

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月汽车中控导航市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Automotive Center Console Navigation 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：男性中青年主导汽车中控导航消费



男性占比68%，26-45岁中青年合计69%，是核心消费群体。



中等收入群体（5-12万元合计60%）是主要消费者。



消费决策主要由车主本人（71%）主导，城市分布均衡。

## 启示

### ✓ 聚焦核心用户群体

品牌应重点针对26-45岁男性中等收入群体进行产品开发和营销，满足其主导的消费决策需求。

### ✓ 优化线上线下渠道策略

鉴于车主个人决策主导且城市分布均衡，品牌需平衡4S店等传统渠道与线上渠道，实现广泛覆盖。

## 核心发现2：新车标配趋势强，消费偏好中高端产品



首次购车时配置占比52%，是主要消费场景，显示新车标配趋势明显。



单次消费支出2000元以上占比67%，显示消费者偏好中高端产品。



原厂包装占比67%主导市场，消费者偏好原厂产品。

### 启示

#### ✓ 强化新车标配策略

品牌应加强与汽车厂商合作，将中控导航作为新车标准配置或升级选项，抓住主要消费驱动力。

#### ✓ 定位中高端市场

鉴于消费者偏好中高端产品，品牌应聚焦功能与性价比的平衡，避免过度低价竞争，提升产品价值。

## 核心发现3：导航精准性与智能化交互驱动消费



导航精准性以22%的偏好度居首，消费者最关注核心功能和操作体验。



语音交互和手机互联功能合计26%，凸显智能化互联趋势。



原车导航过时（28%）是核心消费原因，更新换代和体验优化是主要动机。

### 启示

#### ✓ 优先提升核心功能体验

品牌应重点优化导航精准性、屏幕显示效果和系统流畅度，满足消费者对核心功能的高要求。

#### ✓ 加强智能化功能创新

鉴于语音交互和手机互联需求增长，品牌需持续投入智能化技术，提升产品交互体验和兼容性。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年男性，以功能与性价比为核心驱动



## 1、产品端

- ✓ 强化导航精准性与智能交互功能
- ✓ 优化中端产品，平衡实用与价格



## 2、营销端

- ✓ 利用线上渠道与口碑推荐增强信任
- ✓ 针对新车购买场景，突出标配优势



## 3、服务端

- ✓ 简化安装流程，提升用户体验
- ✓ 优化售后与退货服务，提高满意度

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** 汽车中控导航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汽车中控导航品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对汽车中控导航的购买行为;
- 汽车中控导航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, 计算汽车中控导航品类销售额、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、不同平台汽车中控导航品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导市场 京东抖音潜力待挖

- ◆从平台份额看，天猫主导市场，2025年1-11月累计销售额约7.01亿元，占总线上销售额的约85.7%；京东和抖音分别贡献约0.49亿元和0.38亿元，占比约6.0%和4.6%。天猫的规模优势显著，但京东在M11出现销售峰值，显示其促销策略可能带来短期高周转率。
- ◆月度销售波动分析显示，整体销售额在M5、M7和M10达到峰值，分别约1.01亿元、0.96亿元和0.91亿元，可能与五一、暑期和双十一促销相关；M11天猫销售额骤降至约0.42亿元，而京东激增至约0.12亿元，反映平台间竞争加剧，需关注渠道ROI变化。抖音销售额波动较小，维持在约0.23-0.53亿元区间，作为新兴渠道增长潜力待挖掘，建议优化投放以提高同比增速。

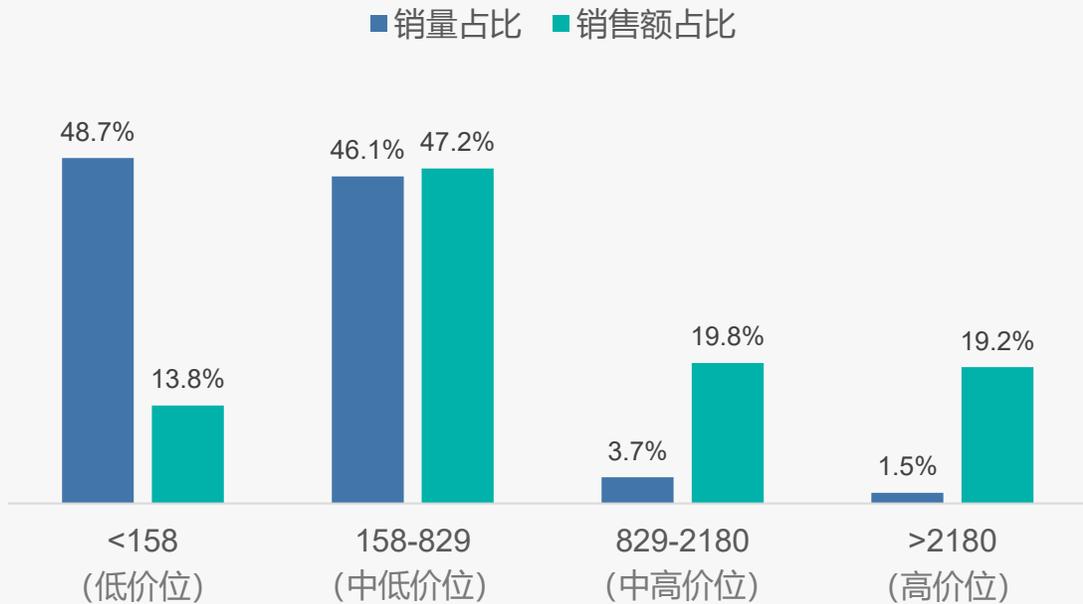
2025年1月~11月汽车中控导航品类线上销售规模（百万元）



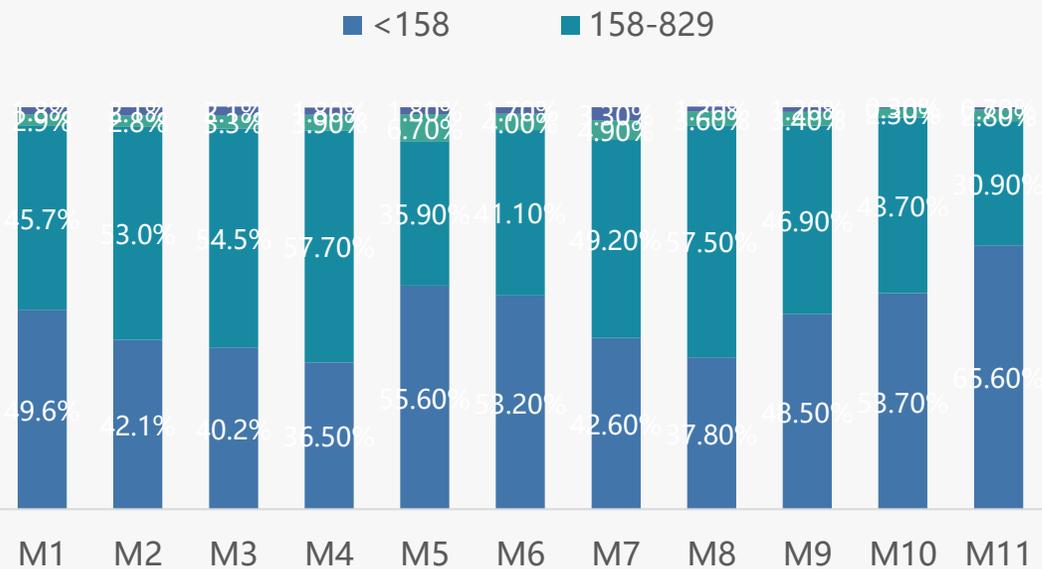
# 中低端主导市场 高端贡献利润 季节性波动显著

- ◆从价格区间结构分析，158-829元区间呈现销量与销售额双主导格局，销量占比46.1%贡献47.2%销售额，显示该区间产品具备较高市场接受度与价值实现能力。低于158元区间虽销量占比48.7%但销售额仅占13.8%，表明低价策略虽能快速渗透市场但盈利能力有限，需关注产品组合优化以提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示市场呈现明显季节性波动与消费升级趋势。M1-M4期间158-829元区间占比持续上升至57.7%，反映年初消费品质需求增强；M5、M10-M11低于158元区间占比显著回升至55.6%-65.6%，可能与促销活动或年末清仓相关，建议企业加强库存周转率管理以应对需求波动。

2025年1月~11月汽车中控导航线上不同价格区间销售趋势



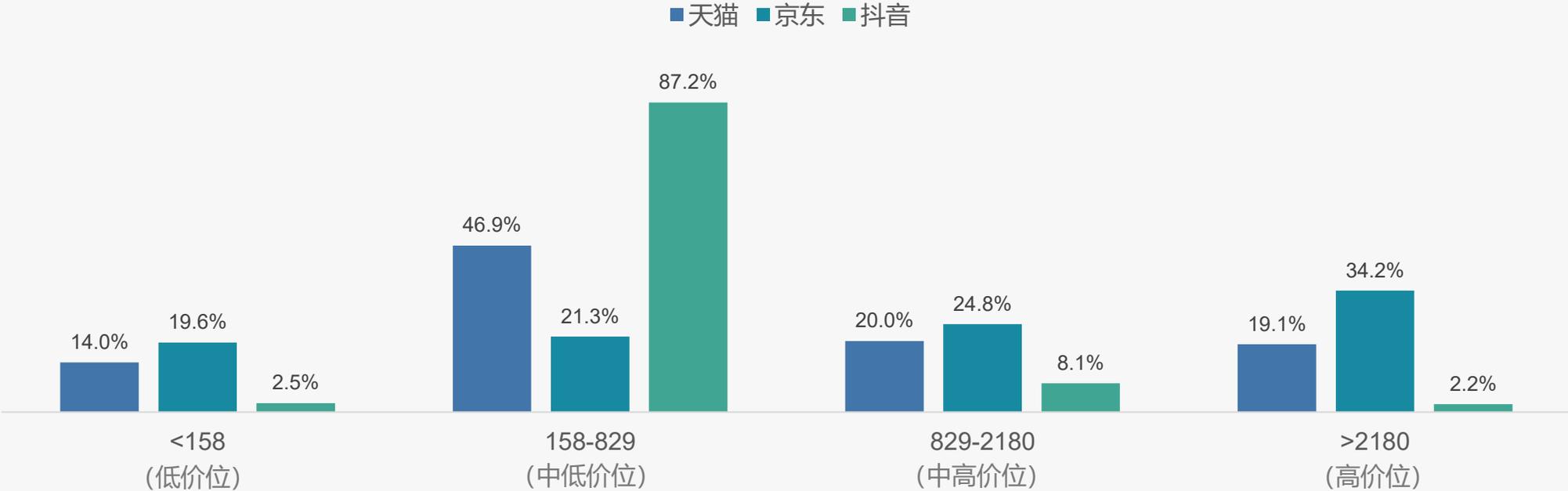
汽车中控导航线上价格区间-销量分布



# 平台价格定位差异显著 京东高端领先抖音中端集中

- ◆从价格区间分布看，各平台定位差异显著。天猫以158-829元中端市场为主（46.9%），京东在>2180元高端市场占比最高（34.2%），抖音则聚焦158-829元区间（87.2%）。这表明天猫覆盖均衡，京东高端优势明显，抖音主打性价比，平台间形成差异化竞争格局。
- ◆低端市场（<158元）占比分析显示，京东最高（19.6%），天猫次之（14.0%），抖音最低（2.5%）。结合中高端数据，京东价格带最宽，覆盖全价位段；抖音集中度最高，专注中端市场；天猫介于两者之间，显示不同平台用户群体和运营策略的差异。

2025年1月~11月各平台汽车中控导航不同价格区间销售趋势

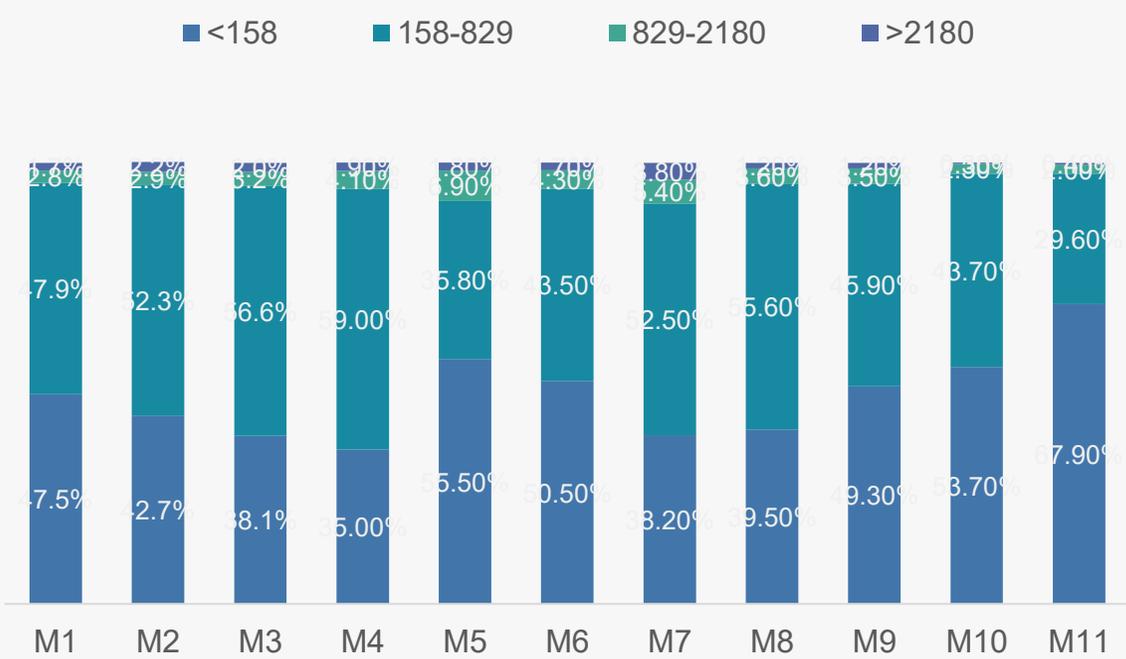
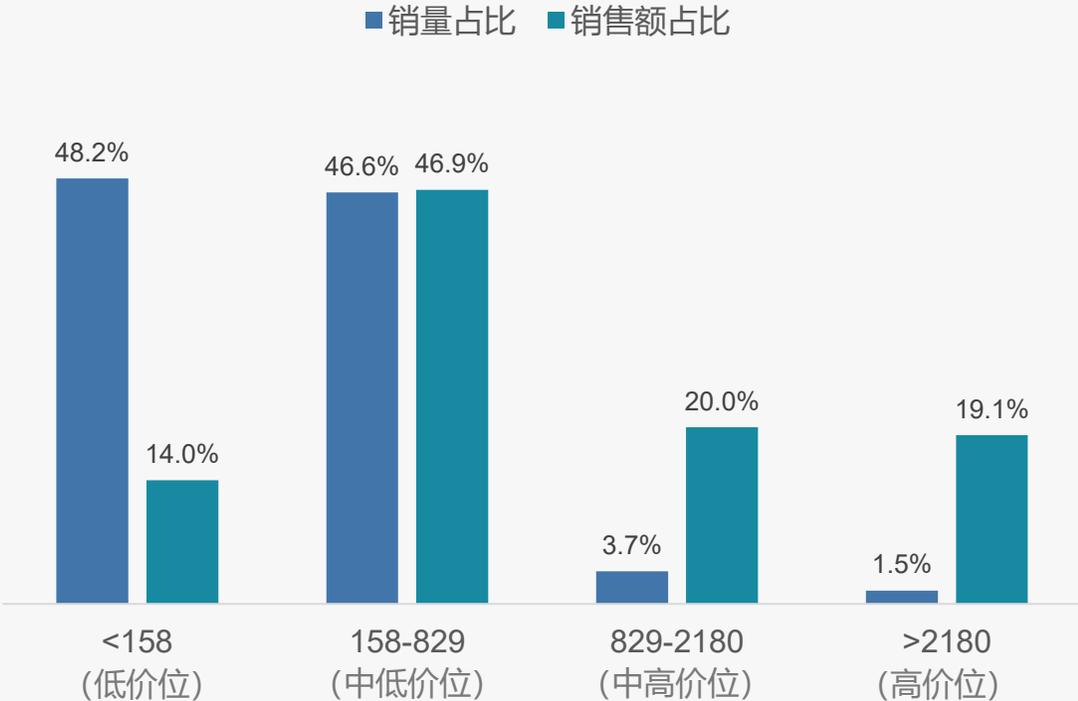


# 中端核心高端利润低价走量市场波动

- ◆从价格区间销售趋势看，158-829元区间销量占比46.6%与销售额占比46.9%基本匹配，显示该价位段为市场核心，产品周转率稳定。低于158元区间销量占比48.2%但销售额仅占14.0%，表明低价产品虽走量但利润贡献低，可能影响整体ROI。高于829元区间销量合计5.2%贡献39.1%销售额，说明高端产品利润率高，但市场渗透有限，需关注同比增长潜力。
- ◆月度销量分布显示，158-829元区间在M1-M4占比持续上升至59.0%，但M5-M11波动剧烈，如M5降至35.8%，M11仅29.6%，反映市场季节性变化或促销活动影响。低于158元区间在M11占比达67.9%，可能因年末促销拉低均价，但需警惕低价策略对品牌价值的稀释。整体看，中端市场稳定性待提升，建议优

2025年1月~11月天猫平台汽车中控导航不同价格区间销售趋势

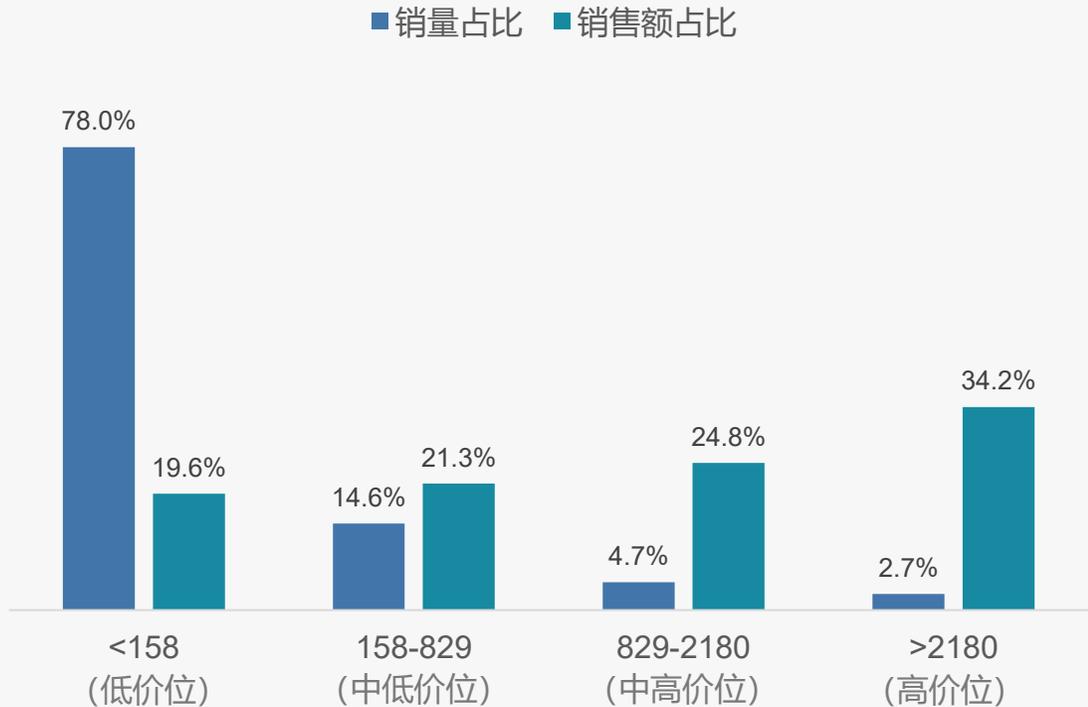
天猫平台汽车中控导航价格区间-销量分布



# 低价高销 高价高收 结构分化 优化组合

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台呈现明显的结构性分化。低于158元区间销量占比高达78.0%，但销售额占比仅19.6%，表明该区间产品单价低、周转快但利润贡献有限。而高于2180元区间销量占比仅2.7%，销售额占比却达34.2%，显示高端产品具有高单价、高毛利特征，是平台利润的重要来源。建议优化产品组合，平衡销量与利润结构。
- ◆月度销量分布分析显示，低价区间（<158元）销量占比在M8达到100%，其他月份也普遍在70%-85%之间，表明市场对低价产品需求持续旺盛。中高价区间（158-2180元）在M11出现明显回升，销量占比合计达29.7%，较M10的13.9%增长显著，可能受季节性促销或新品上市影响。建议关注消费升级趋势，适时

2025年1月~11月京东平台汽车中控导航不同价格区间销售趋势



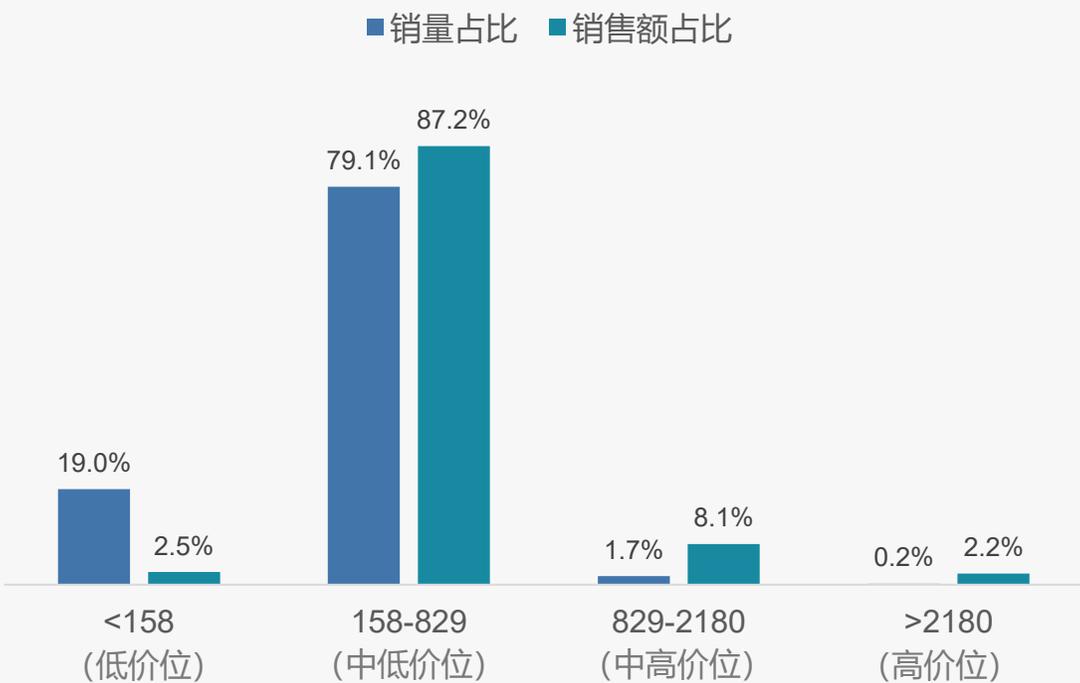
京东平台汽车中控导航价格区间-销量分布



# 中低端主导市场 高端利润增长 价格结构波动

- ◆从价格区间销售趋势看，158-829元区间贡献了79.1%的销量和87.2%的销售额，是抖音平台的核心价格带，显示中低端产品具有高市场渗透率和规模效应。月度销量分布显示，M6和M7月<158元区间销量占比异常高（53.9%和39.6%），可能受促销活动或低价新品上市影响，导致价格结构波动。其他月份158-829元区间占比稳定在82.9%-94.1%，反映市场常态下消费者偏好中端产品，建议企业优化库存周转以应对季节性需求变化。
- ◆销售额占比分析揭示，829-2180元区间以1.7%的销量贡献8.1%的销售额，单位产品价值较高，适合作为利润增长点。结合<158元区间销量占比19.0%但销售额仅2.5%，显示低价产品竞争激烈、毛利较低。企业应平衡产品组合，提升中高端产品占比以优化整体ROI。

2025年1月~11月抖音平台汽车中控导航不同价格区间销售趋势



抖音平台汽车中控导航价格区间-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** 汽车中控导航消费行为、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年内购买过汽车中控导航的消费者;
- 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

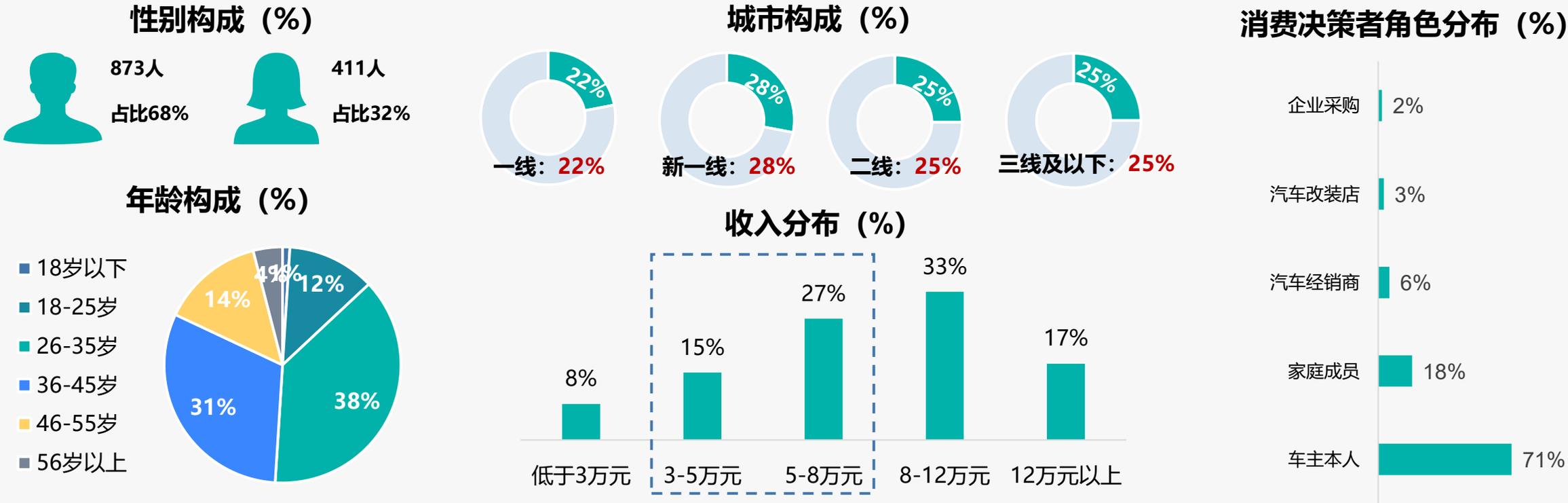
Research Method

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=1284

# 男性中青年主导中控导航消费

- ◆汽车中控导航消费以男性（68%）和中青年（26-45岁合计69%）为主，中等收入群体（5-12万元合计60%）是核心消费者。
- ◆消费决策主要由车主本人（71%）主导，城市分布均衡，新一线城市（28%）占比略高，显示市场覆盖广泛。

## 2025年中国汽车中控导航消费者画像

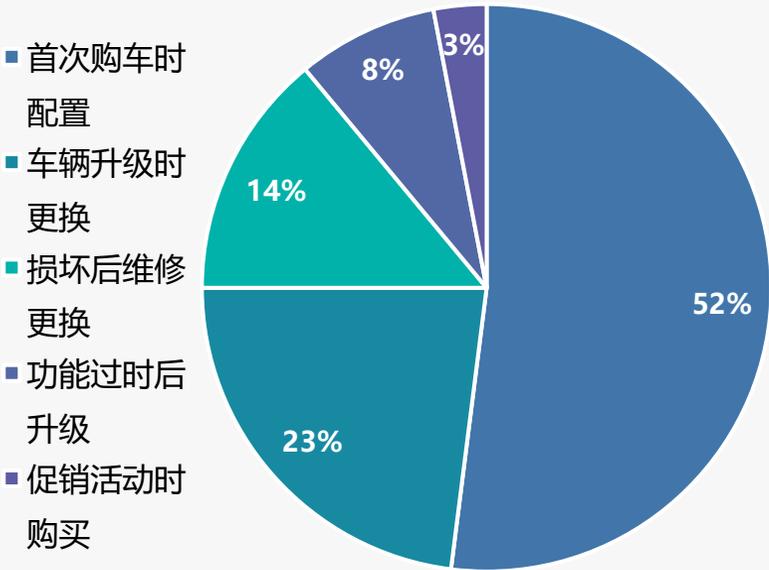


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

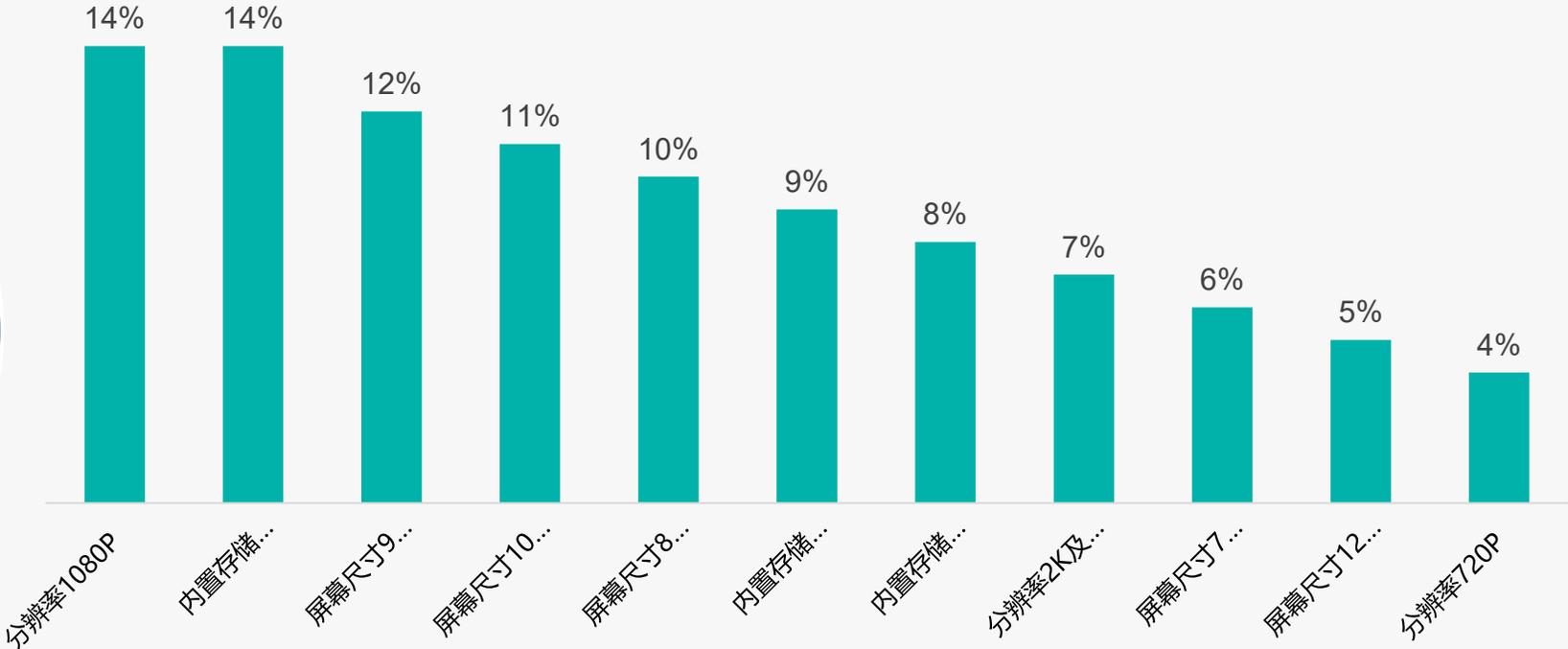
# 新车标配主导 中等尺寸高清存储主流

- ◆消费频率以首次购车时配置为主占52%，车辆升级时更换占23%，损坏后维修更换占14%，显示新车标配趋势强，功能升级需求低。
- ◆产品规格中屏幕尺寸9英寸占12%、10英寸占11%，分辨率1080P占14%，内置存储64GB占14%，表明中等尺寸、高清和主流存储是消费偏好。

## 2025年中国汽车中控导航消费频率分布



## 2025年中国汽车中控导航产品规格分布

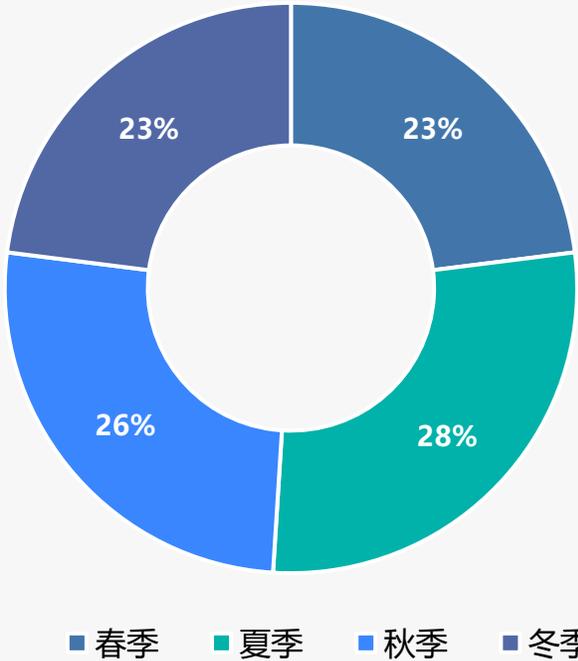


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

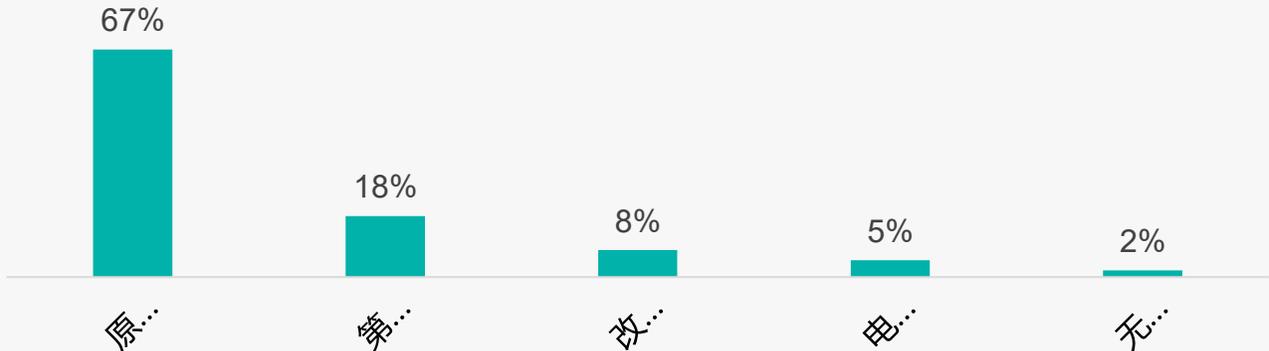
# 中高端消费主导 原厂包装占优

- ◆ 单次消费支出分布：3000元以上占比36%，2000-3000元占比31%，合计67%，显示消费者偏好中高端产品，低价市场仅占9%。
- ◆ 包装类型分布：原厂包装占比67%主导市场，第三方品牌包装18%，改装店定制包装8%，电商平台标准包装5%，无包装2%。

## 2025年中国汽车中控导航消费行为季节分布 2025年中国汽车中控导航单次消费支出分布



## 2025年中国汽车中控导航消费品包装类型分布

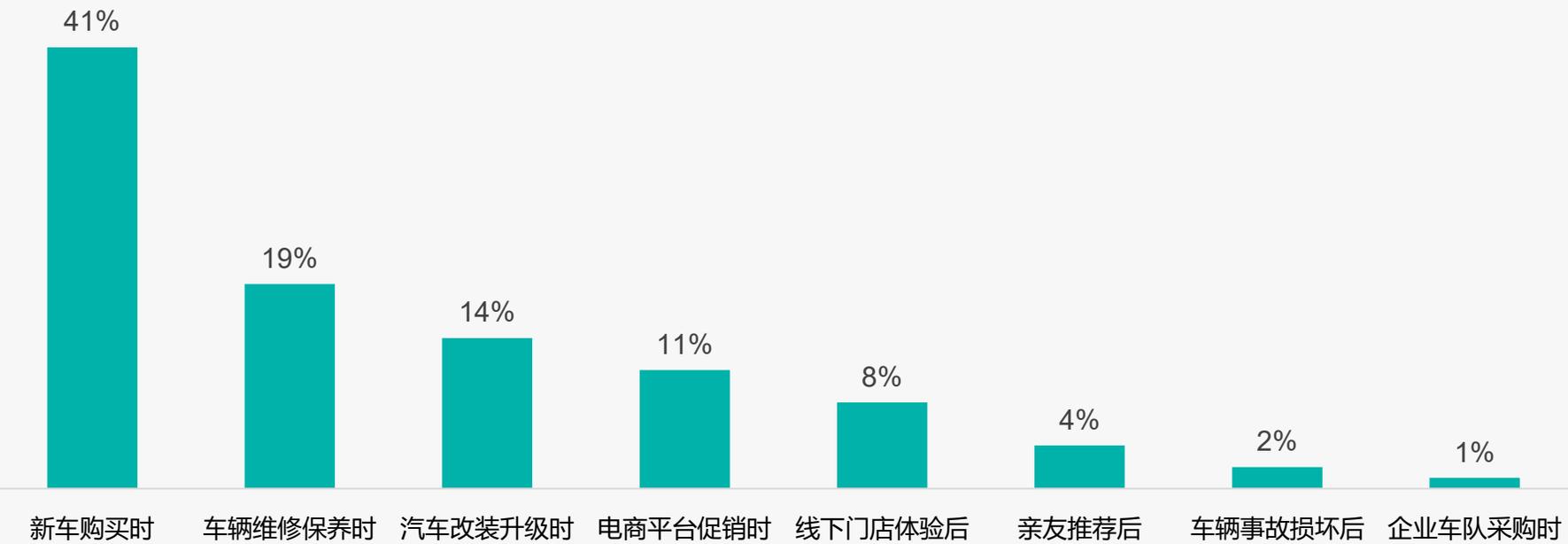


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

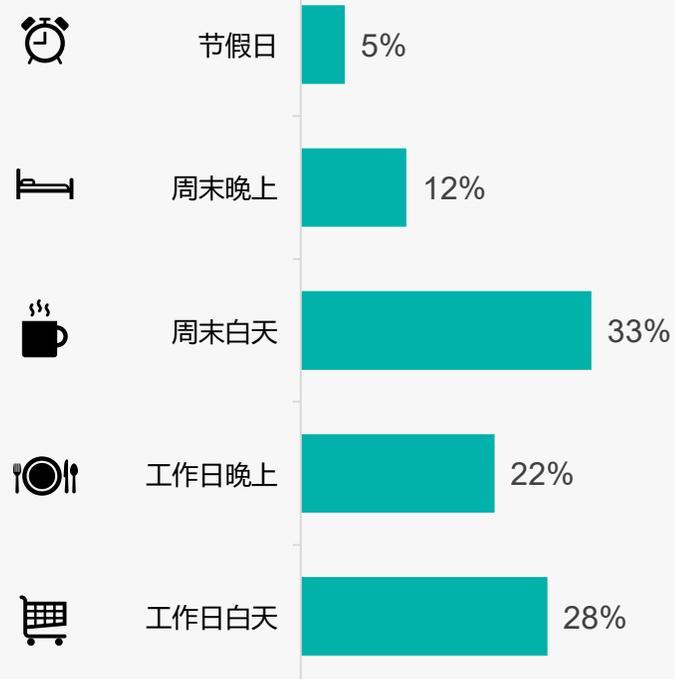
# 新车购买主导消费 白天时段集中决策

- ◆消费场景以新车购买时为主，占比41%，维修保养时占19%，电商促销时占11%，显示新车标配和维修环节是核心驱动。
- ◆消费时段集中在白天，周末白天占33%，工作日白天占28%，合计超60%，夜间和节假日消费较少，反映购买决策与线下体验相关。

## 2025年中国汽车中控导航消费场景分布



## 2025年中国汽车中控导航消费时段分布

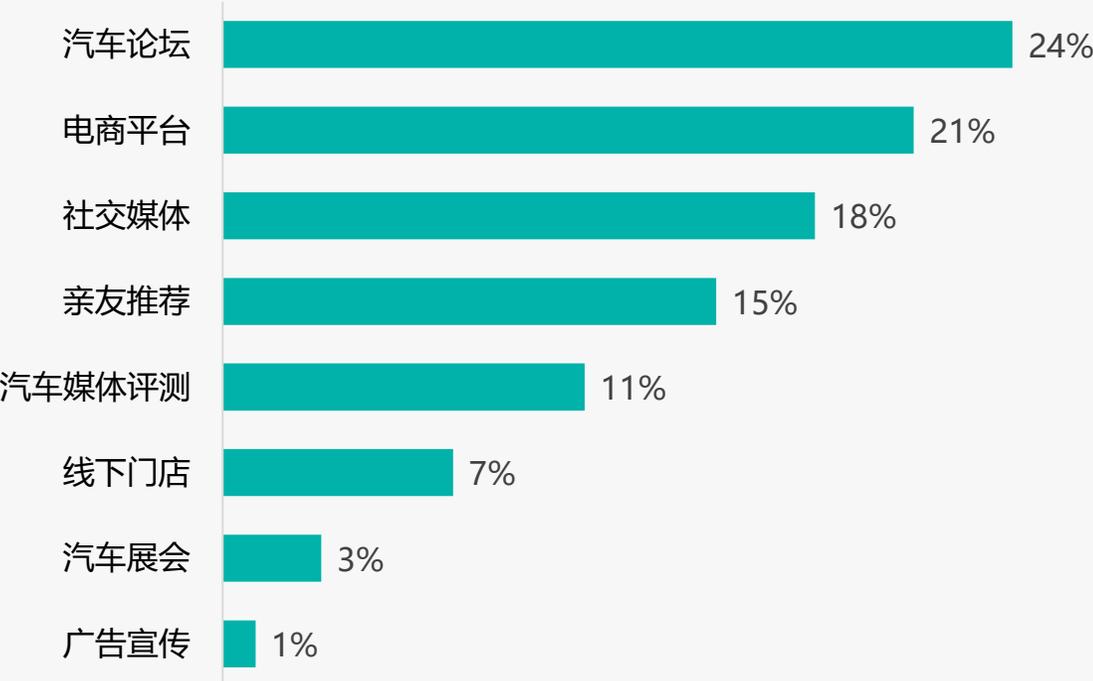


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

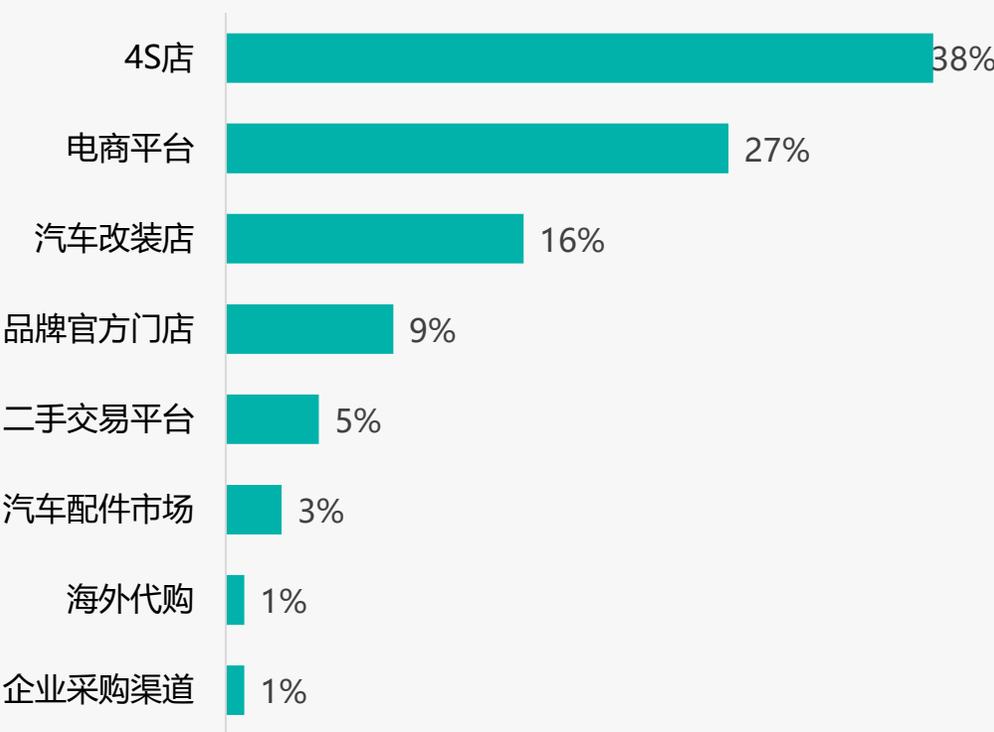
# 线上了解主导 4S店购买为主

- ◆消费者了解汽车中控导航主要通过线上渠道，汽车论坛占24%，电商平台占21%，社交媒体占18%，亲友推荐占15%，显示数字化和口碑影响显著。
- ◆购买渠道以4S店为主，占38%，电商平台占27%，汽车改装店占16%，反映传统渠道主导，但线上购买和个性化升级需求增长明显。

## 2025年中国汽车中控导航产品了解渠道分布



## 2025年中国汽车中控导航产品购买渠道分布

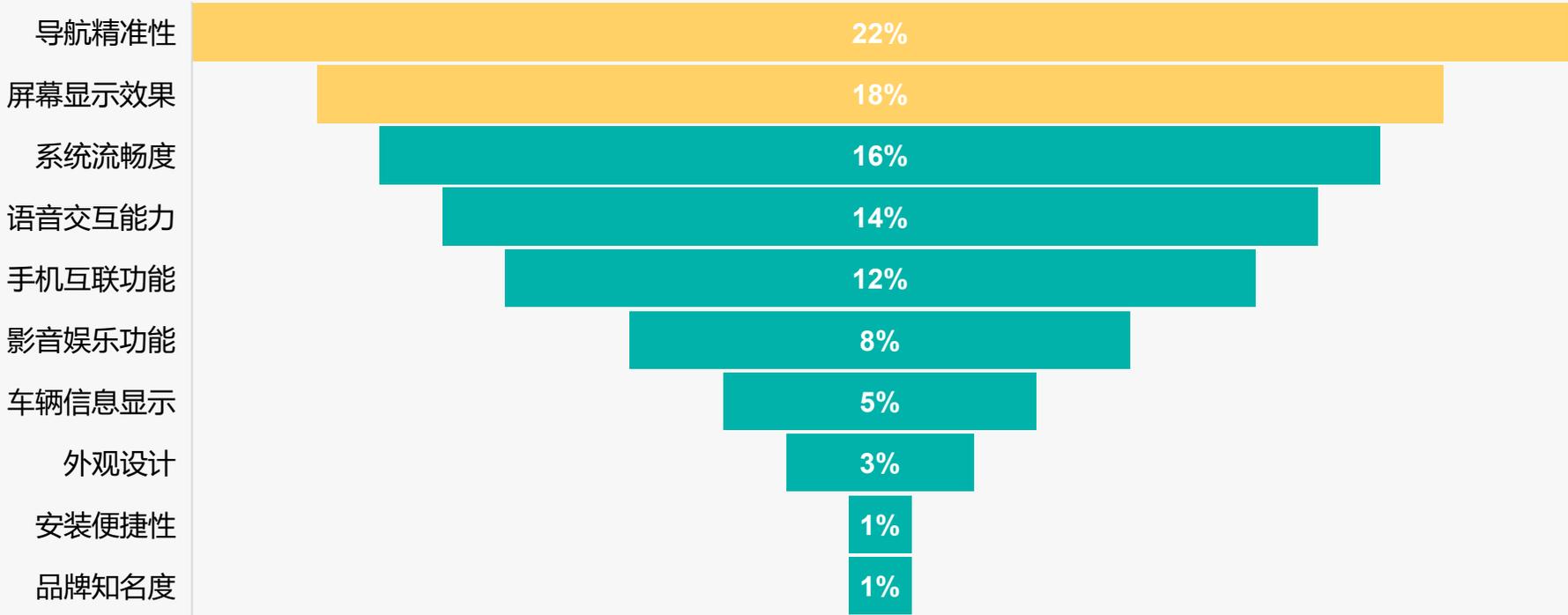


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 导航精准性居首 智能化功能凸显

- ◆ 导航精准性以22%的偏好度居首，屏幕显示效果和系统流畅度分别占18%和16%，显示消费者最关注核心功能和操作体验。
- ◆ 语音交互和手机互联功能合计26%，凸显智能化趋势；影音娱乐等非核心功能占比低，表明性能优先于附加因素。

## 2025年中国汽车中控导航产品偏好类型分布

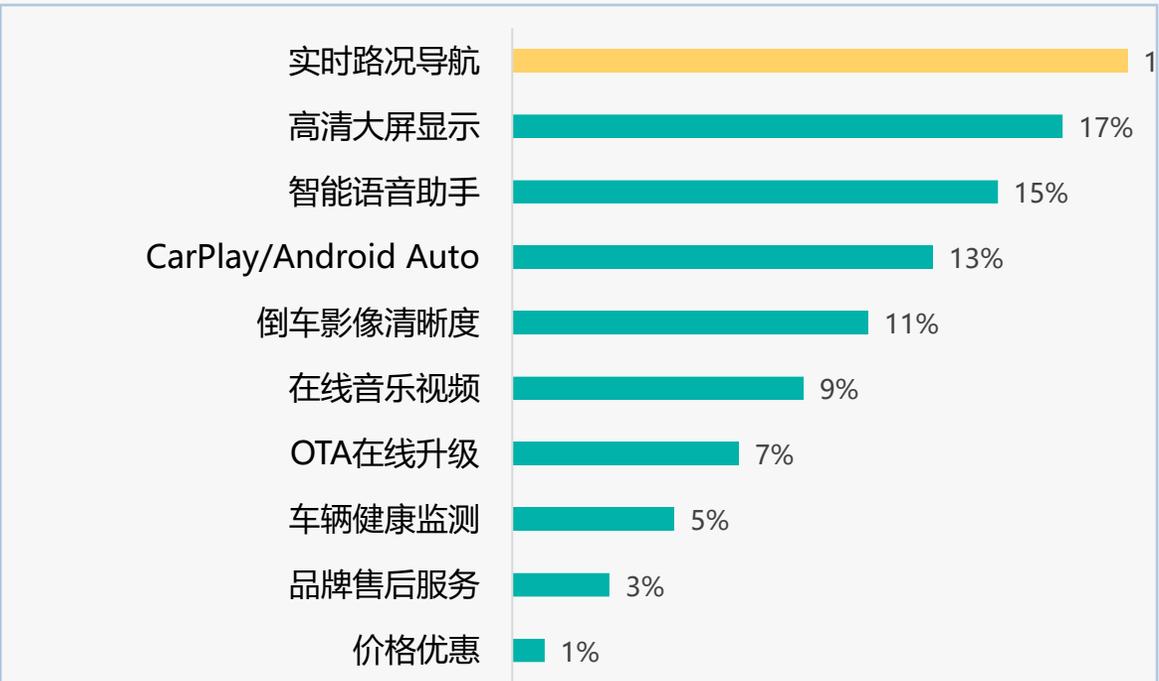


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 导航过时与智能交互驱动消费

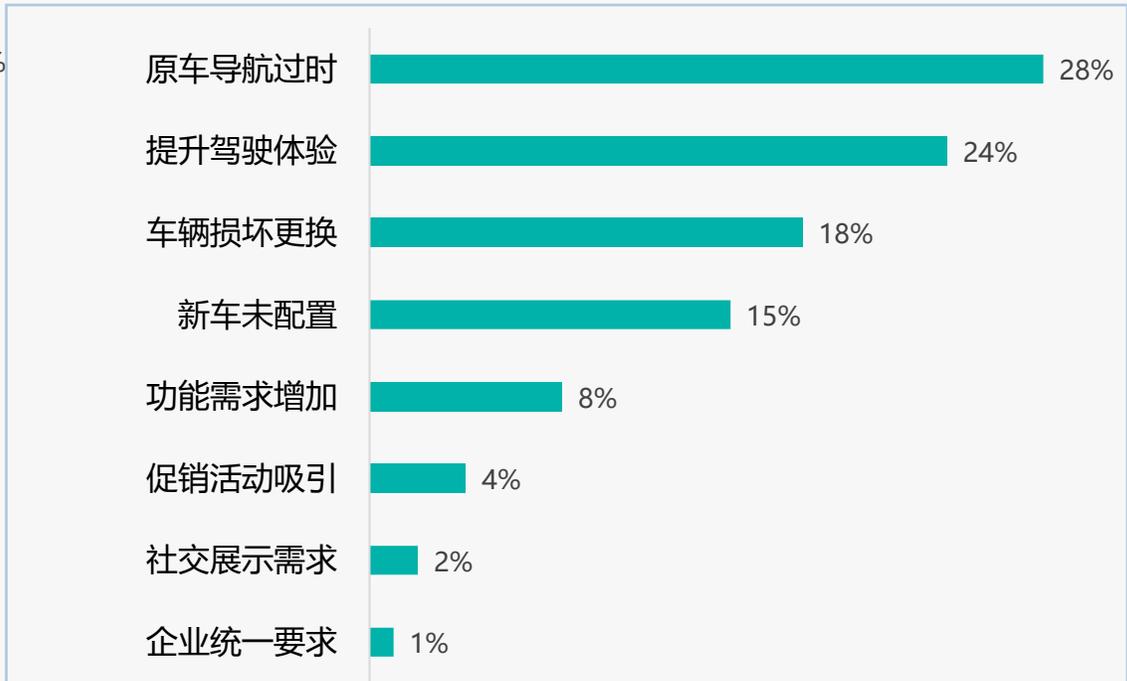
- ◆实时路况导航以19%成为最吸引消费的关键因素，高清大屏显示和智能语音助手分别占17%和15%，显示消费者重视导航功能和智能交互。
- ◆原车导航过时占28%是消费的核心原因，提升驾驶体验占24%，车辆损坏更换占18%，新车未配置占15%，更新换代和体验优化主导消费决策。

## 2025年中国汽车中控导航吸引消费关键因素分布



样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

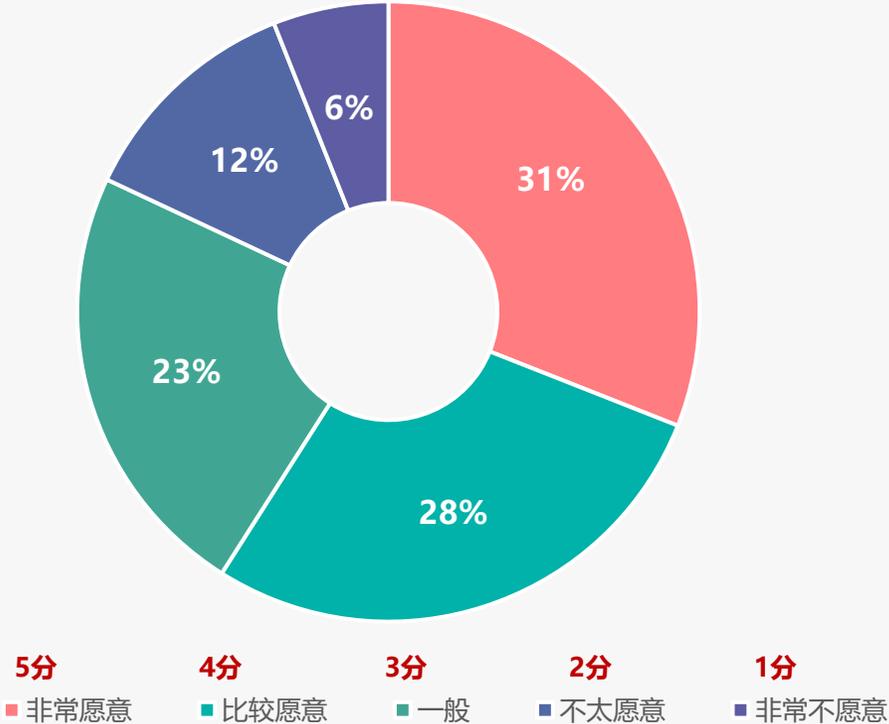
## 2025年中国汽车中控导航消费真正原因分布



# 导航推荐意愿高 体验安装待改进

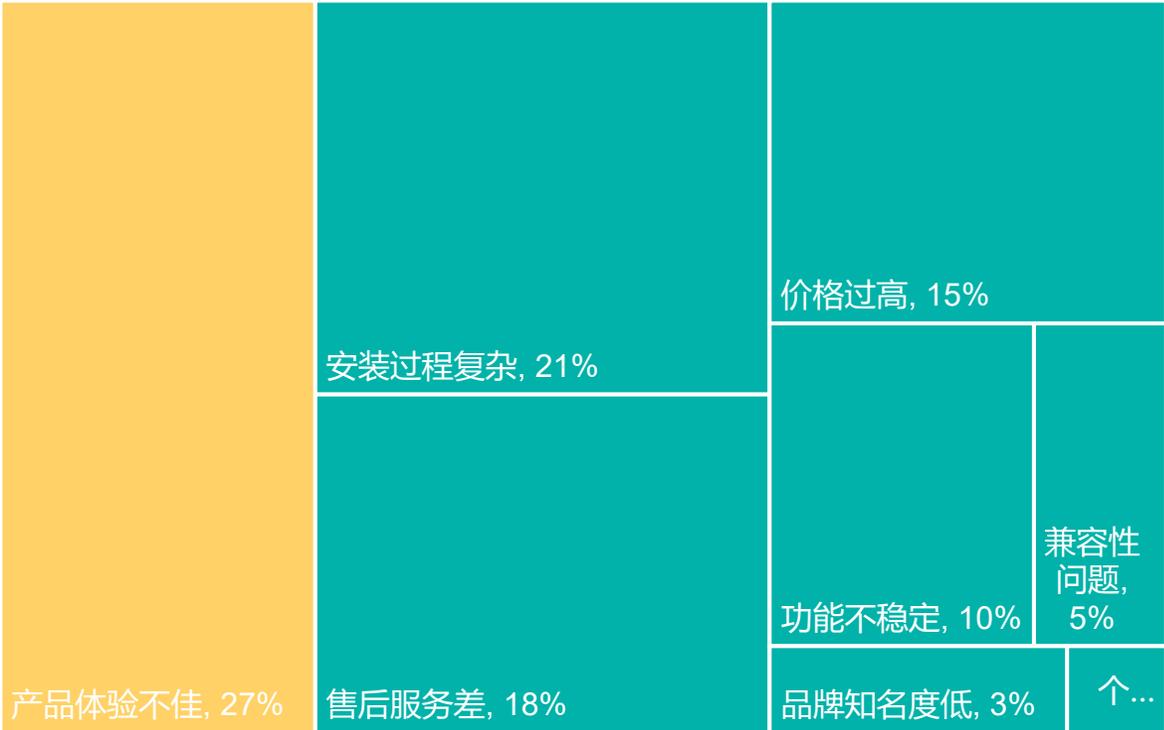
- ◆汽车中控导航推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计占59%，但产品体验不佳占27%是主要负面因素，安装复杂占21%和售后差占18%也影响推荐。
- ◆价格过高占15%和功能不稳定占10%是次要问题，改进产品体验和简化安装流程可提升用户满意度，促进更多推荐。

### 2025年中国汽车中控导航推荐意愿分布



样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

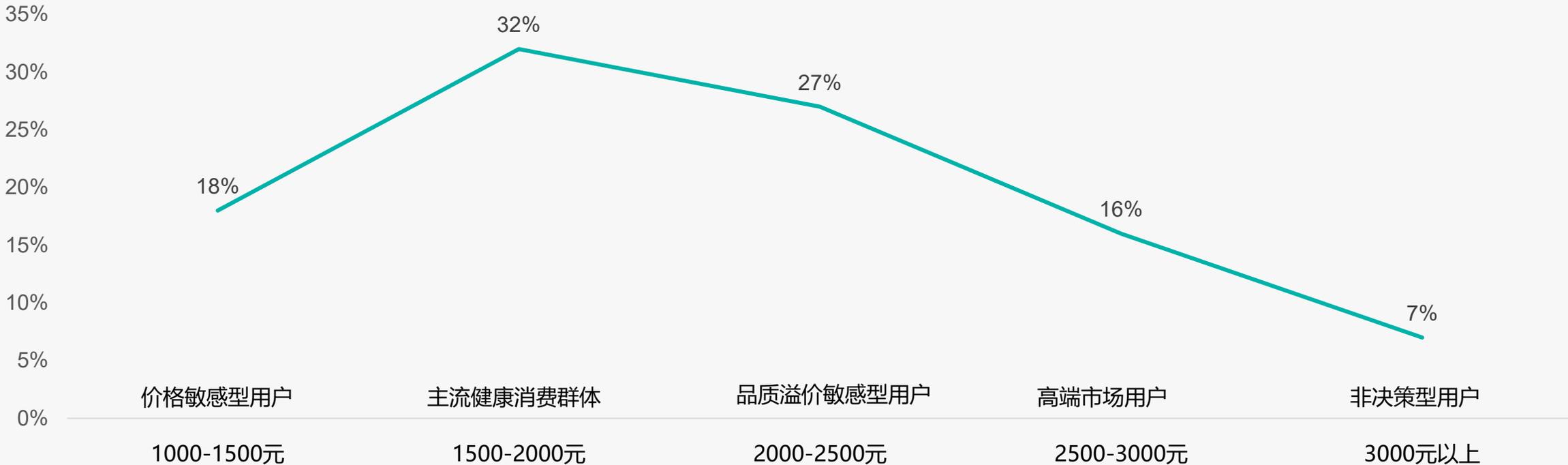
### 2025年中国汽车中控导航不愿推荐原因分布



# 中端导航价格接受度高 消费者偏好性价比

- ◆ 调查显示，汽车中控导航价格接受度中，1500-2000元区间占比最高，为32%，2000-2500元区间占27%，表明中端产品最受消费者青睐。
- ◆ 低价和超高端市场接受度较低，1000-1500元占18%，2500-3000元占16%，3000元以上仅7%，反映消费者偏好功能与性价比的平衡。

## 2025年中国汽车中控导航主流规格价格接受度



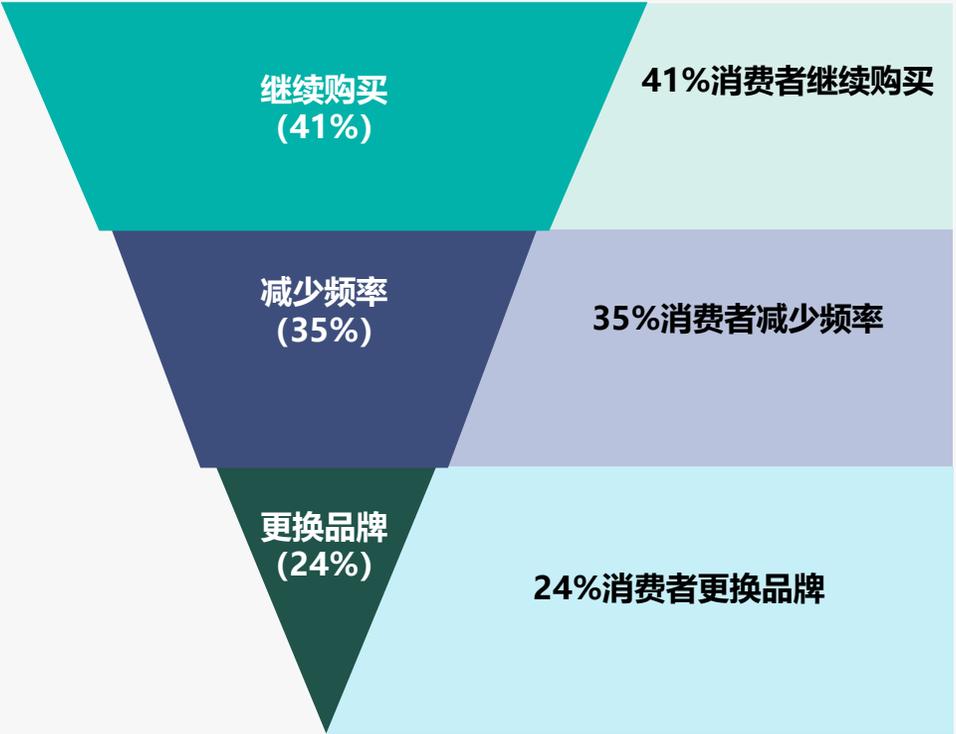
样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以分辨率1080P规格汽车中控导航为标准核定价格区间

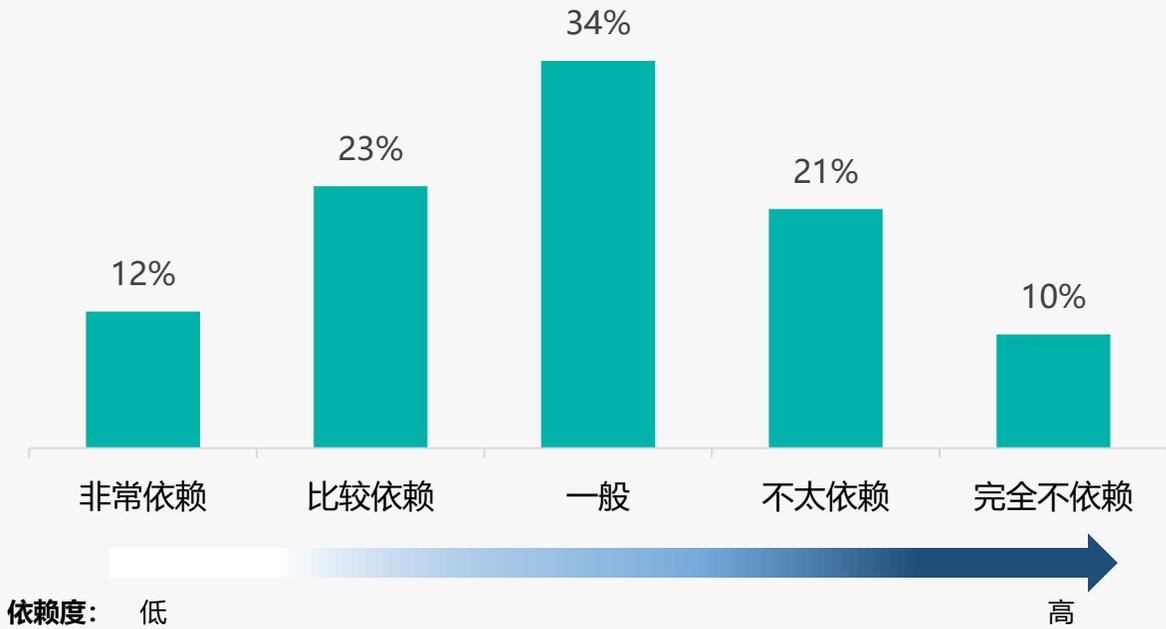
# 价格上涨敏感 促销影响显著

- ◆价格上涨10%后，41%继续购买，35%减少频率，24%更换品牌，显示价格敏感度高且竞争激烈。
- ◆促销活动依赖中，35%非常或比较依赖，34%一般依赖，表明促销对超三分之一消费者有较强影响。

### 2025年中国汽车中控导航价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国汽车中控导航对促销活动依赖程度分布

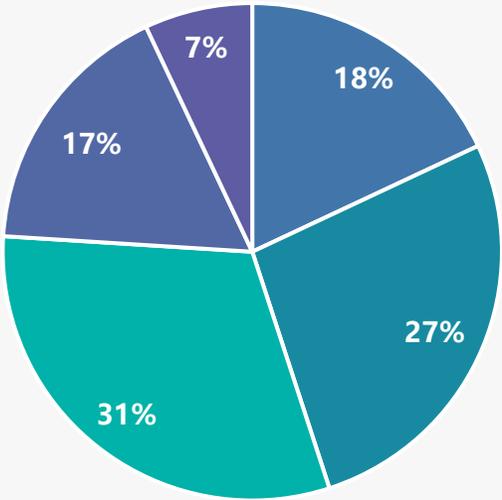


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 功能更新驱动品牌更换 复购率中等为主

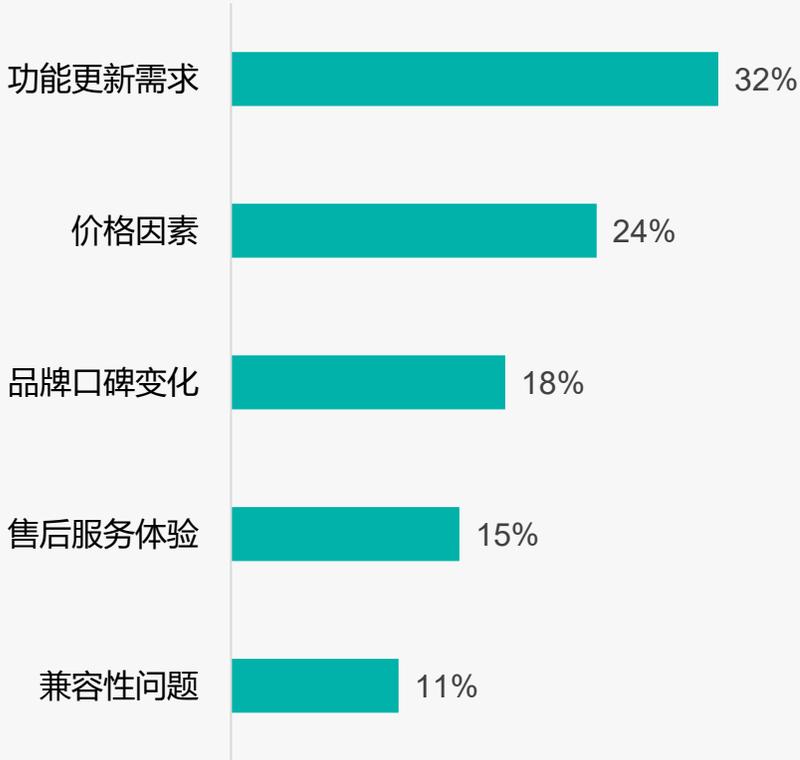
- ◆复购率分布显示，50-70%复购率占比最高，为31%，90%以上复购率仅占18%，表明多数消费者品牌忠诚度中等，高忠诚度用户较少。
- ◆更换品牌原因中，功能更新需求占比最高，达32%，价格因素占24%，品牌口碑变化占18%，反映技术更新和价格是主要驱动因素。

## 2025年中国汽车中控导航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年中国汽车中控导航更换品牌原因分布

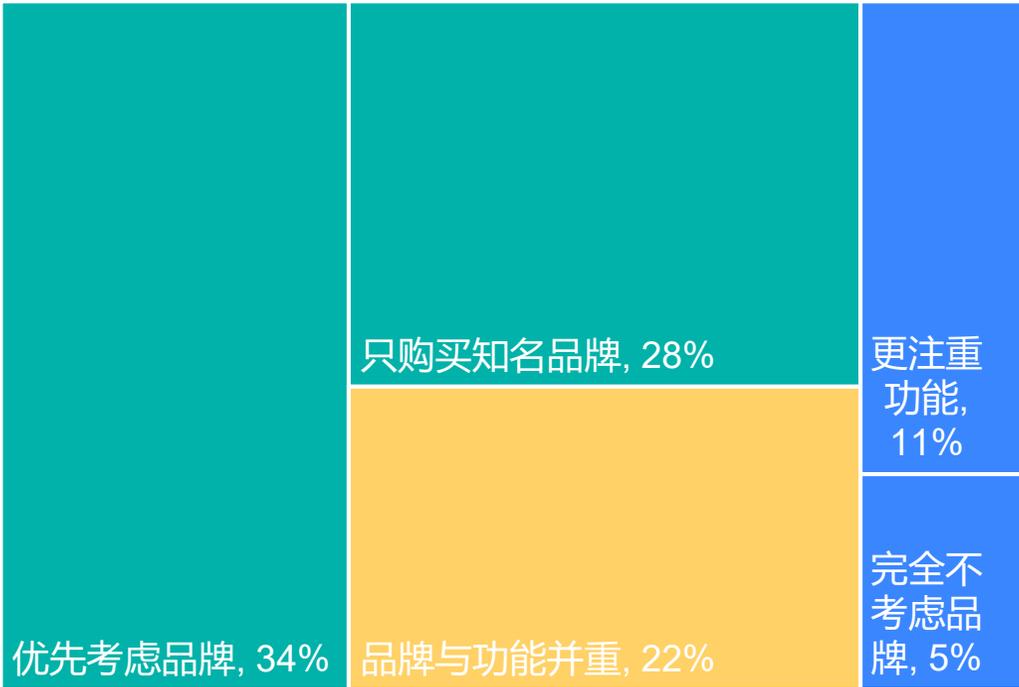


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

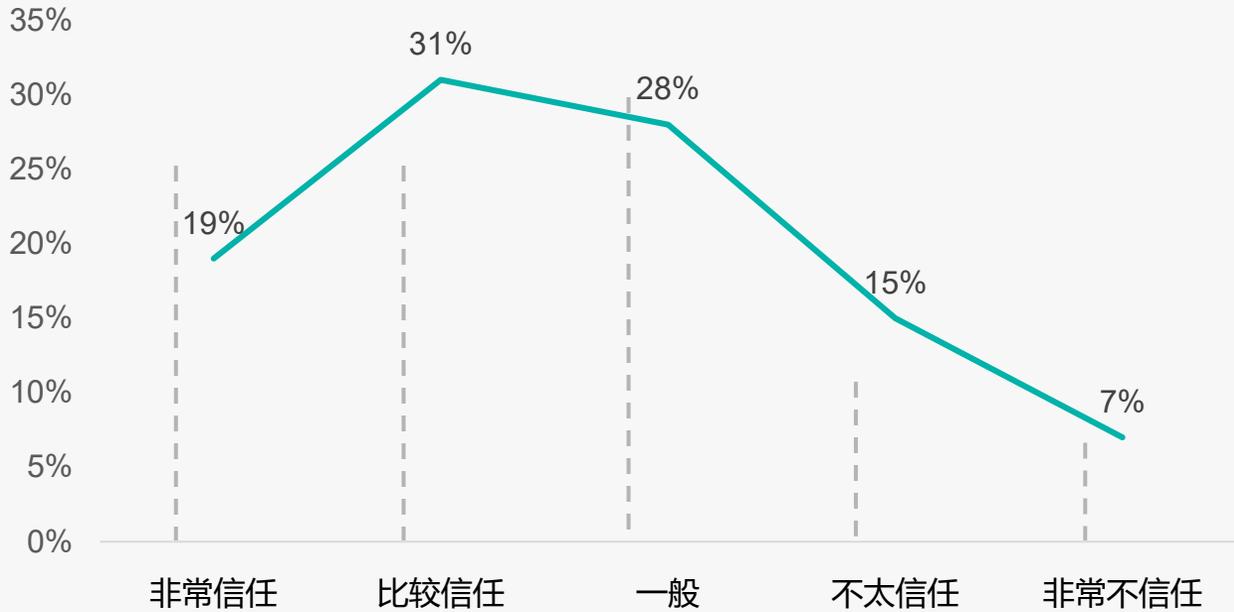
# 品牌主导消费 信任度高 功能细分需关注

- ◆汽车中控导航消费中，62%的消费者将品牌作为关键考量，显示品牌认知度对市场决策有重要影响。
- ◆50%的消费者对品牌产品持积极态度，但仍有部分细分市场更注重功能性价比，需差异化策略。

## 2025年中国汽车中控导航消费品牌产品意愿分布



## 2025年中国汽车中控导航对品牌产品态度分布

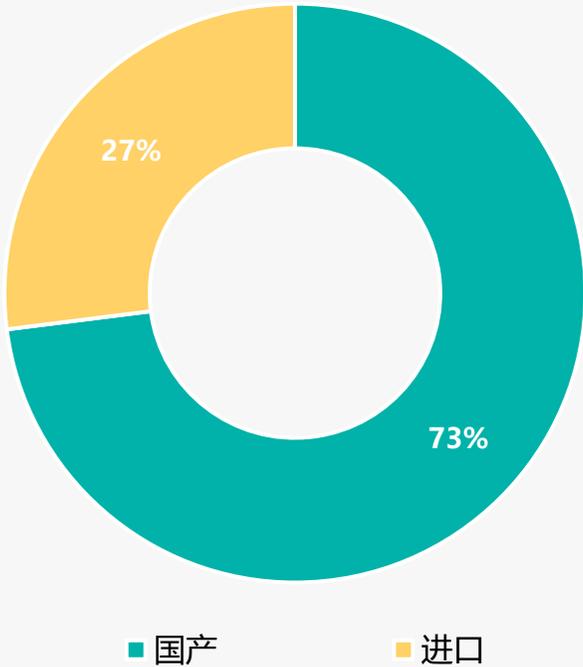


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

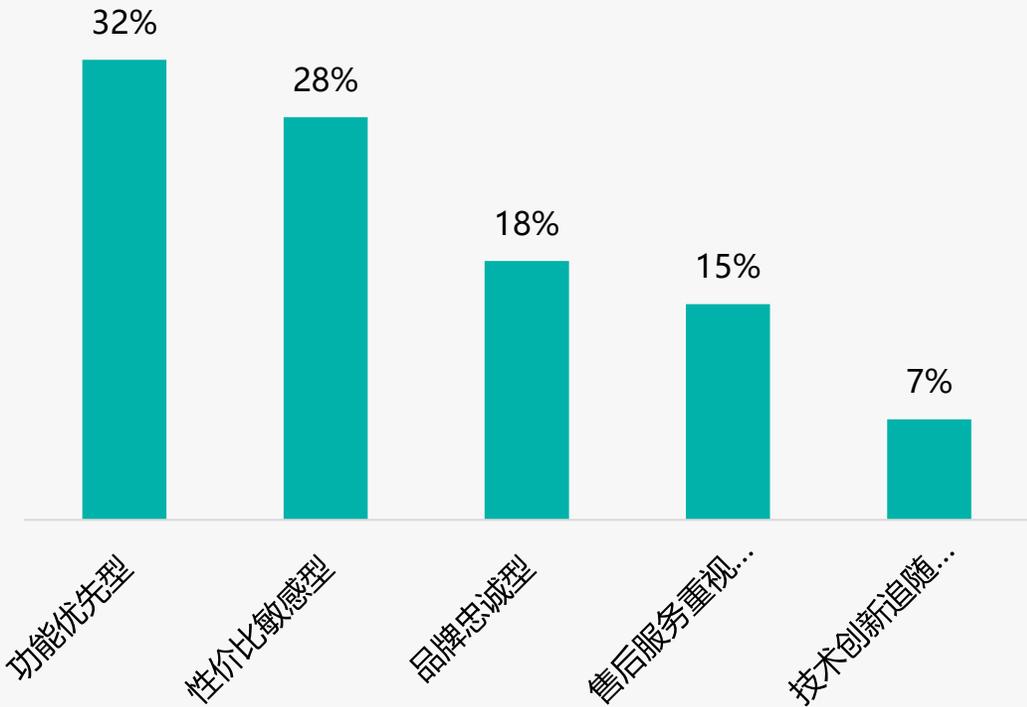
# 国产主导功能性价比市场创新需求低

- ◆国产品牌消费占比73%，远超进口品牌27%，显示市场对本土产品接受度高。功能优先型32%和性价比敏感型28%合计超60%，主导消费者偏好。
- ◆技术创新追随型仅占7%，表明市场对创新需求有限。售后服务重视型15%和品牌忠诚型18%反映消费者关注品牌信任与售后支持。

## 2025年中国汽车中控导航国产与进口品牌消费分布



## 2025年中国汽车中控导航品牌偏好类型分布

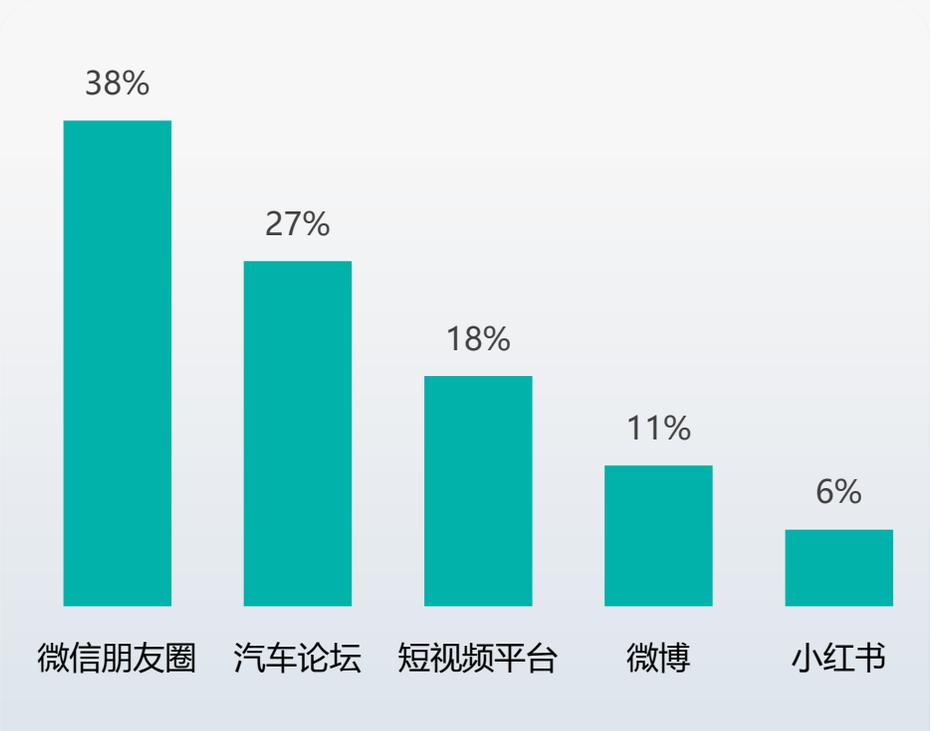


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 社交分享重私密专业 内容依赖真实评测

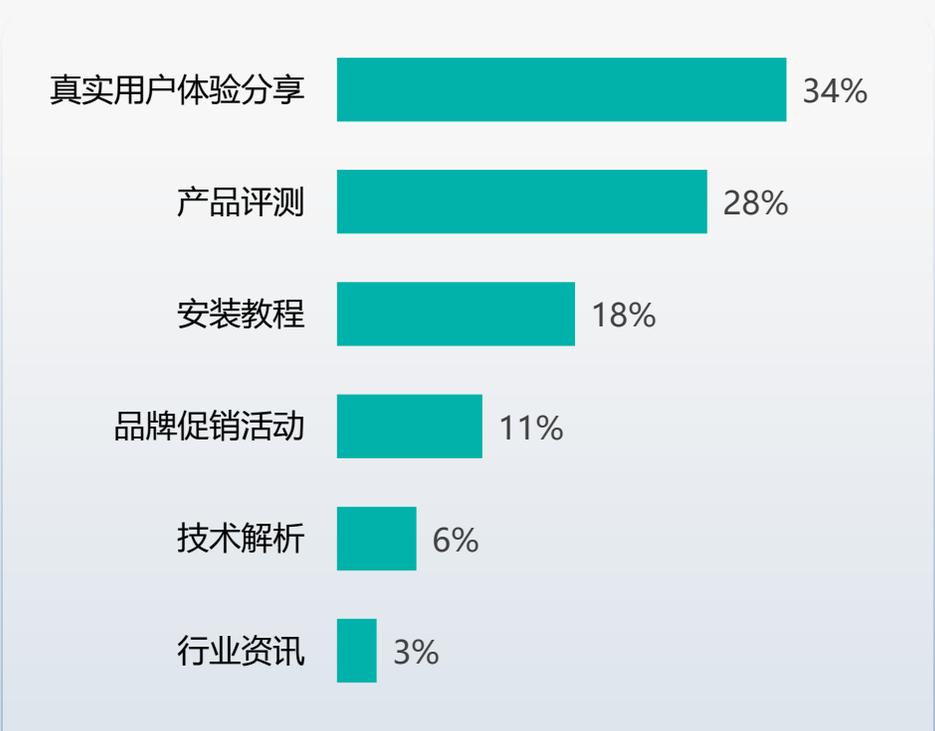
- ◆社交分享以微信朋友圈38%和汽车论坛27%为主，短视频平台占18%，显示私密社交和专业社区是核心渠道，视觉内容重要性上升。
- ◆内容获取中真实用户体验分享34%和产品评测28%占主导，安装教程18%，反映用户依赖真实反馈和专业评价，DIY需求较高。

## 2025年中国汽车中控导航社交分享渠道分布



2025年中国汽车  
中控导航社交分  
享渠道分布

## 2025年中国汽车中控导航社交渠道内容类型分布



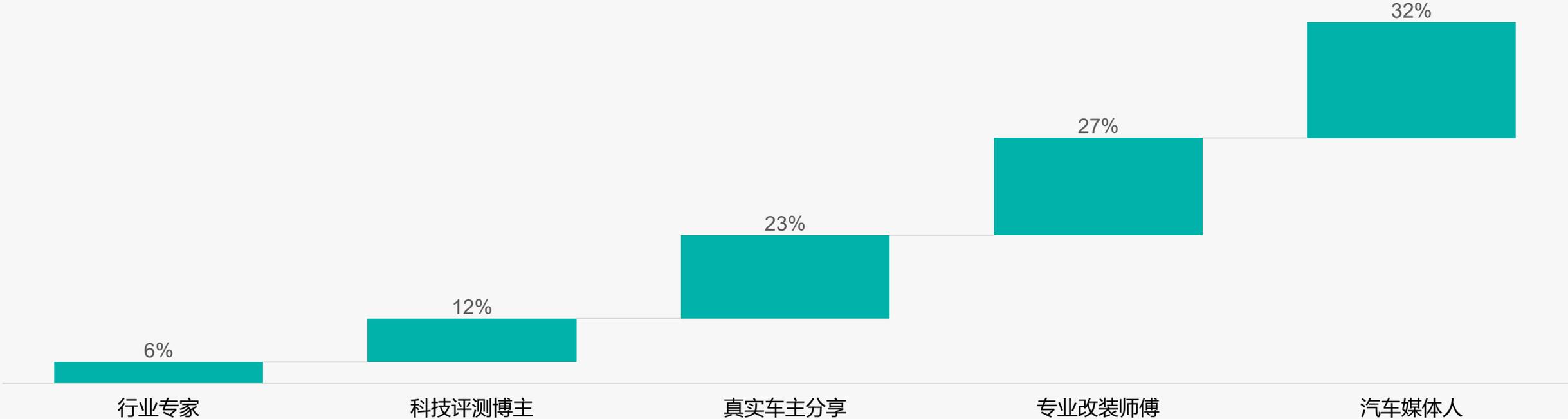
2025年中国汽车  
中控导航社交渠道  
内容类型分布

样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 汽车媒体人改装师傅主导信任度

- ◆消费者最信任汽车媒体人（32%）和专业改装师傅（27%），真实车主分享（23%）也受重视，科技评测博主（12%）和行业专家（6%）相对次要。
- ◆调研显示，专业汽车内容主导信任度，改装文化影响大，亲身经验受关注，科技和行业深度分析在当前消费行为中作用较小。

## 2025年中国汽车中控导航社交渠道信任博主类型分布



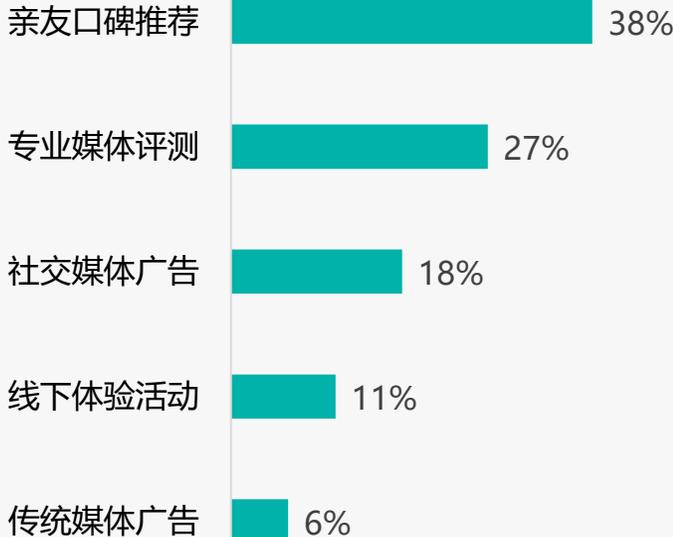
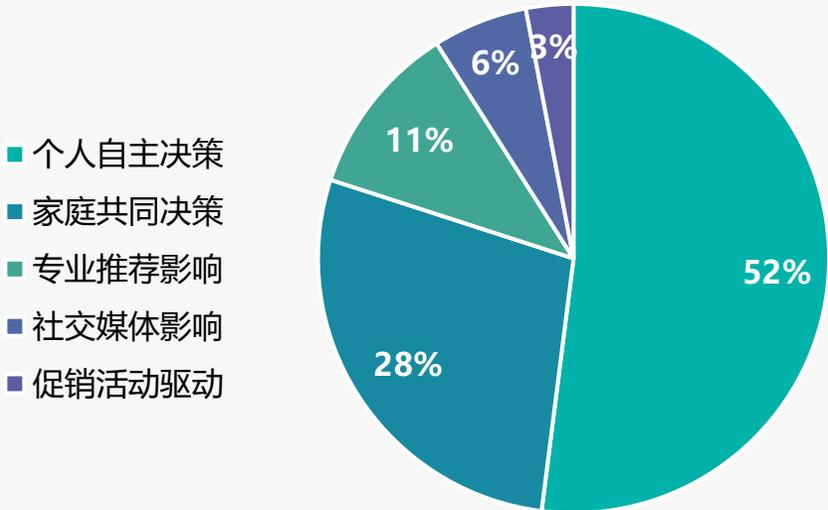
样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 口碑推荐主导导航消费信息

- ◆亲友口碑推荐以38%的占比成为汽车中控导航消费信息的最主要来源，远超其他广告形式，凸显消费者对信任关系的依赖。
- ◆专业媒体评测占27%，社交媒体广告占18%，而传统媒体广告仅占6%，显示消费者偏好权威性和数字化趋势。

## 2025年中国汽车中控导航家庭广告偏好分布

## 2025年中国汽车中控导航消费决策者类型分布

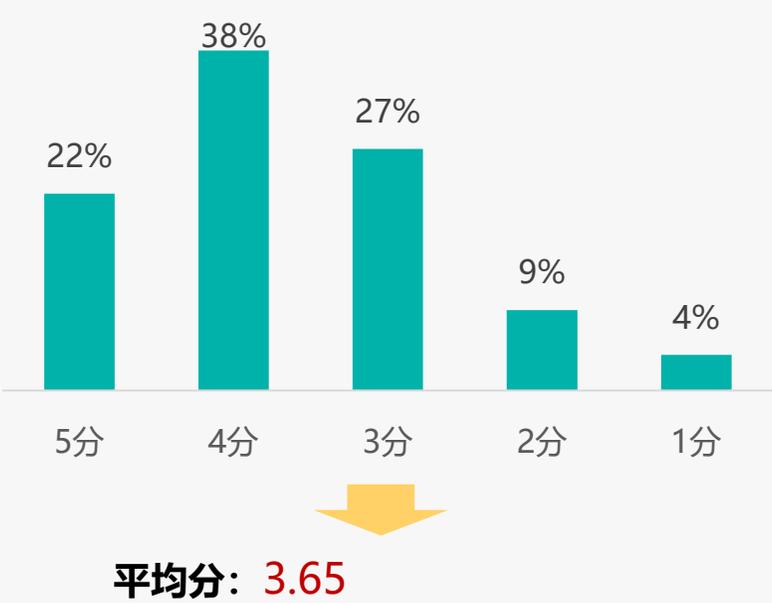


样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

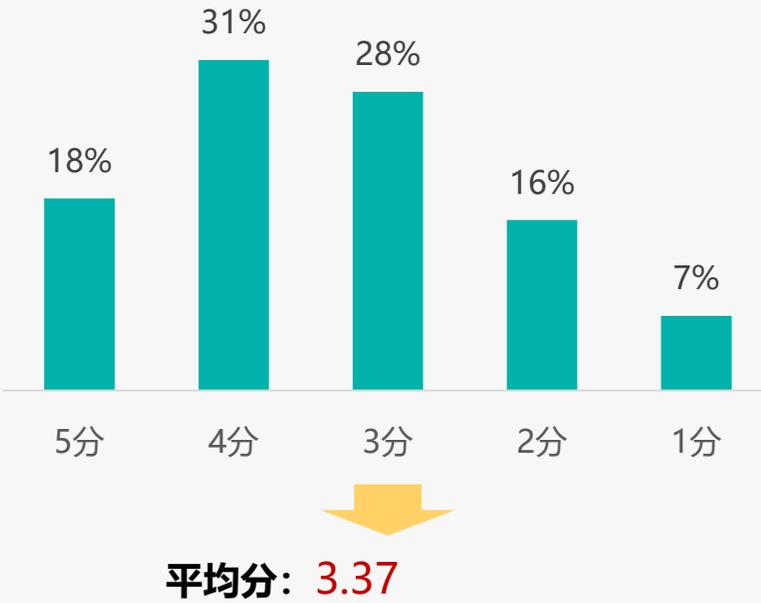
# 线上消费流程优 退货客服需改进

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分占比合计60%，退货体验满意度较低，5分和4分合计49%，客服满意度5分和4分合计51%。
- ◆退货体验2分和1分合计23%，客服满意度3分占比29%，显示退货和客服环节需优化以提升整体客户体验。

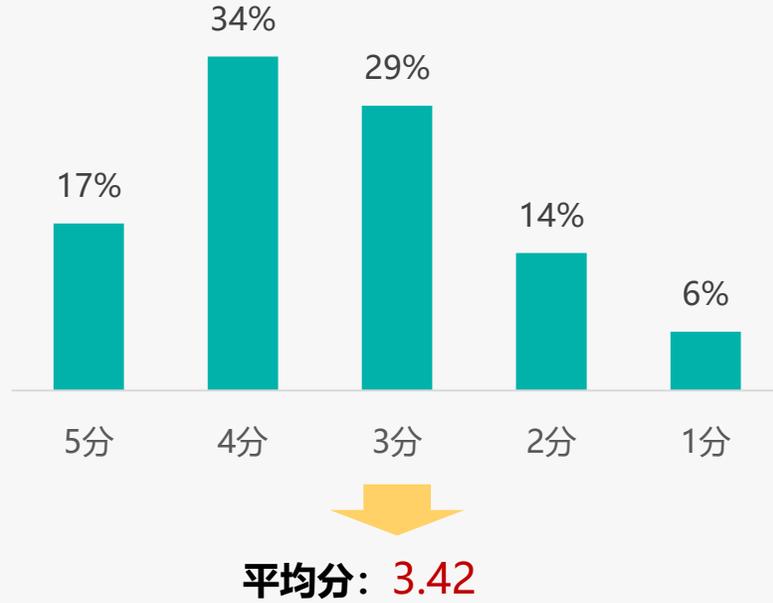
### 2025年中国汽车中控导航线上消费流程满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国汽车中控导航退货体验满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国汽车中控导航线上消费客服满意度分布 (满分5分)

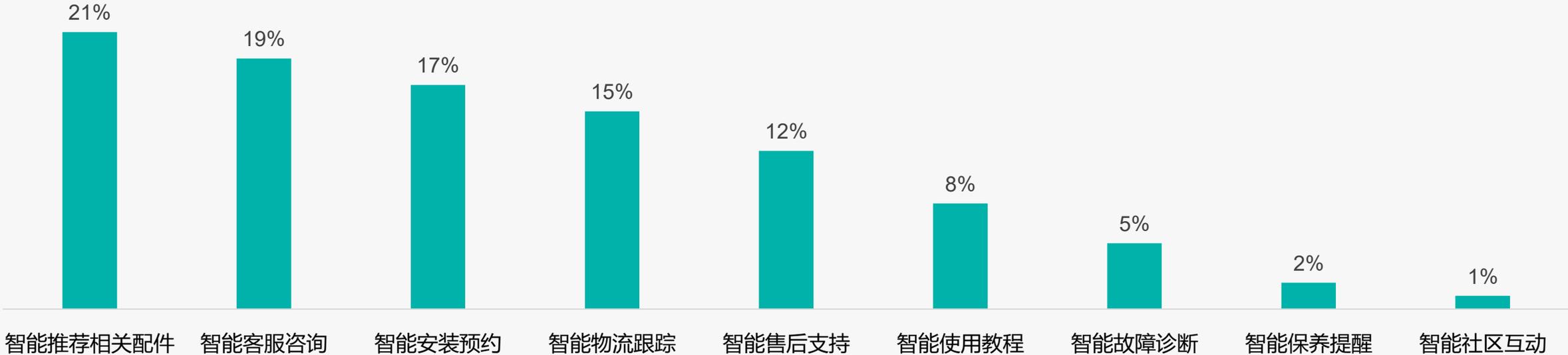


样本: 汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284, 于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能服务分布不均 售后互动待加强

- ◆调研数据显示，智能推荐相关配件占比21%，智能客服咨询和智能安装预约分别占19%和17%，显示消费者在线上消费时最关注个性化推荐和便捷服务。
- ◆分析指出，智能保养提醒和智能社区互动仅占2%和1%，表明这些服务当前相对边缘，智能服务体验分布不均，售后和互动环节有待加强。

## 2025年中国汽车中控导航线上消费智能服务体验分布



样本：汽车中控导航行业市场调研样本量N=1284，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**