华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一～三季度宠物除味剂市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Deodorant 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：女性中青年是宠物除味剂核心消费群体

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 女性消费者占58%，26-35岁占38%，36-45岁占29%，合计67%
- 收入5-8万元群体占33%，需求突出，反映中等收入人群购买力
- 宠物主人自主使用占67%，远高于其他角色，是主要决策者

启示

✓ **聚焦女性中青年营销**

品牌应针对26-45岁女性群体设计营销活动，利用社交媒体和电商平台精准触达，强化产品与家庭清洁场景的关联。

✓ **优化产品定价策略**

针对中等收入人群，推出20-60元区间产品，平衡性价比与品质，满足主流消费需求。

核心发现2：除味效果是消费者购买决策首要因素

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 除味效果偏好占22%，持久留香和杀菌消毒分别占19%和17%
- 除味效果是购买决策首要因素，占26%，远超价格和品牌信任
- 效果不理想是品牌不推荐主因，占28%，凸显产品功效重要性

启示

✓ **强化产品功效宣传**

品牌需重点宣传快速除味、持久留香和杀菌消毒功能，通过用户实证和对比测试提升可信度。

✓ **持续优化产品配方**

投入研发提升除味效率和安全性，使用天然成分，减少刺激性，满足消费者对功效和健康的需求。

核心发现3：线上渠道主导宠物除味剂市场

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 产品了解渠道以电商平台推荐24%、社交媒体种草21%和朋友推荐18%为主
- 购买渠道中淘宝/天猫32%、京东25%和拼多多14%主导，线上占71%
- 亲友口碑推荐和社交媒体内容是最偏好的广告接受方式，分别占38%和27%

启示

✓ **加强线上渠道布局**

品牌应深化与主流电商平台合作，优化产品页面和搜索排名，利用直播和短视频提升转化率。

✓ **利用口碑和社交传播**

鼓励用户分享真实体验，在微信朋友圈和社交平台开展互动活动，放大口碑效应，吸引新用户。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦中青年女性宠物主人，优化除味效果与便捷体验

1、产品端

- ✓ 强化快速除味功效，提升核心功能
- ✓ 开发天然成分产品，满足安全需求

2、营销端

- ✓ 利用社交口碑传播，扩大品牌影响
- ✓ 聚焦夏季喷雾产品，精准季节营销

3、服务端

- ✓ 优化退货客服流程，提升满意度
- ✓ 提供个性化推荐，增强用户粘性

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** 宠物除味剂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除味剂品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物除味剂的购买行为；
- 宠物除味剂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，计算宠物除味剂品类销售额、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、不同平台宠物除味剂品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

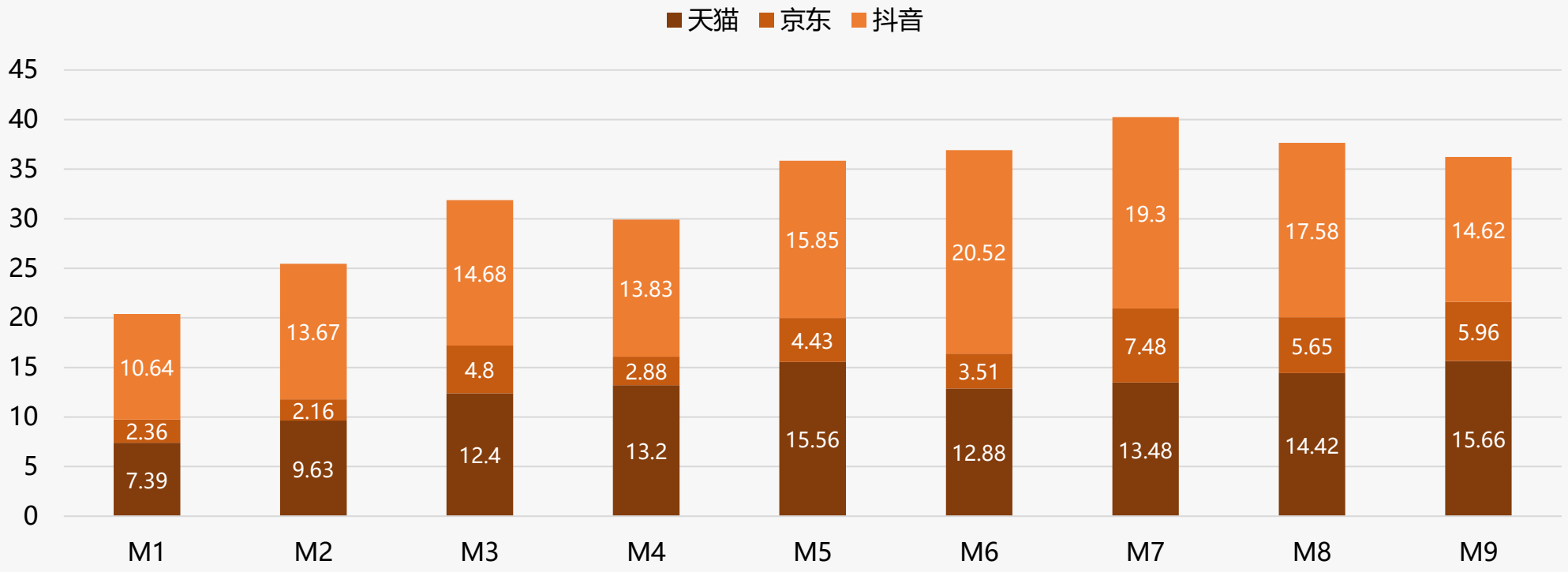
抖音主导宠物除味剂市场 季度增长强劲 夏季需求高峰

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从平台份额看，抖音以7.8亿元销售额主导市场（占比48.6%），天猫5.1亿元（31.8%），京东2.4亿元（15.0%）。抖音凭借内容电商优势实现高渗透，但需关注其ROI波动；天猫稳健增长反映品牌忠诚度；京东份额较低，建议优化供应链提升周转率。

◆ 季度趋势显示销售额逐季攀升：Q1为3.7亿元，Q2达4.5亿元，Q3增至4.9亿元，环比增长21.6%和8.9%。增长动力源于夏季宠物异味问题凸显及电商大促，但Q3增速放缓提示市场趋于饱和，需创新产品以维持同比高增长。

2025年一～三季度宠物除味剂品类线上销售规模（百万元）



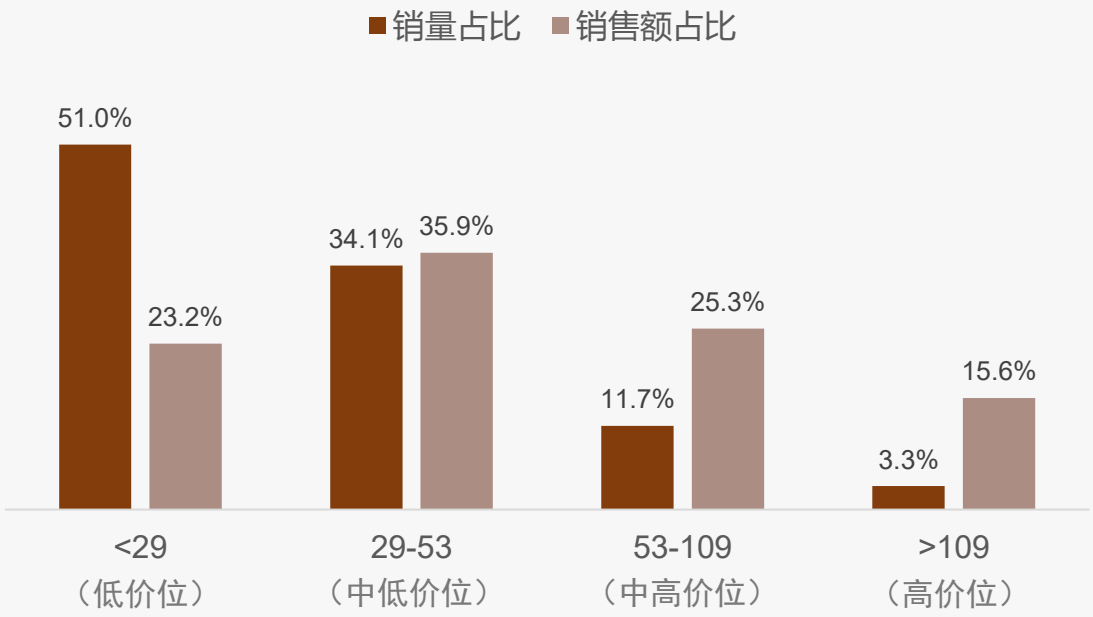
低价主导销量 中高价位驱动收入

华信人咨询
HXN CONSULTING

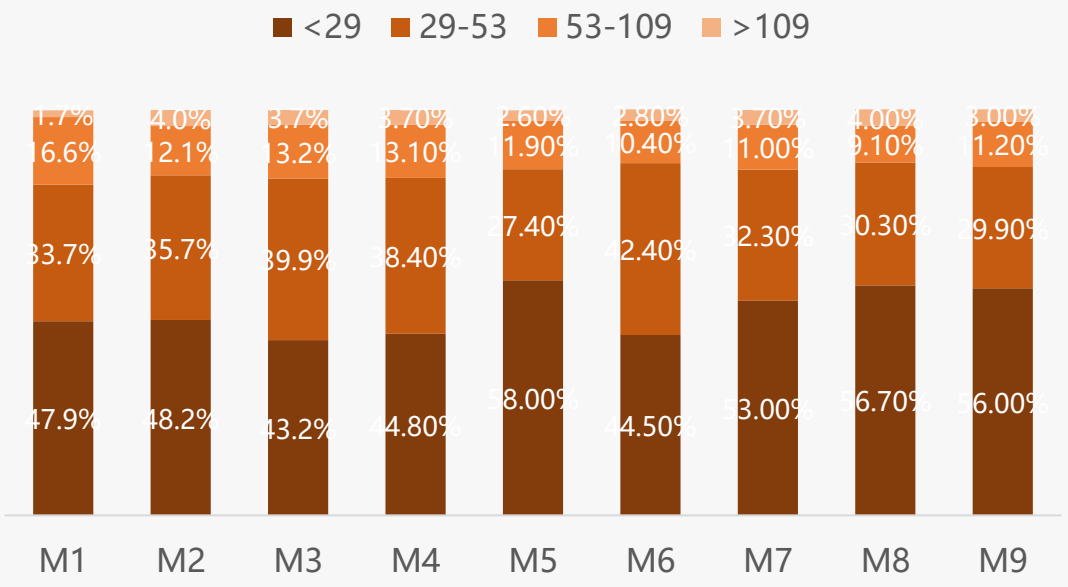
◆ 从价格带结构看，低价位（<29元）销量占比51.0%但销售额仅占23.2%，反映薄利多销策略；中价位（29-53元）销量与销售额占比均衡（34.1% vs 35.9%），是核心利润区间；高价位（>53元）销量占比15.0%贡献40.9%销售额，显示溢价产品对收入拉动显著。

◆ 月度销量分布波动明显：M5、M8、M9低价位（<29元）销量占比超56%，可能受促销或季节性需求影响；中高价位（29-109元）在M3、M6占比提升（M6达52.8%），暗示消费升级或营销活动驱动。整体价格敏感度高，需优化库存周转率。

2025年一～三季度宠物除味剂线上不同价格区间销售趋势



宠物除味剂线上价格区间-销量分布



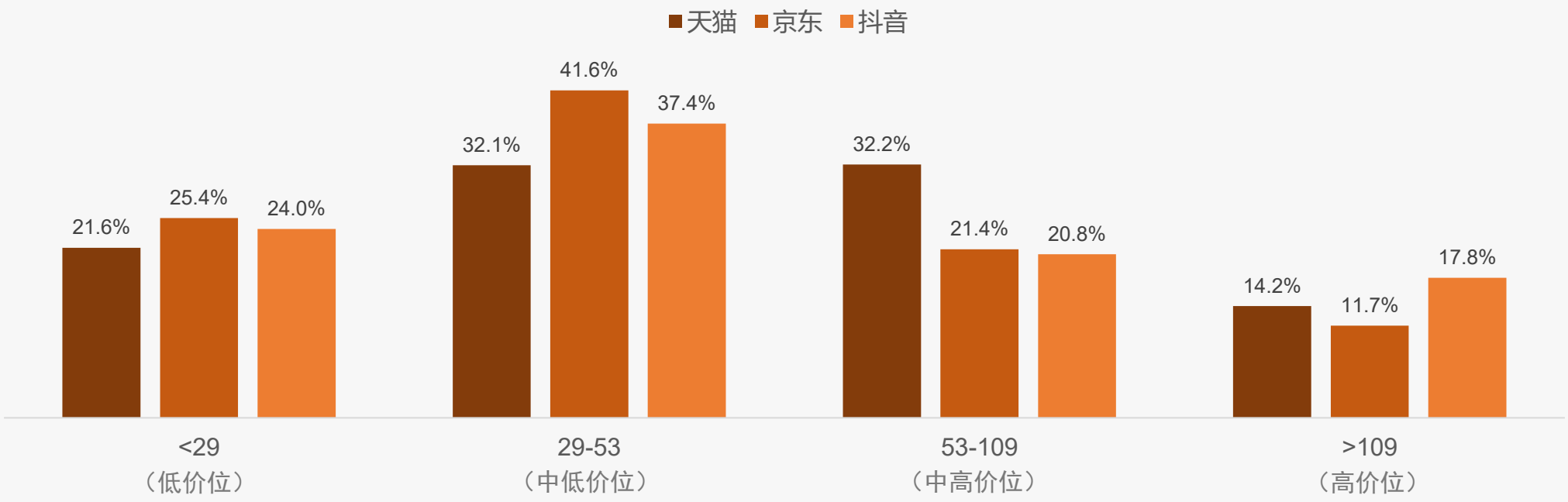
中低价主导市场 抖音高价渗透强

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从价格带分布看，中低价位（29-53元）是核心市场，天猫、京东、抖音占比分别为32.1%、41.6%、37.4%，京东集中度最高，反映其用户对性价比敏感；高价段（>109元）抖音占比17.8%领先，显示其内容营销对高端产品转化力强。建议渠道策略差异化以优化ROI。

◆ 行业价格中枢偏中低，<53元区间合计占比天猫53.7%、京东67.0%、抖音61.4%，京东尤为明显；需关注消费升级空间，通过产品创新提升客单价，改善毛利率与周转率。

2025年一～三季度各平台宠物除味剂不同价格区间销售趋势



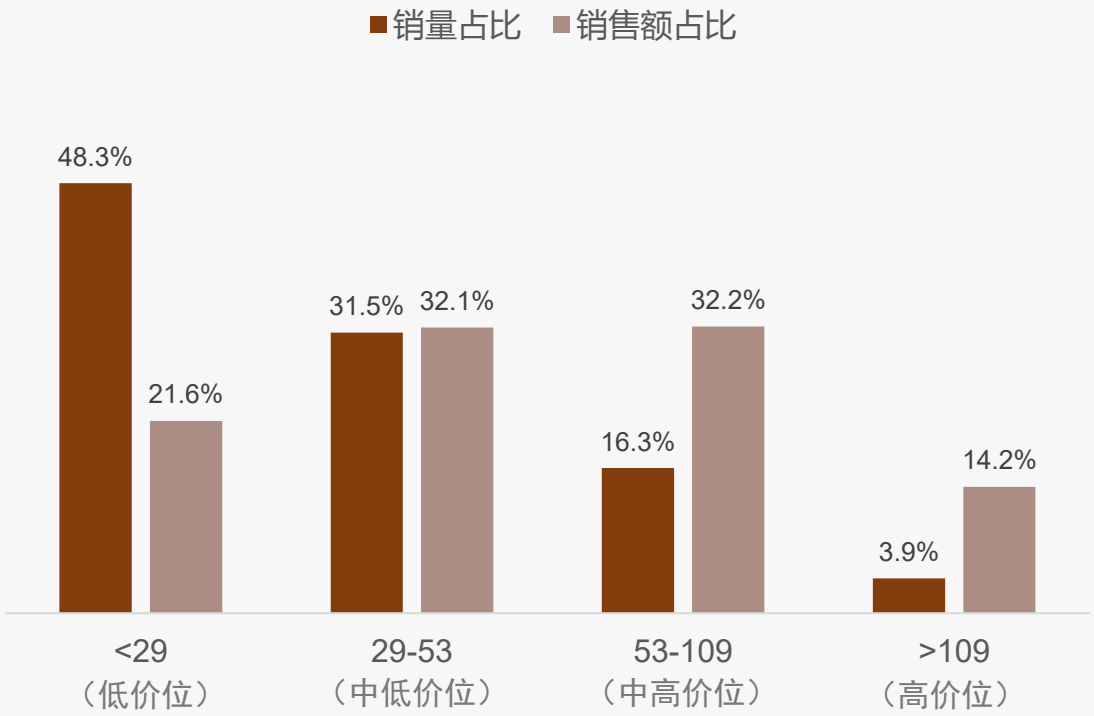
中高端产品驱动宠物除味剂市场增长

华信人咨询
HXN CONSULTING

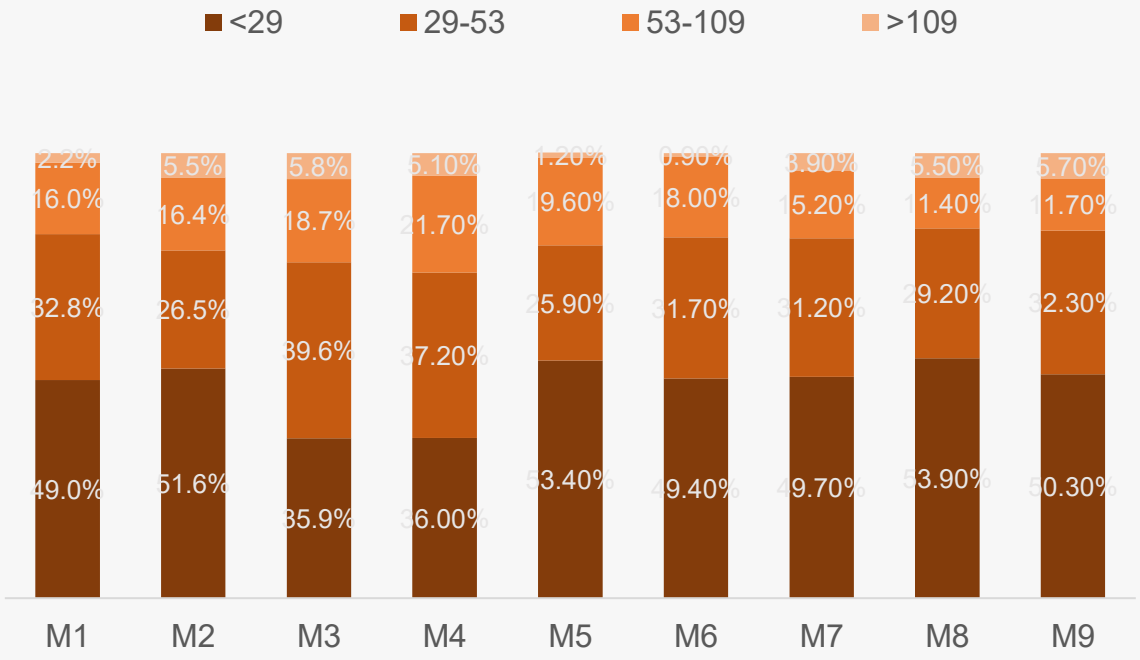
◆ 从价格区间结构分析，低价位产品（<29元）销量占比48.3%但销售额仅占21.6%，呈现高销量低贡献特征；中高价位（29-109元）虽销量合计47.8%，但贡献64.3%销售额，是核心利润区。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以改善整体毛利率。

◆ 月度销量分布显示价格敏感度波动显著：M1-M2低价占比超50%，M3-M4中端（29-53元）占比跃升至37%以上，反映季节性消费升级；M5后低价占比反弹至50%左右，可能与促销活动相关。高端市场（>109元）销量占比仅3.9%但贡献14.2%销售额，单位产品价值突出。建议加强品牌溢价建设，通过精准营销提升客户终身价值。

2025年一～三季度天猫平台宠物除味剂不同价格区间销售趋势



天猫平台宠物除味剂价格区间-销量分布



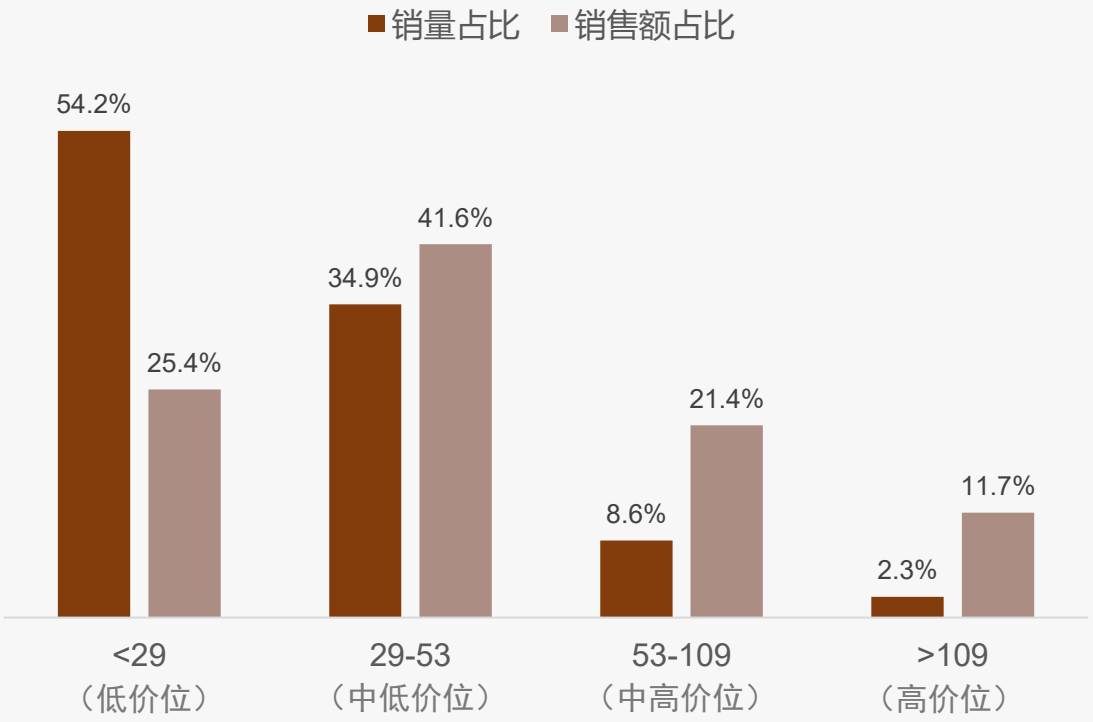
低价高销 中端创收 高端拉动

华信人咨询
HXN CONSULTING

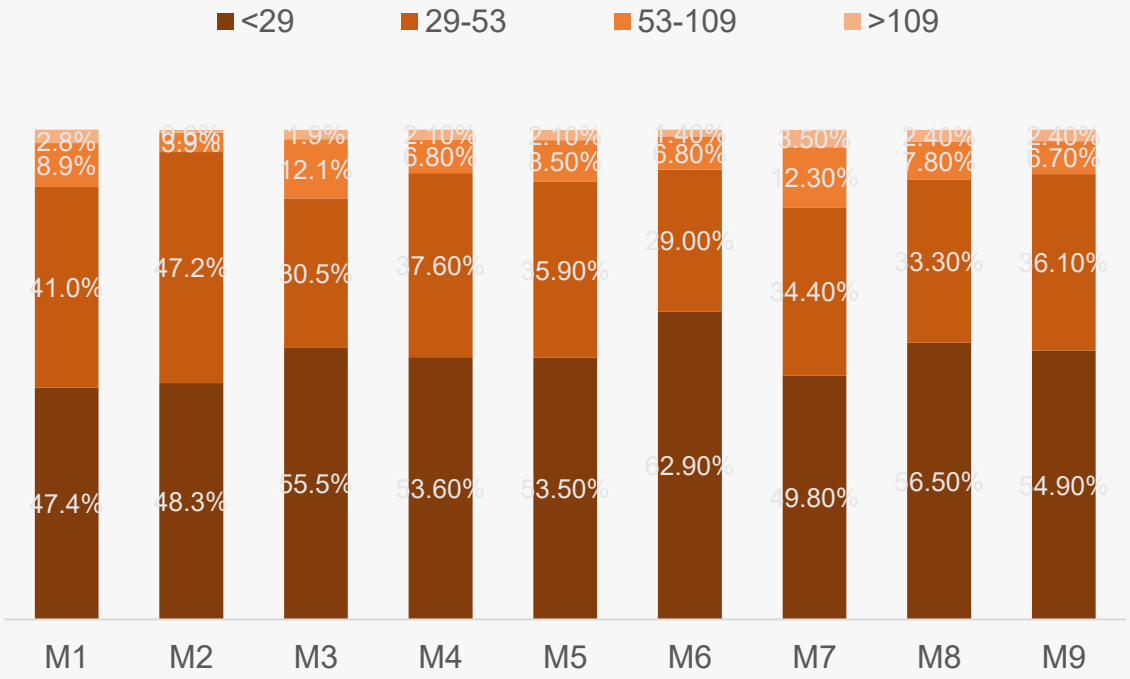
◆ 从价格区间结构看，<29元低价产品销量占比54.2%但销售额仅占25.4%，呈现高销量低贡献特征；29-53元中端产品销量占比34.9%却贡献41.6%销售额，是平台核心利润来源，显示消费者更偏好性价比区间。价格带贡献度分析表明，>109元高端产品销量占比仅2.3%但贡献11.7%销售额，单位产品价值突出；结合53-109元中高端产品21.4%的销售额占比，显示高单价产品对平台GMV拉动作用显著。

◆ 月度销量分布显示，M6月<29元产品占比达62.9%峰值，同期29-53元产品降至29.0%低点，可能与季节性促销策略相关；M7月高价产品占比回升，反映消费升级趋势存在波动性。

2025年一～三季度京东平台宠物除味剂不同价格区间销售趋势



京东平台宠物除味剂价格区间-销量分布



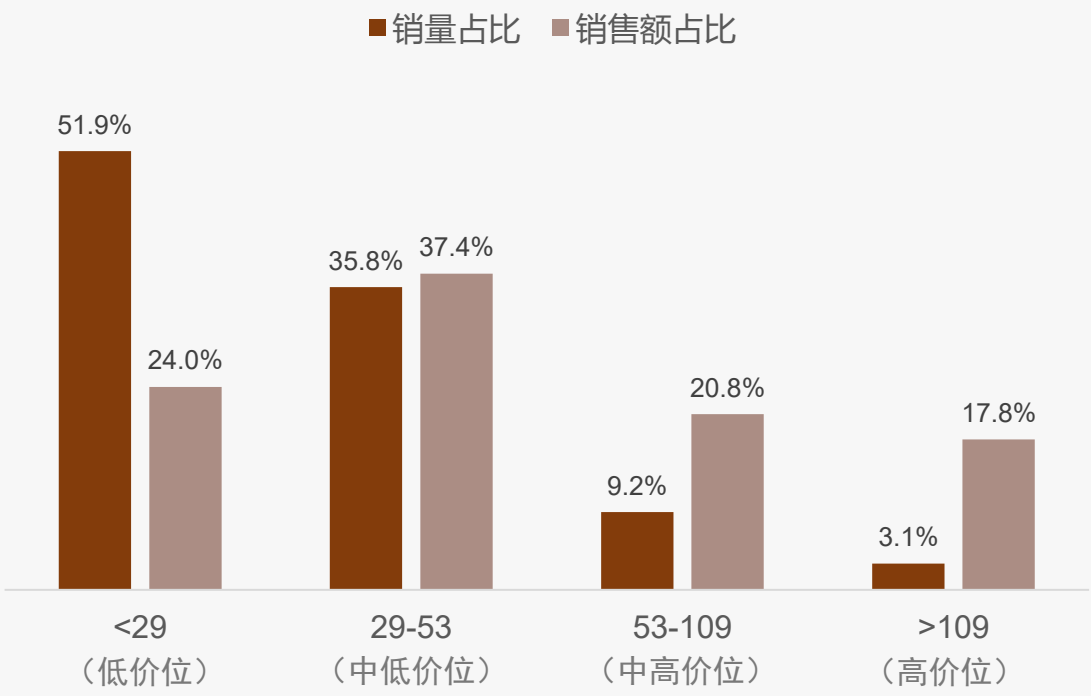
低价高销中价核心高价利润

华信人咨询
HXN CONSULTING

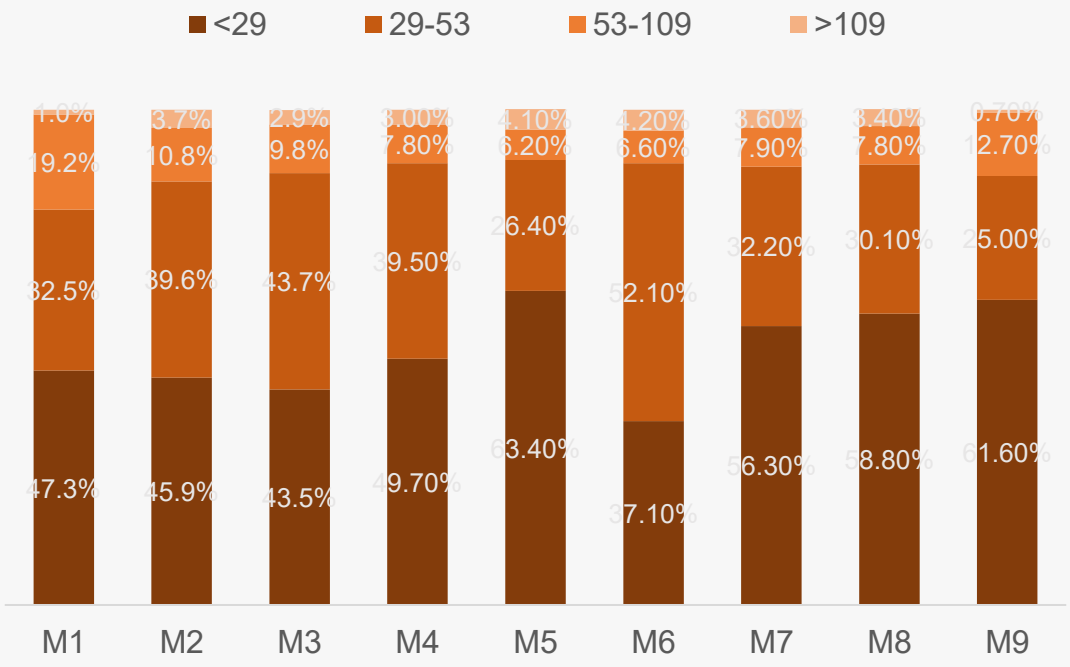
◆ 从价格区间销售趋势看，低价位（<29元）产品销量占比51.9%但销售额仅占24.0%，显示薄利多销策略；中价位（29-53元）销量占比35.8%贡献37.4%销售额，是核心利润区；高价位（>109元）销量仅3.1%但销售额占比17.8%，利润贡献显著，建议优化产品组合提升整体ROI。

◆ 月度销量分布显示价格结构波动：M1-M3中低价位（<53元）占比稳定在76%-87.2%，M5、M7-M9低价位（<29元）占比飙升至56.3%-63.4%，反映季节性促销或流量倾斜导致价格敏感度上升，需监控库存周转率避免滞销风险。

2025年一～三季度抖音平台宠物除味剂不同价格区间销售趋势



抖音平台宠物除味剂价格区间-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** 宠物除味剂消费行为、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年内购买过宠物除味剂的消费者；
- 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=1331

宠物除味剂 主人自主使用 主导市场

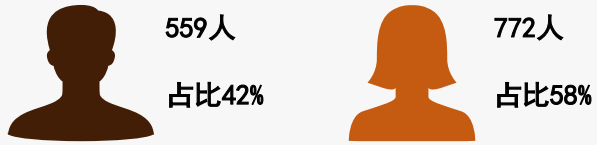
华信人咨询 HXN CONSULTING

◆调查显示女性占58%，26-35岁占38%，36-45岁占29%，中青年女性是宠物除味剂的主要消费群体，收入5-8万元群体占33%需求突出。

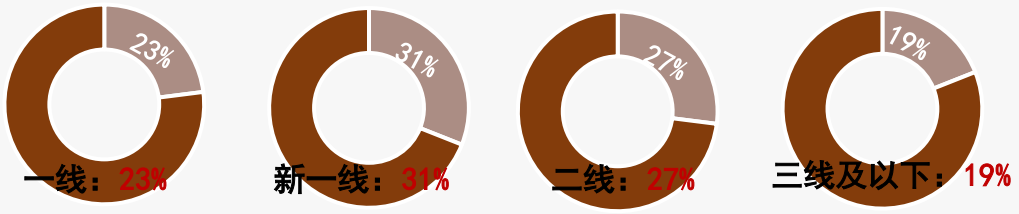
◆宠物主人自主使用占67%，远超其他角色，产品主要由宠物主人直接决策购买，市场推广应聚焦这一核心用户群体。

2025年中国宠物除味剂消费者画像

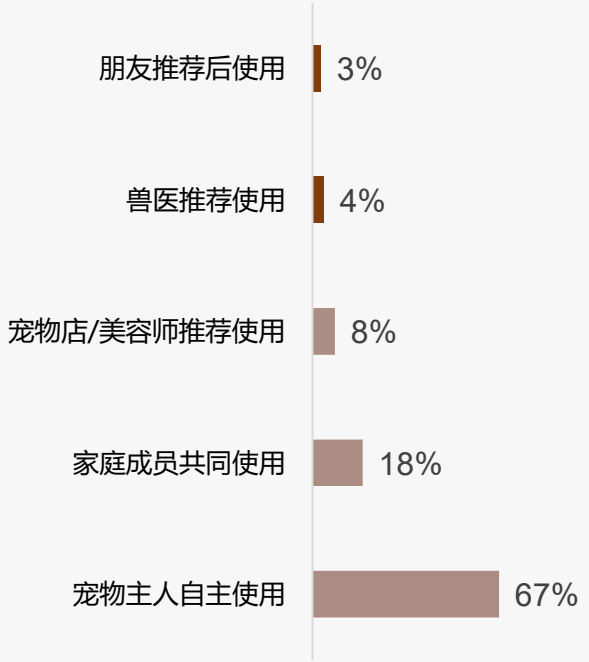
性别构成（%）



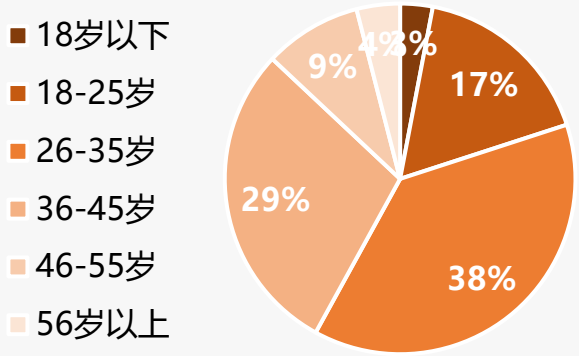
城市构成（%）



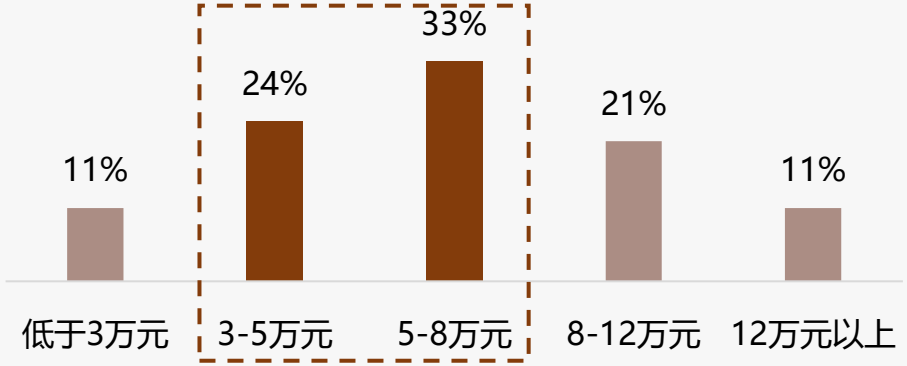
使用角色分布（%）



年龄构成（%）



收入分布（%）



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

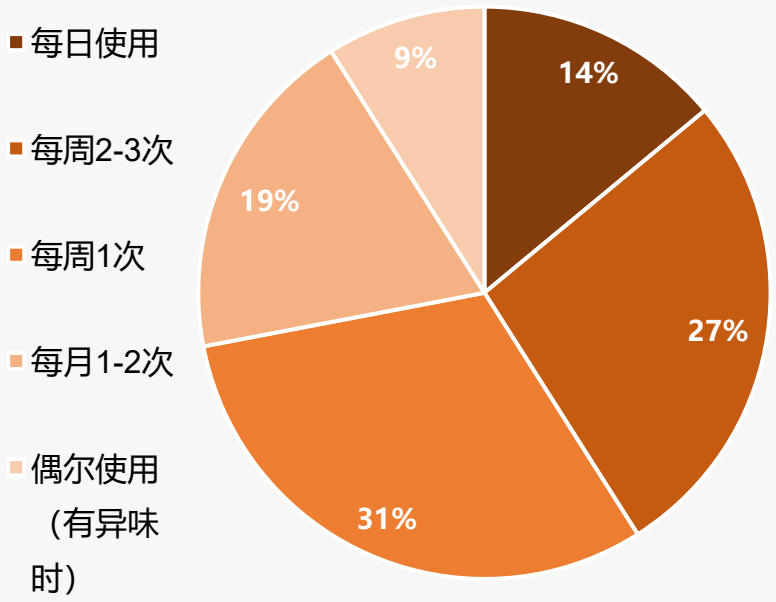
宠物除味剂使用频繁偏好喷雾

华信人咨询
HXN CONSULTING

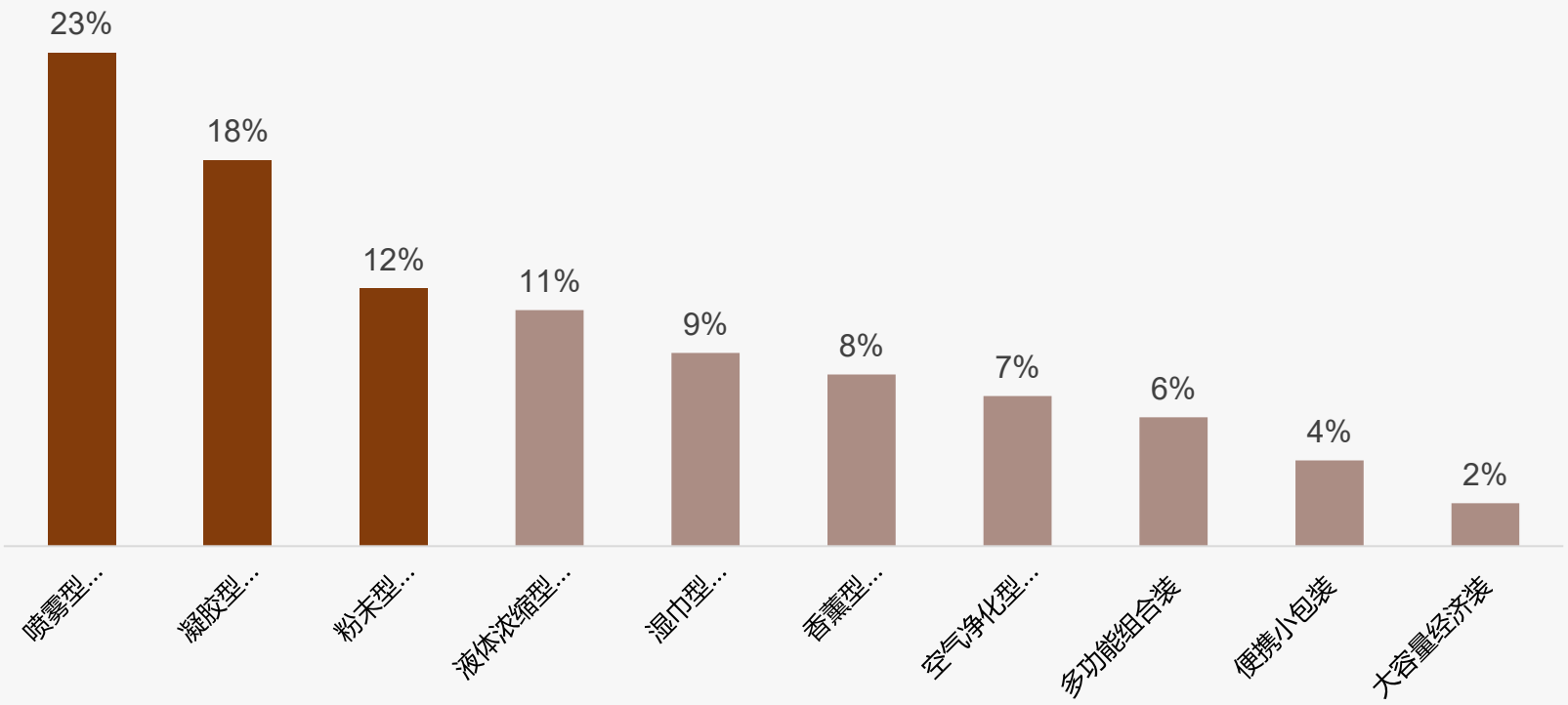
◆宠物除味剂使用频率以每周1次（31%）和每周2-3次（27%）为主，显示产品已成为家庭常规清洁用品，每日使用占14%。

◆产品规格偏好中喷雾型（100-200ml）最受欢迎（23%），凝胶型（150-300g）占18%，用户明显偏好便捷、中等容量的产品形态。

2025年中国宠物除味剂使用频率分布



2025年中国宠物除味剂产品规格偏好分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

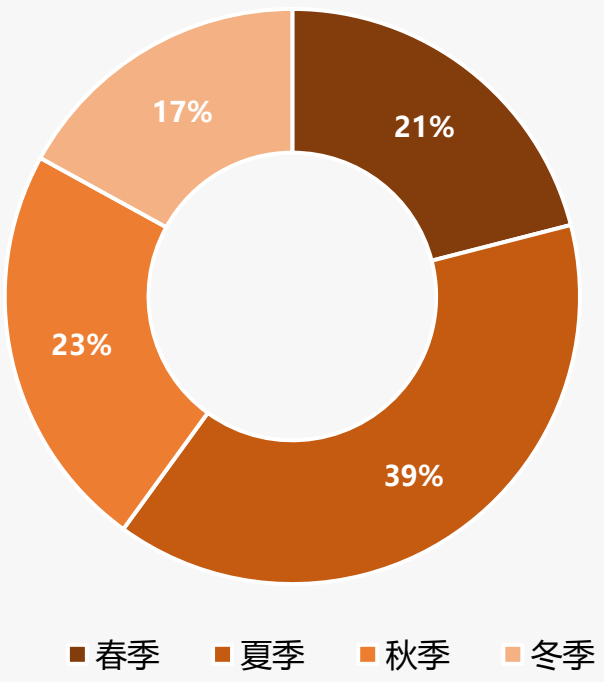
夏季喷雾瓶主导中低消费市场

华信人咨询
HXN CONSULTING

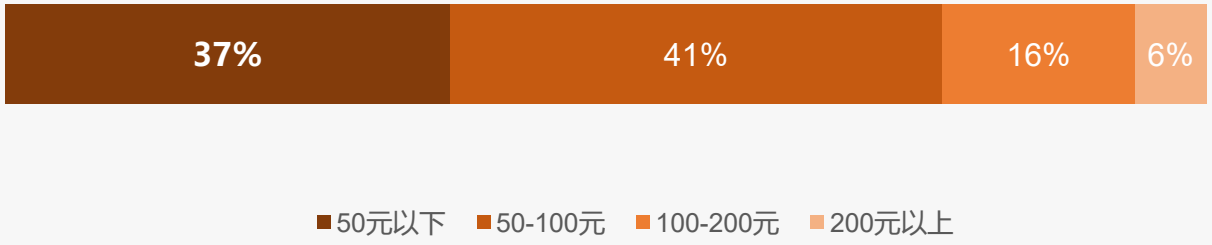
◆宠物除味剂消费以中低价位为主，50元以下和50-100元区间合计占比78%，而200元以上仅6%，显示市场偏好经济实惠产品。

◆夏季购买占比高达39%，显著高于其他季节；包装类型中按压喷雾瓶最受欢迎，占比28%，体现便捷使用需求。

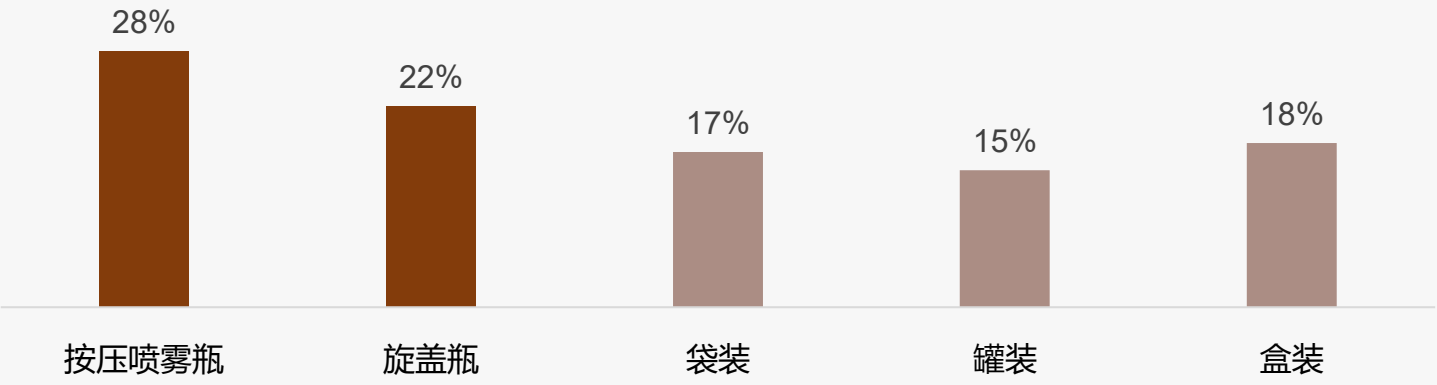
2025年中国宠物除味剂购买季节分布



2025年中国宠物除味剂单次购买支出分布



2025年中国宠物除味剂包装类型偏好分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

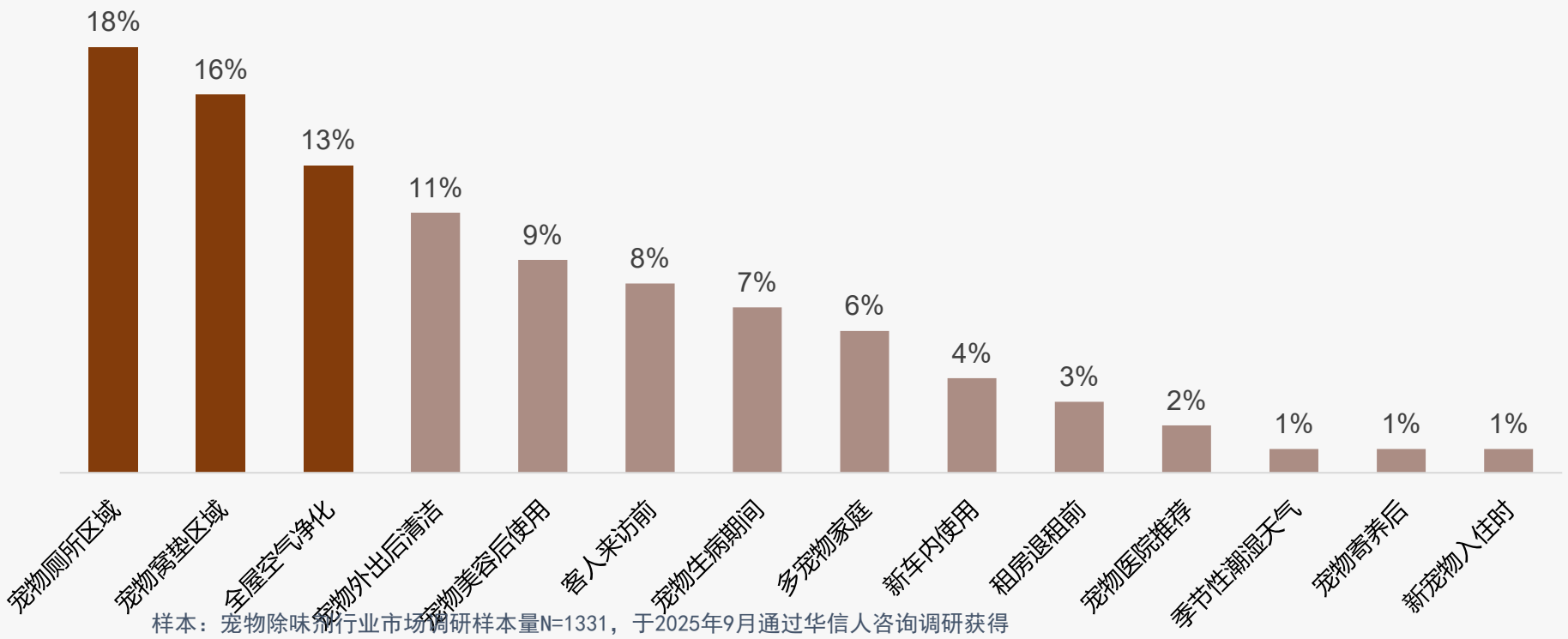
宠物除味剂 使用场景集中 购买时段工作日

华信人咨询
HXN CONSULTING

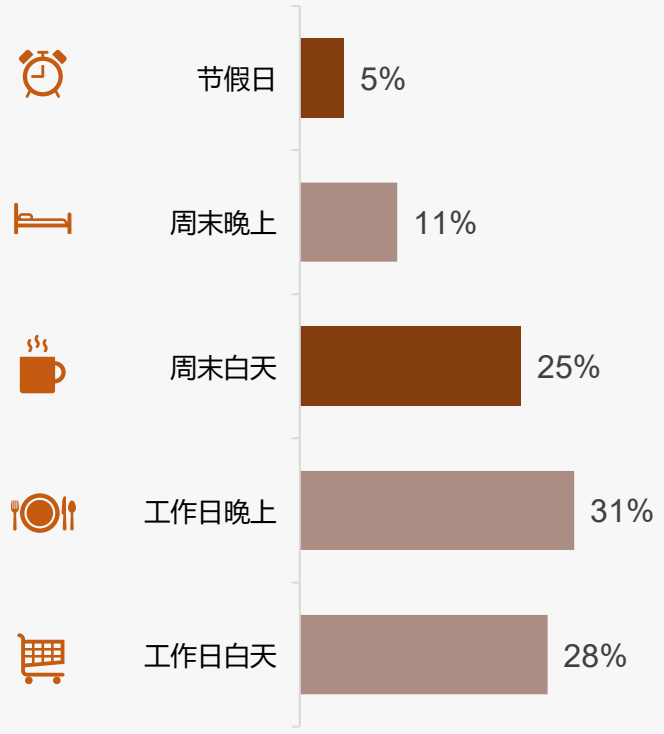
◆宠物除味剂使用场景集中在宠物厕所区域（19%）和宠物窝垫区域（16%），两者合计超过三分之一，显示宠物排泄物和休息区域是主要异味源。

◆购买时段以工作日晚上（31%）和工作日白天（28%）为主，两者合计近六成，表明消费者倾向于在工作日闲暇时间进行购买。

2025年中国宠物除味剂使用场景分布



2025年中国宠物除味剂购买时段分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

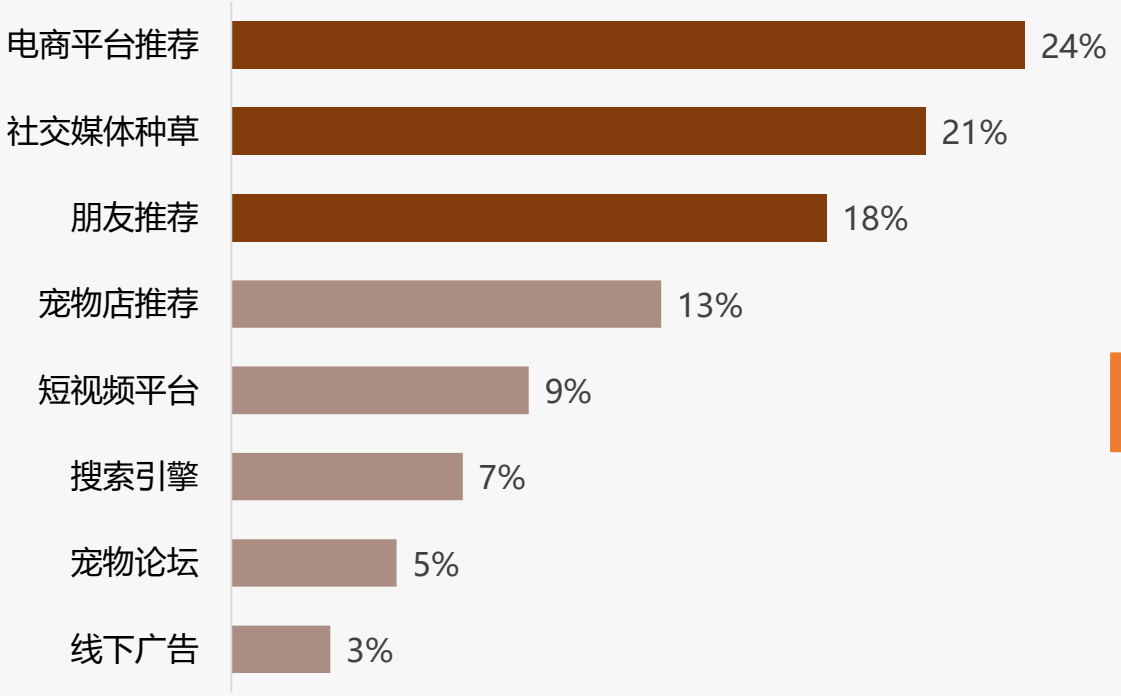
线上渠道主导宠物除味剂市场

华信人咨询 HXN CONSULTING

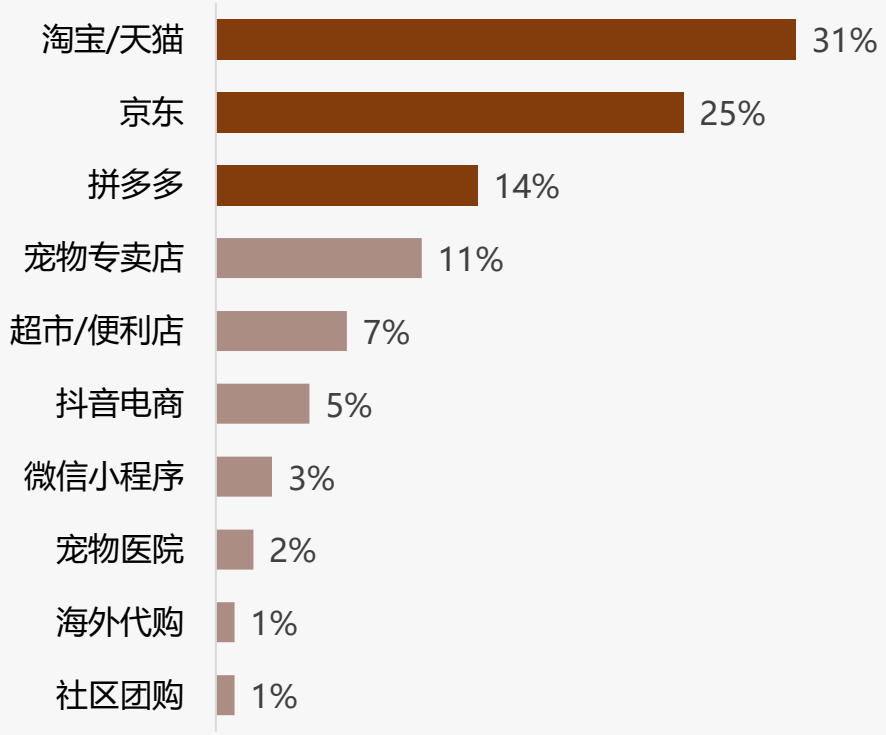
◆产品了解渠道以电商平台推荐24%、社交媒体种草21%和朋推荐18%为主，线上社交和电商是核心信息源，短视频平台仅占9%。

◆购买渠道中淘宝/天猫32%、京东25%和拼多多14%主导，线上占比71%，宠物专卖店11%为线下主力，抖音电商仅占5%。

2025年中国宠物除味剂产品了解渠道分布



2025年中国宠物除味剂购买渠道分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

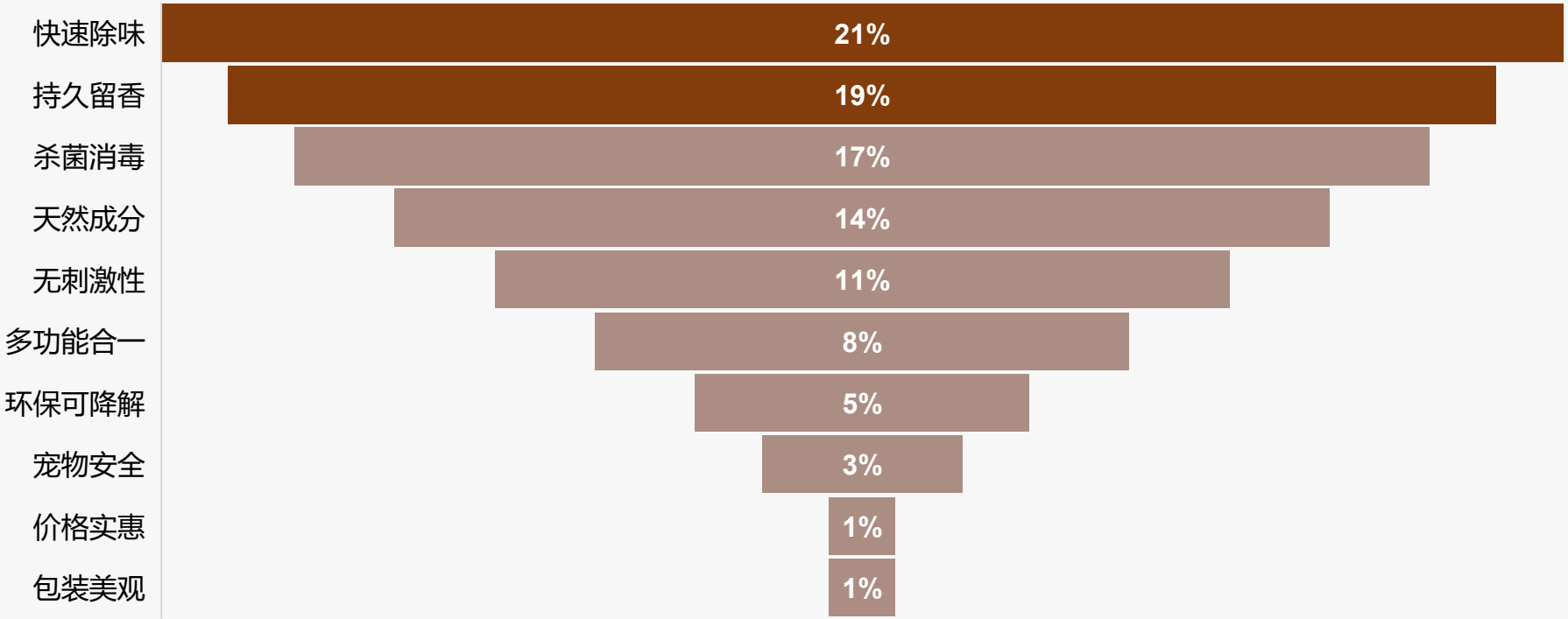
除味功效主导 安全需求显著

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆消费者最关注快速除味功效，占比22%；持久留香和杀菌消毒分别占19%和17%，显示对除味效果和卫生功能的高度重视。

◆天然成分和无刺激性合计占25%，反映对宠物安全的关注；价格实惠和包装美观偏好极低，仅占1%和0%。

2025年中国宠物除味剂产品功效偏好分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

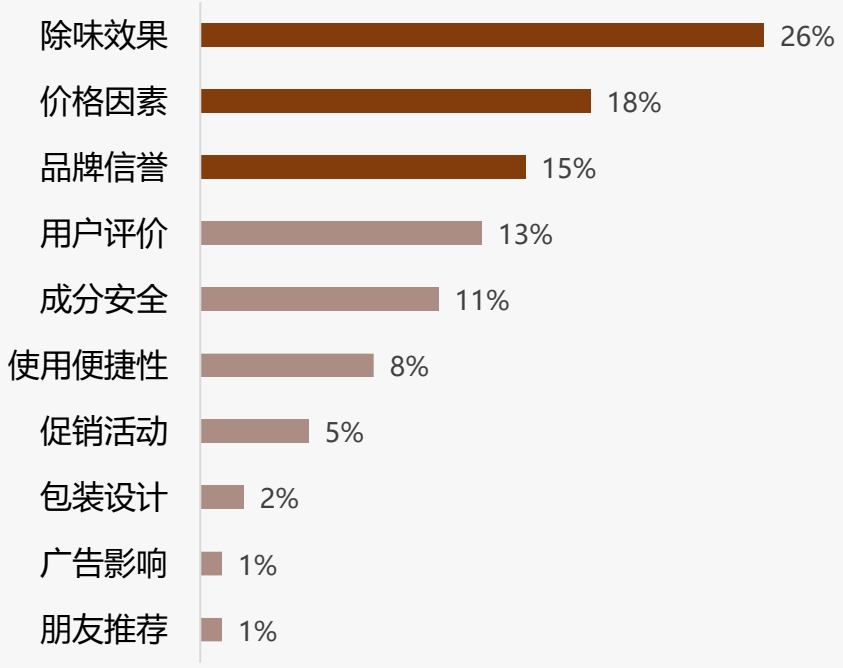
除味效果主导购买 实用健康驱动消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆除味效果是宠物除味剂购买决策的首要因素，占比26%，远超价格因素18%和品牌信誉15%，显示消费者对产品核心功能的高度重视。

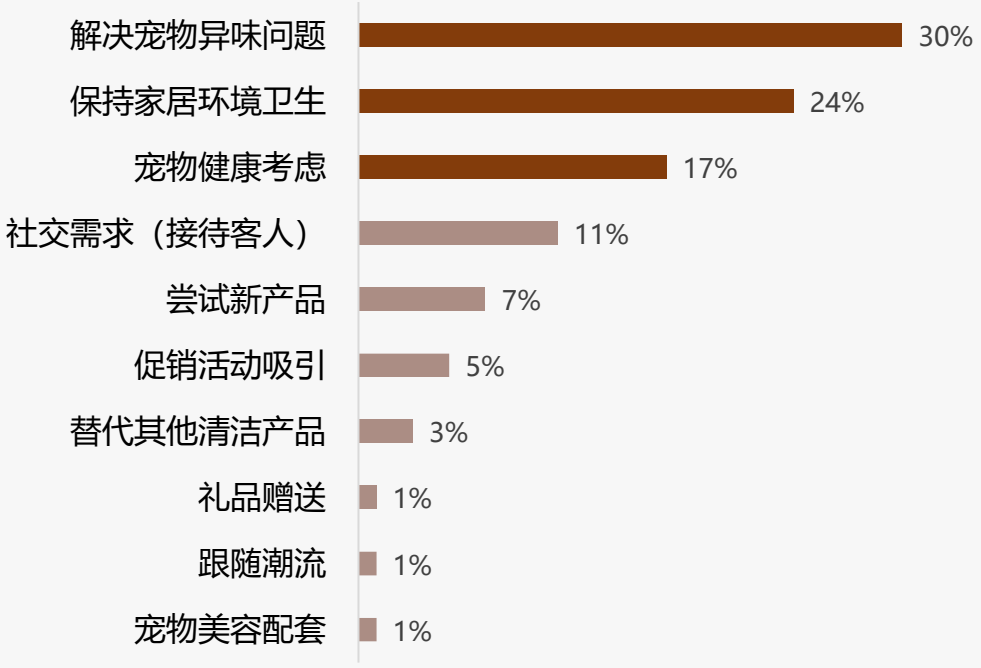
◆购买动机中，解决宠物异味问题占31%，保持家居环境卫生占24%，宠物健康考虑占17%，三者合计72%，表明消费者主要出于实用和健康需求购买。

2025年中国宠物除味剂购买决策关键因素分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国宠物除味剂购买动机分布



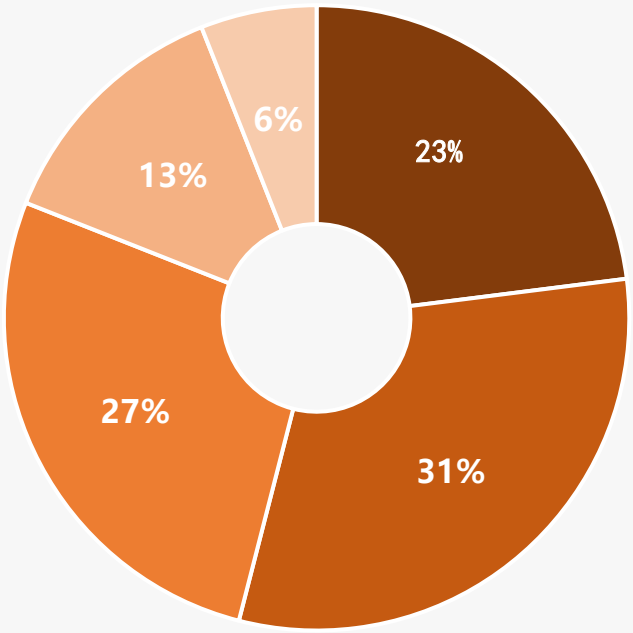
宠物除味剂推荐意愿高 需优化效果定价

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物除味剂推荐意愿积极，非常愿意推荐占23%，比较愿意推荐占31%，一般愿意推荐占27%，合计达81%，显示多数消费者认可产品。

◆不愿推荐主因是效果不理想占28%，价格偏高占21%，使用不便占17%，需优先改进效果、定价和便捷性以提升推荐率。

2025年中国宠物除味剂推荐意愿分布

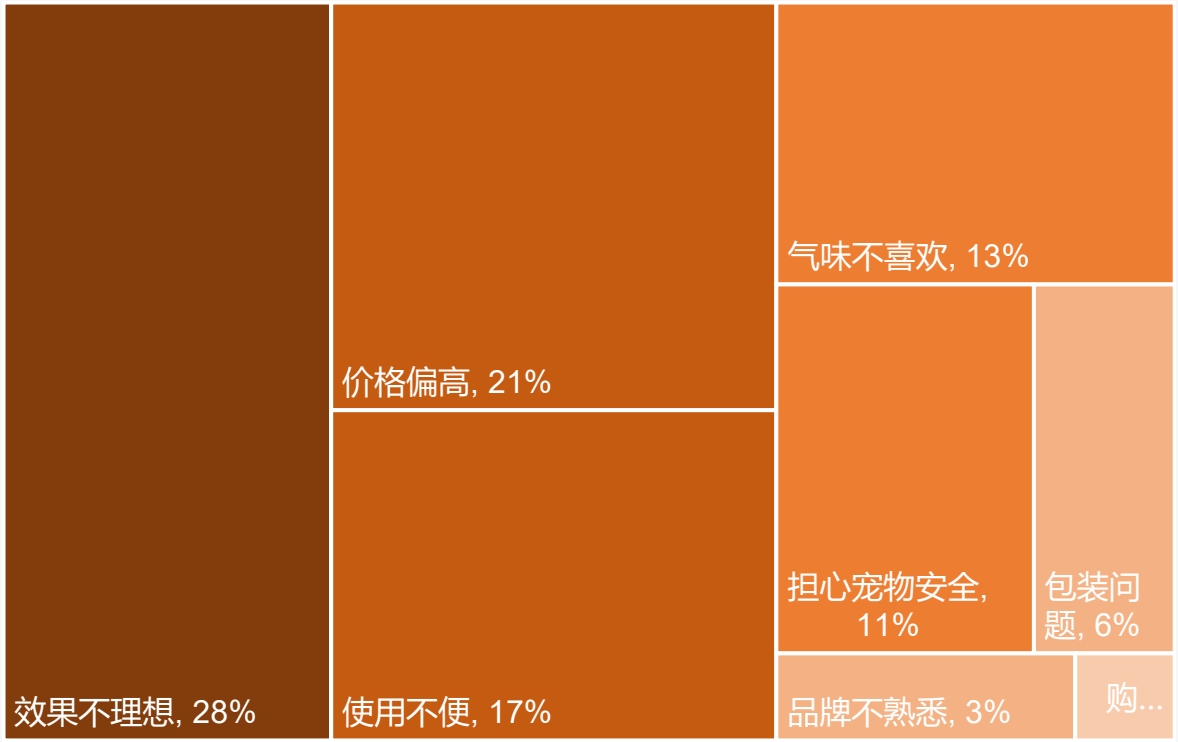


5分 4分 3分 2分 1分

■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：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国宠物除味剂不愿推荐原因分布



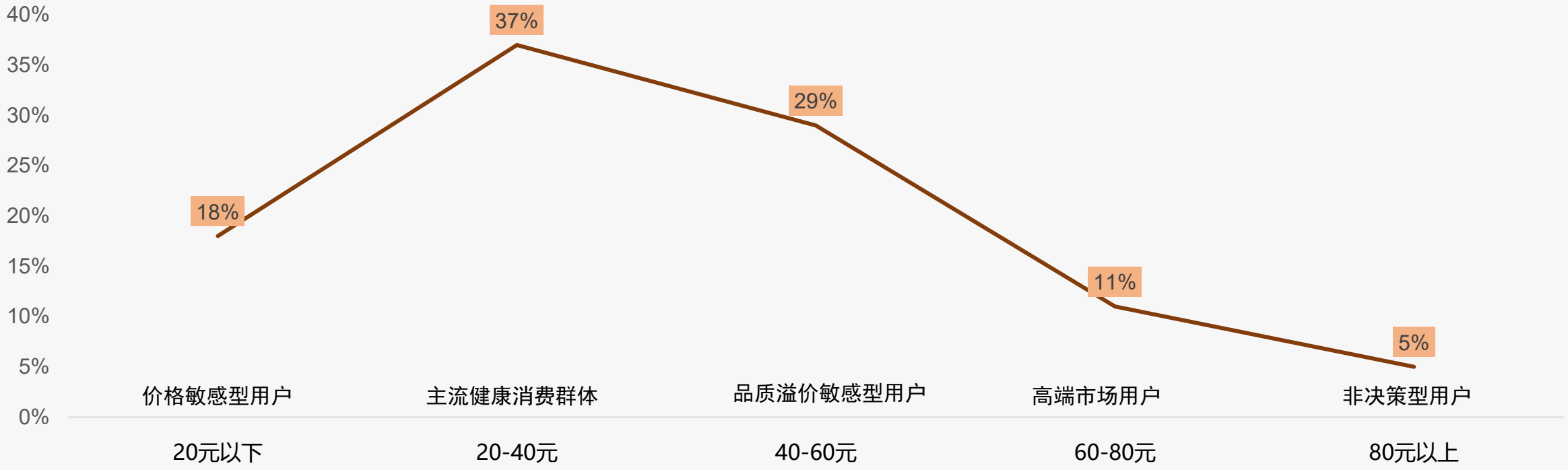
中端价格 宠物除味剂 消费主力

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物除味剂价格接受度集中在20-60元区间，合计占比66%，其中20-40元占37%，40-60元占29%，显示中端市场是消费主力。

◆20元以下和60元以上区间占比偏低，分别为18%和16%，80元以上仅5%，反映消费者对极端价格敏感，高端市场接受度有限。

2025年中国宠物除味剂最受欢迎规格的价格接受度



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以喷雾型（100-200ml）规格宠物除味剂为标准核定价格区间

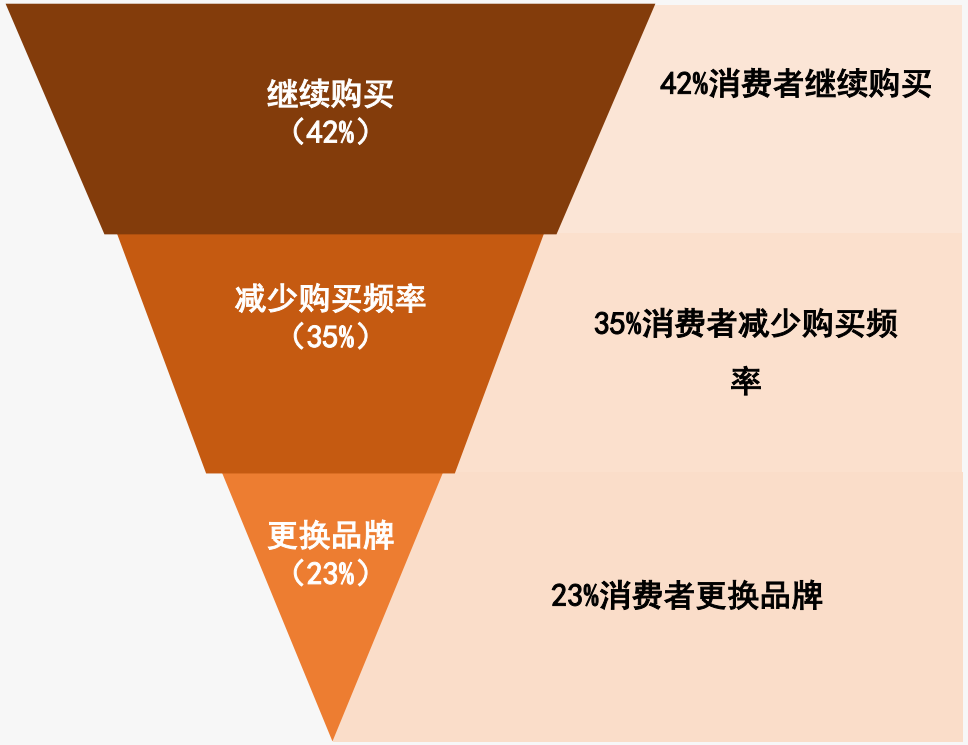
价格敏感促销关键影响消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

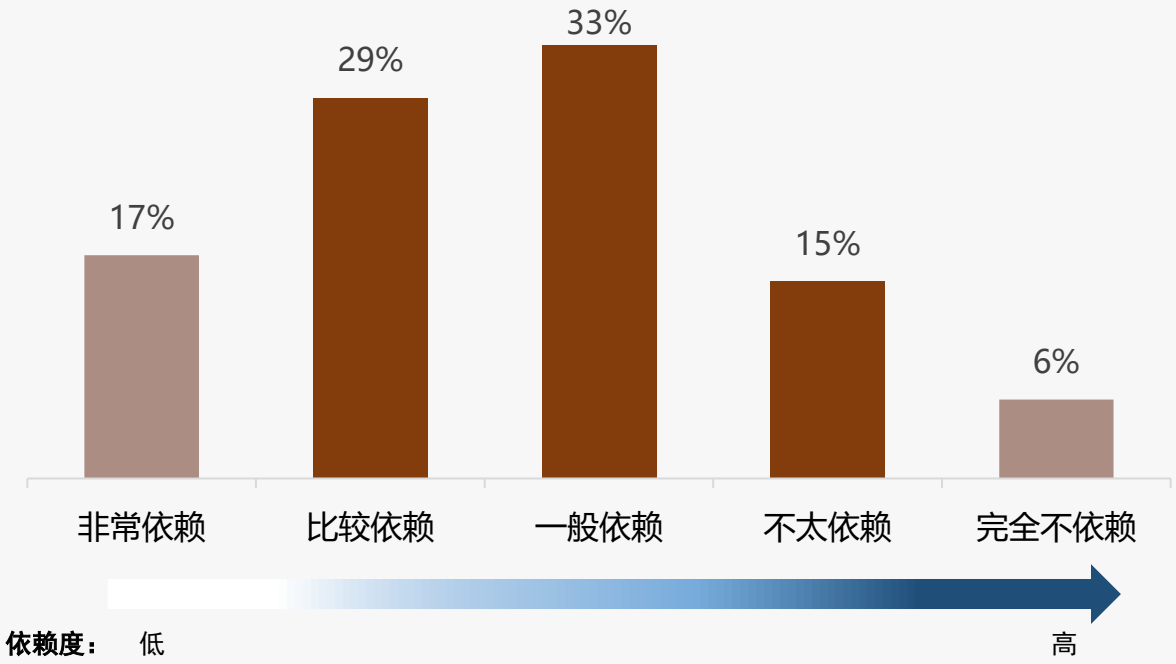
◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，35%减少购买频率，23%更换品牌，显示价格敏感度较高但品牌忠诚度仍存。

◆促销活动依赖程度中，46%消费者非常或比较依赖，超过一般依赖的33%，表明促销对近半数用户购买决策影响显著。

2025年中国宠物除味剂价格上涨10%购买行为分布



2025年中国宠物除味剂促销活动依赖程度分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

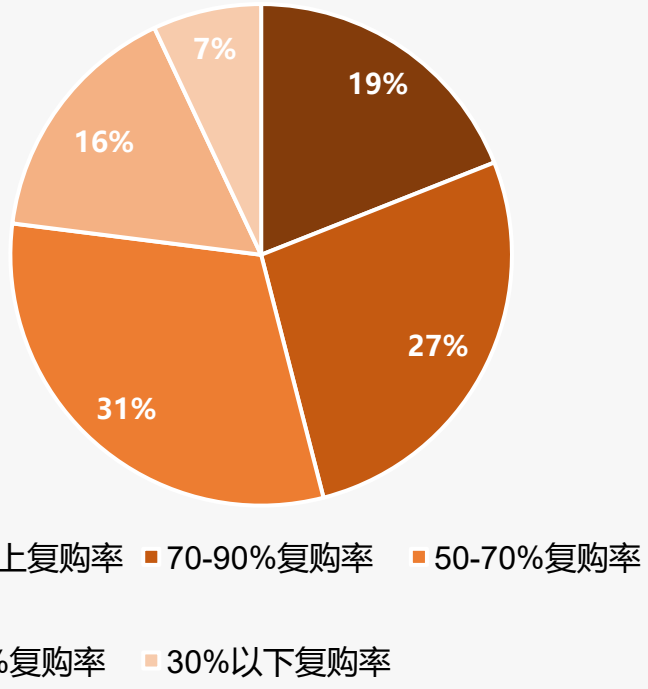
功效不满 复购率中 市场竞争激烈

华信人咨询
HXN CONSULTING

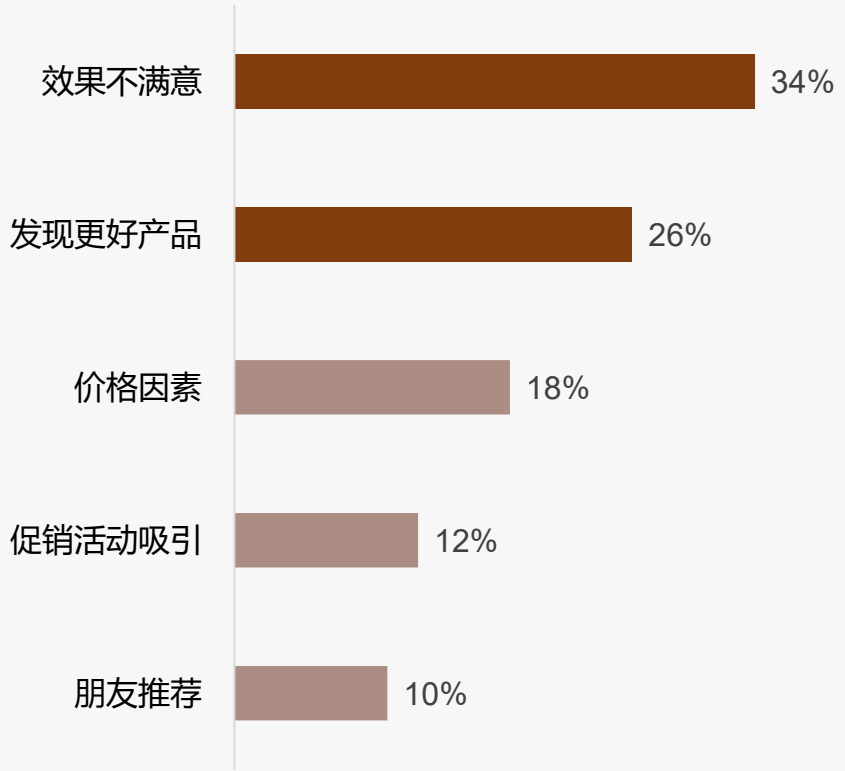
◆宠物除味剂复购率分布显示，50-70%复购率占比最高，达31%，90%以上高复购率仅19%，表明多数消费者忠诚度中等，强品牌粘性用户有限。

◆更换品牌主因是效果不满意，占比34%；发现更好产品占26%，反映产品功效是流失关键，市场竞争激烈，创新产品易吸引用户。

2025年中国宠物除味剂品牌复购率分布



2025年中国宠物除味剂更换品牌原因分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

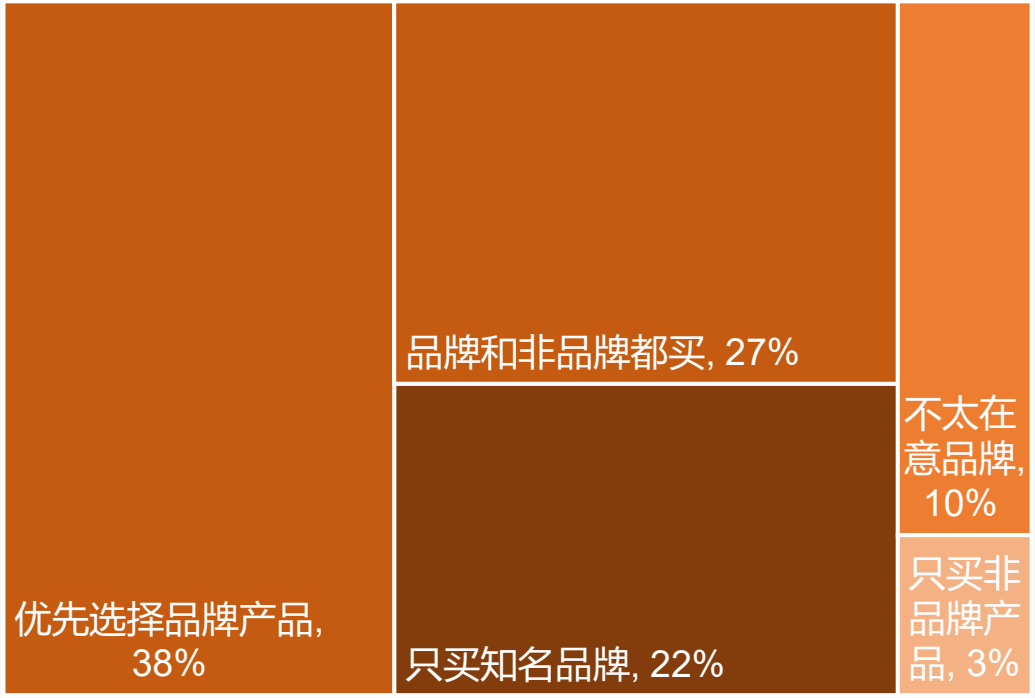
品牌主导购买 消费者高度信任

华信人咨询
HXN CONSULTING

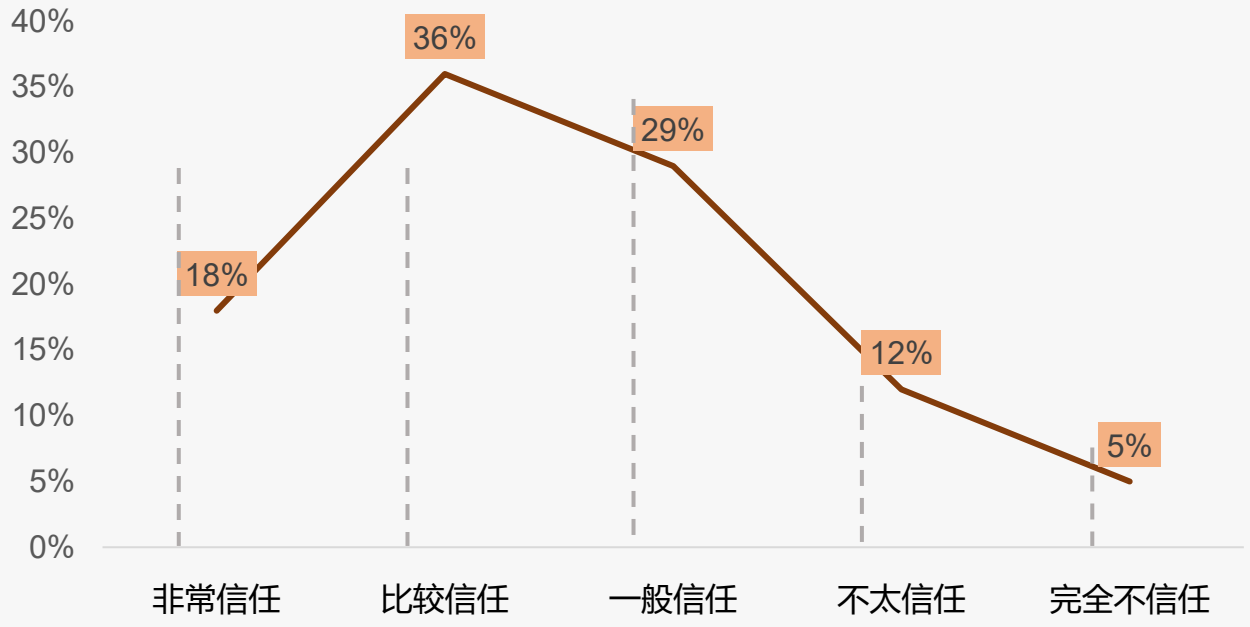
◆宠物除味剂消费者中，优先选择品牌产品的占38%，只买知名品牌的占22%，合计60%，显示品牌在购买决策中起主导作用。

◆对品牌产品比较信任和非常信任的比例分别为36%和18%，合计54%，表明消费者对品牌产品有较高信任度。

2025年中国宠物除味剂品牌产品购买意愿分布



2025年中国宠物除味剂对品牌产品态度分布



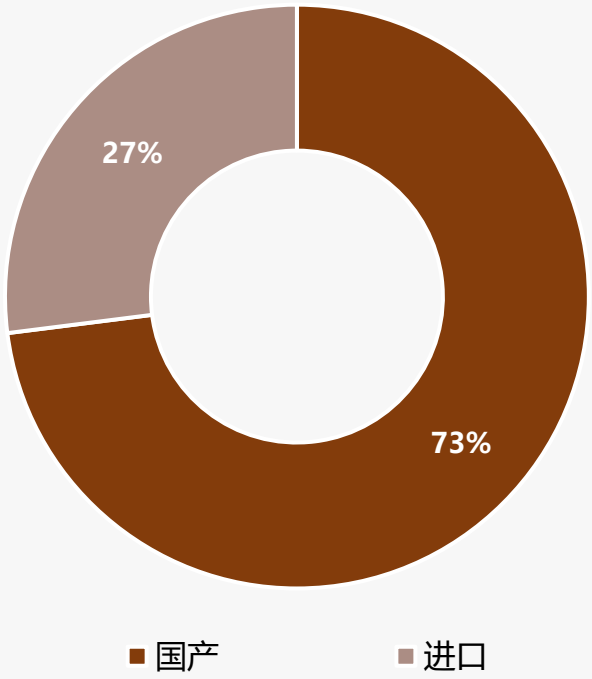
样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

国产品牌主导 效果优先消费

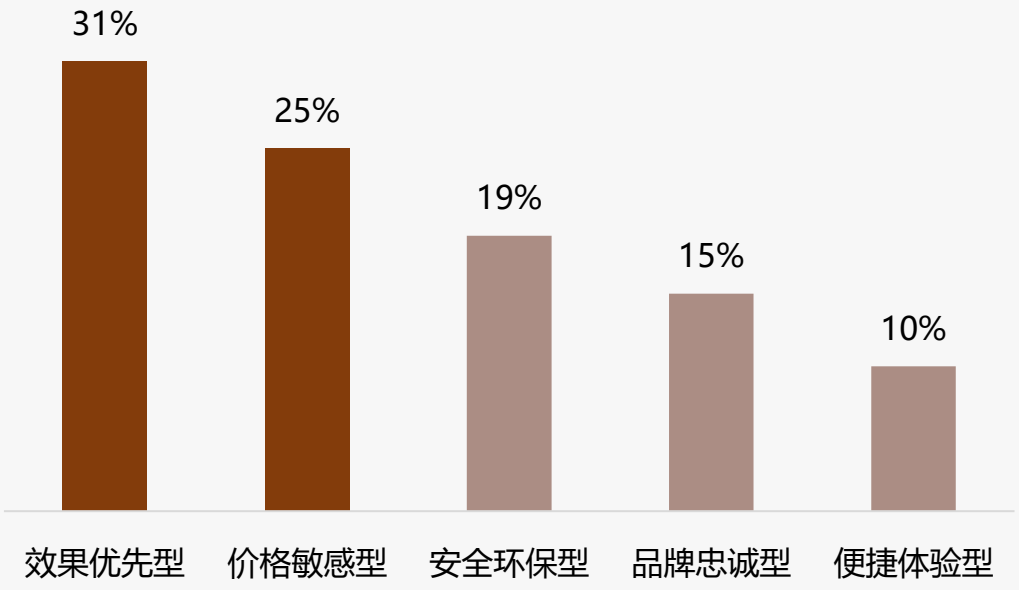
◆国产品牌消费占比73%，占据市场主导地位；进口品牌占比27%，仍有稳定消费群体。效果优先型消费者占比31%，是最大购买群体。

◆价格敏感型占比25%，安全环保型占比19%，品牌忠诚型和便捷体验型分别占比15%和10%，显示多元化消费偏好。

2025年中国宠物除味剂国产进口品牌消费分布



2025年中国宠物除味剂品牌偏好类型分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

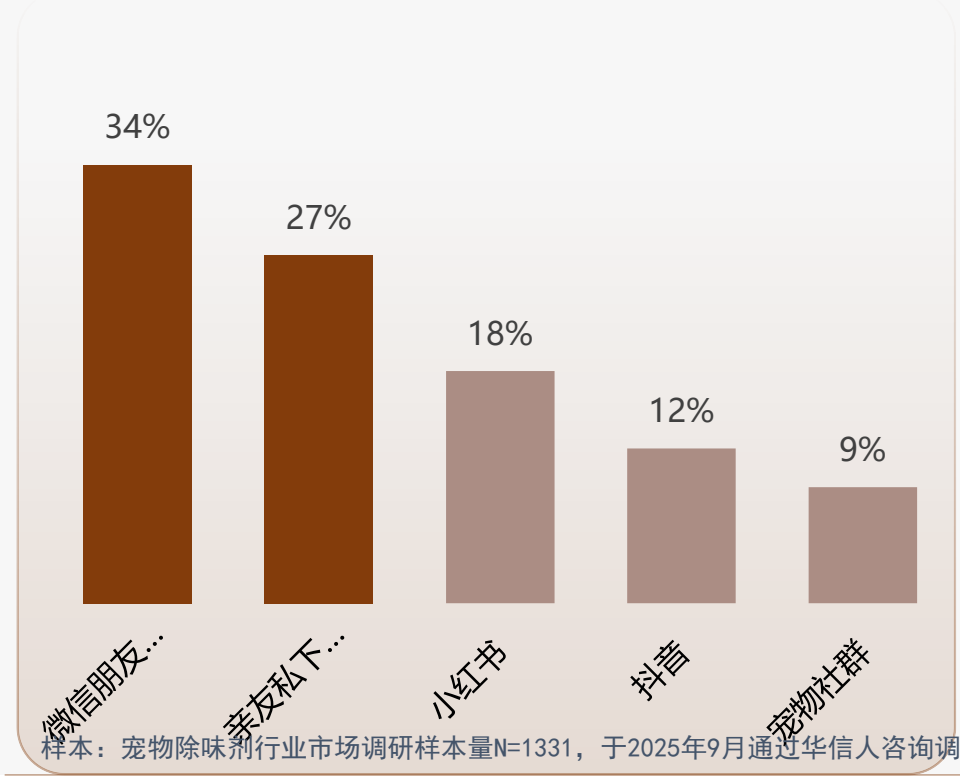
口碑传播主导 效果反馈关键

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆产品分享渠道中，微信朋友圈占比34%，亲友推荐占比27%，两者合计超六成，显示口碑传播是宠物除味剂推广的核心方式。

◆社交媒体内容偏好中，真实用户体验占比32%，产品效果对比占比24%，两者共占56%，凸显消费者对实际效果的高度重视。

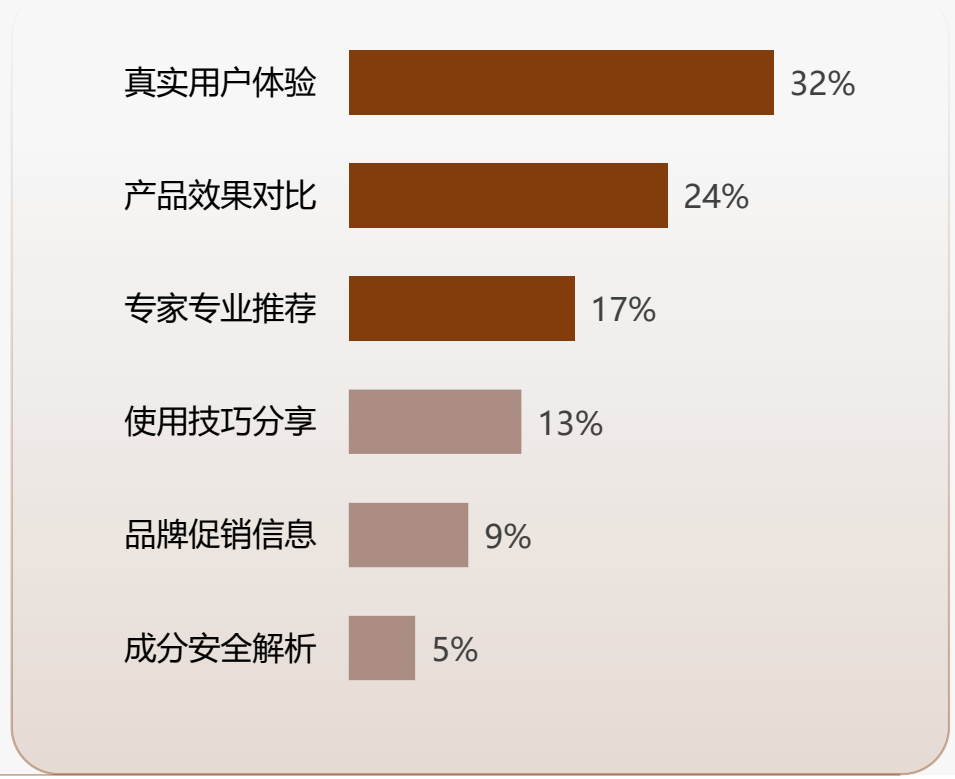
2025年中国宠物除味剂产品分享渠道分布



2025年中国宠物除味剂产品分享渠道分布

2025年中国宠物除味剂社交媒体内容偏好分布

2025年中国宠物除味剂社交媒体内容偏好分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

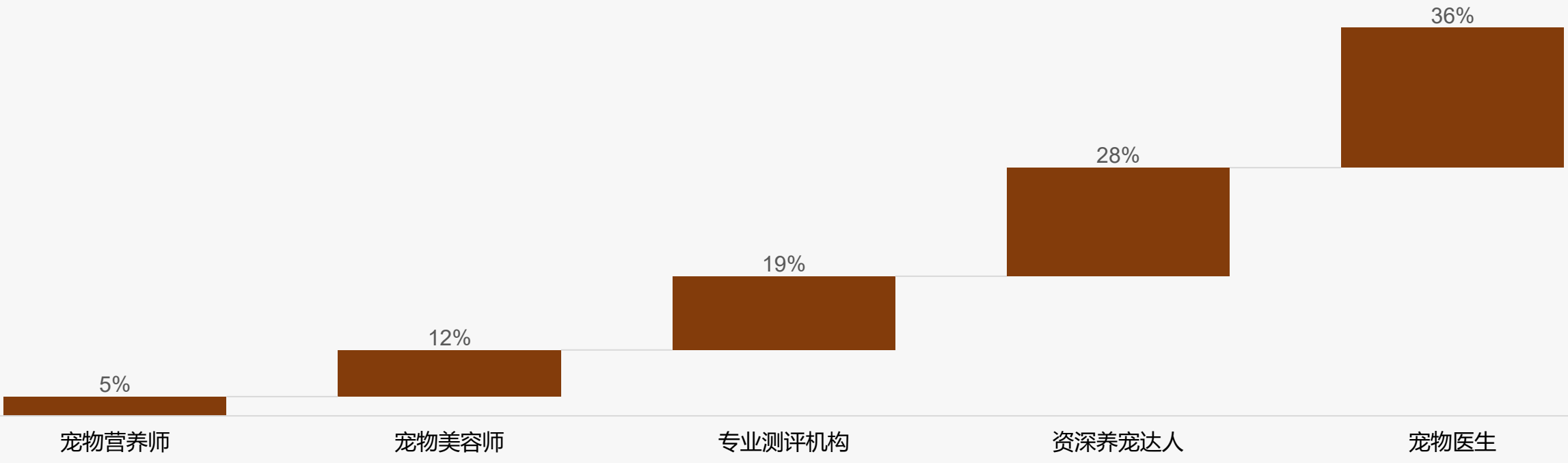
宠物医生最受信任 专业信息主导选择

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物医生以36%的信任度成为消费者首选，资深养宠达人占28%，专业测评机构为19%。消费者更依赖权威和专业性强的信息源。

◆宠物美容师和营养师分别占12%和5%，比例较低。可能因除味剂与美容或营养的直接关联性较弱，影响较小。

2025年中国宠物除味剂信任的博主类型分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

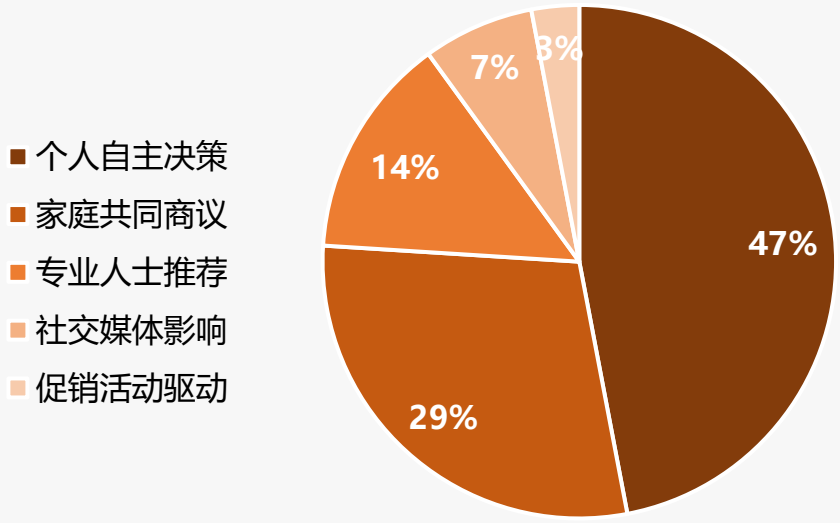
口碑社交主导宠物除味剂消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

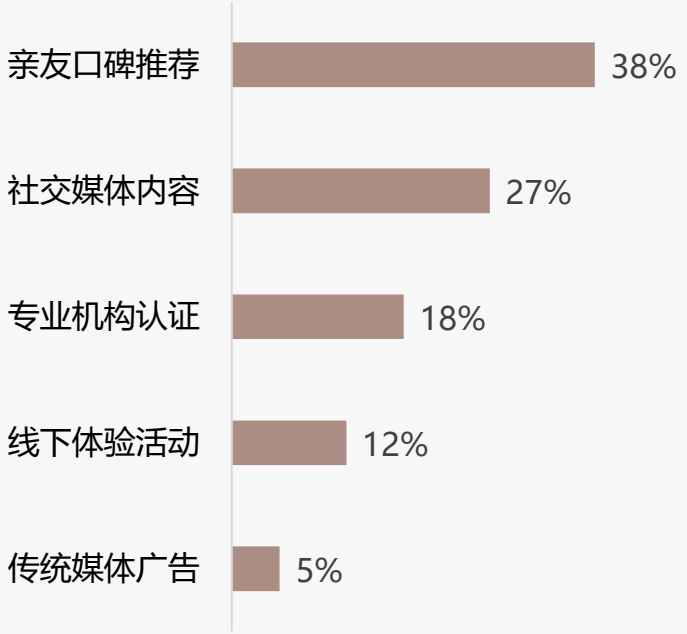
◆亲友口碑推荐(38%)和社交媒体内容(27%)是宠物除味剂消费者最偏好的广告接受方式，凸显了消费者对熟人信任和数字平台的依赖。

◆专业机构认证(18%)显示消费者重视产品安全，而线下体验(12%)和传统广告(5%)偏好较低，反映便捷信息获取的倾向。

2025年中国宠物除味剂购买决策类型分布



2025年中国宠物除味剂广告接受偏好分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

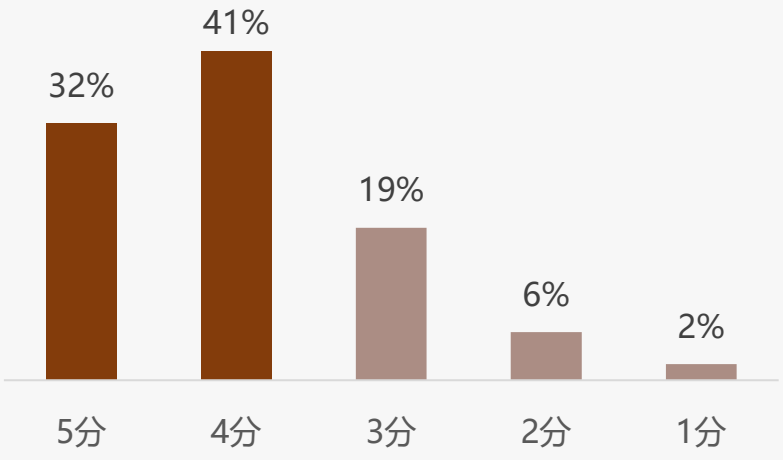
购买流程满意度领先 退货客服需优化

华信人咨询 HXN CONSULTING

◆线上购买流程满意度最高，5分和4分占比分别为32%和41%，合计73%，显著领先于其他环节，显示消费者对购买流程高度认可。

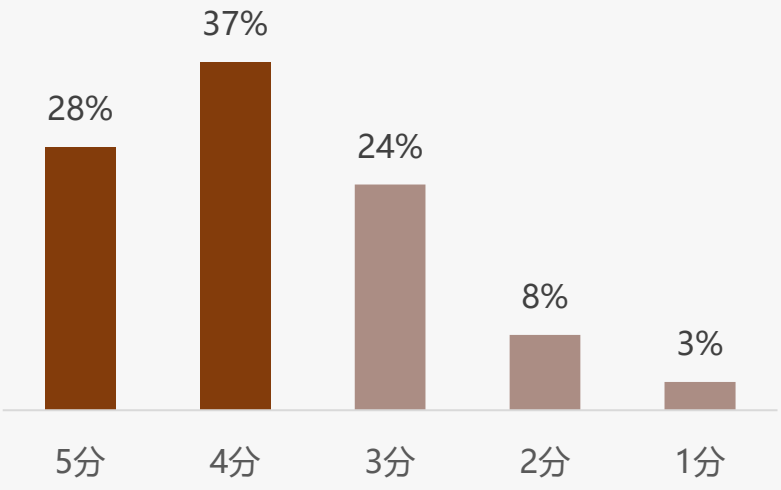
◆退货体验和在线客服满意度相似，5分和4分占比分别为65%和65%，但5分比例较低，提示这些环节存在优化空间，需针对性改进。

2025年中国宠物除味剂线上购买流程满意度



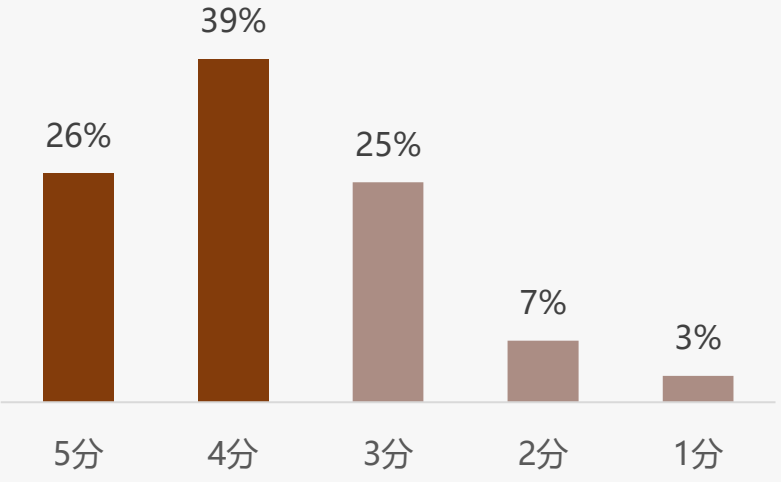
平均分：3. 95

2025年中国宠物除味剂退货体验满意度



平均分：3. 79

2025年中国宠物除味剂在线客服满意度



平均分：3. 78

样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

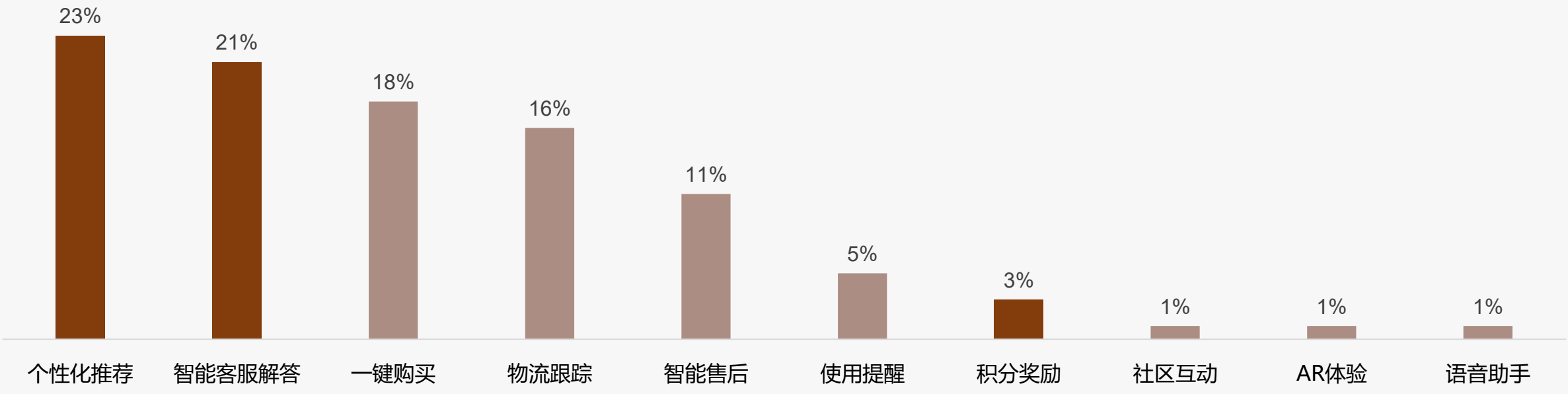
个性化推荐主导智能服务体验

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物除味剂智能服务中，个性化推荐占比24%最高，智能客服解答占21%，一键购买占18%，物流跟踪占16%，显示消费者偏好定制化和高效服务。

◆智能售后占11%，使用提醒占5%，积分奖励占3%，社区互动和AR体验各占1%，语音助手为0%，表明互动和新兴技术应用较低。

2025年中国宠物除味剂智能服务体验分布



样本：宠物除味剂行业市场调研样本量N=1331，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