

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月海苔系列零食市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Seaweed Series Snacks 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：海苔零食消费以中青年自主决策为主



消费者性别均衡，女性占53%，年龄集中在26-35岁（31%）



消费决策高度自主，个人决策占68%，远超家庭共同决策的17%



收入以5-8万元群体为主（28%），中等收入者是消费主力

## 启示

### ✓ 聚焦中青年自主消费场景

品牌应针对26-35岁中青年群体，打造个性化、便捷的消费体验，满足其自主决策需求，强化产品吸引力。

### ✓ 优化产品定位与渠道布局

基于中等收入主力消费群体，平衡产品性价比与品质，并利用线上线下融合渠道，提升市场渗透率。

## 核心发现2：消费行为呈现中频次、中价位特征



消费频率以每月几次为主（31%），中包规格最受欢迎（35%）



单次消费支出集中在10-30元（41%），价格接受度以5-15元区间为主（65%）



消费场景以休闲零食为主（32%），下午和晚上是主要消费时段（合计超60%）

### 启示

#### ✓ 强化中价位产品矩阵

品牌应重点布局5-15元价格带产品，优化中包规格，满足主流消费需求，提升市场竞争力。

#### ✓ 把握休闲消费时段营销

针对下午和晚上消费高峰，加强社交媒体和电商平台推广，结合休闲场景，提升品牌曝光和转化。

## 核心发现3：数字渠道主导信息获取与购买决策



消费者主要通过电商平台推荐（28%）和社交媒体（22%）了解产品



购买渠道以大型超市（31%）和电商平台（27%）为主，线上线下融合趋势明显



社交分享依赖微信朋友圈（41%）和内容平台（如小红书、抖音合计41%）

### 启示

#### ✓ 深化数字营销布局

品牌应加大在电商平台和社交媒体的投入，利用KOL和用户口碑传播，提升品牌认知和购买转化。

#### ✓ 整合线上线下渠道体验

优化大型超市和电商平台的协同，提供便捷购买路径，并加强售后服务，提升整体消费满意度。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：中青年自主消费，口感主导，价格敏感



## 1、产品端

- ✓ 优化中包装规格，提升便携性
- ✓ 开发健康创新品类，如有机海苔



## 2、营销端

- ✓ 强化社交平台用户口碑传播
- ✓ 聚焦下午至晚上休闲时段推广



## 3、服务端

- ✓ 提升智能推荐和客服响应效率
- ✓ 改进退货和售后服务体验

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** 海苔系列零食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海苔系列零食品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对海苔系列零食的购买行为;
- 海苔系列零食市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

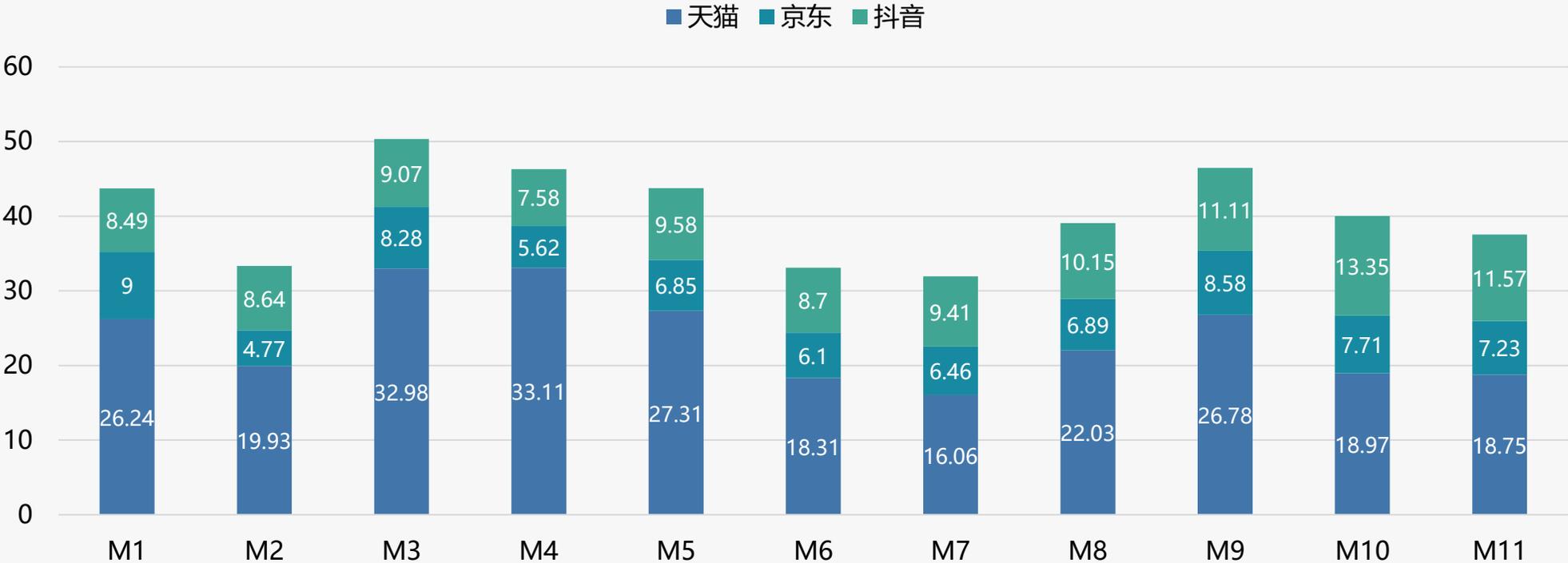
Research Method

- **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, 计算海苔系列零食品类销售额、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、不同平台海苔系列零食品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 抖音增长天猫主导海苔线上销售

- ◆从平台份额看，天猫以约17.7亿元总销售额（占线上总销售额的52.3%）主导市场，抖音以约10.8亿元（31.9%）位居第二，京东约7.8亿元（15.8%）第三。抖音份额增长显著，尤其在M10-M11销售额超天猫，显示其内容电商模式对海苔品类渗透力增强，可能分流传统电商流量。
- ◆从月度趋势看，销售额呈波动上升，Q1-Q4季度总销售额分别为8.2亿、8.4亿、8.8亿、8.4亿元，整体同比增长约2.4%。M3、M4、M9为销售高峰（均超3亿元），可能与春节后补货、开学季促销相关；M7为低谷（约1.6亿元），需关注夏季消费淡季影响。抖音同比增长最快（M11较M1增长36.2%），天猫和京东分别下降28.5%和19.6%。

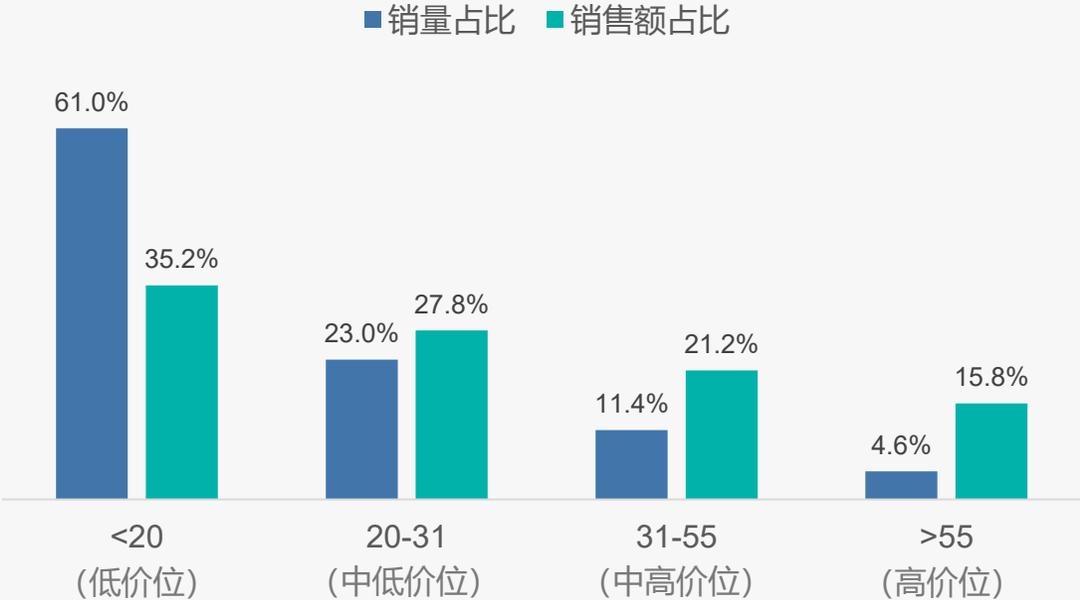
2025年1月~11月海苔系列零食品类线上销售规模（百万元）



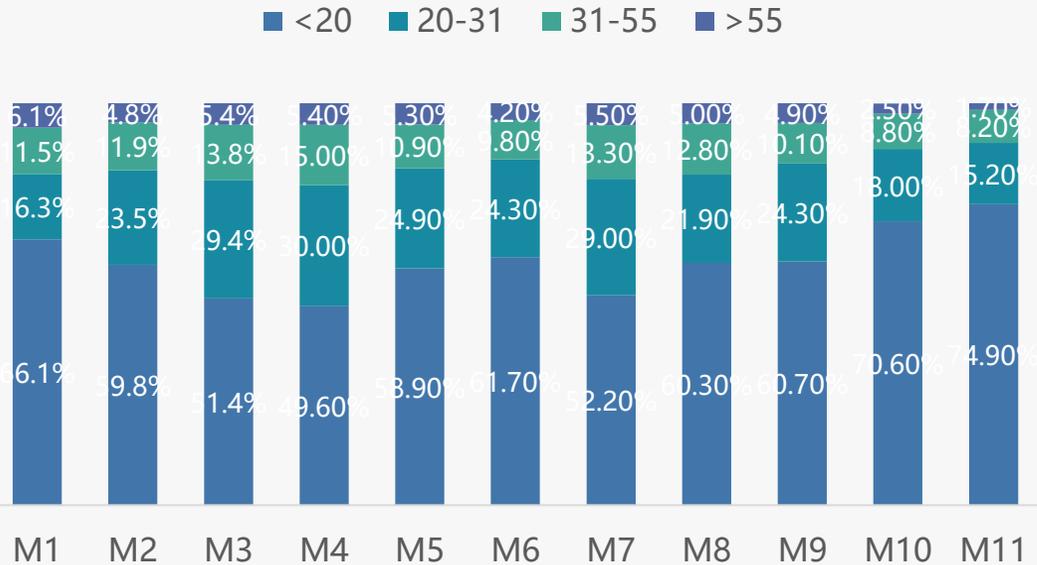
# 海苔零食低价主导高端潜力待挖

- ◆从价格区间销售趋势看，低价位 (<20元) 产品贡献了61.0%的销量但仅占35.2%的销售额，显示高销量低利润特征；中高价位 (20-55元) 虽销量占比34.4%，但销售额占比达49.0%，表明该区间产品具有更高的客单价和盈利能力，是提升整体营收的关键。
- ◆月度销量分布显示，低价位产品占比从M1的66.1%波动上升至M11的74.9%，尤其在M10-M11显著增长，而中高价位 (20-55元) 占比相应下降，这可能反映季节性促销或消费降级趋势，需关注对整体毛利率的潜在影响。

2025年1月~11月海苔系列零食线上不同价格区间销售趋势



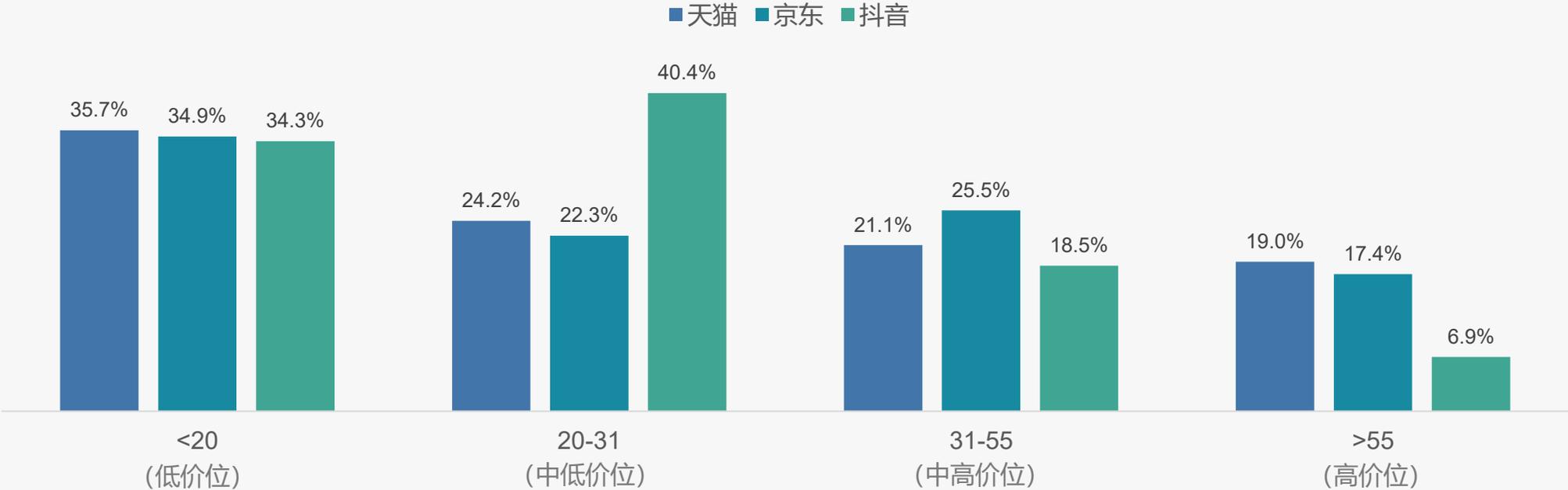
海苔系列零食线上价格区间-销量分布



# 海苔零食低价为主抖音中端溢价高

- ◆从价格区间分布看，三大平台均以低价位 (<20元) 为主，占比约34%-36%，显示海苔零食具有大众化消费特征。抖音平台在20-31元区间的占比高达40.4%，显著高于天猫 (24.2%) 和京东 (22.3%)，表明抖音用户对中端价格产品接受度更高，可能与直播带货的营销模式相关，提升了产品溢价能力。
- ◆中高价位 (31-55元) 在京东占比最高 (25.5%)，天猫次之 (21.1%)，抖音最低 (18.5%)。结合平台特性，京东用户可能更注重品质和品牌，愿意为高价产品付费；抖音则依赖冲动消费，低价更易转化。品牌需差异化定价策略，京东可侧重中高端产品线优化，抖音则强化爆款引流。

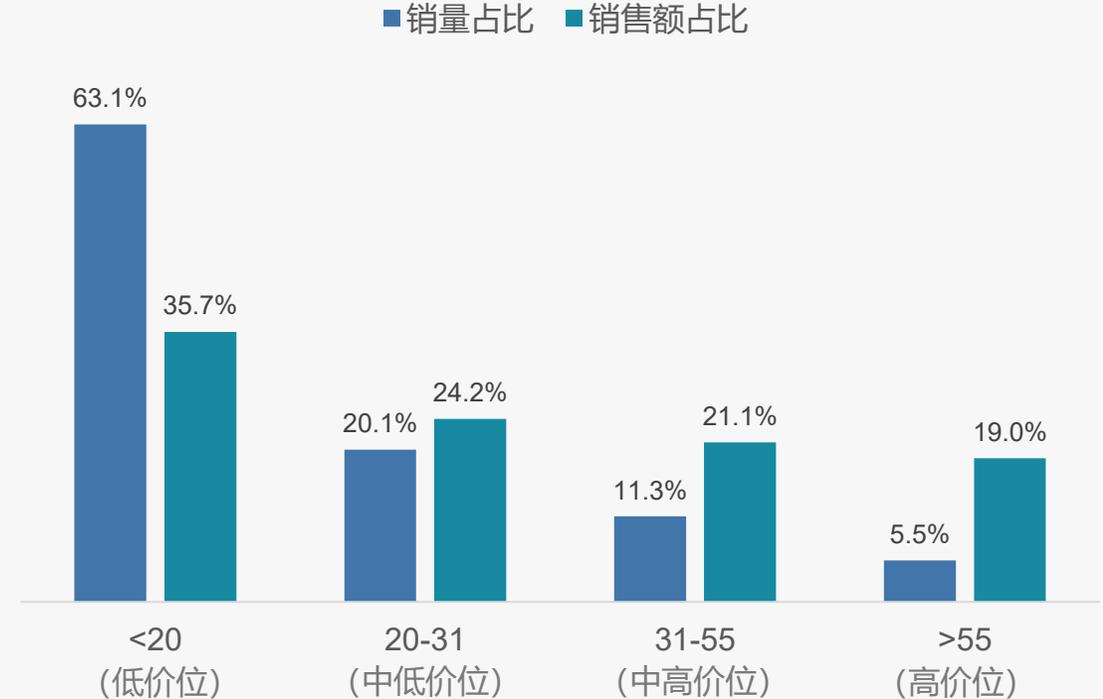
2025年1月~11月各平台海苔系列零食不同价格区间销售趋势



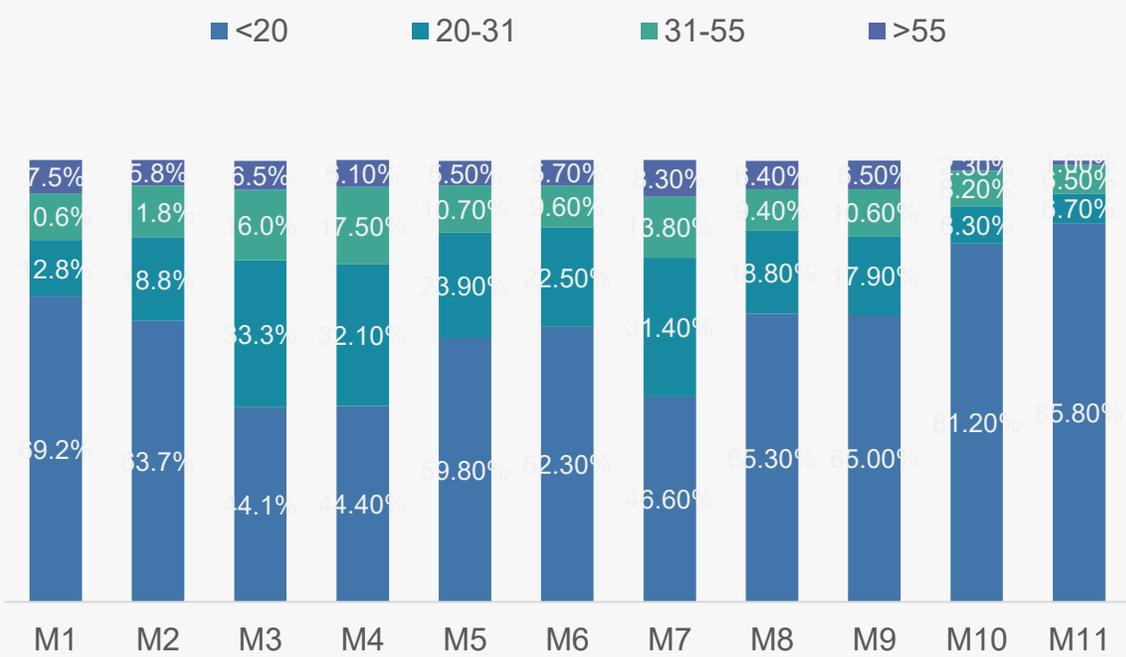
# 海苔零食低价主导 高端萎缩需优化结构

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台海苔零食以低价位 (<20元) 为主，销量占比63.1%，但销售额占比仅35.7%，表明该区间产品单价较低，可能面临利润率压力。中高价位 (20-55元) 销量占比31.4%，销售额占比45.3%，贡献了较高收入，建议品牌优化产品结构，提升高附加值产品占比以增强盈利能力。
- ◆月度销量分布显示，低价位 (<20元) 销量占比在M10和M11显著上升至81.2%和85.8%，可能与促销活动或季节性消费有关，但高价位 (>55元) 占比降至1.0%-2.3%，表明高端市场萎缩。建议分析促销策略对品牌定位的影响，并探索高端产品创新以稳定市场份额。

2025年1月~11月天猫平台海苔系列零食不同价格区间销售趋势



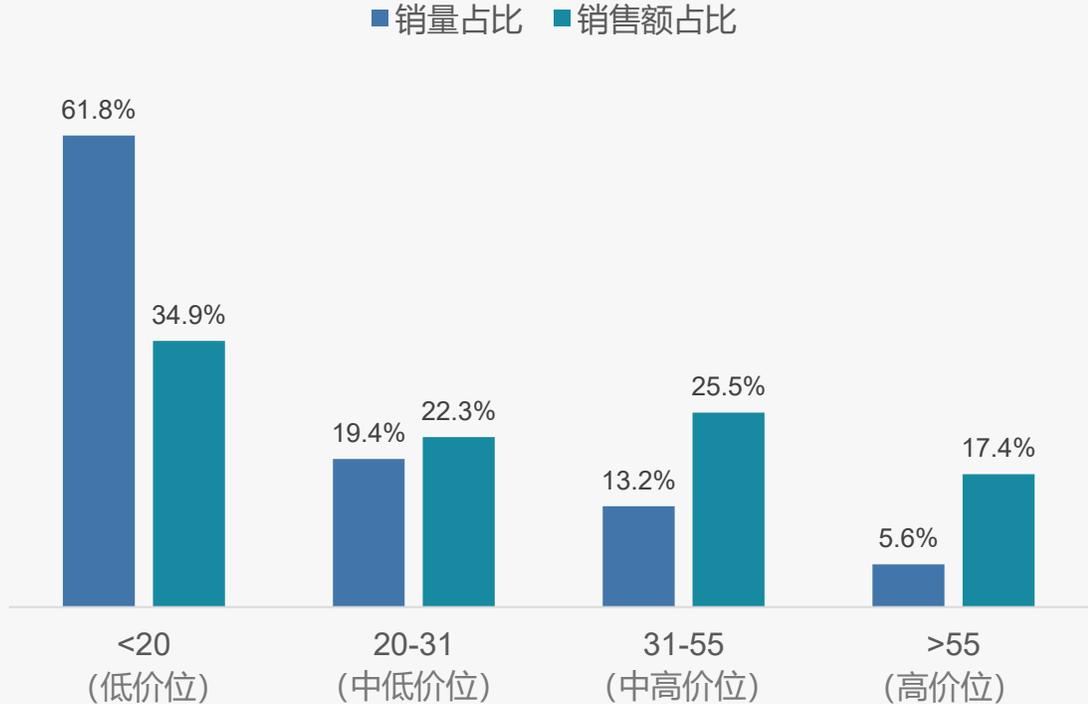
天猫平台海苔系列零食价格区间-销量分布



# 海苔零食低价主导 高端价值凸显 消费降级趋势显现

- ◆从价格区间结构分析，京东平台海苔零食呈现明显的低价主导特征。从月度动态趋势看，低价区间占比持续攀升揭示消费降级趋势。M1-M11期间，<20元区间销量占比从50.8%增至73.3%；而>55元区间从8.2%降至3.4%。
- ◆从销售效率角度分析，各价格区间存在显著差异。31-55元区间以13.2%销量贡献25.5%销售额，销售转化效率最高；建议重点发展31-55元价格带产品，优化整体ROI表现。

2025年1月~11月京东平台海苔系列零食不同价格区间销售趋势



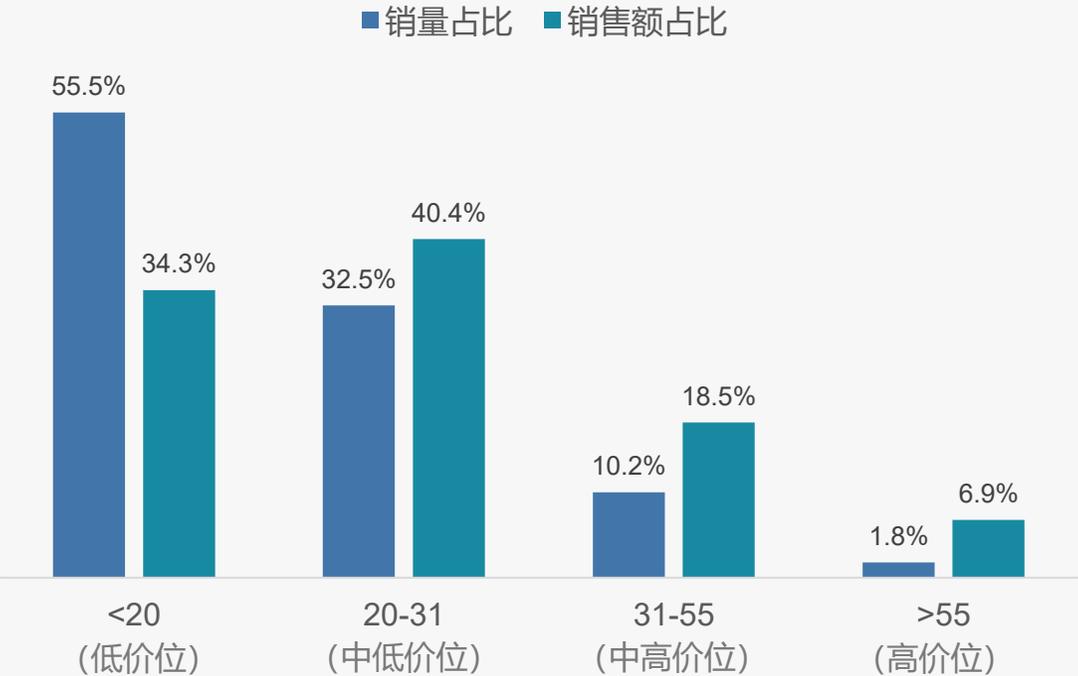
京东平台海苔系列零食价格区间-销量分布



# 海苔零食中端价位驱动增长优化产品组合

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台海苔零食呈现明显的性价比导向。月度销量分布显示季节性波动特征明显。M1-M4期间<20元区间占比维持在60%以上，而M8-M11该区间占比降至50%左右，同时20-31元区间占比从21.4%提升至37.5%。这表明消费升级趋势在下半年更为显著，可能与节日促销、消费心理变化相关。
- ◆通过计算各价格区间贡献度发现，20-31元区间单位销量销售额贡献率为1.24，显著高于<20元区间的0.62。建议企业加强产品差异化，通过品质升级推动价格带优化，提升整体ROI和品牌溢价空间。

2025年1月~11月抖音平台海苔系列零食不同价格区间销售趋势



抖音平台海苔系列零食价格区间-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** 海苔系列零食消费行为、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年内购买过海苔系列零食的消费者;
- 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

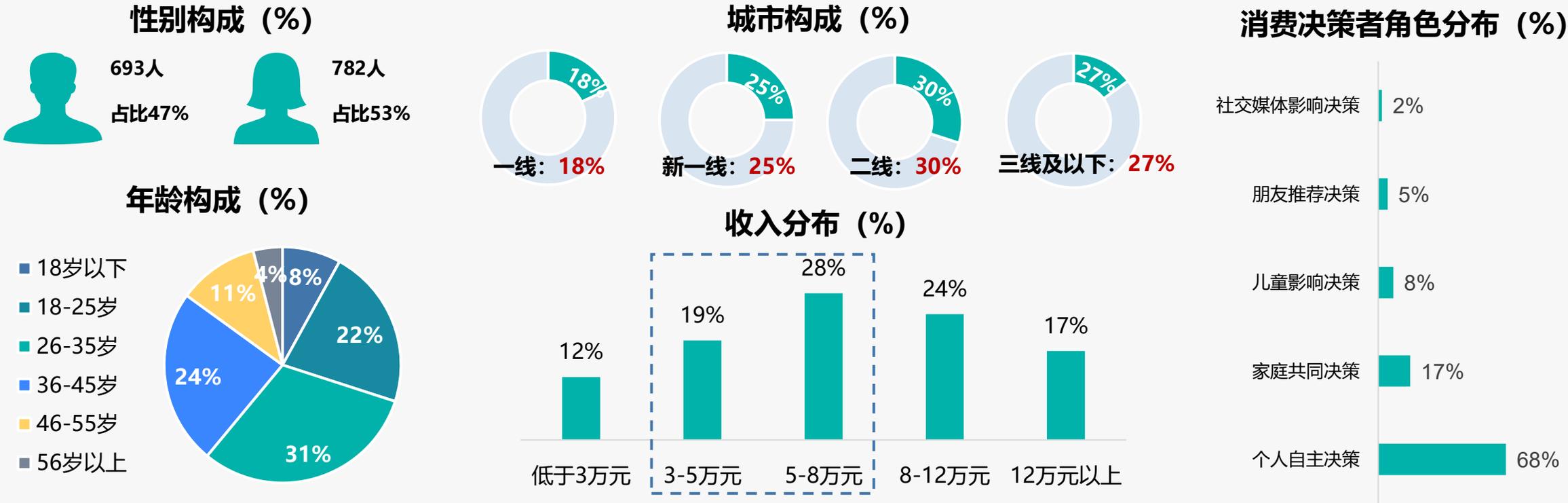
Research Method

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=1475

# 海苔零食中青年自主消费为主

- ◆海苔零食消费者性别均衡，女性占53%。年龄以26-35岁为主，占31%，36-45岁占24%。城市分布广，二线占30%。
- ◆收入以5-8万元群体占28%为主，消费决策高度自主，个人决策占68%，远超家庭共同决策的17%。

## 2025年中国海苔系列零食消费者画像

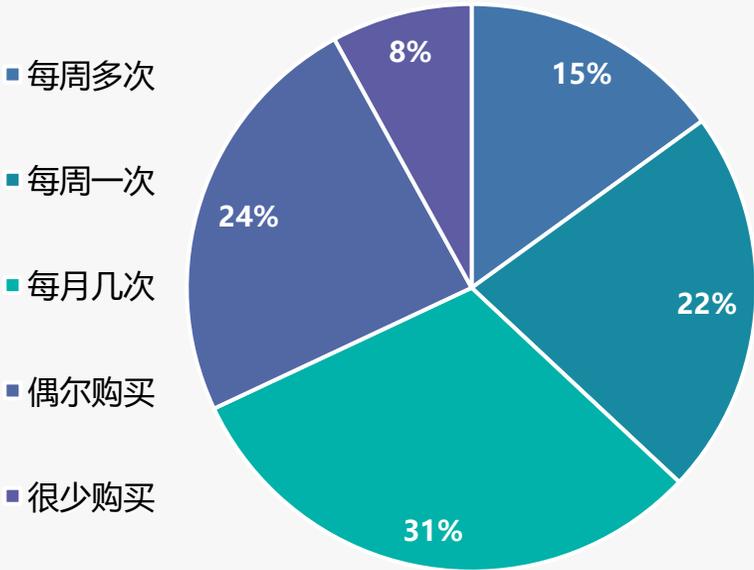


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

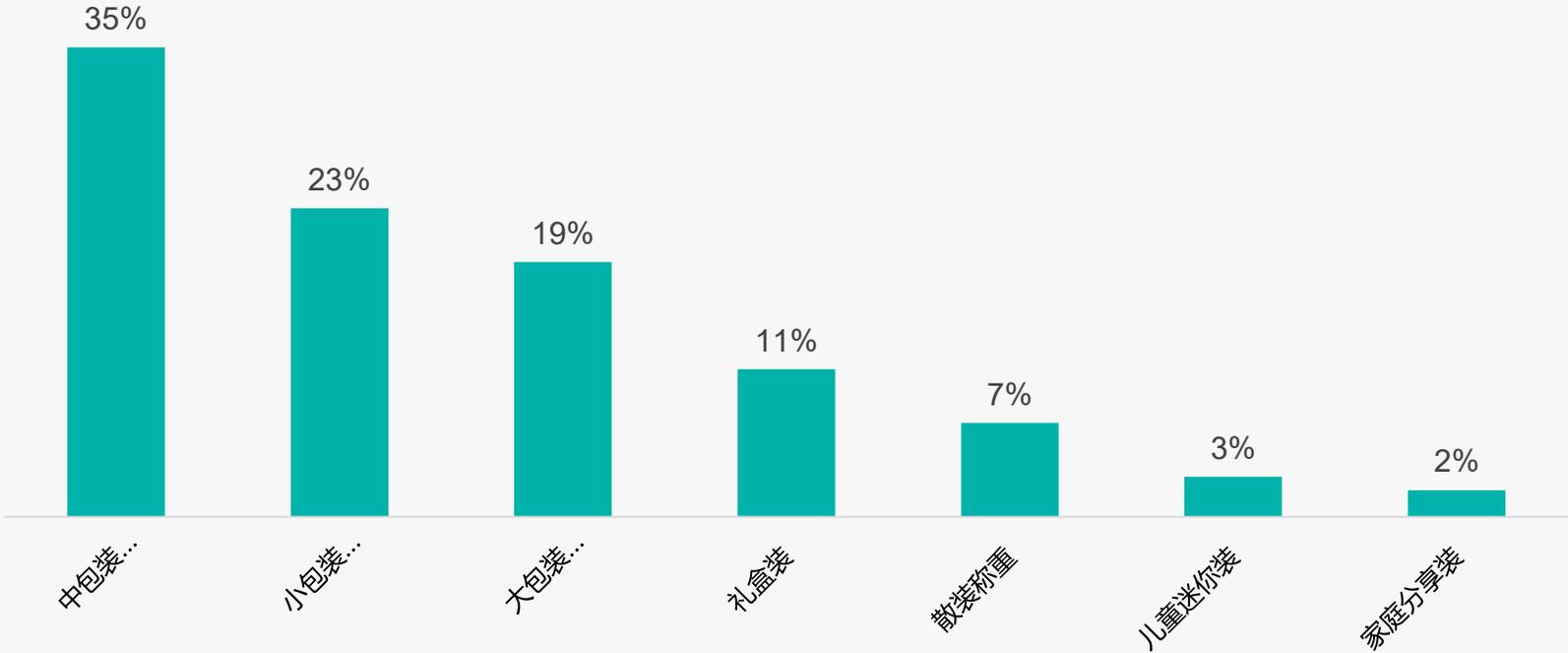
# 海苔零食消费中等频率为主中包装最受欢迎

- ◆消费频率以每月几次31%为主，每周一次和多次合计37%，显示中等频率消费占主导，高频群体有一定规模。
- ◆规格选择中，中包装35%最受欢迎，小包装23%次之，大包装和礼盒装共30%，反映便携和礼品需求并存。

## 2025年中国海苔系列零食消费频率分布



## 2025年中国海苔系列零食消费产品规格分布

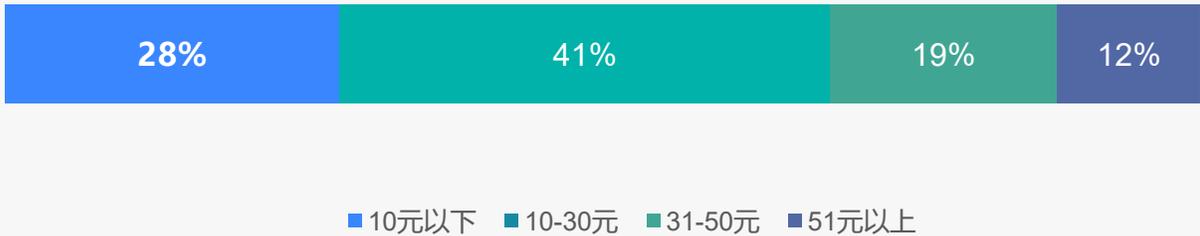
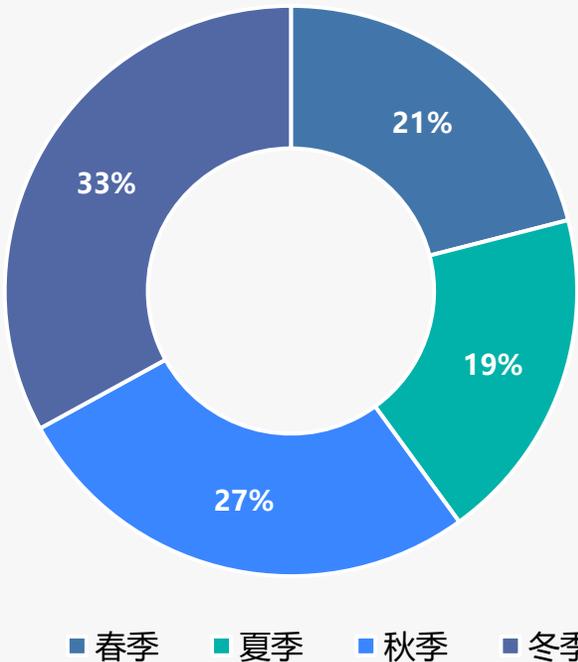


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

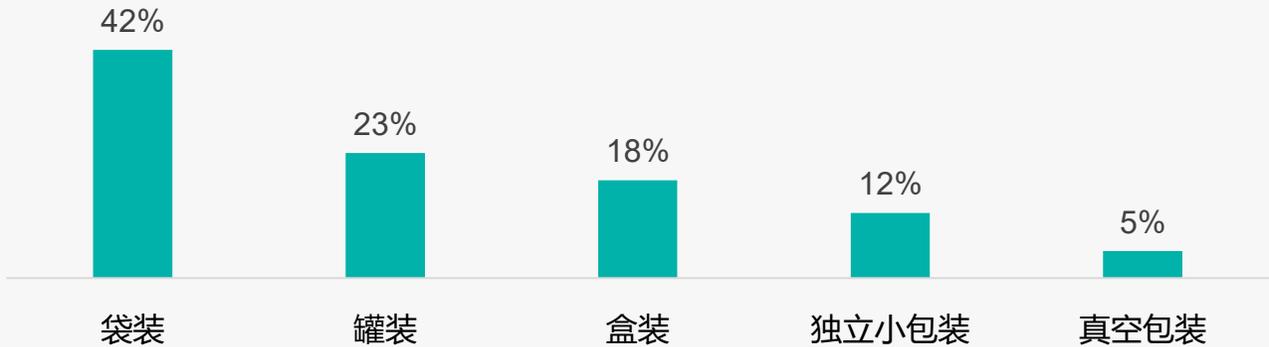
# 中等价位主导 冬季消费高峰 袋装包装主流

- ◆ 单次消费支出以10-30元为主，占比41%，10元以下占28%，显示中等价位主导市场，低价需求仍存。
- ◆ 消费季节冬季占比33%，秋季27%，高于其他季节；包装类型袋装占42%，罐装23%，传统包装更受欢迎。

## 2025年中国海苔系列零食消费行为季节分布 2025年中国海苔系列零食单次消费支出分布



## 2025年中国海苔系列零食消费品包装类型分布

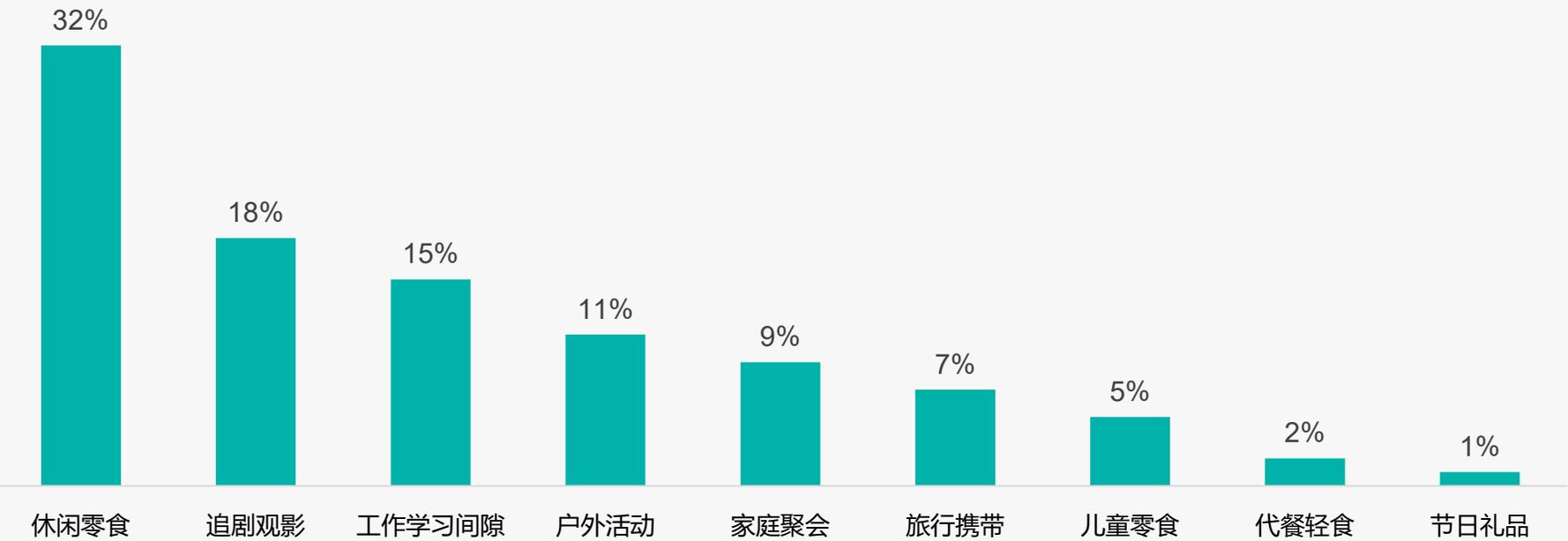


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

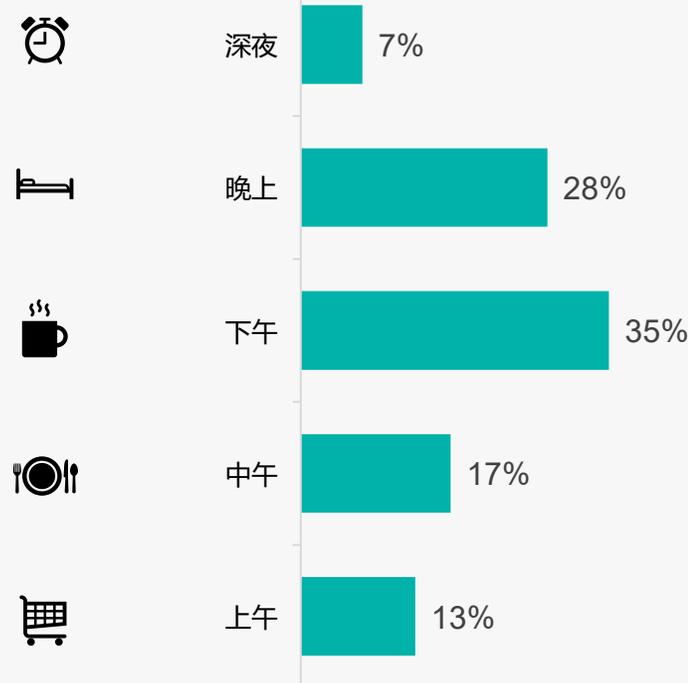
# 海苔零食休闲为主下午晚上消费集中

- ◆海苔零食消费场景以休闲零食为主占32%，追剧观影占18%，工作学习间隙占15%，显示其在日常休闲和娱乐中的高频使用。
- ◆消费时段集中在下午和晚上，分别占35%和28%，合计超60%，表明下午至晚上是主要消费时间，与休闲放松时段高度相关。

## 2025年中国海苔系列零食消费场景分布



## 2025年中国海苔系列零食消费时段分布

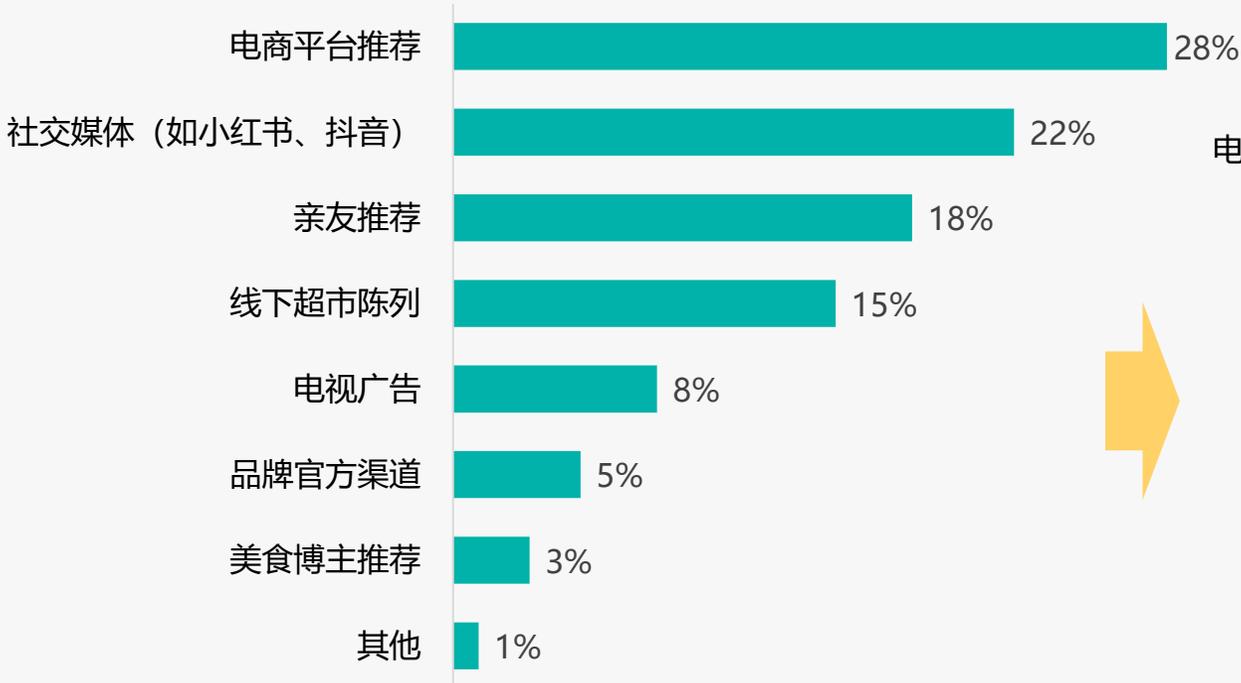


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

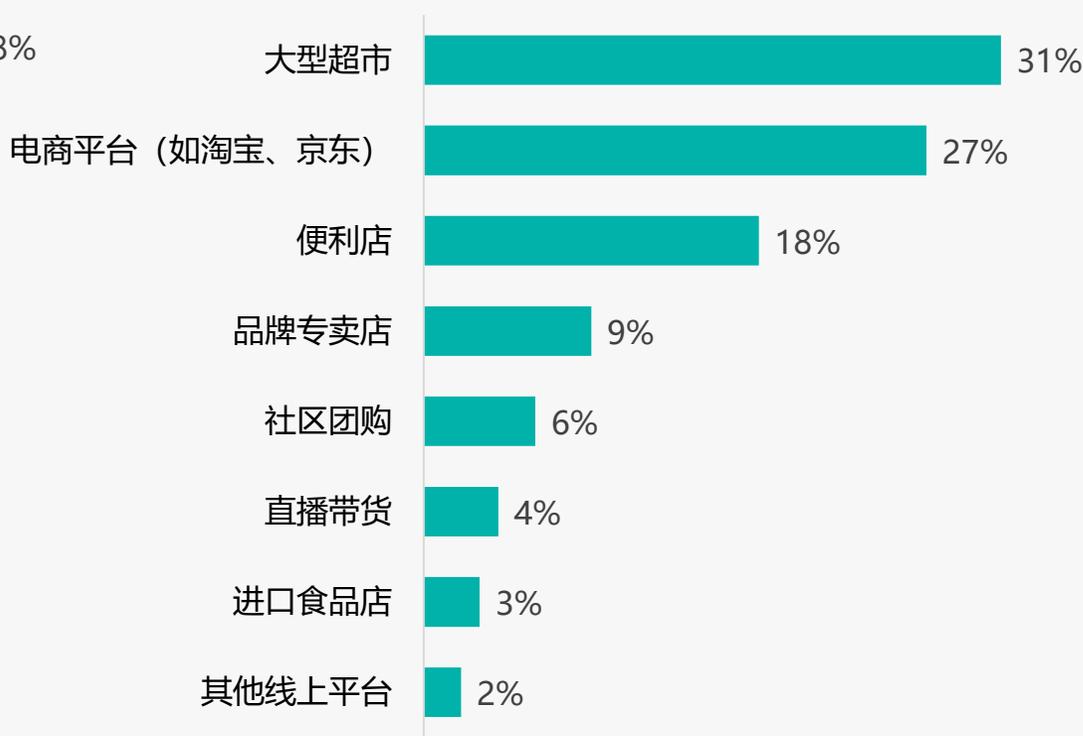
# 海苔零食消费数字渠道主导线上线下融合

- ◆消费者了解海苔零食主要依赖电商平台推荐（28%）和社交媒体（22%），合计占比50%，数字渠道成为信息获取核心。
- ◆购买渠道以大型超市（31%）和电商平台（27%）为主，合计占比58%，显示线上线下融合的消费趋势。

## 2025年中国海苔系列零食消费者了解产品渠道分布



## 2025年中国海苔系列零食消费者购买产品渠道分布

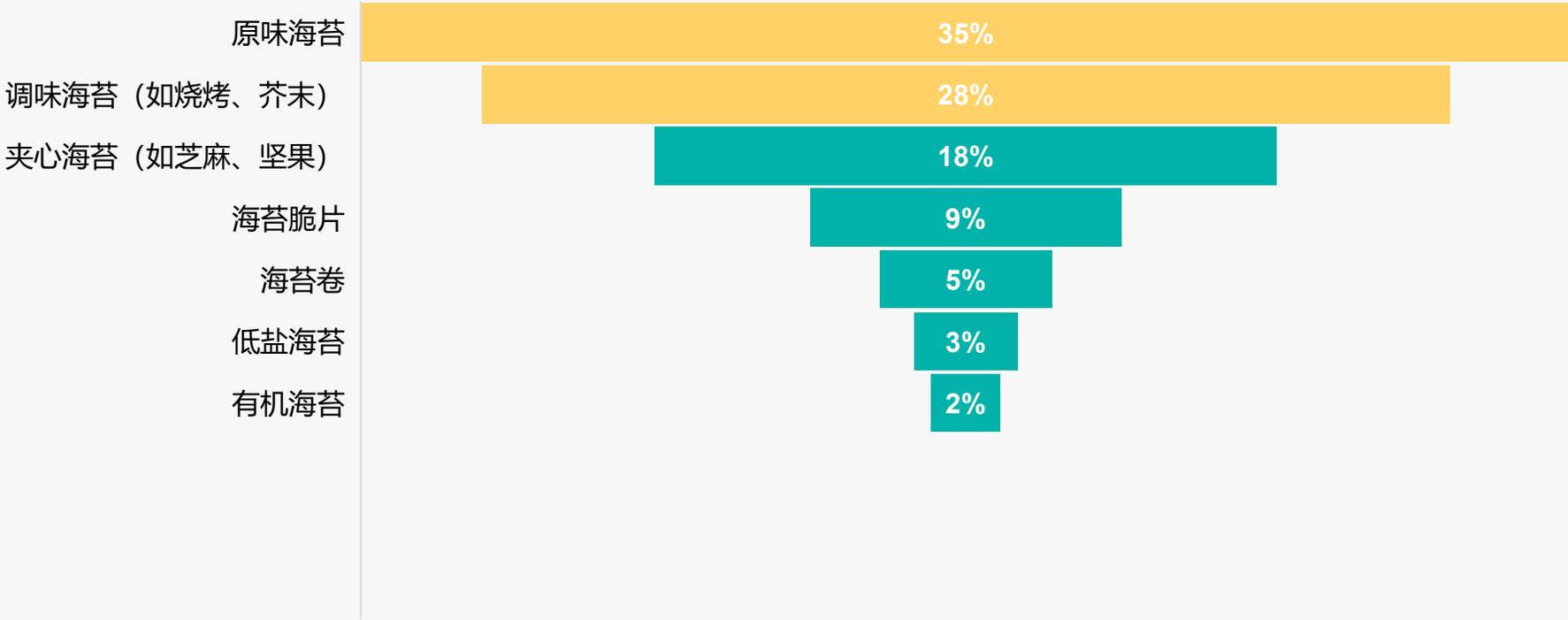


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 原味主导海苔市场 创新健康品类待提升

- ◆海苔零食偏好中，原味占35%最高，调味占28%次之，显示传统口味主导市场，多样化需求显著但份额较低。
- ◆夹心海苔占18%，其他细分品类如海苔脆片、海苔卷、低盐和有机海苔占比均低于10%，创新和健康品类市场渗透不足。

## 2025年中国海苔系列零食消费产品偏好类型分布

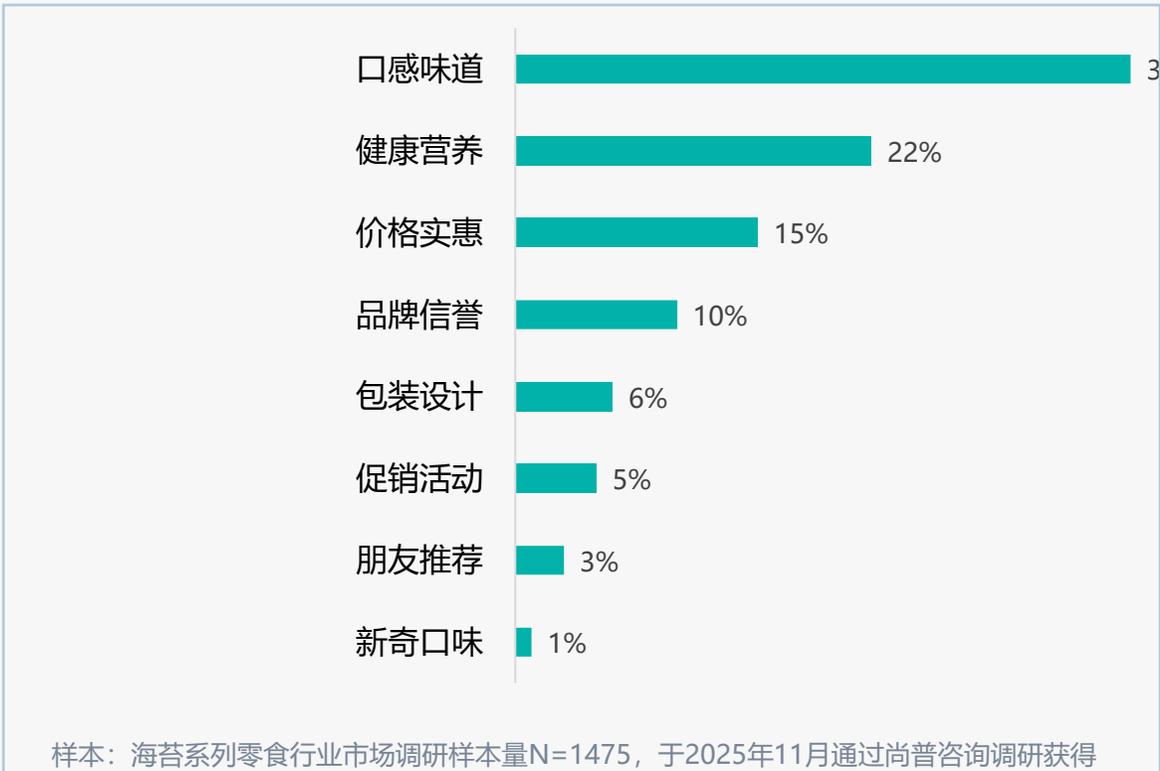


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

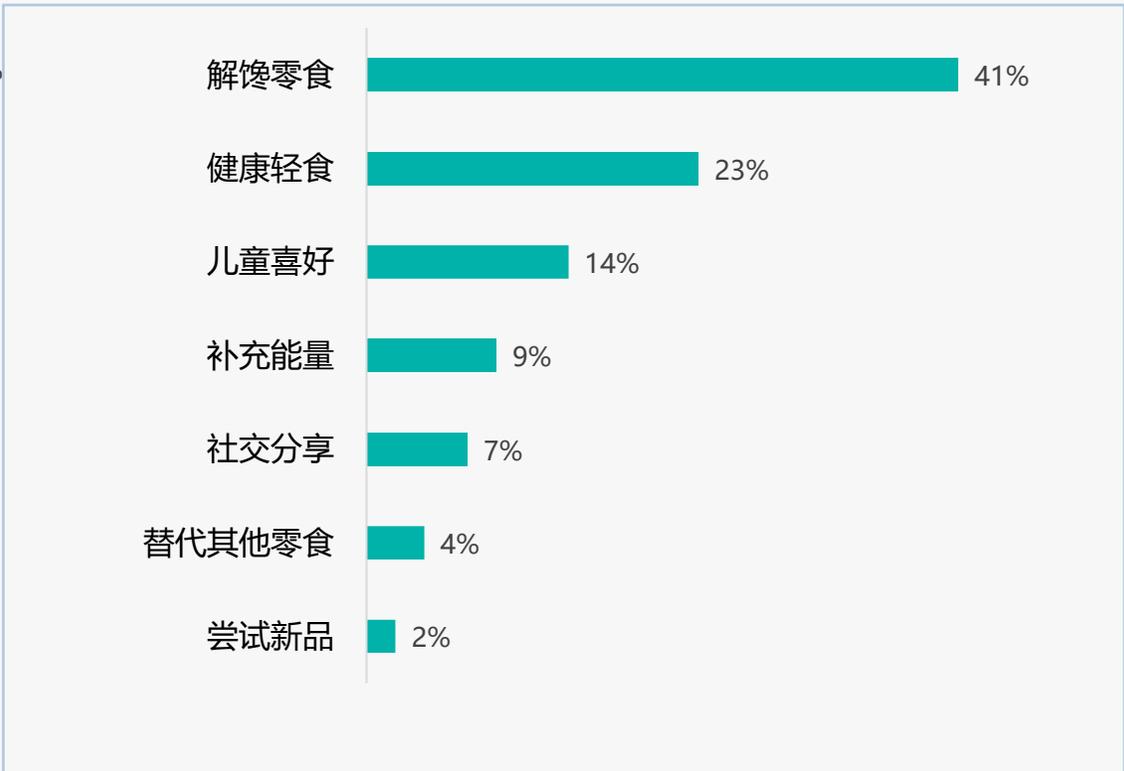
# 口感主导海苔消费 解馋需求突出

- ◆ 口感味道是吸引海苔消费的关键因素，占比38%，远高于健康营养的22%，表明消费者更看重感官体验而非健康属性。
- ◆ 消费原因中解馋零食占41%，健康轻食占23%，显示产品主要满足即时需求，儿童喜好占14%提示家庭市场潜力。

## 2025年中国海苔系列零食吸引消费关键因素分布



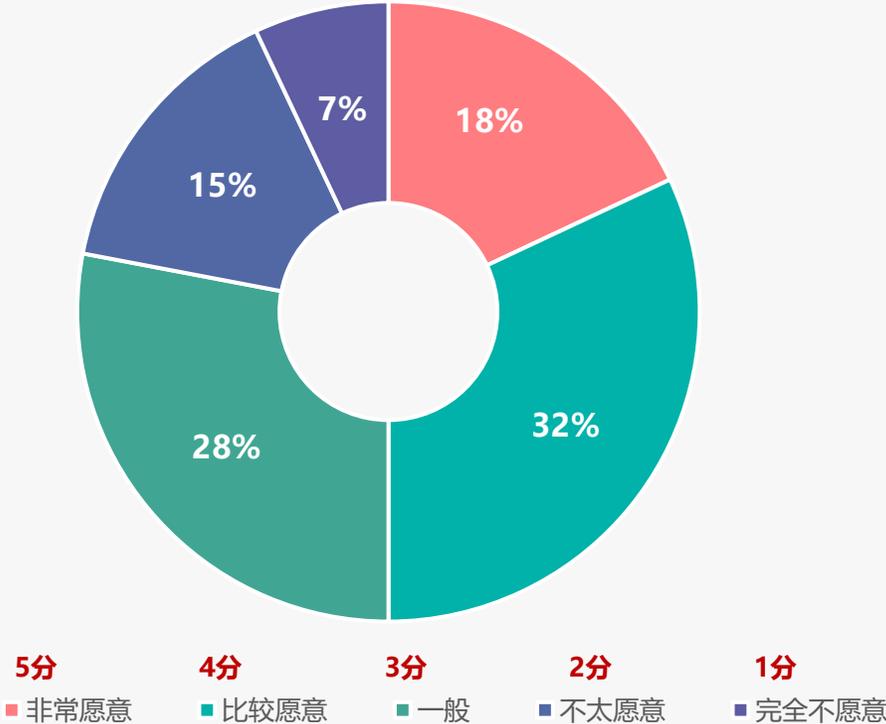
## 2025年中国海苔系列零食消费真正原因分布



# 海苔零食推荐意愿高 价格口感需优化

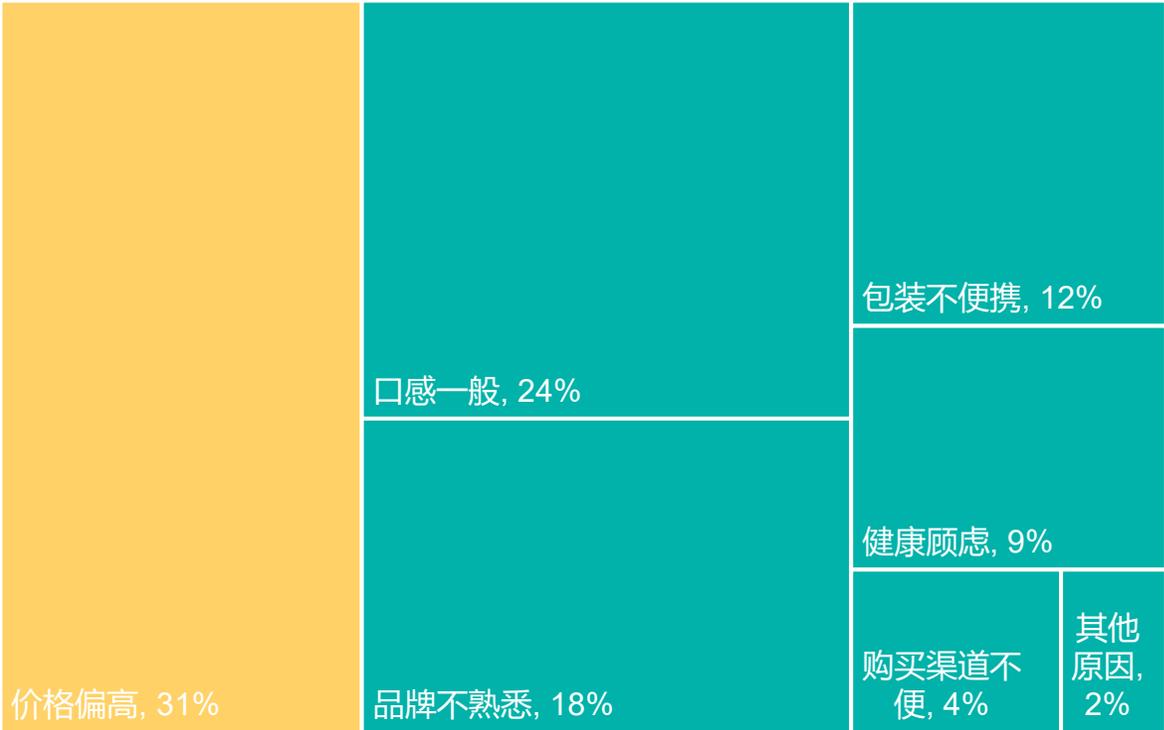
- ◆海苔零食推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意合计50%，但不愿推荐原因中价格偏高占31%，口感一般占24%，提示需优化成本和口味。
- ◆品牌不熟悉占18%，包装不便携占12%，健康顾虑占9%，次要但影响竞争力，建议加强品牌营销和改进产品属性。

### 2025年中国海苔系列零食向他人推荐意愿分布



样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

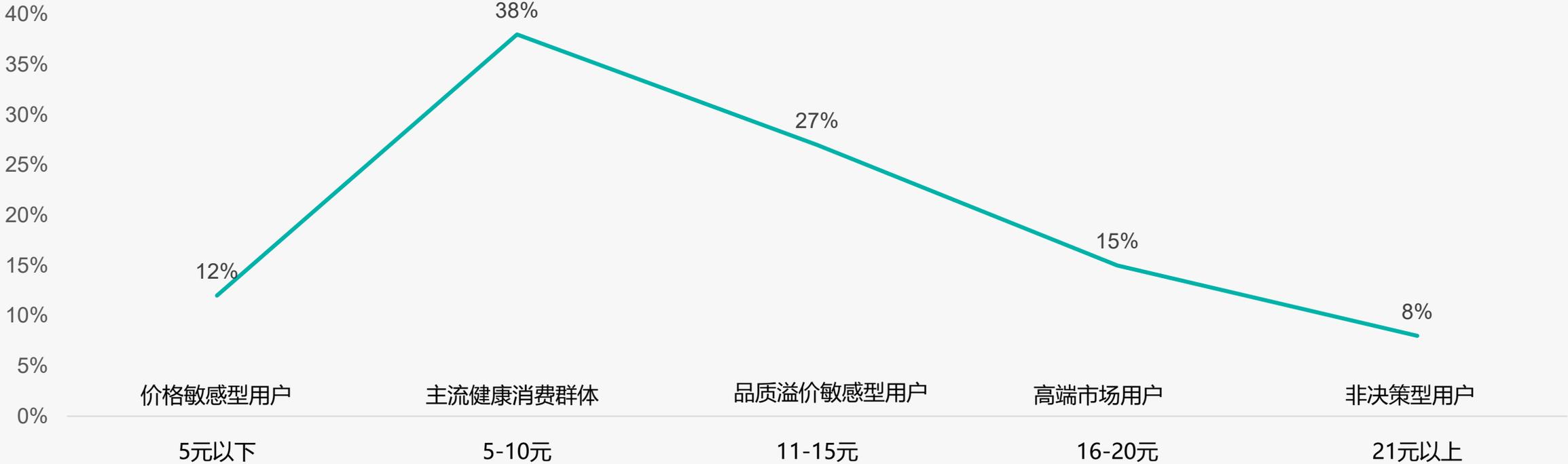
### 2025年中国海苔系列零食不愿向他人推荐原因分布



# 海苔零食价格接受度集中中低价位

- ◆调研数据显示，海苔零食价格接受度集中在5-15元区间，合计占比65%，其中5-10元区间最高，占38%，11-15元区间占27%。
- ◆分析指出，消费者偏好中低价位产品，5元以下和21元以上区间占比低，分别为12%和8%，显示极端价格需求有限。

## 2025年中国海苔系列零食主要规格价格接受度



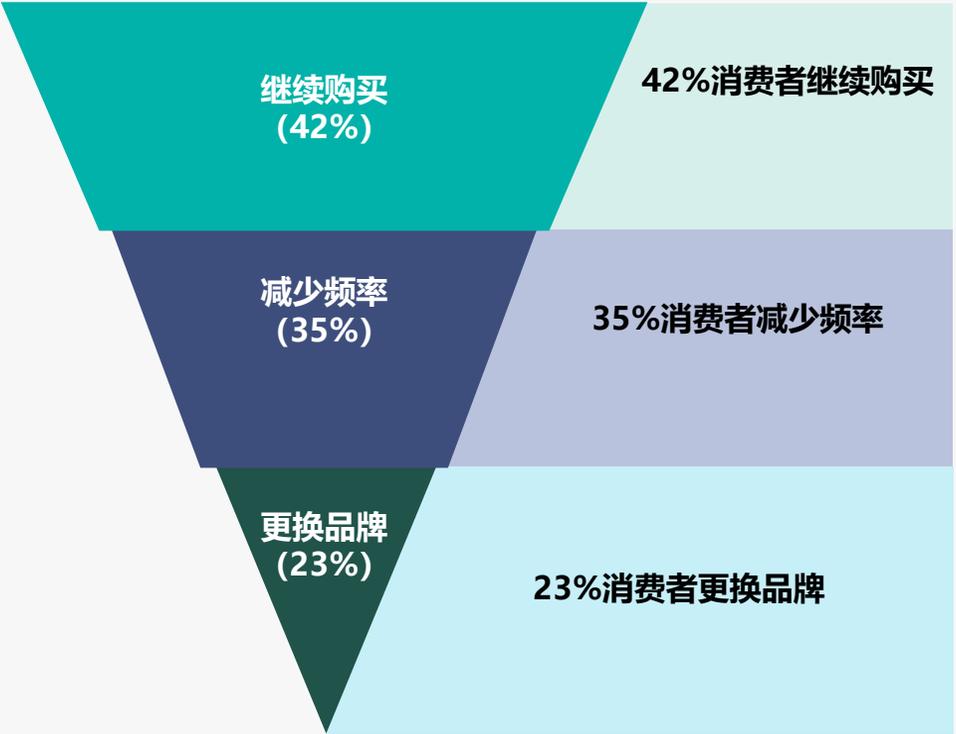
样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以中包装（31-60g）规格海苔系列零食为标准核定价格区间

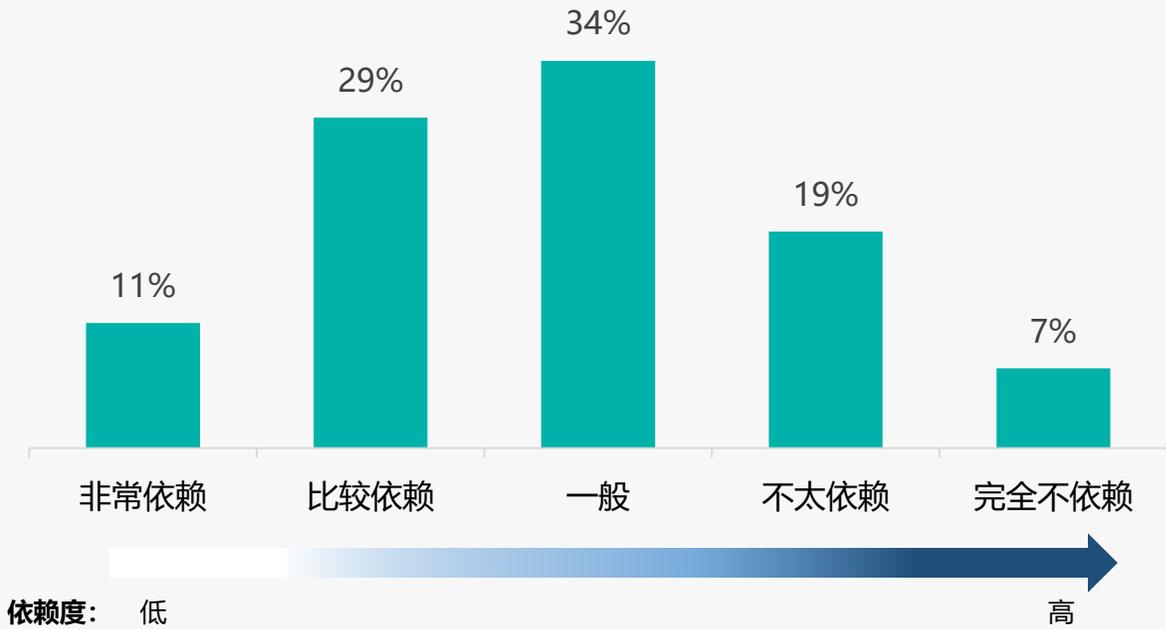
# 海苔零食价格敏感促销依赖显著

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示价格敏感度高，近六成消费者会调整行为。
- ◆促销活动依赖度中，40%消费者非常或比较依赖，34%一般依赖，26%不太或完全不依赖，依赖促销群体显著影响市场策略。

### 2025年中国海苔系列零食价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国海苔系列零食对促销活动依赖程度分布

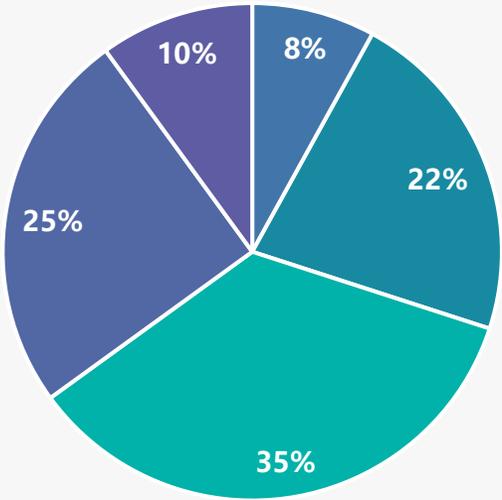


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 新品创新驱动海苔品牌转换复购率中等

- ◆海苔零食复购率分布显示50-70%区间占比最高达35%，表明消费者品牌忠诚度中等但波动较大，30%以下仅占10%反映整体黏性较强。
- ◆更换品牌原因中尝试新品占比最高达38%，远超价格因素27%，说明新品创新是驱动品牌转换的关键因素，市场需注重产品迭代。

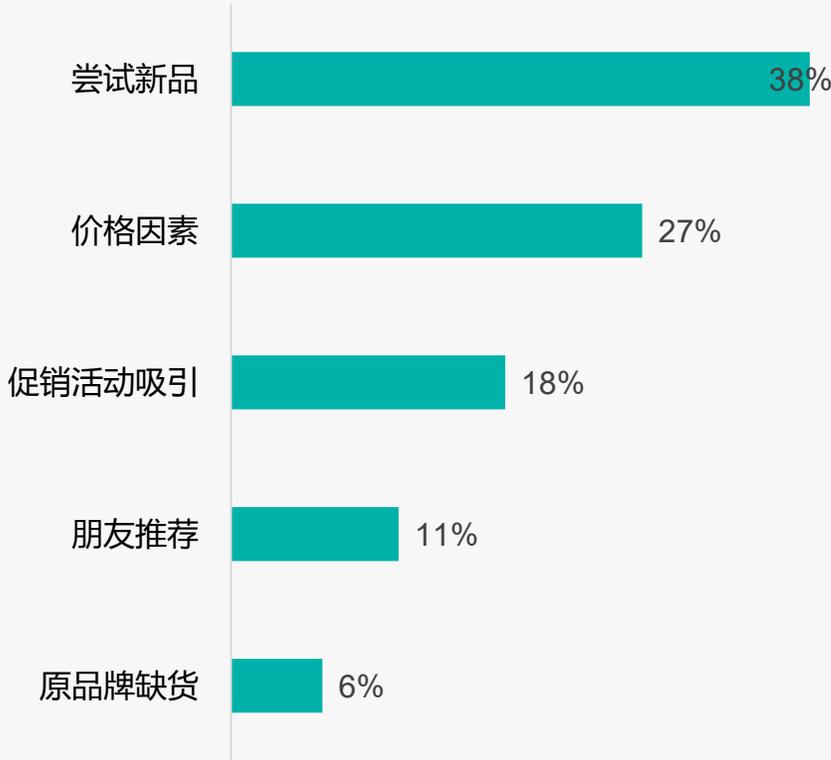
## 2025年中国海苔系列零食固定品牌复购率分布



- 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：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

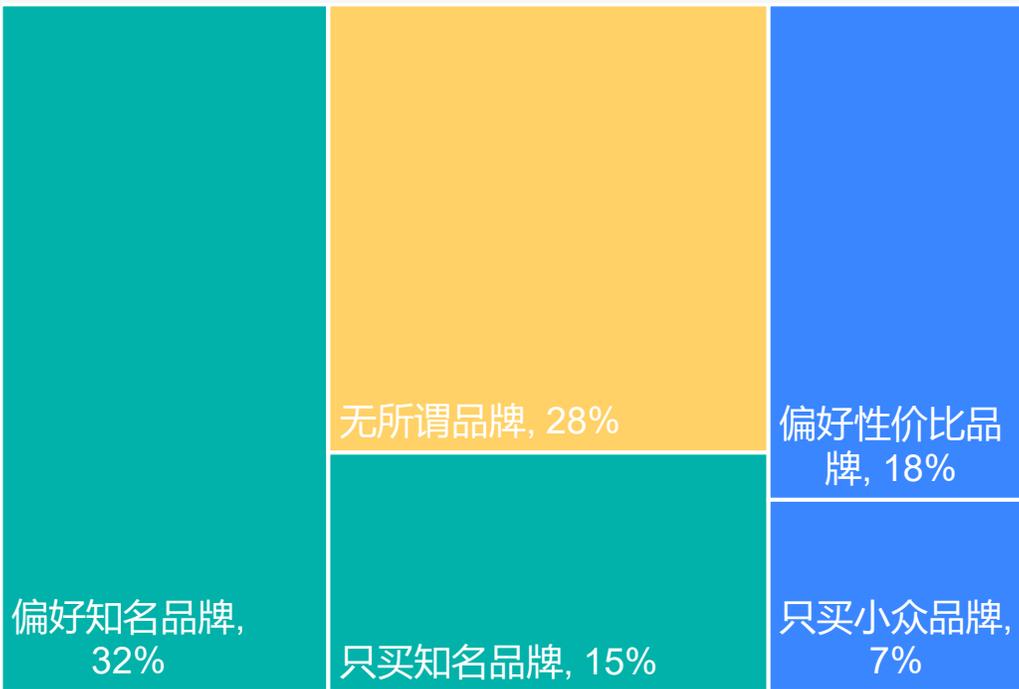
## 2025年中国海苔系列零食更换品牌原因分布



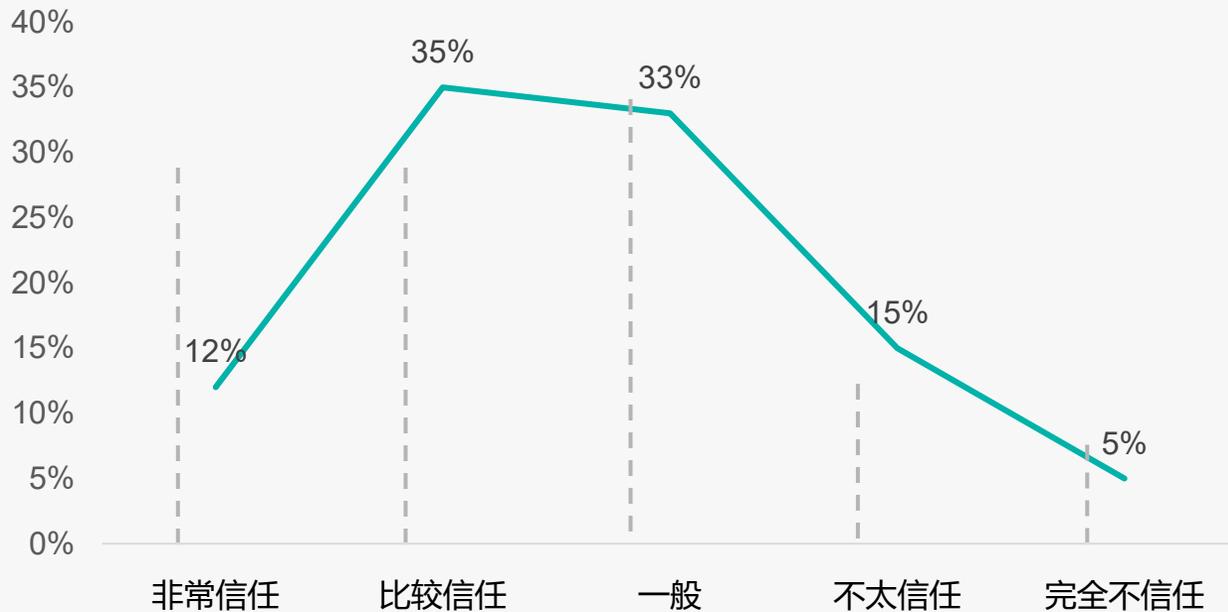
# 品牌依赖强 小众有限 信任待提升

- ◆消费意愿中偏好知名品牌占32%，为最高，显示品牌依赖强；只买小众品牌仅7%，小众市场有限。
- ◆品牌态度中比较信任占35%，一般占33%，多数中立或积极；非常信任仅12%，信任度待提升。

## 2025年中国海苔系列零食消费品牌产品意愿分布



## 2025年中国海苔系列零食对品牌产品态度分布

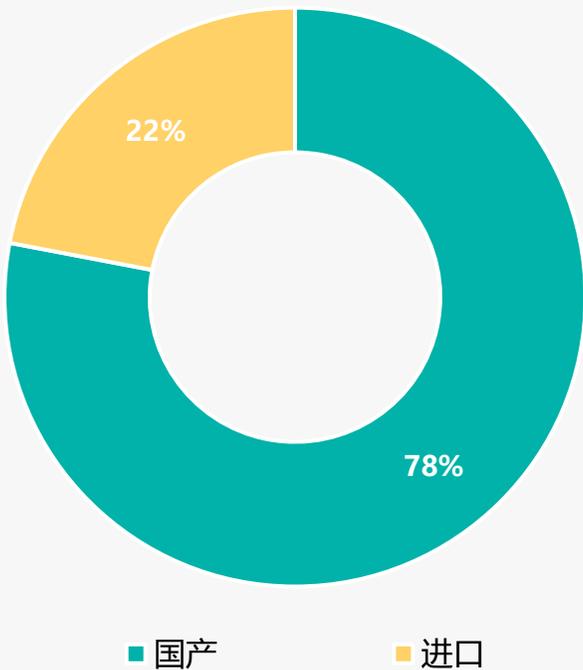


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

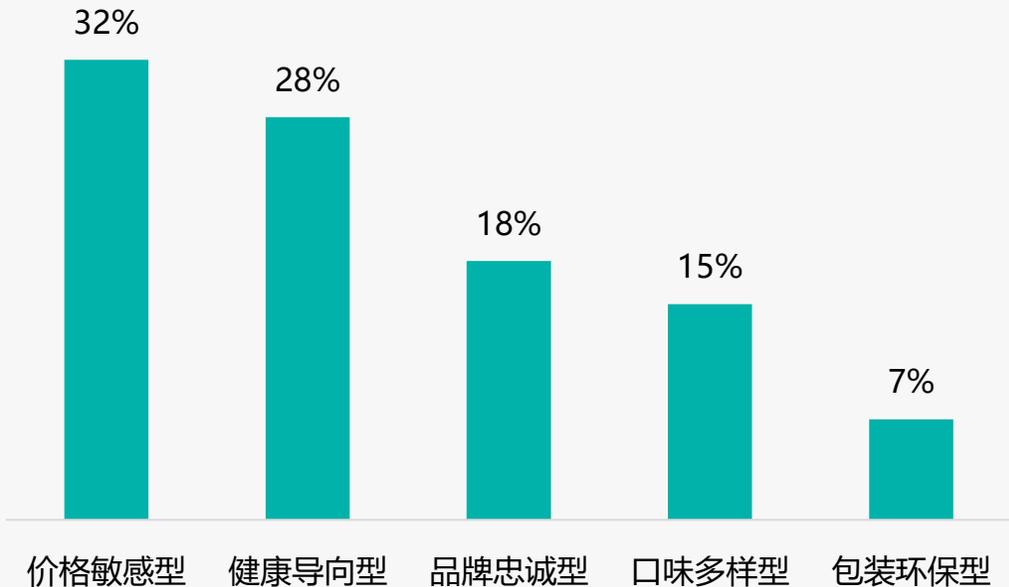
# 国产品牌主导 价格健康关键

- ◆海苔零食市场以国产品牌主导，消费占比78%，进口品牌仅占22%，显示本土品牌优势明显。
- ◆消费者偏好中，价格敏感型占32%，健康导向型占28%，表明价格和健康是购买决策的关键因素。

## 2025年中国海苔系列零食国产和进口品牌消费分布



## 2025年中国海苔系列零食品牌偏好类型分布

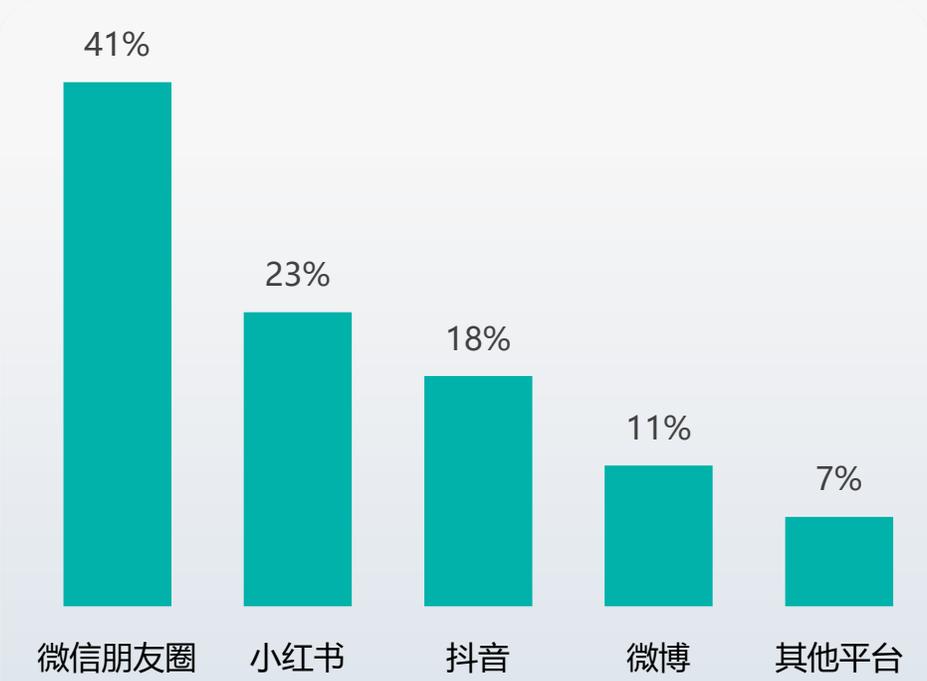


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 社交分享主导海苔零食消费决策

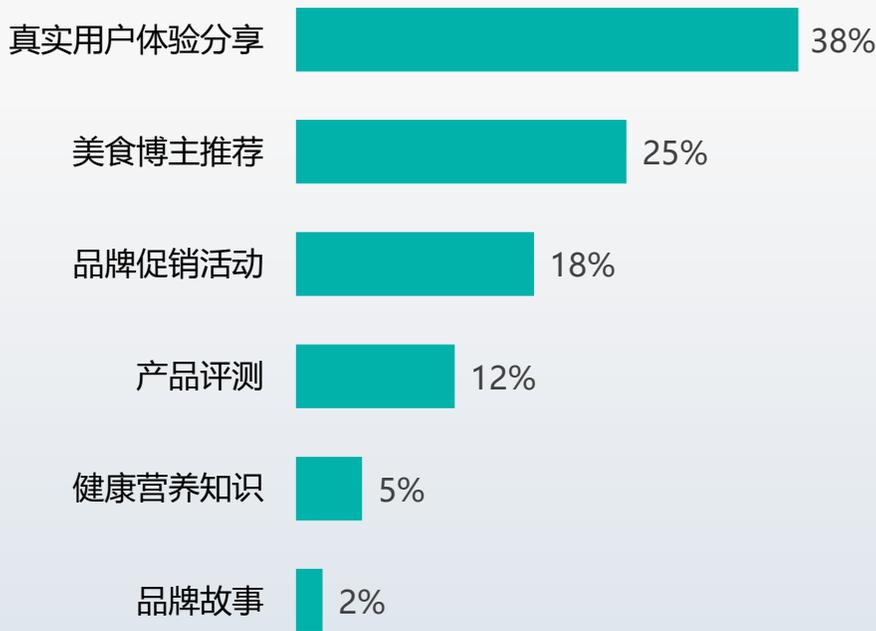
- ◆社交分享渠道中，微信朋友圈占41%，小红书和抖音合计占41%，显示海苔零食消费依赖熟人社交和年轻用户内容平台。
- ◆内容类型中，真实用户体验分享占38%，美食博主推荐占25%，突出用户口碑和博主推荐对购买决策的关键影响。

## 2025年中国海苔系列零食社交分享渠道分布



2025年中国海苔系列零食社交分享渠道分布

## 2025年中国海苔系列零食社交渠道获取内容类型分布



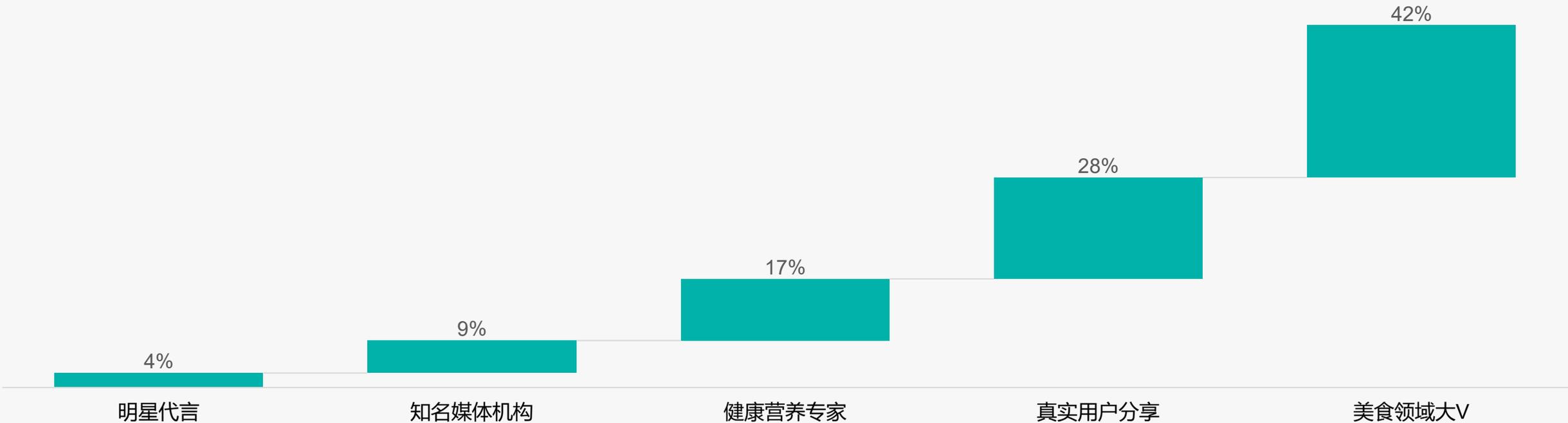
2025年中国海苔系列零食社交渠道获取内容类型分布

样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 美食大V主导 真实体验关键 健康影响显著

- ◆消费者在社交渠道最信任美食领域大V（42%），真实用户分享次之（28%），健康营养专家占17%，显示专业推荐和真实体验是关键影响因素。
- ◆知名媒体机构（9%）和明星代言（4%）信任度较低，表明传统媒体和明星效应对海苔零食消费决策的作用相对有限。

## 2025年中国海苔系列零食社交渠道信任博主类型分布

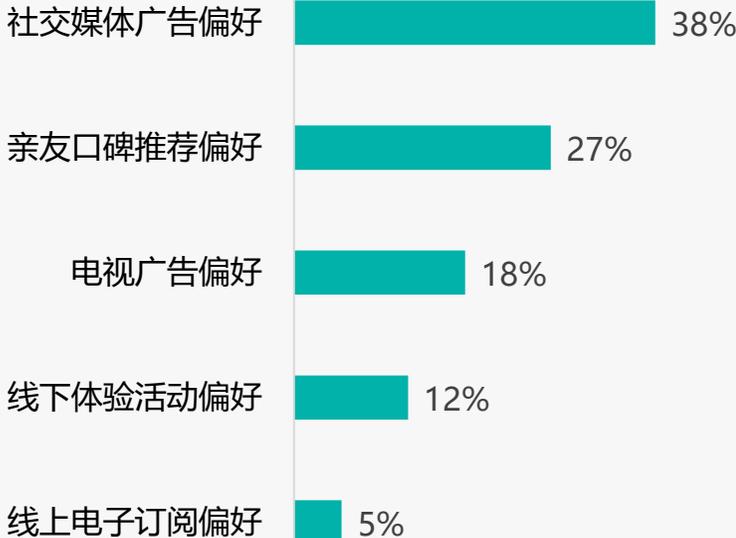


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

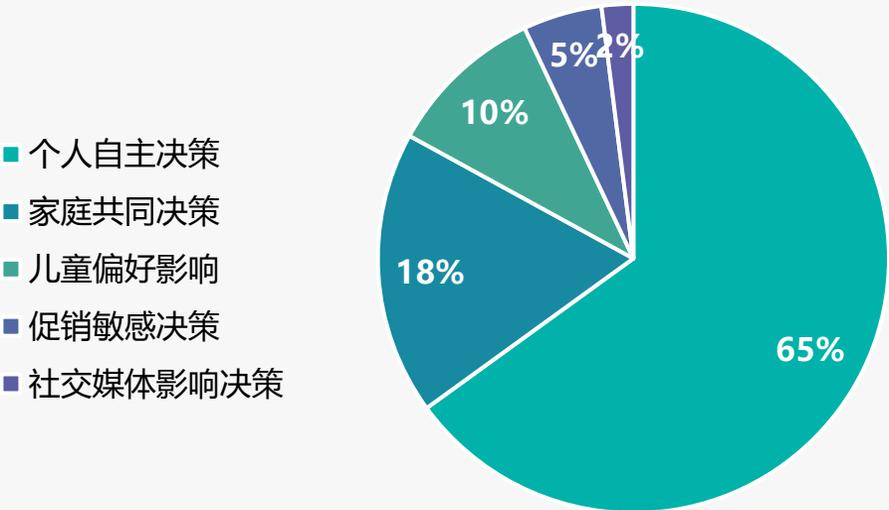
# 社交媒体口碑主导海苔零食消费

- ◆ 社交媒体广告偏好最高，占38%，亲友口碑推荐占27%，显示数字营销和人际传播是海苔零食消费的主要驱动力。
- ◆ 电视广告偏好仅18%，线下体验和线上订阅偏好较低，分别为12%和5%，传统渠道效果减弱，推广需聚焦高效方式。

### 2025年中国海苔系列零食家庭广告偏好分布



### 2025年中国海苔系列零食消费决策者类型分布

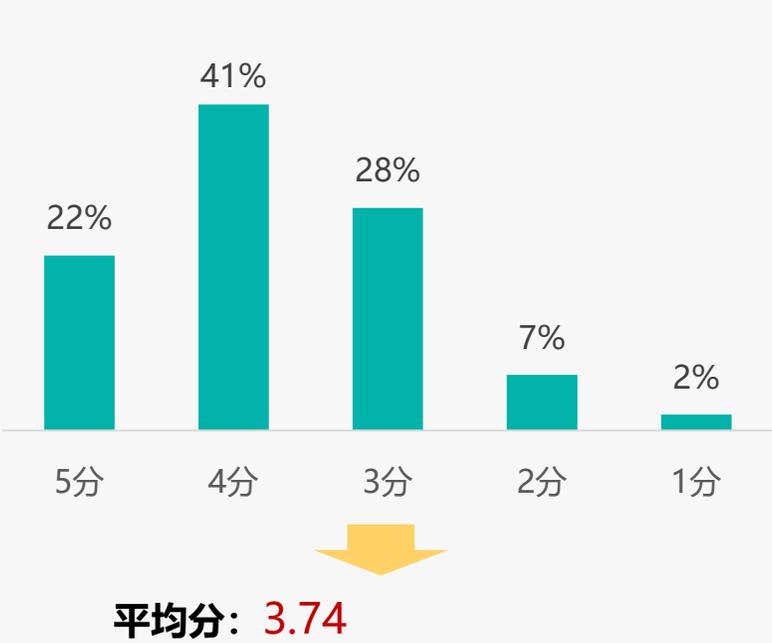


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

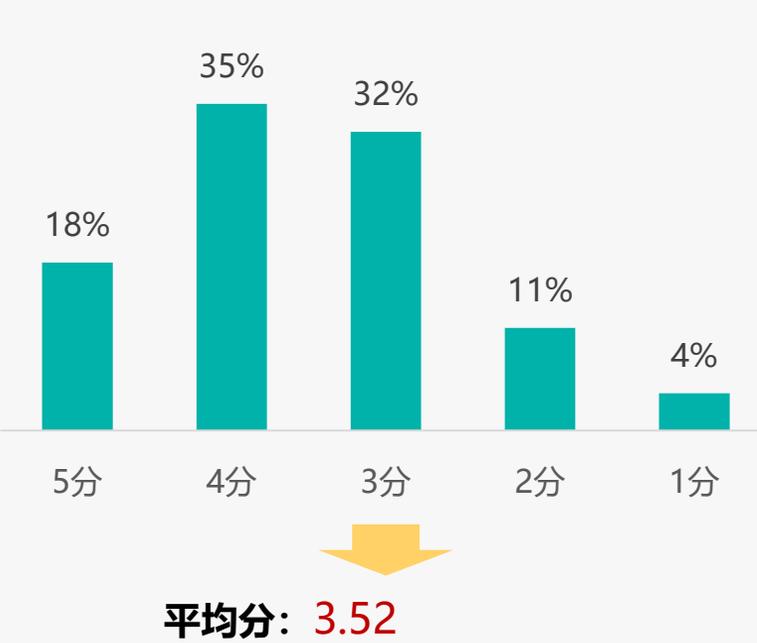
# 线上消费流程满意 退货客服需改进

- ◆线上消费流程满意度高，41%消费者给4分，22%给5分，合计63%满意，表明流程体验良好。
- ◆退货和客服满意度较低，5分仅占18%和15%，合计53%满意，需改进以提升整体消费体验。

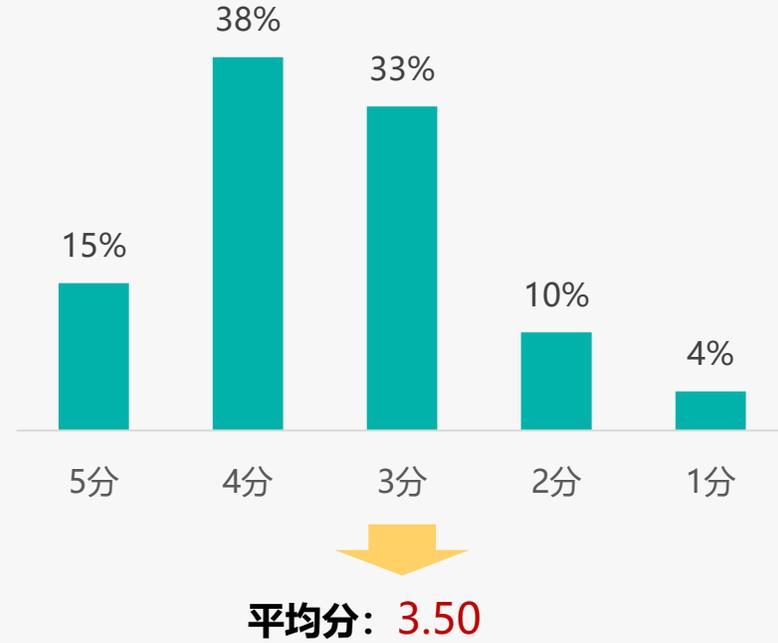
### 2025年中国海苔系列零食线上消费流程满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国海苔系列零食退货体验满意度分布 (满分5分)



### 2025年中国海苔系列零食线上消费客服满意度分布 (满分5分)

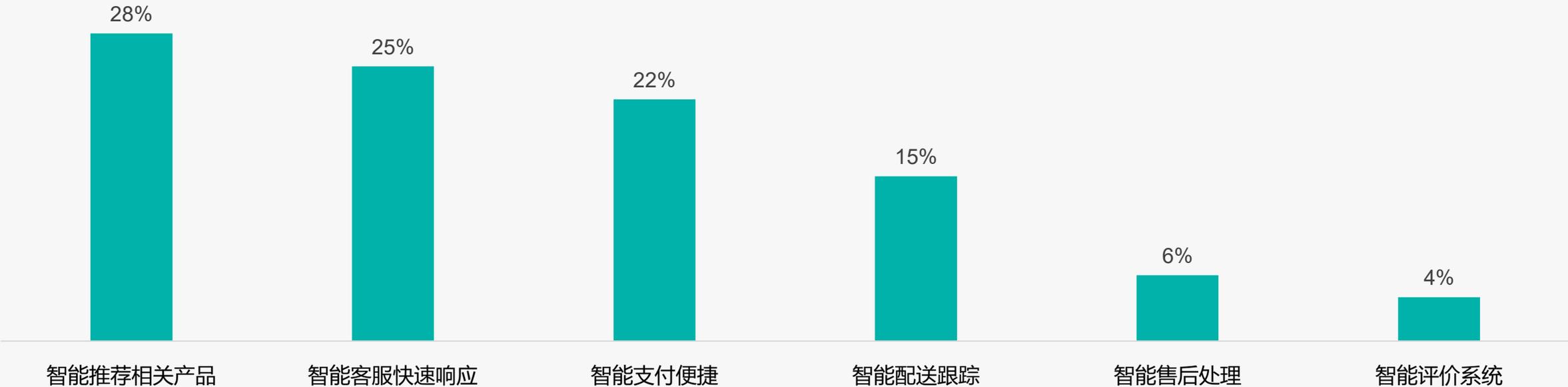


样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐客服支付需求强

- ◆智能推荐相关产品占比最高，为28%，智能客服快速响应占25%，智能支付便捷占22%，显示消费者对个性化推荐、高效沟通和便捷支付体验需求强烈。
- ◆智能配送跟踪占15%，智能售后处理占6%，智能评价系统占4%，这些较低百分比表明消费者对配送、售后和评价环节的智能服务需求相对较弱。

## 2025年中国海苔系列零食线上消费智能服务体验分布



样本：海苔系列零食行业市场调研样本量N=1475，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**