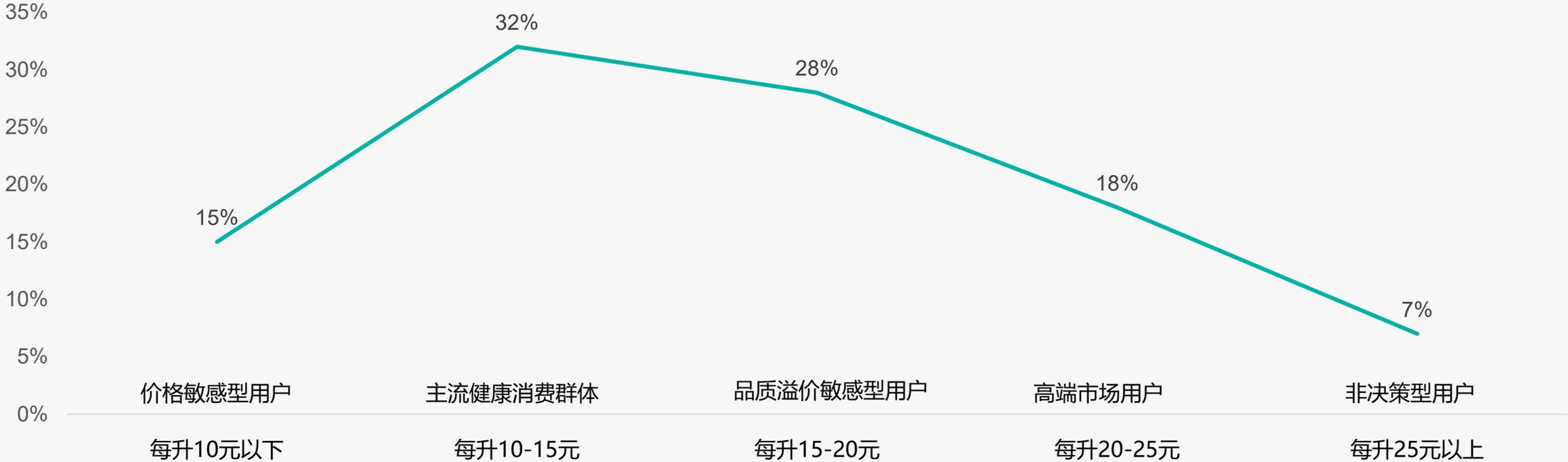
2025年中国菜籽油不愿推荐原因分布



菜籽油价格敏感度集中10-20元区间

- ◆菜籽油价格接受度调查显示，32%消费者接受每升10-15元，占比最高，28%接受每升15-20元，表明中端价格区间主导市场消费偏好。
- ◆每升10元以下和25元以上接受度分别为15%和7%，相对较低，反映消费者对低价品质疑虑或高价预算限制，价格敏感度集中在10-20元。

2025年中国菜籽油最常购买规格价格接受度分布



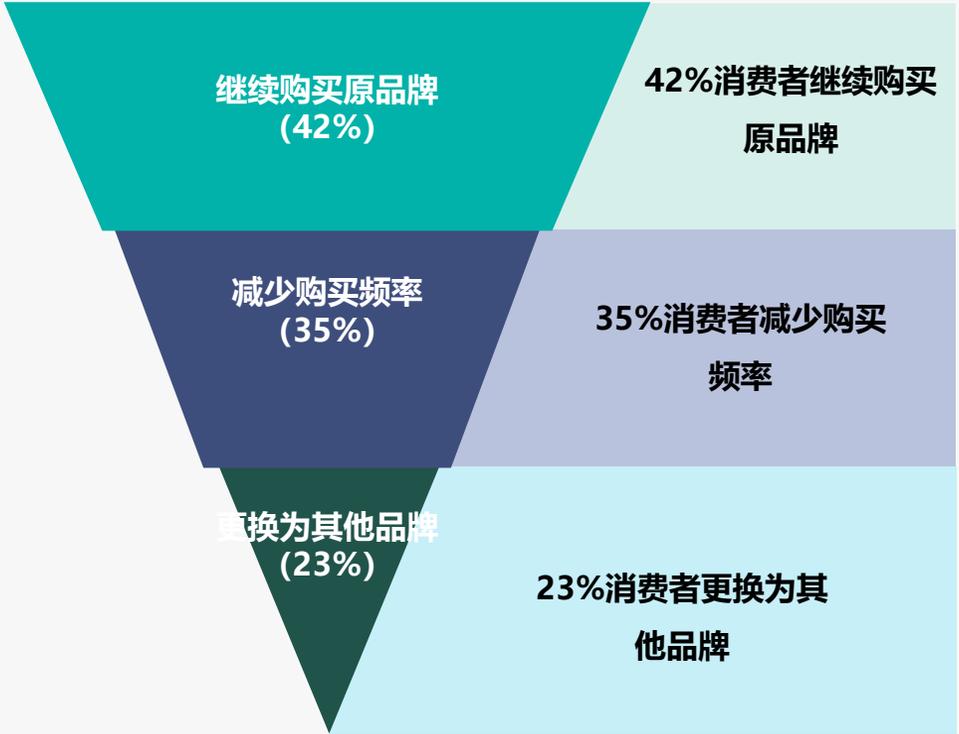
样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以2-5升规格菜籽油为标准核定价格区间

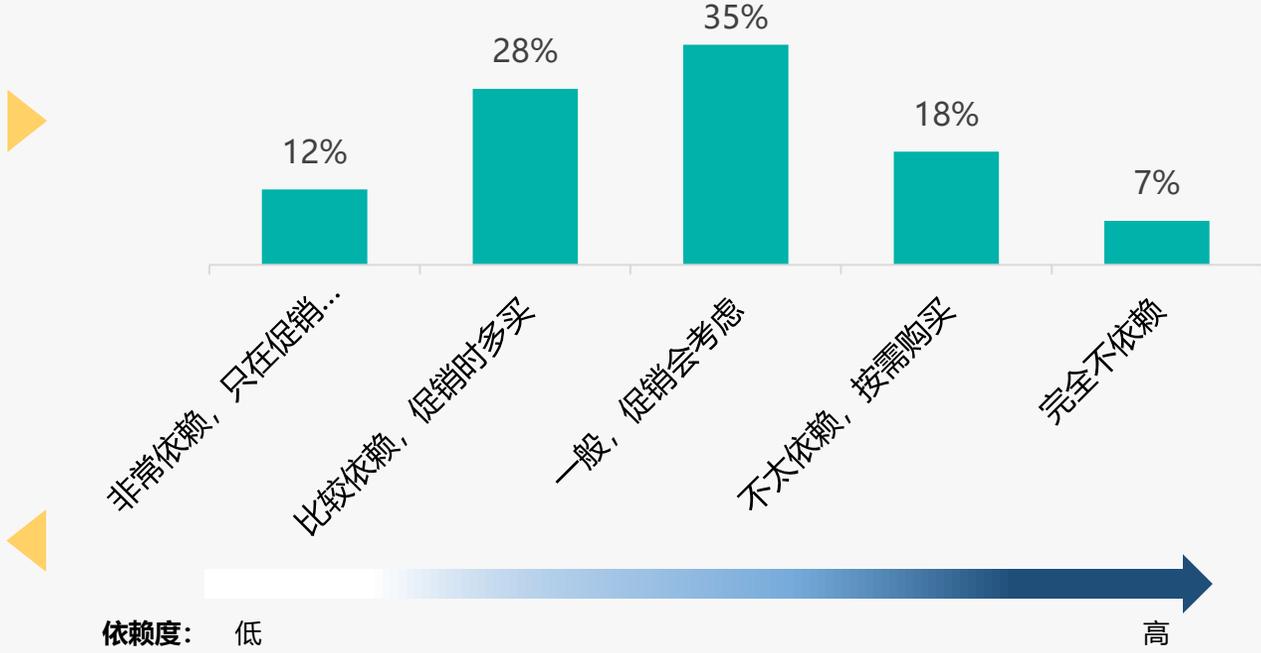
价格敏感促销依赖影响消费行为

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买原品牌，35%减少购买频率，23%更换品牌，显示品牌忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆对促销活动，40%消费者依赖较强，35%持一般态度，25%不太或完全不依赖，促销策略对购买决策影响显著。

2025年中国菜籽油价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国菜籽油对促销活动依赖程度分布

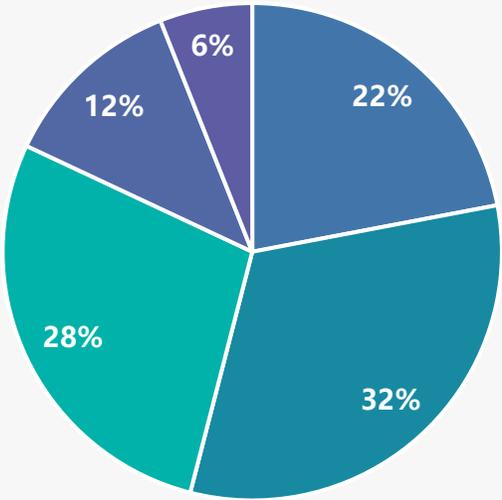


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

菜籽油品牌忠诚高 价格创新驱动竞争

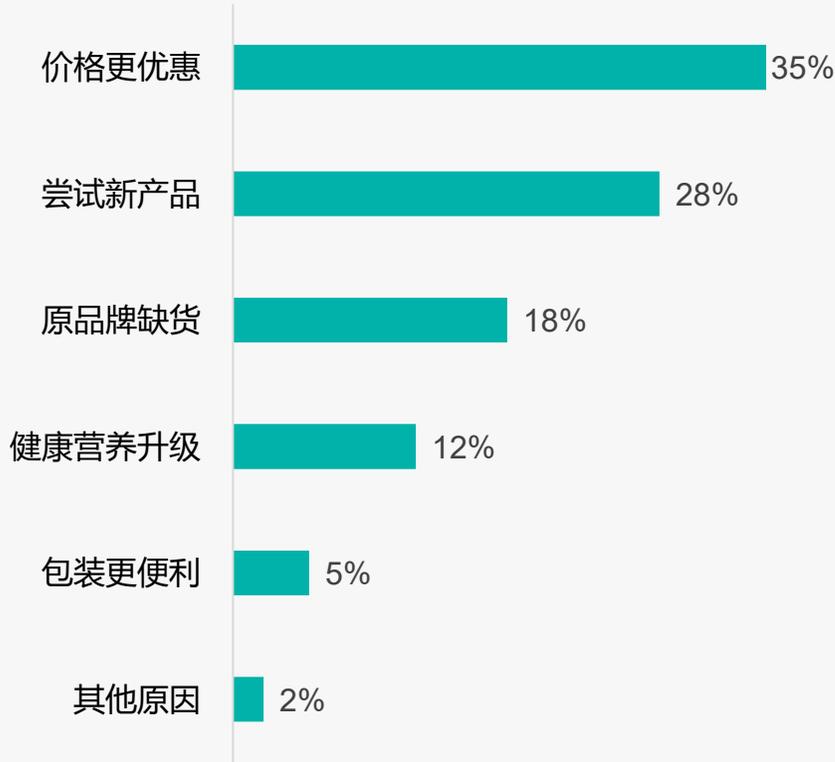
- ◆菜籽油市场品牌复购率较高，70%以上复购率合计54%，显示消费者品牌忠诚度高，但更换品牌时价格更优惠占35%是主因。
- ◆更换品牌原因中尝试新产品占28%，反映市场创新需求活跃；原品牌缺货占18%，提示供应链问题可能影响品牌稳定。

2025年中国菜籽油品牌复购率分布



- 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年中国菜籽油更换品牌原因分布

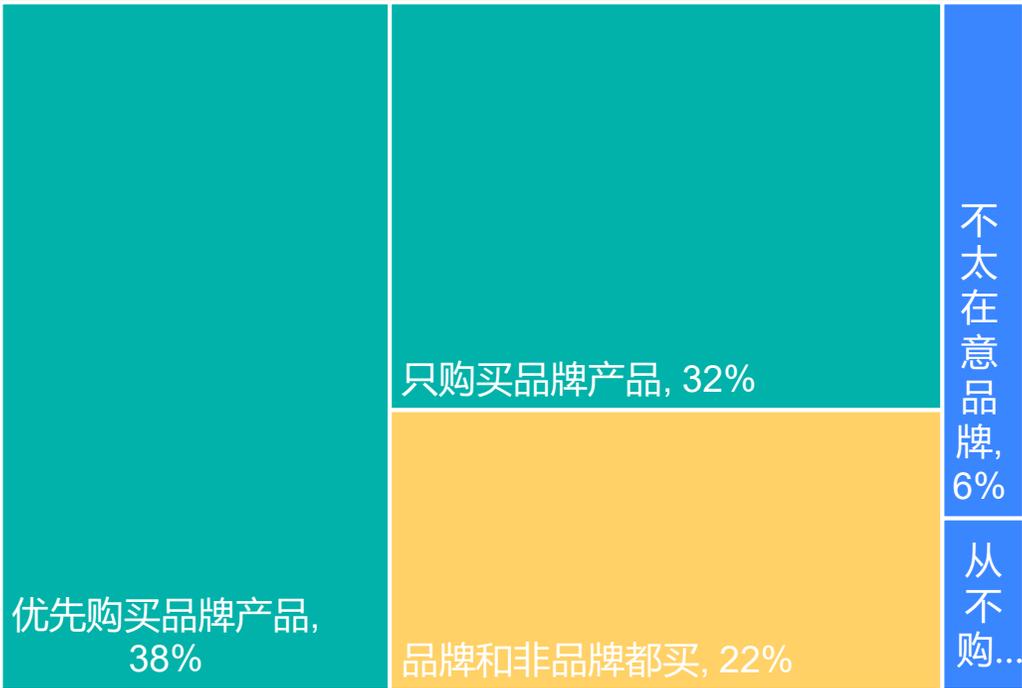


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

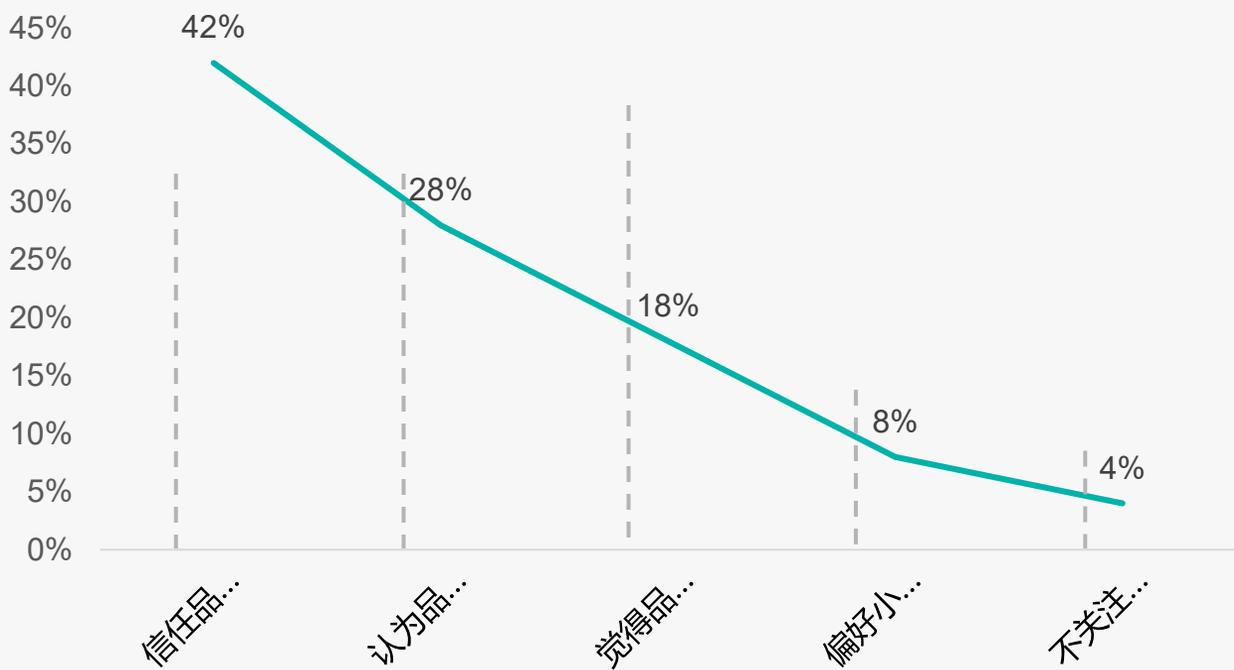
品牌信任性价比驱动 非品牌细分市场存机会

- ◆菜籽油消费者中，70%倾向于购买品牌产品，其中42%信任品牌质量，28%看重性价比，显示品牌信任和性价比是主要驱动因素。
- ◆22%消费者品牌和非品牌都买，18%认为差异不大，6%不太在意品牌，2%从不购买，提示非品牌产品在细分市场仍有发展空间。

2025年中国菜籽油购买品牌产品意愿分布



2025年中国菜籽油对品牌产品的态度分布

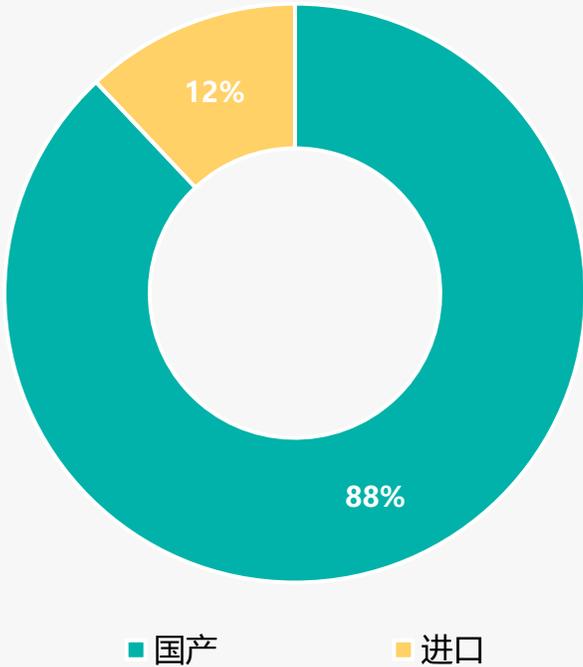


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

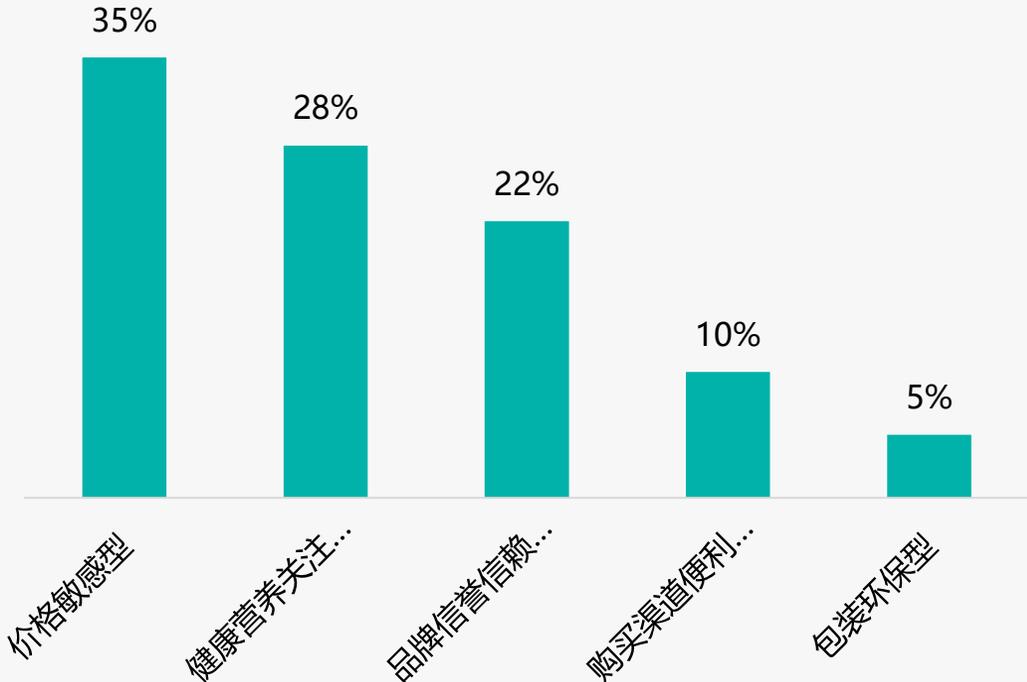
国产主导价格健康驱动消费

- ◆ 国产菜籽油消费占比88%，进口仅12%，显示消费者高度偏好本土品牌，市场由国产主导。
- ◆ 价格敏感型消费者占35%，健康营养关注型占28%，价格和健康是主要购买驱动因素。

2025年中国菜籽油国产与进口品牌消费分布



2025年中国菜籽油品牌偏好类型分布

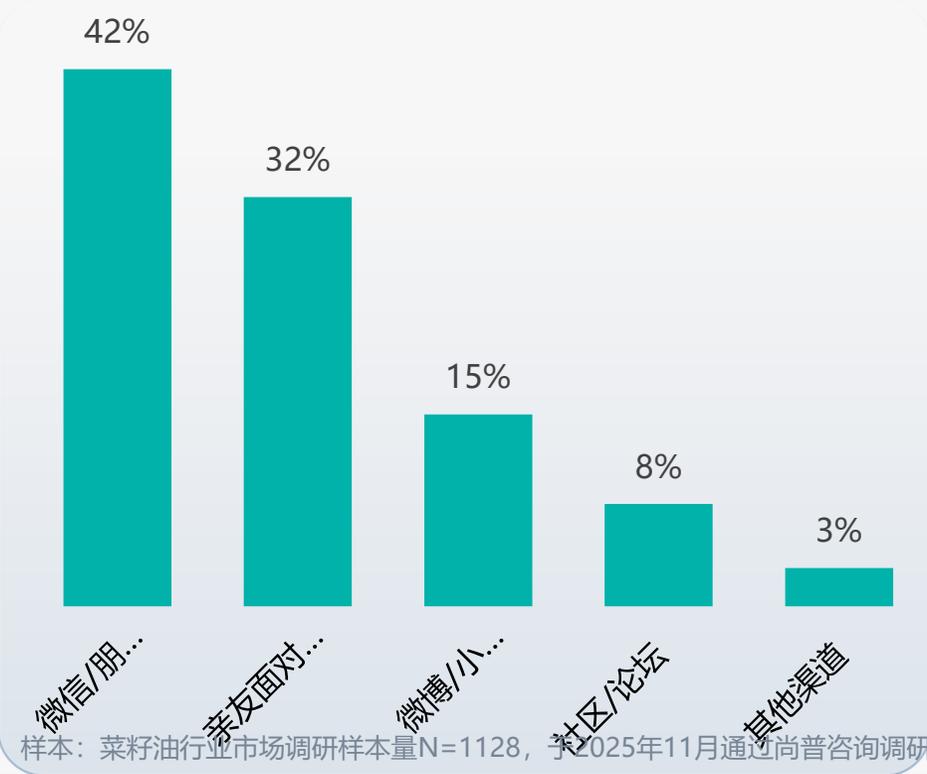


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

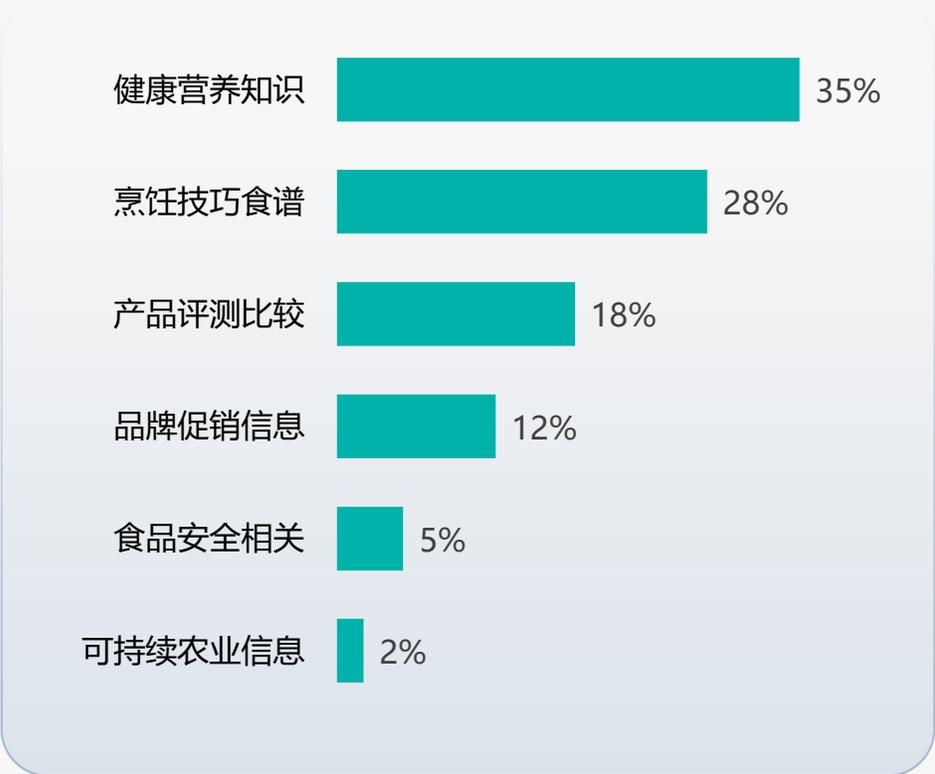
社交主导传播 健康烹饪关注

- ◆菜籽油信息传播主要依赖社交关系，微信/朋友圈占42%，亲友面对面交流占32%，合计74%，社交媒体渠道占主导地位。
- ◆消费者关注内容以健康营养知识（35%）和烹饪技巧食谱（28%）为主，共占63%，产品评测比较占18%，促销信息影响较小。

2025年中国菜籽油产品信息分享渠道分布



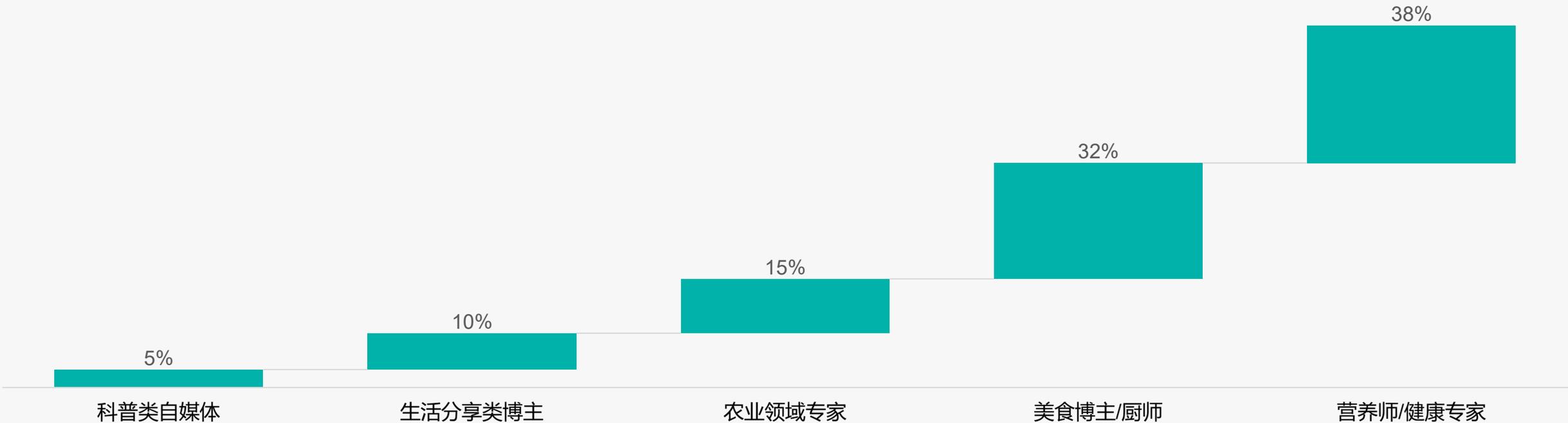
2025年中国菜籽油社交媒体关注内容类型分布



健康烹饪驱动菜籽油消费信任

- ◆菜籽油消费中，营养师/健康专家以38%成为最信任博主，美食博主/厨师占32%，健康与烹饪是核心驱动因素。
- ◆农业专家占15%，生活分享和科普类博主分别占10%和5%，显示消费者更关注专业性和实际应用。

2025年中国菜籽油信任的社交媒体博主类型分布



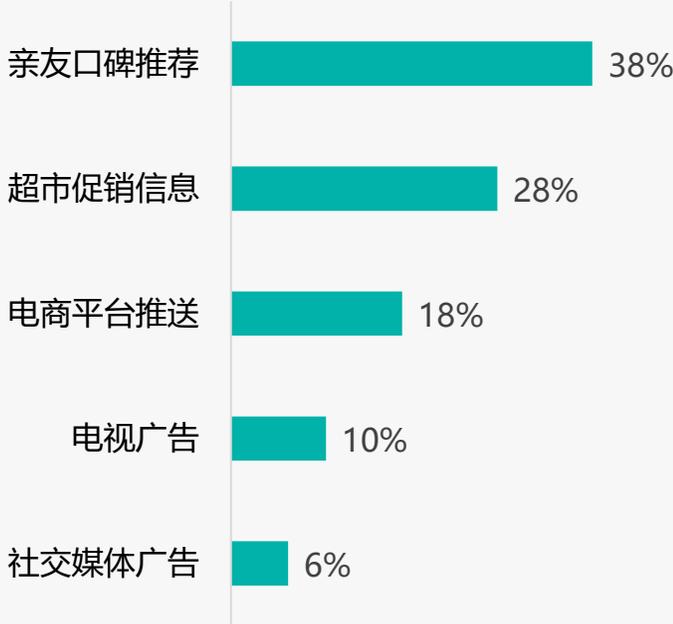
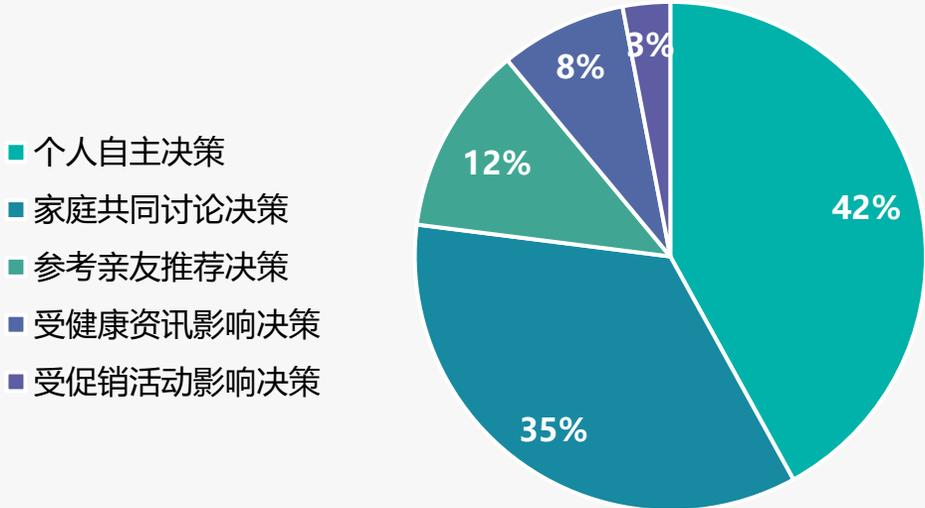
样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

菜籽油消费信赖口碑促销

- ◆菜籽油消费信息获取中，亲友口碑推荐占比38%，超市促销信息占比28%，显示消费者高度依赖可信推荐和价格敏感。
- ◆电商平台推送占比18%，电视和社交媒体广告分别占10%和6%，表明线上趋势增长但传统和数字广告效果有限。

2025年中国菜籽油购买决策类型分布

2025年中国菜籽油广告信息接受偏好分布

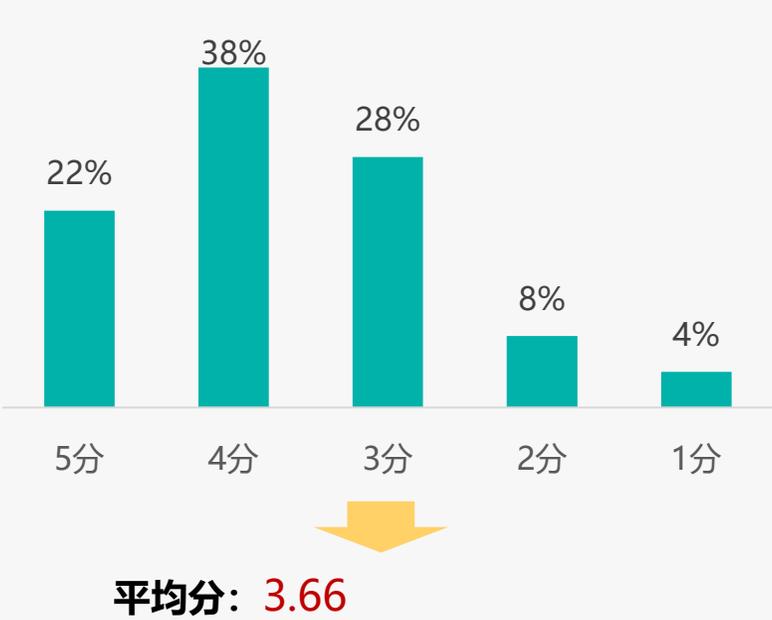


样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

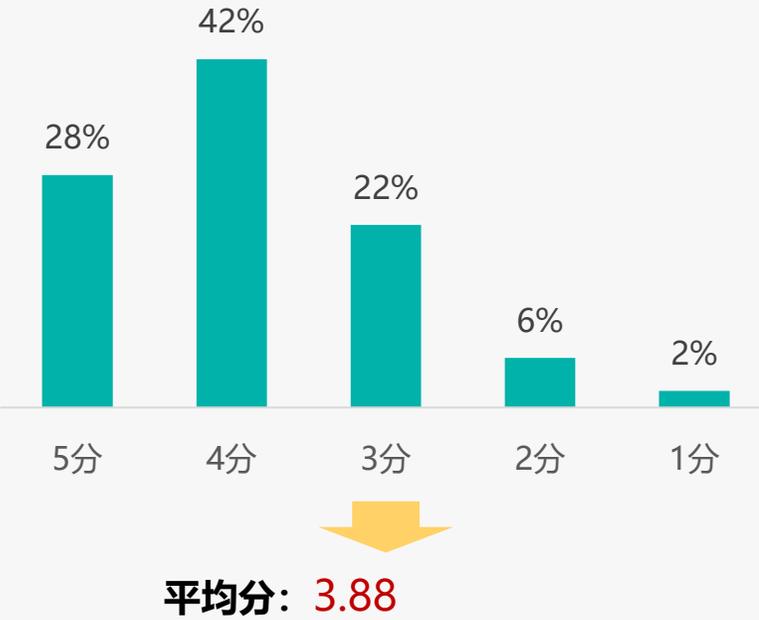
菜籽油质量优客服待提升

- ◆线上购买流程满意度中，4分占比38%最高，5分占比22%，合计60%消费者满意，但低分12%显示优化空间。
- ◆产品质量满意度高，5分和4分合计70%，低分仅8%；客服满意度较低，5分占比18%，3分占比35%，需改进。

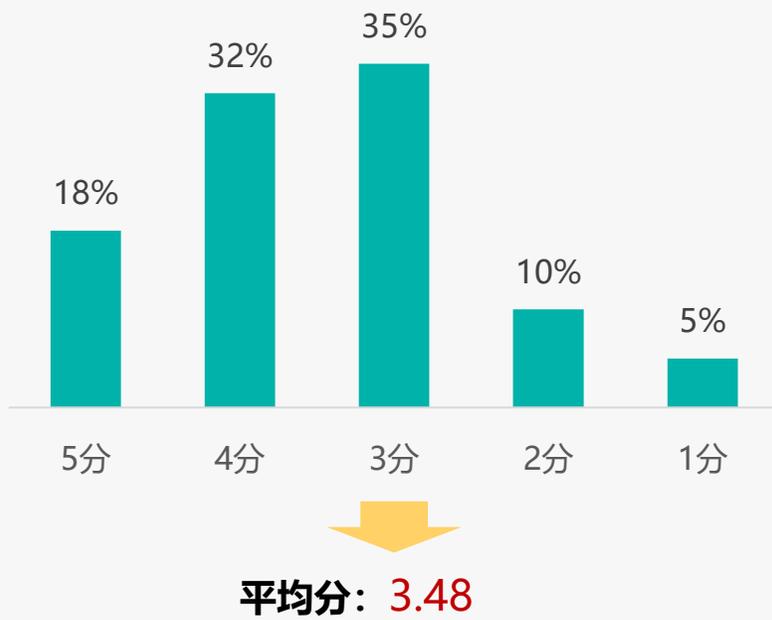
2025年中国菜籽油线上购买流程满意度分布 (满分5分)



2025年中国菜籽油产品质量满意度分布 (满分5分)



2025年中国菜籽油线上客服满意度分布 (满分5分)

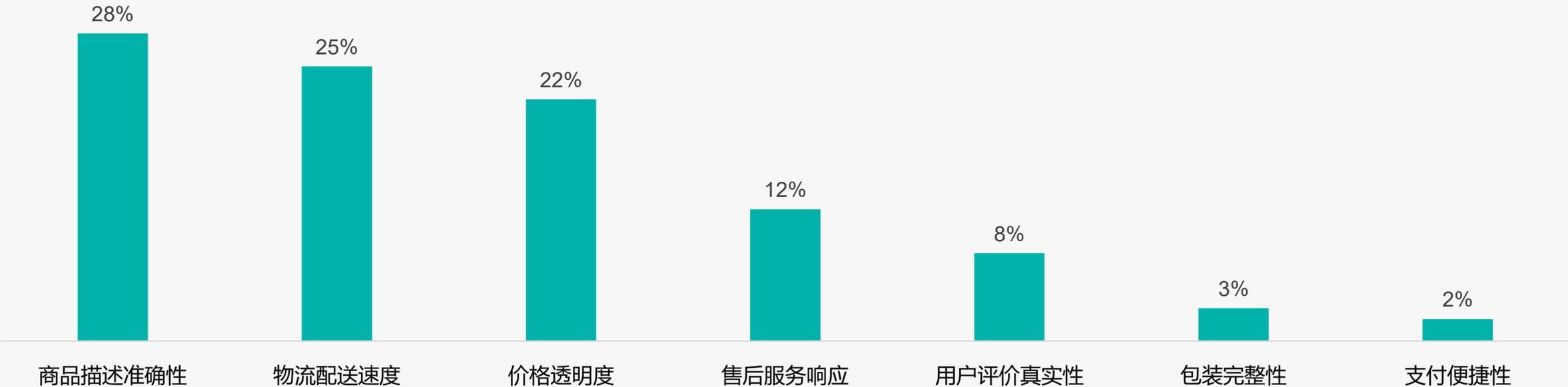


样本: 菜籽油行业市场调研样本量N=1128, 于2025年11月通过尚普咨询调研获得

线上购物体验 信息物流价格 为核心关注点

- ◆线上购物体验关注点中，商品描述准确性28%、物流配送速度25%、价格透明度22%是核心因素，显示消费者对信息真实性和效率的重视。
- ◆售后服务响应12%、用户评价真实性8%等较低占比，凸显信任构建的重要性，而包装完整性和支付便捷性相对次要。

2025年中国菜籽油线上购物体验关注点分布



样本：菜籽油行业市场调研样本量N=1128，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