

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月速食披萨市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Frozen Pizza 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：速食披萨核心消费人群为年轻中等收入群体



26-35岁人群占比31%，是速食披萨主要消费人群



中等收入人群（5-12万元）合计占比52%，是消费主力



个人自主决策占比43%，家庭共同决策占比32%

启示

✓ 聚焦年轻中等收入人群

品牌应针对26-35岁、中等收入人群进行产品开发和营销，满足其个人和家庭消费需求。

✓ 强化产品便利性与家庭属性

针对个人自主和家庭共同决策场景，优化产品规格（如双人份、家庭装）和购买便利性。

核心发现2：消费呈现中低频、家庭导向、中低价位特点



消费频率以月度为主，每月1-3次合计占比60%



产品规格以双人份（35%）和家庭装（28%）为主，合计63%



单次支出以20-40元为主（38%），25-35元价格接受度最高（41%）

启示

✓ 优化中低频消费场景营销

针对月度消费习惯，设计促销活动和产品组合，提升复购率，避免过度依赖高频促销。

✓ 主打中端价位与家庭规格

聚焦25-35元价格带，重点推广双人份和家庭装产品，满足家庭晚餐等核心消费场景。

核心发现3：口味与便利性是核心驱动，数字社交渠道主导信息传播



口味口感是吸引消费的关键因素，占比34%



经典口味（31%）和创新口味（22%）合计超50%，是市场核心驱动力



消费者了解速食披萨主要通过电商平台推荐（27%）和社交媒体广告（22%）

启示

✓ 强化产品口味创新与品质

在保持经典口味稳定需求的同时，持续推出创新口味，并提升产品口感以增强竞争力。

✓ 深化数字社交渠道营销

重点投入电商平台和社交媒体广告，利用美食博主和用户分享等真实反馈驱动消费决策。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻中等收入家庭，以口味与便利为核心



1、产品端

- ✓ 优化双人份和家庭装产品
- ✓ 开发经典与创新口味组合



2、营销端

- ✓ 强化社交平台与电商平台整合营销
- ✓ 利用美食博主和用户口碑传播



3、服务端

- ✓ 优先优化退货体验流程
- ✓ 提升智能推荐与客服响应

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** 速食披萨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速食披萨品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对速食披萨的购买行为;
- 速食披萨市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

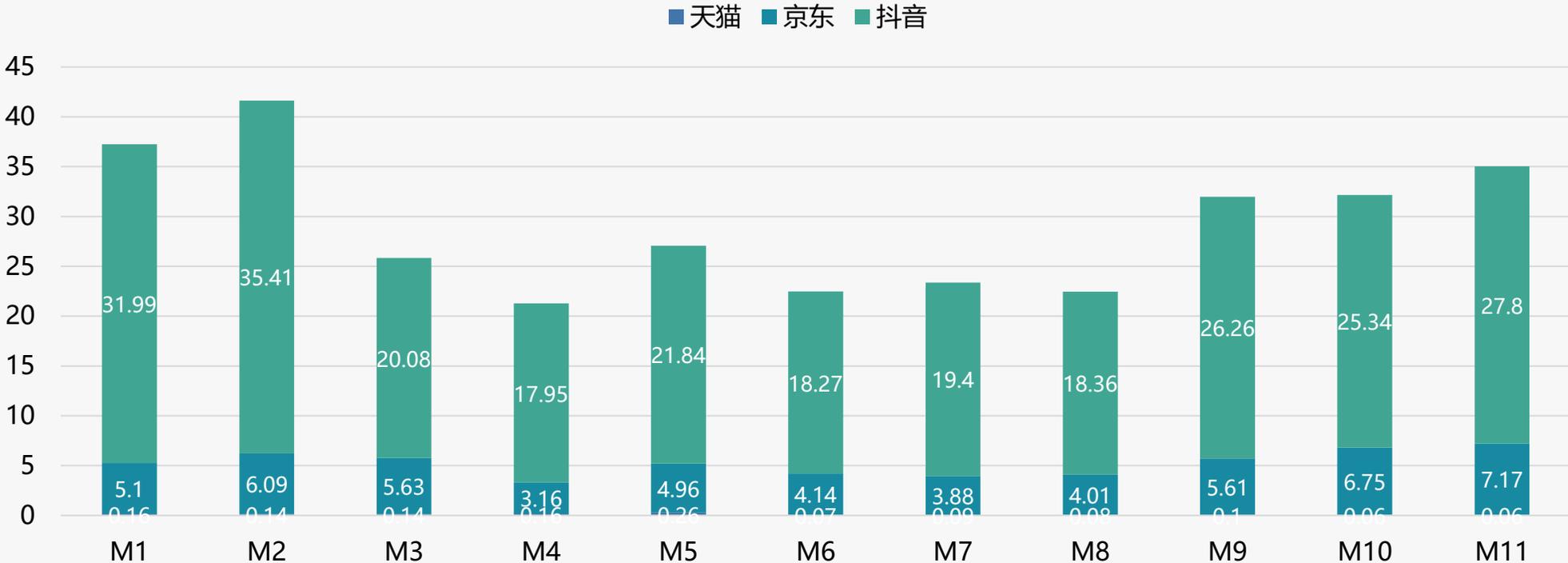
Research Method

- **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, 计算速食披萨品类销售额、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、不同平台速食披萨品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导速食披萨市场 京东天猫需优化策略

- ◆从平台销售规模看，抖音平台占据绝对主导地位，1-11月累计销售额达24.27亿元，远超京东的5.63亿元和天猫的0.13亿元。京东平台在10-11月销售额显著增长至6752万元和7168万元，显示传统电商平台在年末促销季仍有较强竞争力。
- ◆从平台对比看，天猫平台销售额明显偏低，1-11月累计仅130万元，与抖音存在近2000倍差距。这可能反映速食披萨品类在天猫的用户渗透率不足或竞争激烈，建议重新评估天猫渠道策略，考虑通过差异化产品或营销活动提升市场份额，避免渠道资源错配。

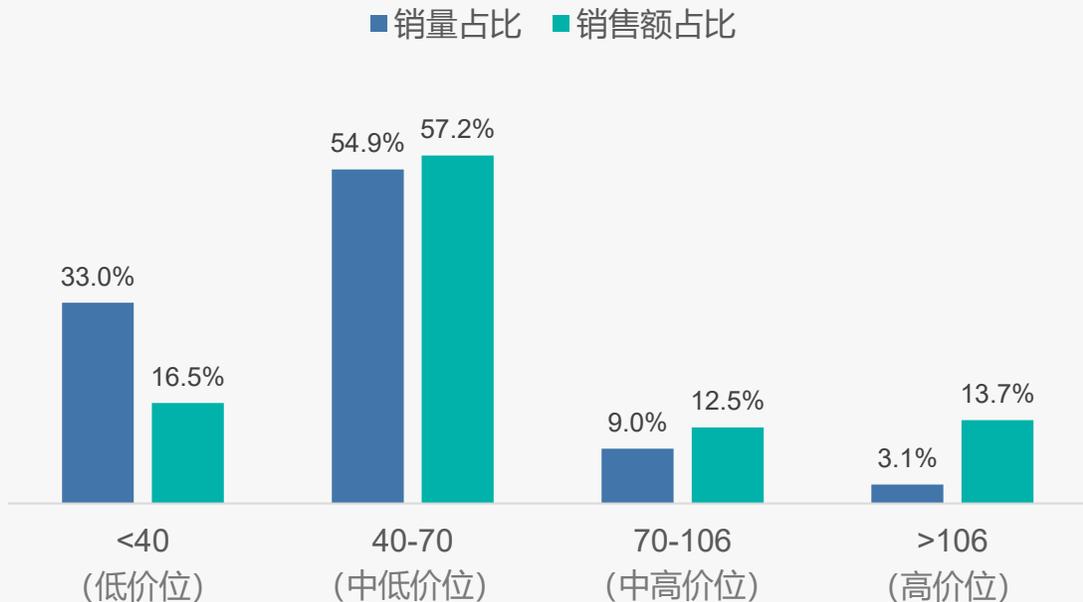
2025年1月~11月速食披萨品类线上销售规模（百万元）



中端市场主导 高价产品溢价 优化产品组合

- ◆从价格区间销售趋势看，40-70元区间是速食披萨的核心市场，贡献了54.9%的销量和57.2%的销售额，显示该价位段具有最高的市场渗透率和营收效率。70-106元及>106元的高价位区间虽销量占比仅12.1%，但销售额占比达26.2%，表明高价产品具有显著的溢价能力，对整体营收结构优化至关重要。
- ◆月度销量分布分析显示，40-70元区间全年保持稳定主导地位，但<40元区间在M9-M11占比显著提升（从36.4%增至39.6%），可能与季节性促销或消费降级趋势相关。高价区间（>106元）在M2和M9出现峰值（5.0%和5.1%），建议关注节假日或营销活动对高端消费的拉动作用。

2025年1月~11月速食披萨线上不同价格区间销售趋势



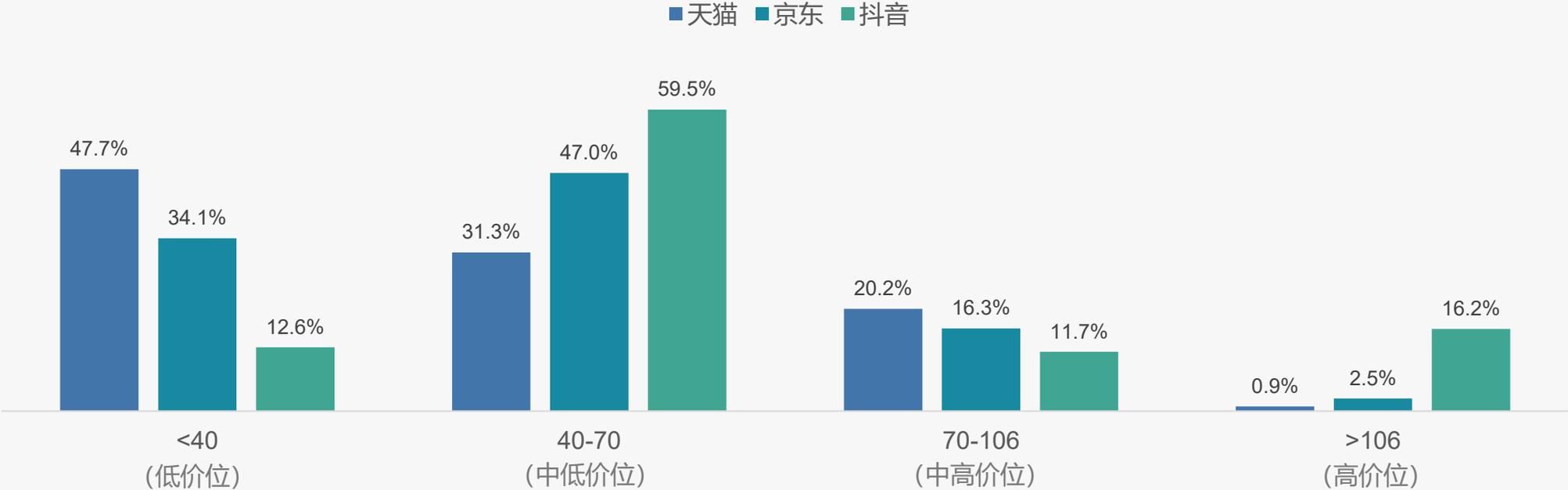
速食披萨线上价格区间-销量分布



速食披萨平台定价差异化天猫低价京东中端抖音高端

- ◆从价格区间分布看，天猫平台以低价 (<40元) 为主，占比47.7%，显示其用户偏好性价比；京东平台中端价格 (40-70元) 占主导，达47.0%，反映品质导向；抖音平台高端价格 (>106元) 占比16.2%，显著高于其他平台，暗示其内容营销可能推动高溢价产品。整体市场呈现平台差异化定价策略，天猫和京东聚焦大众市场，抖音开拓高端细分。
- ◆通过平台对比分析，天猫低价优势明显，京东中端市场稳固，抖音高端潜力突出。业务含义：品牌可针对天猫优化成本结构以提升ROI，在京东强化产品差异化以维持周转率，在抖音利用内容营销驱动高毛利产品。建议监控同比变化，调整渠道策略以应对市场动态。

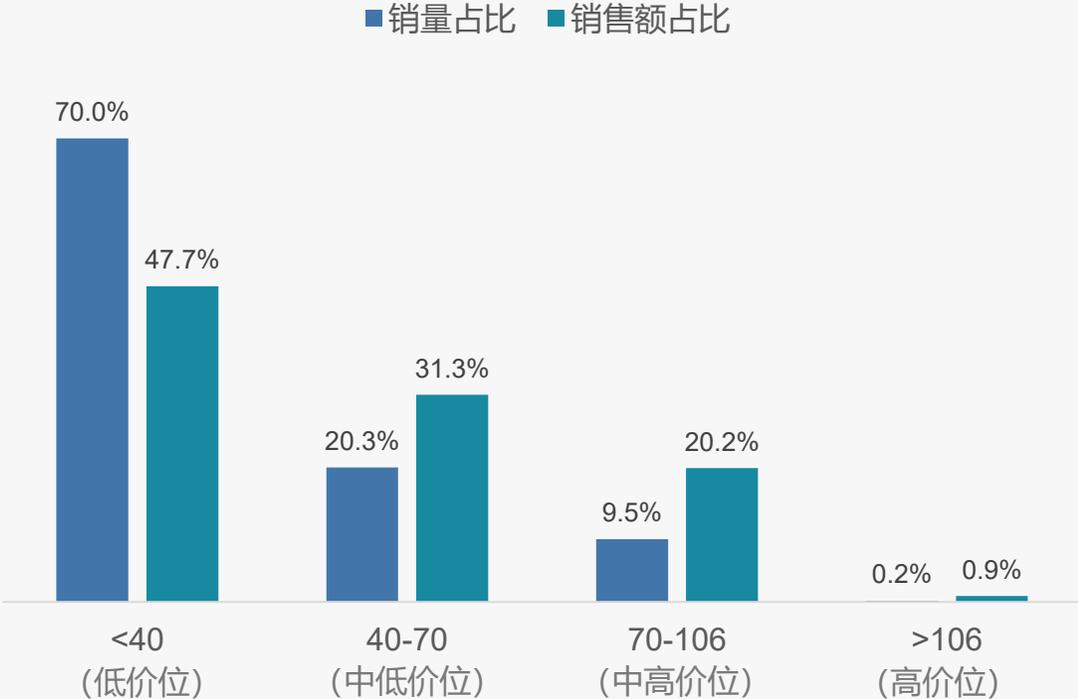
2025年1月~11月各平台速食披萨不同价格区间销售趋势



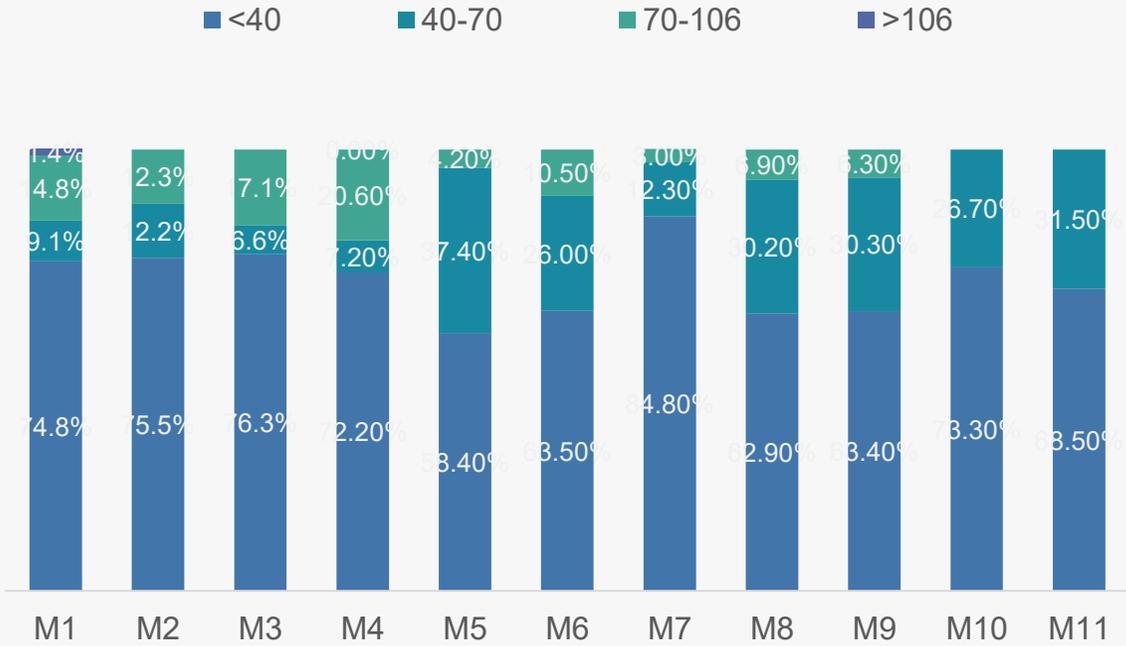
速食披萨低价主导 中端产品利润关键

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台速食披萨呈现明显的低价主导特征。<40元区间贡献了70%的销量和47.7%的销售额，显示消费者偏好高性价比产品。40-70元区间以20.3%的销量贡献31.3%的销售额，毛利率较高，是重要的利润来源。>106元高端市场仅占0.2%销量，市场接受度有限。建议企业优化产品组合，在保持低价引流的同时，重点发展40-70元中端产品以提升整体盈利能力。
- ◆从月度销量分布动态分析，<40元区间销量占比在58.4%-84.8%间波动，M7达到峰值84.8%，M5降至最低58.4%。40-70元区间在M5-M6、M8-M11期间占比显著提升，最高达37.4%（M5），显示季节性消费升级趋势。数据表明消费者价格敏感度存在月度差异，建议企业实施动态定价策略，在消费旺季适当引导

2025年1月~11月天猫平台速食披萨不同价格区间销售趋势



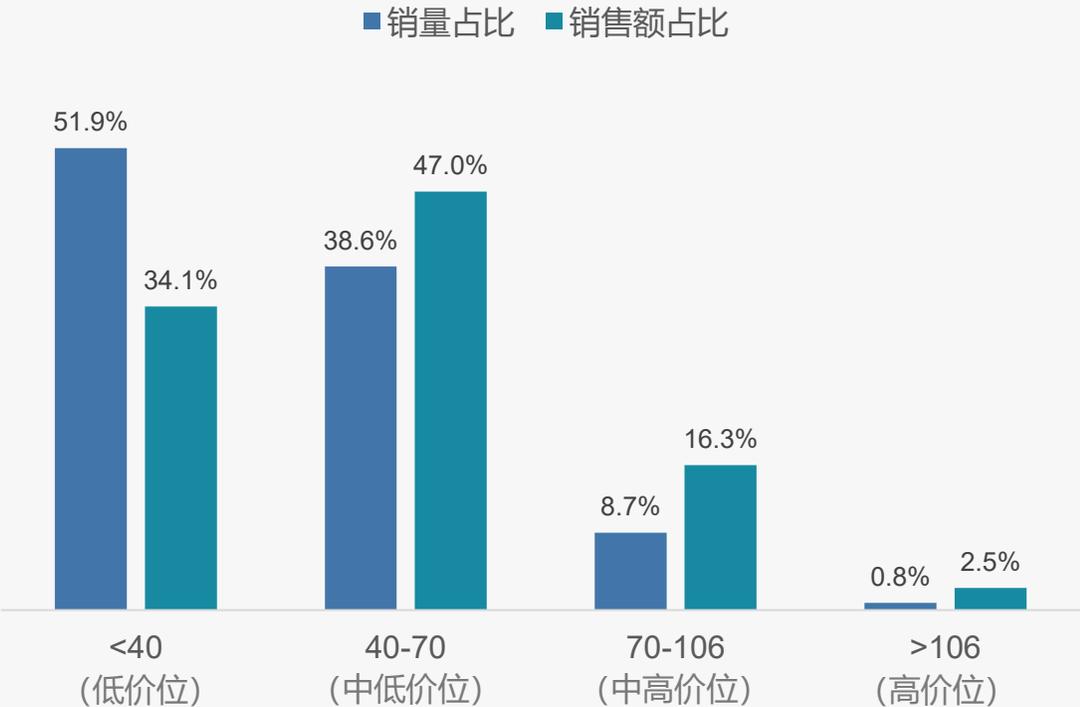
天猫平台速食披萨价格区间-销量分布



速食披萨价格分层 中端盈利 季度波动 优化策略

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台速食披萨呈现明显的消费分层。40-70元区间贡献了47.0%的销售额，成为核心利润区；<40元区间虽占51.9%销量但仅34.1%销售额，显示低价走量策略。70-106元及>106元区间合计贡献18.8%销售额，表明高端市场仍有拓展空间。建议优化产品组合，提升中高端产品占比以改善毛利率。
- ◆月度销量分布显示显著季节性波动。M10月<40元区间占比骤升至74.2%，结合M11月62.3%的占比，表明第四季度低价产品需求激增，可能与促销活动或季节性消费习惯相关。M7-M9月40-70元区间占比稳定在48%-50%，显示年中消费相对理性。建议企业根据季度特点调整库存和营销策略，实现供需匹配。

2025年1月~11月京东平台速食披萨不同价格区间销售趋势



京东平台速食披萨价格区间-销量分布

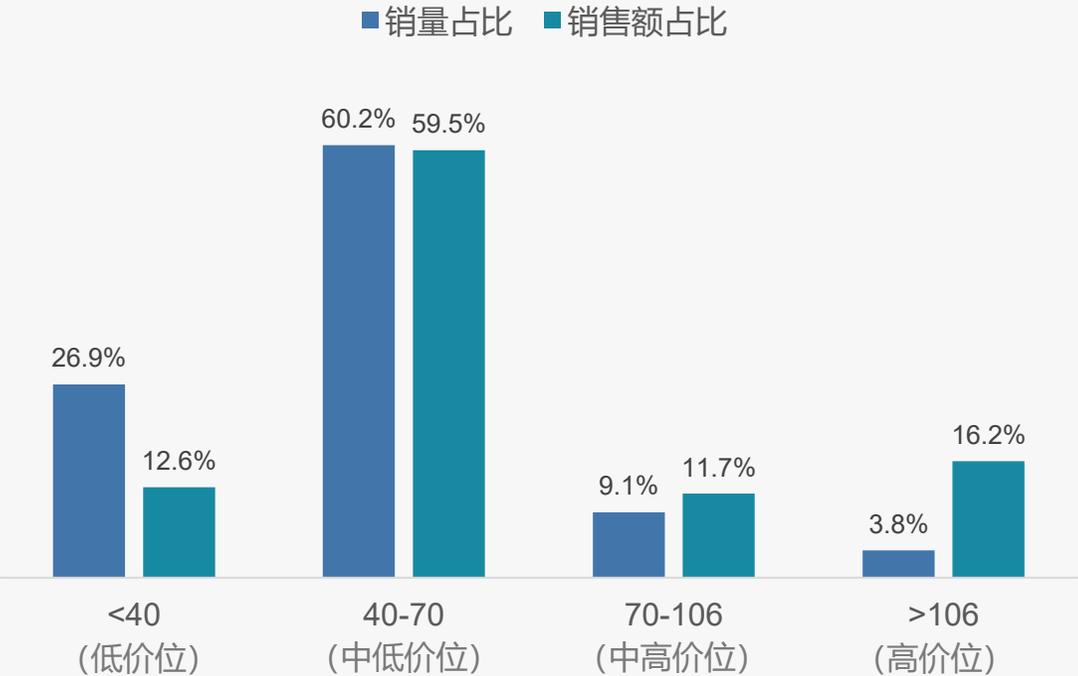


速食披萨中端主导高端盈利优化结构

- ◆从抖音平台价格区间销售趋势看，40-70元价格带是速食披萨的核心市场，销量占比60.2%且销售额占比59.5%，显示该区间产品具有最优市场渗透率与周转效率。>106元高端产品虽销量仅3.8%，但贡献16.2%销售额，表明高客单价产品具备较强盈利潜力，建议品牌可适度提升高端产品线占比以优化ROI。
- ◆月度销量分布分析显示，40-70元区间在M2-M3及M6出现销售峰值（超64%），而<40元低价产品在M9-M11占比回升至30%以上，反映季节性消费波动。M5月70-106元中高端产品销量占比达23.9%的年度高点，可能与营销活动或新品上市相关，建议企业可参考该时段策略进行产品组合优化。

2025年1月~11月抖音平台速食披萨不同价格区间销售趋势

抖音平台速食披萨价格区间-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** 速食披萨消费行为、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年内购买过速食披萨的消费者;
- 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

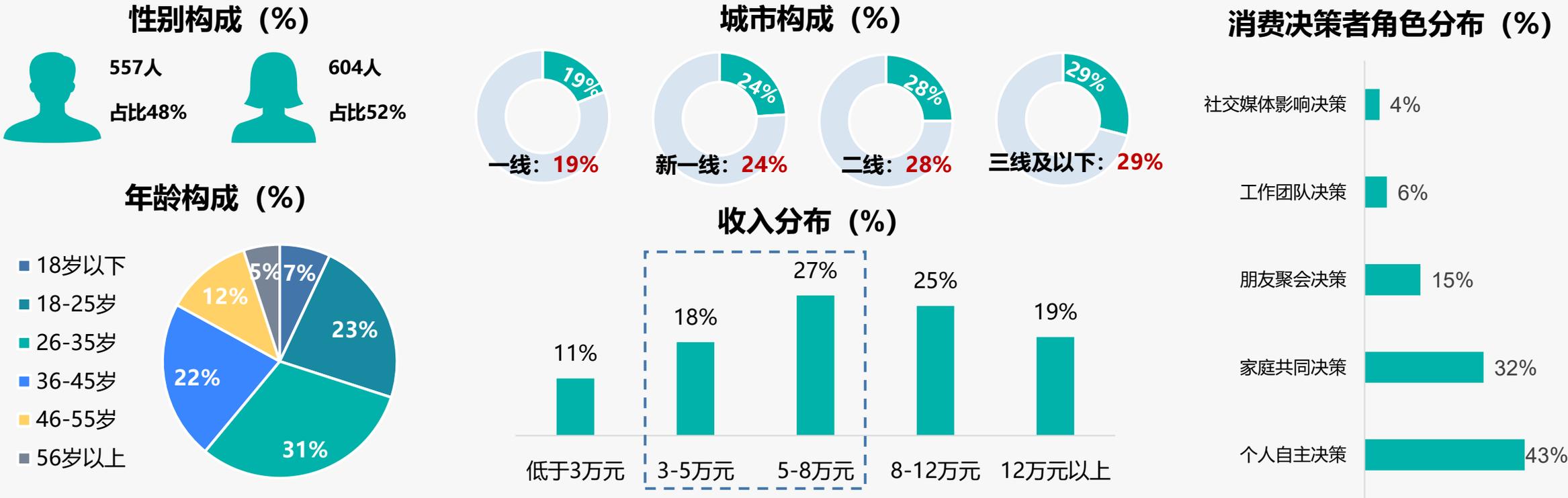
Research Method

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=1161

速食披萨消费主力为年轻中等收入人群

- ◆速食披萨消费以26-35岁人群为主，占比31%，18-25岁和36-45岁分别占23%和22%，核心市场集中在年轻和中年群体。
- ◆中等收入人群是消费主力，5-8万元和8-12万元收入者合计占52%，个人自主决策占43%，家庭共同决策占32%。

2025年中国速食披萨消费者画像

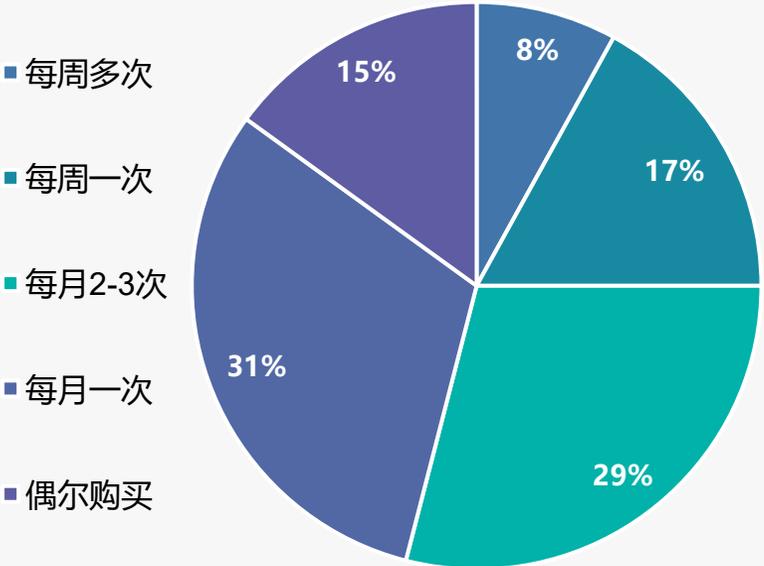


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

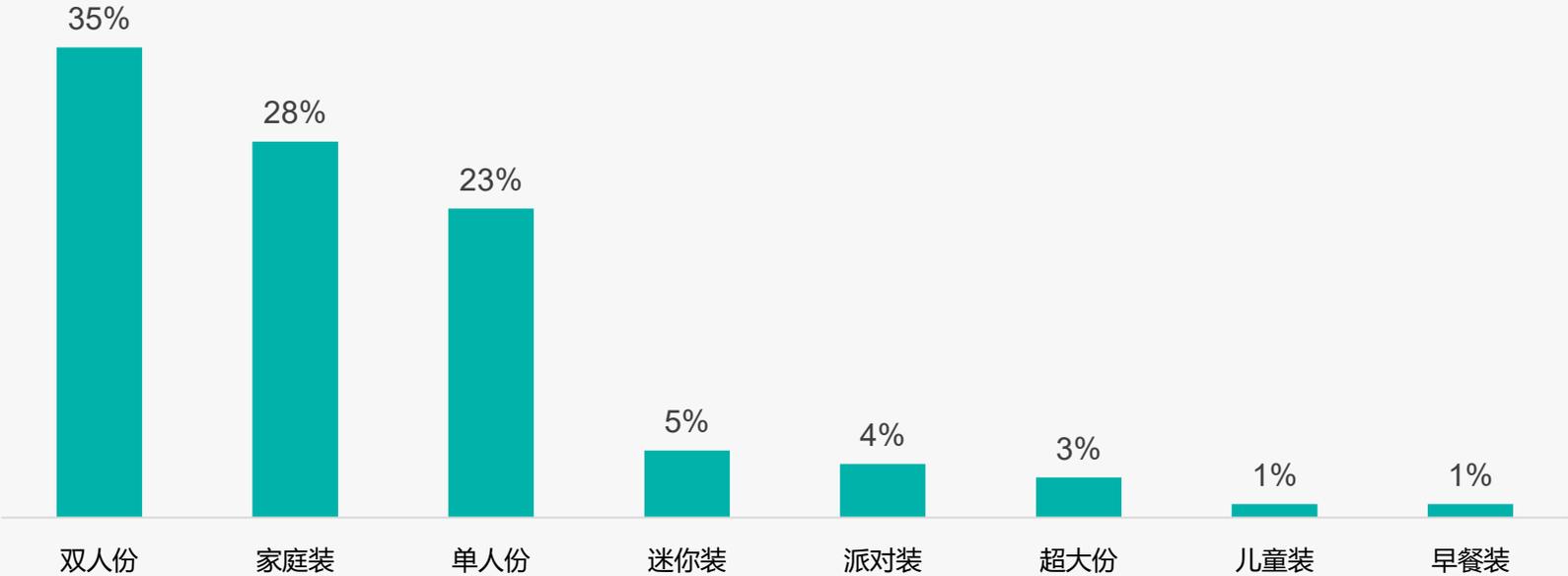
速食披萨消费中低频家庭导向

- ◆消费频率以月度为主，每月2-3次和每月一次合计占60%，每周多次仅8%，显示速食披萨消费呈现中低频特点。
- ◆产品规格中双人份占35%和家庭装占28%，合计63%，表明消费场景以家庭或小团体为主，个人消费占23%。

2025年中国速食披萨消费频率分布



2025年中国速食披萨消费产品规格分布

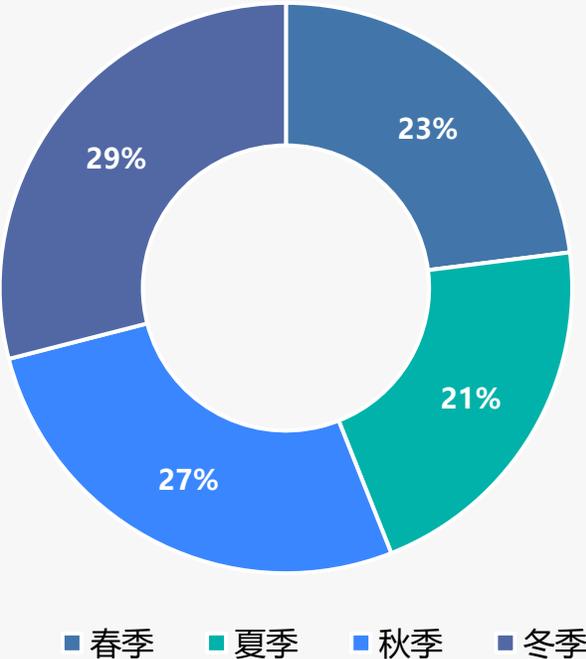


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

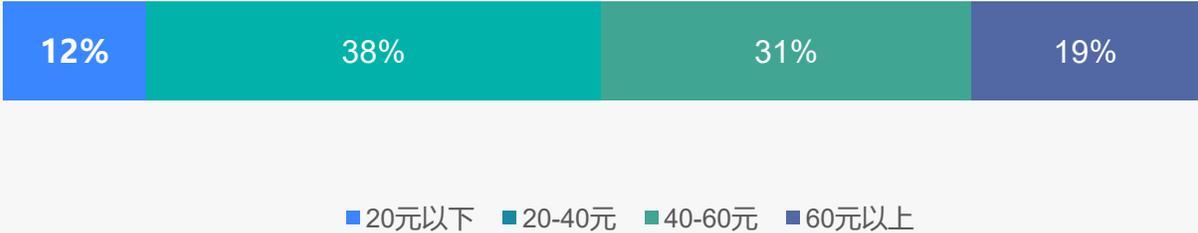
速食披萨消费中低价位主导冬季高峰冷冻包装

- ◆速食披萨消费以20-40元为主，占比38%，冬季消费最高达29%，冷冻包装主导市场，占比68%。
- ◆数据显示中低价位需求稳定，季节因素影响明显，包装类型以冷冻为主，反映消费者偏好便捷储存。

2025年中国速食披萨消费行为季节分布



2025年中国速食披萨单次消费支出分布



2025年中国速食披萨消费品包装类型分布

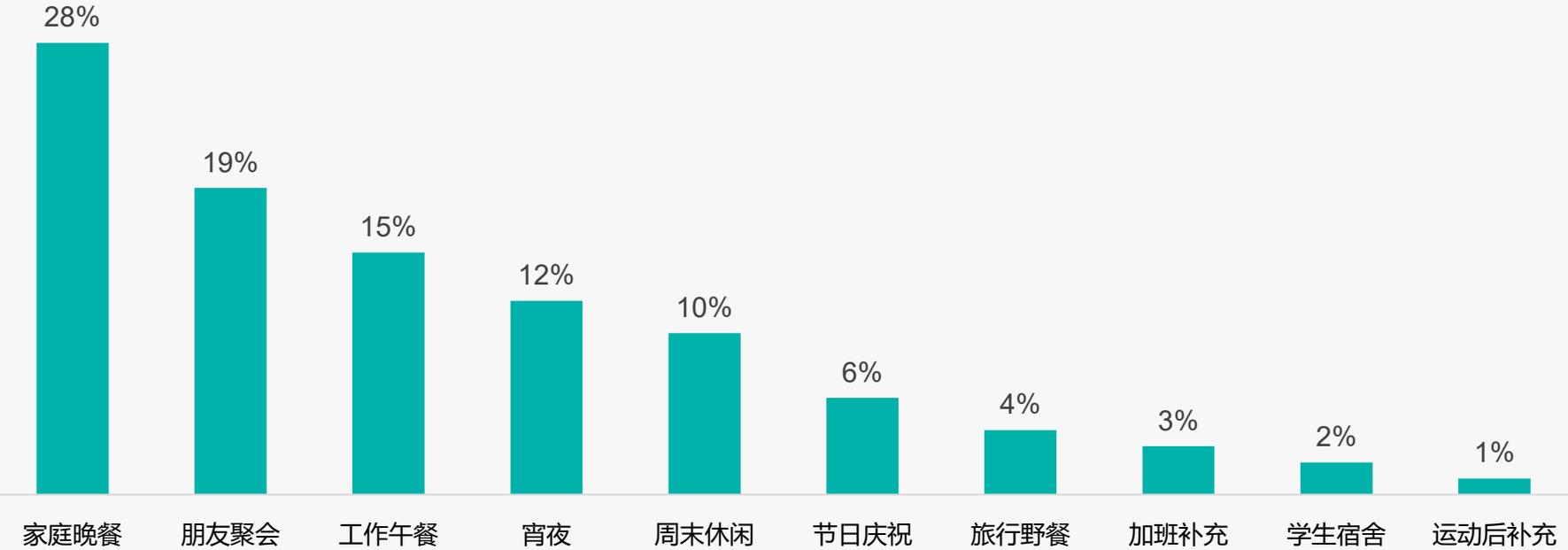


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

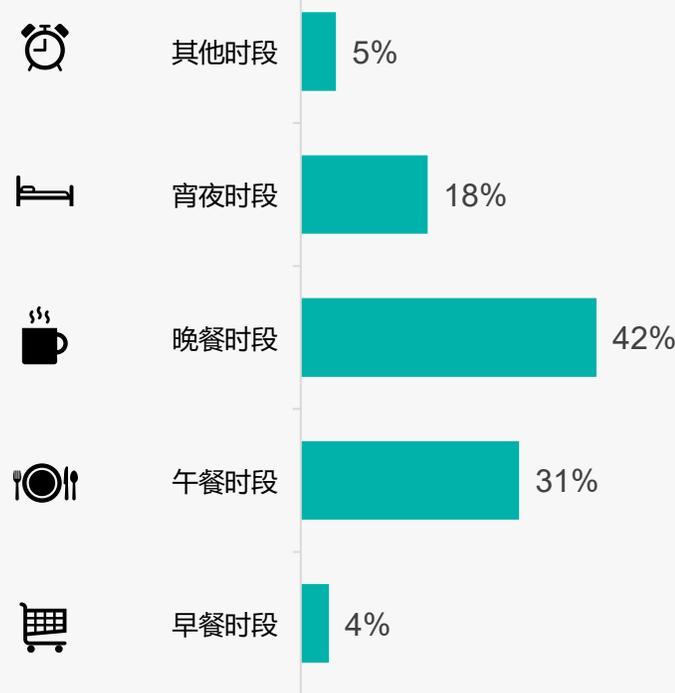
速食披萨家庭晚餐主导正餐时段集中

- ◆速食披萨消费场景以家庭晚餐为主，占28%，朋友聚会和工作午餐分别占19%和15%，显示其在家庭和社交场景的广泛使用。
- ◆消费时段集中在晚餐时段，占42%，午餐时段占31%，宵夜时段占18%，表明速食披萨主要作为正餐和夜间补充的选择。

2025年中国速食披萨消费场景分布



2025年中国速食披萨消费时段分布

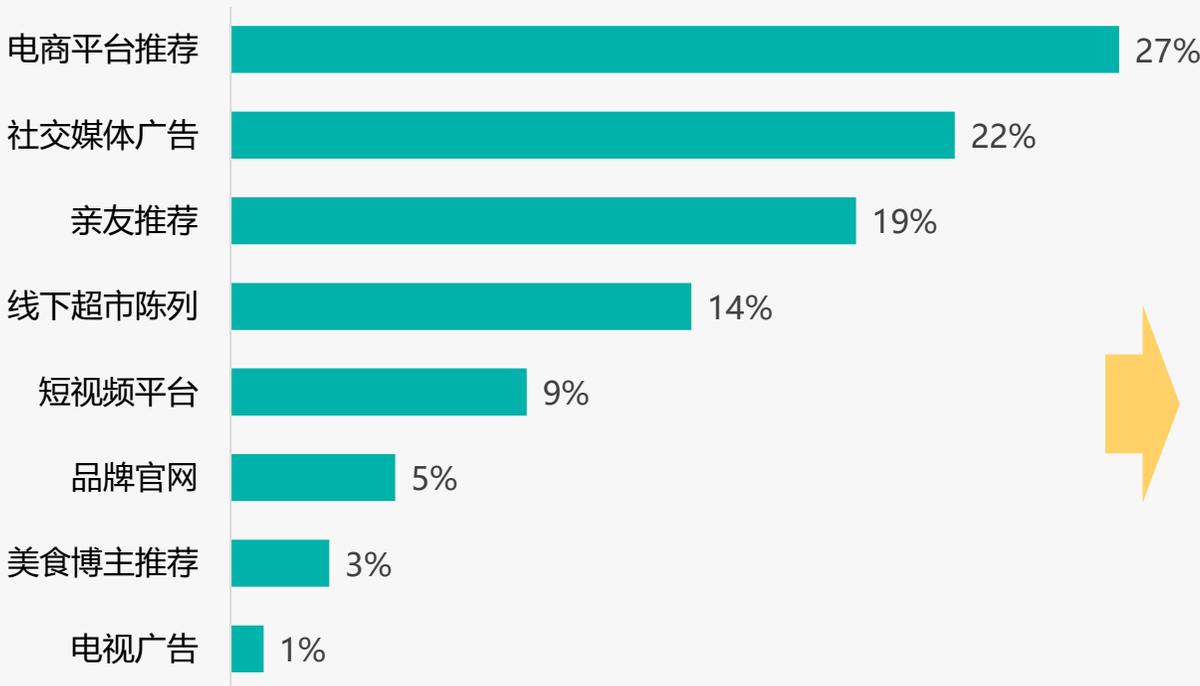


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

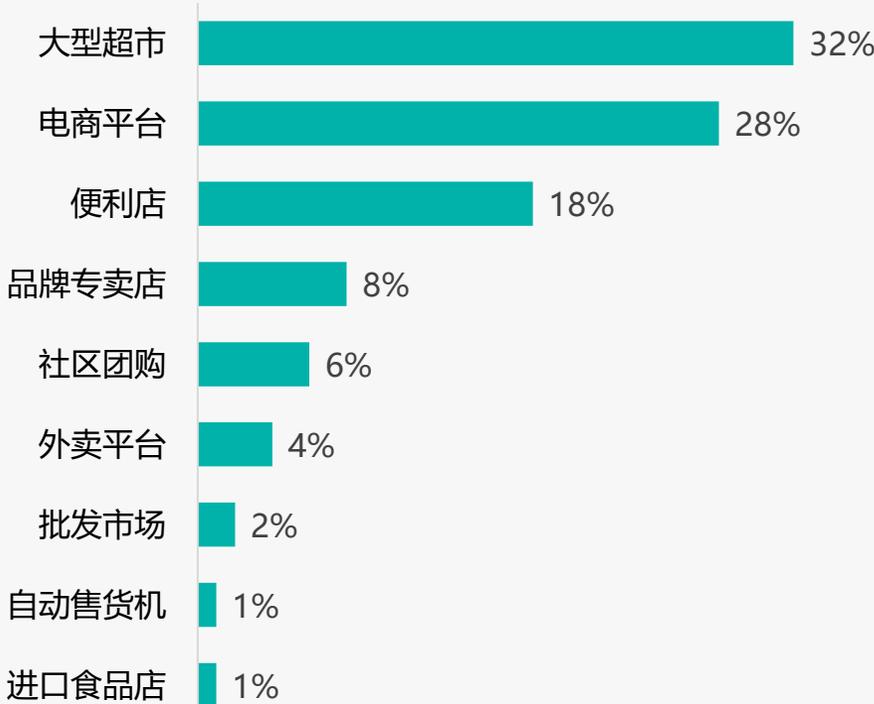
数字渠道主导了解 超市电商主导购买

- ◆消费者了解速食披萨主要通过电商平台推荐（27%）和社交媒体广告（22%），数字渠道占主导，亲友推荐（19%）显示口碑影响显著。
- ◆购买渠道以大型超市（32%）和电商平台（28%）为主，合计超60%，便利店（18%）作为便捷选项占比突出，渠道整合对增长关键。

2025年中国速食披萨消费者了解产品渠道分布



2025年中国速食披萨消费者购买产品渠道分布

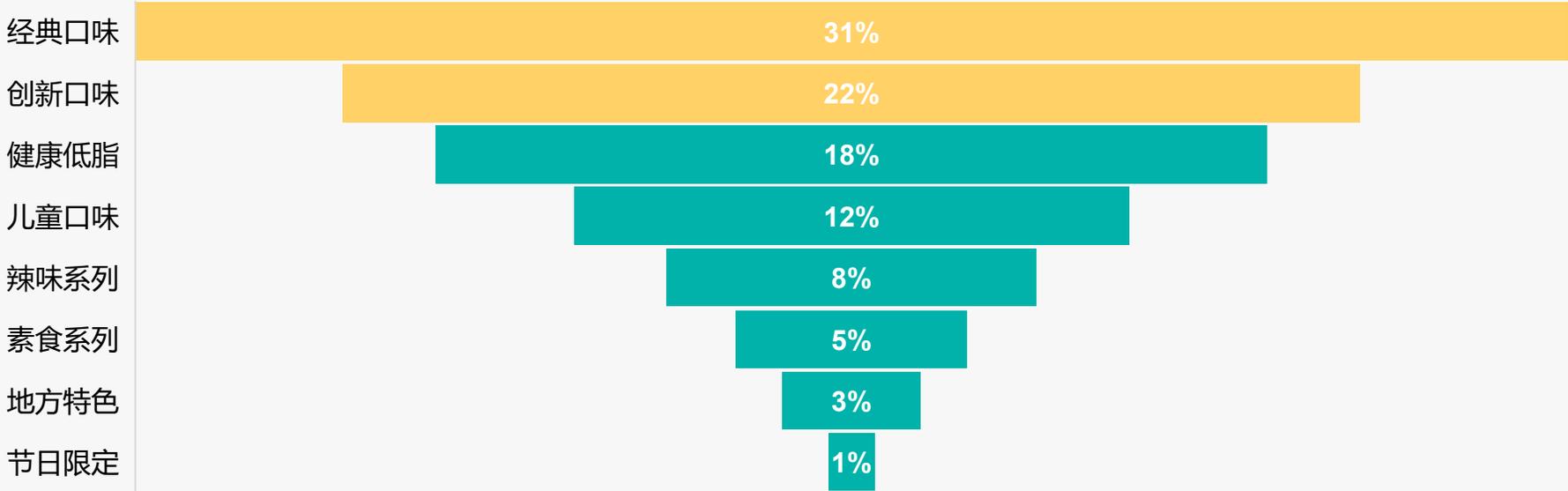


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

经典创新主导 健康儿童细分

- ◆速食披萨消费偏好中，经典口味占31%，创新口味占22%，合计超50%，是市场核心驱动力，显示传统与新品并重趋势。
- ◆健康低脂偏好为18%，儿童口味占12%，辣味、素食、地方特色和节日限定份额较小，但差异化明显，针对特定消费群体。

2025年中国速食披萨消费产品偏好类型分布

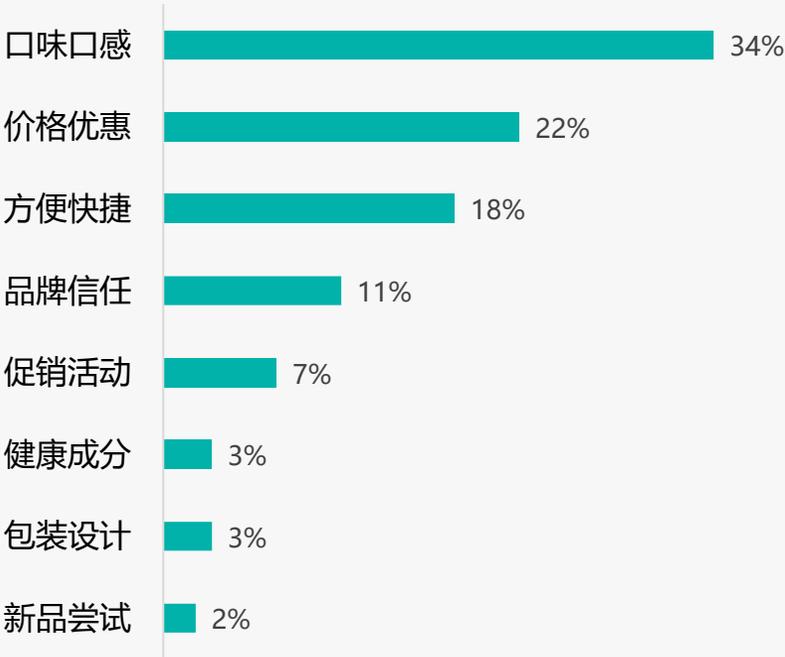


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

速食披萨消费核心在口味与便利

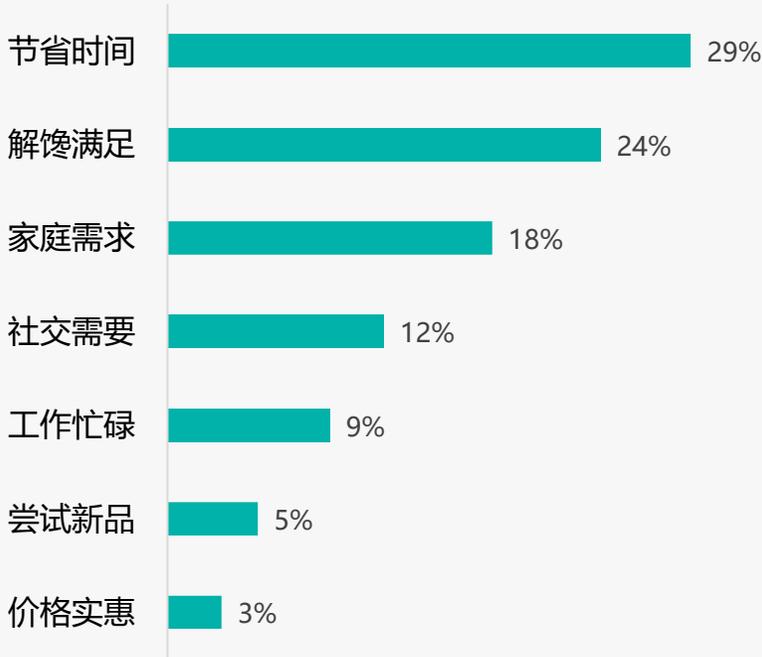
- ◆口味口感是吸引消费的关键因素，占比34%，价格优惠占22%，方便快捷占18%，显示消费者注重产品品质和性价比。
- ◆消费原因中节省时间占29%，解馋满足占24%，家庭需求占18%，反映速食披萨满足便利、口感和家庭场景需求。

2025年中国速食披萨吸引消费关键因素分布



样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

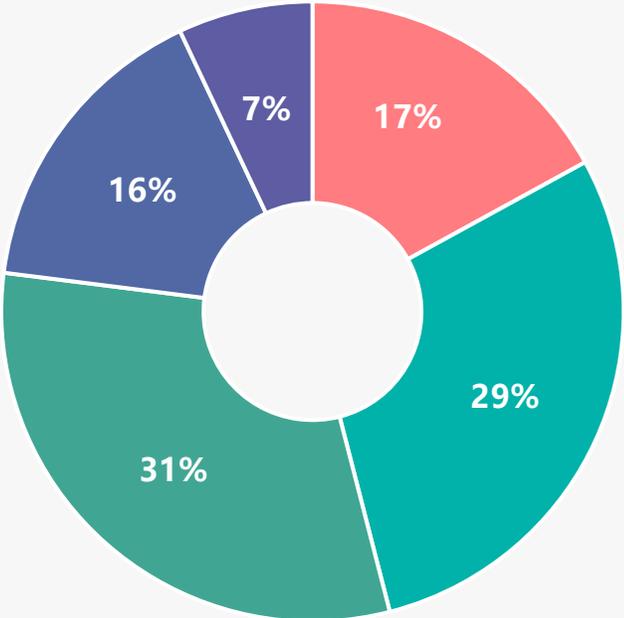
2025年中国速食披萨消费真正原因分布



速食披萨推荐意愿中性 口味价格健康是痛点

- ◆消费者推荐意愿整体中性，非常愿意和比较愿意合计占46%，一般意愿占31%。不愿推荐主因是口味一般占28%、价格偏高占22%、不够健康占18%。
- ◆口味、价格和健康问题合计占不愿推荐原因的68%，是核心痛点。品质不稳定占12%也需关注，其他因素影响较小。

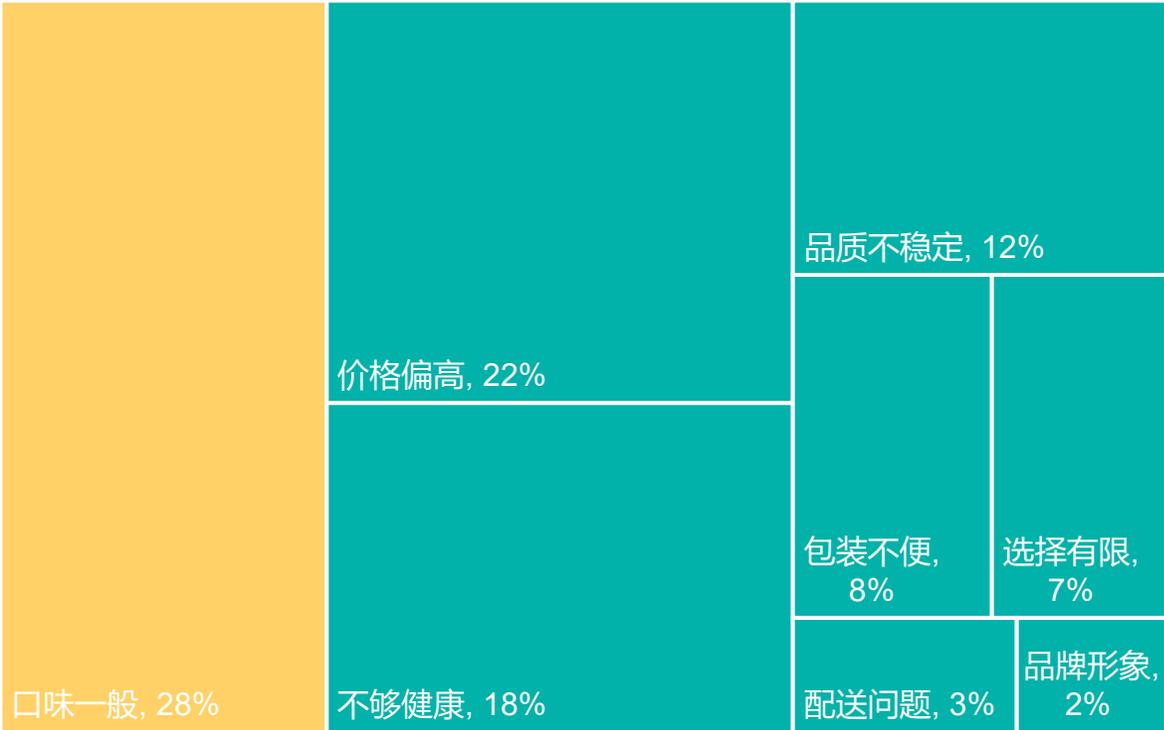
2025年中国速食披萨向他人推荐意愿分布



5分 非常愿意 4分 比较愿意 3分 一般 2分 不太愿意 1分 完全不愿意

样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

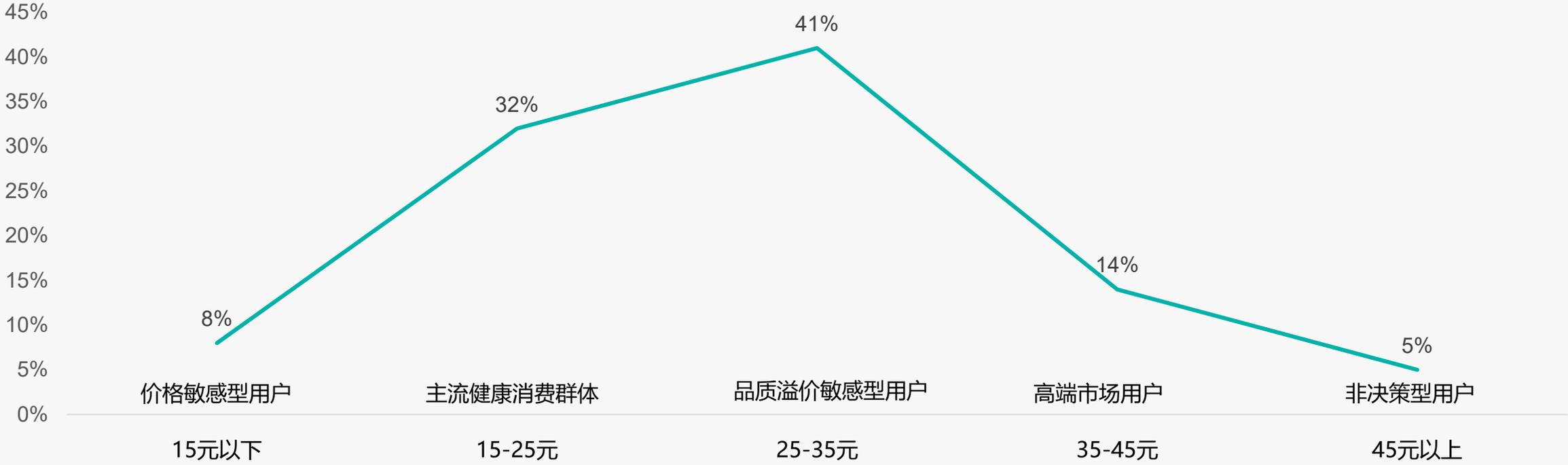
2025年中国速食披萨不愿向他人推荐原因分布



速食披萨价格接受度中端为主

- ◆速食披萨价格接受度调查显示，25-35元区间占比最高达41%，15-25元区间占32%，表明消费者偏好中端价位产品。
- ◆高端价格接受度较低，35-45元区间仅占14%，45元以上占5%，而15元以下区间占比8%为最低。

2025年中国速食披萨主流规格价格接受度分布



样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以双人份规格速食披萨为标准核定价格区间

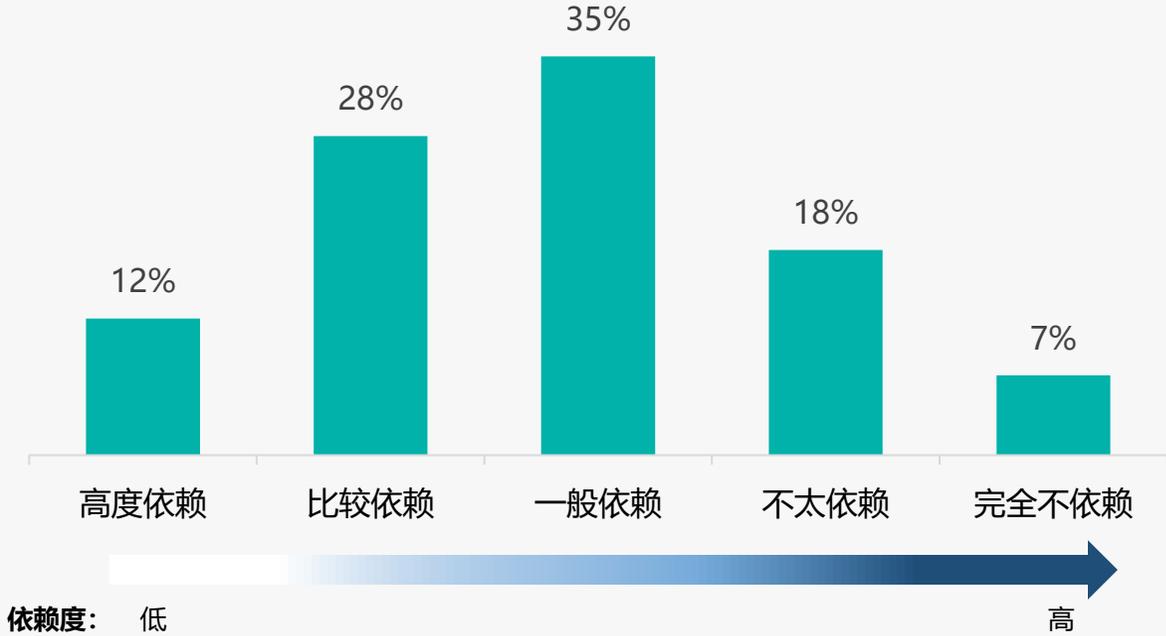
价格敏感度高 促销依赖分化

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，38%减少频率，20%更换品牌，显示价格敏感度高且竞争激烈。
- ◆促销依赖度分化：40%消费者高度或比较依赖促销，35%一般依赖，25%不太或完全不依赖，反映促销效果有限。

2025年中国速食披萨价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国速食披萨对促销活动依赖程度分布

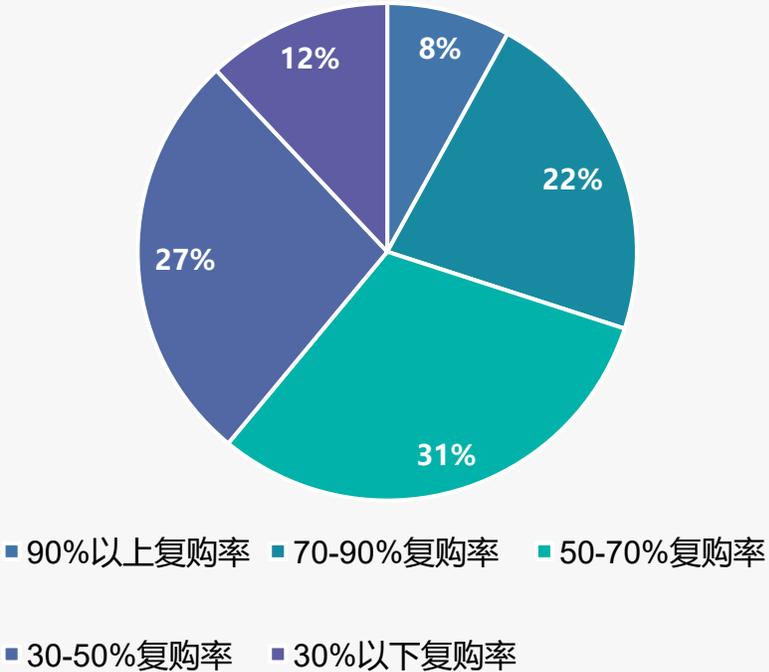


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

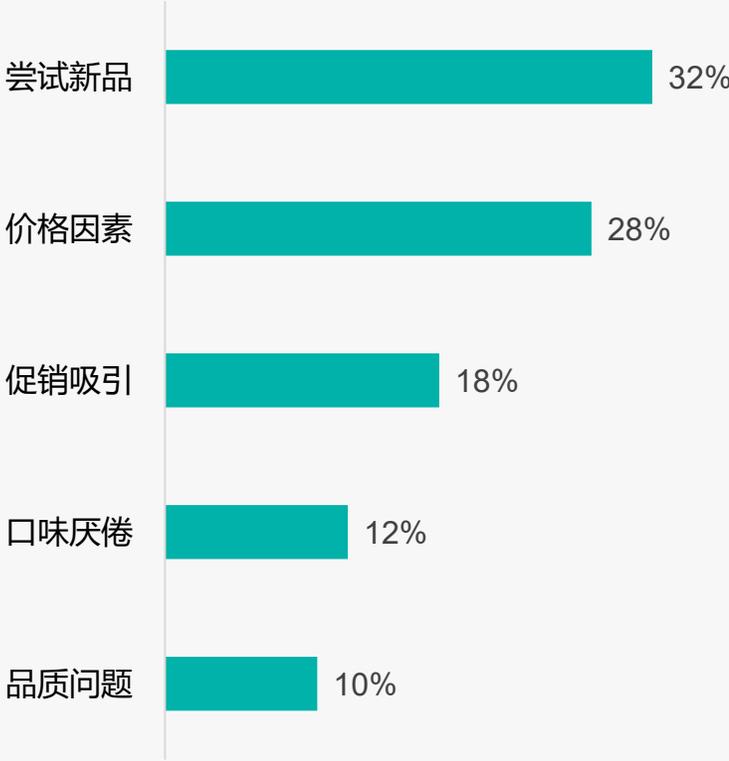
复购率中等新品驱动品牌转换

- ◆速食披萨消费者复购率分布显示，50-70%复购率最高，占31%，30%以下复购率仅12%，表明品牌忠诚度中等且流失风险较低。
- ◆更换品牌原因中，尝试新品占32%，价格因素占28%，促销吸引占18%，反映消费者对新口味和价格敏感度高，营销活动影响显著。

2025年中国速食披萨固定品牌复购率分布



2025年中国速食披萨更换品牌原因分布

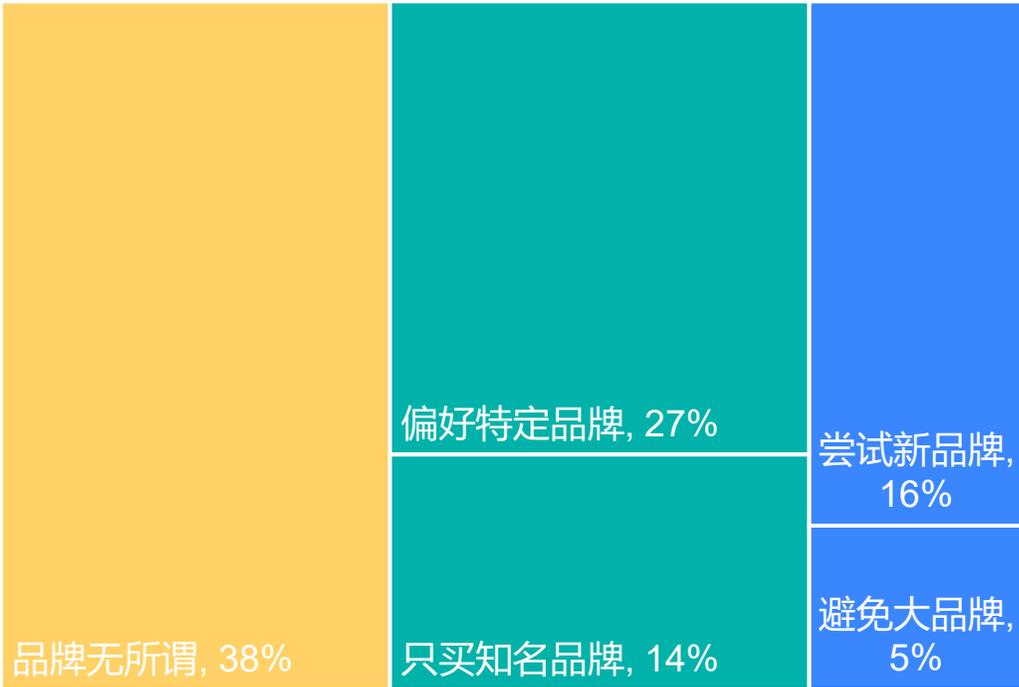


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

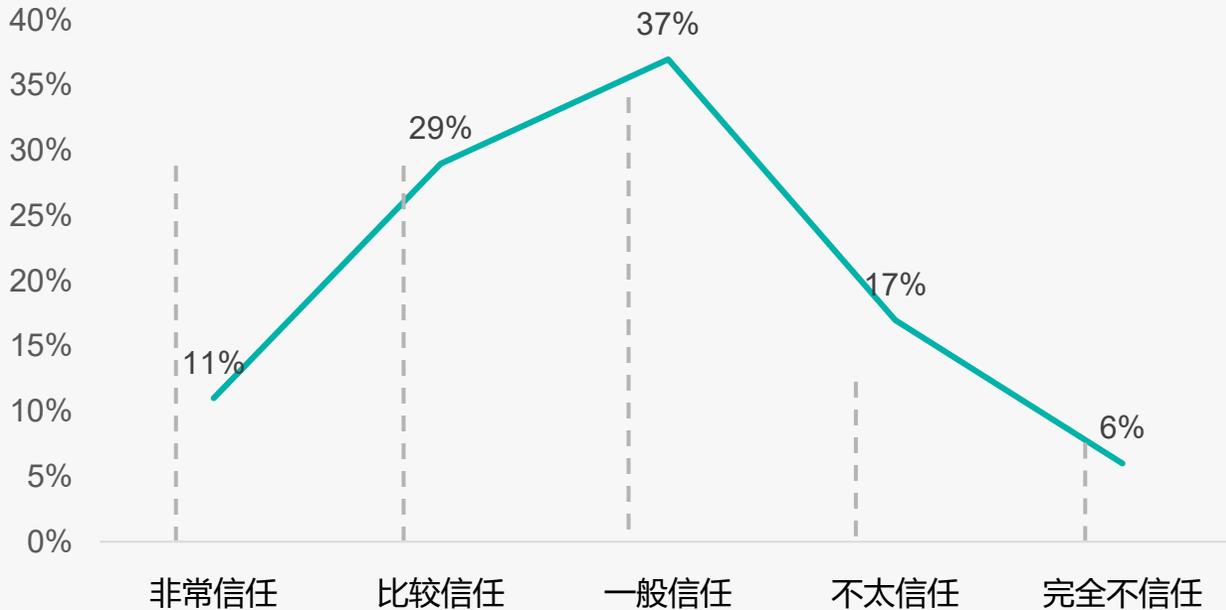
品牌选择灵活 信任度待提升

- ◆速食披萨消费者品牌选择灵活，38%品牌无所谓，27%偏好特定品牌，16%尝试新品牌，显示市场创新空间较大。
- ◆消费者对品牌信任度中等偏上，一般信任37%，比较信任29%，但非常信任仅11%，需加强品牌信任建设。

2025年中国速食披萨消费品牌产品意愿分布



2025年中国速食披萨对品牌产品态度分布

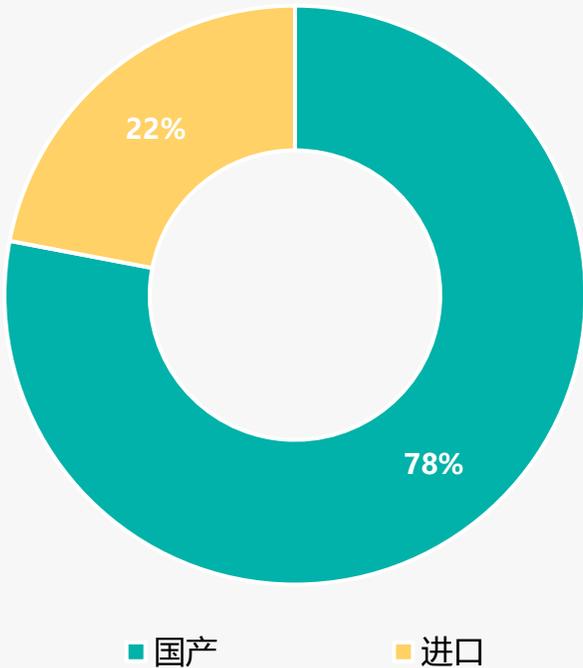


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

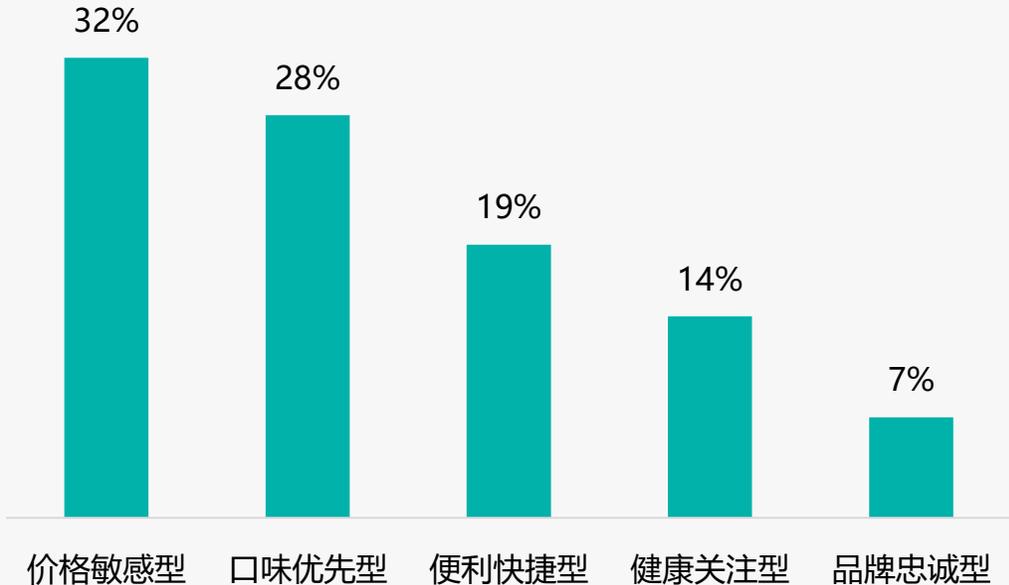
国产品牌主导 价格口味优先

- ◆国产品牌消费占比78%，远超进口品牌的22%，显示消费者对本土速食披萨的明显偏好。
- ◆价格敏感型占32%，口味优先型占28%，表明消费者更关注价格和口味，品牌忠诚度仅7%。

2025年中国速食披萨国产和进口品牌消费分布



2025年中国速食披萨品牌偏好类型分布

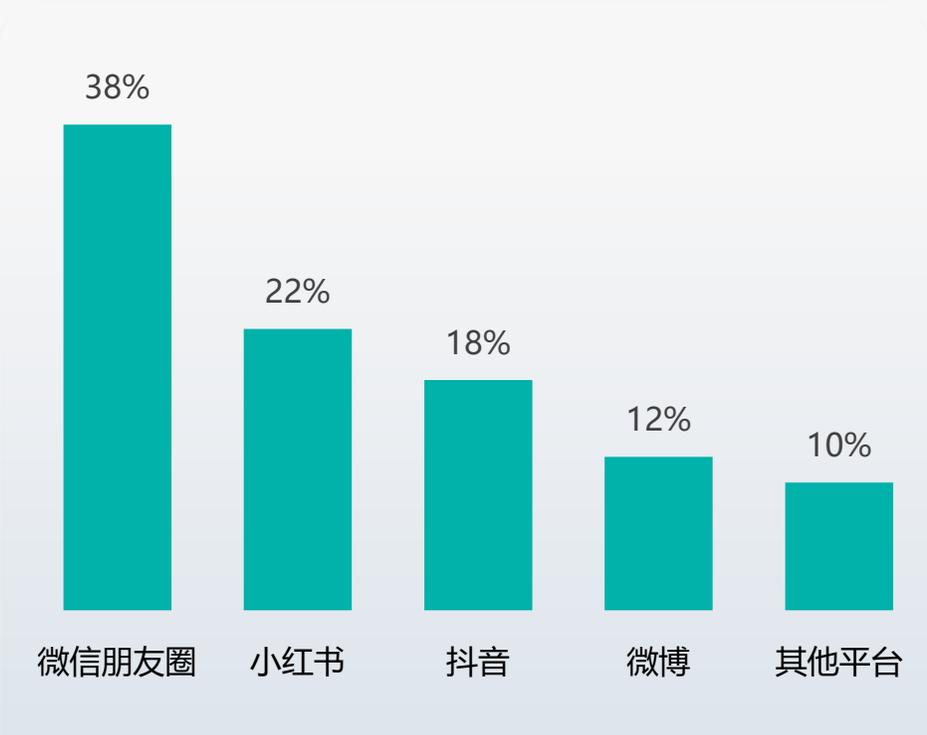


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

社交分享微信主导 真实反馈驱动决策

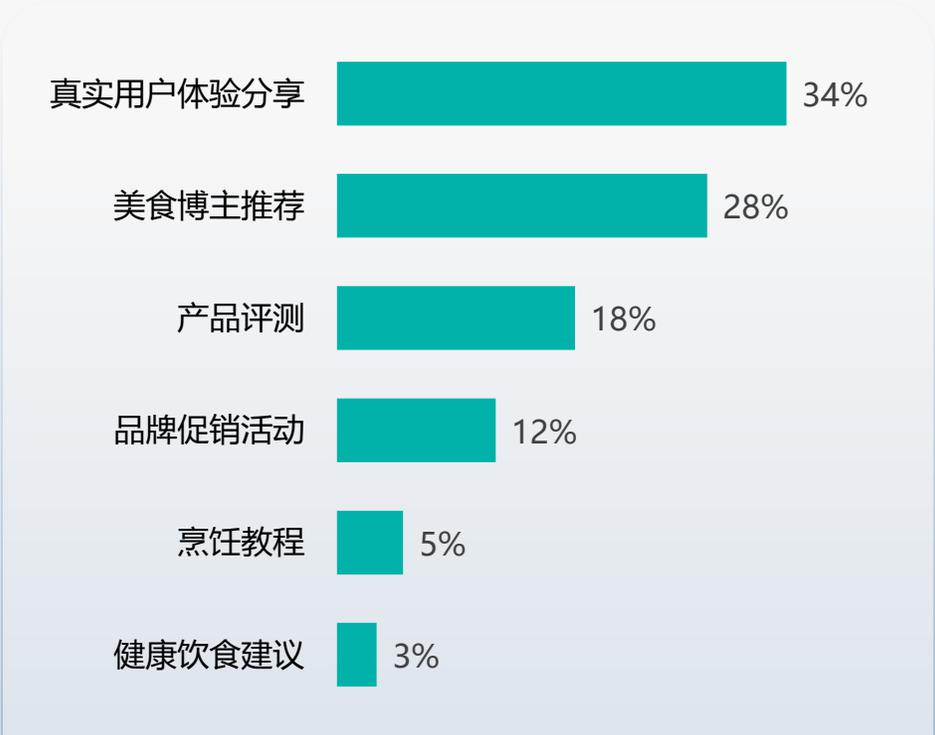
- ◆ 社交分享以微信朋友圈为主，占38%，小红书和抖音分别占22%和18%，显示用户偏好熟人圈和短视频平台传播速食披萨内容。
- ◆ 内容类型中，真实用户体验分享占34%，美食博主推荐占28%，合计超60%，表明用户决策依赖真实反馈和意见领袖影响。

2025年中国速食披萨社交分享渠道分布



2025年中国速食
披萨社交分享渠
道分布

2025年中国速食披萨社交渠道获取内容类型分布



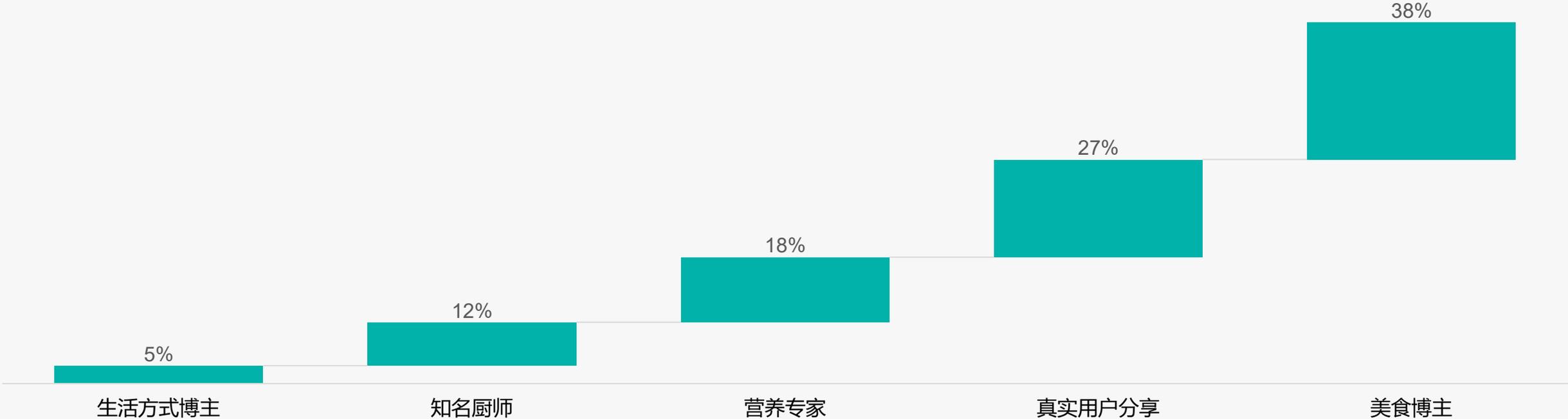
2025年中国速食
披萨社交渠道获取
内容类型分布

样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

速食披萨社交信任美食博主用户分享关键

- ◆消费者在社交渠道获取速食披萨内容时，最信任美食博主（38%）和真实用户分享（27%），凸显专业推荐与用户口碑的关键作用。
- ◆营养专家（18%）和知名厨师（12%）的信任度相对较低，表明健康关注度提升，但传统权威对速食披萨影响有限。

2025年中国速食披萨社交渠道信任博主类型分布

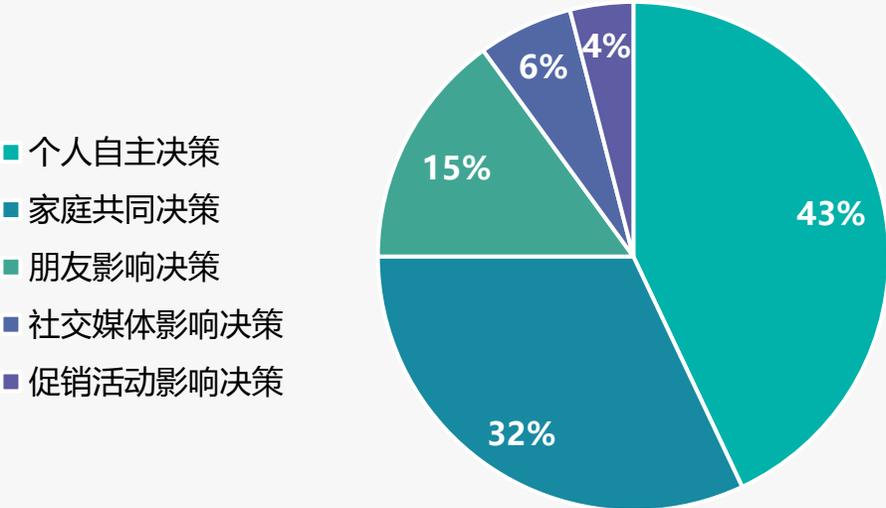


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

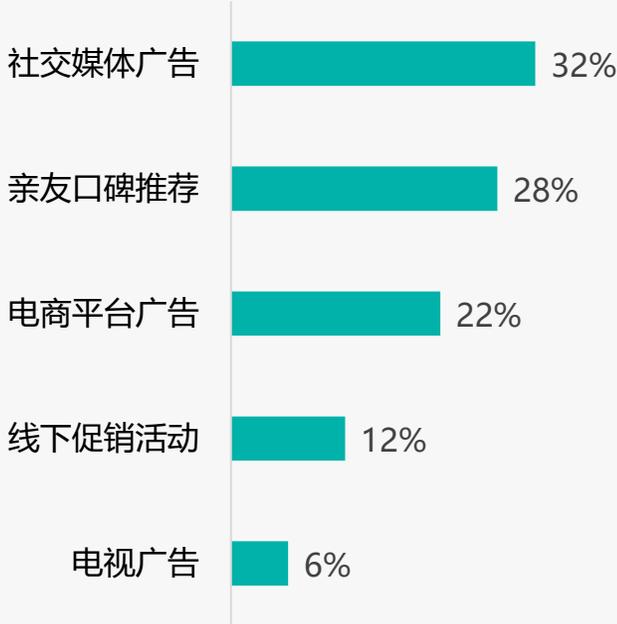
速食披萨消费偏好数字化社交化主导

- ◆ 社交媒体广告和亲友口碑推荐分别占32%和28%，合计超60%，显示数字社交和人际信任主导速食披萨消费决策。
- ◆ 电商平台广告占22%，线下促销和电视广告合计仅18%，反映消费者行为向数字化转变，传统渠道吸引力较弱。

2025年中国速食披萨消费决策者类型分布



2025年中国速食披萨家庭广告偏好分布

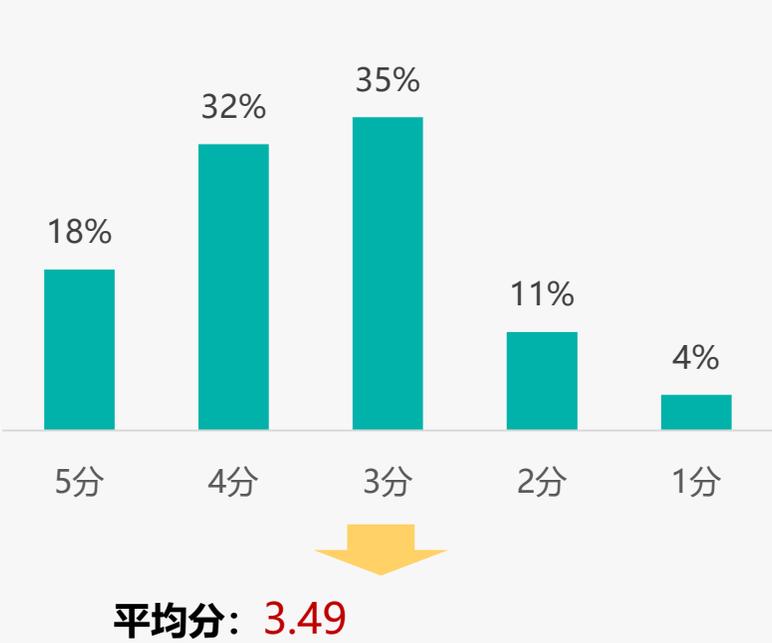


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

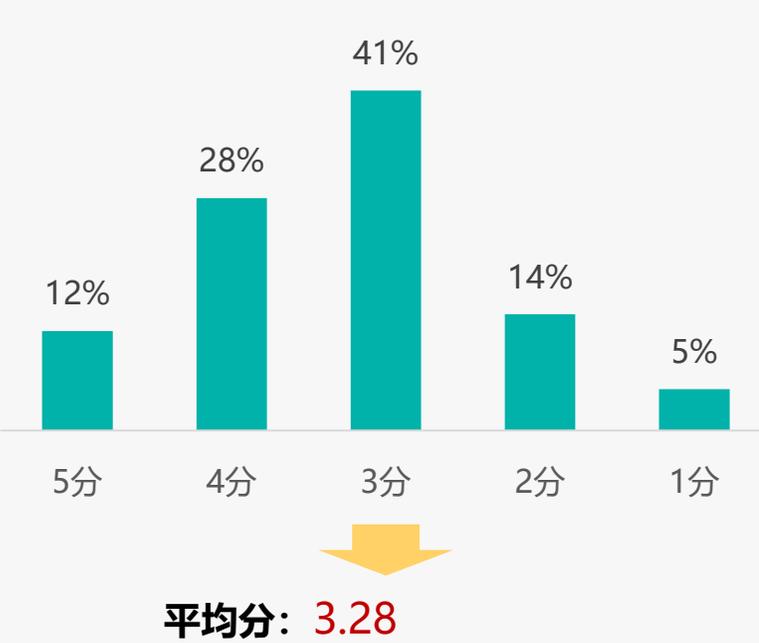
退货体验薄弱 需优先优化

- ◆线上消费流程满意度中，4分和5分合计占50%，但3分占35%显示提升空间大。退货体验满意度较低，5分仅12%，4分和5分合计40%，3分占41%突出退货环节问题。
- ◆客服满意度中，4分和5分合计45%，略低于流程满意度，3分占38%表明客服响应需改进。整体看，退货体验是薄弱环节，需优先优化以提升消费者忠诚度。

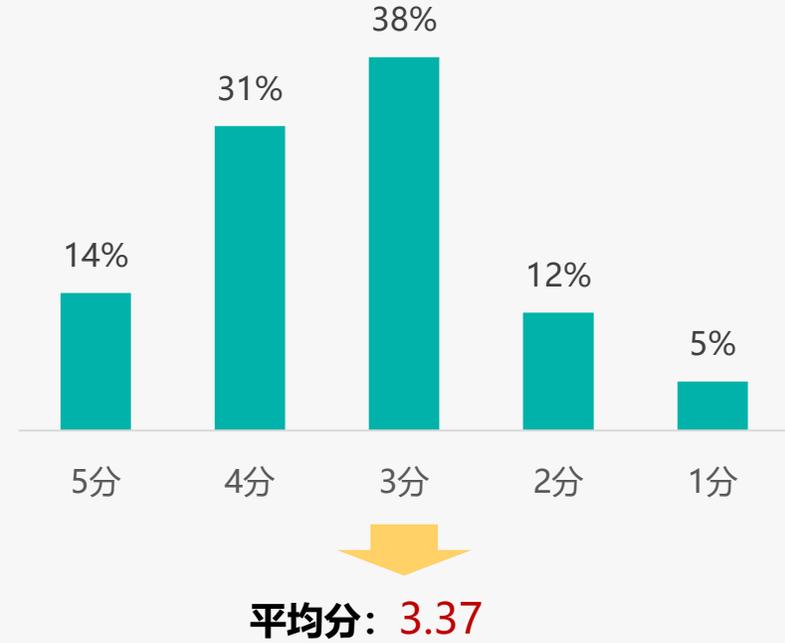
2025年中国速食披萨线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国速食披萨退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国速食披萨线上消费客服满意度分布（满分5分）

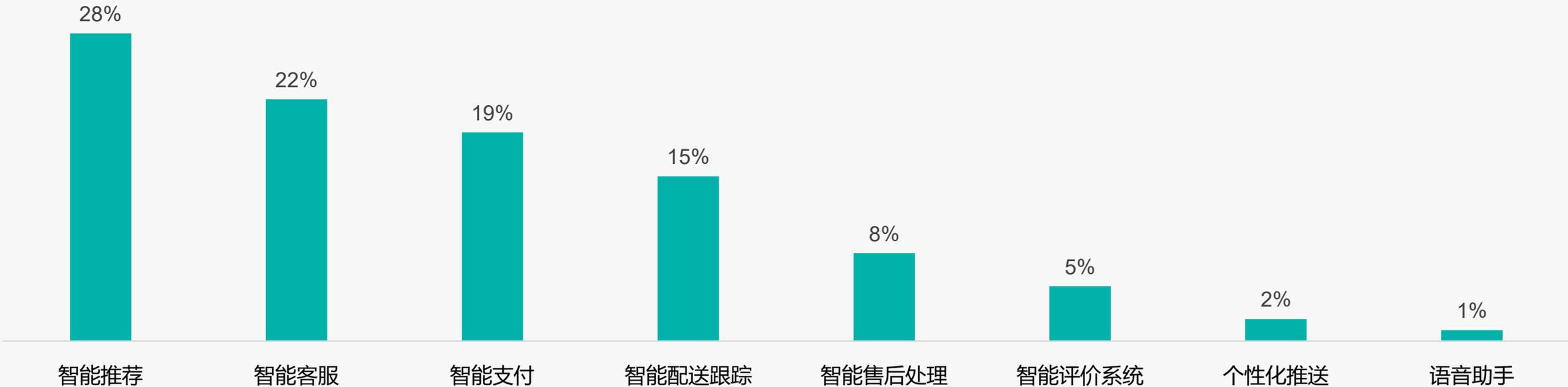


样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服支付主导线上消费体验

- ◆智能推荐占比28%，智能客服22%，智能支付19%，智能配送跟踪15%，这四项合计超80%，是线上消费智能服务体验的核心，显示消费者对个性化推荐和关键环节智能化的高需求。
- ◆智能售后处理8%，智能评价系统5%，个性化推送2%，语音助手1%，这些服务占比较低，可能反映消费者依赖度不高或体验不成熟，整体智能服务以推荐、客服和支付为重点。

2025年中国速食披萨线上消费智能服务体验分布



样本：速食披萨行业市场调研样本量N=1161，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