

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月智能门锁市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Intelligent Door Lock 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：智能门锁消费主力为中青年中等收入家庭



26-45岁群体占比68%，中青年是核心消费人群



5-12万元收入者占60%，中等收入群体是主要市场



家庭决策主导购买，家庭主要和共同决策者合计77%

### 启示

#### ✓ 聚焦中青年家庭市场

品牌应针对26-45岁中青年家庭，开发符合其收入水平和家庭需求的产品，强化家庭安全与便利性卖点。

#### ✓ 强化家庭场景营销

营销策略应突出家庭使用场景，强调产品提升家庭安全性和便利性，以吸引家庭决策者。

# 核心发现2：市场以新用户为主，安全与便捷是核心需求



首次购买占63%，市场增长潜力大，更新周期较短



指纹识别偏好最高达17%，生物识别技术是核心卖点



消费者高度关注安全性和用户评价，分别占17%和12%

## 启示

### ✓ 强化安全与智能功能

品牌需重点投入生物识别等安全技术，并集成智能远程控制功能，以满足消费者对安全便捷的核心需求。

### ✓ 优化新用户获取策略

针对首次购买用户占比高的特点，制定有效的市场教育和促销活动，加速市场渗透和用户转化。

# 核心发现3：中端价格主导，线上渠道与口碑影响决策



47%消费者选择1000-2000元中端价位，反映性价比偏好



电商平台和社交媒体合计占47%，是主要信息来源



亲友口碑推荐占33%，是获取信息的最主要渠道

## 启示

### ✓ 定位中端价格带

品牌应聚焦1000-2000元中端市场，提供高性价比产品，平衡功能与价格以满足主流消费者需求。

### ✓ 加强线上与口碑营销

利用电商平台和社交媒体进行精准营销，同时激励用户分享真实体验，强化口碑传播效应。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：中青年家庭主导，安全便捷为核心需求



## 1、产品端

- ✓ 强化生物识别与智能集成功能
- ✓ 优化中端价位产品性价比



## 2、营销端

- ✓ 利用口碑营销与社交平台推广
- ✓ 秋季促销与工作时段精准投放



## 3、服务端

- ✓ 提升专业安装服务体验
- ✓ 加强售后与智能安防联动

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** 智能门锁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智能门锁品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对智能门锁的购买行为;
- 智能门锁市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

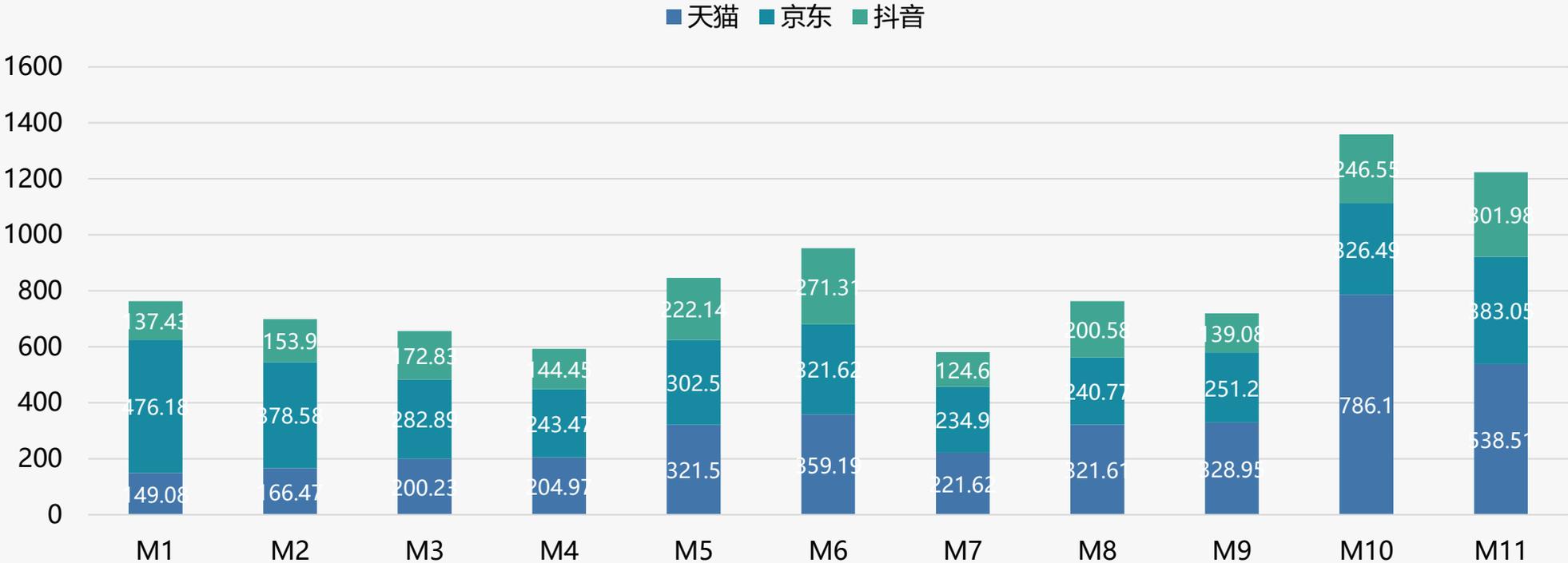
Research Method

- **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, 计算智能门锁品类销售额、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、不同平台智能门锁品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 智能门锁线上销售 促销驱动 京东领先 抖音增长

- ◆从平台竞争格局看，京东以约32.4亿元总销售额领先，天猫约36.0亿元次之，抖音约21.1亿元。京东在M1-M4保持优势，但天猫在M10双十一期间爆发至7.86亿元，显示其促销活动拉动效应显著。抖音虽整体规模较小，但M6达2.71亿元峰值，反映其直播带货模式在智能门锁品类具增长潜力。
- ◆从月度销售趋势和平台销售稳定性分析，智能门锁线上销售呈明显季节性波动，M1-M3为年初平稳期，M5-M6因618促销环比增长约40%，M7回调后M8-M9恢复。京东月度销售额标准差约0.7亿元，波动相对较小；天猫因M10异常值标准差达1.9亿元，促销依赖度高；抖音波动性最大，标准差约0.6亿元。建议品牌方优化渠道策略：京东适合常态化销售，天猫需重点布局大促，抖音可探索内容营销以提升稳定性。

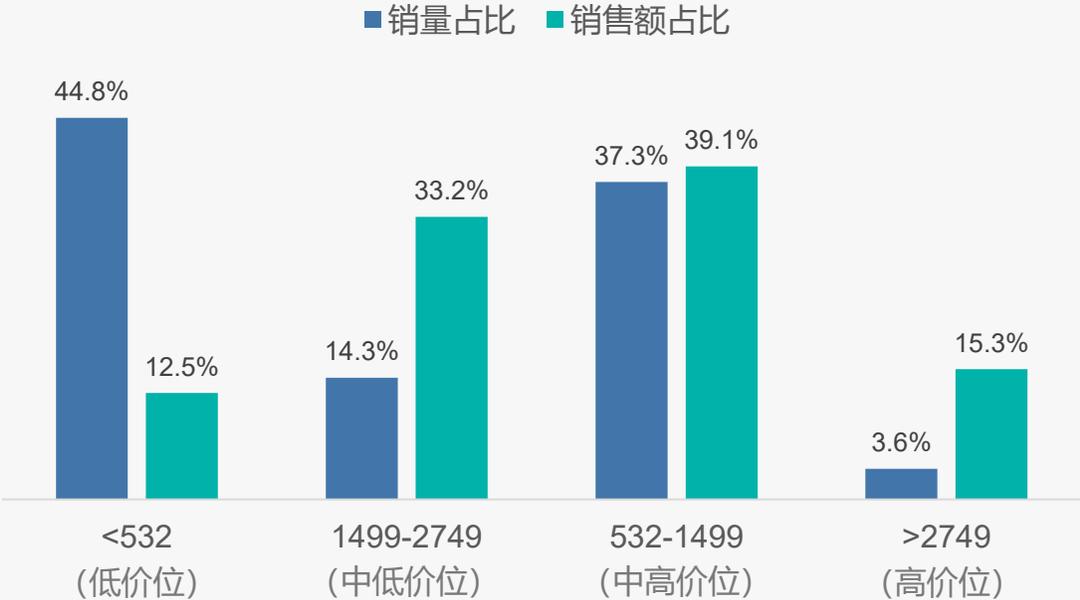
2025年1月~11月智能门锁品类线上销售规模 (百万元)



# 智能门锁中端主导 高端溢价 低价量增

- ◆从价格区间销售结构分析，532-1499元中端价位段贡献了39.1%的销售额和37.3%的销量，是智能门锁市场的核心利润区。而<532元低价位虽占44.8%销量，但仅贡献12.5%销售额，呈现明显的量价背离。1499-2749元高端区间以14.3%销量贡献33.2%销售额，显示高端产品具有更强的溢价能力。建议企业优化产品组合，强化中高端产品的市场渗透。
- ◆从月度销量分布趋势看，<532元低价位产品占比从M1的35.8%攀升至M10的53.8%，显示市场消费呈现明显的价格敏感化趋势。532-1499元中端价位在M10跌至27.3%的低点，但在M11回升至33.5%，可能存在季节性促销影响。>2749元超高端产品占比相对稳定，维持在2.4%-4.6%区间，表明该细分市场具有稳

2025年1月~11月智能门锁线上不同价格区间销售趋势



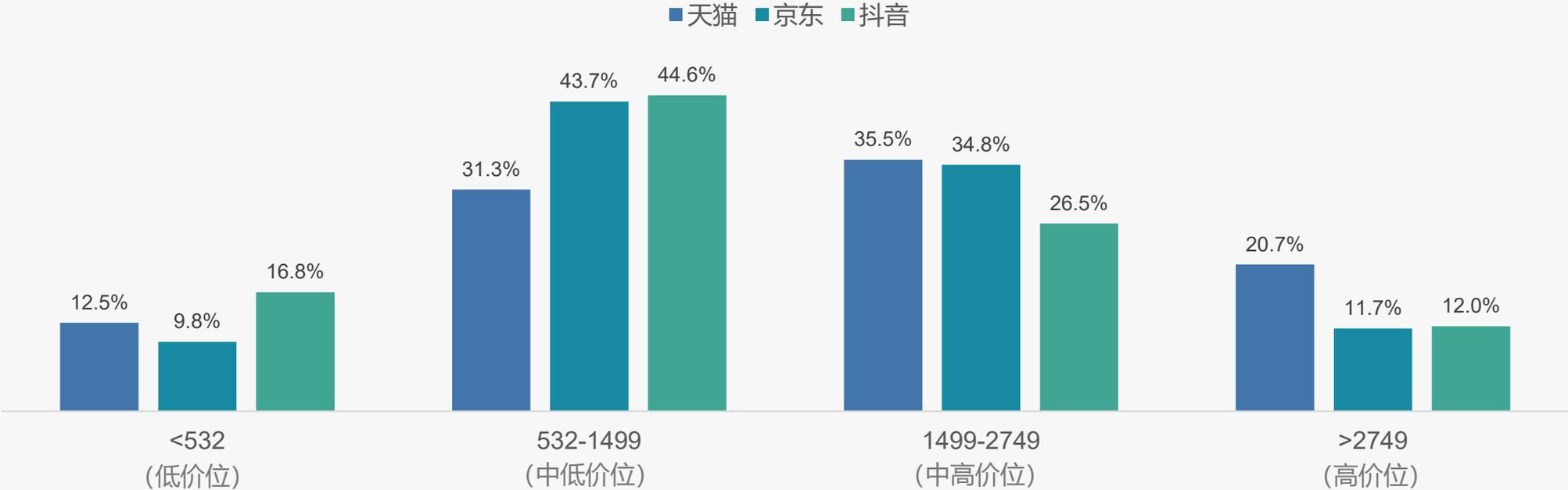
智能门锁线上价格区间-销量分布



# 智能门锁价格分化 平台策略差异显著

- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化竞争格局。天猫平台中高端市场（1499-2749元）占比最高达35.5%，显示其品牌溢价能力较强；京东在532-1499元区间的占比达43.7%，主打性价比市场；抖音在低价区间（<532元）占比16.8%最高，反映其流量驱动下的价格敏感特征。建议品牌商根据平台特性调整产品组合策略。
- ◆通过分析各平台价格区间集中度，532-1499元区间在京东和抖音的合计占比分别达43.7%和44.6%，成为主流消费带。而天猫在>2749元高端区间的占比20.7%显著高于京东的11.7%和抖音的12.0%，表明天猫在高端市场具有渠道优势。建议关注各平台价格区间的毛利率贡献度，优化渠道ROI，避免过度依赖单

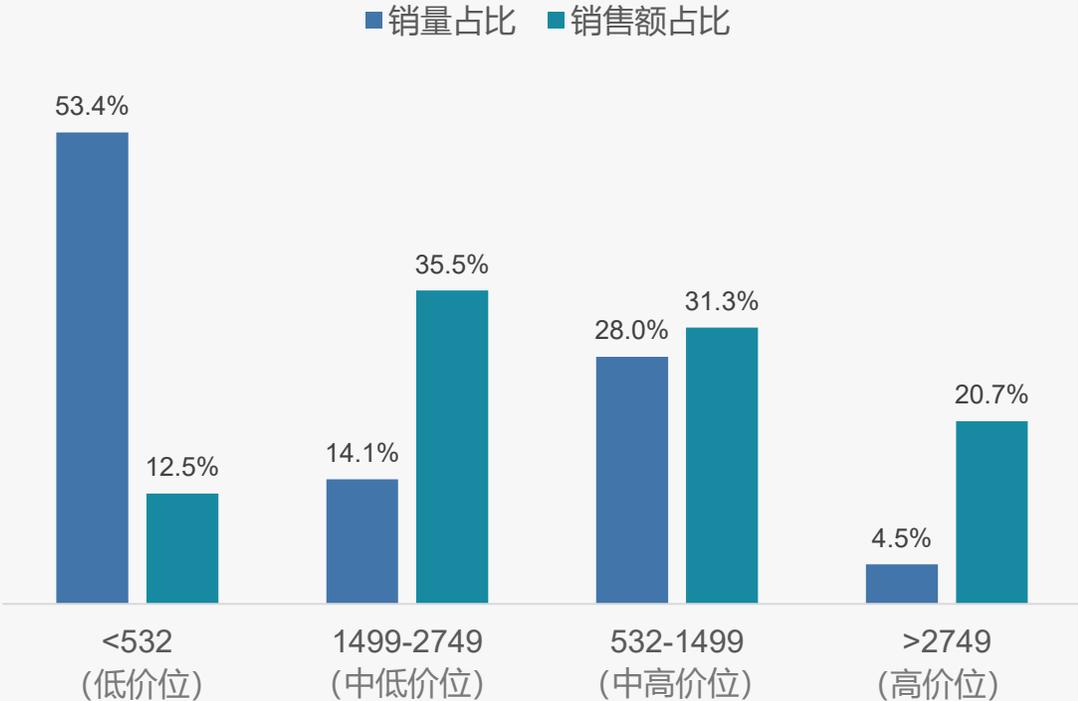
2025年1月~11月各平台智能门锁不同价格区间销售趋势



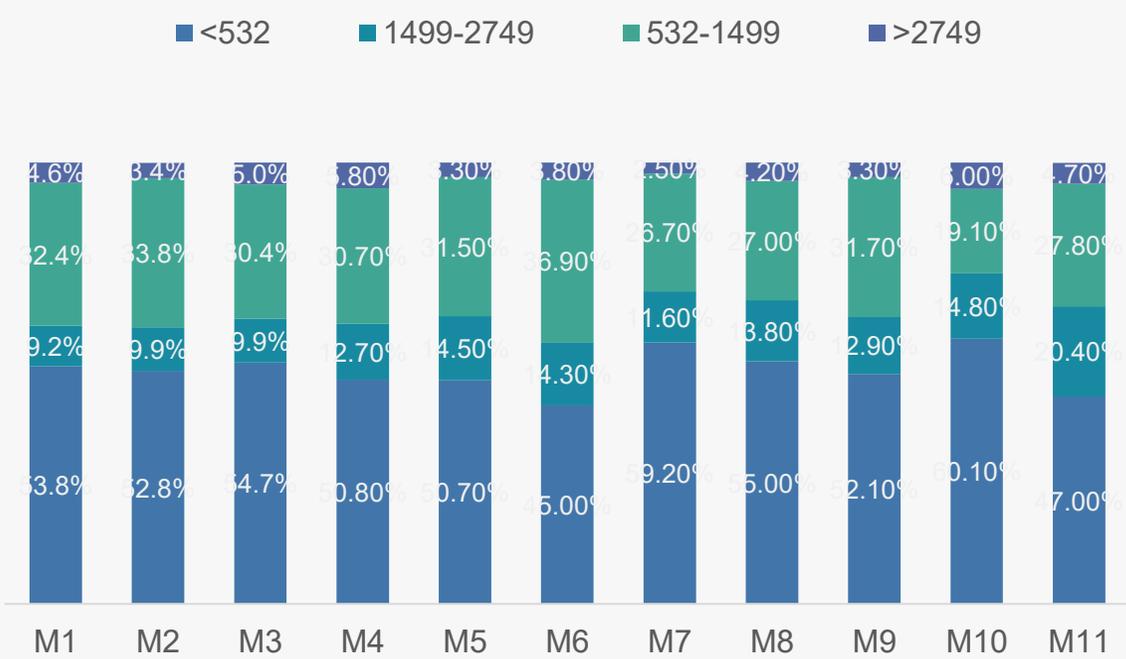
# 智能门锁市场结构优化 中高端产品驱动增长

- ◆从价格区间结构看，智能门锁市场呈现明显的金字塔分布。低价位 (<532元) 产品贡献了53.4%的销量但仅占12.5%的销售额，显示高销量低利润特征；中高价位 (1499-2749元) 虽销量占比14.1%却贡献35.5%的销售额，是核心利润区；高价 (>2749元) 产品以4.5%销量占比贡献20.7%销售额，体现高端溢价能力。
- ◆月度销量分布显示市场动态变化显著。M1-M11期间，低价产品销量占比波动较大 (45.0%-60.1%)，中价位 (532-1499元) 相对稳定 (19.1%-36.9%)，而1499-2749元区间从9.2%增长至20.4%，显示消费升级趋势。M11中高端占比合计达25.1%，较M1的13.8%提升11.3个百分点，表明年末促销或新品发布

2025年1月~11月天猫平台智能门锁不同价格区间销售趋势



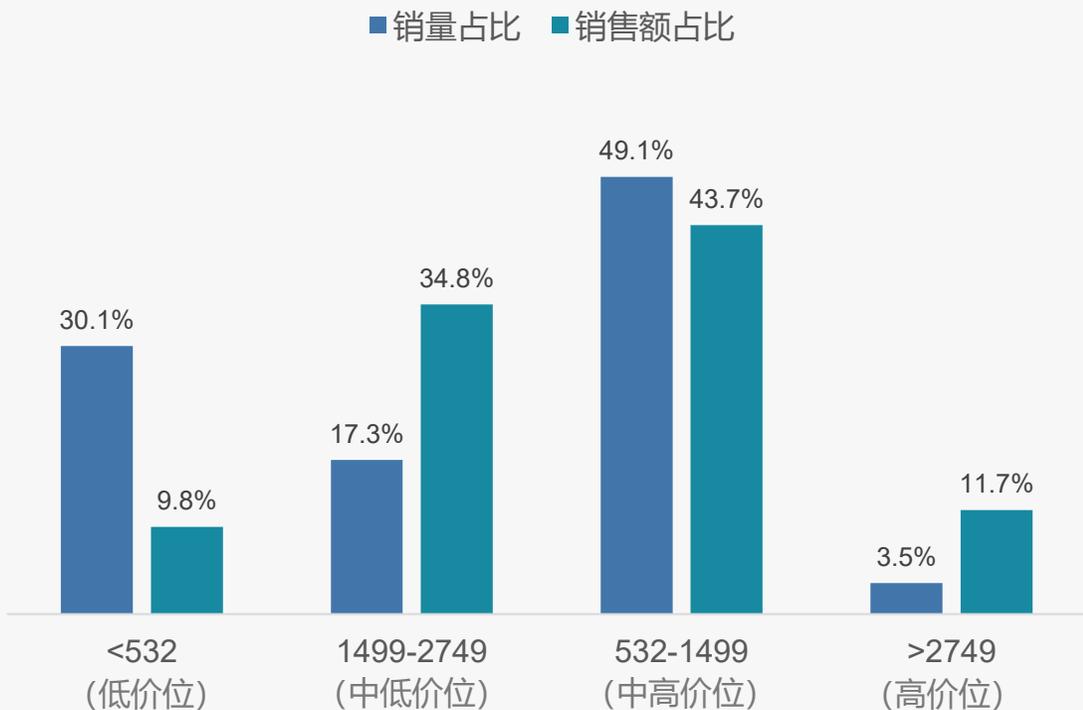
天猫平台智能门锁价格区间-销量分布



# 中端主导高端驱动低端增长有限

- ◆从价格区间销售趋势看，532-1499元区间销量占比49.1%和销售额占比43.7%均居首位，显示中端市场为京东智能门锁核心，贡献近半销量和销售额。1499-2749元区间销量占比17.3%但销售额占比34.8%，表明高端产品单价高，驱动销售额增长。低端（<532元）和高价（>2749元）区间占比小，反映市场两极分化不明显，中端主导。
- ◆月度销量分布显示，532-1499元区间销量占比稳定在44.3%-58.0%，M2达峰值58.0%，表明中端产品需求强劲且波动小。低端区间占比从M1的27.3%升至M10的36.5%，可能受促销或季节性因素影响。高端区间占比整体下降，M11反弹至3.5%，暗示年末高端需求回升。数据揭示市场以中端为主，低端增长需关

2025年1月~11月京东平台智能门锁不同价格区间销售趋势



京东平台智能门锁价格区间-销量分布

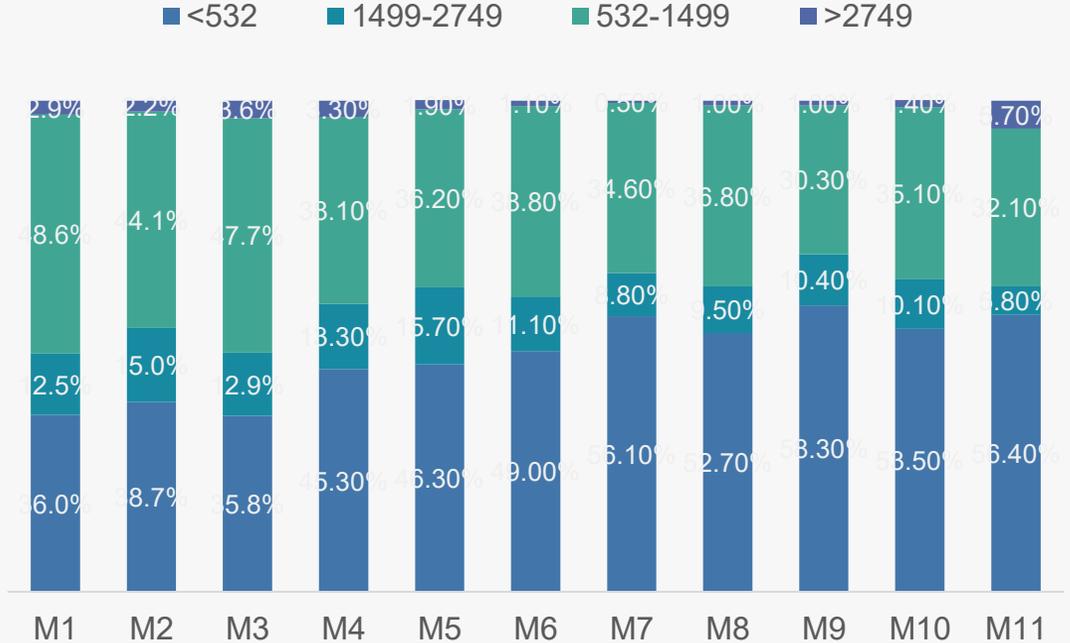
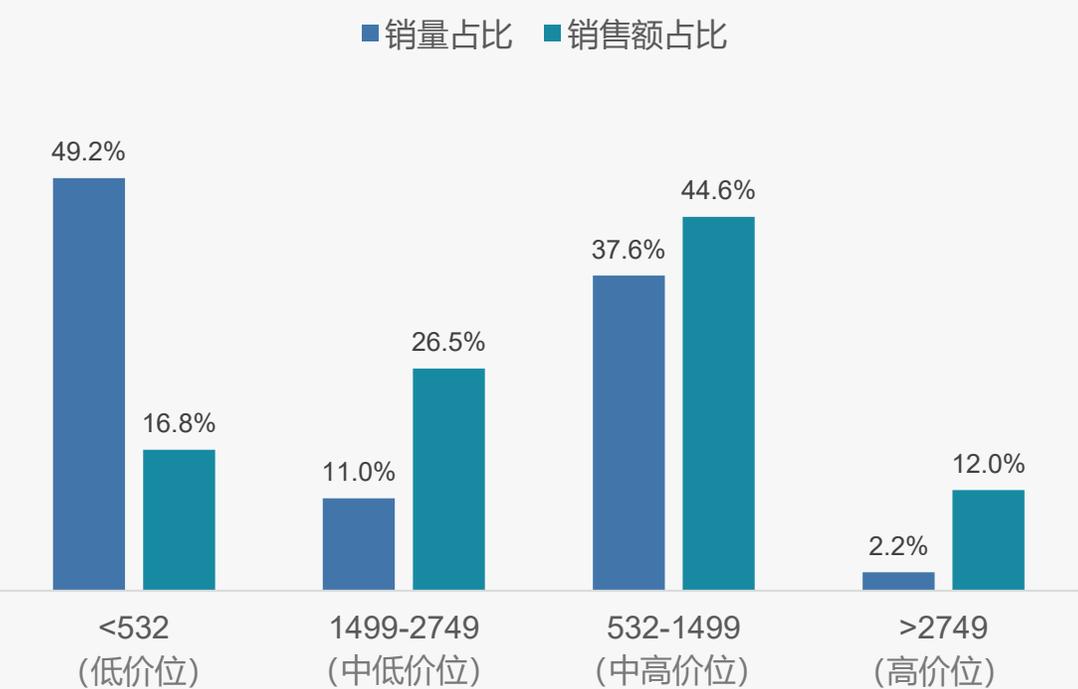


# 抖音智能门锁低价销量增 中高端主导销售额

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台智能门锁呈现明显的销量与销售额结构分化。低价位 (<532元) 产品贡献49.2%的销量但仅占16.8%的销售额，而中高价位 (532-2749元) 合计贡献48.6%销量和71.1%销售额，显示中高端产品是平台收入核心。高价位 (>2749元) 虽销量占比仅2.2%，但销售额占比达12.0%，表明其高单价特性对整体销售额有显著拉动作用。
- ◆从月度销量分布动态看，低价位产品销量占比从M1的36.0%持续攀升至M11的56.4%，呈现明显上升趋势。中价位 (532-1499元) 产品则从48.6%下降至32.1%，显示消费偏好向低价端转移。高价位产品在M11出现异常波动，销量占比跃升至5.7%，可能受促销活动或新品发布影响，需关注其持续性。

2025年1月~11月抖音平台智能门锁不同价格区间销售趋势

抖音平台智能门锁价格区间-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** 智能门锁消费行为、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年内购买过智能门锁的消费者;
- 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

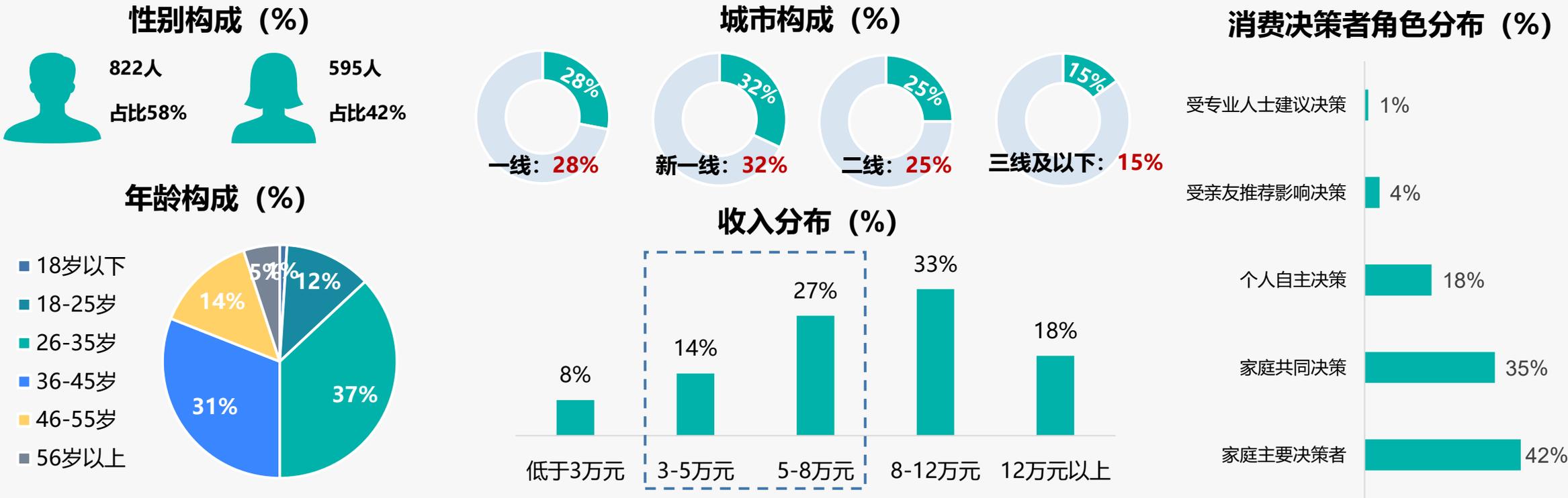
Research Method

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=1417

# 中青年中等收入家庭主导智能门锁市场

- ◆智能门锁消费主力为中青年，26-45岁群体占比68%，收入集中在5-12万元，占60%，显示中等收入中青年是核心市场。
- ◆消费决策以家庭为主，家庭主要决策者和共同决策者合计占77%，市场向高线城市集中，新一线和一线城市占比60%。

## 2025年中国智能门锁消费者画像

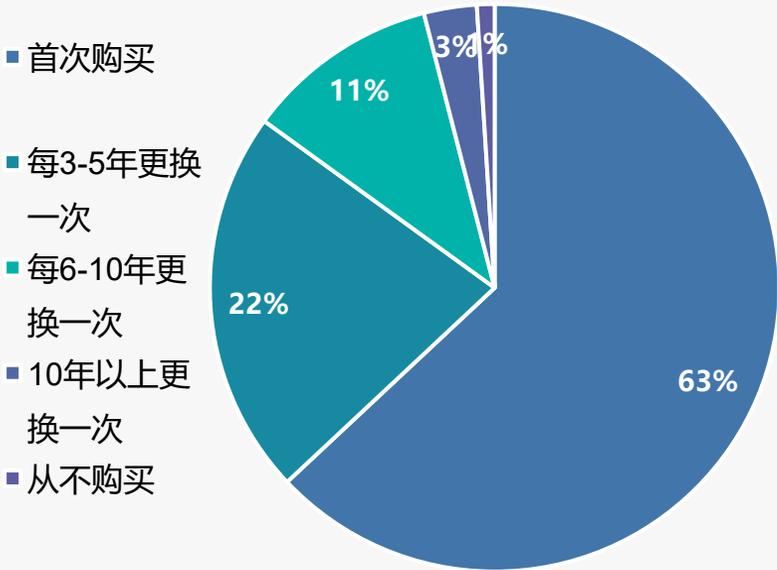


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

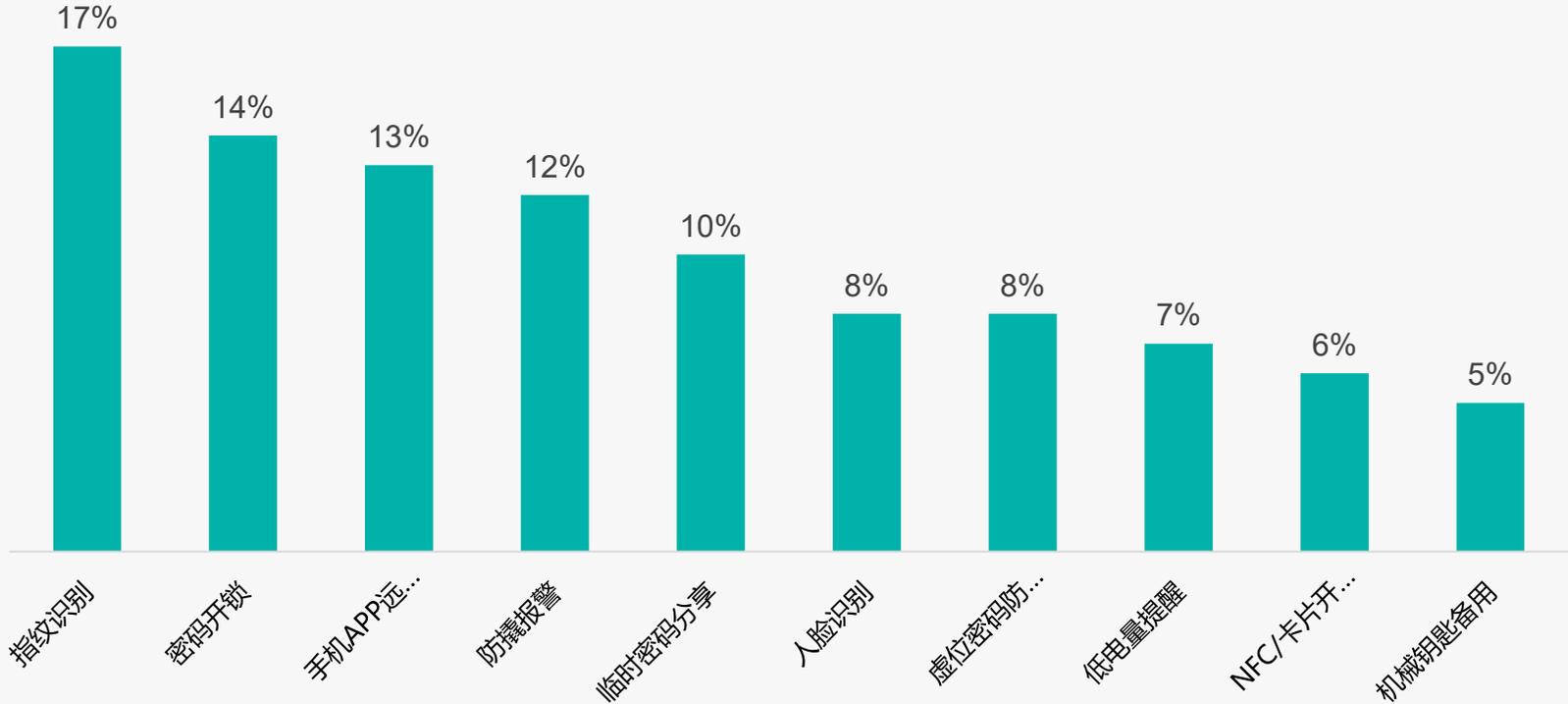
# 智能门锁新用户主导 安全便捷需求突出

- ◆智能门锁市场以新用户为主，首次购买占63%，每3-5年更换占22%，显示高增长潜力和较短更新周期，受技术迭代影响明显。
- ◆功能偏好中，指纹识别占17%最高，防撬报警占12%，手机APP远程控制占13%，强调安全与智能化是消费者核心需求。

## 2025年中国智能门锁购买频率分布



## 2025年中国智能门锁功能偏好分布

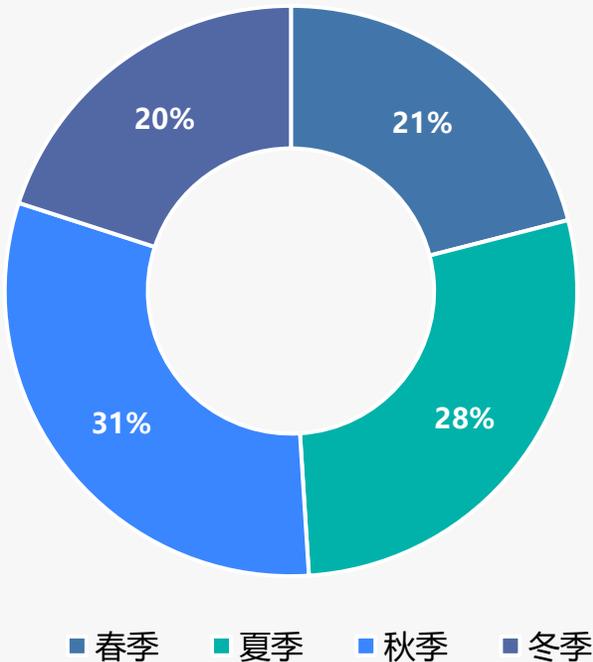


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 中端价位主导 专业安装优先 秋季消费高峰

- ◆ 单次购买价格分布显示，47%消费者选择1000-2000元中端价位，反映性价比偏好；安装方式中82%倾向专业师傅上门，凸显安全需求。
- ◆ 购买季节分布以秋季31%最高，夏季28%次之，冬季20%最低，表明消费行为受季节性因素影响，可能与装修或促销相关。

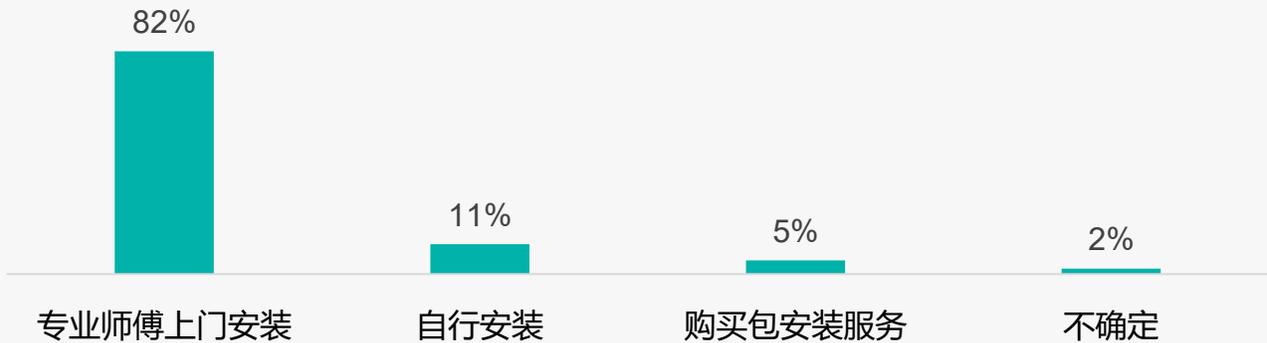
## 2025年中国智能门锁购买季节分布



## 2025年中国智能门锁单次购买价格分布



## 2025年中国智能门锁安装方式偏好分布

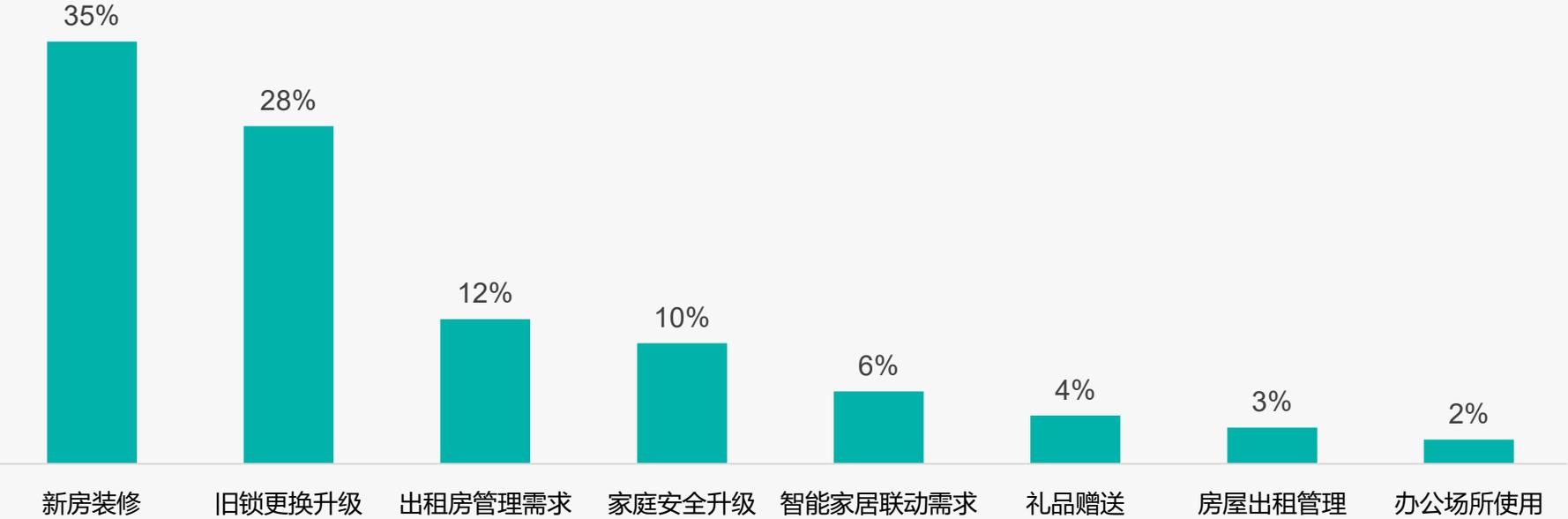


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

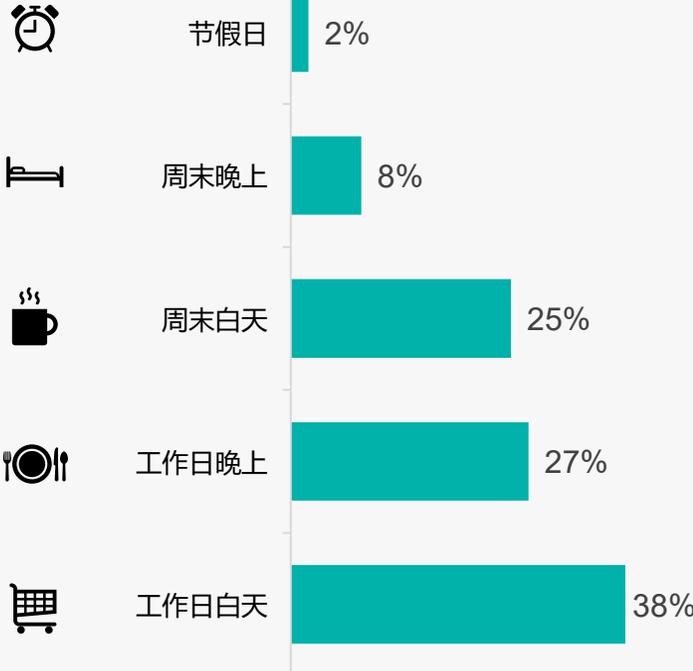
# 新房装修旧锁升级主导购买 工作日时段集中消费

- ◆ 购买场景以新房装修35%和旧锁更换升级28%为主，显示智能门锁在住宅应用中的核心驱动因素，同时出租房管理12%和智能家居联动6%体现新兴需求。
- ◆ 购买时段集中在工作日白天38%和晚上27%，合计65%，表明消费者偏好在工作时间完成购买，可能与线上渠道或安装服务安排相关。

## 2025年中国智能门锁购买场景分布



## 2025年中国智能门锁购买时段分布

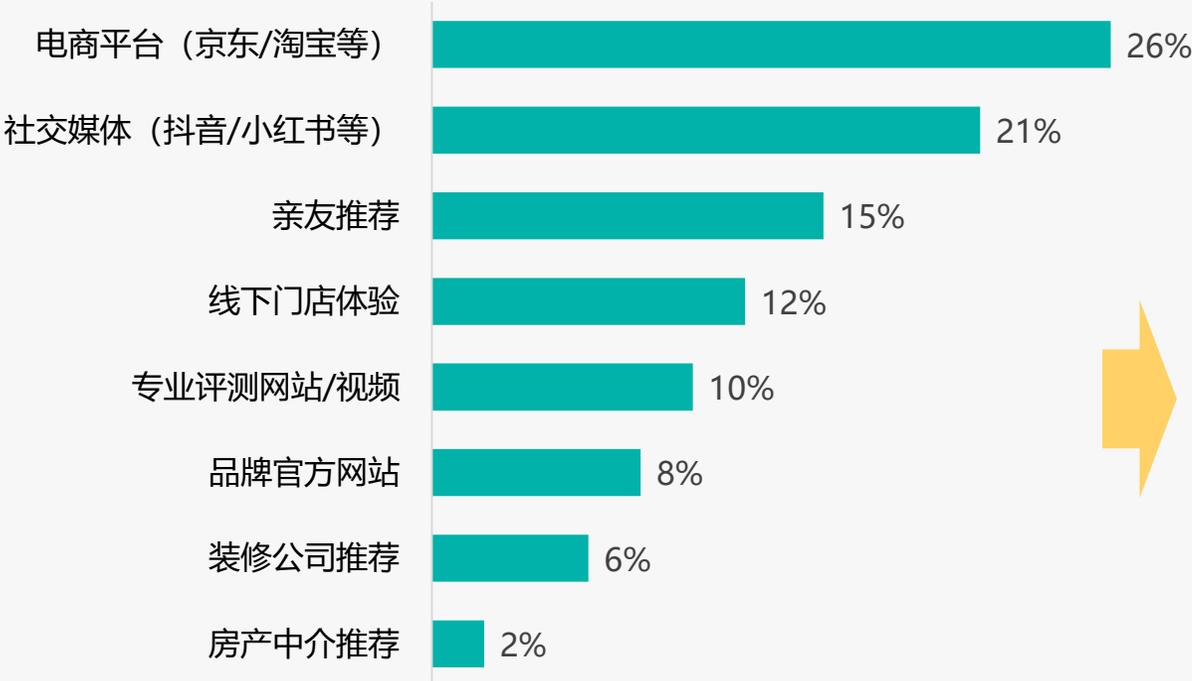


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

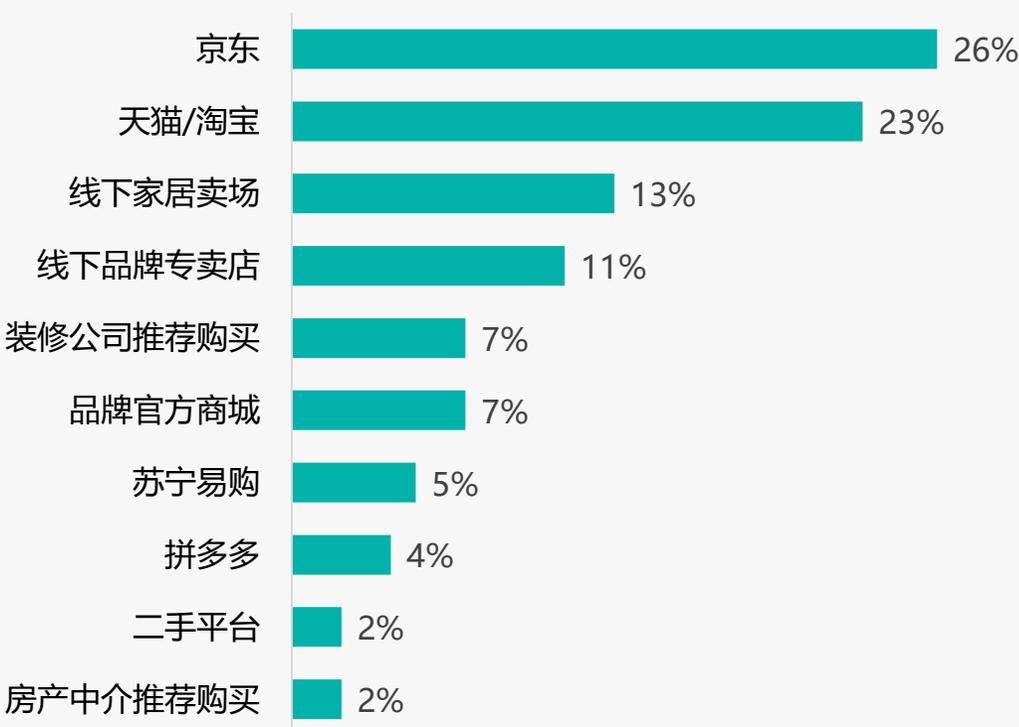
# 线上渠道主导智能门锁消费

- ◆了解产品信息渠道中，电商平台（26%）和社交媒体（21%）合计占47%，亲友推荐（15%）较高，显示数字化和口碑是主要信息来源。
- ◆购买渠道方面，京东（26%）和天猫/淘宝（23%）合计占49%，线上购买占主导，线下家居卖场（13%）和品牌专卖店（11%）仍有份额。

## 2025年中国智能门锁产品信息了解渠道分布



## 2025年中国智能门锁购买渠道分布

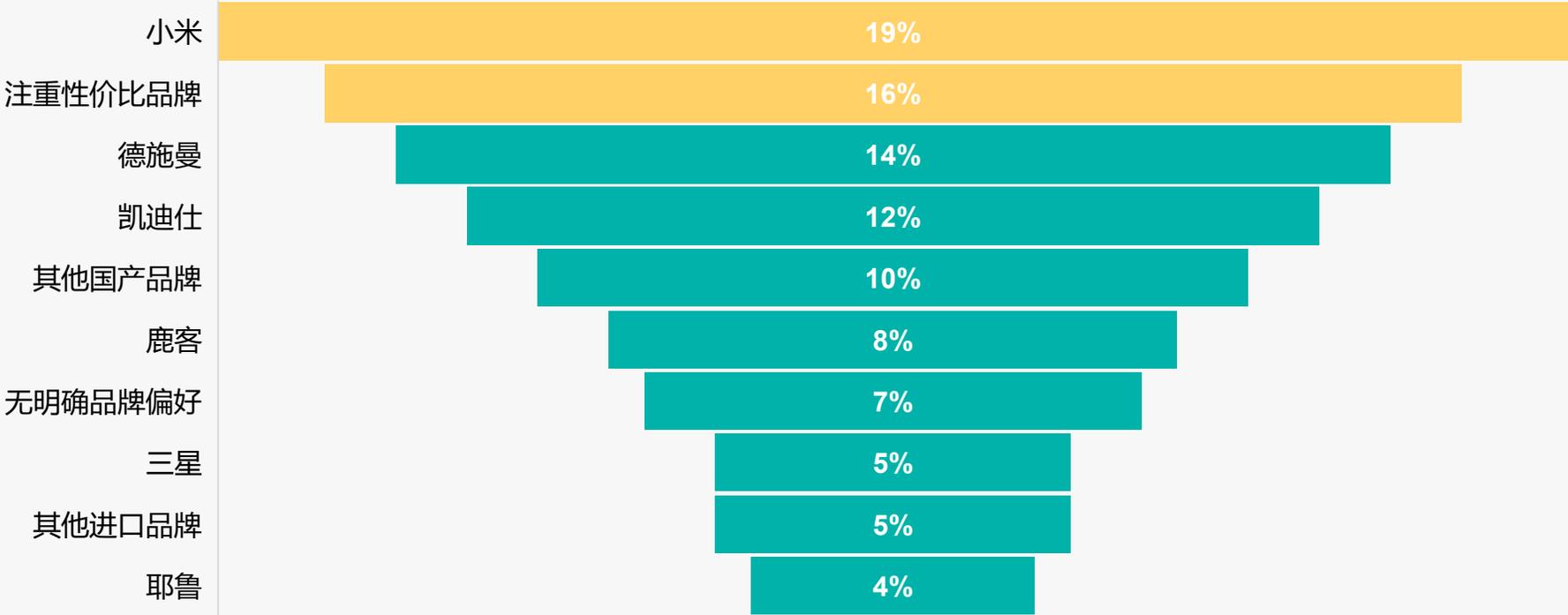


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能门锁市场国产品牌主导性价比关键

- ◆智能门锁市场品牌偏好多元化，小米以19%领先，德施曼14%、凯迪仕12%紧随，国产品牌主导，注重性价比品牌偏好率达16%。
- ◆消费者对价格敏感，其他品牌合计15%，无明确偏好占7%，性价比和品牌认知是消费决策关键，市场仍有分散空间。

## 2025年中国智能门锁品牌偏好分布

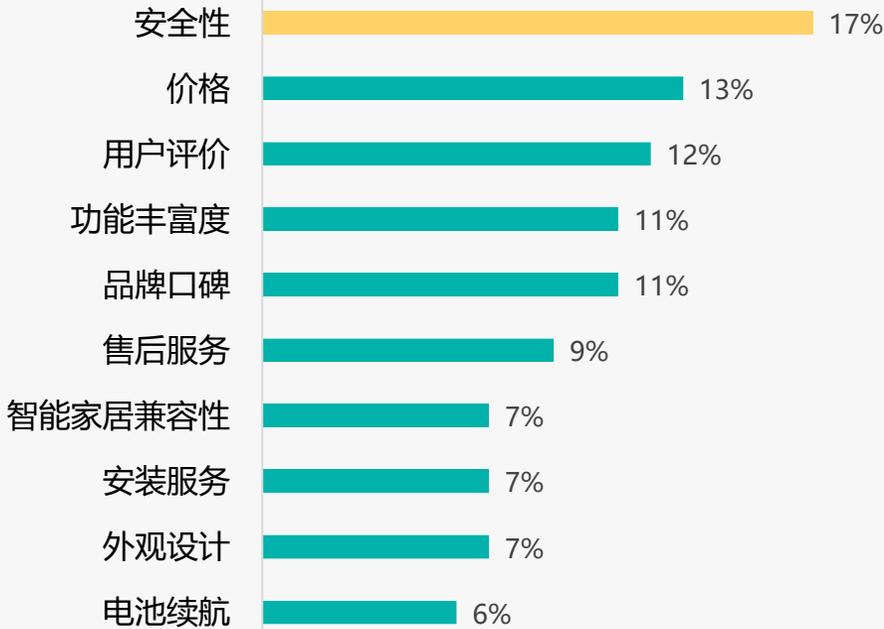


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能门锁消费注重安全便利

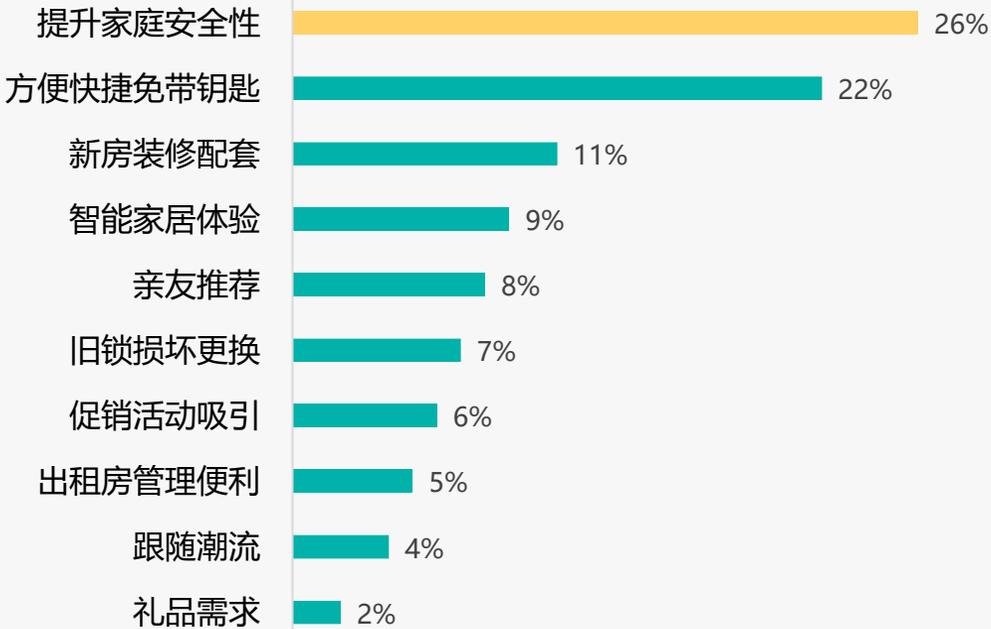
- ◆购买决策中，安全性（17%）和用户评价（12%）是关键因素，价格（13%）和品牌口碑（11%）也重要，反映消费者注重可靠性和口碑。
- ◆购买主因是提升家庭安全性（26%）和方便快捷免带钥匙（22%），合计近半，显示核心需求为安全与便利，智能家居体验（9%）影响较小。

## 2025年中国智能门锁购买决策关键因素分布



样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

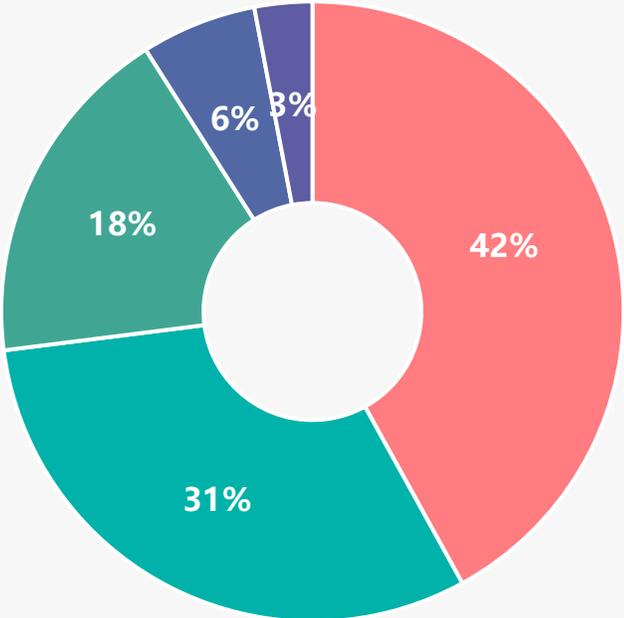
## 2025年中国智能门锁购买主要原因分布



# 智能门锁推荐意愿高 产品质量售后待改进

- ◆智能门锁推荐意愿较高，非常愿意推荐占42%，比较愿意推荐占31%，合计73%消费者持积极态度，显示产品市场接受度良好。
- ◆不愿推荐原因中，产品质量问题占20%，售后服务不佳占17%，功能不稳定占15%，安装体验差占13%，合计65%，为主要改进方向。

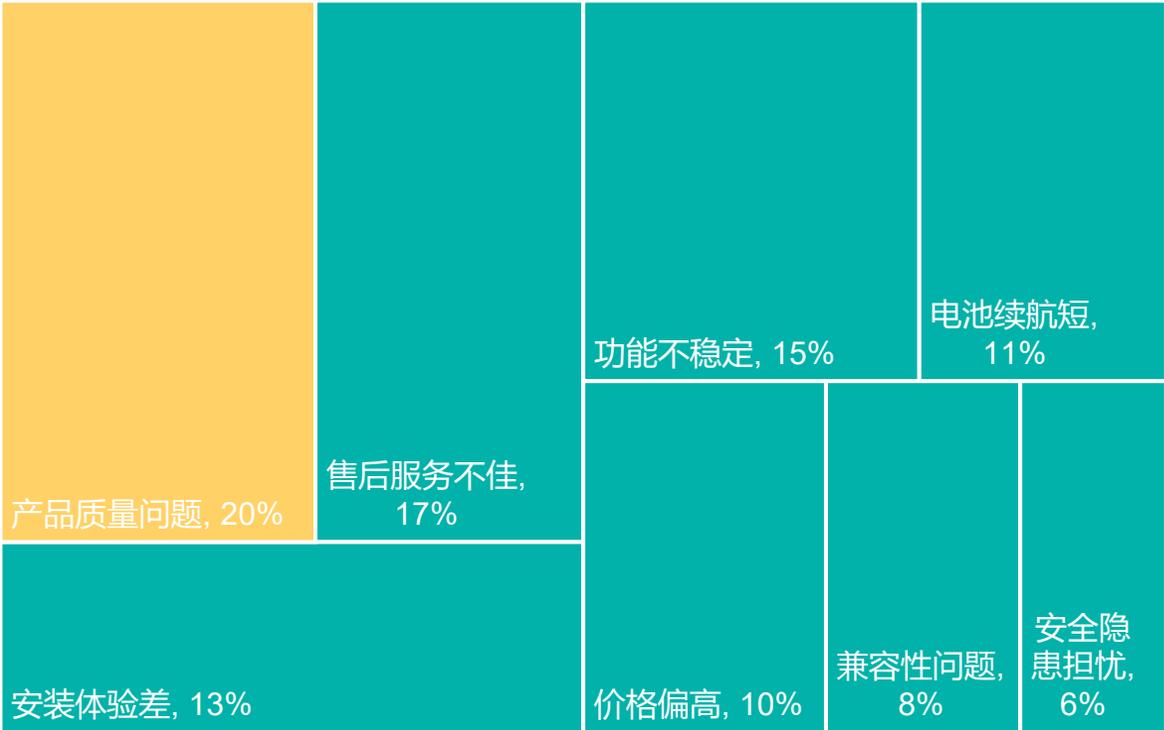
### 2025年中国智能门锁推荐意愿分布



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

样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

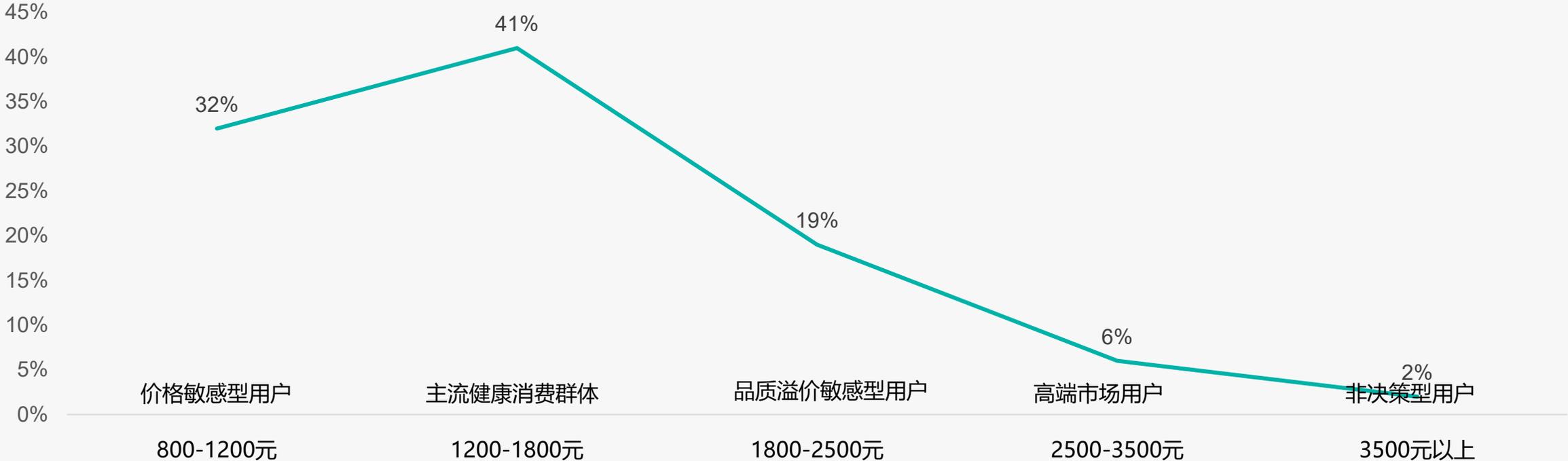
### 2025年中国智能门锁不愿推荐的原因分布



# 智能门锁价格接受度中端主导高端有限

- ◆指纹识别门锁价格接受度显示，1200-1800元区间占比41%，800-1200元区间占比32%，中低端市场占主导，高端市场潜力有限。
- ◆价格接受度呈金字塔分布，中端需求最大，超高端产品接受度低，2500-3500元占比6%，3500元以上占比2%。

## 2025年中国智能门锁指纹识别价格接受度分布



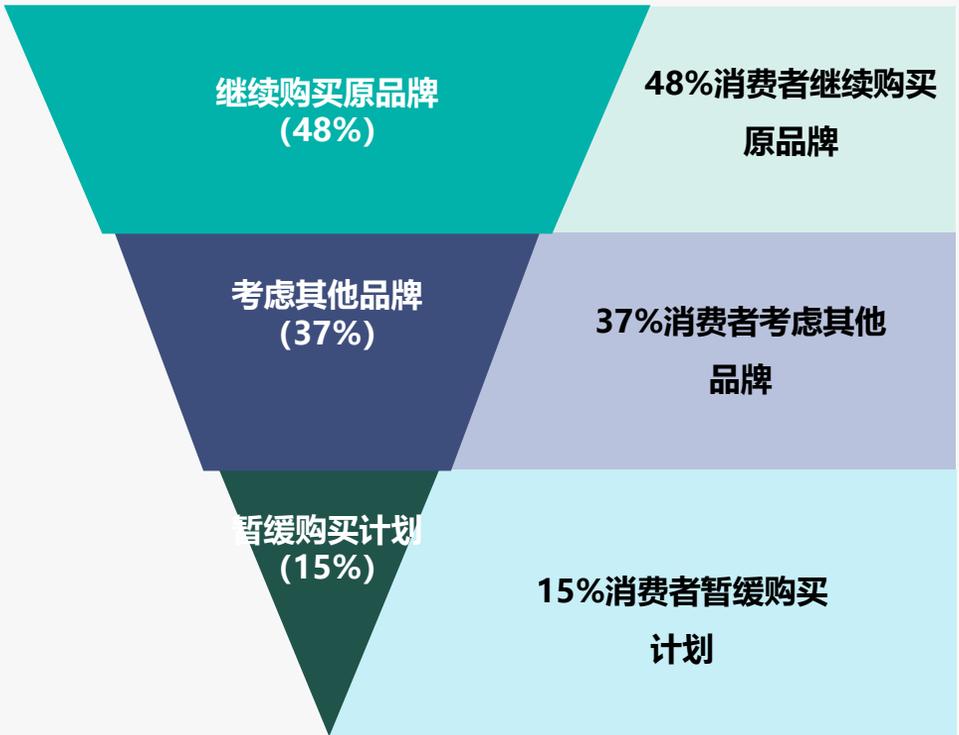
样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以指纹识别规格智能门锁为标准核定价格区间

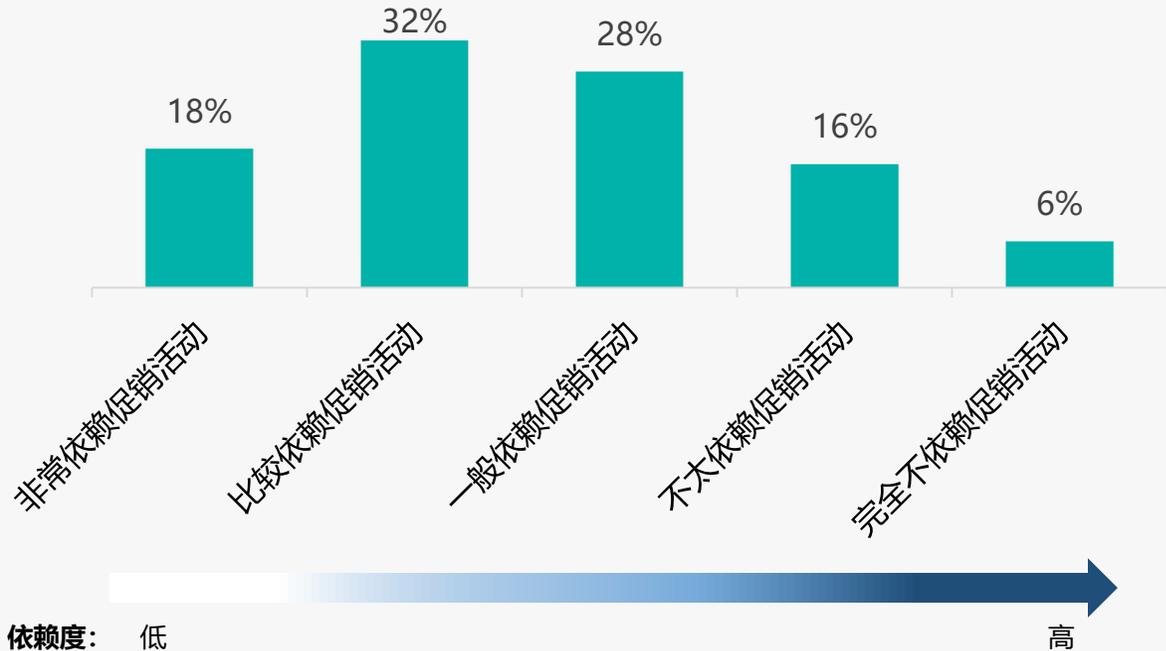
# 品牌忠诚度高 价格敏感度显著 促销依赖强

- ◆价格上涨10%后，48%消费者继续购买原品牌，品牌忠诚度较高；37%考虑其他品牌，价格敏感度显著。
- ◆促销活动敏感度调查显示，50%消费者对促销有较强依赖（18%非常依赖+32%比较依赖），影响购买决策。

## 2025年中国智能门锁价格上涨10%后购买行为分布



## 2025年中国智能门锁促销活动敏感度分布

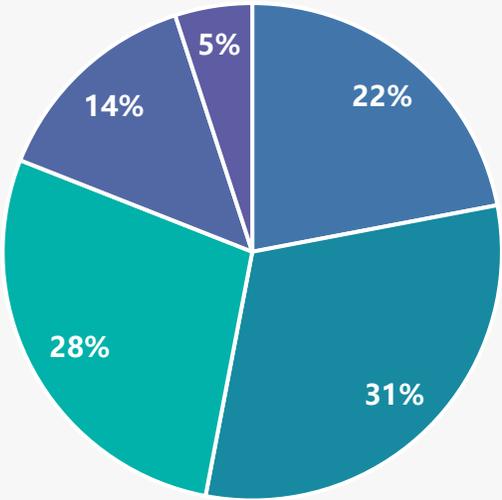


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 品牌忠诚度高竞争激烈价格功能驱动

- ◆智能门锁市场品牌忠诚度高，70%以上复购同品牌消费者占比53%，但仍有47%忠诚较低，竞争激烈。
- ◆更换品牌主要受价格和功能升级驱动，分别占26%和25%，售后服务占21%，智能家居兼容性需求占12%。

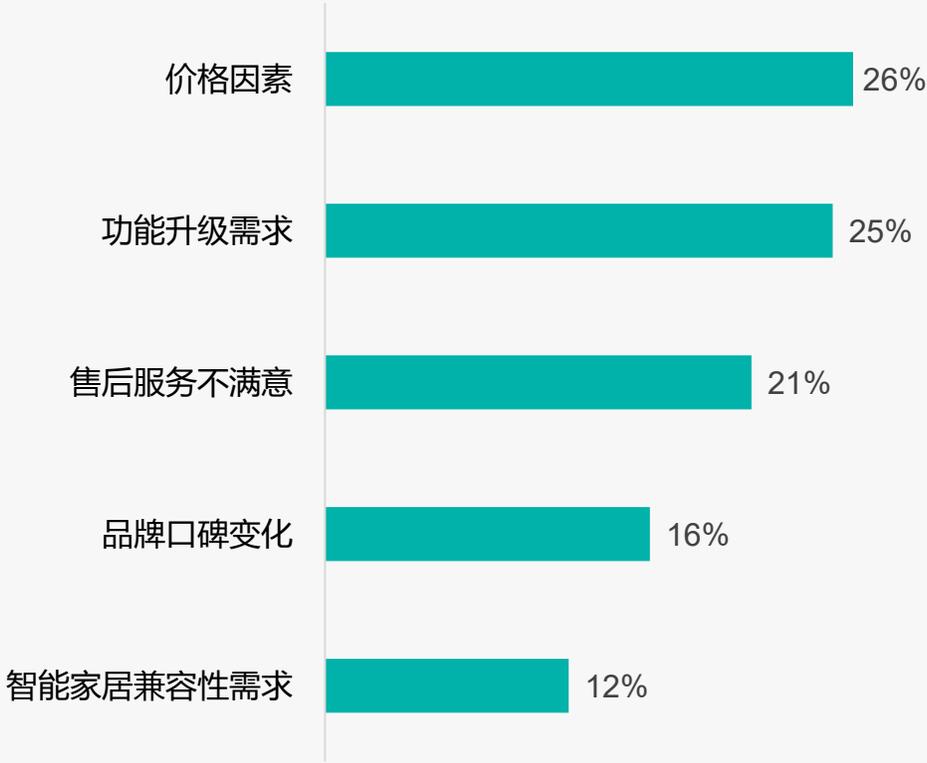
## 2025年中国智能门锁品牌忠诚度分布



- 90%以上会复购同品牌
- 70-90%会复购同品牌
- 50-70%会复购同品牌
- 30-50%会复购同品牌
- 30%以下会复购同品牌

样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

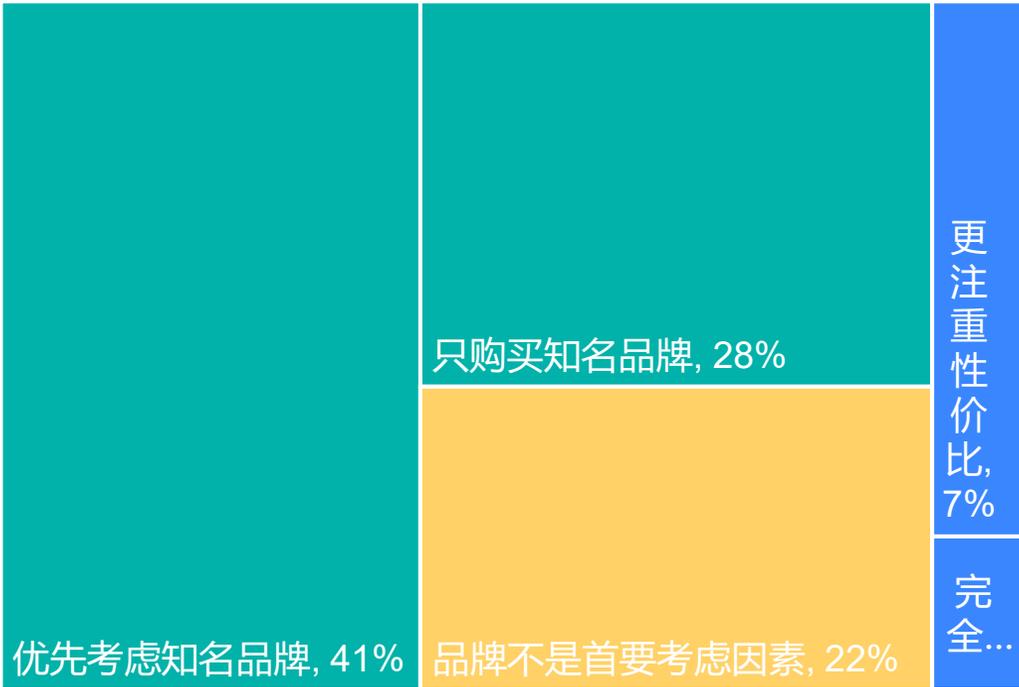
## 2025年中国智能门锁更换品牌的原因分布



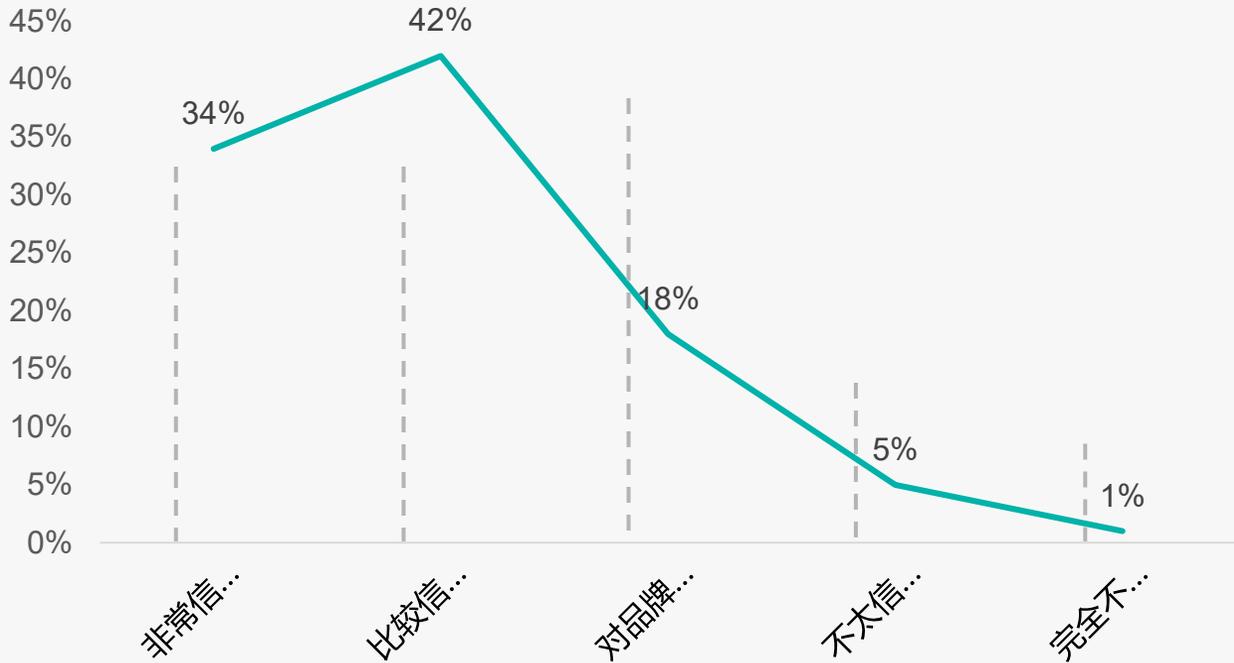
# 品牌信任主导智能门锁消费决策

- ◆消费者高度信任智能门锁知名品牌，非常信任和比较信任的比例合计达76%，其中非常信任占34%，比较信任占42%。
- ◆购买意愿与品牌信任一致，优先考虑和只购买知名品牌的比例合计69%，性价比因素相对次要，仅占7%。

## 2025年中国智能门锁购买品牌产品意愿分布



## 2025年中国智能门锁品牌态度分布

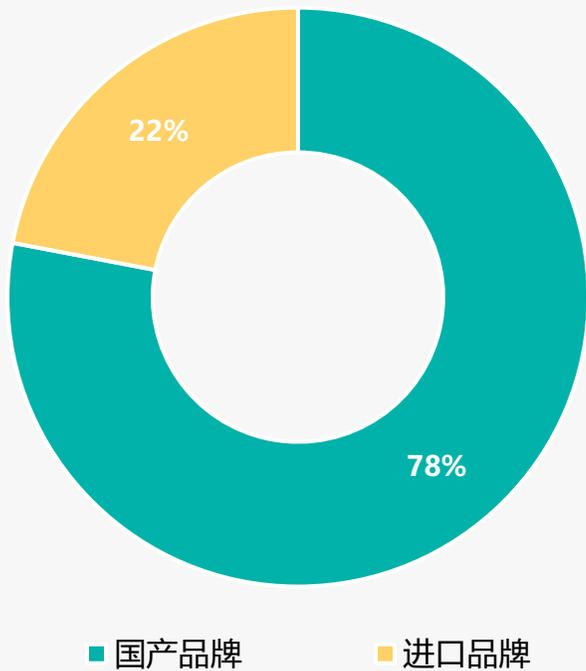


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

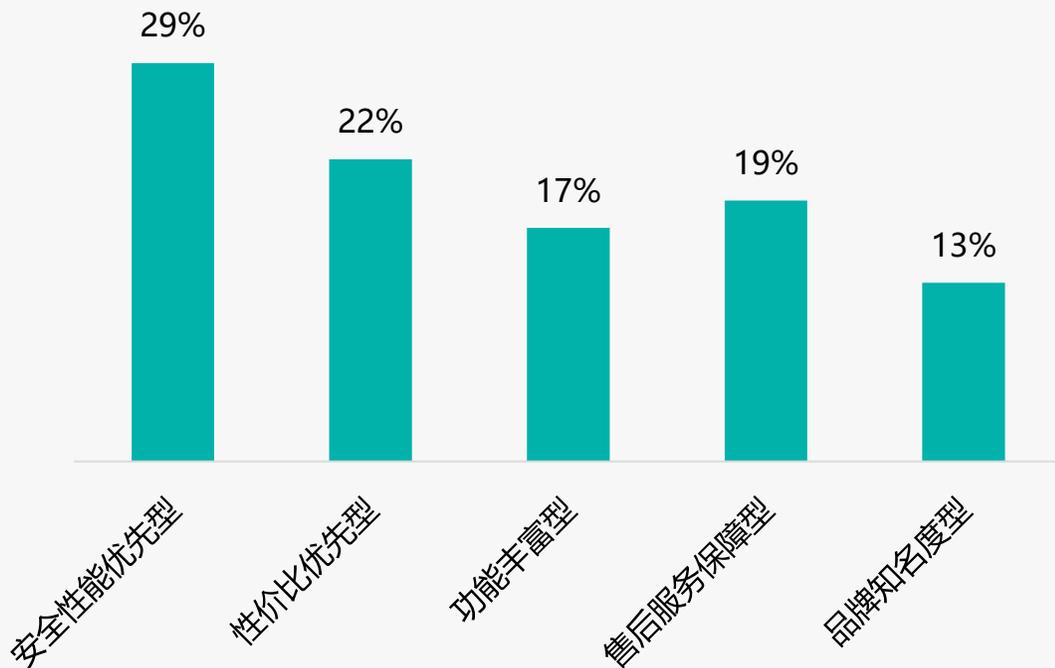
# 国产品牌主导 安全性能优先

- ◆国产品牌选择占比78%，远高于进口品牌的22%，显示消费者对国产品牌有强烈偏好，市场主导地位稳固。
- ◆品牌偏好中，安全性能优先型占29%，占比最高，表明消费者首要关注安全性，其他因素如性价比和售后也较重要。

## 2025年中国智能门锁国产品牌与进口品牌选择分布



## 2025年中国智能门锁品牌选择偏好类型分布

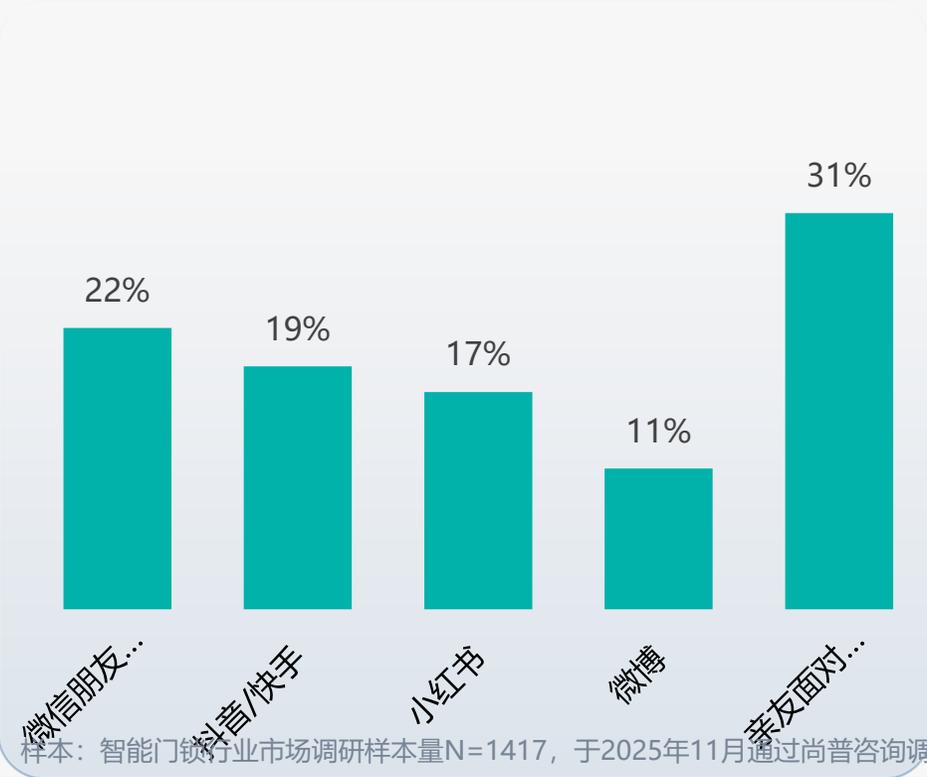


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 亲友交流主导 真实体验优先

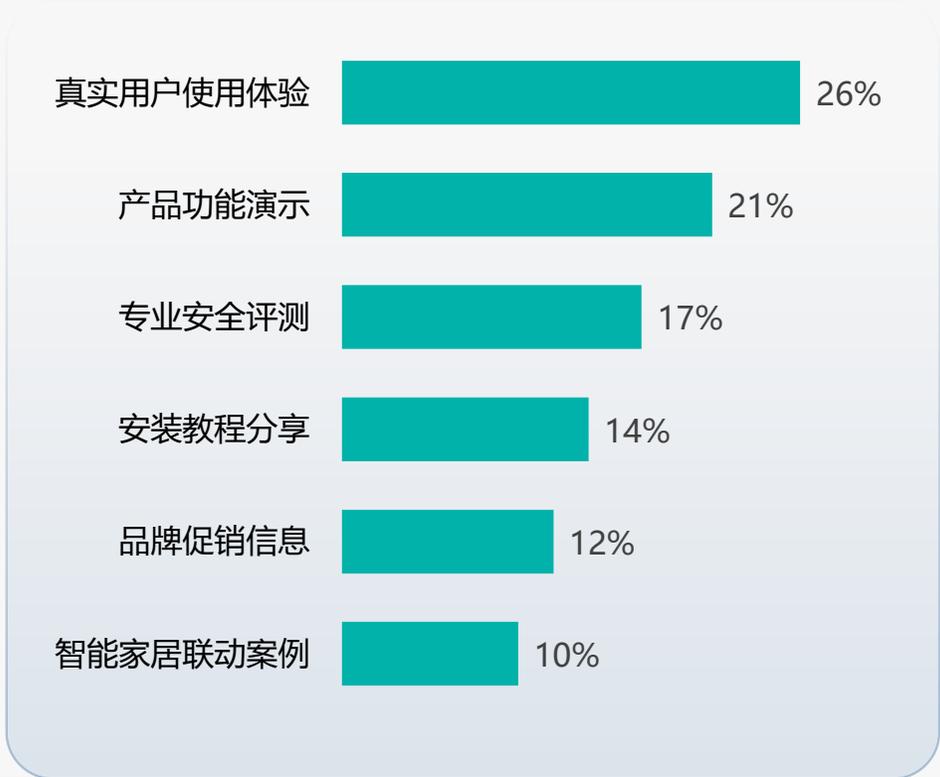
- ◆亲友面对面交流占比31%，是智能门锁经验分享的主要渠道，社交媒体中抖音/快手和小红书合计占比36%，显示线上平台影响力显著。
- ◆真实用户使用体验占比26%最高，产品功能演示占21%，消费者更关注实际应用和功能展示，安全评测和安装教程分别占17%和14%。

## 2025年中国智能门锁产品使用经验分享渠道分布



2025年中国智能门锁产品使用经验分享渠道分布

## 2025年中国智能门锁社交媒体关注内容类型分布



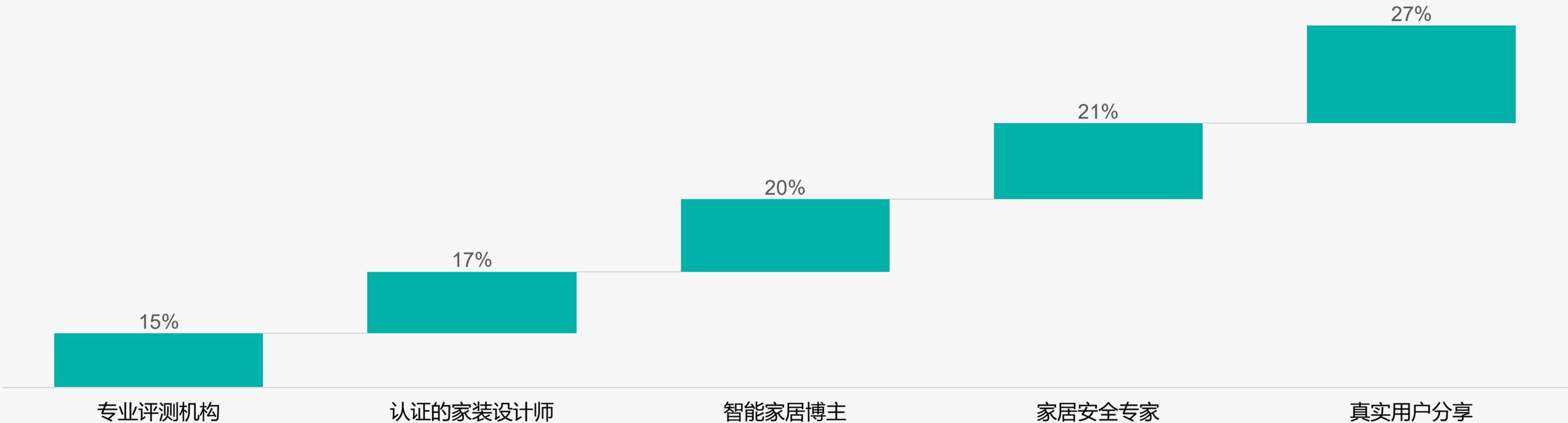
2025年中国智能门锁社交媒体关注内容类型分布

样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 用户分享主导智能门锁信任决策

- ◆调查显示，智能门锁消费者最信任真实用户分享，占比27%，表明个人体验在购买决策中起关键作用，专业角色如家居安全专家占21%影响次之。
- ◆专业评测机构仅占15%，认证家装设计师占17%，说明权威认证影响力有限，消费者更偏好实际使用反馈，智能家居博主占20%反映技术整合关注。

## 2025年中国智能门锁信任的社交媒体内容创作者类型分布

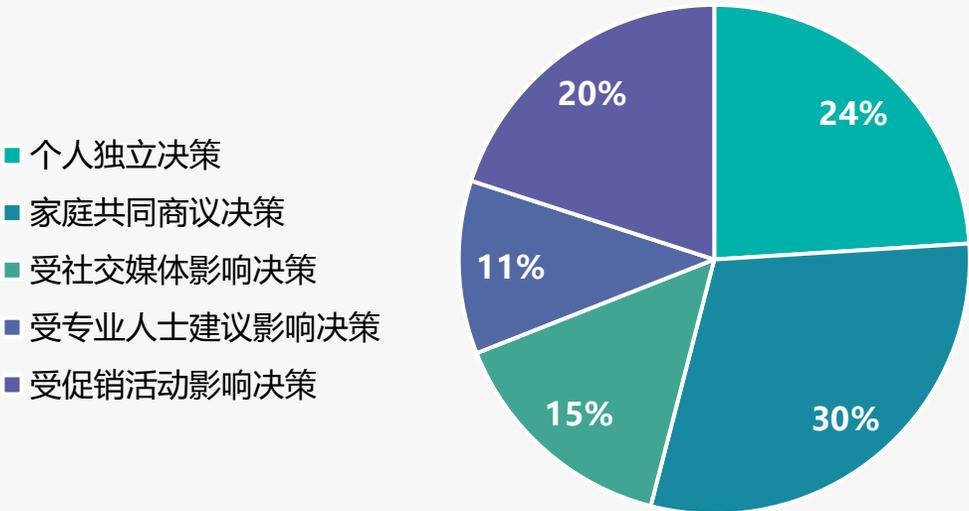


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

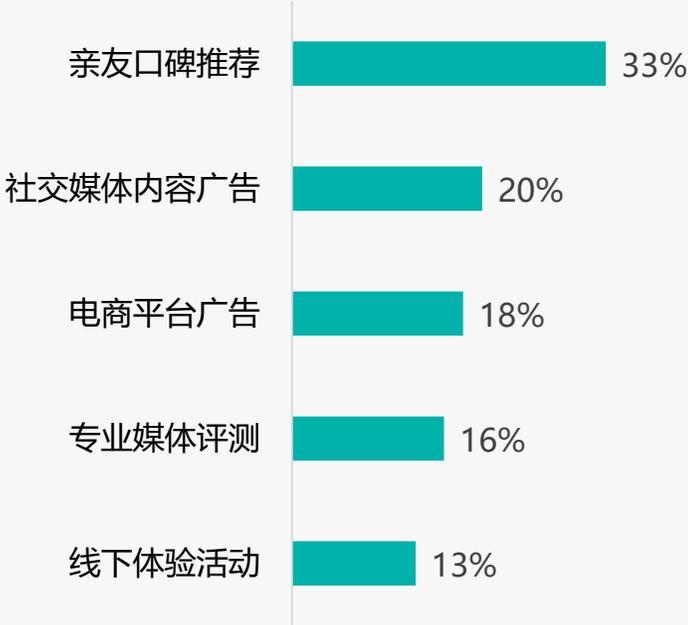
# 口碑主导智能门锁消费信任

- ◆ 亲友口碑推荐以33%的占比主导智能门锁信息获取，凸显信任和社交影响的关键作用，而社交媒体和电商广告分别占20%和18%，数字营销效果有限。
- ◆ 线下体验活动仅占13%，反映实际操作需求未充分满足，专业媒体评测占16%，消费者参考权威意见但信任度不及亲友推荐，口碑营销是行业核心驱动。

### 2025年中国智能门锁购买决策影响因素分布



### 2025年中国智能门锁广告信息接受偏好分布

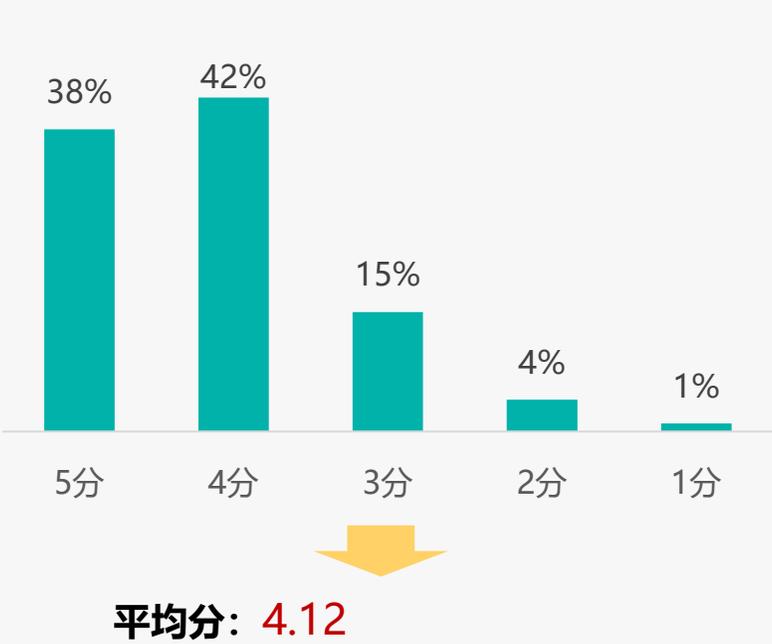


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

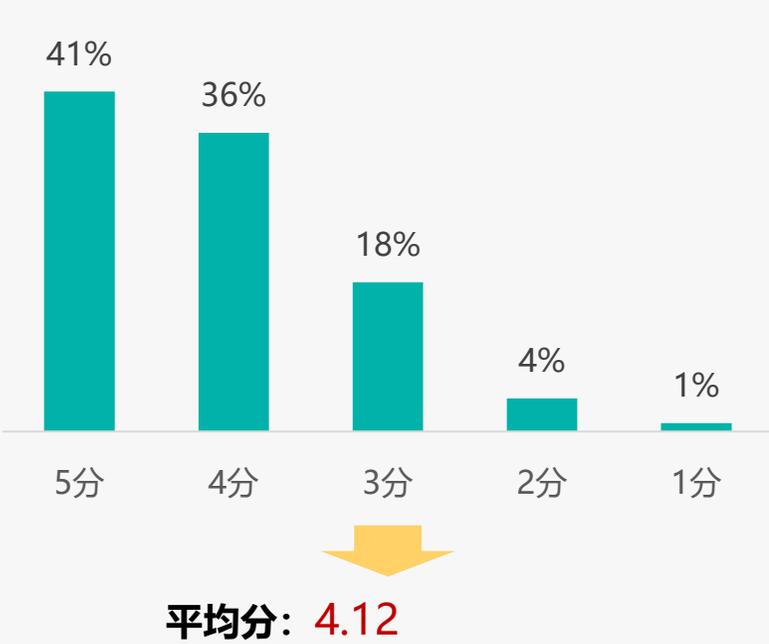
# 安装服务最优 售后需改进

- ◆线上购买流程满意度高，5分和4分占比合计80%；安装服务表现更优，5分占比41%高于线上购买的38%。
- ◆售后服务满意度相对较低，5分和4分合计70%，且3分占比22%较高，提示售后环节需重点改进。

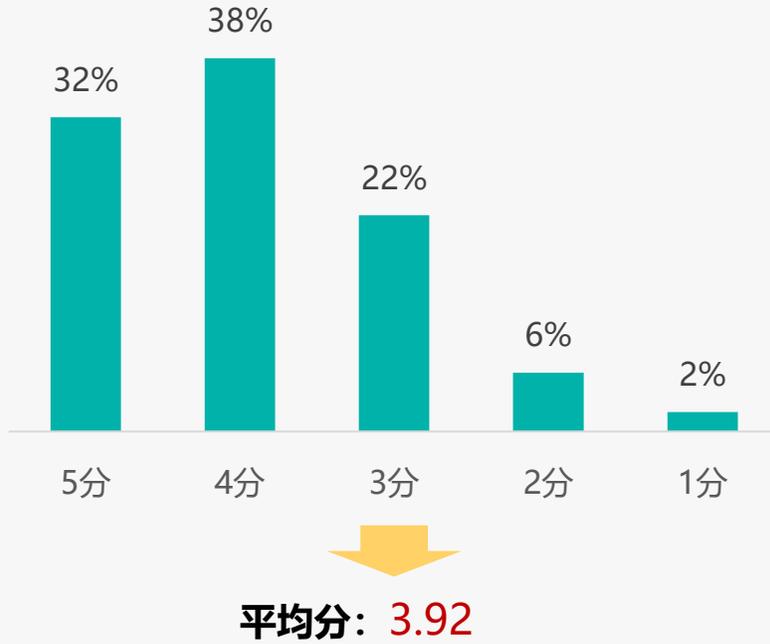
### 2025年中国智能门锁线上购买流程满意度分布



### 2025年中国智能门锁安装服务满意度分布



### 2025年中国智能门锁售后服务满意度分布

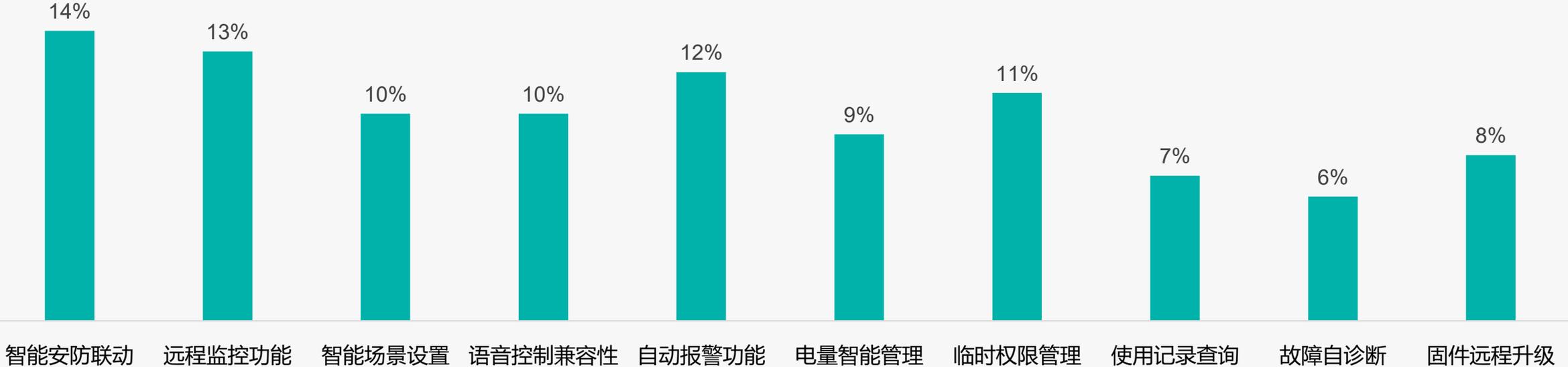


样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能门锁安全功能主导消费关注

- ◆智能服务体验关注点分布显示，智能安防联动14%、远程监控13%、自动报警12%等安全相关功能占比最高，合计达39%，表明消费者对安全性需求突出。
- ◆智能场景设置和语音控制兼容性各占10%，而使用记录查询7%、故障自诊断6%等辅助功能关注度较低，反映用户更重视核心安全与便利性。

## 2025年中国智能门锁智能服务体验关注点分布



样本：智能门锁行业市场调研样本量N=1417，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**