

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月牙贴美白市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Tooth Whitening Strips 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：女性年轻中等收入群体主导牙贴消费



女性消费者占比62%，显著高于男性，表明产品更受女性青睐。



26-35岁群体占比43%，是核心消费人群，注重形象和社交需求。



5-8万元收入者占比34%，为最高，说明中等收入群体是主要市场。

启示

✓ 聚焦女性年轻中等收入群体

品牌应针对26-35岁女性，开发符合其形象和社交需求的产品，强化营销策略。

✓ 优化产品定位和定价策略

基于中等收入群体偏好，设计性价比高的产品，避免过高定价，提升市场渗透率。

核心发现2：牙贴消费以周期性为主，细分市场潜力待挖掘



每季度使用1-2次的消费者占比32%，为最高，表明多数用户视牙贴为周期性护理。



14天装（28片）最受欢迎，占比31%，符合周期性使用模式，细分市场如定制化仅占3%。



首次尝试仅占7%，说明市场渗透仍有提升空间，可能受价格、效果或便利性影响。

启示

✓ 强化周期性使用场景营销

品牌可推广14天装等周期性产品，结合季节或特殊场合需求，增强用户粘性。

✓ 探索细分市场创新机会

针对定制化、儿童等细分需求开发产品，挖掘潜在市场，提升差异化竞争力。

核心发现3：线上渠道主导牙贴消费，社交口碑是关键驱动力



消费者了解产品主要通过线上渠道，电商平台占32%，社交媒体占28%，合计60%。



购买渠道高度集中于电商平台，淘宝/天猫占35%，京东占22%，拼多多占13%，合计70%。



社交媒体广告偏好占38%，亲友推荐占28%，显示数字营销和个人信任度的重要性。

启示

✓ 深化线上渠道布局

品牌应加强在淘宝、京东等电商平台的销售和营销，利用社交媒体扩大影响力。

✓ 利用社交口碑增强信任

通过真实用户分享和专家推荐，提升品牌可信度，驱动购买决策，减少外部依赖。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性中端市场，线上渠道主导，效果价格驱动



1、产品端

- ✓ 强化美白效果与温和性，满足核心需求
- ✓ 优化50-120元价格带产品，提升性价比



2、营销端

- ✓ 利用社交平台和口碑推荐，增强信任度
- ✓ 突出真实用户体验和专家推荐内容



3、服务端

- ✓ 提升客服响应速度和问题解决能力
- ✓ 优化智能客服和个性化推荐服务

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** 牙贴美白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牙贴美白品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对牙贴美白的购买行为;
- 牙贴美白市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

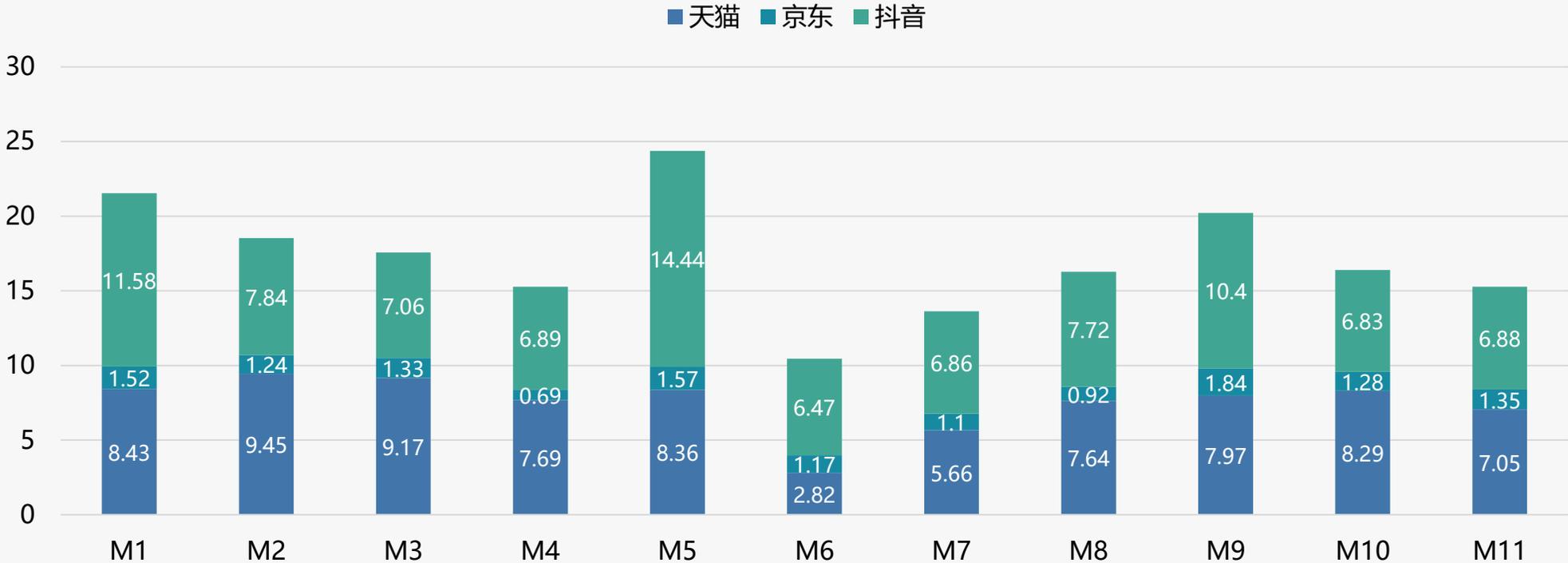
Research Method

- **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, 计算牙贴美白品类销售额、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、不同平台牙贴美白品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导牙贴美白 渠道分化波动显著

- ◆从渠道结构看，抖音成为牙贴美白品类主导平台，1-11月销售额达9.1亿元，占比超50%；天猫销售额7.4亿元居次，京东仅1.4亿元。抖音在M5、M9分别达1.44亿、1.04亿峰值，显示其内容营销驱动爆发式增长能力，建议品牌加大抖音渠道资源投入以提升市场份额。
- ◆月度销售波动分析显示，品类存在明显季节性特征。M5销售额达2.44亿元为年度峰值，契合五一消费旺季；M6骤降至1.05亿元，反映促销后回调。整体呈W型波动，建议企业建立动态库存管理系统，在M3、M8等低谷期控制采购，高峰前备货以优化周转率。平台增长差异显著，抖音同比增长强劲；天猫相对稳定，月度维持在560万-940万元区间；京东份额持续萎缩，M4仅68.8万元达年度低点。表明渠道分化加剧，需差异化运营策略，京东渠道可考虑收缩或转型高端定

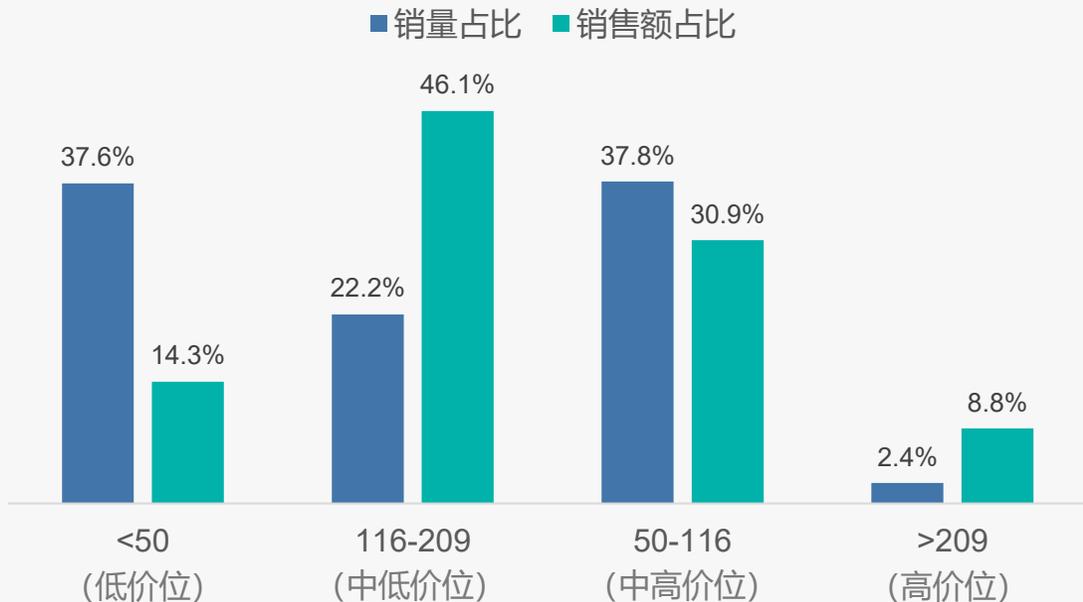
2025年1月~11月牙贴美白品类线上销售规模（百万元）



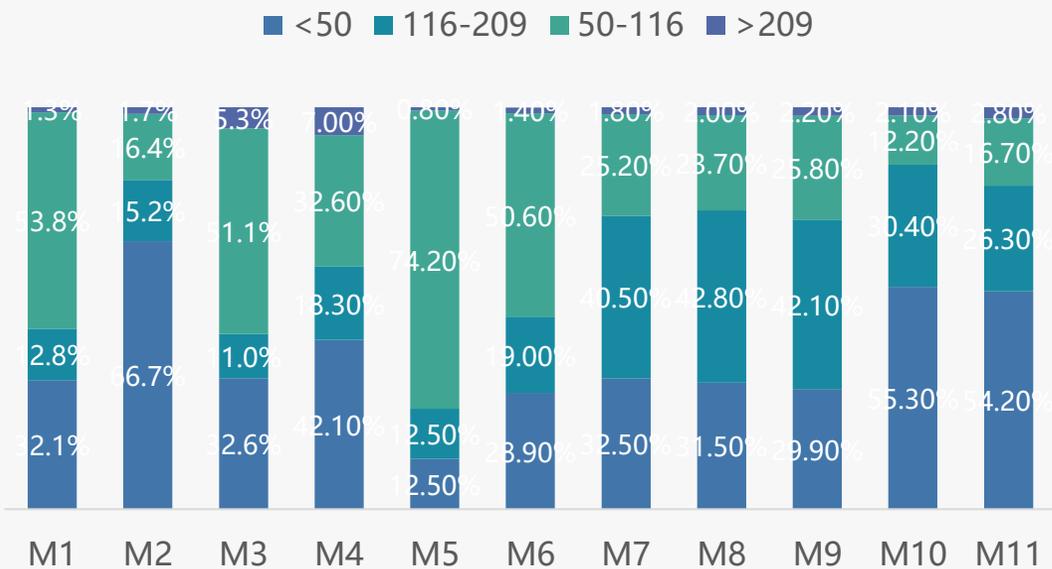
中端产品驱动利润 季节性波动需策略调整

- ◆从价格区间销售趋势看，116-209元区间贡献了46.1%的销售额，成为核心利润区，而<50元区间虽销量占比37.6%，但销售额仅占14.3%，表明低价产品虽走量但利润贡献有限。高价位(>209元)销量占比仅2.4%，但销售额占比8.8%，显示其高单价特性，但市场渗透不足。建议企业优化产品组合，强化中高端产品推广以提升整体毛利率。
- ◆月度销量分布显示明显季节性波动：M7-M9月116-209元区间销量占比显著提升至40%以上，而M10-M11月<50元区间占比超50%，反映消费者在夏季更倾向购买中高端美白产品，冬季则偏好低价尝试。这种周期性变化提示企业需制定差异化营销策略，如夏季主推功效型产品，冬季侧重促销引流，以提升全年销

2025年1月~11月牙贴美白线上不同价格区间销售趋势



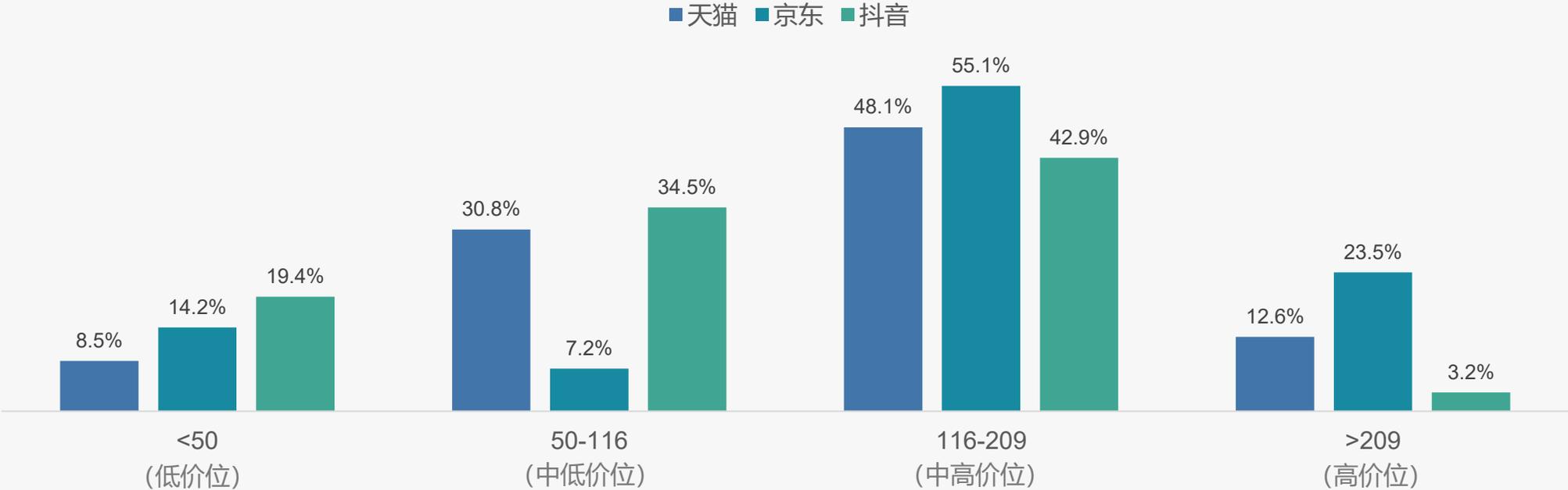
牙贴美白线上价格区间-销量分布



牙贴市场 中高端主导 平台差异化显著

- ◆从价格区间分布看，116-209元区间是各平台核心价位段，天猫占比48.1%，京东55.1%，抖音42.9%，显示中高端产品市场接受度高。平台差异化明显：京东在>209元高端区间占比23.5%最高，天猫12.6%次之，抖音仅3.2%，表明京东高端化策略更成功。抖音在50-116元区间占比34.5%显著高于京东7.2%，显示其在中低端市场更具优势。天猫各区间分布相对均衡。
- ◆市场结构分析：116-209元区间在三大平台平均占比48.7%，是绝对主力。>209元高端市场京东贡献最大，可能带来更高毛利率。抖音低价位占比合计53.9%，需关注其盈利能力。建议品牌根据平台特性差异化定价以优化ROI。

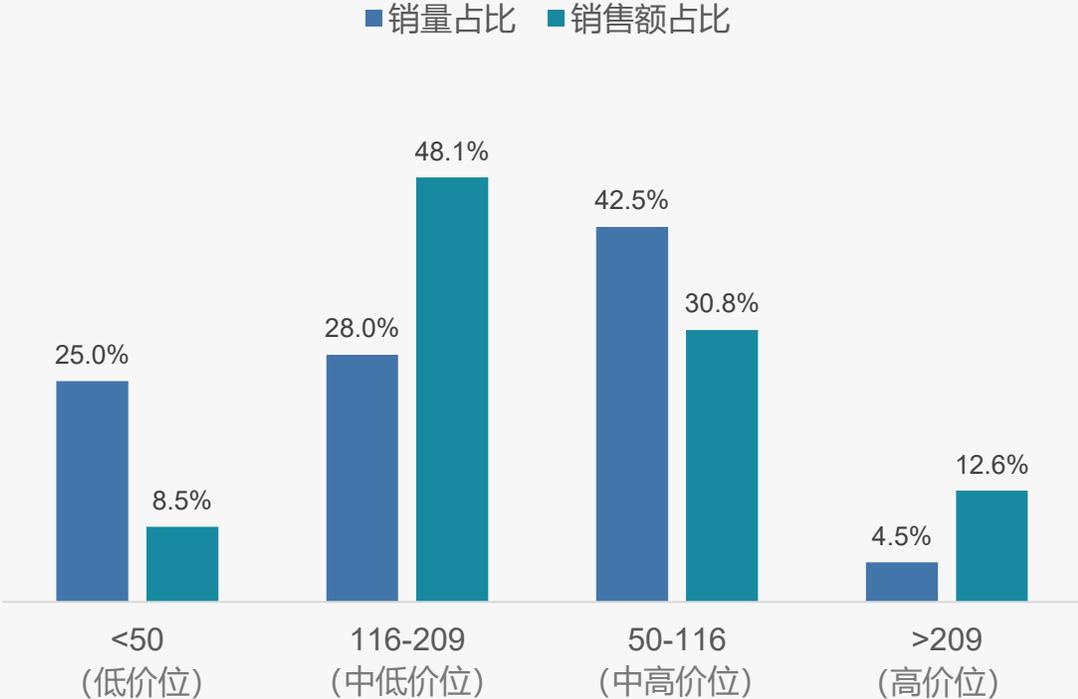
2025年1月~11月各平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



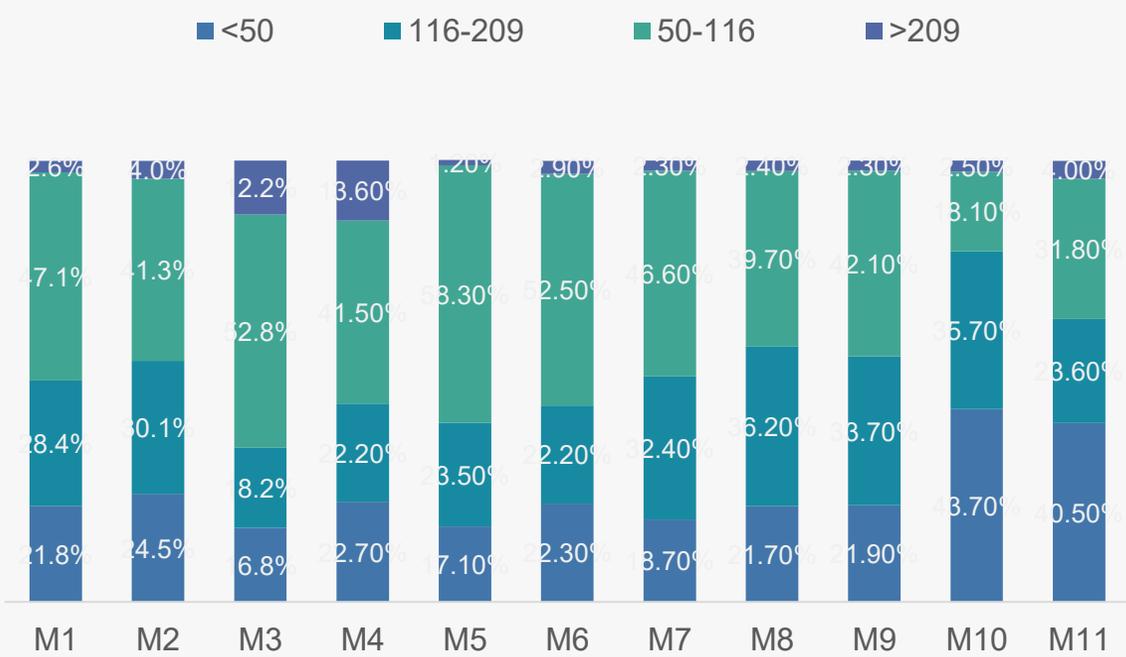
高端产品利润核心 中端竞争激烈 低端冲量明显

- ◆从价格区间结构分析，116-209元区间贡献48.1%销售额但仅占28.0%销量，显示该价位段产品具备高客单价优势，是利润核心区。50-116元区间销量占比42.5%但销售额仅30.8%，表明中端市场竞争激烈且溢价能力有限。低于50元区间销量占比25.0%但销售额仅8.5%，属于流量型低毛利产品。
- ◆从月度销售趋势看，M10-M11月低于50元区间销量占比骤升至40%以上，显示年末促销季低价产品冲量明显。116-209元区间在M7-M9月占比稳定在32%-36%，表明高端产品在夏季需求稳定。整体价格结构呈现中间大两头小的纺锤形，建议优化产品组合提升高端产品渗透率。

2025年1月~11月天猫平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



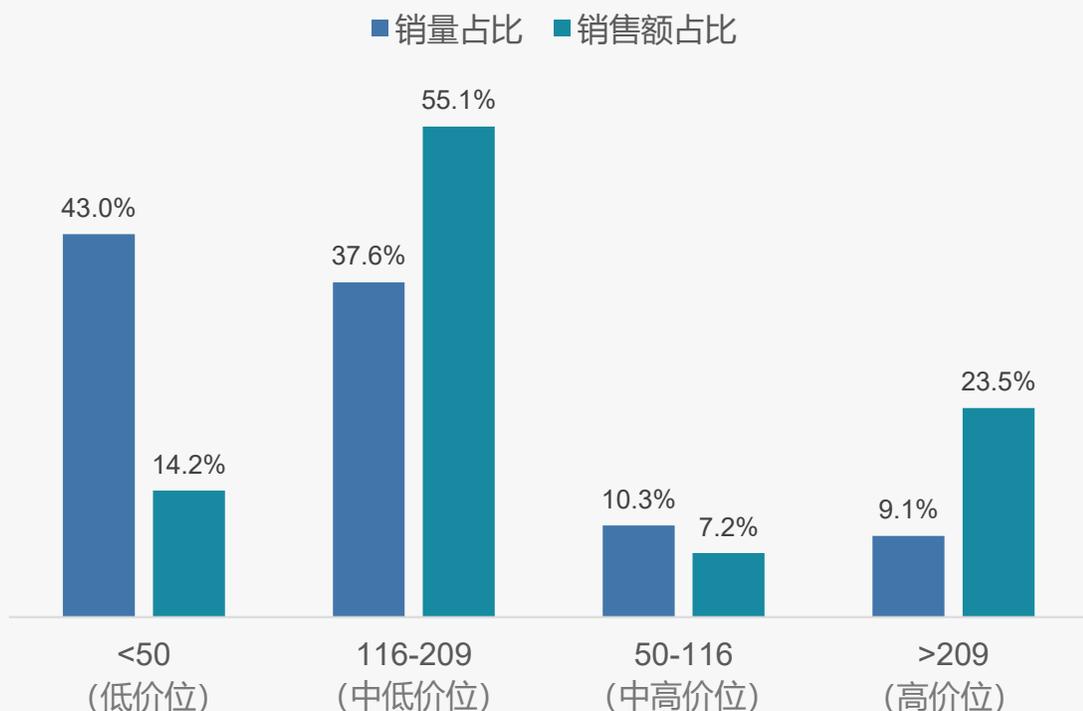
天猫平台牙贴美白价格区间-销量分布



中高端产品驱动牙贴市场盈利增长

- ◆从价格区间销售趋势看，116-209元区间贡献了55.1%的销售额，是核心盈利区间；<50元区间销量占比43.0%但销售额仅占14.2%，显示低价产品销量高但利润贡献有限。>209元高端产品以9.1%销量贡献23.5%销售额，毛利率较高。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以改善整体ROI。
- ◆月度销量分布显示季节性波动明显：M1-M4低价区间（<50元）占比持续上升至57.0%，而M5、M9中高端区间（116-209元）反弹至47%以上，可能与促销活动相关。M7的50-116元区间占比突增至21.4%，显示价格敏感型消费集中释放。需关注促销节奏对价格带结构的影响，避免过度依赖低价冲量。

2025年1月~11月京东平台牙贴美白不同价格区间销售趋势



京东平台牙贴美白价格区间-销量分布

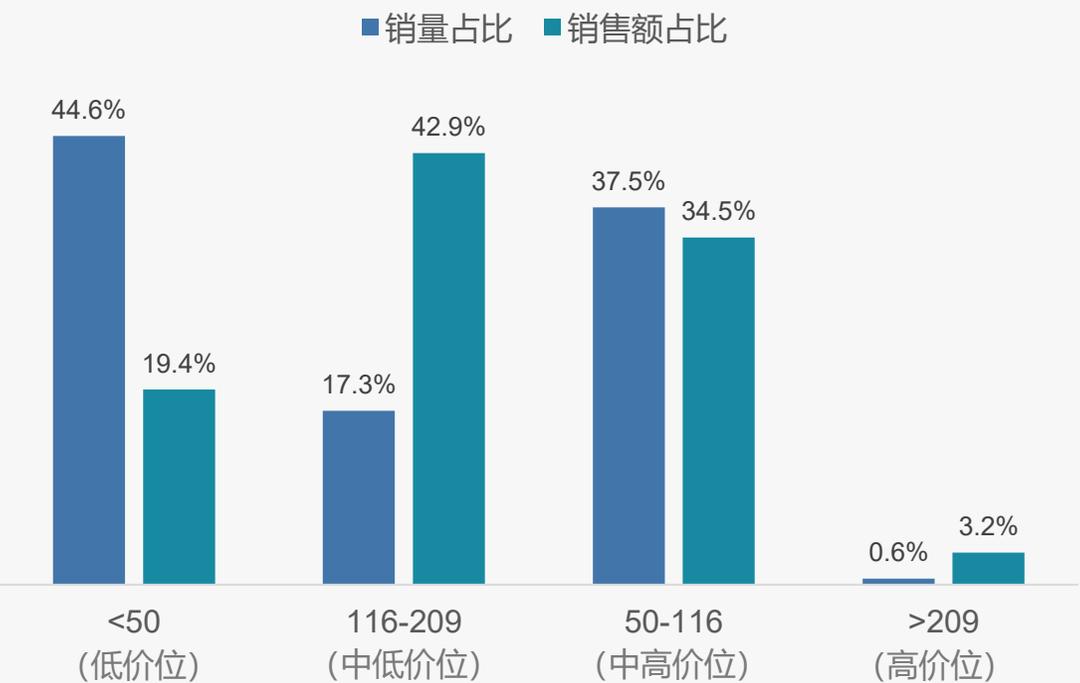


抖音牙贴价格分层 中高端驱动销售效率

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台牙贴美白品类呈现明显的价格分层特征。低价位（<50元）产品贡献44.6%的销量但仅占19.4%的销售额，显示其引流作用但利润贡献有限；中高价位（116-209元）虽销量占比仅17.3%，却贡献42.9%的销售额，表明该区间具有更高的客单价和盈利能力。建议品牌可优化产品组合，通过低价产品引流，重点发展中高端产品提升整体营收。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动和价格策略调整。M1-M3以50-116元区间为主（平均占比56.5%），M7-M9则转向116-209元区间（平均占比49.3%），表明下半年品牌可能通过提价策略提升利润率。M10-M11低价区间占比回升至66%以上，可能与双十一等促销活动有关。这种动态调整反映了品牌对市场节

2025年1月~11月抖音平台牙贴美白不同价格区间销售趋势

抖音平台牙贴美白价格区间-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** 牙贴美白消费行为、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年内购买过牙贴美白的消费者;
- 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

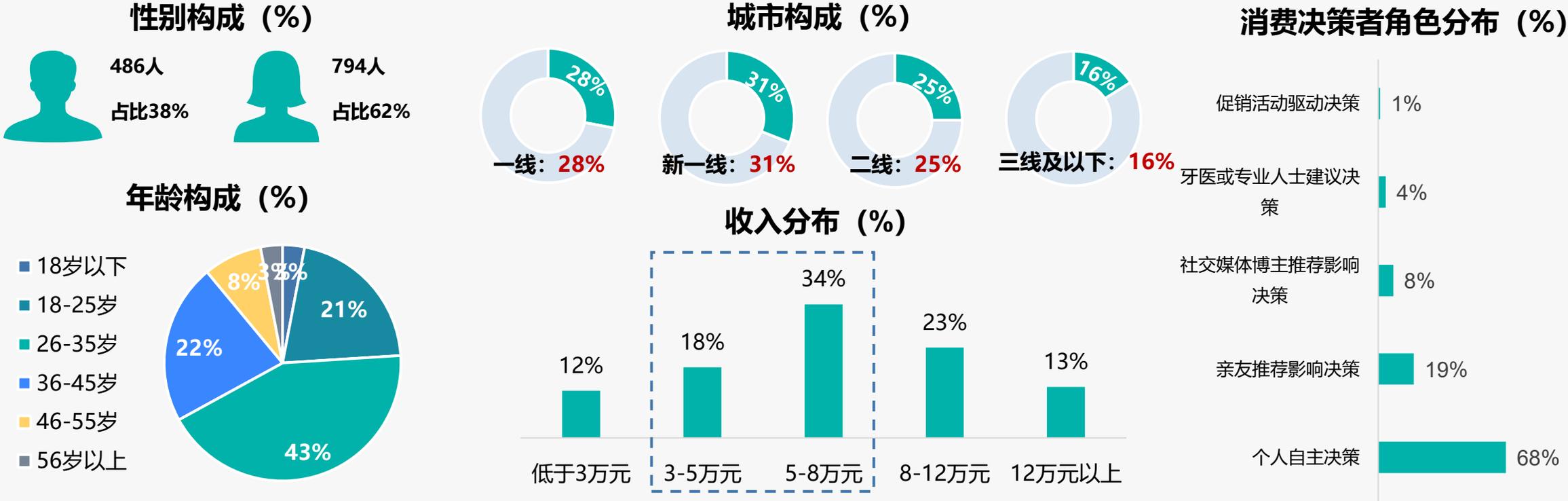
Research Method

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=1280

牙贴美白女性年轻中等收入自主决策主导

- ◆调研显示牙贴美白消费者中女性占62%，26-35岁群体占43%，5-8万元收入者占34%，表明产品主要吸引年轻中等收入女性。
- ◆消费决策以个人自主决策为主占68%，亲友推荐影响决策占19%，社交媒体博主推荐影响决策仅占8%，显示消费者更依赖自身判断。

2025年中国牙贴美白消费者画像

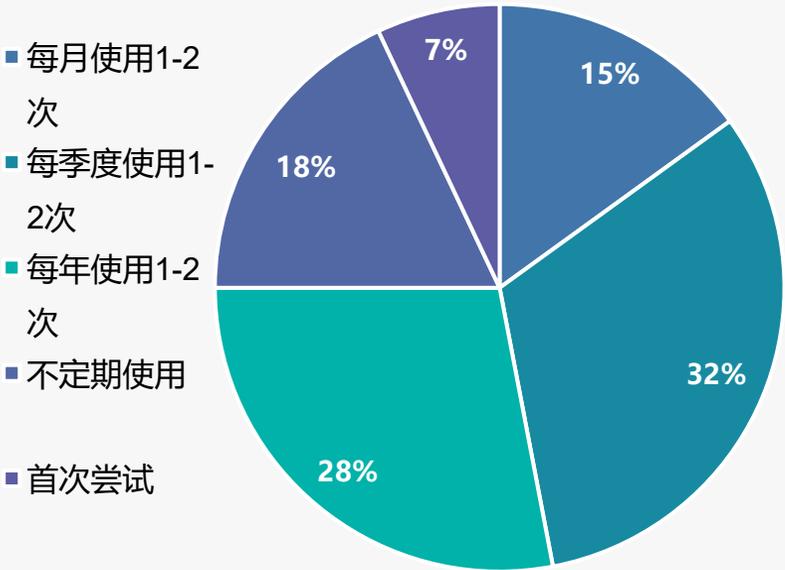


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

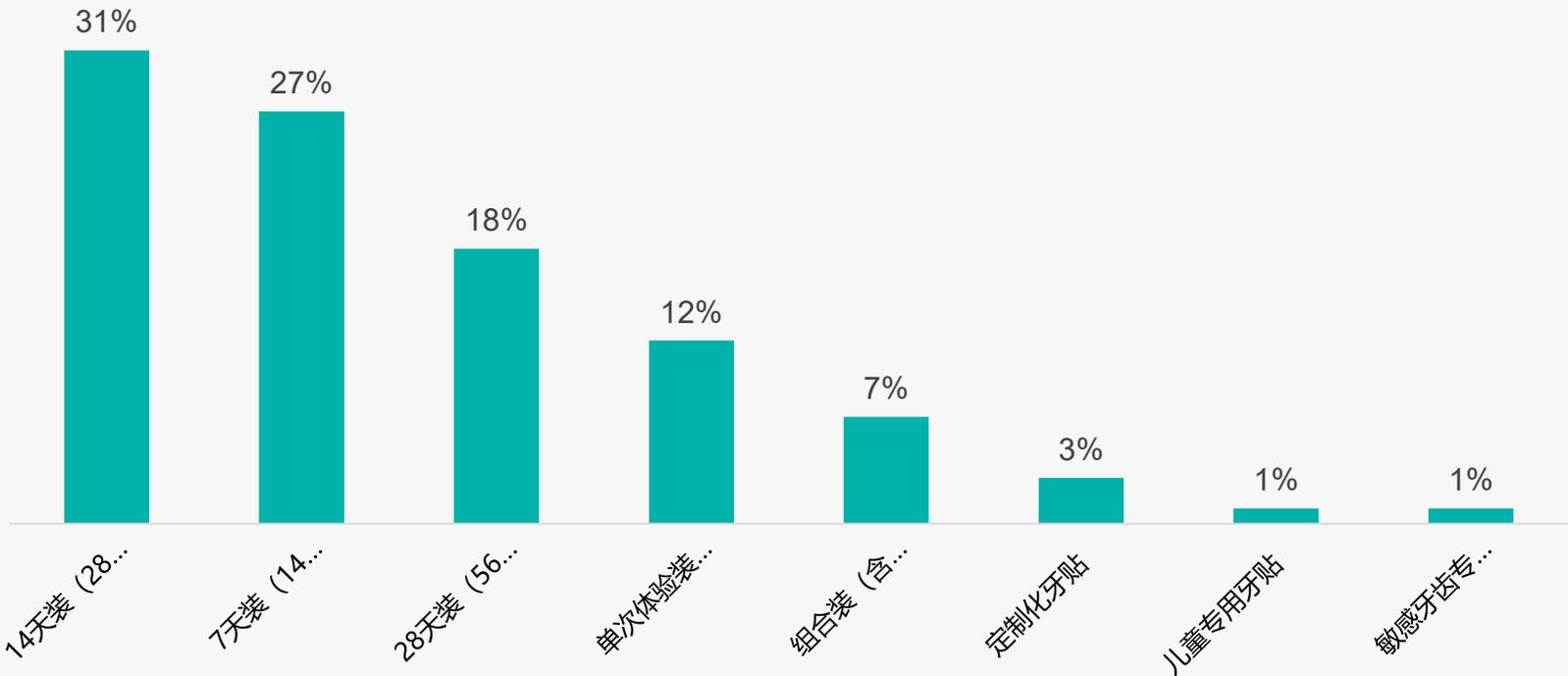
牙贴消费以周期性为主 细分市场潜力待挖掘

- ◆消费频率以每季度使用1-2次为主，占32%，显示多数用户视牙贴为周期性护理，而非日常习惯。
- ◆产品规格中14天装最受欢迎，占31%，符合周期性使用模式，细分市场如定制化牙贴仅占3%，潜力待挖掘。

2025年中国牙贴美白消费频率分布



2025年中国牙贴美白产品规格分布

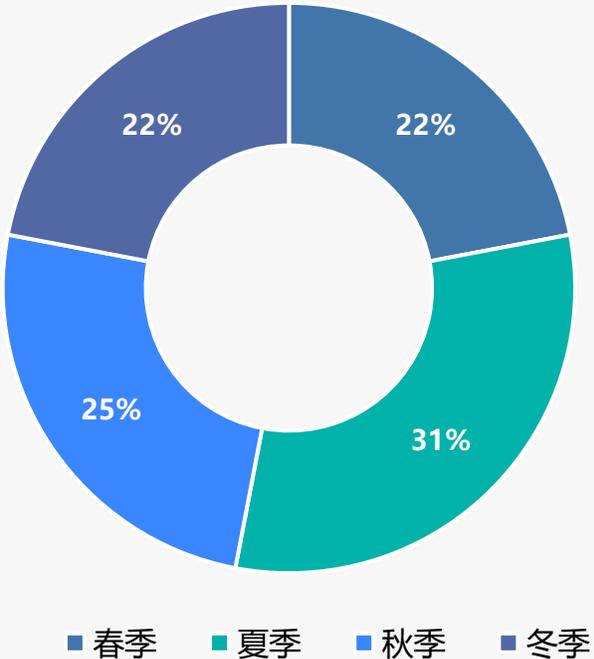


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

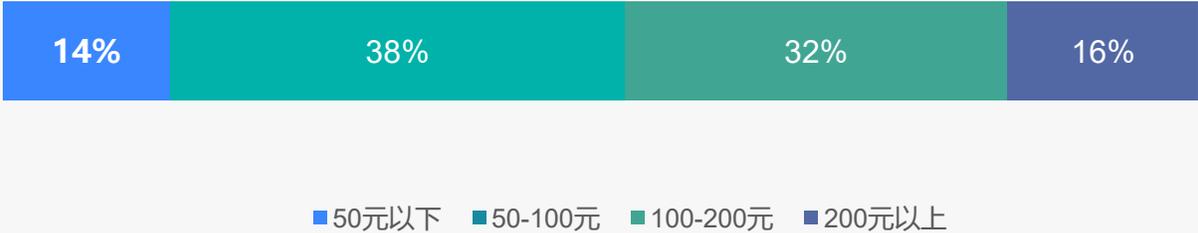
牙贴消费中高端主导夏季需求强

- ◆ 单次消费支出集中在50-100元 (38%) 和100-200元 (32%)，显示中高端市场主导。夏季消费占比最高 (31%)，反映美白需求季节性增强。
- ◆ 包装类型中独立密封包装最受欢迎 (45%)，体现卫生便利性重要。环保可降解包装仅占4%，环保意识在牙贴消费中尚未普及。

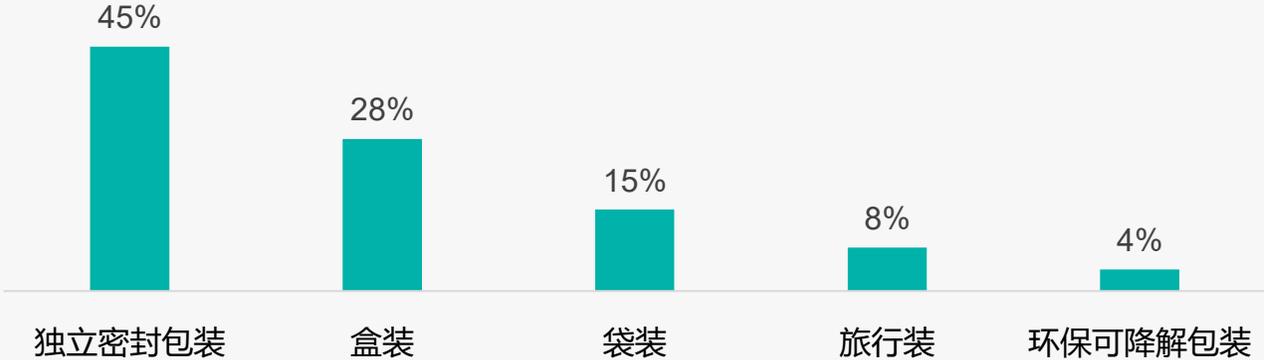
2025年中国牙贴美白消费季节分布



2025年中国牙贴美白单次支出分布



2025年中国牙贴美白包装类型分布

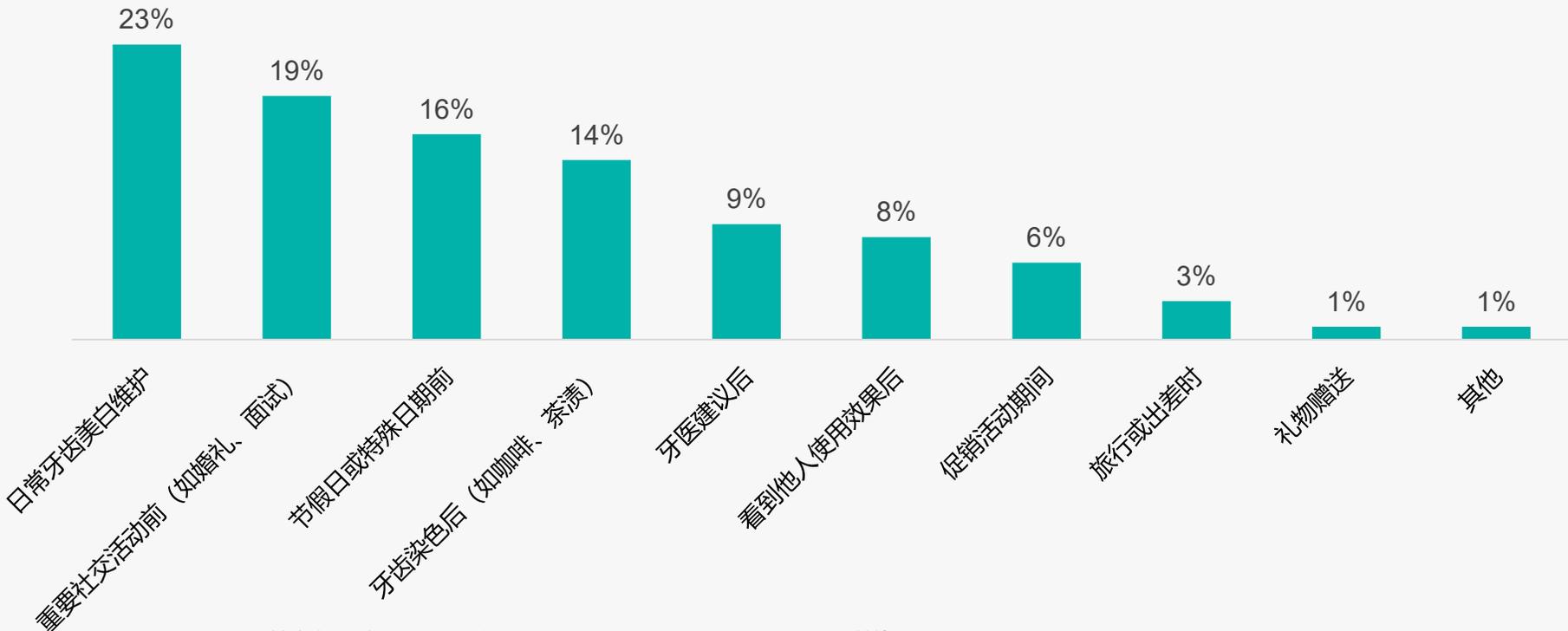


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

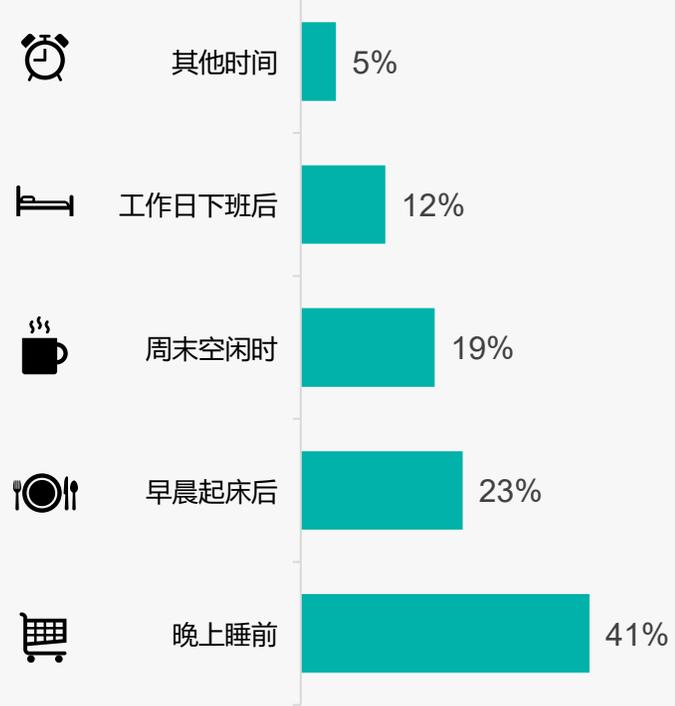
牙贴美白晚间使用为主 社交日常需求并存

- ◆牙贴美白消费场景以日常维护（23%）和社交活动前（19%）为主，显示产品兼具常规护理和特殊场合需求。消费时段中晚上睡前使用占41%，凸显晚间使用的显著偏好。
- ◆数据表明消费者重视牙齿美白在社交和日常中的角色，晚间使用习惯突出，这有助于优化产品推广策略和用户使用指导。

2025年中国牙贴美白消费场景分布



2025年中国牙贴美白消费时段分布

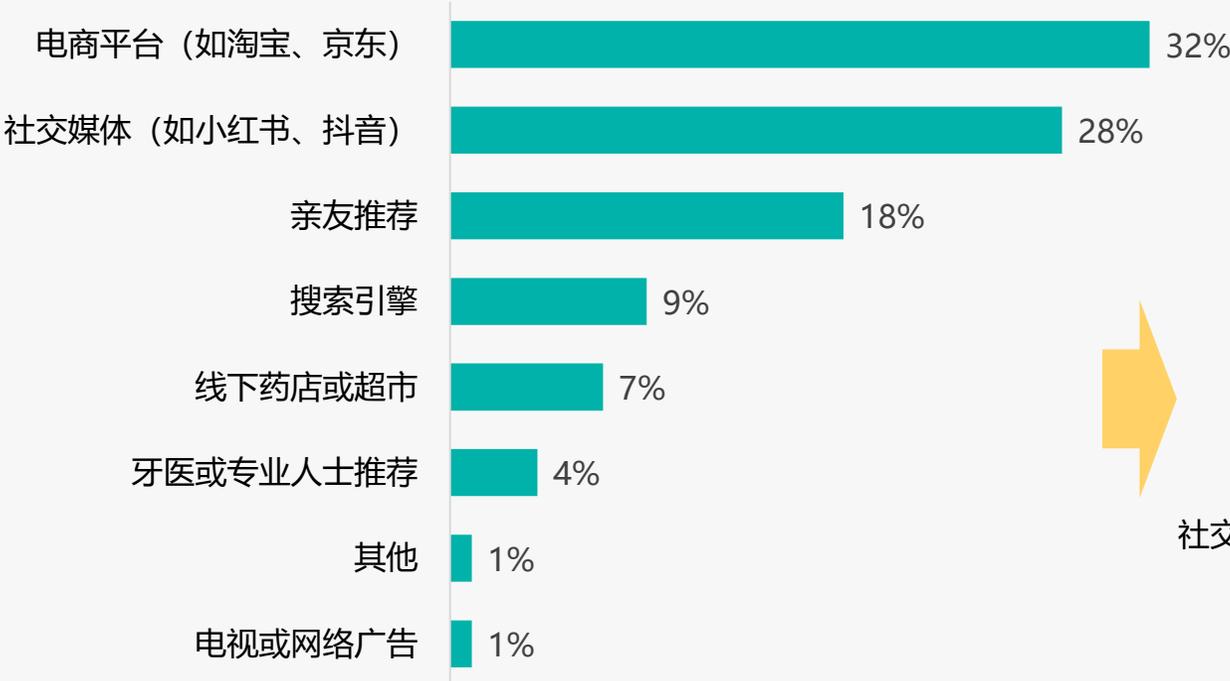


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

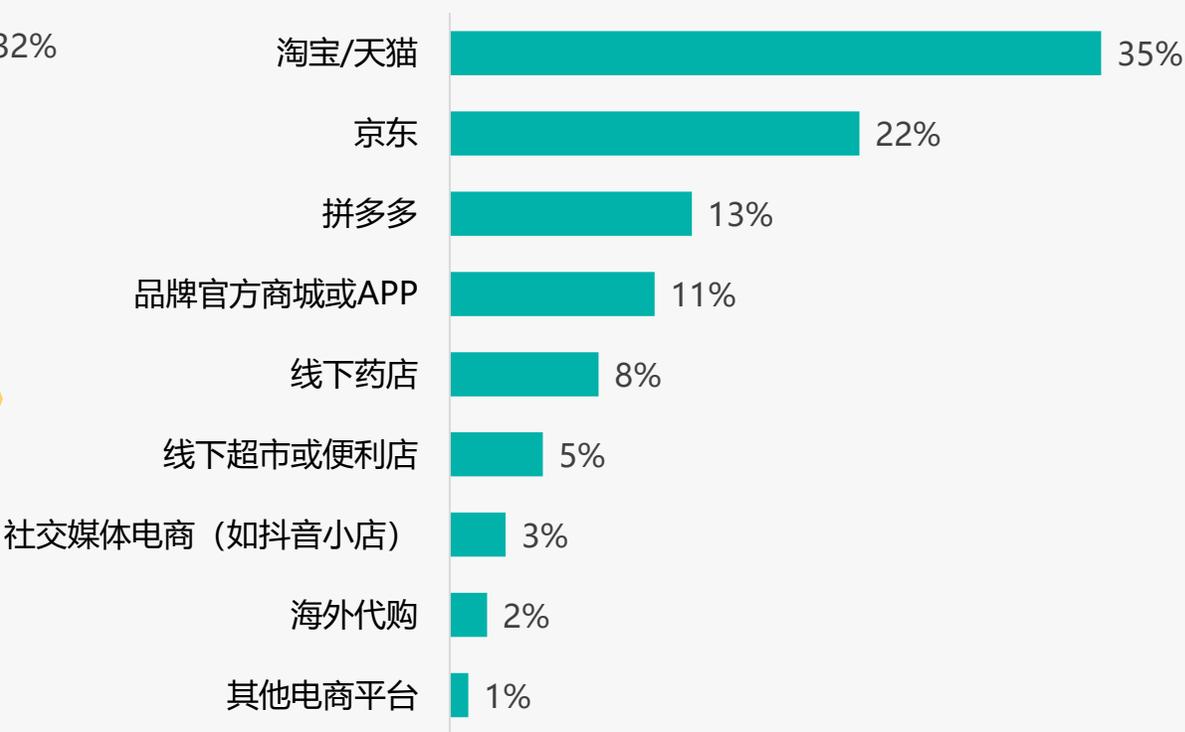
线上渠道主导牙贴美白消费

- ◆消费者了解牙贴美白产品主要通过线上渠道，电商平台占比32%，社交媒体占比28%，亲友推荐占比18%，显示线上信息和口碑传播是关键。
- ◆购买渠道高度集中于电商平台，淘宝/天猫占比35%，京东占比22%，拼多多占比13%，合计70%，凸显线上销售的主导地位。

2025年中国牙贴美白产品了解渠道分布



2025年中国牙贴美白产品购买渠道分布

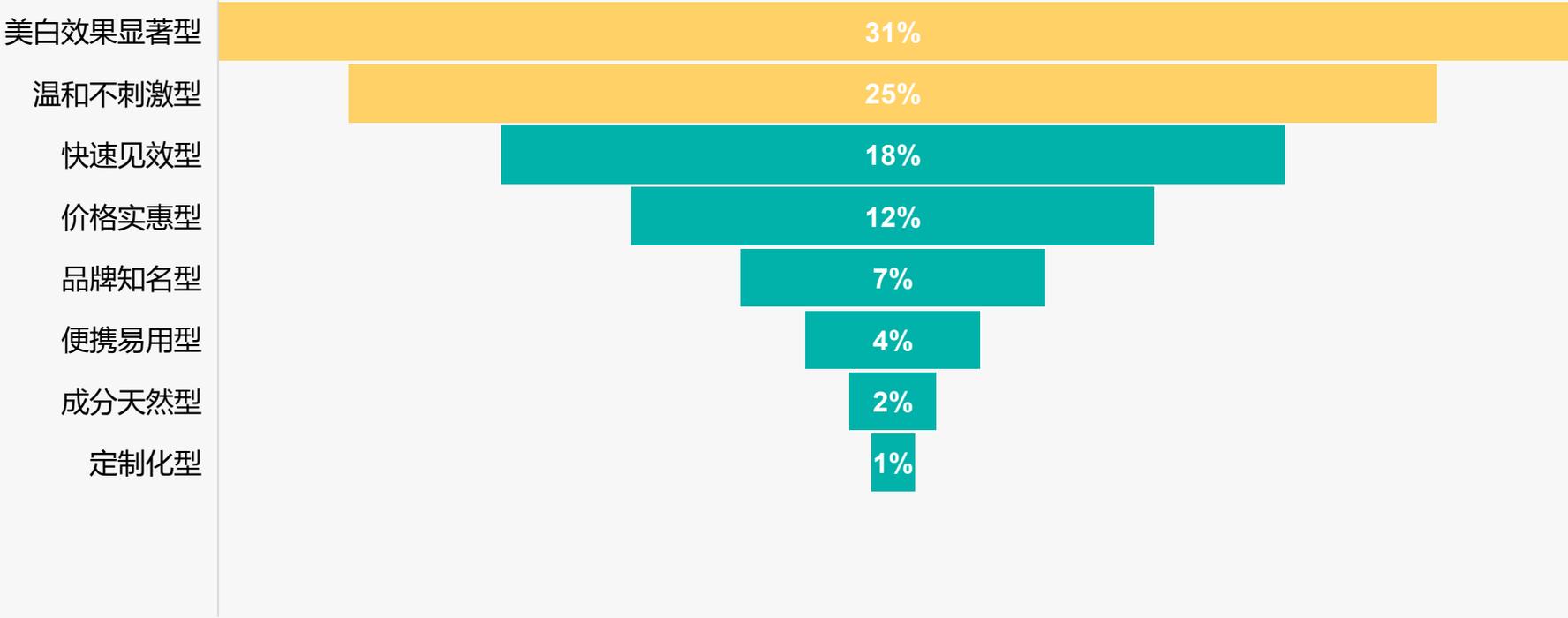


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

美白效果与温和性主导牙贴消费

- ◆牙贴美白消费偏好中，美白效果显著型占31%，温和不刺激型占25%，合计56%，显示高效美白与安全性是核心需求。
- ◆快速见效型18%和价格实惠型12%占比较高，品牌和便利性需求较低，成分天然和定制化占比极小。

2025年中国牙贴美白产品偏好类型分布

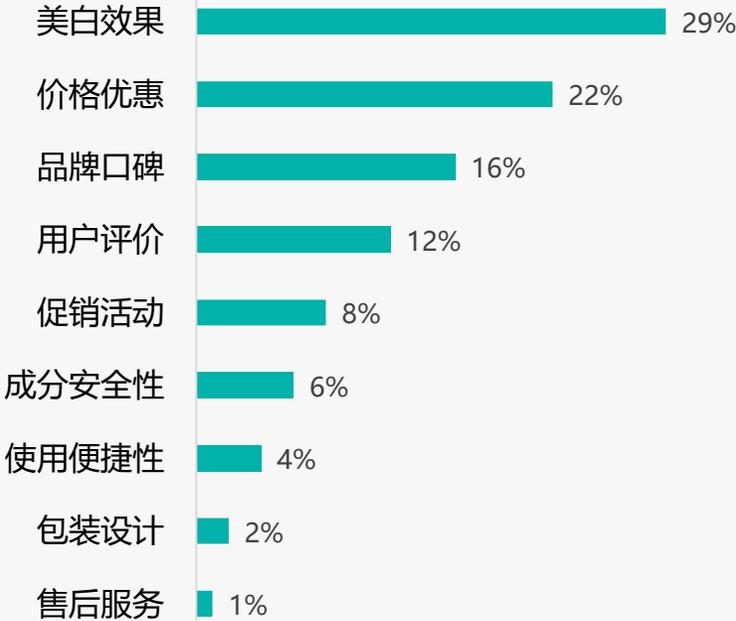


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

美白效果价格优惠驱动牙贴消费

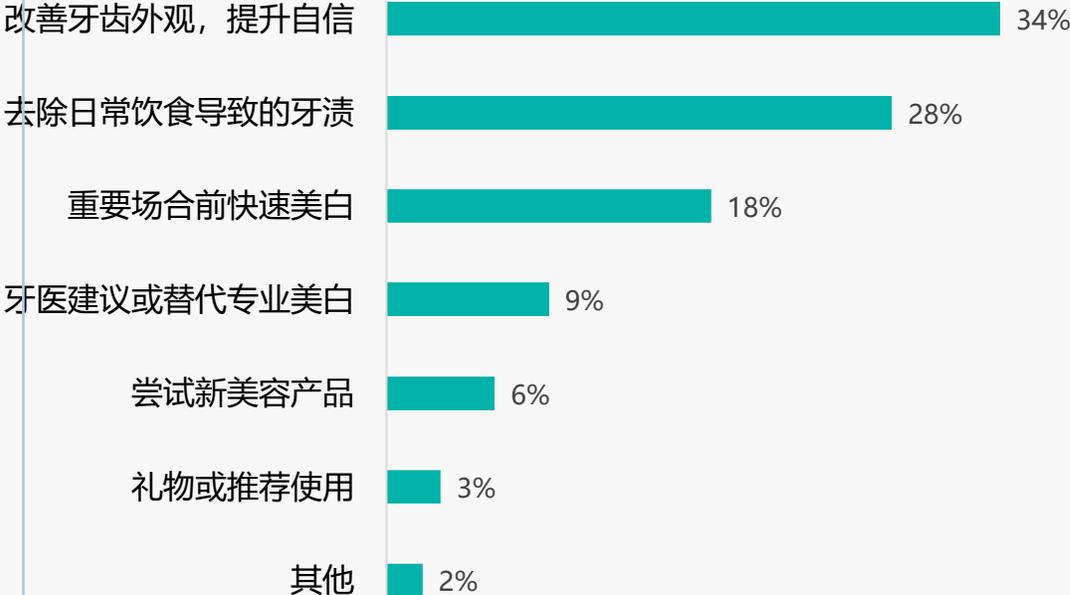
- ◆牙贴美白消费中，美白效果（29%）和价格优惠（22%）是关键购买因素，品牌口碑（16%）和用户评价（12%）也影响决策。
- ◆消费主要原因为改善外观、提升自信（34%）和去除牙渍（28%），重要场合快速美白（18%）反映即时需求。

2025年中国牙贴美白吸引消费关键因素分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

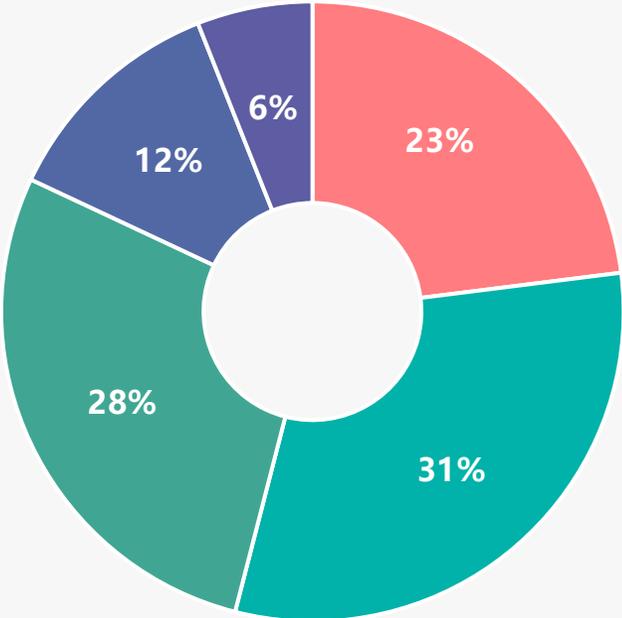
2025年中国牙贴美白消费真实原因分布



牙贴美白推荐意愿过半 效果不适价格是关键

- ◆牙贴美白产品推荐意愿中，非常愿意和比较愿意的消费者合计占54%，但一般及以下意愿的占46%，显示市场接受度有待提升。
- ◆不愿推荐的主要原因是效果不明显占32%、使用过程不适占25%和价格偏高占18%，这三点合计占75%，是影响用户推荐的关键因素。

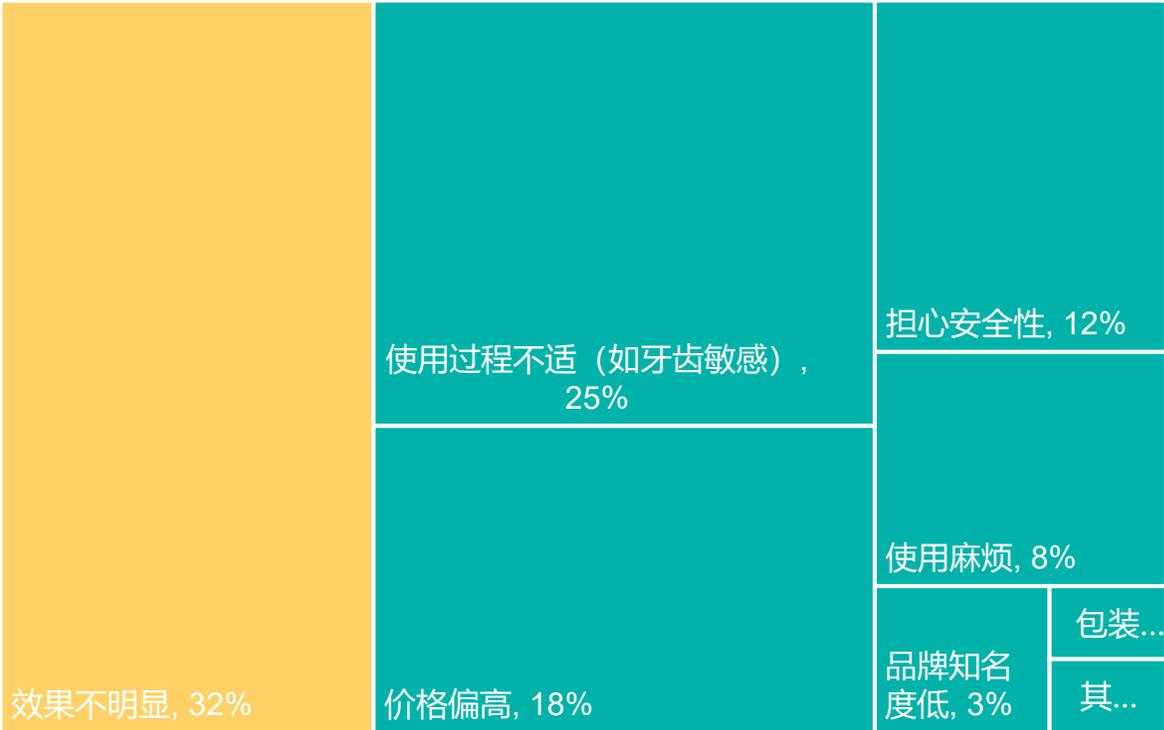
2025年中国牙贴美白推荐意愿分布



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

样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

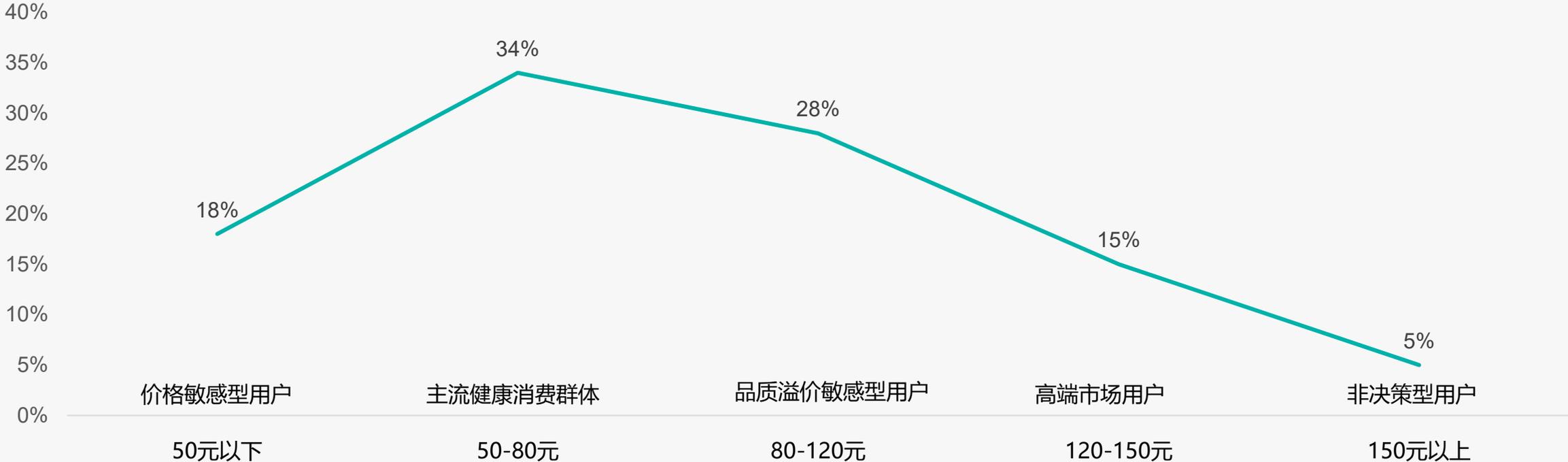
2025年中国牙贴美白不愿推荐原因分布



牙贴美白市场集中中低价位

- ◆调研显示，牙贴美白消费中，50-80元区间价格接受度最高，占34%，80-120元占28%，合计62%，表明市场集中在中低价位。
- ◆高价产品接受度较低，120-150元占15%，150元以上仅5%，而50元以下占18%，提示企业应聚焦50-120元区间优化策略。

2025年中国牙贴美白主流规格价格接受度



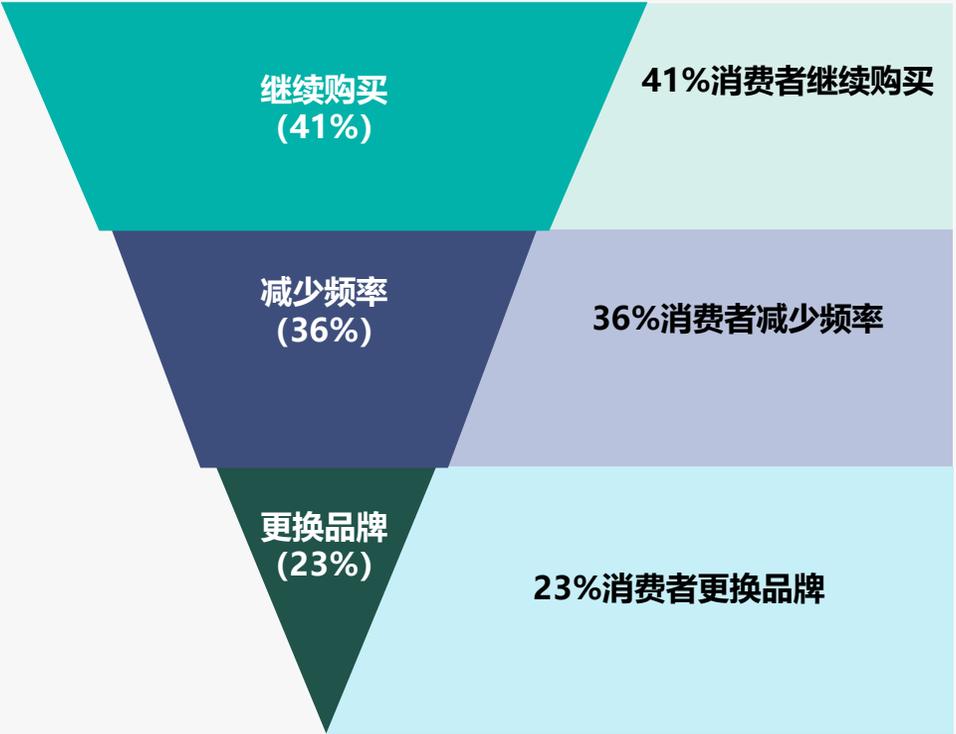
样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以14天装（28片）规格牙贴美白为标准核定价格区间

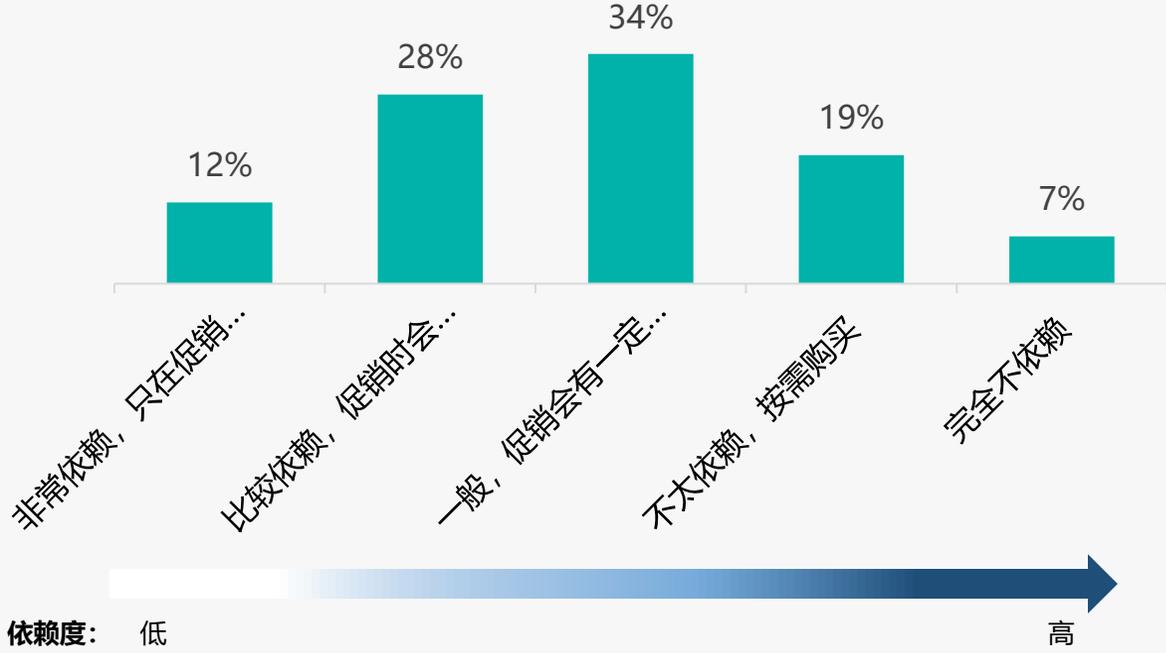
价格敏感度显著 促销依赖度强

- ◆价格上涨10%后，41%消费者继续购买，36%减少频率，23%更换品牌，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度显著。
- ◆促销活动依赖度中，34%消费者认为促销有影响，28%比较依赖，12%非常依赖，总计40%对促销有较强依赖。

2025年中国牙贴美白价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国牙贴美白促销活动依赖程度分布

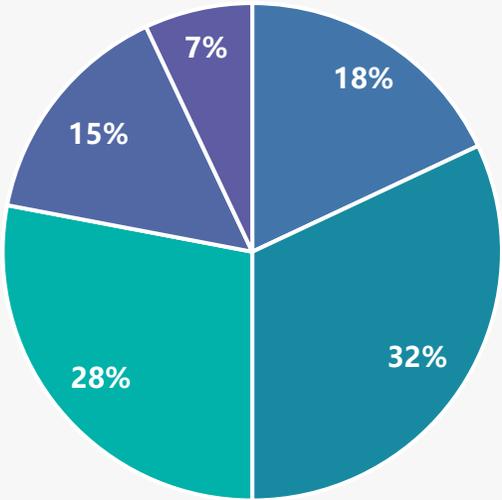


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

复购率待提升 效果价格是关键

- ◆复购率数据显示，70-90%复购率占比最高，达32%，但90%以上复购率仅18%，表明品牌忠诚度有提升空间，需加强用户粘性。
- ◆更换品牌原因中，效果不满意占比最高，为38%，是主要流失因素；价格更优惠占25%，显示价格敏感度较高，影响品牌策略。

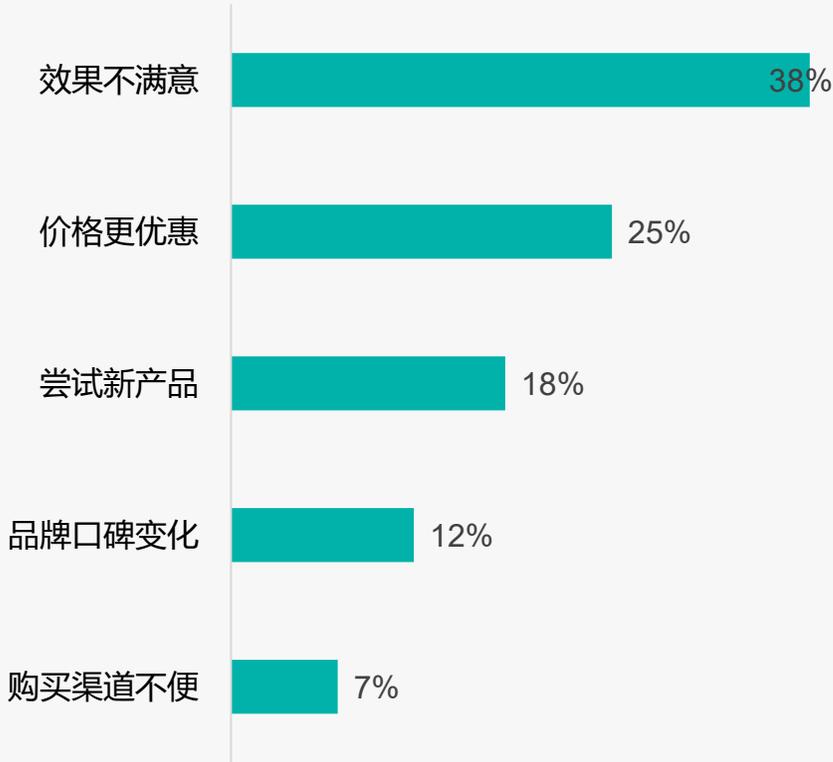
2025年中国牙贴美白固定品牌复购率分布



- 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：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

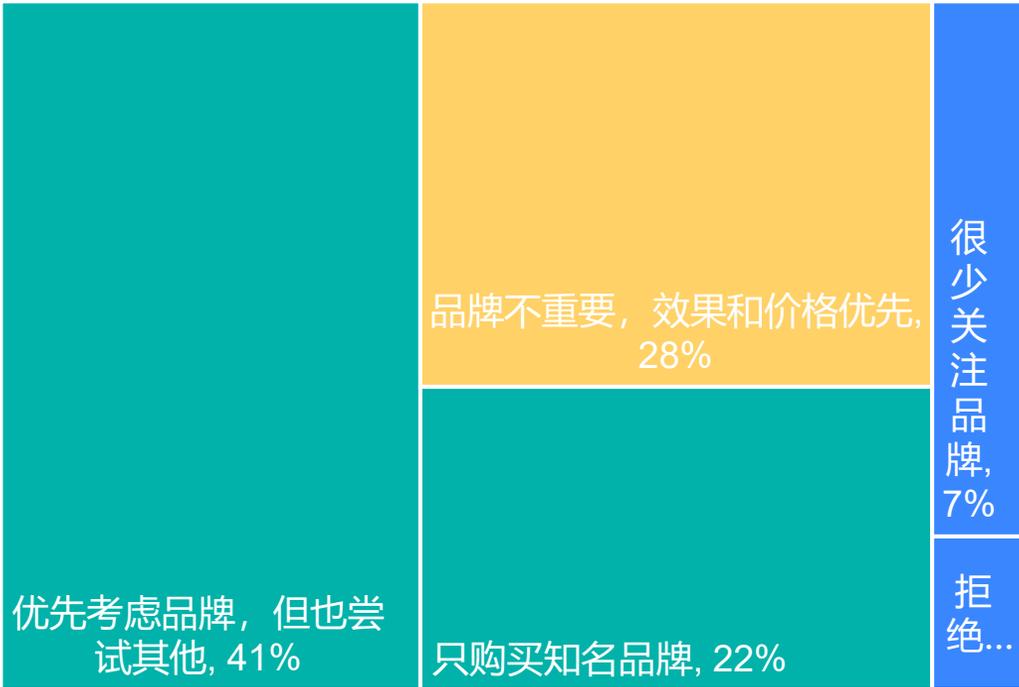
2025年中国牙贴美白更换品牌原因分布



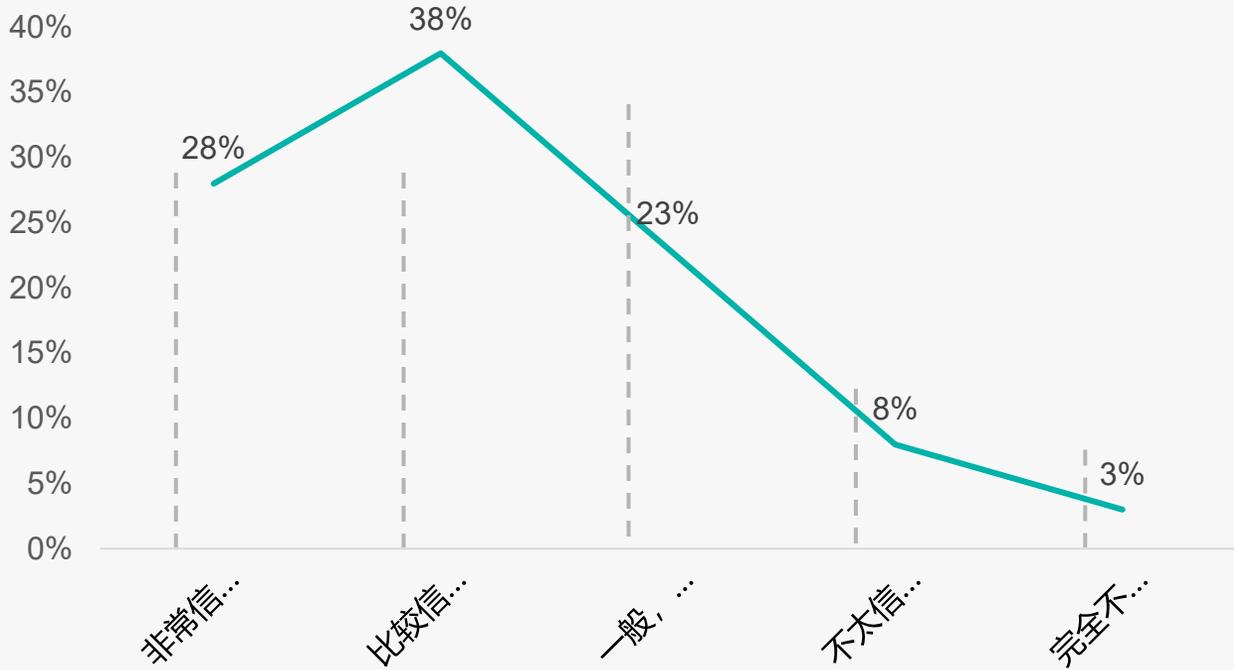
品牌影响力强 实用主义并存 接受度高

- ◆牙贴美白消费者中，41%优先考虑品牌但也尝试其他产品，28%认为品牌不重要而效果价格优先，显示品牌影响力强但实用主义并存。
- ◆对品牌态度上，38%比较信任但会对比其他产品，仅3%完全不信任，表明品牌整体接受度高但信任度存在不确定性。

2025年中国牙贴美白品牌产品消费意愿分布



2025年中国牙贴美白对品牌产品的态度分布

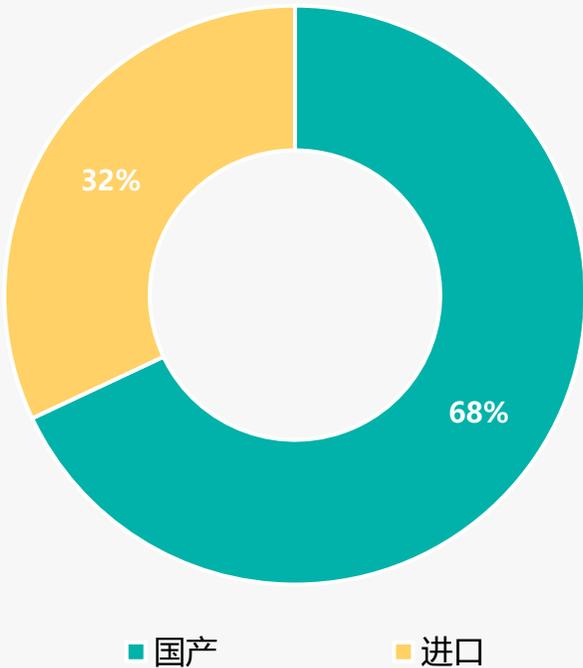


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

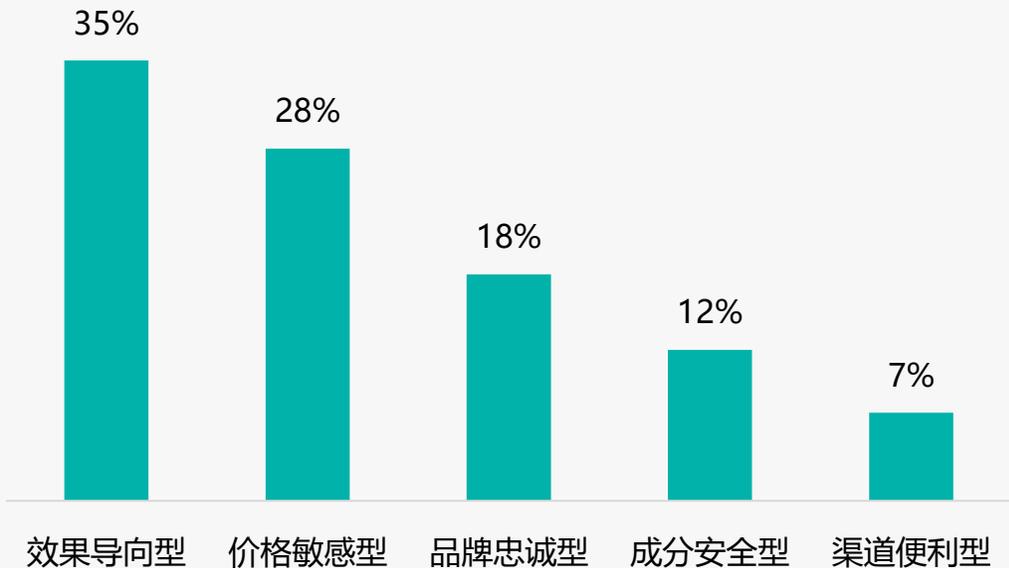
国产品牌主导 效果价格关键

- ◆国产品牌消费占比68%，远超进口品牌的32%，显示本土产品在牙贴美白市场占据主导地位，消费者偏好明显。
- ◆品牌偏好中，效果导向型占比最高为35%，价格敏感型占28%，突出效果和价格是消费决策的关键影响因素。

2025年中国牙贴美白国产与进口品牌消费分布



2025年中国牙贴美白品牌偏好类型分布

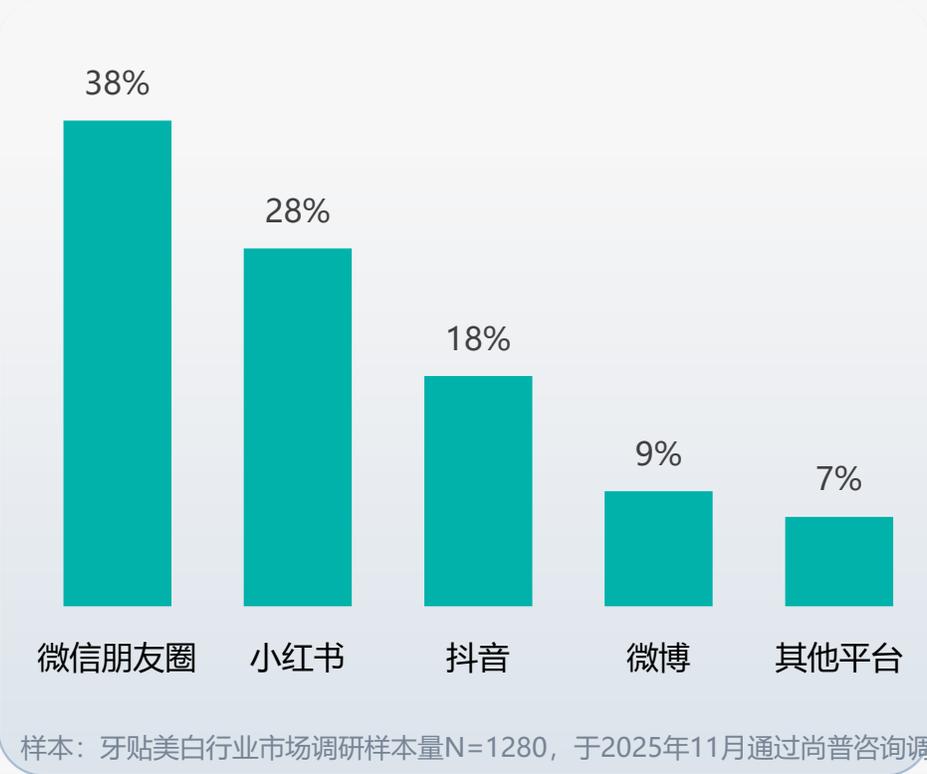


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

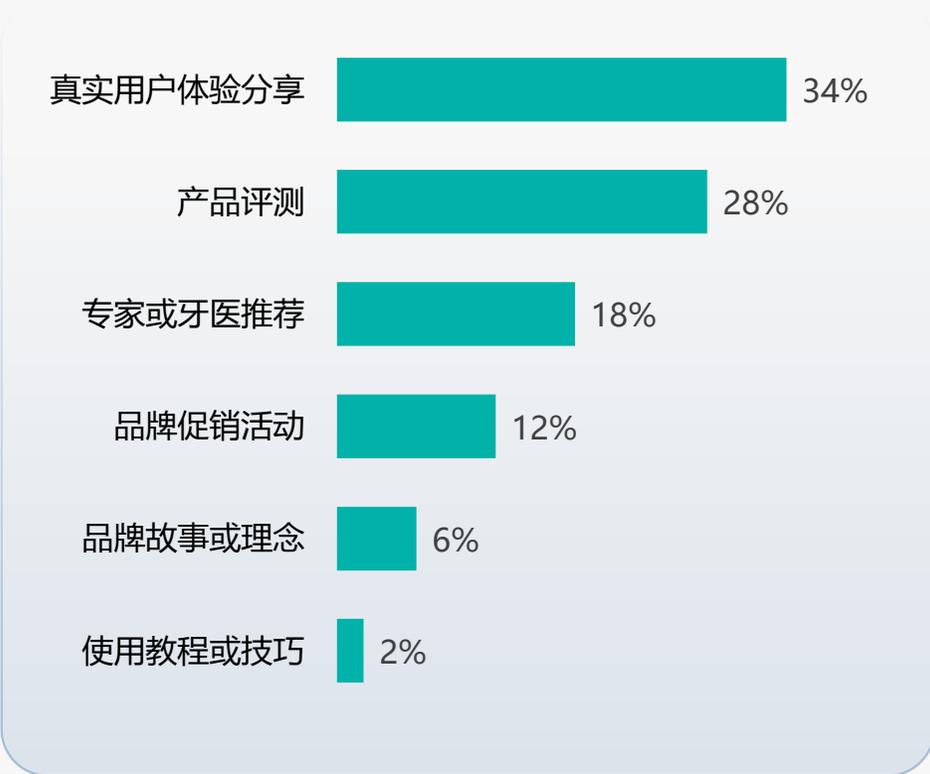
社交分享集中微信小红书 内容偏好真实体验评测

- ◆社交分享渠道以微信朋友圈38%、小红书28%、抖音18%为主，显示消费者偏好集中在这三个平台进行内容传播。
- ◆内容获取类型中，真实用户体验分享34%和产品评测28%占主导，专家推荐18%次之，表明消费者重视真实性和专业意见。

2025年中国牙贴美白社交分享渠道分布



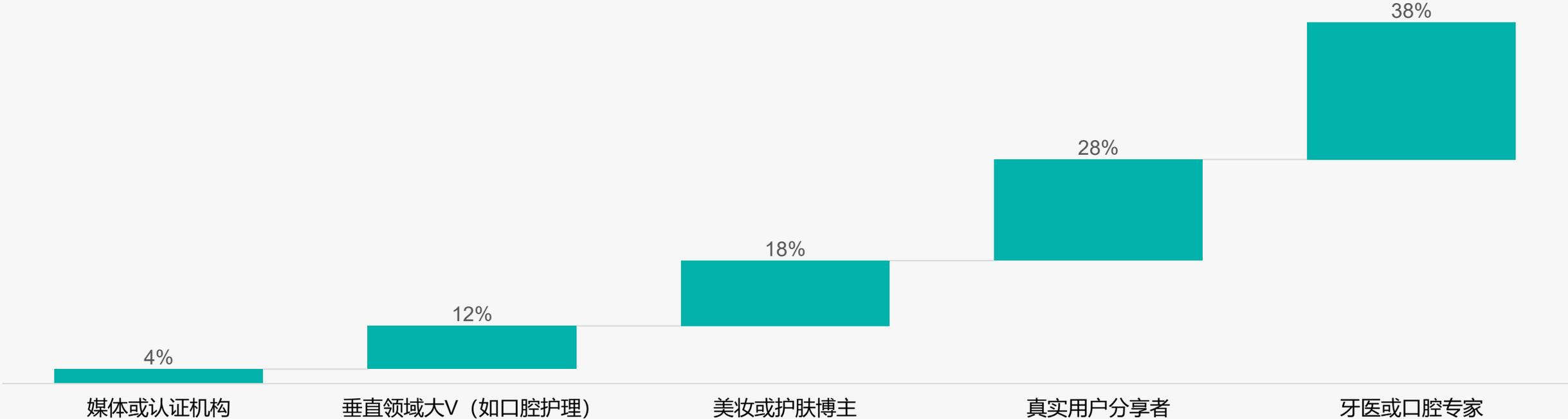
2025年中国牙贴美白社交内容类型分布



牙贴美白信任牙医专家真实用户

- ◆牙贴美白内容获取中，牙医专家以38%信任度最高，真实用户分享者28%次之，显示专业性与口碑是核心驱动力。
- ◆美妆博主占18%，垂直大V和媒体机构分别占12%和4%，表明跨界影响有限，专业内容更受消费者信赖。

2025年中国牙贴美白社交信任博主类型分布

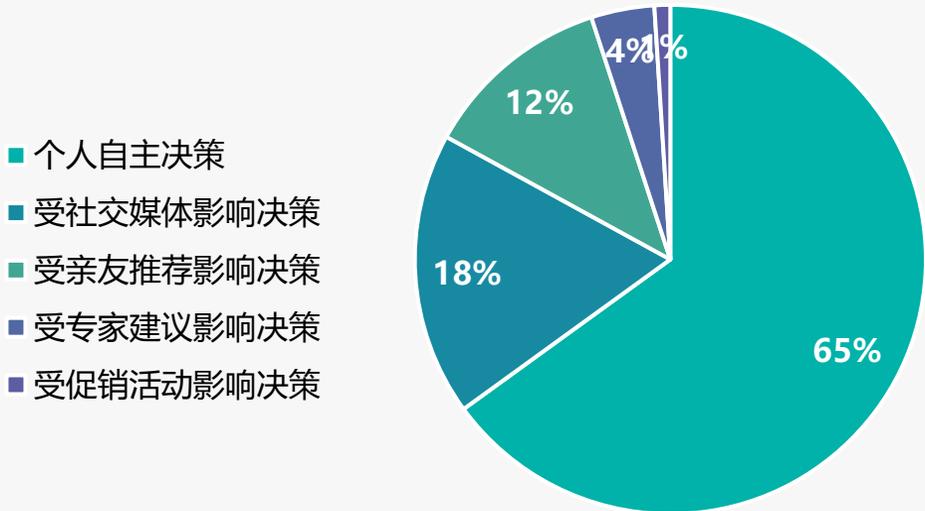


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

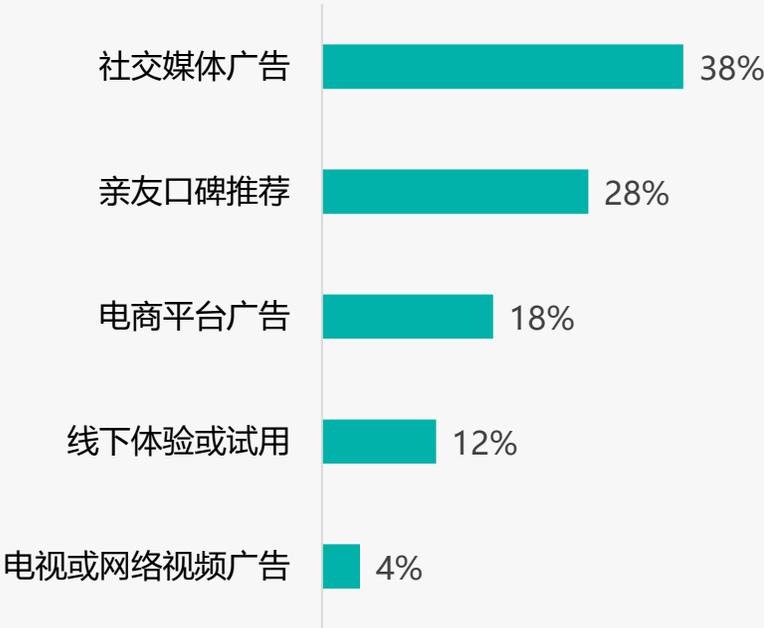
社交媒体口碑驱动牙贴美白消费

- ◆牙贴美白消费行为调查显示，社交媒体广告偏好最高，占38%，亲友口碑推荐占28%，电商平台广告占18%。
- ◆社交媒体和口碑推荐是主要驱动因素，电视或网络视频广告仅占4%，突显数字营销和个人信任的重要性。

2025年中国牙贴美白消费决策者类型分布



2025年中国牙贴美白家庭广告偏好分布

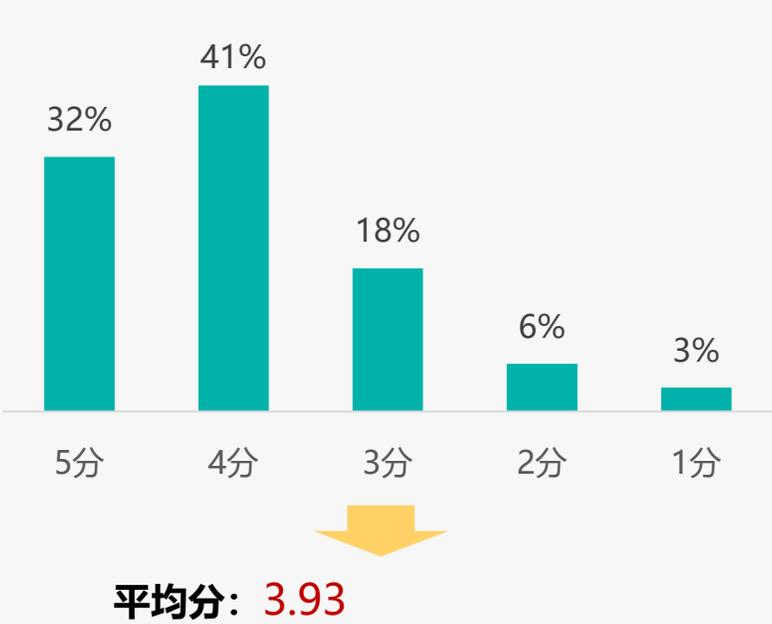


样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

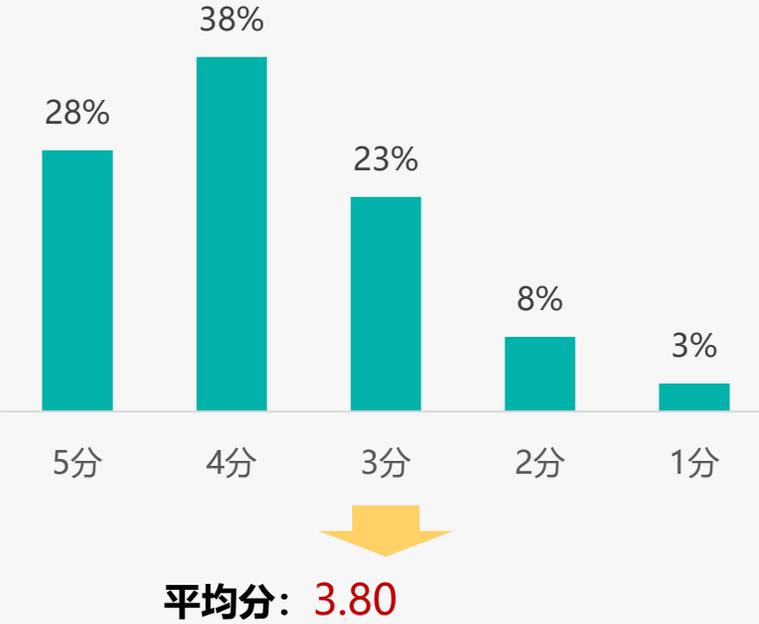
消费体验佳客服需提升

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计73%，退货体验5分和4分合计66%，整体消费体验积极。
- ◆客服满意度5分和4分合计59%，相对较低，3分占28%，需提升客服响应和问题解决能力。

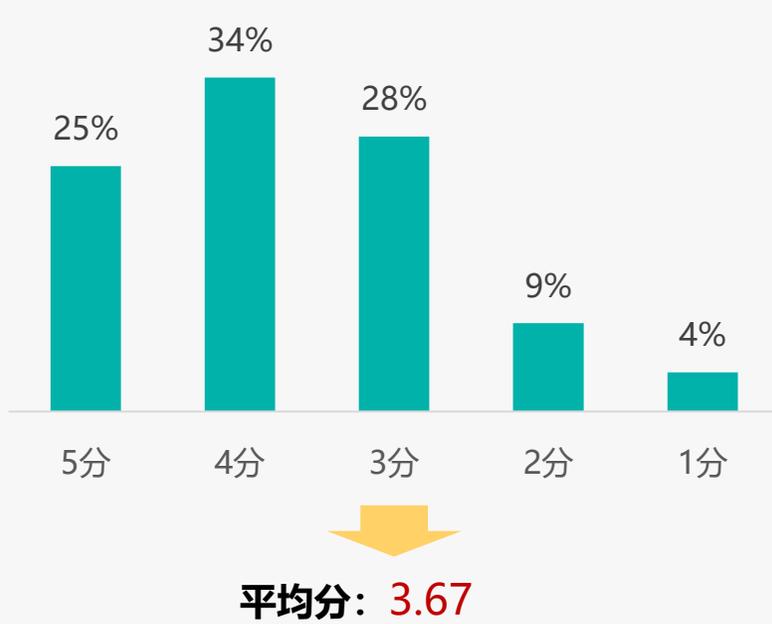
2025年中国牙贴美白线上消费流程满意度分布 (满分5分)



2025年中国牙贴美白退货体验满意度分布 (满分5分)



2025年中国牙贴美白线上客服满意度分布 (满分5分)

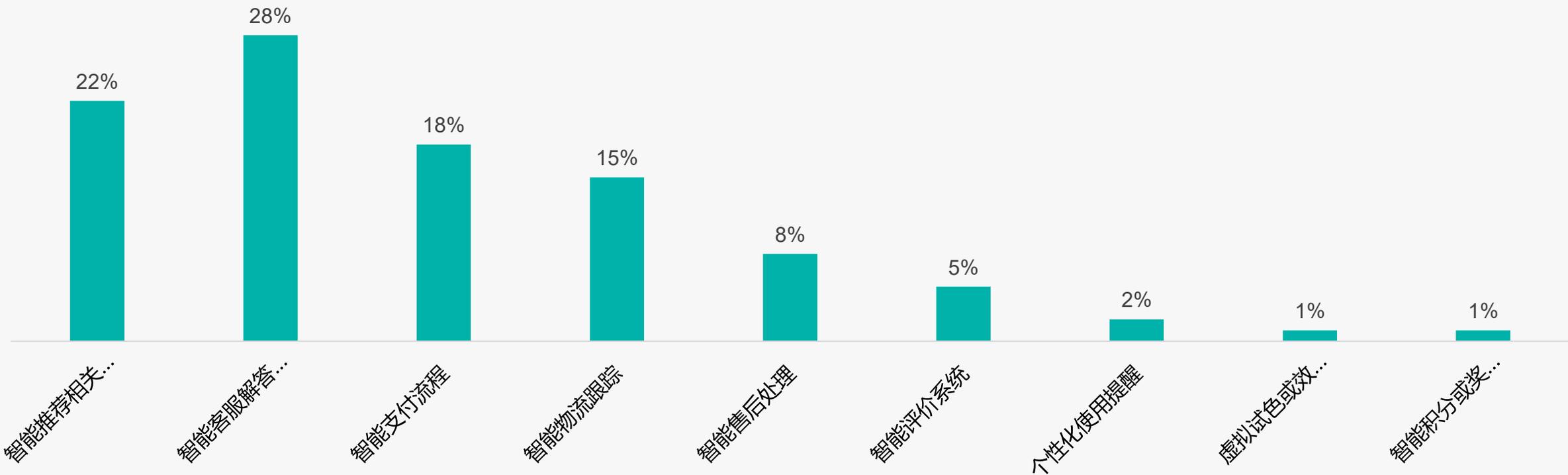


样本: 牙贴美白行业市场调研样本量N=1280, 于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能客服推荐支付主导线上服务需求

- ◆智能客服解答问题占比最高，为28%，智能推荐相关产品占22%，智能支付流程占18%，显示核心服务需求集中在即时支持、个性化推荐和便捷支付。
- ◆智能物流跟踪占15%，智能售后处理占8%，其他服务如智能评价系统占5%，表明次要服务需求相对较低，整体强调消费环节的效率 and 透明度。

2025年中国牙贴美白线上智能服务体验分布



样本：牙贴美白行业市场调研样本量N=1280，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