

跨境出海 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

跨境电商下半场：淘汰赛；

「本土化」出海模式下，企业去向何方？

美妆品牌出海洞察：东南亚、欧美市场释放了哪些信号？

行业环境:

1. 跨境电商下半场：淘汰赛

关键词：跨境电商, 低价优势, 供应链效率, 消费降级, 贸易保护

概要：中国跨境电商平台，如TEMU和SHEIN，在全球电商市场中迅速崛起，主要得益于中国强大的供应链能力和对消费者个性化需求的精准把握。然而，这些平台正面临来自亚马逊等国际巨头的竞争加剧，以及美国政府可能取消“小额豁免”政策的风险，这将影响其在美国市场的免税优势。尽管如此，中国跨境电商企业依然展现出强劲的竞争力，通过优化供应链、提高物流效率和数字化改造传统产业带等方式，继续满足全球消费者对高性价比商品的需求。这些举措不仅有助于企业在复杂多变的市场环境中保持优势，也为未来的可持续发展奠定了基础。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293431)：https://www.cbndata.com/information/293431

2. 聚焦中东、非洲市场 中国企业“出海”机遇与挑战并存

关键词：光伏出海, 中东市场, 技术创新, 政策支持, 成本效益

概要：2024光伏行业年度大会在四川宜宾召开，多位专家讨论了光伏企业在中东和非洲市场的机遇与挑战。中东市场因政府大型招标和开放的营商环境吸引众多中国企业布局，如晶科能源、天合光能等。中国企业在技术创新、全球布局、政策支持和成本效益方面具有优势，但同时也面临法律、市场和环境风险。非洲市场方面，中非合作论坛峰会促进了双方能源合作，预计带来超过720MW的可再生能源装机增长。适合中国光伏投资的非洲国家有南非、埃及、卢旺达等，多家中国企业已在这些地区设立项目。此外，研讨会还指出东南亚光伏市场因绿电交易完善将迎来新机遇。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-05/doc-incykhfx3249597.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-05/doc-incykhfx3249597.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 文艺出海“新招式”（感知文化里的中国）

关键词：文化创新,中华文脉,舞剧咏春,国际表达,非物质文化遗产

概要：舞剧《咏春》以其独特的创意和精湛的表演，成为中国文化走向世界的重要标志。该剧由深圳原创，融合了中国传统武术与现代舞蹈，讲述了“叶师傅”弘扬咏春拳的故事，同时展现了当代追梦人的精神风貌。自2022年底首演以来，《咏春》已在国内外多个城市上演超过200场，赢得了广泛赞誉。特别是其海外巡演，不仅在法国巴黎和英国伦敦等城市取得巨大成功，还创下了中国舞剧在欧洲商演的多项纪录。《咏春》的成功，体现了高质量作品和市场化运作对于中国文化“走出去”的重要性，为中国文化国际传播提供了宝贵经验。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/6456450127/180d59c4f02001va36)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/6456450127/180d59c4f02001va36

4. 「本土化」出海模式下，企业去向何方？

关键词：本土化,出海,新兴市场,跨境电商,支付环境

概要：2024年的全球化趋势强调了“本土化”的重要性，特别是在B2B外贸、跨境电商等领域。优质出海新兴市场需具备三大特点：庞大的人口消费红利、高互联网及电商渗透率、友好的政策法规。拉美、中东、非洲成为重点区域。墨西哥因《美加墨贸易协定》和庞大的市场潜力，成为北美地区的重要“中转站”。阿联酋凭借完善的基础设施和开放的贸易政策，成为中东的科技和贸易中心。非洲市场则因政策支持和巨大的内生市场潜力，展现出新的机遇。然而，各市场仍面临本土化团队建设、支付环境优化等挑战，解决这些问题将为企业带来更大发展空间。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5229323498/137b124ea0190142d4)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5229323498/137b124ea0190142d4

5. 从美欧动态来看：中国出海企业，面临哪些困难？

关键词：电动车关税,中欧谈判,最终承诺价格,反补贴税,美国签证

概要：欧盟与中国正积极谈判以取消电动车关税，可能达成初步协议，中国电动车出口欧盟将面临价格限制。此前，欧盟对中国电动车加征17%至36%的反补贴税，此次谈判有助于缓解中欧贸易紧张。相比之下，美国对中国企业态度更加保守，不仅征收高额关税，还警惕中国企业在墨西哥设厂，并对中国半导体产业实施制裁，签证政策也较严格。印度则通过强制收购等方式打压中国企业，如塔塔集团收购和硕在印度的iPhone工厂多数股权，尽管印度市场潜力大，但营商环境差，被称为“外企坟场”。总体上，欧洲在对华合作上更灵活开放，而美国和印度则采取更保守的政策。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_6724296968_190cca108019016wg6.html)：http://k.sina.com.cn/article_6724296968_190cca108019016wg6.html

6. 美妆品牌出海洞察：东南亚、欧美市场释放了哪些信号？

关键词：美妆护肤,防晒产品,东南亚市场,美国市场,香氛产品

概要：全球美妆护肤行业预计到2026年将达到4047亿美元，其中护肤品是最稳定增长的细分市场。亚马逊是海外美妆护肤的主要线上销售渠道，2024年上半年销售额达632亿元，同比增长8%。北美市场占据亚马逊美妆销售额的近7成，但增长放缓；东南亚市场特别是Shopee平台表现出强劲增长，2024年上半年销售额同比增长74%。东南亚消费者偏好低价产品，印尼和越南成为增长最快的市场。美国市场成熟，消费者更注重保湿、清洁等基础护理，而东南亚市场则对彩妆和防晒产品需求旺盛。国货品牌在东南亚市场表现优异，如Skintific、Ulike等品牌销量领先，显示出良好的市场适应性和增长潜力。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_7746407306_1cdb8cb8a00102mv0o.html)：http://k.sina.com.cn/article_7746407306_1cdb8cb8a00102mv0o.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 《2025中国企业出海洞察及全球趋势展望》

关键词: 出海,全球化,贸易,新能源,AI

概要: 2024年,中国企业在全球化进程中表现活跃,涵盖制造业和新兴科技领域,前10个月货物贸易出口总值达20.8万亿元,同比增长6.7%。出海目的地从传统市场扩展至拉美和中亚等地,2023年中国与中亚贸易额达894亿美元,增长27%。然而,企业出海面临全球政治变化、关税壁垒和市场竞争等挑战,特别是全球75个国家或地区的大选增加了不确定性,新能源汽车等产品出口受阻。为应对挑战,中国企业通过产品创新、品牌建设和利用跨境电商等模式提升竞争力,尤其在游戏、医疗、AI应用和数字基建等领域展现强劲发展势头,逐步在新兴市场建立优势。总体而言,尽管面临挑战,中国企业的全球影响力将持续增强。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7377650.html): <https://www.tmtpost.com/7377650.html>

8. 中国DTC出海智能硬件品牌前100,有多少做过众筹?

关键词: 智能硬件,DTC出海,众筹,国际市场,品牌出海

概要: 随着全球智能硬件需求的增长,中国品牌在DTC出海赛道表现突出。Vinyl乙烯创意联合专业数据团队,基于Semrush数据,发布了一份榜单,展示了中国智能硬件品牌在国际市场上的优异成绩。众筹平台如Kickstarter和Indiegogo不仅提供资金支持,还帮助品牌验证市场需求、提升曝光度,成为品牌从“产品出海”到“品牌出海”的关键工具。此外,中国品牌通过本土化营销、创意内容和社群运营,与全球消费者建立情感连接,逐步从价格竞争转向价值塑造,赢得长期用户信任。这份榜单不仅总结了过去的成绩,也为行业未来的发展提供了启示。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6992239439/1a0c51b4f001014r2i): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6992239439/1a0c51b4f001014r2i>

9. 企业出海解析:上市公司如何掘金非洲大陆?

关键词: 海外投资,人口红利,消费升级,基础设施,水泥市场

概要: 2023年后,中国海外投资增速加快,尤其在东南亚、拉美和非洲等地区表现突出,非洲成为新的投资热点。非洲人口预计到2050年将增至25亿,带来显著的人口红利。中国企业如华新水泥、西部水泥、中材国际等在非洲积极扩展业务,华新水泥以8.4亿美元收购Lafarge Africa Plc,中材国际因非洲基建发展订单大增。中资矿企华刚矿业和洛阳钼业在刚果(金)投资铜钴矿及基础设施建设。传音手机通过本地化策略在非洲市场取得成功,2023年净利润达55.37亿元。非洲市场的消费升级潜力巨大,吸引中国企业和投资者关注。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1850649324/6e4eaec02001nn7c): <http://cj.sina.com.cn/articles/view/1850649324/6e4eaec02001nn7c>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

10. 出海四小龙里，“速卖通”第一个不卷了

关键词：黑五,速卖通,反内卷,跨境商家,流量增长

概要：2024年“黑五”大促结束，速卖通AliExpress表现亮眼，流量同比增长140%，成为英国最受欢迎的购物平台。为应对行业内卷，速卖通推出了一系列扶持政策，如治理“仅退款”和“羊毛党”问题，吸引了大量新商家入驻。速卖通还通过近百场招商会，提供运费减免、流量支持等优惠措施，助力商家快速启动跨境业务。此外，速卖通的全托管模式帮助商家提高了发货效率和市场竞争力，例如苏州鲜衣怒马百货贸易公司在双11和黑五期间日销量翻了三倍。这些措施不仅提升了商家的盈利能力，也为跨境电商行业的健康发展提供了新思路。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526367.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526367.shtml

11. 瑞幸“杀”进马来西亚，也打价格战？

关键词：瑞幸咖啡,马来西亚,特许经营,咖啡市场,出海战略

概要：瑞幸咖啡宣布以特许经营模式进入马来西亚市场，与当地上市公司大资工业的全资子公司签订10年合作协议，计划2025年第一季度在马来西亚开设多家门店。这一举措被视为瑞幸国际扩张的重要步骤，同时也是中国餐饮品牌通过特许经营模式加速海外扩张的典型范例。尽管马来西亚咖啡市场潜力巨大，但竞争激烈，瑞幸面临诸多挑战，包括品牌认知度低、市场饱和及需适应当地文化等。专家认为，特许经营有助于降低市场进入成本，但品牌仍需关注本土化策略，如获取Halal认证等，以增强市场竞争力。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7370197.html)：https://www.tmtpost.com/7370197.html

12. 贝泰妮出海：找准切入口 发挥放大效应

关键词：出海,全球化,竞争力,品牌认知,供应链

概要：2024年，《经济观察报》特刊关注中国企业出海的新趋势。特刊《一封家书——中国企业出海的个体记忆和家国思绪》记录了中国企业在海外市场的探索与成长。以贝泰妮为例，其旗下品牌薇诺娜成功进入泰国市场，通过精准的市场策略和本地化运营，迅速获得了消费者的认可。文章详细描述了贝泰妮在泰国市场的挑战与机遇，如利用医美渠道和本土化营销策略，以及在产品设计和品牌传播上的创新尝试。这不仅反映了中国企业在国际舞台上的竞争力提升，也展示了全球化背景下中国企业的发展路径和战略调整。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1641561812/61d83ed4001018p9m)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1641561812/61d83ed4001018p9m

13. 美国双11，TikTok放弃和Temu拼低价

关键词：黑五,TikTok, Temu, 低价, 比价

概要：今年黑色星期五，TikTok避开拼多多海外版Temu的低价策略，采取了提高供货价、加大直播带货力度等新措施。然而，这些举措导致TikTok商品价格高于预期，失去价格优势，日销售额增长有限，未达预期。相比之下，Temu继续降价促销，虽然增速放缓，但依然保持较强竞争力。这反映了TikTok和Temu在海外市场上的不同策略及各自面临的挑战。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293416)：https://www.cbndata.com/information/293416

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

14. 华为再出海！三年之期已到 折叠屏新品开路

关键词：折叠屏,华为回归,海外市场,供应问题,鸿蒙系统

概要：华为在过去一年中通过推出Mate 60系列、Pura 70系列及Mate XT等产品，逐步恢复了其在智能手机市场的地位，特别是国内市场。10月，华为发布了提升全场景互联能力的HarmonyOS NEXT系统；11月，又推出了Mate 70系列和Mate X6系列，进一步巩固市场地位。近日，华为宣布将于2024年12月12日海外发布新款折叠屏手机Mate X6系列，该系列采用“寰宇星轨”设计，具备更强的抗形变能力和多项创新技术，如星闪关机精确定位和第二代玄武钢化昆仑玻璃等。尽管海外市场对谷歌服务的可用性和新产品的期待较高，华为的重返展示了其技术和全球市场的战略布局。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1094293345/4139976101902gw5c)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1094293345/4139976101902gw5c

15. 海尔的出海密码

关键词：出海,全球化,本土化,人单合一,供应链

概要：《经济观察报》2024年特刊聚焦中国企业出海的新趋势。文章指出，中国企业出海不再是简单的业务扩展，而是基于全球资源配置的战略布局。海尔作为早期出海的代表，经历了从国际化到全球化的转变，通过“研发+制造+营销”三位一体的本地化策略，在日本、澳洲和欧洲等地取得了显著成果。特别是在日本，海尔通过定制化产品和创新营销策略，成功打入主流市场。在澳洲，海尔通过引入“人单合一”管理模式，激发员工积极性，实现了斐雪派克的扭亏为盈。而在欧洲，海尔克服了多国文化和市场的差异，成为增长最快的家电品牌之一。特刊通过一系列来自海外的信件，记录了中国企业在异国他乡的奋斗历程，展现了中国商业的全球影响力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-12-03/doc-incyevpp4729682.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-12-03/doc-incyevpp4729682.shtml

16. 携手迪士尼、奈飞，作品覆盖超180个国家和地区，阅文：国剧出海，正在发生巨变

关键词：中国剧,海外市场,东南亚,国际影响,视频点播

概要：中国剧在东南亚视频点播市场快速崛起，已成为当地用户第二大娱乐内容，尤其在免费增值领域，中国剧占比达到40%，超越韩剧成为第一大影视剧。2022年中国电视剧出口总额达8274万美元，同比增长45.6%。阅文集团出品的《庆余年第二季》《与凤行》等剧集在海外多国视频平台上表现优异。中国剧不仅在东南亚市场受欢迎，在韩国、泰国等地也受到观众喜爱。阅文正通过与Disney+、Netflix等国际平台合作，推动中国IP的全球化发展，涵盖网文、出版、有声书、动漫、游戏等多个领域，构建全球IP产业生态。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2822771827/a8401473020014z1m)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2822771827/a8401473020014z1m

17. 新业务减亏，美团出海沙特前景如何

关键词：财报,营收,利润,本地商业,新业务

概要：美团发布2024年第三季度财报，显示营收935.8亿元，同比增长22.4%，超出市场预期。核心本地商业分部收入增长20.2%至693.7亿元，经营溢利增长44.4%至145.8亿元，经营利润率提升至21.0%。新业务分部收入增长28.9%至242亿元，经营亏损大幅收窄79.9%至10亿元。美团在本地商业布局上持续优化，新业务如食杂零售、网约车、共享业务和境外业务（Keeta）等减亏显著。其中，境外外卖平台Keeta在沙特利雅得成功上线，日均单量达7万，市占率约27%，显示出良好的市场适应性和增长潜力。美团计划逐步扩展至其他地区，并利用外卖业务推动更多元的本地生活服务。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7365499.html)：https://www.tmtpost.com/7365499.html

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

18. 萝卜快跑轰油门出海，卷起了马斯克

关键词：自动驾驶,出海,L4级,技术优势,运营成本

概要：特斯拉发布CyberCab时，尽管马斯克希望重现好莱坞式的辉煌，但发布会后股价却大幅下跌。相比之下，中国的萝卜快跑不仅推出了全球首款前装量产L4级无人车，还计划进军海外市场，包括获得香港首个自动驾驶车辆先导牌照，瞄准全球三分之一的右舵左行市场。预计到2030年，全球Robotaxi市场规模将达到8349亿元。中国自动驾驶技术在全球范围内具有竞争力，尤其是在硬件和软件方面。然而，出海面临的技术和法规挑战也不容忽视，如适应右舵左行国家的气候和路况，以及满足不同地区的交通规则。尽管如此，中国企业在技术积累和成本控制上已有显著进步，有望在全球自动驾驶市场中占据有利位置。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7368655.html)：https://www.tmtpost.com/7368655.html

19. 三七互娱党委书记杨军：游戏已成为中国文化国际传播的新桥梁

关键词：游戏出海,文化传播,品质追求,本地化策略,传统文化

概要：2024年度中国游戏产业年会在北京召开，主题为“扬文化之帆，共创游戏出海新篇章”。会上发布的《2024中国游戏出海报告》指出，2024年中国自主研发游戏海外市场收入达185.57亿美元，同比增长13.39%。三七互娱在会上分享了其在游戏全球化及文化传播方面的成功经验，2024年实现营业收入133.39亿元，并迁入广州人工智能与数字经济试验区。公司通过高品质游戏和本地化策略拓展国际市场，例如《Puzzles & Survival》中的广彩联动活动，积极传播中国传统文化。此外，三七互娱还参与国际游戏展会，推动中华文化在全球范围内的线上线下传播，提升了中国游戏的国际影响力。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7380530.html)：https://www.tmtpost.com/7380530.html

20. 飞鹤出海布局持续深化，加拿大工厂奶粉在当地全渠道开售

关键词：加拿大,奶粉,沃尔玛,Loblaws,线上

概要：中国飞鹤在加拿大的首个婴幼儿配方奶粉工厂生产的奶粉已在沃尔玛403家门店上架，并将登陆加拿大最大连锁零售品牌Loblaws。这款奶粉自2016年开始筹备，填补了加拿大多年未生产婴幼儿配方奶粉的空白。飞鹤加拿大工厂采用创新配方并通过临床喂养试验，确保产品的科学营养和安全性。此外，飞鹤还引入了溯源系统，提升消费者的信任度。飞鹤此举不仅满足了当地市场需求，还促进了当地产业发展，展现了中国乳业的国际竞争力。飞鹤计划进一步扩大在加拿大的销售渠道，同时深化国际布局，为全球婴幼儿提供高质量的产品。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1644114654_61ff32de02001wb6w.html)：http://k.sina.com.cn/article_1644114654_61ff32de02001wb6w.html

21. 奈雪的茶：将坚持健康、“茶饮+烘焙”双品类、品牌出海

关键词：健康,茶饮+烘焙,品牌出海,健康快充,超级食材

概要：奈雪的茶创始人彭心在行业活动上表示，品牌未来将专注于“健康”、“茶饮+烘焙”双品类发展及“品牌出海”三大方向。为响应健康趋势，奈雪推出“健康快充计划”，强调在减少糖分的同时增加营养元素，如超级食物。此外，奈雪将继续深化“茶饮+烘焙”模式，探索早餐等消费场景。在国际化方面，奈雪已进入泰国、新加坡、马来西亚市场，并计划扩展至欧美地区，采用“直营+加盟”策略加速海外市场布局。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-04/doc-incyieum3744299.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-12-04/doc-incyieum3744299.shtml

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

22. “悄悄”拓店5000家，蜜雪冰城在东南亚狂奔

关键词：东南亚,社交货币,快速扩张,加盟模式,供应链

概要：蜜雪冰城在东南亚迅速崛起，成为年轻人的新型“社交货币”。截至2023年9月，蜜雪冰城在海外已开设近5000家门店，尤其在越南和印尼分别拥有约1300家和2300家门店。其成功的关键在于“小店快跑”的模式和强大的供应链支持。蜜雪冰城通过与OPPO和vivo等品牌合作，利用其成熟的经销商网络和物流体系，快速拓展市场。此外，蜜雪冰城在四川建立的亚洲总部，配备了先进的仓储物流设施，进一步增强了其在东南亚的供应链能力。面对未来，蜜雪冰城将继续优化品牌形象和价格体系，应对东南亚市场复杂多变的挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7372774.html)：https://www.tmtpost.com/7372774.html

23. 杨元庆：出海是联想最正确战略抉择之一

关键词：出海,全球化,并购,供应链,研发

概要：联想自1984年创立以来，历经40年发展，其中20年专注于全球化战略。2004年，联想以30亿美元收购IBM的PC业务，开启全球化进程。通过并购、建立全球供应链、研发及营销体系，联想形成了“全球资源、本地交付”的运营模式。公司注重企业文化多元化与合规性，通过高效的决策机制和目标考核体系，实现了全球化与本地化的平衡。目前，联想在180个市场开展业务，拥有18个研发基地和30多个生产制造基地。2024年第二财季，联想的营业收入和净利润显著增长，尤其在PC和手机业务方面表现优异。未来，联想将依托混合式人工智能技术，推动“中国智造”引领全球产业发展。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/cj/2024-12-04/doc-incyhpwt3976085.shtml)：http://finance.sina.com.cn/cj/2024-12-04/doc-incyhpwt3976085.shtml

24. 钛媒体「年度出海全球化」系列榜单正式揭晓

关键词：出海全球化,企业行动,海外发展,全球化品牌,市场反馈

概要：2024年，中国企业出海全球化趋势显著增强，众多企业在海外取得突破性进展。钛媒体等机构联合举办的2024 EDGE AWARDS创新评选，表彰了在出海领域表现突出的企业和个人。获奖企业如长城汽车、大宇无限、联影医疗等，不仅在各自领域实现了市场突破，还在技术创新、本地化运营等方面展现了卓越能力。这些企业在硬件制造、互联网科技、医疗服务等多个领域取得显著成绩，展示了中国品牌的全球影响力。同时，亚马逊云科技、领英等出海生态伙伴为企业提供了关键支持，帮助它们高效、稳定地拓展国际市场。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7372243.html)：https://www.tmtpost.com/7372243.html

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。