



行业数据简报

「信息 + 数据」

速览行业概貌，把握市场动态

——咖啡产业

【洞见趋势 研判未来】

扫码关注公众号，解锁百篇免费报告



APP (安卓&IOS)



微信公众号



COFFEE TIME

咖啡行业
研究&洞察

01

1 行业概览

- 咖啡是用经过烘焙磨粉的咖啡豆制作出来的饮料。作为世界三大饮料之一，其与可可、茶同为流行于世界的主要饮品。
- 日常饮用的咖啡是用咖啡豆配合各种不同的烹煮器具制作出来的，而咖啡豆就是指咖啡树果实里面的果仁，再用适当的方法烘焙而成。
- 根据制作方式，咖啡可分为：
 - **速饮咖啡**：通过不同形式的预先加工，以简化冲泡过程并快速享用的咖啡饮品
 - **即饮咖啡**：已经预先制作并装瓶的咖啡饮品，可以直接饮用，无需任何冲泡过程
 - **现磨咖啡**：使用新鲜研磨的咖啡豆制作的咖啡



速饮咖啡



即饮咖啡



现磨咖啡

- 当前，我国咖啡市场逐渐向品质化消费阶段升级，本土咖啡品牌成长迅速，逐渐打破由外国品牌主导的局面。

萌芽阶段 18世纪末~1980S

- 1884年，咖啡首次在中国台湾成功种植。
- 1892年，法国传教士将咖啡引入云南省。

尝新体验 1980~1990S

- 速溶咖啡进入中国，普及市场。
- 这一阶段，咖啡主要做提神醒脑之用。

社交应用 1990~2016

- 咖啡消费上升到包括享受、商务、社交等综合体验上。
- 1997年咖啡餐食品牌上岛咖啡成立。
- 1999年星巴克进入中国市场，提出工作和生活以外的“第三空间”。

品质化消费 2021~至今

- 中国消费者对咖啡认知逐步加深、咖啡消费更加理性，对品质和性价比等方面有更高的追求。
- 咖啡连锁品牌规模快速扩张。
- 速饮咖啡在原料、技术、包装等方面升级，向精品化方向发展。

震荡调整 2020

- 收疫情影响，行业单体店闭店率高涨，消费者购买力有所下降。

多元化销售模式 2017~2019

- 零售咖啡品牌开拓互联网销售模式，国外大型连锁品牌加码布局中国市场并开拓外卖业务。
- 麦当劳等快餐连锁、便利店品牌在咖啡市场纷纷发力。
- 移动支付及外卖发展打破咖啡消费场景边界，“自提+外卖”、“线上+线下”模式成为主流。

1 行业概览 - 产业图谱

上游咖啡豆种植



中游咖啡豆贸易及加工

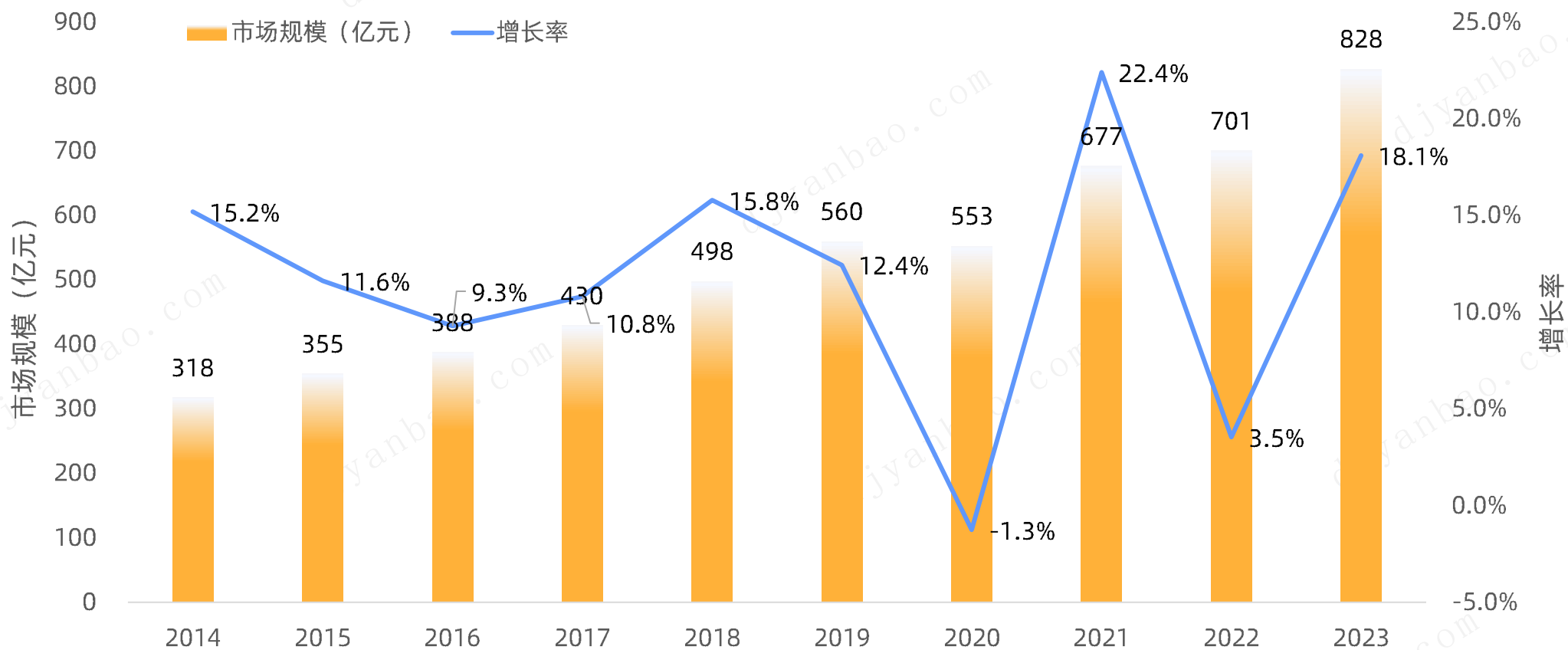


下游咖啡零售



- 相较于欧美国家较为成熟的咖啡市场而言，中国咖啡行业市场体量较小，截至2023年，以咖啡产品销售情况为基础的中国咖啡行业市场已达828亿元规模。伴随着冻干咖啡粉、浓缩咖啡液等便携类咖啡产品不断涌入市场，消费者对于咖啡需求也将持续上涨。

中国咖啡市场规模



1 市场洞察 - 行业驱动因素

底层逻辑升级

传播媒介网络化



- 短视频、微博、小红书等新媒体兴起，品牌力和网红产品不再依托传统门店作为宣传渠道，而是通过**内容传播的方式快速获取流量，实现大规模获客。**

基础设施完善化



- 基建完善，让单店模型更稳定，为快速扩张提供基础；
- 供应链完善为**产品品质管控稳定**提供支持；
- SAAS等软件系统赋能管理，**门店管理透明高效**，小程度点单及电子支付更便捷。

资本赋能扩大化



- 咖啡市场具备潜力，资本赋能下咖啡领域**快速开店成为常态**，市场扩张迅速；
- 瑞幸、奈雪等众多**残影股上市**，且退出机制完善，吸引加盟商入局。

生活节奏快速化



- 当今社会生活节奏愈发加快，**工作、学习及生活压力提升对咖啡提神需求增加。**

需求端

国民可支配收入和对生活质量的追求的提高:

- ✓ 咖啡作为可选消费品，**经济增长、居民可支配收入提升，中产阶级占比提升**是咖啡行业兴起离不开的基本盘。

Z世代成为消费主力军，对西式饮品接受度高:

- ✓ 随着Z世代逐步成为消费主力军，他们追求消费潮流和品质，对“悦己”消费偏好更高，对新鲜事物接受度也更高。

咖啡健康价值驱动消费者购买行为:

- ✓ 饮用咖啡**提升代谢和运动表现**，增加脂肪氧化率，促进体重和体脂的减少；
- ✓ 咖啡中含有多种**抗氧化成分**，如绿原酸、咖啡因、单宁酸等；饮用咖啡可能有利于**减少经皮肤水分流失、皮肤光老化、可能有助于抑制皮肤色素沉着**等作用。

供给端

→ 头部老品牌完成初步市场教育，培养民众咖啡消费意识

- 雀巢以一句“味道好极了”启蒙了中国人对咖啡的认知，**开启中国初步咖啡消费市场**

→ 新兴品牌进一步教育市场，引领咖啡消费市场进一步扩张

- 瑞幸激进补贴掀起咖啡消费热潮，进一步教育市场；
- 新兴品牌纷纷入局，托举**咖啡细分品类产品进入市场**，为咖啡消费着提供更多选择；
- **销售模式多样化拓展**，外卖及自取扩大单店服务半径，自助现磨咖啡贩卖机提升贩卖效率。

→ 中国独特咖啡文化初具雏形，与消费者需求契合度日益驱高

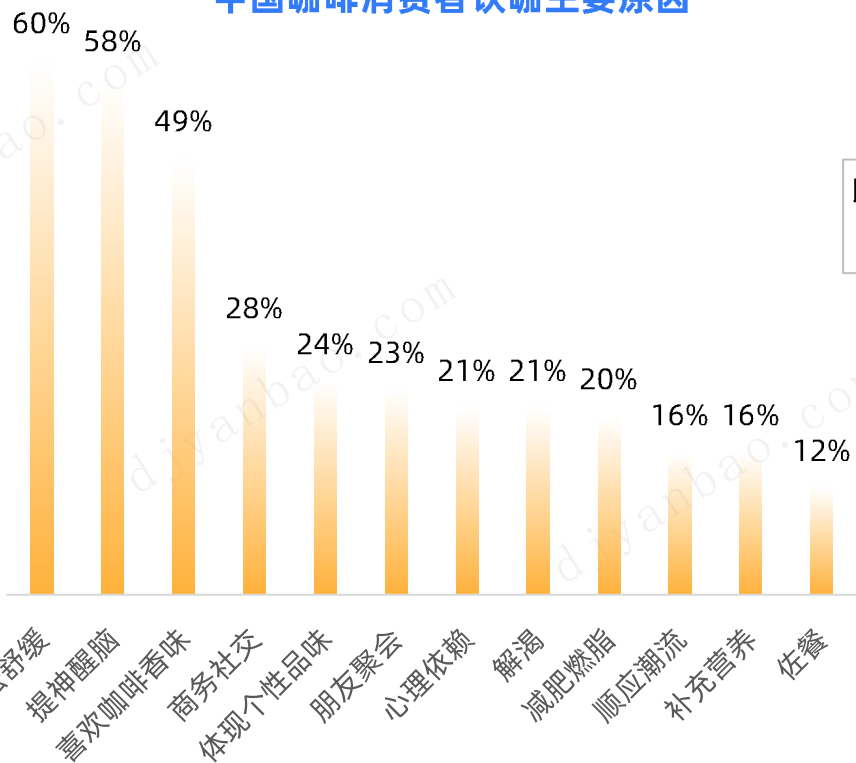
- 中国咖啡口味更多元，且定期迭代、推陈出新，除满足提神需求外，亦可满足消费者口味需求，更富新鲜感和娱乐性，打破咖啡传统消费需求 and 消费场景，形成**独特中国咖啡文化**；
- 中国咖啡品类更丰富，品质更高，**更符合新一代消费人群偏好**。

中国咖啡消费者消费动因更关注放松舒缓、提神醒脑以及咖啡香味，占比均为50%左右。

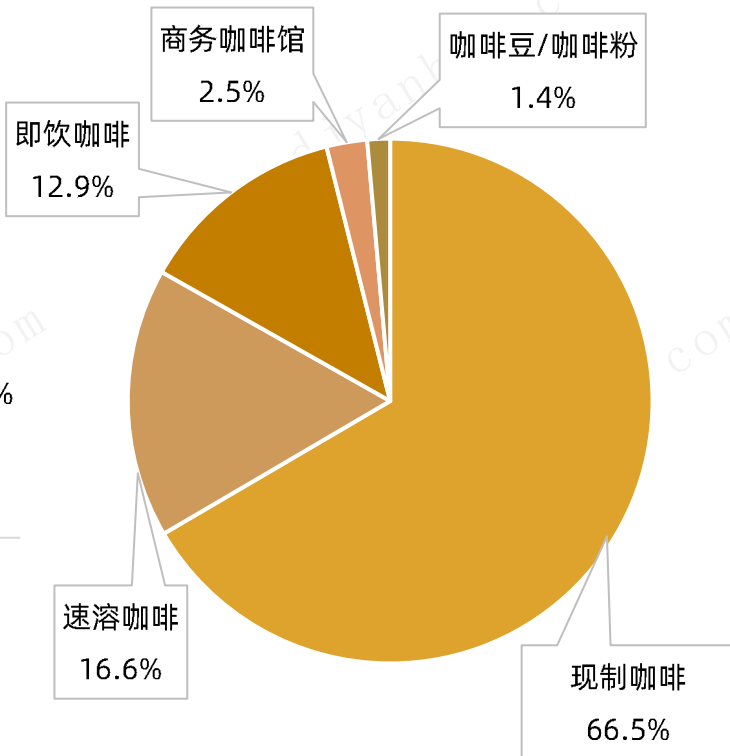
现制咖啡店贡献了中国整体咖啡市场66.5%的零售收入，远高于其他场景；其次是速溶咖啡和即饮咖啡。

截至2023年，中国每年咖啡人均消费额已达58.8元，较十年前增长约250%。

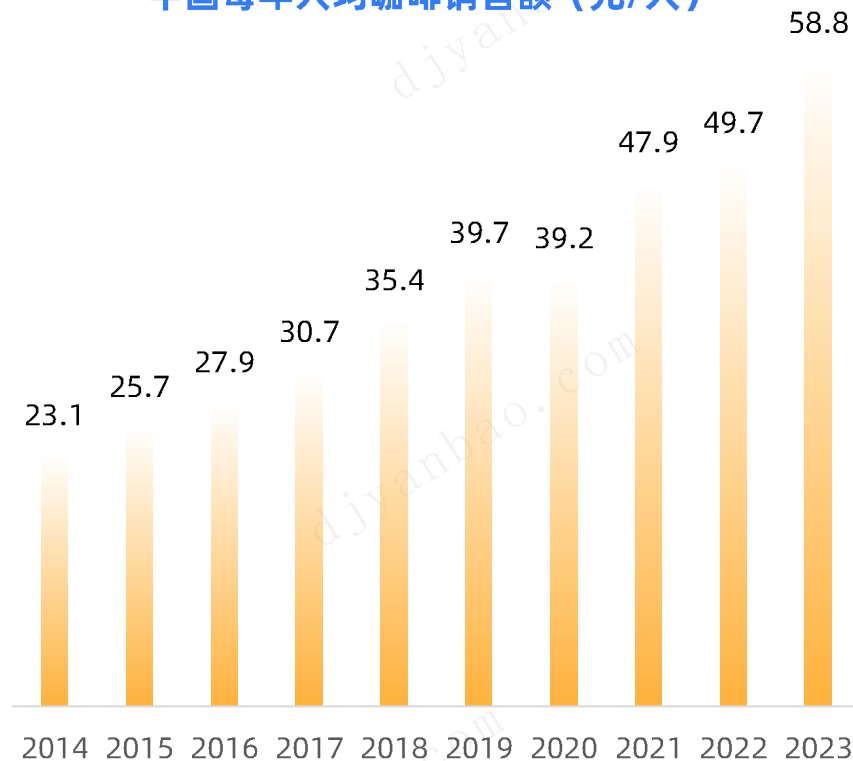
中国咖啡消费者饮咖主要原因



2023年不同咖啡消费场景所占整体咖啡市场比例



中国每年人均咖啡销售额（元/人）

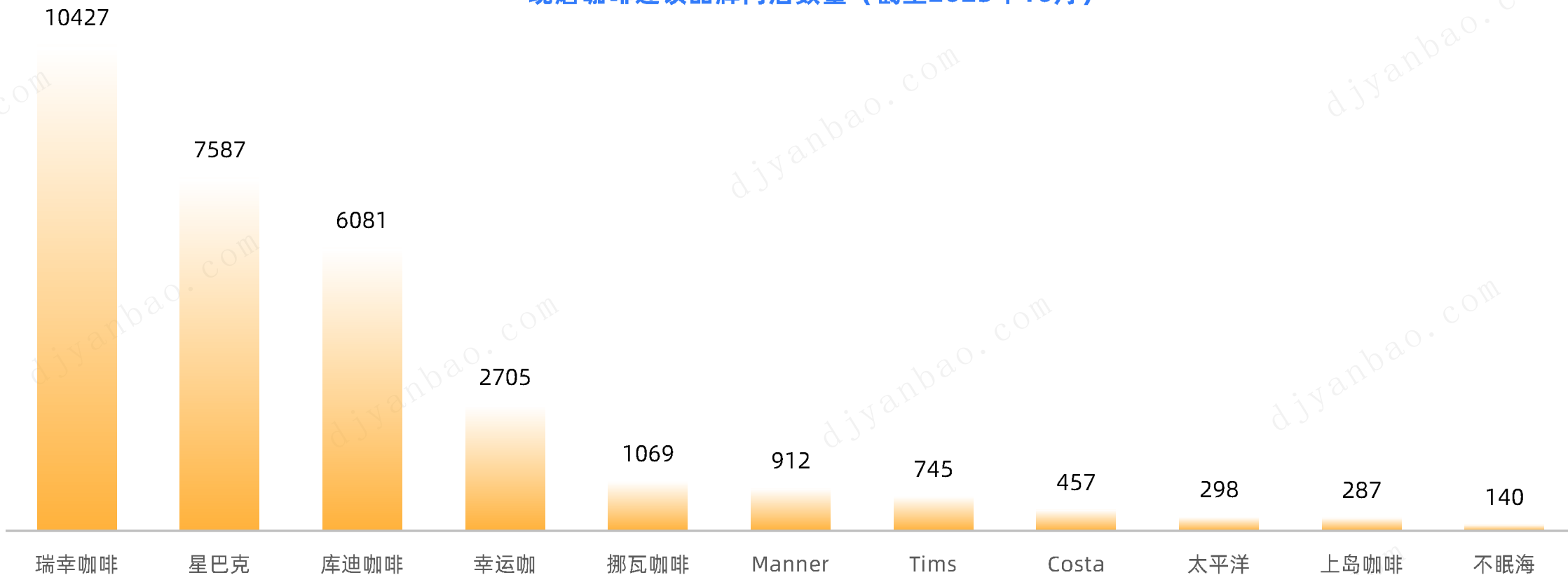


资料来源：民生证券，浦银国际，洞见研报分析整理。

1 企业竞争分析

- 中国的咖啡连锁市场竞争激烈，瑞幸咖啡的门店数量以10427家位列第一，成为国内唯一一家破万的咖啡品牌，远超其他品牌。星巴克作为国际咖啡连锁品牌，以7587家门店数量位列第二。库迪咖啡作为后起之秀，以6081家的门店数量位居第三。幸运咖、挪瓦咖啡、Manner、Tims等虽然在门店数量远上不及前三名，但仍占有一定的市场份额。

现磨咖啡连锁品牌门店数量（截至2023年10月）



咖啡行业 线上数据一览

数据时间：2024年Q1

统计平台：天猫&淘宝&京东&抖音

02

2 数据概览

- 本章数据一览以线上咖啡销售数据为重点统计对象，分类统计方式略有不同，结合饮用风味进行了调整，涵盖速溶咖啡(速溶咖啡粉、咖啡液等)、“现磨”咖啡(含咖啡豆、挂耳、胶囊咖啡等)与即饮咖啡。

速溶咖啡



“现磨”咖啡



即饮咖啡



2 数据概览

- 2024年第一季度线上咖啡销售整体呈上升趋势，在淘天、京东、抖音平台销量均呈现同比增加的趋势。同时，受益于平台转型，抖音渠道咖啡销售额与销量大幅增加，

淘天

销售额

18.4 亿 -13.5% 同比

销量

2918.1 万 4.4% 同比

商品均价

62.6 元

商品数

11.7 万



京东

销售额

7.3 亿 3.0% 同比

销量

1198.2 万 10.7% 同比

商品均价

60.8 元

商品数

4.0 万



抖音

销售额

9.3 亿 71.8% 同比

销量

1576.0 万 34.4% 同比

商品均价

62.4 元

商品数

2.0 万



2 线上咖啡品牌

- 咖啡相关饮品线上渠道呈现明显的断层。雀巢位居行业龙头，销售额与销量远超第二名，其季度销售额已超过3.6亿元。星巴克与瑞幸咖啡位列第二梯队，第一季度销售额过亿。第三梯队中，三顿半虽销量排名不佳，但高单价带动了销售额排名的上升。

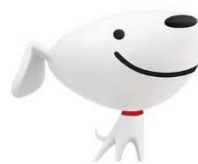
品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
雀巢	36500.4	715.8
星巴克	16225.6	161.6
瑞幸咖啡	10238.0	126.9
三顿半	6604.1	40.7
隅田川	5733.9	105.3

淘天



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
雀巢	22368.3	479.9
星巴克	7037.8	79.7
瑞幸咖啡	6200.0	84.9

京东



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
雀巢	13853.8	229.2
星巴克	6859.4	63.9
瑞幸咖啡	4037.9	42.1

抖音



品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
星巴克	2328.4	18.0
燕美黛	1448.4	8.2
丸妃	699.0	3.8

- 速溶咖啡淘天数据呈现明显的断层。雀巢咖啡以7858万元的销售额位居榜首，销售额与销量远超第二名。三顿半咖啡虽然销售额为2412.3万元，排在第二位，但其销量仅位列第七。瑞幸咖啡、旧街场、g7销售额紧随其后，销量也不相上下。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
雀巢	7858.0	1
三顿半	2412.3	2
瑞幸咖啡	1607.5	3
旧街场	1603.0	4
g7	908.4	5

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
三顿半快饮装速溶咖啡 拿铁美式超即溶冻干黑咖啡粉桶装 60颗*2g	1602.8	5.7	三顿半
【送礼品袋】瑞幸咖啡 元气弹冷萃冻干速溶咖啡粉美式即溶黑咖啡	649.2	8.0	瑞幸咖啡
[明星同款]PH地中海每日黑咖啡阿拉比卡肉桂美式冻干袋装速溶咖啡	624.6	9.1	positive hotel
雀巢咖啡1+2原味三合一速溶咖啡粉学生提神咖啡100条装官方旗舰店	601.2	5.4	雀巢
Nestle雀巢咖啡1+2原味三合一速溶咖啡粉100条装咖啡雀巢1500g	559.1	4.4	雀巢



2 淘天数据 - “现磨”咖啡

- “现磨”咖啡淘天数据中，辛鹿的销售额和销量均位居榜首，紧随其后的是nespresso、星巴克、隅田川的销售额和销量不相上下，lavazza以1654.0万元的销售额排名第五，但销量却排在第十三位，其因较高的单价拉动销售额的上升。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
辛鹿	3373.0	63.8
nespresso	3068.0	22.4
星巴克	2906.0	28.9
隅田川	2084.8	34.0
lavazza	1654.0	11.9

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
Sinloy辛鹿 蓝山均衡/意式拼配云南咖啡豆 新鲜烘焙可现磨粉 1KG	8912003	119328	Sinloy 辛鹿
瑞幸咖啡 挂耳咖啡滤袋0蔗糖黑咖啡现磨手冲美式咖啡20袋囤货装	6017586.6	89691	瑞幸咖啡
豆叔温森特的向日葵深度烘焙精品意式浓缩香浓咖啡豆黑咖啡粉500g	4492136.69	61909	豆叔
Sinloy辛鹿 意式特浓咖啡豆炭烧拼配 无酸油脂王 可现磨粉 1KG	4341378	73341	sinloy
隅田川意式现磨手冲挂耳挂滤式黑咖啡粉美式深烘 96杯	4137713	16877	隅田川



- 即饮咖啡滔天数据中，雀巢在销售额和销量上都取得了显著的领先，销售额和销量分别为2771.1万元和74.5万件，均位居第一。星巴克紧随其后。可口可乐、每日咖啡师和oatly虽在销量上排在第三名至第五名，但其销售额和销量与前两名仍有较大的差距。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
雀巢	2771.1	74.5	1
星巴克	1178.3	17.1	2
可口可乐	310.8	7.0	3
每日咖啡师	124.2	1.0	9
oatly	97.3	1.4	6

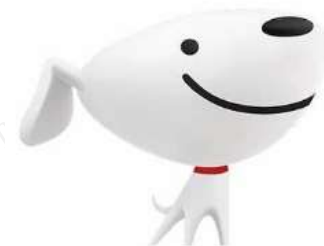
商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
雀巢咖啡即饮丝滑拿铁 包装随机发货268ml*15瓶/箱即饮咖啡饮料	390.5	6.5	雀巢
雀巢丝滑拿铁咖啡饮料 (包装随机) 268ml*15瓶/箱即饮咖啡	320.0	5.1	雀巢
雀巢咖啡丝滑拿铁咖啡包装随机268ml*15瓶/箱即饮咖啡饮料	209.0	3.3	雀巢
Nestle/雀巢咖啡即饮咖啡丝滑拿铁268ml*3瓶咖啡饮料	204.0	17.1	雀巢
Nestle/雀巢即饮咖啡丝滑拿铁268ml*15整箱咖啡饮料爆款	190.0	2.5	雀巢



- 速溶咖啡京东数据中，雀巢以7368.2万元的销售额和105.9万件的销量遥遥领先，稳居首位。中原咖啡、麦斯威尔、星巴克、三顿半虽在排名上紧随其后，但销售额和销量均与雀巢有较大差距。其中三顿半咖啡虽排名第十九，但其销售额仍位于较高的水平。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
雀巢	7368.2	105.9	1
中原	906.7	12.2	3
麦斯威尔	885.6	11.7	4
星巴克	656.4	9.2	6
三顿半	650.9	2.7	19

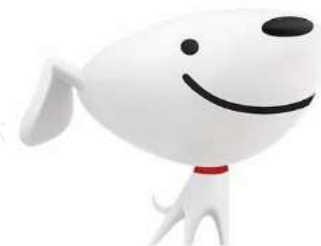
商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
雀巢 (Nestle) 速溶咖啡粉 1+2原味低糖*微研磨三合一冲调饮品90条黄凯胡明昊推荐	1298.2	11.9	雀巢
中原G7三合一速溶咖啡 1600g (16gx100条) 越南进口	735.3	9.0	中原
雀巢 (Nestle) 速溶咖啡粉 1+2特浓低糖*微研磨三合一冲调饮品90条黄凯胡明昊推荐	473.0	4.3	雀巢
雀巢 (Nestle) 1+2原味速溶咖啡粉15g*100条盒装 微研磨三合一低糖即溶咖	351.0	2.4	雀巢
三顿半澎湃装精品黑咖啡 美式拿铁速溶咖啡混合装60颗*2g	341.8	1.2	三顿半



- “现磨”咖啡京东数据中，星巴克以1820.2万元的销售收入和16.9万件的销量位居榜首。紧随其后的是奈斯派索、瑞幸咖啡、隅田川。最后，peet's coffee的销售收入为526.5万元，排名第五，但销量仅为3.8万件，排名第十一。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
星巴克	1820.2	16.9	1
奈斯派索	1504.2	9.4	4
瑞幸咖啡	1007.5	13	2
隅田川	666.7	12.2	3
peet's coffee	526.5	3.8	11

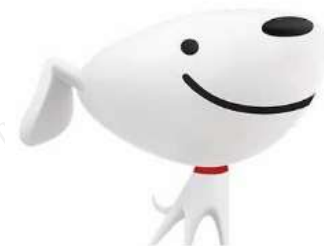
商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
瑞幸咖啡挂耳咖啡2风味混合装10g*20袋手冲滤泡挂耳0蔗糖黑咖啡粉运动健身	309.0	4.3	瑞幸咖啡
瑞幸咖啡吸猫系列挂耳咖啡混合装10g*72袋0蔗糖滤纸挂耳手冲饮黑咖啡粉	288.3	1.1	瑞幸咖啡
Nespresso 胶囊咖啡 全明星咖啡胶囊套装 瑞士原装进口 意式浓缩黑咖啡胶囊 全明星 150颗	261.6	0.4	奈斯派索
ILLY意大利原装进口意式黑咖啡 深烘咖啡粉250g/罐 新鲜日期	214.3	3.7	奈斯派索
Nespresso 胶囊咖啡150颗装瑞士进口多种口味 赠胶囊咖啡杯组 新用户礼遇 浓醇一刻150颗	188.7	0.3	illy



- 即饮咖啡京东数据中，雀巢以13853.8万元的销售额和229.2万件的销量稳居榜首。星巴克、瑞幸咖啡、伊利分别位于第二名至第四名。三顿半咖啡以1996.9万元的销售额排名第五，然而，销量仅为13.3万件，排名第十九。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)	排名
雀巢	13853.8	229.2	1
星巴克	6859.4	63.9	2
瑞幸咖啡	4037.9	42.1	3
伊利	2037.5	42.2	4
三顿半	1996.9	13.3	19

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
雀巢 (Nestle) 速溶咖啡粉 1+2原味低糖*微研磨三合一 冲调饮品90条黄凯胡明昊推 荐	1298.2	11.9	雀巢
伊利臻浓牛奶高钙 250mL*16盒/箱 +50%钙 咖 啡伴侣 礼盒装	1047.6	21.2	伊利
中原G7三合一速溶咖啡 1600g (16gx100条) 越南进 口	735.3	9.0	中原
雀巢 (Nestle) 即饮咖啡饮 料 丝滑拿铁口味 268ml*15 瓶装	646.0	9.1	雀巢
伊利臻浓牛奶 mini版臻浓 125ml*20盒/箱 咖啡伴侣 礼 盒装	627.4	13.2	伊利



- 速溶咖啡的抖音数据中，四只猫的销售额为4944.0万元，销量为51.6万件，均排名第一。西贡、四只猫咖啡、雀巢、丸妃销售额紧随其后，其销量排名与销售额基本一致。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
四只猫	4944.0	51.6
西贡	2778.3	35.8
四只猫咖啡	1484.3	21.2
雀巢	1268.7	20.9
丸妃	640.6	5.8

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【110杯+磁吸搅拌杯】拿铁蓝山特浓黑咖啡3盒+1袋 四只猫 速溶咖啡	2525.9	30.2	四只猫
西贡猫屎咖啡味100杯 850g*2包越南进口三合一速溶咖啡冲调饮品	2330.7	27.2	西贡
【5袋150杯+送磁吸搅拌杯】拿铁蓝山特浓卡布燕麦 四只猫 速溶咖啡	1152.3	9.6	四只猫
【130杯+搅拌杯+保温杯】拿铁蓝山特浓卡布黑咖啡 四只猫 速溶咖啡	732.5	5.4	四只猫
丸妃防弹咖啡7号固体饮料0糖冷热双泡代餐饱腹速溶咖啡冻干咖啡粉	562.7	5.1	丸妃



- “现磨”咖啡抖音数据中，瑞幸咖啡的销售额和销量均位居榜首，we are manner销售额位列第二。skvo销售额仅为543.6万元，但销量达到了23.2万件，位列第二。优你咖啡紧随其后，咖啡小镇以439.2万元的销售额排名第五，但其销量仅排名第十。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
瑞幸咖啡	3422.5	27.3
we are manner	593.9	7.3
skvo	543.6	23.2
优你咖啡	494.5	6.0
咖啡小镇	439.2	3.6

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【官店】瑞幸咖啡团购直播间3盒60包挂耳咖啡滴滤手冲黑咖啡冰美式	1514.4	7.8	瑞幸咖啡
【三瓶装更划算】开车上课加班必备！香醇咖啡豆咖啡糖网红即食划算	543.6	23.2	skvo
【官方】3盒装瑞幸冻干咖啡粉到手54颗元气弹 赠品6选1阿拉比卡	469.2	2.4	瑞幸咖啡
【官方】瑞幸元气弹60颗小罐囤货装咖啡粉抖音团购直播还有赠品送	289.0	1.4	瑞幸咖啡
【明谦】教父意式拼配精品浓缩咖啡豆油脂丰富香浓美式新鲜烘焙定制	225.2	2.0	明谦



- 即饮咖啡抖音数据中，星巴克以582.7万元的销售额排名第一，农夫山泉以182.7万元的销售额排名第二。但在销量上，星巴克以6.1万件排名第二，低于农夫山泉的9.0万件。雀巢、轻上、娃哈哈的销售额和销量紧随其后。

品牌名称	销售额 (万元)	销量 (万件)
星巴克	582.7	6.1
农夫山泉	182.7	9.0
雀巢	131.8	4.7
轻上	107.4	1.8
娃哈哈	53.5	0.9

商品标题	销售额 (万元)	销量 (万件)	品牌
【新品馥芮白】星巴克即饮咖啡拿铁低糖低脂便携瓶装赠不锈钢杯团购	172.1	1.3	星巴克
【农夫山泉】炭久经典黑咖即饮咖啡饮料 900ml*2瓶装	163.5	8.3	农夫山泉
[星巴克行李箱]粉粉生咖轻咖啡因低糖馥芮白浓郁即饮咖啡饮料直播	103.5	0.5	星巴克
【品牌直降】罗伯克X轻上生椰丝绒拿铁即饮咖啡饮料过年零食饮料	95.2	1.5	轻上
雀巢即饮咖啡丝滑拿铁风味 268ml*5瓶装学生加班熬夜提神咖啡饮料	64	2.8	雀巢



专业免费的行业研究数据库, **3500000+**报告, 覆盖各行业研究报告、行业报告、咨询报告、上市公司研报、招股书、蓝白皮书等, 采用智能搜索引擎、自然语言处理等技术, 并根据市场需求创建了web端和微信小程序端两种模式为金融投资人员、企业高管、咨询顾问、行业研究员、市场分析师提供便捷、全面、专业的信息检索服务!

智能收藏



标星等级



WORD/PPT下载



随手笔记



专项订阅



洞察行业机遇, 适配企业发展

综合分析企业发展环境, 洞察投资机遇
全面了解企业运营模式, 筛选目标领域
密切关注市场行情动态, 制定投资计划
研究竞争对手商业模式, 协助战略决策



战略
咨询

共建
报告

挖掘行业信息, 助力品牌推广

联合企业发布行业白皮书, 研究行业前景
剖析行业发展现状与动态, 探索潜力赛道
提供品牌推广路径与方案, 夯实领先地位
立足公司特色业务产品, 凸显品牌专业度



洞见研报致力于建立全球行业专家网络平台，通过线上线下会议、专家访谈等形式，快速灵活为各类基金公司和投资机构提供高价值、高定制化的行业知识服务，分享与传递专业意见，赋能客户决策。**洞见专家团持续招募中，有偿分享，高效联结！**填写问卷申请加入我们的专家网络，欢迎分享给您的好友、同事！

专业度 + 影响力

不限地区

不限岗位

不限行业

不限层级

加入洞见专家团，与我们一起

——洞见趋势，研判未来



扫码
报名

作为AI赋能的零售洞察公司，从2012年起，魔镜洞察核心团队就开始为品牌提供市场和消费者洞察服务。十余年来，魔镜洞察一直利用机器学习和AI算法，帮助品牌从海量的市场信息中提取高增长的、有投资价值的新机会。我们的研究覆盖了整个线上零售市场的各个细分行业和海量消费品牌。

通过saas系统和行业市场洞察，我们服务于**500+中国品牌**，见证他们从成长到成熟。

九大产品矩阵，多维度洞察市场

数字化产品矩阵，多维一体赋能企业洞察线上商业的外部环境，支撑品牌创新与孵化闭环

魔镜分析+

魔镜MMI

增长雷达

电商聆听

社交聆听

魔镜Oversea

股票洞察

魔镜价控

地域洞察

本报告为洞见研报制作，其版权归属洞见研报，任何机构和个人引用或转载本报告时需注明来源为洞见研报，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。

洞见趋势 研判未来



APP (安卓&IOS)



微信小程序



微信公众号

——扫描二维码解锁百篇免费报告——