

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月海带零食市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Kelp Snack 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：海带零食消费以女性为主导，中青年为核心人群



女性消费者占比57%，显著高于男性，表明市场偏好女性群体



26-45岁中青年合计占比55%，是核心消费人群，消费能力强



中等收入群体（5-12万元）占52%，是主要消费力量，市场潜力大

启示

✓ 聚焦女性中青年市场

品牌应针对女性和中青年群体设计产品和营销策略，例如推出健康、便携的零食，满足其休闲和办公场景需求。

✓ 优化产品定价与渠道

基于中等收入群体主导，品牌可定位中端价格，并利用电商和社交平台进行精准营销，提升市场渗透率。

核心发现2：消费以低频休闲场景为主，中端价格接受度高



每月几次和偶尔购买合计61%，显示消费以低频休闲补充需求为主导



单次消费支出集中在10-20元区间，占41%，表明中端价位市场接受度高



夏季消费最高占29%，袋装包装最受欢迎占38%，反映季节性和传统偏好

启示

✓ 强化休闲场景营销

品牌应突出产品的休闲属性，结合下午和晚上消费高峰时段，在社交媒体和电商平台推广。

✓ 优化产品包装与定价

针对中端价格偏好，品牌可推出10-20元区间的产品，并采用袋装等传统包装，提升便携性和吸引力。

核心发现3：健康驱动消费市场，线上渠道主导信息传播



健康营养占吸引因素28%，解馋零食占消费原因31%，健康属性驱动市场



线上渠道如电商平台和社交媒体占了解渠道56%，主导信息传播



消费者更信任真实用户分享和产品评测，占内容类型55%，品牌宣传需注重真实性

启示

✓ 突出健康产品属性

品牌应强调产品的健康营养价值，如低卡、补充碘元素等，满足消费者健康升级需求。

✓ 加强线上口碑营销

利用微信朋友圈、小红书等社交平台，鼓励用户生成内容，提升品牌信任度和购买转化率。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦女性主导中青年，健康驱动休闲消费



1、产品端

- ✓ 强化主流口味，如原味香辣酸辣
- ✓ 开发便携健康新品，如海带脆片



2、营销端

- ✓ 利用社交平台，突出真实用户分享
- ✓ 与美食健康博主合作，增强信任



3、服务端

- ✓ 优化线上退货流程，提升满意度
- ✓ 加强智能推荐和客服，提升体验

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

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** 海带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带零食品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对海带零食的购买行为;
- 海带零食市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

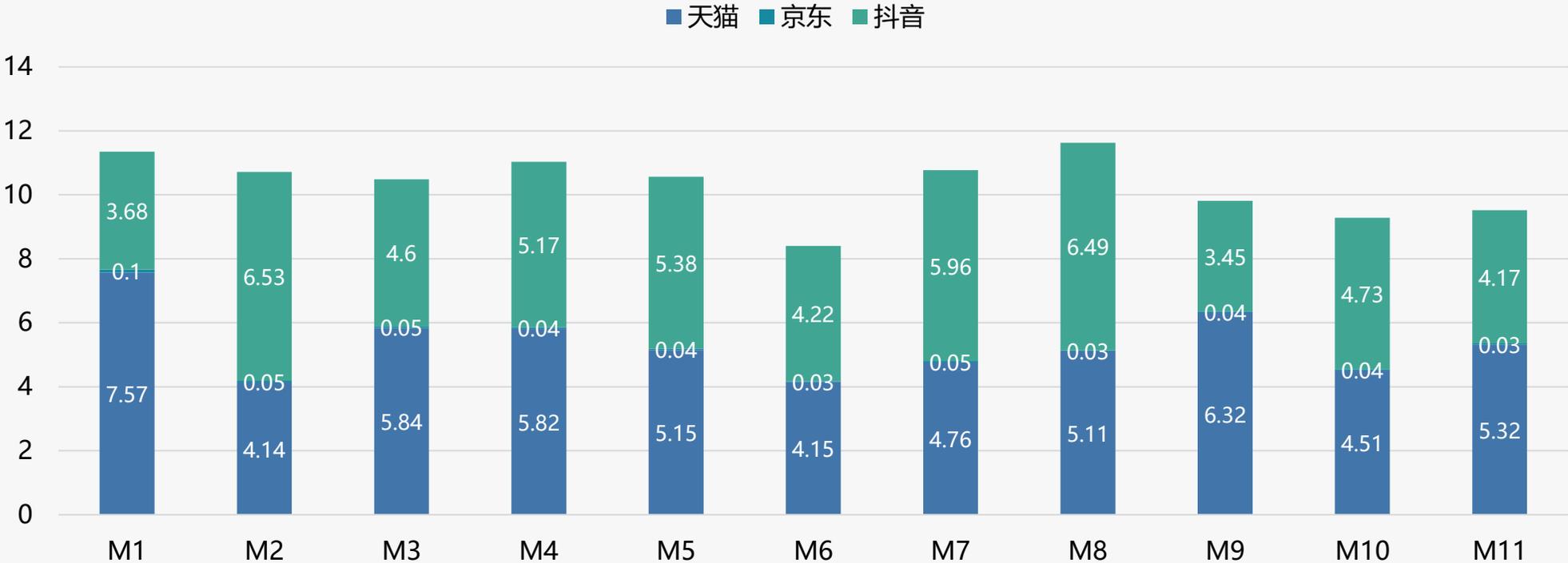
Research Method

- **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, 计算海带零食品类销售额、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、不同平台海带零食品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

海带零食线上双核竞争 抖音增长强劲 京东份额微小

- ◆从平台竞争格局看，天猫与抖音构成海带零食线上销售双核，京东份额微小。2025年1-11月，天猫销售额累计约5.84亿元，抖音约5.42亿元，两者合计占线上总销售额的98.7%，形成寡头竞争态势。京东仅贡献约0.04亿元，显示其在休闲零食垂直品类渗透不足，建议品牌方优化渠道资源分配，聚焦高流量平台以提升ROI。
- ◆从月度销售趋势和平台增长动态分析，海带零食呈现明显的季节性波动，整体销售在5-8月维持高位，平均月销售额超500万元。抖音展现强劲增长潜力，2月、7月、8月抖音销售额均超越天猫，其中8月达649万元为各平台单月最高。建议企业加强淡季营销投入，如通过直播带货提升周转率，平滑全年销售曲线，同时

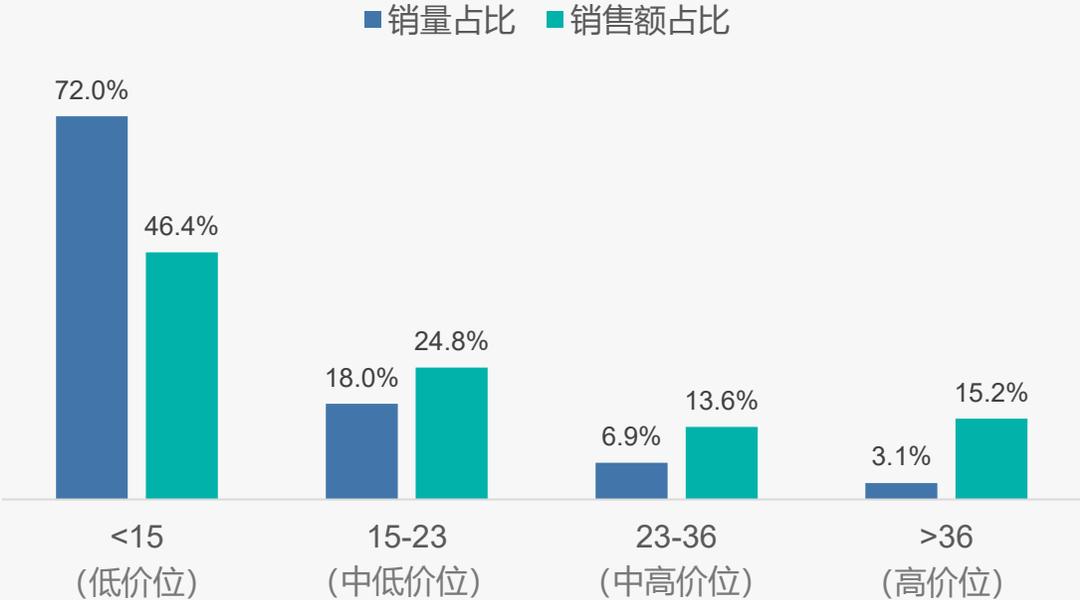
2025年1月~11月海带零食品类线上销售规模（百万元）



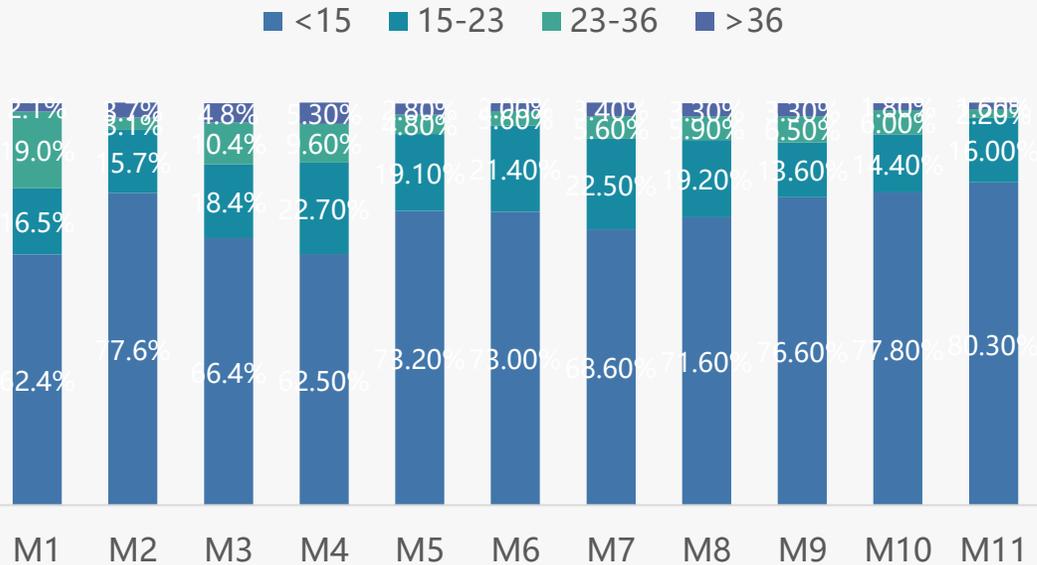
海带零食低价主导 高端溢价显著 市场集中加剧

- ◆从价格区间销售趋势看，海带零食呈现明显的低价主导特征。低于15元区间贡献了72.0%的销量和46.4%的销售额，表明该品类以大众消费为主。值得注意的是，高于36元的高端区间虽仅占3.1%销量，却贡献了15.2%的销售额，显示出高端产品的溢价能力较强，存在消费升级空间。
- ◆月度销量分布显示，低于15元区间的占比从M1的62.4%持续上升至M11的80.3%，呈现明显的集中化趋势。同时，23-36元区间的占比从M1的19.0%大幅下降至M11的2.2%，表明中端产品市场份额被低价产品挤压。这种结构变化可能反映了消费者对价格敏感度提高或市场竞争加剧。

2025年1月~11月海带零食线上不同价格区间销售趋势



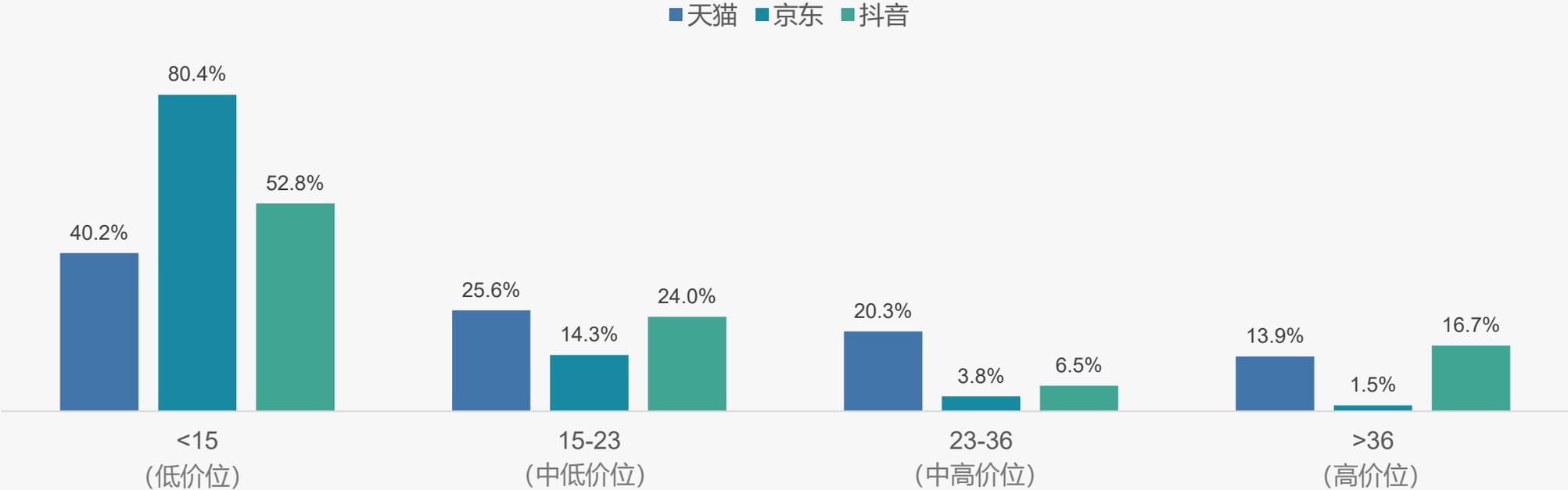
海带零食线上价格区间-销量分布



海带零食价格分化 平台策略差异显著

- ◆从价格区间分布看，各平台呈现差异化定位。天猫平台价格结构相对均衡，各区间占比分布较均匀，显示其作为综合电商平台对多样化消费需求的覆盖能力。京东平台则高度集中于低价区间（<15元占比80.4%），表明其在该品类上可能采取低价引流策略，但高价位产品渗透不足。抖音平台虽以低价为主（<15元占比52.8%），但高价区间（>36元）占比达16.7%，显著高于京东。
- ◆从平台竞争格局分析，天猫在中间价位段（15-36元）合计占比45.9%，显示出较强的中端市场掌控力，这通常与品牌商家集中度和消费者信任度正相关。京东过度依赖低价产品可能导致毛利率承压，需关注其品类盈利结构。

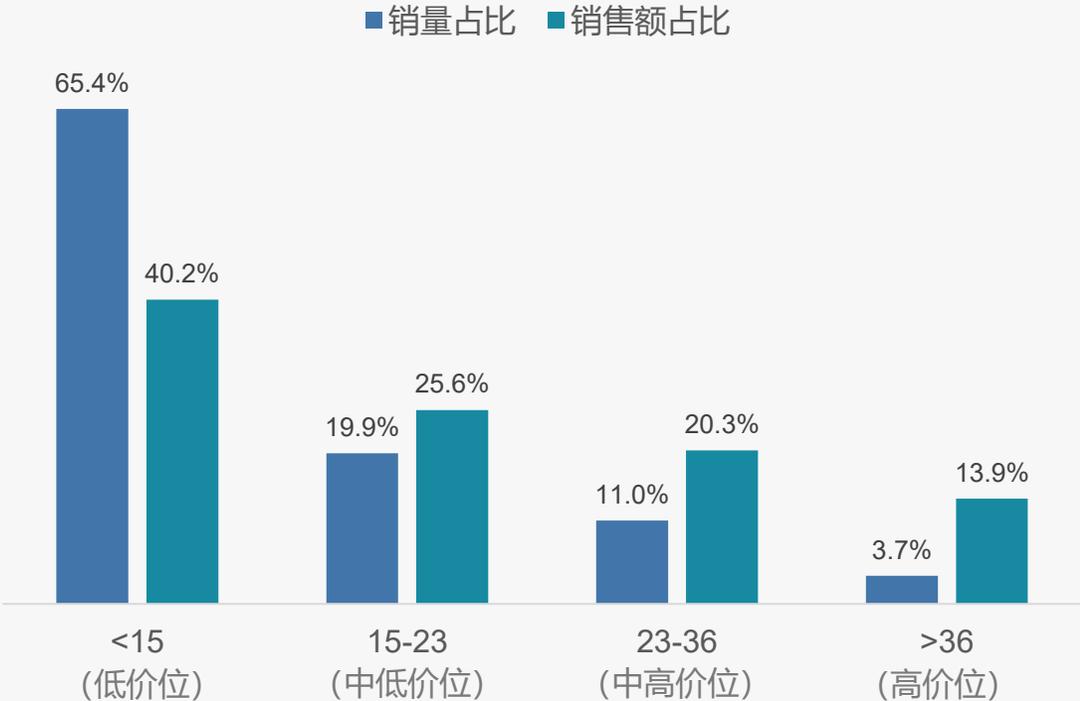
2025年1月~11月各平台海带零食不同价格区间销售趋势



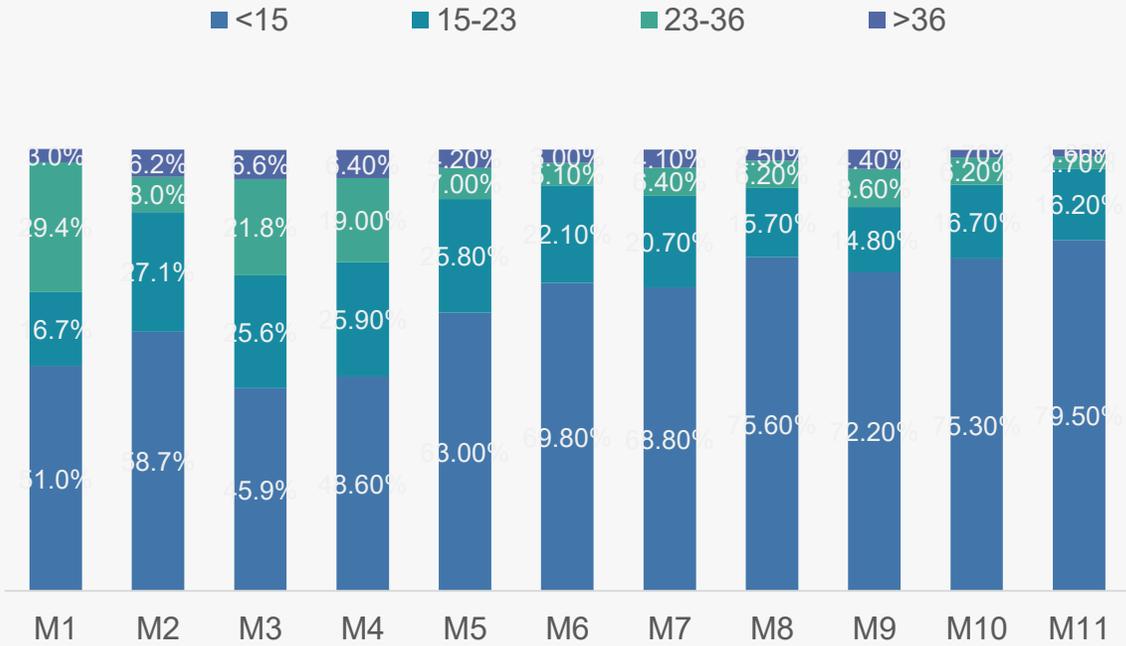
海带零食低价主导 高端产品利润空间大

- ◆从价格区间销售趋势看，天猫平台海带零食呈现明显的低价主导特征。<15元区间销量占比65.4%但销售额仅占40.2%，显示该区间产品单价较低；而>36元高价区间销量仅3.7%却贡献13.9%销售额，说明高端产品具有更高的客单价和利润空间。月度销量分布显示明显的季节性波动。M1-M4各价格区间分布相对均衡，但M5开始<15元区间占比显著提升，M11达峰值79.5%。
- ◆通过计算各区间销售额贡献效率发现，>36元区间每1%销量可产生3.76%销售额，而<15元区间仅为0.61%。高价产品销售额转化效率是低价的6倍以上，但当前高端市场渗透不足。建议品牌可针对不同消费场景开发差异化产品线，通过产品创新提升高端市场占有率，优化整体营收结构。

2025年1月~11月天猫平台海带零食不同价格区间销售趋势



天猫平台海带零食价格区间-销量分布

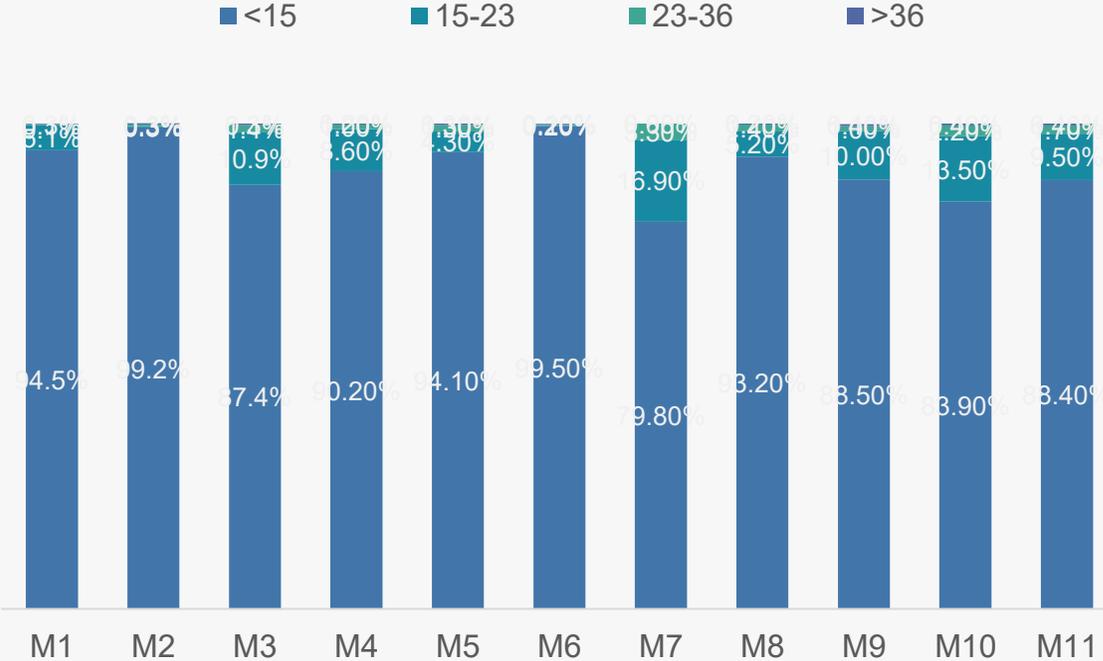
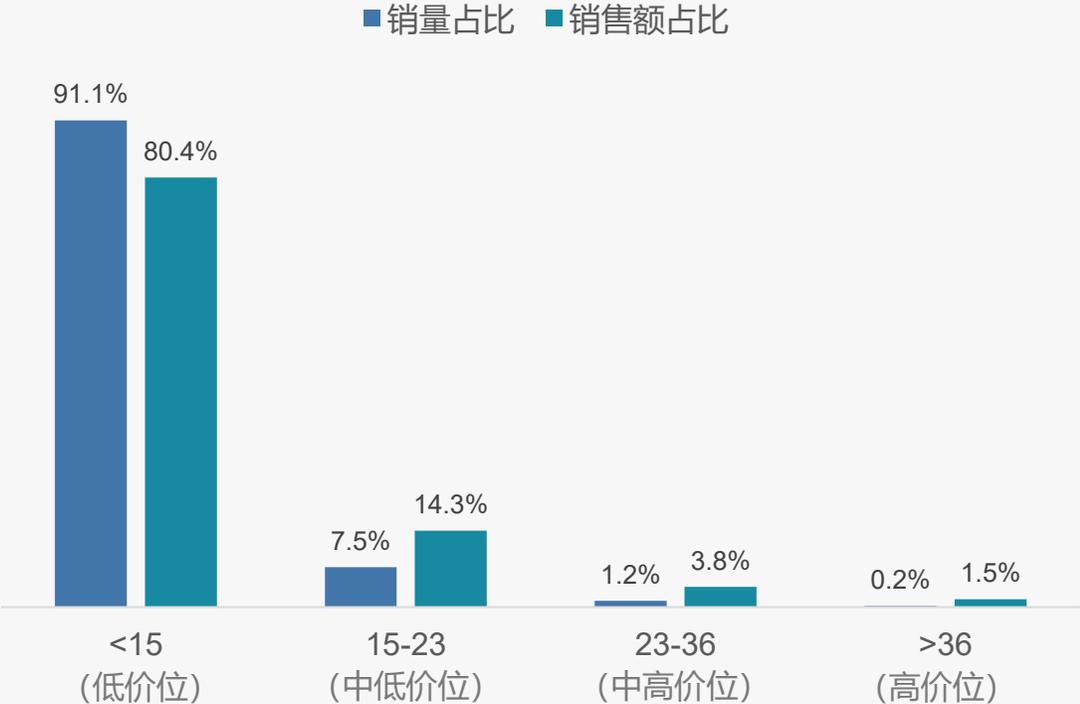


海带零食低端主导 中端溢价 月度波动

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台海带零食呈现明显的低端主导特征。<15元区间销量占比91.1%、销售额占比80.4%，显示消费者偏好高性价比产品。15-23元区间虽销量仅7.5%，但贡献14.3%销售额，表明中端产品具有较高溢价能力。>36元高端区间占比极低，市场接受度有限，建议企业聚焦大众市场，优化15元以下产品线以提升市场份额。
- ◆从财务角度分析，低端产品虽销量占比高，但销售额贡献相对较低，存在规模不经济风险。15-23元区间销售额占比14.3%显著高于销量占比7.5%，显示该区间产品具有更好的盈利结构。建议企业优化产品组合，适当提高15-23元区间产品比重，在保持销量的同时改善毛利率。

2025年1月~11月京东平台海带零食不同价格区间销售趋势

京东平台海带零食价格区间-销量分布

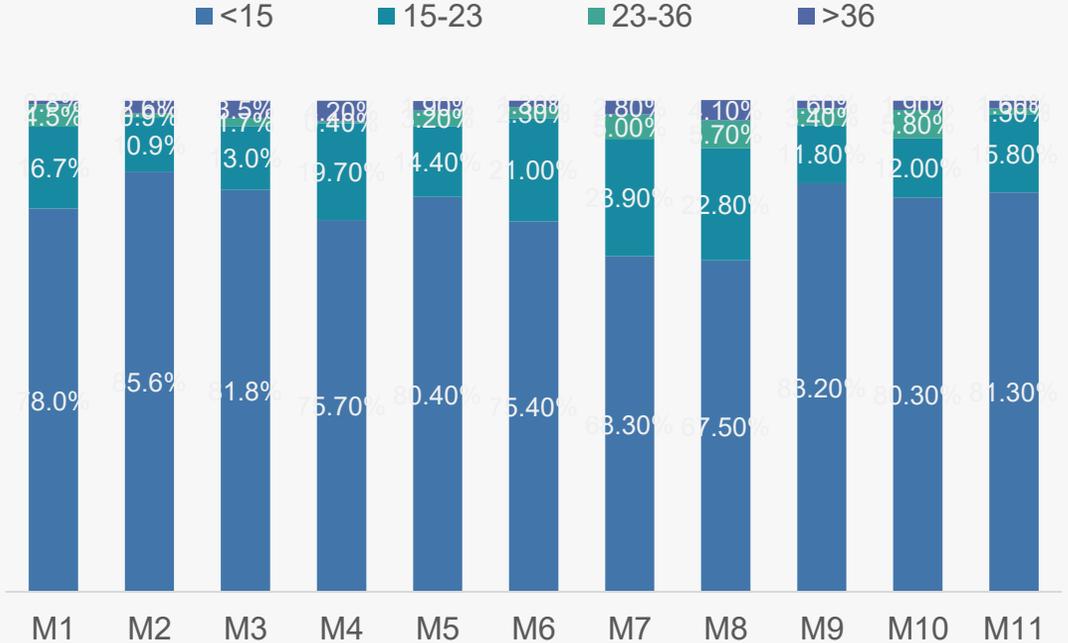
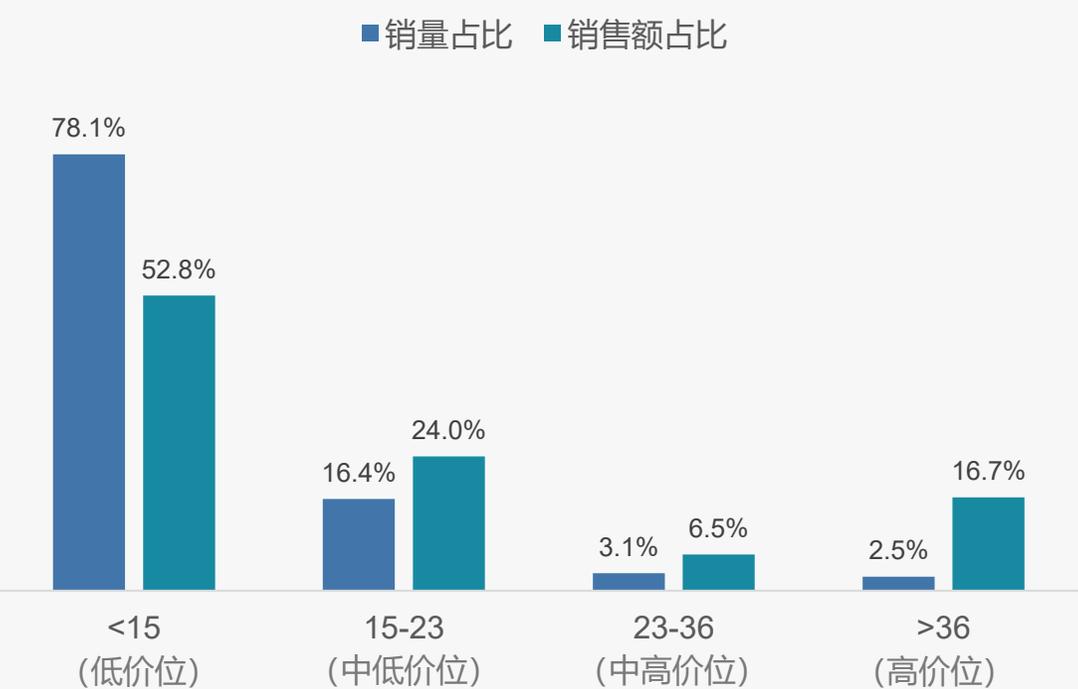


海带零食低价驱动 高端溢价 消费分层明显

◆从价格区间销售趋势看，抖音平台海带零食呈现明显的低价驱动特征。<15元区间贡献了78.1%的销量和52.8%的销售额，显示该品类以大众消费为主。从月度销量分布动态分析，低价区间（<15元）占比在M7-M8月降至67%-68%的低点，而15-23元区间同期升至23%左右，显示夏季消费升级趋势。但M9月起低价区间占比快速反弹至80%以上，表明促销活动或季节性因素影响显著。这种波动性提示企业需加强库存周转管理，避免因价格敏感导致的销售波动风险。

2025年1月~11月抖音平台海带零食不同价格区间销售趋势

抖音平台海带零食价格区间-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** 海带零食消费行为、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年内购买过海带零食的消费者;
- 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

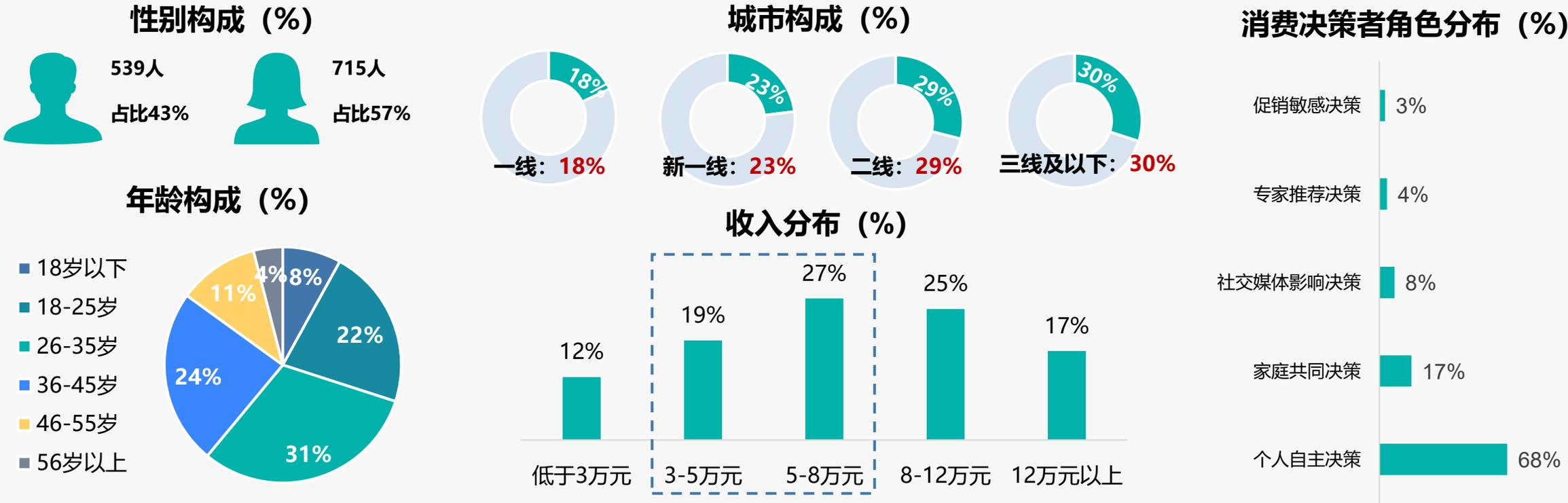
Research Method

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=1254

海带零食女性主导中青年核心消费自主

- ◆海带零食消费者以女性为主，占比57%；核心消费人群为26-45岁中青年，合计占比55%。城市分布均衡，三线及以下和二线城市合计占59%。
- ◆中等收入群体（5-12万元）是主要消费者，合计占比52%；消费决策高度自主，个人自主决策占68%，显示市场依赖消费者自驱力。

2025年中国海带零食消费者画像

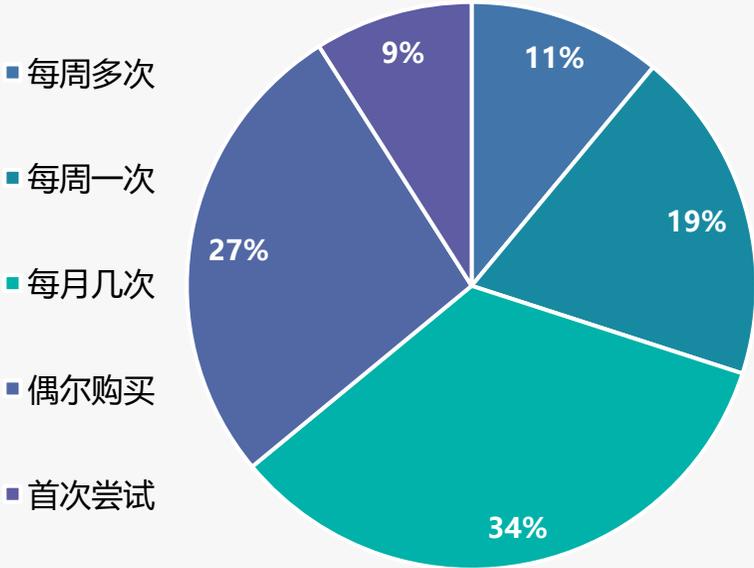


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

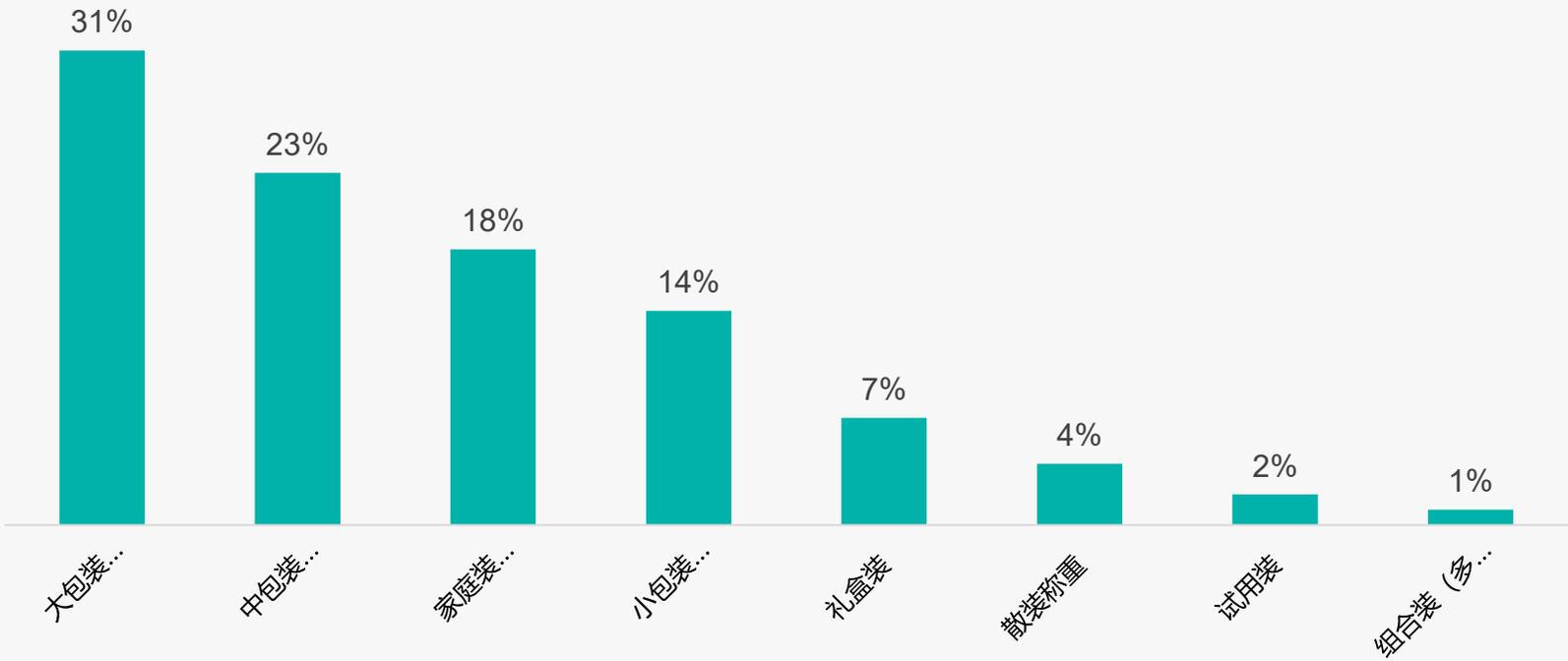
海带零食低频消费 中等包装主导市场

- ◆海带零食消费以低频为主，每月几次占34%，偶尔购买占27%，合计61%；高频每周多次仅11%，显示市场以休闲补充需求为主导。
- ◆产品规格偏好中等大小，大包装（100-200g）占31%，中包装（50-100g）占23%，合计54%；礼盒和组合装占比低，个人消费特征明显。

2025年中国海带零食消费频率分布



2025年中国海带零食消费产品规格分布

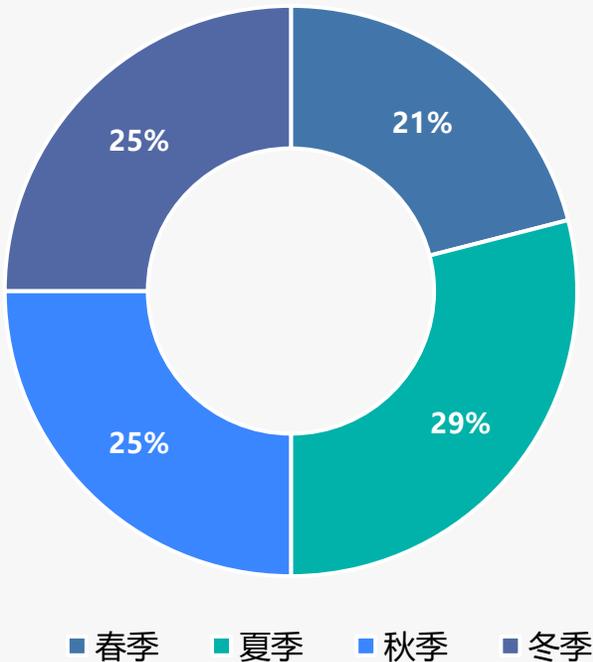


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

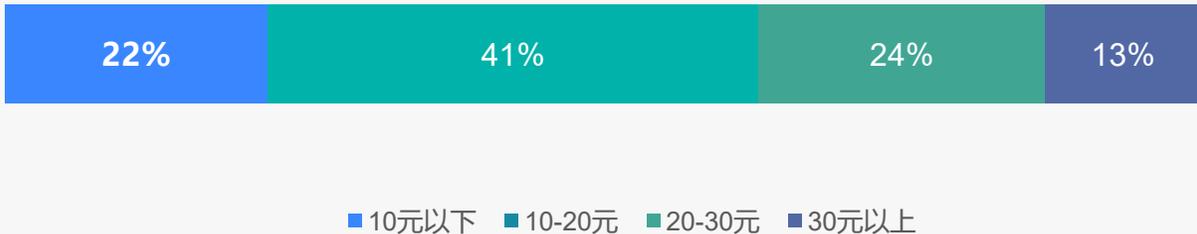
中等价位主导 夏季消费高峰 袋装包装首选

- ◆ 单次消费支出集中在10-20元区间，占比41%，高端市场较小，30元以上仅13%，显示中等价位主导消费行为。
- ◆ 夏季消费最高，占29%，袋装包装最受欢迎，占38%，环保包装仅7%，反映季节性波动和传统包装偏好。

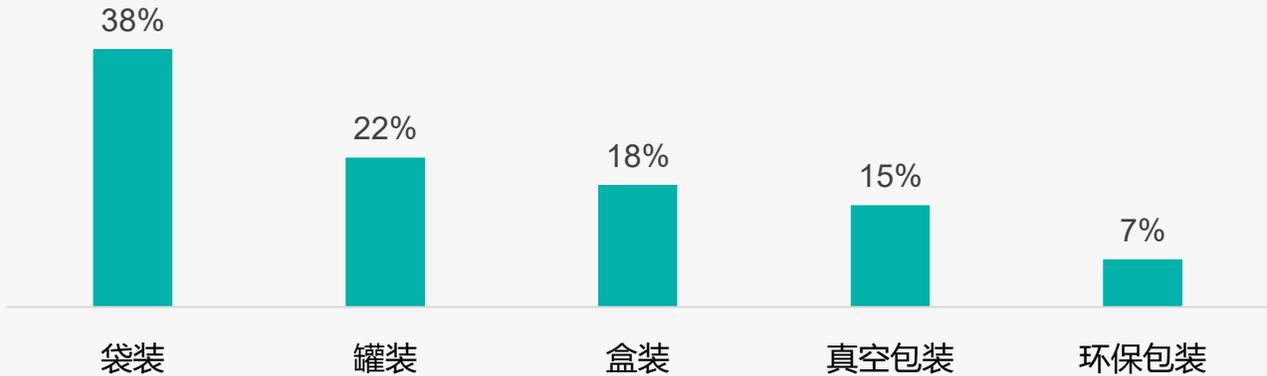
2025年中国海带零食消费行为季节分布



2025年中国海带零食单次消费支出分布



2025年中国海带零食消费品包装类型分布

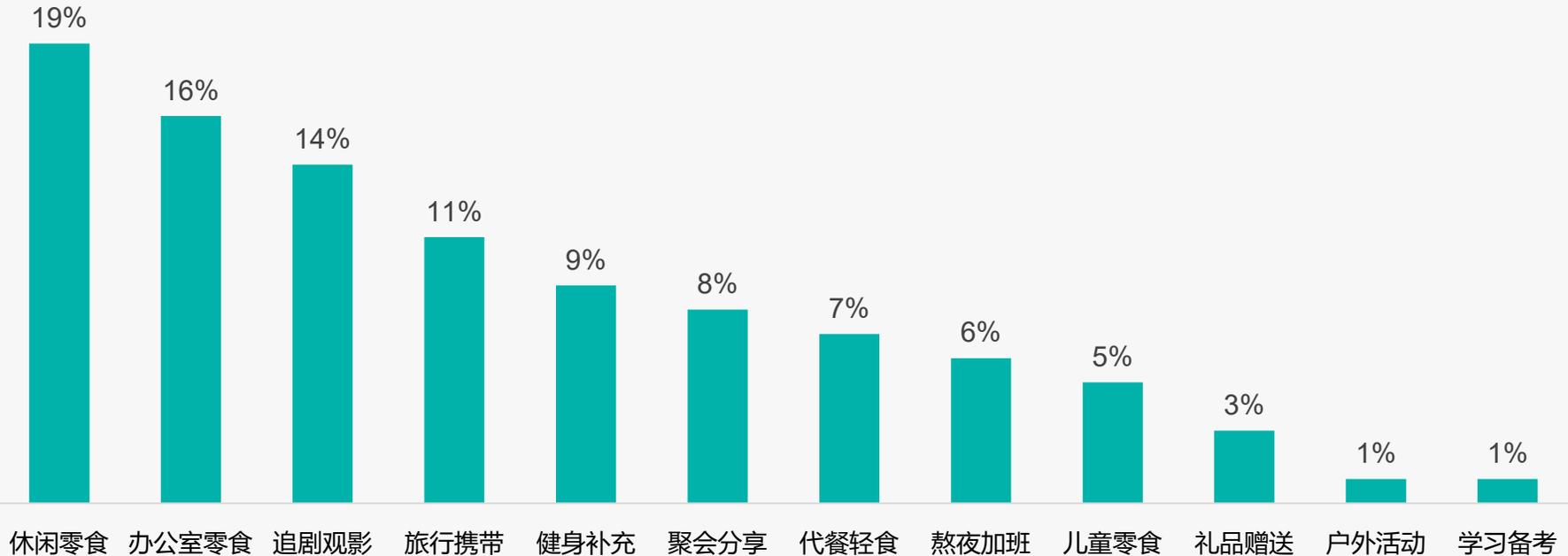


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

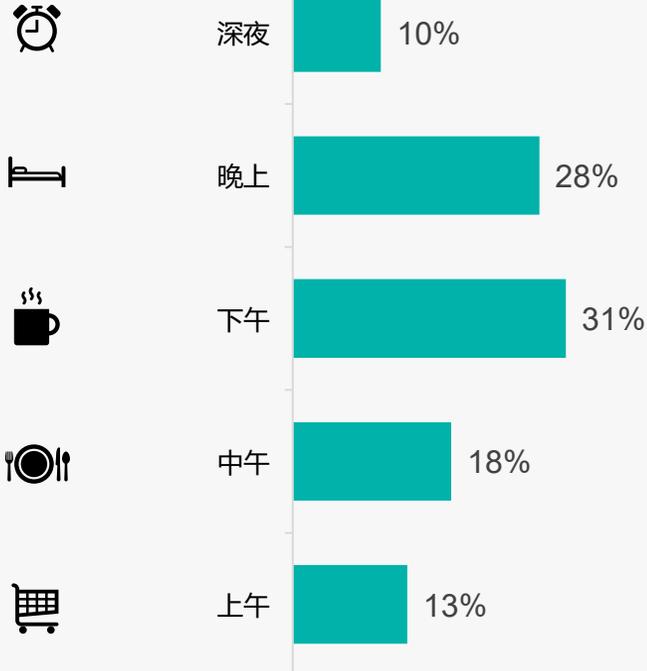
海带零食休闲为主下午晚上消费高峰

- ◆海带零食消费以休闲场景为主，休闲零食占比19%，办公室零食占16%，追剧观影占14%，下午和晚上时段合计消费占比达59%。
- ◆数据显示下午消费时段占比最高为31%，晚上占28%，旅行携带和健身补充场景分别占11%和9%，反映便携与健康属性需求。

2025年中国海带零食消费场景分布



2025年中国海带零食消费时段分布

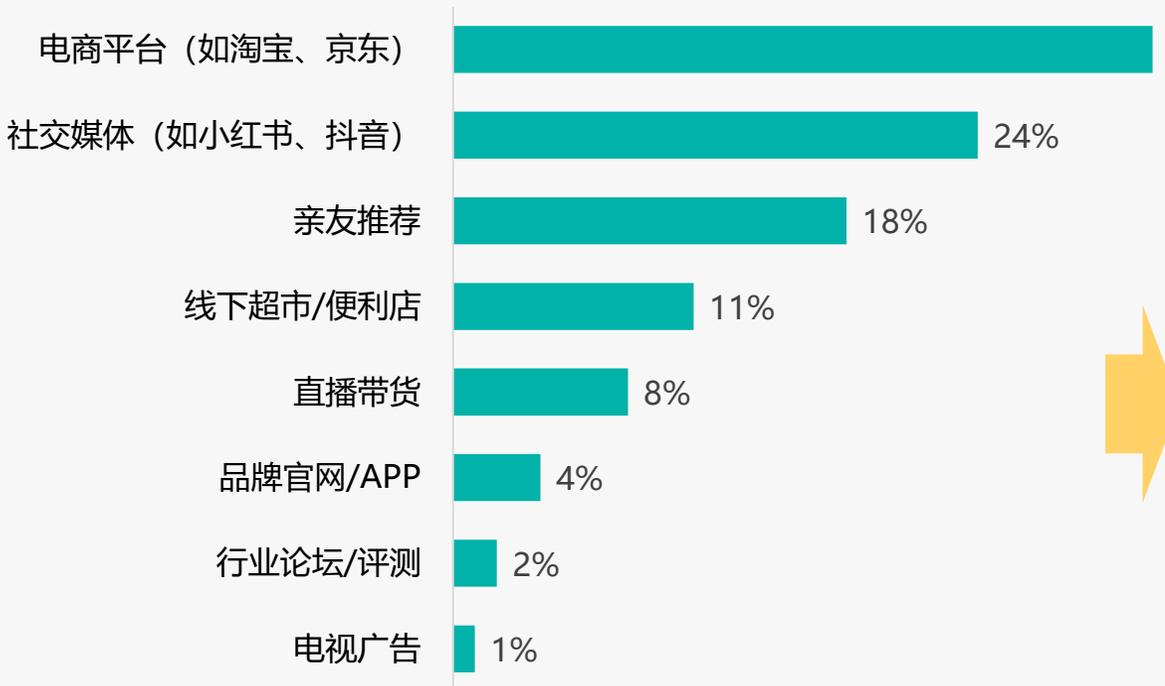


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

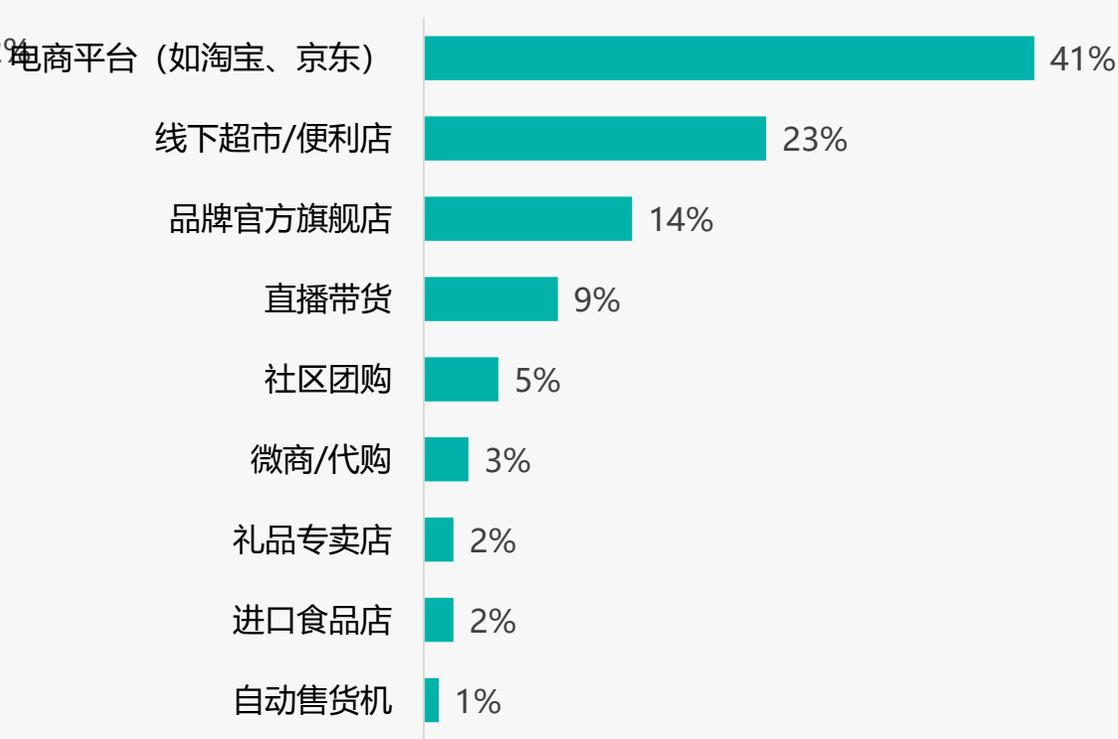
线上主导海带零食消费 电商渠道领先

- ◆消费者了解海带零食主要依赖电商平台（32%）和社交媒体（24%），线上渠道主导信息传播，亲友推荐（18%）显示口碑影响显著。
- ◆购买渠道中电商平台占41%，线下超市/便利店占23%，线上购买偏好强，直播带货（9%）作用有限，品牌直接渠道在购买阶段更受关注。

2025年中国海带零食消费者了解产品渠道分布



2025年中国海带零食消费者购买产品渠道分布

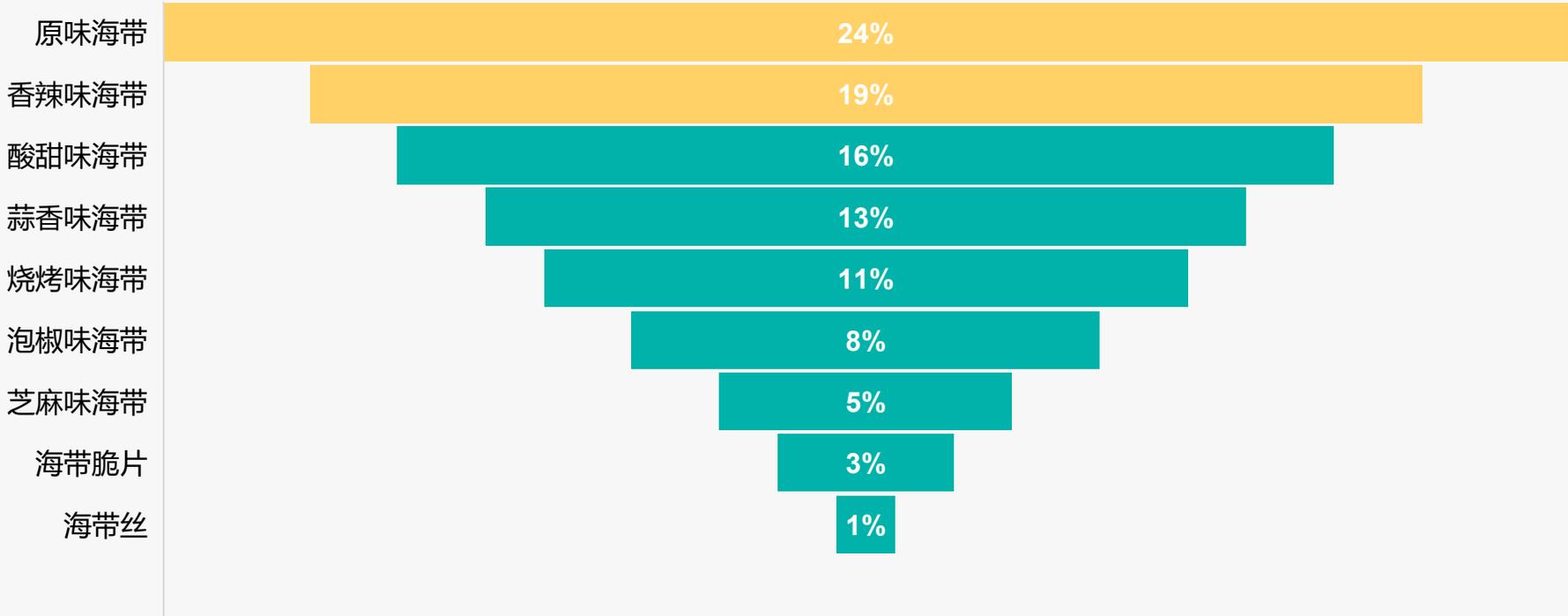


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

海带零食主流口味占七成创新产品渗透低

- ◆ 原味海带以24%的偏好度最高，香辣味19%、酸甜味16%、蒜香味13%紧随其后，四种主流口味合计占72%，显示消费者偏好集中于传统和基础口味。
- ◆ 烧烤味11%、泡椒味8%、芝麻味5%等小众口味需求稳定，而海带脆片3%和海带丝1%的渗透率较低，表明创新产品市场接受度有待提升。

2025年中国海带零食消费产品偏好类型分布

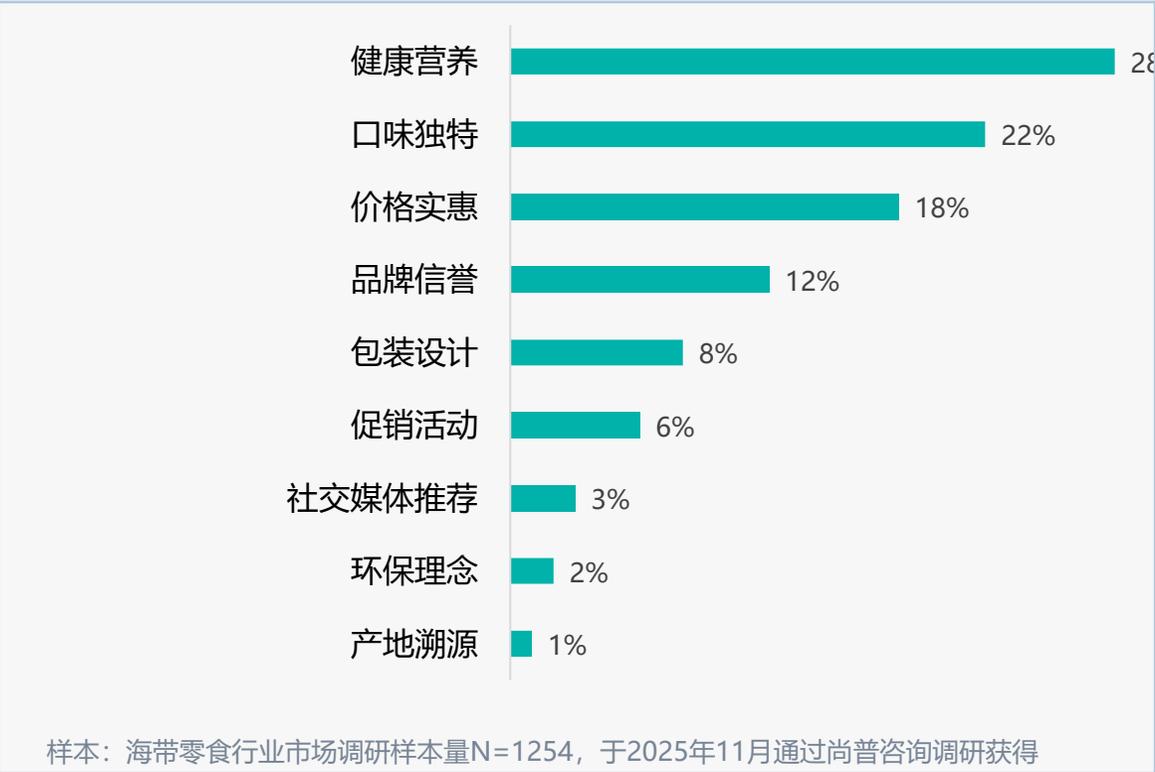


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

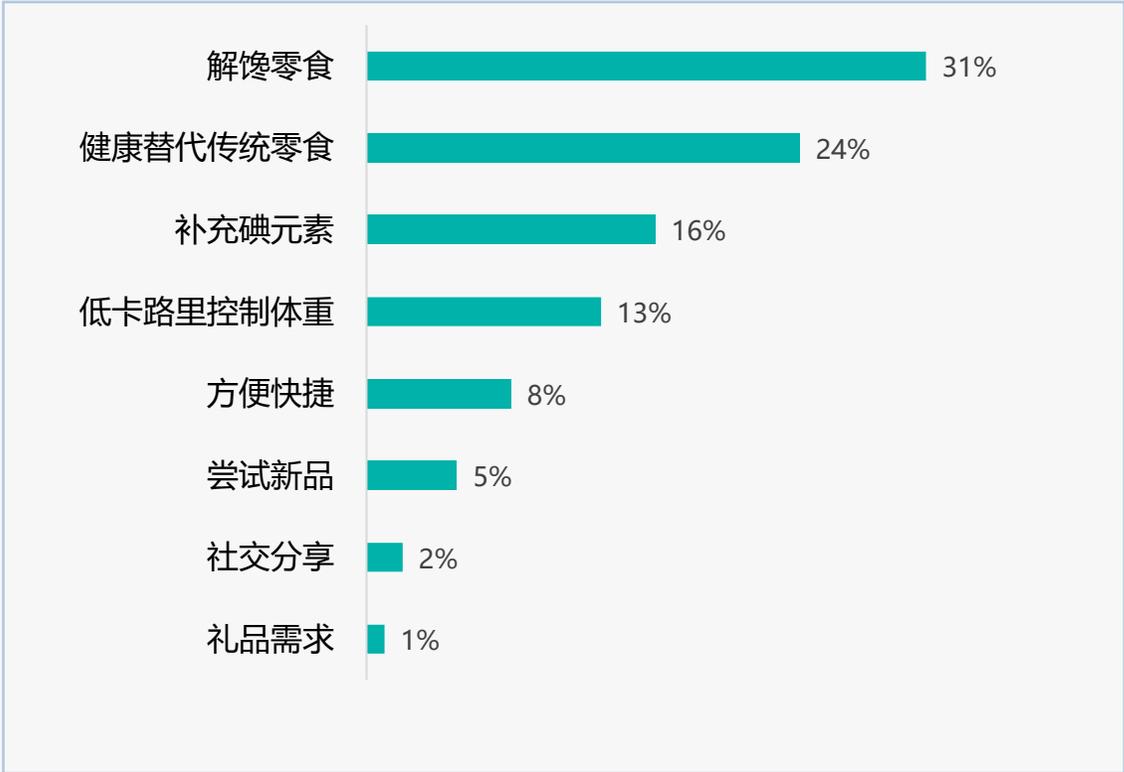
健康驱动海带零食消费市场

- ◆海带零食消费中，健康营养（28%）和口味独特（22%）是关键吸引因素，解馋零食（31%）和健康替代（24%）是主要消费原因，健康属性驱动市场。
- ◆调研显示健康相关因素在吸引和消费中占比超60%，社交媒体推荐（3%）和环保理念（2%）占比较低，市场仍以传统健康需求为主。

2025年中国海带零食吸引消费关键因素分布



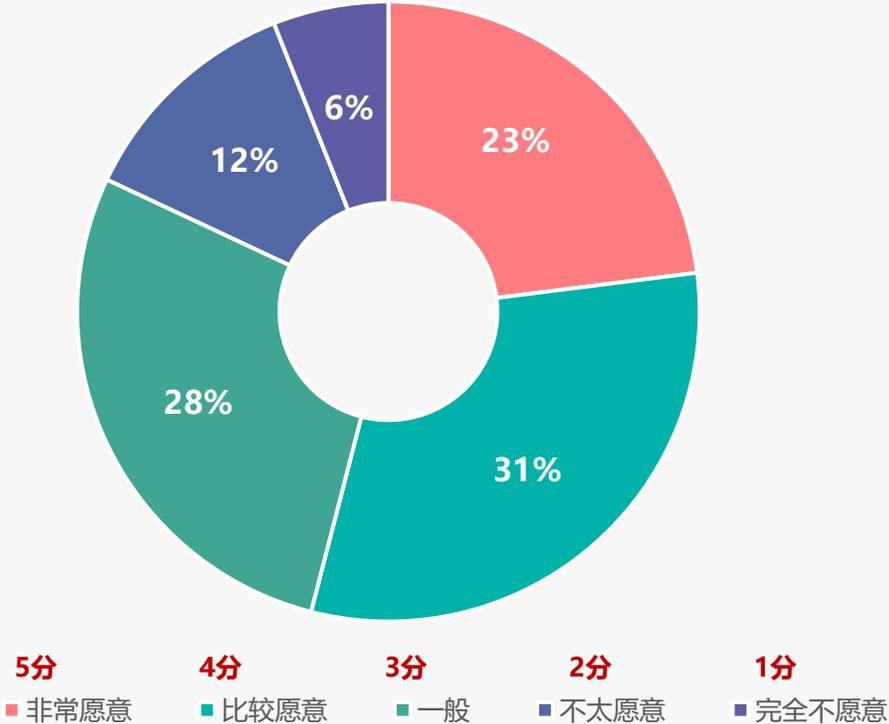
2025年中国海带零食消费真正原因分布



海带零食过半推荐 口味价格待改进

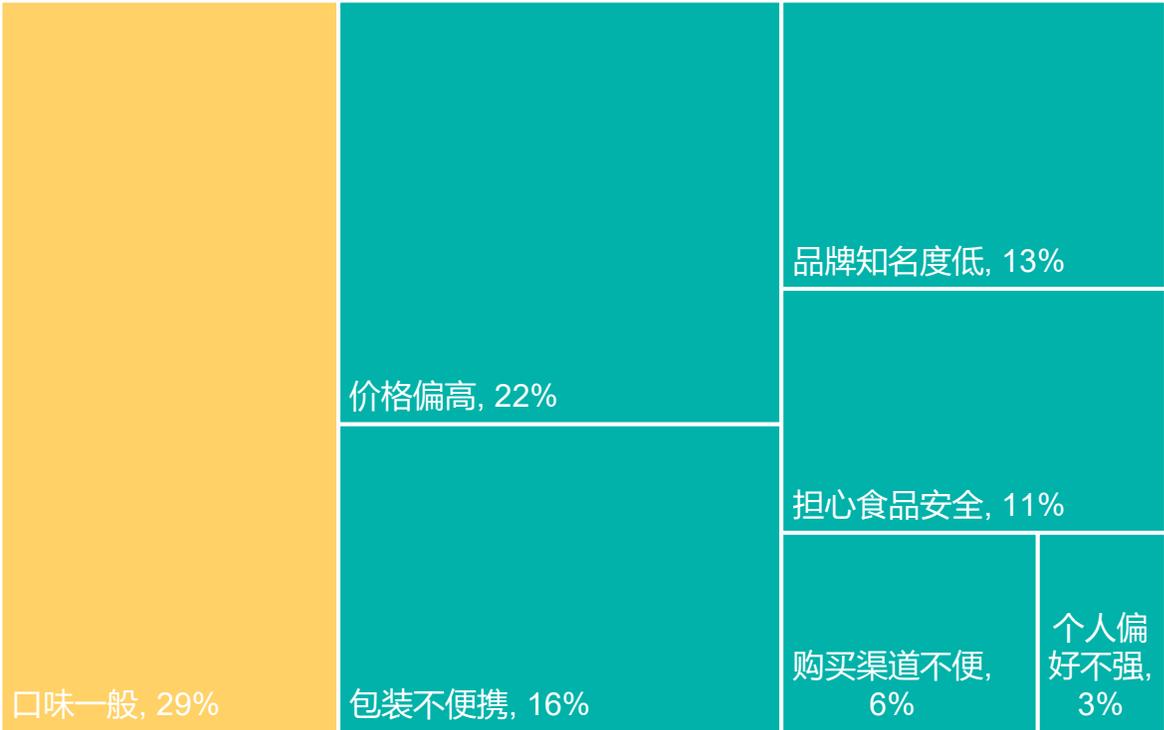
- ◆超过一半消费者（54%）愿意推荐海带零食，但口味一般（29%）和价格偏高（22%）是主要负面因素，需重点改进以提升产品吸引力。
- ◆包装不便携（16%）和品牌知名度低（13%）也影响推荐意愿，同时食品安全担忧（11%）提示需加强质量管控以增强消费者信任。

2025年中国海带零食向他人推荐意愿分布



样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

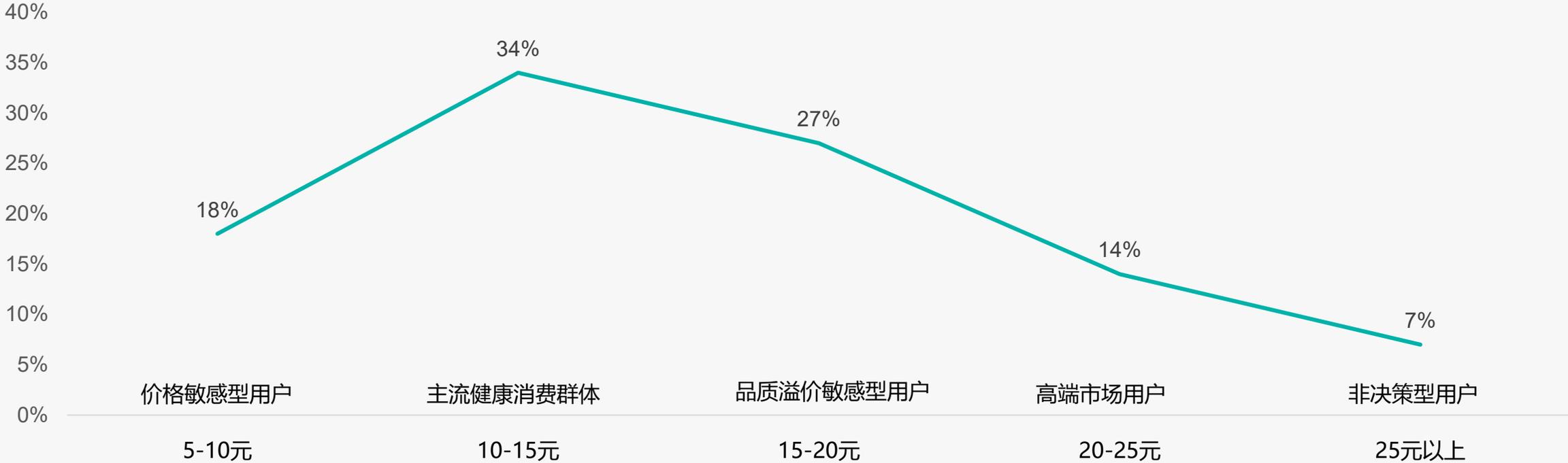
2025年中国海带零食不愿向他人推荐原因分布



海带零食价格接受度集中在10至20元区间

- ◆调研数据显示，海带零食价格接受度集中在10-20元区间，其中10-15元占34%，15-20元占27%，合计61%，表明中等价位是市场核心。
- ◆分析指出，消费者对高价位接受度低，20-25元占14%，25元以上仅占7%，企业应聚焦10-20元价格带优化产品以提升竞争力。

2025年中国海带零食主流规格价格接受度



样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以大包装（100-200g）规格海带零食为标准核定价格区间

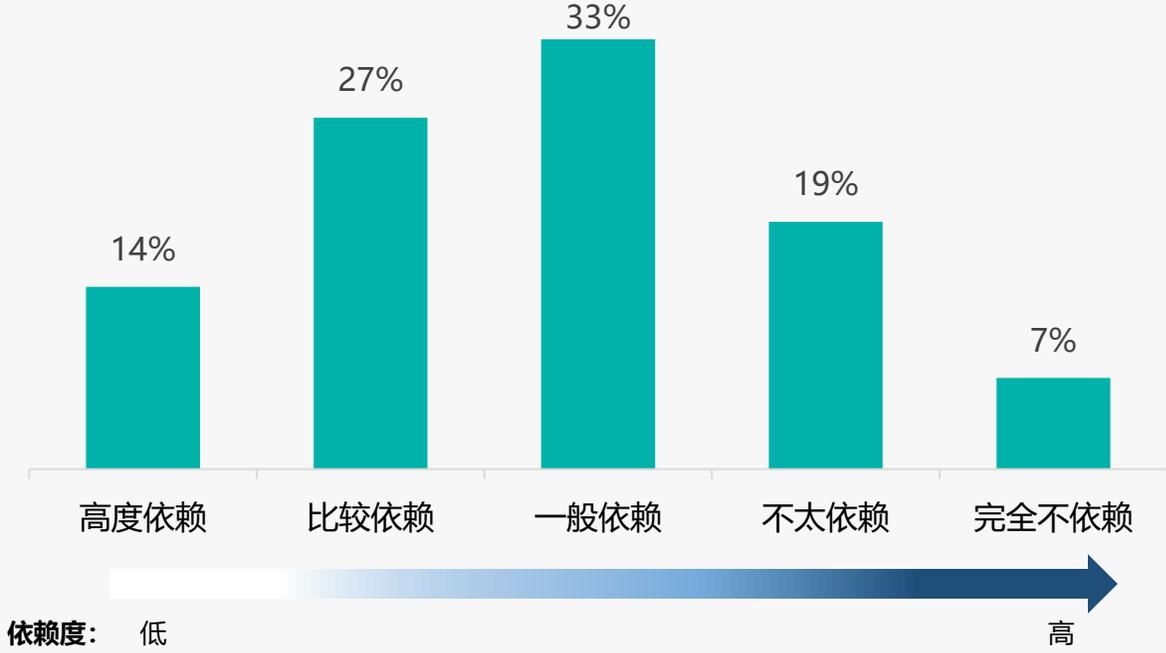
海带零食价格敏感促销依赖分化

- ◆价格上涨10%后，继续购买的海带零食消费者占41%，减少频率的占38%，更换品牌的占21%，显示价格敏感度高，多数会调整购买行为。
- ◆对促销活动依赖程度中，高度依赖和比较依赖合计占41%，一般依赖占33%，表明促销对多数消费者有吸引力，但需求存在差异化。

2025年中国海带零食价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国海带零食对促销活动依赖程度分布

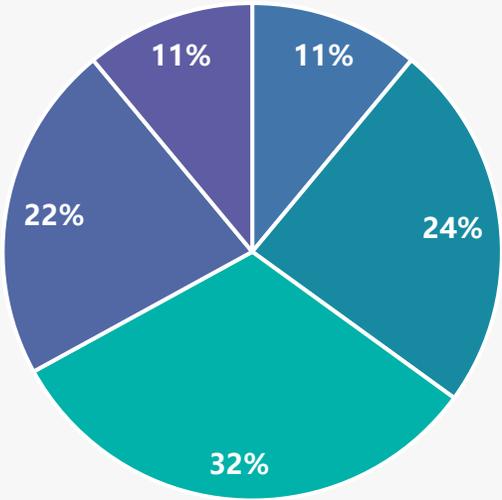


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

海带零食复购率32% 口味创新是关键

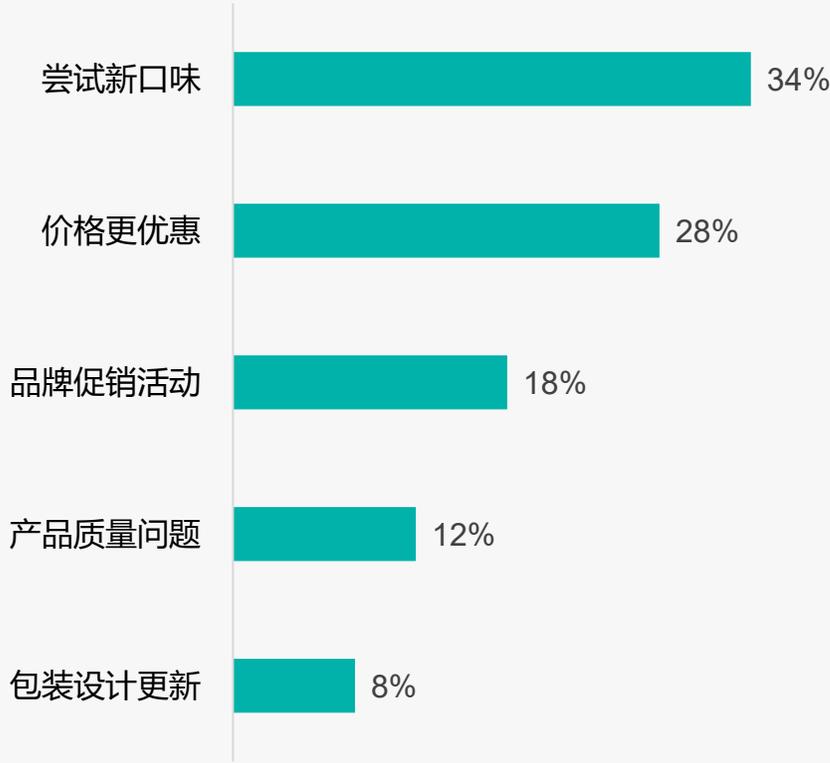
- ◆海带零食消费者中，50-70%复购率占比最高，达32%，显示品牌忠诚度有提升空间；尝试新口味占更换原因的34%，是主要驱动因素。
- ◆价格更优惠占更换原因的28%，反映价格敏感度高；企业需加强口味创新以维持复购，并优化定价策略应对市场竞争。

2025年中国海带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

2025年中国海带零食更换品牌原因分布

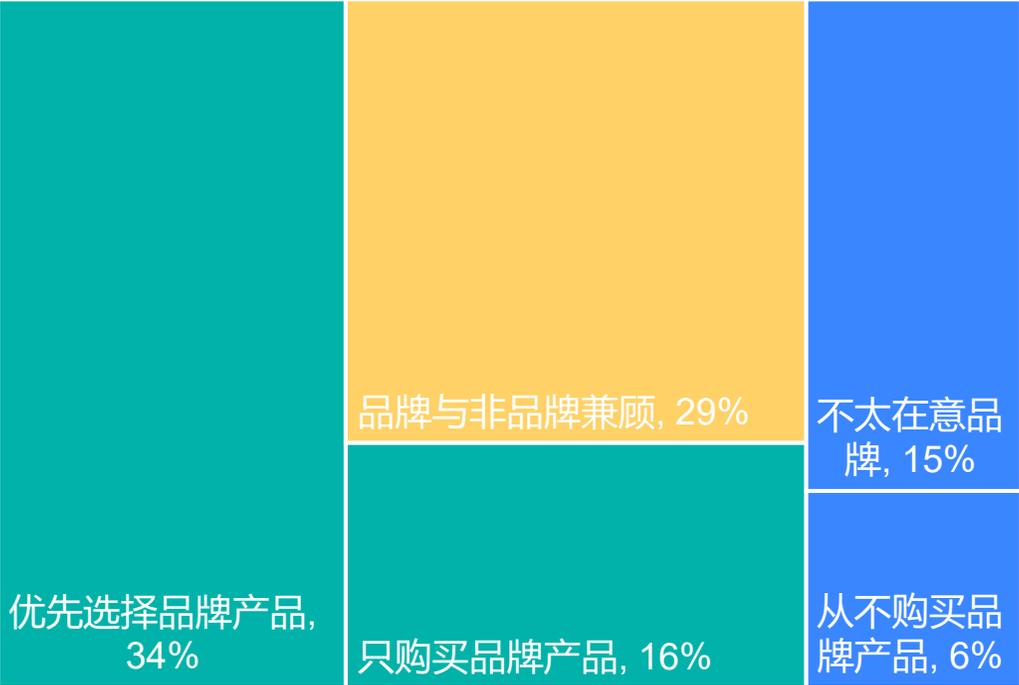


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

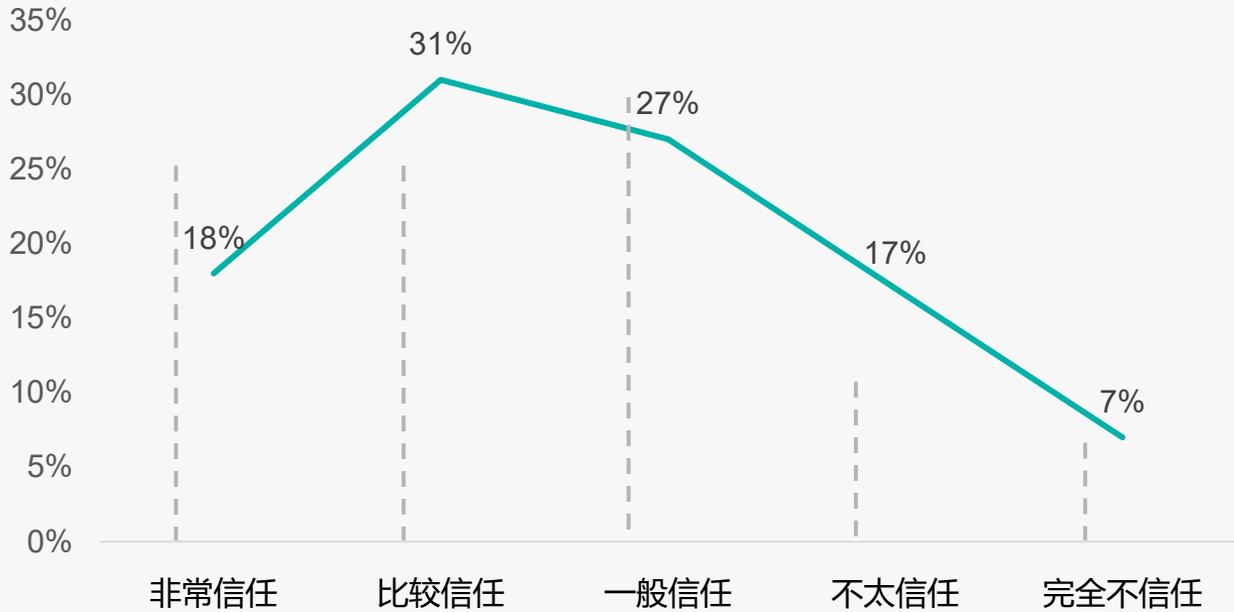
海带零食品牌偏好分化信任度中等

- ◆海带零食消费者品牌偏好分化：仅16%只购买品牌产品，34%优先选择品牌产品，品牌与非品牌兼顾占29%，非品牌市场有空间。
- ◆品牌信任度中等偏上：非常信任占18%，比较信任占31%，一般信任占27%，但不信任态度合计24%，可能影响品牌忠诚度。

2025年中国海带零食消费品牌产品意愿分布



2025年中国海带零食对品牌产品态度分布

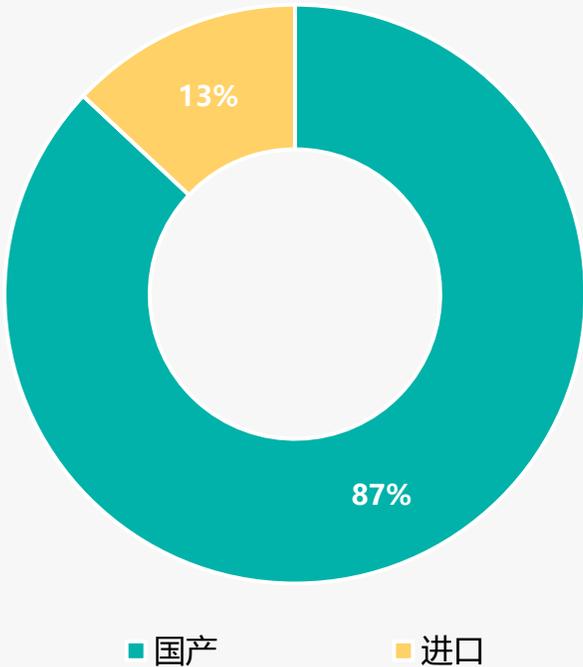


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

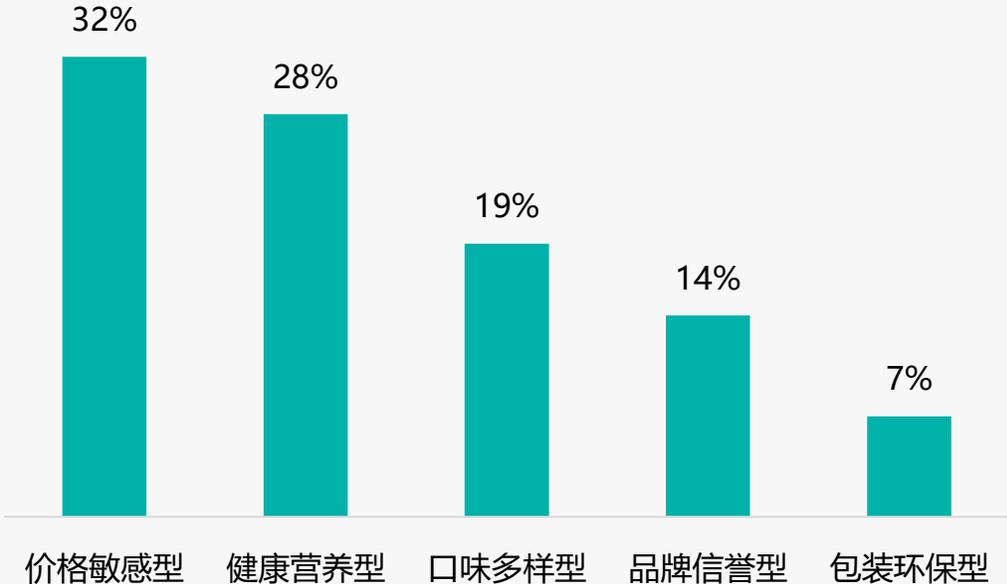
海带零食市场国产主导价格健康驱动

- ◆海带零食市场国产品牌消费占比达87%，进口品牌仅占13%，显示消费者对国产品牌有较高偏好，市场以国产为主导。
- ◆品牌偏好中价格敏感型占32%，健康营养型占28%，表明价格和营养是主要消费驱动因素，环保因素影响较小。

2025年中国海带零食国产和进口品牌消费分布



2025年中国海带零食品牌偏好类型分布

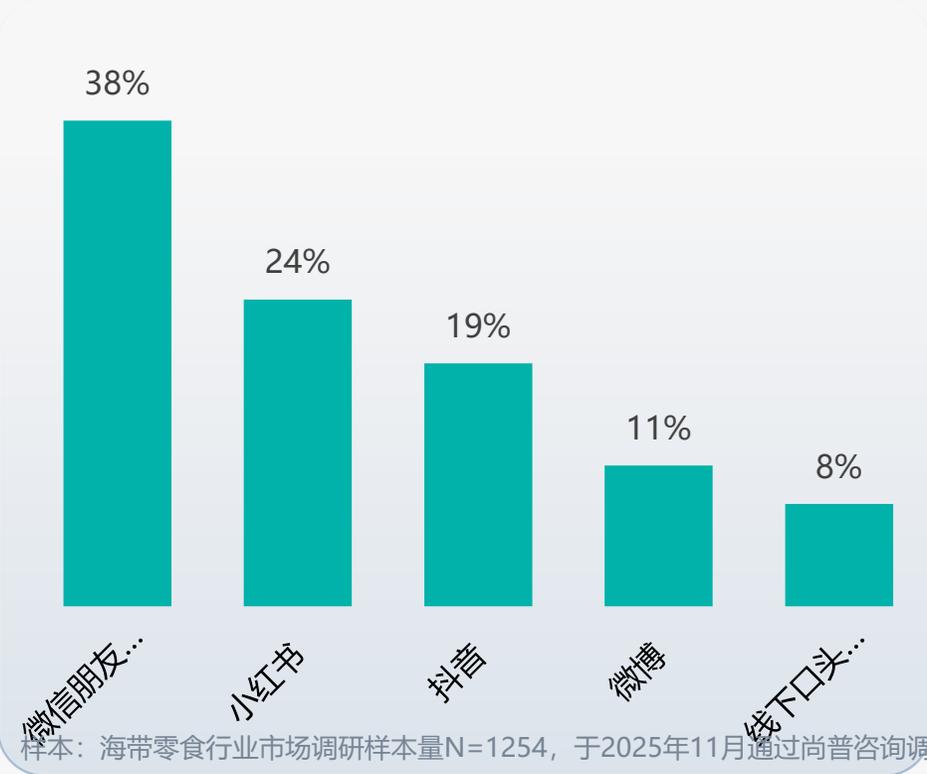


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

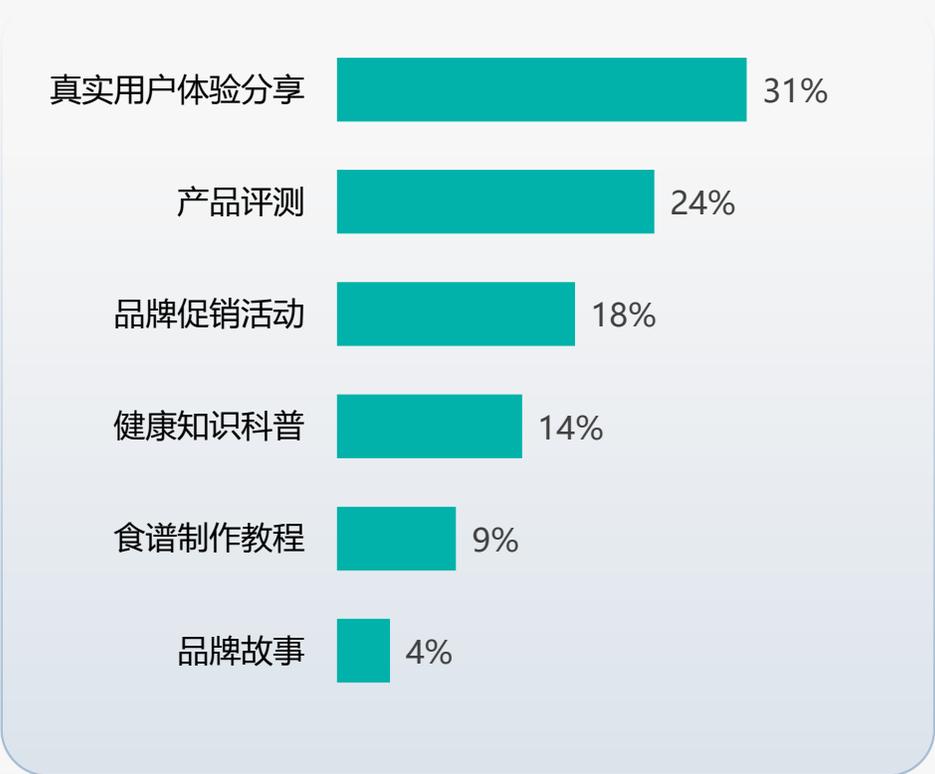
线上分享主导 用户内容信赖

- ◆微信朋友圈占38%为海带零食主要分享渠道，小红书和抖音合计43%显示年轻化平台影响大，线下分享仅8%说明线上主导信息传播。
- ◆真实用户体验分享占31%和产品评测占24%合计55%，消费者更信赖用户内容，健康知识科普占14%反映健康意识提升。

2025年中国海带零食社交分享渠道分布



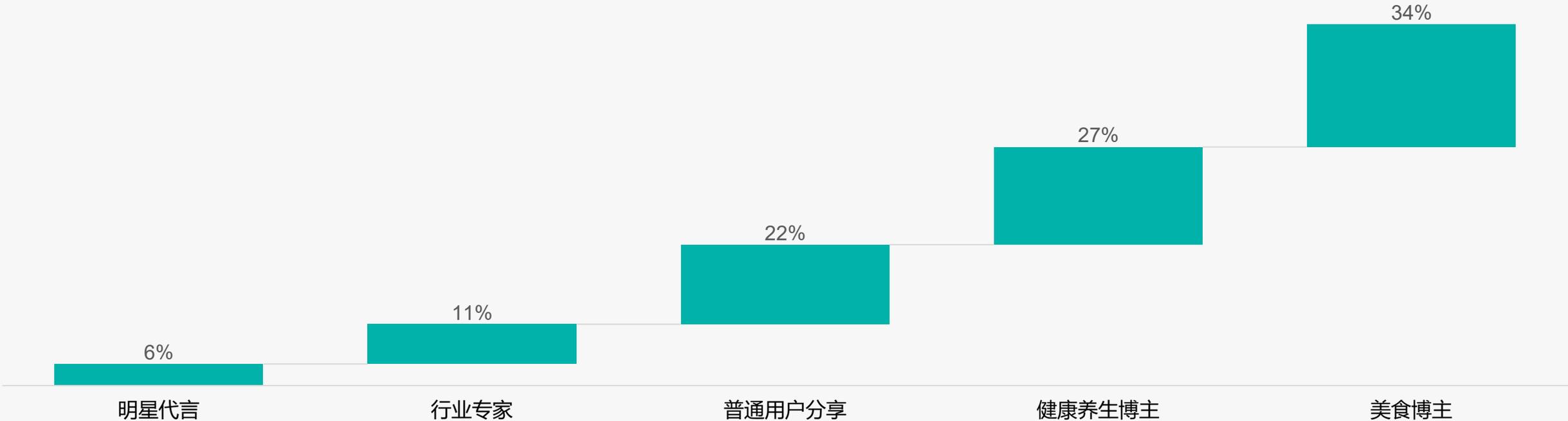
2025年中国海带零食社交渠道获取内容类型分布



美食健康博主主导海带零食消费信任

- ◆消费者在社交渠道最信任美食博主（34%）和健康养生博主（27%），显示海带零食的口味和健康属性是核心关注点。
- ◆明星代言信任度仅6%，表明消费者更偏好真实内容推荐，这为品牌营销策略提供了重要参考。

2025年中国海带零食社交渠道信任博主类型分布

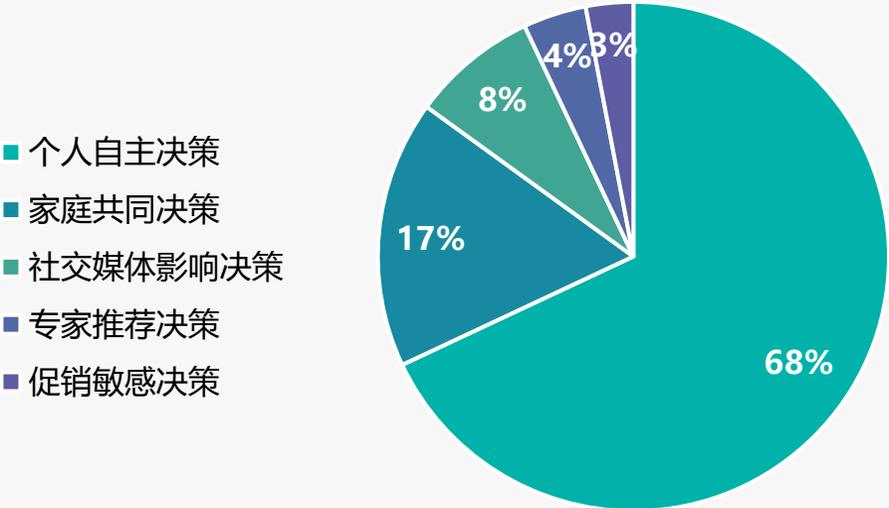


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

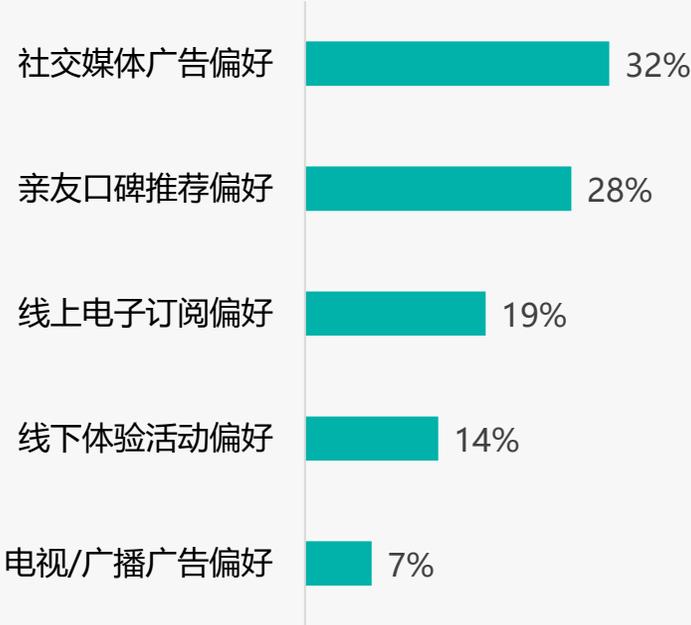
数字社交主导海带零食消费

- ◆ 社交媒体广告偏好最高，占32%，亲友口碑推荐偏好为28%，显示海带零食消费受数字渠道和社交影响显著，年轻消费者依赖度高。
- ◆ 线上电子订阅偏好为19%，线下体验和传统广告偏好较低，分别为14%和7%，反映便捷订阅服务吸引用户，传统广告效果有限。

2025年中国海带零食消费决策者类型分布



2025年中国海带零食家庭广告偏好分布

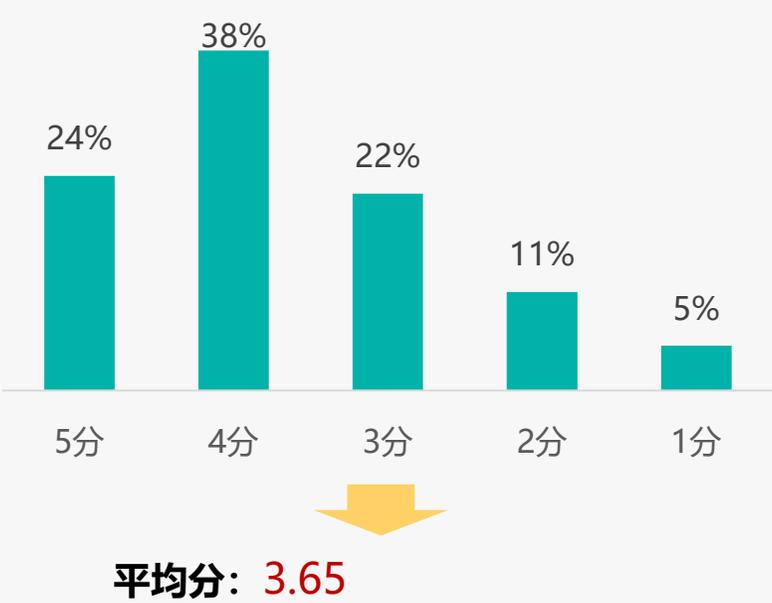


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

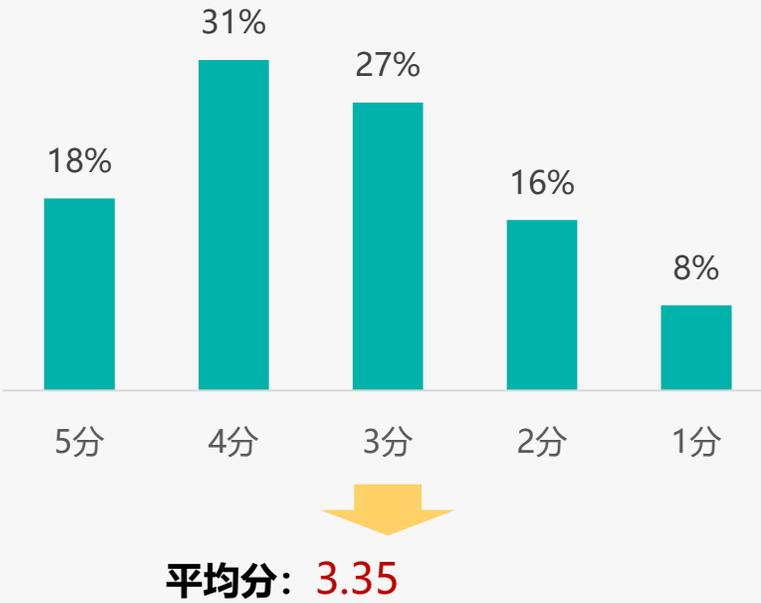
线上消费满意 退货体验待优化

- ◆线上消费流程满意度高，5分和4分合计达62%，其中4分占比38%最高，显示多数消费者体验良好但仍有改进空间。
- ◆退货体验满意度较低，5分和4分合计仅49%，1分和2分合计24%，表明退货环节问题突出，需优先优化流程。

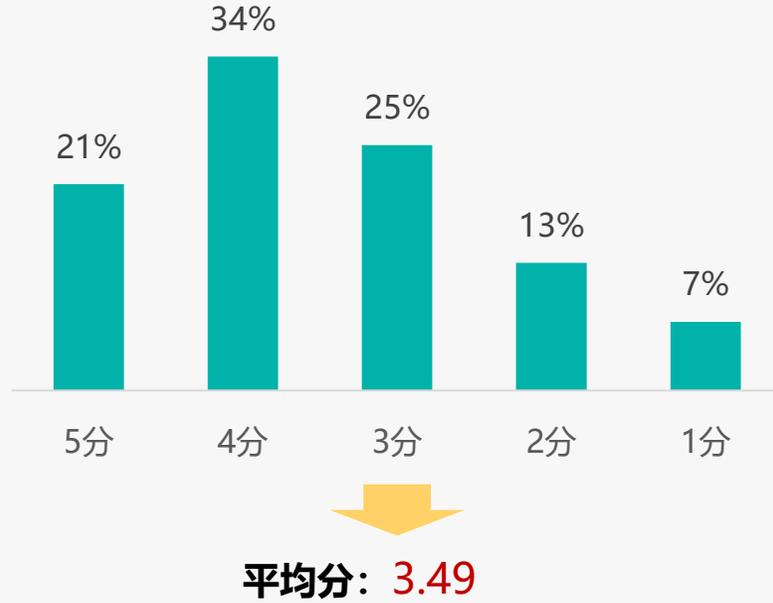
2025年中国海带零食线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国海带零食退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国海带零食线上消费客服满意度分布（满分5分）

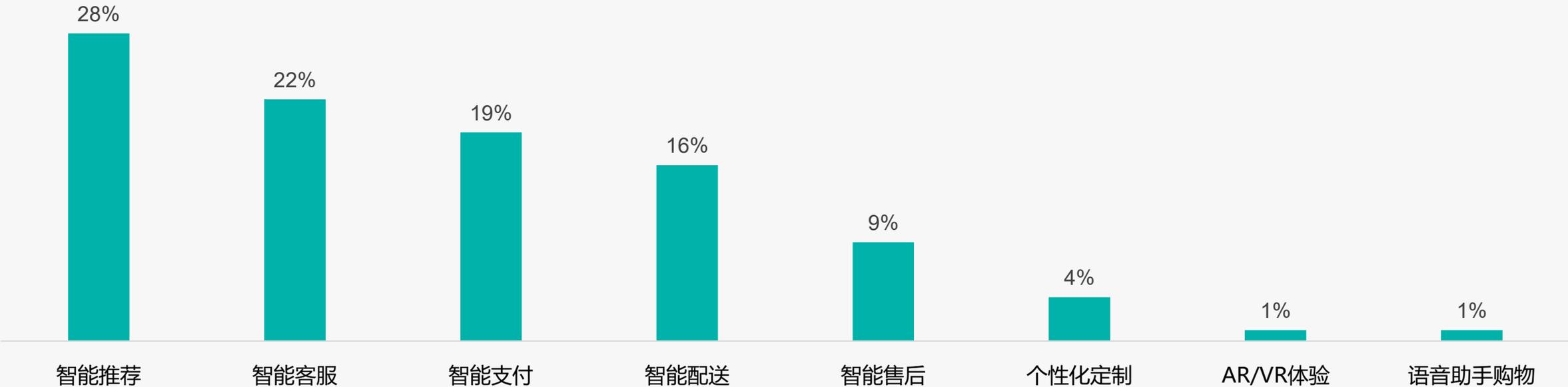


样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐领先 高端服务待发展

- ◆ 调研显示，智能推荐占28%，智能客服和智能支付分别占22%和19%，表明基础智能服务如推荐和支付是海带零食线上消费的核心驱动力。
- ◆ 智能配送占16%，而智能售后、个性化定制等创新服务占比均低于9%，说明高端服务当前渗透率低，市场更注重便捷和可靠的基础体验。

2025年中国海带零食线上消费智能服务体验分布



样本：海带零食行业市场调研样本量N=1254，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