华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年一～三季度宠物香波浴液市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Pet Shampoo Bath Liquid 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。

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：女性中青年家庭是宠物香波消费主力

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 女性消费者占比58%，26-45岁中青年占66%，家庭养宠场景占41%
- 中等收入群体（5-12万元）占61%，新一线和二线城市合计占58%
- 核心消费群体集中在发展中城市，家庭场景驱动消费需求

## 启示

✓ **聚焦女性中青年家庭市场**

品牌应针对女性中青年家庭开发产品，强化家庭使用场景营销，提升产品在目标人群中的渗透率。

✓ **优化产品定价与渠道布局**

基于中等收入群体和新一线城市需求，制定合理价格策略，加强线上线下渠道覆盖，提升市场占有率。

# 核心发现2：中频次中等规格产品主导市场

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 每月使用一次占35%，每2-3月一次占24%，中频消费合计59%主导市场
- 500ml规格最受欢迎占31%，200-300ml占27%，中容量需求强劲
- 单次支出30-50元占35%，夏季消费占34%，显示中端市场潜力

## 启示

✓ **强化中频次产品供应**

品牌应重点开发适合中频使用的产品，优化包装规格和促销策略，满足定期消费习惯。

✓ **提升产品使用便捷性**

采用挤压瓶等便捷设计（偏好占38%），增强用户体验，结合季节需求推出针对性产品。

# 核心发现3：功效与健康需求驱动消费决策

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 产品功效是首要购买因素占26%，温和无刺激功能偏好最高占24%
- 保持宠物卫生是核心动机占31%，预防疾病占18%，健康需求突出
- 消费者高度依赖真实使用体验和专业建议，品牌官方信任度较低

## 启示

✓ **突出产品功效与安全性**

品牌需强化产品实际效果宣传，注重温和无刺激配方，提升宠物适应性和安全性。

✓ **加强专业背书与口碑营销**

利用宠物医生、资深用户等专业资源进行推荐，通过真实体验分享提升信任度和转化率。

# 品牌方行动清单



**核心逻辑：聚焦女性中青年家庭，以功效和健康驱动消费**

## 1、产品端

- ✓ 开发温和无刺激功能产品
- ✓ 优化500ml挤压瓶包装设计

## 2、营销端

- ✓ 强化微信朋友圈真实体验分享
- ✓ 利用宠物医生专业推荐背书

## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升满意度
- ✓ 提供个性化使用建议服务

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** 宠物香波浴液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香波浴液品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对宠物香波浴液的购买行为；
- 宠物香波浴液市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法
Research Method

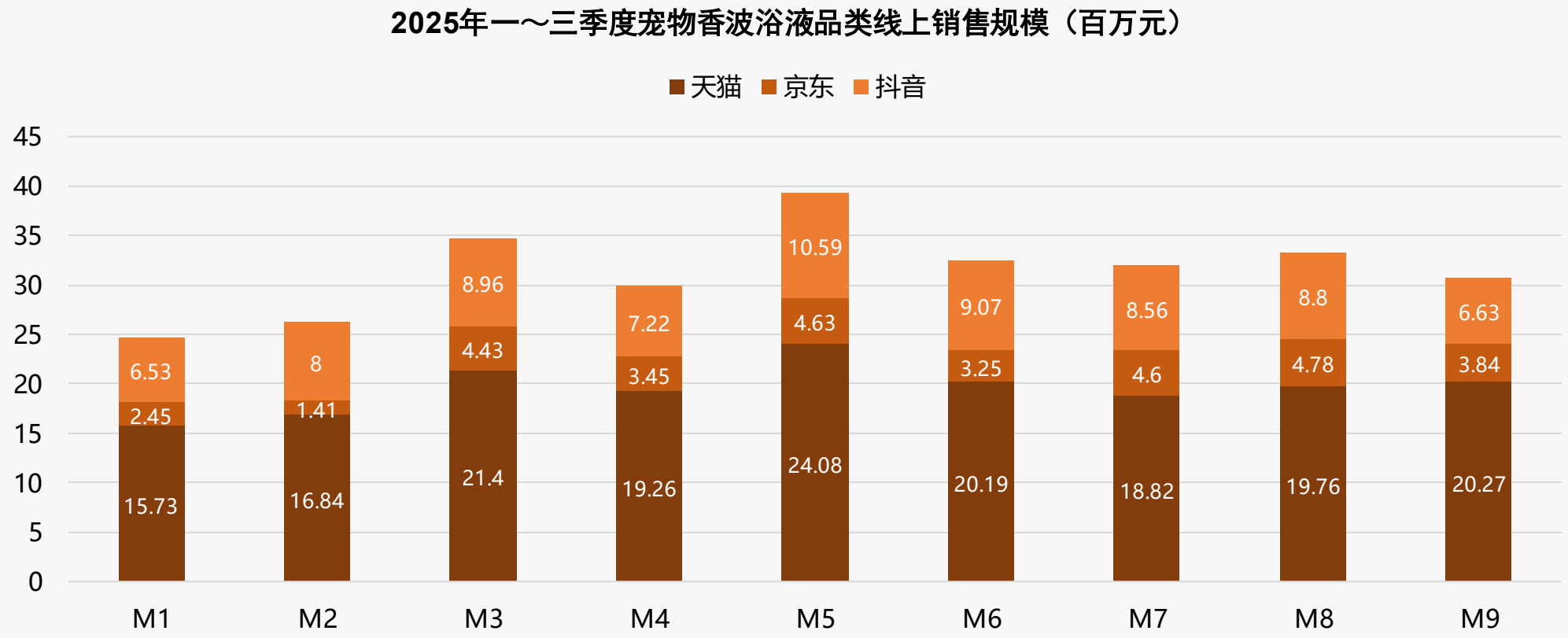
- **数据分析法** ：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算宠物香波浴液品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法** ：对比不同月份、不同平台宠物香波浴液品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 抖音增长 季度波动显著

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从平台份额看，天猫以15.6亿元（占比48.7%）主导市场，抖音9.4亿元（29.3%）增长迅猛，京东4.2亿元（13.1%）份额最低。天猫凭借品牌信任度保持领先，抖音通过内容电商快速渗透，京东需加强宠物垂类运营以提升竞争力。

◆ 季度趋势显示：Q1销售额9.6亿元，Q2升至10.5亿元，Q3回落至9.4亿元。Q2受季节性洗护需求推动增长，Q3或因消费淡季及促销减少导致下滑，建议Q4强化营销以拉动年末销售。



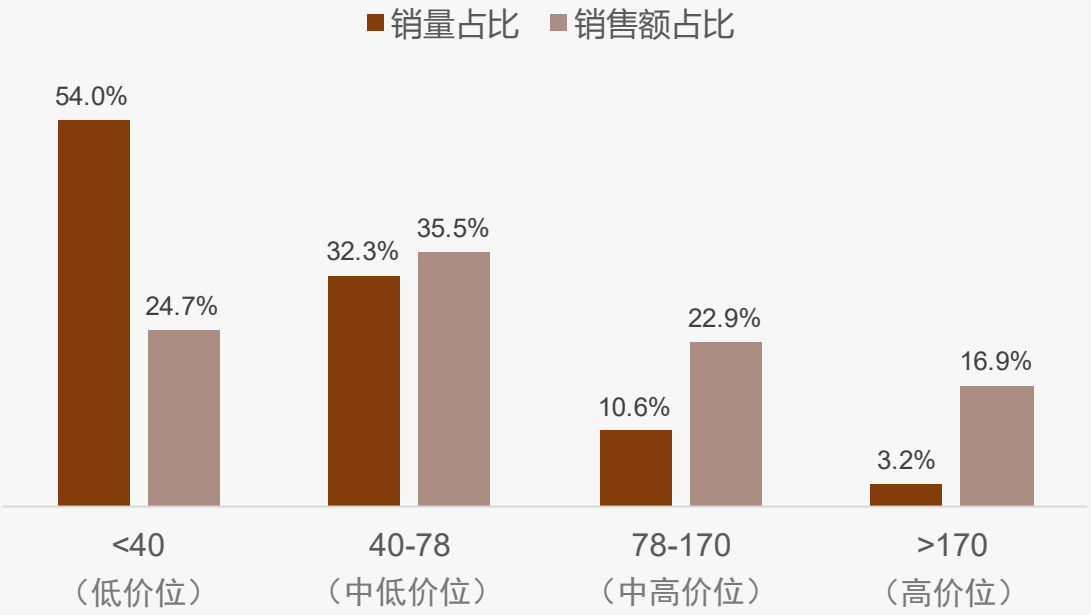
# 宠物香波低价主导 中高端盈利潜力大

华信人咨询
HXN CONSULTING

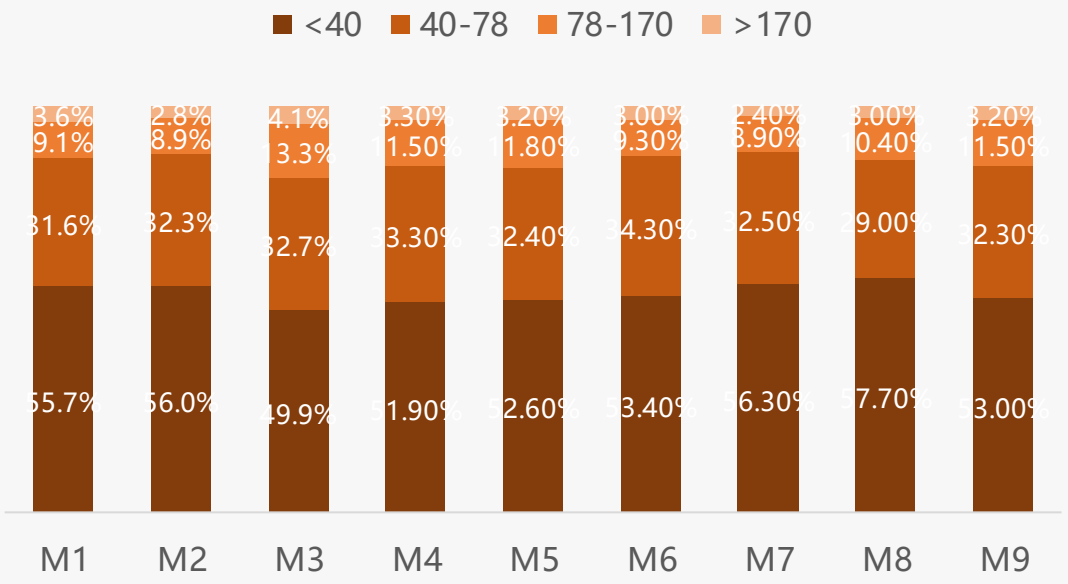
◆ 从价格带结构看，宠物香波市场呈现明显的金字塔分布。低价位（<40元）销量占比54.0%但销售额仅占24.7%，反映该区间以价换量特征显著，毛利率承压；中价位（40-78元）销量占比32.3%贡献35.5%销售额，成为核心利润区间；高价位（>170元）虽销量仅3.2%但销售额占比达16.9%，显示高端化潜力。建议优化产品组合，提升中高端占比以改善整体ROI。

◆ 月度销量分布显示消费韧性不足。1-9月低价位（<40元）销量占比波动于49.9%-57.7%，3月占比骤降后逐步回升，反映价格敏感型消费者在促销后回流；中价位（40-78元）占比稳定在29.0%-34.3%，需求相对刚性；高价位（>170元）占比在2.4%-4.1%间窄幅震荡，增长动能偏弱。需加强用户教育，推动消费升级以稳定增长。

**2025年一～三季度宠物香波浴液线上不同价格区间销售趋势**




**宠物香波浴液线上价格区间-销量分布**



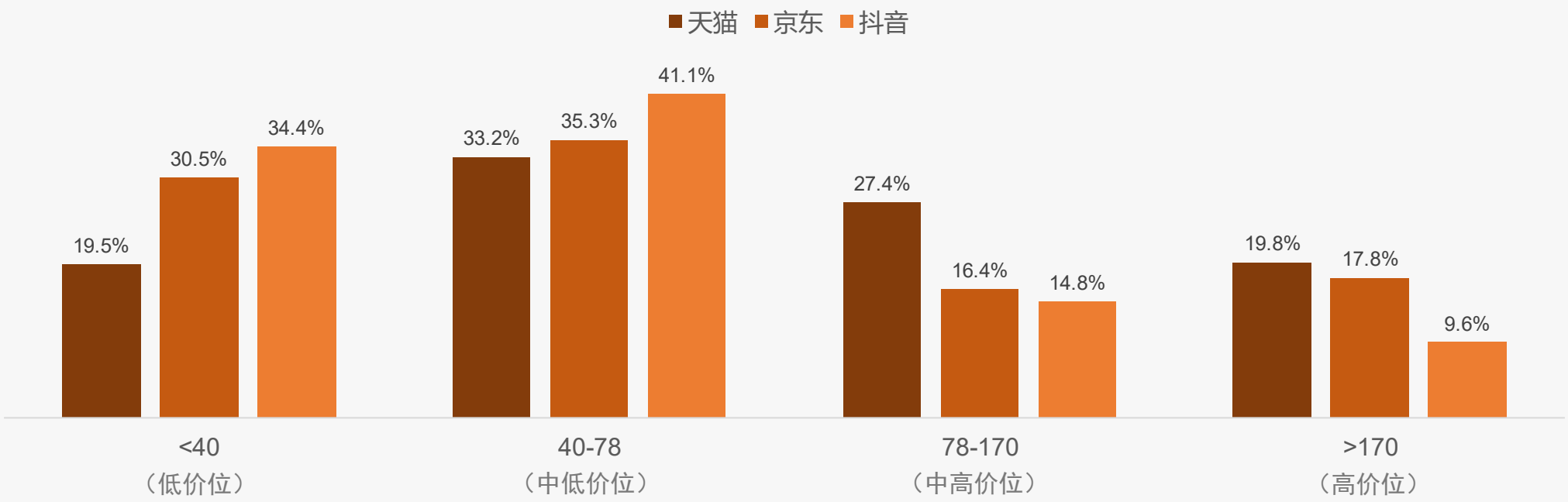
# 中低价主导 天猫高端优势 抖音性价比

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从价格带分布看，三大平台均以中低价位（40-78元）为主销区间，占比均超30%，其中抖音占比最高达41.1%，反映价格敏感型消费主导市场。平台间对比显示，低价位（<40元）占比抖音（34.4%）>京东（30.5%）>天猫（19.5%），表明其以性价比驱动销售；天猫中高价位（78-170元及>170元）凸显天猫在高端市场优势，可能源于品牌集中度和用户忠诚度。

◆ 业务含义上，中低价位占比高提示市场同质化风险，需通过产品差异化提升ROI；天猫高端占比突出，可优化库存周转率，强化品牌矩阵；整体数据缺乏同比，建议结合历史趋势分析增长动力，避免过度依赖价格竞争。

**2025年一～三季度各平台宠物香波浴液不同价格区间销售趋势**



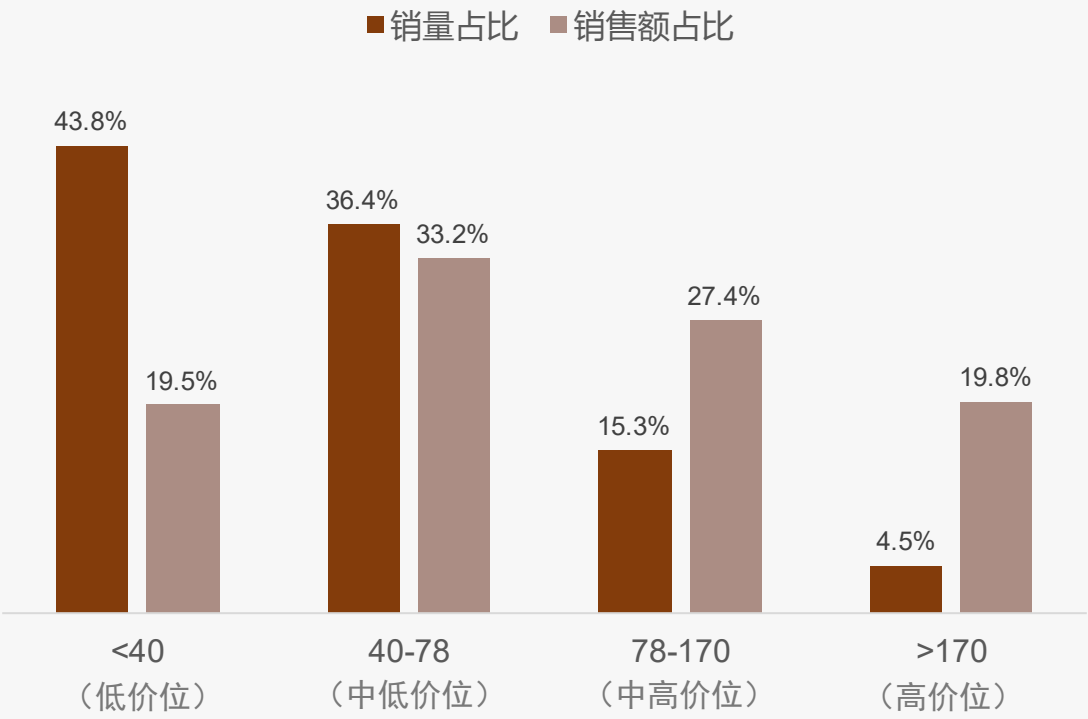
# 宠物香波中高端主导市场消费升级

华信人咨询
HXN CONSULTING

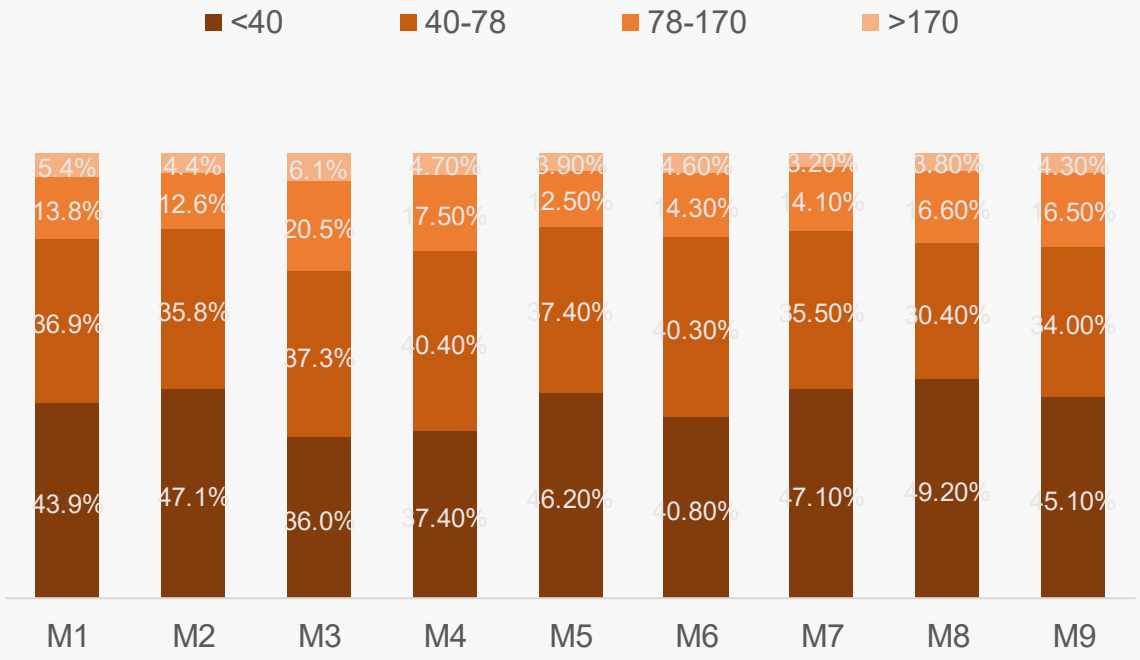
◆ 从价格区间结构看，<40元低价产品销量占比43.8%但销售额仅占19.5%，显示该区间客单价偏低；40-78元中端产品销量占比36.4%贡献33.2%销售额，是核心利润区间；78-170元及>170元高端产品合计销售额占比达47.2%，表明市场存在明显消费升级趋势。整体价格带波动显示消费者在不同时段对价格敏感度存在差异。

◆ 销售额集中度分析：中高端产品（40-170元）合计销售额占比60.6%，构成市场主力；>170元超高端产品以4.5%销量贡献19.8%销售额，客单价显著高于其他区间；低价产品虽销量占比高但创收能力有限，建议优化产品组合提升整体ROI。

**2025年一～三季度天猫平台宠物香波浴液不同价格区间销售趋势**




**天猫平台宠物香波浴液价格区间-销量分布**



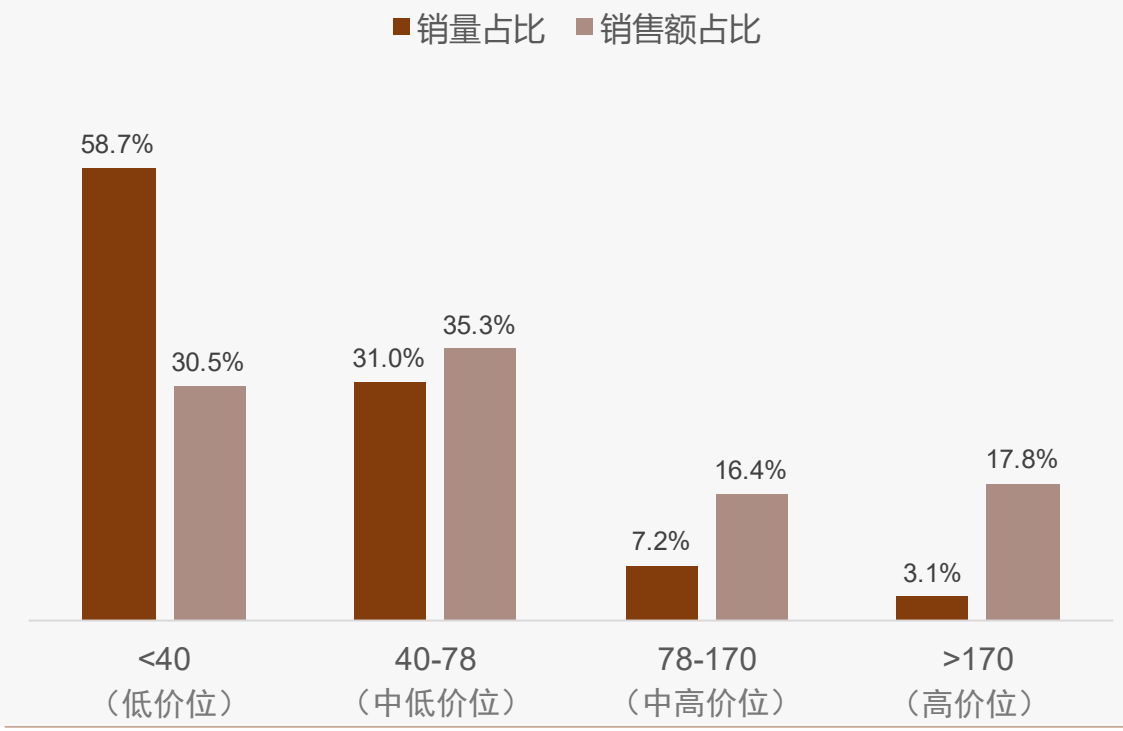
# 宠物香波高端化 销量降 结构优化

华信人咨询
HXN CONSULTING

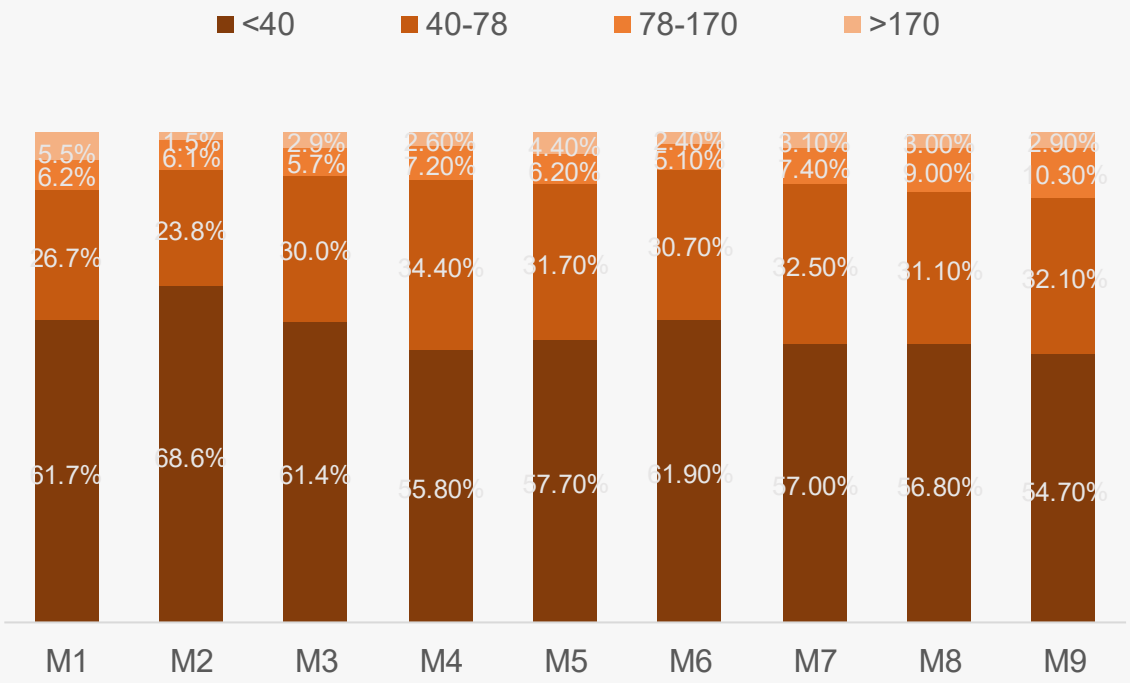
◆ 从价格区间结构看，京东平台宠物香波呈现明显金字塔分布：<40元低端产品销量占比58.7%但销售额仅占30.5%，而>170元高端产品销量仅3.1%却贡献17.8%销售额，显示高端产品客单价优势显著。月度销量分布显示结构性变化：<40元区间占比从M1的61.7%波动下降至M9的54.7%，同时78-170元中高端区间从6.2%稳步提升至10.3%，反映消费升级趋势。

◆ 价格带效率分析揭示：40-78元区间以31.0%销量贡献35.3%销售额，销售效率最高；而<40元区间销量占比58.7%仅贡献30.5%销售额，周转率偏低。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结构。

**2025年一～三季度京东平台宠物香波浴液不同价格区间销售趋势**




**京东平台宠物香波浴液价格区间-销量分布**



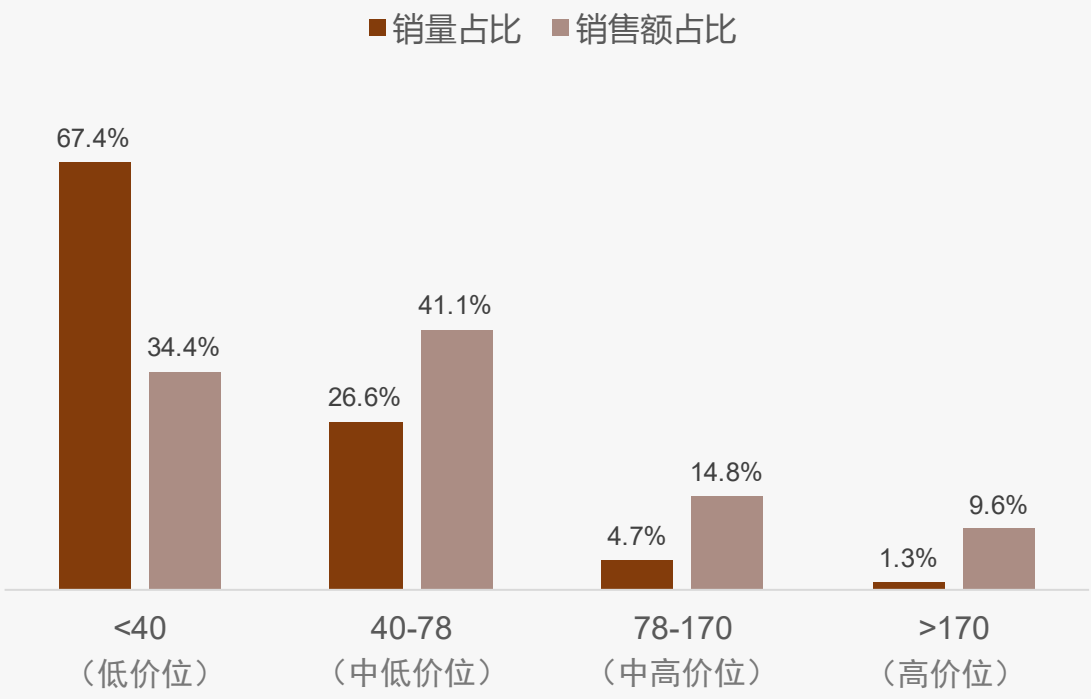
# 抖音宠物香波低价主导利润中端优化

华信人咨询
HXN CONSULTING

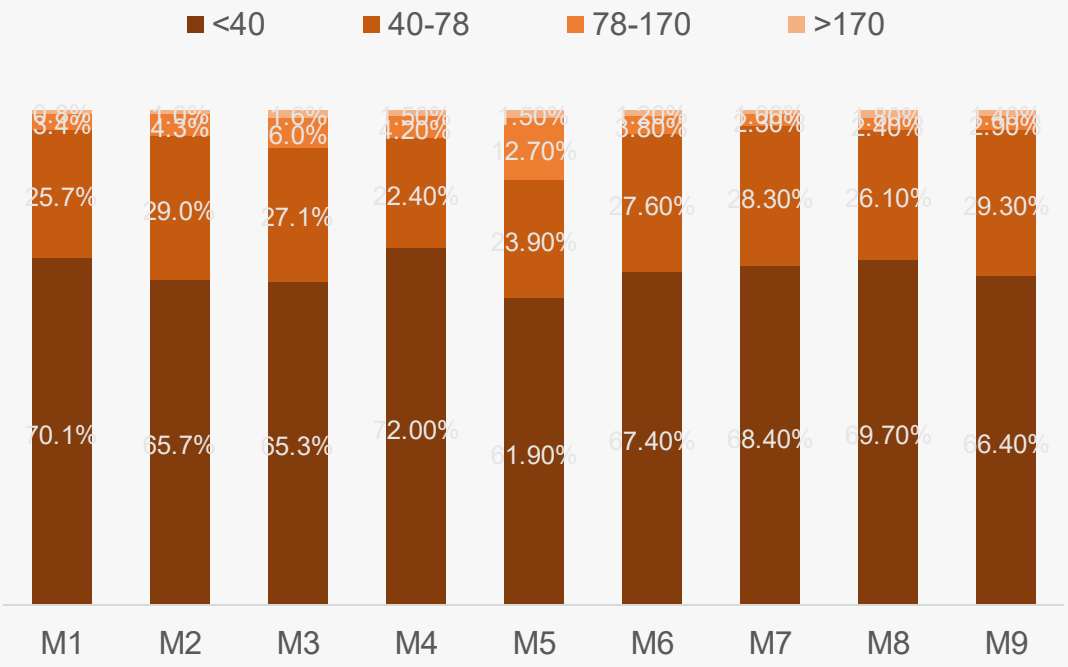
◆ 从价格带结构看，抖音平台宠物香波呈现明显的低端主导特征。<40元价格带销量占比67.4%但销售额仅占34.4%，显示该区间产品单价偏低；40-78元价格带以26.6%销量贡献41.1%销售额，成为平台核心利润区间，产品结构存在优化空间。

◆ 月度销量分布显示价格敏感度波动明显。M5月<40元价格带占比降至61.9%，同时78-170元区间跃升至12.7%，反映季节性消费升级趋势；但后续月份迅速回落，表明高端消费缺乏持续性，用户忠诚度有待提升。

**2025年一～三季度抖音平台宠物香波浴液不同价格区间销售趋势**




**抖音平台宠物香波浴液价格区间-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** 宠物香波浴液消费行为、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年内购买过宠物香波浴液的消费者；
- 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=1201 |

# 女性中青年家庭宠物香波消费主力

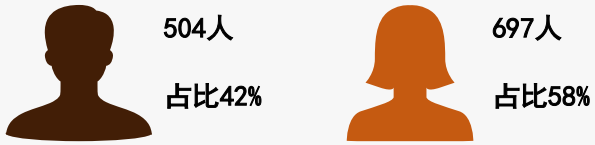
华信人咨询 HXN CONSULTING

◆宠物香波浴液消费群体以女性为主（58%），核心消费人群为26-45岁中青年（合计66%），中等收入群体（5-12万元合计61%）是消费主力。

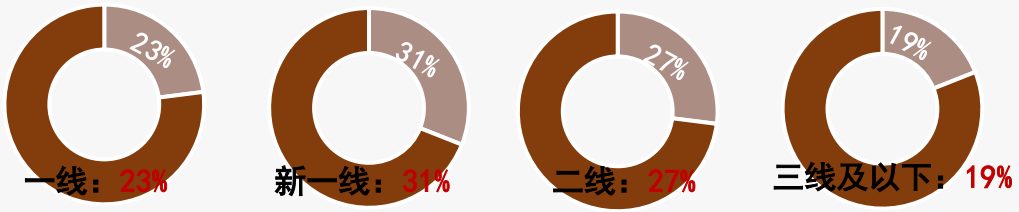
◆家庭养宠场景占比最高（41%），市场重心在新一线和二线城市（合计58%），显示家庭和城市发展水平是主要消费驱动力。

## 2025年中国宠物香波浴液消费者画像

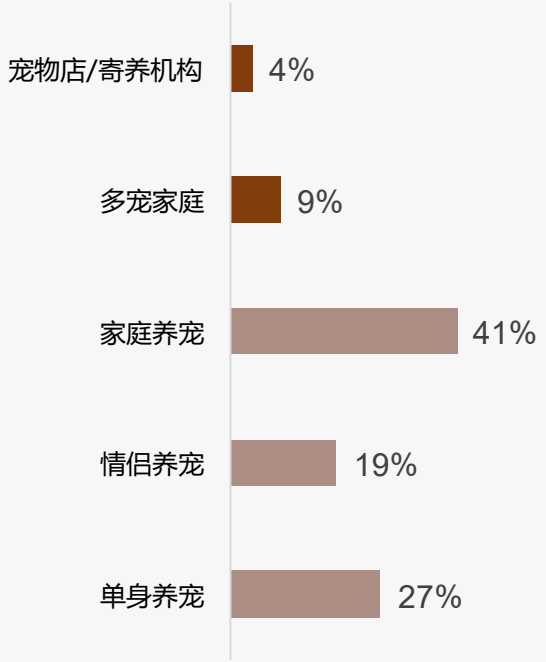
### 性别构成（%）



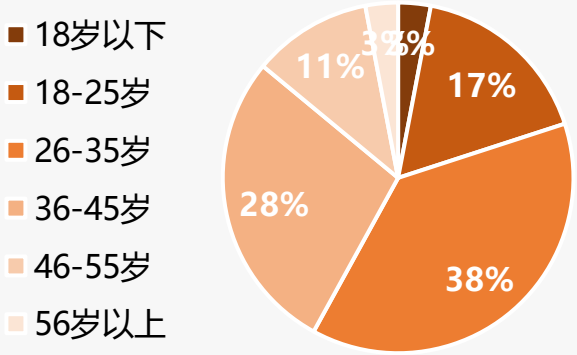

### 城市构成（%）



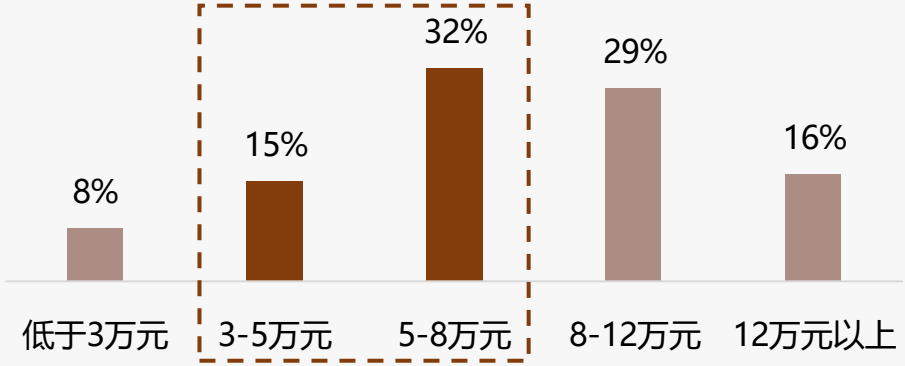

### 宠物主人类型分布（%）




### 年龄构成（%）




### 收入分布（%）




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

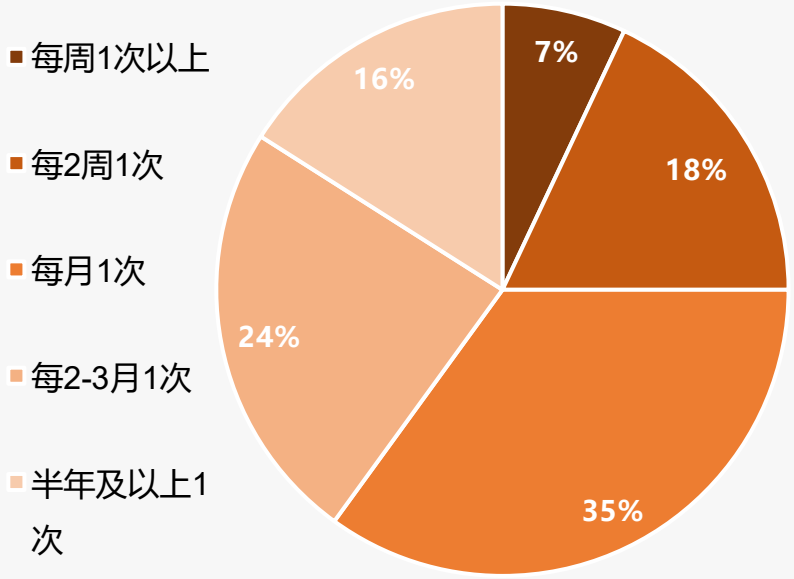
# 中等频率规格主导宠物香波市场

华信人咨询
HXN CONSULTING

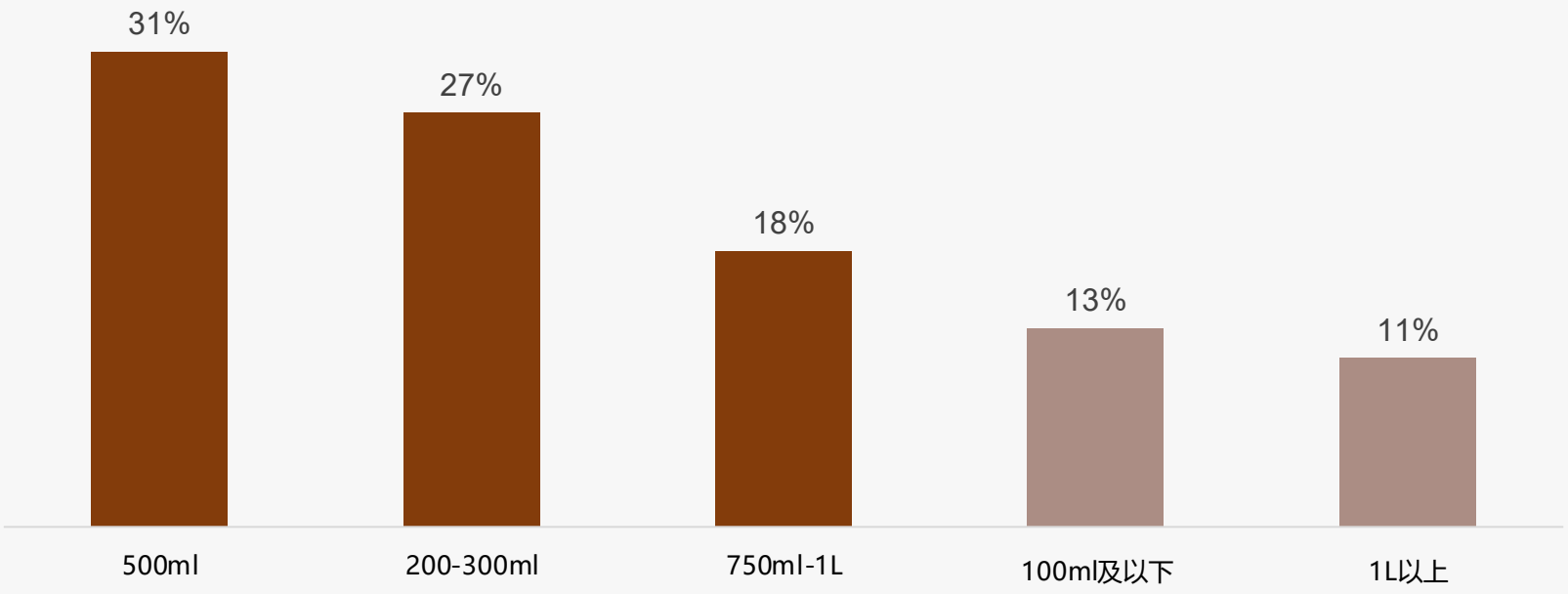
◆消费频率显示每月一次占比最高达35%，每2-3月一次占24%，合计59%主导市场，表明用户偏好中等频率使用宠物香波。

◆产品规格中500ml最受欢迎占31%，200-300ml占27%，显示中等容量需求强劲，而100ml及以下仅13%市场较小。

## 2025年中国宠物香波浴液消费频率分布




## 2025年中国宠物香波浴液产品规格偏好分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

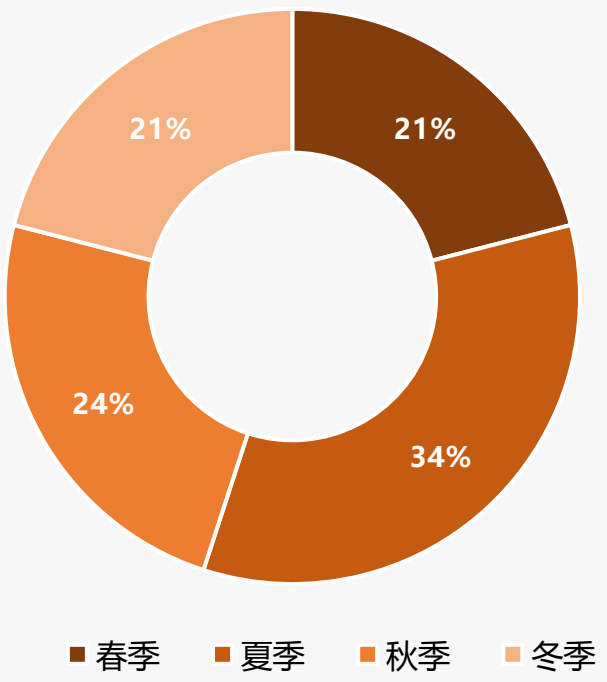
# 中端夏季挤压瓶主导宠物香波

华信人咨询 HXN CONSULTING

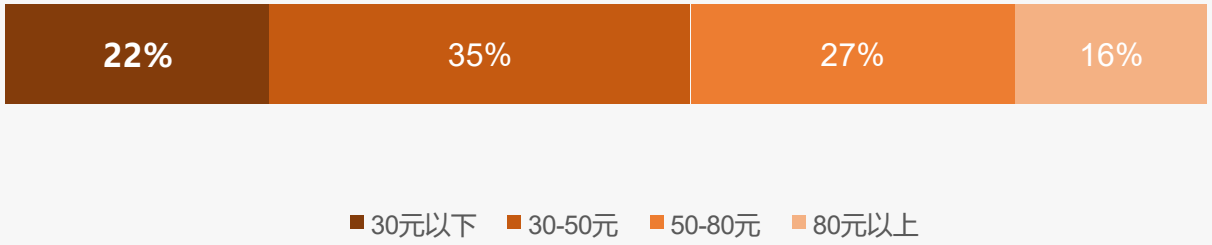
◆宠物香波浴液单次消费以30-50元为主占比35%，夏季消费占比34%显著突出，显示中端市场和季节性需求强劲。

◆包装类型中挤压瓶占比38%远超其他类型，消费者偏好使用便捷设计，为产品开发提供明确方向。

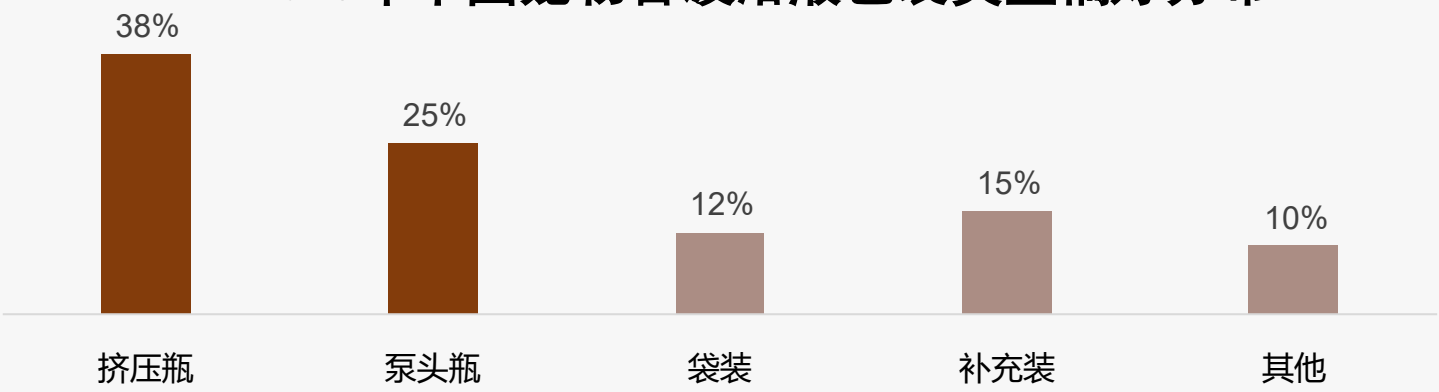
## 2025年中国宠物香波浴液消费季节分布




## 2025年中国宠物香波浴液单次消费支出分布




## 2025年中国宠物香波浴液包装类型偏好分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

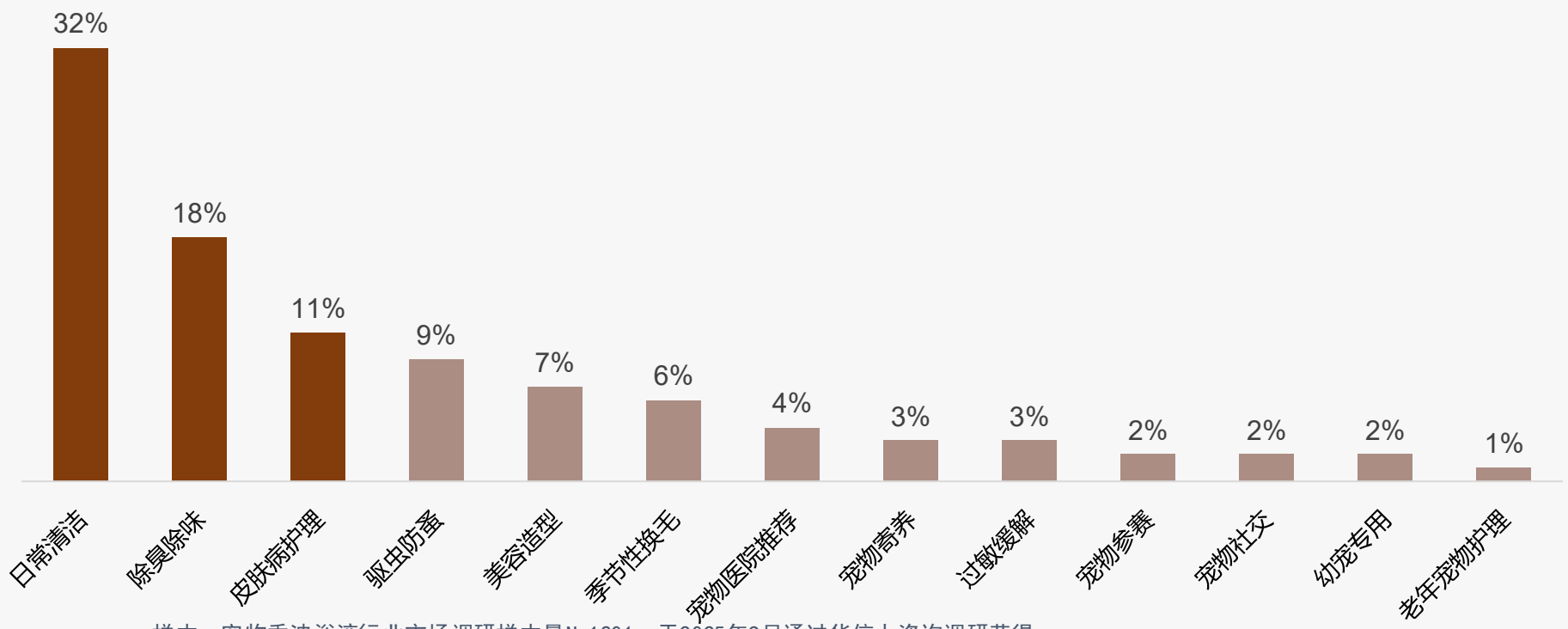
# 清洁除臭主导 周末晚间购买

华信人咨询
HXN CONSULTING

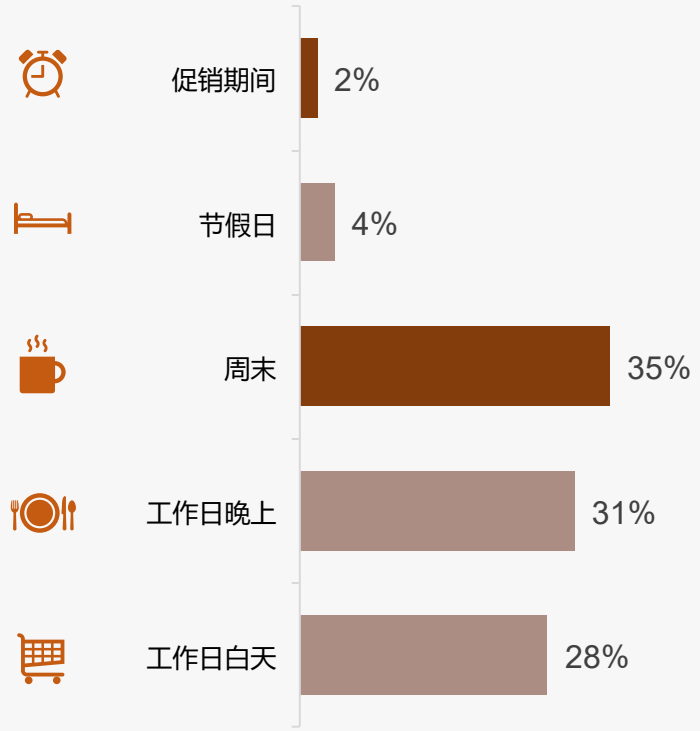
◆宠物香波使用场景以日常清洁（32%）和除臭除味（18%）为主，功能性需求如皮肤病护理（11%）和驱虫防蚤（9%）也较突出。

◆购买时段集中在周末（35%）和工作日晚上（31%），消费者偏好非工作时间购物，促销期间购买仅占2%。

## 2025年中国宠物香波浴液使用场景分布




## 2025年中国宠物香波浴液购买时段分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

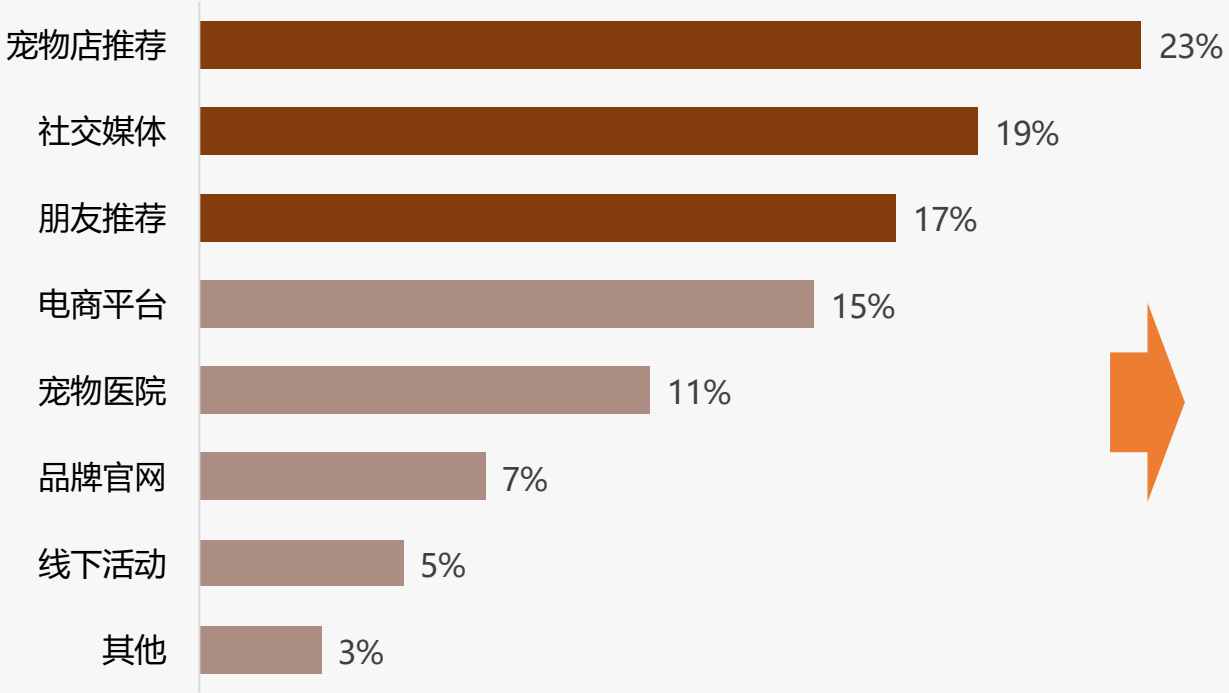
# 宠物香波口碑推荐主导 电商购买渠道领先

华信人咨询 HXN CONSULTING

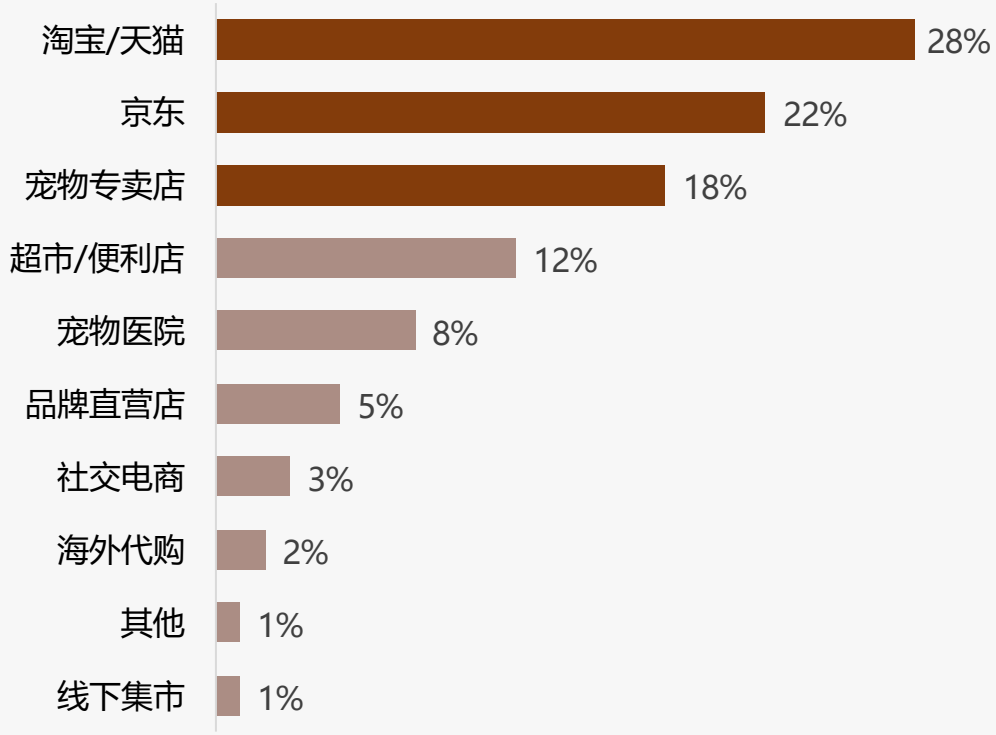
◆产品了解渠道以宠物店推荐23%、社交媒体19%和朋友推荐17%为主，三者合计59%，显示口碑和专业推荐是核心信息来源。

◆购买渠道中淘宝/天猫28%和京东22%合计占50%，电商平台主导；宠物专卖店18%和超市/便利店12%是重要线下补充。

## 2025年中国宠物香波浴液产品了解渠道分布




## 2025年中国宠物香波浴液购买渠道分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

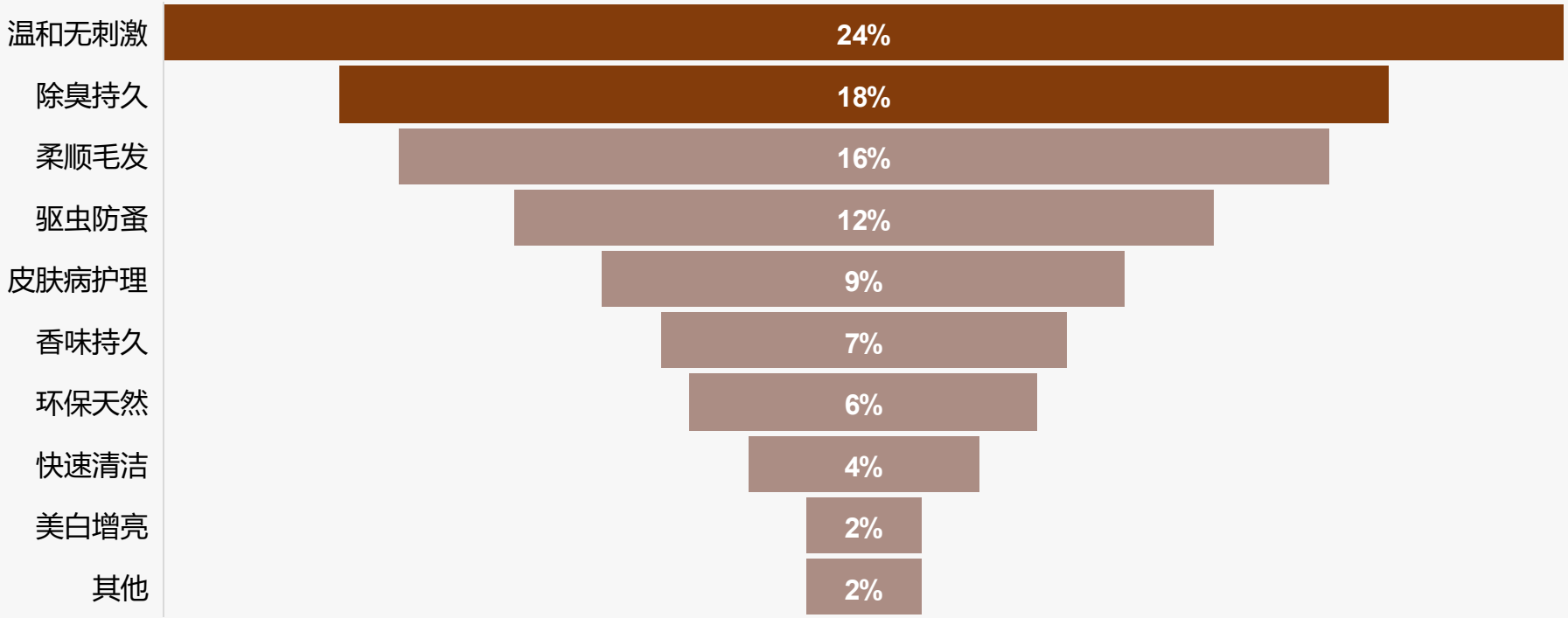
# 温和无刺激 主导宠物香波 功能偏好

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆温和无刺激功能以24%的偏好占比最高，除臭持久和柔顺毛发分别占18%和16%，显示消费者最关注宠物健康与舒适的基础护理需求。

◆驱虫防蚤和皮肤病护理合计21%，而香味持久、环保天然等功能偏好较低，表明市场更注重功能性而非附加特性。

## 2025年中国宠物香波浴液产品功能偏好分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

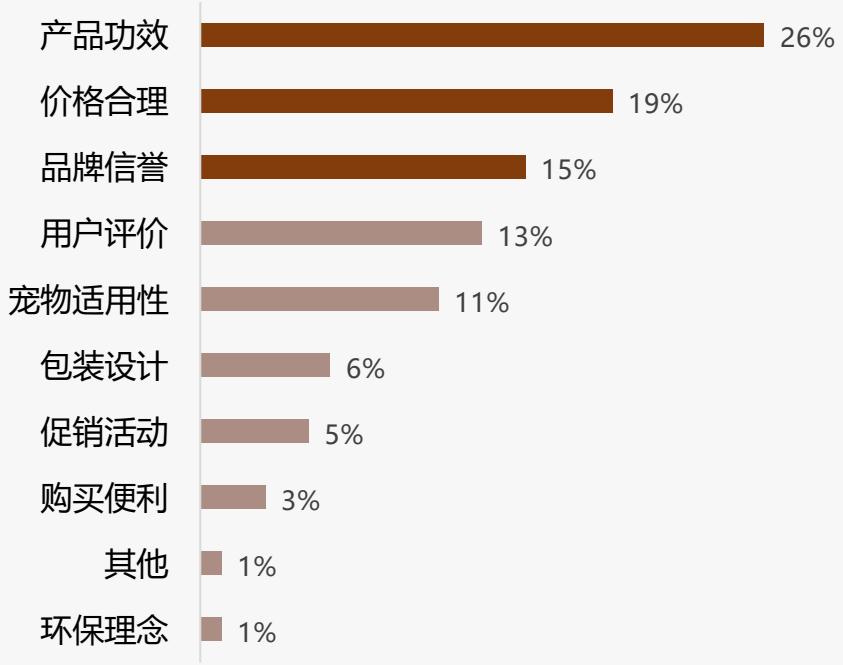
# 功效主导宠物香波消费 健康卫生是核心动机

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物香波购买决策中，产品功效占比最高为26%，价格合理占19%，品牌信誉占15%，用户评价占13%，宠物适用性占11%，显示消费者最关注实际效果与安全性。

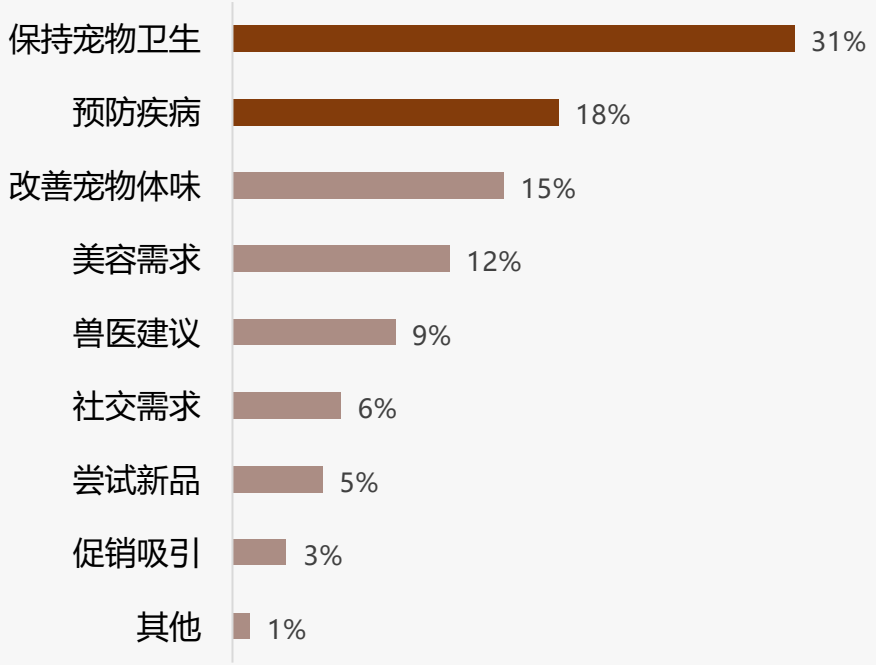
◆消费动机以保持宠物卫生为主占31%，预防疾病占18%，改善宠物体味占15%，美容需求占12%，兽医建议占9%，健康与舒适是核心驱动力。

## 2025年中国宠物香波浴液购买决策因素分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

## 2025年中国宠物香波浴液消费动机分布



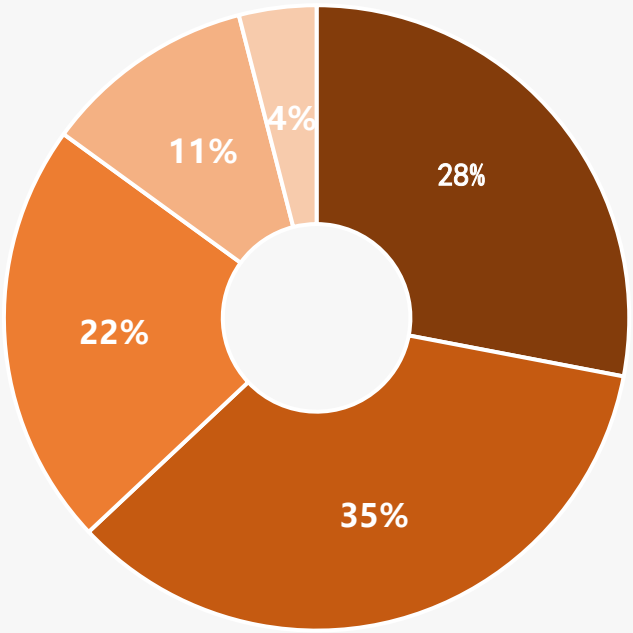
# 宠物香波推荐意愿高 效果价格需改进

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆调查显示63%消费者愿意推荐宠物香波浴液，其中非常愿意28%、比较愿意35%，整体推荐意愿积极。

◆不愿推荐主因是效果不满意(32%)和价格过高(21%)，需优先改进产品效果并优化定价策略。

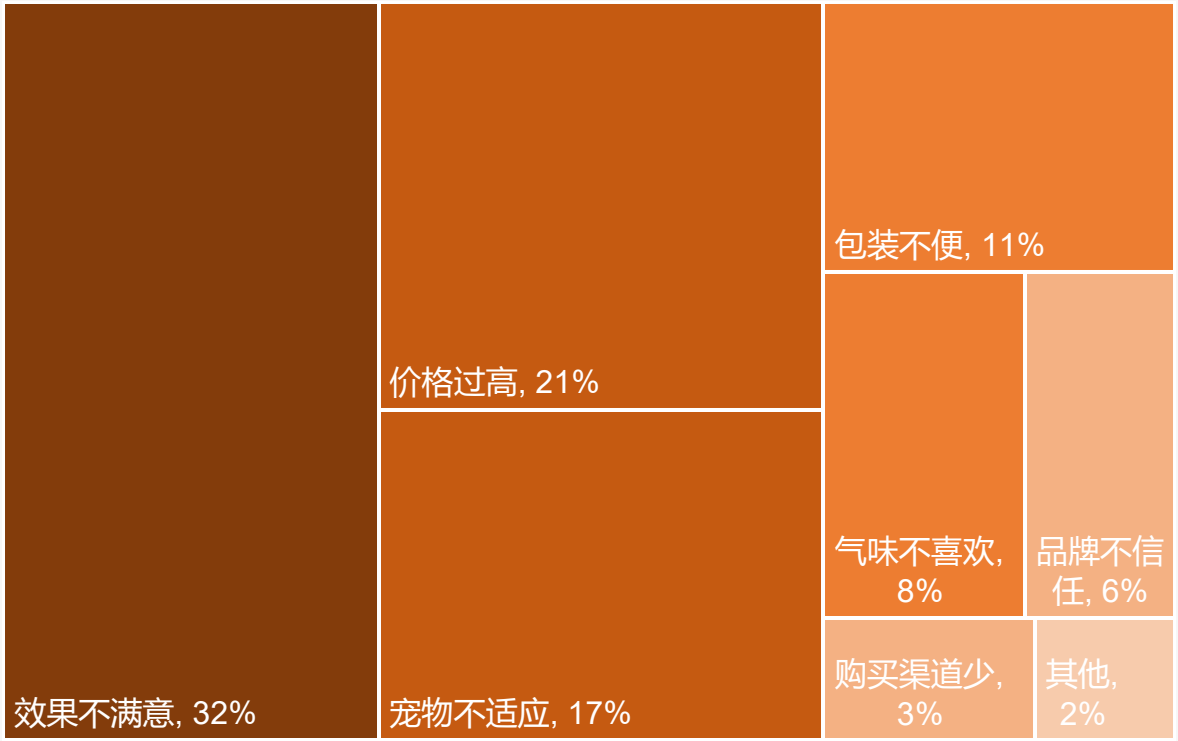
## 2025年中国宠物香波浴液推荐意愿分布




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：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

## 2025年中国宠物香波浴液不愿推荐原因分布



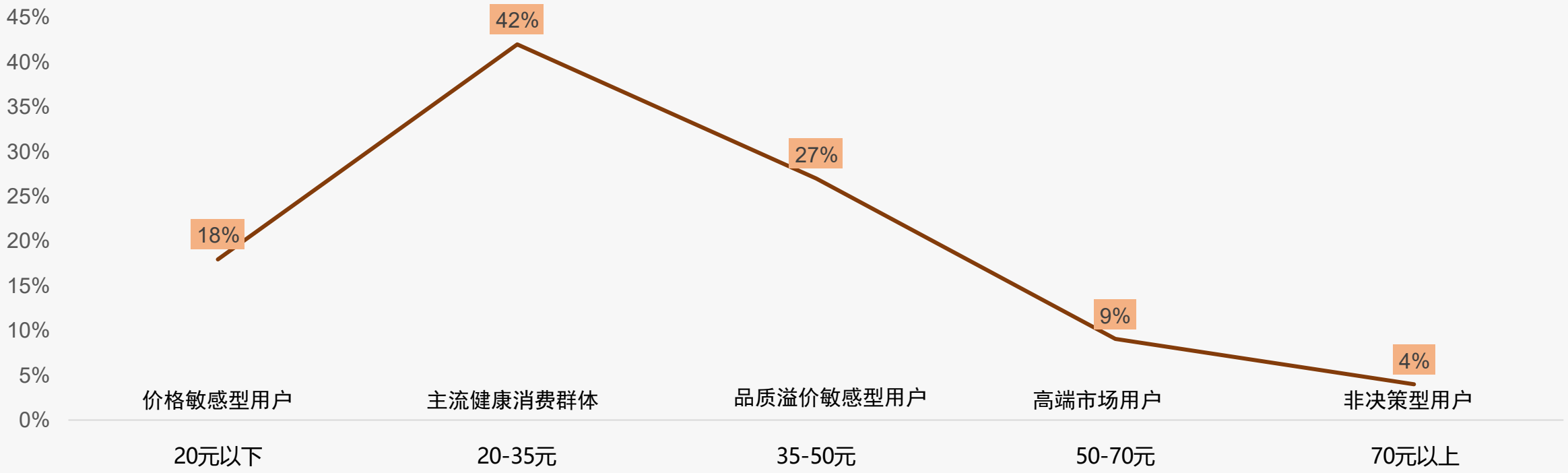
# 宠物香波价格敏感 主流20-35元

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆消费者对500ml宠物香波浴液的价格接受度集中在20-35元区间，占比42%，显示该价位是市场主流选择，企业可优先优化此价位产品。

◆35-50元区间占比27%，中高端市场有需求；50-70元区间仅9%，消费者对中高价位产品持谨慎态度，价格敏感度较高。

## 2025年中国宠物香波浴液500ml规格价格接受度分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以500ml规格宠物香波浴液为标准核定价格区间

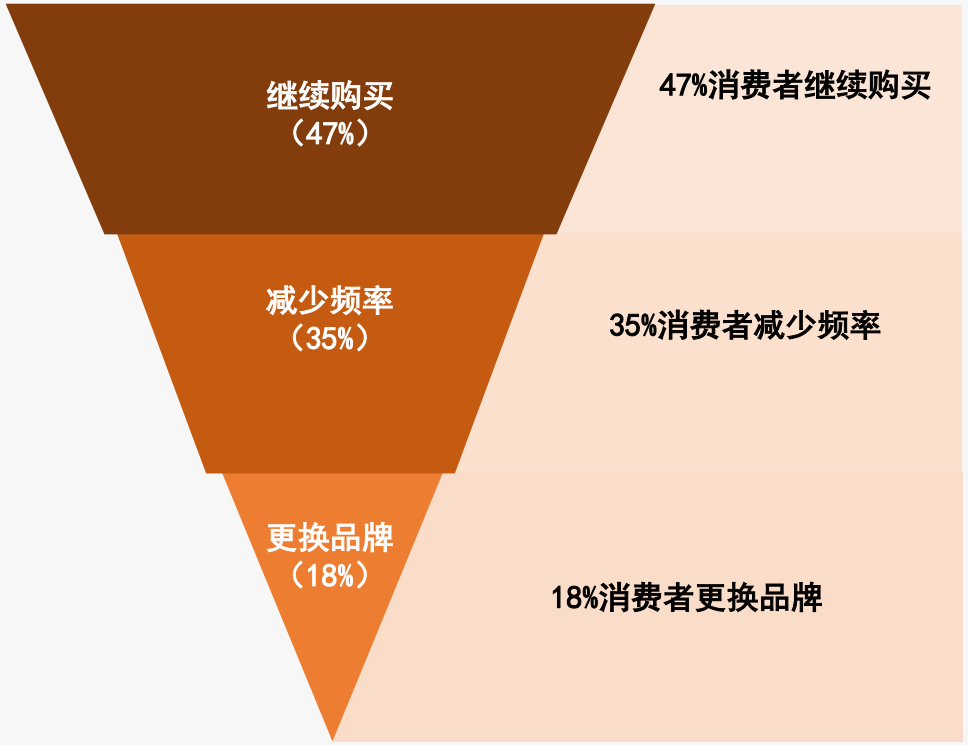
# 价格敏感度高 促销依赖显著

华信人咨询
HXN CONSULTING

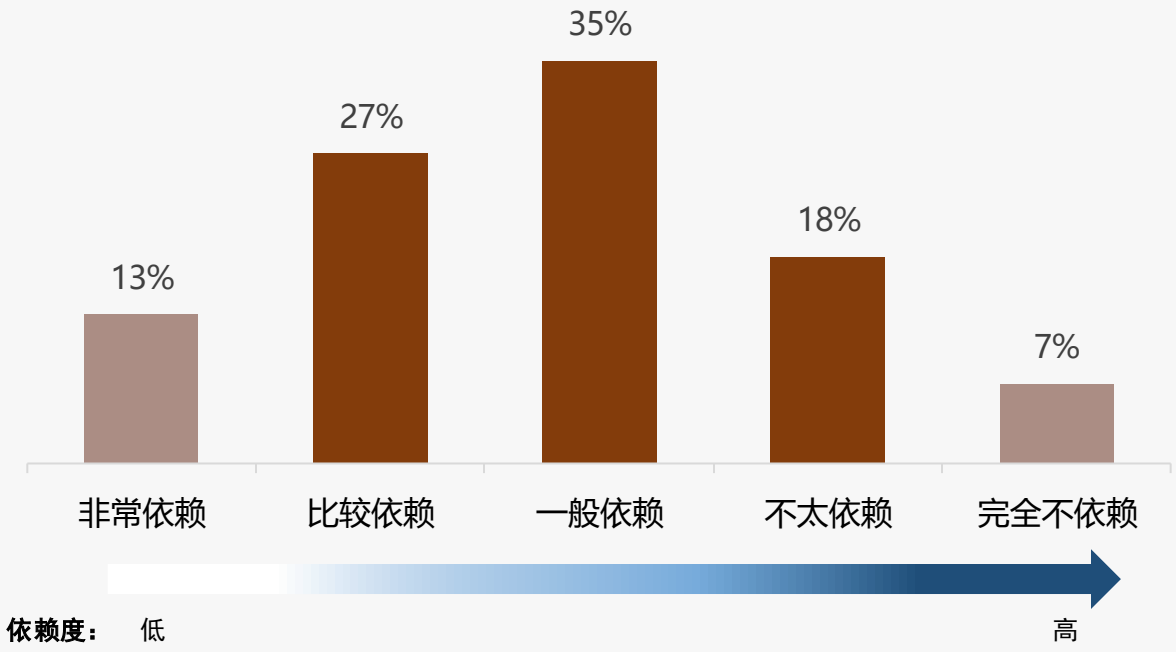
◆价格上涨10%时，47%消费者继续购买，35%减少频率，18%更换品牌，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度明显。

◆促销依赖程度中，35%一般依赖，27%比较依赖，合计62%消费者对促销有依赖，促销活动对市场影响显著。

## 2025年中国宠物香波浴液价格上涨10%购买行为分布




## 2025年中国宠物香波浴液促销依赖程度分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

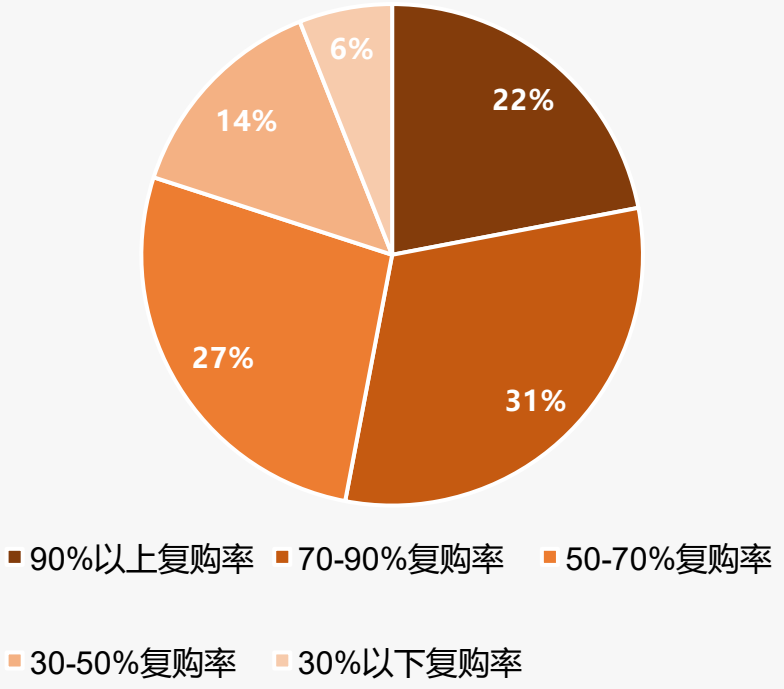
# 复购率高 效果不佳是主因

华信人咨询
HXN CONSULTING

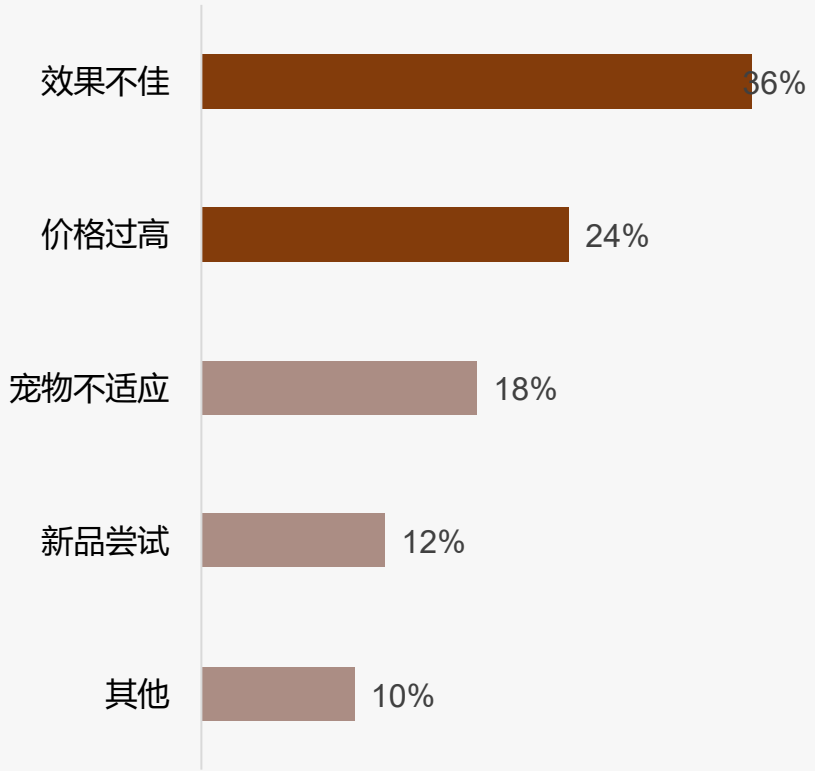
◆品牌复购率数据显示，70%以上复购率占比达53%（31%+22%），表明多数消费者对现有品牌有较高忠诚度。

◆更换品牌原因中，效果不佳占36%，是主要驱动因素，凸显产品功效是核心痛点，需强化改进。

## 2025年中国宠物香波浴液品牌复购率分布




## 2025年中国宠物香波浴液更换品牌原因分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

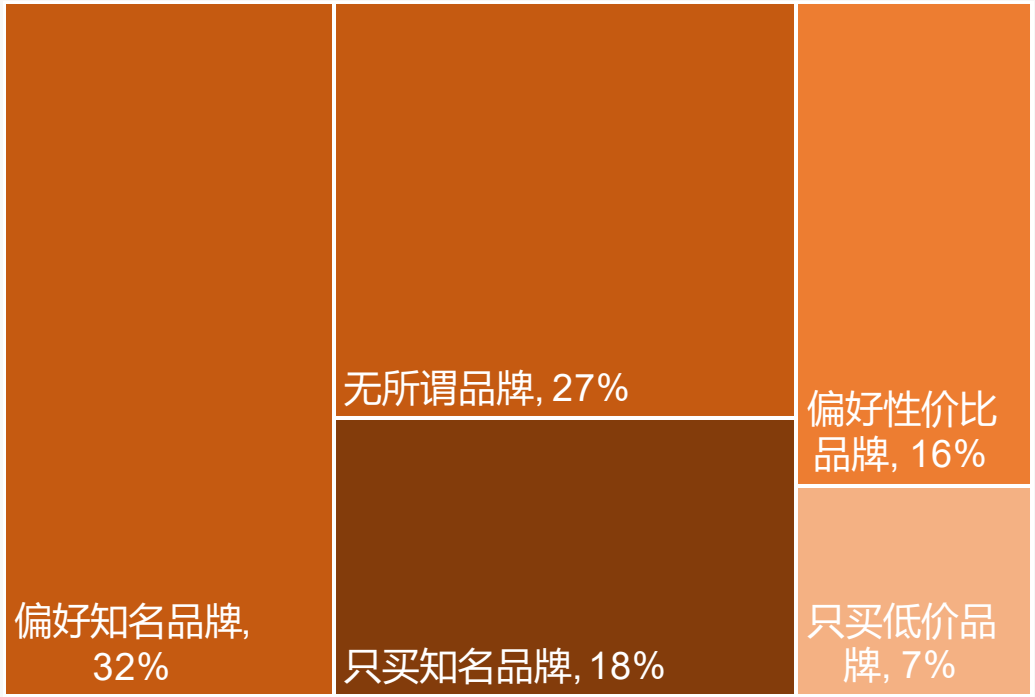
# 品牌偏好高 多数消费者信任

华信人咨询
HXN CONSULTING

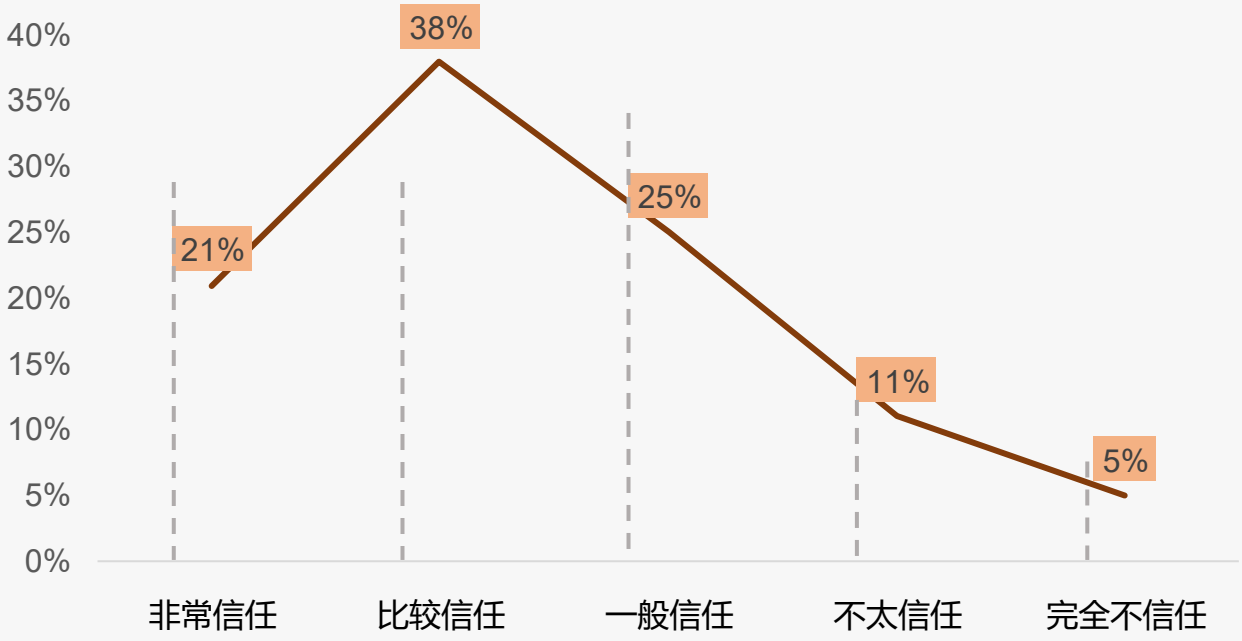
◆品牌消费意愿中偏好知名品牌占比32%，远高于只买知名品牌的18%，显示消费者更倾向于在品牌认知基础上进行选择。

◆品牌态度分布中比较信任占比38%，非常信任为21%，两者合计达59%，反映多数消费者对品牌持正面态度。

## 2025年中国宠物香波浴液品牌消费意愿分布




## 2025年中国宠物香波浴液品牌态度分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

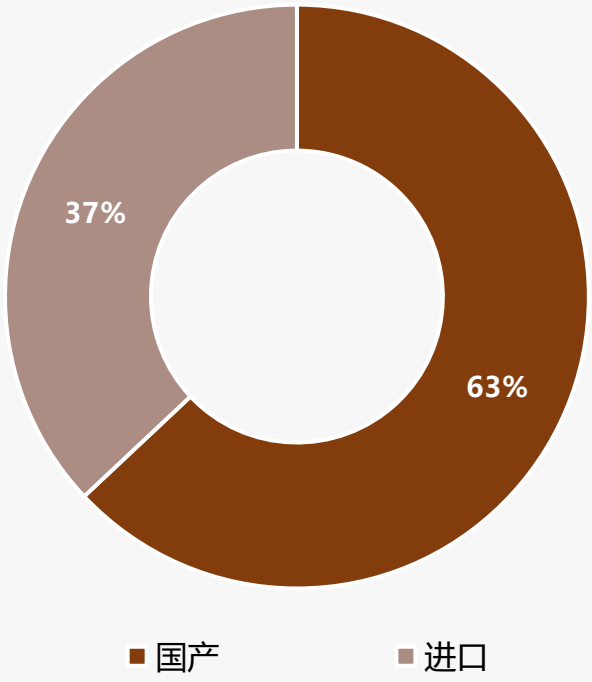
# 国产品牌主导 功效价格优先

华信人咨询
HXN CONSULTING

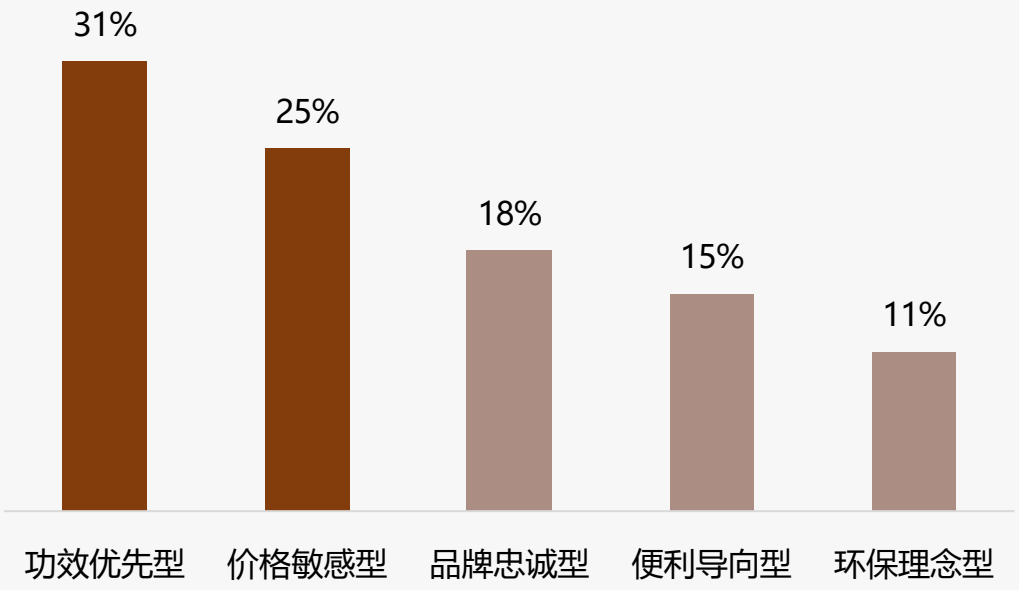
◆国产品牌消费占比63%，显著高于进口品牌37%，显示本土产品市场接受度高。品牌偏好中功效优先型占比31%，价格敏感型25%，反映消费者注重实效与价格。

◆品牌忠诚型占比18%，环保理念型11%，忠诚度相对较低，环保意识有待提升。便利导向型占15%，部分消费者重视购买和使用便捷性。

## 2025年中国宠物香波浴液国产品牌与进口品牌消费分布




## 2025年中国宠物香波浴液品牌偏好类型分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

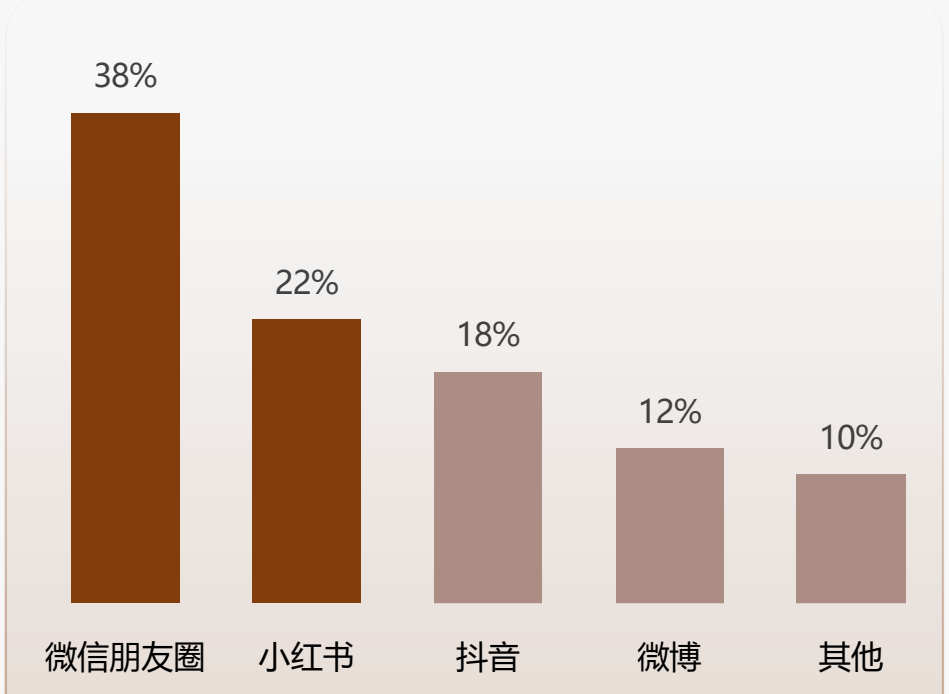
# 朋友圈分享主导 真实体验优先

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆微信朋友圈是宠物香波浴液分享的主要渠道，占比38%，远高于其他平台。真实使用体验以32%的占比成为最受关注的内容类型，显示用户对产品实际效果的重视。

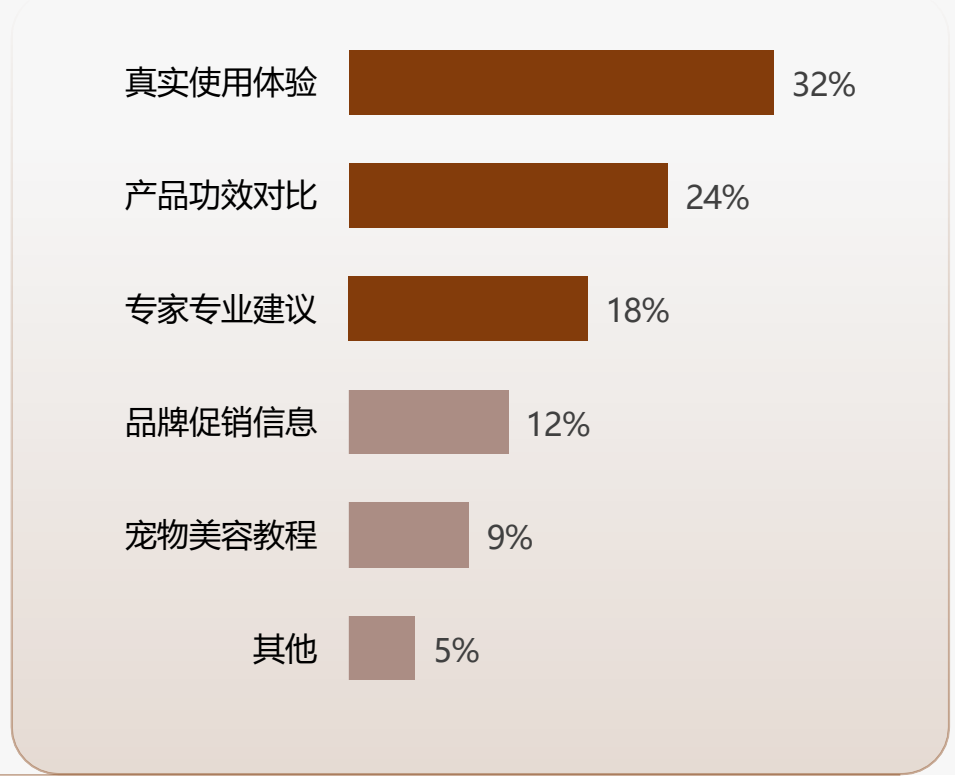
◆产品功效对比内容占比24%，专家专业建议占18%，反映消费者决策依赖横向比较和专业意见。营销应聚焦微信朋友圈的真实体验分享，强化功效对比与专业背书。

## 2025年中国宠物香波浴液产品分享渠道分布




2025年中国宠物香波浴液产品分享渠道分布

## 2025年中国宠物香波浴液社交媒体内容偏好分布




2025年中国宠物香波浴液社交媒体内容偏好分布

样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

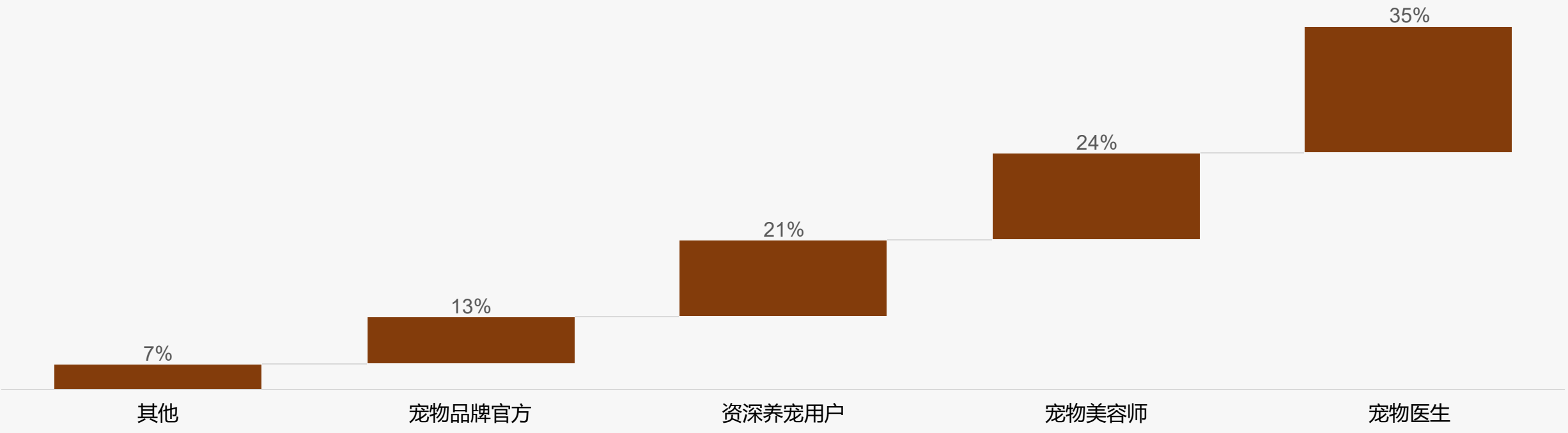
# 专业医疗建议主导宠物香波选择

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物香波浴液消费中，宠物医生博主信任度最高，占35%，显示消费者对专业医疗建议的依赖，宠物美容师和资深用户分别占24%和21%。

◆宠物品牌官方信任度仅13%，相对较低，可能反映消费者对商业宣传的谨慎，其他类型占7%，专业性和真实性是关键影响因素。

## 2025年中国宠物香波浴液信任博主类型分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

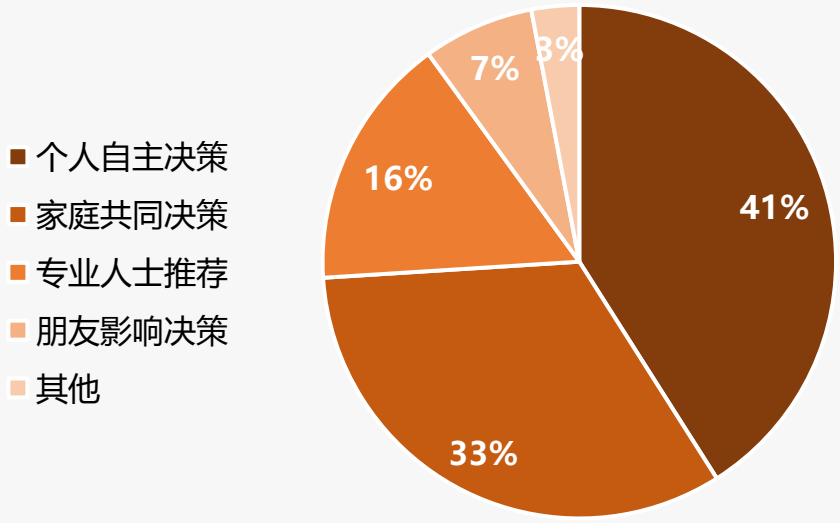
# 口碑主导宠物香波消费决策

华信人咨询
HXN CONSULTING

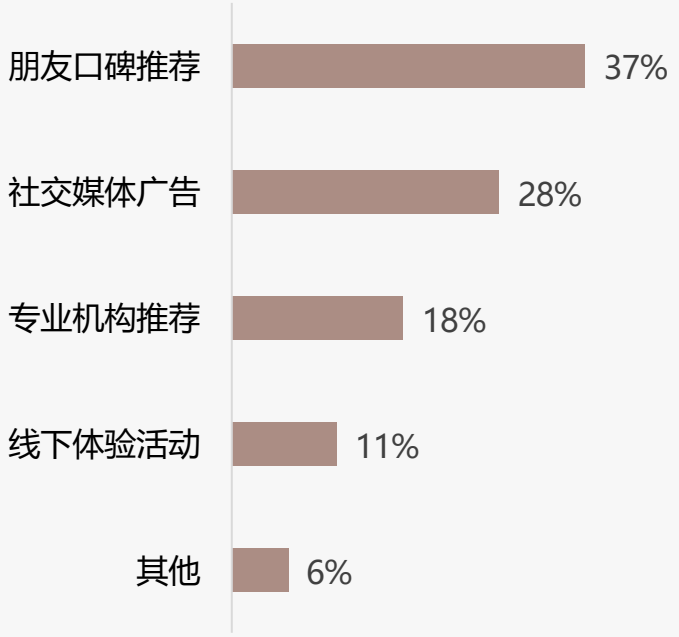
◆朋友口碑推荐以37%占比最高，社交媒体广告28%次之，显示宠物香波浴液消费者决策高度依赖社交信任和数字营销影响。

◆专业机构推荐仅占18%，线下体验活动11%，其他6%，表明专业建议和实体互动在当前市场推广中作用相对有限。

## 2025年中国宠物香波浴液购买决策类型分布




## 2025年中国宠物香波浴液广告接受偏好分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

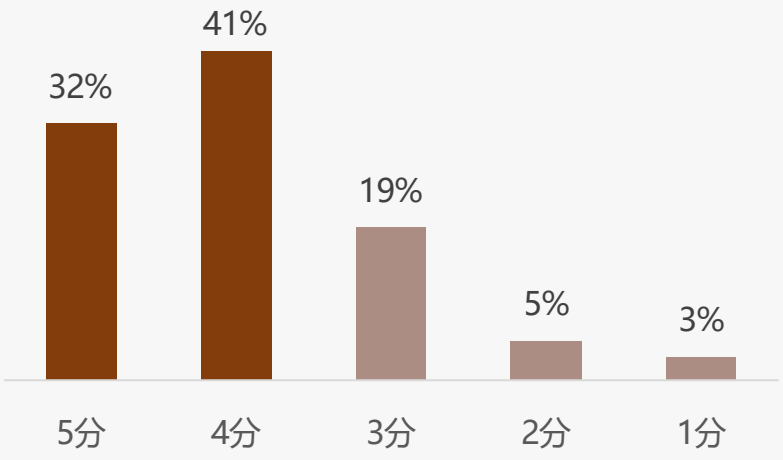
# 退货体验满意度低需优先优化

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆线上购买流程满意度较高，5分和4分占比合计73%，但退货体验满意度相对较低，5分和4分占比合计63%，存在明显差距。

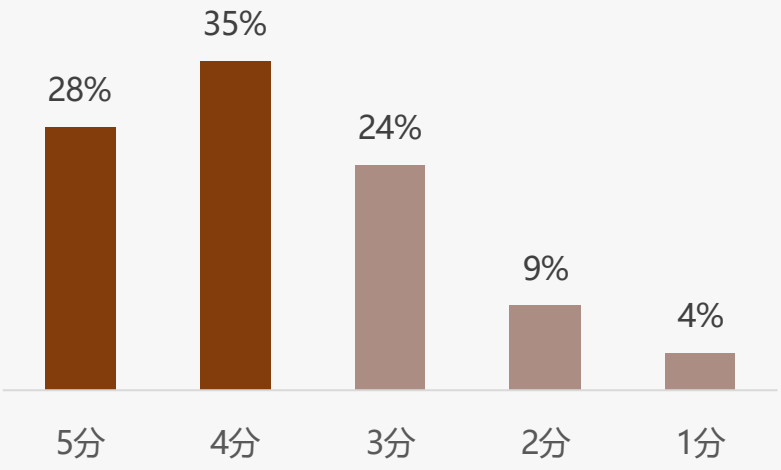
◆在线客服满意度与线上购买流程接近，5分和4分占比合计69%，但退货环节2分和1分占比13%较高，需优先优化。

## 2025年中国宠物香波浴液线上购买流程满意度分布



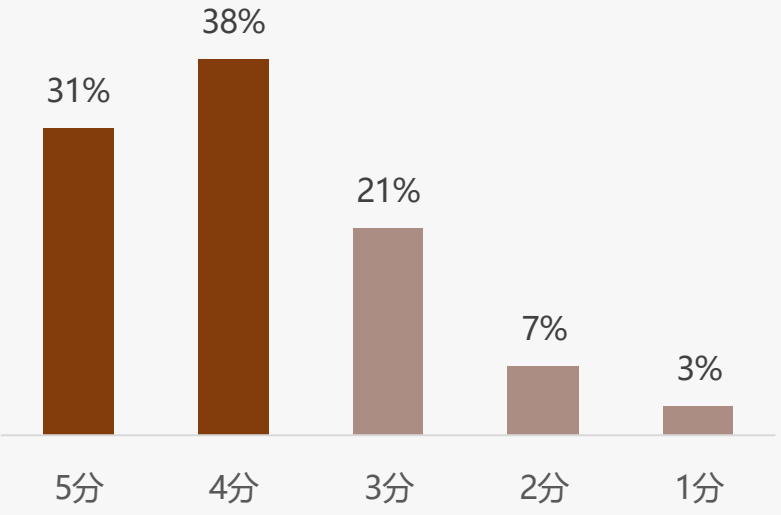

平均分：3. 94

## 2025年中国宠物香波浴液退货体验满意度分布




平均分：3. 74

## 2025年中国宠物香波浴液在线客服满意度分布




平均分：3. 87

样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

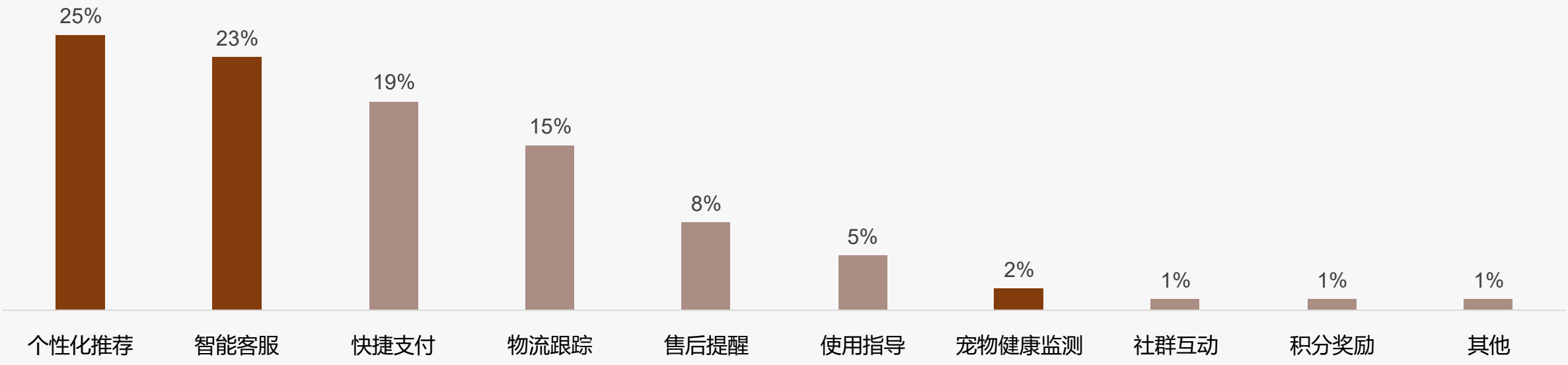
# 宠物香波定制服务主导消费体验

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物香波浴液消费中，个性化推荐占比26%，智能客服23%，快捷支付19%，显示消费者高度依赖定制化建议、即时支持和便捷购物体验。

◆售后提醒仅8%，使用指导5%，宠物健康监测2%，社群互动1%，积分奖励0%，表明附加服务需求较低，品牌应优化售后和健康监测以提升体验。

## 2025年中国宠物香波浴液智能服务体验分布




样本：宠物香波浴液行业市场调研样本量N=1201，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