

尚普咨询·洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月男士切尔西鞋市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Men's Chelsea Boots Category Market Insights

2025年10月

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17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，尚普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，尚普咨询集团发布《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：男性中青年主导消费，偏好中高端价位

 男性消费者占比87%，年龄集中在26-45岁，收入中高为主。

 消费决策高度自主，个人决策占76%，外部建议影响有限。

 消费场景以日常通勤和商务为主，城市集中在一线及新一线。

## 启示

### ✓ 聚焦核心人群精准营销

针对26-45岁男性中高收入群体，强化产品设计和营销策略，提升品牌吸引力。

### ✓ 优化线上渠道布局

加强电商平台和社交媒体推广，利用高线城市集中优势，提高市场渗透率。

## 核心发现2：经典简约款式主导，复购率高品牌忠诚强

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

-  经典简约款偏好占34%，黑色光面皮革最受欢迎，占32%。
-  每年购买1双占比41%，复购率高，品牌忠诚度强。
-  消费支出集中500-800元，品牌专用鞋盒包装占比67%。

### 启示

#### ✓ 强化经典产品线

主推经典简约款式和黑色系，确保产品质量和包装体验，巩固品牌忠诚度。

#### ✓ 提升复购激励机制

设计会员计划和季节促销，鼓励重复购买，增强用户粘性。

## 核心发现3：舒适设计品牌驱动，功能形象需求主导

- 穿着舒适度(26%)、款式设计(23%)和品牌知名度(15%)是关键因素。
- 消费动机以替换旧鞋(31%)、提升形象(24%)和特定场合需求(17%)为主。
- 价格接受度集中400-800元，中端市场主导，高端需求稳定。

### 启示

#### ✓ 优化产品舒适与设计

投资研发提升舒适度和时尚设计，满足功能与形象双重需求，增强竞争力。

#### ✓ 精准定价策略

聚焦400-800元中端市场，推出差异化产品，平衡价格与品牌价值。

核心逻辑：聚焦中青年男性，强化线上渠道与品牌忠诚度

## 1、产品端

- ✓ 强化经典简约款式设计
- ✓ 优化舒适度与穿着体验

## 2、营销端

- ✓ 加强社交平台精准推荐
- ✓ 利用电商平台提升转化

## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程提升体验
- ✓ 提供个性化智能客服

# 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1月~8月各月天猫、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** 男士切尔西鞋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男士切尔西鞋品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对男士切尔西鞋的购买行为；
- 男士切尔西鞋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，计算男士切尔西鞋品类销售额、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、不同平台男士切尔西鞋品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 季节性波动 抖音低迷

- ◆ 从平台销售结构看，天猫以累计销售额1.56亿元（占线上总销售额的82.3%）占据绝对主导地位，京东和抖音分别贡献0.27亿元（14.2%）和0.06亿元（3.5%）。天猫的渠道集中度极高，反映出其在男士切尔西鞋品类中的品牌信任度和流量优势，但存在渠道单一风险，建议京东和抖音通过内容营销提升份额。
- ◆ 月度销售波动显著，1月销售额达1.10亿元（占1-8月总销售额的57.9%），主要受春节消费旺季驱动；2-6月销售额持续下滑至0.11亿元（6月最低），显示季节性需求疲软；7-8月小幅回升至0.28亿元，可能与秋季新品上市相关。同比来看，1月高基数可能影响下半年增长，需优化库存周转。

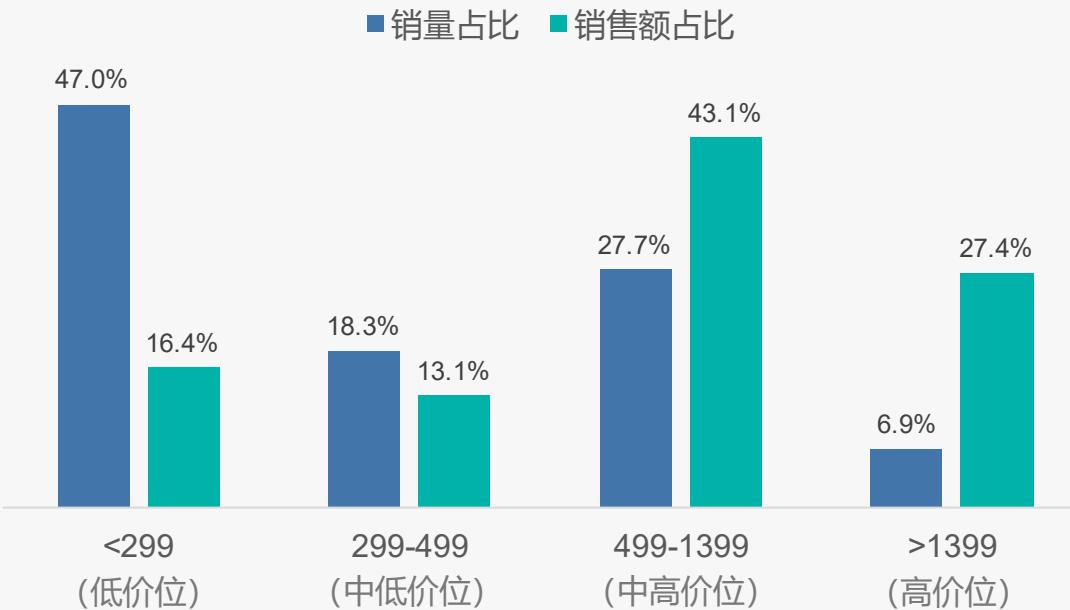
2025年1月~8月男士切尔西鞋品类线上销售规模（百万元）



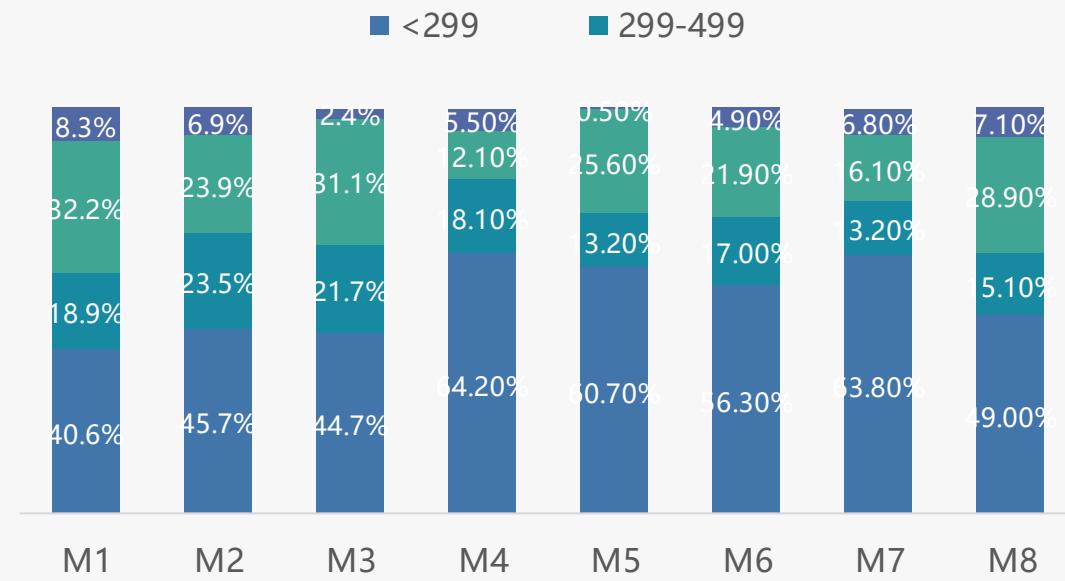
# 中高端主导利润 低价销量波动大

- ◆ 从价格区间结构看，男士切尔西鞋呈现明显的销量与销售额倒挂现象。月度销量分布显示明显的季节性波动，M1-M3中高端占比相对稳定，M4-M7低价区间销量占比急剧上升至60%以上，反映夏季促销或清仓策略主导市场；M8中高端占比回升至28.9%，表明秋季消费升级趋势，企业需动态调整库存周转率。
- ◆ 价格带盈利效率分析揭示，>1399元高端区间以6.9%的销量贡献27.4%的销售额，单位产品价值最高；建议品牌减少中低端投入，强化高端产品线以提升整体毛利率和市场份额。

2025年1月~8月男士切尔西鞋线上不同价格区间销售趋势



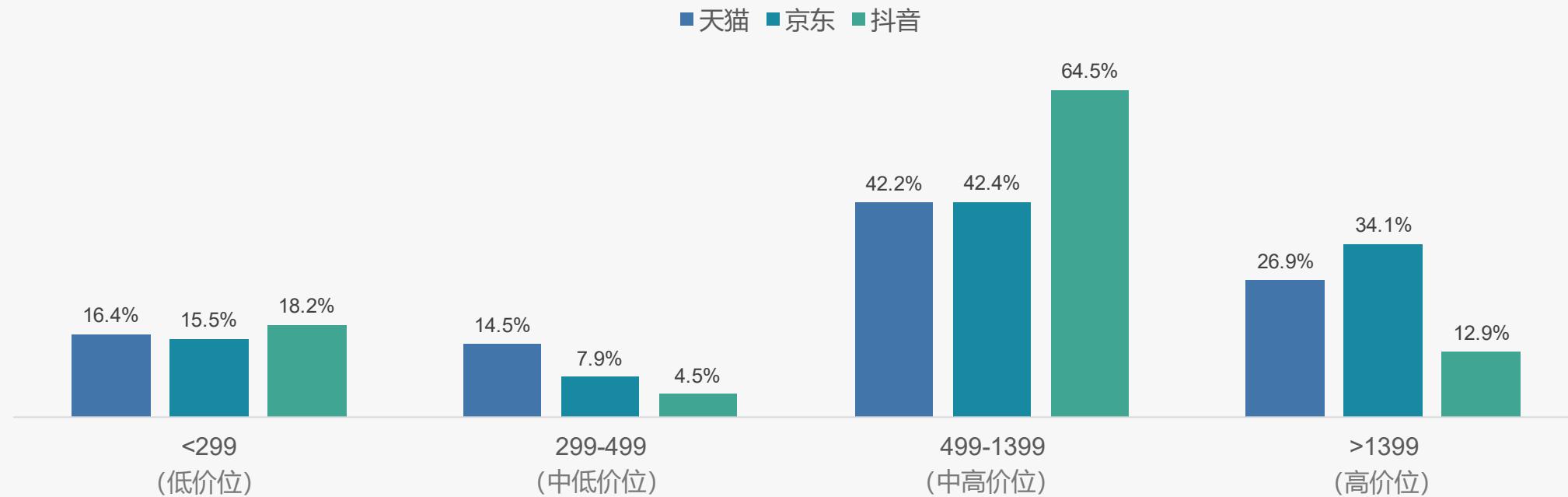
男士切尔西鞋线上价格区间-销量分布



# 中高端主导 平台差异化 抖音集中

- ◆ 从价格区间结构看，499-1399元是核心价格带，天猫、京东、抖音占比分别为42.2%、42.4%、64.5%，抖音集中度最高，反映其用户对中高端产品接受度强；京东>1399元高端占比34.1%居首，显示其平台用户购买力突出。平台差异化显著：京东高端市场占比领先，天猫中高端均衡，抖音则以499-1399元为主，表明京东定位高端、天猫全价位覆盖、抖音聚焦中端，需针对性优化产品组合以提升ROI。
- ◆ 低价区间占比天猫16.4%、京东15.5%、抖音18.2%，抖音略高，结合中端主导，推测其通过低价引流转化中端销售；京东高端占比高但低价占比不低，可能存在价格分层策略，建议监控库存周转率，避免低价产品挤压利润空间。

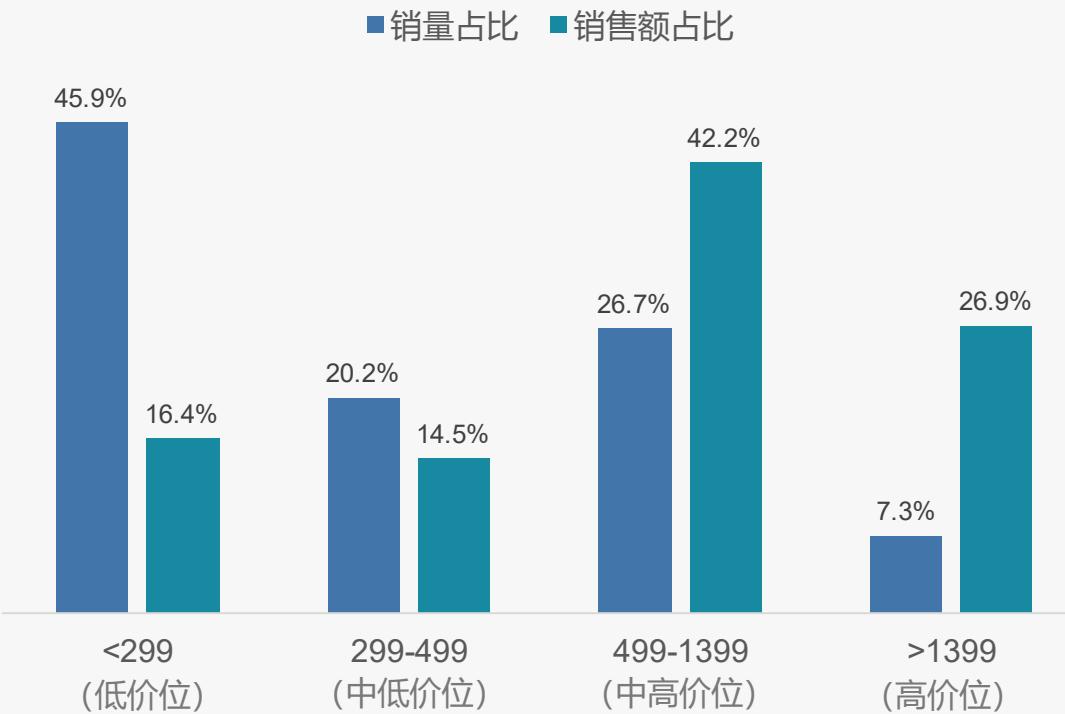
2025年1月~8月各平台男士切尔西鞋不同价格区间销售趋势



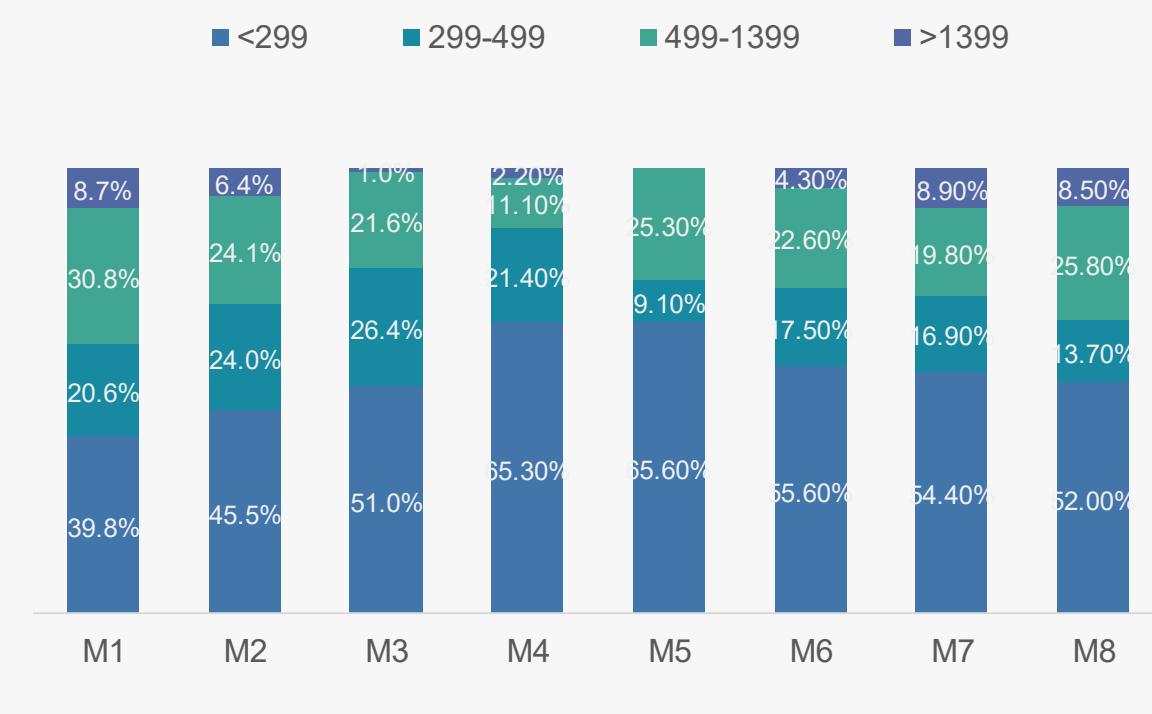
# 中高端鞋主导利润 低价销量高但价值低

- ◆ 从价格区间结构分析，499-1399元中高端价格带贡献了42.2%的销售额，成为核心利润来源，而<299元低价区间虽占45.9%销量但仅贡献16.4%销售额，显示高销量低价值特征。月度销量分布显示，<299元区间占比从M1的39.8%攀升至M8的52.0%，呈持续上升趋势，而>1399元高端产品波动明显（M3仅1.0%，M7达8.9%），反映消费降级压力下市场向低价倾斜。
- ◆ 销售额贡献与销量占比严重不匹配，<299元区间销量占比45.9%仅带来16.4%销售额，单位产品价值偏低；相反>1399元区间以7.3%销量贡献26.9%销售额，单位价值突出。建议优化产品组合，提升中高端产品渗透率以改善整体ROI，并加强促销策略稳定高端市场份额，同时通过产品升级和精准营销提升低价产品

2025年1月~8月天猫平台男士切尔西鞋不同价格区间销售趋势



天猫平台男士切尔西鞋价格区间-销量分布

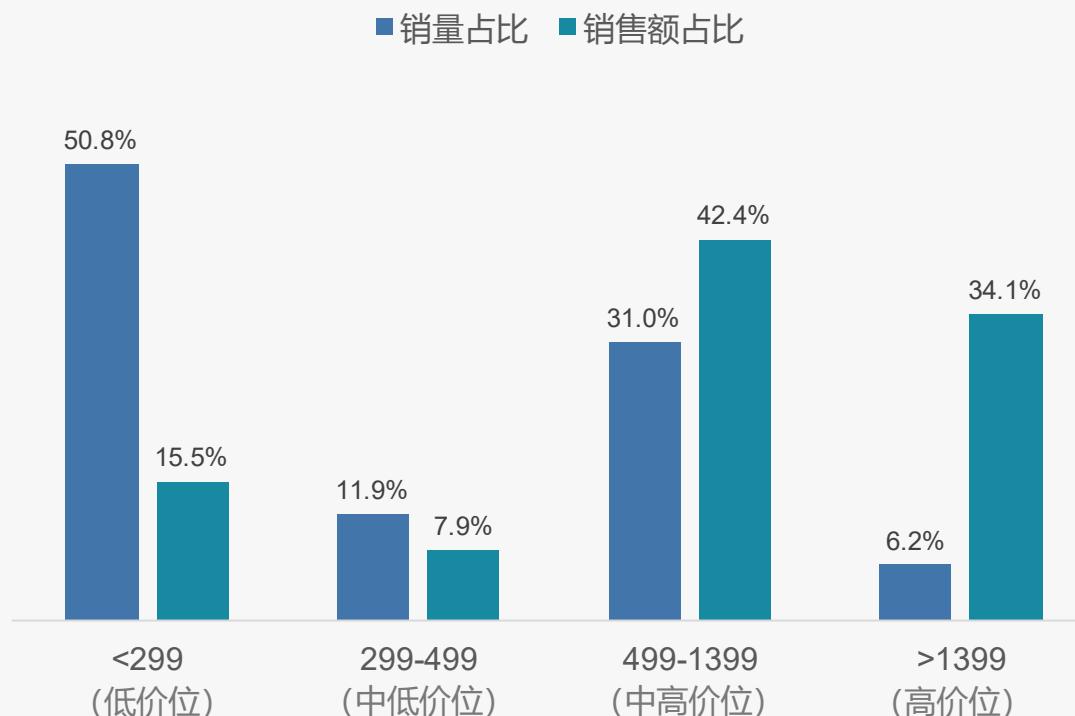


# 切尔西鞋中高端主导 销量波动大 聚焦高利润

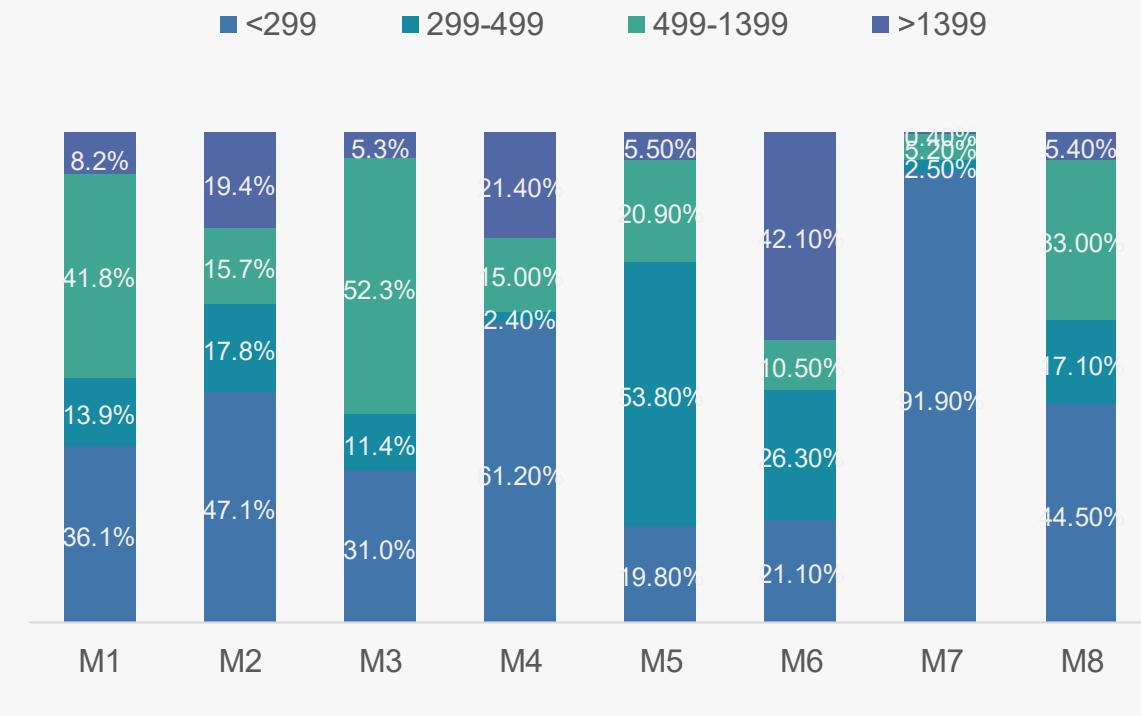
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 从价格区间结构看，京东平台男士切尔西鞋呈现两极分化特征。499-1399元中高端区间贡献42.4%销售额，>1399元高端区间以6.2%销量占比创造34.1%销售额，显示高客单价产品强劲的盈利能力。月度销量分布显示显著波动性。M7月<299元区间销量占比飙升至91.9%，而M6月>1399元区间占比达42.1%，表明消费行为受促销周期影响明显。
- ◆ 销售额集中度分析揭示关键价值区间。499-1399元与>1399元两个区间合计贡献76.5%销售额，但仅占37.2%销量，验证帕累托法则。企业应聚集中高端产品开发，优化库存周转率，同时通过精准营销提升高价产品渗透率，实现利润最大化。

2025年1月~8月京东平台男士切尔西鞋不同价格区间销售趋势



京东平台男士切尔西鞋价格区间-销量分布

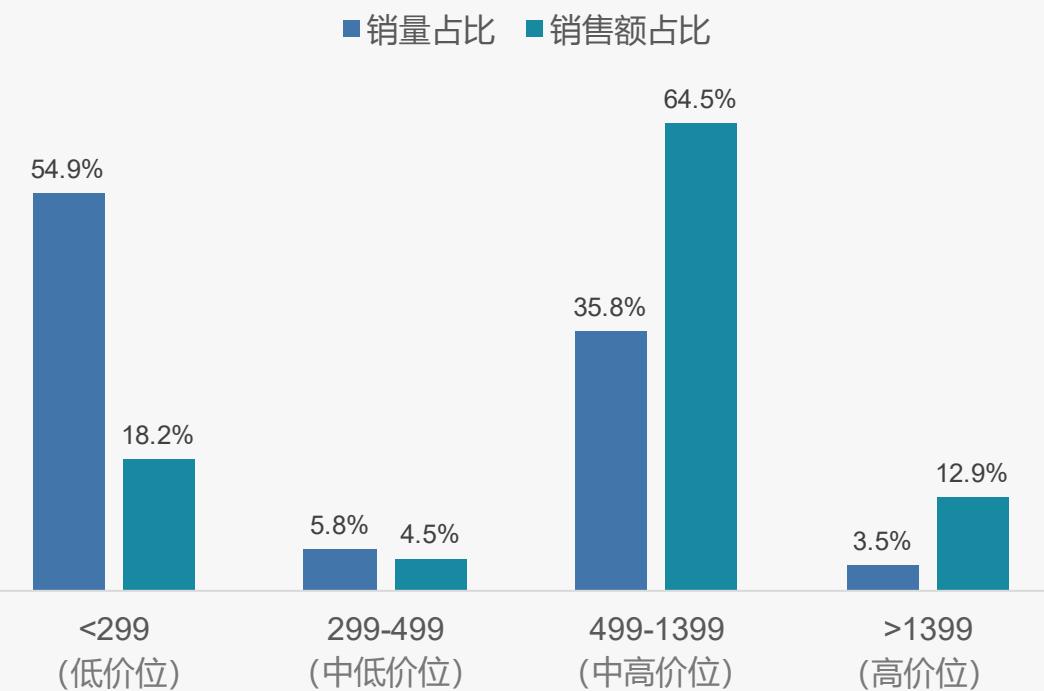


# 抖音切尔西鞋低价高销 中高价位主导利润

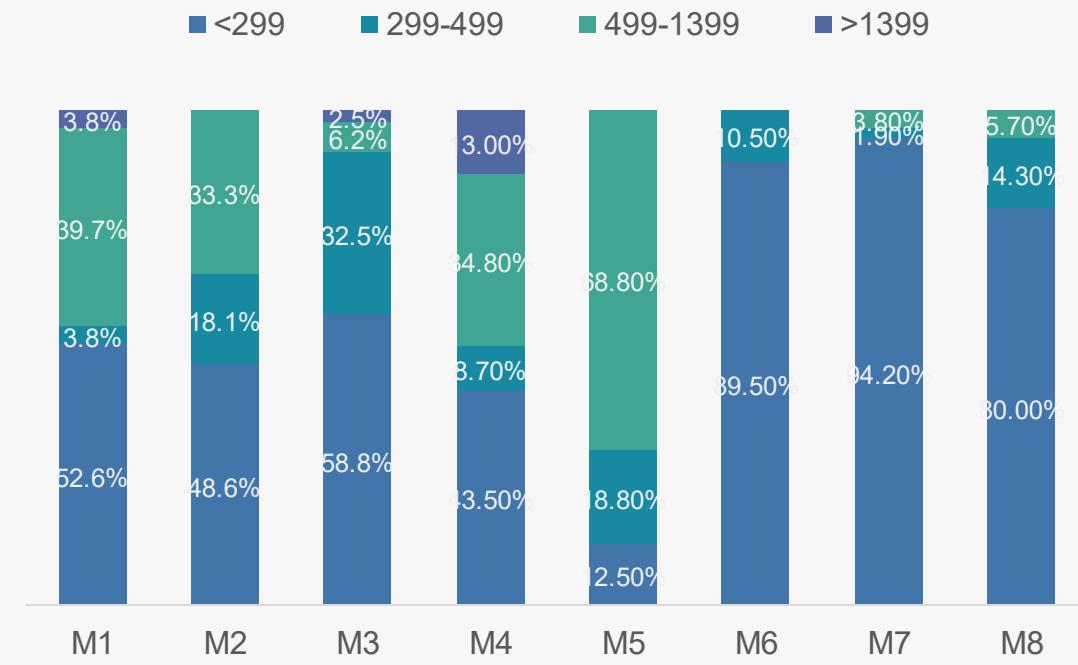
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 从价格区间结构看，抖音平台男士切尔西鞋呈现明显的两极分化。低价位 (<299元) 销量占比54.9%，但销售额仅占18.2%，说明该区间产品单价低、周转快；中高价位 (499-1399元) 销量占比35.8%却贡献64.5%销售额，是核心利润区，需重点关注产品组合优化。
- ◆ 月度销量分布显示市场波动剧烈。中高端 (499-1399元) 在M5达峰值68.8%后骤降，存在季节性消费特征，需加强库存周转管理。高端市场 (>1399元) 虽销量占比仅3.5%，但销售额占比达12.9%，ROI潜力显著，建议在特定月份 (如M4) 集中资源投放高端产品，以提升整体毛利率和品牌溢价。

2025年1月~8月抖音平台男士切尔西鞋不同价格区间销售趋势



抖音平台男士切尔西鞋价格区间-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 男士切尔西鞋消费行为、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年内购买过男士切尔西鞋的消费者；
- 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8月

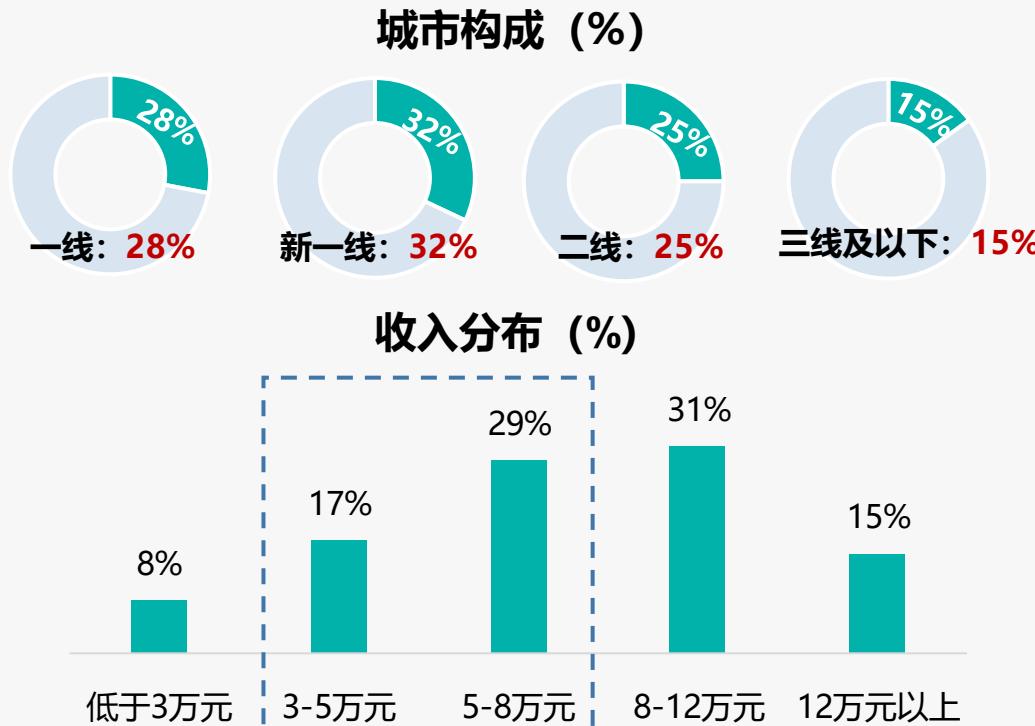
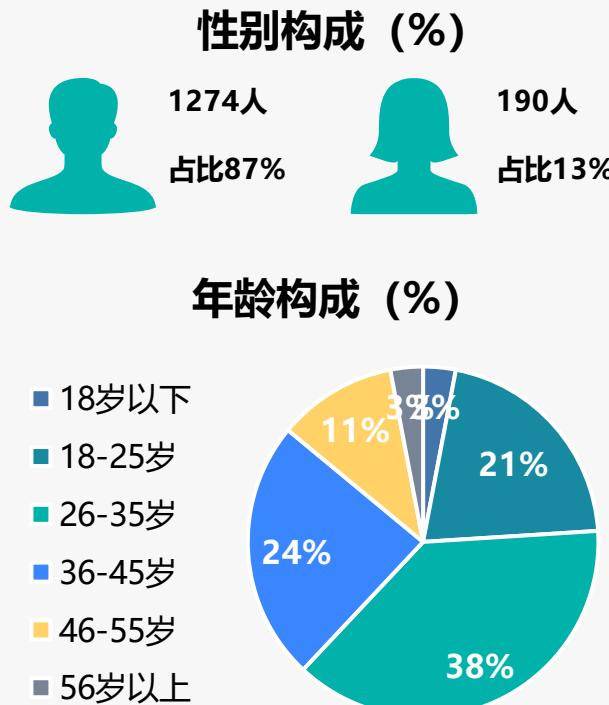
样本数量

N=1464

# 男性中青年主导 高线城市集中 消费高度自主

- ◆ 男性消费者占87%，年龄集中在26-35岁（38%）和36-45岁（24%），收入以5-8万元（29%）和8-12万元（31%）为主，显示中青年中等收入男性是核心群体。
- ◆ 消费决策高度自主（个人决策76%），伴侣建议影响12%；城市分布新一线（32%）和一线（28%）占主导，反映高线城市市场集中度高。

## 2025年中国男士切尔西鞋消费者画像

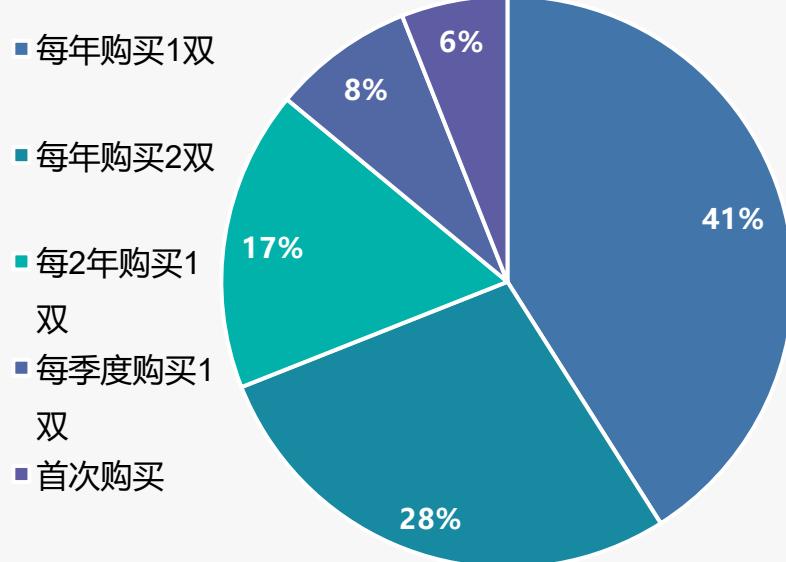


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

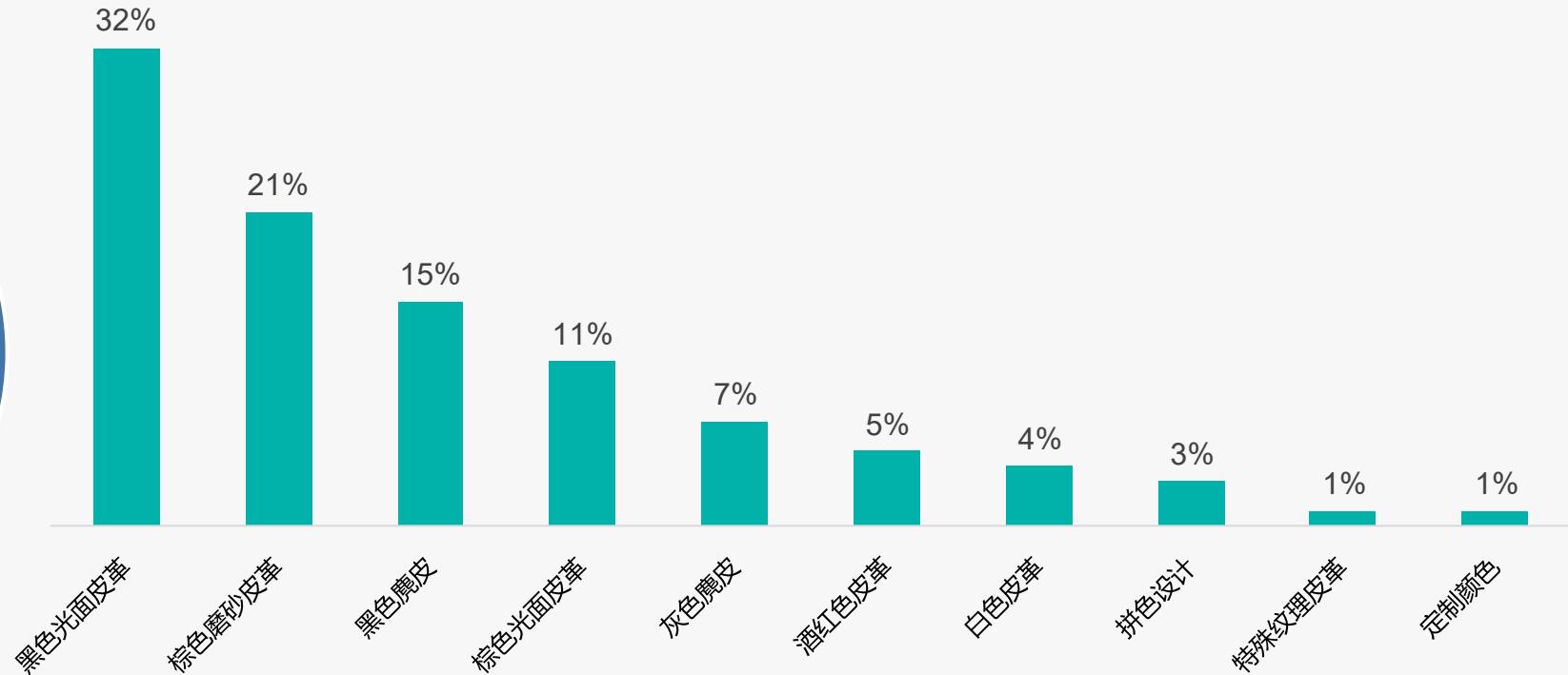
# 男士切尔西鞋 经典色主导 复购率高

- ◆ 消费频率以每年购买1双为主，占比41%；每年购买2双占28%，首次购买仅6%，显示市场复购率高，用户忠诚度强。
- ◆ 产品规格中黑色光面皮革最受欢迎，占32%；棕色磨砂皮革占21%，经典颜色主导市场，个性化需求有限。

2025年中国男士切尔西鞋消费频率分布



2025年中国男士切尔西鞋产品规格分布

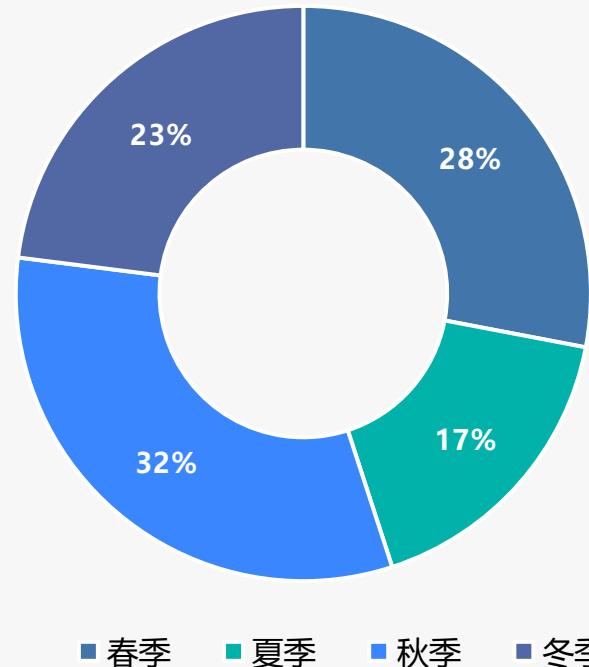


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

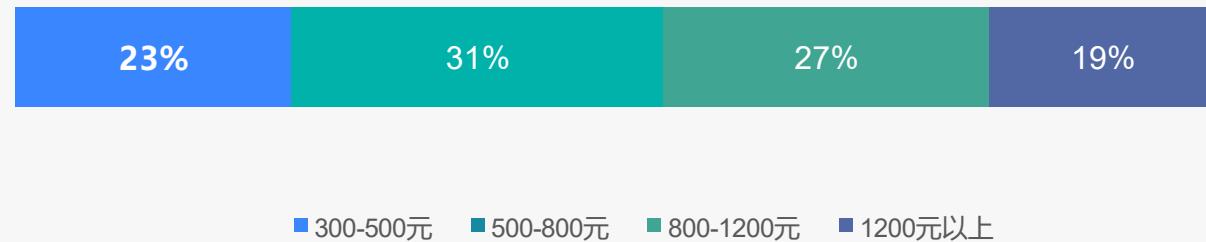
# 中高端消费主导 秋季需求旺盛 品牌包装关键

- ◆单次消费支出集中在500-800元（31%），秋季消费占比最高（32%），显示中高端价位和季节性需求主导市场。
- ◆品牌专用鞋盒包装占比67%，远超其他类型，强调品牌包装在消费体验中的关键作用，环保包装仅占9%。

2025年中国男士切尔西鞋消费季节分布



2025年中国男士切尔西鞋单次支出分布



2025年中国男士切尔西鞋包装类型分布



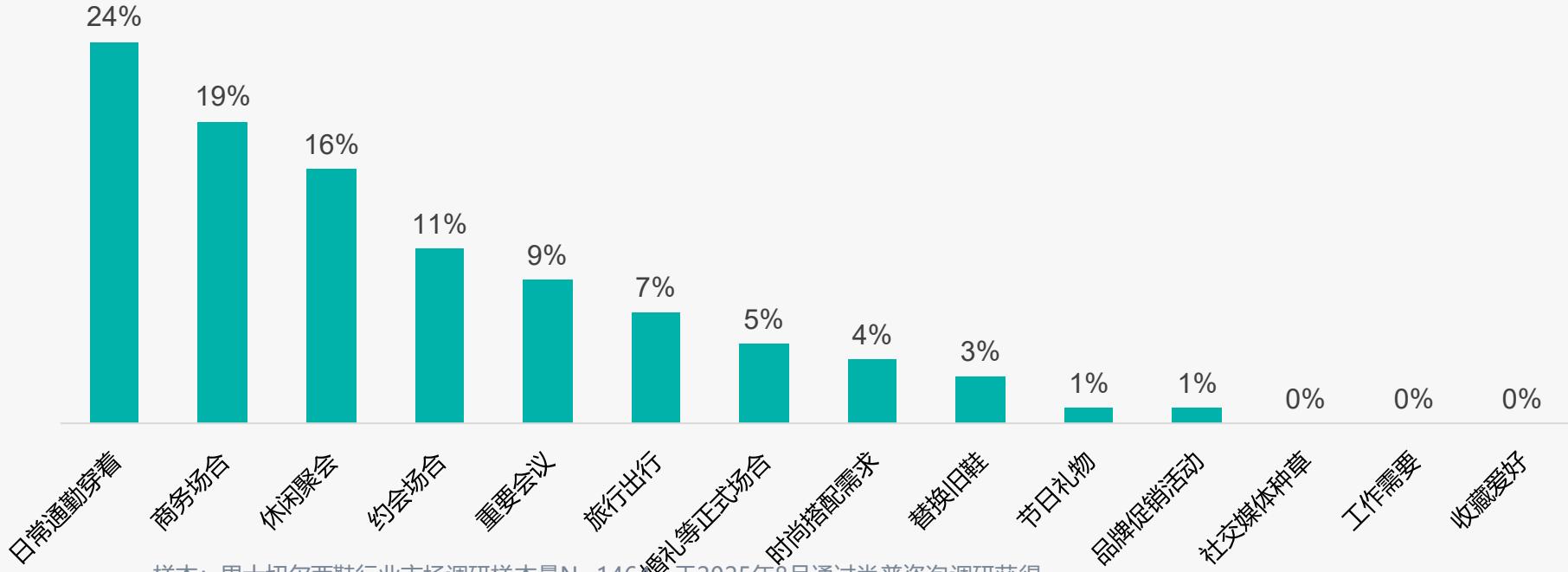
样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 切尔西鞋消费主场景通勤商务

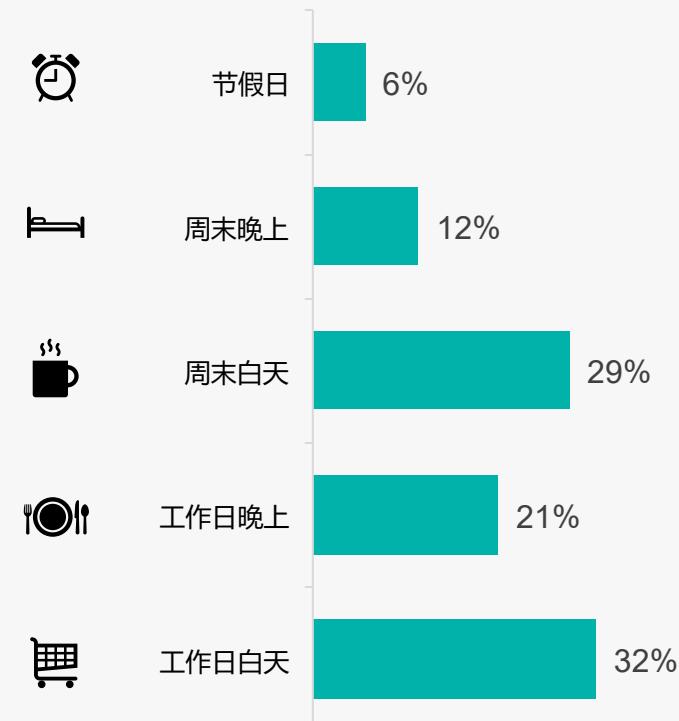
尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

- ◆ 消费场景中，日常通勤穿着占24%，商务场合占19%，休闲聚会占16%，显示男士切尔西鞋主要用于实用和半正式场合，其他场景占比均较低。
- ◆ 消费时段上，工作日白天占32%，周末白天占29%，工作日晚上占21%，反映购买行为多集中在白天时段，可能与购物便利性相关。

2025年中国男士切尔西鞋消费场景分布



2025年中国男士切尔西鞋消费时段分布

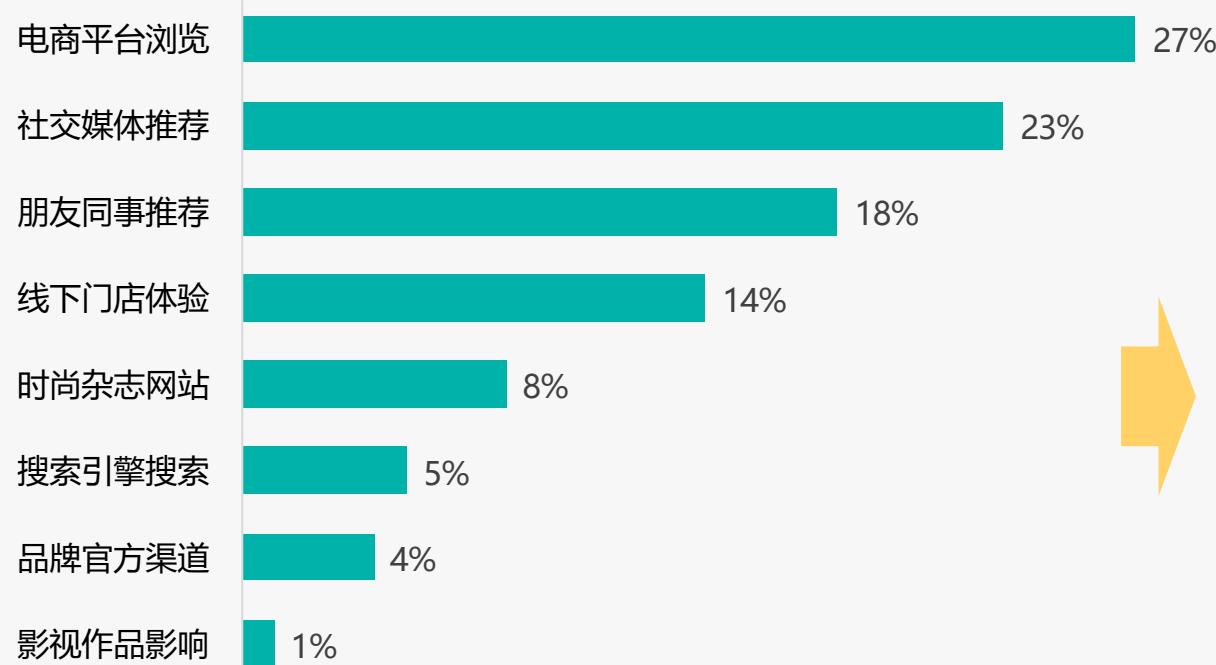


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464于2025年8月通过尚普咨询调研获得

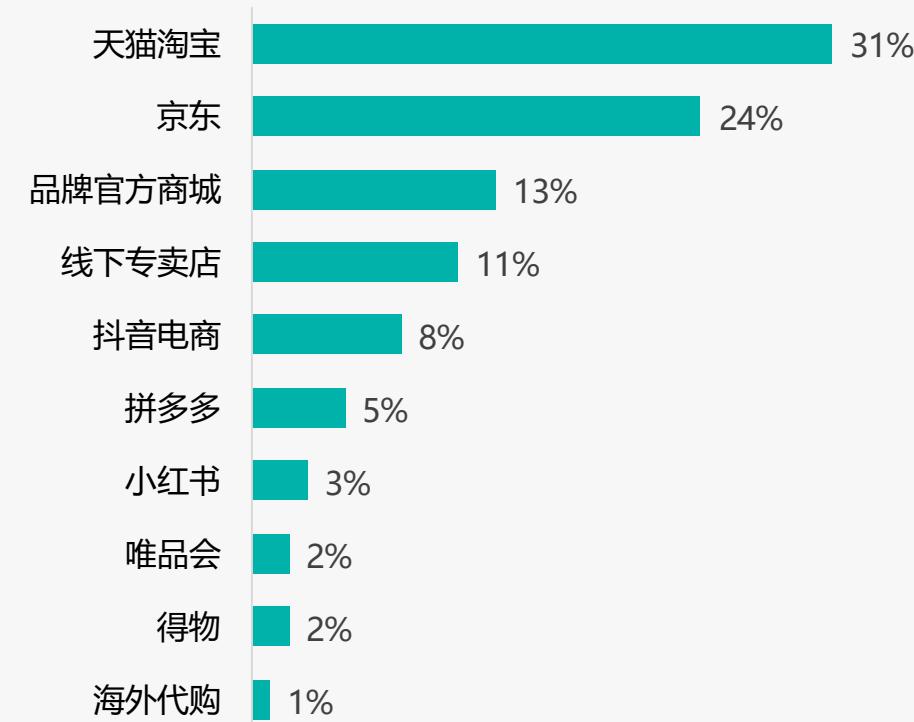
# 线上渠道主导男士切尔西鞋消费

- ◆消费者了解男士切尔西鞋主要通过电商平台浏览（27%）和社交媒体推荐（23%），线上渠道占主导，朋友同事推荐（18%）和线下体验（14%）次之。
- ◆购买渠道以天猫淘宝（31%）和京东（24%）为主，电商平台优势明显，品牌官方商城（13%）和抖音电商（8%）作为重要补充。

## 2025年中国男士切尔西鞋了解渠道分布



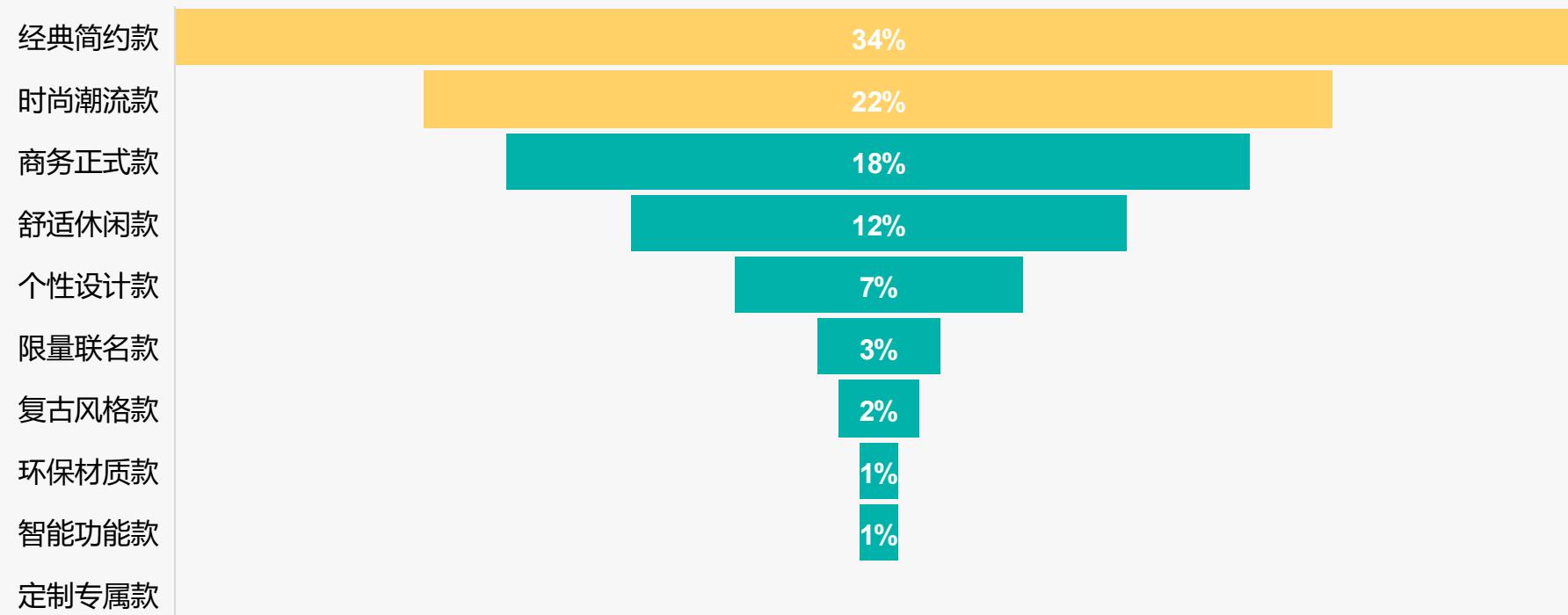
## 2025年中国男士切尔西鞋购买渠道分布



样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆ 经典简约款切尔西鞋以34%的偏好率主导市场，时尚潮流款占22%，商务正式款占18%，显示消费者更青睐百搭和职场适用款式。
- ◆ 个性设计款和限量联名款分别占7%和3%，而复古、环保、智能等功能款占比均低于2%，表明小众和创新类别市场渗透有限。

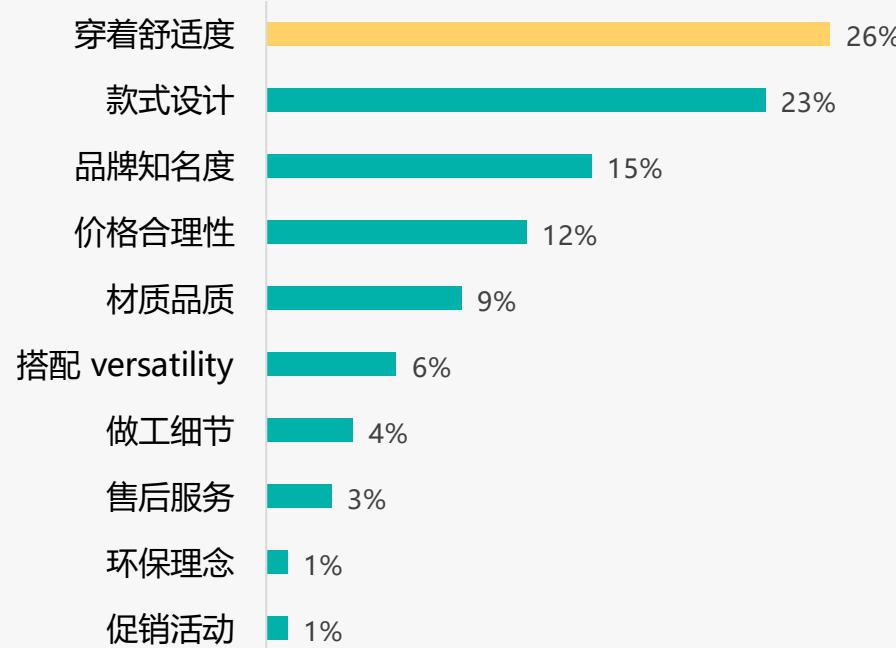
## 2025年中国男士切尔西鞋偏好类型分布



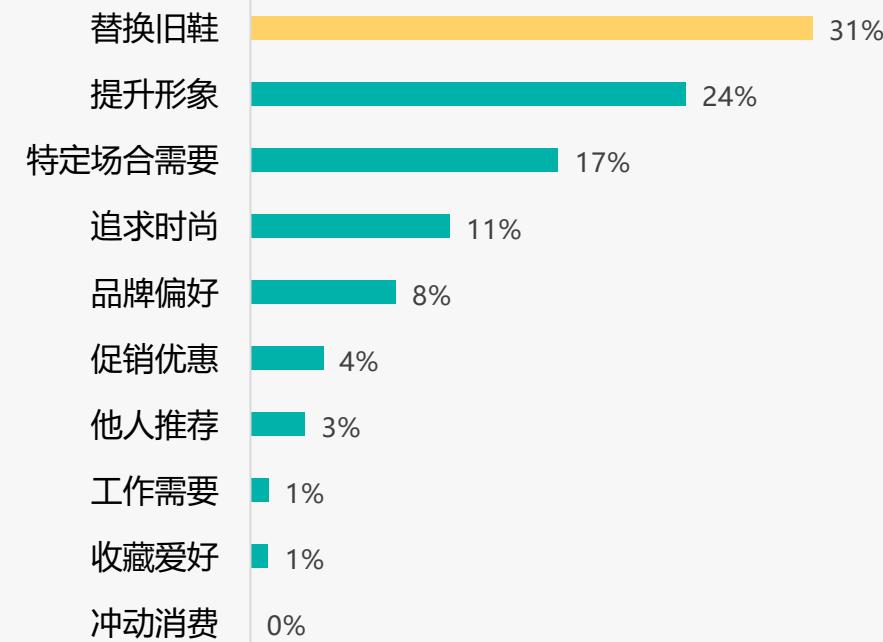
样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆消费者选择男士切尔西鞋时，穿着舒适度(26%)、款式设计(23%)和品牌知名度(15%)是关键因素，合计占比64%，突显产品体验和品牌的重要性。
- ◆消费动机以替换旧鞋(31%)、提升形象(24%)和特定场合需要(17%)为主，合计72%，表明功能性需求和形象提升是主要驱动因素。

## 2025年中国男士切尔西鞋吸引因素分布



## 2025年中国男士切尔西鞋消费原因分布

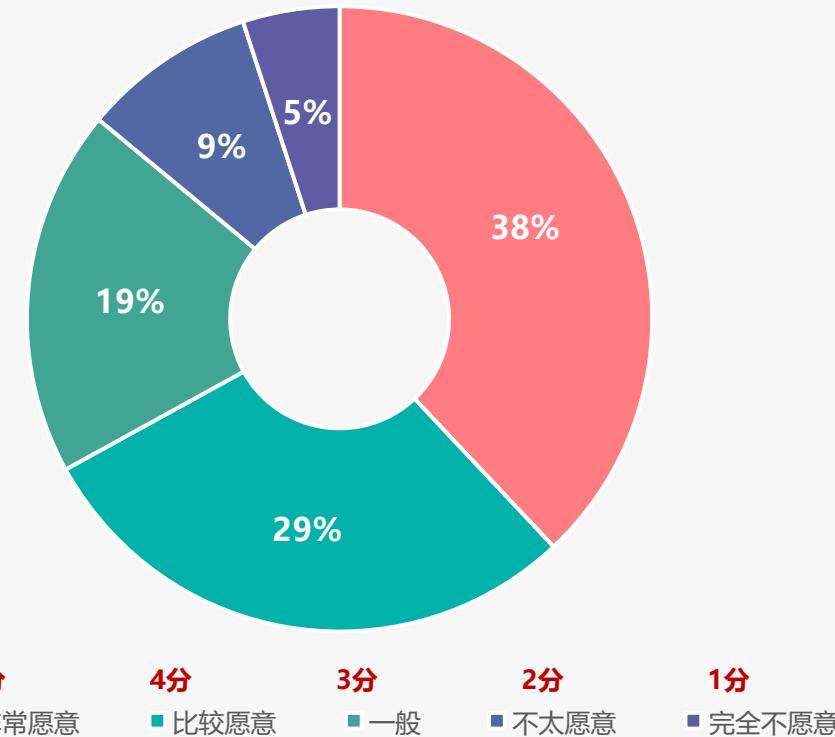


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

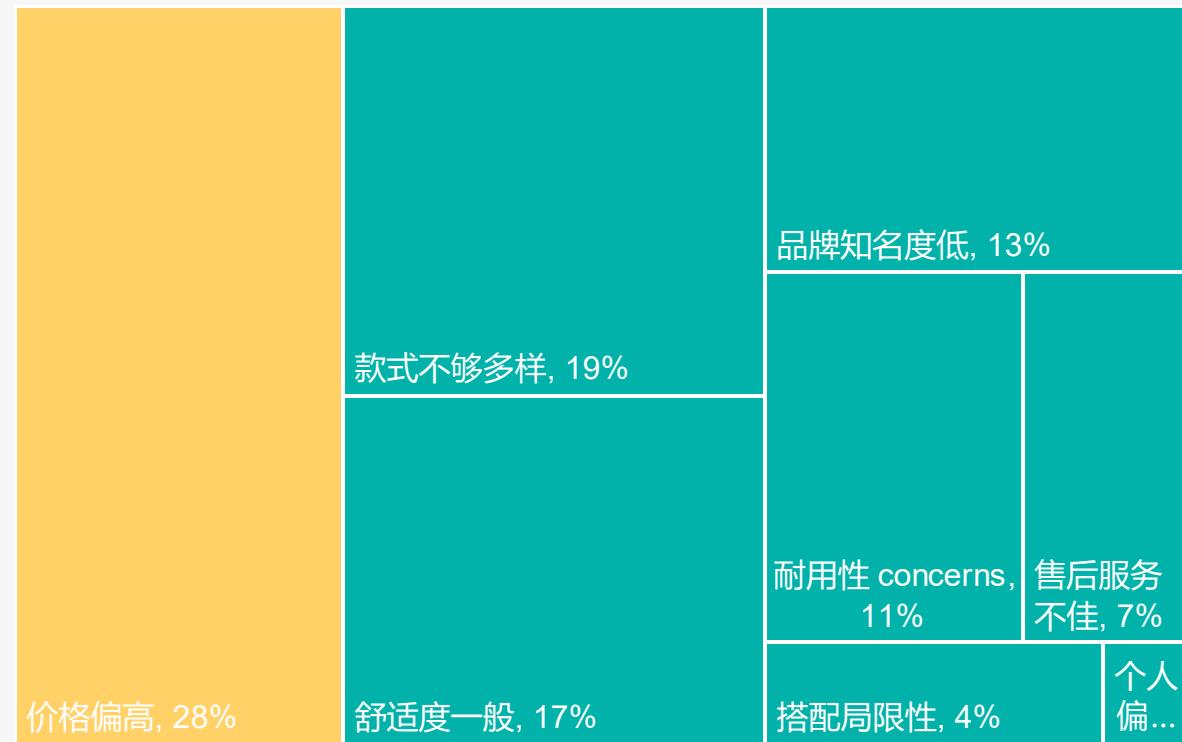
# 多数消费者推荐 价格款式待优化

- ◆ 多数消费者对男士切尔西鞋持积极态度，非常愿意和比较愿意推荐的比例合计达67%，显示产品整体满意度较高。
- ◆ 不愿推荐的主要原因为价格偏高（28%）、款式不够多样（19%）和舒适度一般（17%），建议优化这些方面以提升推荐率。

2025年中国男士切尔西鞋推荐意愿分布



2025年中国男士切尔西鞋不愿推荐原因分布

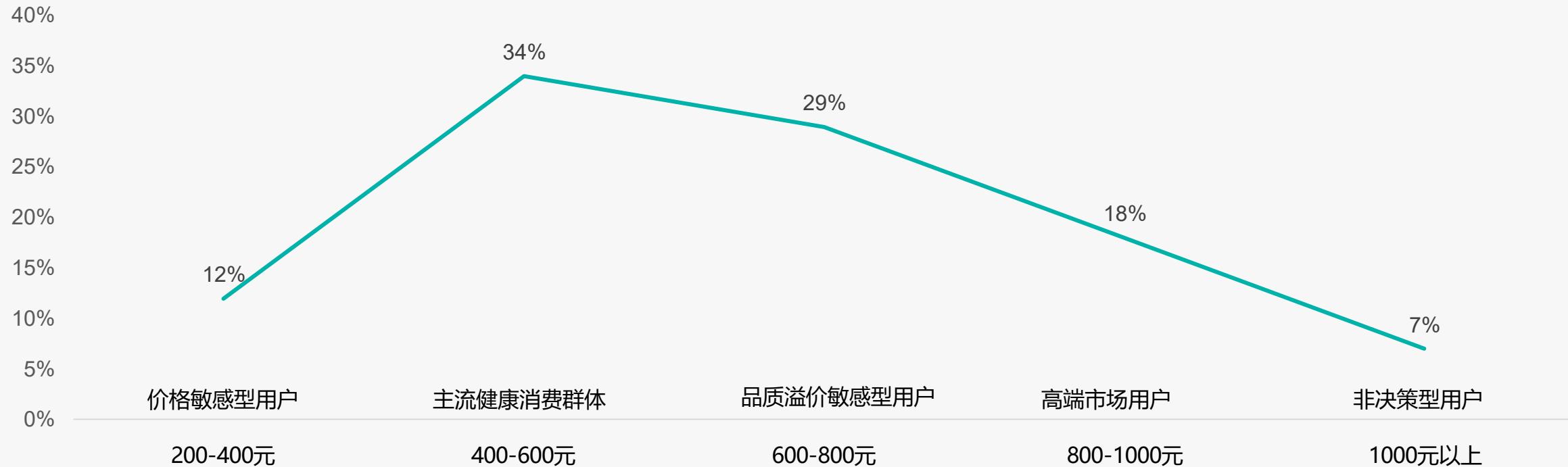


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 中端价位主导切尔西鞋消费

- ◆ 男士切尔西鞋价格接受度数据显示，400-600元区间占比最高达34%，600-800元区间占比29%，中端价位主导消费偏好。
- ◆ 高端市场800-1000元占比18%，1000元以上仅7%；低价200-400元占12%，建议聚焦中端产品线优化策略。

## 2025年中国男士切尔西鞋主要规格价格接受度



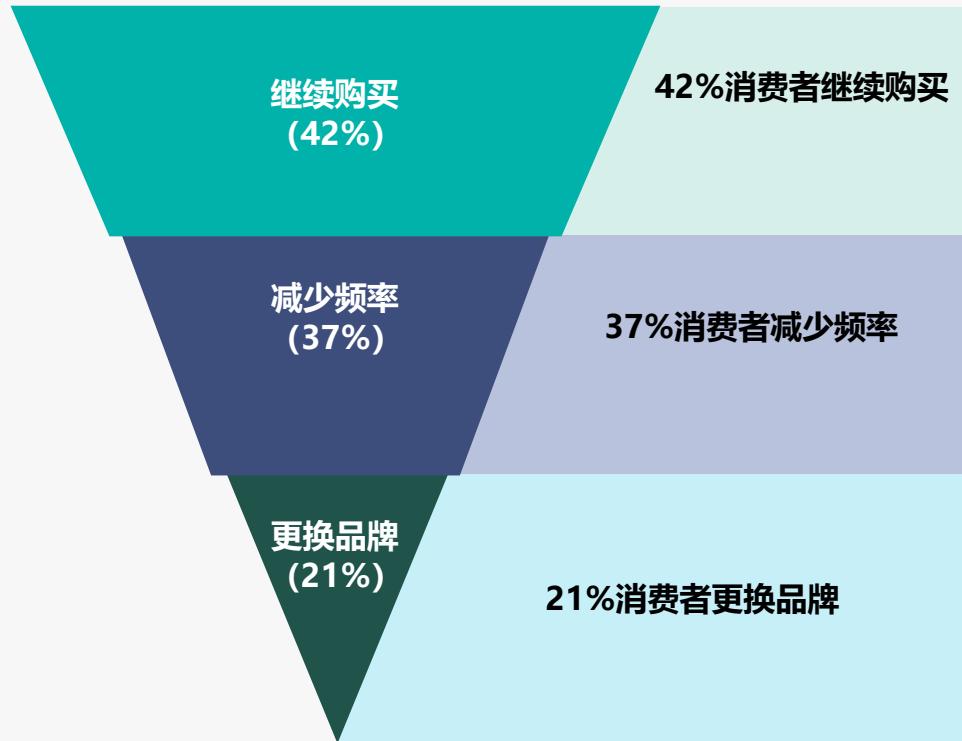
样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

注：以黑色光面皮革规格男士切尔西鞋为标准核定价格区间

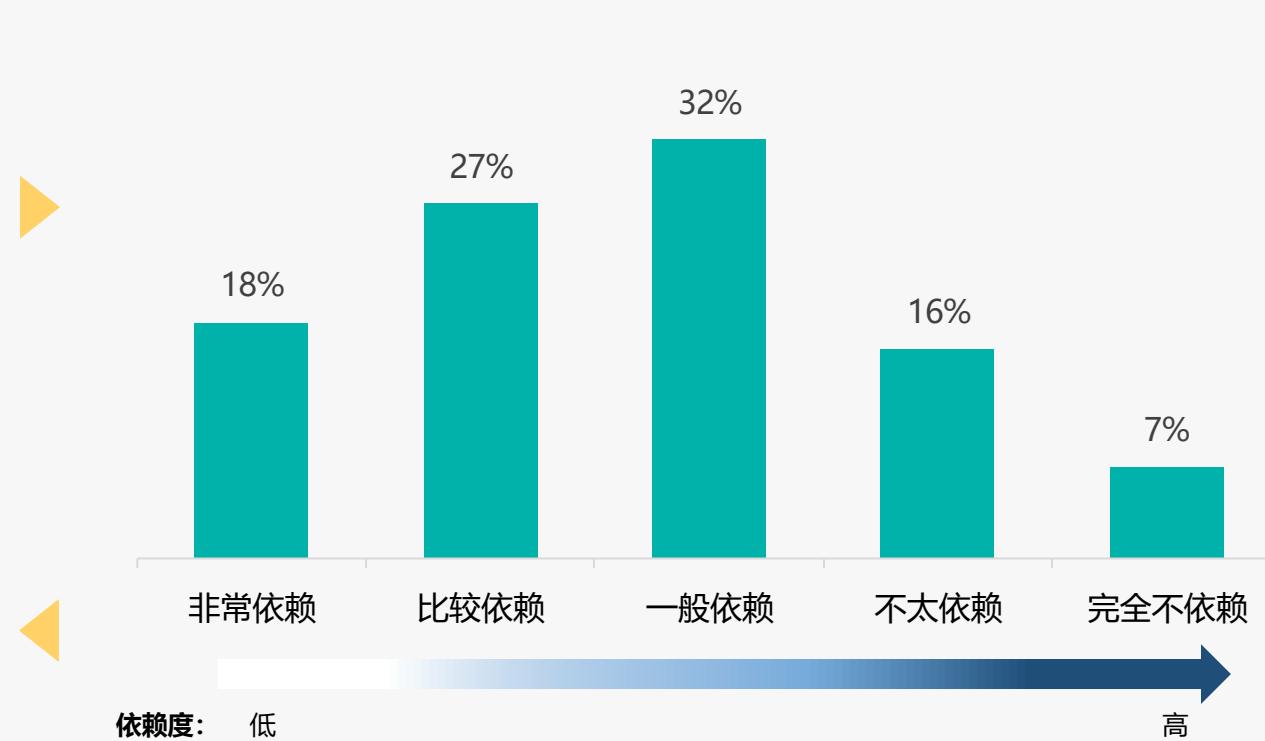
# 价格敏感度高 促销影响有限

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，37%减少频率，显示品牌忠诚度较高但价格敏感度显著。
- ◆对促销活动依赖中，32%一般依赖，27%比较依赖，仅7%完全依赖，表明促销影响有限。

2025年中国男士切尔西鞋价格上涨10%购买行为分布



2025年中国男士切尔西鞋促销依赖程度分布

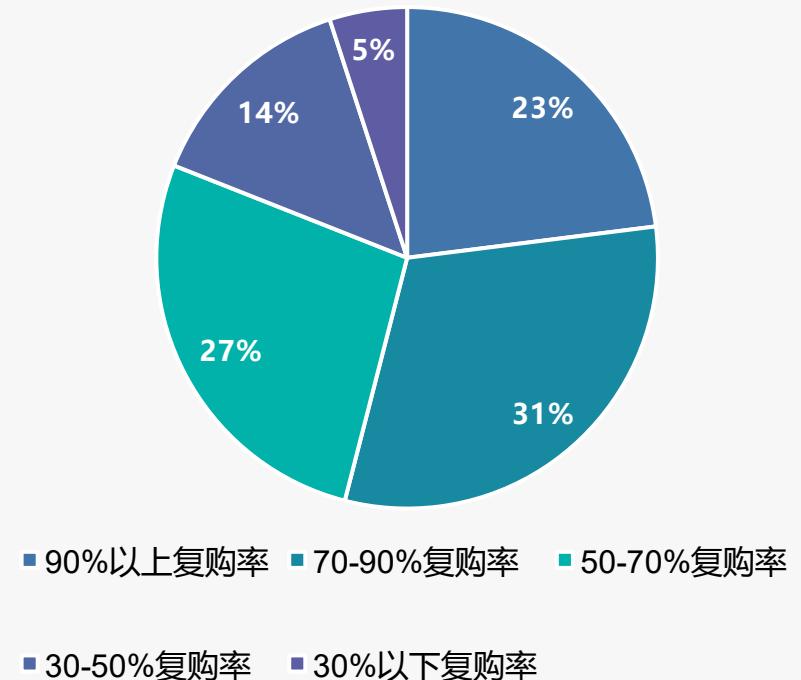


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

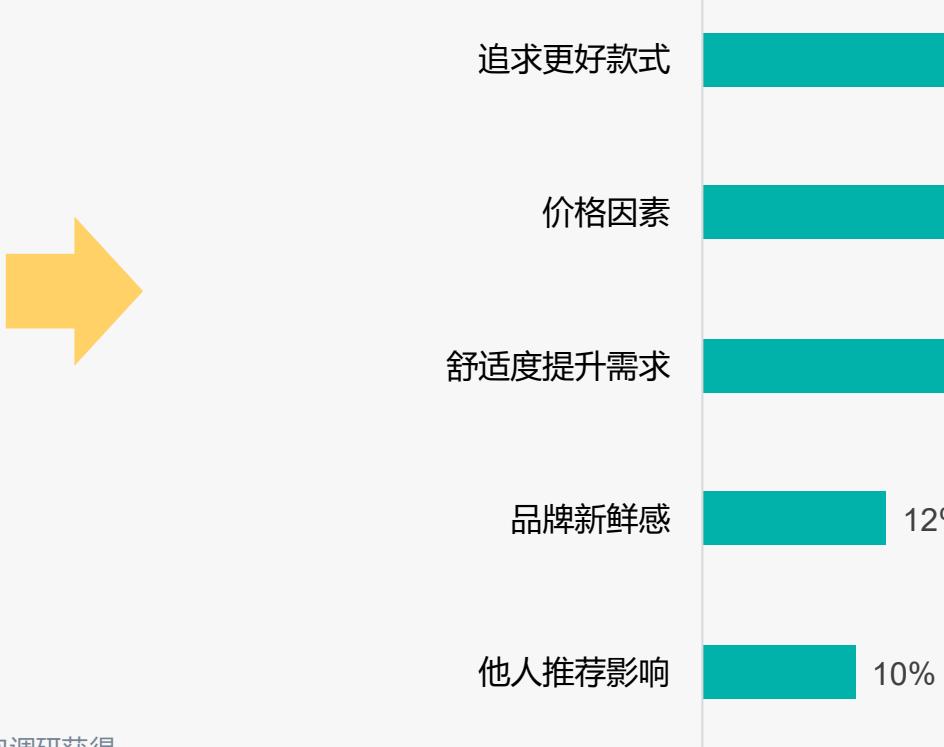
# 品牌忠诚度高 款式价格驱动消费

- ◆ 男士切尔西鞋消费者品牌忠诚度较高，70-90%复购率占比31%，90%以上复购率占比23%，显示近半数消费者对品牌有较强粘性。
- ◆ 更换品牌主要受款式和价格驱动，追求更好款式占比34%，价格因素占比26%，舒适度提升需求占比18%。

2025年中国男士切尔西鞋固定品牌复购率分布



2025年中国男士切尔西鞋更换品牌原因分布

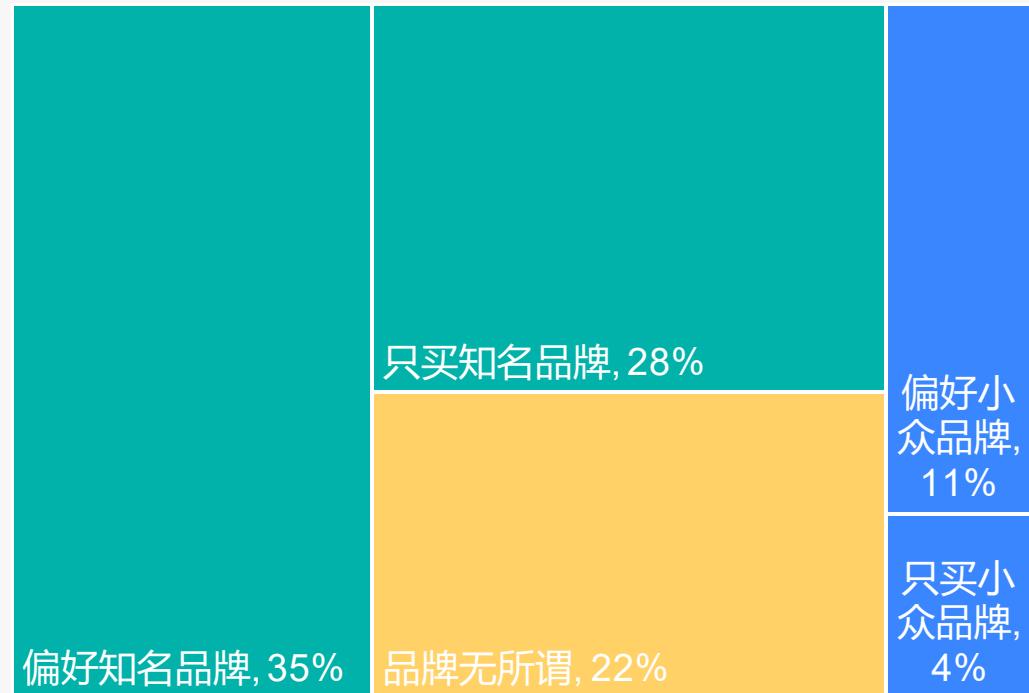


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

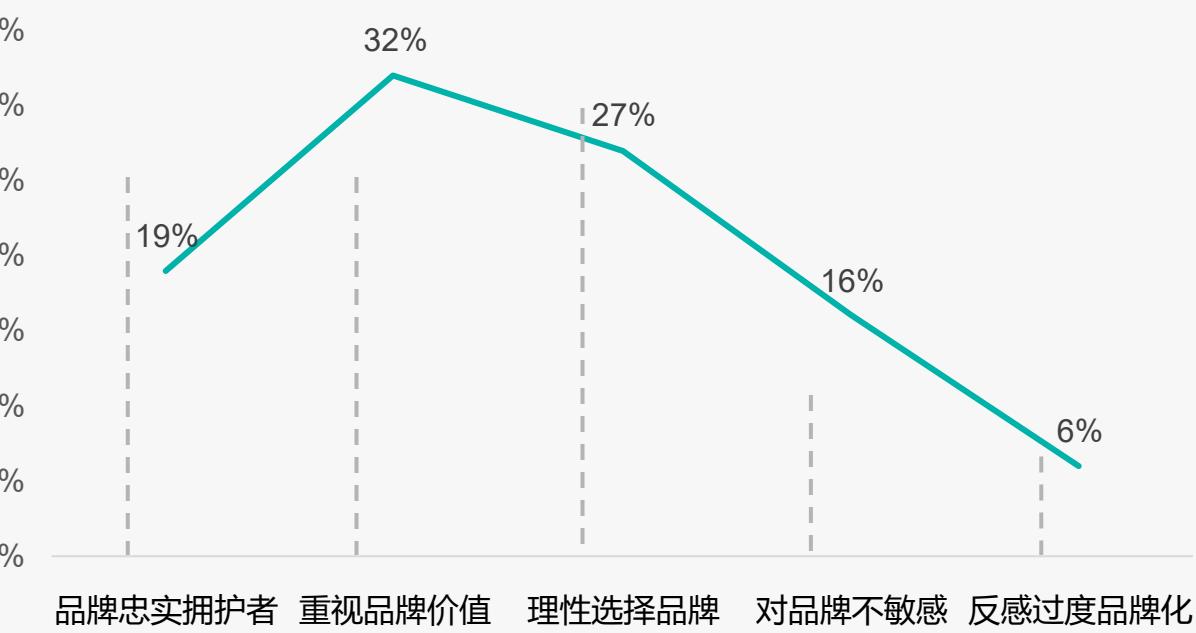
## 男士切尔西鞋品牌偏好显著

- ◆ 男士切尔西鞋消费者中，偏好知名品牌占比35%，只买知名品牌占比28%，合计63%倾向知名品牌，显示品牌影响力强。
- ◆ 品牌忠实拥护者占比19%，重视品牌价值占比32%，合计51%高度认可品牌，而反感过度品牌化仅6%，反映品牌接受度高。

2025年中国男士切尔西鞋品牌产品消费意愿分布



2025年中国男士切尔西鞋品牌产品态度分布

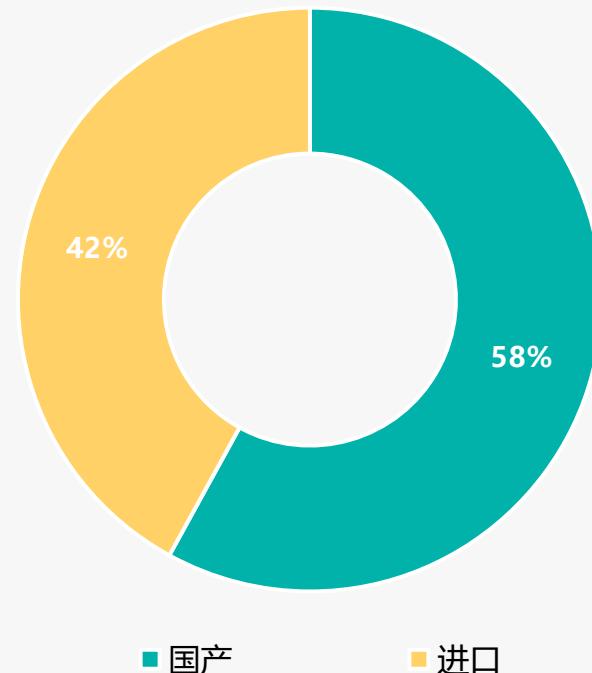


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

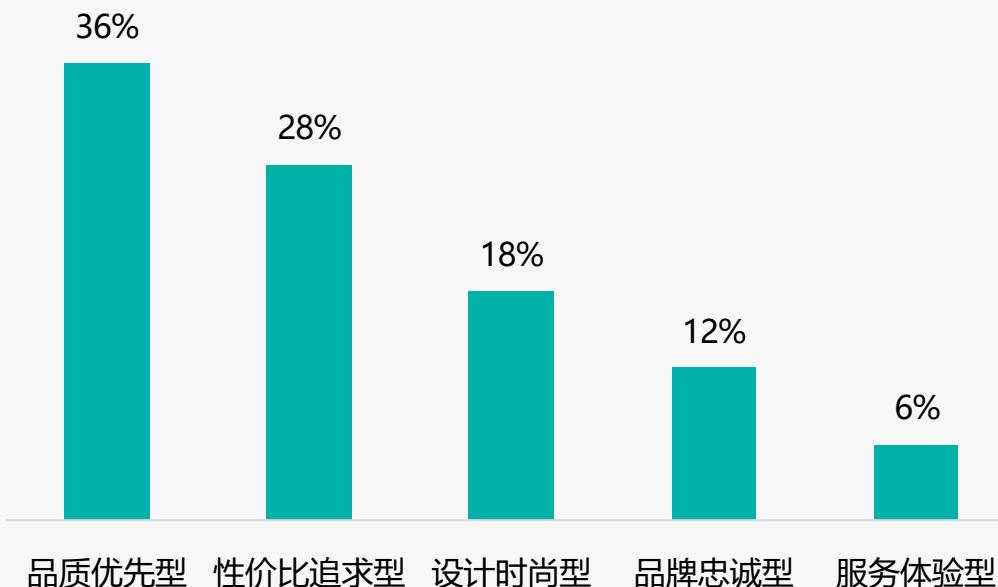
# 国产主导品质性价比优先

- ◆ 国产品牌消费占比58%，显著高于进口品牌42%，显示消费者对本土产品有较强偏好。品质优先型占比36%，性价比追求型28%，反映产品质量和价格是主要关注点。
- ◆ 设计时尚型占比18%，服务体验型仅6%，表明消费者更注重产品本身而非附加服务。整体数据突显品质和性价比在男士切尔西鞋市场中的主导地位。

2025年中国男士切尔西鞋国产与进口品牌消费分布



2025年中国男士切尔西鞋品牌偏好类型分布

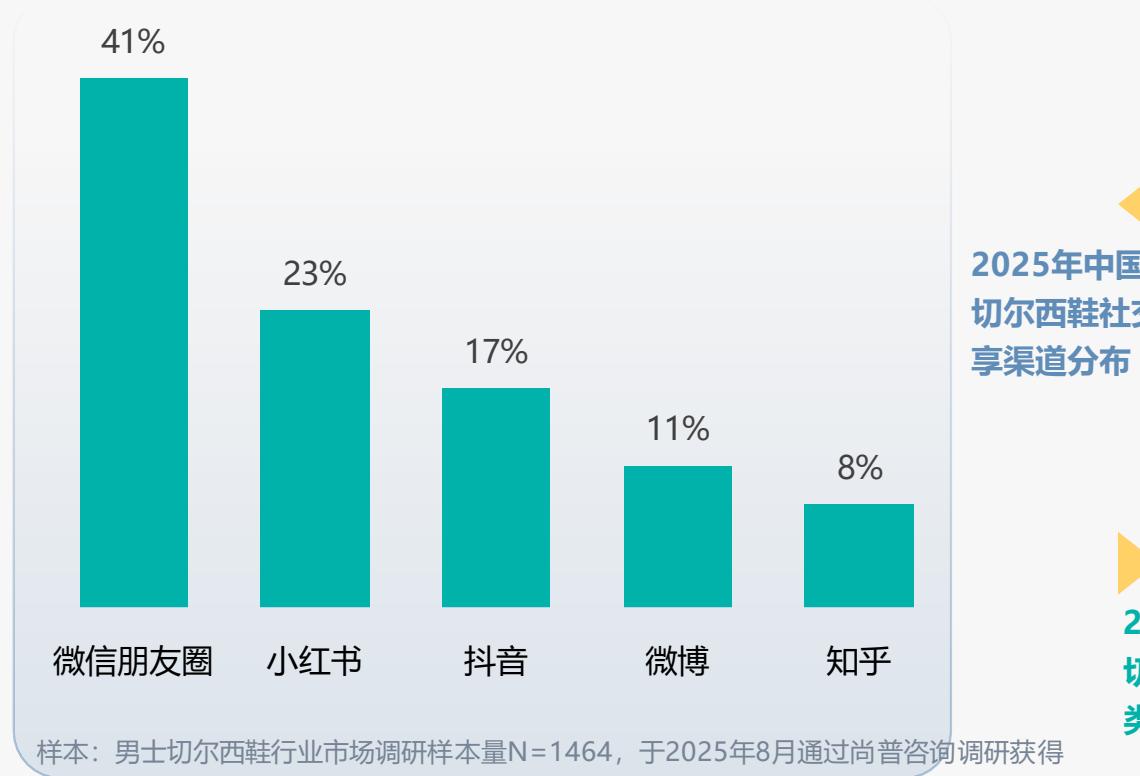


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

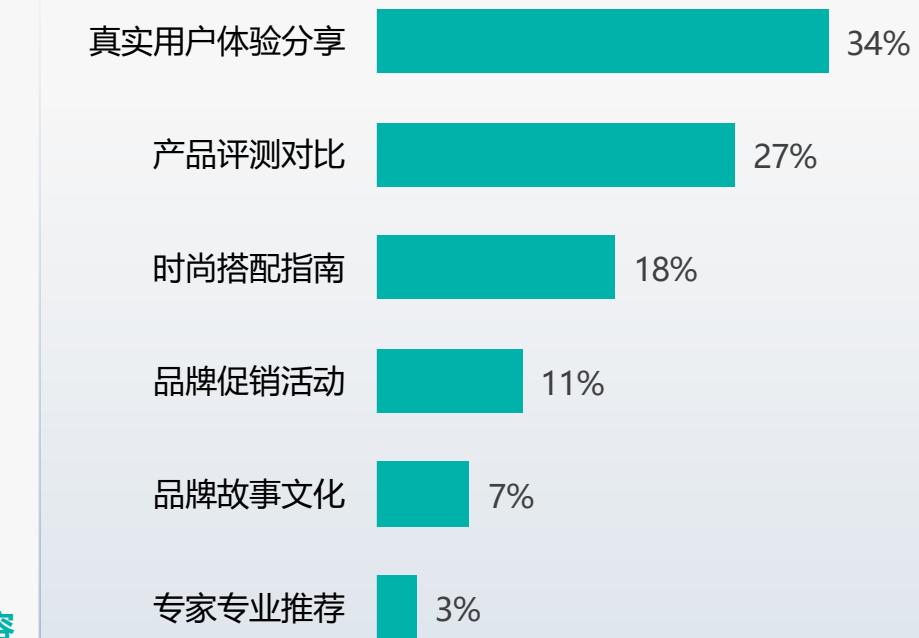
# 用户分享主导 真实体验优先

- ◆微信朋友圈是主要分享渠道，占比41%，小红书和抖音分别占23%和17%。消费者偏好真实用户体验分享（34%）和产品评测对比（27%）。
- ◆时尚搭配指南占18%，品牌促销和故事文化占比较低。专家推荐仅占3%，显示消费者决策更依赖用户内容和客观评价。

## 2025年中国男士切尔西鞋社交分享渠道分布

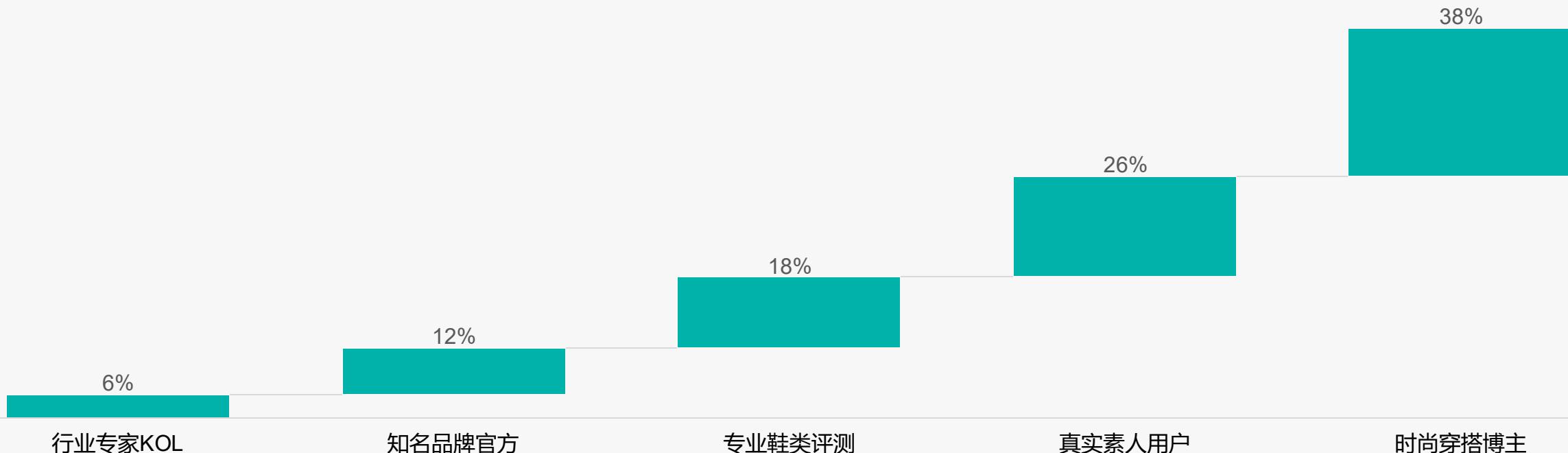


## 2025年中国男士切尔西鞋社交内容类型分布



- ◆ 时尚穿搭博主以38%的信任度主导社交渠道内容获取，真实素人用户以26%紧随，显示消费者偏好风格导向和真实体验。
- ◆ 专业鞋类评测仅占18%，品牌官方和专家KOL分别占12%和6%，表明功能性和权威性内容在社交渠道影响力有限。

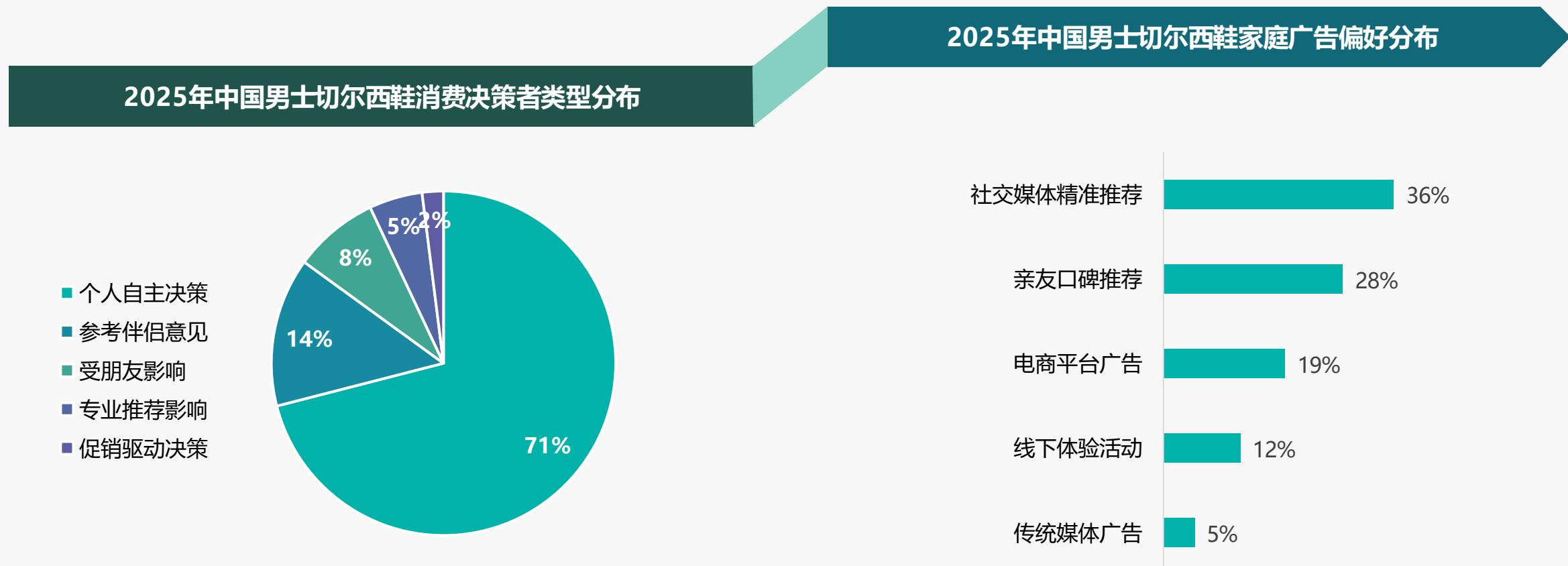
## 2025年中国男士切尔西鞋社交信任博主类型分布



样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 男士切尔西鞋消费自主社交主导

- ◆ 男士切尔西鞋消费中71%为个人自主决策，14%参考伴侣意见，显示高度个性化与家庭互动特征，品牌应强化产品设计与伴侣场景营销。
- ◆ 广告偏好中社交媒体精准推荐占36%，亲友口碑推荐占28%，凸显社交影响主导，品牌需加强社交平台互动与口碑管理以提升转化。

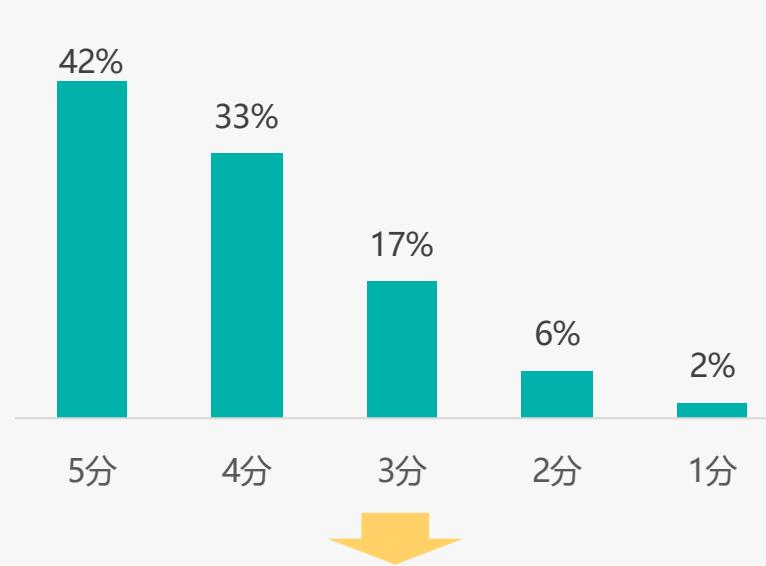


样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 退货体验略低 建议优化流程

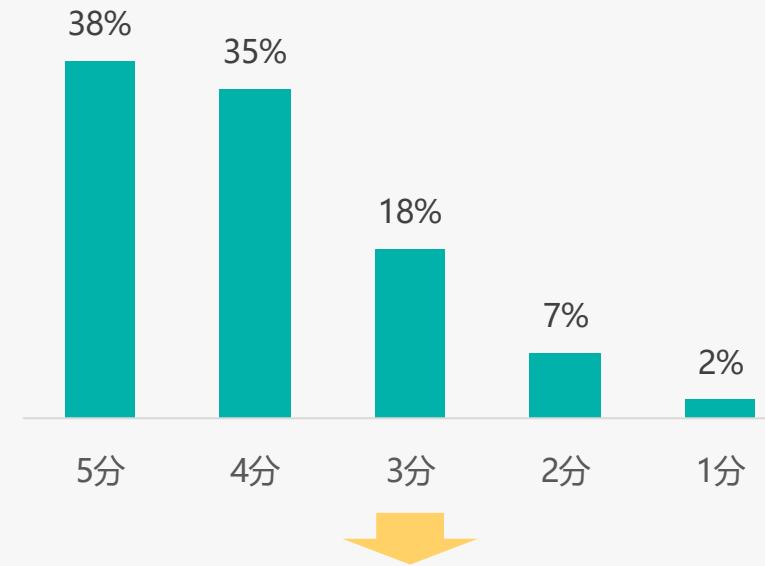
- ◆线上消费流程与客服满意度高分占比均为75%，退货体验略低为73%。数据显示整体体验良好，但退货环节存在轻微改进空间。
- ◆三项满意度高分占比均超70%，退货体验5分比例最低。建议优化退货流程以进一步提升消费者体验。

2025年中国男士切尔西鞋线上消费流程  
满意度分布（满分5分）



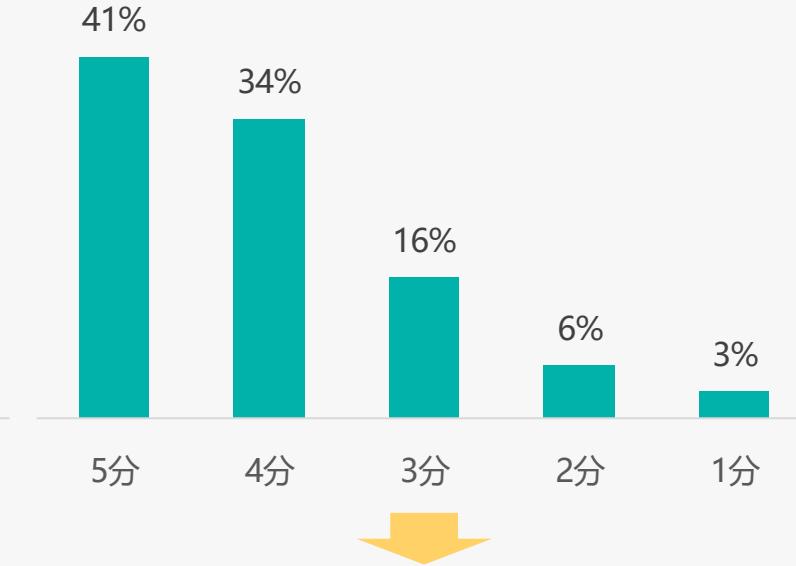
平均分：4.07

2025年中国男士切尔西鞋退货体  
验满意度分布（满分5分）



平均分：4.00

2025年中国男士切尔西鞋线上客服  
满意度分布（满分5分）



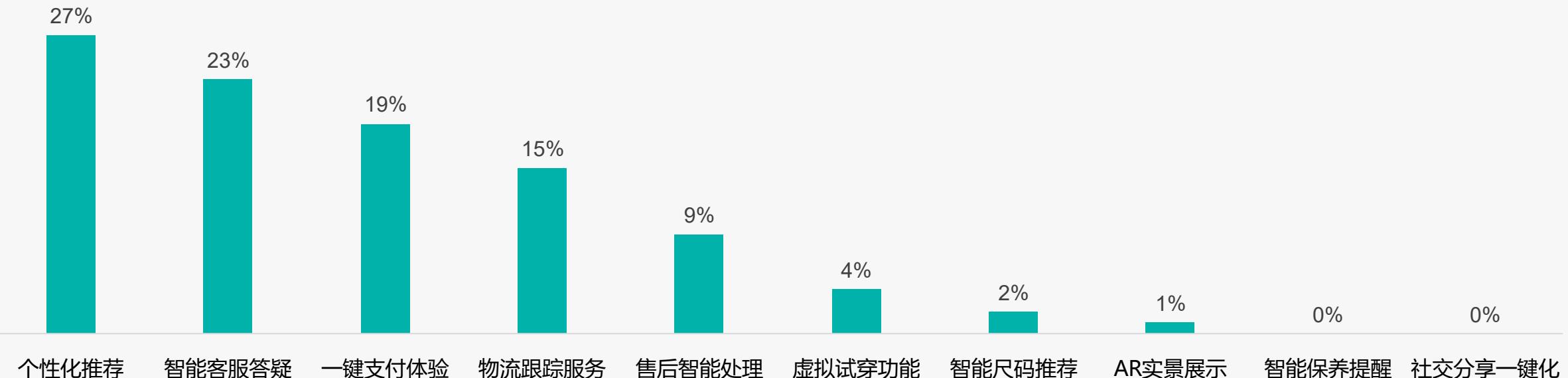
平均分：4.04

样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 个性化推荐主导智能服务需求

- ◆线上智能服务中，个性化推荐（27%）和智能客服答疑（23%）占比最高，显示消费者对个性化和即时答疑服务需求强烈。
- ◆一键支付（19%）和物流跟踪（15%）需求稳定，而虚拟试穿（4%）等新兴功能占比低，应用有待提升。

## 2025年中国男士切尔西鞋智能服务体验分布



样本：男士切尔西鞋行业市场调研样本量N=1464，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。



010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476



<http://www.survey.shangpu-china.com>



北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层



上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层



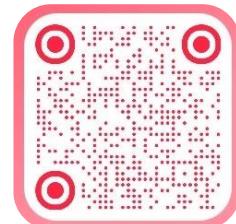
深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企业公众号



企业抖音号



企业小红书号

## 版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归尚普咨询集团所有。未经尚普咨询集团书面许可，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，源自尚普咨询集团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，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团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。尚普咨询集团在信息处理过程中，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，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



# 尚普咨询集团

**SHANGPU GROUP**

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands