

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~8月键鼠套装市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Keyboard and Mouse Set Category Market Insights

2025年10月

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。

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

核心发现1：男性主导青年用户，个人决策为主



男性用户占比68%，26-35岁为主力占37%，18-25岁占31%



个人自主决策占比71%，家庭共同决策仅15%，产品营销应聚焦个人需求



收入5-8万群体占33%，3-5万占27%，中等收入人群消费活跃

启示

✓ 精准定位男性青年群体

针对26-35岁男性用户，开发符合其偏好的产品功能和营销内容，强化个性化推荐和互动体验。

✓ 强化个人决策营销策略

营销活动应突出产品对个人需求的满足，减少家庭决策元素，提升购买转化率。

核心发现2：无线便携型最受欢迎，更换周期短促



无线便携型键盘套装占比34%，游戏竞技型23%，办公静音型18%



1-2年更换占比最高37%，1年内更换占23%，显示多数用户更换周期短



无线2.4G套装占42%主导市场，反映便捷性需求，蓝牙套装占17%增长潜力大

启示

✓ 主推无线便携产品线

重点开发无线便携型键盘套装，优化连接稳定性和电池续航，满足移动办公和娱乐需求。

✓ 缩短产品迭代周期

基于短更换周期，加快技术更新和功能升级，推出定期新品以刺激重复购买。

核心发现3：中高端消费主导，彩盒包装流行



单次消费100-200元区间占比最高43%，200-500元占28%



彩盒包装占比47%主导市场，环保纸盒包装仅15%，环保意识待提升



冬季和秋季消费活跃，分别占31%和29%，可能与节日促销相关

启示

✓ 聚焦中高端价格带产品

开发100-500元区间的产品，平衡性价比和功能，吸引主流消费群体。

✓ 优化包装设计提升吸引力

采用彩盒包装增强外观和品牌形象，同时逐步引入环保元素以迎合趋势。

核心逻辑：中端性价比主导，线上渠道与社交信任驱动消费



1、产品端

- ✓ 强化无线便携型产品开发
- ✓ 提升产品质量与稳定性



2、营销端

- ✓ 聚焦微信朋友圈真实体验分享
- ✓ 合作数码专家与游戏主播



3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升满意度
- ✓ 加强智能客服响应速度

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~8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 键鼠套装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键鼠套装品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对键鼠套装的购买行为；
- 键鼠套装市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

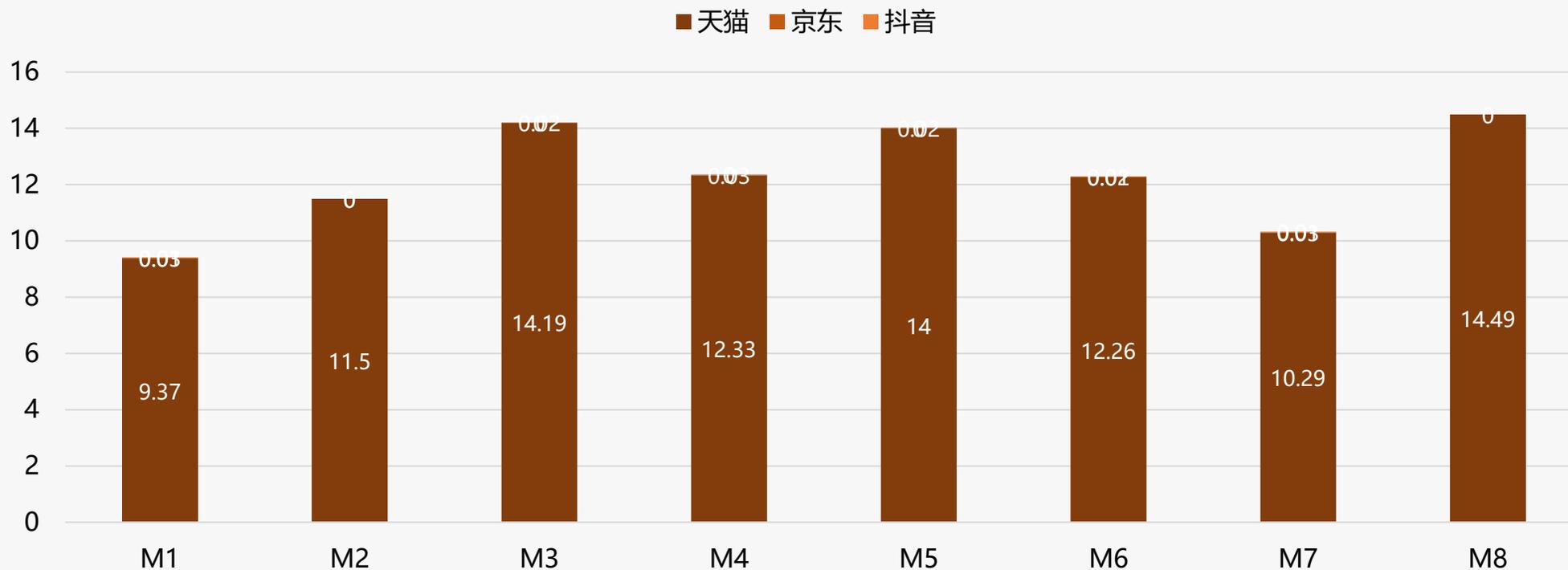
Research Method

- 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，计算键鼠套装品类销售额、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、不同平台键鼠套装品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

天猫主导 新兴渠道待拓展

- ◆从平台销售结构看，天猫平台占据绝对主导地位，1-8月累计销售额达8.81亿元，占比超99%，而京东和抖音合计不足1%。这表明品牌在渠道布局上高度依赖天猫，渠道集中度风险较高，需关注平台政策变化对业务影响。月度销售趋势分析显示，天猫销售额在3月达到峰值1.42亿元，8月次之1.45亿元，但7月出现明显环比下滑至1.03亿元，可能与暑期促销节奏或库存周转调整有关。整体呈现波动上升态势，建议加强销售预测以优化库存管理。
- ◆新兴渠道表现分化，抖音1-8月累计销售额仅2.33万元，京东为17.22万元，均远低于天猫。反映出品牌在新兴渠道渗透率极低，存在市场拓展空间。建议评估ROI后适度加大抖音等社交电商投入，以分散渠道风险并捕捉增长机会。

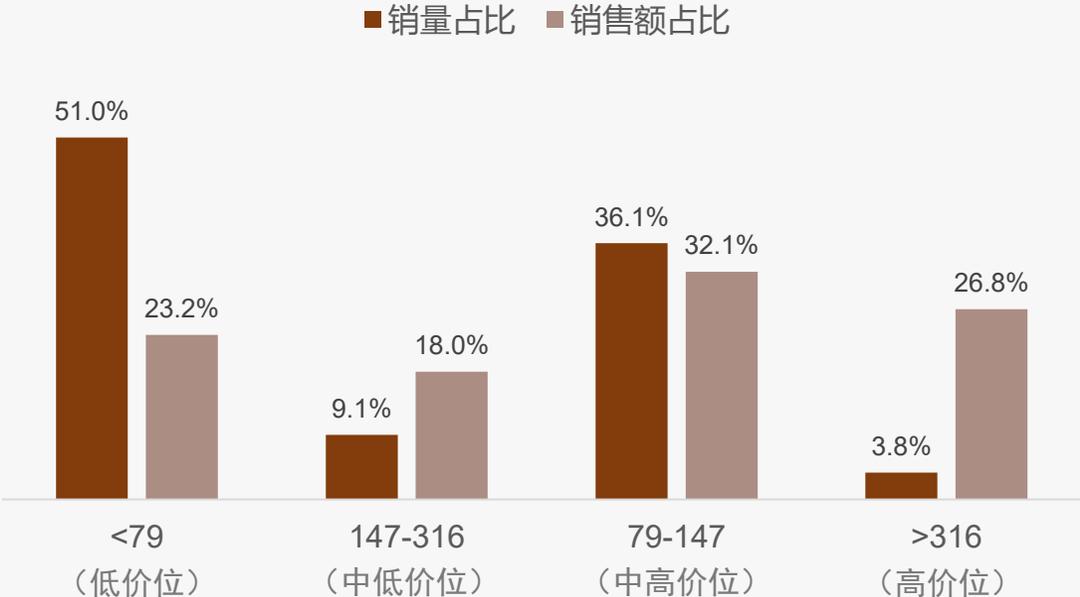
2025年1月~8月键鼠套装品类线上销售规模（百万元）



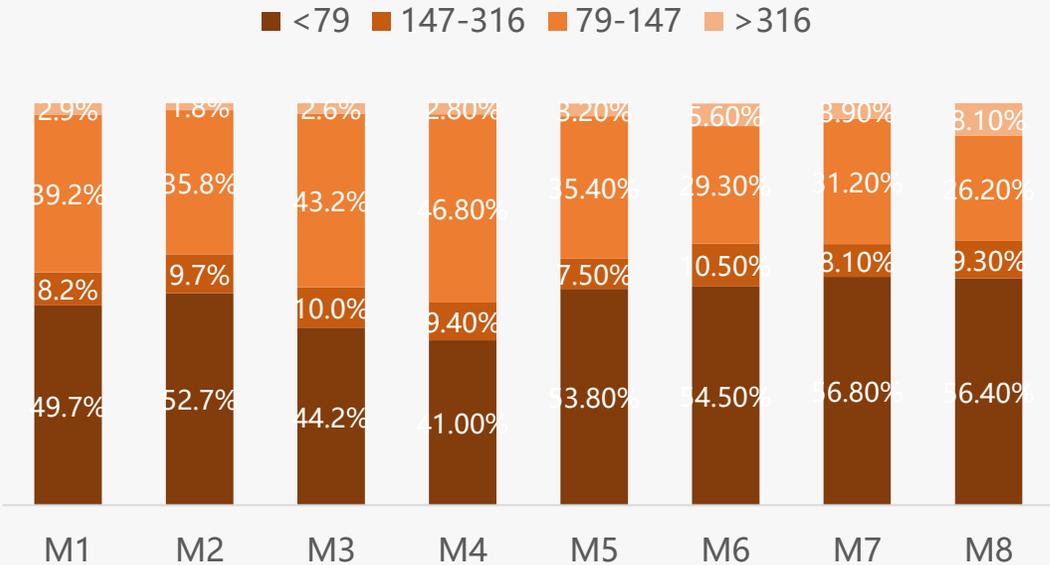
低价高量 高端高额 市场分化加剧

- ◆从价格区间销售趋势看，<79元低价位销量占比51.0%但销售额仅占23.2%，显示该区间产品单价低、周转快但利润贡献有限；>316元高价位销量仅3.8%却贡献26.8%销售额，表明高端市场单价高、ROI潜力大，但需关注库存周转率。
- ◆月度销量分布显示，<79元区间占比从M1的49.7%波动上升至M8的56.4%，而79-147元区间从39.2%下降至26.2%，反映消费者价格敏感度提升，可能受促销或经济环境影响，需加强中端产品差异化以稳定份额。高价位(>316元)销量占比从M1的2.9%增至M8的8.1%，同比增长显著，结合其高销售额占比，说明高端市场增长动能强劲，但需警惕同比增速是否可持续，并优化供应链以支持高单价产品周转。

2025年1月~8月键鼠套装线上不同价格区间销售趋势



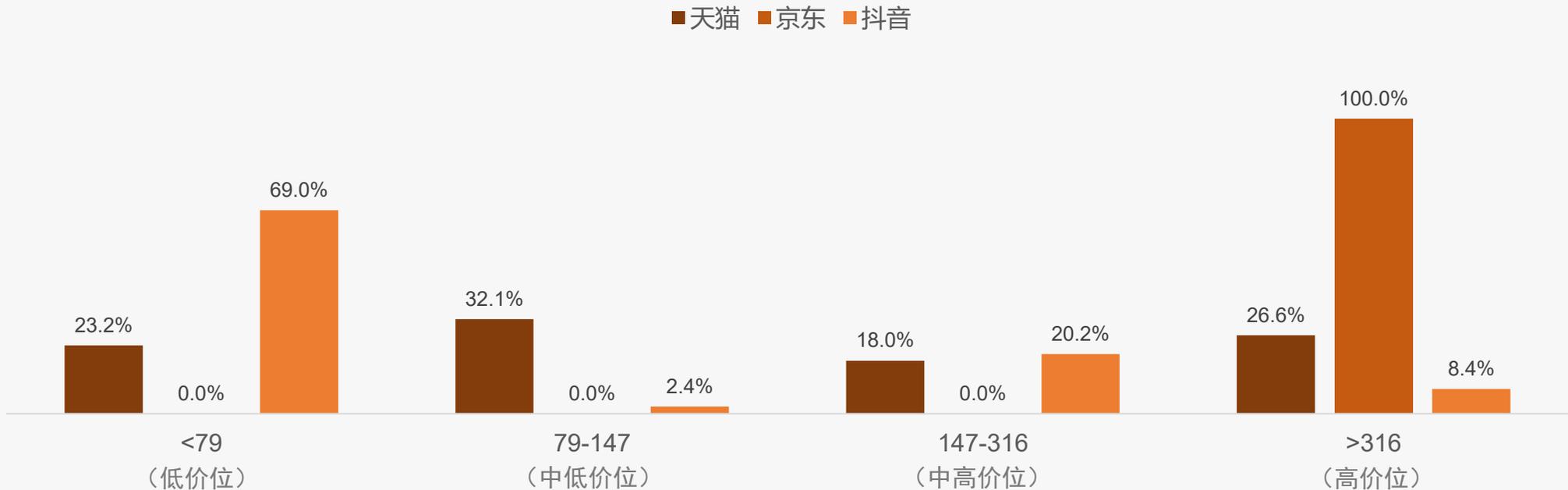
键鼠套装线上价格区间-销量分布



键鼠市场分化 天猫均衡 京东高端 抖音低价

- ◆从价格区间分布看，天猫平台呈现均衡分布，79-147元区间占比32.1%最高，显示中端市场主导；京东平台100%集中于>316元高端市场，定位明确；抖音平台<79元低价区间占比69.0%，凸显价格敏感特征。各平台价格定位差异显著，反映不同渠道用户画像和消费能力的分化。
- ◆平台间价格结构对比揭示渠道策略：天猫覆盖全价格带，体现综合电商优势；京东专注高端，可能与品牌合作及会员体系相关；抖音低价主导，符合其冲动消费和下沉市场特性。需关注消费升级与性价比需求并存的市场动态，适时调整库存周转策略。

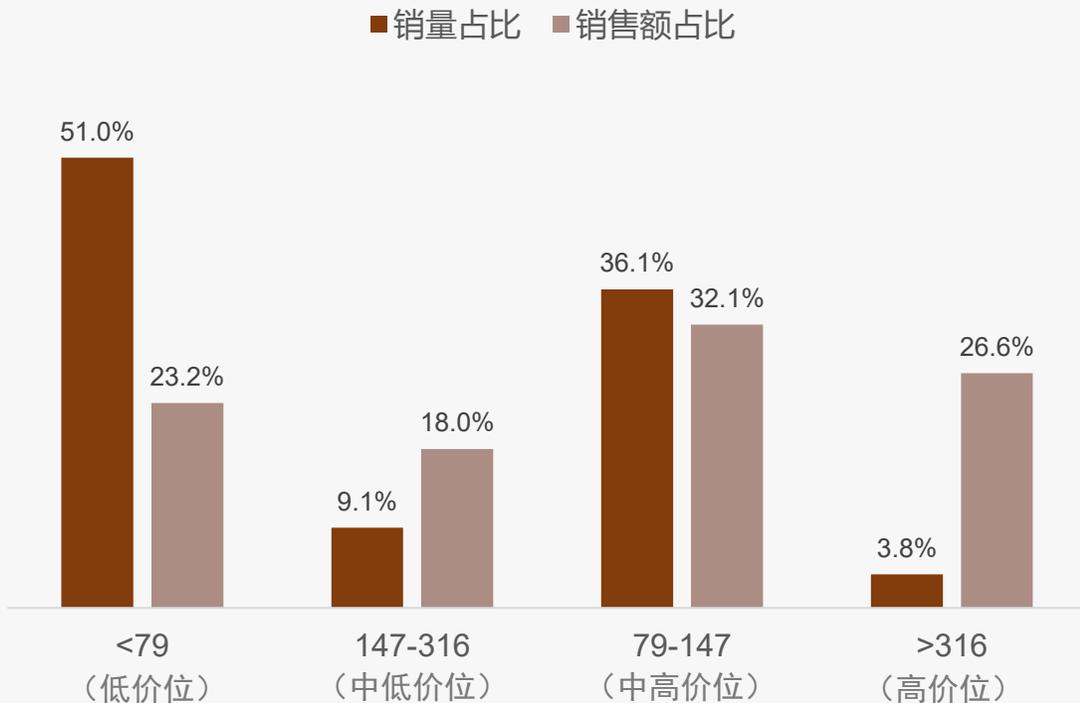
2025年1月~8月各平台键鼠套装不同价格区间销售趋势



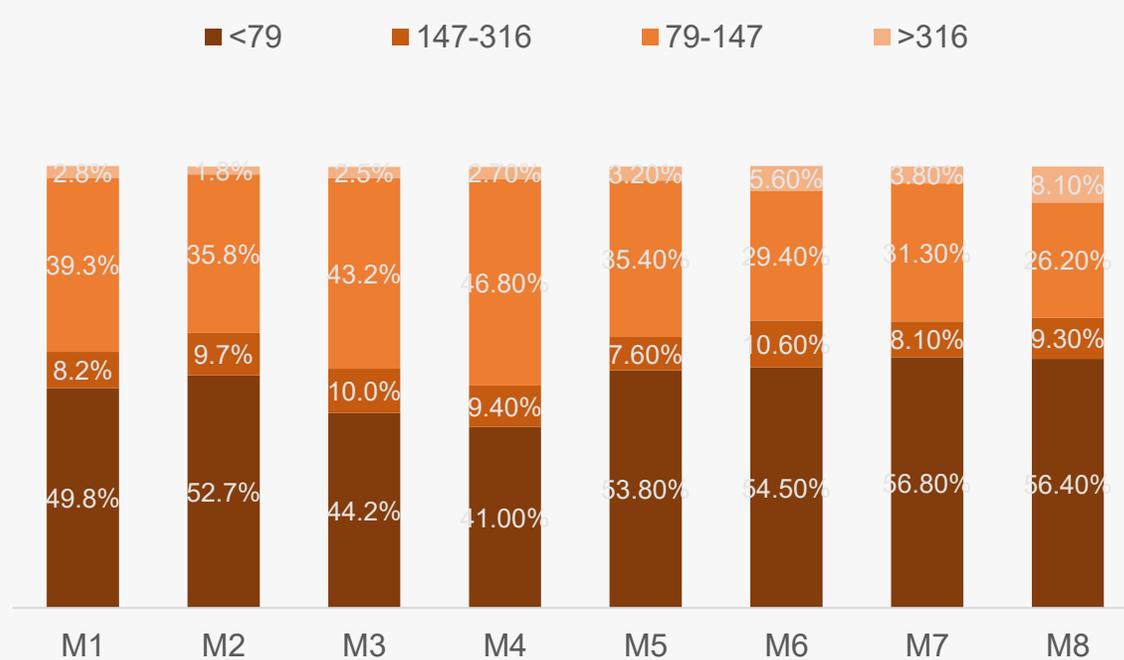
低价主导销量 高端驱动利润 结构需优化

- ◆从价格区间结构看，<79元低价位产品销量占比51.0%但销售额仅占23.2%，呈现量大利薄特征；而>316元高价位产品销量仅3.8%却贡献26.6%销售额，显示高端市场利润贡献突出。建议优化产品组合，提升高毛利产品占比以改善整体ROI。
- ◆月度销量分布显示，<79元区间占比从M1的49.8%波动上升至M8的56.4%，而79-147元区间从39.3%下降至26.2%，表明消费持续向低价倾斜。对比销量与销售额占比，79-147元区间销量占比36.1%对应销售额占比32.1%，基本匹配；而147-316元区间销量占比9.1%对应18.0%销售额，单位价值较高。建议加强中高端产品营销，利用其较高客单价提升坪效。

2025年1月~8月天猫平台键鼠套装不同价格区间销售趋势



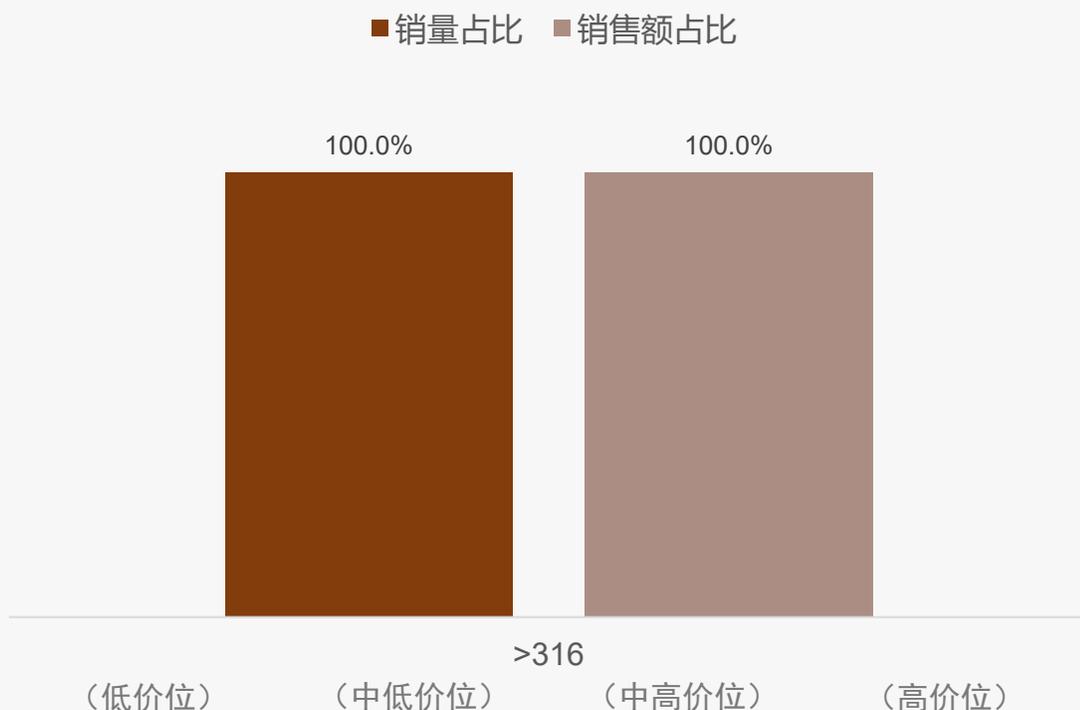
天猫平台键鼠套装价格区间-销量分布



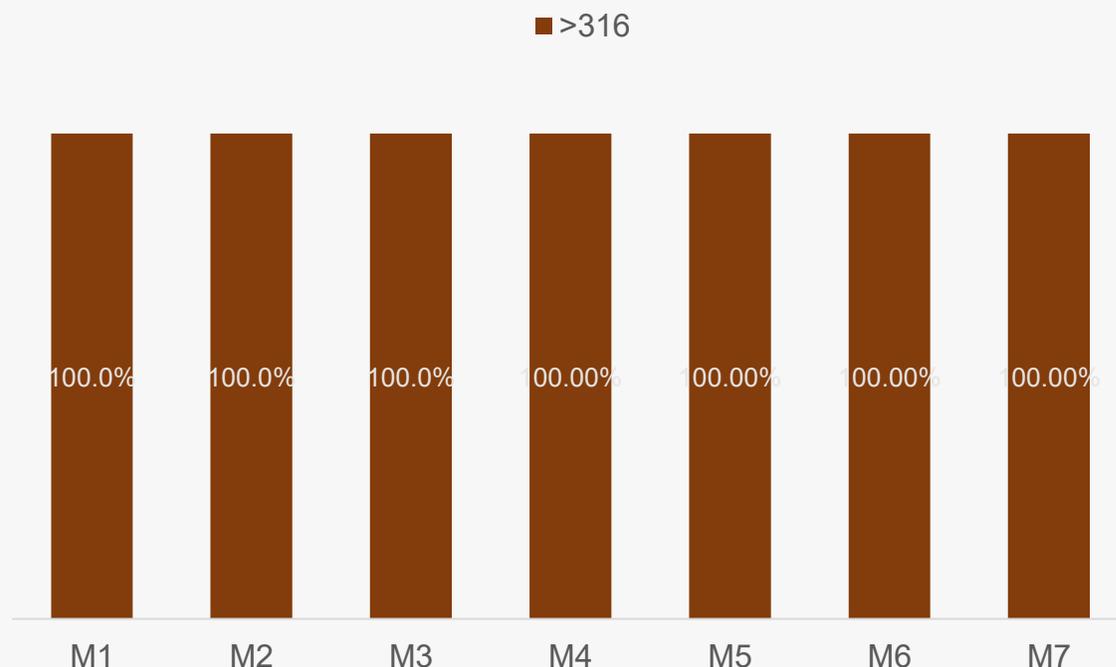
京东键鼠高端集中 市场风险需关注

- ◆从价格区间结构看，京东平台键鼠套装品类在2025年1-7月销量及销售额100%集中于>316元高端市场，表明该平台已形成高度集中的高端化消费结构，缺乏中低端产品布局，可能面临市场覆盖不足的风险。从时间趋势分析，M1至M7各月>316元价格段销量占比均为100%，显示高端市场稳定性极高，但缺乏增长弹性，若高端需求饱和将直接导致整体销量下滑，需关注市场天花板。
- ◆从平台竞争角度，京东高端键鼠市场份额高度集中，但单一价格带依赖度达100%，对比天猫、抖音可能存在的多价格带分布，其抗风险能力较弱，需优化产品矩阵以应对竞品冲击。

2025年1月~8月京东平台键鼠套装不同价格区间销售趋势



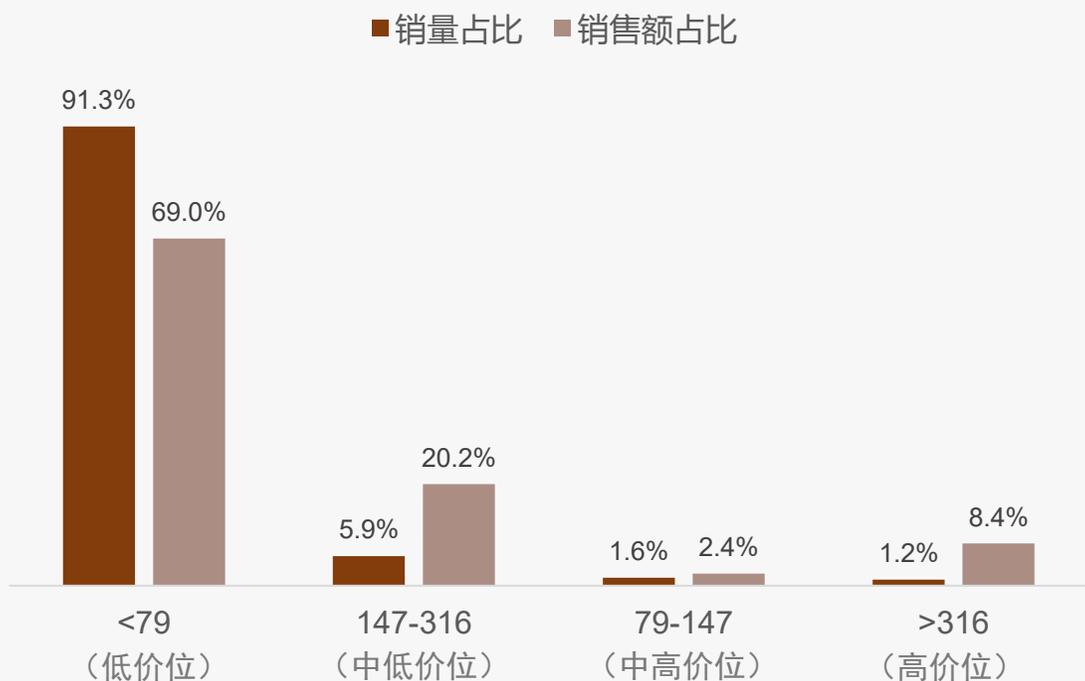
京东平台键鼠套装价格区间-销量分布



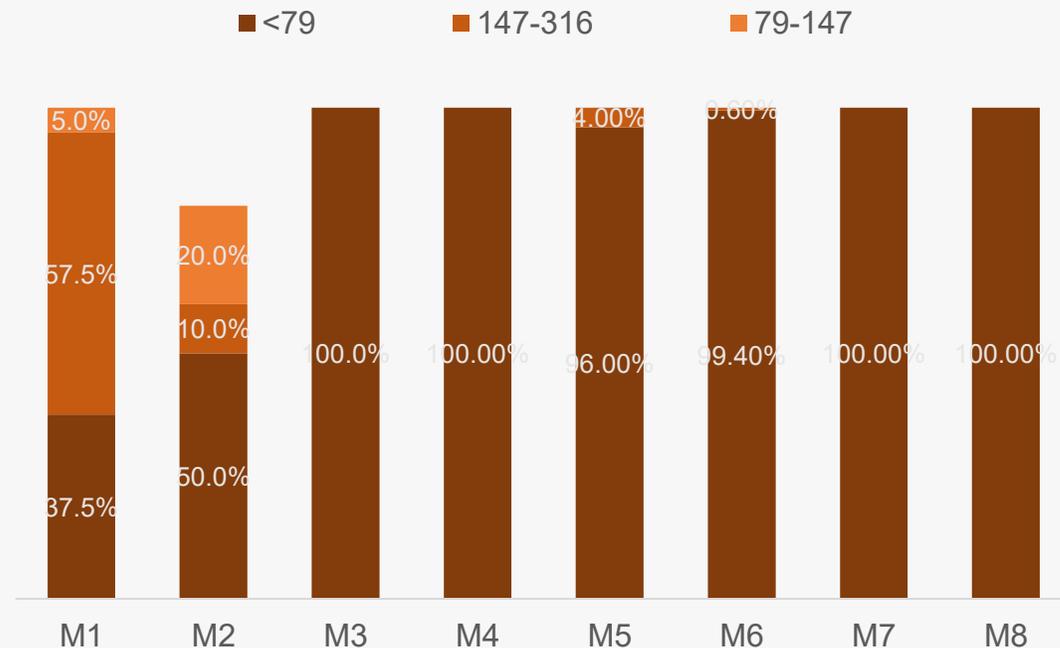
低价主导市场 中高端利润优化

- ◆从价格区间结构看，抖音平台键鼠套装呈现明显的低价主导特征。<79元区间销量占比高达91.3%，但销售额占比仅69.0%，说明该区间产品单价偏低；而147-316元区间虽销量占比仅5.9%，却贡献20.2%的销售额，显示中高端产品具有更高的客单价和利润空间。
- ◆从月度销售趋势分析，低价策略持续强化。M1-M8期间，<79元区间销量占比从37.5%逐步提升至100%，呈现明显的消费降级趋势。特别是M3开始，该区间实现完全垄断，反映出平台用户对价格高度敏感，品牌溢价能力持续弱化。建议在维持低价引流基础上，适当提升中高端产品曝光，优化产品组合以提高整体毛利率水平。

2025年1月~8月抖音平台键鼠套装不同价格区间销售趋势



抖音平台键鼠套装价格区间-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 键鼠套装消费行为、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年内购买过键鼠套装的消费者；
- 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

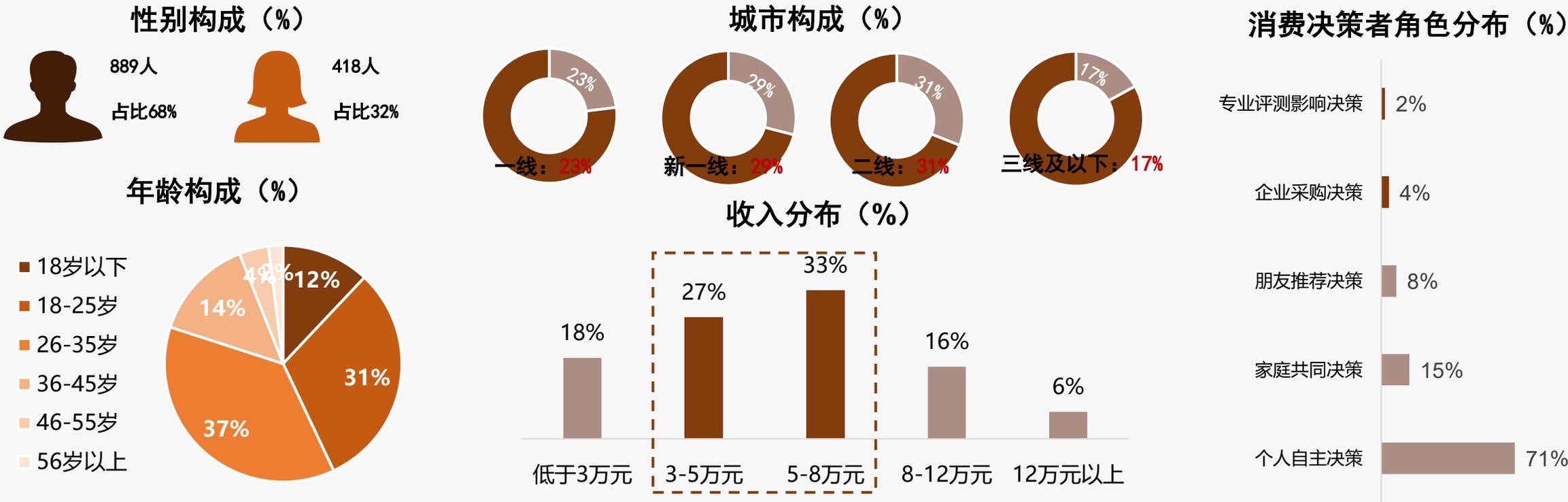
Research Method

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8月
样本数量	N=1307

男性主导 青年主力 个人决策为主

- ◆男性用户占68%，女性32%；年龄以26-35岁为主占37%，18-25岁占31%；收入5-8万元群体占33%，3-5万元占27%。
- ◆消费决策以个人自主为主占71%，家庭共同决策仅15%；城市分布均衡，二线占31%，新一线29%，一线23%。

2025年中国键鼠套装消费者画像

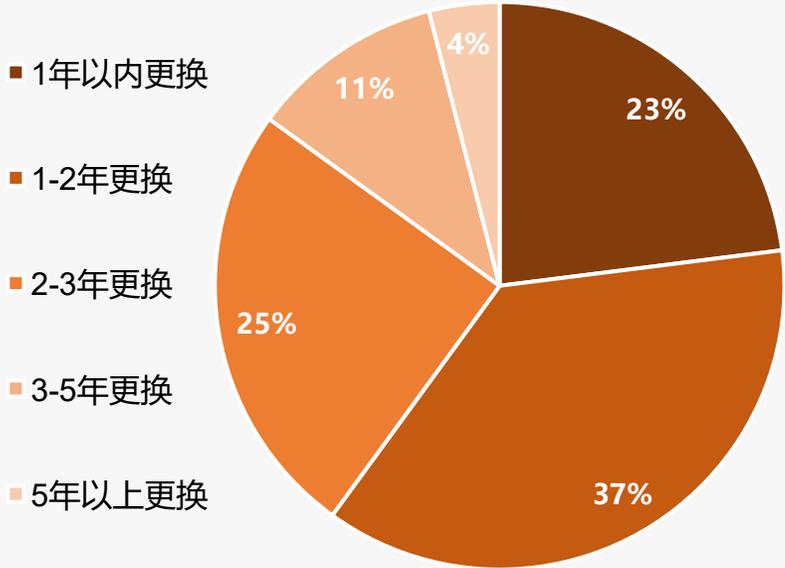


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

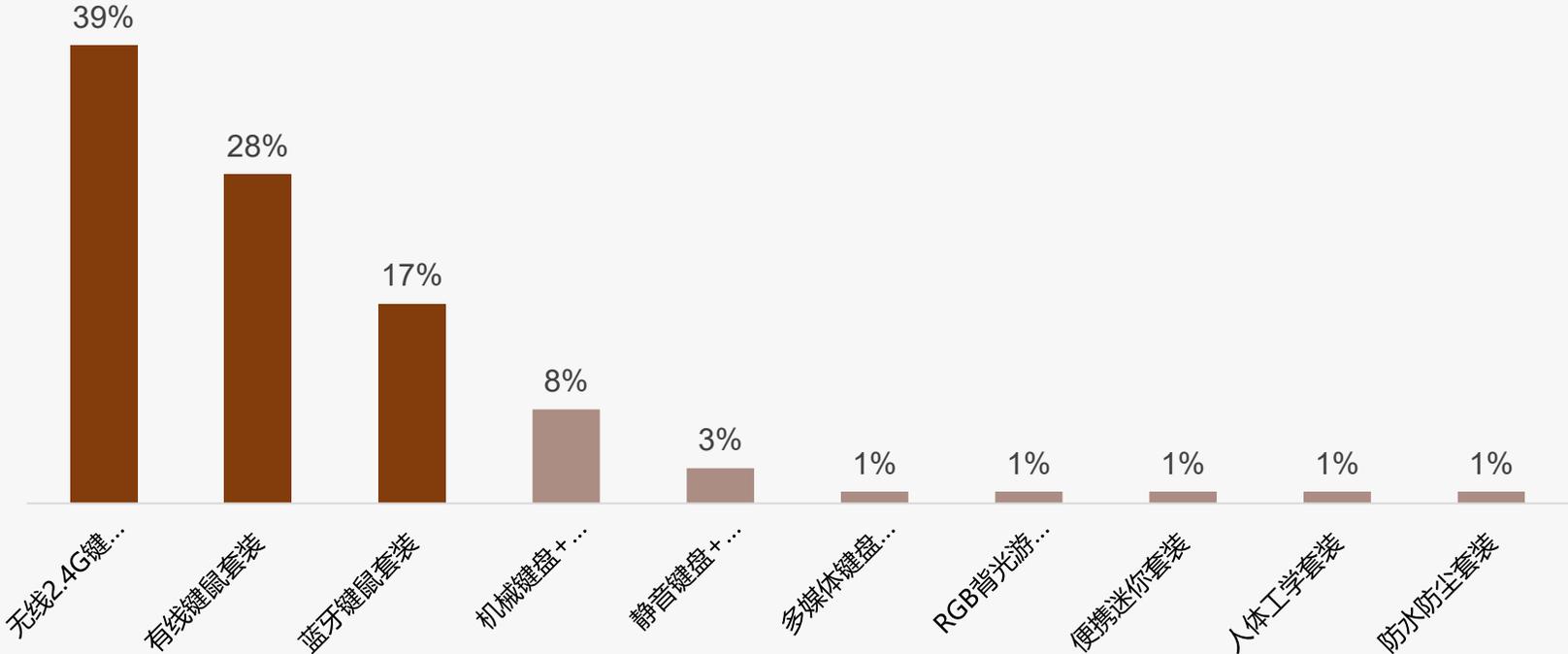
无线键鼠主导市场 更换周期短促

- ◆消费频率显示1-2年更换占比最高（37%），1年以内占23%，表明多数用户更换周期短，可能受产品寿命或技术更新影响。
- ◆产品规格中无线2.4G套装占42%，主导市场；有线占28%，蓝牙占17%，其他规格如机械游戏套装占8%，细分市场明显。

2025年中国键鼠套装消费频率分布



2025年中国键鼠套装产品规格分布

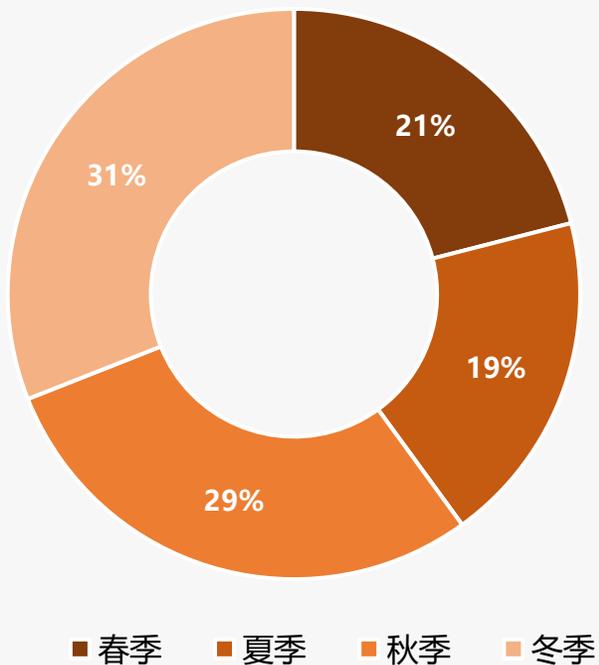


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

中高端消费主导 彩盒包装流行

- ◆ 单次消费集中在100-200元区间，占比43%；200-500元占28%，显示中高端市场潜力。季节消费冬季和秋季活跃，分别占31%和29%。
- ◆ 包装类型以彩盒包装为主，占47%；环保纸盒包装仅占15%，环保意识待提升。数据基于实际调查，无近似处理。

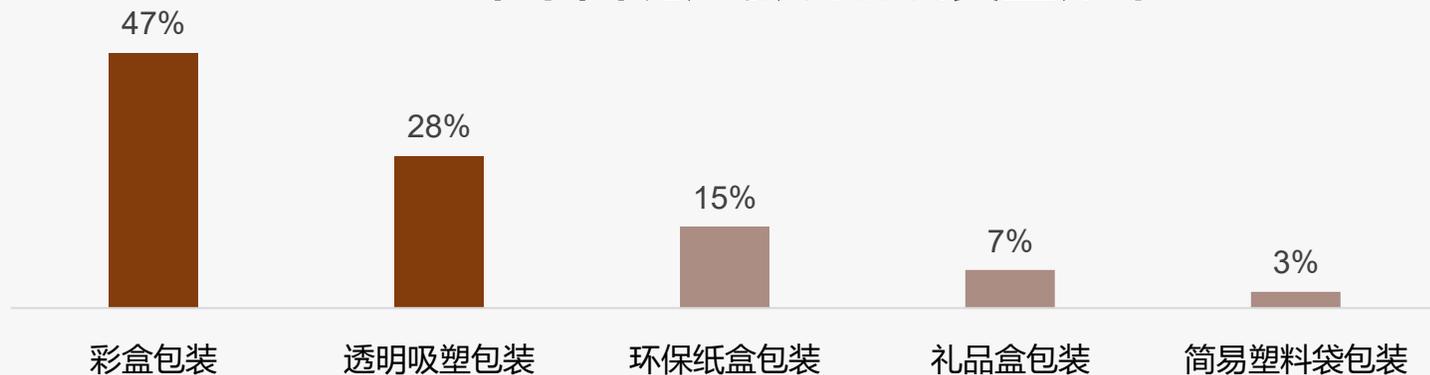
2025年中国键鼠套装消费季节分布



2025年中国键鼠套装单次支出分布



2025年中国键鼠套装包装类型分布

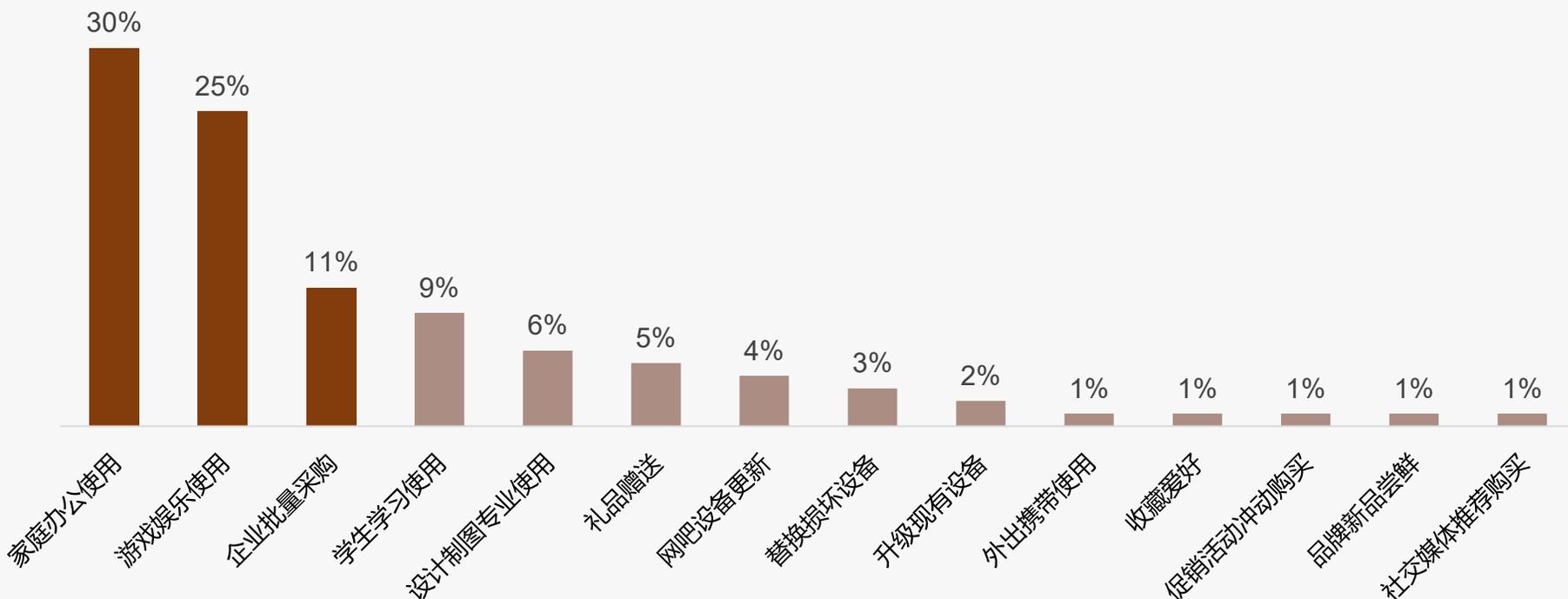


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

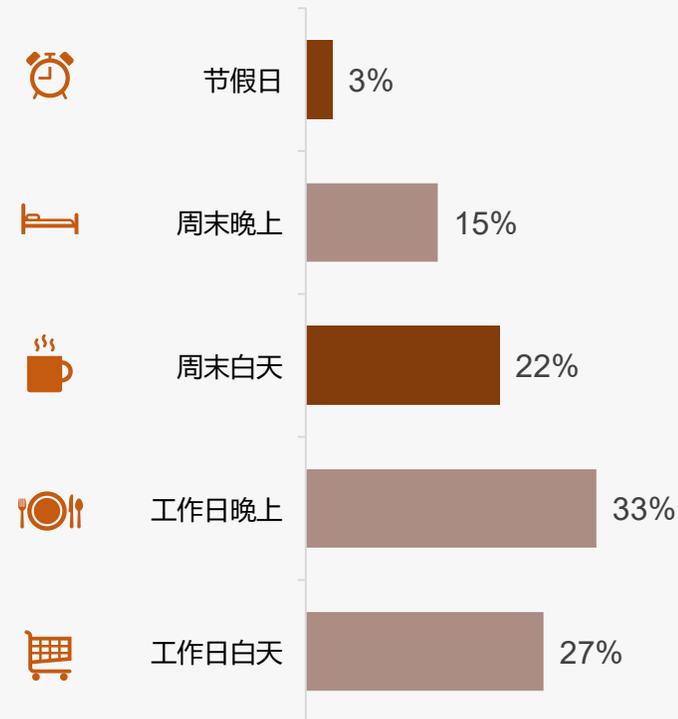
键鼠套装消费 工作日为主 娱乐办公主导

- ◆键鼠套装消费场景以家庭办公使用（32%）和游戏娱乐使用（25%）为主，合计占57%，显示核心需求集中在日常工作和娱乐领域。
- ◆消费时段集中在工作日晚上（33%）和白天（27%），合计占60%，反映消费者偏好工作日使用，节假日消费活跃度仅3%。

2025年中国键鼠套装消费场景分布



2025年中国键鼠套装消费时段分布



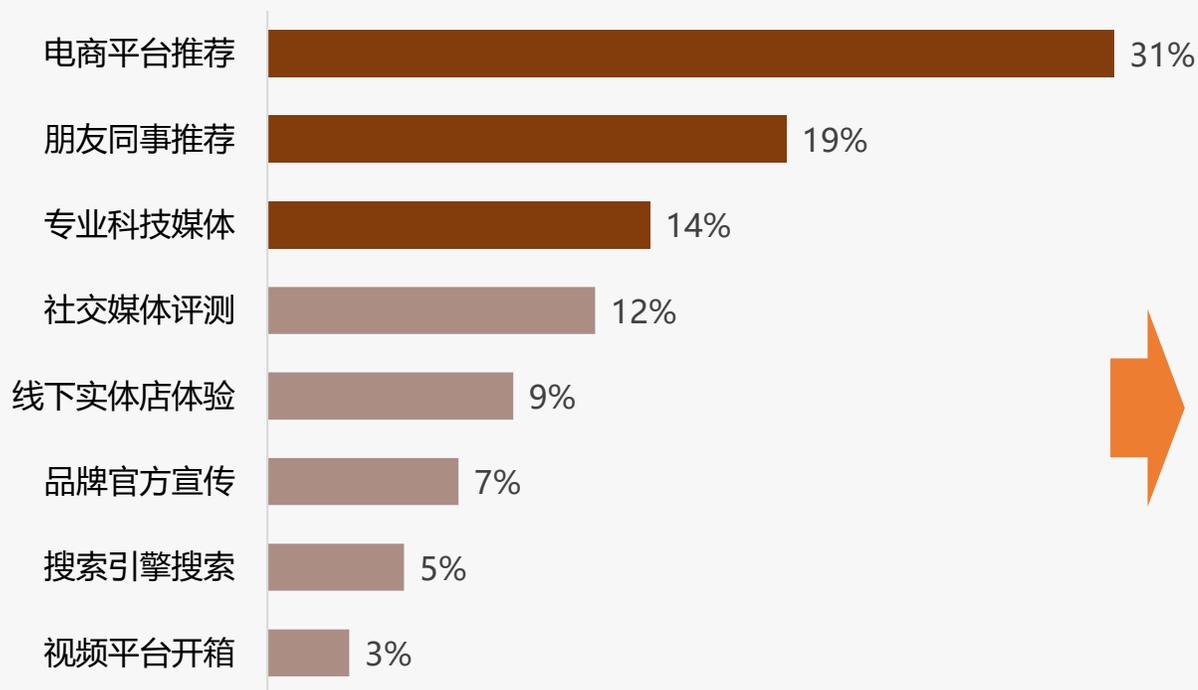
样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

线上渠道主导键鼠套装消费

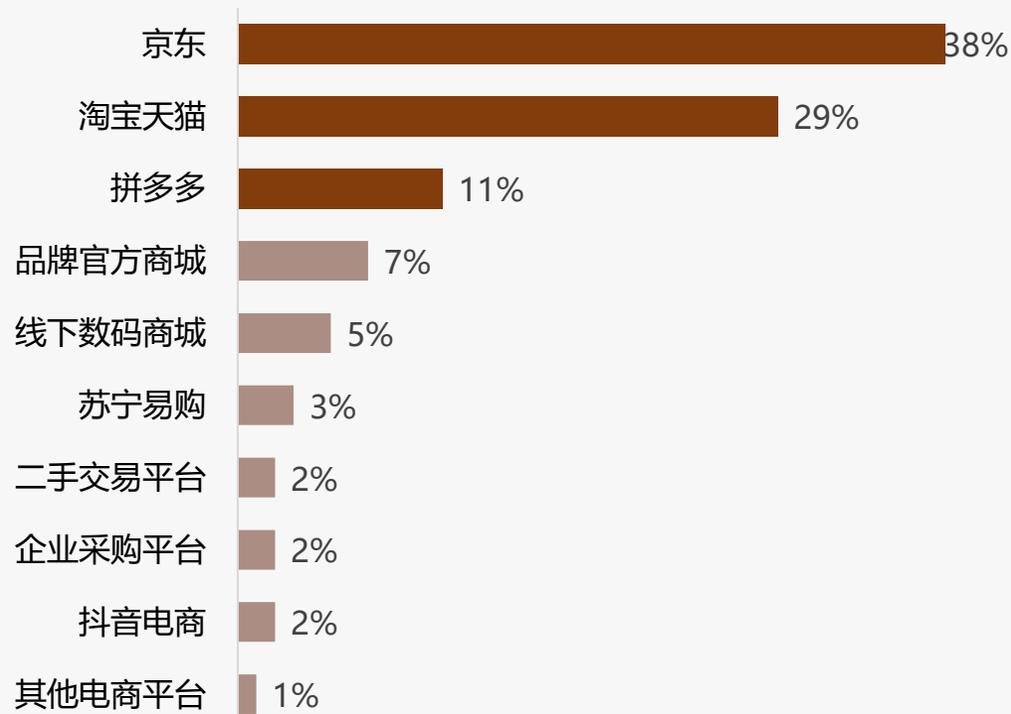
◆消费者了解键鼠套装主要依赖电商平台推荐（31%）和朋友推荐（19%），专业媒体（14%）和社交评测（12%）也重要，显示口碑和数字渠道主导认知。

◆购买渠道高度集中，京东（38%）和淘宝天猫（29%）占主导，拼多多（11%）崛起，线下体验（9%）和购买（5%）比例低，凸显线上消费趋势。

2025年中国键鼠套装了解渠道分布



2025年中国键鼠套装购买渠道分布

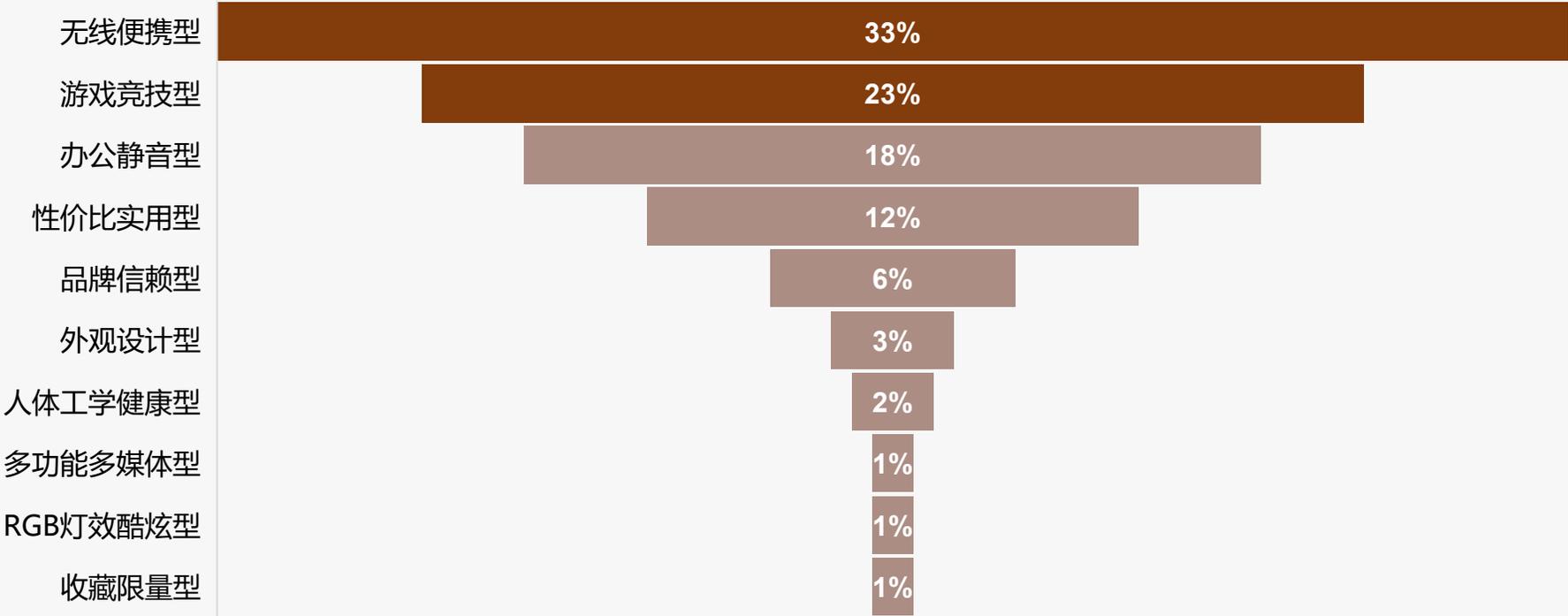


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

无线便携型键鼠套装最受欢迎

- ◆无线便携型键鼠套装最受欢迎，占比34%；游戏竞技型以23%紧随其后，办公静音型占18%。消费者偏好移动性、游戏性能和工作静音需求。
- ◆性价比实用型占12%，品牌信赖型占6%，外观设计型占3%。其他类型占比均低于3%，显示消费者对附加功能关注度较低。

2025年中国键鼠套装偏好类型分布

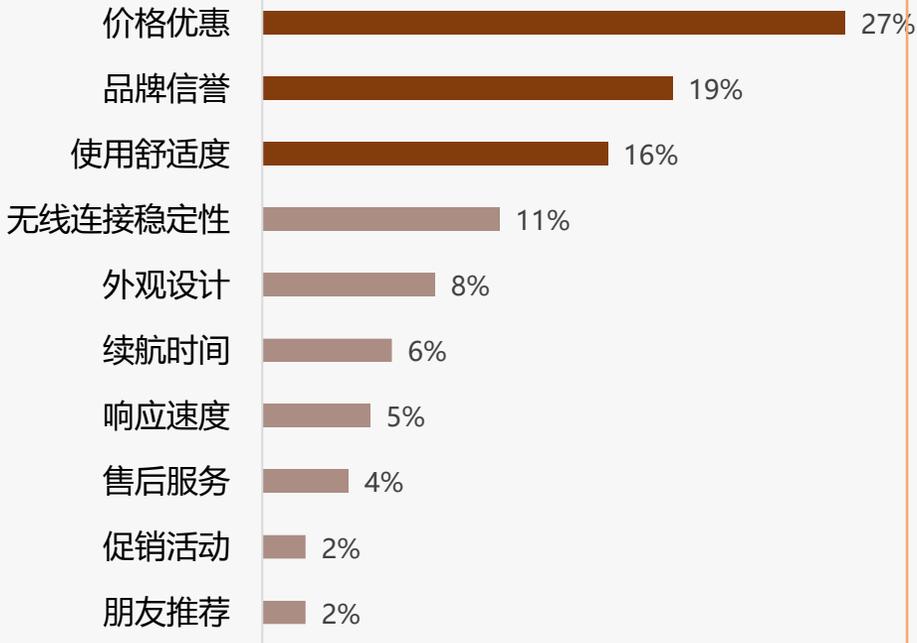


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

价格体验驱动消费 设备损坏主导需求

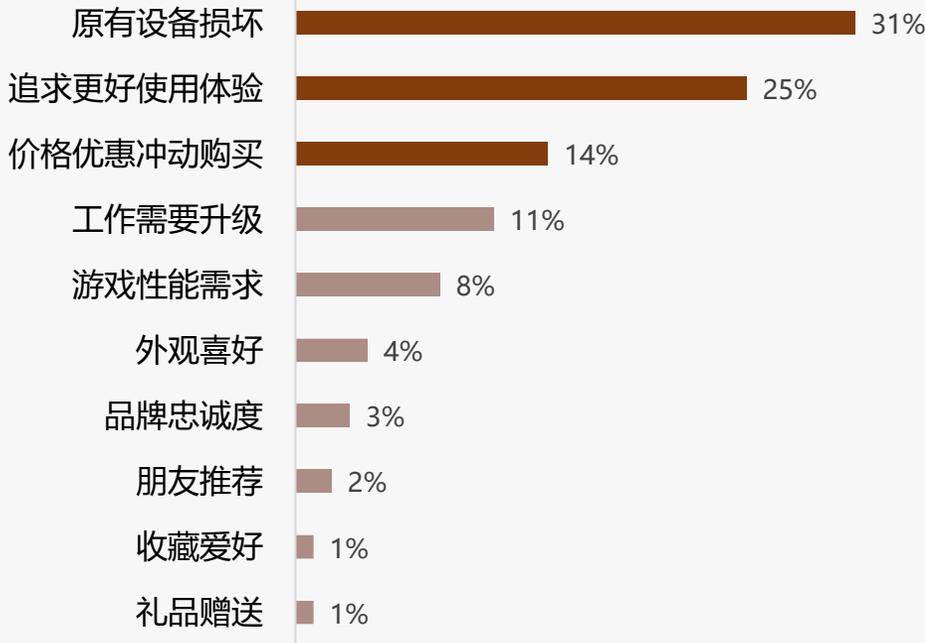
- ◆ 价格优惠、品牌信誉和使用舒适度是吸引消费的主要因素，合计占比超过60%，其中价格优惠最高为27%。无线连接稳定性为11%，外观设计仅为8%。
- ◆ 消费主要因原有设备损坏（31%）和追求更好使用体验（25%）驱动。价格优惠冲动购买为14%，工作需要升级为11%，游戏性能需求为8%。

2025年中国键鼠套装吸引因素分布



样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

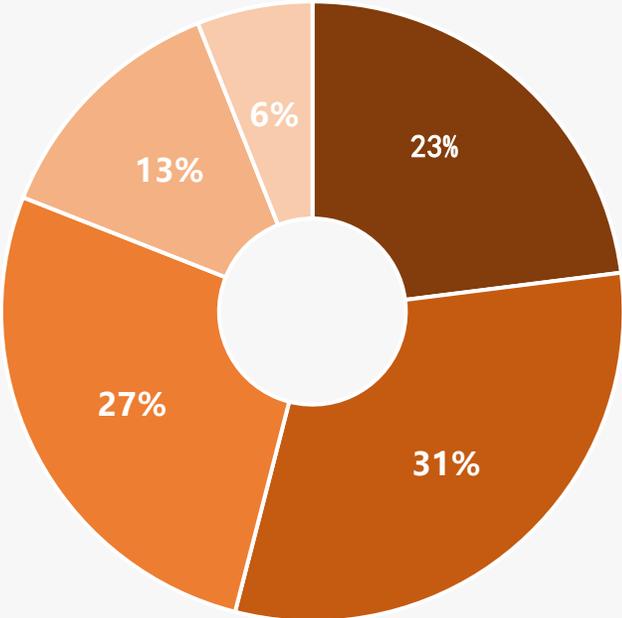
2025年中国键鼠套装消费原因分布



产品质量体验是推荐关键

- ◆用户推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意推荐的比例合计达54%，但仍有19%的用户不太愿意或完全不愿意推荐。
- ◆不愿推荐的主要原因中，产品质量不稳定和使用体验不佳占比最高，分别为28%和22%，合计达50%，是关键影响因素。

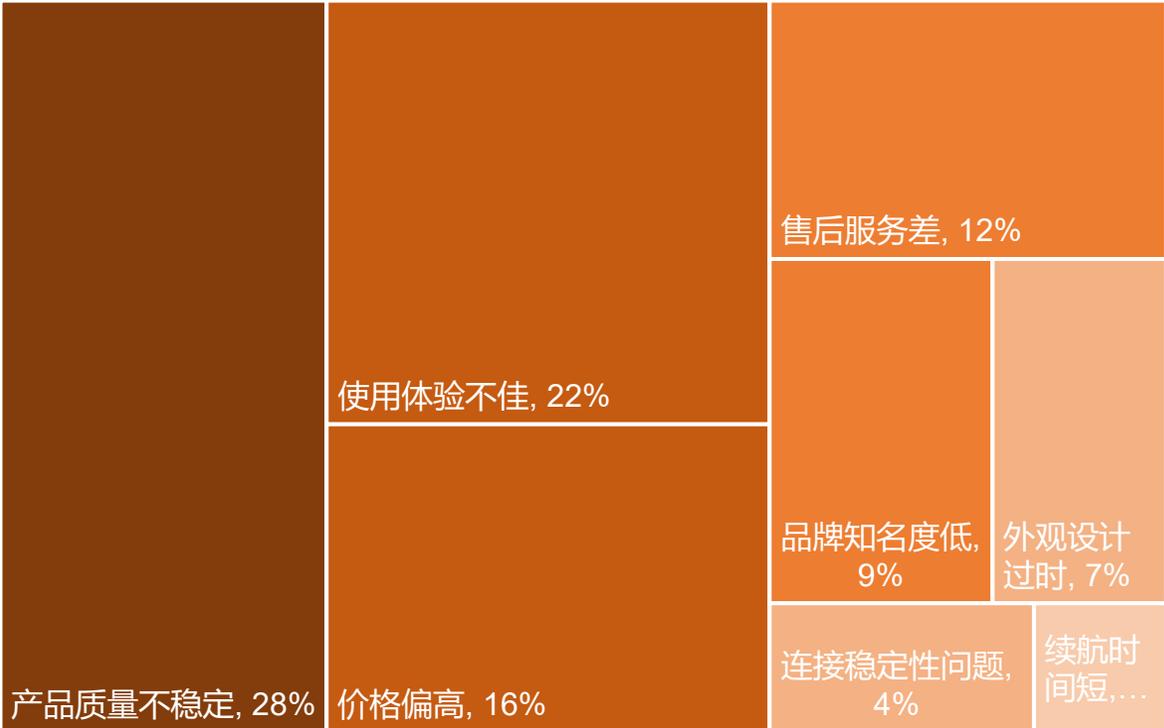
2025年中国键鼠套装推荐意愿分布



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：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

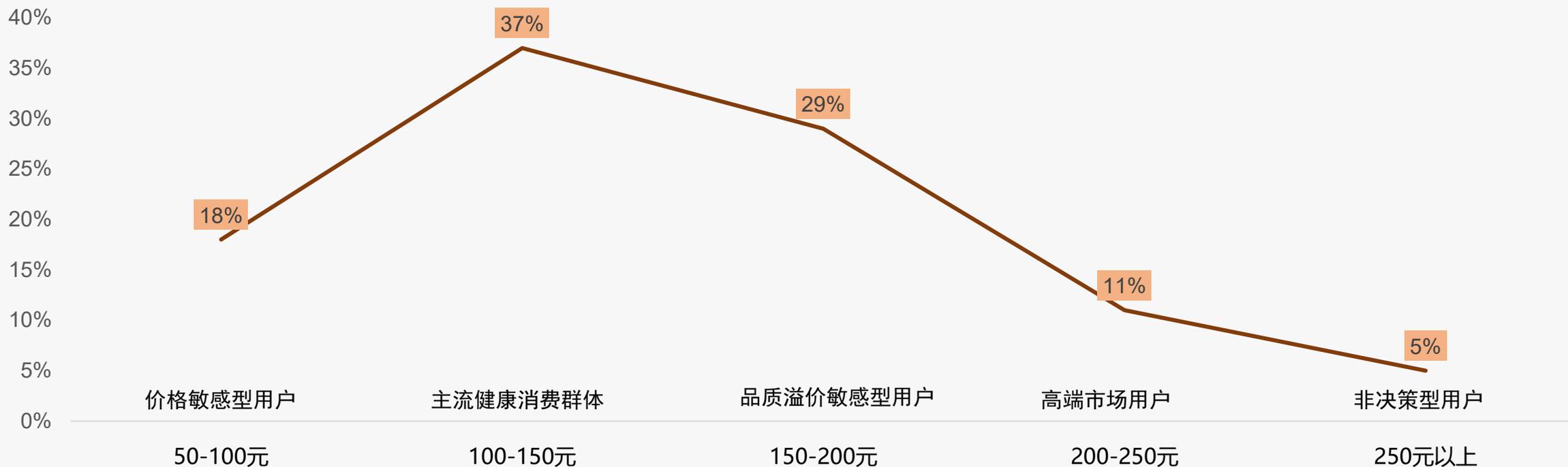
2025年中国键鼠套装不推荐原因分布



中端价格主导 键鼠套装市场

- ◆调研数据显示，键鼠套装价格接受度中，100-150元区间占比最高，达37%，150-200元区间占比29%，显示中端价格产品最受消费者青睐。
- ◆分析指出，中端价格主导市场，反映消费者偏好性价比平衡；高价区间（200元以上）合计仅16%，需求有限，突出价格敏感度。

2025年中国键鼠套装主要规格价格接受度



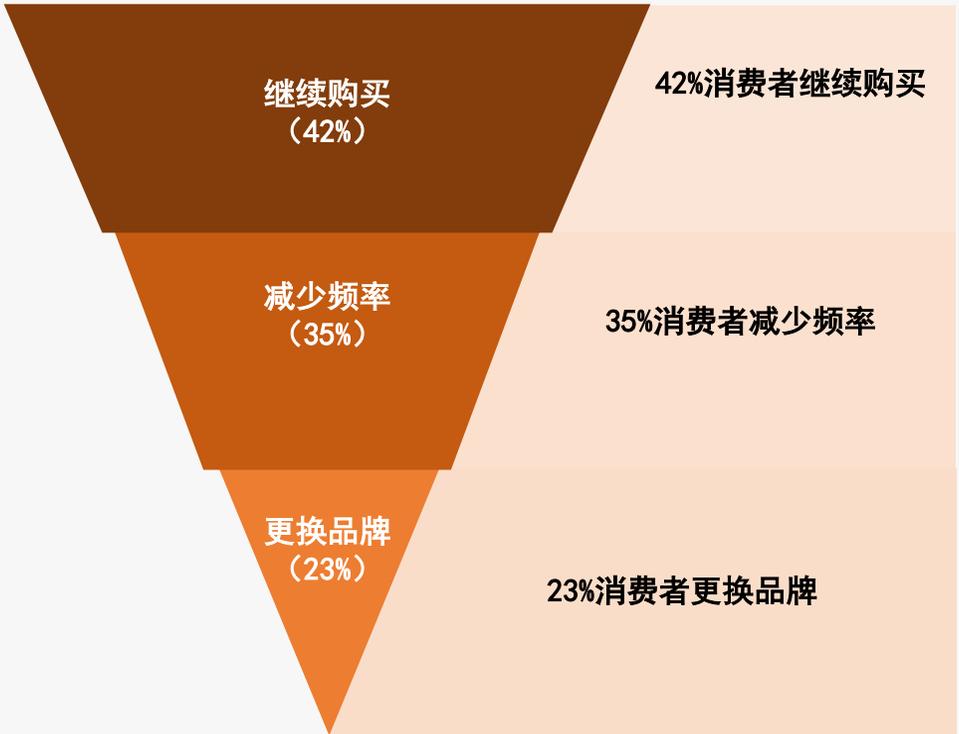
样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

注：以无线2.4G键鼠套装规格键鼠套装为标准核定价格区间

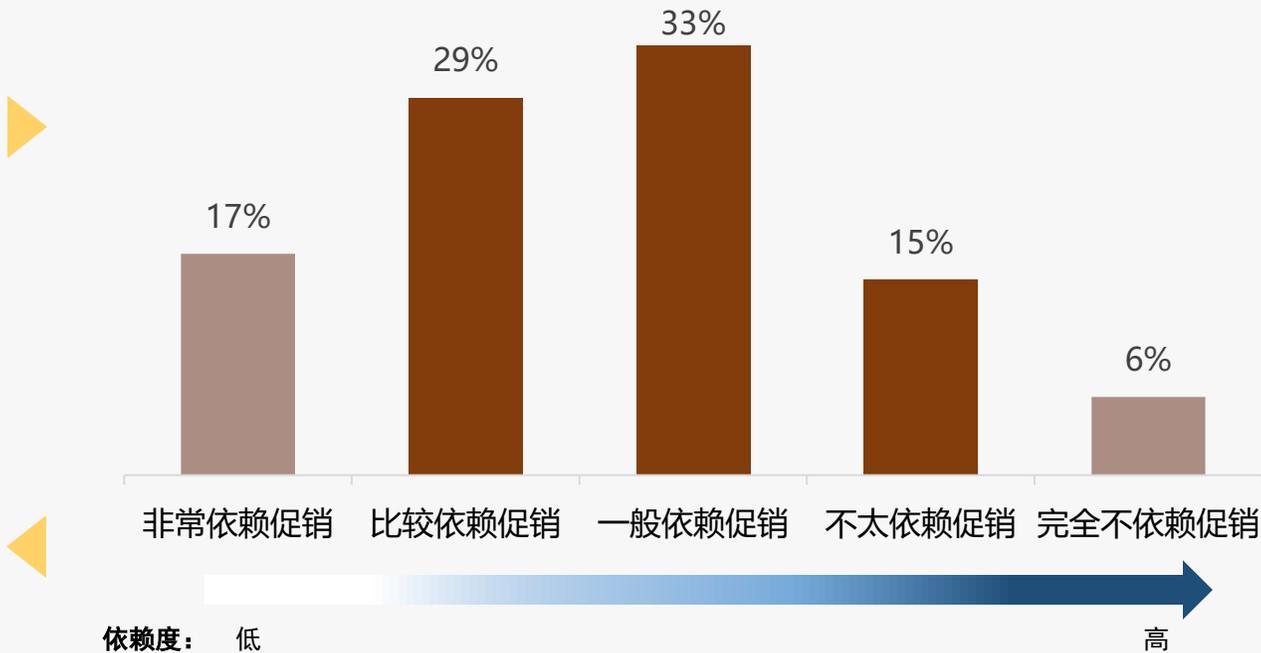
价格敏感促销驱动消费行为

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示品牌忠诚度较高，但价格敏感和竞争并存。
- ◆促销依赖中，33%一般依赖，29%比较依赖，17%非常依赖，62%消费者受促销影响，促销是重要购买驱动因素。

2025年中国键鼠套装涨价10%购买行为分布



2025年中国键鼠套装促销依赖程度分布

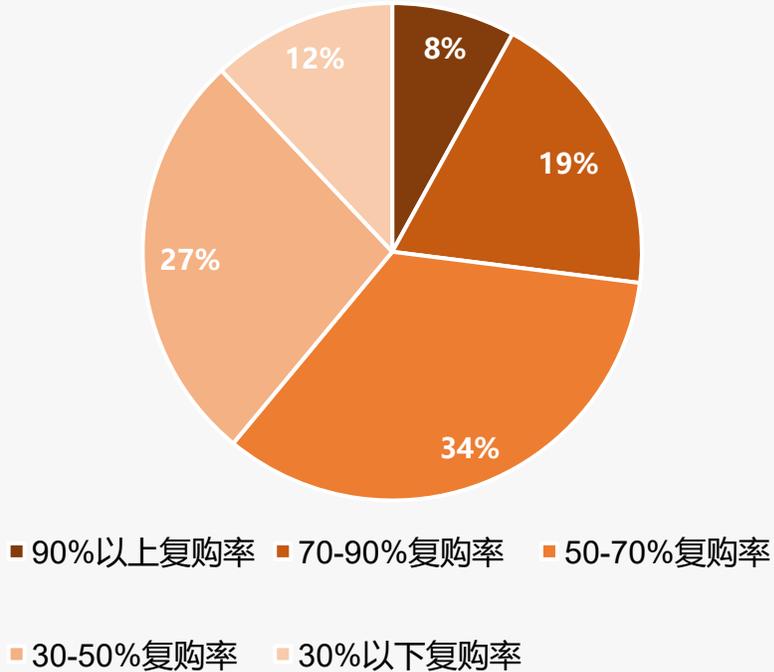


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

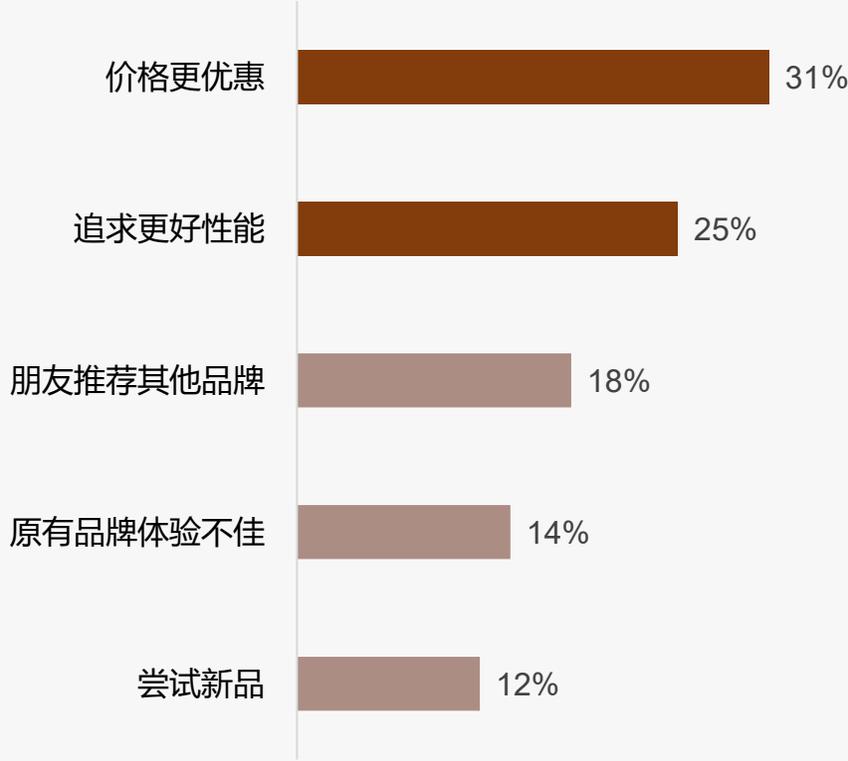
价格性能驱动品牌更换

- ◆复购率数据显示，50-70%区间占比最高为34%，30-50%占27%，表明多数用户对品牌有一定忠诚度但仍有更换空间。
- ◆更换品牌主因中，价格更优惠占31%，追求更好性能占25%，朋友推荐占18%，显示价格和性能是核心驱动因素。

2025年中国键鼠套装品牌复购率分布



2025年中国键鼠套装更换品牌原因分布

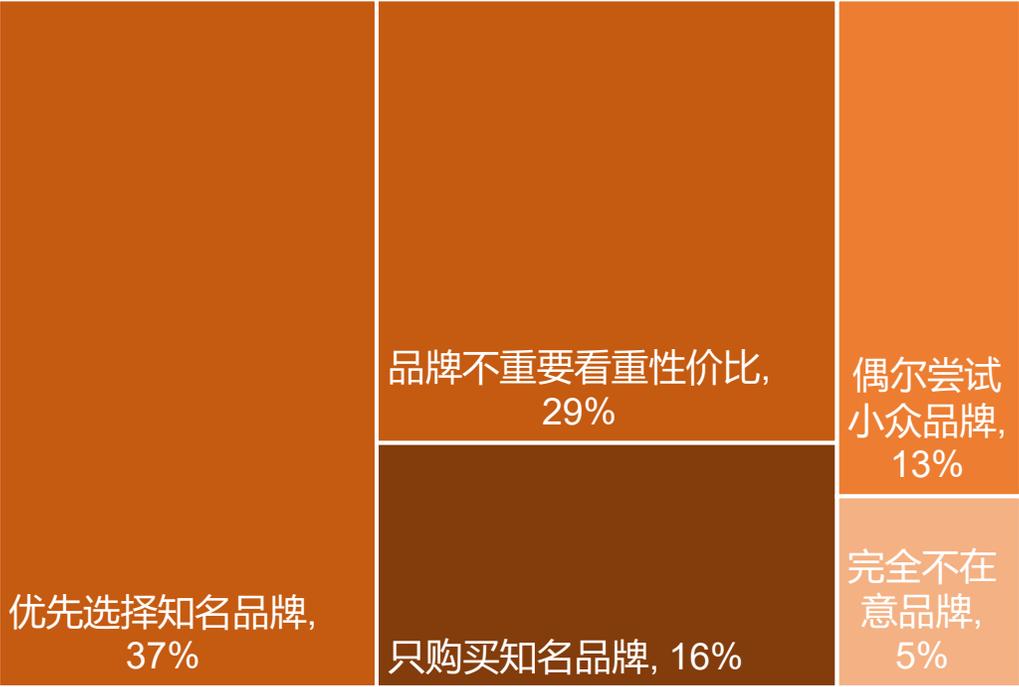


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

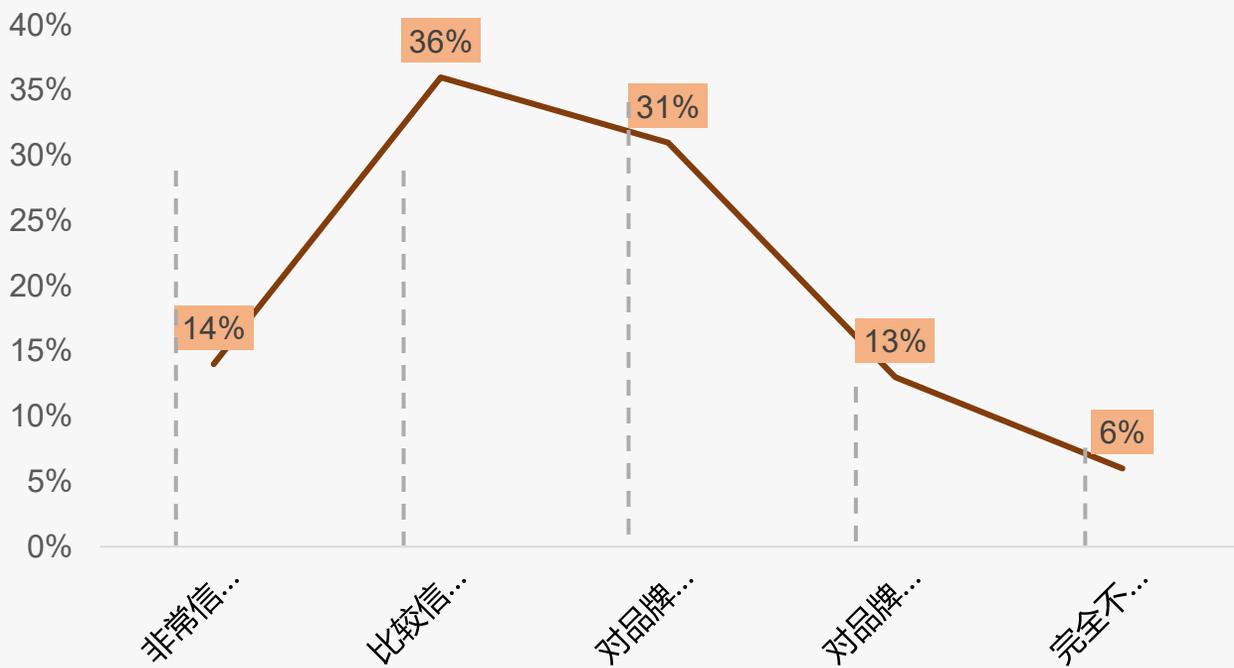
品牌信任主导消费 性价比群体显著

- ◆53%消费者优先或只购买知名品牌，品牌信任度达50%，显示品牌影响力在消费决策中占据重要地位。
- ◆29%消费者更看重性价比，44%对品牌持中立或怀疑态度，提示品牌需强化信任以吸引潜在客户。

2025年中国键鼠套装品牌消费意愿分布



2025年中国键鼠套装品牌态度分布

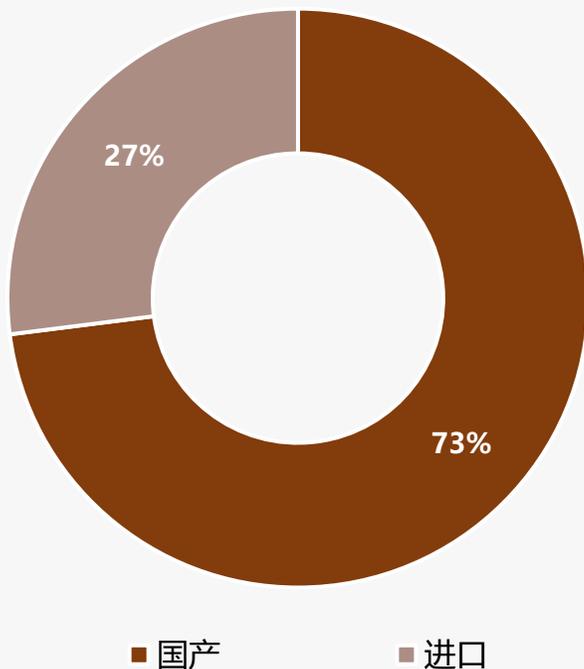


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

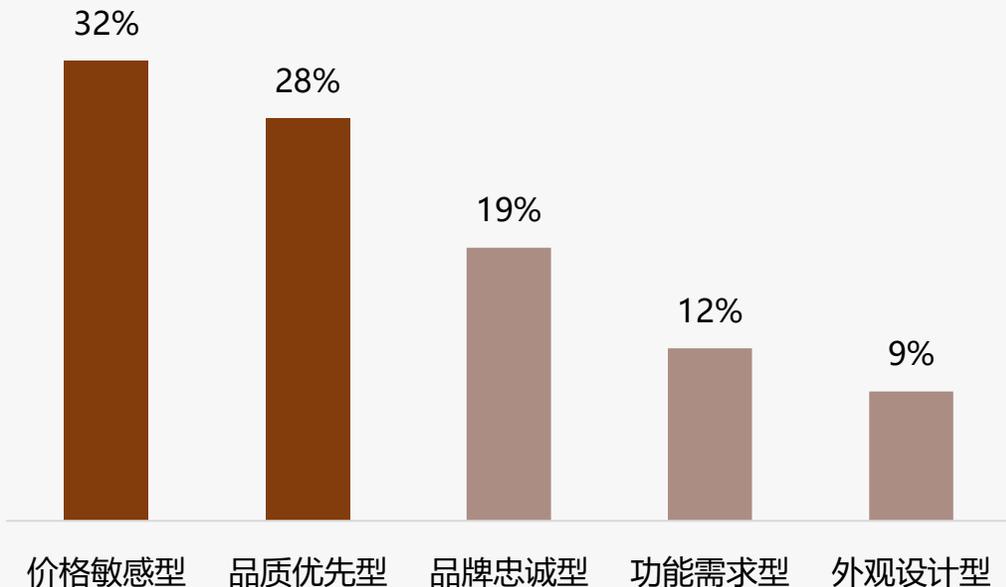
国产品牌主导 性价比品质优先

- ◆国产品牌消费占比73%，进口品牌27%，显示国内品牌在键鼠套装市场占据主导地位，消费者偏好明显偏向国产。
- ◆价格敏感型和品质优先型消费者合计占比60%，表明多数用户更关注性价比和产品质量，功能与外观需求相对较低。

2025年中国键鼠套装国产品牌与进口品牌消费分布



2025年中国键鼠套装品牌偏好类型分布

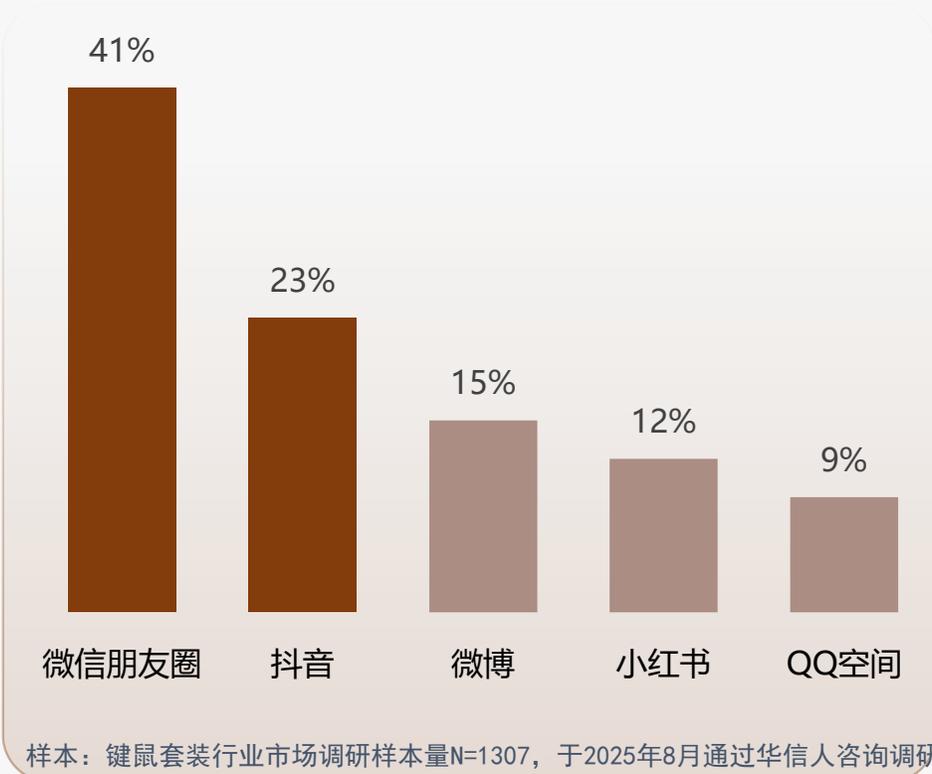


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

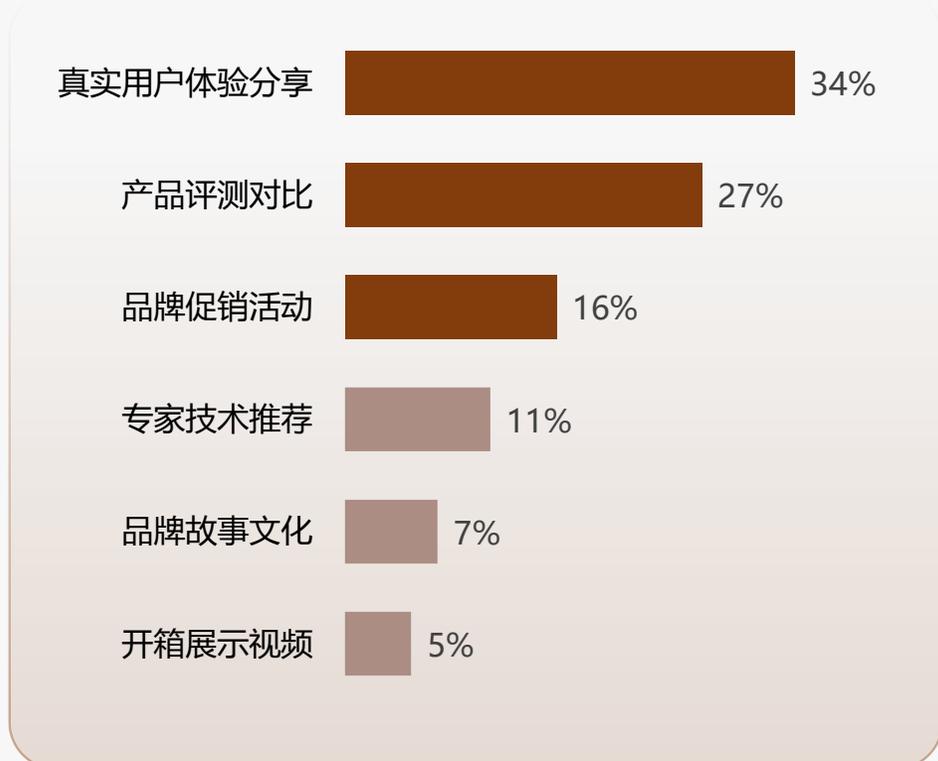
微信朋友圈主导分享 真实体验驱动决策

- ◆微信朋友圈是键鼠套装社交分享的主要渠道，占比41%，远高于抖音的23%和微博的15%，显示用户偏好熟人圈分享。
- ◆真实用户体验分享和产品评测对比是用户最关注的内容类型，分别占34%和27%，合计超60%，突出实用信息的重要性。

2025年中国键鼠套装社交分享渠道分布



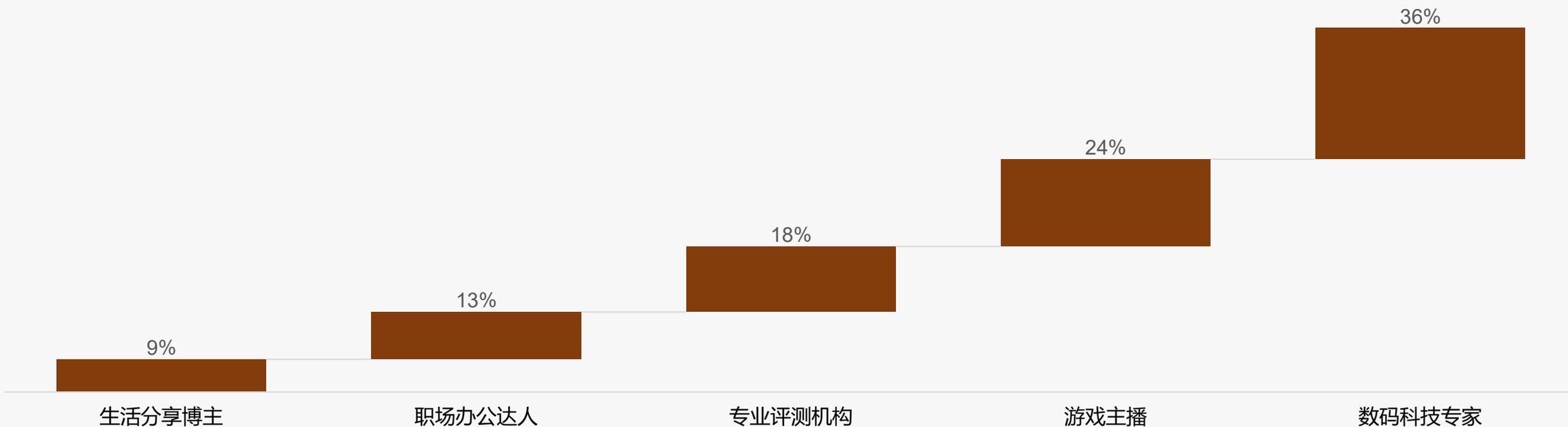
2025年中国键鼠套装社交内容类型分布



专业游戏博主主导键鼠营销信任

- ◆消费者在社交渠道中，对数码科技专家信任度最高达36%，游戏主播以24%次之，显示专业性和游戏相关性是影响键鼠套装购买决策的关键因素。
- ◆专业评测机构占18%，职场办公达人和生活分享博主分别占13%和9%，信任度较低，建议品牌优先与数码专家和游戏主播合作提升营销效果。

2025年中国键鼠套装社交博主信任类型分布

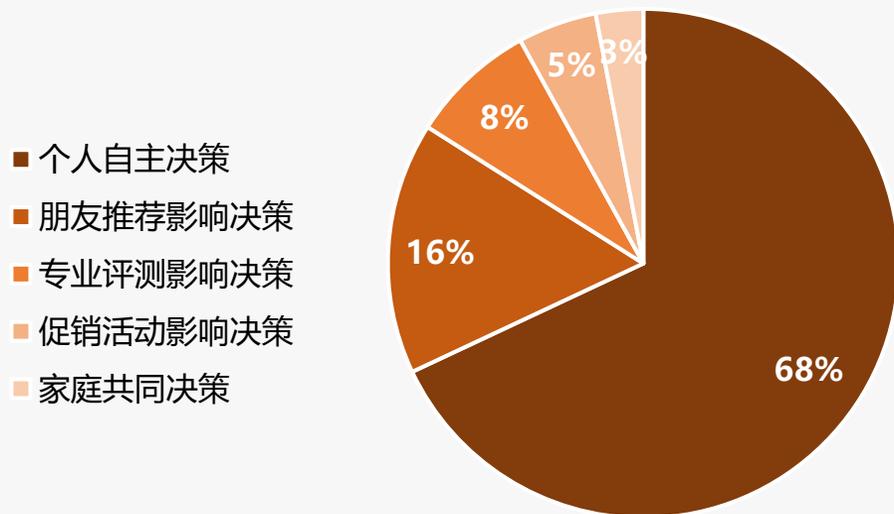


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

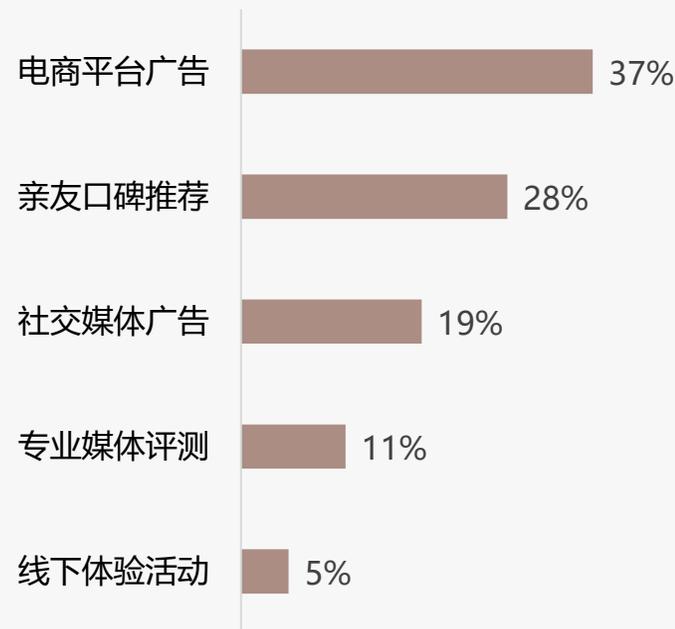
线上渠道主导键鼠套装消费行为

- ◆电商平台广告占比37%最高，亲友口碑推荐28%次之，显示线上渠道和社交信任是消费者获取键鼠套装信息的主要方式。
- ◆社交媒体广告占比19%，专业媒体评测11%，线下体验活动5%，突出数字化营销主导，线下体验影响较小。

2025年中国键鼠套装决策者类型分布



2025年中国键鼠套装家庭广告偏好分布

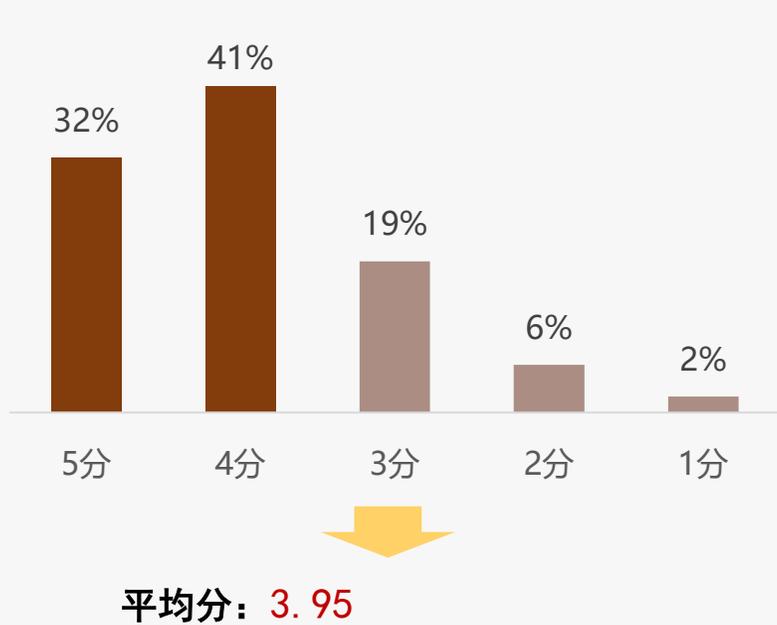


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

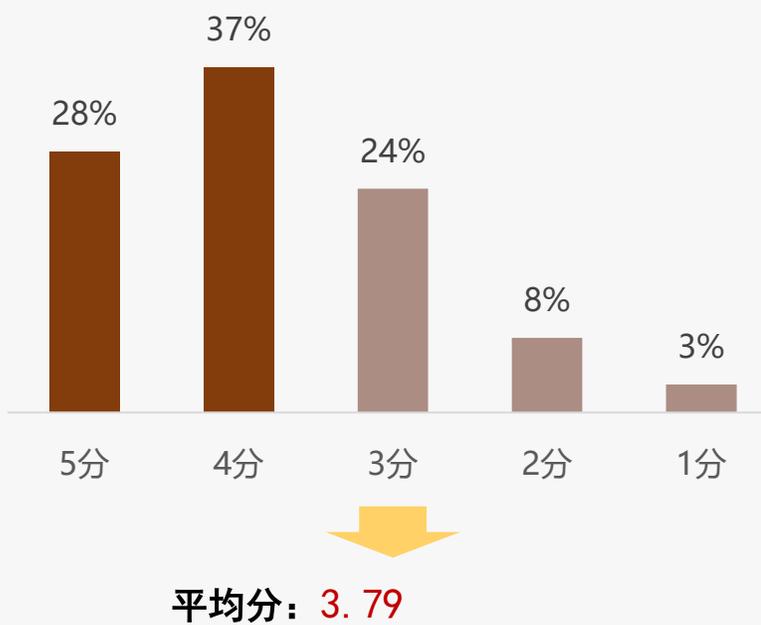
线上消费满意度高 服务环节待优化

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分占比合计73%，其中4分占41%为最高，表明多数消费者对流程满意但仍有提升空间。
- ◆退货和客服体验中4分占比最高，但5分比例较低，提示服务环节需优化以提升高满意度，增强消费者忠诚度。

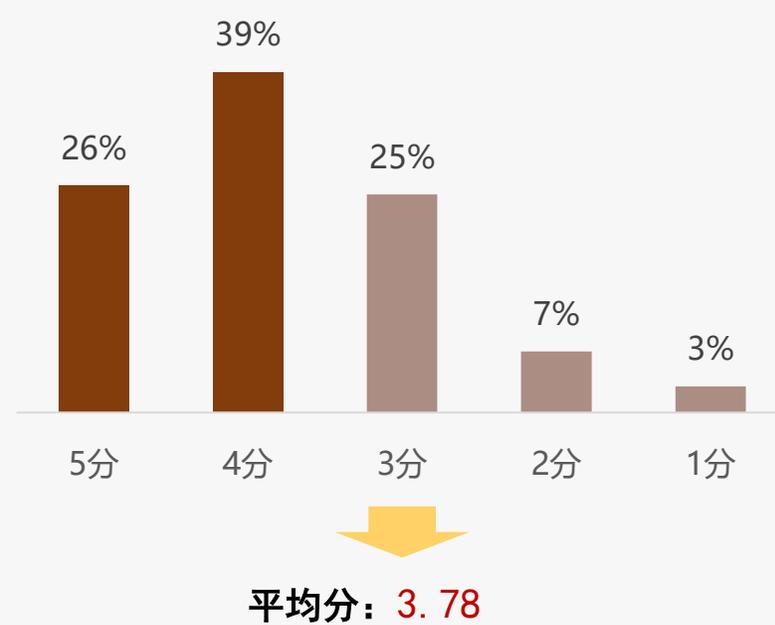
2025年中国键鼠套装线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国键鼠套装退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国键鼠套装线上客服满意度分布（满分5分）

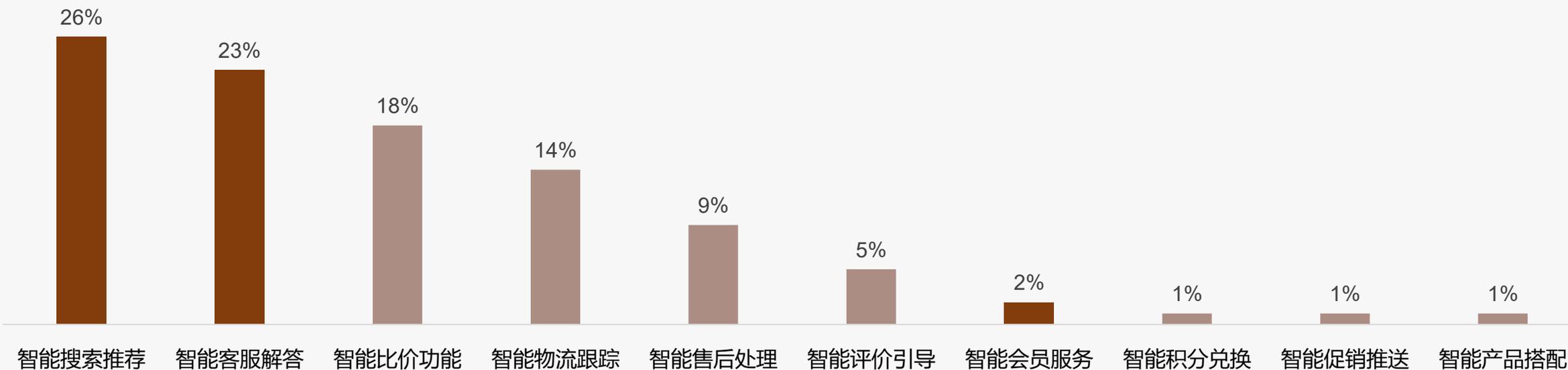


样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

智能搜索推荐客服比价主导 促销积分搭配服务待优化

- ◆智能搜索推荐占比27%，智能客服解答占比23%，智能比价功能占比18%，显示消费者最关注高效信息获取、即时问题解决和价格比较服务。
- ◆智能促销推送占比0%，智能积分兑换和智能产品搭配均仅占1%，表明这些服务实用性低或推广不足，需优化以提升整体体验。

2025年中国键鼠套装智能服务体验分布



样本：键鼠套装行业市场调研样本量N=1307，于2025年8月通过华信人咨询调研获得

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

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。

A person in a dark suit and white shirt is pointing their right index finger towards a glowing orange arrow that curves upwards from the bottom left towards the top right. The arrow is superimposed over a bar chart with several vertical bars of varying heights. The background is a soft, out-of-focus grey.

华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步