华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一～三季度猫狗药品市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Veterinary Pharmaceuticals 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：女性主导宠物药品消费，偏好中端价位

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 女性消费者占比62%，26-35岁人群占41%，是核心消费群体
- 单次支出50-100元占比最高达32%，消费者偏好中端价位产品
- 收入5-8万元群体占34%，是消费主力，市场以中产阶层为主

启示

✓ **精准定位女性中产群体**

针对26-35岁女性中产阶层，开发符合其消费能力和偏好的中端价位宠物药品，强化产品设计和营销策略。

✓ **优化产品定价与包装**

聚焦50-100元价格区间，采用独立小包装等便携设计，提升产品吸引力和用户体验，满足消费者需求。

核心发现2：消费者依赖专业推荐，品牌信任度高

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 兽医推荐在信息获取中占比32%，专业意见主导消费决策
- 品牌药品购买意愿达69%，消费者高度信任品牌产品质量
- 国际知名品牌偏好度37%，国内品牌29%，品牌信任驱动消费

启示

✓ **强化专业渠道合作**

加强与兽医、宠物医院合作，通过专业推荐提升品牌可信度和市场渗透率，建立长期信任关系。

✓ **提升品牌形象与信任**

投资品牌建设，强调产品质量和安全，利用用户真实体验分享增强品牌信任，吸引更多消费者。

核心发现3：消费低频但季节性强，健康管理为核心

华信人咨询
HXN CONSULTING

- 购买频率以每半年29%最高，显示低频消费趋势
- 春夏季购买合计占59%，温暖季节是消费高峰期
- 治疗疾病动机占38%，预防疾病27%，健康管理是核心驱动力

启示

✓ **优化季节性营销策略**

针对春夏季高需求期，加大营销和库存准备，推出季节性促销活动，提升销售表现。

✓ **聚焦健康管理产品**

开发强调预防和治疗的宠物健康管理产品，满足消费者对宠物长期健康的需求，增强产品竞争力。

品牌方行动清单

核心逻辑：品牌信任与专业推荐驱动宠物药品消费

1、产品端

- ✓ 聚焦中低端价格带产品优化
- ✓ 强化核心品类疗效与安全性

2、营销端

- ✓ 加强兽医专业推荐合作
- ✓ 利用社交媒体口碑传播

3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升体验
- ✓ 提供个性化用药指导服务

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** 猫狗药品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猫狗药品品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对猫狗药品的购买行为；
- 猫狗药品市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法
Research Method

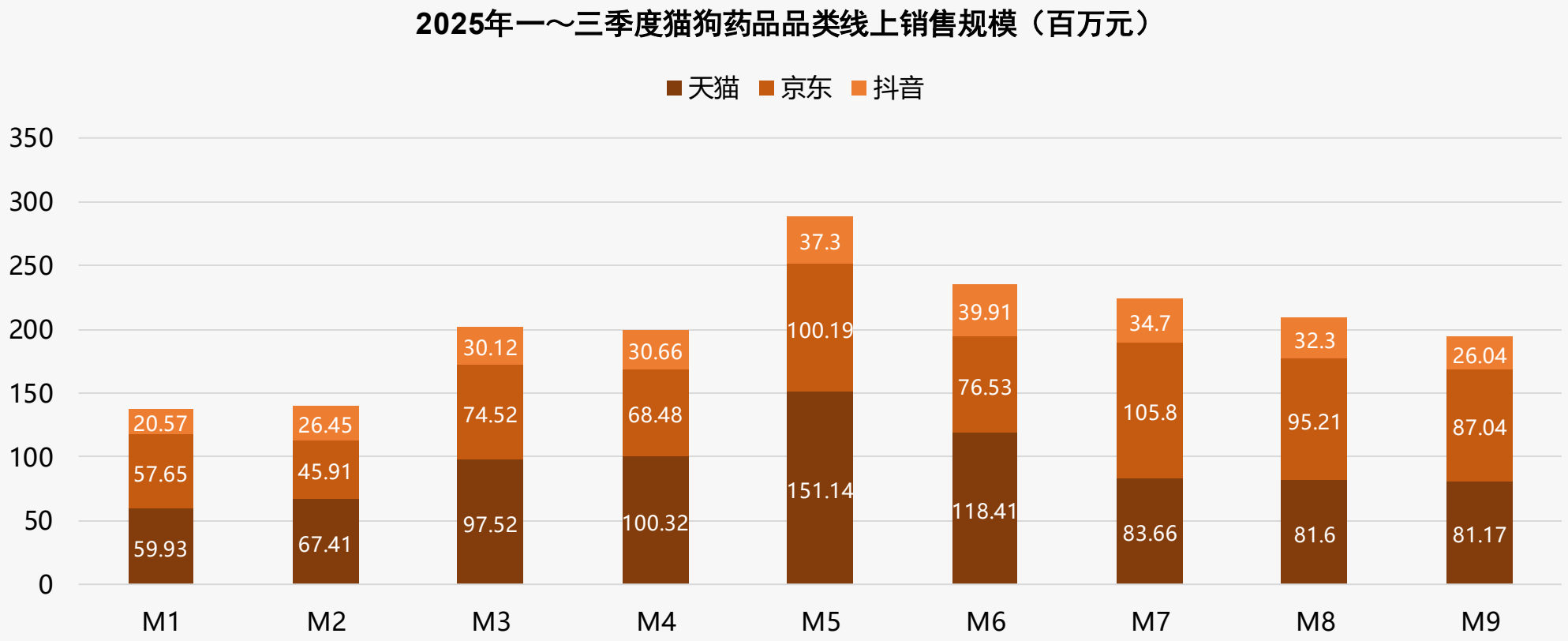
- **数据分析法** ：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算猫狗药品品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法** ：对比不同月份、不同平台猫狗药品品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

天猫领先 季度波动 抖音稳定

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从平台份额看，天猫以累计销售额约8.2亿元领先（占总销售额44%），京东约7.0亿元（38%），抖音约2.9亿元（16%）。天猫在M3-M6月表现强劲，显示其宠物药品品类用户粘性高；京东在M7后反超天猫，可能受促销活动影响。

◆ 季度趋势显示：Q1销售额4.0亿元，Q2猛增至5.9亿元，Q3回落至4.9亿元。Q2增长主要受M5天猫峰值驱动，反映季节性需求；Q3下滑需关注库存周转率优化。月度波动揭示业务风险：M5为全年峰值，M9跌至1.94亿元。抖音增速平缓但稳定性高，建议加强天猫、京东的淡季营销投入，以提升全年ROI。



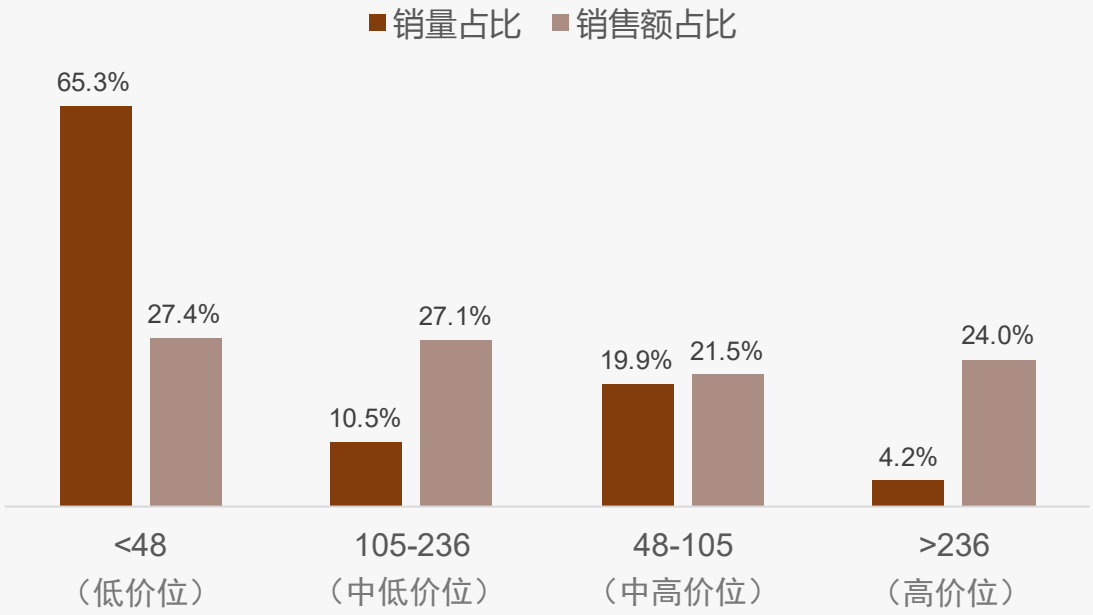
低价主导销量 高价拉动收入 优化产品结构

华信人咨询
HXN CONSULTING

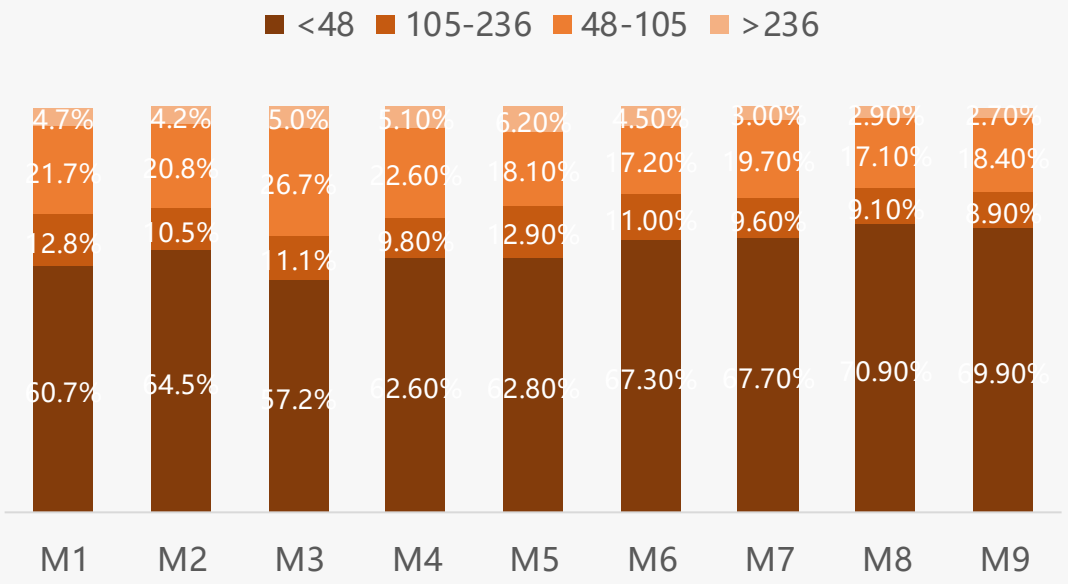
◆ 从价格区间销售趋势看，低价位产品（<48元）占据销量主导（65.3%），但销售额贡献仅27.4%，表明该品类以薄利多销为主；中高价位（105-236元及>236元）虽销量占比低，但合计贡献超51%销售额，显示高单价产品对收入拉动显著，需关注产品结构优化以提升整体ROI。月度销量分布显示，低价位（<48元）占比从M1的60.7%升至M9的69.9%，呈持续上升趋势。

◆ 价格区间对比揭示，105-236元区间销量占比10.5%却贡献27.1%销售额，效率最高，建议作为增长重点；整体销售额分布不均，低价产品周转率高但利润薄，高价位利润空间大但销量低，企业需平衡产品组合，优化库存周转率以实现可持续增长。

2025年一～三季度猫狗药品线上不同价格区间销售趋势



猫狗药品线上价格区间-销量分布



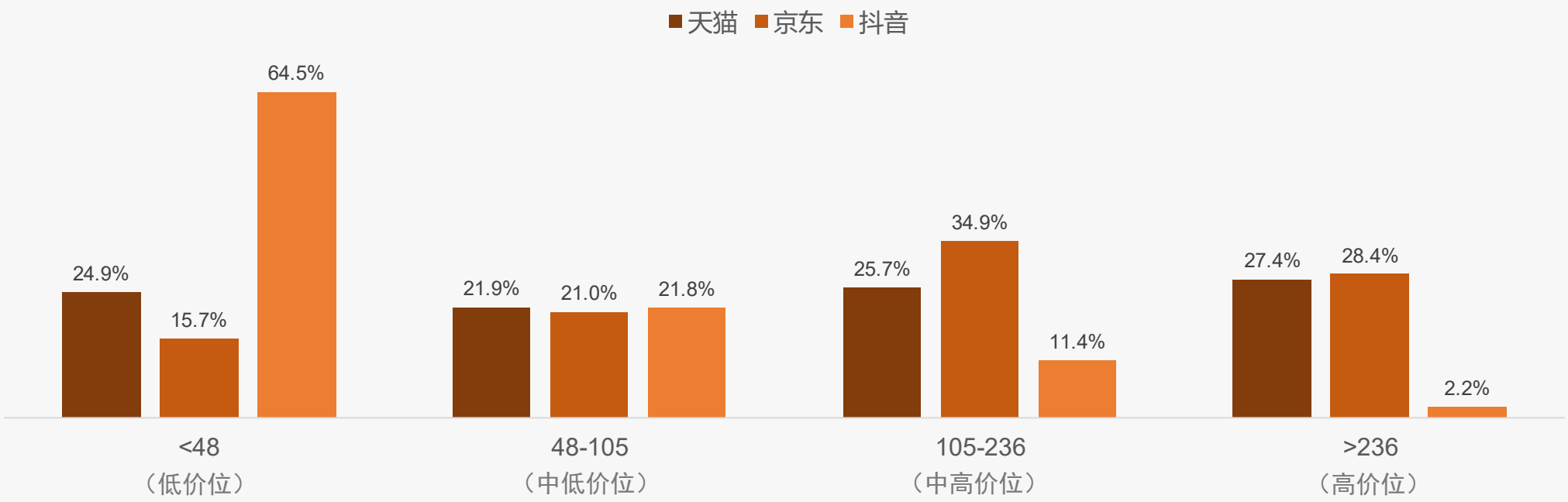
抖音低价主导 京东中高优势 天猫高端领先

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆ 从价格区间分布看，天猫和京东在高价位段（>236元）占比最高，分别为27.4%和28.4%，显示高端市场主导地位；抖音则低价位段（<48元）占比达64.5%，表明其以性价比策略吸引价格敏感用户，平台定位差异显著。中高端区间（105-236元）在京东占比34.9%，高于天猫的25.7%和抖音的11.4%，京东在品质消费领域优势突出；结合低价段数据，京东用户结构更均衡，可能带来更高的客户生命周期价值。

◆ 抖音低价产品占比超六成，虽能快速提升销量，但高价位段仅2.2%，长期可能拉低整体毛利率；建议平台优化产品组合，引入中高端SKU以改善盈利结构，避免过度依赖价格战。

2025年一～三季度各平台猫狗药品不同价格区间销售趋势



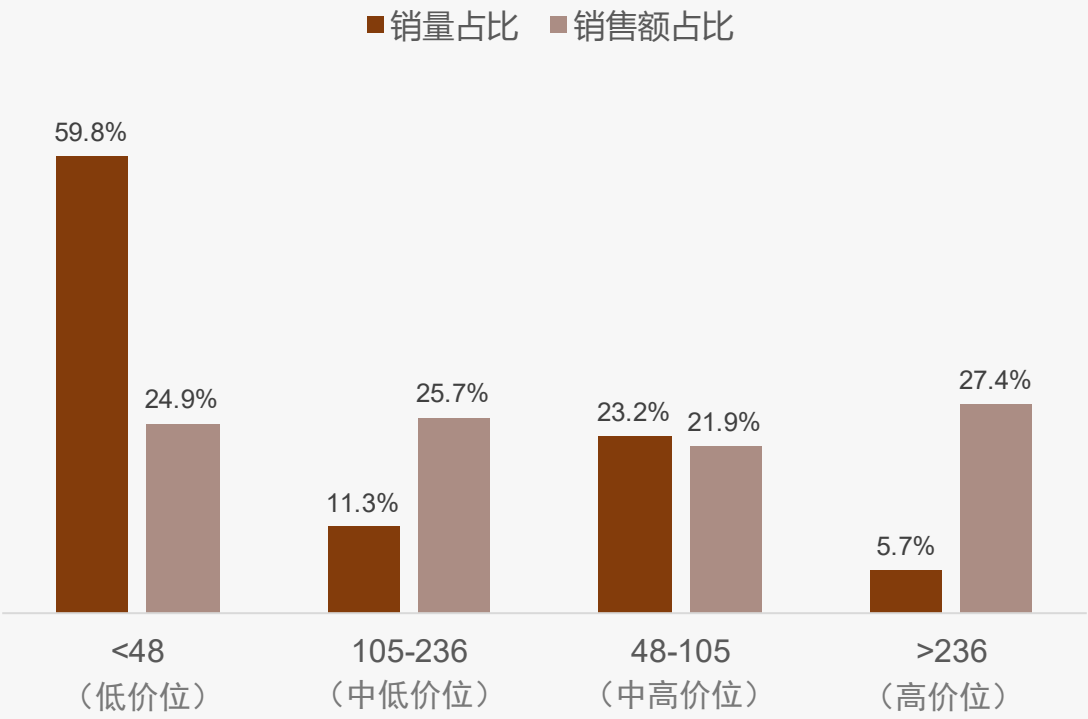
低价高销量 高价高贡献 偏好集中

华信人咨询
HXN CONSULTING

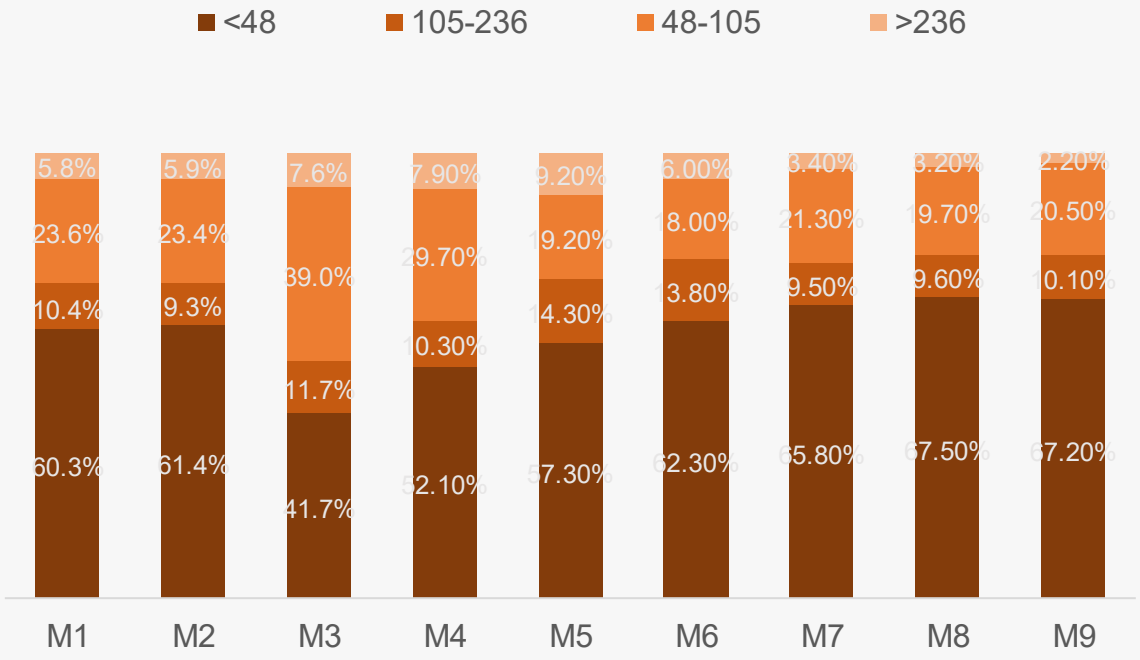
◆ 从价格区间销量占比看，低价区间（<48元）销量占比59.8%，但销售额占比仅24.9%，显示高销量低贡献；高价区间（>236元）销量占比5.7%，销售额占比27.4%，贡献率最高，表明高价产品是销售额增长的关键驱动力。月度销量分布显示，低价区间（<48元）销量占比从M1的60.3%上升至M9的67.2%，呈持续增长趋势；中高价区间（48-105元、105-236元）占比波动下降，反映消费者偏好向低价产品集中，可能受经济环境影响。

◆ 价格区间销售额贡献分析：105-236元区间销售额占比25.7%，与>236元区间27.4%接近，但销量占比11.3%远高于后者5.7%，说明中高价位产品周转率较高，业务上需平衡销量与单价以优化整体ROI。

2025年一～三季度天猫平台猫狗药品不同价格区间销售趋势



天猫平台猫狗药品价格区间-销量分布



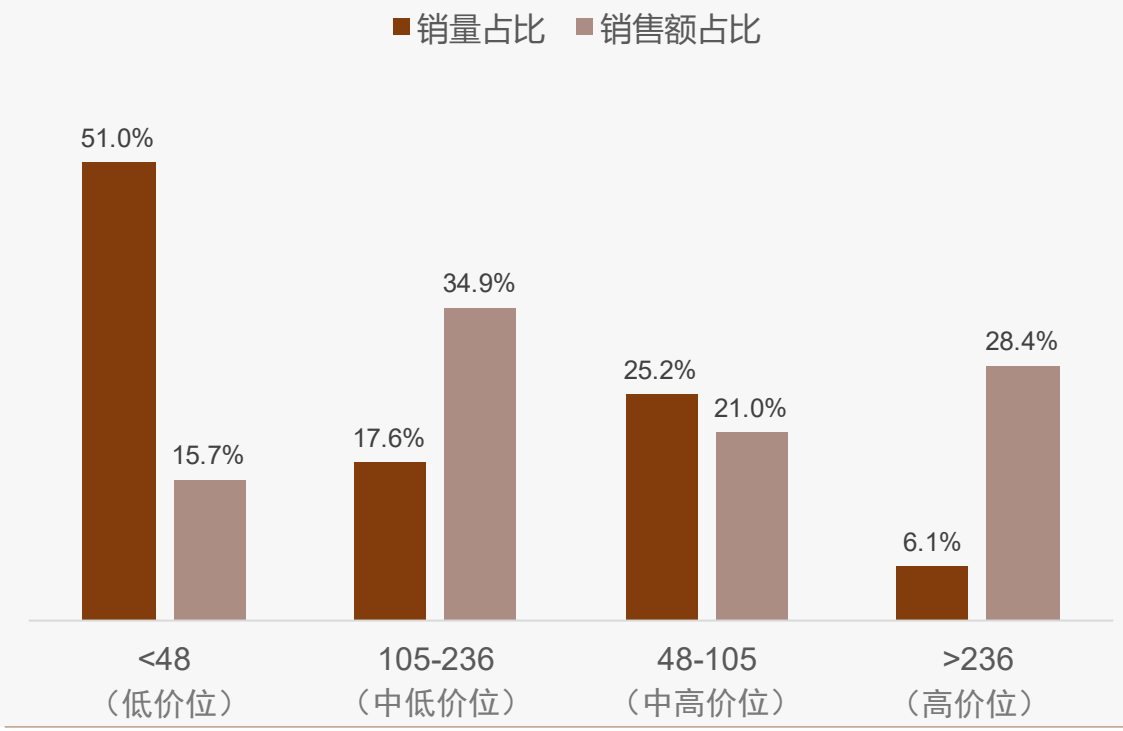
低价销量增 高价贡献大 季末降级显

华信人咨询
HXN CONSULTING

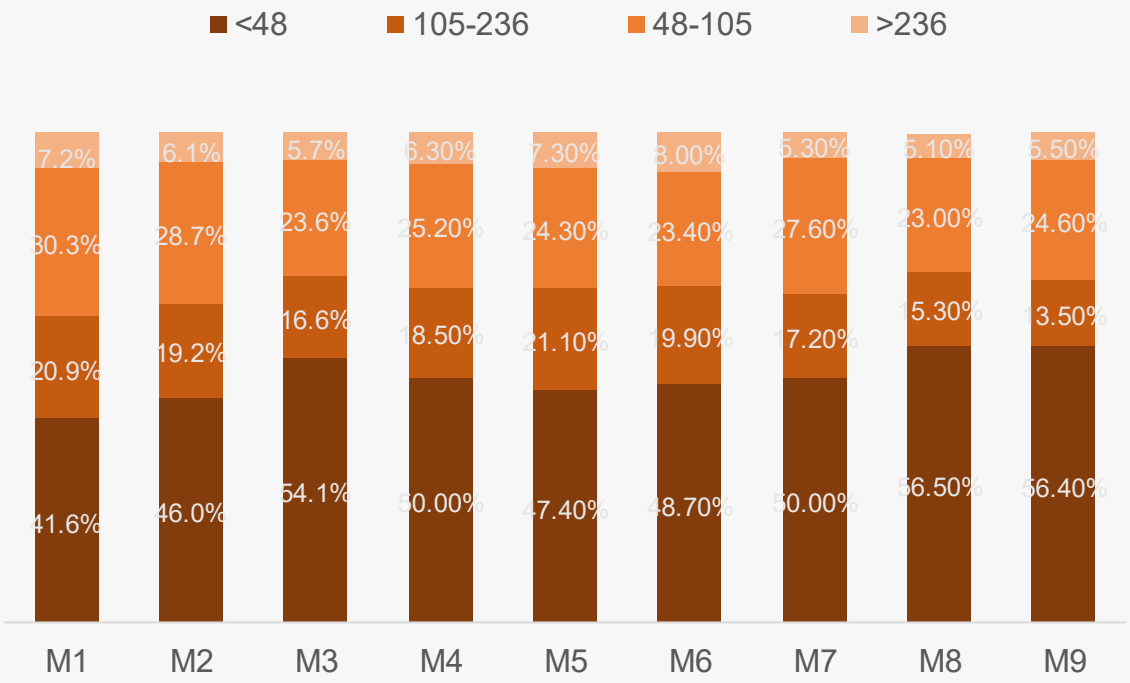
◆ 从价格区间销量分布看，低价位（<48元）产品销量占比从M1的41.6%持续攀升至M9的56.4%，显示消费者对价格敏感度增强，可能受经济环境影响。中高价位（105-236元）销量占比从20.9%降至13.5%，表明高端市场增长乏力，需关注产品结构优化。

◆ 销售额贡献分析显示，>236元高价区间虽销量仅占6.1%，但贡献28.4%的销售额，ROI较高；而<48元区间销量占51.0%，销售额仅15.7%，周转率虽快但利润空间有限。月度趋势显示，M8和M9低价产品销量占比达峰值（56.5%、56.4%），同期高价产品销量占比降至最低（5.1%、5.5%），反映季度末消费降级趋势。需加强促销策略，稳定中端市场（48-105元）份额，避免收入同比下滑。

2025年一～三季度京东平台猫狗药品不同价格区间销售趋势



京东平台猫狗药品价格区间-销量分布



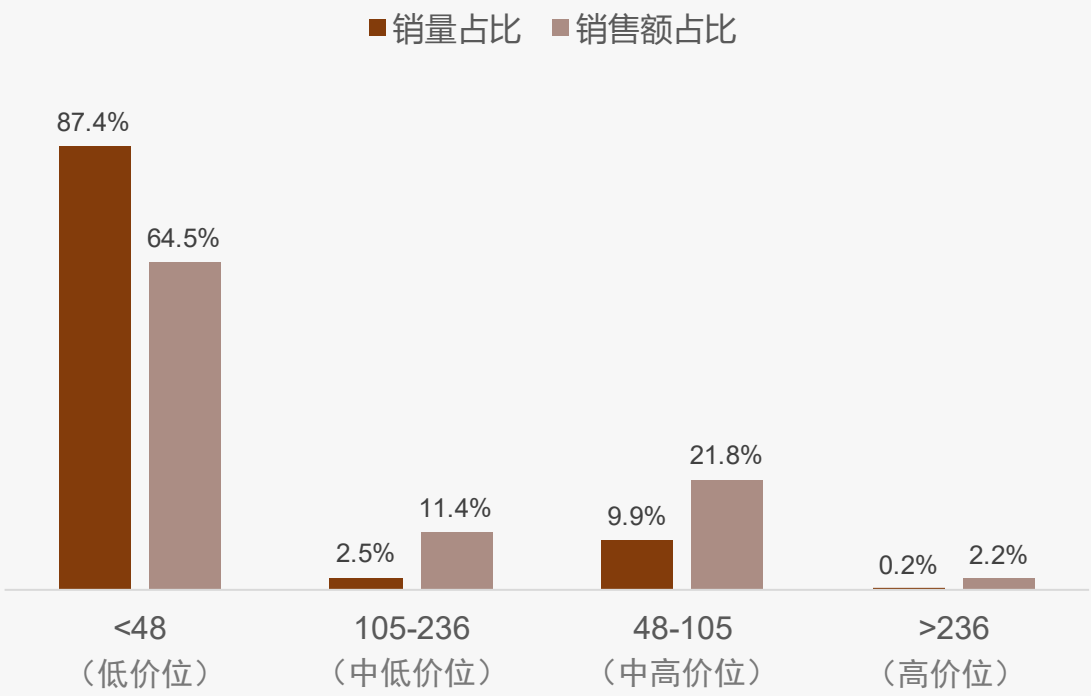
低价主导销售 中高端潜力待挖

华信人咨询
HXN CONSULTING

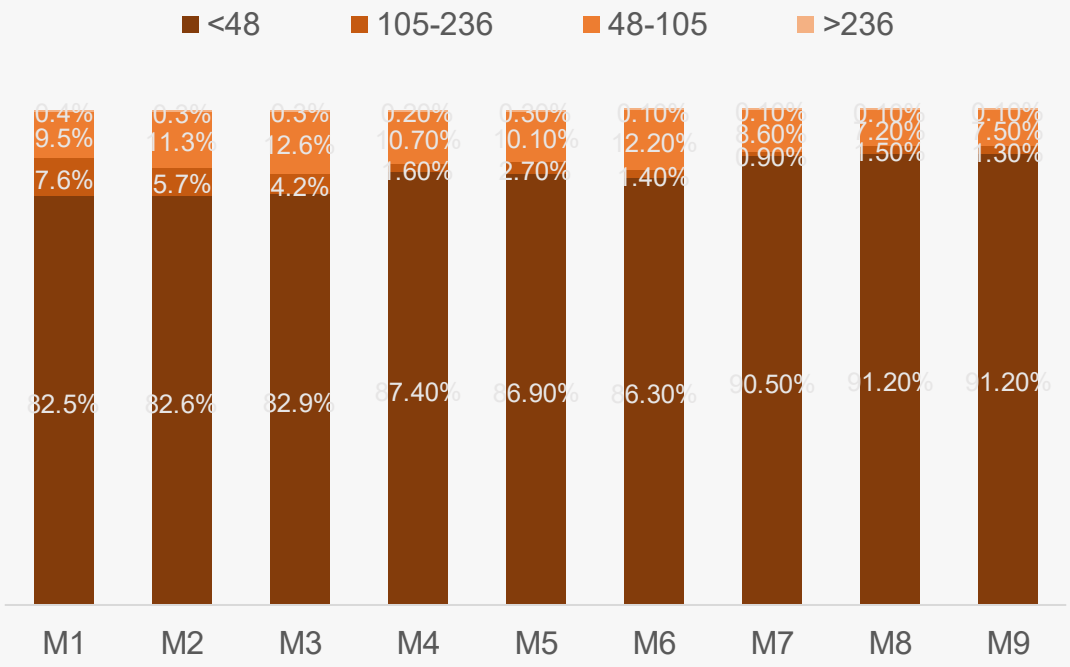
◆ 从价格区间销售趋势看，抖音平台猫狗药品品类呈现明显的低价主导特征。中高端产品（48-236元）虽销量占比仅12.3%，但销售额占比达33.2%，表明品牌可通过提升客单价优化产品结构。月度销量分布显示低价策略持续强化。M1-M9期间，<48元价格带销量占比从82.5%攀升至91.2%。同期105-236元价格带占比从7.6%降至1.3%，降幅显著。

◆ 品类销售结构存在优化空间。当前<48元产品贡献超六成营收但利润空间有限，而>236元高端产品销量占比仅0.2%。建议品牌方加强中高端产品营销，通过内容种草提升产品价值感知，实现销售额与利润率的同步增长。

2025年一～三季度抖音平台猫狗药品不同价格区间销售趋势



抖音平台猫狗药品价格区间-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** 猫狗药品消费行为、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年内购买过猫狗药品的消费者；
- 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=1384

女性主导 年轻中产 自主决策

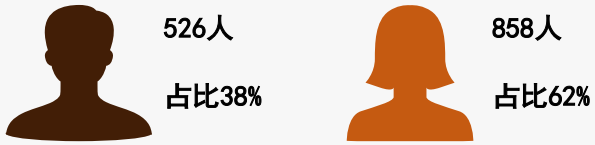
华信人咨询
HXN CONSULTING

◆调查显示女性消费者占62%，26-35岁人群占41%，5-8万元收入群体占34%，表明猫狗药品市场以年轻中产女性为主要消费力量。

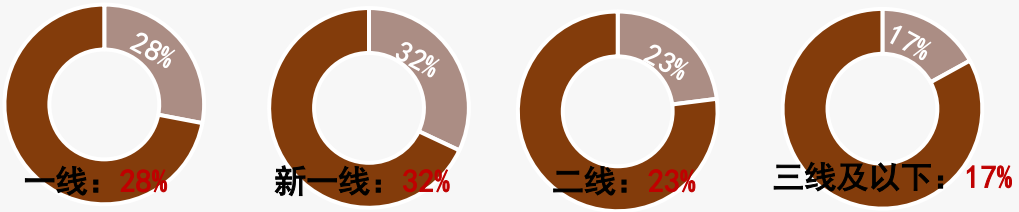
◆宠物药品消费决策中47%为自主决策，31%依赖兽医推荐，显示消费者自主性强但专业建议仍具重要影响力。

2025年中国猫狗药品消费者画像

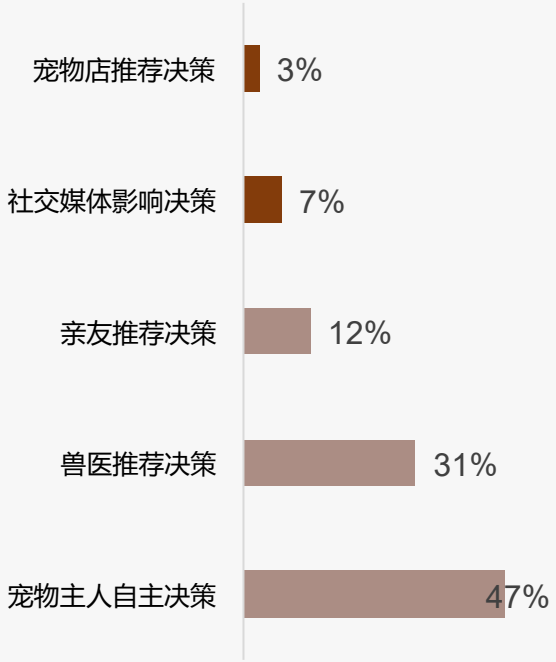
性别构成（%）



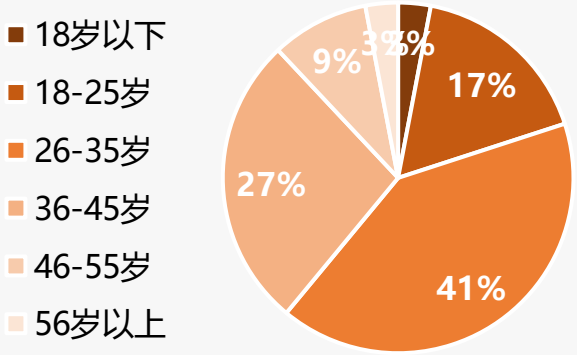
城市构成（%）



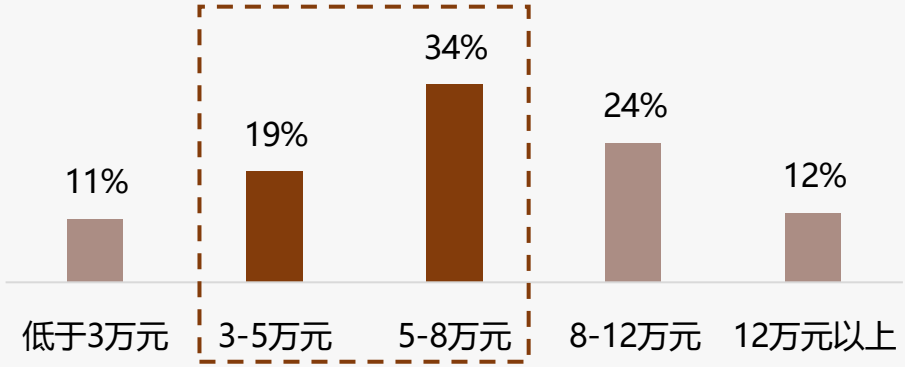
消费决策者角色分布（%）



年龄构成（%）



收入分布（%）



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

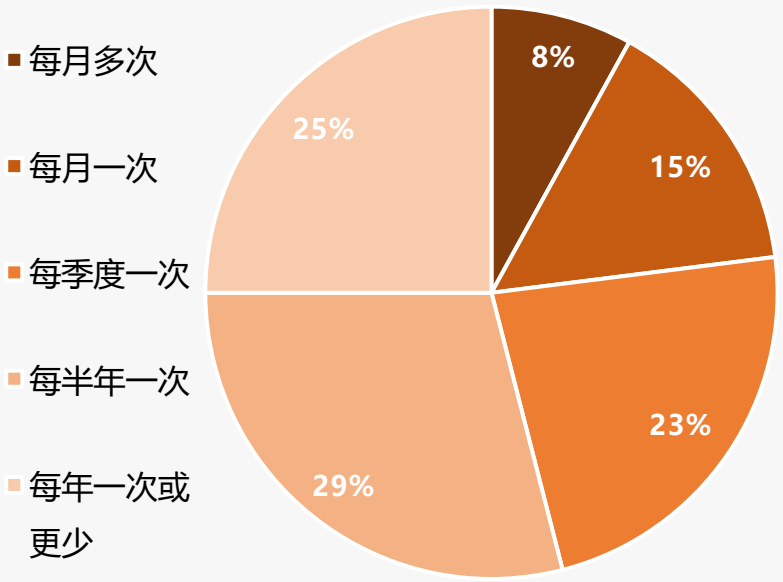
宠物药品低频购买 核心品类驱虫疫苗

华信人咨询
HXN CONSULTING

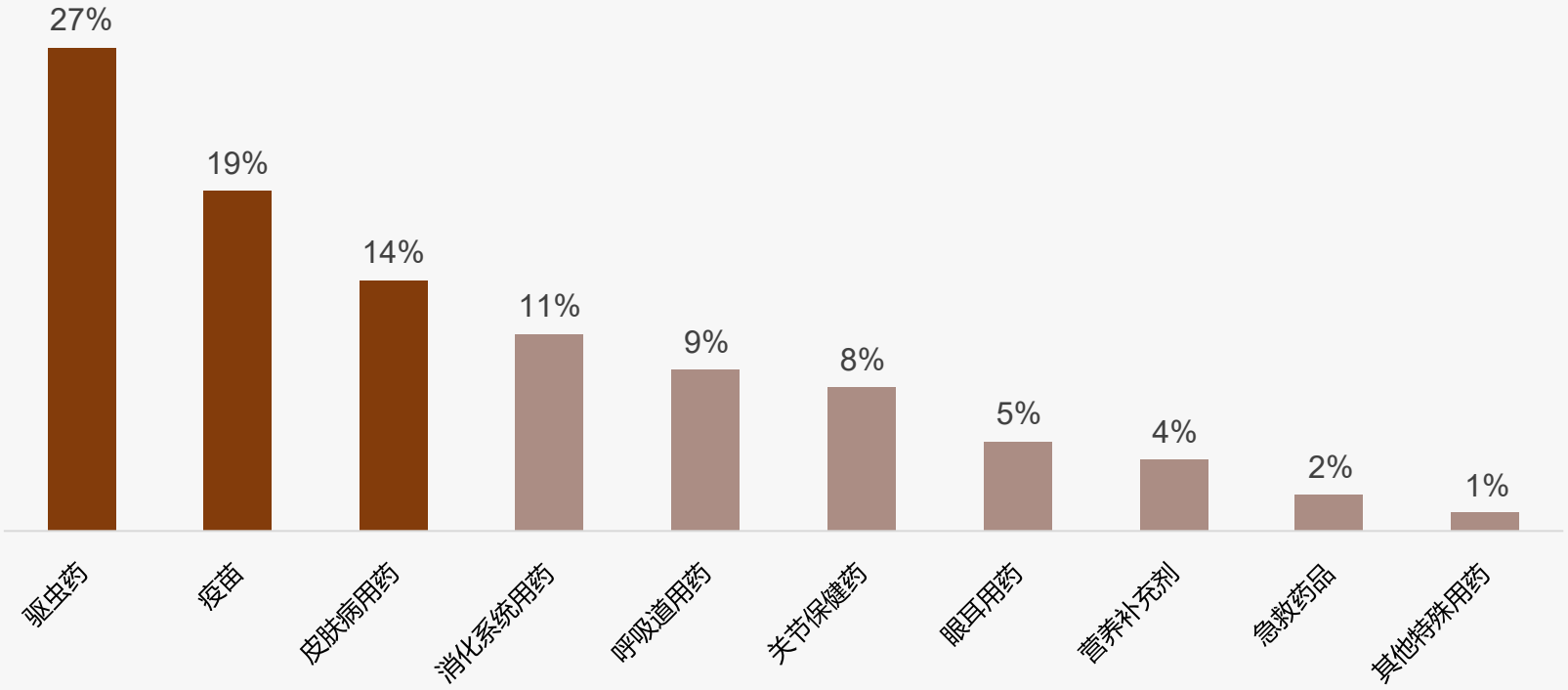
◆宠物药品购买频率以每半年一次29%最高，每季度一次23%，每年一次或更少25%，显示低频购买趋势，每月多次仅8%。

◆药品类型驱虫药27%、疫苗19%、皮肤病用药14%是核心品类，合计占60%，保健和急救类需求较低但具潜力。

2025年中国猫狗药品购买频率分布



2025年中国猫狗药品类型分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

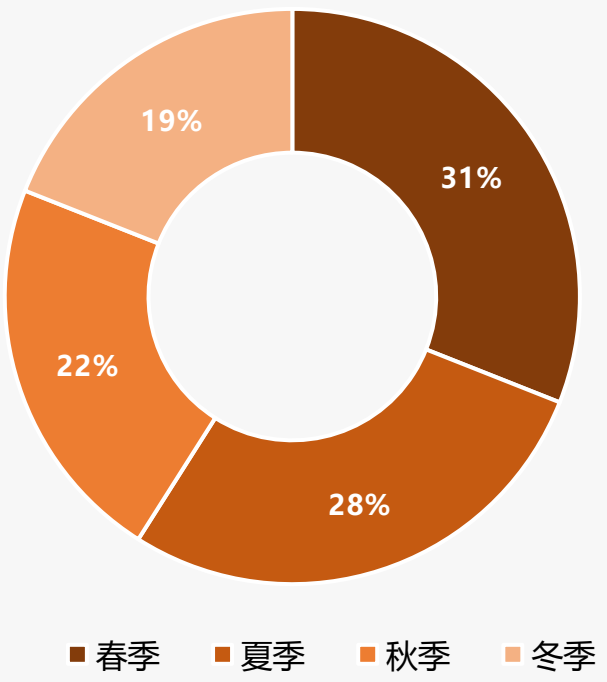
宠物药品消费 春季夏季为主 独立包装领先

华信人咨询
HXN CONSULTING

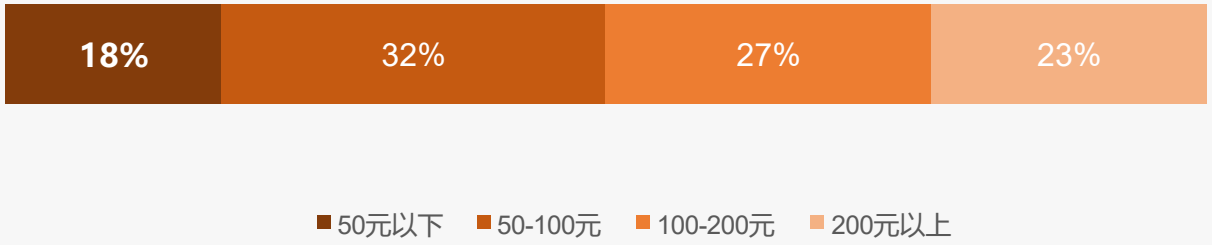
◆单次宠物药品支出中50-100元区间占比最高达32%，春季和夏季购买合计占59%，显示温暖季节是消费高峰期。

◆包装偏好中独立小包装以37%领先，瓶装和管装分别占24%和18%，突出消费者对便携性的重视。

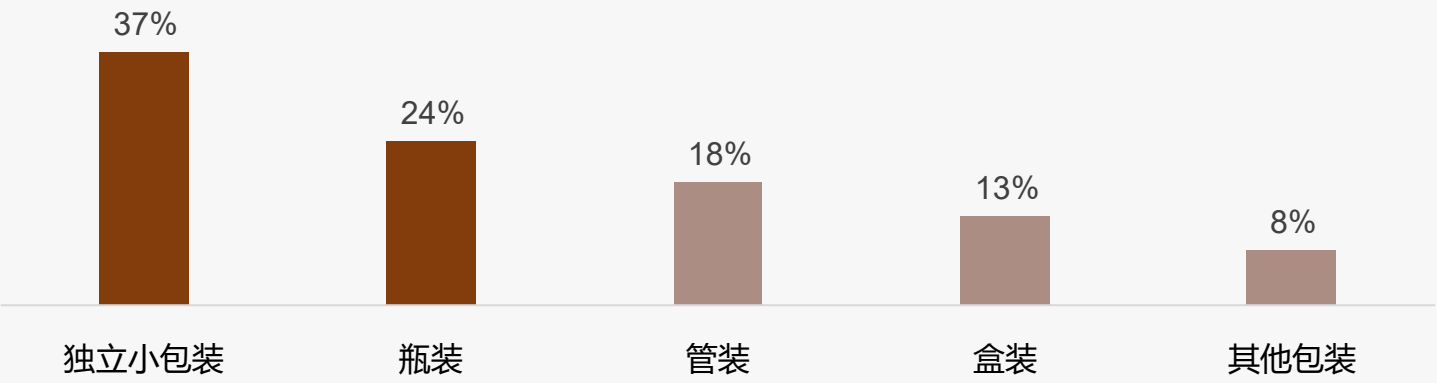
2025年中国猫狗药品购买季节分布



2025年中国猫狗药品单次支出分布



2025年中国猫狗药品包装偏好分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

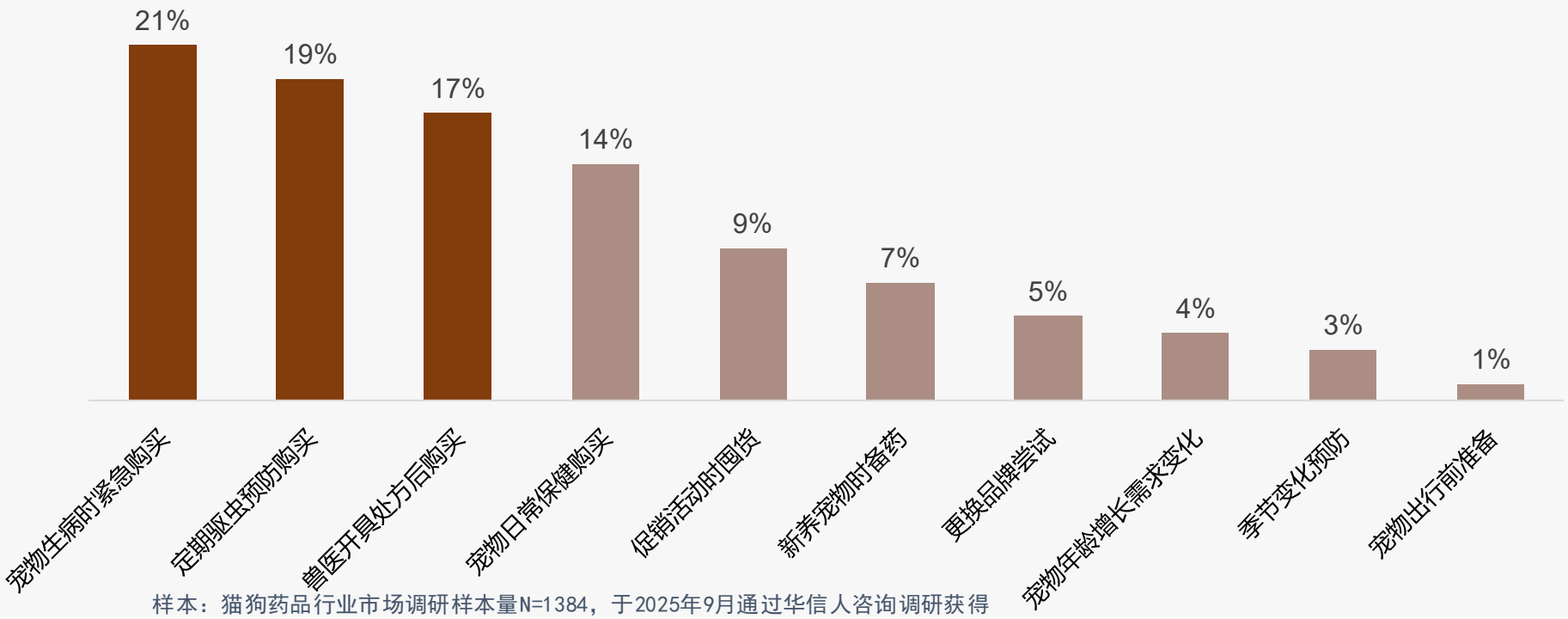
宠物药品购买 紧急预防为主 晚间时段集中

华信人咨询
HXN CONSULTING

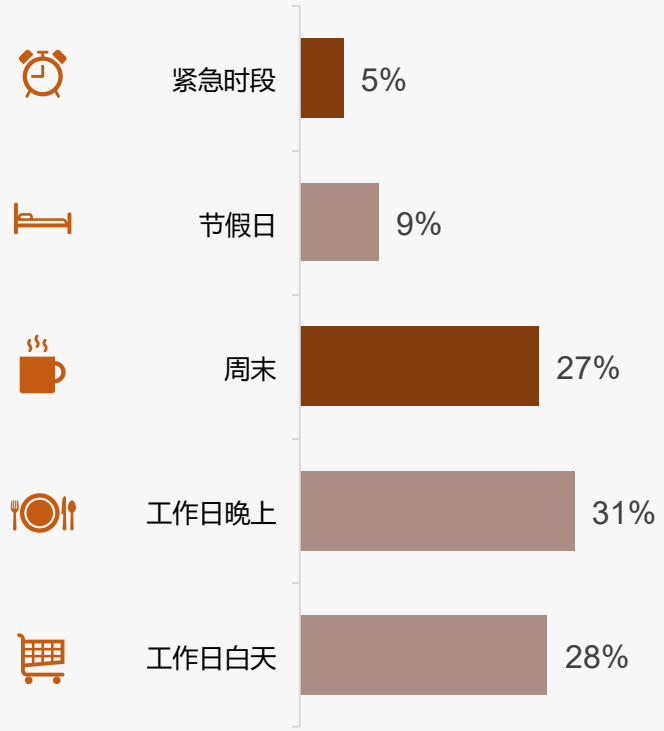
◆宠物药品购买以紧急情况（21%）和定期预防（19%）为主，兽医处方购买占17%，显示消费者重视宠物健康管理和专业指导。

◆购买时段集中在工作日晚上（31%）和白天（28%），周末占27%，反映消费者偏好非工作时间购物，与生活节奏相关。

2025年中国猫狗药品购买场景分布



2025年中国猫狗药品购买时段分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

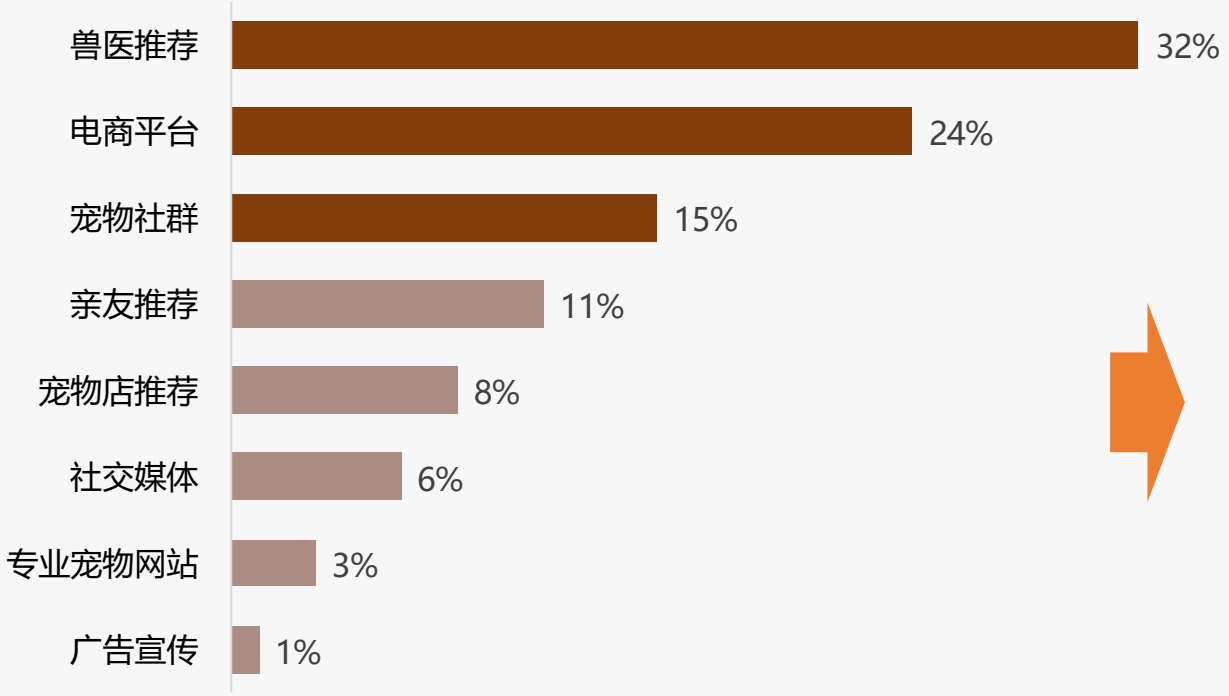
专业推荐主导宠物药品消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

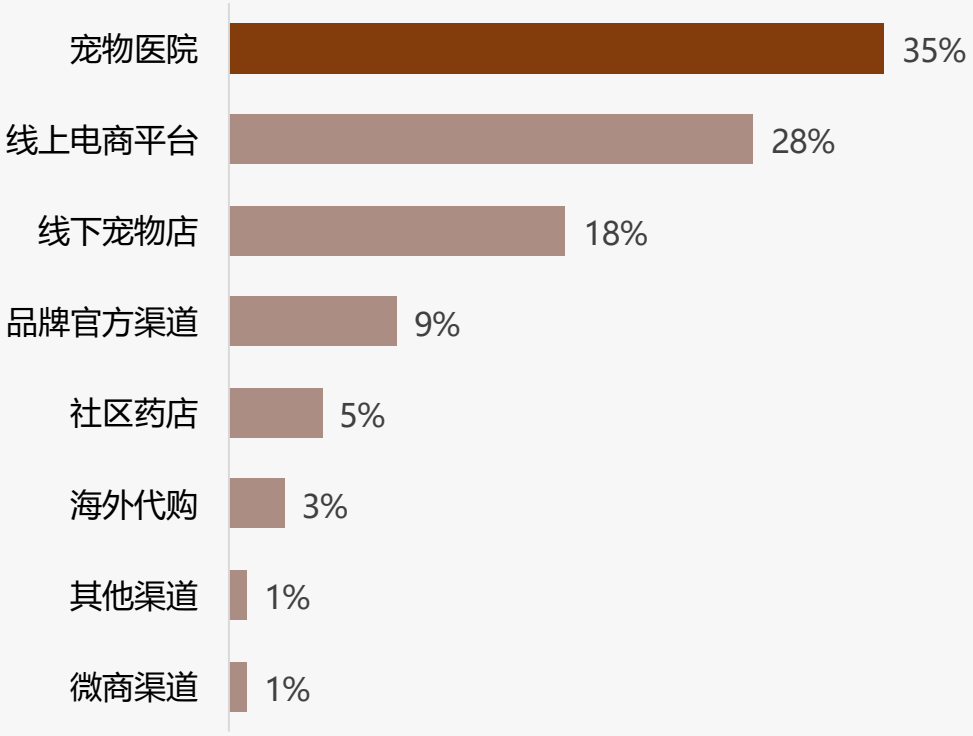
◆宠物药品信息获取渠道中，兽医推荐占比32%，电商平台24%，宠物社群15%，亲友推荐11%，显示专业推荐和社交网络在信息传播中的主导作用。

◆宠物药品购买渠道中，宠物医院占比35%，线上电商平台28%，线下宠物店18%，凸显专业医疗渠道和线上便捷性在购买决策中的重要性。

2025年中国猫狗药品信息获取渠道分布



2025年中国猫狗药品购买渠道分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

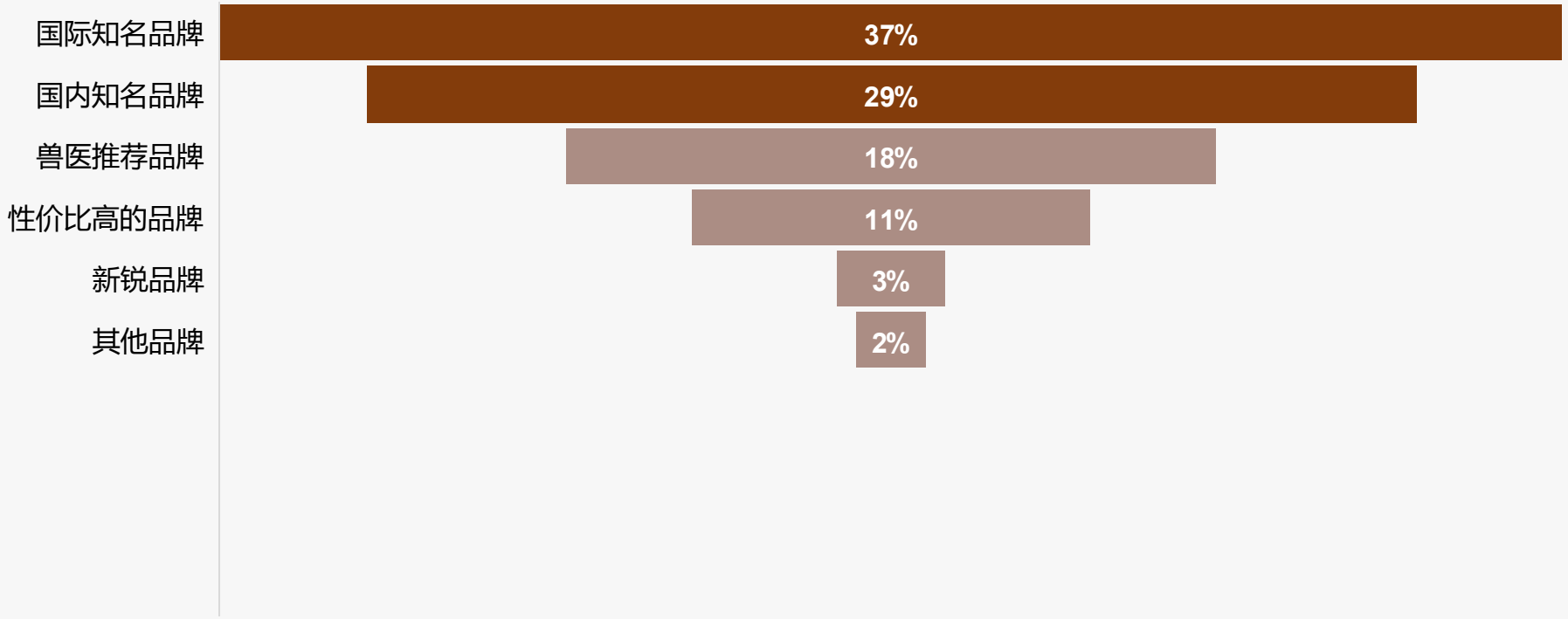
宠物药品品牌信任主导消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物药品品牌偏好数据显示，国际知名品牌以37%占比领先，国内品牌占29%，兽医推荐品牌占18%，显示消费者更信赖知名和专业推荐品牌。

◆新锐品牌仅占3%，性价比品牌占11%，表明市场对新品牌接受度低，部分消费者在注重价格的同时仍优先考虑品牌信任度。

2025年中国猫狗药品品牌偏好分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

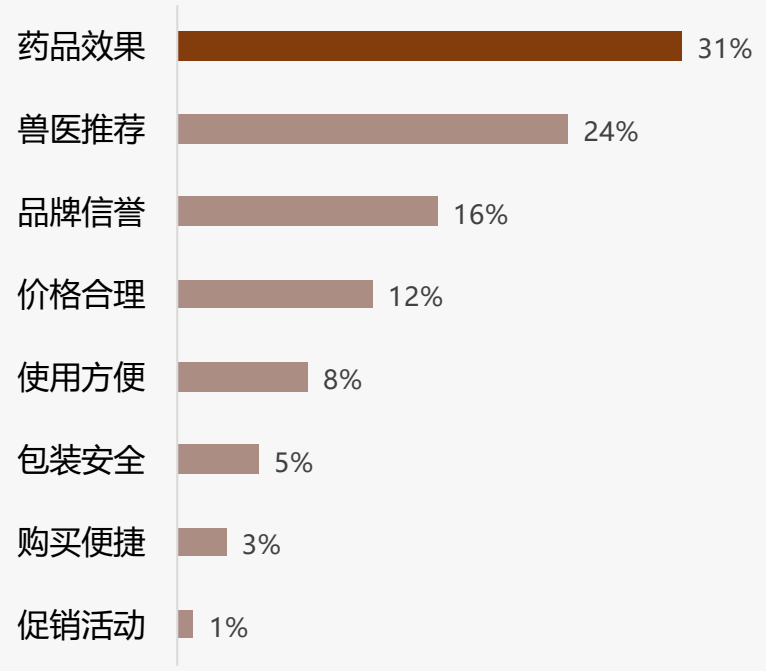
宠物药品消费重疗效专业健康管理

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物药品购买决策中，药品效果占比31%，兽医推荐占比24%，品牌信誉占比16%，显示消费者最关注疗效和专业建议。

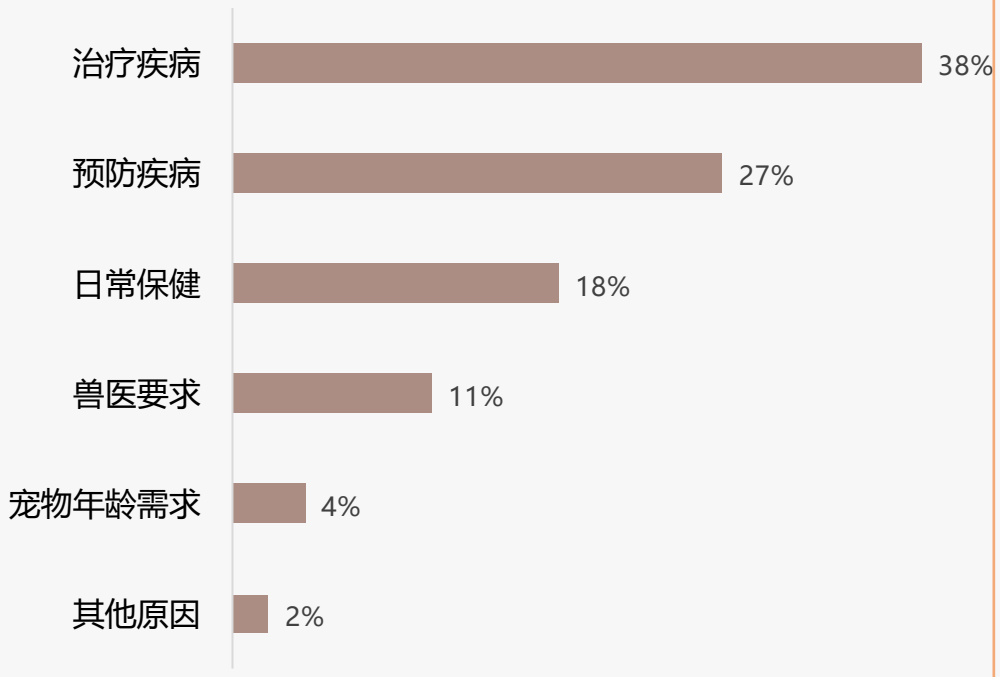
◆购买动机以治疗疾病占比38%为主，预防疾病占比27%，日常保健占比18%，凸显健康管理是核心消费驱动力。

2025年中国猫狗药品购买决策因素分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国猫狗药品购买动机分布



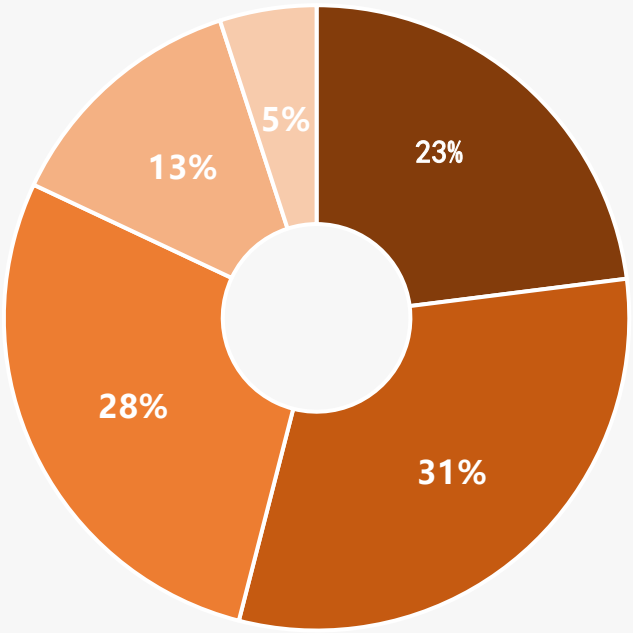
宠物药品推荐意愿高 效果价格是关键

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物药品推荐意愿调查显示，非常愿意和比较愿意推荐的比例合计达54%，表明多数用户对产品持正面态度，但一般愿意推荐占比28%显示部分用户保留意见。

◆不愿推荐原因中，效果不确定占32%是主要障碍，价格过高占24%反映成本敏感，使用复杂占16%提示产品设计需优化，以提升用户体验。

2025年中国猫狗药品推荐意愿分布

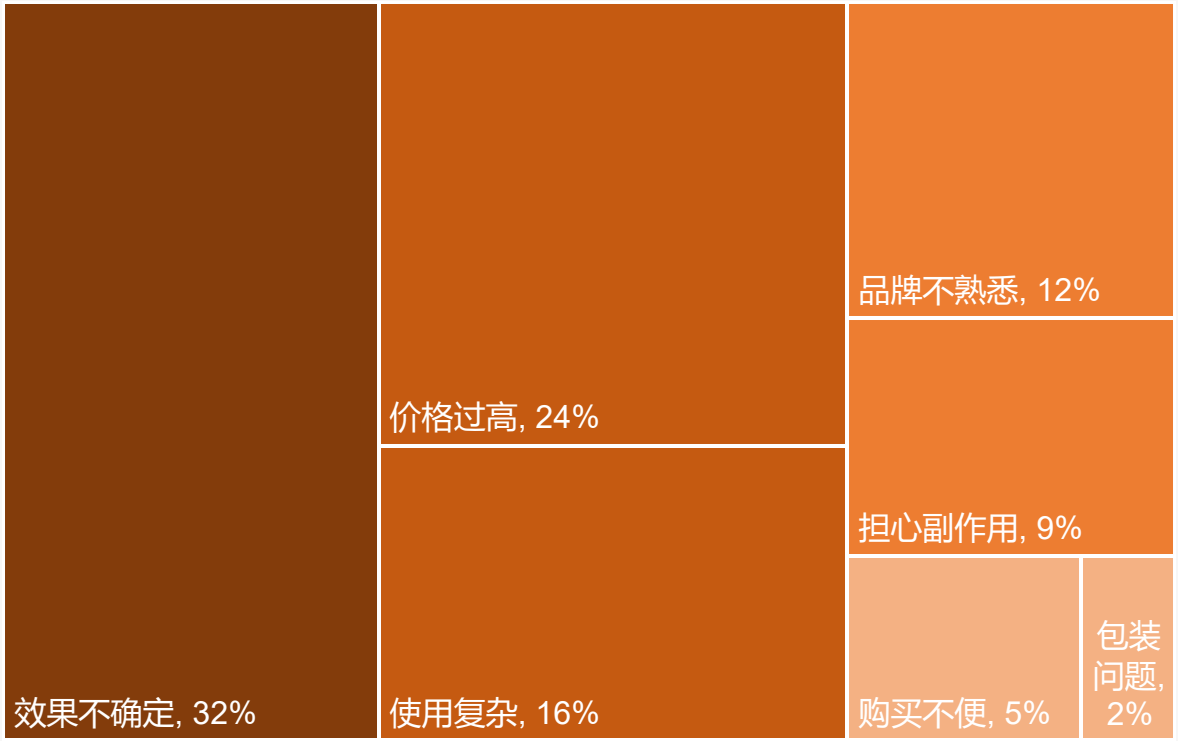


5分 4分 3分 2分 1分

■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：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2025年中国猫狗药品不愿推荐原因分布

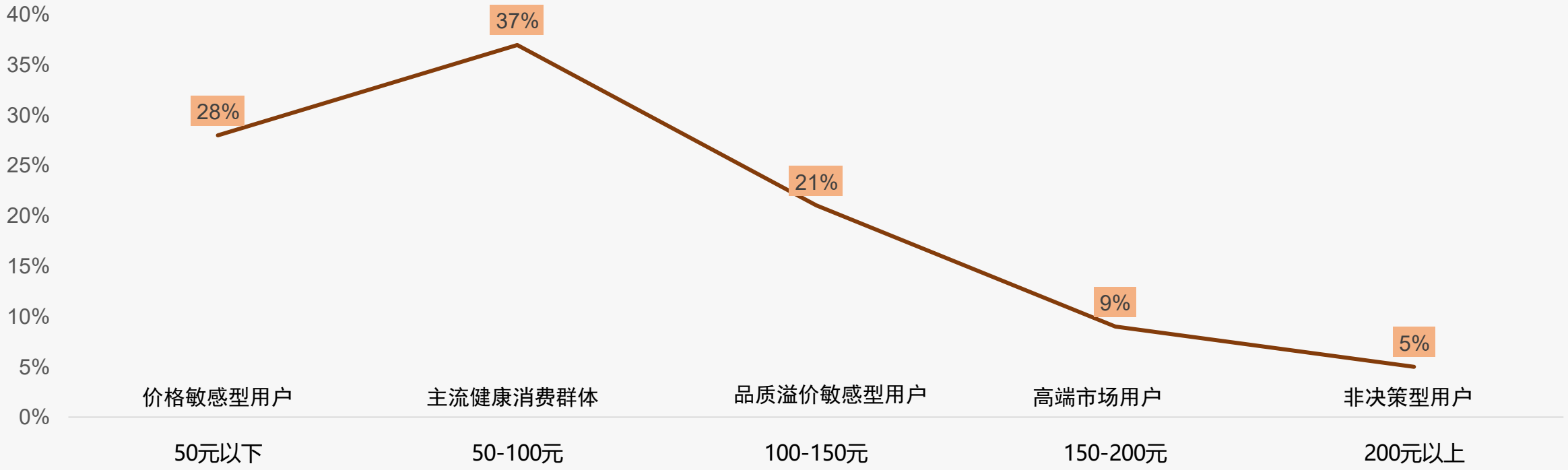


驱虫药中低端价格偏好显著

◆驱虫药价格接受度显示，50-100元区间占比37%，50元以下占比28%，消费者对中低端价格产品偏好明显。

◆100-150元区间占比21%，150元以上区间合计仅14%，高端市场接受度低，企业可聚焦中低端产品优化。

2025年中国猫狗药品驱虫药价格接受度分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以驱虫药规格猫狗药品为标准核定价格区间

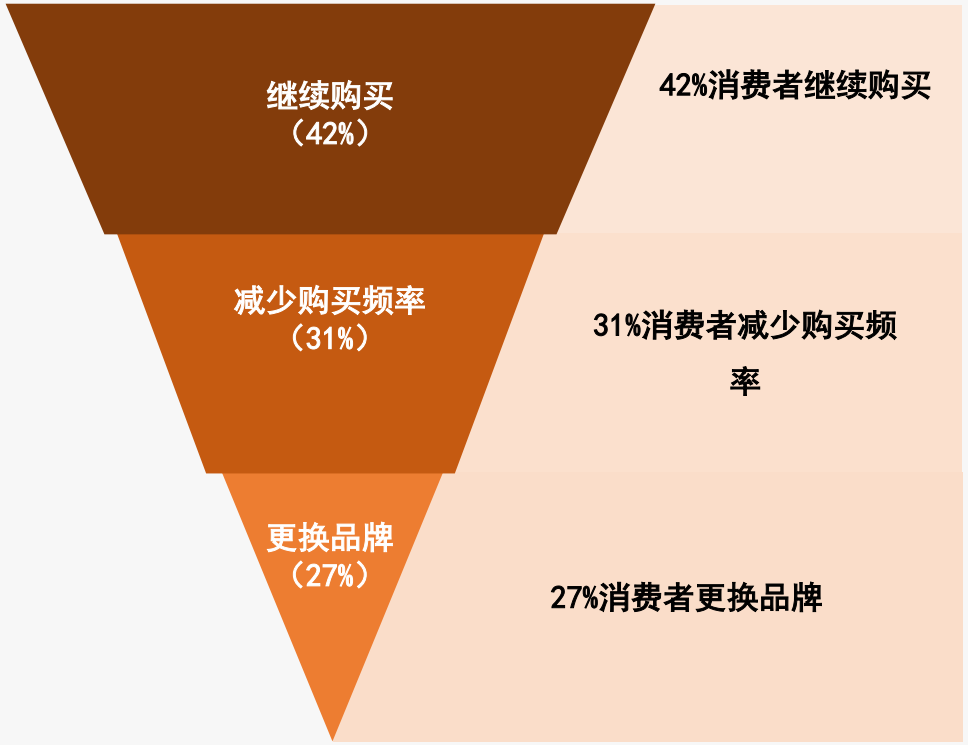
价格敏感 促销依赖 品牌忠诚

华信人咨询 HXN CONSULTING

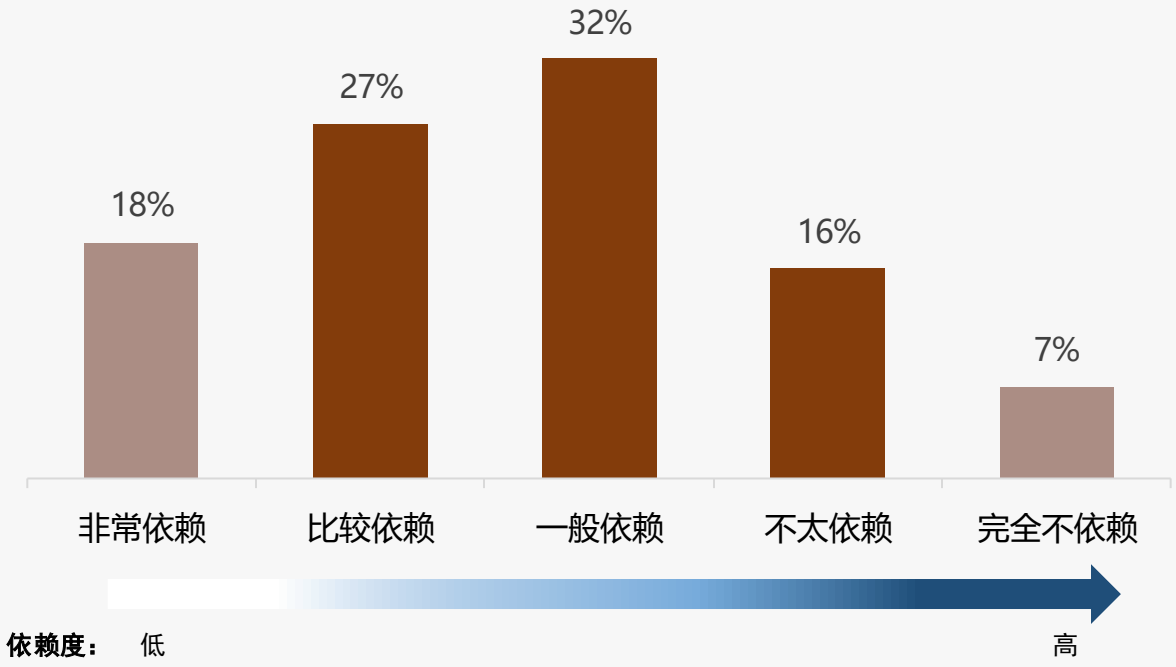
◆价格上涨10%时，42%消费者继续购买，品牌忠诚度高；31%减少频率，价格敏感；27%更换品牌，竞争激烈。

◆促销依赖：32%一般依赖，27%比较依赖，合计59%依赖促销；18%非常依赖，23%不依赖，策略需差异化。

2025年中国猫狗药品价格上涨10%购买行为分布



2025年中国猫狗药品促销活动依赖程度分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

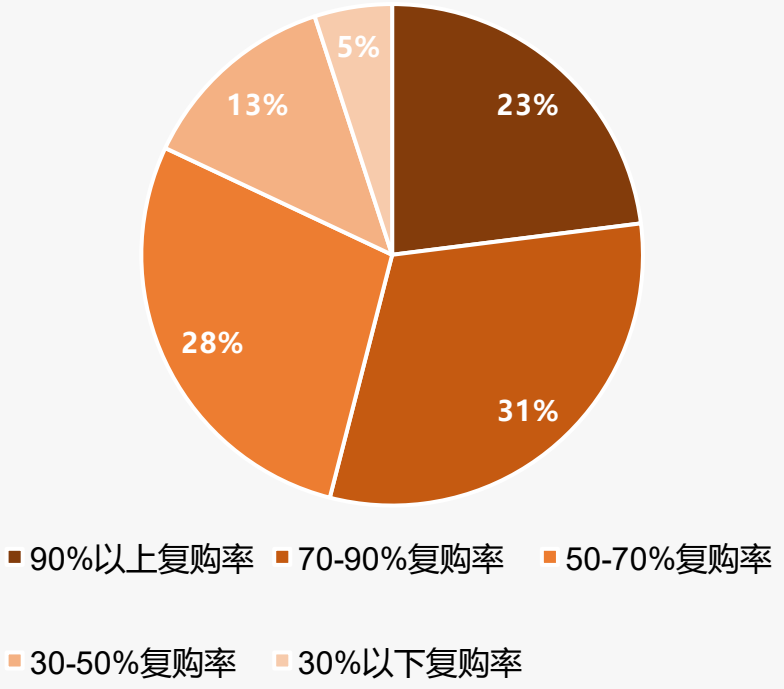
品牌忠诚度高 疗效价格驱动转换

华信人咨询
HXN CONSULTING

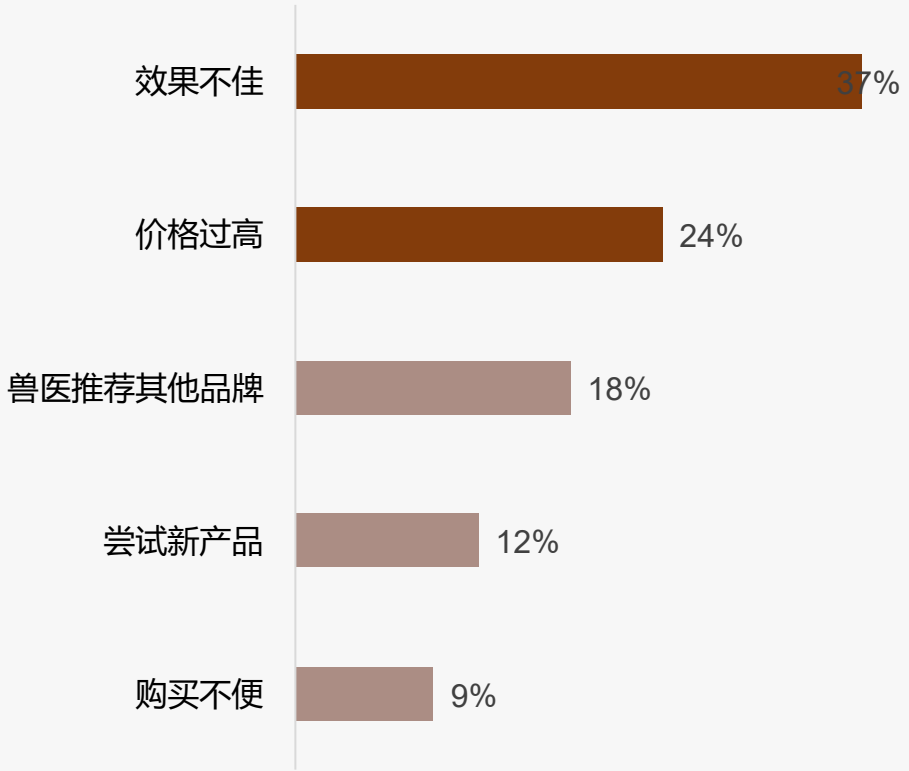
◆品牌复购率数据显示，70%以上复购率合计达54%，其中70-90%复购率为31%，90%以上为23%，表明多数消费者对品牌有较高忠诚度。

◆更换品牌原因中，效果不佳占37%，价格过高占24%，兽医推荐占18%，凸显产品疗效和成本是主要转换驱动因素。

2025年中国猫狗药品品牌复购率分布



2025年中国猫狗药品更换品牌原因分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

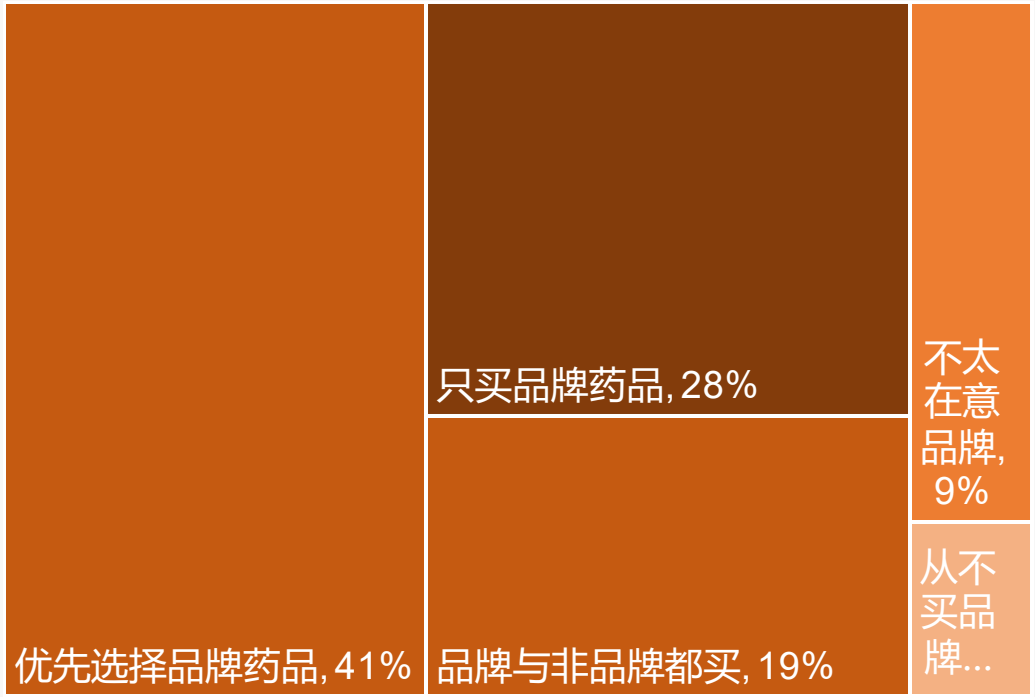
品牌药品主导消费 消费者信任度高

华信人咨询
HXN CONSULTING

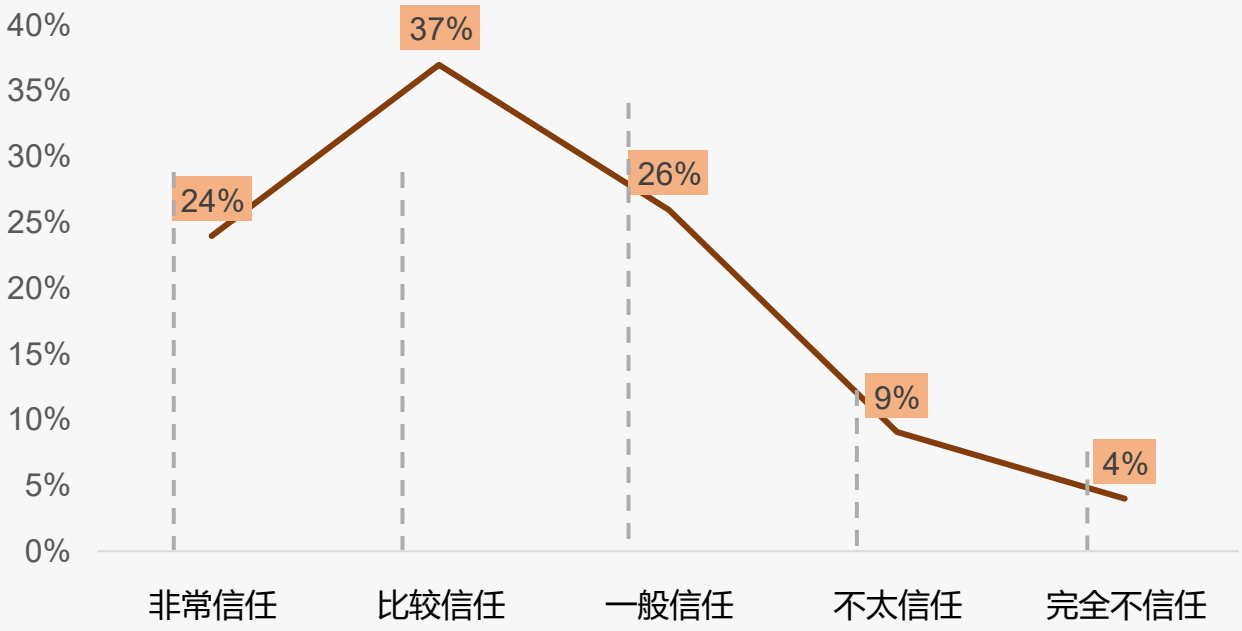
◆宠物药品消费者高度依赖品牌，69%倾向于购买品牌药品（28%只买品牌，41%优先选择品牌），显示品牌在消费决策中占据主导地位。

◆消费者对品牌药品信任度较高，61%持信任态度（24%非常信任，37%比较信任），仅4%完全不信任，反映品牌药品市场接受度广泛。

2025年中国猫狗药品购买品牌药品意愿分布



2025年中国猫狗药品对品牌药品态度分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

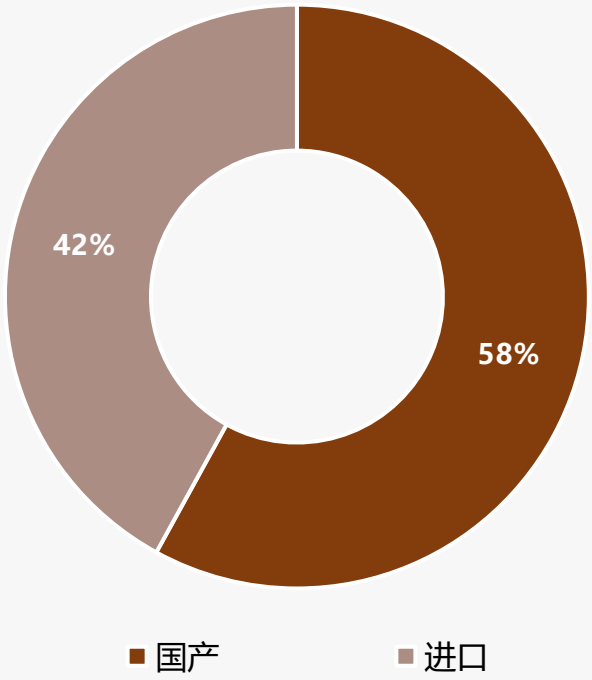
国产主导 效果价格驱动消费

华信人咨询
HXN CONSULTING

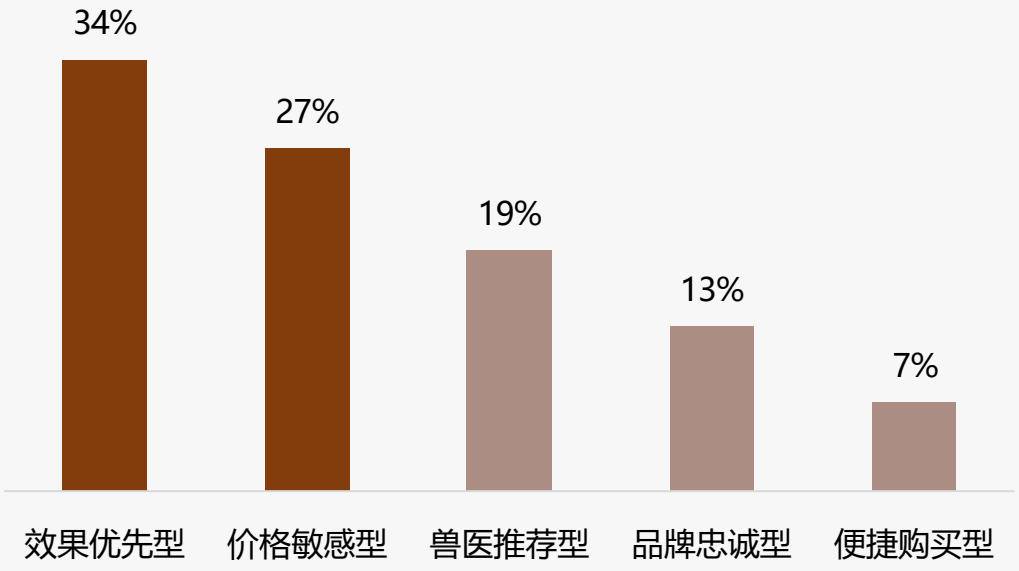
◆国产猫狗药品消费占比58%，进口品牌占42%，显示本土产品主导市场。消费者偏好中，效果优先型占34%，价格敏感型占27%，疗效与成本是核心决策因素。

◆兽医推荐型占19%，专业建议影响显著；品牌忠诚型和便捷购买型分别占13%和7%，品牌粘性与便利性非主要驱动。

2025年中国猫狗药品国产进口品牌消费分布



2025年中国猫狗药品品牌偏好类型分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

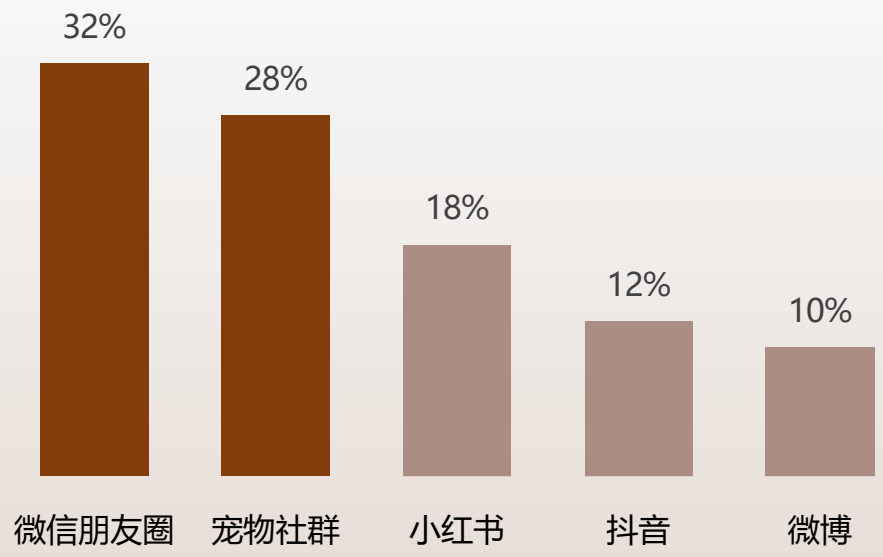
宠物药品信息社交分享 用户偏好真实体验

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆宠物药品信息主要来自微信朋友圈（32%）和宠物社群（28%），社交媒体是核心分享渠道，消费者依赖社交网络获取产品信息。

◆内容偏好中真实用户体验占37%，专业兽医讲解占28%，用户更关注实际效果和权威指导，促销信息仅占2%吸引力低。

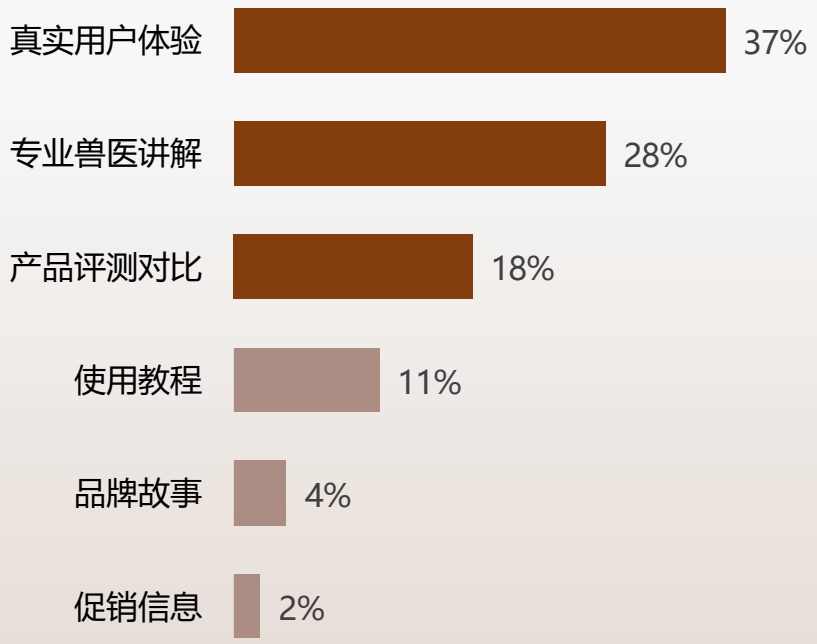
2025年中国猫狗药品信息分享渠道分布



2025年中国猫狗药品信息分享渠道分布

2025年中国猫狗药品社交媒体内容偏好分布

2025年中国猫狗药品社交媒体内容偏好分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

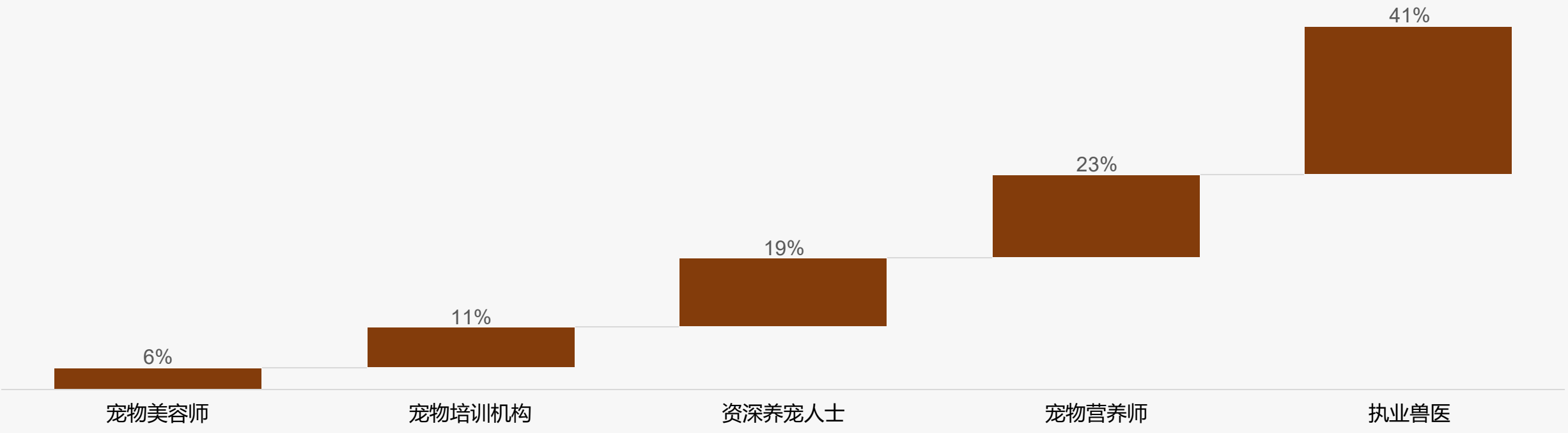
专业资质主导宠物药品消费信任

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆执业兽医以41%的占比成为最受信任的宠物博主类型，宠物营养师以23%紧随其后，显示专业资质在宠物药品消费中的主导地位。

◆资深养宠人士占19%，宠物培训机构和美容师分别占11%和6%，反映出消费者更信赖医疗和营养背景的博主进行决策。

2025年中国猫狗药品信任的宠物博主类型分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

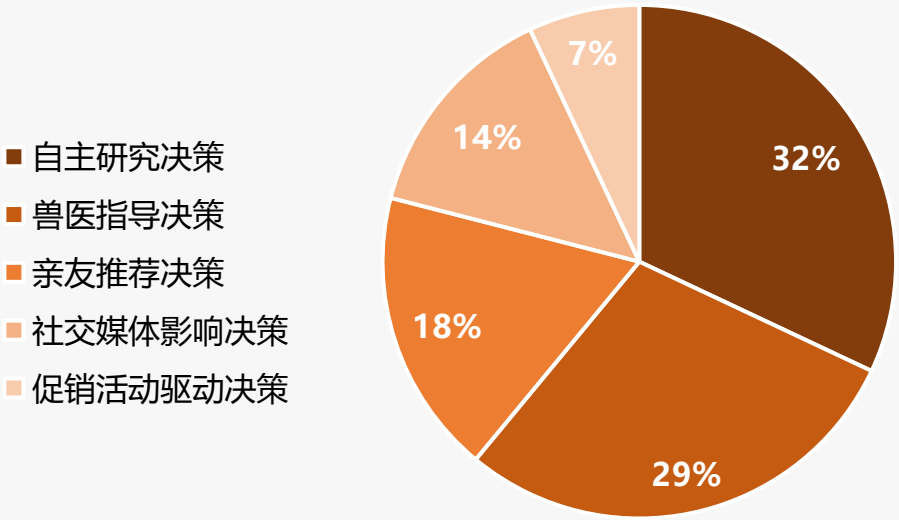
宠物药品口碑推荐主导消费决策

华信人咨询
HXN CONSULTING

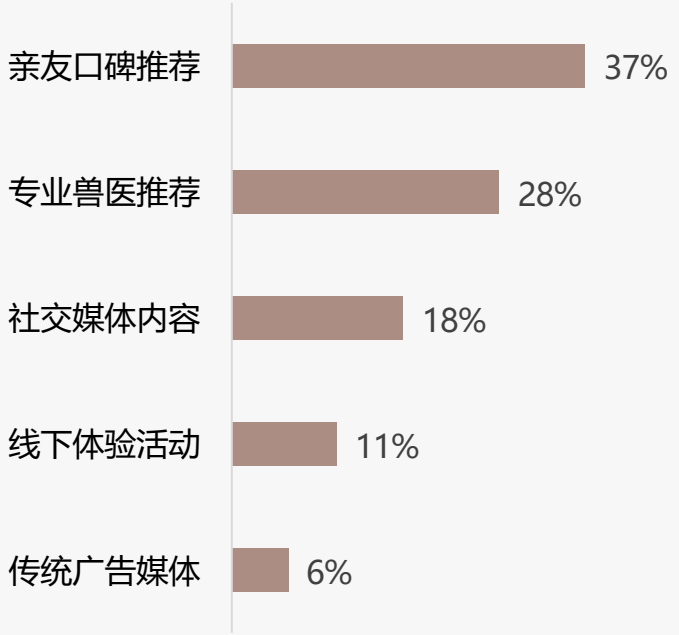
◆亲友口碑推荐以37%的占比成为猫狗药品消费者最偏好的广告信息接受渠道，显著高于其他选项，凸显宠物主对信任关系的依赖。

◆专业兽医推荐以28%紧随其后，强调专业意见在购买决策中的重要性；社交媒体内容占比18%，反映年轻宠物主在线获取信息趋势。

2025年中国猫狗药品消费决策模式分布



2025年中国猫狗药品广告信息接受偏好分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

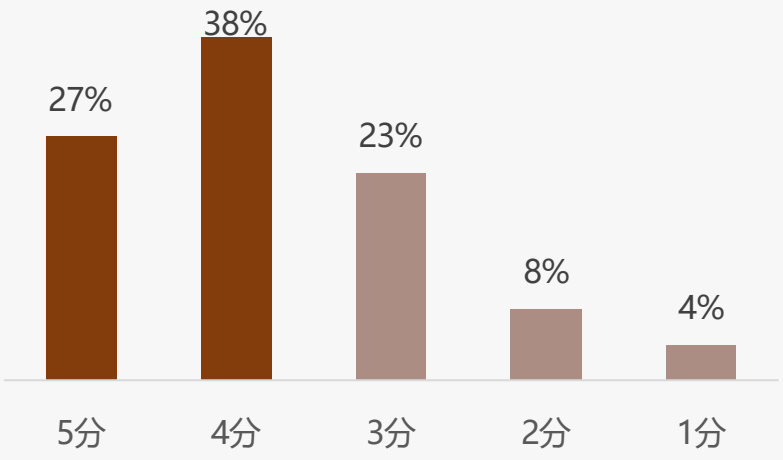
退货体验差 是主要短板

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆线上购买流程满意度高，5分和4分占比分别为27%和38%，合计65%；线上客服服务满意度较好，5分和4分占比分别为24%和36%，合计60%。

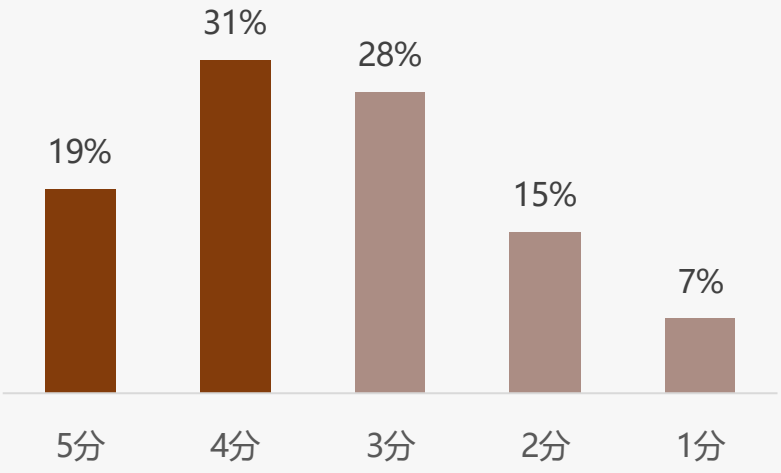
◆药品退货体验满意度低，5分和4分占比分别为19%和31%，合计50%，且2分和1分占比达22%，是主要短板需优先优化。

2025年中国猫狗药品线上购买流程满意度分布



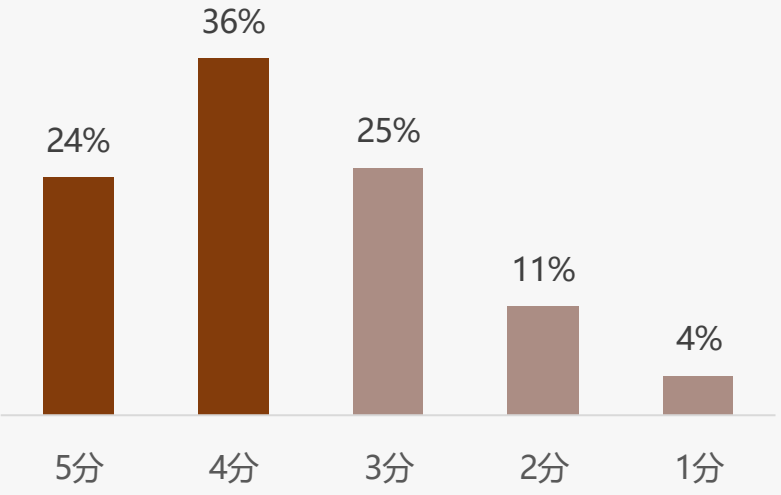
平均分：3. 76

2025年中国猫狗药品退货体验满意度分布



平均分：3. 40

2025年中国猫狗药品线上客服服务满意度分布



平均分：3. 65

样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

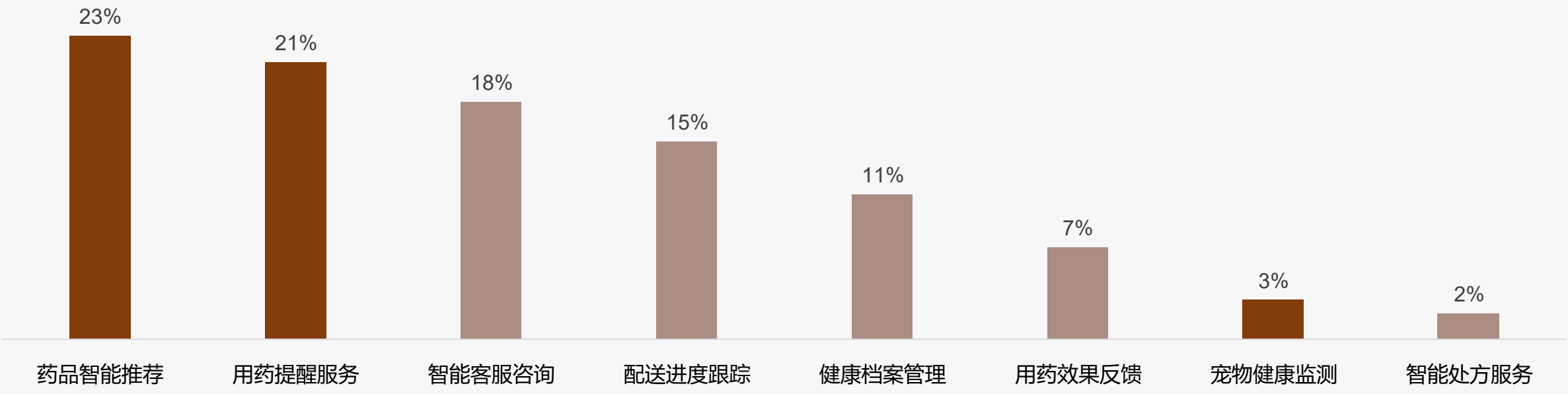
智能推荐用药提醒主导宠物健康监测待开发

华信人咨询
HXN CONSULTING

◆药品智能推荐（23%）和用药提醒服务（21%）是宠物药品智能服务中最受欢迎的两项，显示消费者对个性化用药指导和按时用药的高度依赖。

◆宠物健康监测（3%）和智能处方服务（2%）占比极低，表明这些服务可能因技术门槛或用户习惯尚未普及，市场发展潜力较大。

2025年中国猫狗药品智能服务体验分布



样本：猫狗药品行业市场调研样本量N=1384，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