

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度左旋肉碱市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 L-Carnitine Category Market Insights

2025年11月

华信人咨询
HXN CONSULTING

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：左旋肉碱核心消费群体为年轻女性



女性消费者占比58%，显著高于男性42%，产品更受女性青睐。



年龄集中在26-35岁(38%)和18-25岁(27%)，合计65%为年轻群体。



一线和新一线城市占比60%，高线城市消费者对健康产品接受度更高。

启示

✓ 聚焦年轻女性市场

品牌应针对26-35岁女性开发产品和营销策略，利用社交媒体和健身APP精准触达，强化产品在体重管理和运动支持方面的定位。

✓ 深耕高线城市渠道

优先布局一线和新一线城市，通过电商平台和线下体验店结合，提升品牌在高消费力人群中的渗透率和忠诚度。

核心发现2：消费行为呈现规律性补充偏好



每周使用3-5次占比31%，每日使用23%，显示用户偏好规律性补充。



产品规格以200g粉剂(22%)、100g粉剂(18%)和500mg胶囊60粒(19%)为主。



消费场景以健身前补充(31%)为主，有氧运动期间(19%)和日常能量补充(15%)次之。

启示

✓ 强化规律使用引导

通过订阅制和定期促销鼓励用户形成规律消费习惯，结合健身场景推出配套计划，提升用户粘性和复购率。

✓ 优化产品形态组合

重点发展粉剂和胶囊等主流规格，确保便携性和储存便利性，同时探索运动饮料添加型等新兴形态以满足多样化需求。

核心发现3：价格敏感度高且促销依赖性强

-  价格接受度集中在50-80元 (41%) 和50元以下 (32%)，中低价位主导市场。
-  价格上调10%后，47%继续购买，38%减少频率，显示较高价格敏感度。
-  45%消费者非常或比较依赖促销活动，品牌忠诚度与价格因素并存。

启示

✓ 实施灵活定价策略

采用阶梯定价和捆绑销售，针对不同消费群体推出中低价位产品，同时通过会员制锁定价格敏感用户，平衡销量与利润。

✓ 加强促销与价值沟通

定期开展限时折扣和满减活动，结合产品功效验证和用户案例分享，提升性价比感知，减少因价格因素导致的客户流失。

核心逻辑：年轻女性主导市场，追求性价比与运动健康



1、产品端

- ✓ 开发针对年轻女性的基础型产品
- ✓ 推出多功能复合型运动营养产品



2、营销端

- ✓ 强化社交媒体与真实用户分享营销
- ✓ 与健身专家合作提升专业信任度



3、服务端

- ✓ 优化线上智能推荐与客服体验
- ✓ 简化退货流程提升售后服务

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

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 左旋肉碱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左旋肉碱品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对左旋肉碱的购买行为；
- 左旋肉碱市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

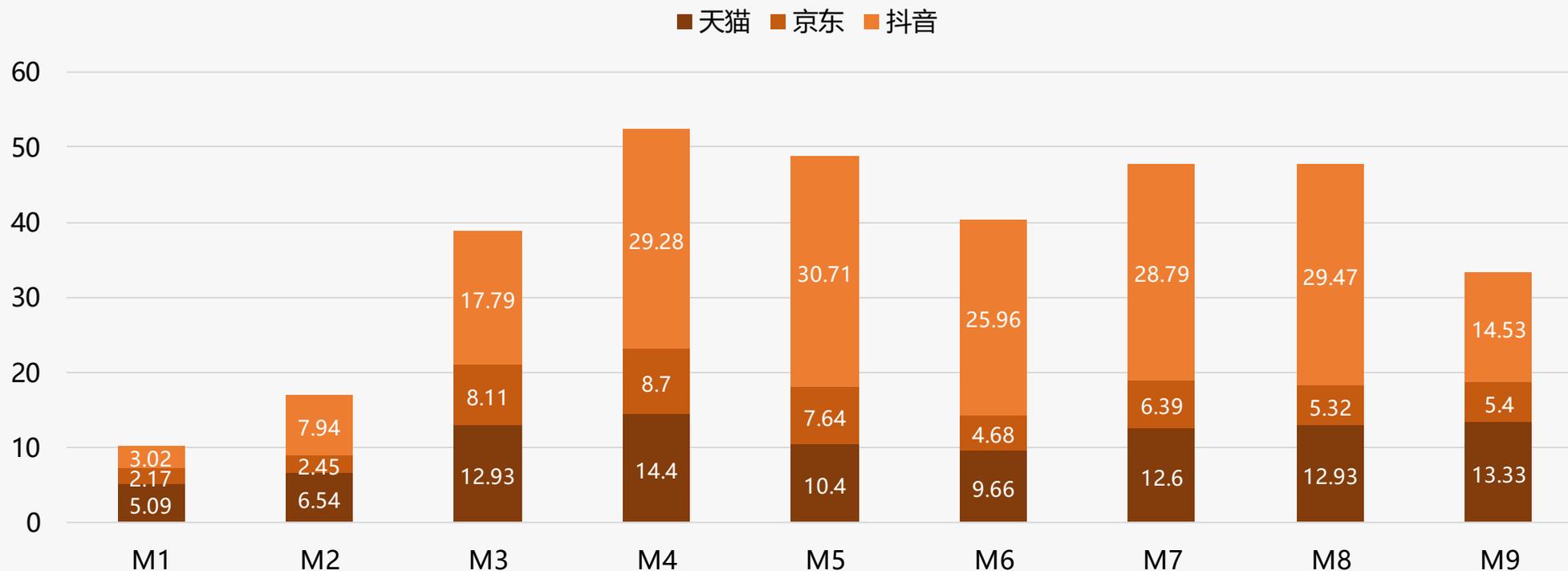
Research Method

- 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，计算左旋肉碱品类销售额、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、不同平台左旋肉碱品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

抖音主导增长 Q2高峰 Q3回落

- ◆从渠道结构看，抖音渠道销售额占比最高，达47.3%（抖音销售额17.3亿元，总销售额36.6亿元），天猫占比35.8%（13.1亿元），京东占比16.9%（6.2亿元）。抖音凭借内容电商优势成为主要增长引擎，但需关注其高流量成本对ROI的影响。
- ◆从季度趋势看，Q1销售额7.5亿元，Q2猛增至13.1亿元，Q3回落至11.9亿元。Q2增长主要受4-5月抖音渠道爆发驱动，反映季节性促销效果显著，但Q3增长乏力需优化供应链周转率。从月度波动看，3-8月抖音月销售额均超2.5亿元，而9月骤降至1.45亿元，同比8月下滑50.7%。此异常波动或源于平台算法调整或竞争加剧，建议加强用户留存与复购策略以稳定业绩。

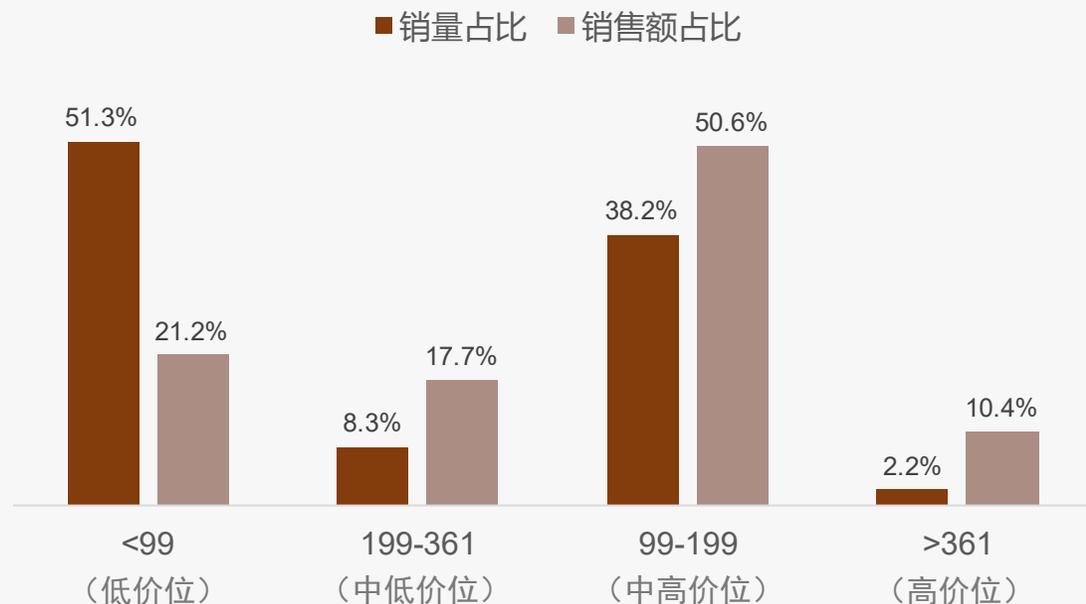
2025年一~三季度左旋肉碱品类线上销售规模（百万元）



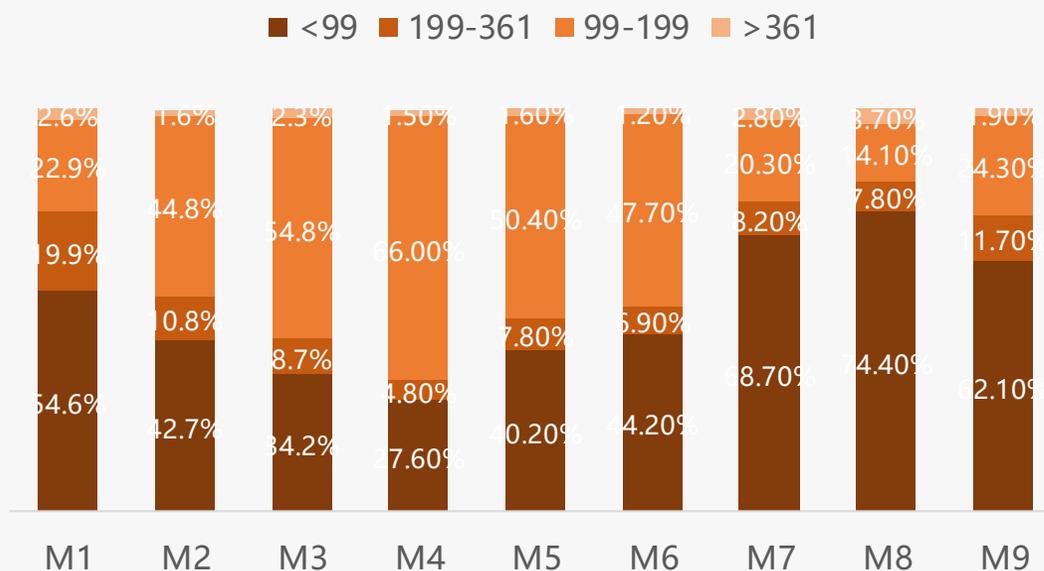
左旋肉碱中端主导低价冲击高端潜力

- ◆从价格区间结构看，99-199元价格带贡献了50.6%的销售额，是核心利润区，而<99元价格带虽销量占比51.3%，但销售额仅占21.2%，显示低价产品周转率高但毛利贡献有限，需优化产品组合以提升整体ROI。月度销量分布显示，M7-M9月<99元价格带销量占比激增至62.1%-74.4%，可能受季节性促销或新低价竞品影响，导致中高端（99-361元）份额被挤压，需关注价格战对品牌溢价的冲击。
- ◆>361元高端价格带销量占比仅2.2%，但销售额占比达10.4%，表明该区间客单价高、利润贡献显著，建议加强高端产品营销，以拉动同比销售额增长，同时监控库存周转率避免积压。

2025年一~三季度左旋肉碱线上不同价格区间销售趋势



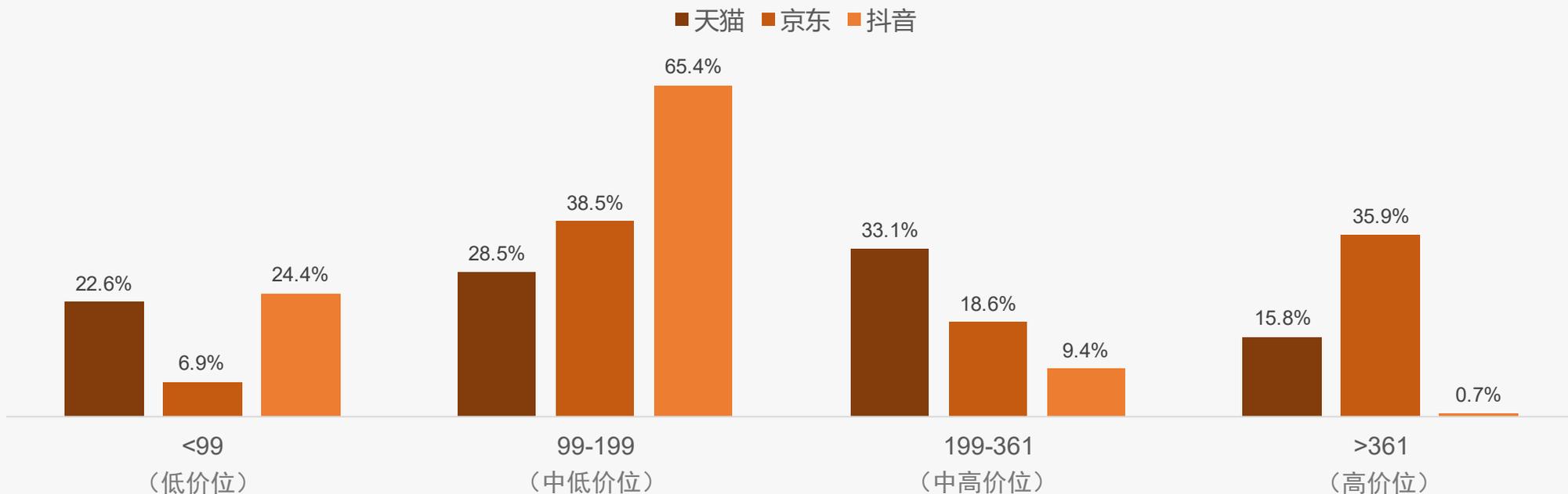
左旋肉碱线上价格区间-销量分布



左旋肉碱平台价格带差异显著

- ◆从价格带分布看，各平台消费结构差异显著。天猫以199-361元为主（33.1%），京东高价位（>361元）占比35.9%，抖音则集中于99-199元（65.4%），反映平台用户购买力与品牌定位的强关联。低价位（<99元）占比分析显示，抖音（24.4%）与天猫（22.6%）相近，京东仅6.9%，表明京东用户对价格敏感度低，更注重高端产品，可能影响整体毛利率水平。
- ◆跨平台高价产品（>361元）渗透率对比，京东（35.9%）远超天猫（15.8%）和抖音（0.7%），揭示京东在左旋肉碱品类的高端市场主导地位，建议品牌方优化渠道策略以提升ROI。

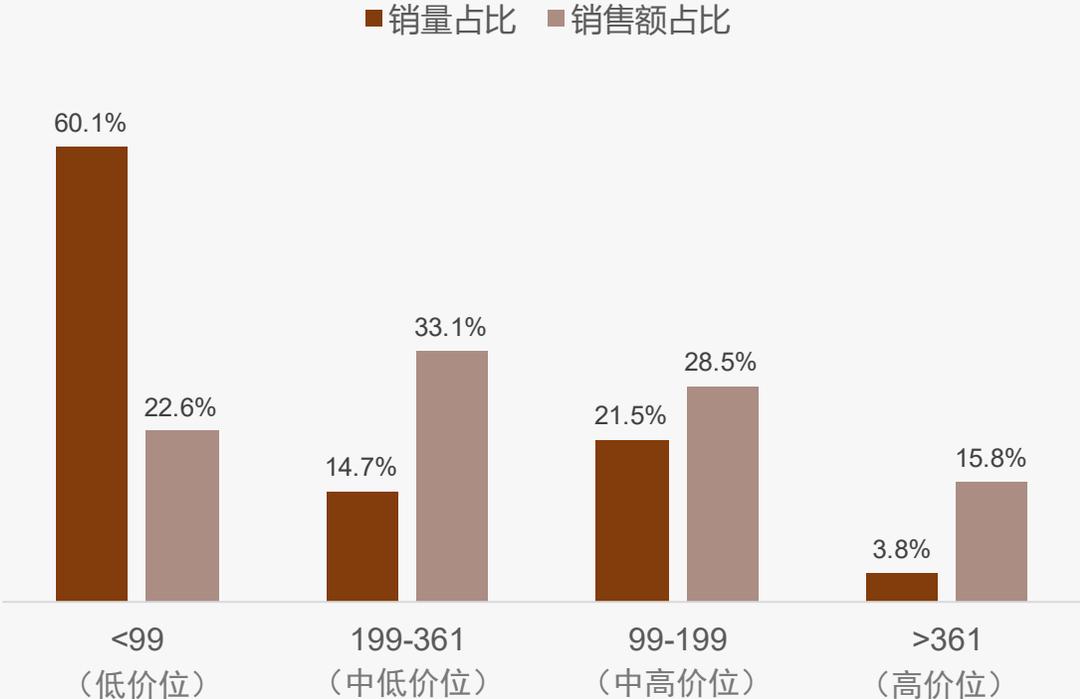
2025年一~三季度各平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



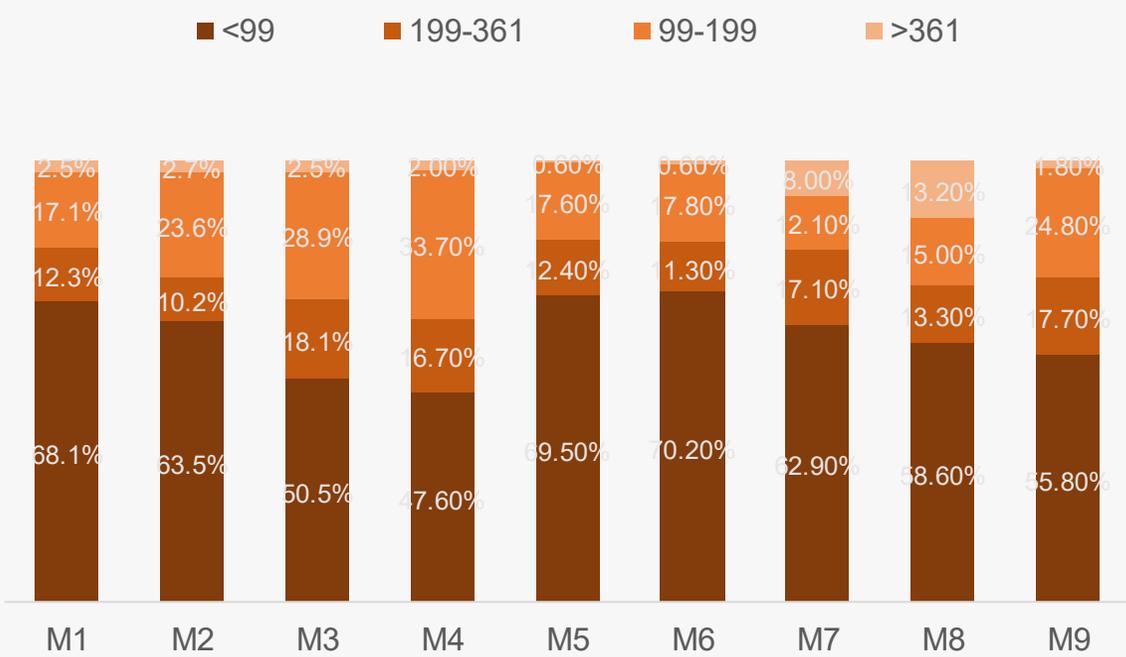
低价高销 中高价位驱动收入增长

- ◆从价格区间结构看，低价位（<99元）销量占比60.1%但销售额仅占22.6%，显示该区间客单价低、周转快但利润贡献有限。月度销量分布显示，低价位销量占比在M5-M6达峰值（约70%），但M7-M8高价位（>361元）占比显著提升至8.0%-13.2%，可能与季节性促销或新品上市相关，反映消费者在特定时段对高端产品接受度提高，需关注其同比变化以优化库存。
- ◆价格带对比揭示，99-199元区间销量占比21.5%与销售额占比28.5%基本匹配，而>361元区间销量仅3.8%却贡献15.8%销售额，凸显高端产品的高溢价能力；建议加强中高价位营销以提升整体毛利率，同时监控低价位周转率避免积压。

2025年一~三季度天猫平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



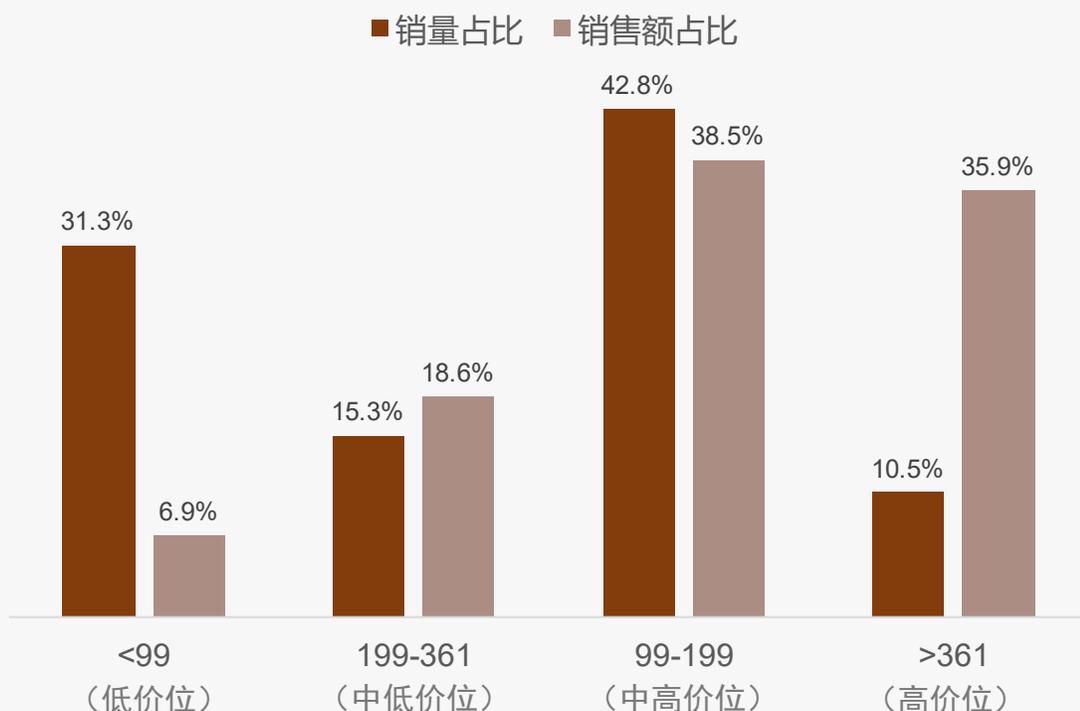
天猫平台左旋肉碱价格区间-销量分布



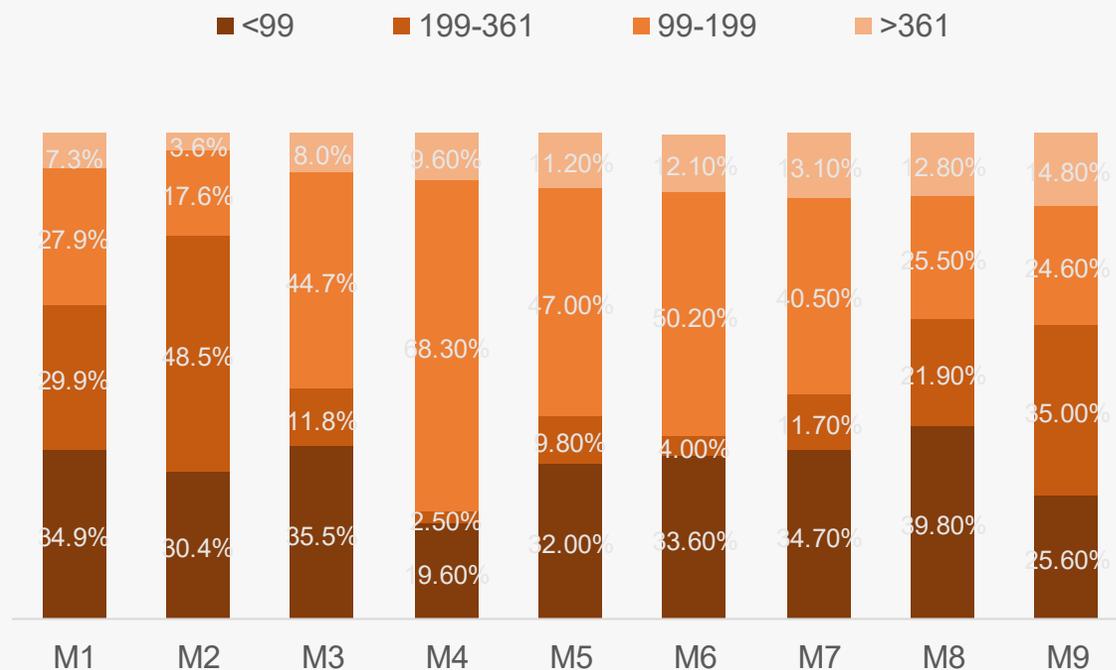
高端产品驱动营收 优化结构提升利润

- ◆ 从价格区间结构看，99-199元区间销量占比42.8%最高，但>361元高价位区间以10.5%销量贡献35.9%销售额，显示高端产品具有更高客单价和利润空间。低端<99元区间销量占比31.3%仅贡献6.9%销售额，产品结构需优化提升整体毛利率。
- ◆ 月度销量分布显示价格策略动态调整明显：M4月99-199元区间销量占比达68.3%峰值，可能受促销活动影响；M9月>361元区间占比升至14.8%，反映季度末高端产品推广成效。销售额集中度分析表明，>361元与199-361元区间合计贡献54.5%销售额，而销量占比仅25.8%，验证高价位产品驱动营收增长的业务逻辑。建议加强中高端产品线投入，优化库存周转率，提升整体ROI。

2025年一~三季度京东平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势



京东平台左旋肉碱价格区间-销量分布

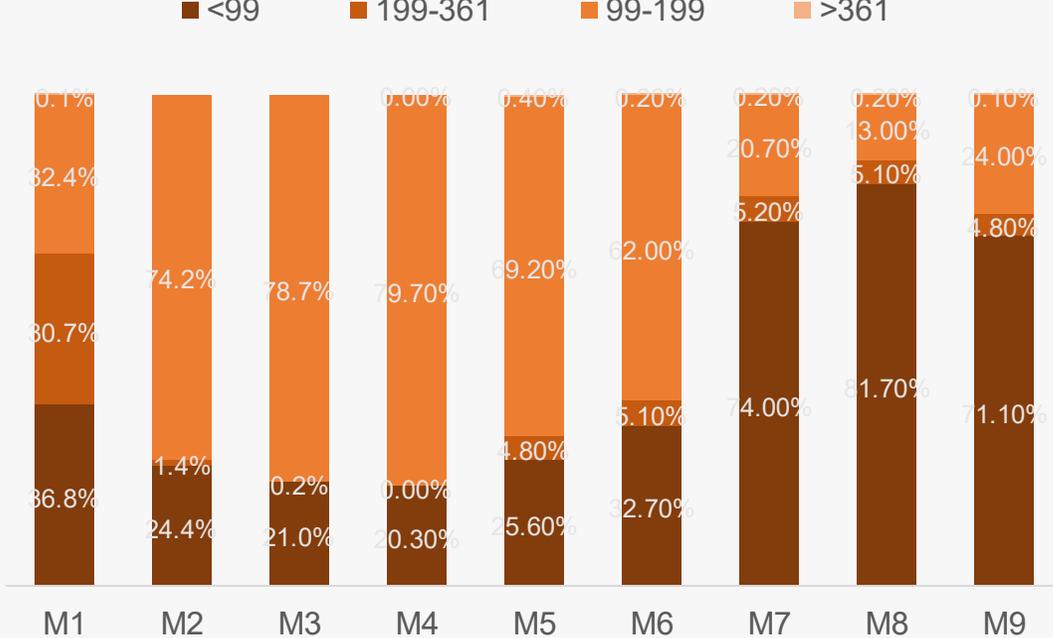
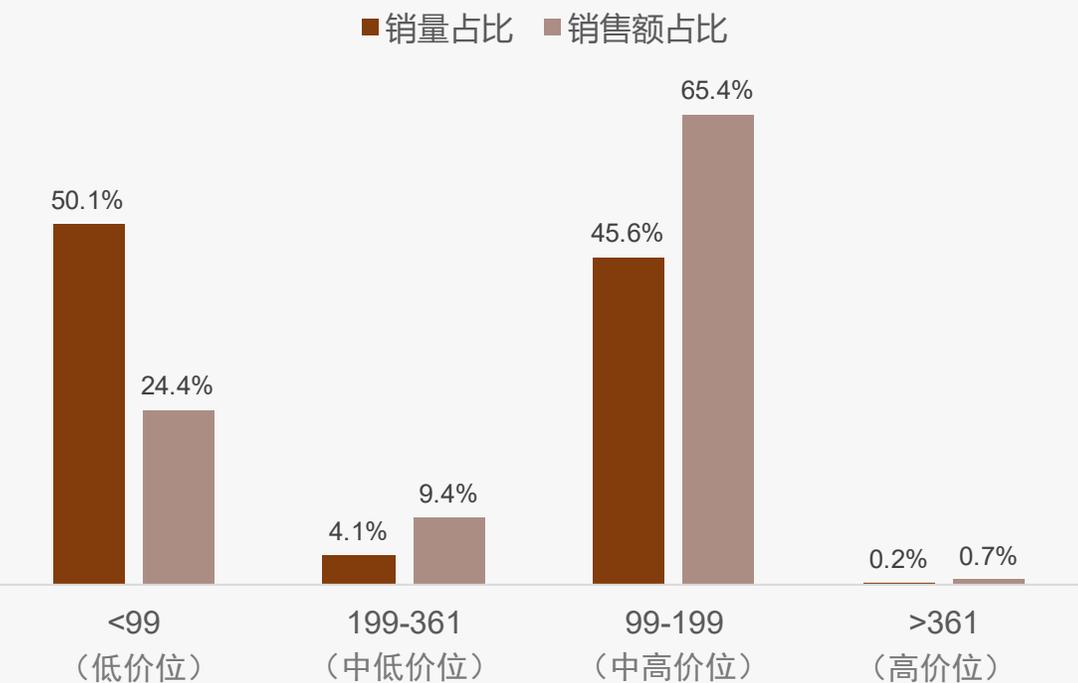


左旋肉碱抖音低价引流高销低收

- ◆ 价格结构分析显示，99-199元区间以45.6%销量贡献65.4%销售额，是核心盈利区间；<99元虽占50.1%销量但仅24.4%销售额，反映低价引流策略牺牲利润率。>361元高端市场占比不足1%，增长潜力待挖掘。
- ◆ 月度趋势揭示结构性转变：M1-M6中99-199元主导（62%-79%销量），M7-M9低价<99元猛增至71%-82%，显示促销季价格战加剧，可能拉低整体ROI。销售额集中度分析：99-199元区间以不足半数的销量贡献超六成收入，凸显其高单价优势；而<99元销量过半却收入占比低，需优化产品组合提升周转率。

2025年一~三季度抖音平台左旋肉碱不同价格区间销售趋势

抖音平台左旋肉碱价格区间-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 左旋肉碱消费行为、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年内购买过左旋肉碱的消费者；
- 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

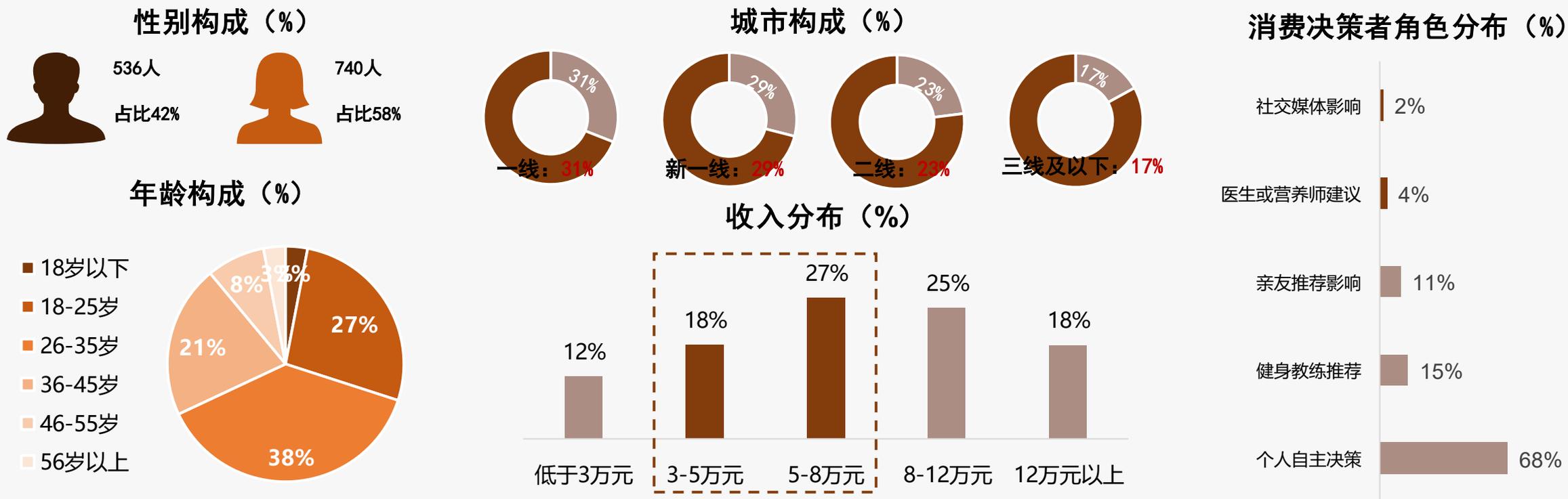
投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年9月
样本数量	N=1276

左旋肉碱吸引年轻女性自主消费

◆调查显示女性消费者占58%，年龄集中在26-35岁（38%）和18-25岁（27%），表明左旋肉碱主要吸引年轻女性群体。

◆消费决策以个人自主为主（68%），一线和新一线城市合计占60%，反映产品认知度高且高线城市市场潜力大。

2025年中国左旋肉碱消费者画像

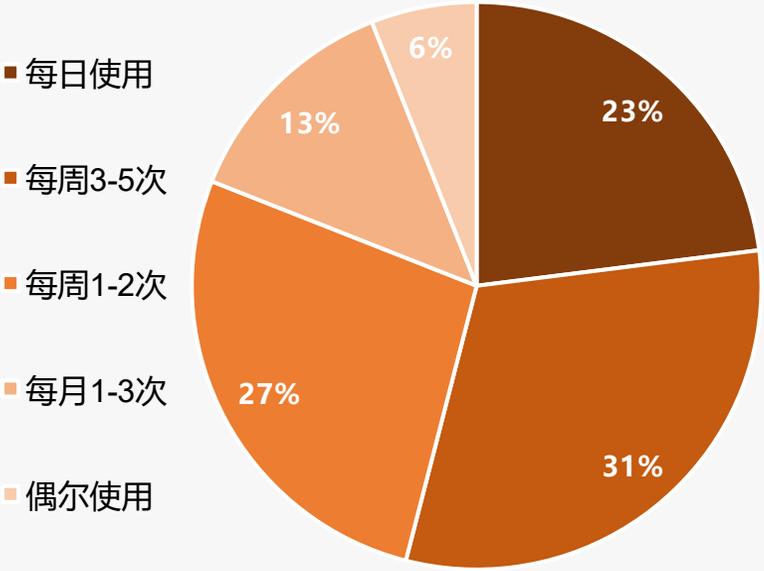


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

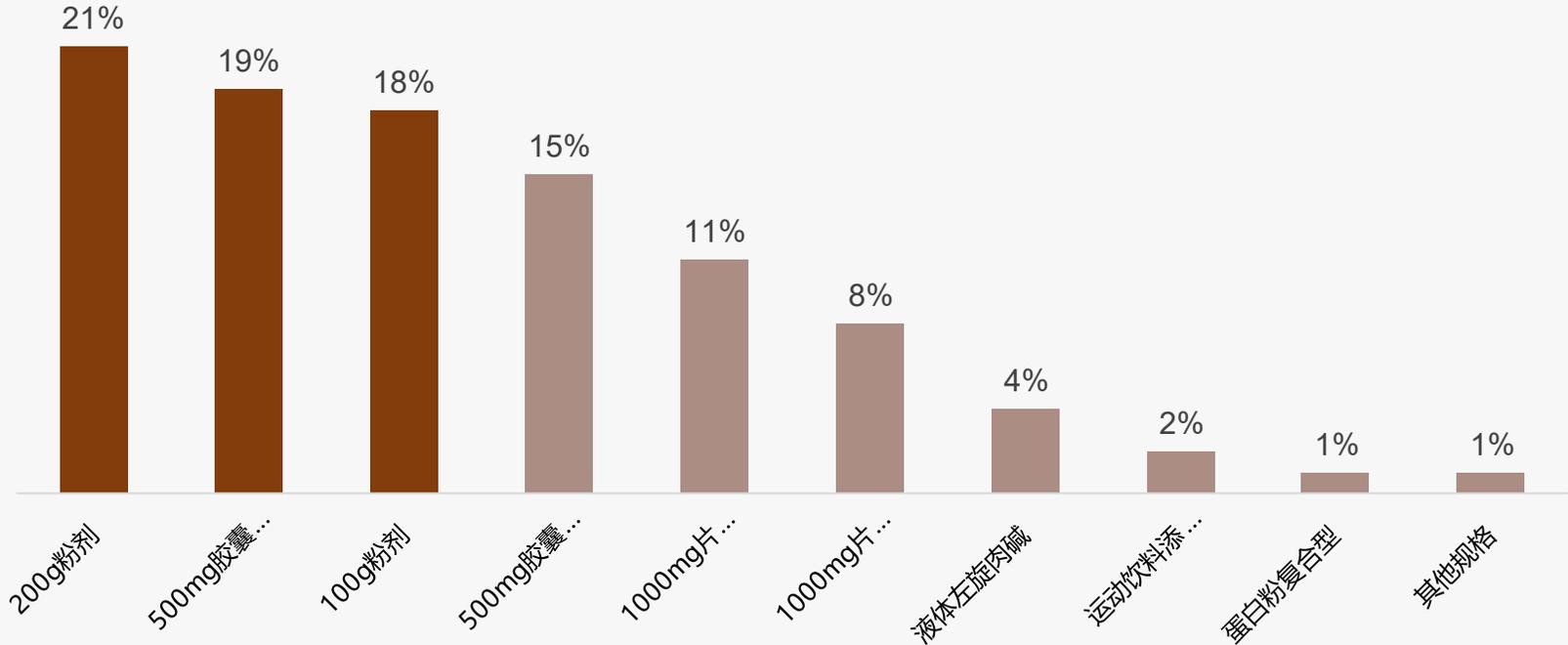
左旋肉碱用户偏好规律补充

- ◆左旋肉碱用户消费频率集中：每周3-5次占31%，每日使用占23%，每周1-2次占27%，表明用户偏好规律性补充。
- ◆产品规格以200g粉剂(22%)、100g粉剂(18%)和500mg胶囊60粒(19%)为主，非主流规格如液体型仅占4%。

2025年中国左旋肉碱消费频率分布



2025年中国左旋肉碱产品规格分布

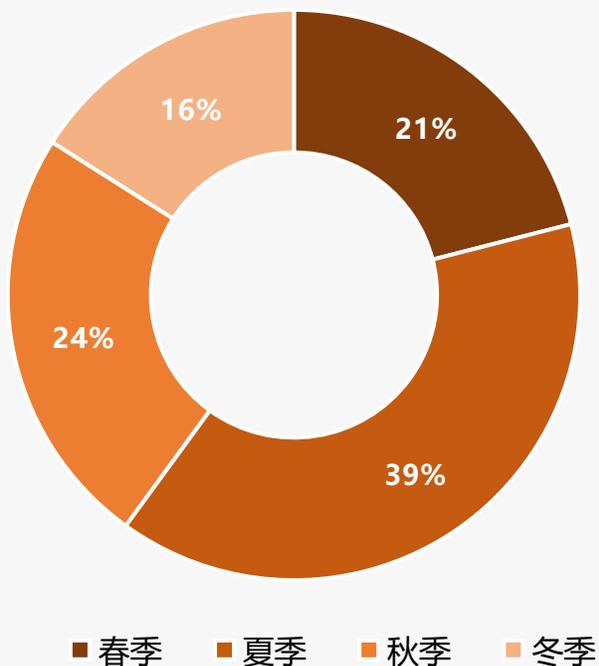


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

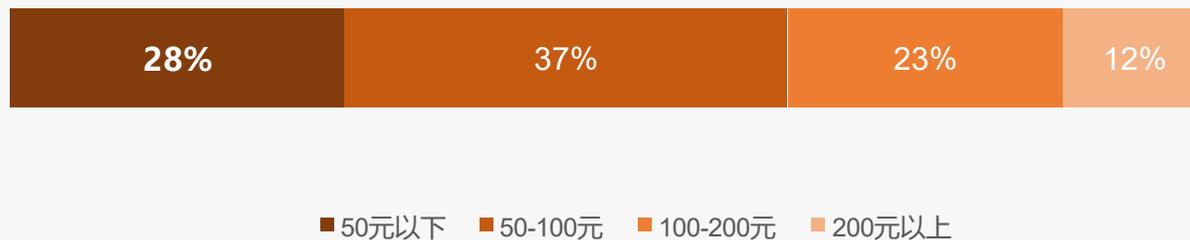
夏季消费高峰 塑料瓶装主导

- ◆左旋肉碱消费集中在50-100元（37%）和50元以下（28%），显示中低端价位主导市场；夏季消费占比最高（39%），反映季节性减肥需求。
- ◆包装类型以塑料瓶装（42%）和袋装粉剂（23%）为主，表明消费者偏好便捷储存形式，塑料瓶装占据明显优势。

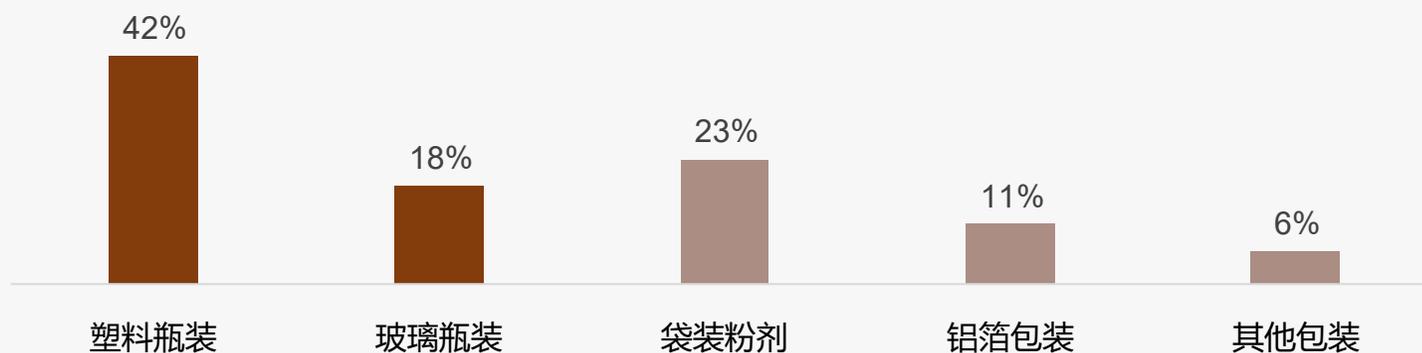
2025年中国左旋肉碱消费季节分布



2025年中国左旋肉碱单次支出分布



2025年中国左旋肉碱包装类型分布

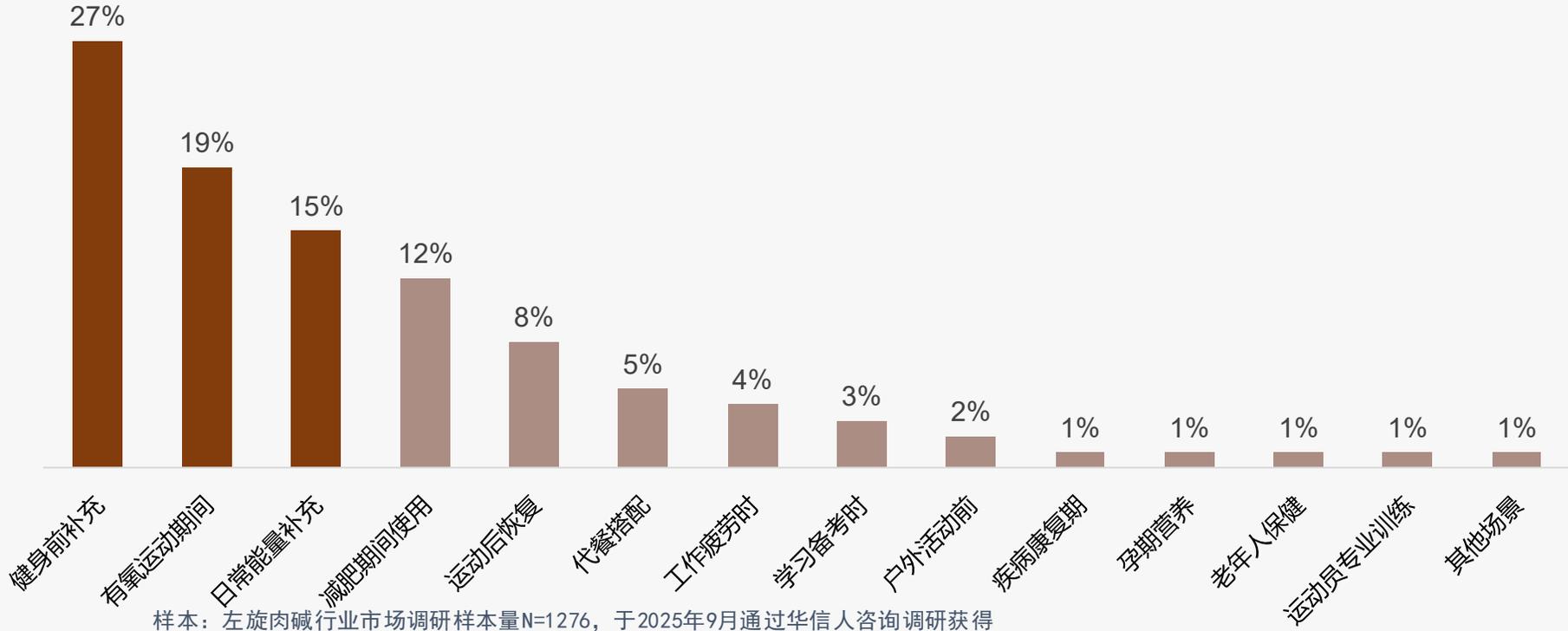


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

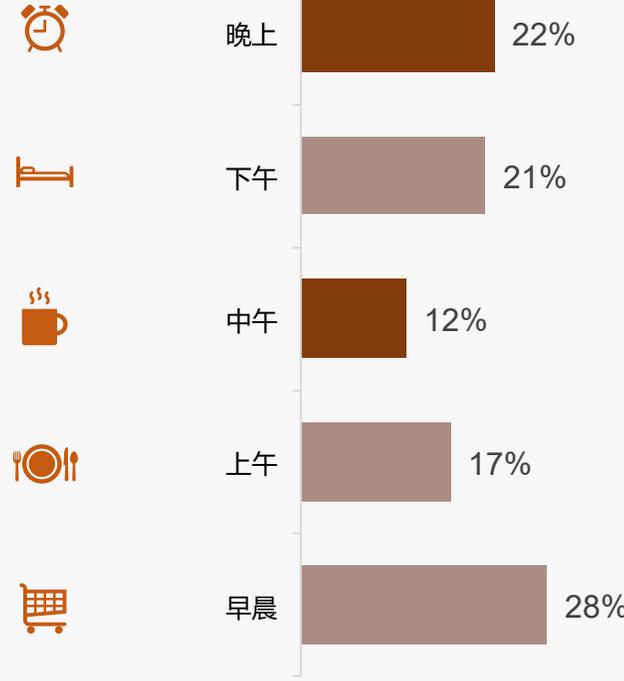
左旋肉碱主要用于健身前补充

- ◆左旋肉碱消费以健身前补充为主（31%），有氧运动期间（19%）和日常能量补充（15%）次之，显示产品主要用于运动和能量管理场景。
- ◆消费时段分布较均匀，早晨（28%）、晚上（22%）和下午（21%）占比较高，表明用户倾向于在活跃时段使用以匹配能量需求。

2025年中国左旋肉碱消费场景分布



2025年中国左旋肉碱消费时段分布

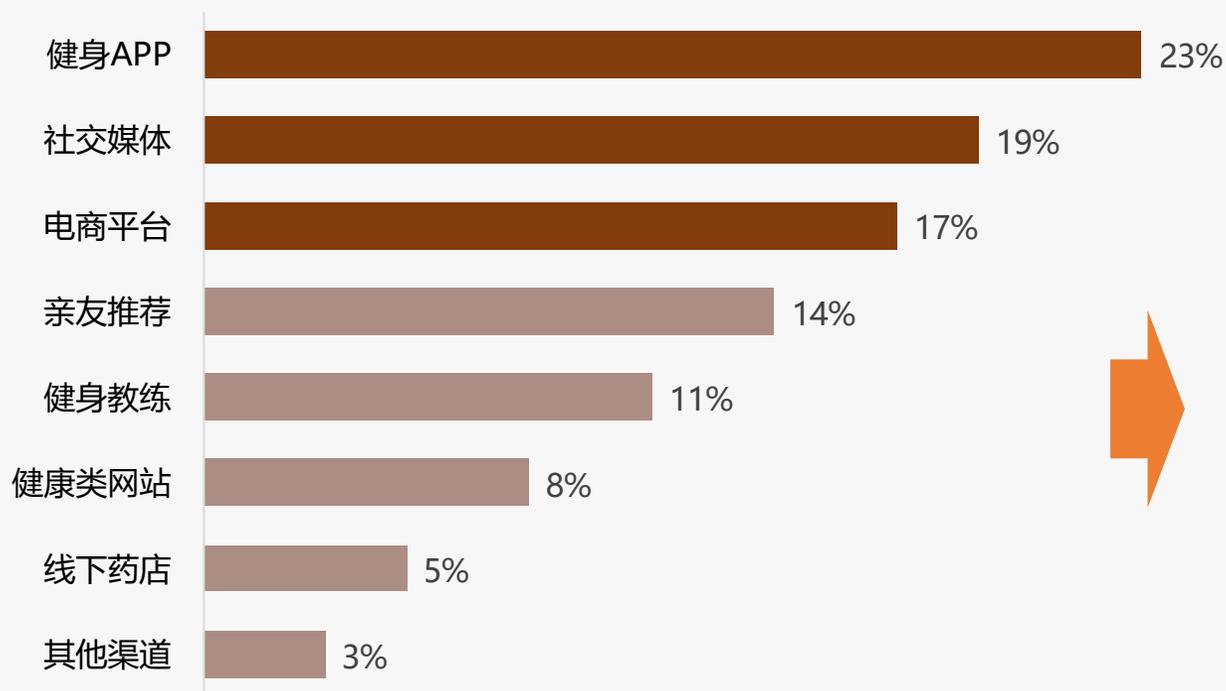


线上渠道主导左旋肉碱认知与销售

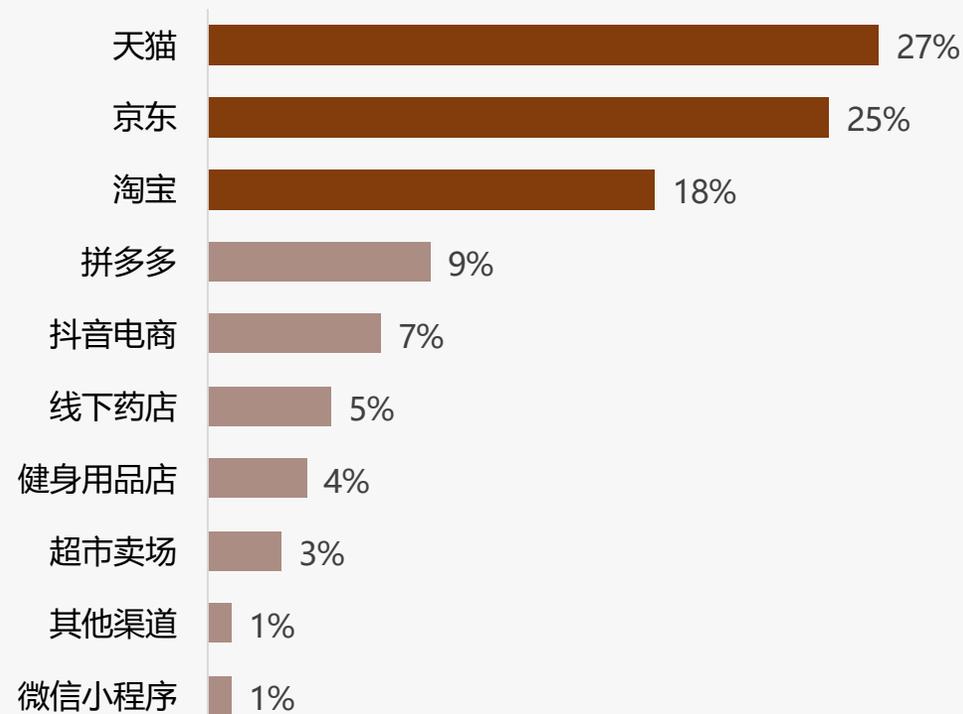
◆消费者主要通过健身APP（23%）、社交媒体（19%）和电商平台（17%）了解左旋肉碱，数字渠道和人际推荐共同驱动信息获取。

◆购买高度集中于天猫（27%）、京东（25%）和淘宝（18%），线上平台主导销售，新兴渠道如抖音电商（7%）增长潜力大。

2025年中国左旋肉碱产品了解渠道分布



2025年中国左旋肉碱购买渠道分布

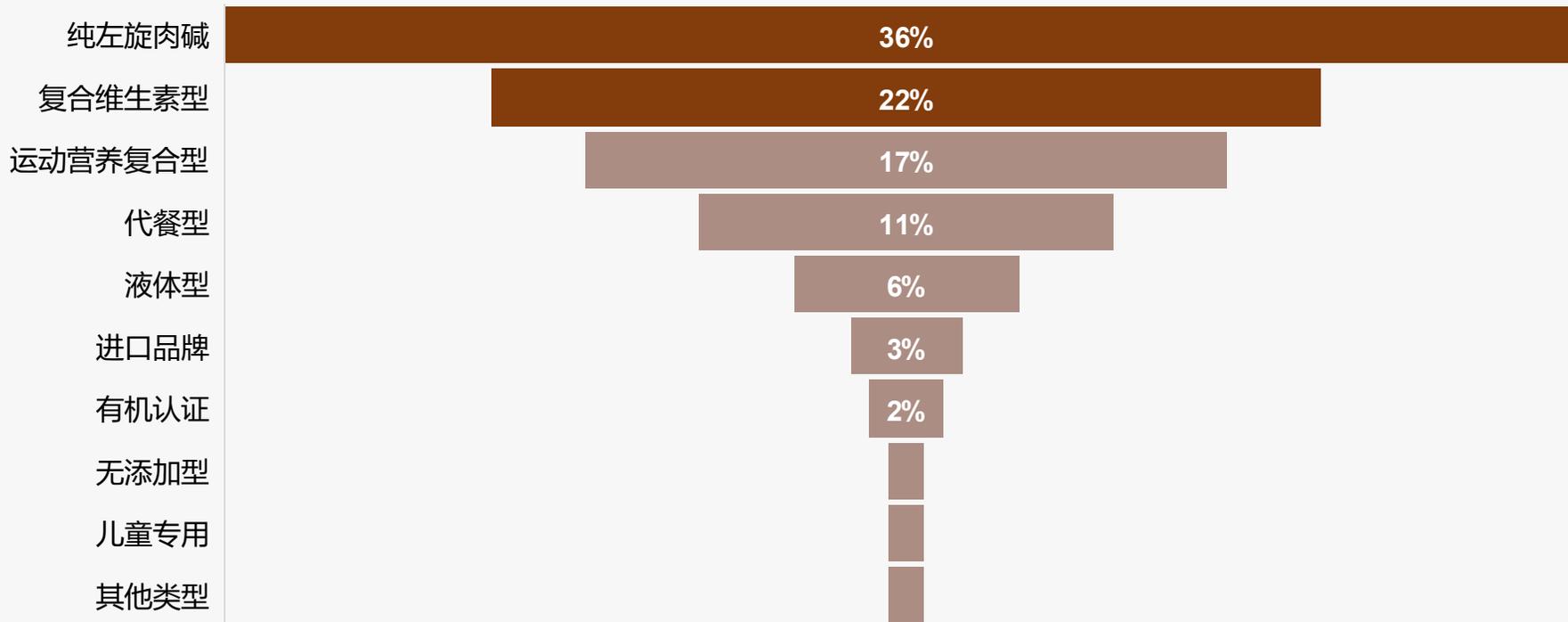


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

基础产品主导 复合型具潜力

- ◆纯左旋肉碱偏好率38%占据主导，复合维生素型22%和运动营养复合型17%显示多功能需求。代餐型11%和液体型6%偏好较低。
- ◆进口品牌3%和有机认证2%偏好率低，无添加型1%和儿童专用0%显示细分市场未成熟。基础产品主导，复合型具潜力。

2025年中国左旋肉碱产品偏好类型分布

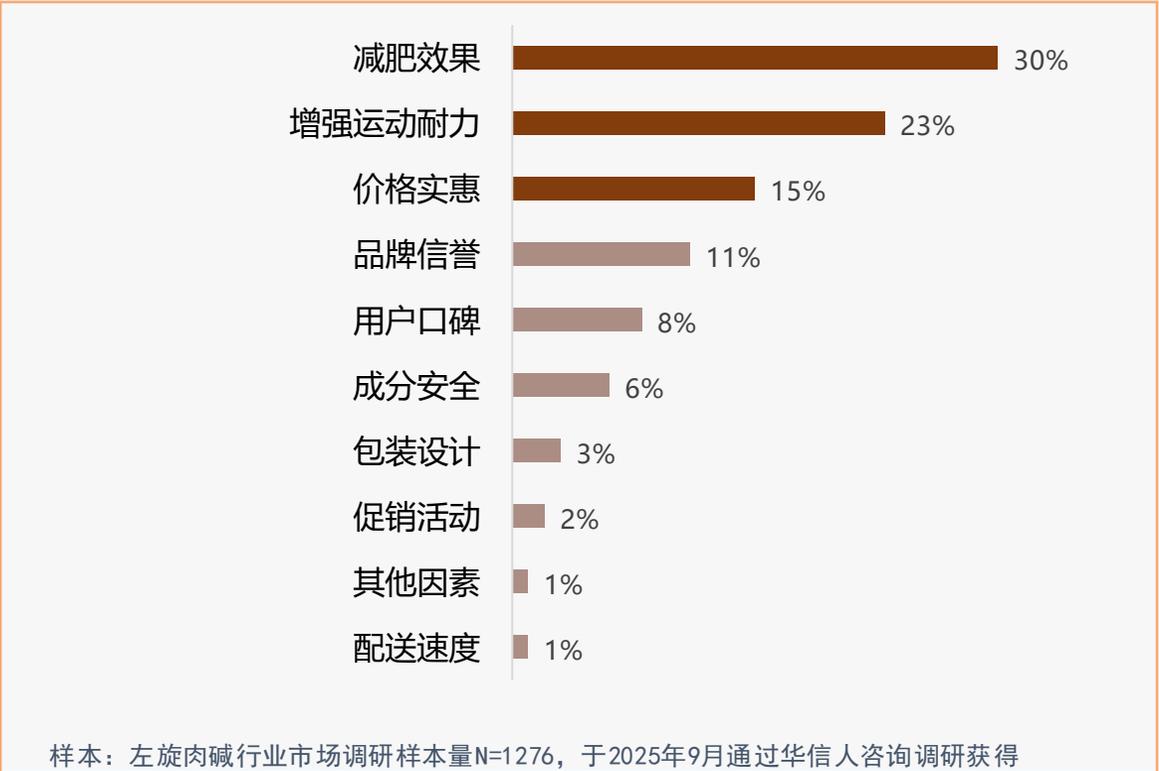


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

左旋肉碱消费聚焦减肥运动表现

- ◆左旋肉碱消费高度聚焦减肥瘦身（42%）和减肥效果（31%），增强运动表现（28%）和耐力（23%）也是重要驱动因素，显示产品核心定位在体重管理和运动支持。
- ◆价格实惠（15%）影响较大，但品牌信誉（11%）和成分安全（6%）占比不高，提示消费者对品牌忠诚度和安全性关注有限，市场可能存在提升空间。

2025年中国左旋肉碱吸引消费关键因素分布



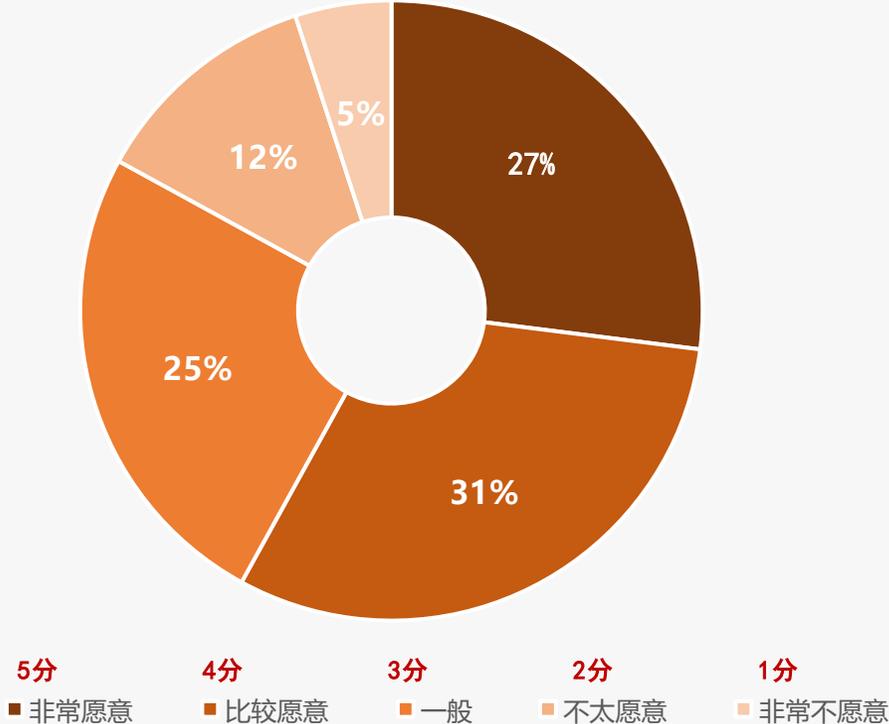
2025年中国左旋肉碱消费真正原因分布



左旋肉碱推荐意愿高 效果价格是痛点

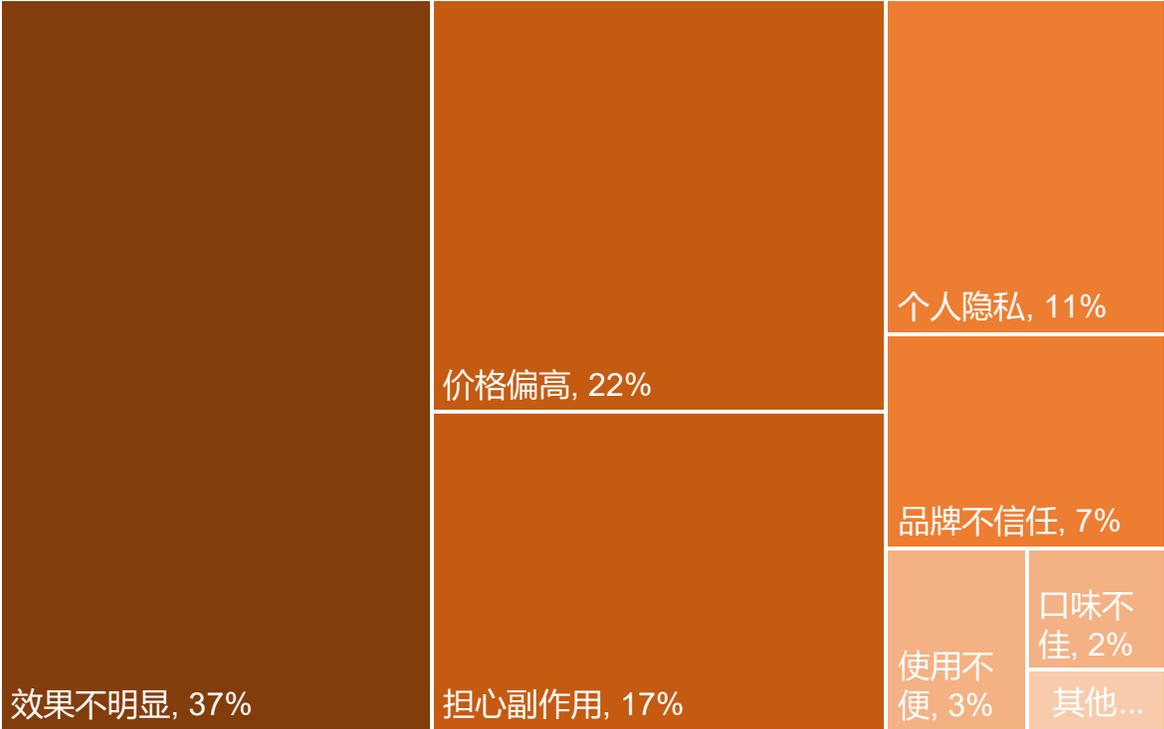
- ◆左旋肉碱消费者推荐意愿较高，非常愿意和比较愿意的合计占58%，但仍有17%的消费者持负面态度。不愿推荐的主要原因中，效果不明显占比最高，达38%。
- ◆价格偏高占22%，显示价格敏感度较高；担心副作用占17%，反映健康安全顾虑。这些数据提示品牌需强化产品效果验证、优化定价策略并加强安全宣传。

2025年中国左旋肉碱推荐意愿分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

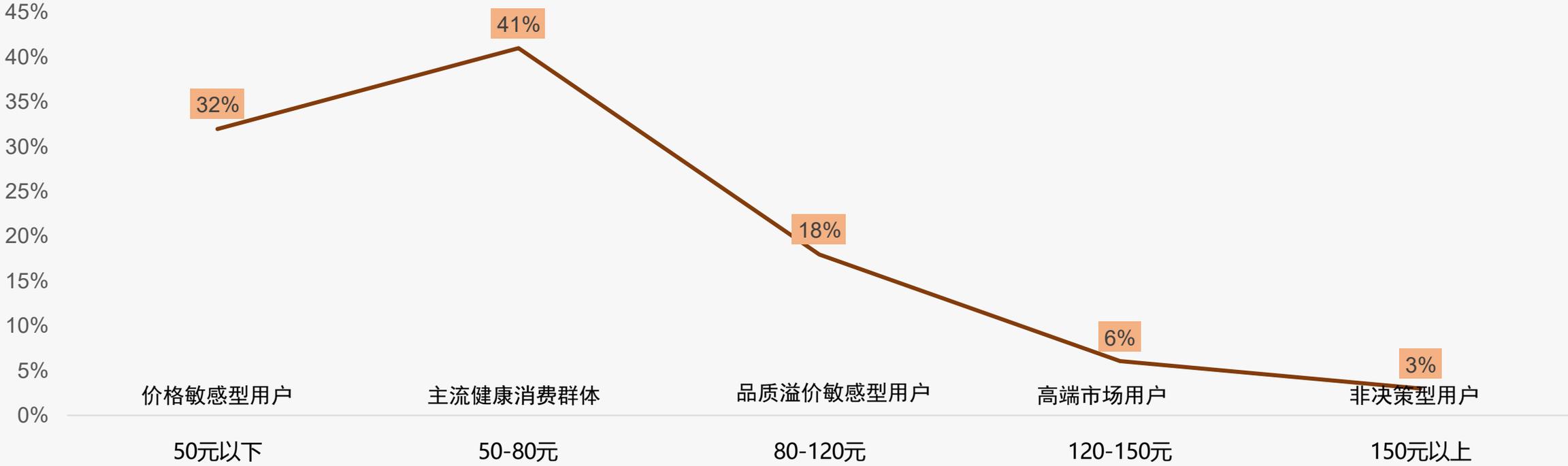
2025年中国左旋肉碱不愿推荐原因分布



左旋肉碱价格接受度中低价为主

- ◆左旋肉碱消费价格接受度集中在50-80元区间，占比41%，显示中等价位产品最受青睐，而50元以下占比32%表明低价需求仍强。
- ◆80-120元区间接受度降至18%，120-150元和150元以上分别仅占6%和3%，突显高端市场接受度极低，市场以中低价位为主。

2025年中国左旋肉碱最大规格价格接受度



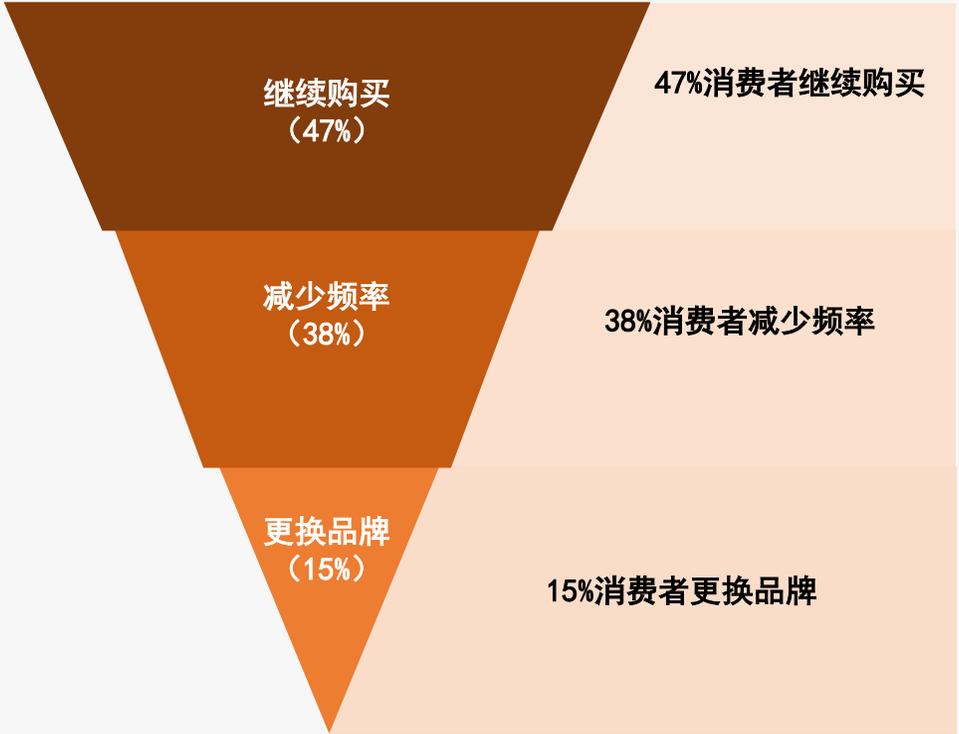
样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以200g粉剂规格左旋肉碱为标准核定价格区间

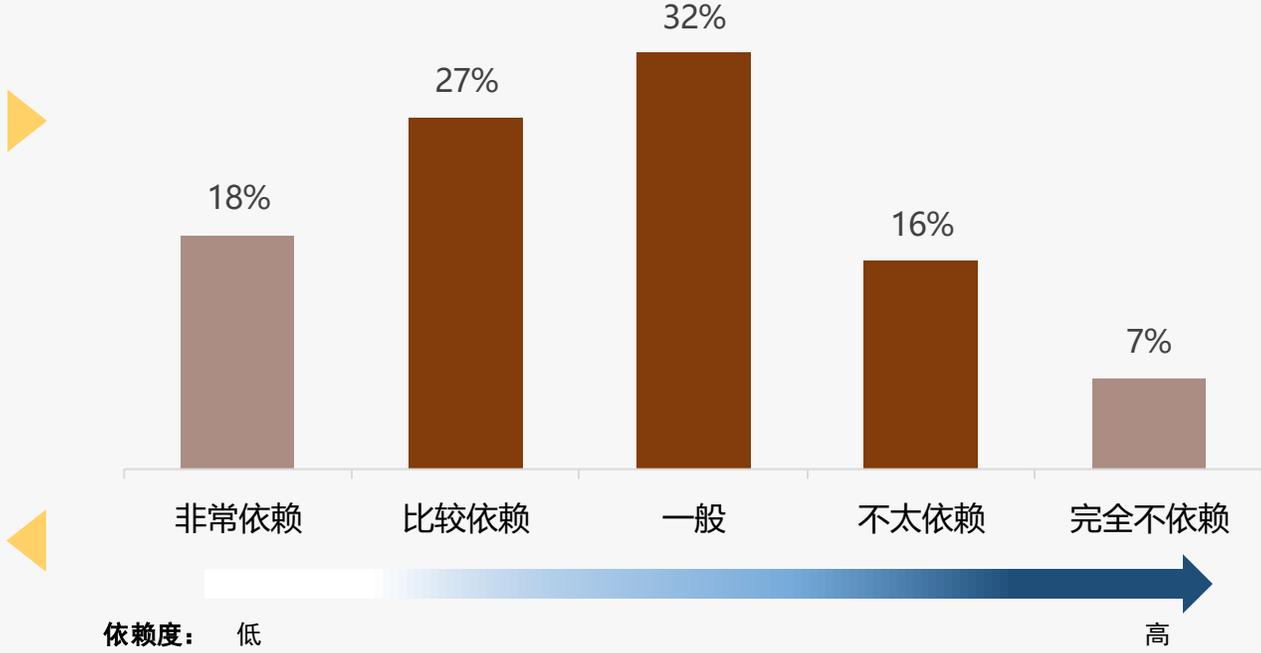
价格敏感度高 促销依赖强 品牌忠诚稳固

- ◆价格上涨10%后，47%消费者继续购买，38%减少频率，仅15%更换品牌，显示较高品牌忠诚度与价格敏感度并存。
- ◆45%消费者非常或比较依赖促销活动，32%持一般态度，23%不太或完全不依赖，凸显促销策略对市场影响显著。

2025年中国左旋肉碱价格上涨10%购买行为分布



2025年中国左旋肉碱促销活动依赖程度分布

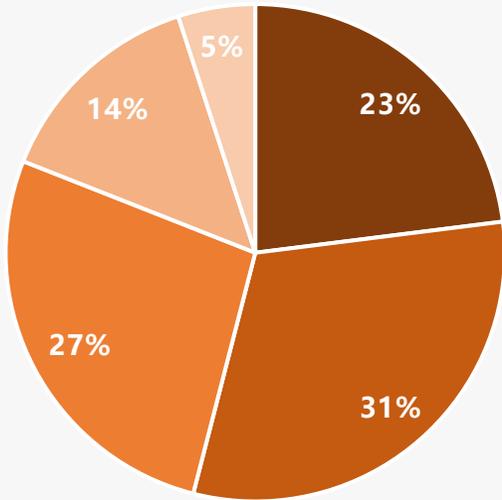


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

高复购率受价格效果驱动

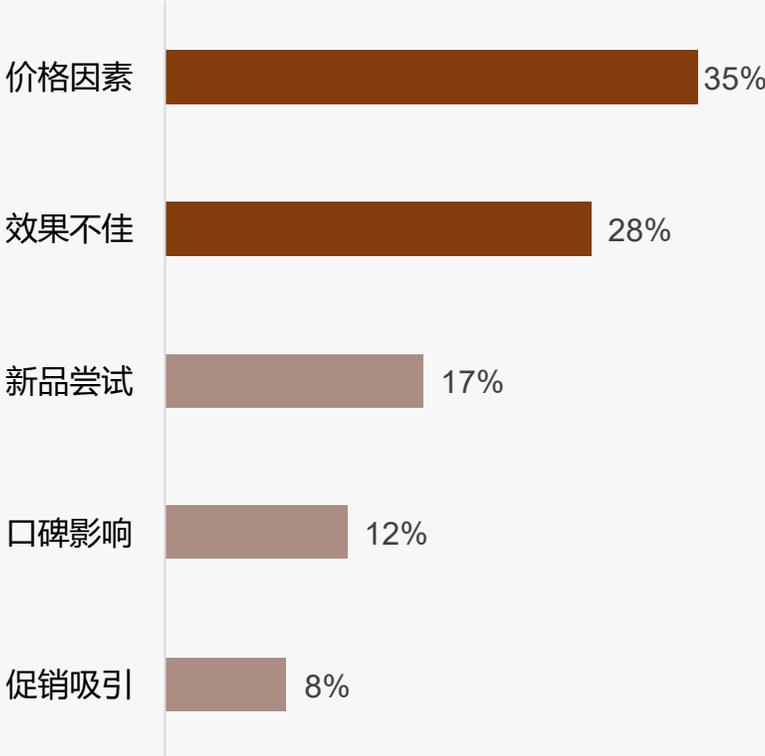
- ◆左旋肉碱消费者品牌忠诚度较高，70%以上复购率合计达54%，其中90%以上复购率为23%，显示近四分之一消费者高度依赖特定品牌。
- ◆更换品牌主要受价格因素（35%）和效果不佳（28%）驱动，合计占63%，反映消费者对性价比和产品功效的高度关注。

2025年中国左旋肉碱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年中国左旋肉碱更换品牌原因分布

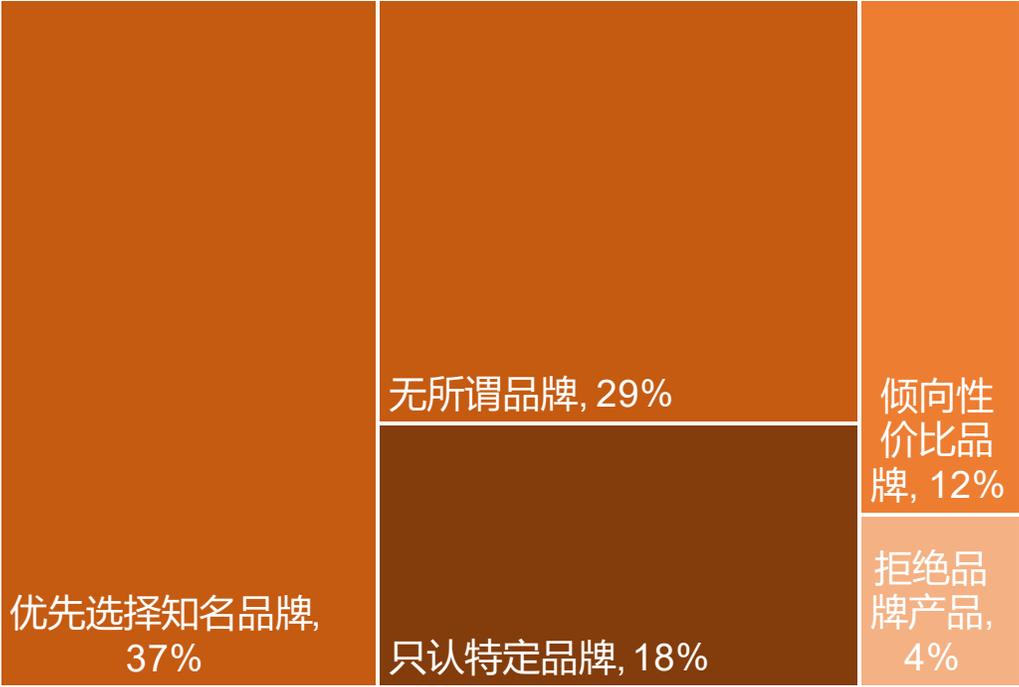


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

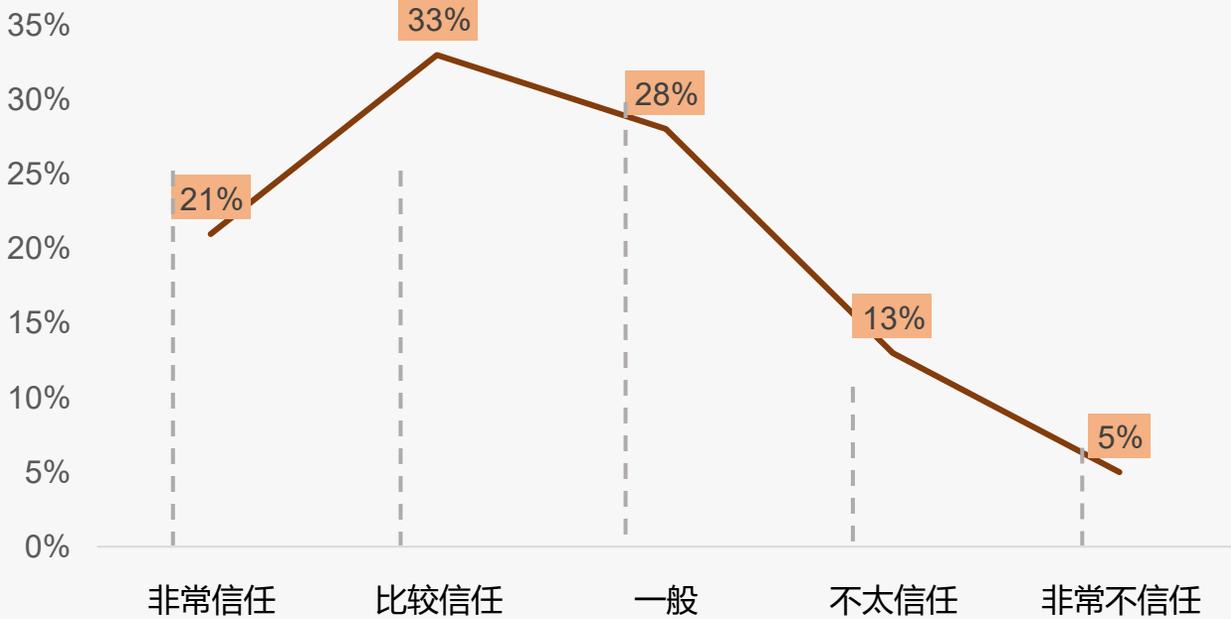
品牌认知主导消费 信任度普遍较高

- ◆左旋肉碱消费者中，37%优先选择知名品牌，18%只认特定品牌，显示品牌认知和忠诚度在购买决策中起关键作用。
- ◆对品牌产品态度积极，54%消费者表示信任（21%非常信任，33%比较信任），仅5%非常不信任，凸显品牌信任度高。

2025年中国左旋肉碱品牌产品消费意愿分布



2025年中国左旋肉碱品牌产品态度分布

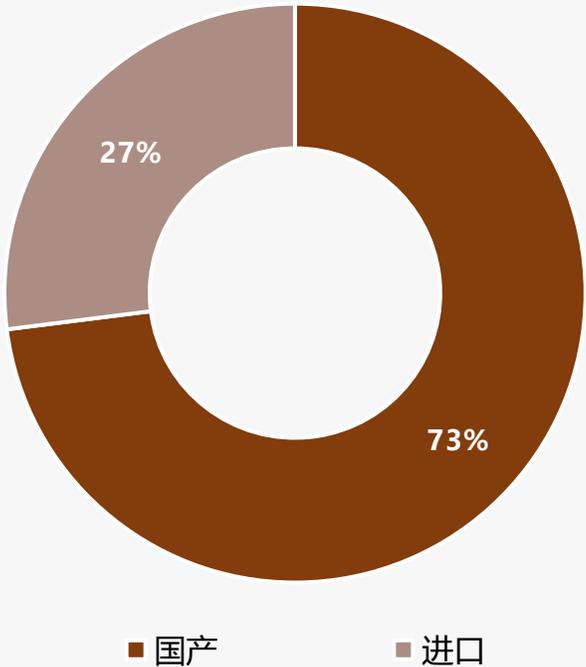


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

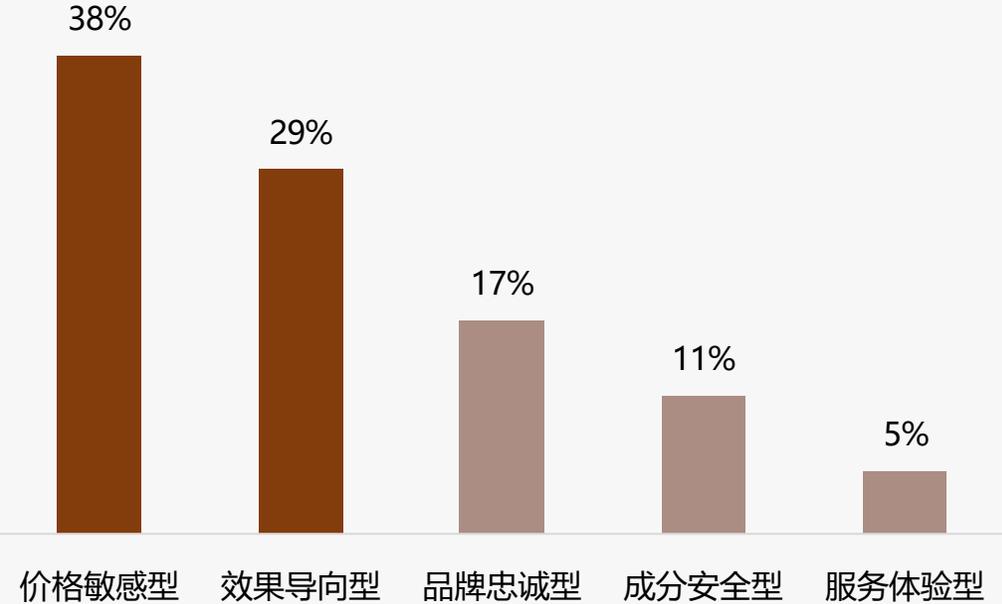
国产品牌主导 价格效果驱动

- ◆国产品牌消费占比73%，进口品牌27%，显示本土产品在左旋肉碱市场占据绝对主导地位，消费者偏好明显。
- ◆价格敏感型消费者占比38%，效果导向型29%，表明市场以价格和功效为主要驱动因素，品牌忠诚度相对较低。

2025年中国左旋肉碱国产与进口品牌消费分布



2025年中国左旋肉碱品牌偏好类型分布

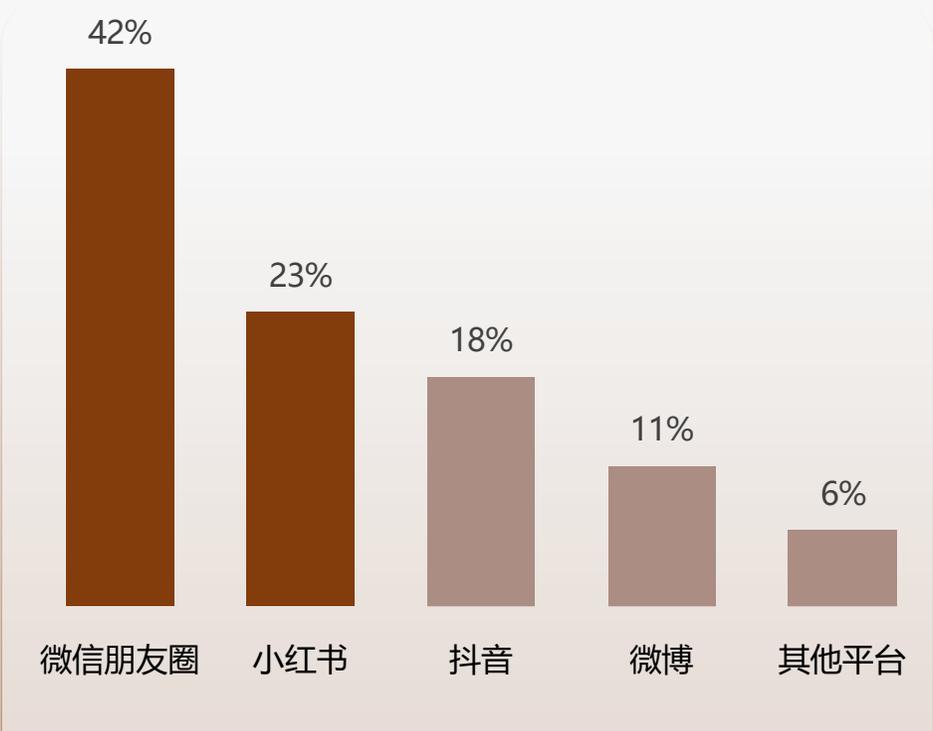


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

用户信赖真实体验 产品评测主导决策

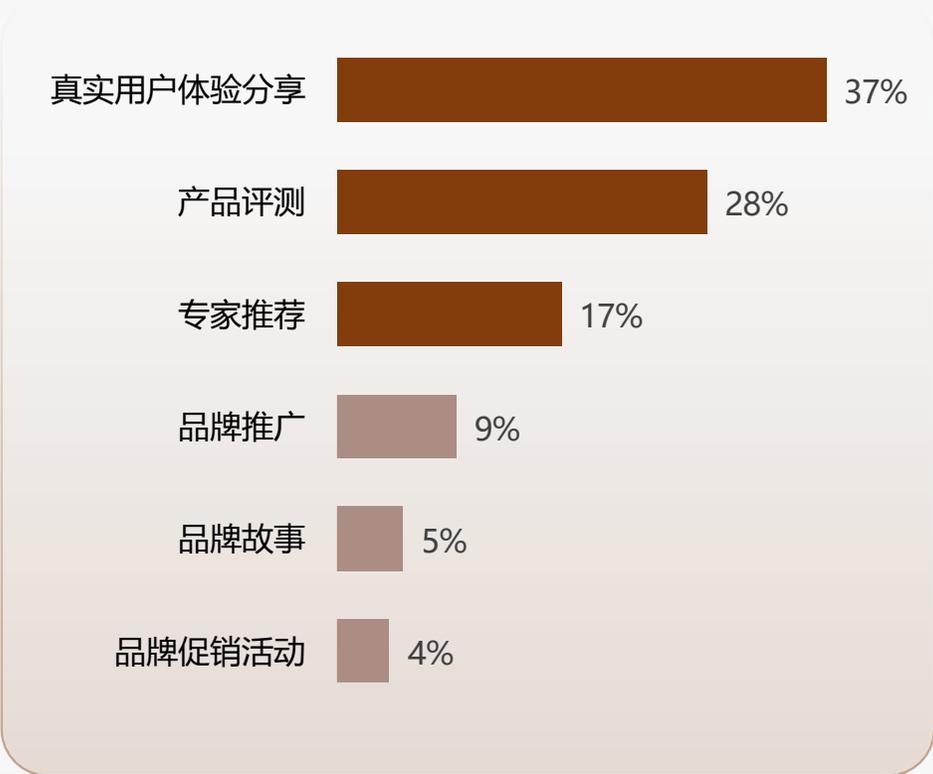
- ◆微信朋友圈以42%的占比成为左旋肉碱社交分享的主要渠道，远超其他平台。内容类型中，真实用户体验分享占比最高，达37%，产品评测28%紧随其后。
- ◆真实用户体验分享和产品评测合计占65%，表明消费者更信赖个人实践和客观评估。专家推荐占17%，品牌直接营销接受度较低。

2025年中国左旋肉碱社交分享渠道分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

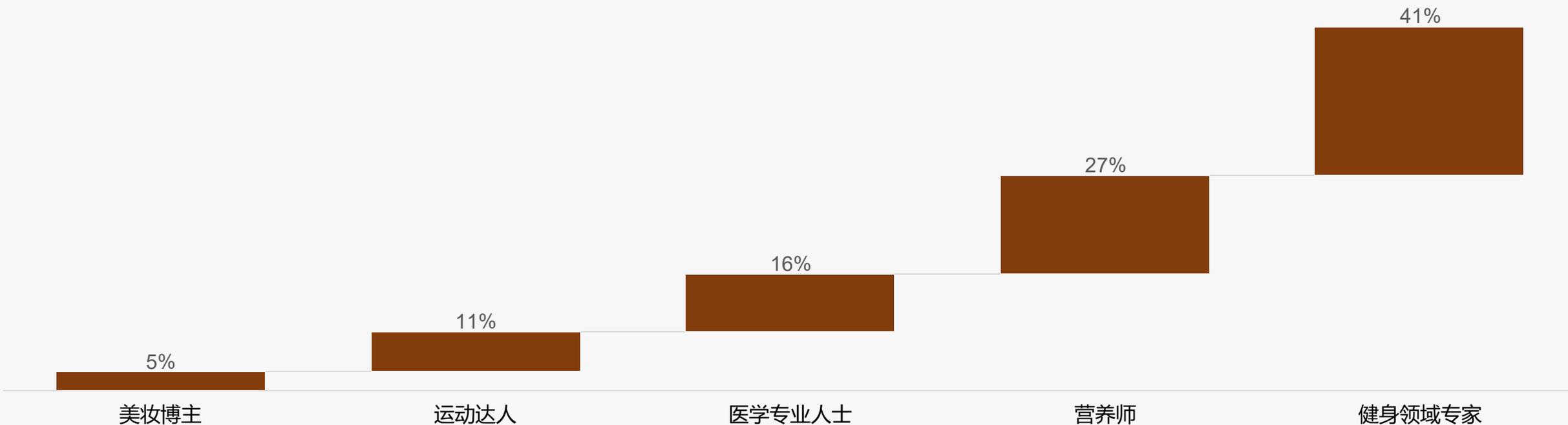
2025年中国左旋肉碱社交内容类型分布



健身营养专家主导左旋肉碱信任

- ◆调查显示，健身领域专家以41%的信任度成为消费者获取左旋肉碱内容的首选，营养师以27%次之，突显专业健身和营养知识的主导地位。
- ◆医学专业人士仅占16%，运动达人和美妆博主分别占11%和5%，反映该产品更关联运动和健康领域，而非医疗或美容。

2025年中国左旋肉碱社交信任博主类型分布

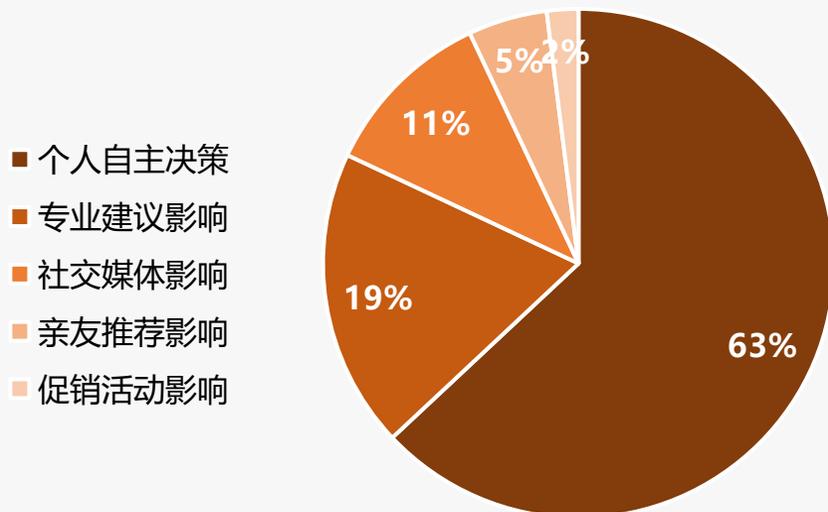


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

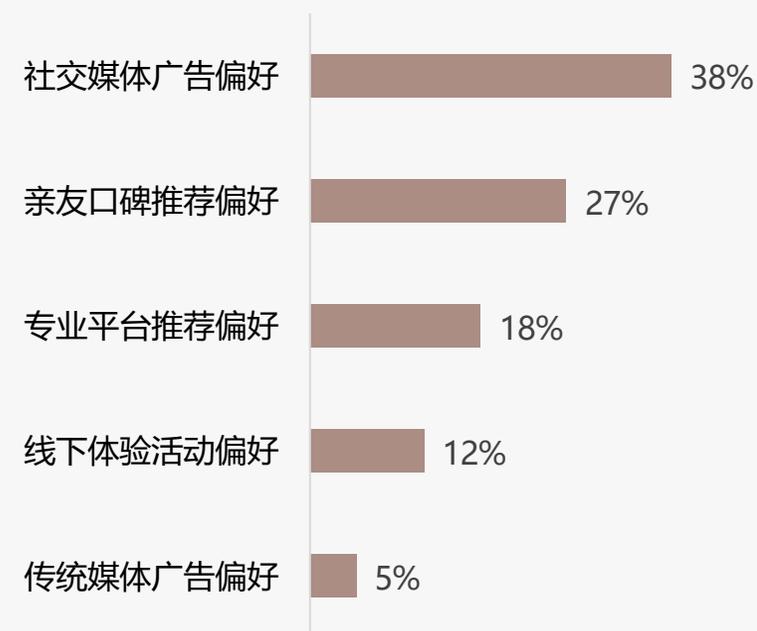
社交媒体亲友推荐主导消费决策

- ◆左旋肉碱消费者偏好社交媒体广告占比38%，亲友口碑推荐占比27%，两者合计65%，显示数字营销与社交影响是主要决策因素。
- ◆专业平台推荐占比18%，线下体验活动占比12%，传统媒体广告仅5%，反映专业信息重要而传统渠道吸引力较弱。

2025年中国左旋肉碱消费决策者类型分布



2025年中国左旋肉碱家庭广告偏好分布

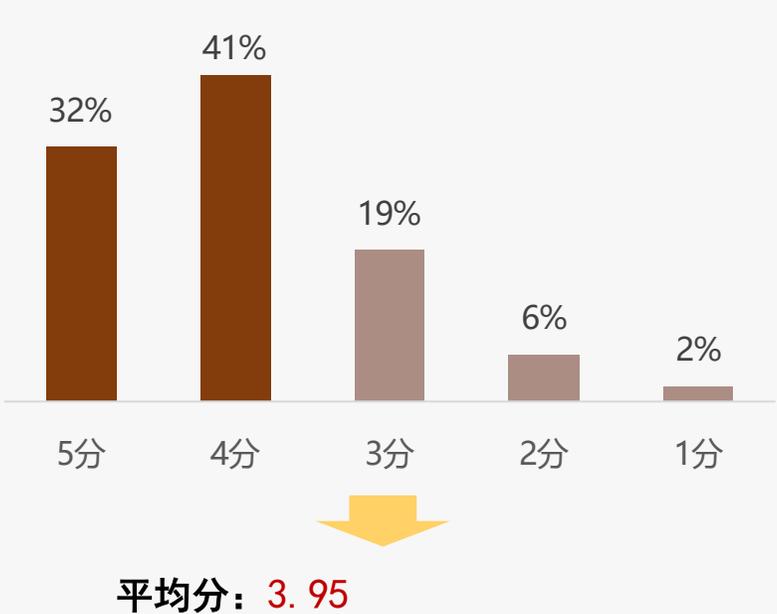


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

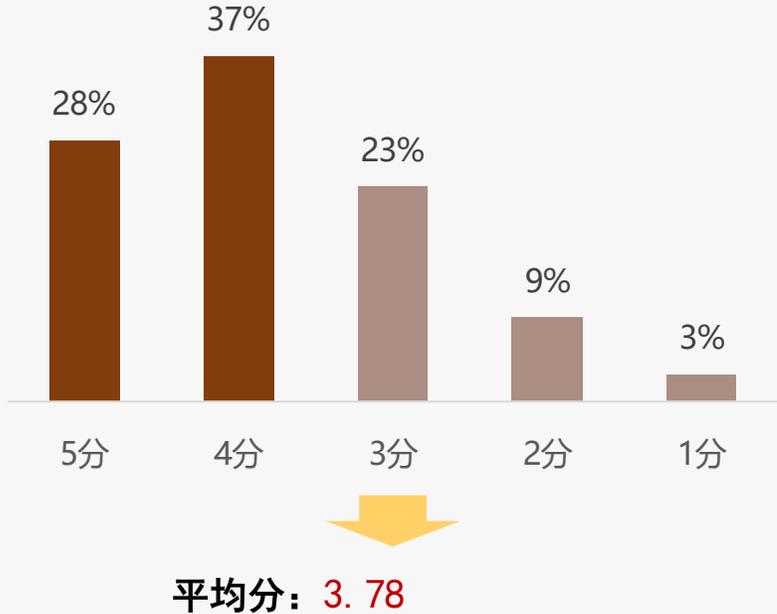
退货体验满意度较低需重点关注改进

- ◆线上消费流程满意度较高，4分和5分占比合计73%；退货体验满意度相对较低，5分和4分占比合计65%，显示退货环节需改进。
- ◆客服满意度与消费流程相近，4分和5分占比合计70%；退货体验中3分占比23%，表明部分消费者对退货持中性态度。

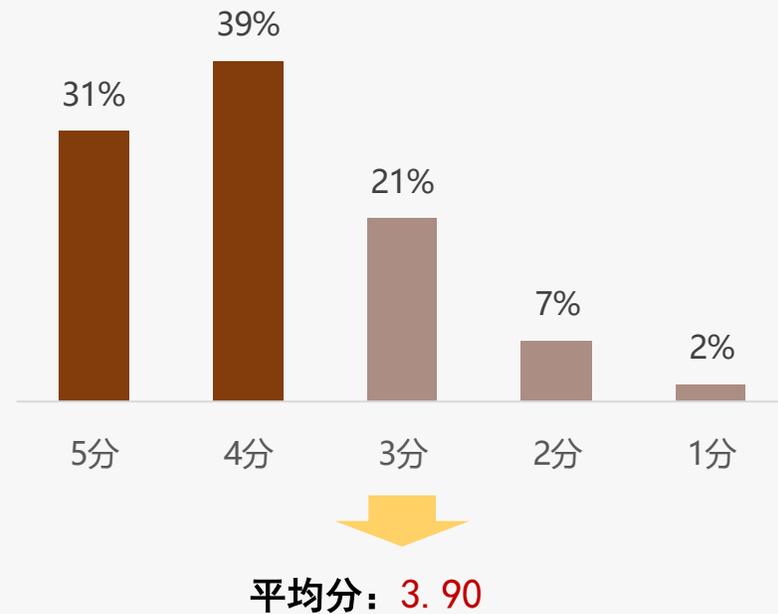
2025年中国左旋肉碱线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国左旋肉碱退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国左旋肉碱线上客服满意度分布（满分5分）

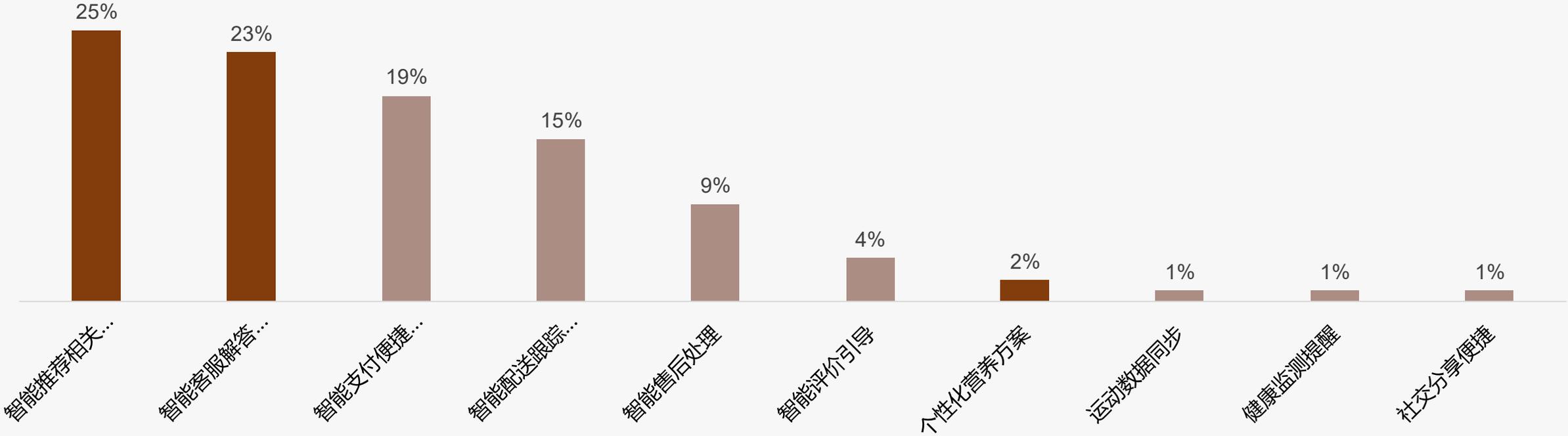


样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

智能推荐客服支付主导消费体验

- ◆线上消费智能服务中，智能推荐相关产品占比27%，智能客服解答疑问占23%，智能支付便捷体验占19%，显示消费者对个性化推荐、即时客服和便捷支付需求突出。
- ◆智能配送跟踪服务占15%，而智能售后处理、评价引导等占比均低于10%，表明服务体验集中在核心环节，其他智能功能应用相对有限。

2025年中国左旋肉碱线上智能服务体验分布



样本：左旋肉碱行业市场调研样本量N=1276，于2025年9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