

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年1月~11月女士松糕鞋市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to November 2025 Women's Platform Shoes Category Market Insights

2026年1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：年轻女性主导松糕鞋消费，社交影响显著



女性占被调查者88%，18-35岁人群合计70%，显示年轻女性是核心消费人群。



城市分布中一线、新一线和二线城市合计83%，说明市场集中在大中城市。



消费决策以个人自主决策为主占68%，但亲友推荐和社交媒体博主推荐合计影响26%。

启示

✓ 聚焦年轻女性市场

品牌应针对18-35岁女性，特别是18-25岁人群，开发符合其时尚和舒适需求的产品，并加强在大中城市的营销布局。

✓ 强化社交口碑营销

利用社交媒体和亲友推荐（合计影响26%），通过KOL合作和用户生成内容，提升品牌影响力和购买转化率。

核心发现2：消费以低频和中跟款式为主，注重舒适与美观平衡



消费频率以每年1-2双为主占45%，显示多数用户为低频消费者，可能更注重耐用性或季节性更换。



中跟松糕鞋（4-6厘米）最受欢迎占34%，反映舒适与美观的平衡需求。



低跟（1-3厘米）占22%，高跟（7-9厘米）占18%，厚底及其他创新设计占比均低于10%，市场以基础实用款式为主导。

启示

✓ 优化产品线结构

重点发展中跟款式（4-6厘米），兼顾低跟和高跟市场，控制创新设计比例，确保产品符合主流实用需求。

✓ 提升产品耐用性

针对低频消费特点，加强产品质量和耐用性，通过季节性设计和促销活动刺激重复购买。

核心发现3：消费集中于中端价位，夏季需求高，品牌包装受重视



单次消费支出集中在100-300元占42%，表明中端价位产品市场接受度高。



夏季消费占比最高达35%，可能与夏季穿搭需求相关，显示季节性需求突出。



包装类型中品牌鞋盒包装占65%，远高于其他类型，反映消费者对品牌形象和产品保护的高度重视。

启示

✓ 定位中端价格策略

聚焦100-300元价格区间，优化性价比，通过促销和套餐组合吸引消费者，避免过度高端化。

✓ 强化夏季营销和包装

针对夏季高需求（35%），推出季节性产品和营销活动；同时，提升品牌包装设计，增强产品保护和品牌形象。

品牌方行动清单

核心逻辑：聚焦年轻女性，平衡舒适时尚与性价比



1、产品端

- ✓ 优化中跟款式，兼顾舒适与美观
- ✓ 强化品牌包装，提升产品形象



2、营销端

- ✓ 利用社交平台，突出真实用户分享
- ✓ 聚焦100-300元区间，强化性价比



3、服务端

- ✓ 改善退货体验，提升整体满意度
- ✓ 加强智能推荐与客服支持

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

品类洞察：研究说明

1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年1月~11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** 女士松糕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女士松糕鞋品类的品牌、店铺、单品;
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对女士松糕鞋的购买行为;
- 女士松糕鞋市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

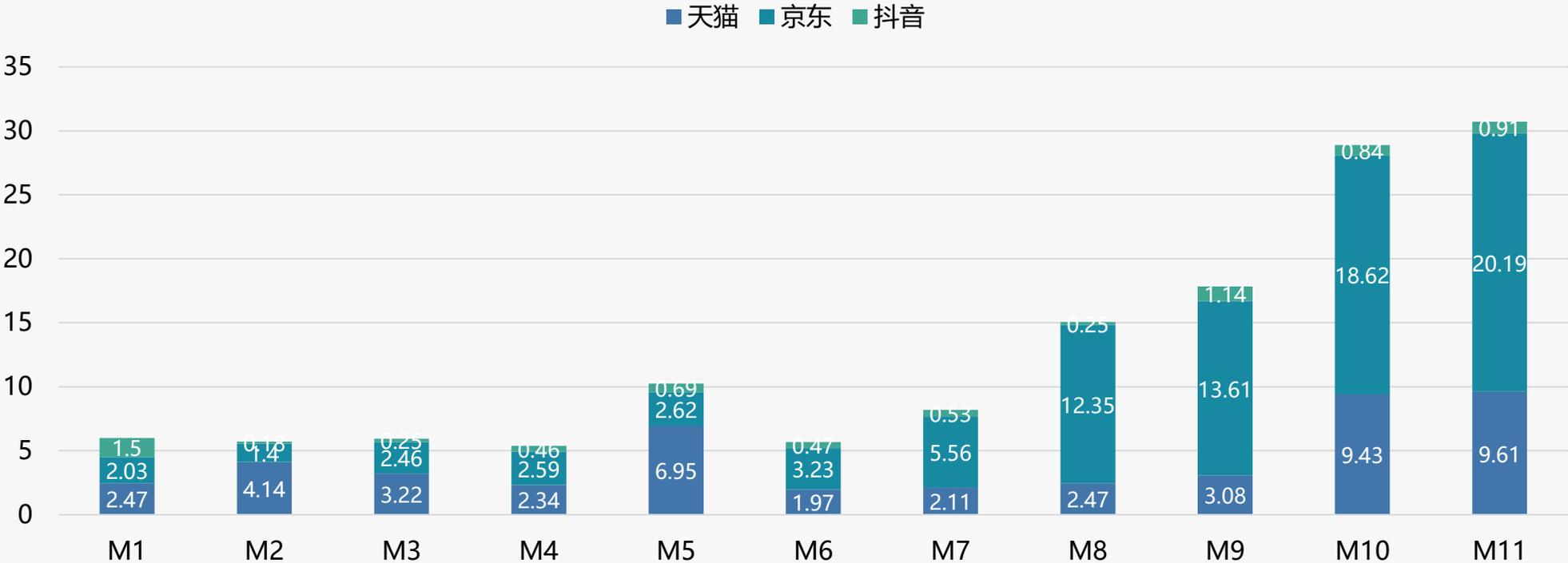
Research Method

- **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, 计算女士松糕鞋品类销售额、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、不同平台女士松糕鞋品类销售数据, 以及国货与国外品牌销售表现

京东主导松糕鞋市场 抖音潜力待挖掘

- ◆从平台竞争格局看，天猫在M1-M3领先，但京东自M7起凭借M8-M11的爆发式增长反超，抖音份额相对稳定但较低。这表明京东通过季节性营销成功抢占高端市场，而抖音作为新兴渠道仍有较大渗透空间。建议品牌方优化全渠道布局，重点关注京东的促销节点以提升ROI。
- ◆从月度销售趋势分析，市场呈现明显的季节性波动：M1-M4为平稳期，M5-M7逐步升温，M8-M11进入旺季峰值，其中M10-M11受双十一驱动贡献突出。这反映了消费者需求与促销活动高度关联，建议企业加强库存周转率管理，提前部署M8-M11的供应链资源以应对需求激增。

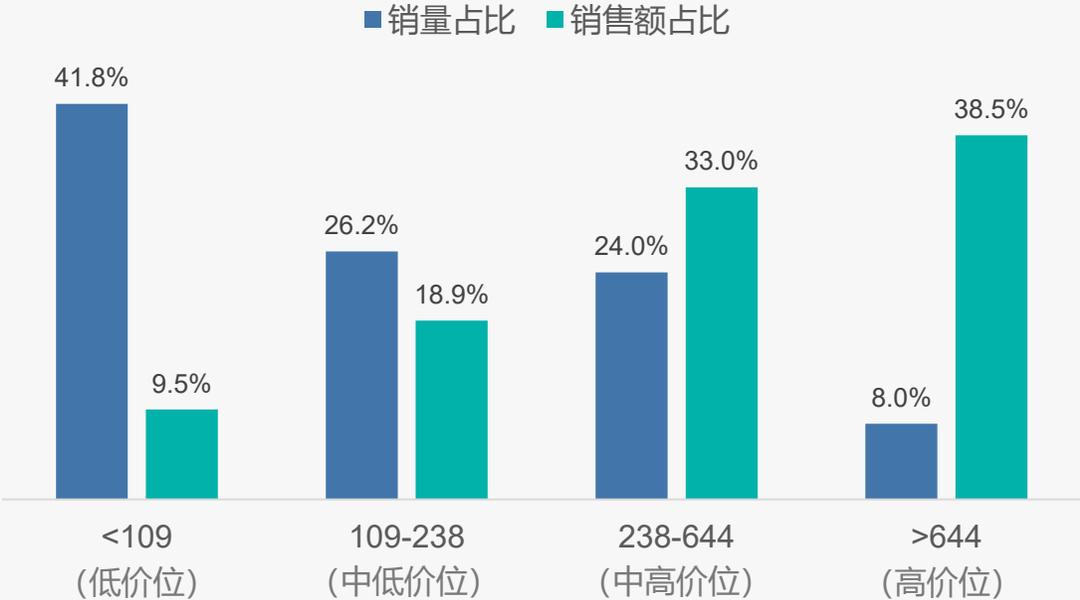
2025年1月~11月女士松糕鞋品类线上销售规模（百万元）



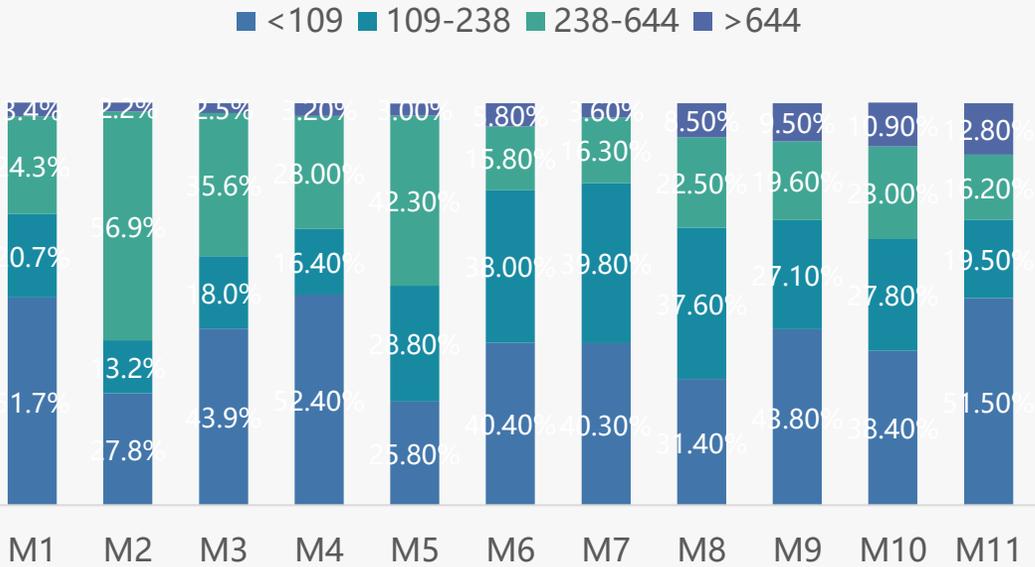
松糕鞋市场高端驱动 中端核心 低价引流

- ◆从价格区间结构分析，女士松糕鞋市场呈现典型的金字塔结构。低价位（<109元）销量占比41.8%但销售额仅占9.5%，贡献主要流量；中高价位（238-644元）销量占比24.0%却贡献33.0%销售额，是核心利润区。建议优化产品组合，提升中高端产品占比以改善毛利率。
- ◆从月度销量分布趋势和渠道价值贡献度分析，市场呈现明显的季节性波动和ROI差异。1-4月低价产品占比超50%，符合春节后消费降级特征；5-8月中端产品占比提升，反映夏季消费升级。不同价格区间单位产品价值差异显著：<109元区间为0.23，109-238元区间为0.72，238-644元区间达1.38，>644元区间高达4.81。

2025年1月~11月女士松糕鞋线上不同价格区间销售趋势



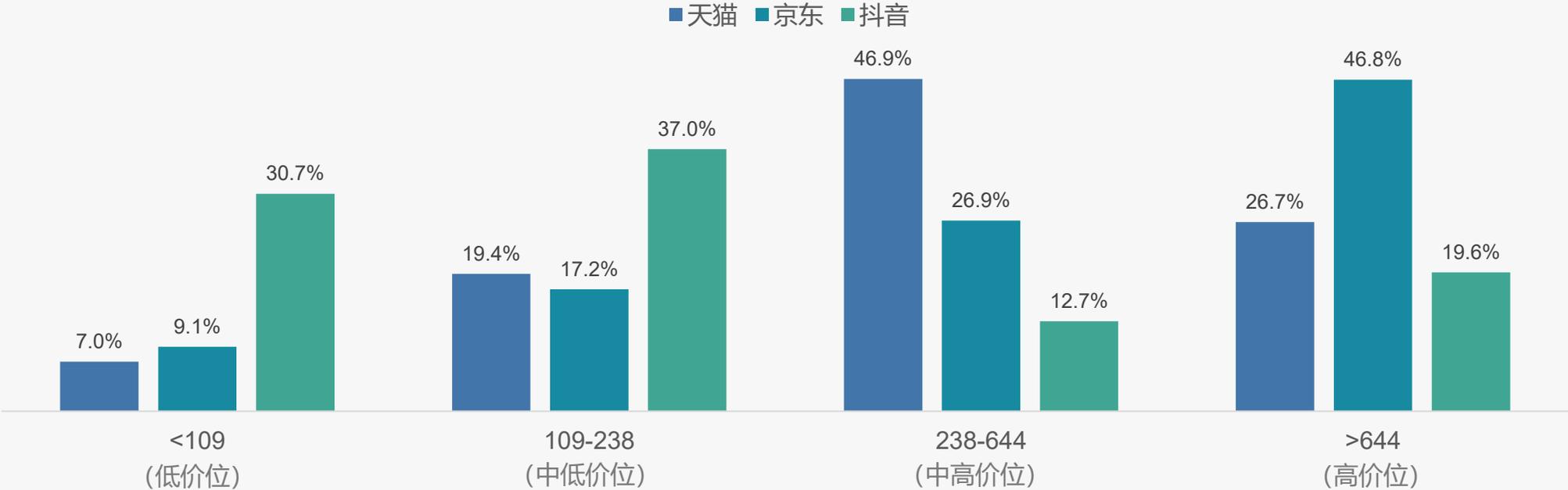
女士松糕鞋线上价格区间-销量分布



平台价格定位差异 中高端主导增长

- ◆从价格区间分布看，各平台定位差异显著：天猫以中高端（238-644元）为主，占比46.9%，显示其品牌化优势；京东高端（>644元）占比46.8%，凸显品质消费特征；抖音则以低价（<109元）和中低价（109-238元）为主，合计67.7%，反映其流量驱动和性价比策略。这表明平台用户画像和消费能力存在结构性差异，商家需差异化定价以优化ROI。
- ◆平台间价格带集中度分析：天猫和京东均呈现单价格带主导（分别46.9%和46.8%），市场集中度高，利于头部品牌深耕；抖音价格分布相对分散，最高区间仅37.0%，竞争更碎片化。这暗示天猫和京东的品类成熟度较高，而抖音处于增长期，商家可针对性地调整库存周转率策略，以应对不同市场阶段的波动风险。

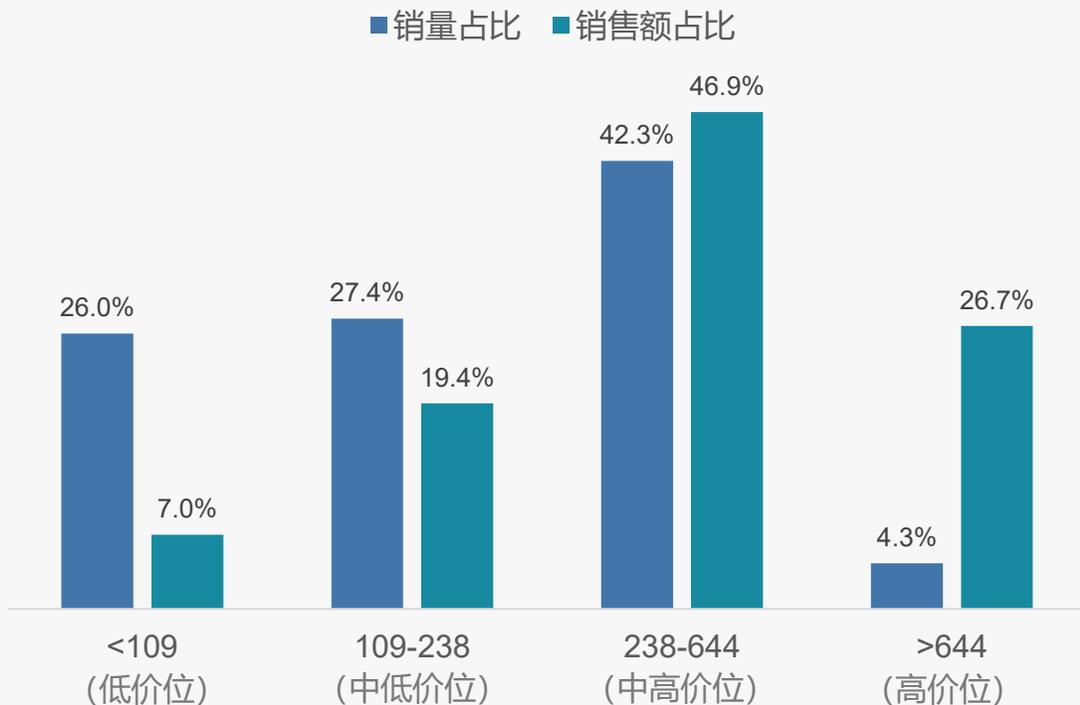
2025年1月~11月各平台女士松糕鞋不同价格区间销售趋势



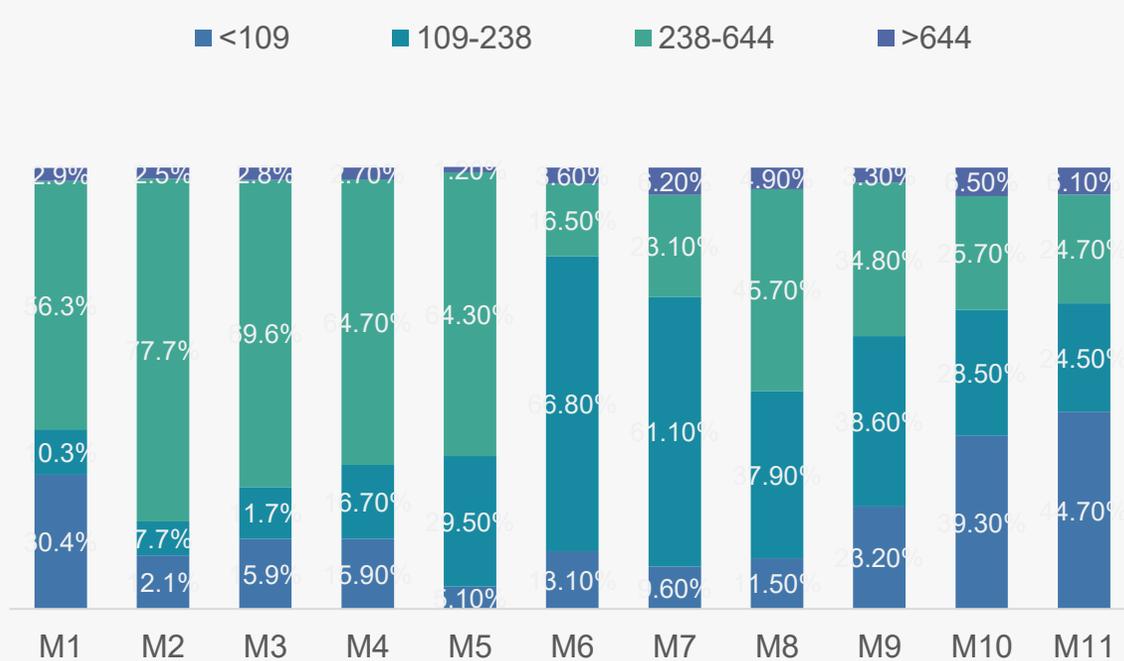
松糕鞋中端主导高端盈利季节波动显著

- ◆从价格区间结构分析，238-644元区间是女士松糕鞋的核心价格带，销量占比42.3%贡献46.9%销售额，显示该区间产品具有最佳市场接受度与价值实现能力。>644元高端区间虽销量仅4.3%，但贡献26.7%销售额，表明高端产品具有高毛利特性，是利润增长的关键驱动力。整体价格结构呈现中间价位支撑销量、高端价位贡献利润的典型特征。
- ◆从月度销售趋势分析，市场呈现明显的季节性波动。M5-M7月109-238元区间销量占比显著提升（29.5%-61.1%），反映夏季消费向中低价位倾斜；M10-M11月<109元区间占比达39.3%-44.7%，显示年末促销期低价产品需求激增。238-644元核心区间在M2-M5月保持64.3%-77.7%的高占比，表明春季是主流

2025年1月~11月天猫平台女士松糕鞋不同价格区间销售趋势



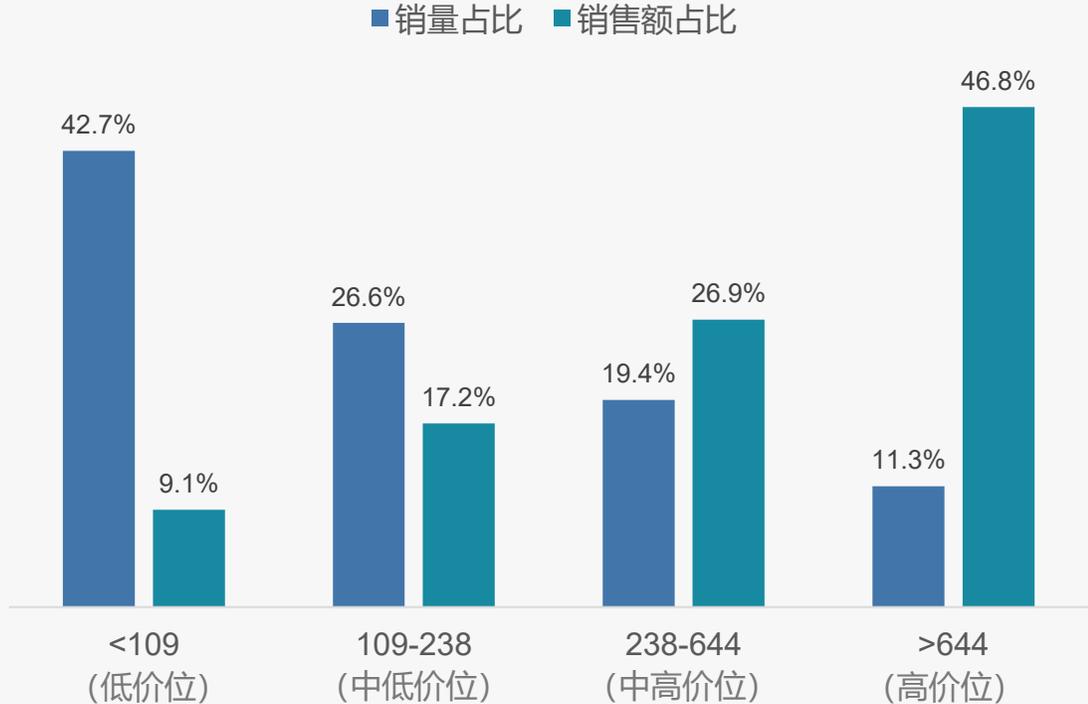
天猫平台女士松糕鞋价格区间-销量分布



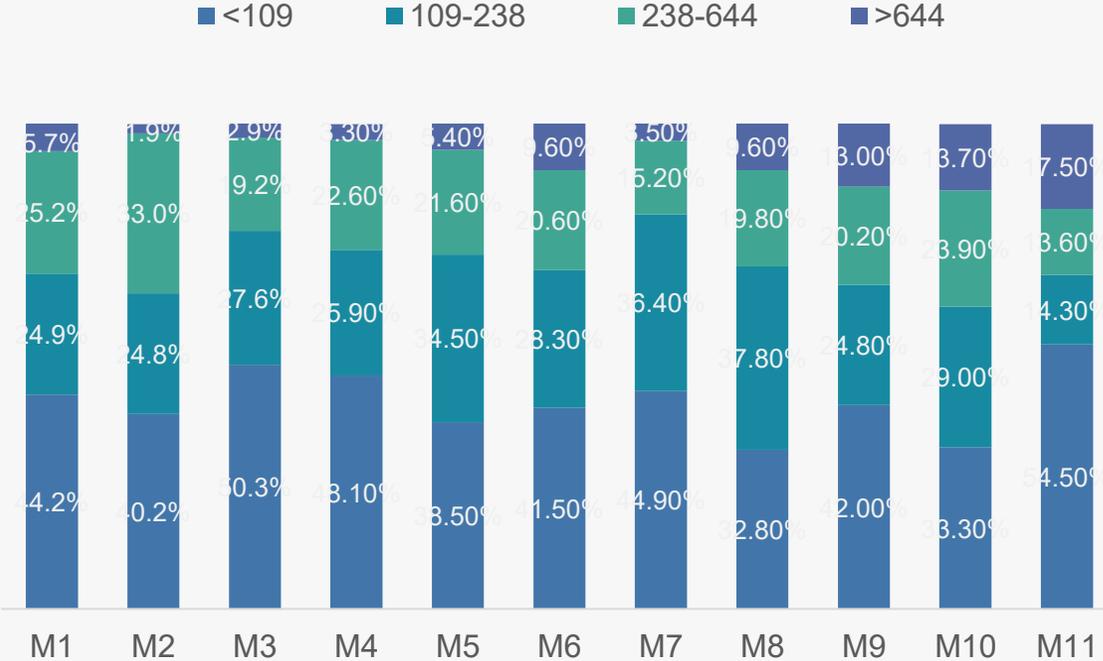
高端产品驱动利润 季节波动影响销量

- ◆从价格区间销售趋势看，京东平台呈现明显的两极分化特征。低价区间 (<109元) 销量占比达42.7%，但销售额贡献仅9.1%，表明该区间以走量为主，利润空间有限。月度销量分布显示季节性波动明显。M1-M4低价区间占比持续高位 (44.2%-50.3%)，反映冬季促销以低价引流为主；M5-M8中端价格 (109-238元) 占比提升至34.5%-37.8%，显示春季消费升级。
- ◆通过计算各价格区间的销售额贡献率与销量占比的比值，发现<109元区间比值为0.21，109-238元为0.65，238-644元为1.39，>644元高达4.14。这表明价格越高，单位销量产生的销售额效益越显著。

2025年1月~11月京东平台女士松糕鞋不同价格区间销售趋势



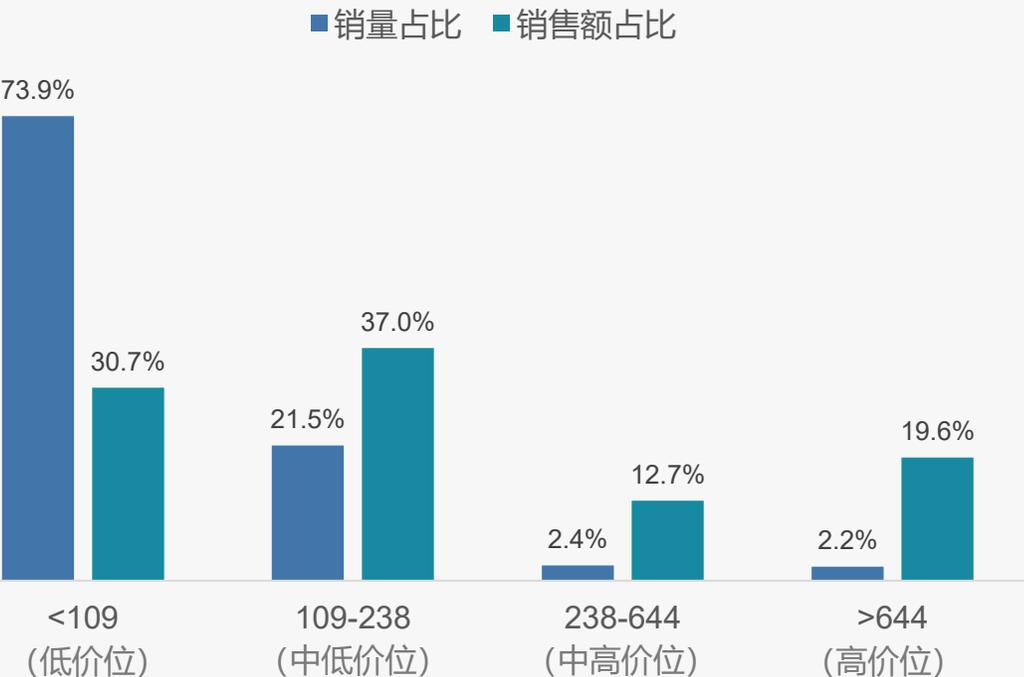
京东平台女士松糕鞋价格区间-销量分布



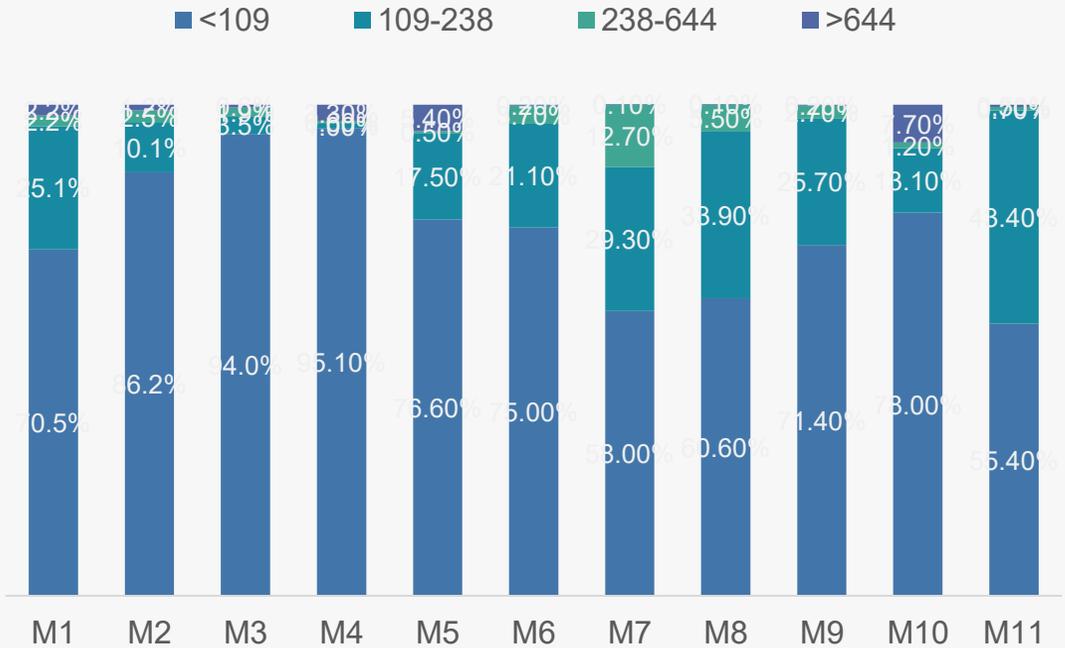
低价主导 中端高效 高端溢价 优化产品线

- ◆从价格区间销售趋势看，抖音平台女士松糕鞋品类呈现明显的低价主导特征。109元以下区间销量占比高达73.9%，但销售额占比仅30.7%，表明该区间产品单价较低，可能以薄利多销策略为主。而109-238元区间销量占比21.5%却贡献37.0%的销售额，显示出中端价格带在销售额上的高效转化，建议品牌可优化此区间产品组合以提升整体ROI。
- ◆月度销量分布分析揭示季节性波动。M1至M4，109元以下区间占比持续上升至95.1%，可能受春节促销影响；M5至M8，109-238元区间占比显著增长，M11达43.4%，反映消费升级趋势。M7中238-644元区间销量占比12.7%为全年峰值，表明夏季高端需求短暂提升，但整体高端市场（644元以上）占比低，

2025年1月~11月抖音平台女士松糕鞋不同价格区间销售趋势



抖音平台女士松糕鞋价格区间-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** 女士松糕鞋消费行为、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年内购买过女士松糕鞋的消费者;
- 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

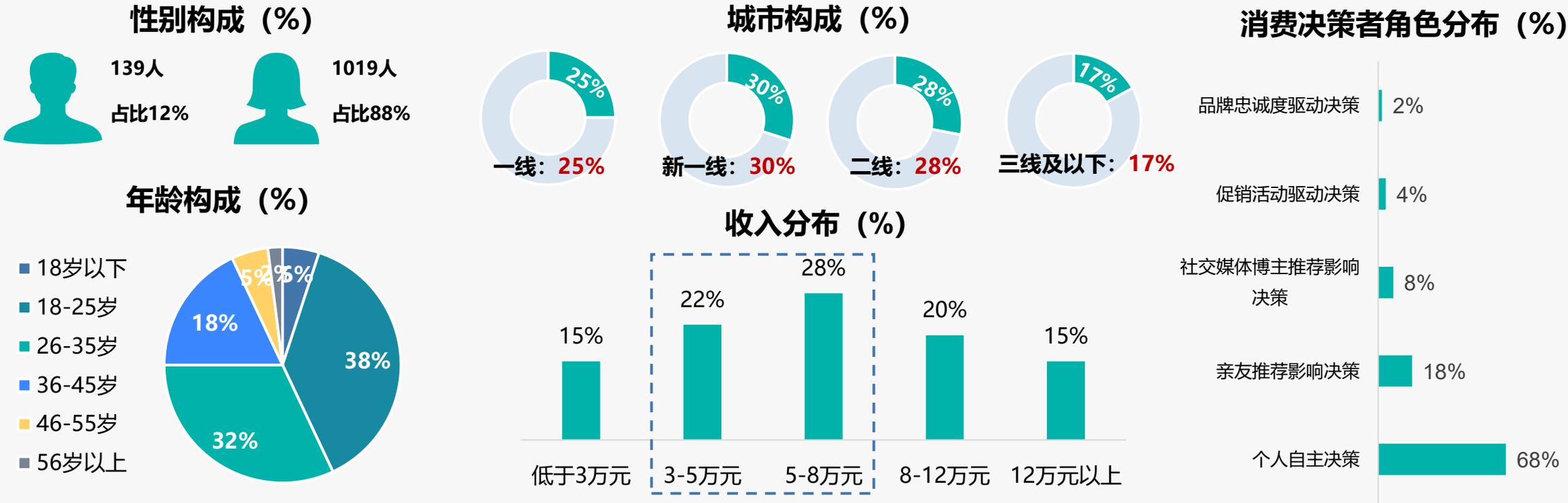
Research Method

| | |
|------|-----------------------|
| 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11月 |
| 样本数量 | N=1158 |

年轻女性主导松糕鞋消费社交影响显著

- ◆女性占被调查者88%，18-35岁人群占70%，显示女士松糕鞋消费以年轻女性为主。城市分布中一线、新一线和二线城市合计占83%。
- ◆消费决策以个人自主决策占68%为主导，亲友推荐影响占18%，社交媒体博主推荐影响占8%，社交因素对购买有显著影响。

2025年中国女士松糕鞋消费者画像

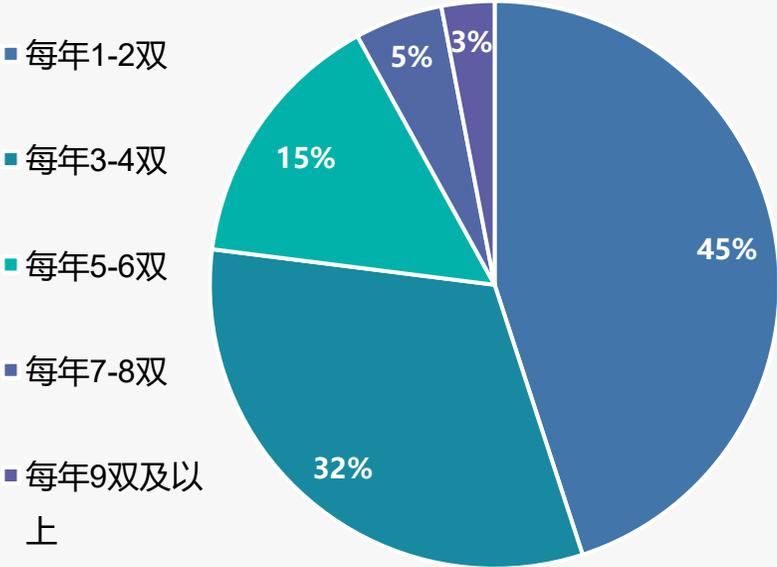


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

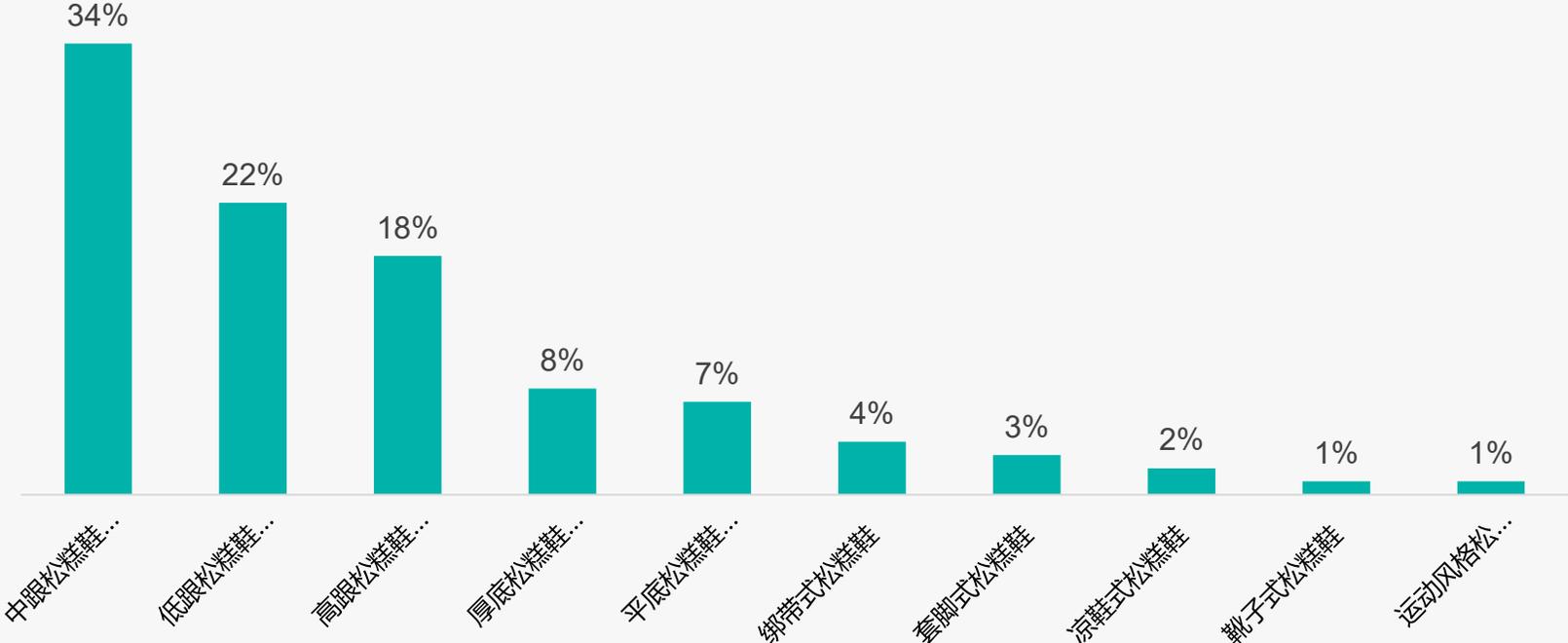
松糕鞋消费低频为主 中跟款式最受欢迎

- ◆消费频率以每年1-2双为主，占比45%，显示多数用户为低频消费者；中跟松糕鞋（4-6厘米）最受欢迎，占比34%，反映舒适与美观的平衡需求。
- ◆低跟松糕鞋（1-3厘米）占比22%，高跟款式（7-9厘米）占比18%，厚底及其他创新设计占比均低于10%，表明市场以基础实用款式为主导。

2025年中国女士松糕鞋消费频率分布



2025年中国女士松糕鞋产品规格分布

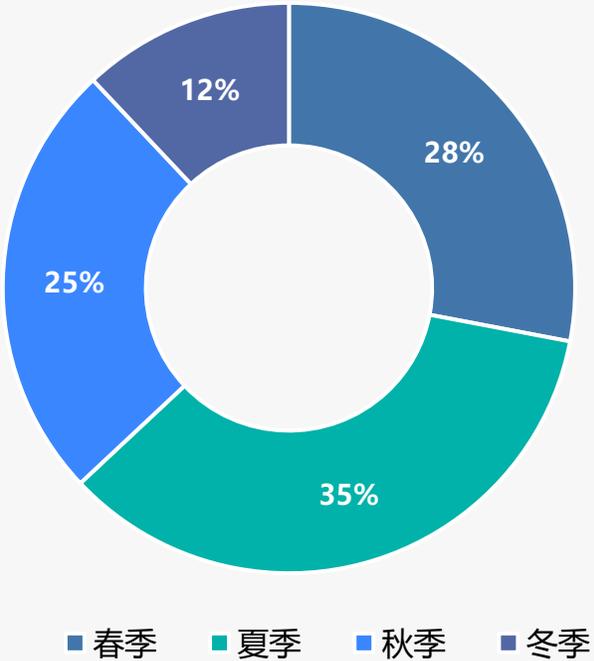


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

松糕鞋消费中端为主 夏季需求高 品牌包装重

- ◆女士松糕鞋消费以100-300元为主，占比42%，夏季消费占比最高达35%，显示中端价位和季节性需求突出。
- ◆包装类型中品牌鞋盒包装占比65%，远高于其他类型，反映消费者对品牌形象和产品保护的高度重视。

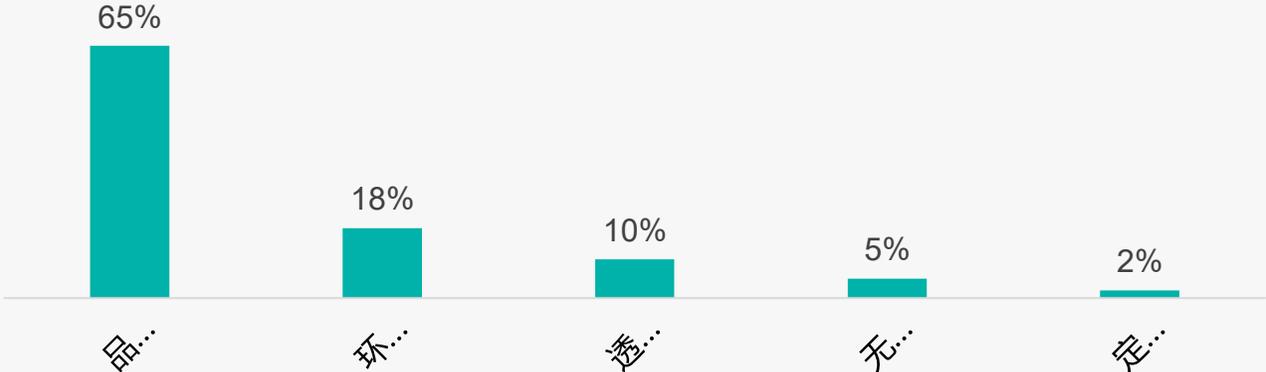
2025年中国女士松糕鞋消费季节分布



2025年中国女士松糕鞋单次消费支出分布



2025年中国女士松糕鞋包装类型分布

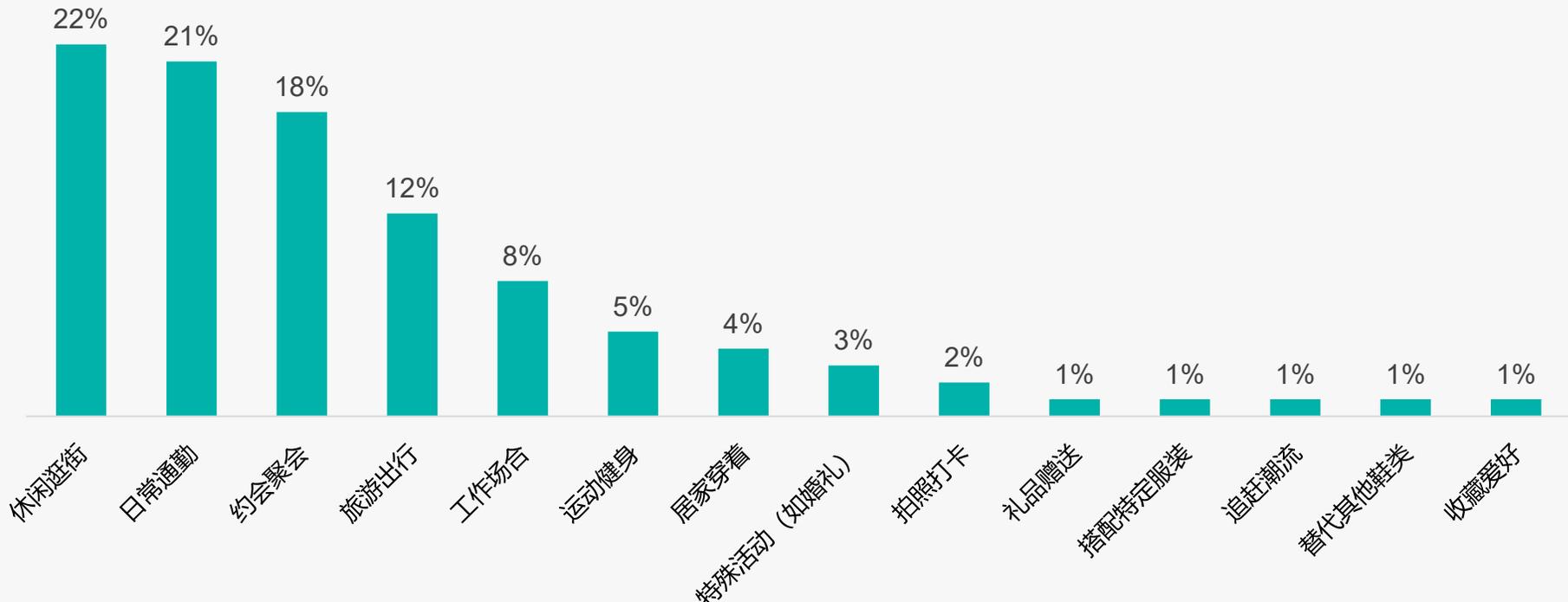


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

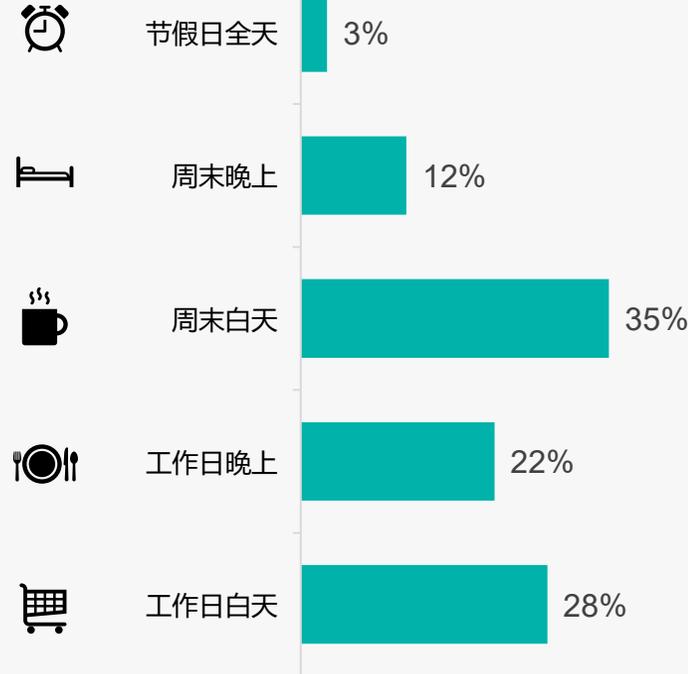
松糕鞋消费集中于休闲通勤白天时段

- ◆女士松糕鞋消费场景以休闲逛街22%和日常通勤21%为主，合计超40%，约会聚会18%和旅游出行12%也较高，显示其时尚休闲和社交功能突出。
- ◆消费时段集中在周末白天35%和工作日白天28%，两者合计超60%，与主要消费场景匹配，表明购买和穿着活动多在白天进行。

2025年中国女士松糕鞋消费场景分布



2025年中国女士松糕鞋消费时段分布

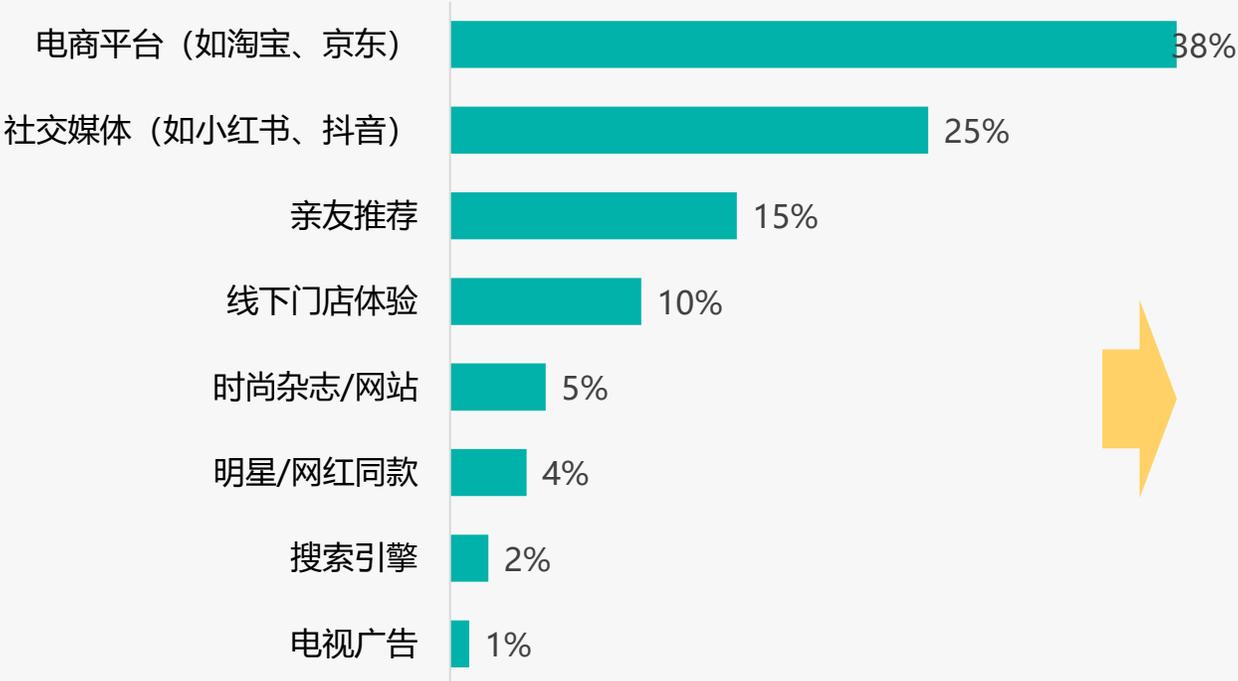


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

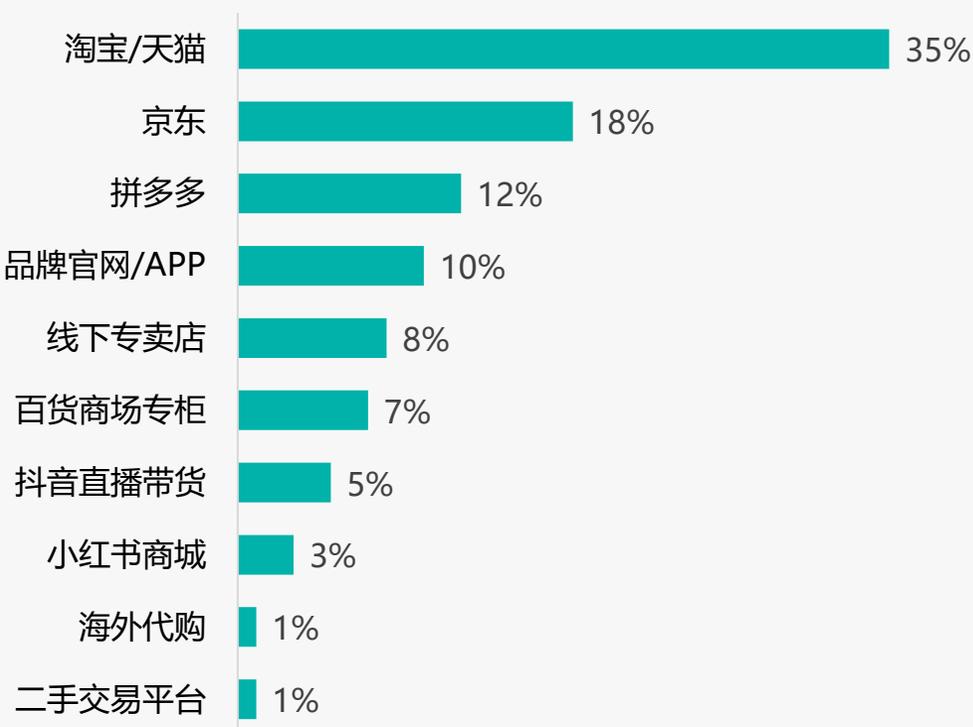
线上渠道主导松糕鞋消费趋势

- ◆消费者了解女士松糕鞋主要依赖线上渠道，电商平台（38%）和社交媒体（25%）合计占比63%，亲友推荐（15%）也起重要作用。
- ◆购买渠道以电商平台为主，淘宝/天猫（35%）和京东（18%）共占53%，线下渠道合计15%，显示线上购物趋势明显。

2025年中国女士松糕鞋产品了解渠道分布



2025年中国女士松糕鞋产品购买渠道分布

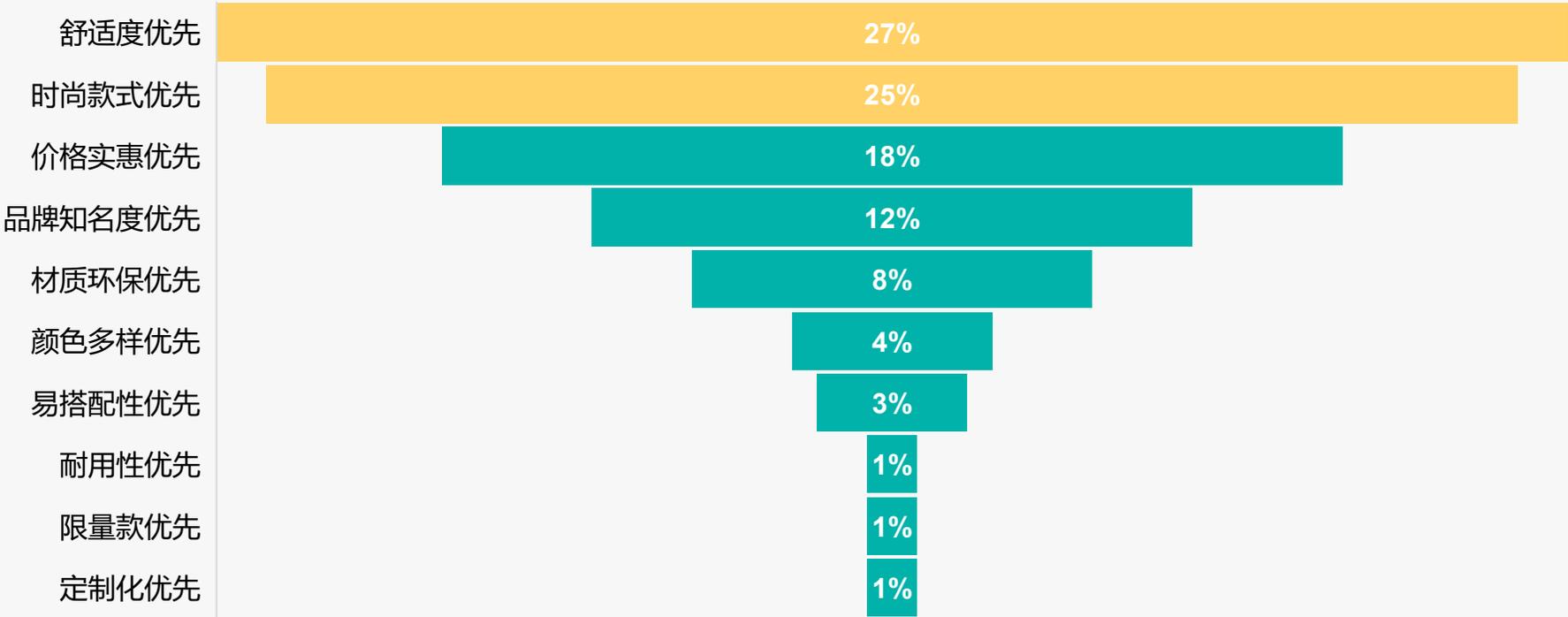


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

舒适时尚主导松糕鞋消费

- ◆女士松糕鞋消费偏好中，舒适度优先占27%，时尚款式优先占25%，两者主导市场，合计超50%，显示消费者重视实用与外观。
- ◆价格实惠优先占18%，品牌知名度优先占12%，环保材质占8%，其他如颜色多样等占比较低，反映性价比和品牌影响力重要，小众需求待发展。

2025年中国女士松糕鞋产品偏好类型分布

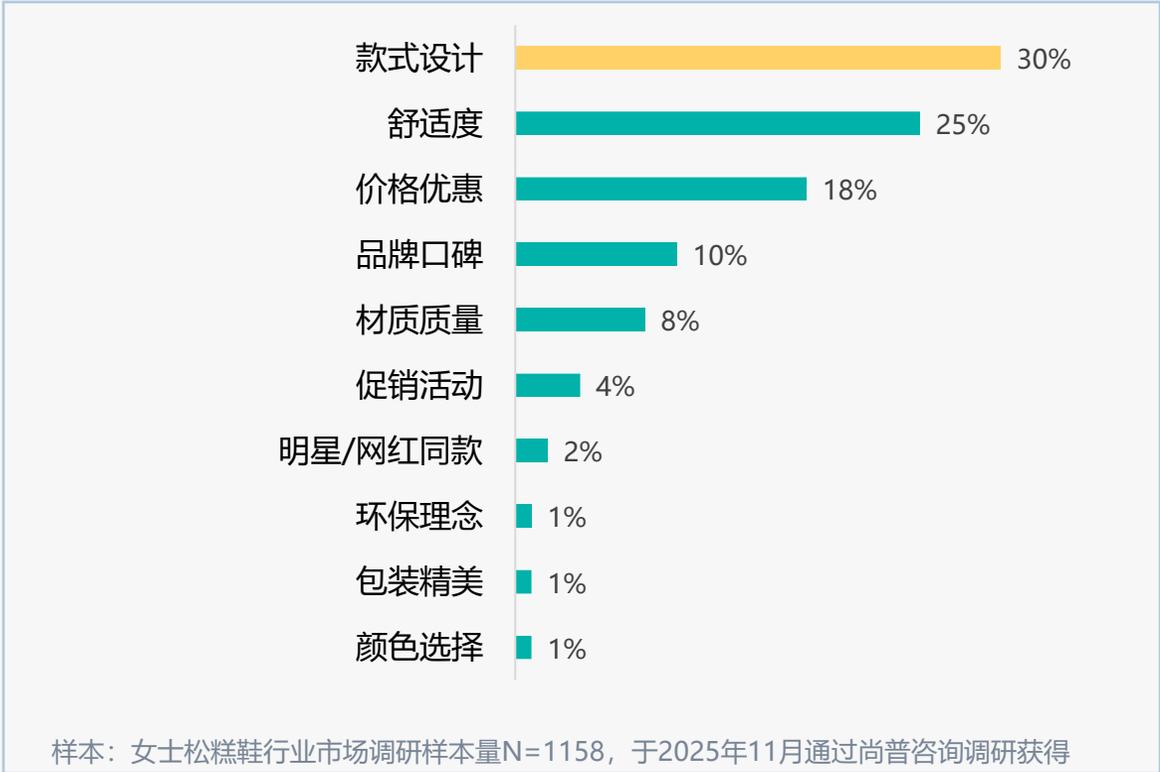


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

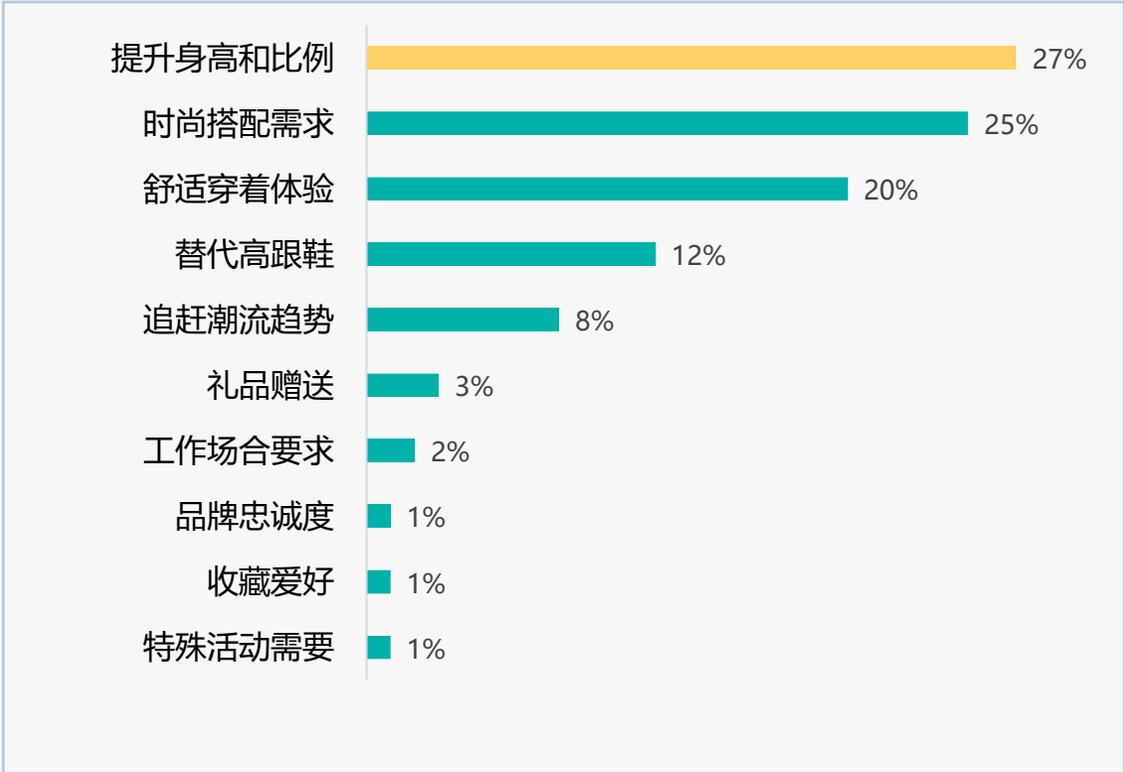
款式舒适主导消费 身高时尚驱动需求

- ◆女士松糕鞋消费中，款式设计（30%）和舒适度（25%）是关键吸引因素，合计超一半，显示外观与穿着体验是核心关注点。
- ◆消费原因以提升身高和比例（27%）与时尚搭配需求（25%）为主，合计过半，强调功能性和潮流性是主要驱动力。

2025年中国女士松糕鞋吸引消费关键因素分布



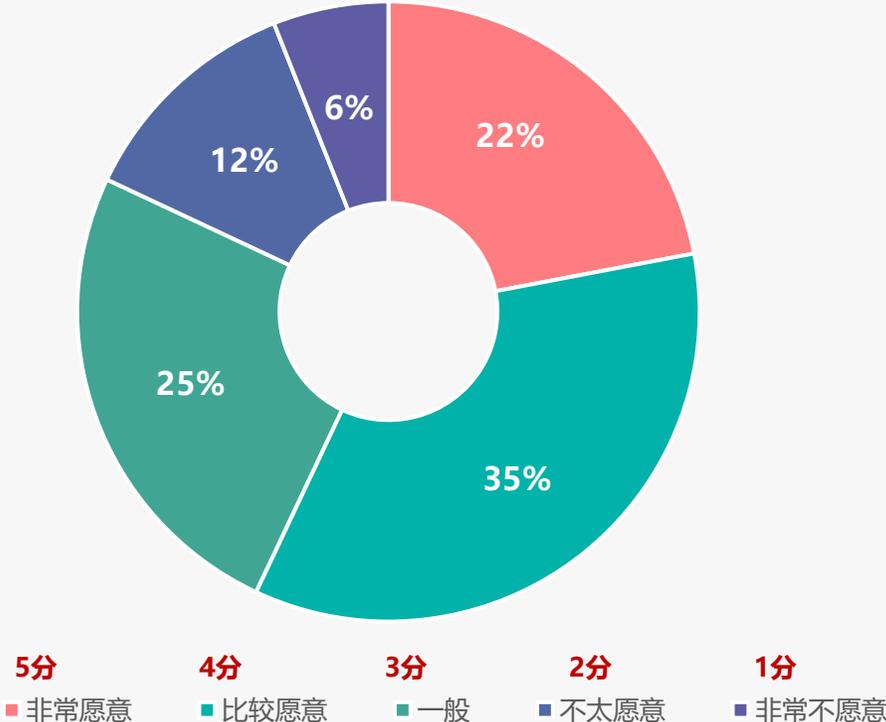
2025年中国女士松糕鞋消费原因分布



松糕鞋口碑强 舒适时尚价格需改进

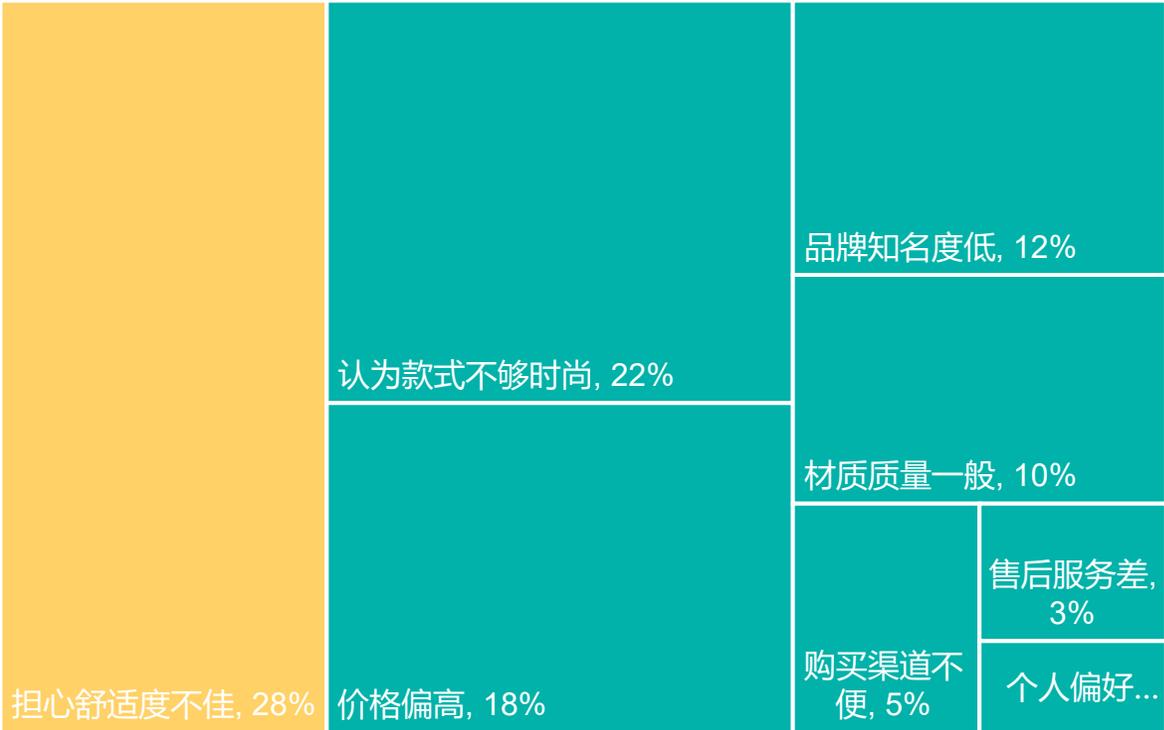
- ◆女士松糕鞋消费中，向他人推荐的意愿较高，非常愿意和比较愿意合计占57%，表明产品口碑潜力强。
- ◆不愿推荐的原因中，担心舒适度不佳占28%，款式不够时尚占22%，价格偏高占18%，是改进重点。

2025年中国女士松糕鞋推荐意愿分布



样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

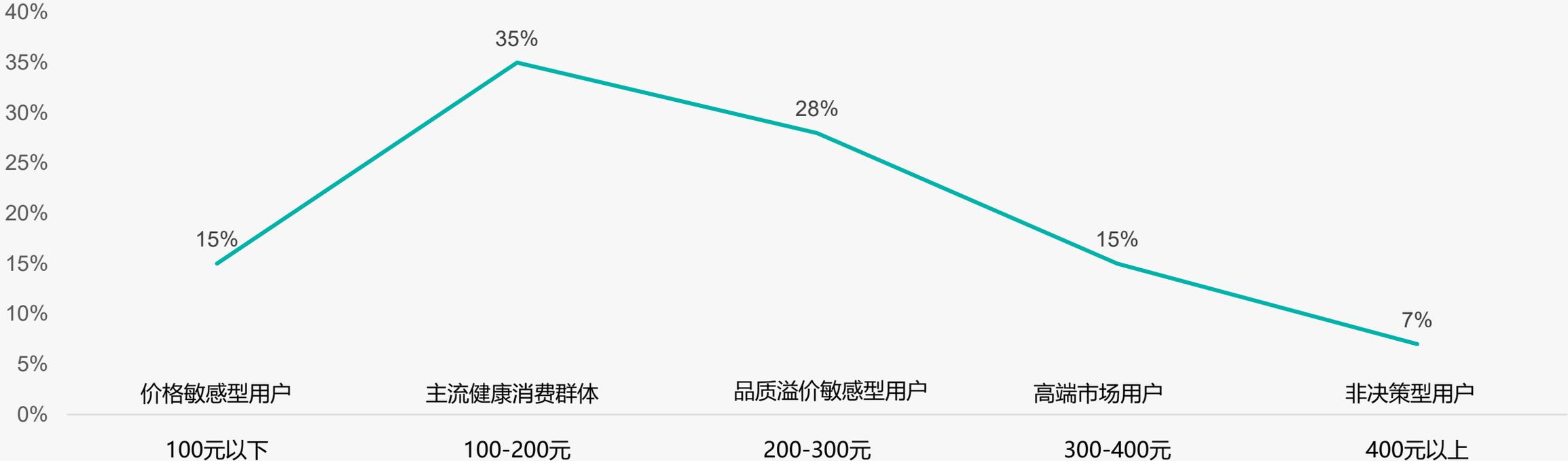
2025年中国女士松糕鞋不愿推荐原因分布



松糕鞋消费聚焦中低价位

- ◆女士松糕鞋消费调查显示，价格接受度集中在100-300元区间，其中100-200元占比35%，200-300元占比28%，合计占63%。
- ◆高端市场接受度较低，400元以上仅占7%，消费者更偏好中低价位，建议企业聚焦100-300元区间以优化产品策略。

2025年中国女士松糕鞋主流规格价格接受度



样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

注：以中跟松糕鞋（4-6厘米）规格女士松糕鞋为标准核定价格区间

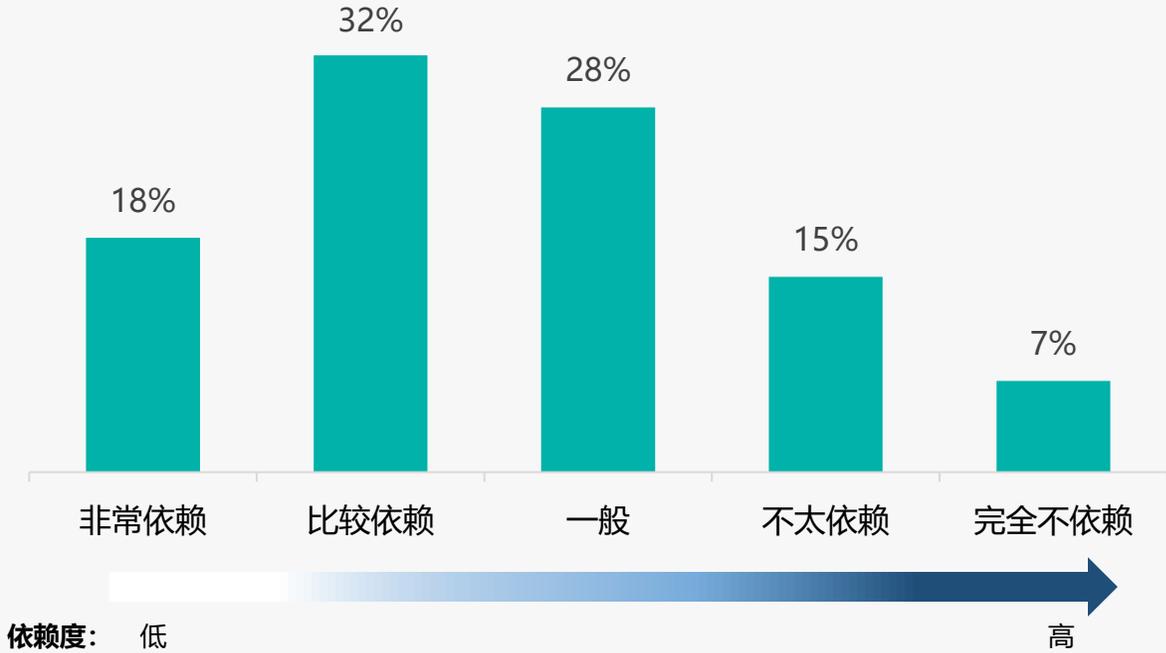
价格敏感促销驱动消费

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，38%减少频率，20%更换品牌，显示价格敏感度高，品牌忠诚度尚可。
- ◆促销活动依赖度中，非常依赖和比较依赖合计占50%，表明促销对购买决策有显著影响，可能驱动消费。

2025年中国女士松糕鞋价格上涨10%后购买行为分布



2025年中国女士松糕鞋促销活动依赖程度分布

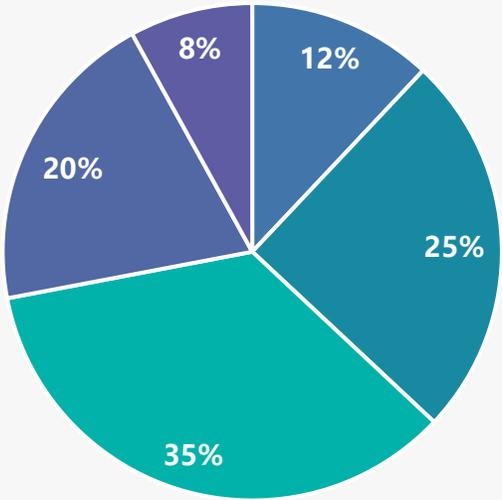


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

松糕鞋消费忠诚度中等 款式价格驱动品牌更换

- ◆女士松糕鞋消费者中，50-70%复购率占比最高，达35%，但高忠诚度（90%以上）仅占12%，显示品牌忠诚度整体中等。
- ◆更换品牌主要原因为尝试新款式（35%）和价格更优惠（28%），表明消费者注重多样化和性价比，品牌需创新款式和提升舒适度。

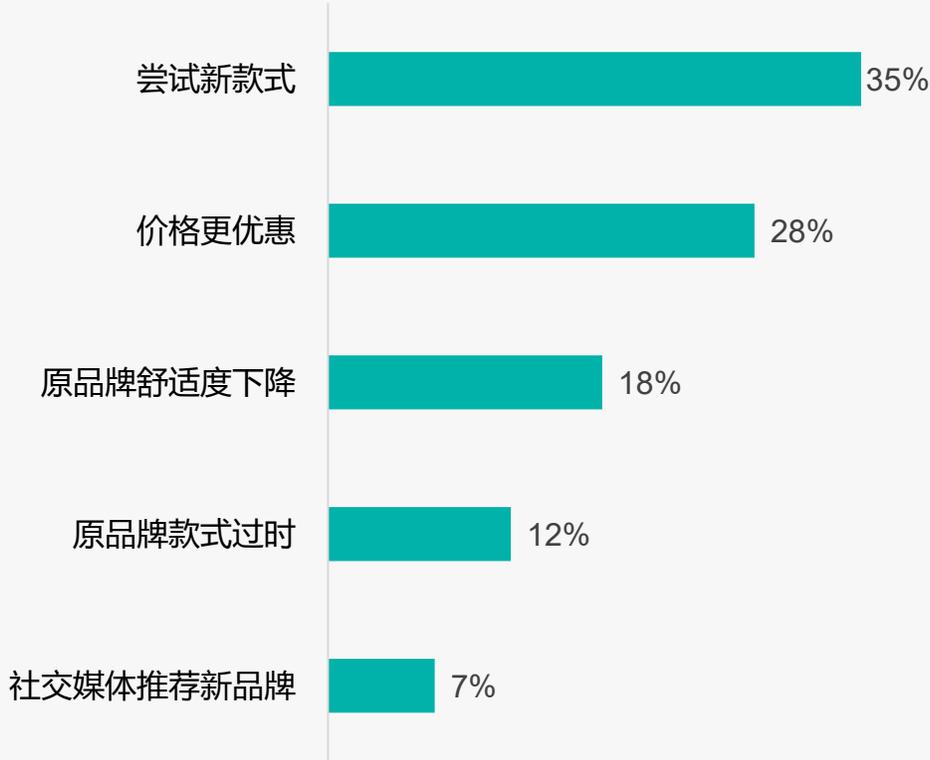
2025年中国女士松糕鞋固定品牌复购率分布



- 90%以上复购率
- 70-90%复购率
- 50-70%复购率
- 30-50%复购率
- 30%以下复购率

样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

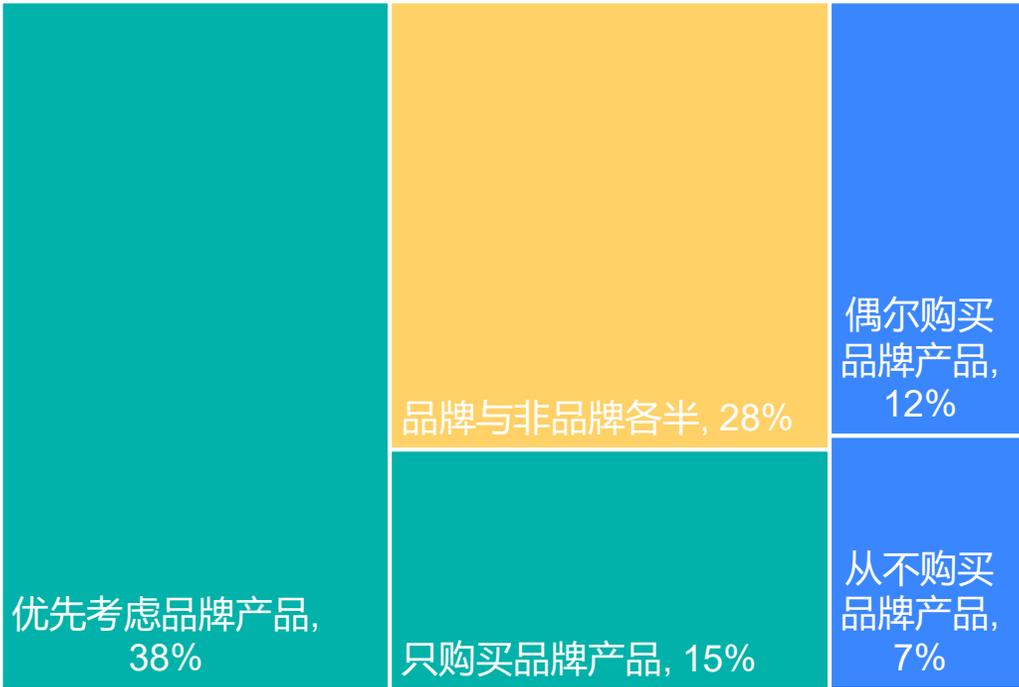
2025年中国女士松糕鞋更换品牌原因分布



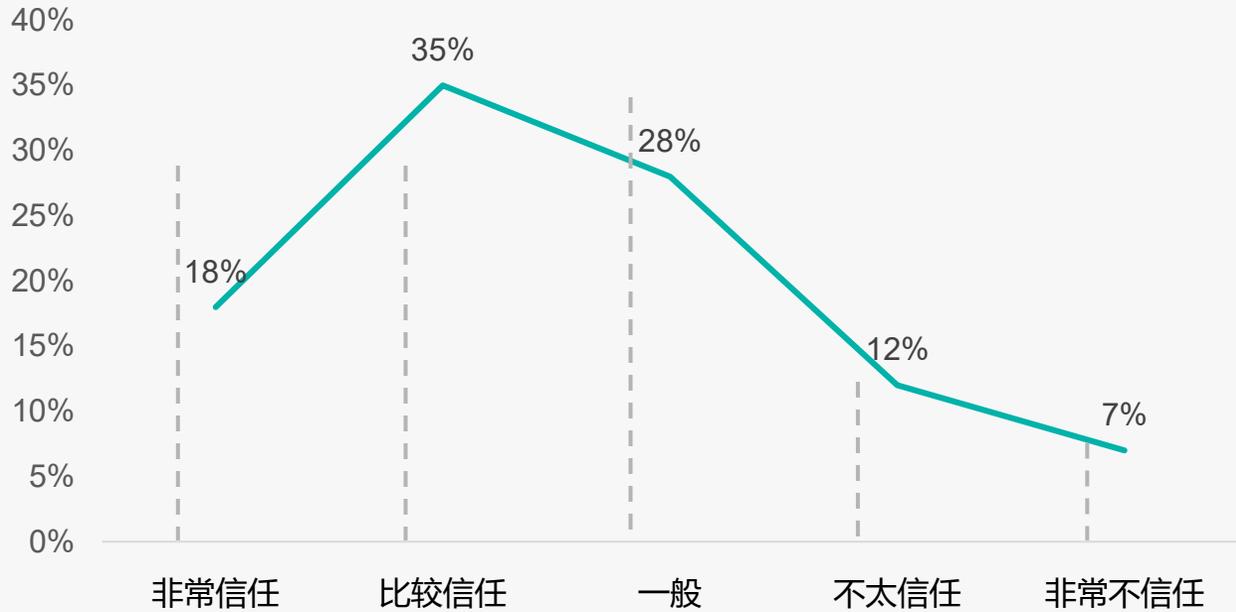
品牌优先占38% 信任态度占53%

- ◆品牌消费意愿中，优先考虑品牌产品的消费者占38%，为最高比例，显示品牌在女士松糕鞋购买中起关键作用。
- ◆对品牌产品的态度，比较信任和非常信任合计占53%，但一般态度占28%，表明品牌需提升信任以吸引更多消费者。

2025年中国女士松糕鞋品牌产品消费意愿分布



2025年中国女士松糕鞋对品牌产品的态度分布

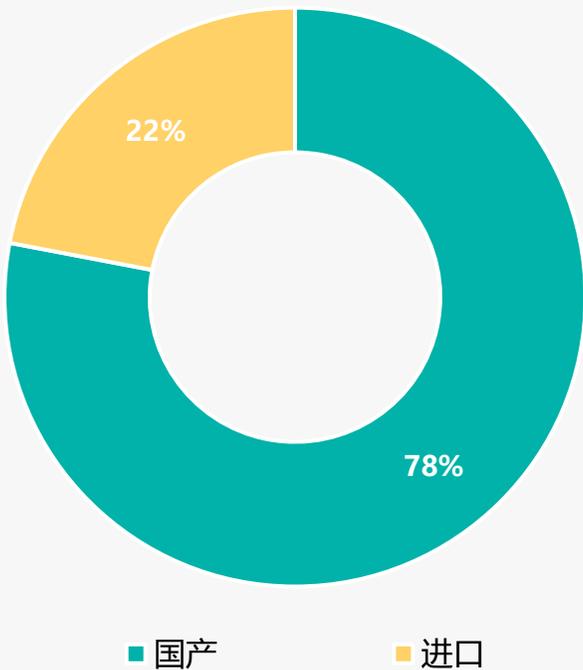


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

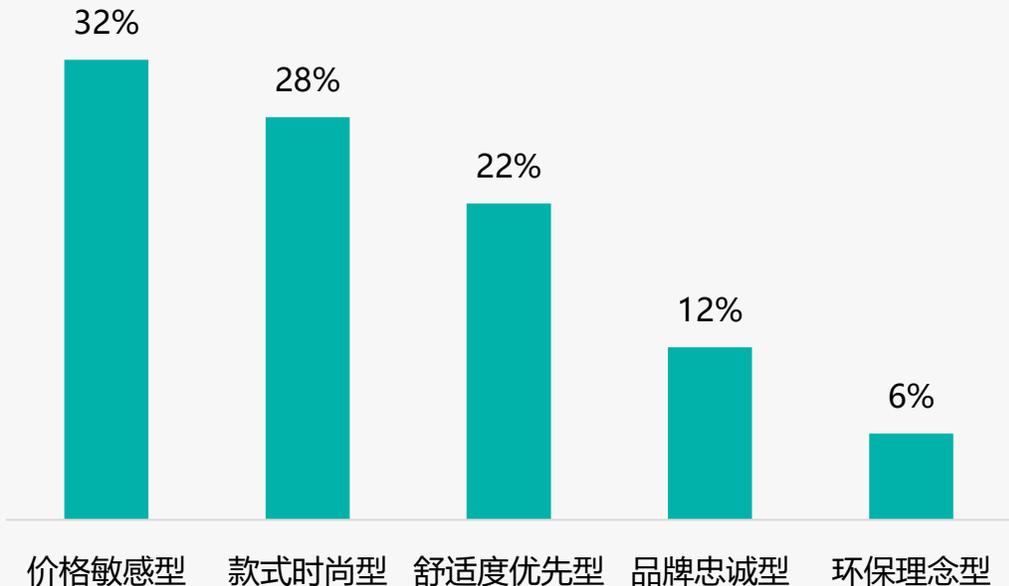
国产品牌主导 价格时尚驱动

- ◆女士松糕鞋市场以国产品牌为主，消费占比78%，进口品牌占22%。消费者偏好中价格敏感型最高，占32%，款式时尚型占28%。
- ◆舒适度优先型占22%，品牌忠诚型和环保理念型分别占12%和6%，显示价格和时尚是核心驱动因素，品牌和环保影响较小。

2025年中国女士松糕鞋国产与进口品牌消费分布



2025年中国女士松糕鞋品牌偏好类型分布

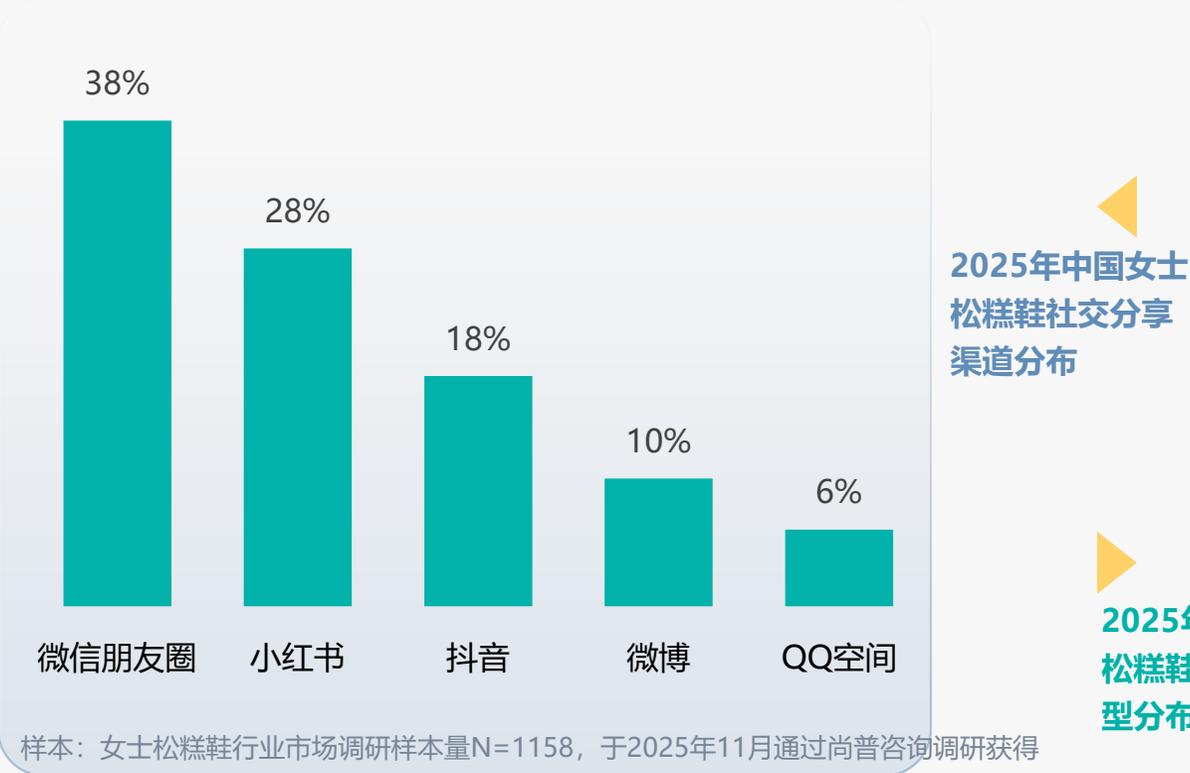


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

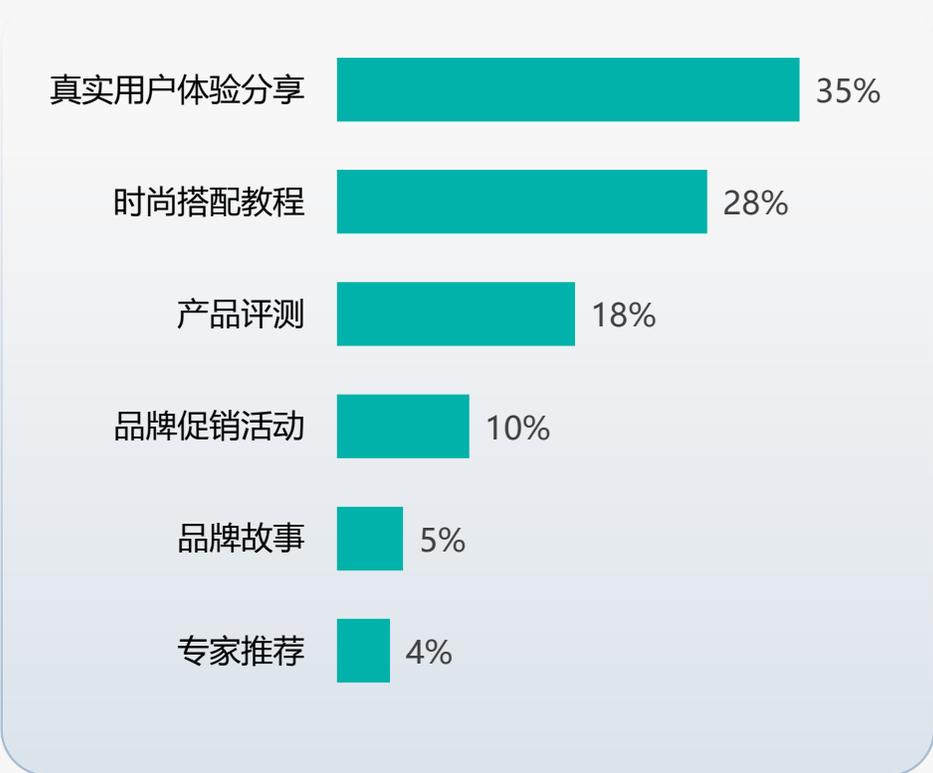
微信朋友圈主导分享 真实体验引领消费

- ◆ 社交分享渠道中，微信朋友圈占比38%，小红书占比28%，抖音占比18%，微博占比10%，QQ空间占比6%，显示微信朋友圈是主要分享平台。
- ◆ 社交渠道内容类型中，真实用户体验分享占比35%，时尚搭配教程占比28%，产品评测占比18%，表明消费者更偏好真实用户分享和时尚教程。

2025年中国女士松糕鞋社交分享渠道分布



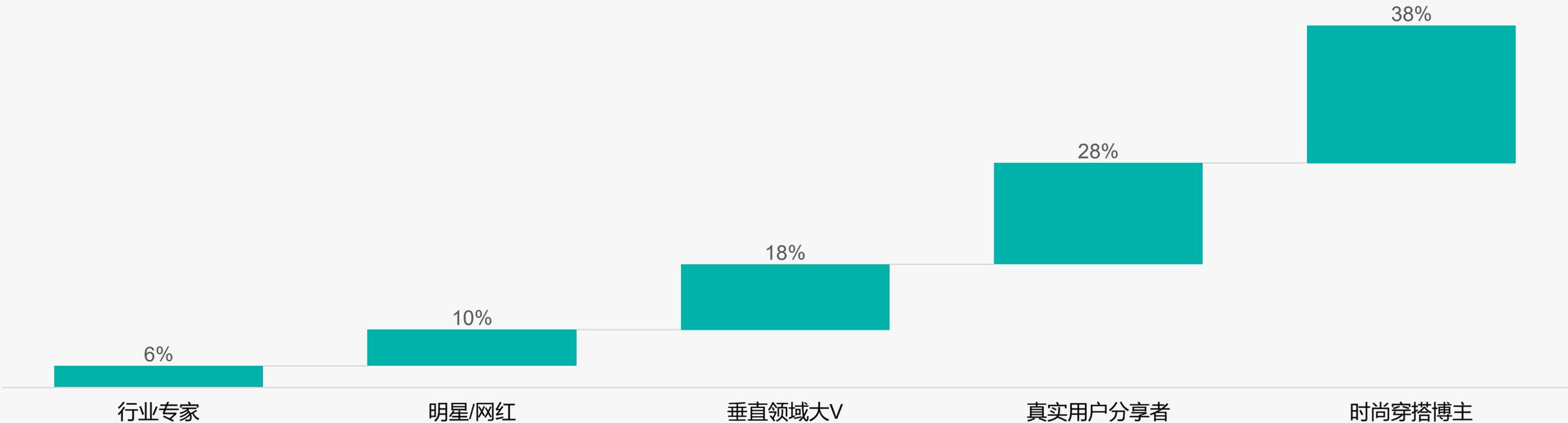
2025年中国女士松糕鞋社交内容类型分布



时尚真实驱动松糕鞋消费

- ◆女士松糕鞋消费中，社交渠道信任度最高的是时尚穿搭博主（38%），真实用户分享者（28%）次之，凸显时尚与真实体验的关键作用。
- ◆垂直领域大V（18%）、明星/网红（10%）和行业专家（6%）占比较低，表明消费者更注重实用穿搭而非明星效应或专业分析。

2025年中国女士松糕鞋社交信任博主类型分布

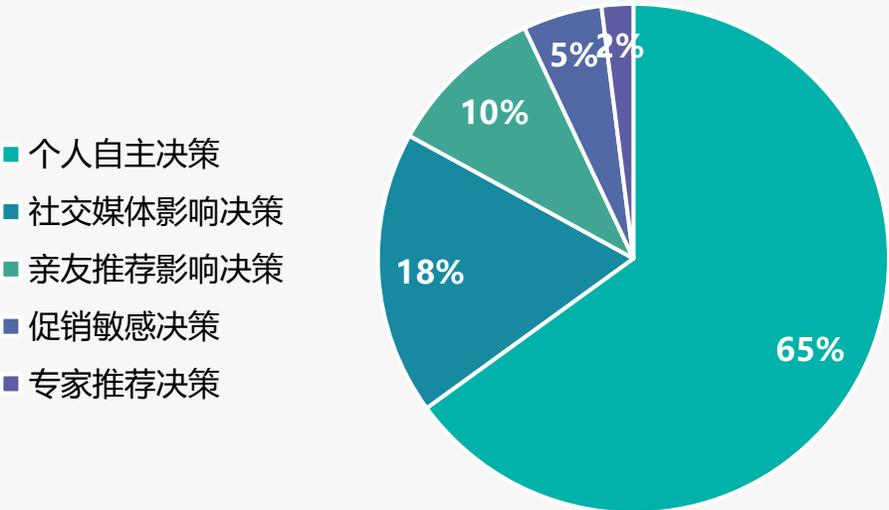


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

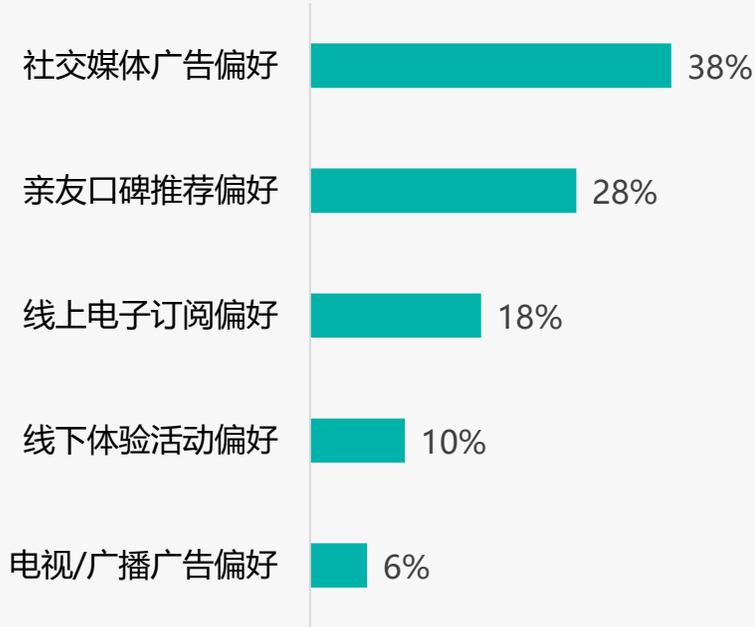
社交媒体主导口碑关键松糕鞋消费

- ◆调查数据显示，社交媒体广告偏好占38%，亲友口碑推荐占28%，线上电子订阅占18%，线下体验活动占10%，电视/广播广告占6%。
- ◆社交媒体广告偏好最高，凸显数字营销重要性；亲友口碑推荐占28%，显示口碑传播在购买决策中的关键作用。

2025年中国女士松糕鞋消费决策者类型分布



2025年中国女士松糕鞋家庭广告偏好分布

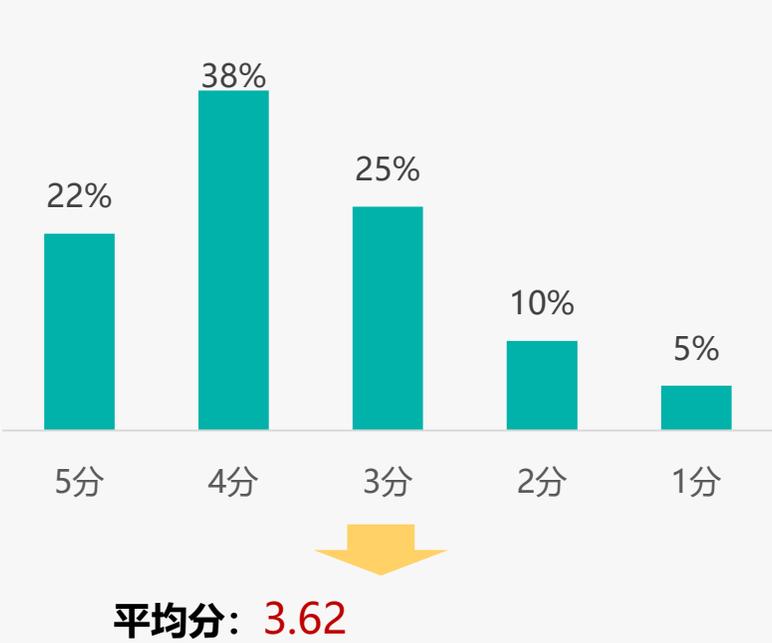


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

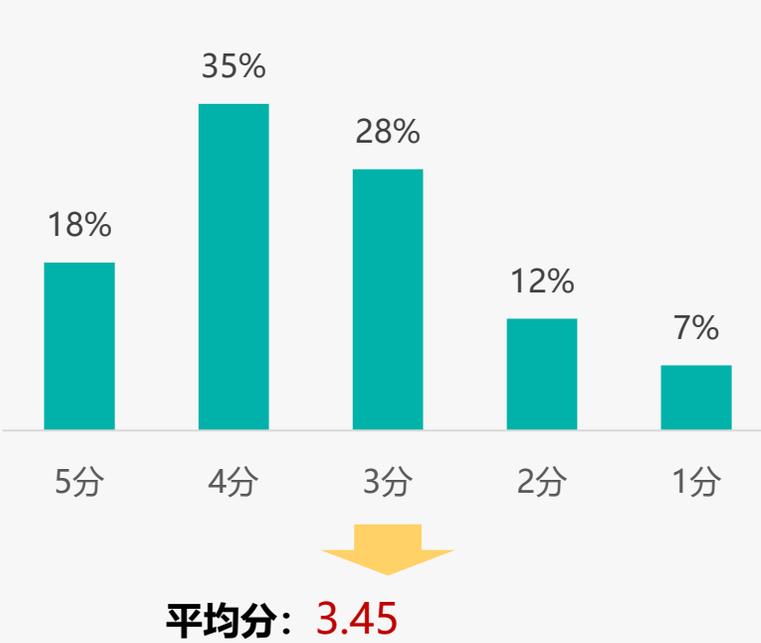
退货体验短板 需改进提升满意度

- ◆线上消费流程满意度较高，5分和4分合计60%；客服满意度接近，5分和4分合计58%。退货体验满意度较低，5分和4分合计53%，1分和2分合计19%。
- ◆分析显示，消费者对线上购物流程和客服较为满意，但退货体验是短板，需重点关注以提升整体满意度，改进退货环节。

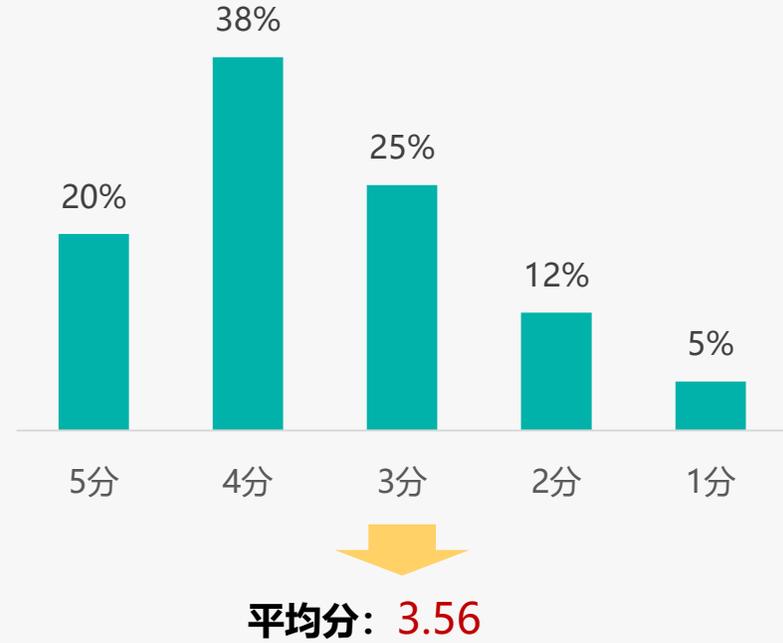
2025年中国女士松糕鞋线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国女士松糕鞋退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国女士松糕鞋线上客服满意度分布（满分5分）

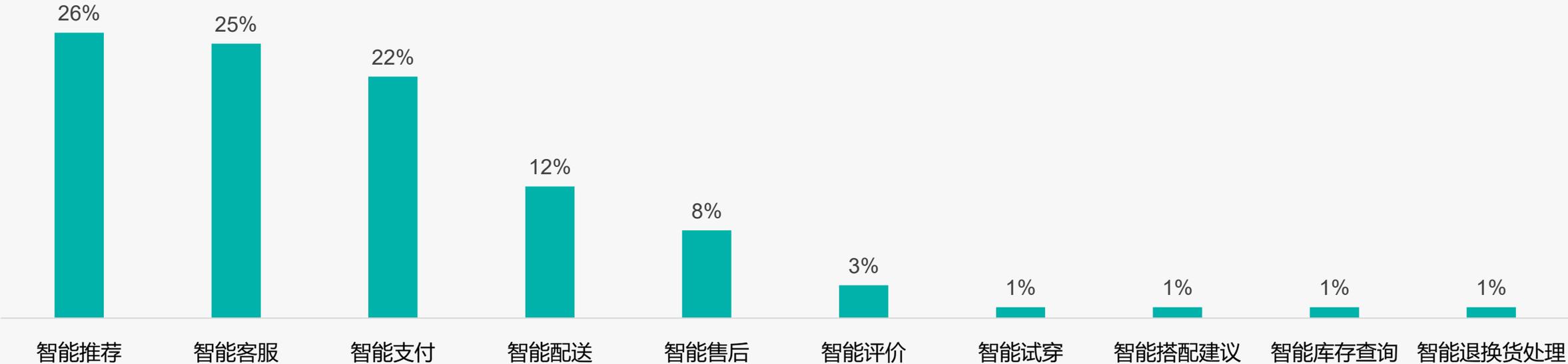


样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11月通过尚普咨询调研获得

智能推荐客服支付为核心服务

- ◆智能推荐、客服和支付在线上消费中占比分别为26%、25%和22%，合计73%，是女士松糕鞋消费的核心智能服务环节。
- ◆智能配送和售后分别占12%和8%，其他如试穿、搭配建议等占比极低，显示消费者更关注个性化推荐和即时支持。

2025年中国女士松糕鞋线上智能服务体验分布



样本：女士松糕鞋行业市场调研样本量N=1158，于2025年11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

法律声明

版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。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