



知行
战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行
战略咨询

知行数据观察

婴童口腔品类

知行合一集团

经营使命

以数为据，不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业，凡是彻底

企业精神

对标找差距，复盘取机会

经营理念

客户的生意就是知行人的命

01

行业宏观市场调研



婴童口腔护理行业定义及分类

婴童口腔护理产品是指专为0-12岁儿童（其中0-3岁为婴幼儿）设计，以预防口腔疾病、清洁口腔环境、建立良好口腔卫生习惯为核心目标，符合儿童口腔生理发育特点与安全标准的口腔护理用品集合。

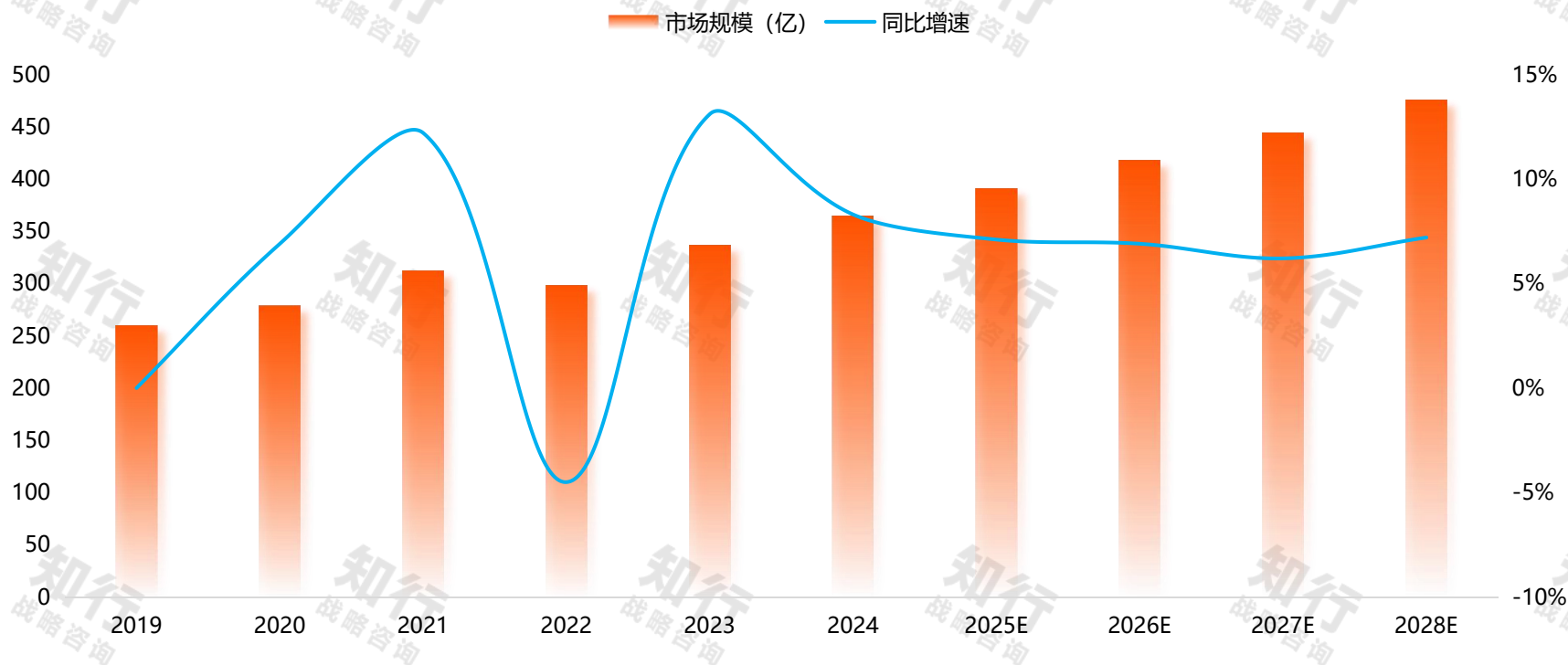
其核心特征包括：**成分安全低刺激、尺寸适配口腔、功能匹配发育阶段、包装标注明确适用年龄**。根据《口腔清洁护理用品分类和术语》（GB/T 35919-2018），儿童专属品类有明确的特殊标准要求，如儿童牙膏氟含量低于成人产品、甜味剂为安全型等。

产品分类	基础清洁类	防龋护齿类	牙龈护理类	辅助工具类
代表产品	指套牙刷、软毛牙刷、口腔湿巾、基础牙膏	分龄低氟牙膏、木糖醇牙膏、防龋涂膜	出牙凝胶、牙龈按摩刷、口腔舒缓喷雾	儿童牙线、牙缝刷、电动牙刷、护理套装
主要功能	清洁口腔，去除奶渍、软垢，辅助培养刷牙习惯	强化抗龋能力，减少有害细菌，预防龋齿	舒缓出牙不适，按摩牙龈，预防牙龈发炎	辅助清洁死角，提升效率，助力养成刷牙习惯
适用场景	日常护理、餐后/外出便捷清洁	日常防龋、定期专项护理	出牙期护理、日常牙龈舒缓	日常清洁辅助、换牙期护理
适用年龄段	0-6岁	0-12岁（分龄使用）	6月龄-6岁	3-12岁 (部分套装覆盖0-12岁)

规模增速领跑婴童市场整体大盘

近年来中国婴童个护市场需求持续上升，从2019年-2024年期间年复合增速约7%；2024年中国婴童个护市场规模达到365亿元，同比增长8.3%，显著跑赢母婴行业整体大盘，展现出强抗周期属性。2025-2028年市场将进入稳健扩容期，预计年复合增速维持在6.5%-7%区间，预计2026年市场规模将突破400亿元。

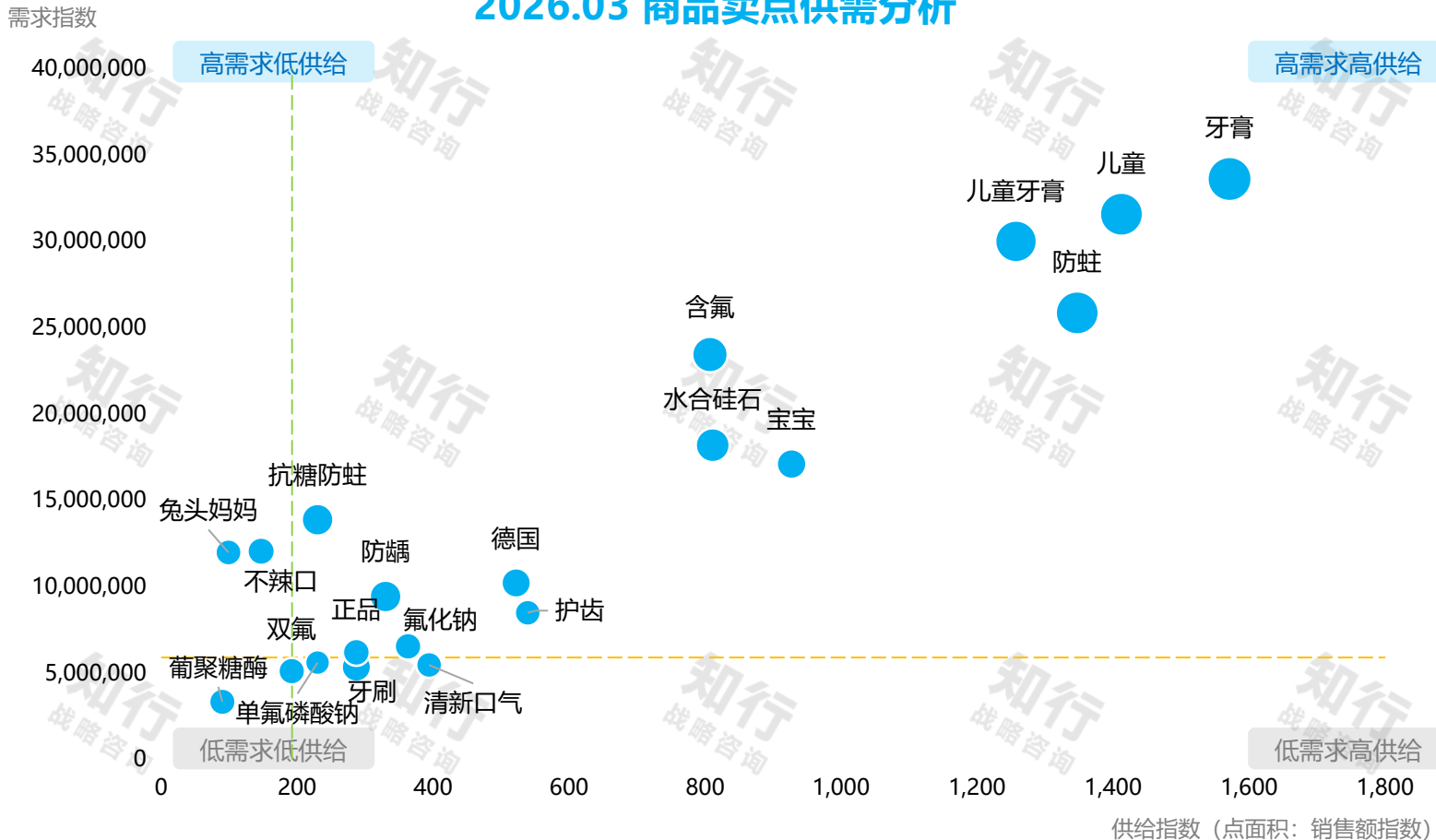
2019年-2028年中国婴童个护市场规模



含氟、抗糖防蛀为高需卖点

牙膏、儿童、防蛀等主流卖点需求旺盛但供给充足，竞争白热化，仅为品类基本盘，难获增量。含氟、水合硅石、抗糖防蛀等卖点需求高、供给缺口大，供需错配明显，是品牌差异化增长的核心机会。用户从基础清洁转向专业防蛀、安全成分，成分型、功能型细分卖点成为品类新增长极。

2026.03 商品卖点供需分析



卖点	供给	需求	销售额
牙膏	1,571	33,586,457	528,968
儿童	1,412	31,548,044	503,311
防蛀	1,347	25,835,007	501,475
儿童牙膏	1,257	29,974,484	470,658
含氟	807	23,422,601	341,428
水合硅石	811	18,176,188	311,453
防龋	330	9,413,430	272,519
抗糖防蛀	230	13,858,086	271,920
宝宝	927	17,082,169	238,015
德国	522	10,200,125	233,043

数据来源：抖音巨量云图，近30天数据，2026.03.10~2026.04.08

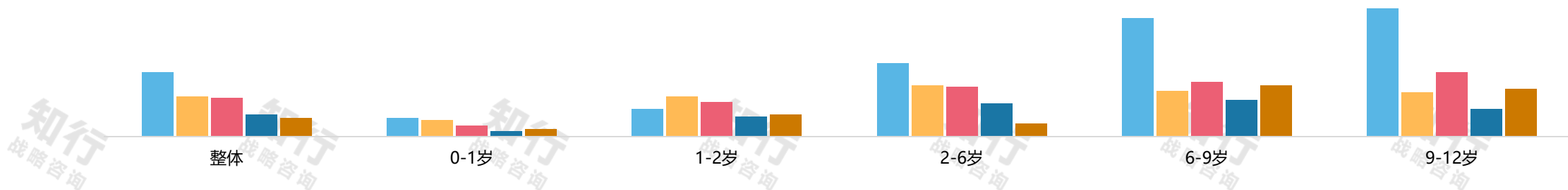
口腔问题呈现明确分龄特征：蛀牙 / 龋齿 / 奶龋为全年龄段最高发问题，发生率随年龄增长持续攀升，9-12岁学龄期达峰值；口臭、牙齿发黄 / 发黑为次高发问题，6-9岁后口腔溃疡 / 口角炎问题显著凸显，形成“低龄防龋、学龄期综合护理”的需求结构。

医疗服务需求与口腔问题高度联动：口腔健康检查为全年龄段第一刚需，涂氟、窝沟封闭等防龋服务在2-6岁乳牙期快速渗透，6-12岁换牙期乳牙拔除需求爆发，精准匹配不同阶段口腔问题，验证了需求的刚性与付费意愿。

低龄段存在明显干预缺口：0-2岁婴幼儿口腔问题发生率虽低，但防龋服务购买率极低，早期口腔护理干预不足，存在市场教育与品类渗透空间；6-12岁为双高峰场景，是婴童口腔护理的核心增量赛道。

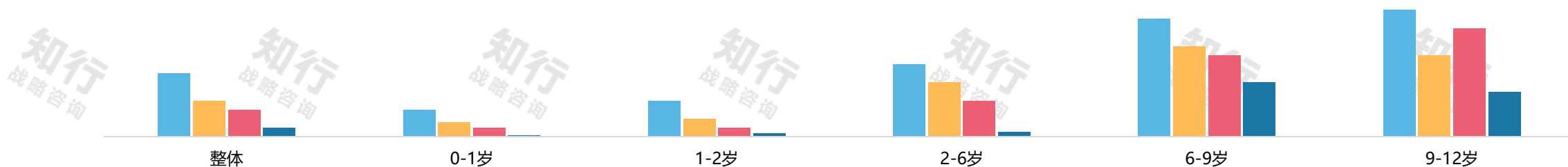
婴童高发口腔问题

■ 蛀牙/龋齿/奶龋 ■ 口臭/口腔异味 ■ 牙齿发黄/发黑 ■ 牙龈红肿/出血 ■ 口腔溃疡/口角炎



婴童口腔医疗服务购买情况

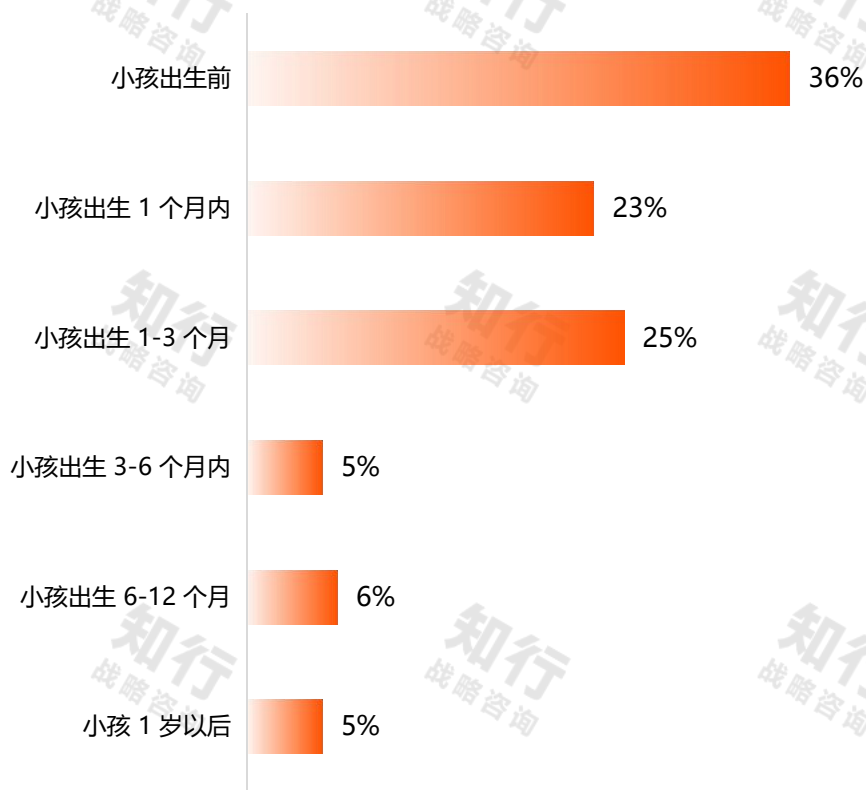
■ 口腔健康检查 ■ 涂氟 ■ 窝沟封闭 ■ 乳牙滞留/拔乳牙



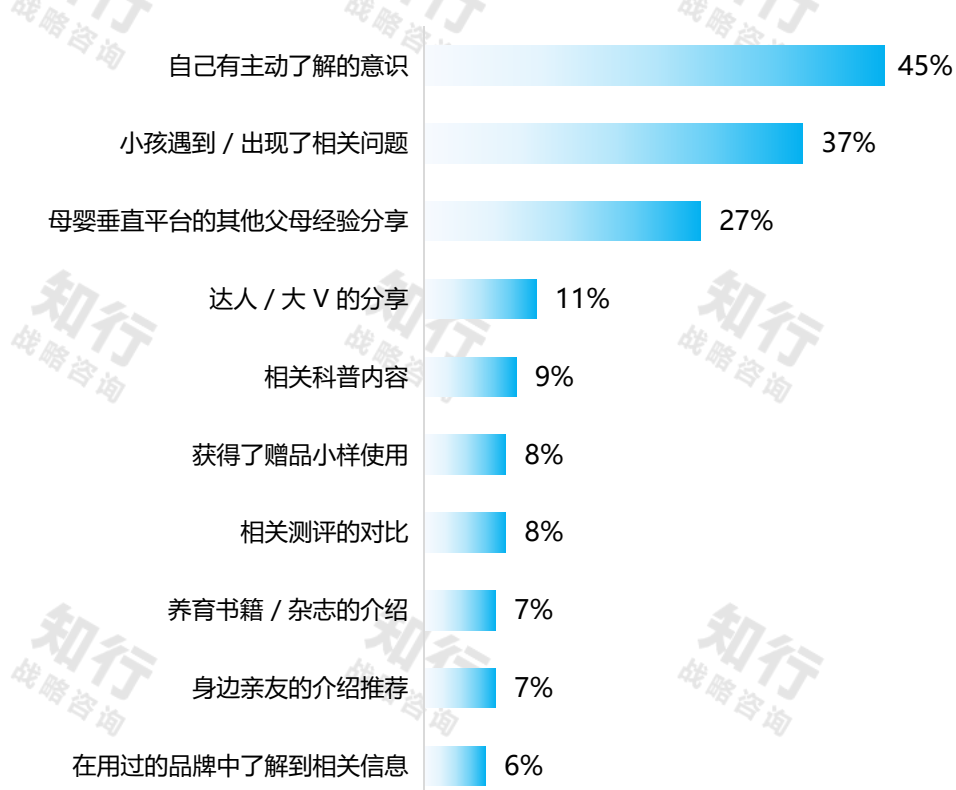
认知窗口期极早：超 8 成家长（84%）在小孩出生前至出生 3 个月内首次知晓相关产品，其中“出生前”占比高达 36%，为最长情的认知节点。这意味着品牌营销需前置至孕期，抢占家长第一认知心智。

主动关注强依赖内生动因：家长主动关注的核心动力是自主认知（45%）与问题触发（37%），品牌需通过内容教育唤醒自主意识，并精准匹配问题场景进行转化。

家长首次知晓婴童口腔相关产品的时间点



家长主动关注婴童口腔相关产品 / 品牌的原因



02

线上行业趋势总览



行业稳健扩容，转向量增驱动

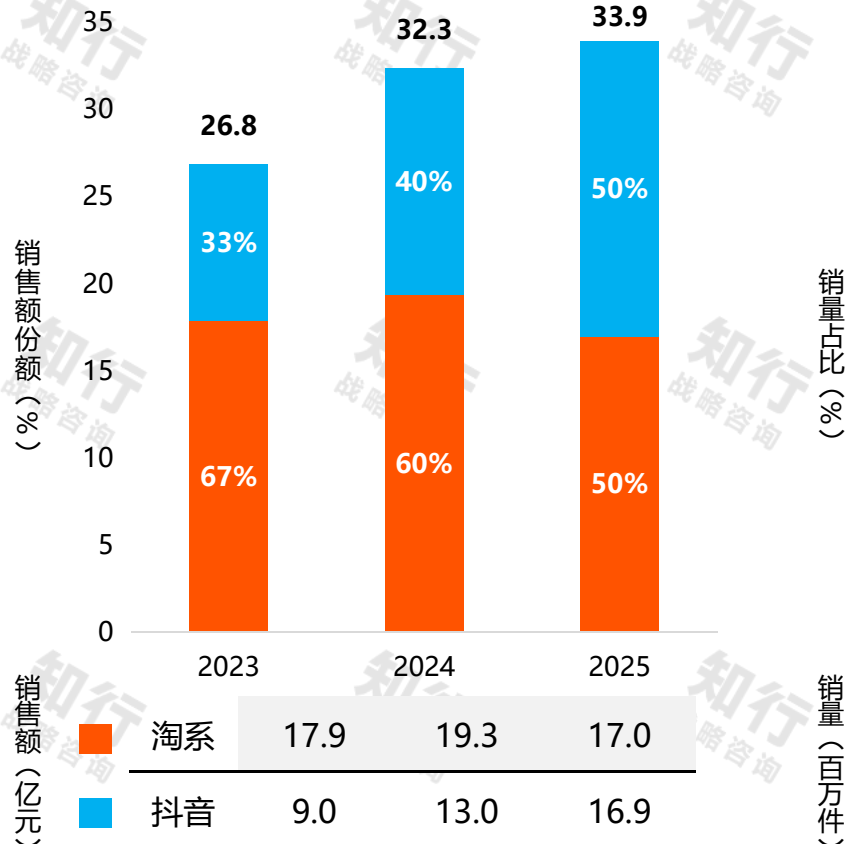
2023-2025年品类销售额从 26.8 亿元增至 33.9 亿元，2024 年高增 20.4% 后，2025 年增速放缓至 4.9%；销量持续高增，跑赢销售额，反映品类增长从价增驱动转向量增驱动，整体均价承压。

		销售额 (亿元)			销量 (百万件)			均价 (元)		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
总体	表现	26.8	32.3	33.9	80.5	86.8	97.2			
	增幅		▲ 20.4%	▲ 4.9%		▲ 7.8%	▲ 12.0%			
渠道表现	天猫	17.9	19.3	17.0	51.2	52.7	45.0	34.9	36.7	37.8
	抖音	9.0	13.0	16.9	29.3	34.1	52.2	30.7	38.0	32.4
渠道占比	天猫	67%	60%	50%	64%	61%	46%			
	抖音	33%	40%	50%	36%	39%	54%			
同比增幅	天猫		▲ 8.3%	▼ -12.2%		▲ 2.9%	▼ -14.6%		▲ 5%	▲ 3%
	抖音		▲ 44.4%	▲ 30.4%		▲ 16.4%	▲ 53.1%		▲ 24%	▼ -15%

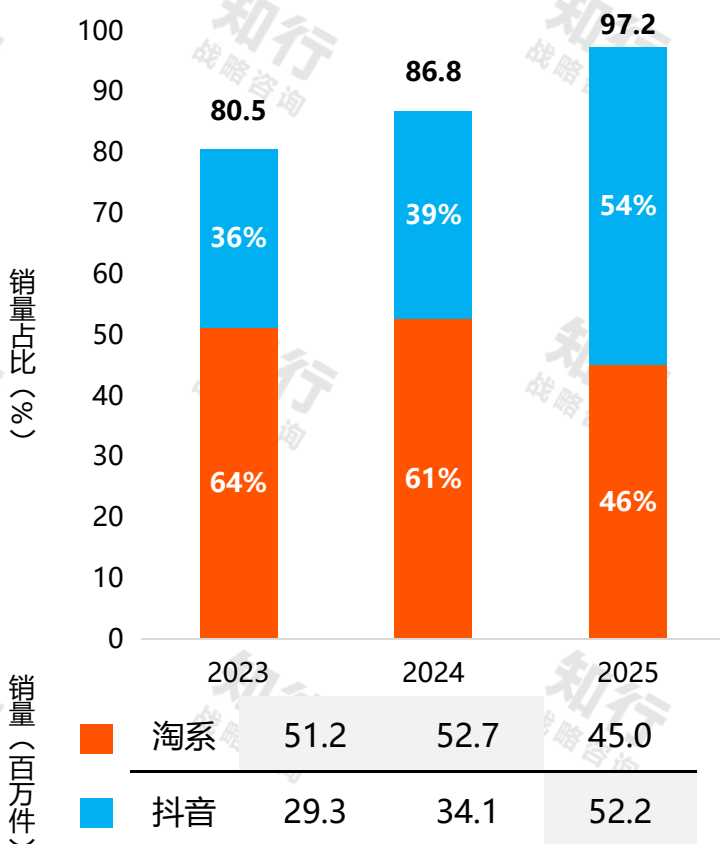
兴趣电商全面崛起

渠道格局彻底重构，兴趣电商全面崛起：抖音实现对淘系的反超，2025年抖音销售额占比达50%，与淘系五五开。抖音销售额连续两年保持30%以上高增，淘系2025年销售额、销量双下滑（-12.2%、-14.6%），传统货架电商份额持续萎缩，兴趣电商成为品类增长核心引擎。

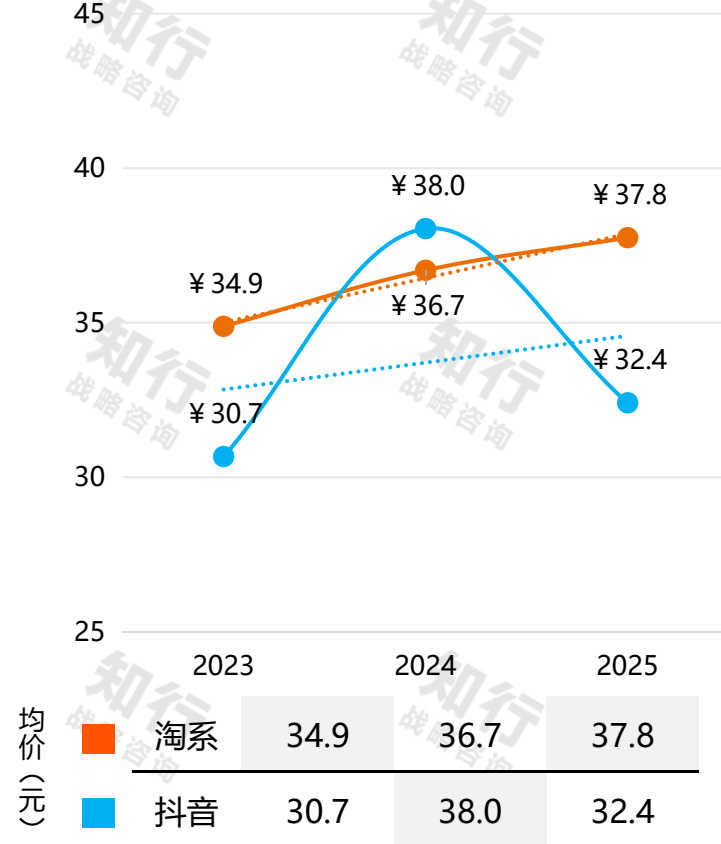
线上双平台婴童口腔品类销售额
23年vs24年vs25年



线上双平台婴童口腔品类销量
23年vs24年vs25年



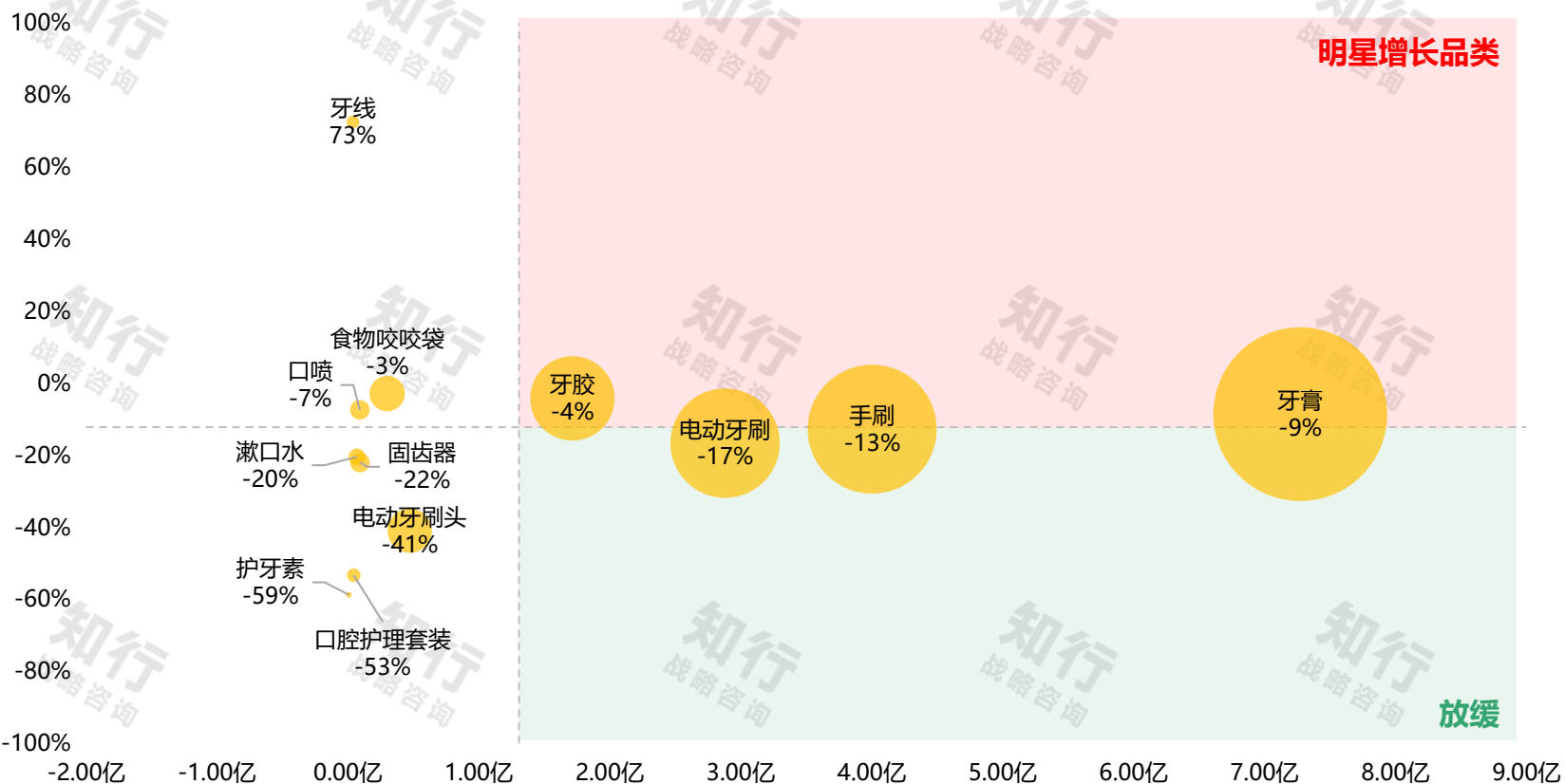
线上双平台婴童口腔品类大盘均价
23年vs24年vs25年



淘宝：各品类机会和增长点

婴童口腔品类2025年1-12月淘宝渠道整体下滑-12.2%，淘系全面进入存量收缩周期：核心大品类全面负增长，牙膏（7.27亿/-9%）、手刷（4.00亿/-13%）、电动牙刷（2.88亿/-17%）等传统刚需品类全部落入“放缓”象限，大盘增长动能显著不足；仅牙线（73%）、水牙线/冲牙器（403%）等小众细分实现高增长，但体量极小，难以撬动大盘，淘系货架渠道仅存小众细分机会。

淘宝-细分品类机会四象限



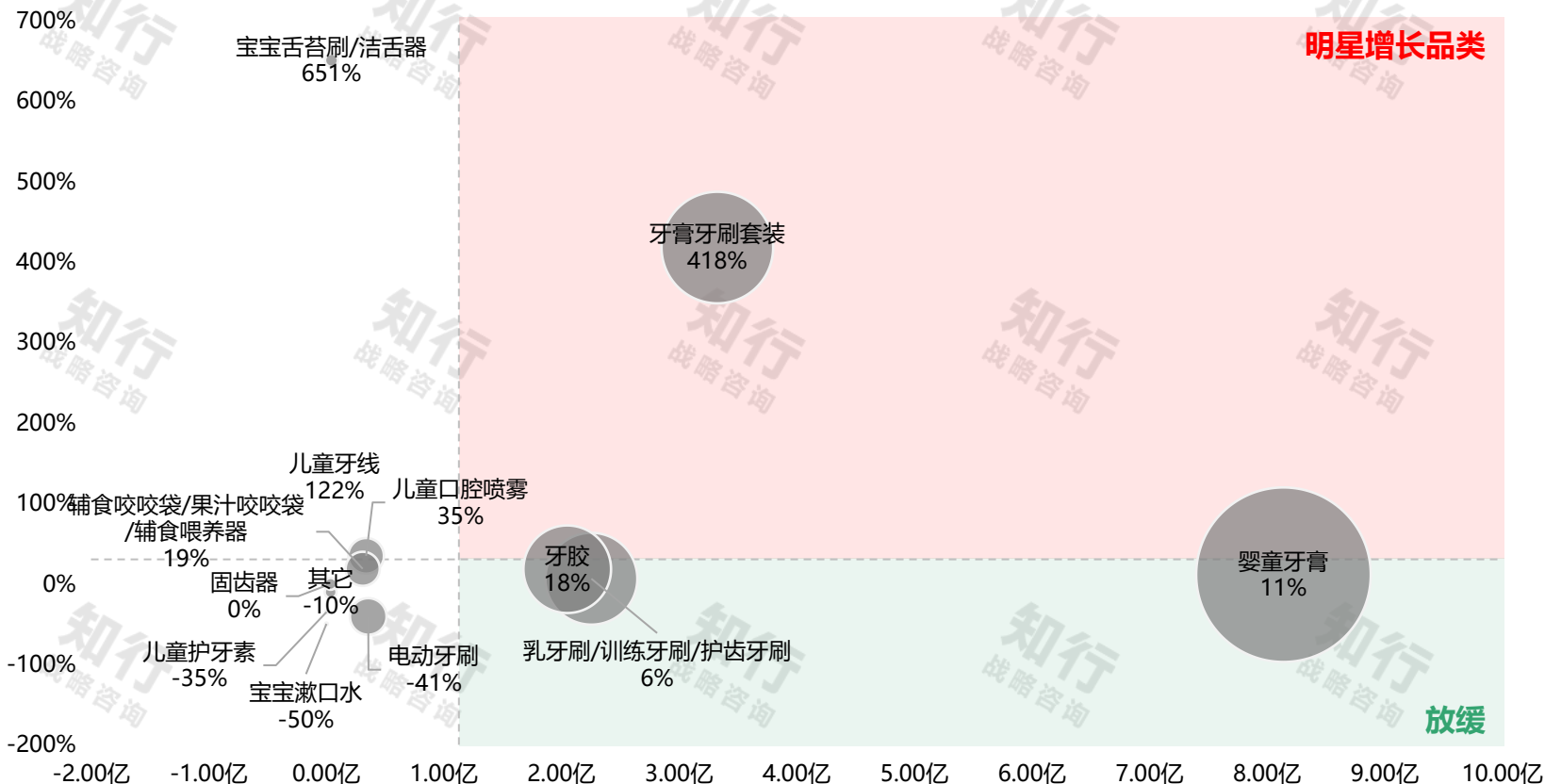
三级品类	销售额	增长率
牙膏	7.27亿	-9%
手刷	4.00亿	-13%
电动牙刷	2.88亿	-17%
牙胶	1.71亿	-4%
电动牙刷头	0.47亿	-41%
食物咬咬袋	0.30亿	-3%
固齿器	0.09亿	-22%
口喷	0.09亿	-7%
漱口水	0.07亿	-20%
口腔护理套装	0.04亿	-53%
牙线	0.04亿	73%
护牙素	0.01亿	-59%
水牙线/冲牙器	0.00亿	403%

数据来源：知行数据库，2025年1-12月数据

抖音：各品类机会和增长点

婴童口腔品类2025年1-12月抖音渠道整体**增长30.4%**，抖音成为品类增长核心引擎：核心品类婴童牙膏（8.14亿 / 11%）稳健增长，牙膏牙刷套装（3.33亿 / 418%）爆发式增长，牙胶、乳牙刷等刚需品类持续正增；同时宝宝舌苔刷（651%）、儿童牙齿涂氟剂（1541%）等细分工具、护理类实现超高速增长，大量品类落入“明星增长”象限，兴趣电商成为品类创新、增量突破的核心阵地。

抖音-细分品类机会四象限



三级品类	销售额	增长率
婴童牙膏	8.14亿	11%
乳牙刷/训练牙刷/护齿牙刷	2.25亿	6%
牙胶	2.05亿	18%
牙膏牙刷套装	3.33亿	418%
电动牙刷	0.36亿	-41%
儿童口腔喷雾	0.34亿	35%
辅食咬咬袋/果汁咬咬袋/辅食喂养器	0.31亿	19%
其它	0.04亿	-10%
宝宝舌苔刷/洁舌器	0.04亿	651%
固齿器	0.04亿	-
宝宝刷牙杯	0.02亿	1079%
儿童护牙素	0.00亿	-35%
宝宝漱口水	0.00亿	-50%
儿童牙齿涂氟剂	0.00亿	1541%
儿童牙线	0.00亿	122%

数据来源：知行数据库，2025年1-12月数据

舒客宝贝市占26.6%，为绝对龙头

淘宝为存量市场，TOP20 品牌多数陷入负增长，兔头妈妈（10.2% 市占）仅微增 0.3%，头部增长动能严重不足，超75%品牌均为负增长，仅 USMILE (+3.5%)、科巢 (+12.9) 等品牌实现逆势增长；

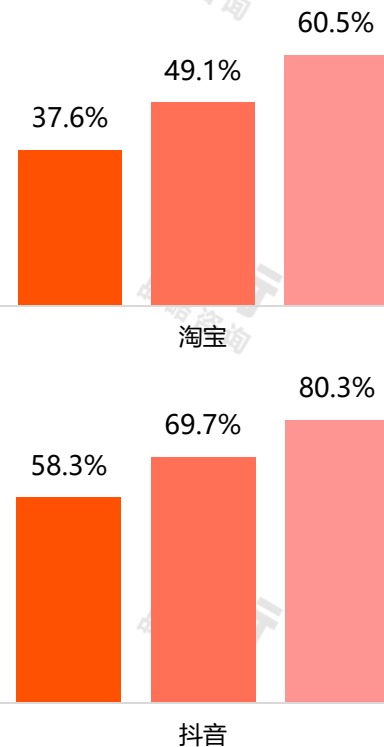
抖音为增量市场，舒客宝贝以 4.5 亿元销售额、26.6% 市占、110.2% 高增实现断层领跑，禾贝、袋鼠妈妈等新锐品牌爆发式增长，赛道活力充足。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	兔头妈妈	1.74亿	10.2%	0.3%
2	USMILE	1.63亿	9.6%	3.5%
3	舒客	1.57亿	9.3%	-1.9%
4	艾美适/ELMEX	0.93亿	5.5%	-16.7%
5	世喜	0.52亿	3.0%	-1.6%
6	科巢	0.48亿	2.8%	12.9%
7	恐龙医生/PROTEFIX	0.45亿	2.7%	-25.5%
8	狮王	0.38亿	2.2%	-19.7%
9	GRIN	0.37亿	2.2%	-3.4%
10	佳尔优优	0.27亿	1.6%	-23.8%
11	JORDAN	0.26亿	1.6%	-24.0%
12	欧乐B	0.26亿	1.5%	-43.9%
13	飞利浦	0.24亿	1.4%	-36.1%
14	爱贝迪拉	0.19亿	1.1%	-30.2%
15	戴·可·思	0.19亿	1.1%	6.7%
16	BABYCARE	0.18亿	1.0%	-32.9%
17	康博	0.18亿	1.0%	-16.7%
18	洋精灵	0.17亿	1.0%	56.7%
19	好来	0.14亿	0.8%	-34.7%
20	MATCHSTICK MONKEY	0.13亿	0.8%	27.9%

排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	sakykids/舒客宝贝	4.50亿	26.6%	110.2%
2	兔头妈妈	2.62亿	15.5%	-13.0%
3	HOOLBEY/禾贝	1.26亿	7.5%	224.7%
4	garkoko/佳尔优优	0.86亿	5.1%	15.9%
5	COMBO/康博	0.63亿	3.7%	16.2%
6	Elmex	0.50亿	2.9%	52.8%
7	袋鼠妈妈	0.44亿	2.6%	1485.5%
8	BAOCHAN宝婵	0.35亿	2.1%	-43.0%
9	beedoll	0.32亿	1.9%	23.9%
10	Protefix	0.31亿	1.8%	64.2%
11	engohn/英格翰	0.23亿	1.4%	5.9%
12	SENSODYNE/舒适达	0.22亿	1.3%	5049.4%
13	Youya!Kids/优优宝贝	0.20亿	1.2%	-3.7%
14	世喜	0.20亿	1.2%	102.3%
15	芙曼尼	0.19亿	1.1%	734.3%
16	科巢	0.17亿	1.0%	122.4%
17	雅宜诗	0.16亿	0.9%	-15.4%
18	bodcrme/贝德美	0.16亿	0.9%	14.7%
19	BEINGMATE/贝因美	0.14亿	0.8%	-30.2%
20	Doctor.Ma/马博士	0.13亿	0.8%	-45.2%

头部品牌集中度

■ CR5 ■ CR10 ■ CR20



数据维度：2025年1-12月

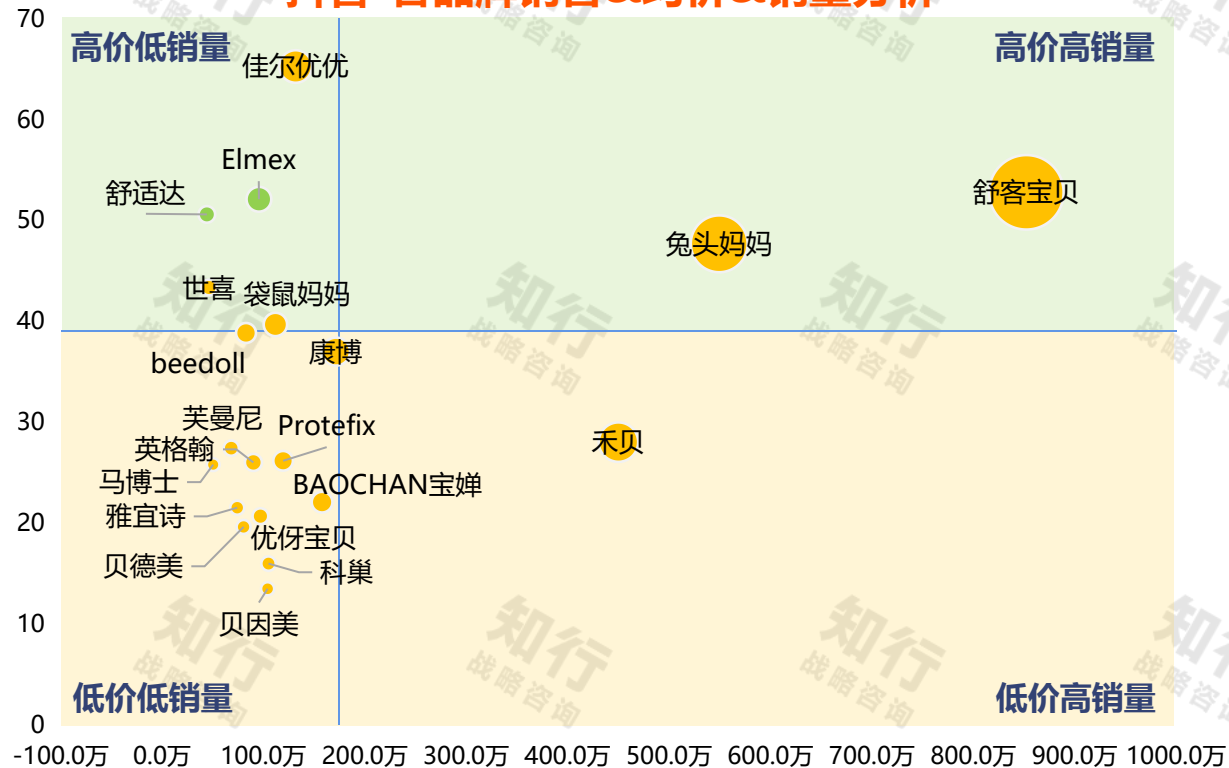
淘宝市场呈现“**国货走量、外资高端**”的固化格局：低价高销量象限为国货核心阵地，兔头妈妈以最大体量、低均价、高销量占据市场主导；外资品牌（USMILE、飞利浦）集中于高价低销量象限，主打高端小众市场；高价高销量象限几乎空白，无品牌兼顾溢价与规模，整体市场以性价比竞争为核心。

抖音市场实现**国货高端化突破**：高价高销量象限成为国货核心主场，舒客宝贝以最大体量、高均价、高销量实现断层领跑；外资品牌仍局限于高价低销量小众市场，低价高销量由禾贝等新锐国货占据，兴趣电商为国货提供了溢价与规模双提升的增长空间，彻底重构品类品牌竞争逻辑。

淘宝-各品牌销售&均价&销量分析



抖音-各品牌销售&均价&销量分析



淘宝-婴童口腔-细分品类品牌排名

婴童牙膏

排名	品牌名	销售额	市占
1	兔头妈妈	13784.7万	19.0%
2	舒客	10984.7万	15.1%
3	艾美适/ELMEX	9209.5万	12.7%
4	GRIN	3716.6万	5.1%
5	狮王	2047.8万	2.8%
6	恐龙医生/PROTEFIX	1643.6万	2.3%
7	好来	1350.1万	1.9%
8	戴可思	1289.9万	1.8%
9	奥乐V	1286.5万	1.8%
10	贝德美	1176.8万	1.6%
11	高露洁	1169.7万	1.6%
12	舒适达	1111.3万	1.5%
13	云南白药	1088.2万	1.5%
14	青蛙王子	918.7万	1.3%
15	AODEOCARE	903.3万	1.2%
16	DOSCOO	850.9万	1.2%
17	小浣熊	737.4万	1.0%
18	冷酸灵	733.7万	1.0%
19	BABYCARE	581.2万	0.8%
20	COLONGON	546.7万	0.5%

婴童牙刷

排名	品牌名	销售额	市占
1	兔头妈妈	3378.6万	8.4%
2	科巢	2804.8万	7.0%
3	恐龙医生/PROTEFIX	2728.3万	6.8%
4	JORDAN	2535.0万	6.3%
5	世喜	2191.2万	5.5%
6	狮王	1566.0万	3.9%
7	洋精灵	1508.9万	3.8%
8	舒客	1295.0万	3.2%
9	爱贝迪拉	1208.8万	3.0%
10	宝儿德	1098.3万	2.7%
11	仕卫特	1026.9万	2.6%
12	康博	810.6万	2.0%
13	惠百施	732.3万	1.8%
14	英格翰	724.9万	1.8%
15	小狮王	716.1万	1.8%
16	戴可思	544.2万	1.4%
17	嫚熙	506.5万	1.3%
18	贝肽斯	470.3万	1.2%
19	BABYCARE	463.8万	1.2%
20	全棉时代	415.1万	1.0%

牙胶

排名	品牌名	销售额	市占
1	佳尔优优	2622.3万	15.3%
2	世喜	1953.3万	11.4%
3	科巢	1477.2万	8.6%
4	MATCHSTICK MONKEY	1340.4万	7.8%
5	爱贝迪拉	600.6万	3.5%
6	蓓兜	557.8万	3.3%
7	BABYCARE	544.7万	3.2%
8	宝贝故事	422.0万	2.5%
9	爱咔威	369.7万	2.2%
10	YEEHOO KIDS	359.1万	2.1%
11	HAAKAA	355.2万	2.1%
12	新安怡	233.9万	1.4%
13	妈贝乐	222.8万	1.3%
14	WINSLEO	216.4万	1.3%
15	新安代	184.4万	1.1%
16	蒂乐	182.5万	1.1%
17	嫚熙	177.4万	1.0%
18	美露宝	151.5万	0.9%
19	英氏	149.9万	0.9%
20	努比	146.1万	0.9%

抖音-婴童口腔-细分品类品牌排名

婴童牙膏

排名	品牌名	销售额	市占
1	兔头妈妈	23048.3万	28.3%
2	sakykids/舒客宝贝	20106.1万	24.7%
3	HOOBIEY/禾贝	12529.3万	15.4%
4	Elmex	4966.3万	6.1%
5	BAOCHAN宝婵	2860.2万	3.5%
6	SENSODYNE/舒适达	2228.4万	2.7%
7	Youya!Kids/优伢宝贝	1998.7万	2.5%
8	bodcrme/贝德美	1475.8万	1.8%
9	engohn/英格翰	1360.1万	1.7%
10	袋鼠杰克	1183.5万	1.5%
11	舒客+	873.7万	1.1%
12	babyheart	602.8万	0.7%
13	NOBaTON/诺巴顿农场	448.5万	0.6%
14	BEINGMATE/贝因美	426.0万	0.5%
15	Grin	425.0万	0.5%
16	小浣熊/Coati	424.9万	0.5%
17	艾美适	385.3万	0.5%
18	FROGPRINCE/青蛙王子	375.0万	0.5%
19	袋鼠妈妈	354.6万	0.4%
20	参半	292.2万	0.4%

乳牙刷/训练牙刷/护齿牙刷

排名	品牌名	销售额	市占
1	COMBO/康博	5181.6万	23.0%
2	芙曼尼	1867.5万	8.3%
3	雅宜诗	1592.8万	7.1%
4	兔头妈妈	1262.9万	5.6%
5	科巢	1092.9万	4.8%
6	engohn/英格翰	978.5万	4.3%
7	Protefix	671.1万	3.0%
8	Dr.RAY/雷治	595.6万	2.6%
9	Jordan	560.9万	2.5%
10	奈挺尔	531.9万	2.4%
11	世喜	415.7万	1.8%
12	taoqibaby/淘气宝贝	349.9万	1.6%
13	洋精灵	347.1万	1.5%
14	哇爱	316.1万	1.4%
15	Minitutu	290.2万	1.3%
16	garkoko/佳尔优优	227.7万	1.0%
17	妙抚	210.3万	0.9%
18	YeeHoO/英氏	196.4万	0.9%
19	星贝思	188.9万	0.8%
20	Crisella/卡斯丽	188.9万	0.8%

牙胶

排名	品牌名	销售额	市占
1	garkoko/佳尔优优	7999.6万	39.0%
2	beedoll	3200.5万	15.6%
3	世喜	1448.8万	7.1%
4	IKV	1006.8万	4.9%
5	LUSN/如山	827.9万	4.0%
6	童哆智	570.6万	2.8%
7	蒂乐	325.0万	1.6%
8	贝贝威雅	262.2万	1.3%
9	BEINGMATE/贝因美	259.8万	1.3%
10	翰元	215.1万	1.0%
11	吾家宝贝	207.0万	1.0%
12	CKBEBE	184.7万	0.9%
13	Doctor.Ma/马博士	178.3万	0.9%
14	星贝思	176.7万	0.9%
15	贝比树	175.9万	0.9%
16	科巢	168.5万	0.8%
17	益贝熊	161.1万	0.8%
18	凉凉熊	153.0万	0.7%
19	Minitutu	124.2万	0.6%
20	可爱棉	114.9万	0.6%

03

头部品牌抖音拆解



品牌分析——舒客宝贝



舒客宝贝是薇美姿实业（广东）股份有限公司于2014年创立的儿童口腔护理品牌，秉承专业、高品质、可信赖的理念，专注0-12岁儿童分龄口腔护理领域。品牌依托母公司研发实力建立产品开发体系，结合儿童牙齿生长特点及心理学与行为学研究，提出“分龄全面防蛀”理念，将儿童口腔发展分为不同阶段，针对性开发牙膏、牙刷、电动牙刷等产品。

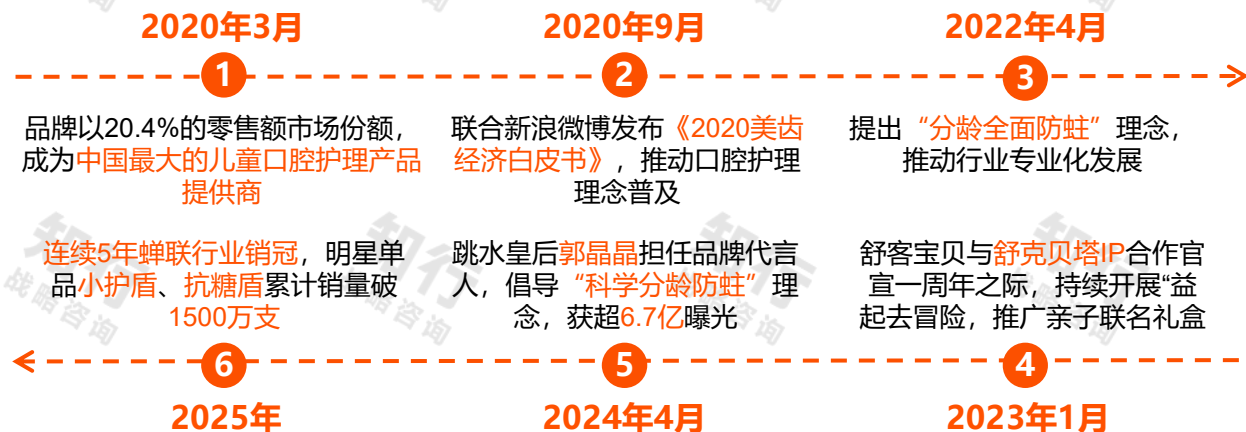
品牌定位：儿童口腔护理的领导者

Slogan：守护两代人健康笑容

品牌使命：守护中国儿童口腔健康，为中国妈妈提供 0-12 岁儿童口腔护理专业解决方案

品牌愿景：守护国人口腔健康

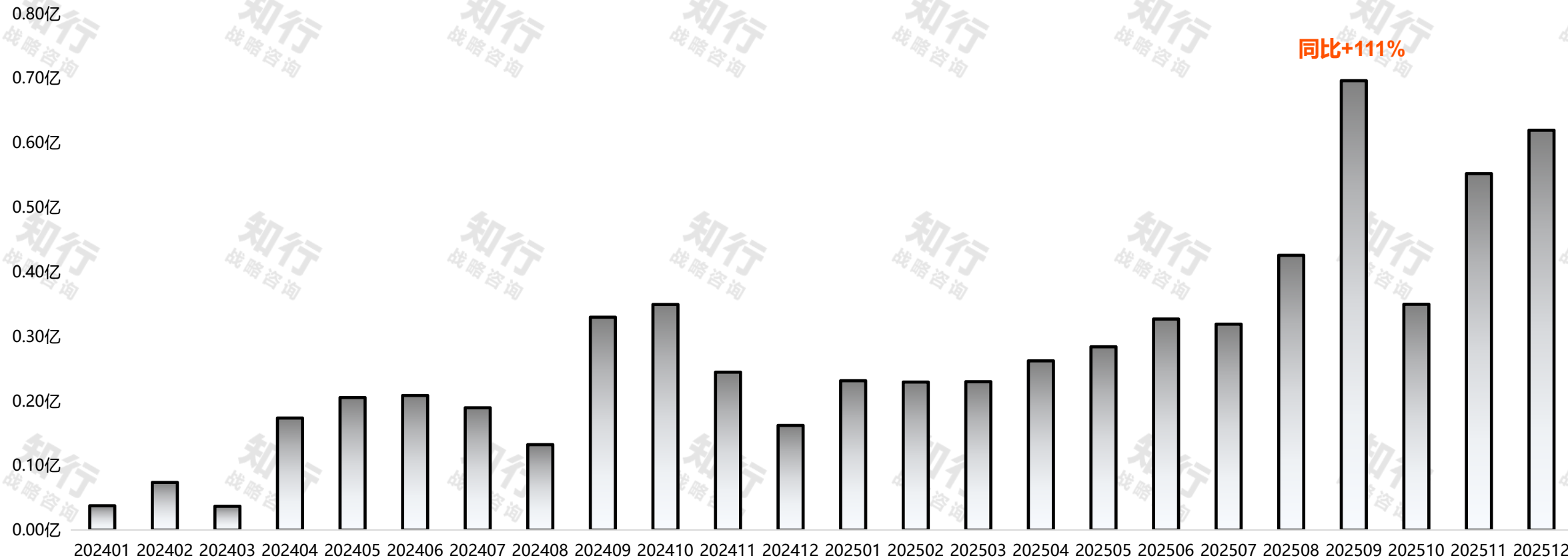
品牌主打产品：舒客宝贝小护盾防蛀牙膏、儿童早晚分护牙膏、儿童益生菌牙膏



销售额实现量级跃迁

2024Q1 为启动期，月销均低于 0.1 亿元，市场渗透不足；2024 年 4 月官宣郭晶晶代言后，抖音月销持续攀升，9 月达到峰值超 0.7 亿元，同比增长 111%，两年间实现从千万级到七千万级的量级跃迁。

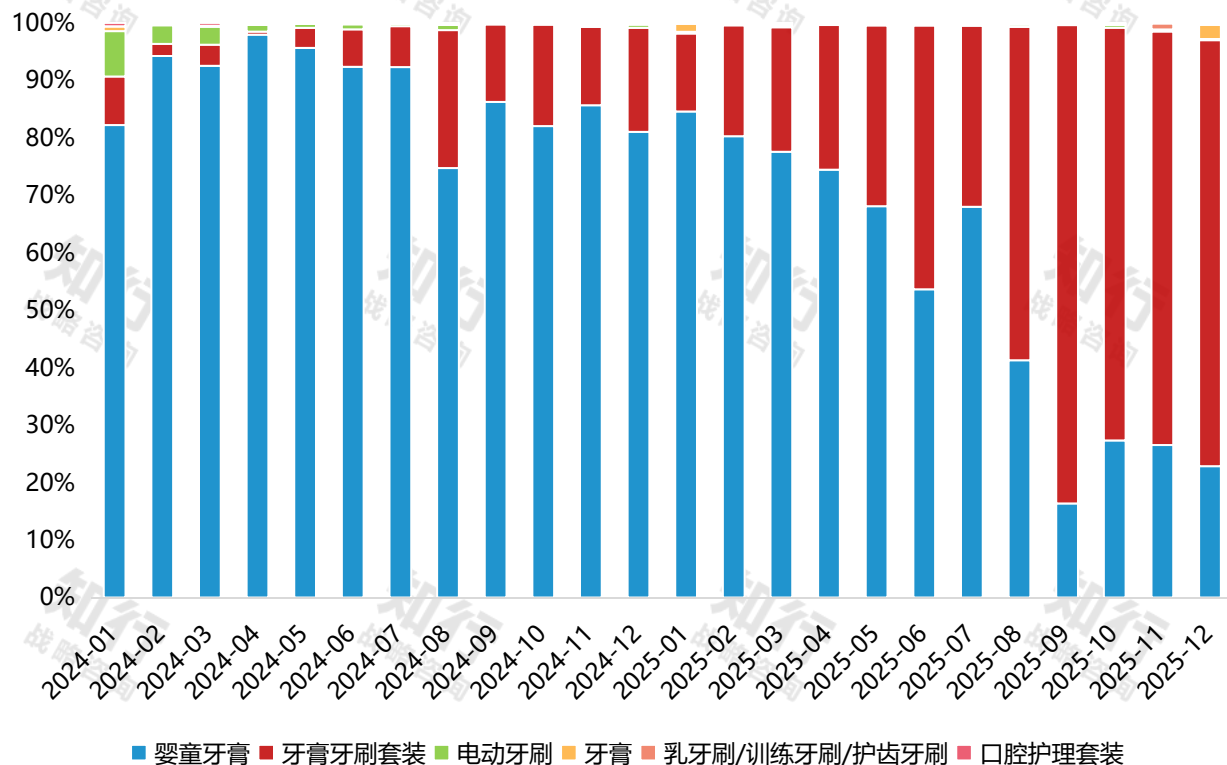
2024.01-2025.12-抖音线上渠道销售趋势



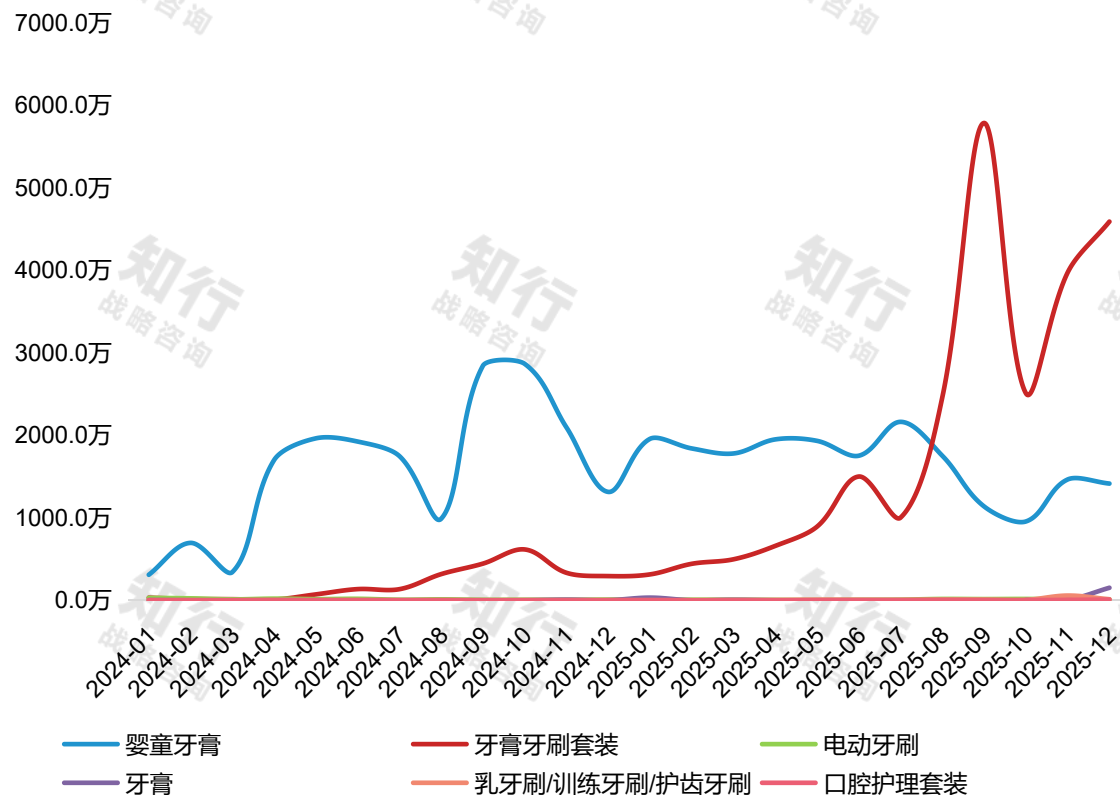
品类结构完成迭代升级

2024 年婴童牙膏为绝对核心，占比长期超 70%，是品牌基本盘；2025 年牙膏牙刷套装占比持续攀升，从年初不足 30%，年末占比超 75%，反超婴童牙膏成为第一大品类，实现从单品销售到场景化套装销售的结构跃迁。

品牌抖音主营品类分布



品牌抖音主营品类销售趋势

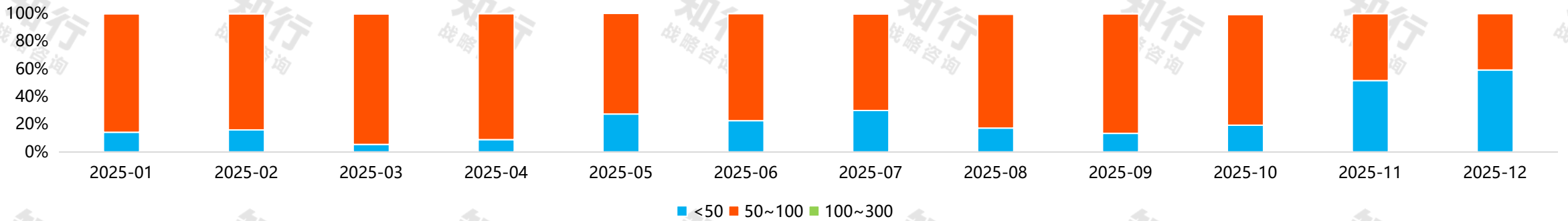


价格带结构稳定，核心价位筑牢基本盘

品牌价格带极度集中，核心由 0-100 元价格带构成，完全锚定大众市场，精准匹配抖音母婴用户消费心智。

产品矩阵精准适配价格带：50-100 元带以套装、分龄防蛀款为核心，做规模与利润；<50 元带以高性价比单支款为核心，做拉新与转化，双带产品形成互补，既扩大用户覆盖，又保障盈利水平，为全年高增长提供了坚实支撑。

品牌价格带分布趋势



抗糖盾儿童牙膏
售价：69.9/套
销量：130w+



12H抗糖盾pro儿童牙膏
售价：24.8/支
销量：180w+



小护盾分龄防蛀牙膏
售价：69/套
销量：60w+



变色儿童牙膏
售价：32.5/支
销量：20w+



早晚分护牙膏
售价：59.9/套
销量：10w+



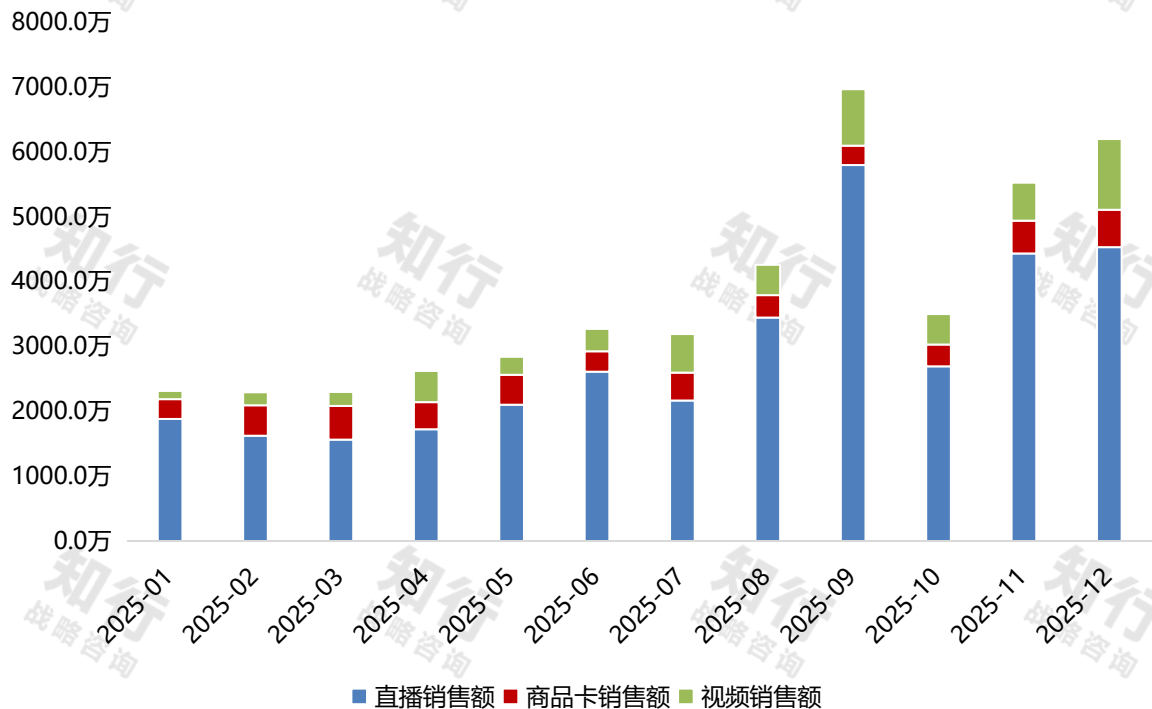
牙膏牙刷套装
售价：69.9/套
销量：7w+

直播驱动 自播主导

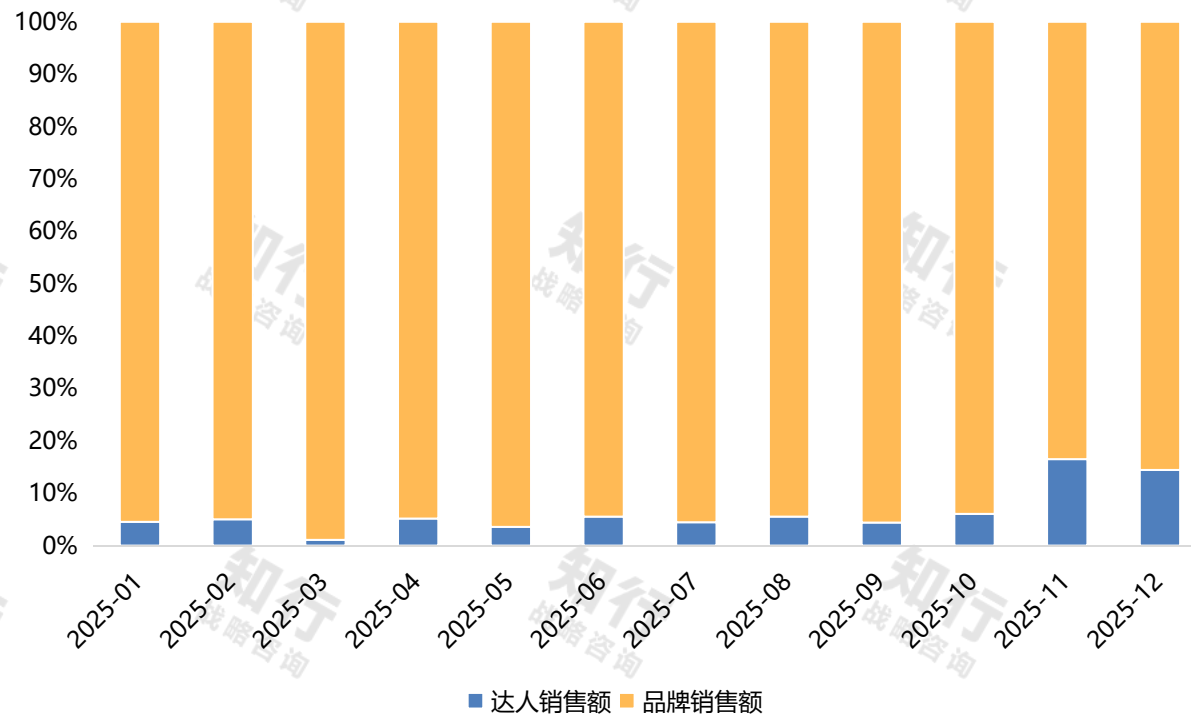
直播是绝对增长引擎：全年直播销售额占比超 85%，大促月峰值超 6000 万，驱动品牌抖音持续高增。

品牌自播绝对主导：全年自播销售额占比超 90%，完全掌控流量与利润，自播体系成熟度行业领先。

抖音直播&商品卡&视频-销售渠道分析

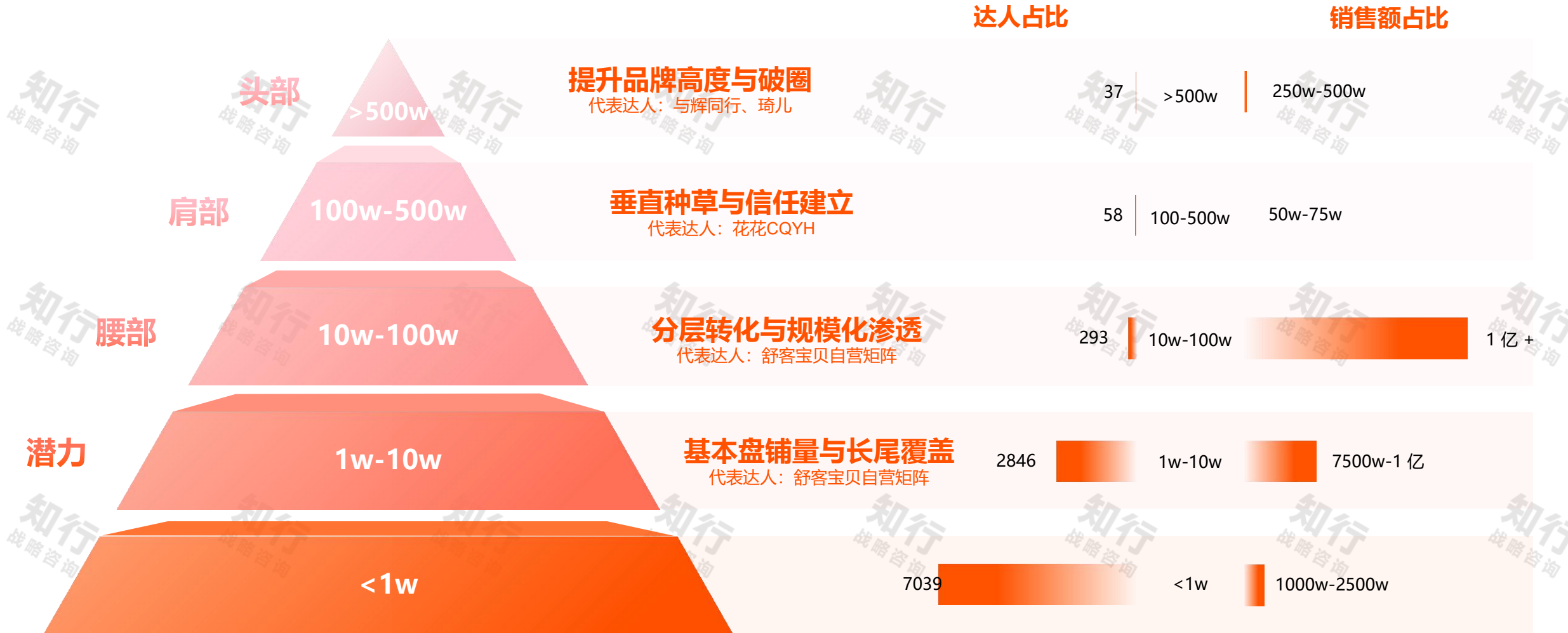


抖音品牌&达人-销售渠道分析



达人分层，精准赋能品牌增长

品牌自营直播贡献超 90% 总销售额，达人渠道仅为补充，未形成双轮驱动增长体系。其中，头肩部达人占比不足 1%，销售额贡献仅 1%，破圈种草作用未发挥，矩阵结构待优化。



关于知行

知行
战略咨询

科学洞察 商业赋能

知行合一咨询服务集团

知行咨询是一家专注于科学营销的咨询服务集团，以大数据为核心能力，神经营销学为决策依据，驱动**经营战略、品牌战略、营销战略**三位一体协同发展，帮助企业实现科学增长。通过数据刻画企业业务、数据指导企业业务、脑神经科学指导企业营销，以行为经济学、竞争战略、认知心理学为坚实理论基础，融合战略管理体系和战略执行体系。

知行咨询——数智研究院

行业研究

美妆个护、母婴、食品行业品类深度研究报告

用户洞察

脑神经营销+科学洞察

口碑认证

以数为据，助力品牌发展



知行数智公众号
100+品类洞察免费看



知行小助手
掌握更多电商行业趋势

VALUE

经营使命

以数为据
不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业
凡是彻底

企业精神

对标找差距
复盘取机会

经营理念

客户的生意
就是知行人的命

合作企业



服务行业与客户 50+
SERVICE INDUSTRY AND BRAND



以数有据不让企业走弯路