

# 食品饮料行业 周度市场观察

行业环境 | 跨境出海 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动



第 18 周

2024/4.22-4.28

# 01

## 行业趋势

Industry Trends

### 本周看点:

地方美食走向全国需扬长避短，因地制宜；  
多家食品企业推进预制菜业务发展；  
冷饮，成为中国在东南亚的“软实力”？

### 行业环境:

#### 1. 火了20年的平价餐厅，不再欢迎穷人

关键词：餐厅

概要：近年来，贺光启旗下的呷哺呷哺集团采取高端化品牌战略，成立高端品牌湊湊，并提高客单价。然而，集团2023年财报显示，净亏损达到1.99亿元，亏损幅度扩大。与此同时，火锅行业标杆海底捞2023年净利润达到44.95亿元。呷哺呷哺集团在市场环境改善的情况下，客单价虽低于同行但仍昂贵，且翻台率低。其失败原因在于品牌定位及菜品特色未能充分吸引目标消费群体，服务质量、环境及顾客体验方面存在不足。集团在市场扩张方面存在风险，且全国供应链尚未完全成型。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7096020371/1a6f4ad9301901dxee)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7096020371/1a6f4ad9301901dxee

#### 2. 餐饮学者姬图米：武汉地方美食走向全国需扬长避短，因地制宜

关键词：[V]红餐网

概要：近日，“2024中国餐饮产业峰会”在武汉国博中心·汉厅盛大召开，餐饮学者姬图米在专访中分享了将武汉地方美食推广到全国的经验 and 策略，如扬长避短、因地制宜，关注湖北的淡水鱼资源和莲藕产业等。他还提出了老字号品牌进行商业化经营的建议，要继承传统，大胆创新，关注年轻人喜好，以适应市场需求。此外，武汉餐饮业通过年轻化的尝试，如小龙虾、咖啡店、精酿啤酒等，与年轻人建立了紧密的联系，未来发展潜力巨大。姬图米认为，未来餐饮模式的发展潜力主要体现在小而美、极度关注情绪价值、运营AI化、资产数据化和阿米巴经营管理模式等方面。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240424A03CE300)：https://view.inews.qq.com/a/20240424A03CE300

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

### 3. “国标”矿泉水、“智商税”母婴水、“加料”饮用水……瓶装水怎么选？

关键词：饮用水

概要：我国瓶装水市场发展迅速，市场规模预计到2025年将突破3000亿元。瓶装水分为饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他饮用水三种。天然矿泉水价格较高，因为其资源珍贵、发证过程严格，物流成本也相应增加。母婴水等小品类是商家自主划分的高端市场，但并不一定比普通饮用水更健康。瓶装水不一定都纯净，添加的配料如硫酸镁、氯化钾等在安全范围内，可提高水质口感。扬子晚报/紫牛新闻记者 方倩云

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1653603955_628ffe7302001k4vi.html)：http://k.sina.com.cn/article\_1653603955\_628ffe7302001k4vi.html

### 4. 多家食品企业推进预制菜业务发展，健康化、年轻化或成趋势

关键词：预制菜

概要：近日，涪陵榨菜宣布进军预制菜领域，将向“榨菜+”、榨菜亲缘品类、川式复合调料和川渝预制菜四个方向发展。随着预制菜市场迅速发展，多家食品企业将预制菜纳入业务范畴，如金龙鱼、龙大美食和双汇发展等。这些企业正在聚焦菜品创新，对未来预制菜业务走向进行梳理规划。市场监管总局等六部门联合印发《关于加强预制菜食品安全监管 促进产业高质量发展的通知》，规范预制菜范围，加强食品安全监管，促进产业高质量发展。里斯品类创新战略咨询认为，中国预制食品下一站的关键是品类创新，健康化、年轻化将成为中国预制食品的趋势所在。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inastant0895706.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inastant0895706.shtml

### 5. 我国首次给饮料“评级”

关键词：饮料

概要：饮料的健康与否不能只看糖、脂肪含量，还要考虑非糖甜味剂等添加剂。上海市疾控中心对市场上的现制奶茶进行了营养分析，发现许多标称“0糖”的奶茶实际总糖量超过国家标准。新加坡曾给饮料分级，我国首次尝试推出了“营养选择”分级标识，包括非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪和非糖甜味剂等四个指标。四个等级分别为A、B、C、D，推荐程度依次递减。建议消费者优先选择A级和B级饮料，不喝或少喝饮料，多喝白开水。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-26/doc-inatavch6260097.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-26/doc-inatavch6260097.shtml

## 02

## 跨境出海

## Expand Overseas

## 跨境出海：

## 6. 当红半托管：“夫妻老婆店”的出海最优解？

关键词：出海

概要：跨境电商平台速卖通AliExpress的半托管模式在一个月内吸引了2万家半托管商家加入，成为2024年跨境电商商家的新宠。然而，这种模式对一些中小商家来说仍存在一些难题，如定价、个性化服务和物流成本等。对于商家来说，选择何种出海模式需要根据自身特点来决定，而物流成本和时效性也是商家们需要考虑的关键因素。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/3091467693/b8440dad0010145v8)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/3091467693/b8440dad0010145v8

## 7. 冷饮，成为中国在东南亚的“软实力”？

关键词：出海

概要：中国冷饮品牌正在加速进入东南亚市场，其中蜜雪冰城、伊利、蒙牛等品牌都在积极布局。东南亚市场的吸引力在于其气候条件适宜冷饮消费、人口结构年轻、经济增长快以及文化相通等。这些因素为中国的冷饮品牌提供了广阔的发展空间。然而，中国品牌在东南亚市场的发展并非简单的“走出去”，更需要深入了解当地市场和消费者需求，打造本地的国民品牌。

[原文链接](https://foodaily.com/articles/36377)：https://foodaily.com/articles/36377

## 8. 一季度我国跨境电商进出口持续增长 电商出海有望迎全新投资机遇

关键词：出海

概要：商务部首次组织中国电商平台赴双边电商合作伙伴国开展路演活动，在意大利与60余家中小企业对接，进一步丰富双边电商合作内容。一季度我国跨境电商进出口5776亿元，增长9.6%，与匈牙利、阿联酋、柬埔寨和巴西等“丝路电商”伙伴国电商进出口快速增长。跨境电商已成为全球经济发展的新亮点，供给也发生了较大的变迁，中国优质的制造、品牌、电商平台、物流企业纷纷入局，行业呈现出生态性的特点。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inassfif3540119.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inassfif3540119.shtml

## 02

## 跨境出海

## Expand Overseas

## 跨境出海：

## 9. 菜鸟、极兔、顺丰、跨越速运、纵腾……谁在服务“出海四小龙”？

关键词：出海

概要：文章主要介绍了跨境电商“出海四小龙”对国内物流企业的影响。SHEIN供应链模式采用“小单快返”模式，通过推进供应链的数字化来追踪小批量订单。速卖通是“出海四小龙”里唯一自建物流的平台，与菜鸟合作实现了“全球5日达”的国际快线产品。Temu主打低价，发展早期主要外包管理，但最近开始采用分段外包的管理。TikTok Shop目前每天平均单量为几十万，与快递、快运企业合作，国外本土段则基本采用外包。随着交易量的持续提升，跨境电商平台的物流布局将会逐渐趋同，对中小型物流企业带来机遇。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2744130164/a3901a740010116yy)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2744130164/a3901a740010116yy

## 10. 茶饮品牌出海：从产品到品牌的一次大考

关键词：出海

概要：近日，瑞幸咖啡在新加坡因饮品分级制度争议，其生椰拿铁被归为不健康的D类饮品，引起国内热议。新加坡因糖尿病等肥胖疾病增加，发布食品条例，将饮品分为A、B、C、D四个等级，旨在提醒消费者合理饮用。中国食品产业分析师朱丹蓬认为，国内饮品应根据不同地区的制度进行配方优化，以适应当地消费者需求。品牌营销专家路胜贞认为，食品饮料“红绿灯”标签化分级模式并非完美，可能存在一定风险。清华大学品牌营销顾问孙巍表示，饮品出海除了商业布局，产品的改进和调整也非常重要。分级制度并非硬性指标，消费者有权知晓饮品中的所含物质。茶饮出海需因地制宜，除了商标、供应链等问题，还需遵守当地法律法规，尊重当地文化习俗。随着新茶饮头

[原文链接](https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4216#skeyword=%E5%87%BA%E6%B5%B7&_np=0_35)：  
https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4216#skeyword=%E5%87%BA%E6%B5%B7&\_np=0\_35

## 11. 电商巨头集体出海，只有京东掉队了

关键词：出海

概要：京东的出海之路充满坎坷，尽管刘强东多次调整管理层，但京东国际业务始终未能取得显著成绩。其根本原因在于自营电商模式，这种模式在质量、配送等方面具有优势，但在海外市场，这些优势并不明显。以速卖通、TEMU为代表的平台模式，通过“半托管”“全托管”等运营模式，大幅提升了经营效率，降低了成本。相比之下，京东的第三方卖家不占据主流地位，且政策限制较多，导致商品丰富度和价格力缺乏竞争力。因此，京东的国际业务尚有峰回路转的机会，当刘强东将京东国内业务的问题清理完毕，有余力继续扩张时，京东出海之路或将迎来“第二春”。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1677580977/63fddab100101fbo8)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1677580977/63fddab100101fbo8

## 02

## 跨境出海

Expand Overseas

## 跨境出海：

## 12. 闯荡海外，物流出海三剑客各有妙招

关键词：出海

概要：2024年，随着国家政策的推动和全球数字经济基础设施的完善，出海成为了各行各业的“命题作文”。中国物流企业以菜鸟、极兔、Lalamove为代表的“物流出海三剑客”在海外市场取得了不俗的成绩，他们各显神通，用各自的妙招走出不同的发展路线。其中，菜鸟通过提升物流效率和成本优化，与阿里跨境电商形成反哺模式；极兔借势扩张，通过加盟模式快速形成高效的末端快递网络；Lalamove则整合当地运力资源，助力海外中小企业降低营运成本，打造健康可持续的物流生态。中国物流企业出海之路任重道远，但也带来了世界贸易的繁荣。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2098807780/7d1943e4001011gkq)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2098807780/7d1943e4001011gkq

## 13. 出海大时代

关键词：出海

概要：当前，全球制造业数据持续超预期，企业出海成为重要的方向。参考日韩两国，制造业的出海是确定性的产业趋势，未来将是高端产品的出海，如机械工程、材料、金工、家居制造等。中国正处于类似阶段，哪些具备全球竞争力优势？化工（化学制品）、机械设备（通用设备、金具）、电力设备（锂电、光伏）、汽车（客车、商用车）、文化输出（短视频）、跨境平台（拼多多）、医疗器械等都是具有全球竞争力的行业。投资需谨慎，风险自担。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/money/fund/fundzmt/2024-04-22/doc-inastpan1710534.shtml)：http://finance.sina.com.cn/money/fund/fundzmt/2024-04-22/doc-inastpan1710534.shtml

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 14. 茶百道上市背后：中端才是新茶饮的正解？

关键词：奶茶店

概要：四川百茶百道实业股份有限公司（茶百道）成功在香港上市，成为2024年迄今港股最大规模IPO，发行市值约258.6亿港元。茶百道采用加盟模式快速扩张，2020-2023年营收分别为10.8亿元、36.4亿元、42.3亿元、57.0亿元，2023年营收同比增长率高达34.8%。中端茶饮品牌茶百道正在加速布局下沉市场，计划到2028年实现万店规模。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292497)：https://www.cbndata.com/information/292497

## 15. 国内瓶装饮用水市场格局生变？

关键词：饮用水

概要：包装饮用水品牌怡宝母公司华润饮料向港交所主板提交上市申请，若成功将成为第二家在港交所上市的国内包装饮用水企业。农夫山泉也将推出“绿瓶”纯净水，以回应华润饮料上市。华润饮料在招股书中显示，其2023年零售额为396亿元，售出逾146亿瓶怡宝，仅这单一产品年零售额便超过300亿元。华润饮料尚未摆脱瓶装水单品的高度依赖，其推出的新品没有引起太大关注。农夫山泉饮用水增长乏力，未来整个行业的发展趋势也将改变。中国瓶装水市场将呈现多品牌竞争、品质化发展和消费者健康需求为导向的格局。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-25/doc-inasymwi0566331.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-25/doc-inasymwi0566331.shtml

## 16. 新股消息 | 华润饮料递表港交所 旗下拥有“怡宝”品牌饮用纯净水等产品

关键词：饮料

概要：华润饮料向港交所主板提交上市申请，成为中国第二大包装饮用水企业及中国最大的饮用纯净水企业。公司拥有13个品牌的产品组合，于2023年在中国6大省份的包装饮用水市场中占有最高市场份额。公司招股书提示，维持最佳库存水平对业务的成功至关重要。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/hkstock/ggscyd/2024-04-23/doc-inasukhf2509089.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/hkstock/ggscyd/2024-04-23/doc-inasukhf2509089.shtml

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 17. 东鹏饮料：拟设子公司推进“东鹏饮料集团中山生产基地项目”

关键词：饮料

概要：东鹏饮料集团拟与中山市华南现代中医药城发展有限公司签署投资协议，投资25亿元在中山市翠亨新区建设东鹏饮料集团大数据中心和全员培训中心，注册资本为1亿元。项目建设周期为6个月内动工、36个月内竣工。短期内该项目不会对公司经营业绩构成实质影响，预计对公司本年度和2025年度经营业绩不会构成重大影响。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inasthuu9852630.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-22/doc-inasthuu9852630.shtml

## 18. 海底捞年营收415亿：有1374家餐厅 张勇夫妇获超20亿现金股息

关键词：餐厅

概要：海底捞发布2023年年报，执行董事包括张勇、周兆呈等，张勇夫妇持有60.35%的股权，海底捞餐厅翻台率显著提升，年营收414.5亿元，餐厅经营收入从2022年的289.43亿增加35.7%至2023年的392.67亿元，顾客人均消费从2022年的104.9元减少至2023年的99.1元。海底捞在总部层面成立了创新创业办公室，调整创业品牌的策略规划，截至2023年12月31日，海底捞共经营1374家海底捞餐厅，实现火锅、快餐、烤肉、中式正餐等多种经营业态。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2024-04-25/doc-inatakpn6424009.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2024-04-25/doc-inatakpn6424009.shtml

## 19. 三全食品去年营收净利同比双降，将推出更多预制菜肴产品

关键词：预制菜

概要：三全食品发布2023年年度报告，实现营业收入约70.56亿元，同比下滑5.09%；归属于上市公司股东的净利润约7.49亿元，同比下滑6.55%。速冻面米制品是营收主力，但2023年实现营业收入约58.29亿元，同比下滑9.46%，占三全食品总营收的82.62%，毛利率为28.25%，同比下滑2.24%。三全食品表示，社会餐饮进入稳定增长状态，连锁化趋势加速，线上消费市场扩大，但消费端弱复苏，增长动能缺乏。公司从预制食材切入，推出预制菜肴类新产品，市场反馈良好。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-26/doc-inatcmza6891416.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-26/doc-inatcmza6891416.shtml

## 03

## 投资运营

## Investment Operation

## 投资运营：

## 20. 安井食品发布2023年报，营收140.5亿净利润14.8亿

关键词：预制菜

概要：根据安井食品2023年年度报告，公司2022年实现营业收入140.45亿元，同比增长15.29%，净利润14.78亿元，同比增长34.24%。分产品看，速冻菜肴制品和农副产品增幅较大，分别为29.84%和33.98%。渠道方面，经销商模式创收113.69亿元，同比增长15.96%，电商渠道增幅最大，为145.92%，商超渠道下滑明显。经营活动产生的现金流量净额19.56亿元，同比增长38.97%。公司核心竞争力包括技术创新能力、销售定价策略、渠道策略、信息化和数字化水平，以及经营策略。未来发展战略包括坚守速冻食品主业，实施“三路并进”的经营策略，优化产品结构，加大中高端产品比重，加强渠道建设，

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/yzc52422)：https://www.foodtalks.cn/news/yzc52422

## 21. 软饮行业入局者众 多家大型饮料企业斥资亿元扩产以提升竞争力

关键词：饮用水

概要：今年一季度以来，多家大型饮料企业斥资数亿元扩产。业内人士分析指出，我国消费者对于饮料的需求越来越大，饮料行业竞争激烈，抢占生产基地有望有效提升饮料公司竞争力。此外，2023年我国饮料制造业营业收入达到15516.2亿元，累计增长7.4%，行业实现利润总额达到3110.0亿元，累计增长8.5%。农夫山泉等企业表示，未来成功的关键在于持续研发新产品，以多元化产品矩阵应对品类生命周期风险。

[原文链接](https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4190#keyword=%E9%A5%AE%E7%94%A8%E6%B0%B4&_np=0_35)：

https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4190#keyword=%E9%A5%AE%E7%94%A8%E6%B0%B4&\_np=0\_35

## 22. 圣农发展：公司的食品生产严格遵循国家相关标准进行，预制菜产品不添加防腐剂

关键词：预制菜

概要：圣农发展董秘在投资者关系平台上回答了投资者关于公司预制菜、分红、研发、炸鸡系列、股东人数、收购的太阳谷公司、牛羊肉加工、ESG发展、股东数等问题。公司表示预制菜不添加防腐剂，公司每年都有投入资金进行种源研发升级，以现金分红的形式回馈投资者。同时，公司将继续贯彻大食品战略，做强做优圣农品牌，为国人提供优质、健康的动物蛋白供应。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2024-04-22/doc-inastans1882368.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2024-04-22/doc-inastans1882368.shtml



## 04

## 产品技术

## Product Technology

## 新品上市：

## 23. 法规动态|受理一款食品添加剂新品种——重组人乳铁蛋白

关键词：[V]植提桥

概要：卫健委受理重组人乳铁蛋白申报食品添加剂新品种。重组人乳铁蛋白是一种生物活性蛋白，通过转基因与体细胞克隆技术培育高效表达重组人乳铁蛋白的转基因奶牛，通过牛奶的收集、预处理、层析分离、病毒灭活与去除、超滤浓缩与缓冲液置换、无菌过滤、冷冻干燥等工艺步骤，获得纯度大于95%的重组人乳铁蛋白。重组人乳铁蛋白在牛乳、哺乳动物的乳汁中自然存在，通常也能从牛乳中分离提取，但因为含量很少，提取工艺复杂、价格昂贵、供应量远远不能满足需求，于是工业上开始探索人工合成法，采用基因工程技术生产重组人乳铁蛋白。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/773632046_121315152?scm=10001.325_13-109000.0.10140.5_32)：https://www.sohu.com/a/773632046\_121315152?scm=10001.325\_13-109000.0.10140.5\_32

## 24. 安琪珠峰高原益生菌绿色制造项目车间封顶

关键词：益生菌

概要：西藏安琪珠峰生物科技有限公司的高原益生菌绿色制造项目最后一方混凝土浇筑成功，标志着该项目正式进入投产准备阶段。项目预计7月投产，计划一期投资1.86亿元，建成年产200吨高原益生菌粉剂及晶球益生菌生产线各一条，预计满产达效年产值3亿元以上。项目占地50.8亩，主要建筑包括智能生产车间、电气配电房、锅炉房、消防水池及处理用房等。未来生产的高原益生菌将应用于食品工业、健康医疗等领域，对西藏现有产业升级换代、提质增效具有良好的未来产业生态和应用场景接入能力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-23/doc-inasuqqe9176800.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-04-23/doc-inasuqqe9176800.shtml

## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

**25. Costco开市客线上平台“开市客到家”正式上线**

关键词：烘焙

概要：Costco开市客近日宣布其线上平台“开市客到家”正式上线，提供便捷的在线购物及配送服务。该服务已覆盖上海、苏州、杭州、宁波等城市，未来将逐步扩大配送范围，满足更多地区消费者的需求。用户可通过微信小程序搜索“开市客到家配送”购买到与实体店同样品质的商品，包括各类果蔬肉蛋、海鲜、乳制品、烘焙食品以及家居百货等。线上配送服务仅限于卖场附近8公里范围内，且订单金额达到299元，位于Costco卖场所在城市，顾客即可享受当日送达的快捷服务。布局线上业务能提升会员的购物频次，间接增加“来客”，提升线上业务的进一步发展，应对竞争和本土化的重要举动。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/hb52345)：https://www.foodtalks.cn/news/hb52345

**26. Mercado Libre热销榜 | 2024年3月能量饮料畅销榜TOP20**

关键词：饮料

概要：2024年3月，FoodTalks与Sandalwood紫檀数据联合发布MercadoLibre 2024年3月能量饮料畅销榜单，以MercadoLibre平台能量饮料产品当月销售额为依据，排名前20的产品分别为：SUDRAT补水电解质冲剂、佳得乐电解质冲剂、Daxeedforte维生素强化冲剂等。榜单由Sandalwood紫檀数据提供，合作机构为FoodTalks。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/yl52286)：https://www.foodtalks.cn/news/yl52286

**27. Lazada热销榜 | 2024年3月茶饮料畅销榜TOP20**

关键词：即饮茶

概要：2024年3月，Lazada平台发布了茶饮料畅销榜单，根据Lazada平台茶饮料产品类别当月销售额进行排名。榜单前三名分别为Sosro印度黑茶茶包、康师傅茶饮料多口味任选、同仁堂胖大海罗汉果枇杷茶。这份榜单由Sandalwood紫檀数据和FoodTalks联合发布，榜单数据来源为Lazada，覆盖了即饮茶、袋泡茶和固体冲饮茶等多个品类。榜单合作机构为Sandalwood紫檀数据，FoodTalks是一个食品行业内容服务与资源对接平台。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/jyc52300)：https://www.foodtalks.cn/news/jyc52300

## 关于艾瑞/法律声明

### 关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

### 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的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。

### 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。