

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~11月蛋卷饼干市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Egg Roll Biscuit 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：年轻中等收入群体主导蛋卷饼干消费市场下沉潜力大



消费性别分布均衡，女性52%，男性48%，无显著偏好差异。



年龄以26-35岁为主占31%，18-25岁占23%，年轻消费者是核心目标。



收入集中在5-8万元和8-12万元，分别占28%和23%，中等收入群体活跃。

## 启示

### ✓ 聚焦年轻中等收入群体

品牌应针对26-35岁、收入5-12万元的消费者，开发符合其需求和偏好的产品，以抓住核心市场。

### ✓ 拓展下沉市场渠道

三线及以下城市占比33%，市场潜力大，品牌需加强渠道下沉，提升产品覆盖和营销渗透。

## 核心发现2：蛋卷饼干消费中低频偏好标准大包装



消费频率以每月几次31%最高，每周一次23%次之，显示中低频消费为主。



产品规格偏好标准包装38%和大包装27%，合计65%，消费者倾向适中或批量购买。



单次消费支出集中在10-30元区间占41%，显示主流消费偏好中等价位。

### 启示

#### ✓ 优化产品包装策略

品牌应重点推广标准包装和大包装产品，满足个人使用和家庭需求，同时考虑价格和储存因素。

#### ✓ 强化中低频消费场景

蛋卷饼干作为零食补充而非日常必需品，品牌需在休闲、补充能量等场景加强营销，提升消费频次。

# 核心发现3：口感价格主导消费真实用户分享驱动购买



口感酥脆28%和价格实惠22%是关键吸引因素，合计超过一半，显示消费者关注基本品质和性价比。



消费原因以解馋零食31%为主，补充能量19%和休闲娱乐17%次之，产品主要满足即时需求。



消费者在社交渠道获取内容时，最信任真实用户分享占42%，垂直领域大V占23%，显示用户生成内容关键。

## 启示

### ✓ 提升产品口感和性价比

品牌应优化产品口感，确保酥脆度，并制定合理价格策略，以增强消费者购买意愿和推荐度。

### ✓ 加强用户生成内容营销

利用微信朋友圈、小红书等社交平台，鼓励真实用户分享体验，与垂直领域意见领袖合作，提升信任和影响力。

# 品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻中等收入群体，强化性价比与口感体验



## 1、产品端

- ✓ 开发创新口味，满足年轻消费者尝新需求
- ✓ 优化包装规格，主打标准及大包装



## 2、营销端

- ✓ 强化微信朋友圈及垂直领域KOL合作
- ✓ 利用电商平台促销，提升复购率



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升售后服务满意度
- ✓ 加强智能客服与个性化推荐服务

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

# 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** 蛋卷饼干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蛋卷饼干品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对蛋卷饼干的购买行为;
- 蛋卷饼干市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

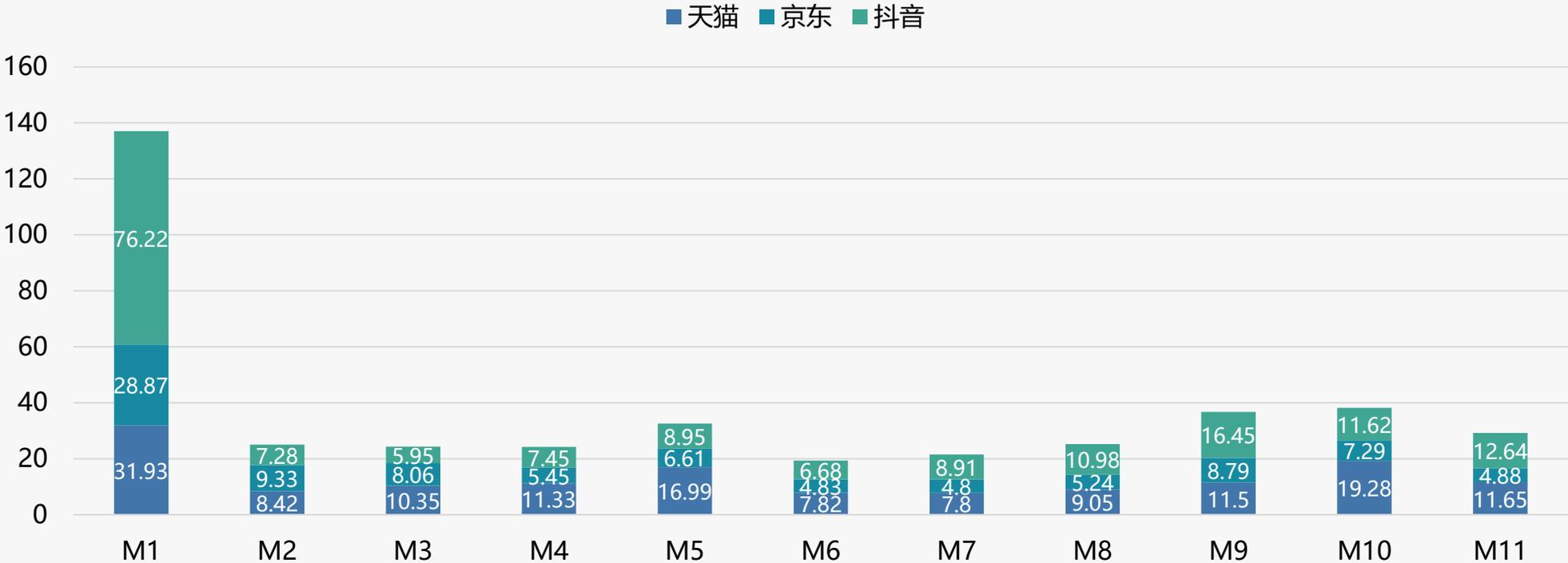
Research Method

- **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, 计算蛋卷饼干品类销售额、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、不同平台蛋卷饼干品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

# 抖音主导蛋卷销售 春节中秋驱动高峰

- ◆从渠道表现看，抖音平台在蛋卷饼干品类中占据主导地位，2025年1-11月总销售额达9.8亿元，远超天猫的1.3亿元和京东的0.7亿元。抖音在M1、M8、M9等月份表现尤为突出，显示其内容电商模式对休闲食品的强转化能力。建议品牌方加大抖音渠道投入，优化直播带货策略以提升ROI。
- ◆从月度趋势分析，销售额呈现明显的季节性波动。1月达到峰值1.37亿元，主要受春节消费拉动；2-7月相对平稳，月均0.6-0.9亿元；8-11月再次回升，其中9月因中秋国庆双节效应创次高0.37亿元。建议企业根据销售周期调整库存周转率，避免旺季缺货和淡季积压。

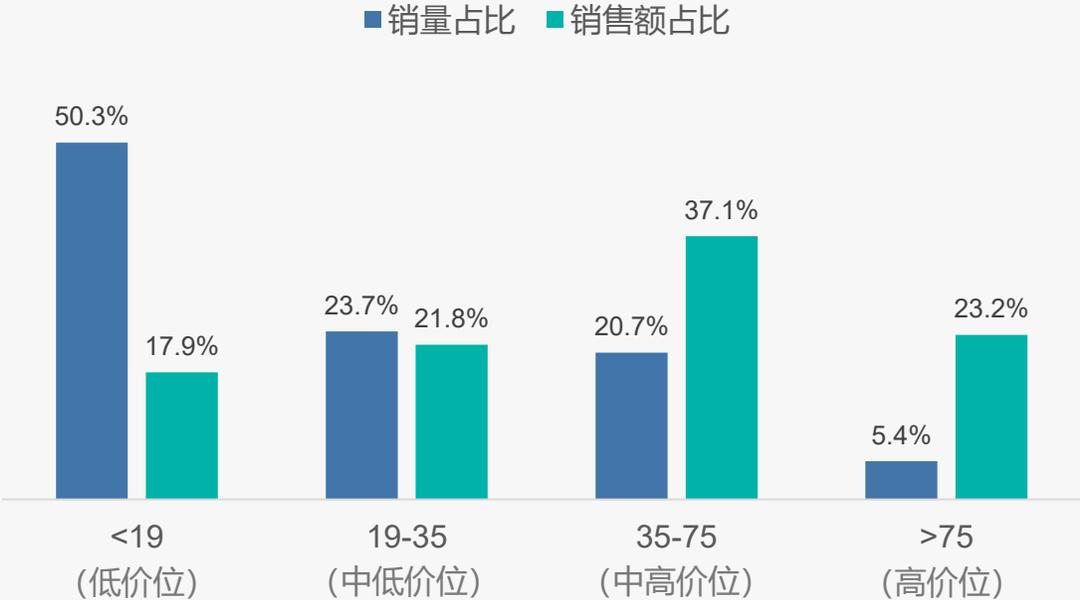
2025年1月~11月蛋卷饼干品类线上销售规模（百万元）



# 蛋卷饼干市场结构优化 中高端产品驱动增长

- ◆从价格区间销售趋势看，蛋卷饼干市场呈现明显的结构性特征。低价位 (<19元) 销量占比高达50.3%，但销售额贡献仅17.9%，表明该区间产品单价低、利润空间有限。中高价位 (35-75元) 销量占比20.7%，却贡献37.1%的销售额，是核心利润来源。
- ◆月度销量分布显示季节性波动明显。M1-M8月，<19元区间销量占比从39.6%攀升至64.5%，反映消费降级趋势；同期>75元区间从9.3%降至3.0%，高端需求萎缩。M9月出现拐点，35-75元区间占比反弹至28.8%，可能与中秋礼品消费相关。M10月19-35元区间占比跃升至33.4%，显示中端市场复苏。建议企业根据季节调整营销策略，Q4重点布局中高端产品以把握节日消费红利。

2025年1月~11月蛋卷饼干线上不同价格区间销售趋势



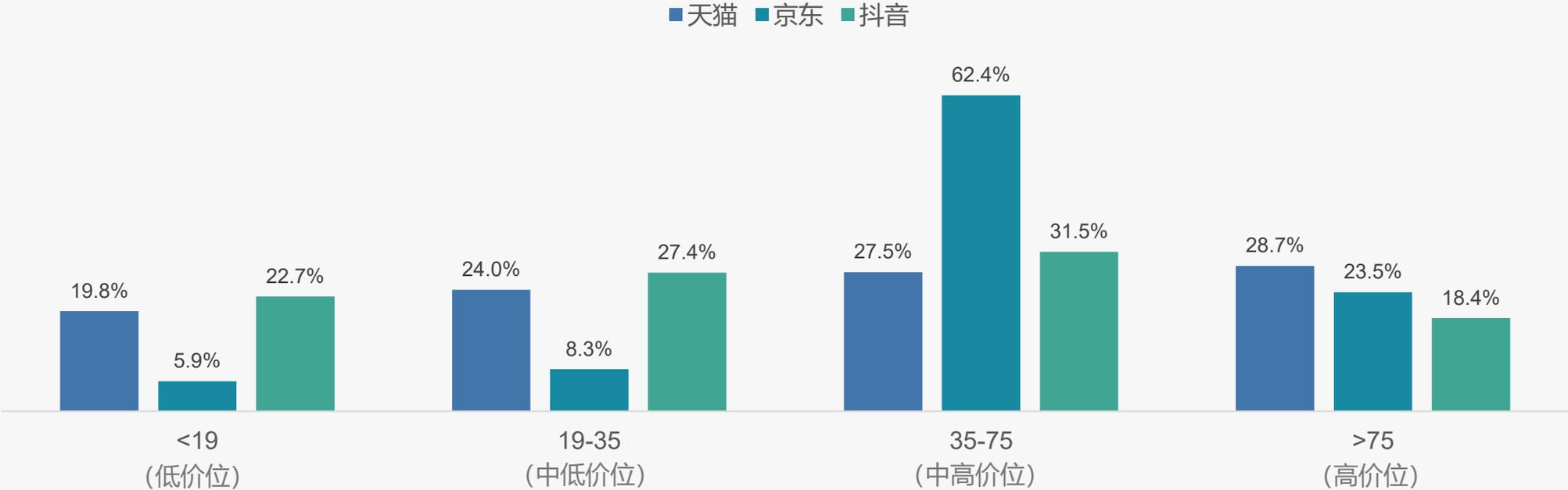
蛋卷饼干线上价格区间-销量分布



# 平台价格差异大 高端增长机会多

- ◆从价格区间分布看，各平台消费结构差异显著。天猫和抖音呈现相对均衡的分布，其中天猫在>75元高端区间占比最高（28.7%），显示其高端化趋势；京东则高度集中于35-75元中高端区间（62.4%），反映其主打品质消费的定位。平台定位与价格策略对比分析：天猫作为综合电商，价格覆盖最广，高端占比领先，适合品牌溢价；京东中高端集中度高，用户忠诚度和复购率可能较高；抖音低价区间占比突出，需关注客单价提升空间。
- ◆市场细分与增长机会：发现35-75元区间在京东占主导，可能成为竞争红海；而>75元区间在天猫和抖音均有增长潜力，尤其是抖音的18.4%占比显示高端市场渗透不足。建议品牌加强高端产品创新和内容营销，以提升整体客单价和利润率。

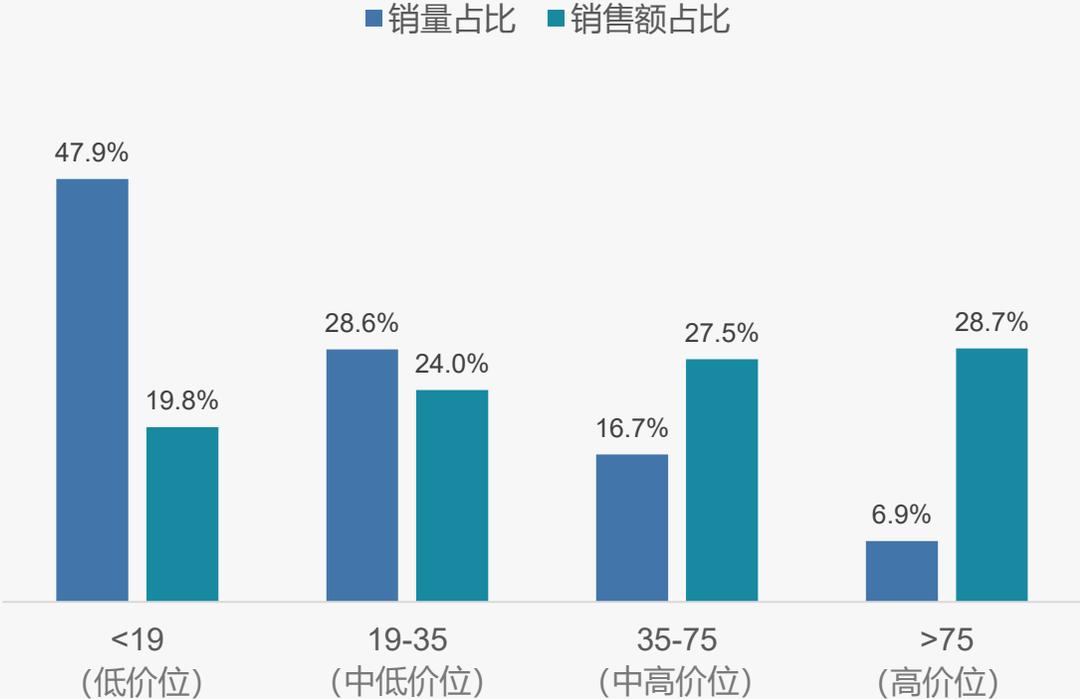
2025年1月~11月各平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



# 低价走量高端溢价 销量结构分化明显

- ◆从价格区间销售趋势看，蛋卷饼干品类呈现明显的结构性分化。低价位 (<19元) 销量占比高达47.9%，但销售额贡献仅19.8%，表明该区间产品以走量为主，毛利率可能偏低；而高价位 (>75元) 虽销量占比仅6.9%，却贡献28.7%的销售额，显示高端产品具有更强的溢价能力。建议品牌优化产品组合，平衡销量与利润结构。
- ◆月度销量分布显示，低价位产品 (<19元) 占比从1月的29.1%持续攀升至11月的65.8%，呈现明显的季节性增长趋势，尤其在M7-M11月均超过50%。这可能与下半年促销活动增多、消费者价格敏感度提升有关。同时，中高价位 (35-75元) 占比从M1的36.8%下降至M11的11.6%，需关注消费降级风险对品牌价值

2025年1月~11月天猫平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势



天猫平台蛋卷饼干价格区间-销量分布

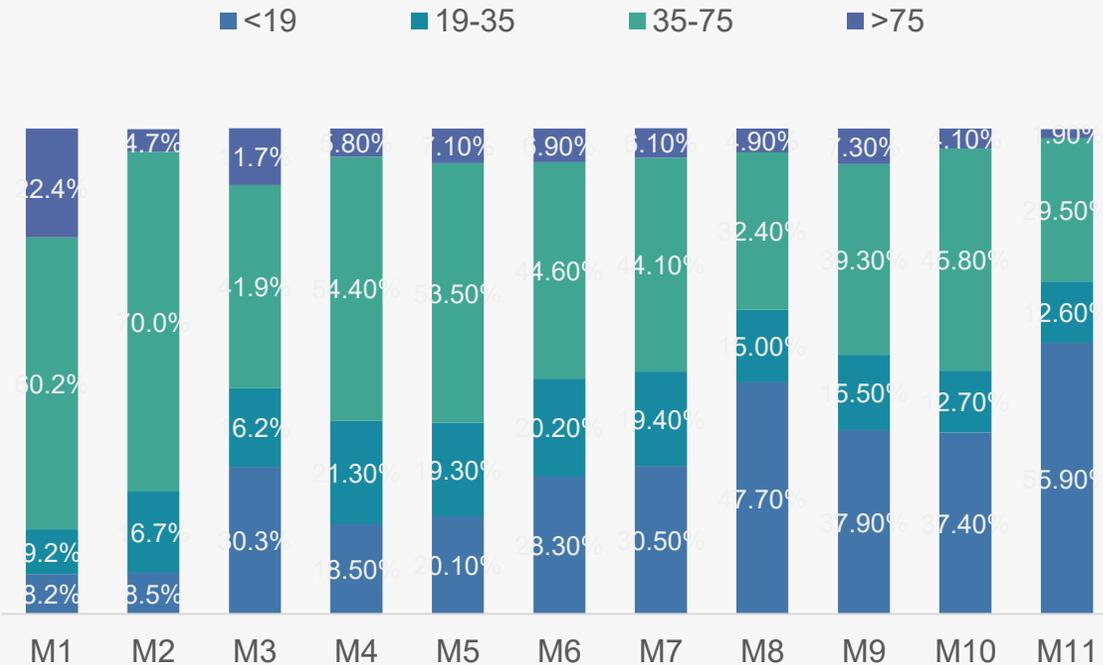
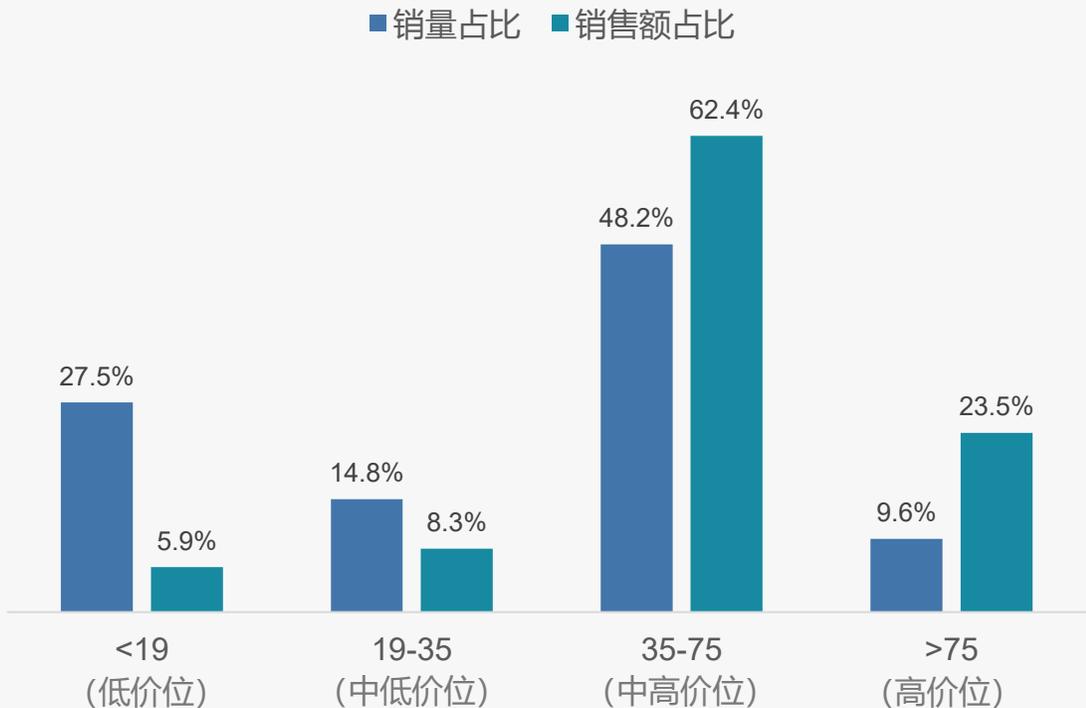


# 中端主导利润 价格敏感上升 优化产品结构

- ◆从价格区间销售趋势看，35-75元价格带是京东平台蛋卷饼干的核心利润区。该区间销量占比48.2%，但贡献了62.4%的销售额，显示出较高的客单价和利润贡献度。相比之下，<19元区间销量占比27.5%仅贡献5.9%销售额，属于引流产品但利润贡献有限。>75元高端区间销量占比9.6%贡献23.5%销售额，具有较高的溢价能力。
- ◆月度销量分布显示明显的价格敏感度变化趋势。1-11月<19元区间销量占比从8.2%增至55.9%，而>75元区间从22.4%降至1.9%，表明消费者价格敏感度逐月提升。35-75元区间虽有所波动但保持主导地位，11月仍占29.5%，显示中端市场韧性较强。建议关注成本控制和促销策略以应对价格敏感趋势。

2025年1月~11月京东平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势

京东平台蛋卷饼干价格区间-销量分布

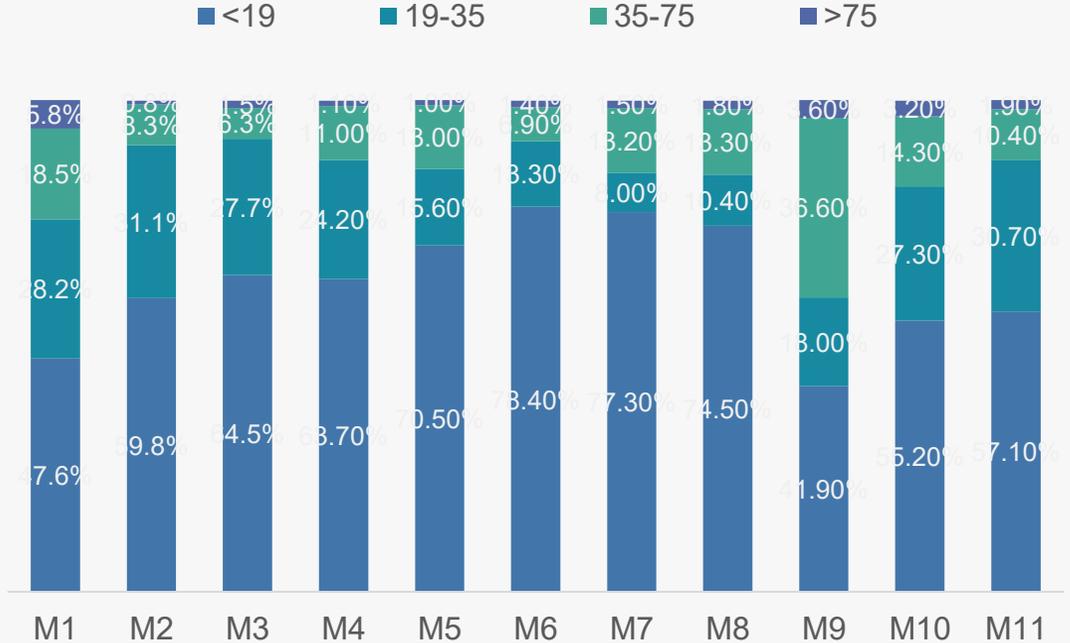
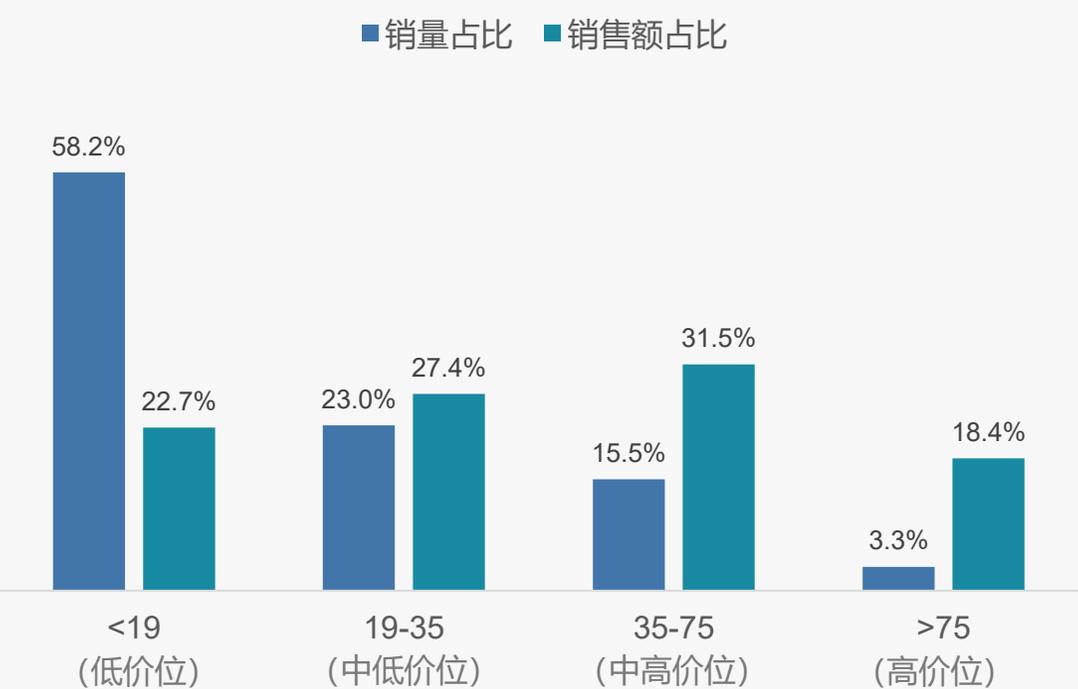


# 优化产品结构 提升中高端占比 增强盈利能力

- ◆从抖音平台价格区间销售趋势看，低价位 (<19元) 产品贡献58.2%销量但仅占22.7%销售额，呈现高销量低价值特征；中高价位 (35-75元) 以15.5%销量贡献31.5%销售额，毛利率显著更高。建议优化产品结构，提升中高端产品占比以提高整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，1-8月低价位产品占比持续高位 (41.9%-78.4%)，9月出现结构性调整，中高价位 (35-75元) 占比跃升至36.6%，可能受季节性营销或新品上市影响。结合中价位区间 (19-35元) 的均衡表现 (销量23.0%/销售额27.4%)，建议实施差异化定价策略，同时强化高端产品品牌价值以提升客单价。

2025年1月~11月抖音平台蛋卷饼干不同价格区间销售趋势

抖音平台蛋卷饼干价格区间-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** 蛋卷饼干消费行为、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年内购买过蛋卷饼干的消费者;
- 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

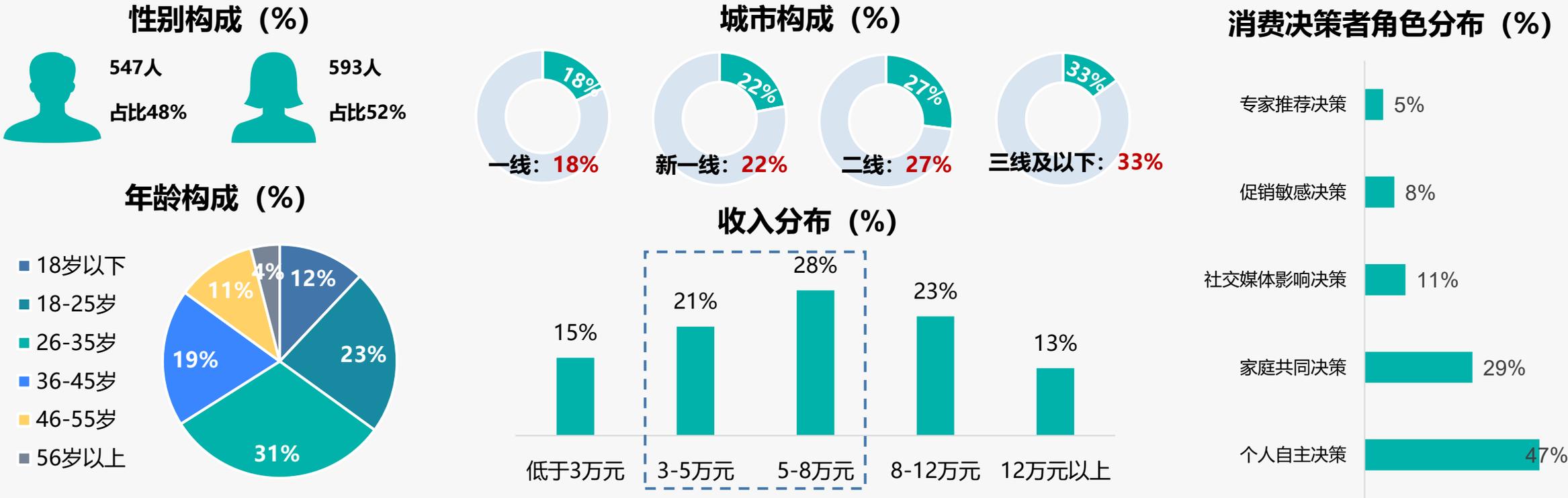
Research Method

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=1140

# 年轻中等收入群体主导蛋卷饼干消费市场下沉潜力大

- ◆蛋卷饼干消费调查显示，性别分布均衡（女52%，男48%），年龄以26-35岁为主（31%），收入集中在5-8万元（28%），中等收入群体活跃。
- ◆消费决策以个人自主（47%）和家庭共同（29%）为主，城市分布中三线及以下占比最高（33%），市场下沉潜力大，年轻消费者是核心目标。

## 2025年中国蛋卷饼干消费者画像

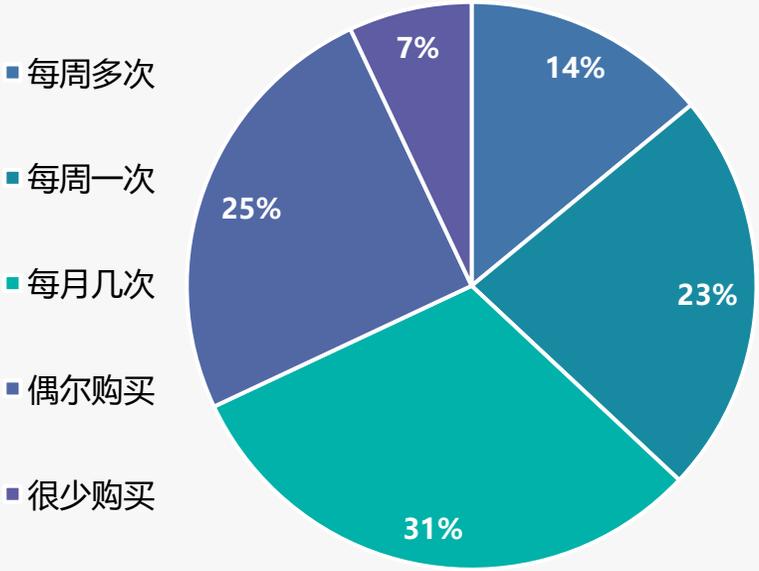


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

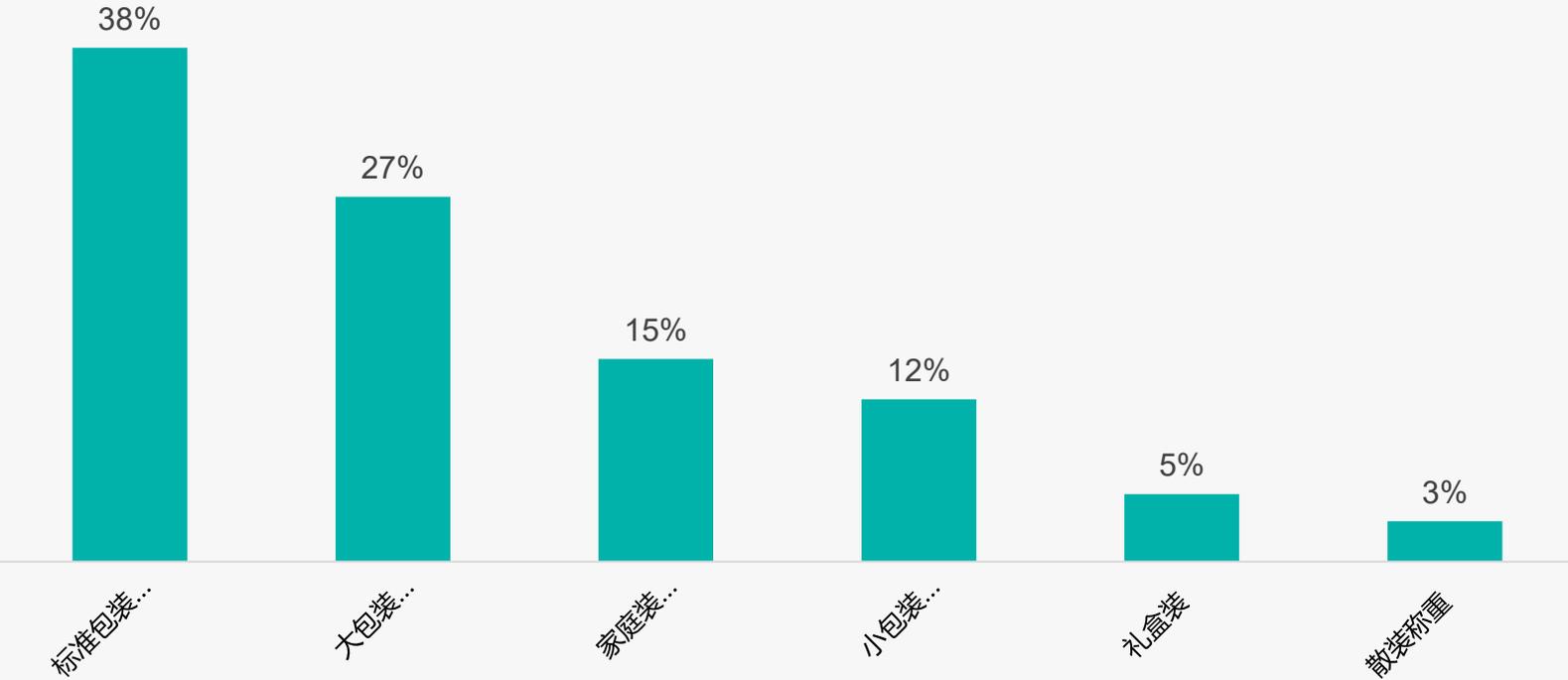
# 蛋卷饼干消费中低频 偏好标准大包装

- ◆消费频率以每月几次31%最高，每周一次23%次之，显示蛋卷饼干消费多为中低频，可能作为零食补充而非日常必需品。
- ◆产品规格偏好标准包装38%和大包装27%，合计65%，表明消费者倾向适中或批量购买，可能受价格和储存因素驱动。

## 2025年中国蛋卷饼干消费频率分布



## 2025年中国蛋卷饼干消费规格分布

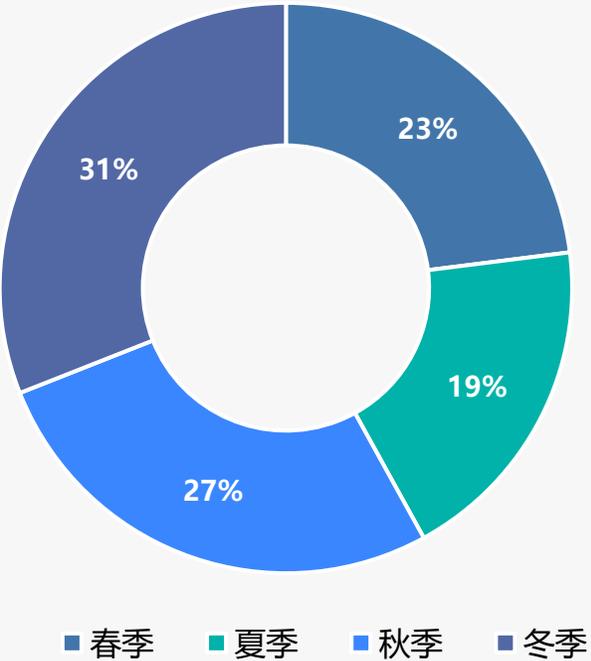


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

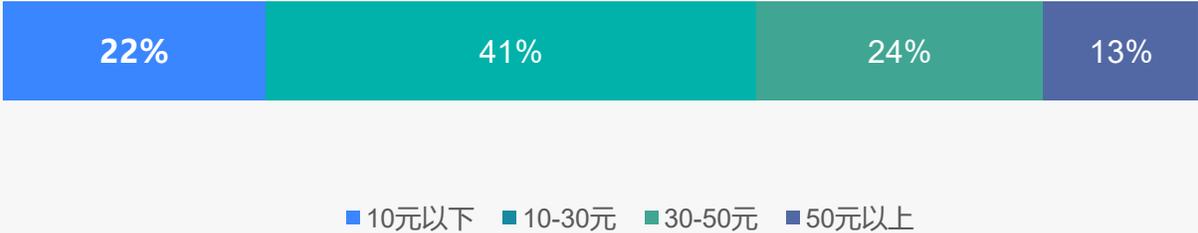
# 消费中端主导 冬季需求最高 便捷包装流行

- ◆ 单次消费支出以10-30元为主，占比41%，高消费（50元以上）仅13%。季节分布冬季最高，占31%，夏季最低为19%。
- ◆ 包装类型中塑料袋装最受欢迎，占32%，纸盒装25%，真空包装仅10%，显示便捷包装主导市场。

### 2025年中国蛋卷饼干消费季节分布



### 2025年中国蛋卷饼干单次消费支出分布



### 2025年中国蛋卷饼干包装类型分布

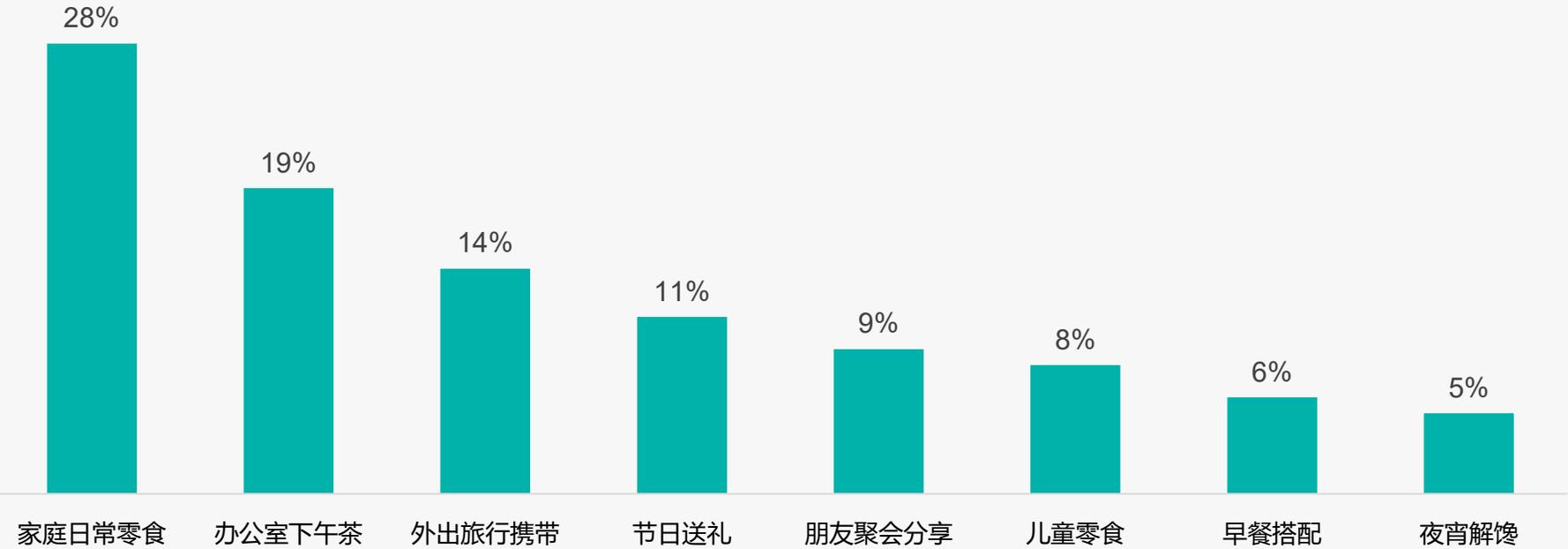


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

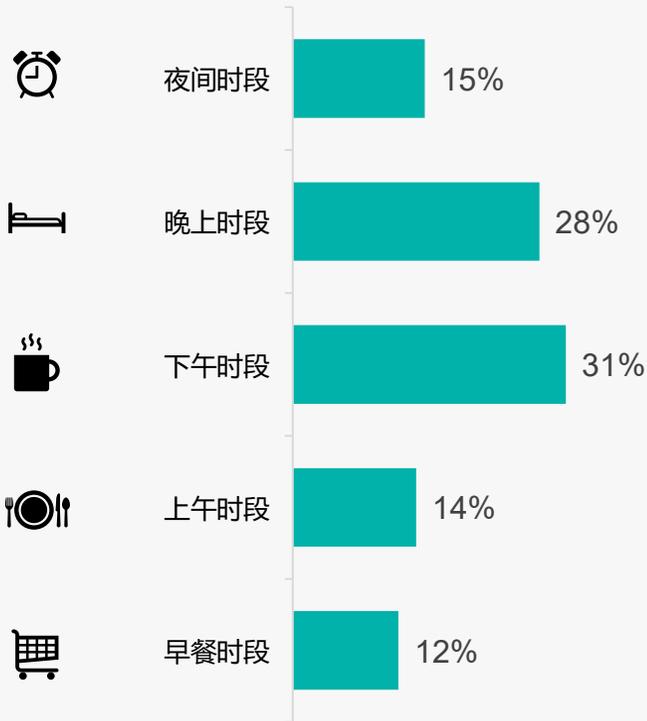
# 蛋卷饼干消费下午高峰早餐潜力

- ◆蛋卷饼干消费场景以家庭日常零食为主，占比28%，办公室下午茶占19%，显示其作为休闲和补充食品的广泛适用性。
- ◆消费时段集中在下午，占比31%，晚上占28%，早餐时段仅12%，表明下午是高峰期，早餐市场有增长潜力。

## 2025年中国蛋卷饼干消费场景分布



## 2025年中国蛋卷饼干消费时段分布

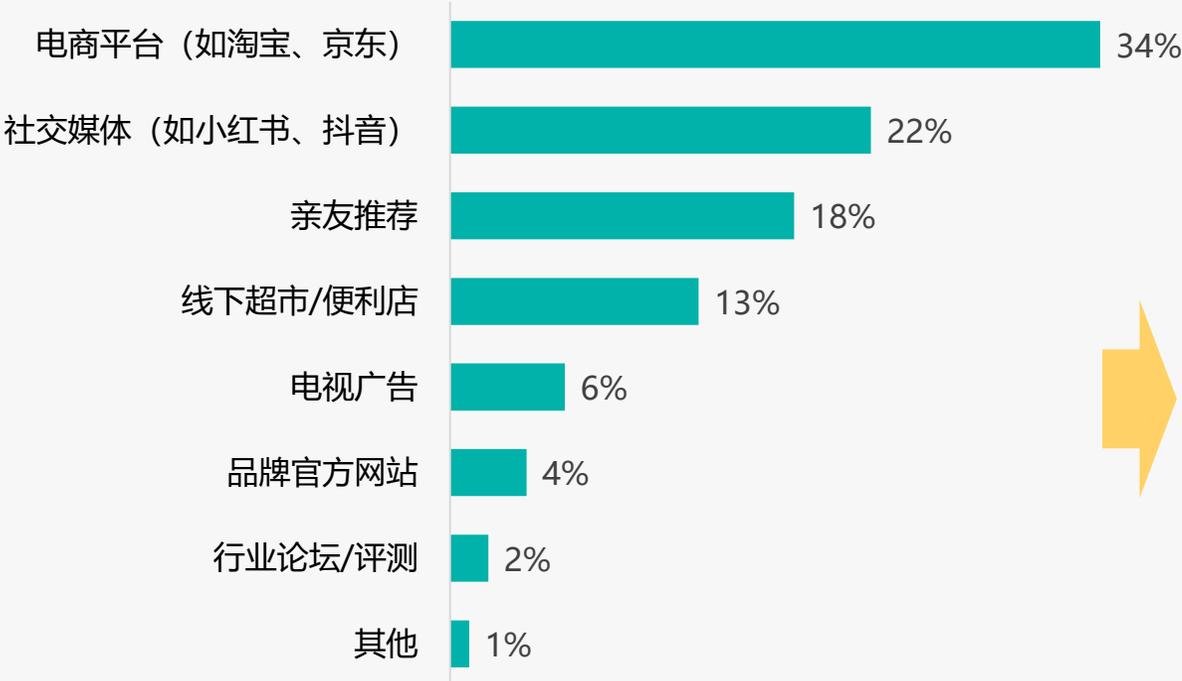


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

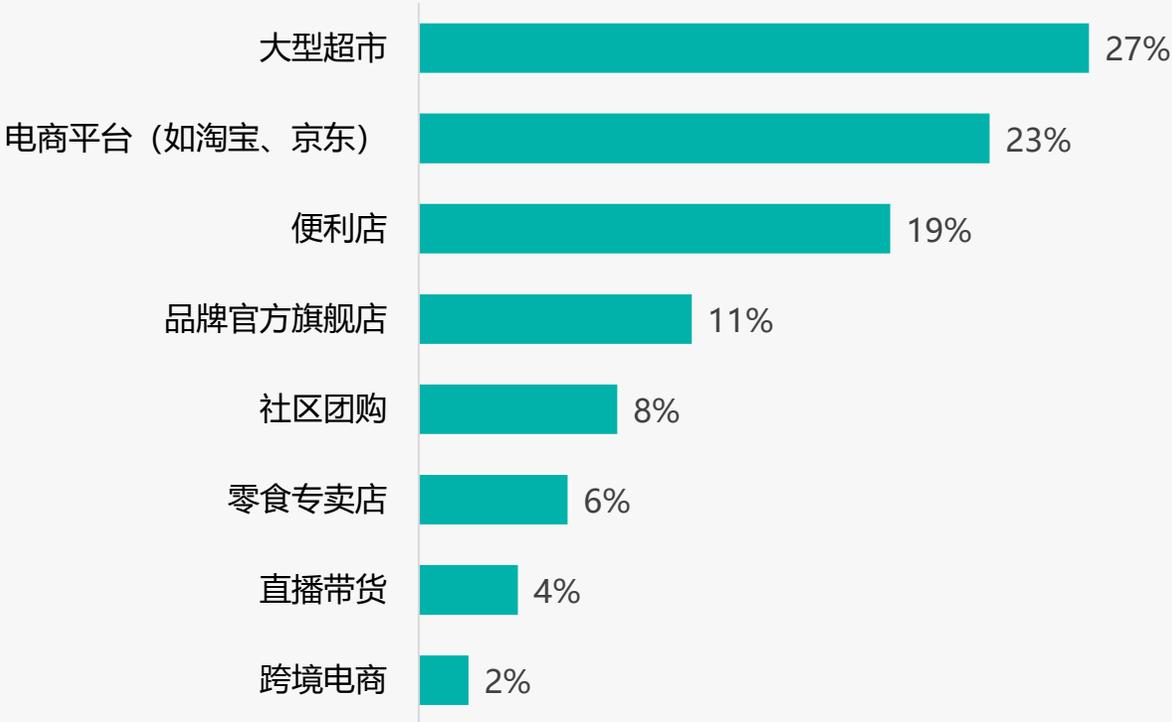
# 线上了解线下购买电商平台关键

- ◆消费者了解蛋卷饼干主要依赖线上渠道，电商平台占34%，社交媒体占22%，亲友推荐占18%，线下超市/便利店仅占13%。
- ◆购买渠道以大型超市（27%）、电商平台（23%）和便利店（19%）为主，合计占69%，品牌官方旗舰店和社区团购分别占11%和8%。

## 2025年中国蛋卷饼干产品了解渠道分布



## 2025年中国蛋卷饼干购买渠道分布

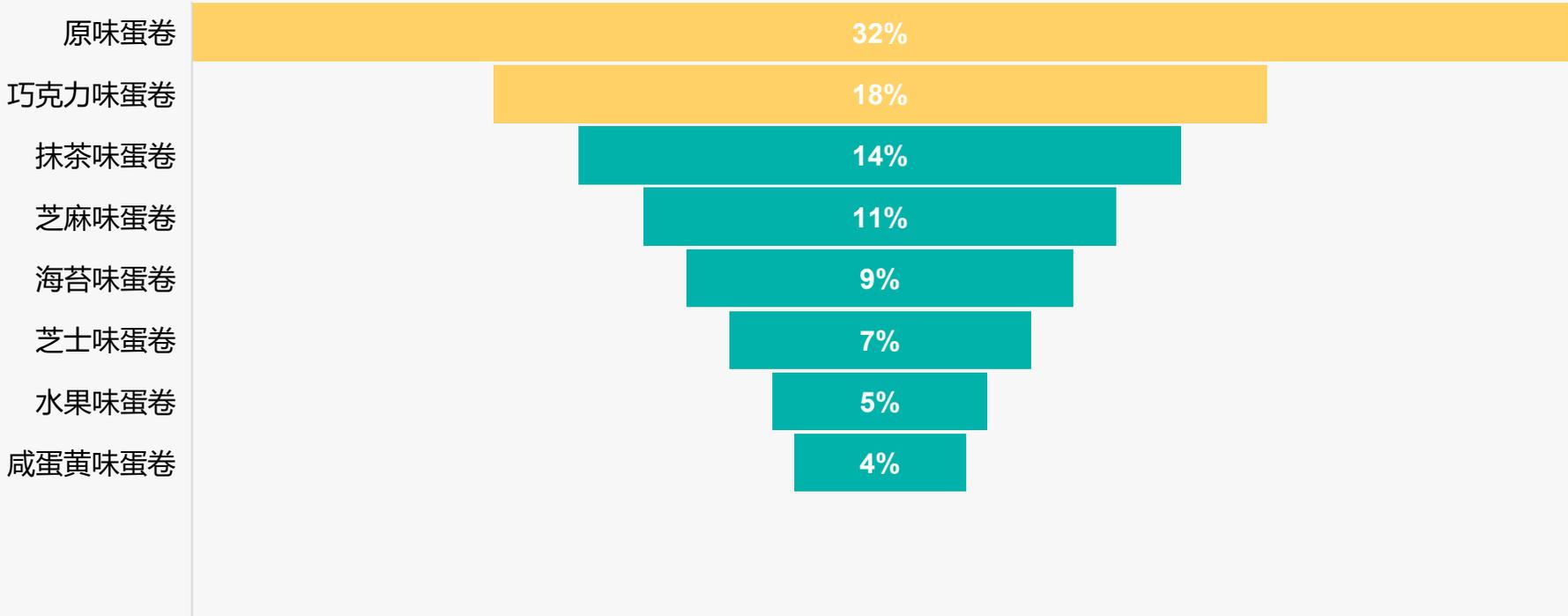


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 原味主导 创新潜力 小众待培育

- ◆原味蛋卷以32%的偏好度主导市场，巧克力味和抹茶味分别占18%和14%，显示经典口味稳定，创新口味有潜力但偏好集中。
- ◆芝麻味和海苔味分别占11%和9%，特色口味表现尚可，而芝士味、水果味和咸蛋黄味合计16%，小众口味市场渗透有限需培育。

## 2025年中国蛋卷饼干偏好类型分布

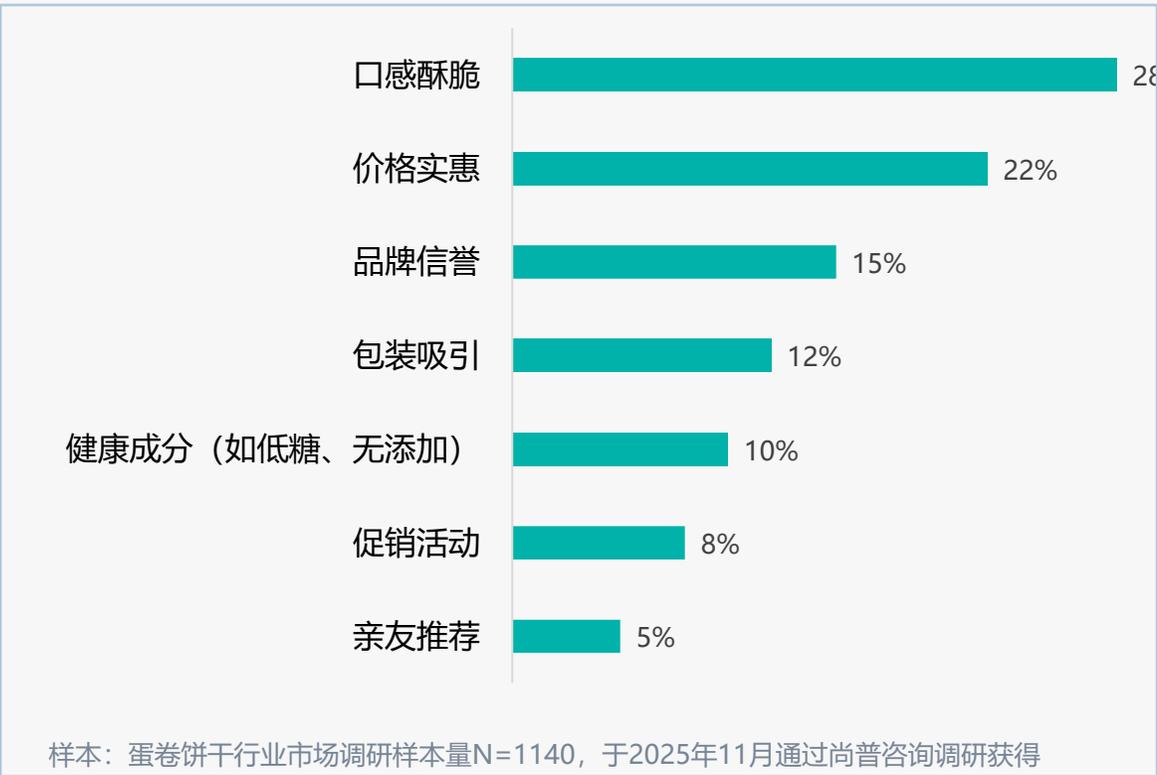


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

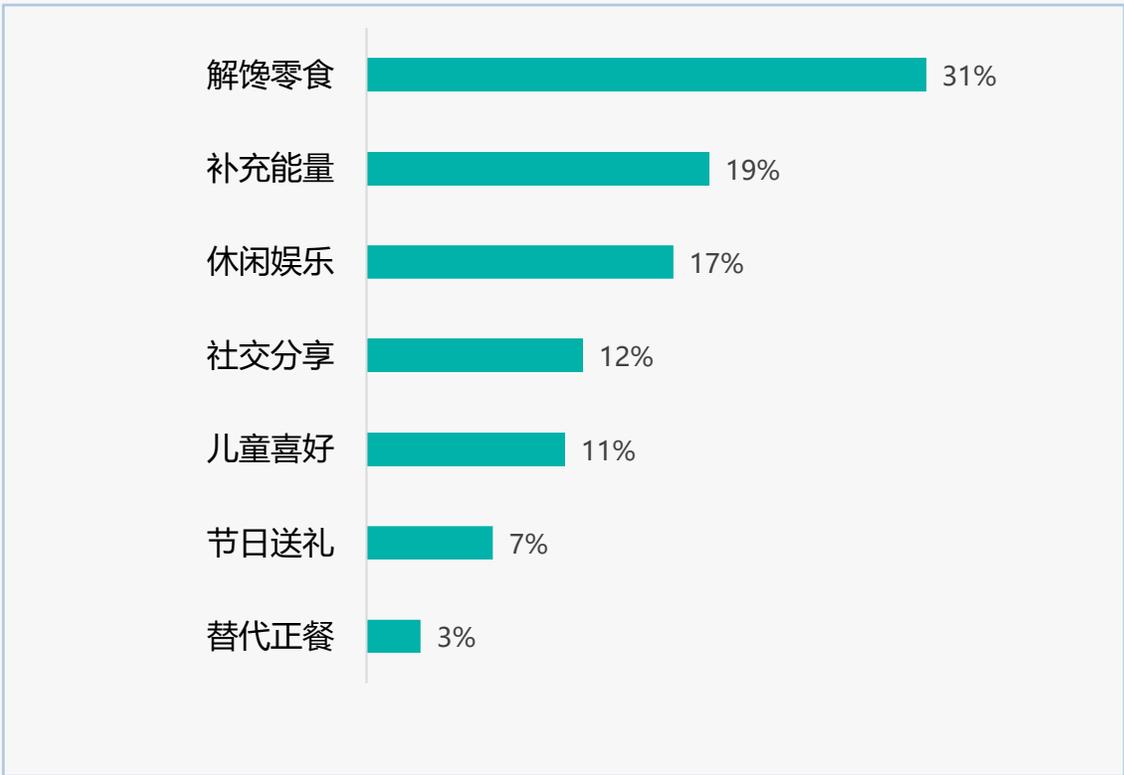
# 口感价格主导消费 零食需求多元场景

- ◆调研显示，口感酥脆（28%）和价格实惠（22%）是吸引消费的关键因素，品牌信誉（15%）和包装吸引（12%）也起重要作用。
- ◆消费原因以解馋零食（31%）为主，补充能量（19%）和休闲娱乐（17%）次之，社交分享（12%）和儿童喜好（11%）显示多元场景。

## 2025年中国蛋卷饼干吸引消费关键因素分布



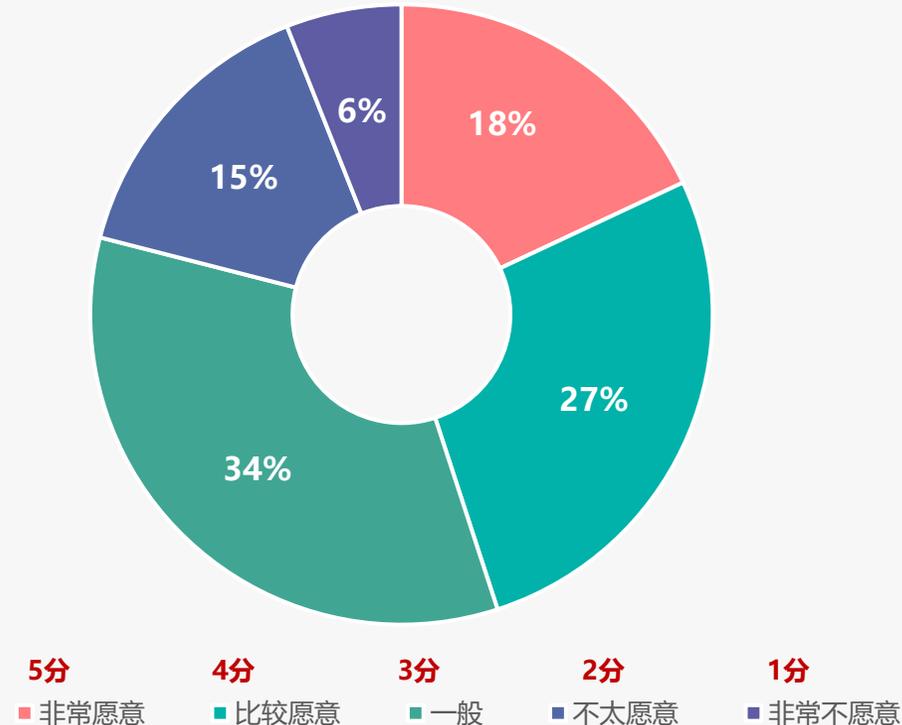
## 2025年中国蛋卷饼干消费真正原因分布



# 口感价格优化提升推荐意愿

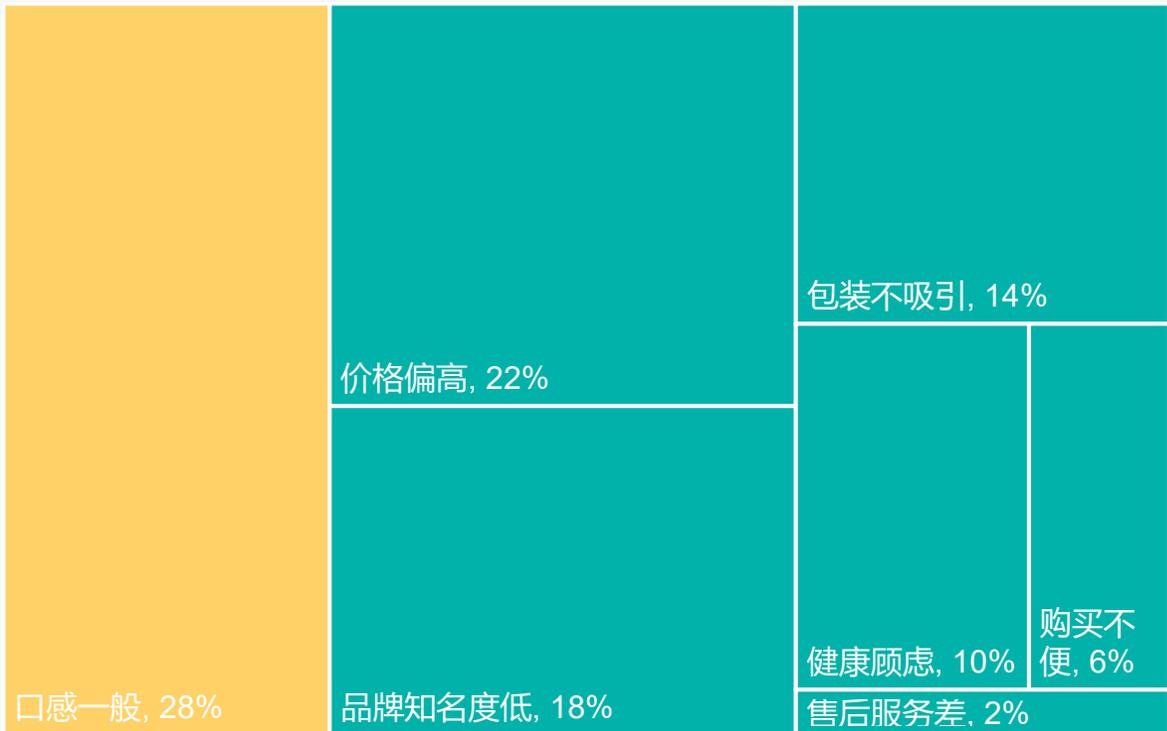
- ◆消费者推荐意愿一般，非常愿意和比较愿意合计45%，一般及以下占比55%。不愿推荐主因口感一般28%、价格偏高22%，合计50%影响显著。
- ◆品牌知名度低18%、包装不吸引14%、健康顾虑10%也阻碍推荐。购买不便6%和售后服务差2%问题较小，需优先优化口感和价格。

### 2025年中国蛋卷饼干推荐意愿分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

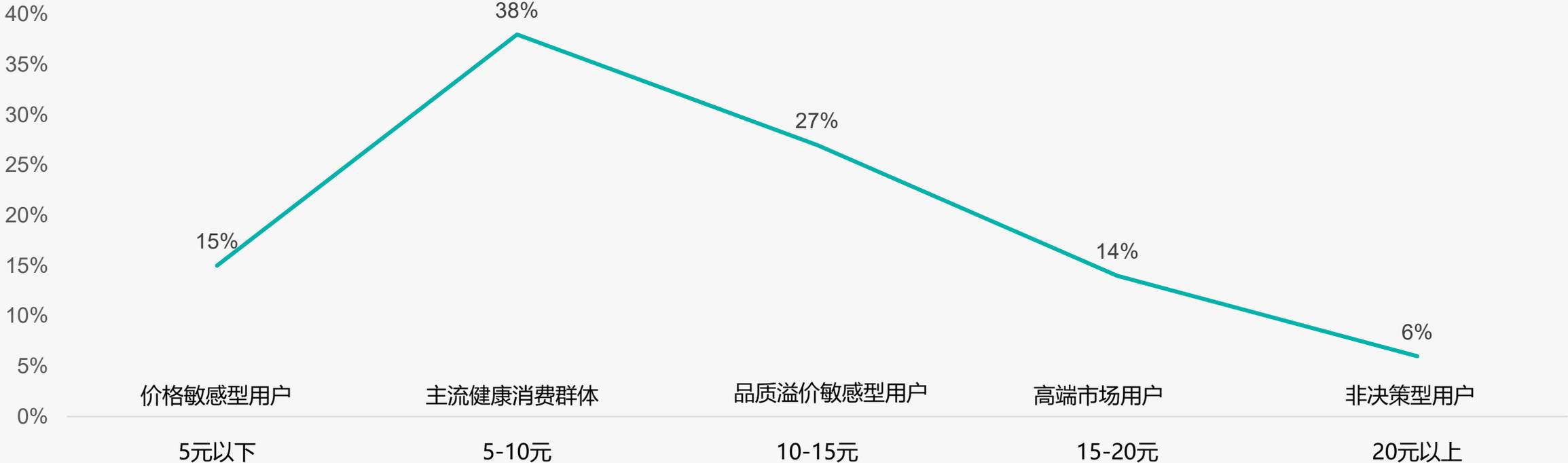
### 2025年中国蛋卷饼干不愿推荐原因分布



# 蛋卷饼干消费偏好中低端价格

- ◆蛋卷饼干消费中，5-10元价格区间接受度最高，占比38%，显示消费者偏好中低端产品，10-15元区间占比27%表明中端市场也有吸引力。
- ◆高端市场接受度低，20元以上仅占6%，5元以下和15-20元区间分别占15%和14%，反映消费者主要选择经济实惠选项。

### 2025年中国蛋卷饼干最主流规格价格接受度



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以标准包装（50-200g）规格蛋卷饼干为标准核定价格区间

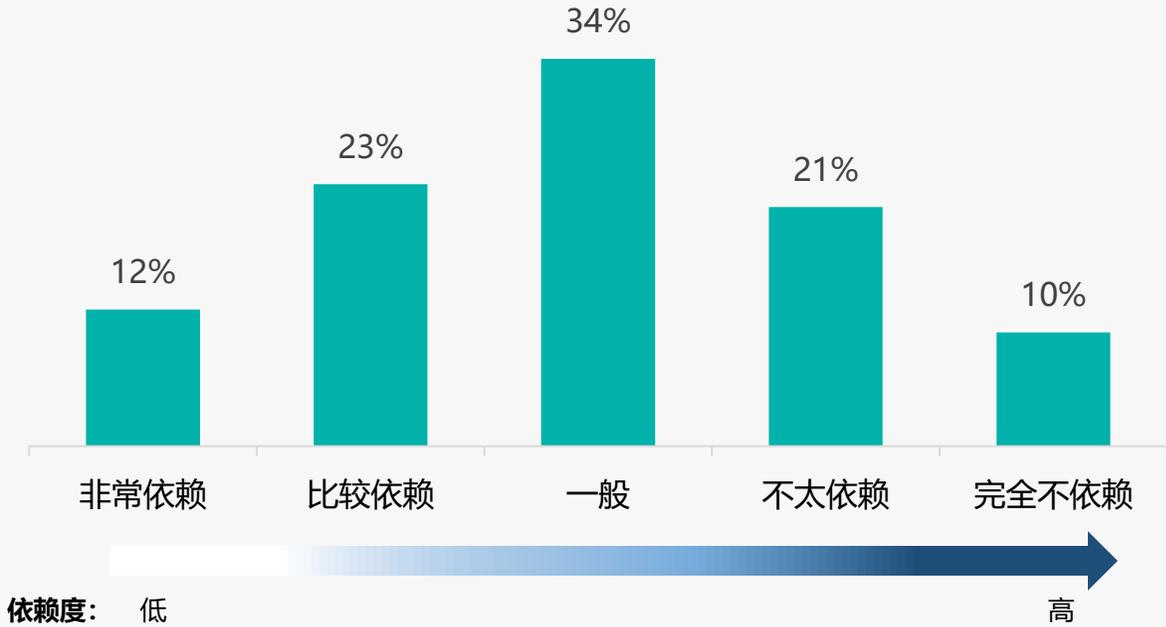
# 价格敏感促销依赖影响消费行为

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，38%减少频率，显示价格敏感度强，品牌忠诚度较高。
- ◆35%消费者对促销活动依赖较高（非常依赖12%，比较依赖23%），促销策略影响购买决策。

### 2025年中国蛋卷饼干价格上涨10%后购买行为分布



### 2025年中国蛋卷饼干对促销活动依赖程度分布

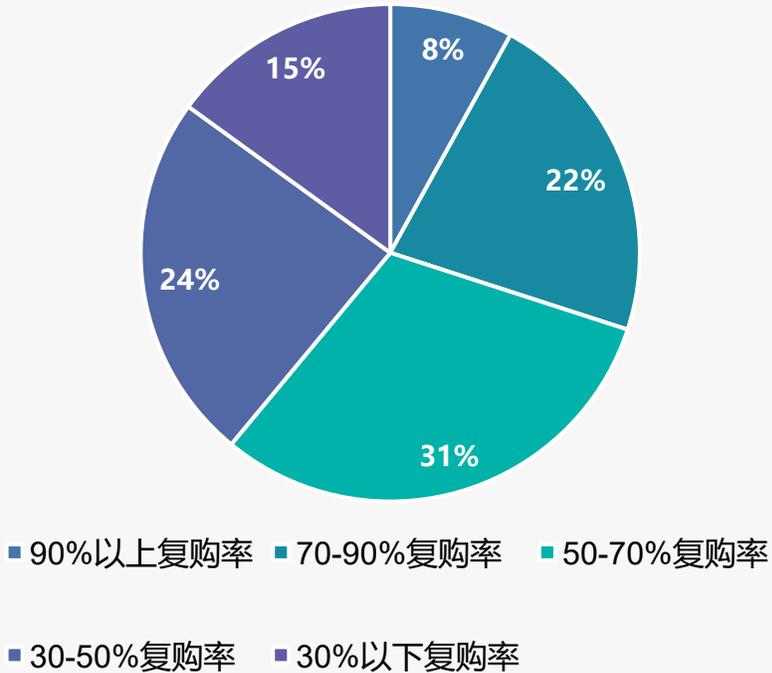


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

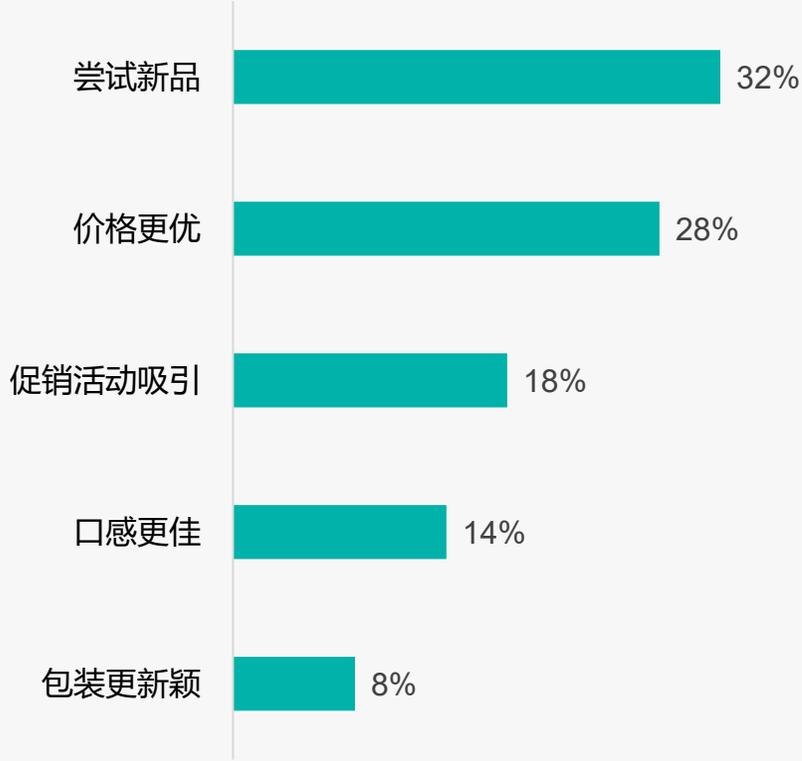
# 复购率中等新品驱动竞争

- ◆蛋卷饼干行业复购率分布中，50-70%复购率占比最高为31%，显示消费者品牌忠诚度中等，但30%以下复购率占15%表明流失风险。
- ◆更换品牌原因中，尝试新品占32%最高，价格更优占28%，促销活动吸引占18%，提示产品创新和价格策略是关键竞争因素。

## 2025年中国蛋卷饼干固定品牌复购率分布



## 2025年中国蛋卷饼干更换品牌原因分布

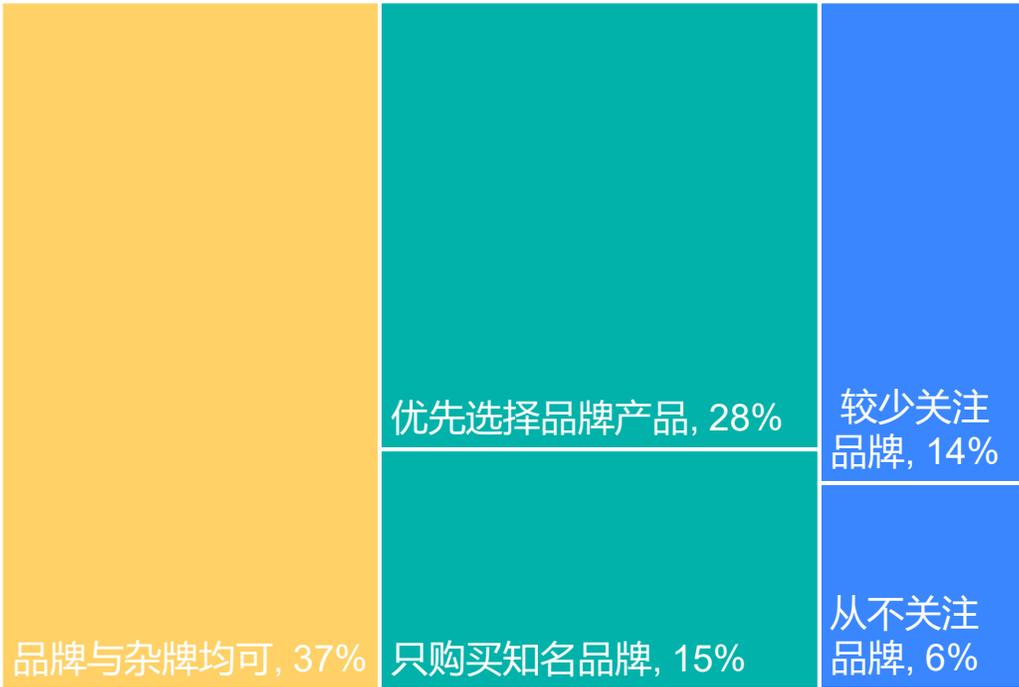


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

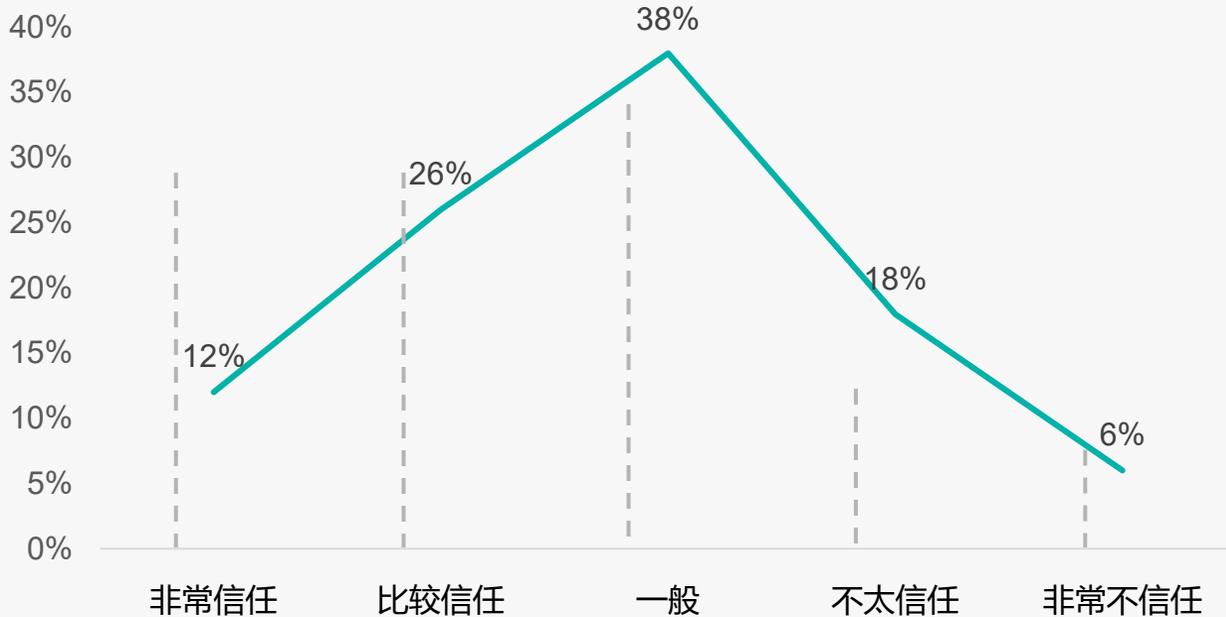
# 品牌依赖度低 信任度待提升

- ◆蛋卷饼干消费中，37%的消费者品牌与杂牌均可，显示品牌依赖度不高；43%倾向品牌产品，品牌仍具吸引力。
- ◆品牌信任度方面，38%的消费者持信任态度，但24%不信任品牌，表明品牌信任度有待提升。

## 2025年中国蛋卷饼干消费品牌产品意愿分布



## 2025年中国蛋卷饼干对品牌产品态度分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

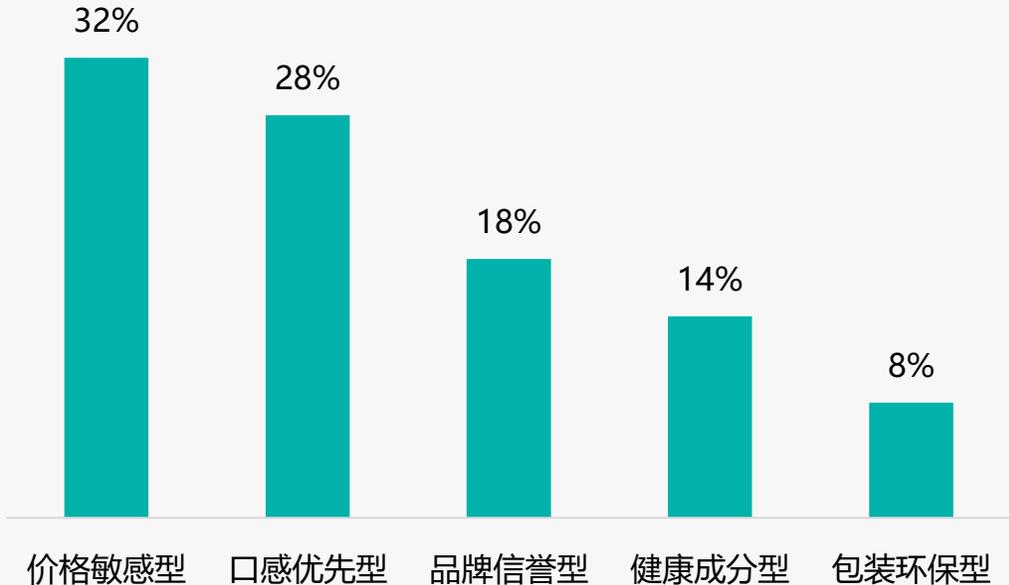
# 国产品牌主导市场 性价比口感驱动消费

- ◆国产品牌消费占比87%，远超进口品牌的13%，显示消费者高度偏好本土产品，市场由国产品牌主导。
- ◆价格敏感型占比32%最高，口感优先型28%次之，表明性价比和口味是购买决策的核心驱动因素。

## 2025年中国蛋卷饼干国产与进口品牌消费分布



## 2025年中国蛋卷饼干品牌偏好类型分布

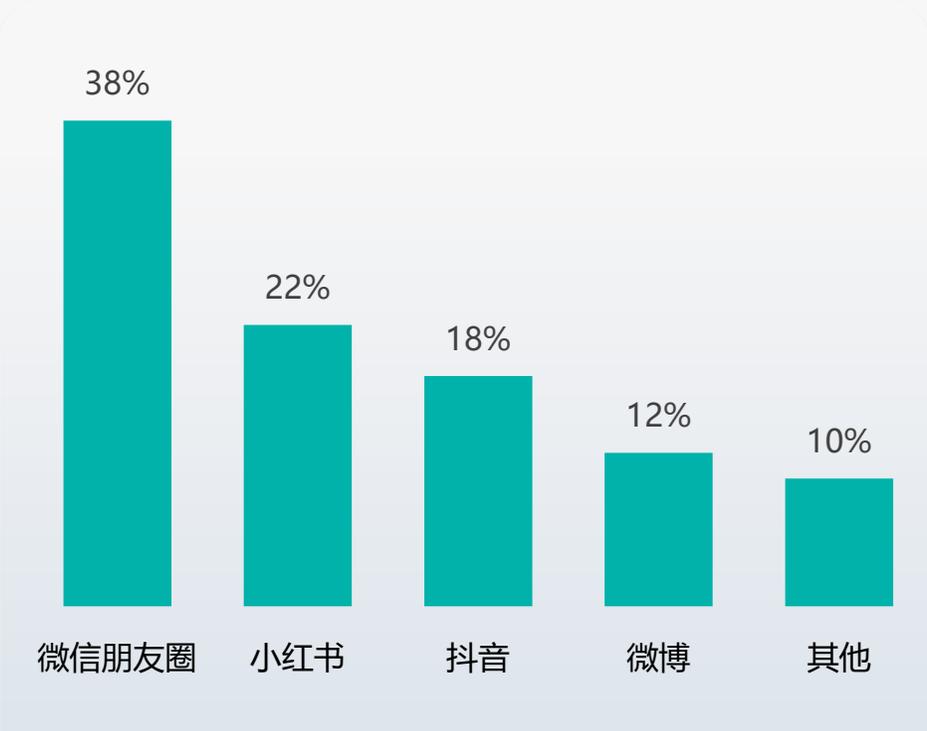


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 朋友圈主导分享 用户体验驱动消费

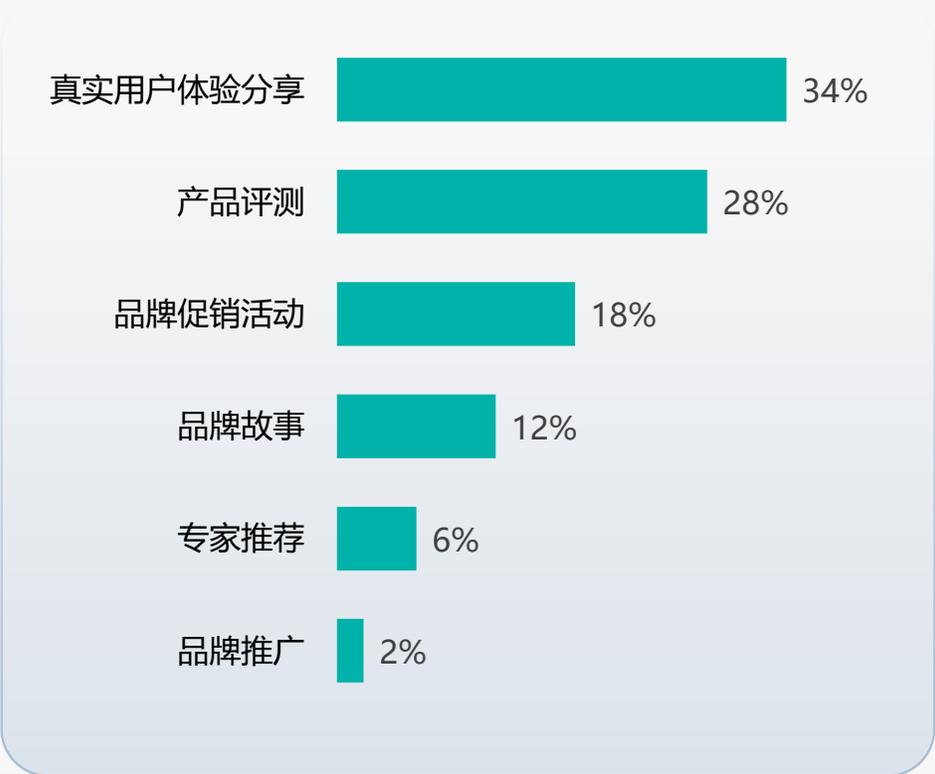
- ◆微信朋友圈以38%占比主导社交分享渠道，小红书22%和抖音18%次之，显示消费者偏好集中传播平台。
- ◆真实用户体验分享34%和产品评测28%合计超60%，凸显用户生成内容在蛋卷饼干消费决策中的关键作用。

## 2025年中国蛋卷饼干社交分享渠道分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

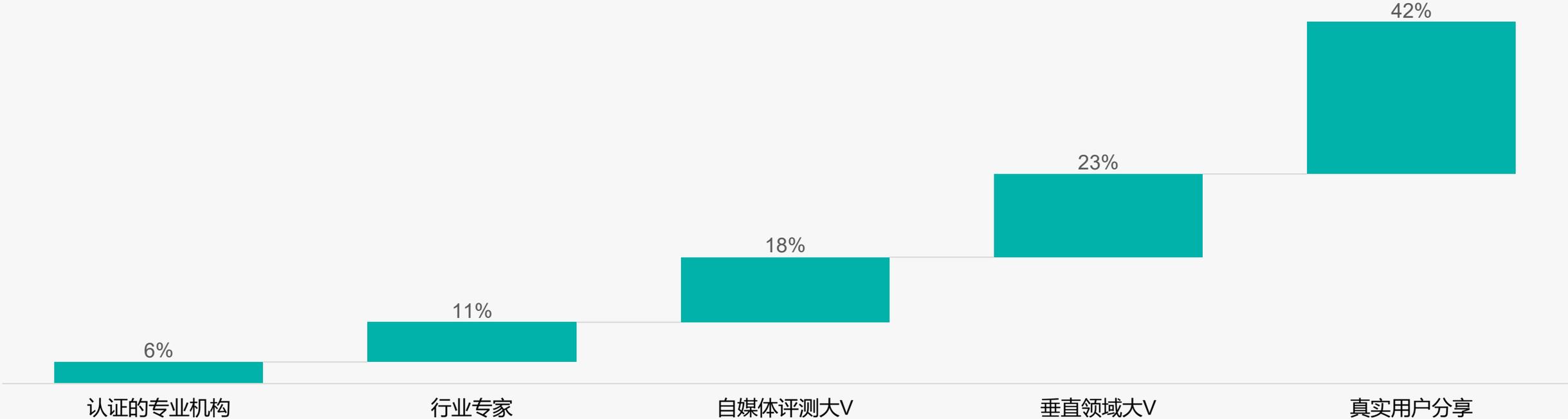
## 2025年中国蛋卷饼干社交渠道内容类型分布



# 真实用户分享最受信任 垂直领域大V次之

- ◆调查显示，消费者在社交渠道获取蛋卷饼干内容时，最信任真实用户分享，占比42%，其次是垂直领域大V占23%，表明用户更偏好真实体验和细分领域推荐。
- ◆行业专家和认证专业机构信任度较低，分别为11%和6%，提示营销应聚焦用户生成内容和垂直意见领袖，以增强信任和影响力。

## 2025年中国蛋卷饼干社交渠道信任博主类型分布

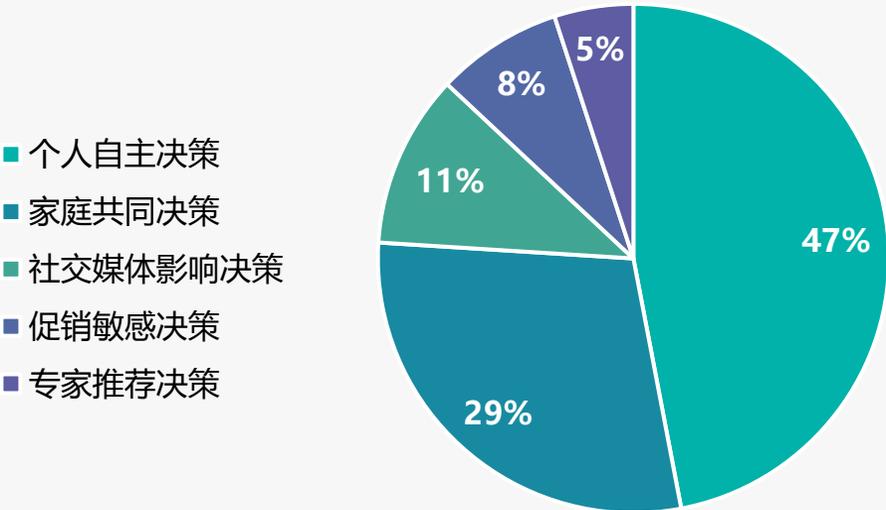


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

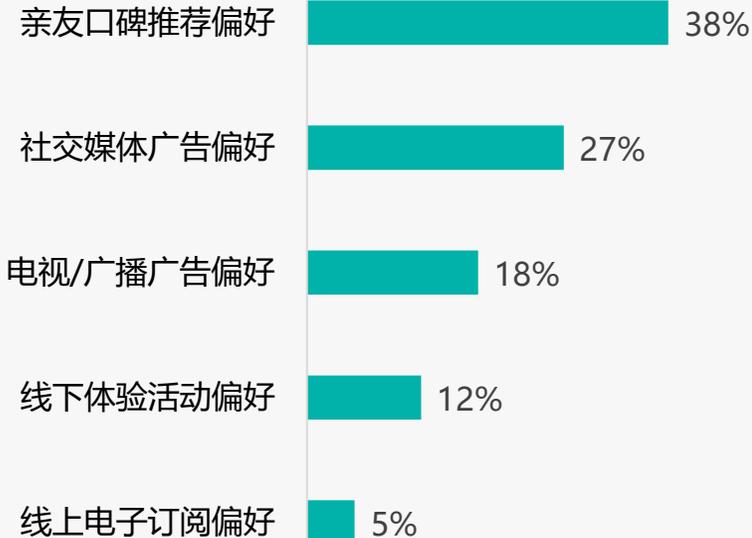
# 口碑主导 社交媒体次之 传统媒体下降

- ◆蛋卷饼干消费调研显示，亲友口碑推荐偏好最高，占38%，社交媒体广告偏好为27%，表明社交信任和线上渠道是主要影响因素。
- ◆电视/广播广告偏好为18%，线下体验和线上订阅偏好较低，分别为12%和5%，提示传统媒体影响力下降，体验营销需加强。

### 2025年中国蛋卷饼干消费决策者类型分布



### 2025年中国蛋卷饼干家庭广告偏好分布

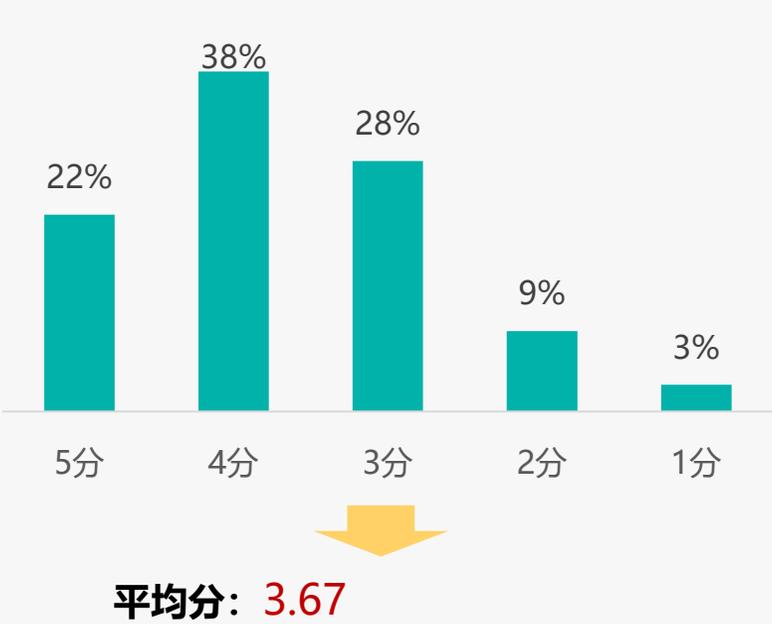


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

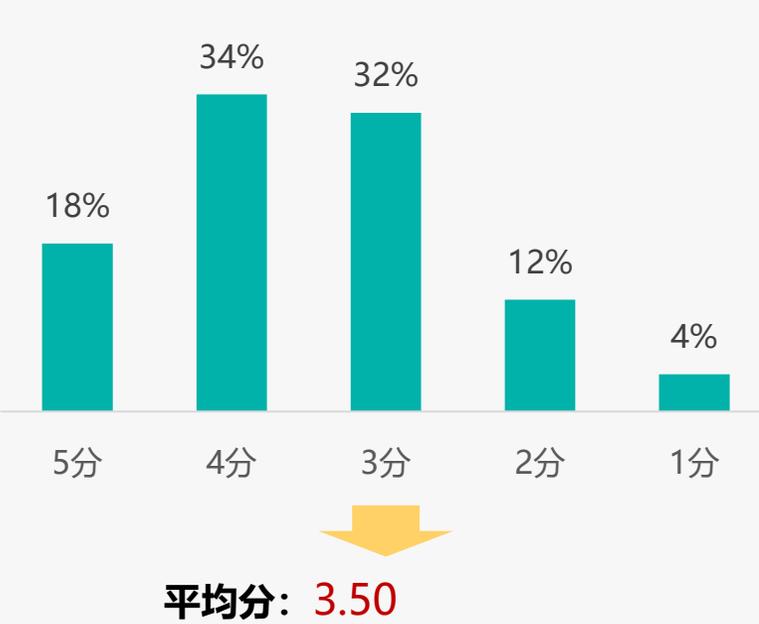
# 消费流程满意退货体验待提升

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计达60%，但退货体验满意度较低，5分和4分合计仅52%，显示退货环节需重点改进。
- ◆客服满意度中，5分和4分合计56%，介于消费流程和退货体验之间，但3分占比30%较高，提示客服响应能力有待加强。

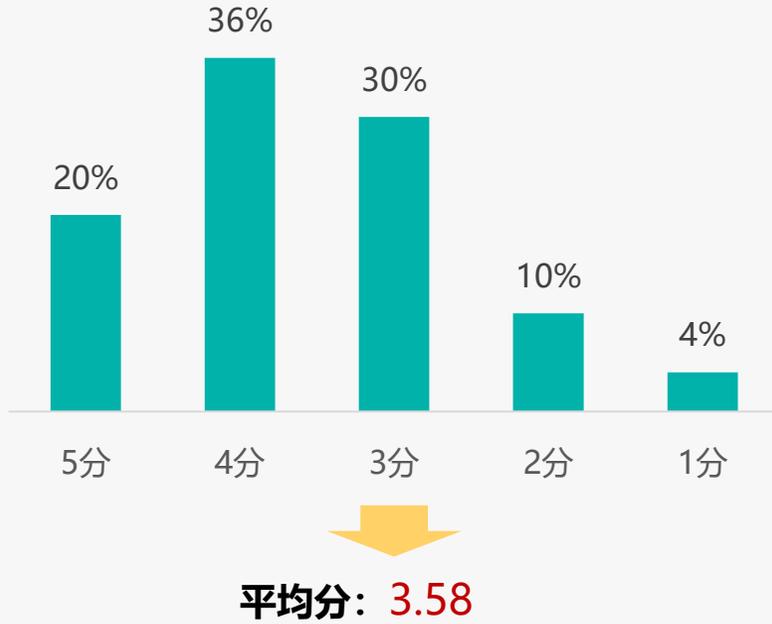
### 2025年中国蛋卷饼干线上消费流程满意度分布（满分5分）



### 2025年中国蛋卷饼干退货体验满意度分布（满分5分）



### 2025年中国蛋卷饼干线上消费客服满意度分布（满分5分）

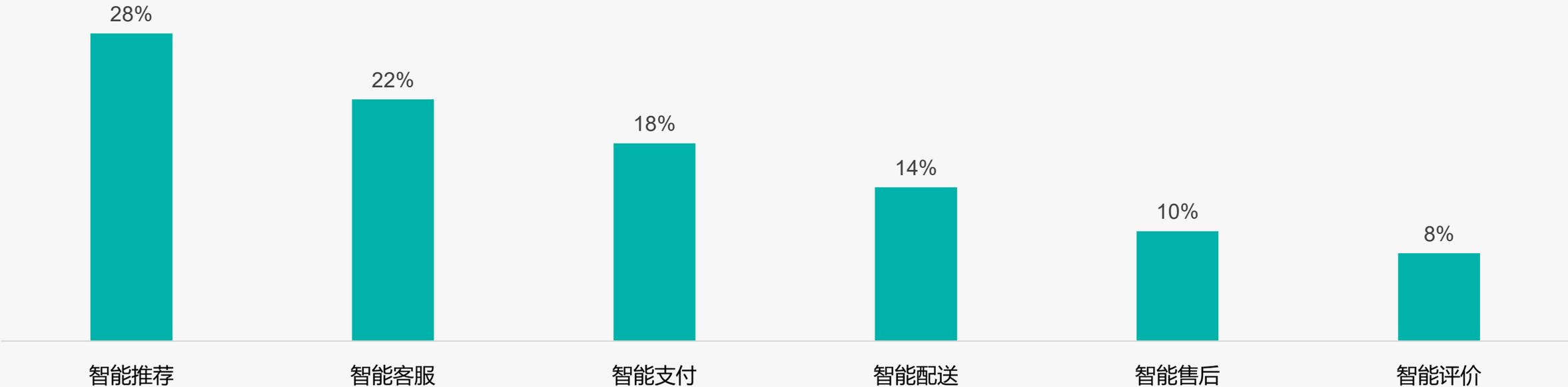


样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

# 智能推荐主导 配送售后待提升

- ◆智能推荐占比28%最高，智能客服22%次之，显示消费者对个性化和高效服务需求突出，是线上消费体验的关键驱动因素。
- ◆智能配送、售后和评价占比相对较低，分别为14%、10%和8%，表明这些服务在蛋卷饼干行业中有待加强以提升整体满意度。

## 2025年中国蛋卷饼干线上消费智能服务体验分布



样本：蛋卷饼干行业市场调研样本量N=1140，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**