华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一～三季度宠物烘干箱市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Drying Cabinet Category Market Insights

2025年11月

华信人咨询
HXN CONSULTING

序言

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9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，华信人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年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，华信人咨询发布《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2025年市场先机。

©2025.11 HXR华信人咨询

华信人咨询
HXN CONSULTING

目录

CONTENTS

1 核心发现

2 品类洞察

3 消费洞察

核心发现1：中青年女性主导宠物烘干箱消费决策

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 宠物主人自主决策占52%，家庭共同决策28%，个人和家庭决策高度依赖。
- 女性消费者占59%，男性41%，女性是主要消费群体。
- 26-45岁中青年占70%，是核心用户，中等收入群体需求强劲。

启示

✓ **精准定位中青年女性用户**

品牌应针对26-45岁女性用户设计产品和营销策略，强调自主决策和家庭使用场景，提升产品吸引力。

✓ **强化家庭决策沟通**

营销内容需兼顾个人和家庭决策，突出产品对宠物健康和家庭便利的益处，增强家庭购买共识。

核心发现2：高频使用与中高端价格接受度高

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 每周使用1次及以上用户占69%，产品已融入日常养宠生活。
- 单次消费1000-2000元占比最高37%，消费者偏好中高端产品。
- 价格接受度集中在800-1800元区间，占57%，市场以中高端为主。

启示

✓ **优化产品耐用性和高频使用体验**

针对高频使用习惯，提升产品耐用性和易用性，减少维护成本，增强用户长期依赖。

✓ **聚焦中高端市场定价策略**

品牌应主攻800-1800元价格带，强调性价比和高端功能，避免过低或过高定价流失核心用户。

核心发现3：品牌信任和产品安全是消费关键驱动

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 产品安全性(27%)和价格合理性(23%)是关键购买因素，合计50%。
- 品牌偏好显著，60%消费者重视品牌，品牌信任度高达57%。
- 亲友口碑推荐占39%，是主要决策影响来源，高于社交媒体广告。

启示

✓ **加强品牌安全形象建设**

通过认证、测试和透明沟通，突出产品安全性和质量，建立消费者信任，减少购买顾虑。

✓ **利用口碑营销扩大影响**

鼓励用户分享真实体验，与宠物美容师等专业人士合作，提升品牌可信度和推荐率。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年中高收入群体，强化产品实用性与健康安全

1、产品端

- ✓ 开发静音智能快速烘干功能产品
- ✓ 优化中小型规格，提升性价比耐用性

2、营销端

- ✓ 利用社交平台真实用户口碑推广
- ✓ 在电商平台强化个性化推荐和客服

3、服务端

- ✓ 简化退货流程，提升售后服务效率
- ✓ 提供专业护理博主内容增强信任度

华信人咨询
HXN CONSULTING

目录

CONTENTS

1 核心发现

2 品类洞察

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

3 消费洞察

品类洞察：研究说明

华信人咨询
HXN CONSULTING

1、研究内容
Research Contents

- **剖析** 2025年一～三季度各月天猫、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** 宠物烘干箱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宠物烘干箱品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物烘干箱的购买行为；
- 宠物烘干箱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，计算宠物烘干箱品类销售额、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、不同平台宠物烘干箱品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

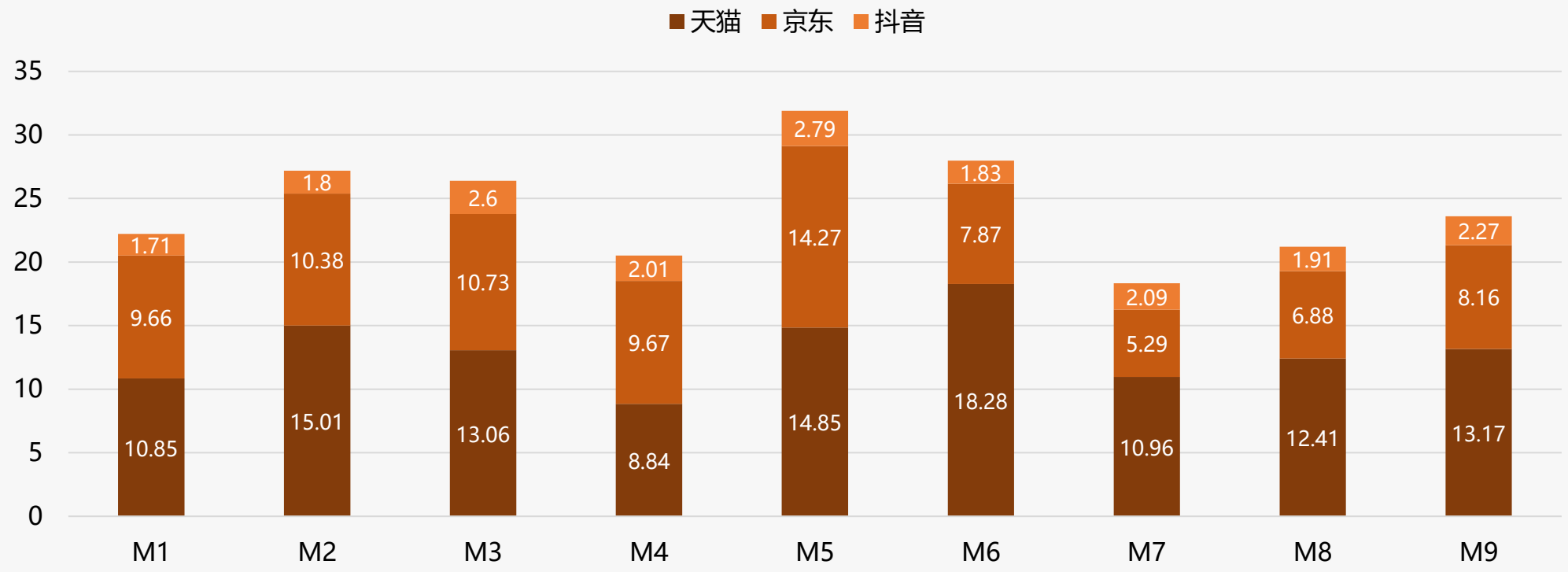
天猫领跑 宠物烘干箱 线上销售稳健增长

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从平台份额看，天猫以累计销售额1.24亿元（占线上总销售额的48.3%）领跑，京东（0.83亿元，32.2%）和抖音（0.19亿元，7.4%）分列二三位。天猫在M6达到销售峰值1828万元，显示其作为传统电商在宠物用品领域的渠道优势，而抖音增速虽缓但潜力可期。

◆ 月度销售波动显著，M2、M5、M6为销售高峰（均超1400万元），M4、M7为低谷（低于1100万元）。这可能与季节性需求相关，建议企业优化库存周转率以应对需求波动。品类线上总销售额达2.57亿元，M5京东销售额激增至1427万元（环比M4增长47.5%），可能受促销活动驱动。整体市场呈现稳健增长态势，ROI提升空间在于精准营销和平台差异化运营。

2025年一～三季度宠物烘干箱品类线上销售规模（百万元）



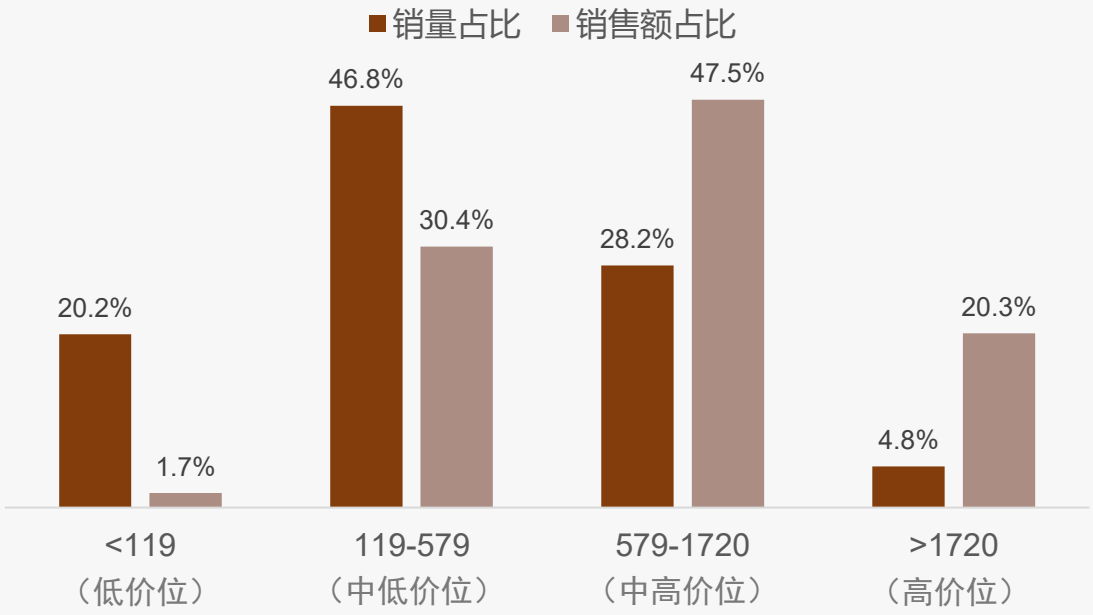
中高端产品主导销售额 消费向中端集中

华信人咨询
HXN CONSULTING

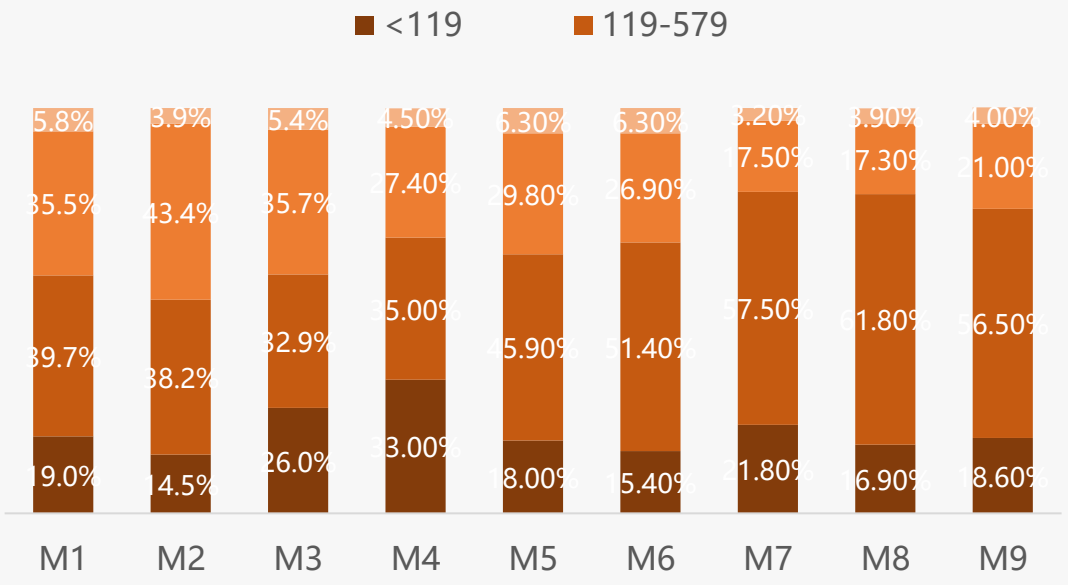
◆ 从价格区间结构看，119-579元中端价位销量占比46.8%最高，但579-1720元中高端价位销售额占比47.5%居首，显示中高端产品贡献主要收入。>1720元高端产品销量仅4.8%但销售额占比20.3%，表明高单价产品具有较强溢价能力。

◆ 月度销量分布显示，119-579元区间占比从M1的39.7%持续上升至M8的61.8%，成为绝对主导；而579-1720元区间从M1的35.5%下降至M8的17.3%，反映消费向中端集中趋势明显，可能与性价比需求增强有关。

2025年一～三季度宠物烘干箱线上不同价格区间销售趋势



宠物烘干箱线上价格区间-销量分布



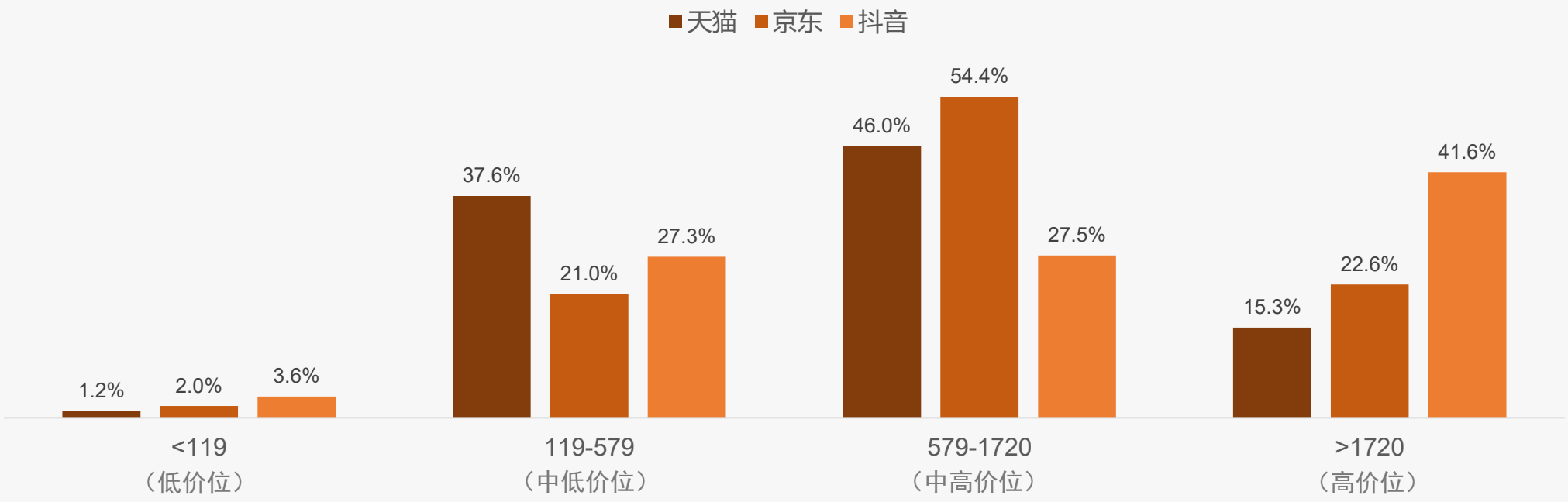
抖音高端主导 京东天猫中高为主

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 价格带结构分析显示，天猫和京东在579-1720元中高端区间占比最高（天猫46.0%，京东54.4%），而抖音在>1720元高端区间占比达41.6%，显著高于其他平台。这表明天猫和京东以中高端产品为主力，抖音则更偏向高端市场，可能受其直播带货模式推动高客单价产品转化。

◆ 平台价格策略对比揭示，京东中高端及以上区间（579-1720元和>1720元）合计占比77.0%，高于天猫的61.3%和抖音的69.1%，显示京东用户对高价产品接受度更高。抖音<119元低端占比3.6%为各平台最低，反映其流量分配更倾斜高毛利商品，优化平台ROI。抖音高端占比突出（41.6%），可能受益于内容营销驱动冲动消费，建议品牌方在抖音加强高端产品曝光以提升市场份额。

2025年一～三季度各平台宠物烘干箱不同价格区间销售趋势



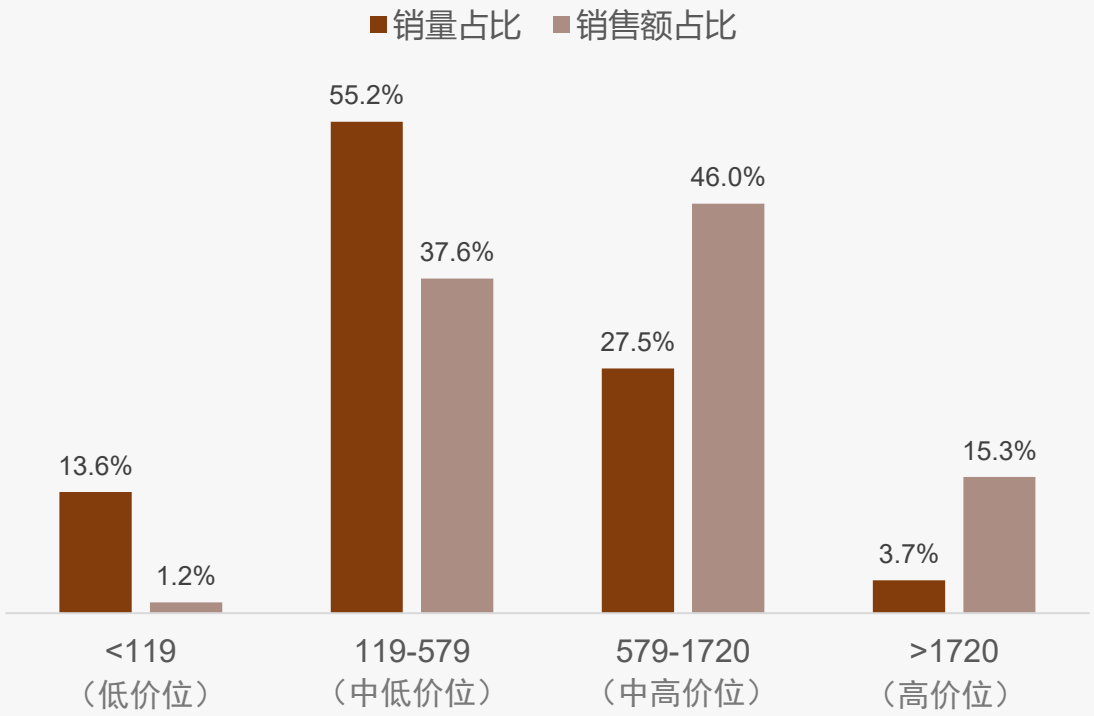
中端主导 高端利润 低端低效

华信人咨询
HXN CONSULTING

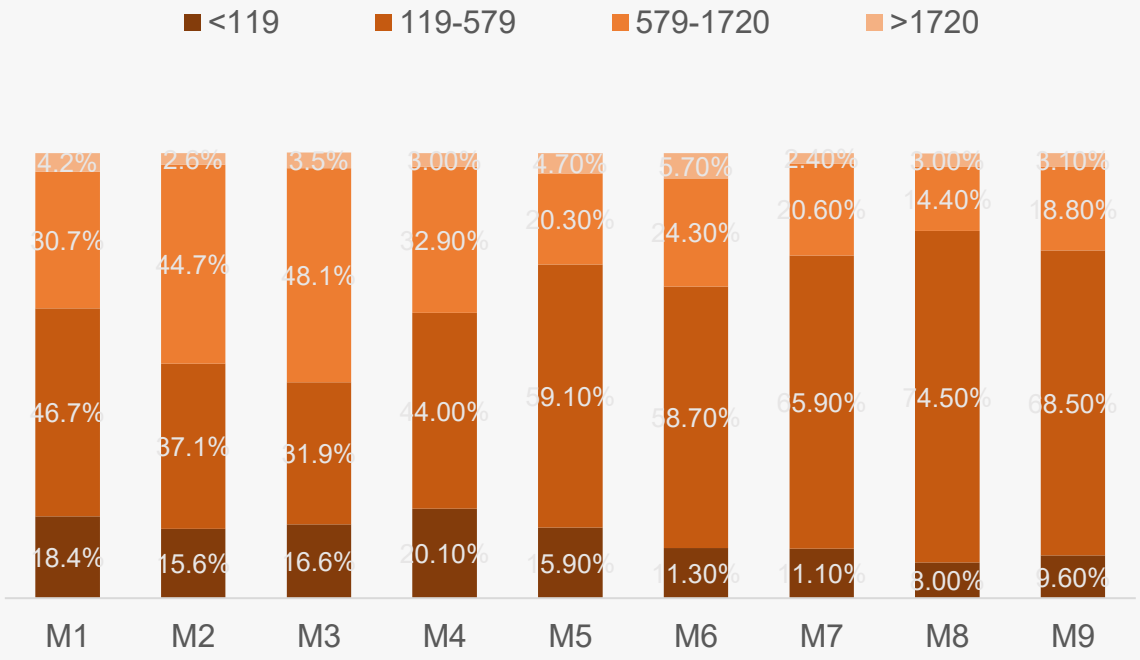
◆ 从价格区间结构分析，119-579元区间贡献了55.2%的销量和37.6%的销售额，是市场主力；而579-1720元区间以27.5%的销量占比贡献了46.0%的销售额，显示高单价产品具有更高的客单价和利润空间。

◆ 从销售额贡献度分析，>1720元高端产品以3.7%的销量占比贡献15.3%的销售额，毛利率较高；但<119元产品销量占比13.6%仅贡献1.2%销售额，周转率低，建议优化产品组合以提升整体ROI。

2025年一～三季度天猫平台宠物烘干箱不同价格区间销售趋势



天猫平台宠物烘干箱价格区间-销量分布



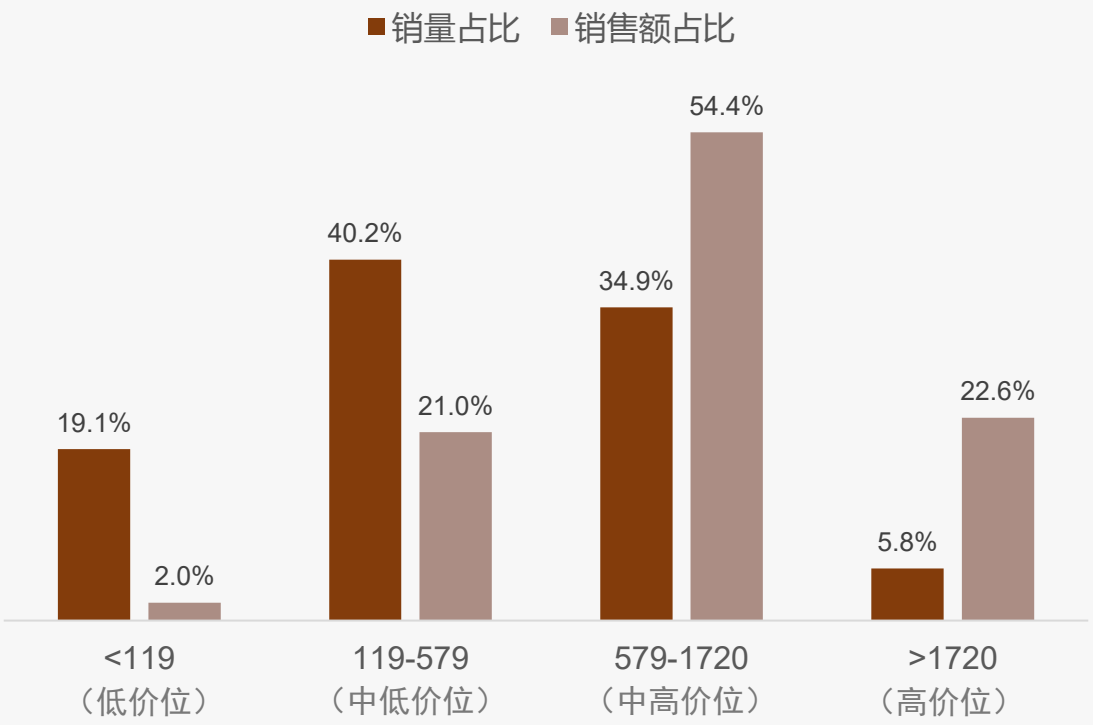
中高端主导盈利 低价占比上升

华信人咨询
HXN CONSULTING

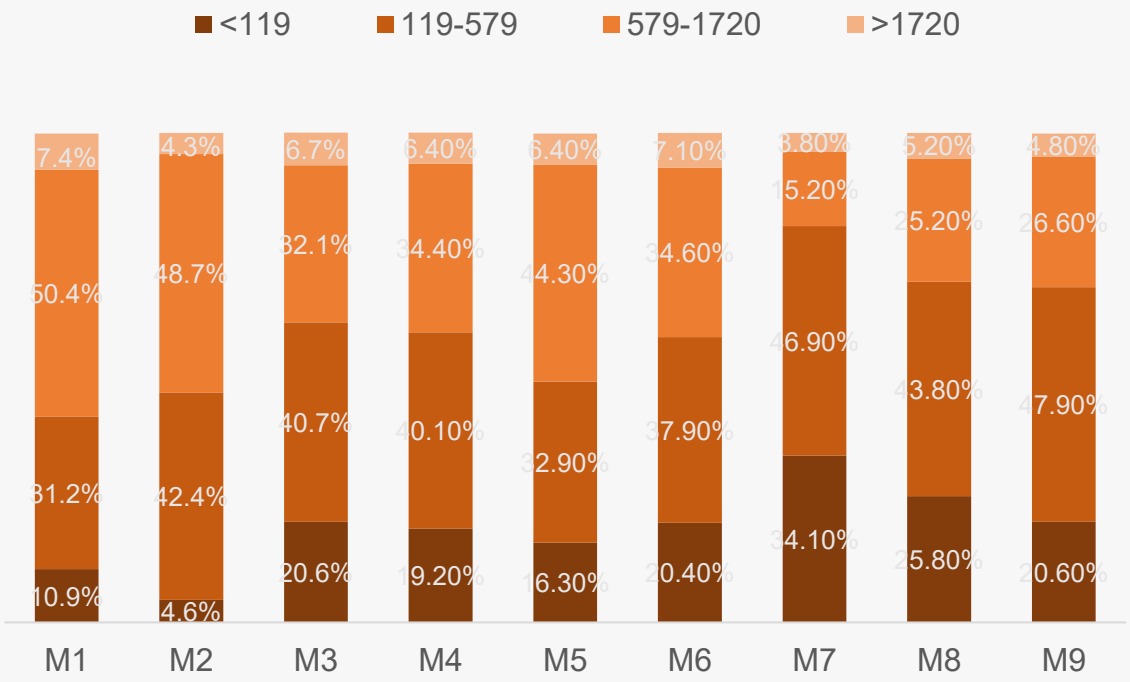
◆ 从价格区间销售趋势看，579-1720元区间贡献了54.4%的销售额，是核心利润来源，而<119元区间销量占比19.1%但销售额仅占2.0%，表明低价产品周转率高但ROI低，中高端市场主导盈利。

◆ 月度销量分布显示，M7月<119元区间销量占比飙升至34.1%，同比M1的10.9%增长显著，可能受季节性促销影响，但高价区间（>1720元）占比从M1的7.4%降至M9的4.8%，揭示消费降级趋势。整体销售额结构分析：中高端区间（119-1720元）合计销售额占比75.4%，支撑市场稳定，但低价产品在M7-M9占比上升，需关注其是否挤压利润率，建议优化产品组合以提升整体ROI。

2025年一～三季度京东平台宠物烘干箱不同价格区间销售趋势



京东平台宠物烘干箱价格区间-销量分布



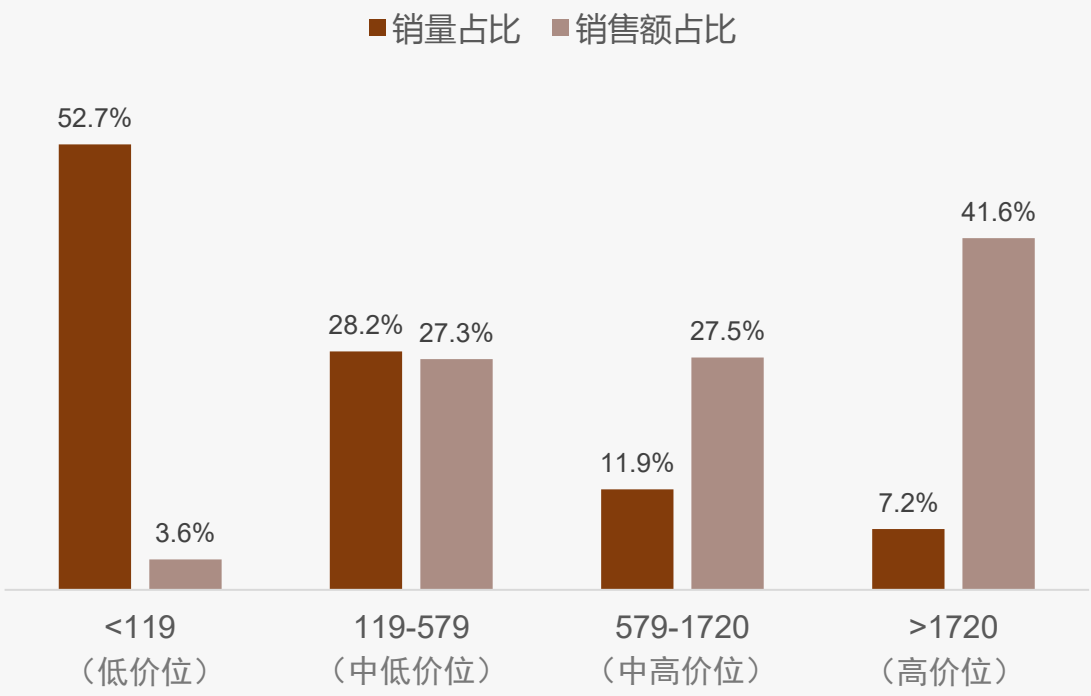
抖音宠物烘干箱高端主导收入低价销量大

华信人咨询
HXN CONSULTING

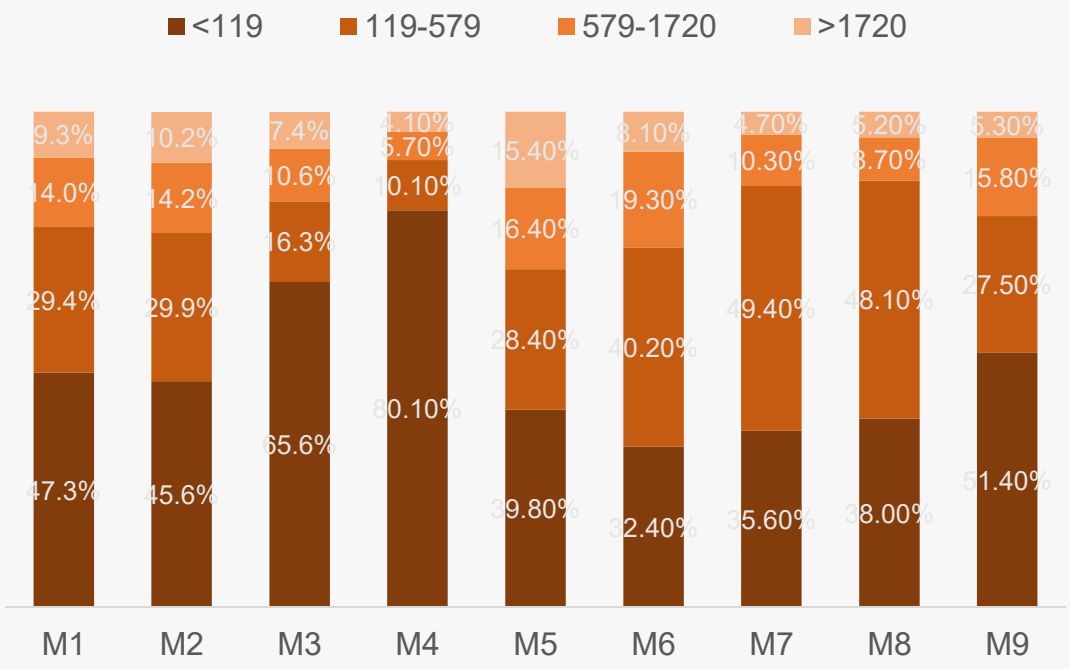
◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台宠物烘干箱呈现两极分化特征。低价位（<119元）产品销量占比高达52.7%，但销售额贡献仅3.6%，显示该区间产品单价低、周转快但利润空间有限。高价位（>1720元）产品虽销量占比仅7.2%，却贡献41.6%的销售额，表明高端市场客单价高、盈利能力突出，是平台收入的重要支柱。

◆ 月度销量分布显示市场波动显著。M3-M4月低价产品销量占比骤升至65.6%-80.1%，可能受季节性促销或新品牌入市影响，导致中高端产品份额被挤压。M5-M8月中端价格带（119-579元）占比回升至28.4%-49.4%，反映消费者在促销后回归理性选择，价格敏感度与品质需求并存。

2025年一～三季度抖音平台宠物烘干箱不同价格区间销售趋势



抖音平台宠物烘干箱价格区间-销量分布



华信人咨询
HXN CONSULTING

目录

CONTENTS

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

研究说明

华信人咨询
HXN CONSULTING

1、研究内容
Research Contents

- **洞察** 宠物烘干箱消费行为、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年内购买过宠物烘干箱的消费者；
- 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9月
样本数量	N=1277

宠物烘干箱中青年中等收入主导消费

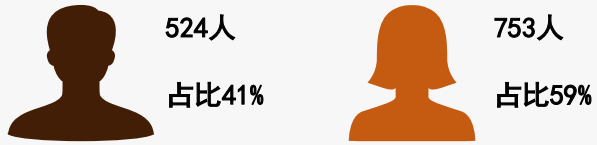
华信人咨询 HXN CONSULTING

◆宠物烘干箱消费决策以宠物主人自主决策为主（52%），家庭成员共同决策占28%，产品购买高度依赖个人和家庭决策。

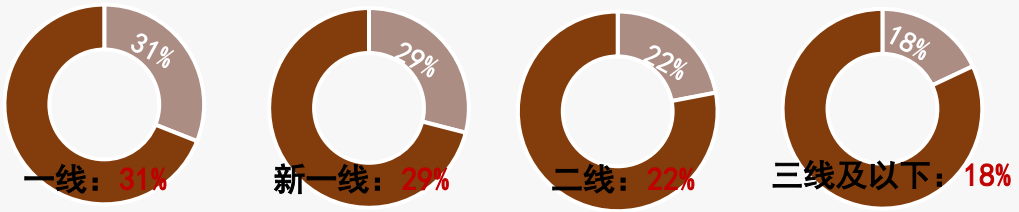
◆核心用户为中青年（26-45岁占70%），中等收入群体（5-12万元占60%）需求强劲，产品在发达城市（一线和新一线共60%）更受欢迎。

2025年中国宠物烘干箱消费者画像

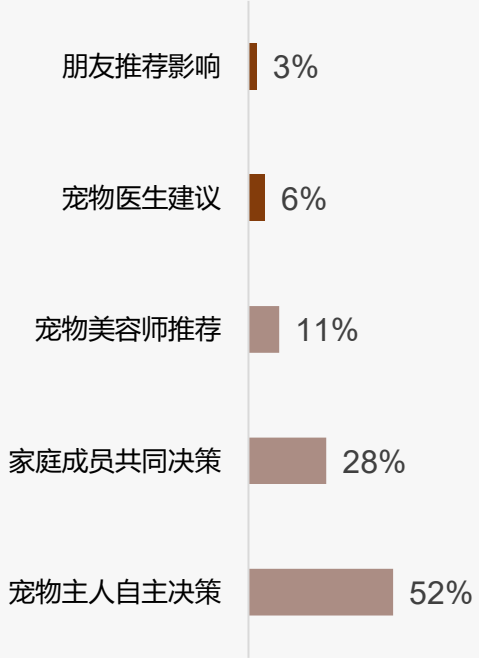
性别构成（%）



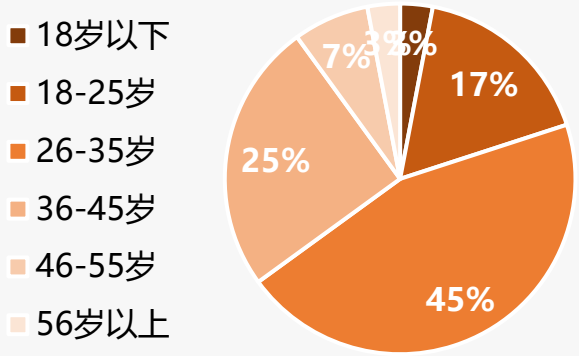
城市构成（%）



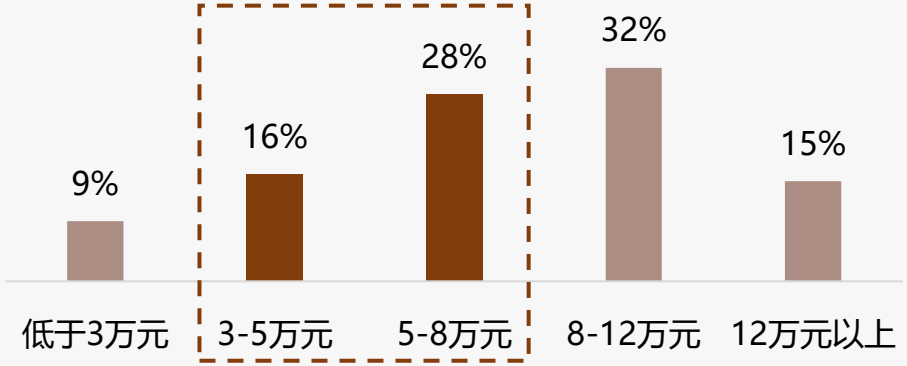
消费决策者角色分布（%）



年龄构成（%）



收入分布（%）



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

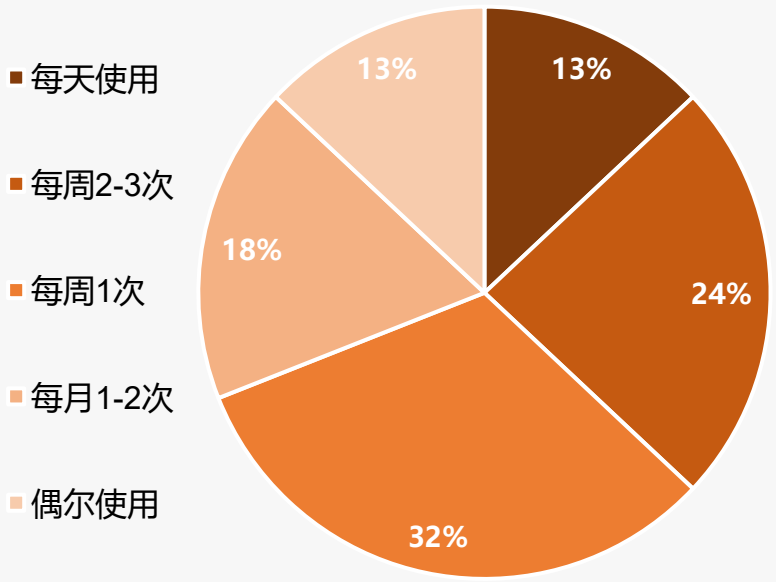
宠物烘干箱高频使用 中小型规格主导

华信人咨询
HXN CONSULTING

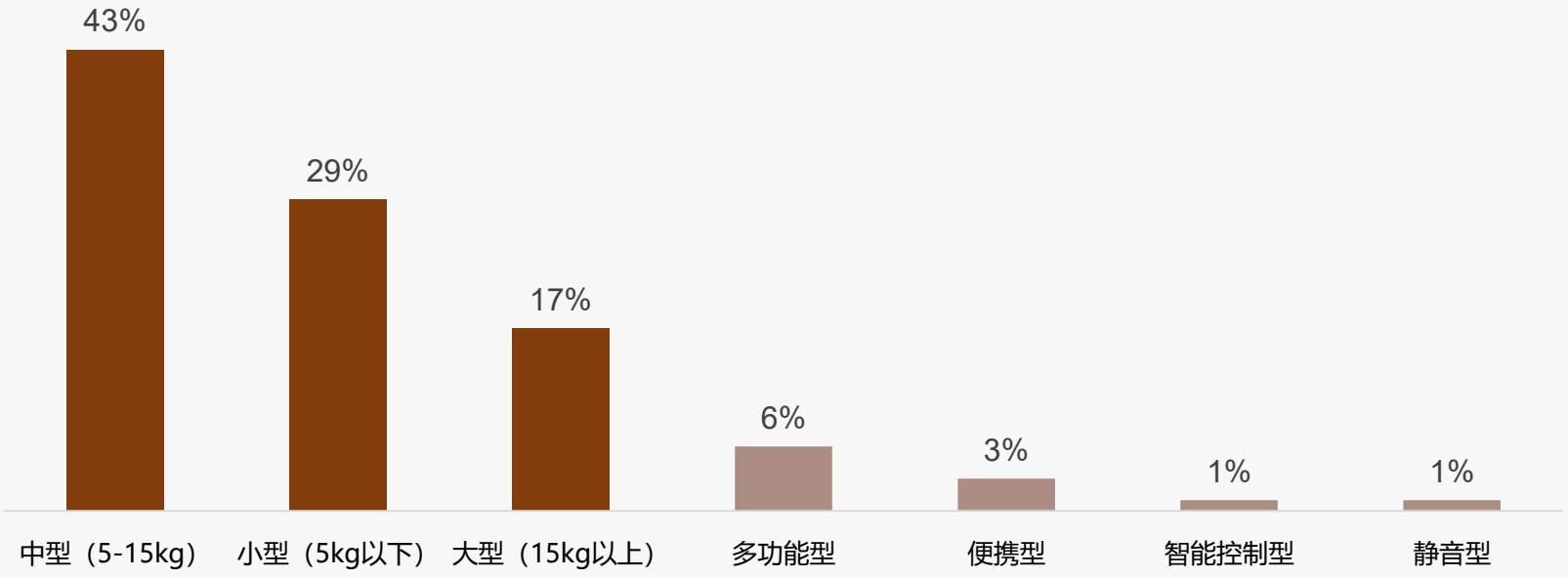
◆宠物烘干箱使用频率较高，每周使用1次及以上占比69%，其中每周1次占32%、每周2-3次占24%，显示产品已融入日常养宠生活。

◆产品规格以中小型为主，中型（5-15kg）占43%、小型（5kg以下）占29%，合计72%；创新功能类型合计仅11%，市场渗透有限。

2025年中国宠物烘干箱消费频率分布



2025年中国宠物烘干箱产品规格分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

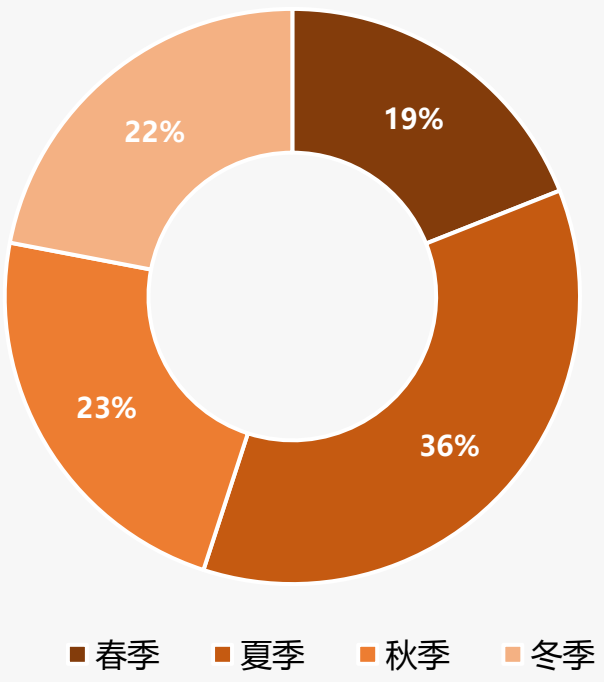
中高端消费主导 夏季需求突出

华信人咨询 HXN CONSULTING

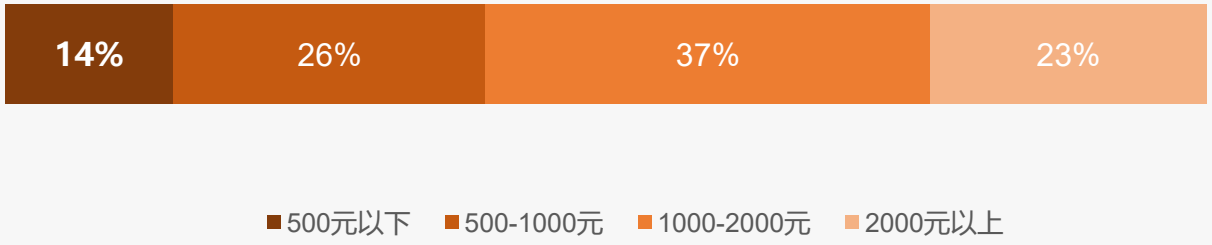
◆单次消费支出中1000-2000元占比最高达37%，夏季消费占比36%显著高于其他季节，显示中高端产品和季节性需求突出。

◆包装类型中原厂纸箱包装占比45%主导市场，礼品式包装仅15%，表明消费者更偏好实用型包装而非礼品形式。

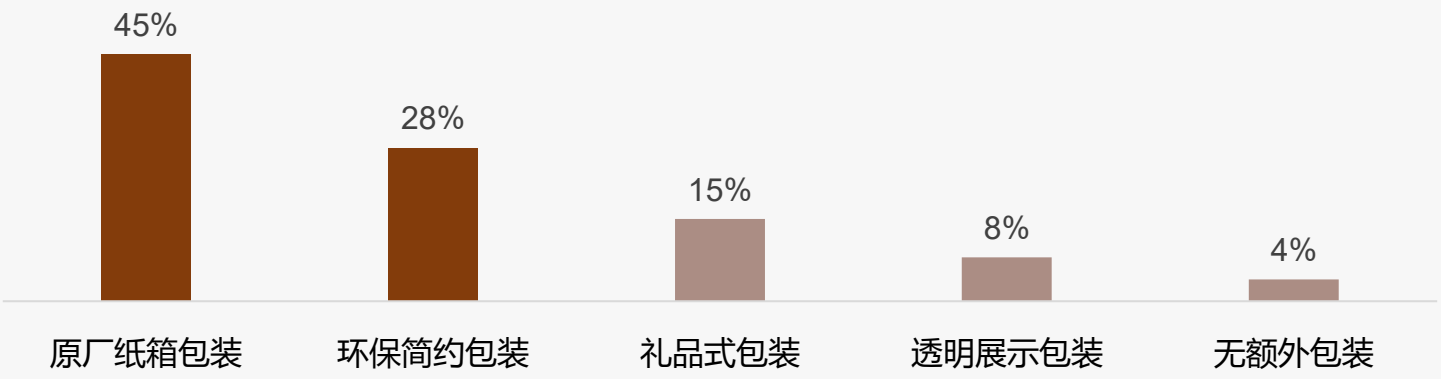
2025年中国宠物烘干箱消费季节分布



2025年中国宠物烘干箱单次支出分布



2025年中国宠物烘干箱包装类型分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

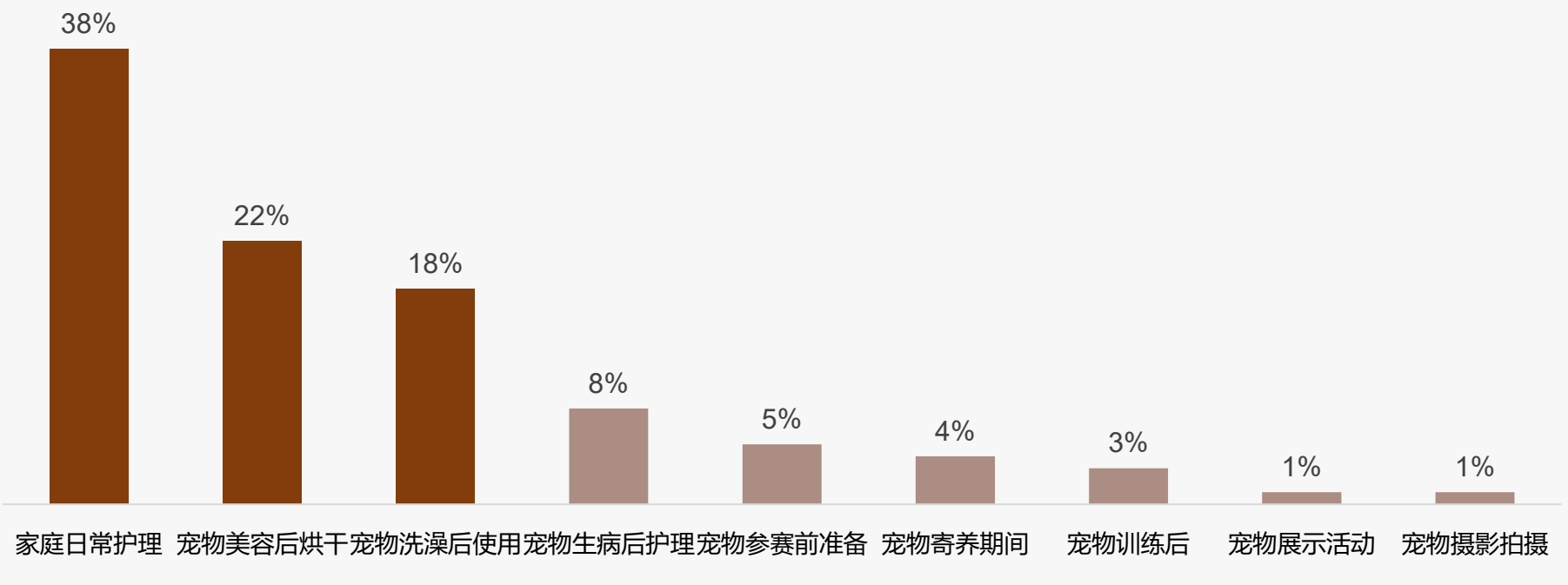
烘干箱使用 家庭护理为主 晚间高峰

华信人咨询 HXN CONSULTING

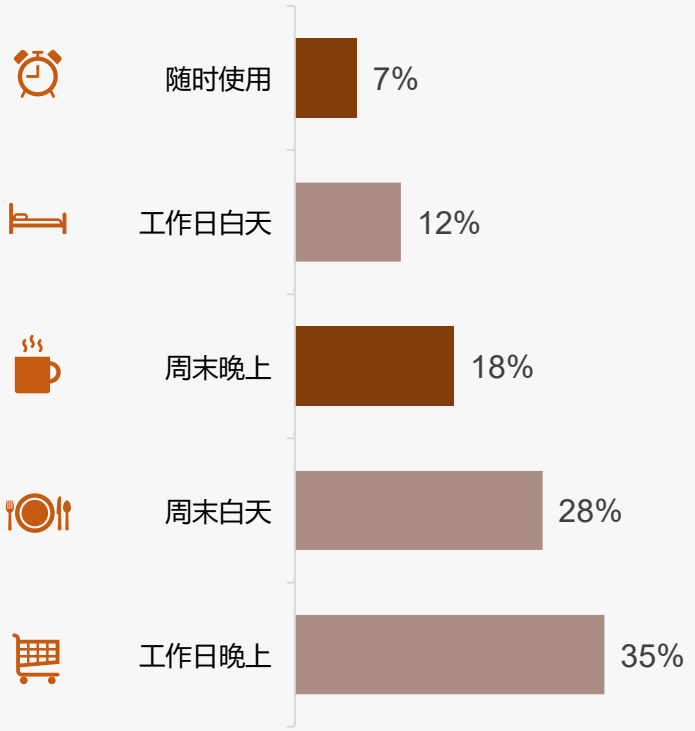
◆宠物烘干箱使用场景以家庭日常护理为主，占比38%，宠物美容后烘干和洗澡后使用分别占22%和18%，显示产品已融入日常护理和美容流程。

◆消费时段集中在工作日晚上，占比35%，周末白天和晚上分别占28%和18%，反映用户偏好非工作时间使用，可能与工作安排相关。

2025年中国宠物烘干箱消费场景分布



2025年中国宠物烘干箱消费时段分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

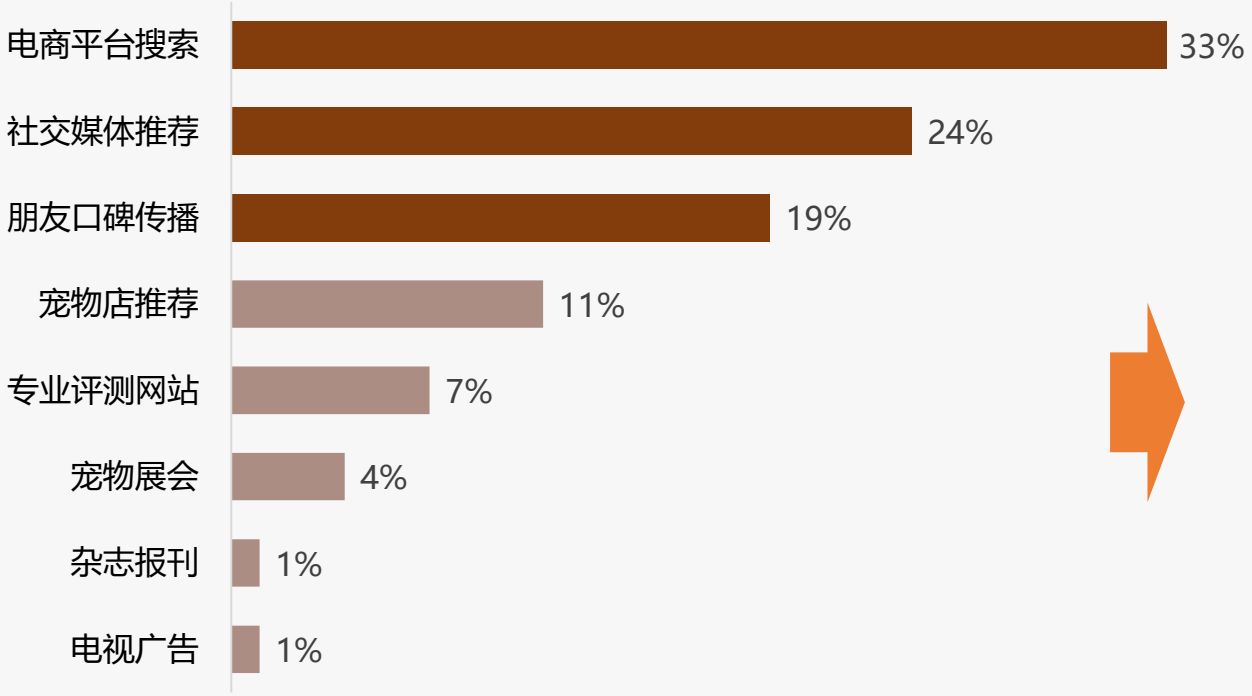
线上主导购买渠道集中

华信人咨询
HXN CONSULTING

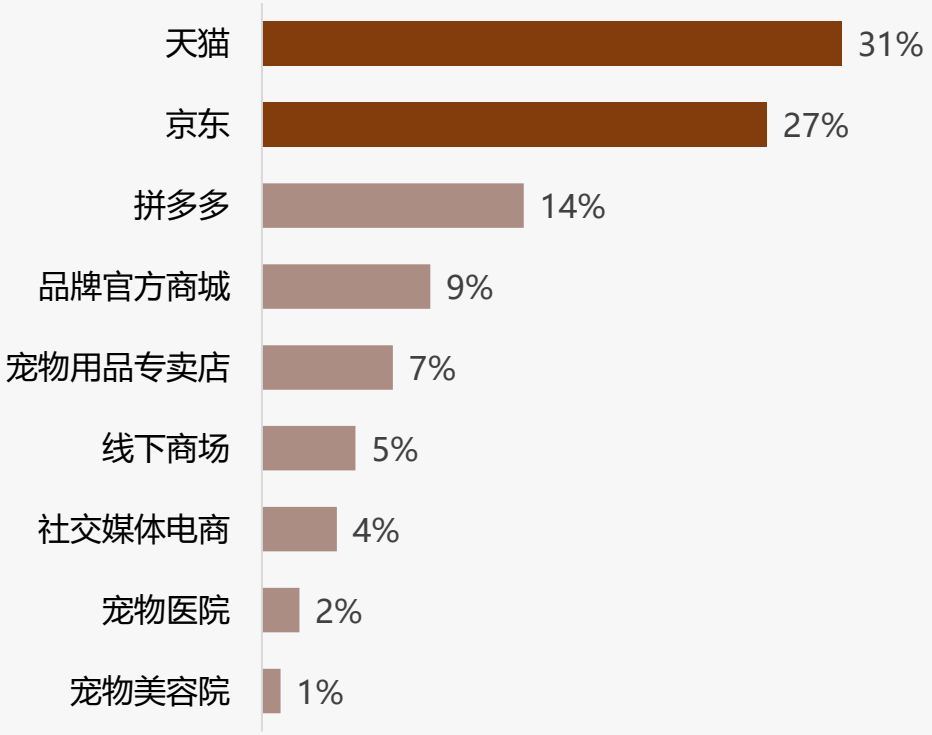
◆消费者主要通过电商平台搜索（33%）和社交媒体推荐（24%）了解宠物烘干箱，线上渠道占主导地位，朋友口碑传播（19%）也显著影响决策。

◆购买渠道高度集中于天猫（31%）和京东（27%），合计占58%，拼多多（14%）表现突出，线下渠道如宠物店推荐（11%）影响力有限。

2025年中国宠物烘干箱产品了解渠道分布



2025年中国宠物烘干箱购买渠道分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

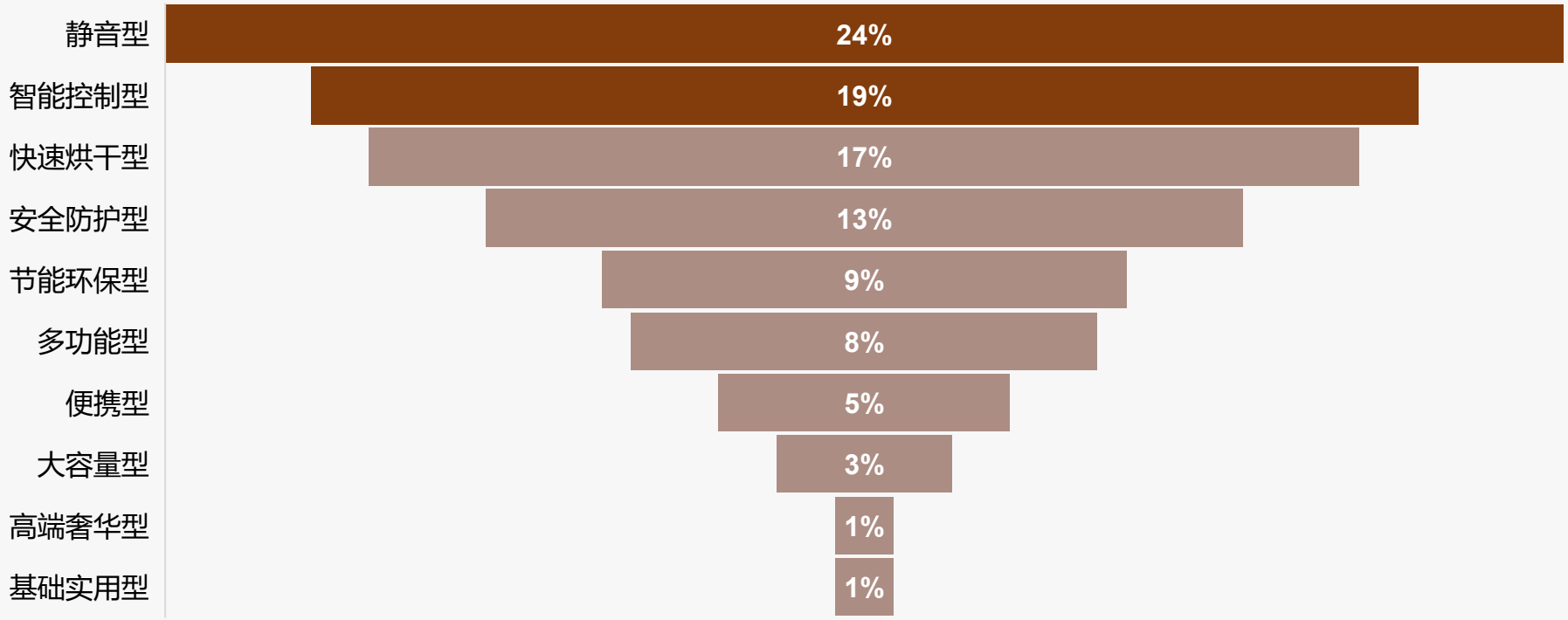
静音智能快速烘干型宠物箱最受欢迎

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆静音型宠物烘干箱以24%的偏好率成为最受欢迎类型，智能控制型（19%）和快速烘干型（17%）紧随其后，显示消费者重视安静、便捷和高效。

◆安全防护型（13%）和节能环保型（9%）需求中等，而多功能、便携等类型偏好较低，建议企业聚焦静音、智能和快速烘干高需求领域。

2025年中国宠物烘干箱产品偏好类型分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

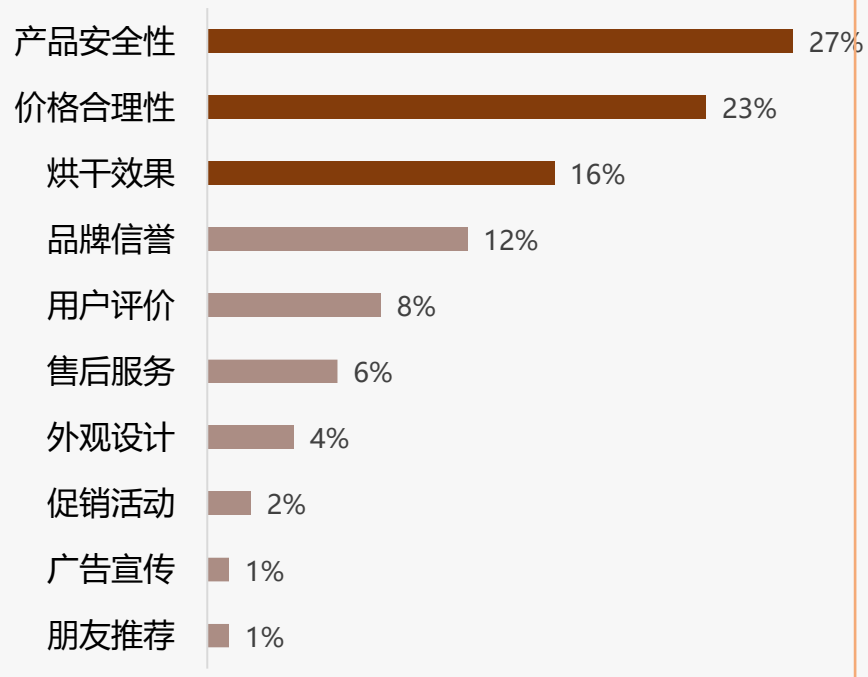
宠物烘干箱消费 健康安全主导

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆吸引消费的关键因素中，产品安全性（27%）和价格合理性（23%）占比最高，合计达50%，显示消费者对安全和成本的重视度极高。

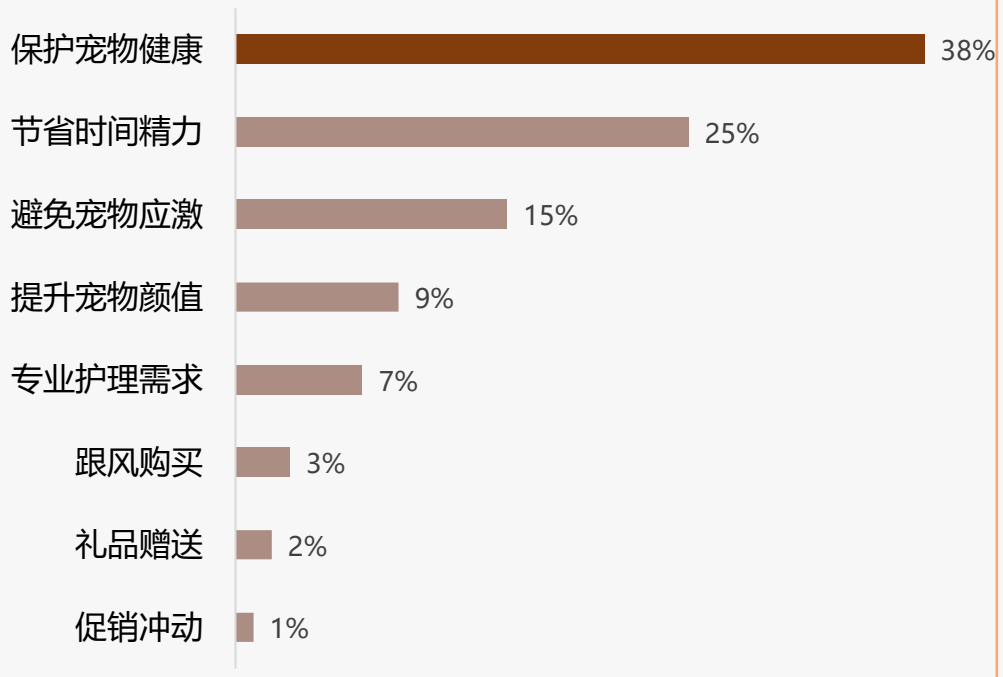
◆消费的真正原因中，保护宠物健康（38%）、节省时间精力（25%）和避免宠物应激（15%）是主要驱动力，三者合计78%，凸显健康与便利需求。

2025年中国宠物烘干箱吸引消费因素分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国宠物烘干箱消费原因分布



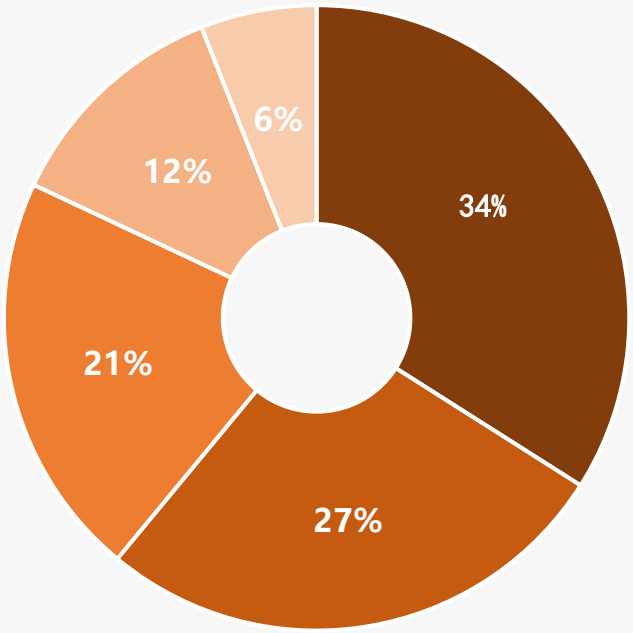
宠物烘干箱推荐意愿高 价格使用频率是痛点

华信人咨询 HXN CONSULTING

◆宠物烘干箱推荐意愿积极，非常愿意和比较愿意的消费者合计占比61%，显示产品有较高用户认可度。

◆不愿推荐主因是价格偏高占比26%，使用频率低占比21%，提示需优化成本和提升实用性。

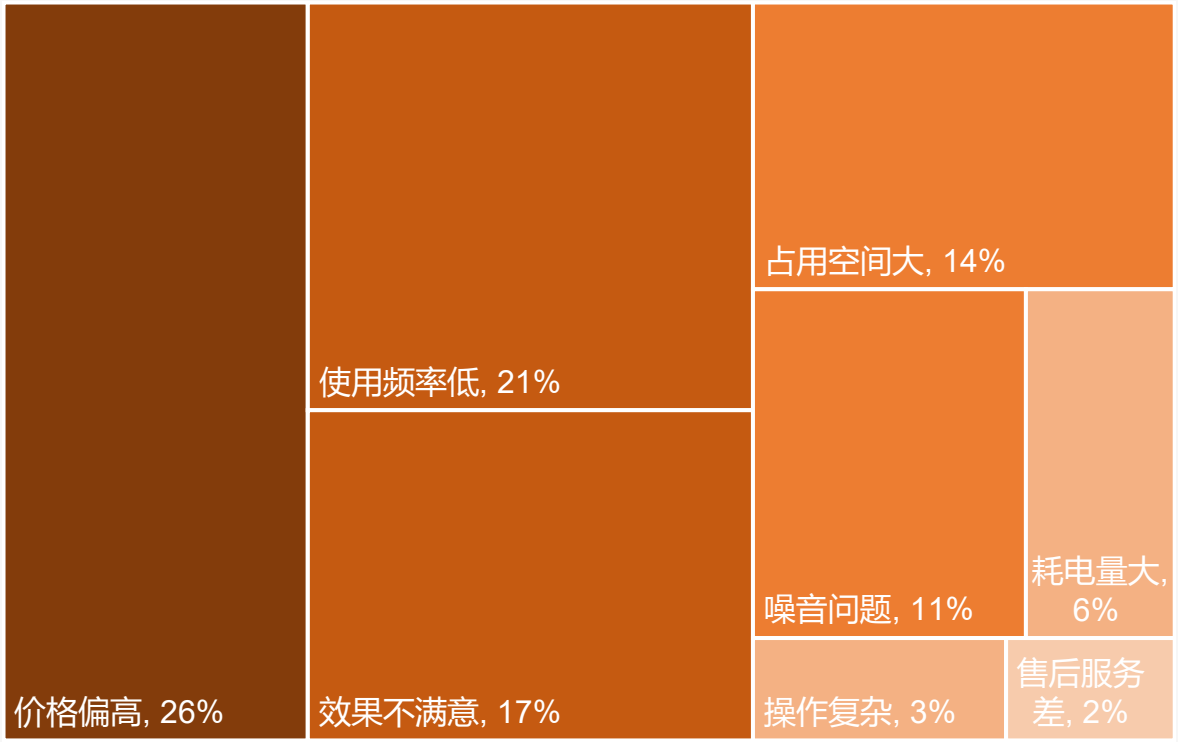
2025年中国宠物烘干箱推荐意愿分布



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：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国宠物烘干箱不愿推荐原因分布



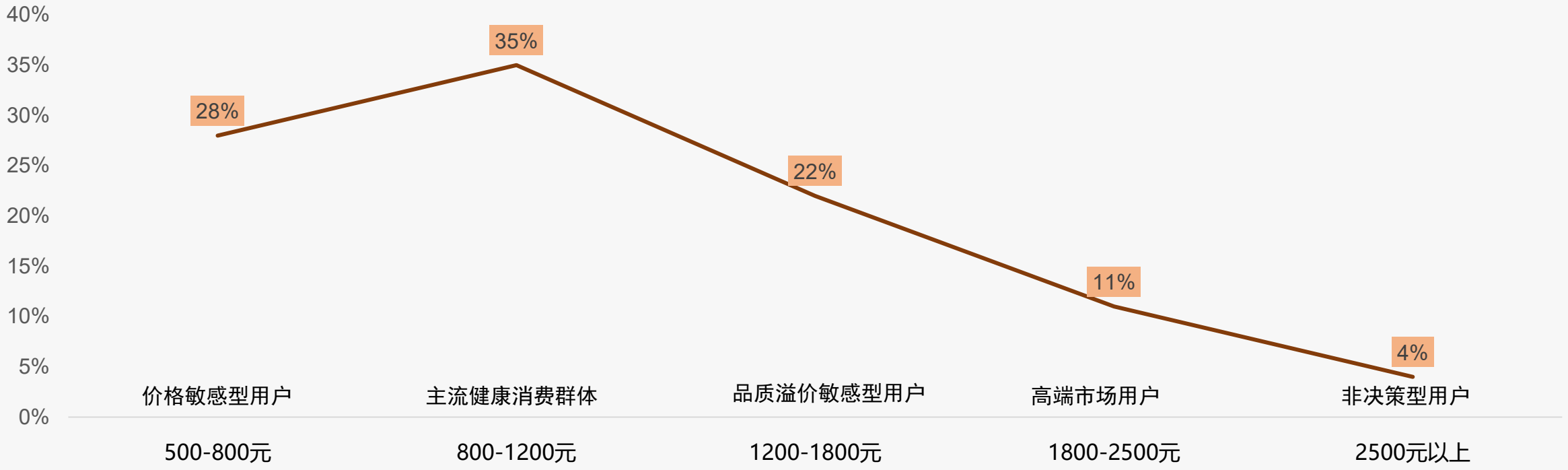
中高端烘干箱价格接受度集中

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆调查显示宠物烘干箱价格接受度集中在800-1200元（35%）和500-800元（28%），中高端产品需求突出，消费者偏好明确。

◆高端市场1200-1800元占22%，超高端1800元以上仅15%，整体价格敏感度中等，定价策略可聚焦主流区间。

2025年中国宠物烘干箱最大规格价格接受度



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以中型（5-15kg）规格宠物烘干箱为标准核定价格区间

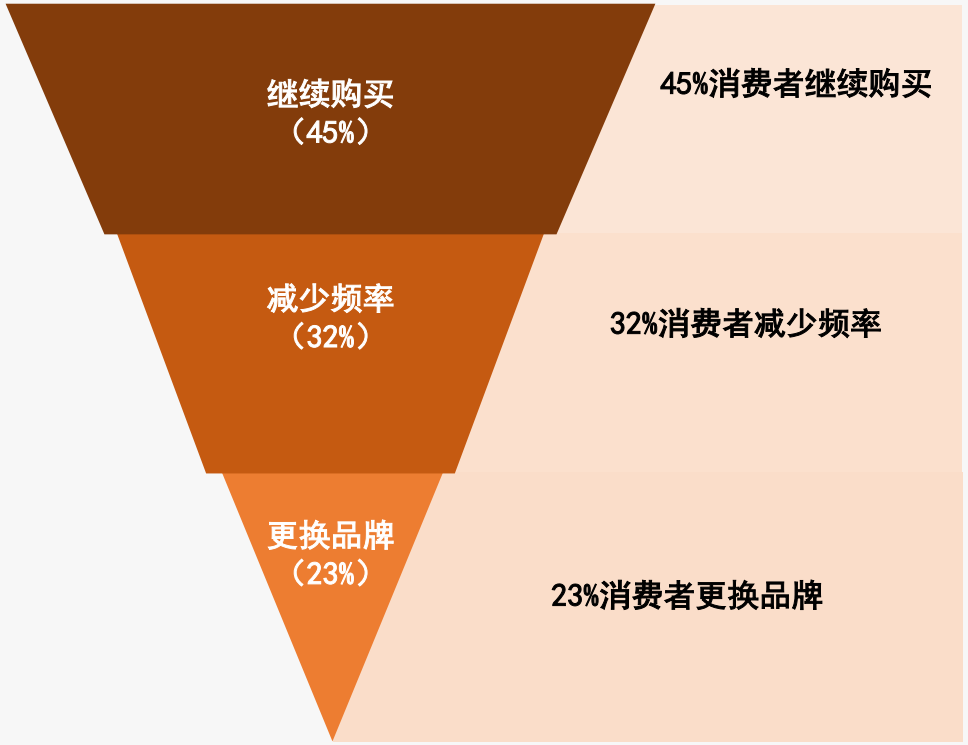
价格敏感度低 促销影响显著

华信人咨询
HXN CONSULTING

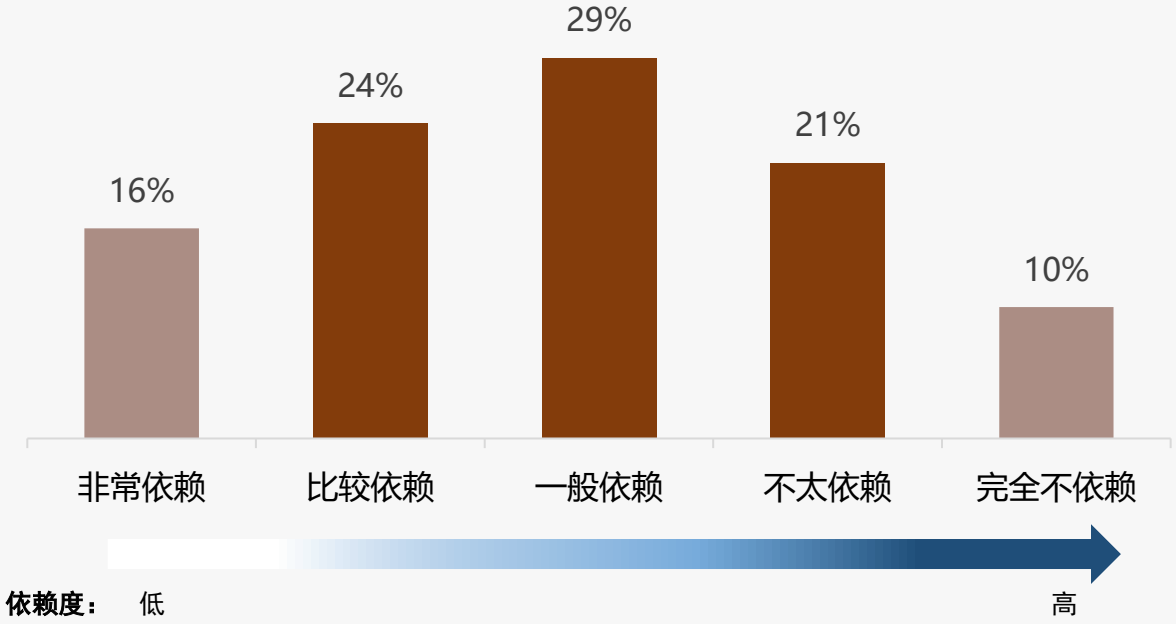
◆价格上涨10%后，45%消费者继续购买，32%减少频率，23%更换品牌。显示近半数用户价格不敏感，品牌忠诚度较高。

◆促销依赖方面，40%消费者非常或比较依赖促销，29%一般依赖，31%不太或完全不依赖。促销对四成用户影响显著。

2025年中国宠物烘干箱价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国宠物烘干箱促销依赖程度分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

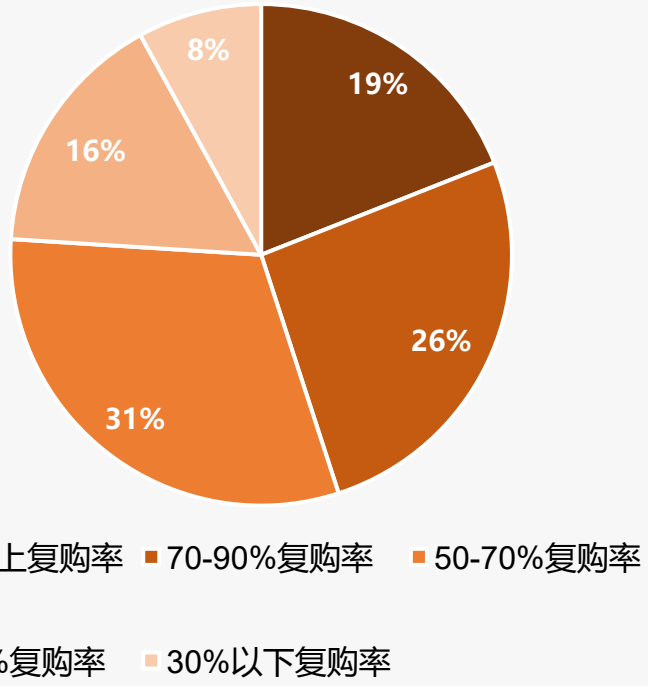
价格主导品牌更换 复购率中等偏低

华信人咨询
HXN CONSULTING

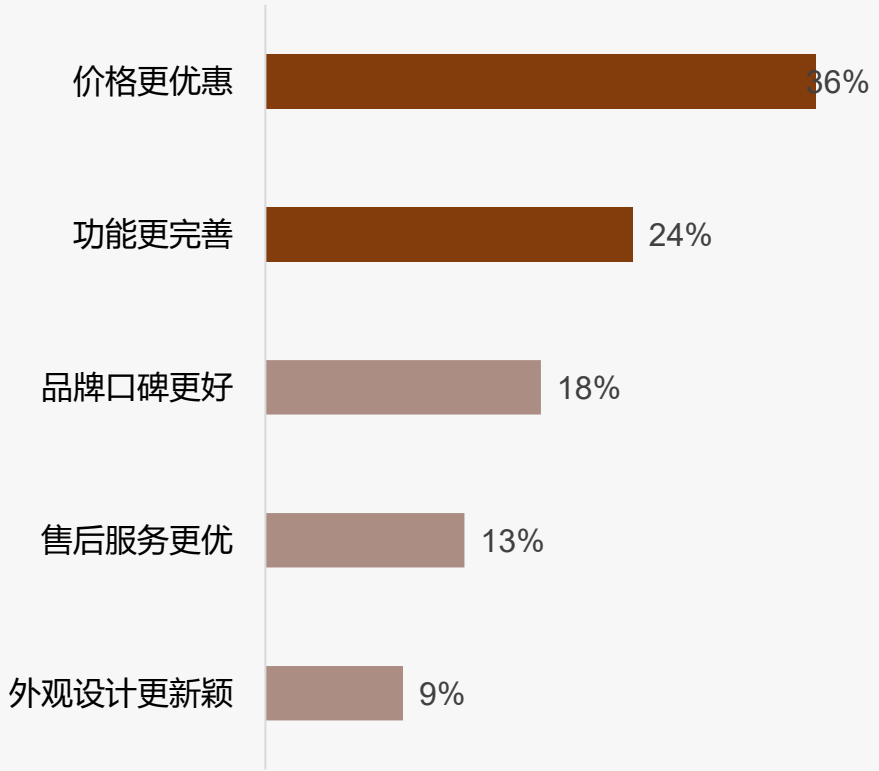
◆宠物烘干箱消费者复购率集中在50-70%（31%），高复购率（90%以上）仅19%，显示品牌忠诚度中等偏低。

◆更换品牌主因是价格更优惠（36%），功能更完善（24%），品牌口碑（18%）和售后（13%）影响次之。

2025年中国宠物烘干箱固定品牌复购率分布



2025年中国宠物烘干箱更换品牌原因分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

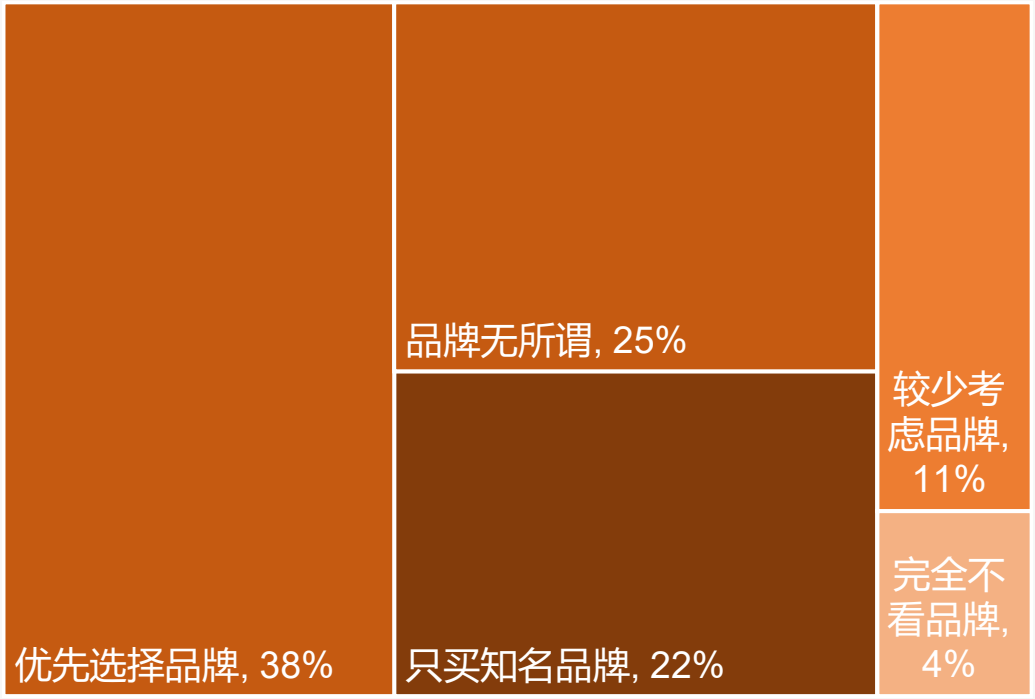
品牌偏好显著 信任度影响消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

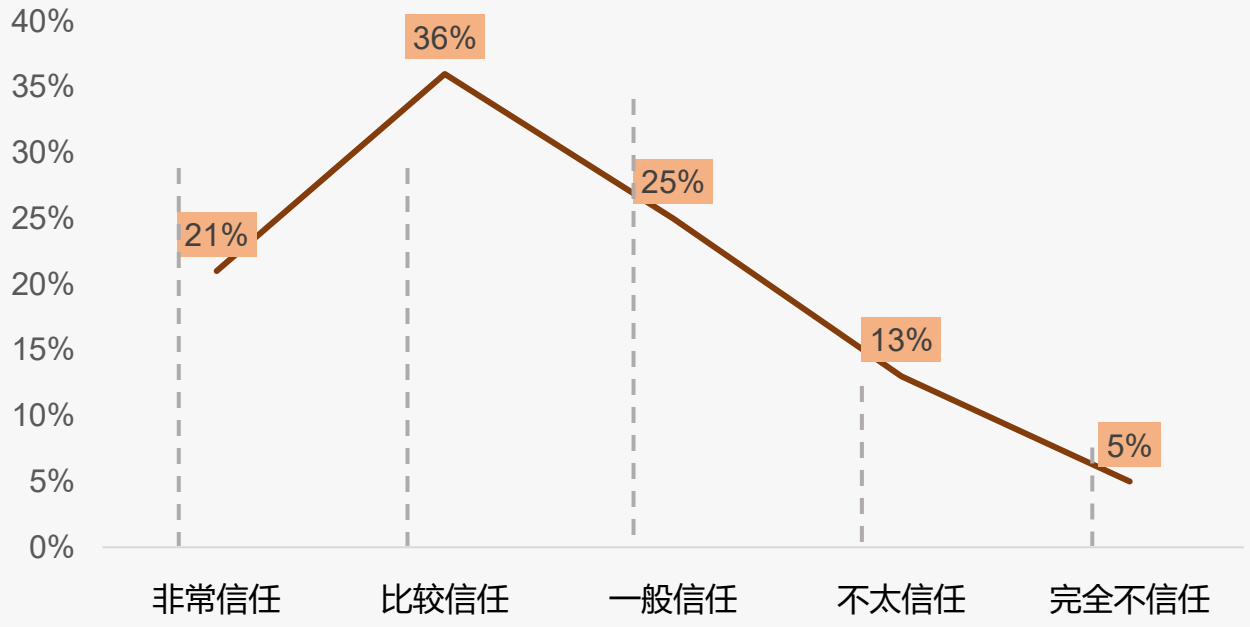
◆宠物烘干箱消费中，品牌偏好显著：38%优先选择品牌，22%只买知名品牌，合计60%重视品牌，显示品牌在决策中起关键作用。

◆品牌信任度高：21%非常信任，36%比较信任，总和57%；但25%一般信任，13%不太信任，5%完全不信任，提示需加强信任建设。

2025年中国宠物烘干箱品牌产品消费意愿分布



2025年中国宠物烘干箱品牌产品态度分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

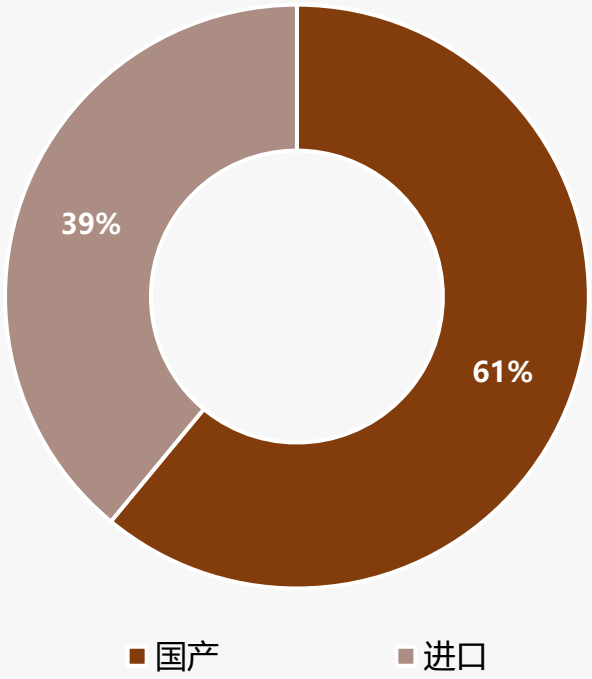
国产品牌主导 性价比品质优先

华信人咨询
HXN CONSULTING

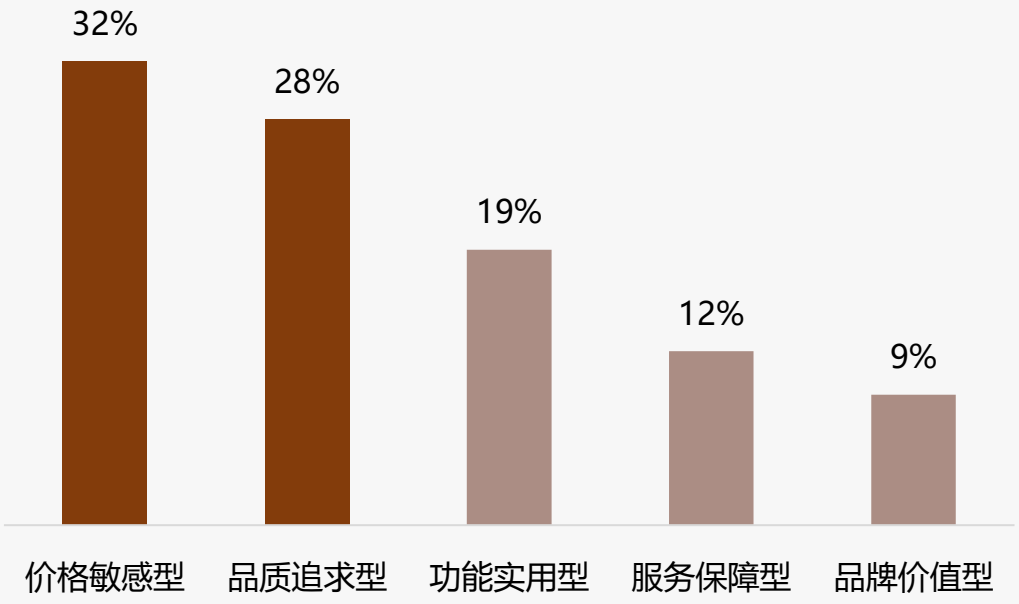
◆国产品牌消费占比61%，显著高于进口品牌39%。价格敏感型32%和品质追求型28%是主要消费群体，合计达60%，显示市场更注重性价比和耐用性。

◆功能实用型占19%，服务保障型和品牌价值型分别仅12%和9%。消费者对附加服务和品牌溢价关注度较低，市场偏向实用导向。

2025年中国宠物烘干箱国产和进口品牌消费分布



2025年中国宠物烘干箱品牌偏好类型分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

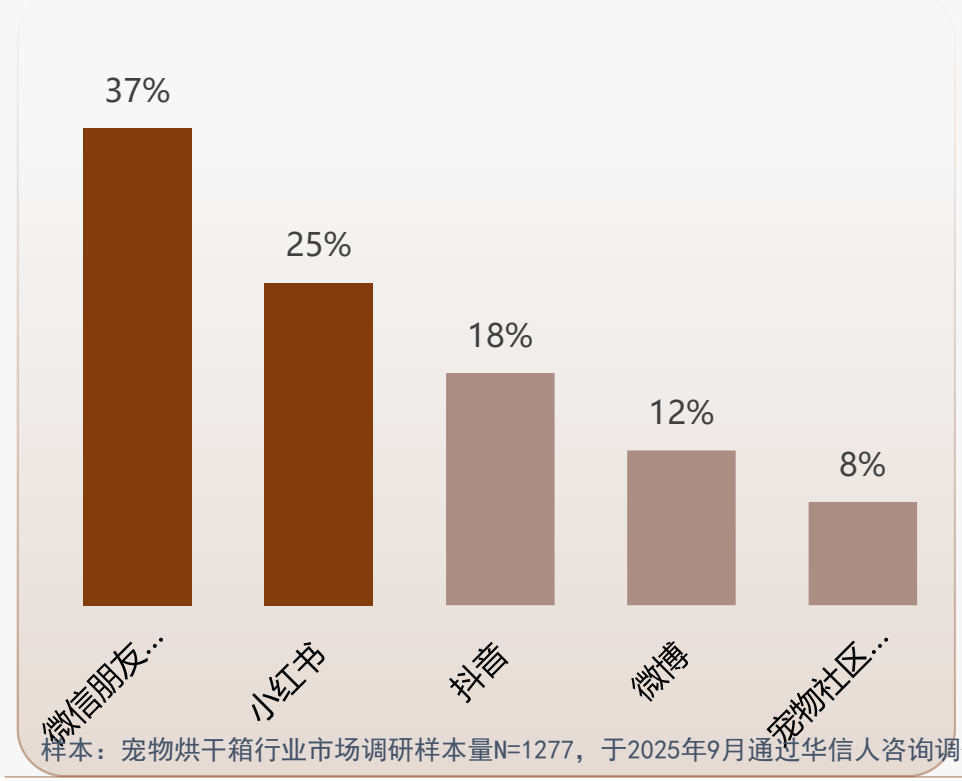
用户偏好真实体验 社交渠道集中

华信人咨询 HXN CONSULTING

◆社交分享渠道中，微信朋友圈和小红书占比最高，分别为37%和25%，显示用户偏好熟人社交与垂直内容平台，宠物社区论坛仅占8%。

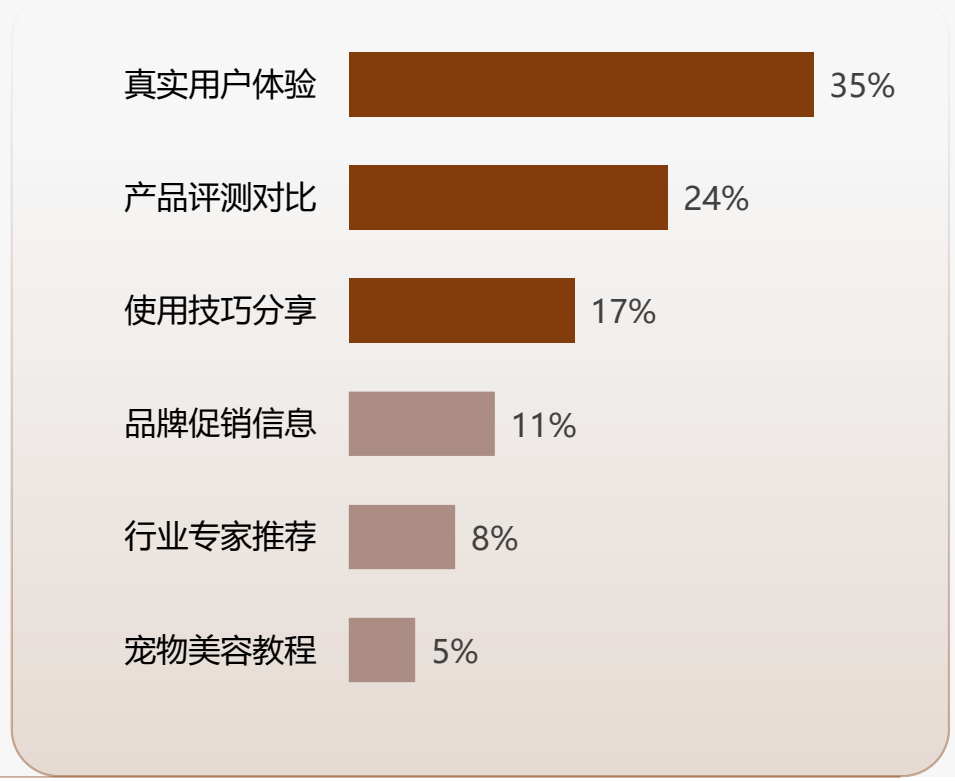
◆内容类型方面，真实用户体验和产品评测对比共占59%，突出用户重视真实反馈与对比信息，宠物美容教程仅占5%。

2025年中国宠物烘干箱社交分享渠道分布



2025年中国宠物烘干箱社交分享渠道分布

2025年中国宠物烘干箱社交内容类型分布



2025年中国宠物烘干箱社交内容类型分布

样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

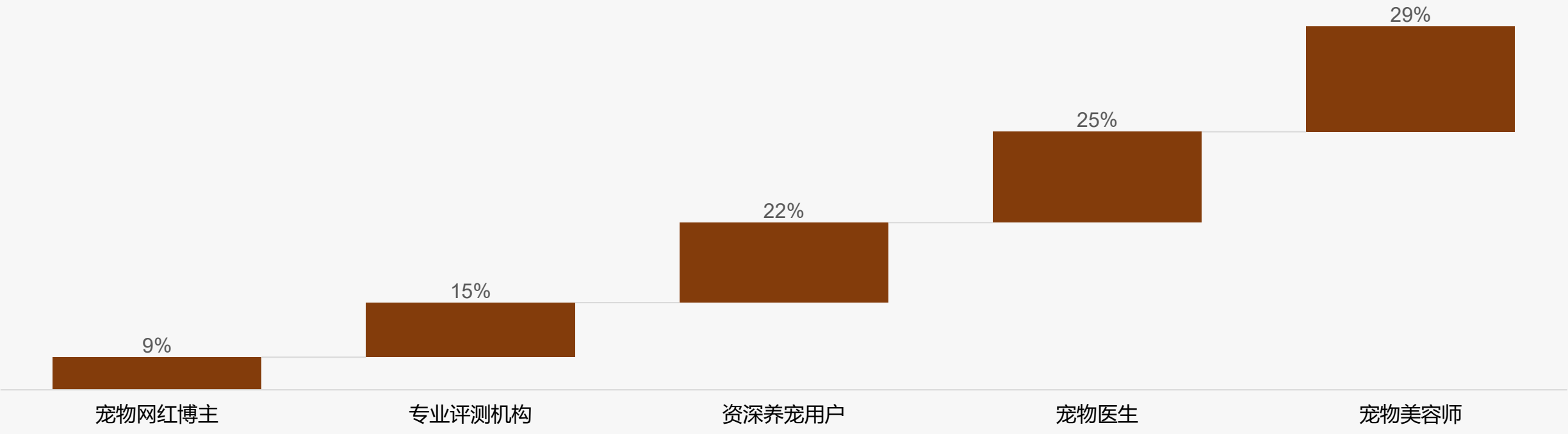
专业护理博主主导宠物烘干箱消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物烘干箱消费者最信任宠物美容师（29%）和宠物医生（25%），显示专业护理背景在内容获取中的主导地位。

◆资深养宠用户（22%）信任度较高，而专业评测机构（15%）和宠物网红博主（9%）影响力相对有限。

2025年中国宠物烘干箱社交信任博主类型分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

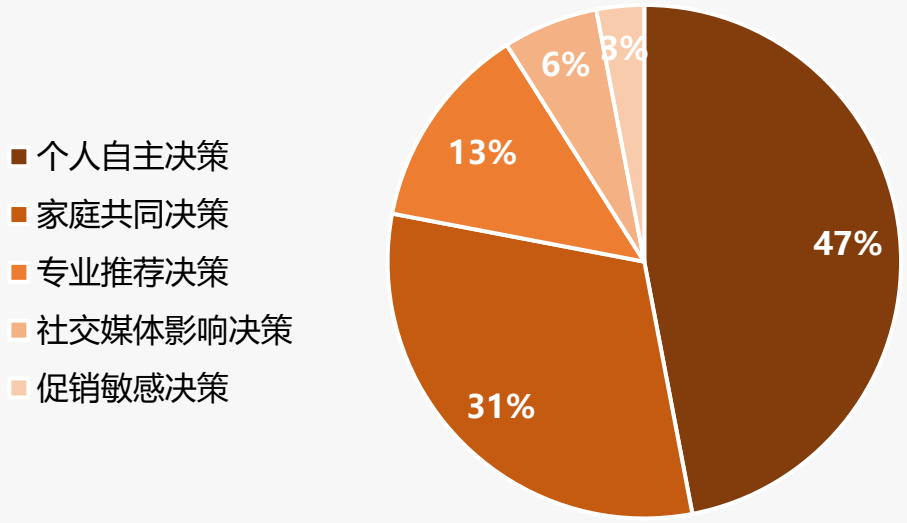
口碑主导宠物烘干箱消费决策

华信人咨询
HXN CONSULTING

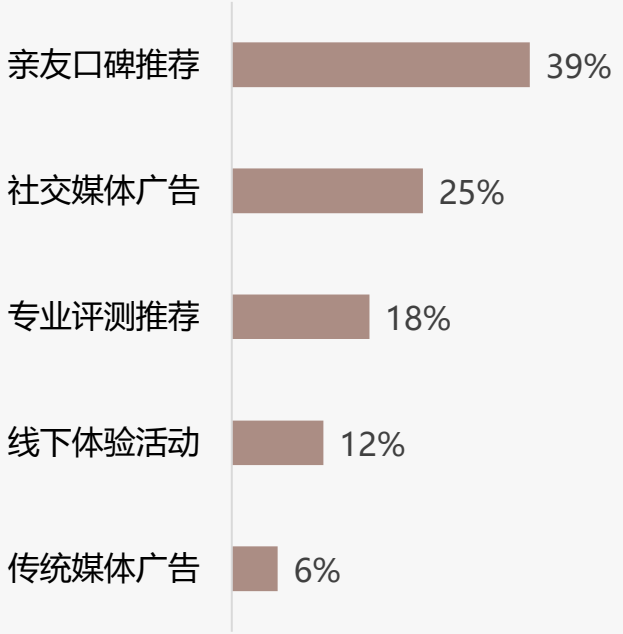
◆亲友口碑推荐以39%的占比成为宠物烘干箱消费决策的首要影响因素，社交媒体广告占25%，专业评测推荐占18%，显示消费者高度依赖信任来源。

◆线下体验活动仅12%，传统媒体广告仅6%，表明传统渠道在宠物烘干箱推广中作用有限，可能与产品体验性强但线下覆盖不足有关。

2025年中国宠物烘干箱消费决策者类型分布



2025年中国宠物烘干箱家庭广告偏好分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

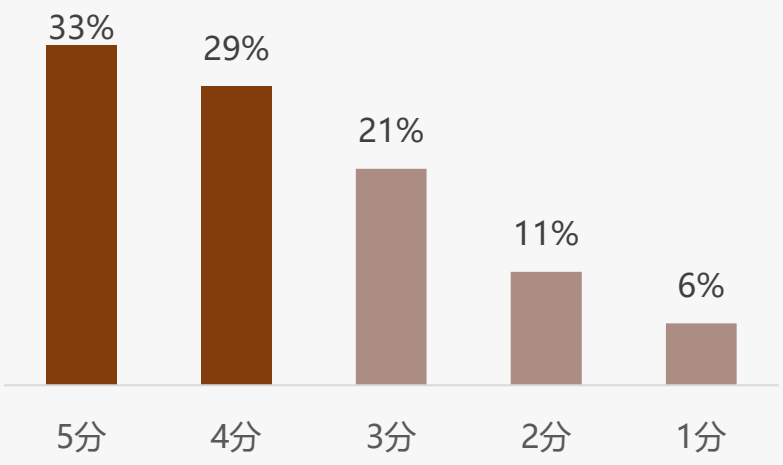
退货体验差 需优先优化

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆线上消费流程满意度较高，5分和4分占比合计62%，但退货体验较差，5分和4分占比仅54%，低分占比22%，显示退货环节是主要痛点。

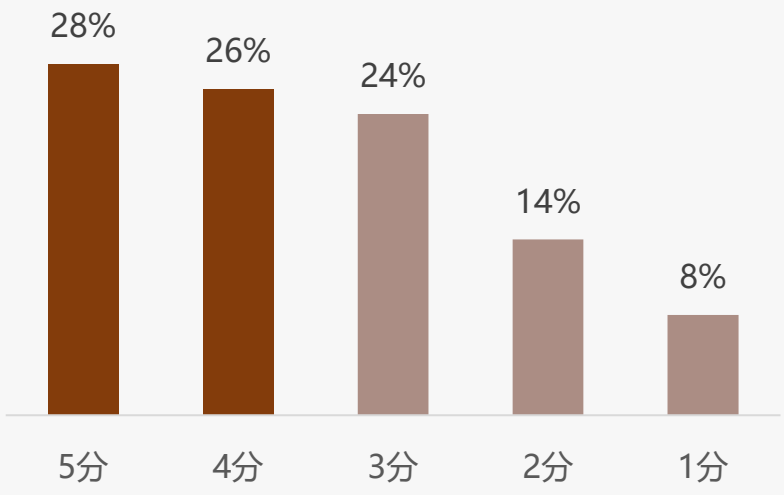
◆客服满意度中5分和4分占比58%，略高于退货但低于消费流程，整体退货流程需优先优化以提升消费者体验和满意度。

2025年中国宠物烘干箱线上消费流程满意度分布（满分5分）



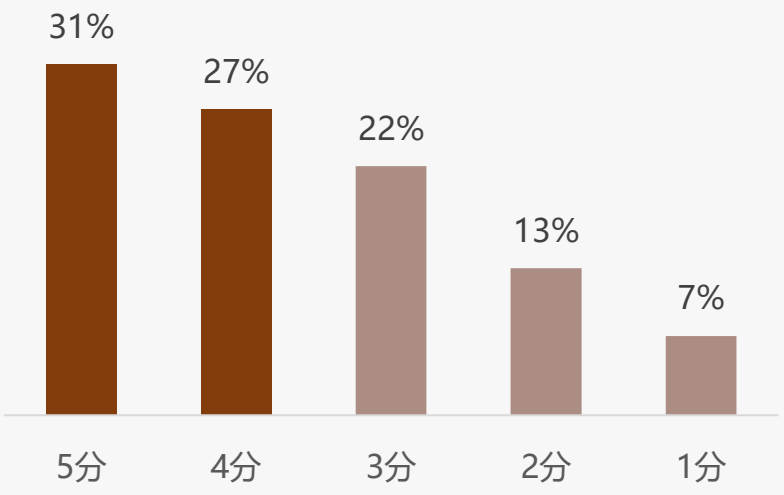
平均分：3.72

2025年中国宠物烘干箱退货体验满意度分布（满分5分）



平均分：3.52

2025年中国宠物烘干箱线上客服满意度分布（满分5分）



平均分：3.62

样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

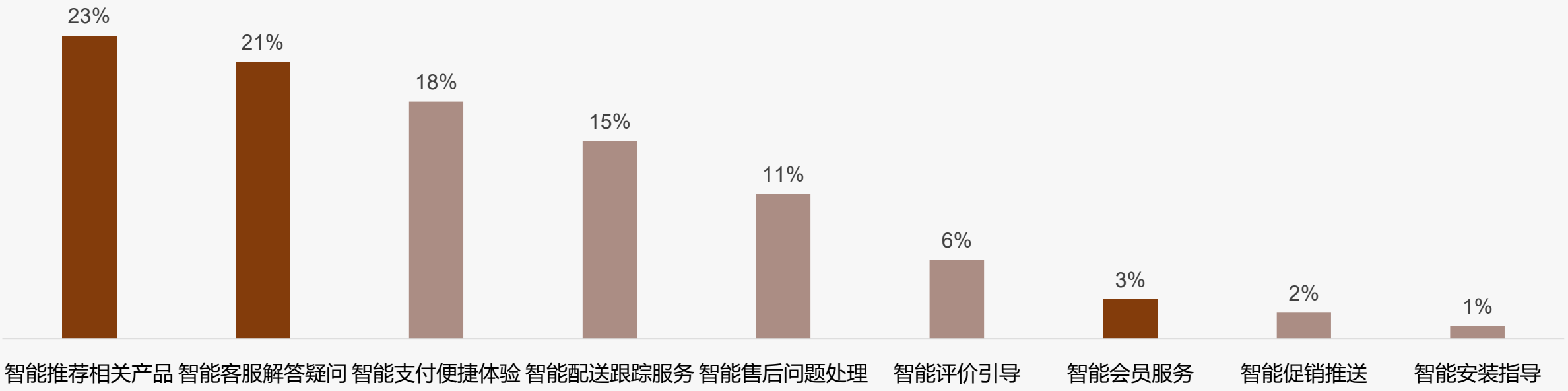
智能推荐客服支付主导线上宠物烘干箱消费

华信人咨询 HXN CONSULTING

◆智能推荐相关产品(23%)、智能客服解答疑问(21%)和智能支付便捷体验(18%)是宠物烘干箱线上消费最受关注的智能服务，合计占比超过60%。

◆智能配送跟踪服务(15%)和智能售后问题处理(11%)也较重要，而其他智能服务如评价引导(6%)等占比均低于6%，影响较小。

2025年中国宠物烘干箱智能服务体验分布



样本：宠物烘干箱行业市场调研样本量N=1277，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

关于华信人

华信人咨询
HXN CONSULTING

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面累积了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。

4001812629

http://www.hxrcon.com

北京市海淀区西三环北路89号2层

法律声明

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，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，源自华信人咨询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，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询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。华信人咨询在信息处理过程中，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，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。

华信人咨询
HXN CONSULTING

感 谢 观 看

洞察市场快人一步