

Think big with data

2025上半年 国内影视剧市场分析

2025.7 极光月狐数据



Nasdaq: JG

在线视频

+13.5%

在线视频行业应用
2025上半年人均使用
时长

头部平台

89%

爱优腾芒四大头部平台
上半年新剧供给的
行业占比

红海赛道

+6pp

现实主义悬疑剧增多
上半年上新的公安刑侦类较去年同期增加

平台差异

爆款集中于古装赛道
悬疑赛道爆款缺位
高分剧仍不足
空降剧拉新能力强

蓝海赛道

各平台男频剧储备较多资源有待上线
年代剧、科幻剧等赛道供给有望增加

创新趋势

古装在人物与场景上探索叙事创新
悬疑在社会议题和人性挖掘上探索创新

目录

CONTENTS

1

互联网内容生态及影视剧市场现状

- 1.1 线上流量大盘
- 1.2 线上内容生态格局
- 1.3 在线视频平台格局
- 1.4 影视平台用户特征

2

头部平台剧播差异及热播剧案例分析

- 2.1 2025上半年剧播分析
- 2.2 上半年爆款剧集分布
- 2.3 头部平台剧播表现
- 2.4 各平台热门剧集案例

3

2025-2026年国内影视剧市场趋势

- 3.1 各平台待播题材数据概览
- 3.2 红海赛道：悬疑题材、她题材发展趋势
- 3.3 蓝海赛道：男频剧集、IP创新发展趋势

01

2025上半年互联网内容生态及 影视剧平台发展现状

- 1.1 线上流量大盘
- 1.2 线上内容生态格局
- 1.3 在线视频平台格局
- 1.4 影视平台用户特征

互联网用户流量增长见顶，各行业应用争夺存量用户精力

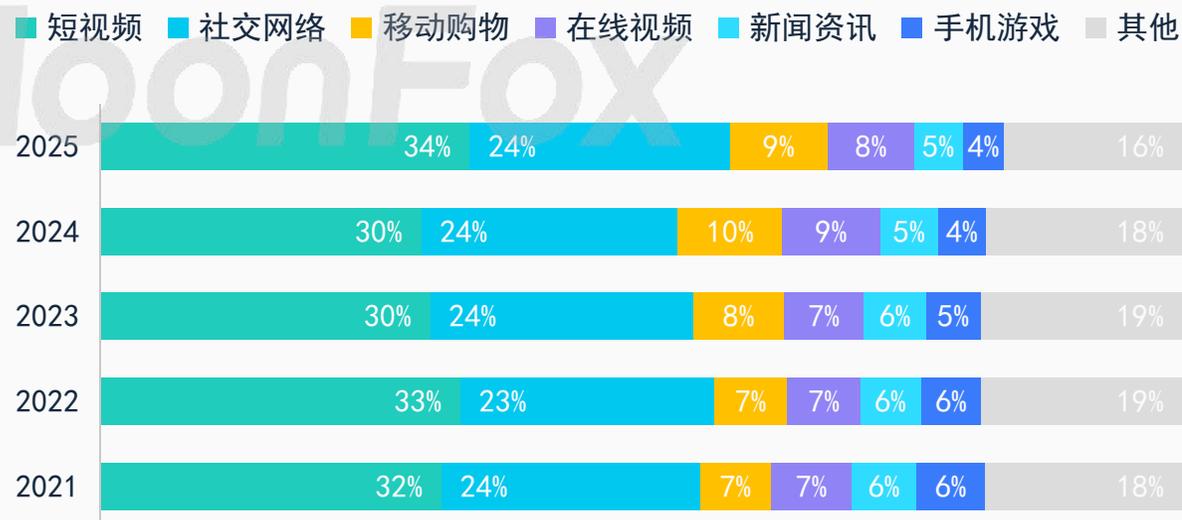
截至2024年12月，我国网民规模已近11亿，互联网渗透率达到78.6%，人均单日在线时长稳定在4小时左右。

极光月狐数据显示，2025年，网民花费在各类应用上的时长分布逐渐趋于稳定。

2020-2024年网民规模及在线时长



2021-2025年互联网用户在线时长分布



短视频内容生态扩张较快，长视频在压力下保持增长

短视频生态仍快速扩张：

免费短剧急剧增加，带动短视频、社交网络行业持续扩容、用户粘性增强

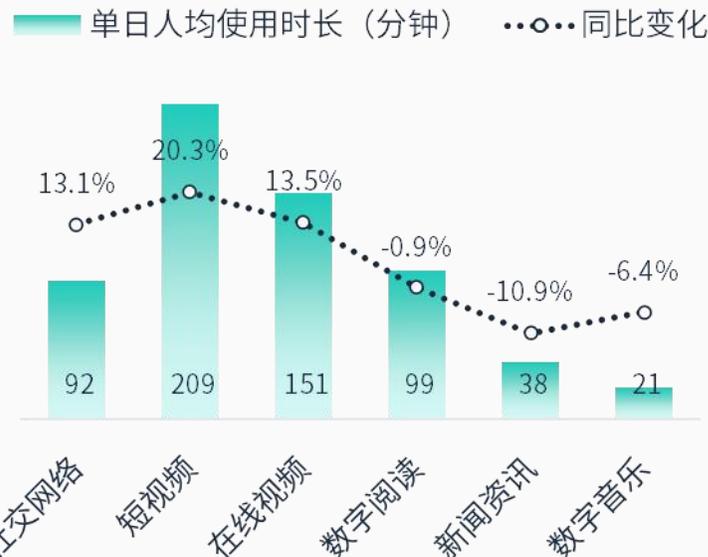
其他行业应用发展空间受限：

新闻资讯、数字音频及数字阅读则面临用户时长下滑的压力

在线视频在压力下保持扩张：

在线视频行业用户规模较稳固，但在线时长保持较高增速

2025年各行业应用月活用户规模及使用时长



2025年应用列举



红果免费短剧：2025年月均活跃用户超6300万
较去年同期增长203%



河马剧场：2025年月均活跃用户超4100万
较去年同期增长363%



抖音精选：2025年单日人均使用时长超34min
较去年同期增长103%

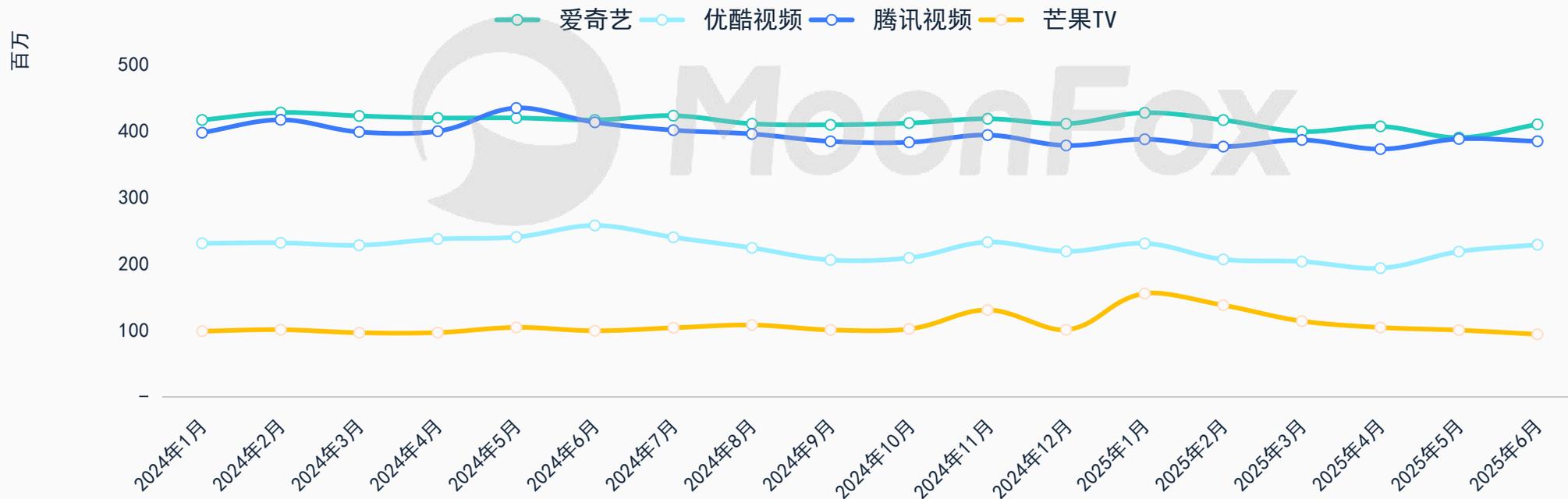


优酷视频：2025年单日人均使用时长121min
较去年同期增长68%

头部影视平台的流量格局稳固，短期波动受剧综播出效果影响

影视剧应用占据在线视频行业主流，影视剧应用的流量格局稳固，受爆款内容影响，形成短期的浮动或下跌。

头部影视平台：近18个月活跃用户规模变化



腾讯视频覆盖更多男性及下沉市场用户，芒果TV垂直于女性圈层



「女性垂直」

芒果TV的核心用户画像是聚集在三线及以上城市的年轻女性用户



「一线为主、银发优势」

优酷视频用户更集中在二线及以上城市；46岁及以上的中老年用户占比较其他平台更高。



「更下沉、男性优势」

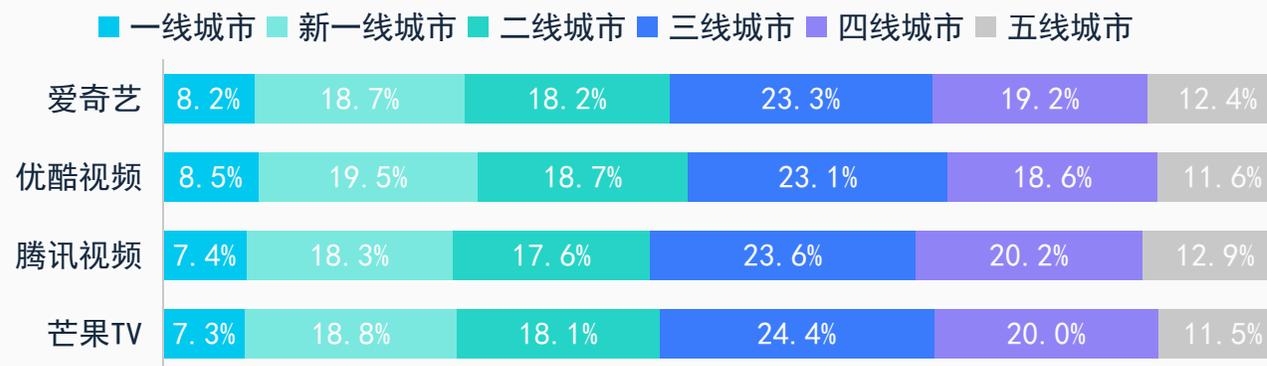
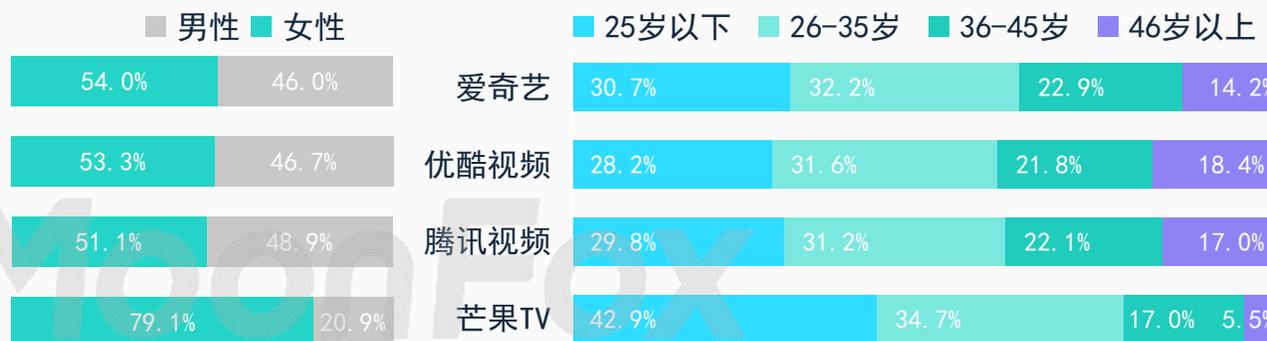
男性用户在腾讯视频的比重最高，四线及以下的下沉市场用户占比较其他平台更高



「泛大众、更年轻」

相近活跃用户规模下，爱奇艺较腾讯视频则更多年轻用户，更集中于一线和新一线城市

2025年各平台活跃用户画像



02

2025上半年头部影视平台剧播 差异及热播剧案例分析

- 2.1 2025上半年剧播分析
- 2.2 上半年爆款剧集表现
- 2.3 头部平台剧播分析
- 2.4 各平台热门剧集案例

2025上半年新剧供给数量稳定，悬疑及古装赛道竞争激烈

供给稳定

2025年爱优腾芒上新国产剧共122部，与去年数量齐平，占行业整体89%。

竞争激烈

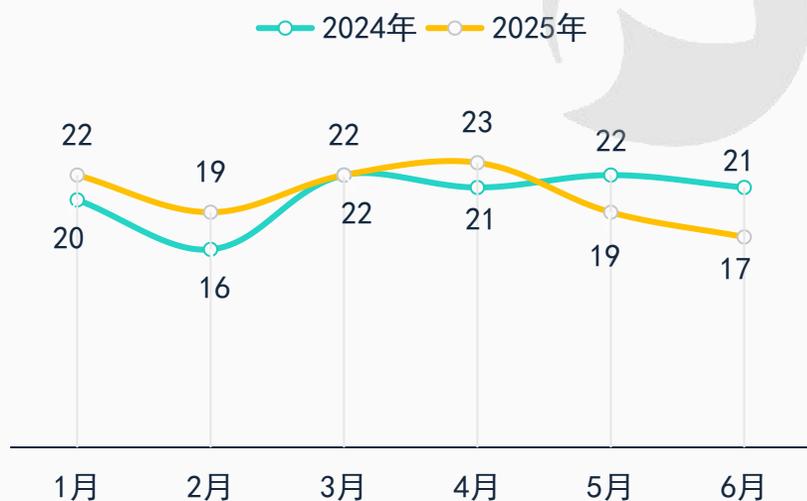
悬疑剧集、古装爱情上半年供给超过三成，且古装仍是爆款重阵地

增长赛道

公安刑侦题材供给在上半年显著增加，较2024上半年上涨6个百分点

2025H1 上新国产剧集数量

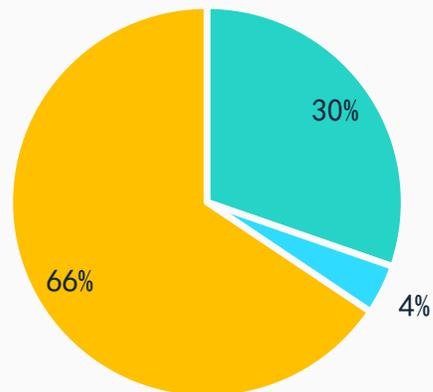
总数保持一致，月均上线数量基本一致



2025H1 上新国产剧集年代背景及主要题材

■ 古装剧 ■ 近现代剧 ■ 当代剧

■ TOP10 题材



2025上半年播放量10亿+剧集：高分不足、悬疑缺位、古装表现较优

2025上半年网络端累计播放量TOP10

2025上半年TOP10:

古装剧 共8部

台网联播 共5部

豆瓣评分 平均值6.51

悬疑剧 爆款缺位

年代剧 缺乏高分大剧

空降剧集 占6部

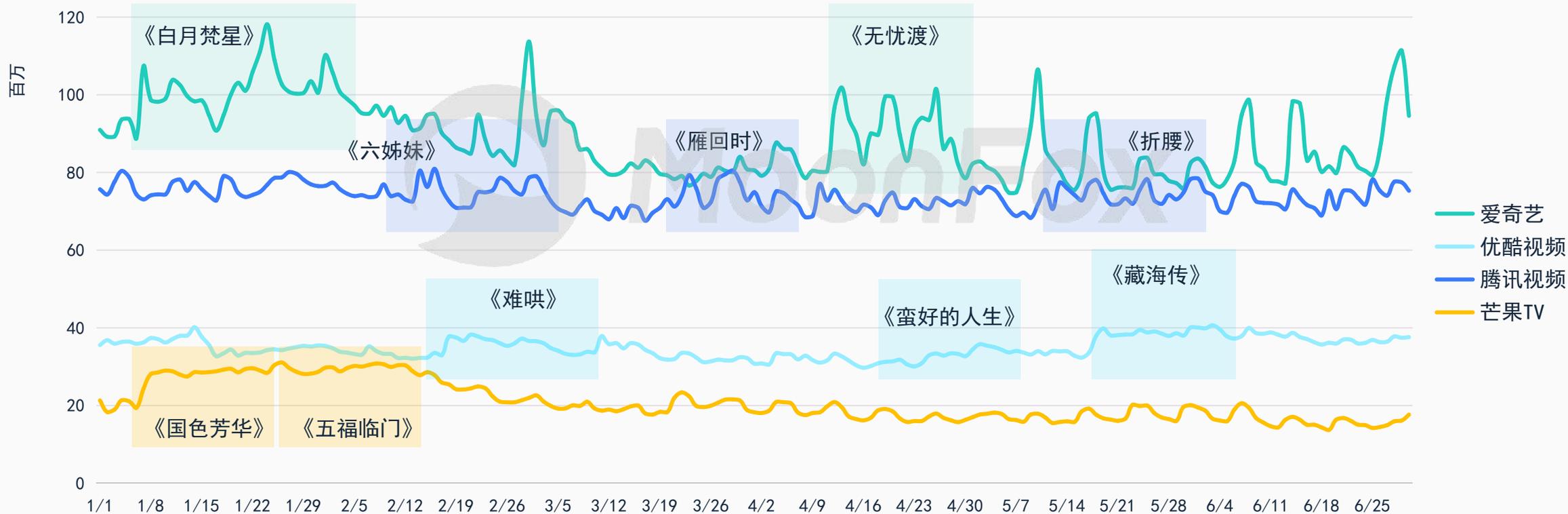
*未经官方提前宣传或定档直接上线

剧名	上线时间	网络播出平台	内容题材	豆瓣评分	总播放量	电视台/其他播出渠道
藏海传	5月18日	优酷	古装/剧情	7.1	18.2亿	台网联播, CCTV-8
国色芳华	1月7日	芒果TV	古装/剧情	7.8	15.1亿	台网联播, 湖南卫视
白月梵星	1月7日	爱奇艺	古装/爱情	5.8	15.0亿	/
六姊妹	2月 3日	腾讯视频	年代剧	5.7	13.5亿	台网联播, CCTV-1
折腰	5月13日	腾讯视频	古装/爱情	6.5	12.5亿	6月上星播出, 浙江卫视
难哄	2月18日	优酷	古装/爱情	5.4	12.3亿	Nexflix同步上线
无忧渡	4月12日	爱奇艺	古装/玄幻/爱情	7.5	11.8亿	/
雁回时	3月18日	腾讯视频	古装/爱情	6.8	10.6亿	/
蛮好的人生	4月17日	优酷	现代/都市/情感	6.4	10.2亿	台网联播, CCTV-8
五福临门	1月25日	芒果TV、咪咕视频	古装/爱情/喜剧	6.1	9.8亿	台网联播, 湖南卫视

优质剧集“空降救市”，热播期内有效拉升平台流量及用户留存

2025H1 各平台日均活跃用户走势 × 热门剧热播期

爆款长剧播出期间，平台DAU明显上涨且持续周期覆盖剧播2-3周



平台排播策略分化：短期内寻求单点突破、长期内矩阵化布局

短期内：平台上新剧集强化在某一赛道的单点突破、快速渗透用户

长期内：各平台开始布局多元化内容矩阵、风险分摊或寻求新增长点

高密度排播+爆款内容持续强化用户认知



都市生活10部，在医美行业、中年职场、女性成长等领域保持话题度



开年两部古装爆款拉长平台高流量周期，上半年古装剧6部



现实主义悬疑剧集明显增多，各平台上新涵盖公安刑侦在内的悬疑剧集16部

.....

平台长剧排播策略分化

多赛道试水，扩大内容外延

科幻元素

男频内容

各类喜剧



爱奇艺：长剧发展受阻、平台寻求转型，上半年古偶拉新效果更好

2025年加速长短生态融合、寻求新的增长点

【AI+】长剧观看体验加快：推出“跳看”功能+“桃豆”智能助手

【新业态】改变单一收入结构：扩展内容电商、线下乐园、海外市场

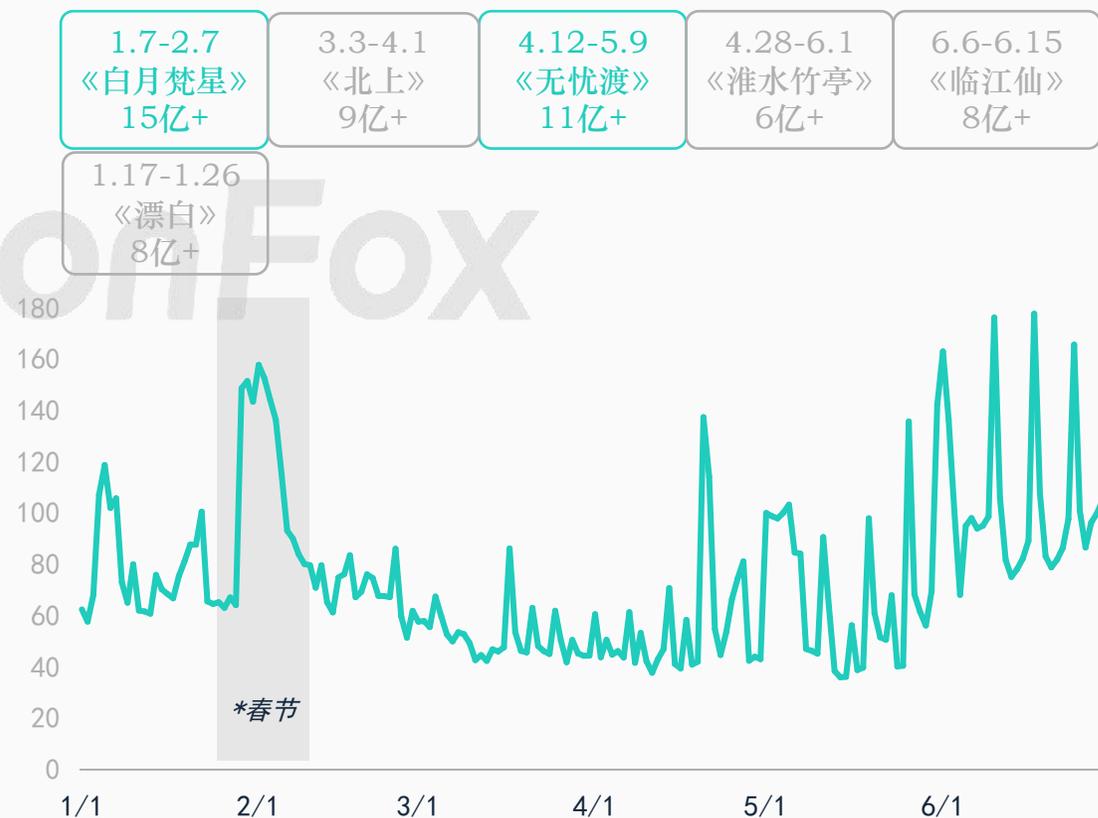
【扩短剧】IP衍生、外部引入：“爱奇艺极速版”升级为短剧平台

平台亟需找到新的增长点

2025上半年长剧生态仍靠古偶支撑、悬疑未达预期

- 2025Q1会员服务环比增长7%，在线广告下滑
- Q1悬疑热门剧集《漂白》高开低走，剧播期内口碑翻车，豆瓣评分仅5.3
- Q2迷雾剧场力推秦昊主演新剧（改编紫金陈作品），仅有2亿+播放量

爱奇艺2025年1-6月单日新增用户规模走势图（万人）
及平台热门剧集播放量



优酷视频：上半年发力都市内容的多元化，同时打出男频古装爆款

2025延续单点打爆的排播策略、都市板块剧集2-4月密集上线

5月男频古装承接热度，现象级爆款持续拉高平台流量

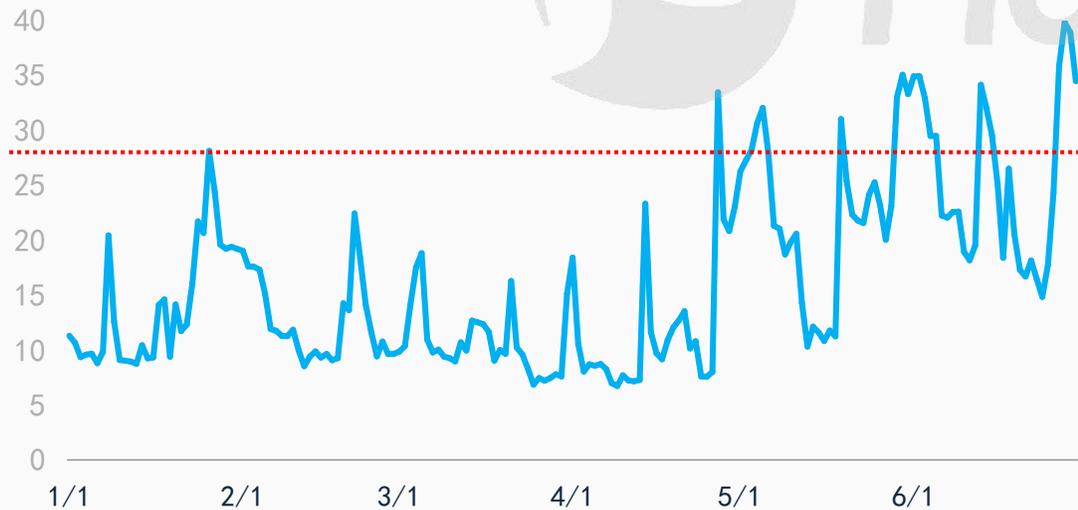
2025上半年长剧表现

现代剧从人物职业、叙事取材、生活背景等多维度延展题材边界，获得较高话题度



《难哄》 都市甜宠
 《嘘国王在冬眠》 都市甜宠
 《以美之名》 小众职场
 《蛮好的人生》 家庭/职场
 《藏海传》

优酷视频2025年1-6月单日新增用户规模走势图（万人）



抖音相关话题播放量：

- #疑似被以法之名做局了 3.2亿
- #网剧沙尘暴到底谁才是凶手 1.7亿
- #终于理解到以美之名了 3.2亿
-



多个新赛道
跑出爆款



古装男频

累计播放量
18亿+



都市甜宠

累计播放量
12亿+



家庭/职场

累计播放量
10亿+

腾讯视频：坚守IP化打法，现实主义排播增加、古装托底爆款

超头部IP：产业链持续造血

基于腾讯生态，形成IP产业链
“网络文学+动漫+真人剧集+实体商业”（如三体、斗罗大陆等）



多元化IP：广撒网押注爆款

不同领域超90位作家版权内容采买（严肃文学、网络文学、出版小说等），多题材赛道储备充足

腾讯视频2025年1-6月单日新增用户规模走势图（万人）

10亿+爆款：女性成长、悬疑复仇 仍是吸睛要素

2.3-3.12
《六姊妹》
13亿+

3.18-4.17
《雁回时》
10亿+

5.13-6.20
《折腰》
12亿+



2025上半年加速上线现实主义剧集：

罪案悬疑 月均更新2-3部悬疑剧，但缺乏爆款，深挖现实主义小众题材

爽文思路 爽文思路照进现实，多部现实主义爽剧上线



- 2024年底《永夜星河》《九重紫》拉高用户预期，2025开年缺乏现象级爆款承接热度，年代大剧《六姊妹》后期口碑较差、播出不及预期
- 伴随特色IP剧集《折腰》《长安的荔枝》等上线，2025二季度新增用户规模明显回温

爱奇艺
优酷视频
腾讯视频
芒果TV

芒果TV：年初上线爆款及高分剧，长剧生态呈现新面貌

2025年长剧生态转型，深挖女性赛道多元化题材

古装剧从偶像爱情向成长剧情转移排播重心
都市剧融入年轻人关注的社会议题，老场景新叙事
增加悬疑、科幻、冒险等多元化题材剧集储备

传统长剧生态聚焦年轻女性
“小而美”剧集打出平台特色

近8成
女性用户

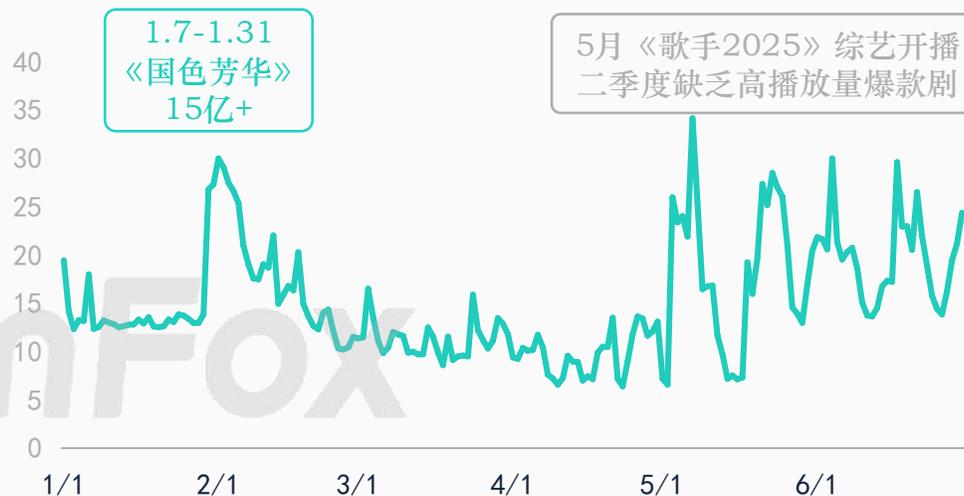
2025发力构建多元化长剧生态
满足泛女性群体内容消费需求

2024年平台表现喜忧参半

- 长综艺强势主导，剧集爆款集中在下半年
- 优质内容供给有效拉新，同比增长16%
- 但广告增长乏力，长剧生态面临转型



芒果TV 2025年1-6月平均新增用户规模走势图（万人）



古装剧在2025上半年排播明显增多，占比过半



2025都市剧内容创新，话题度高



2025上半年爆款题材及热播剧集案例

都市



内容去同质化
(原创剧本)

稀缺视角-保险业

中女人设-强反叛精神

反套路逻辑-话题预设

古装-女频IP



有效改编：剧集放大IP价值、兼顾商业价值和较高口碑
(非爆款网文小说改编剧集)

中式美学高度还原

映射现实社会议题

配角群像出彩

人物更立体

情感线饱满

古装-男频IP



人物传奇属性强
大男主复仇 VS 小人物反叛

中式美学高度还原

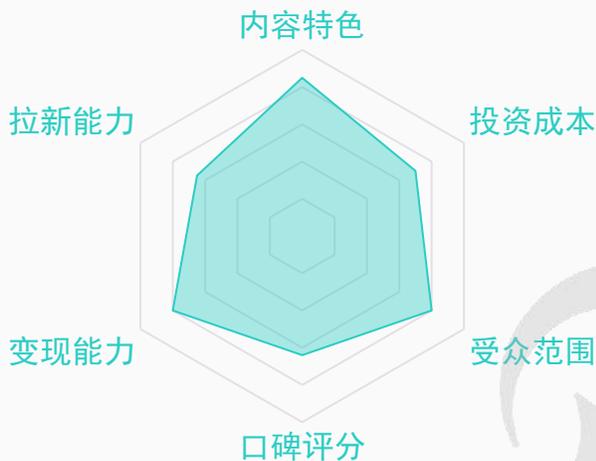
映射现实社会议题

悬疑元素

剧集吸金力强

《蛮好的人生》以新视角切入都市女性，剧宣营销放大内容价值

都市赛道挖掘新视角，人物及剧情内涵丰富，内容及制作特色奠定爆款基础



剧宣营销：多平台策略组合，构建剧集IP的影响力



微博：强化精品剧定位，央视媒体、明星演员、营销大V等发声为主



抖音：宣发主阵地



#蛮好的人生 话题播放量99亿+

长剧评 粉丝群 剧情热点

官方视频 网友投稿 ...



小红书：更精准的内容投放，渗透核心受众，即30左右的中女人群

家庭关系 人际关系 职场关系

女性成长 中年危机 ...

优酷&CCTV-8首播
各地方卫视跟播

合作顶级演员及汪俊导演
(2024导演《玫瑰的故事》)

女性及家庭群体为
主要受众

植入品牌共计29家，
太平洋保险推出同名年金险

豆瓣评分6.4

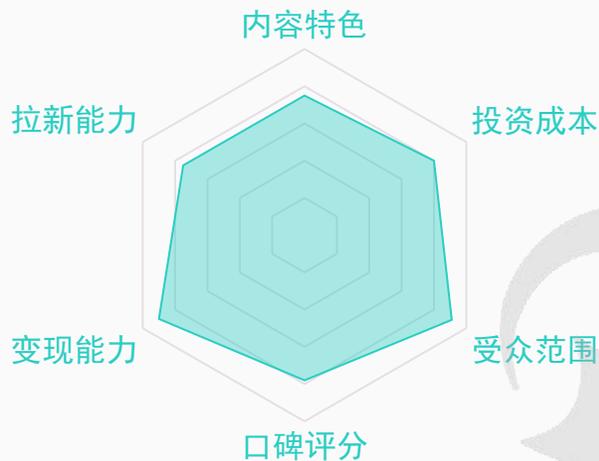
网络端播放量10亿+
截止5月，总收视率6.3%

极光月狐iAPP显示，首播期间，平台单日新增用户最高超过33w，成为1-4月最高峰

《国色芳华》完整时代蓝本和逻辑架构下的内容爆款

丰富的内涵增加剧集长尾影响力：

剧集破圈提升商业价值：



现实主义人物塑造、性格丰满：

- 主角颇具反叛精神、冲破封建礼教
- 事业线和感情线双视角完善人物塑造

宏大叙事背景、逻辑较完整：

- 构建朝堂权谋、家族纷争的时代背景
- 聚焦花卉行业，串联花卉养殖、买卖等经济场景

中式美学的画面冲击：

- 服装道具设计、礼仪风俗有据可靠
- 极致还原魏晋唐宋时期的审美风格



剧集IP出圈：

- 拉动花卉消费：
#菏泽牡丹卖爆了# 热搜TOP4
- 剧集+文旅联动：
洛阳上演《国色芳华》主题灯光秀
- 带动文化出海
多个海外KOL发布看剧reaction

极光月狐 iAPP显示，首播期间恰逢春节假期，大结局收官日新增用户26.8w+

芒果TV、咪咕视频、湖南卫视同步播出

一线演员二搭合作 (杨紫+李现主演)

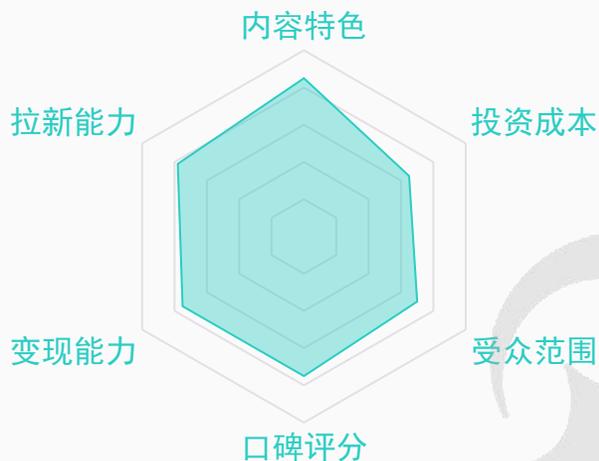
女性主要受众 家庭客群、银发族

植入品牌共计38家 品牌联名14家

豆瓣评分7.8

网络端播放量15亿+

《无忧渡》无广告开播但热度猛增，内容价值驱动品牌追投



内容特色

- 稀缺题材 → 古偶爱情 + 志怪、捉妖
- 快节奏 → 单元结构 + 18天连播
- 强话题性 → 人性刻画 + 成长型CP

拉新效果显著

- 官方公布，《无忧渡》为爱奇艺2025上半年拉新榜TOP3
- 极光月狐iAPP显示，《无忧渡》首播期间平台新增用户规模平均每日68w，远超2月以来日均值

营销亮点

服化道融入“中式恐怖”，角色设计取材于《山海经》，为内容营销及周边销售提供素材库



《山海经》知识科普



演员开箱周边产品



打造线下快闪活动

爱奇艺独播

合作一线演员
制作团队爆款经验充足

年轻女性为主要受众

开播时无品牌广告，
开播后12家品牌追投

豆瓣评分7.5

网络端播放量11亿+

《折腰》改编和制作取巧，小成本古偶剧带来高商业价值

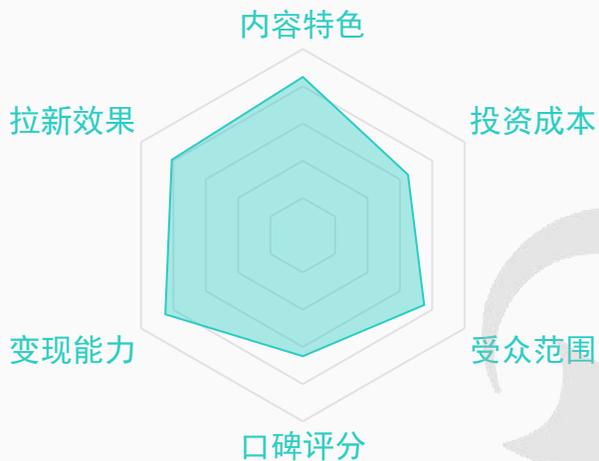
内容及制作亮点

- IP改编删繁就简，弱化高成本的宏大叙事，**侧重细腻的情感描摹**
- 复仇背景下**增加喜剧内容**，剧情和台词**反套路、易于传播**



剧播中后期拉新效果更明显

- SVIP大结局收官（5.29）前后一周时间，平台新增用户规模平均每日76w，高于4-5月均值



- 官方拉动网友二创，参与剧情讨论
- #折腰 播放量67.7亿次
- #折腰一出 拉郎遍地#阅读量7715万
- #折腰夫妇 播放量1.9亿次



- 网友延展剧集内容，大量造梗
- #折腰赘婿被同一个导游坑了#阅读量7461万

“大胖小子和大胖丫头”

“折腰F4”

- 剧外互动，官方全程“活人营销”
- 线下扫楼主：接亲主题、婚礼番外主题
- 全员上桌：配角团体上综艺《一见你就笑》



社媒平台用户讨论热情高涨

都市 - 现实
古装 - 女频 IP
古装 - 男频 IP



腾讯视频平台首播，6月在浙江卫视上星播出



合作一线演员及邓科导演（2024导演《与凤行》）



受众以年轻女性为主



植入品牌共计30家



豆瓣评分6.5



网络端播放量12亿+

《藏海传》获口碑及商业化双赢，成为大男主剧集标杆

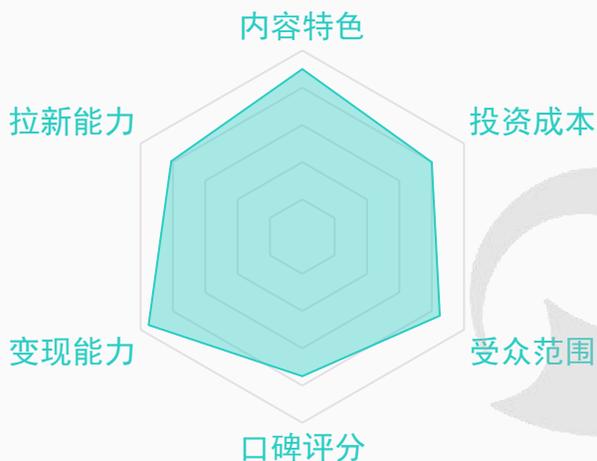
IP原创性改编+大制作投入，带来高质量内容创新

爆款IP的原创性改编

- 剧集延展《盗墓笔记》中几段话，建构起40集故事架构
- 朝堂权谋、历史情境为原创内容，内容风格偏严肃

大投入+精细化制作

- 郑晓龙导演，代表作《甄嬛传》
- 顶流演员+老戏骨，组成历史群像戏的强大演员阵容
- 服化道融入传统文化，制作精良



挖掘多个话题点，贯穿制作-播出-完播全周期

抖音话题#藏海传
播放量150亿次



开播前：定位#复仇 #悬疑 题材标签

预热期：结合精良场景搭建，凸显#中式美学 的制作特色

热播期：推出互动话题#面具人是谁 带动讨论和网友二创

完播期：主创解读+618品牌营销节点，延伸长尾热度

极光月狐iAPP显示，首播期间平台单日新增用户规模最高35w+，刷新2025上半年峰值

 优酷&CCTV-8首播，同步在海外渠道播出

 海内外用户分布较为广泛

 合作品牌共计60家，
优酸乳等4家品牌推联名活动

 豆瓣评分7.1
IMDb上评分9.5

 国内网络端播放量18亿+
全媒体视听市场超16亿小时

《长安的荔枝》播放量高开低走，“节令营销”成独特卖点

《长安的荔枝》大剧宣发，联动地方文旅、助农电商等实现剧集破圈和拉动消费的双赢



- 腾讯视频、CCTV8首播，网络端播放量5亿+
- 央视首播收视率1.48%，随后连续多日下滑

平台+主演，为地方文旅发声

- 腾讯视频在线下活动、线上周边上线荔枝礼盒，带火多个应季品种
- 主创为文旅站台，刺激消费



剧集植入品牌30家 12家品牌推出联名产品



央媒参与互动，为助农活动引流



广东文旅发起话题#长安的荔枝就适合边吃边看#

#电视剧长安的荔枝 播放量17.6亿次



- 原著IP热度高、原作者担任编剧、未播先火
- 知名演员+喜剧演员，增加生活化表达
- 制作精良、大唐场景还原、视觉体验强



豆瓣评分6.6



“魔改剧情”导致差评、网友弃剧：

- 形式大于内容、剧情烂尾、逻辑不通
- 删掉女性角色、主演与原著出入较大

平台间用户争夺回归内容质量、内容创新思路转型

长剧生态回归高质量

用户审美升级倒逼产业升级，各平台在细分题材类型下的创新加深

借横屏短剧进行生态补位

甜宠、喜剧题材及中短篇IP改编居多，轻量化的快节奏短剧成为新的引流利器

节奏加快，内涵加深

制作方以快节奏、高密度内容争夺用户心智，但爆款内容的叙事内涵不减反增

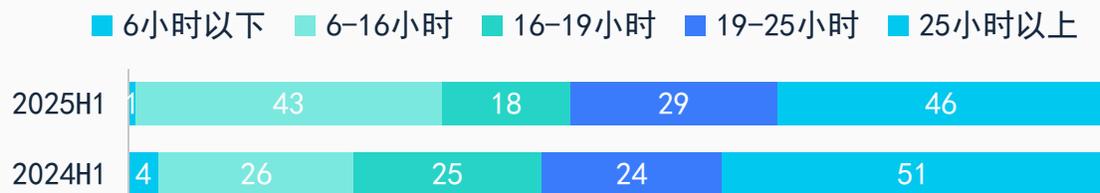
IP类型持续扩张

增加严肃文学、科幻小说改编，乃至经典题材、热门IP翻拍等

平台长短生态融合案例

腾讯视频升级“十分剧场”：2025上线多部热门短剧由长剧演员主演、质量较高；如《狮城山海》《鸚鵡》等

国产新剧的总时长分布



03

2025-2026年国内影视剧市场 趋势展望

- 3.1 各平台待播题材数据概览
- 3.2 红海赛道：悬疑题材、她题材发展趋势
- 3.3 蓝海赛道：男频剧集、IP创新发展趋势

各平台待播剧集题材分布：大盘稳定的前提下探索细分类型创新

爱奇艺2025待播剧集分布



优酷2025-2026待播剧集分布



腾讯视频2025待播剧集分布



芒果TV 2025-2026待播剧集分布



现代悬疑赛道竞争激烈，在**现实人性**和**社会问题的探讨**中寻求内容创新

- 悬疑剧以犯罪、缉凶、刑侦为主要背景 “悬疑+” 融入都市、家庭、职场、爱情等多元化题材中

古装长剧转向宏大背景下的成长性叙事，从**人物和背景**上寻求创新

- 改编IP选择从虚构小说、通俗文学向严肃文学、历史小说转型
- **男频IP**改编剧集储备较大、资源尚未释放（如大男主、人物传奇等）

- **创新题材增加**：科幻、喜剧、大男主
- **2025特殊年份**：年代、军旅、抗战剧增多

趋势一：需强化社会议题与人性挖掘，突破同质化

厂牌博弈

重心转移

悬疑+

各平台加码悬疑厂牌

转向现实悬疑背景下的人性多面侧写

悬疑元素成为题材创新的抓手

热门作者IP

知名导演

主演强阵容



女性救赎
全员反派

社会变迁与
基层追凶

家庭暴力
搜证定罪

婚姻关系
双女主



“悬疑元素”的融入强化了爱情、社会、家庭伦理等题材的人物冲突、剧集看点



古装悬疑



女性悬疑



家庭悬疑

趋势二：“她题材”从女性互助向复杂情感叙事、多元场景拓展

古装女性群像剧增多，关系叙事转型：
从宫廷群像到家族群像，从斗争到互助

2025待播剧集



2025上半年

热播剧集在女性互助剧情上获得较高的用户口碑，如《掌心》《雁回时》《国色芳华》等

现代都市剧集“她”题材转型：
复杂细腻的女性情感叙事增多

2025待播剧集



代际关系 犯罪悬疑 女性友谊



年代剧 女性职场 女性觉醒

各个年代的女性题材覆盖多元场景和人物身份，融入社会议题和女性困境的探讨，加深对复杂女性情谊的刻画。

趋势三：IP改编资源待释放，历史权谋、大男主剧成新增长点

男频网文改编为主流、数量增加

古装玄幻、武侠为主，少量少年
群像剧

爱优腾持续下探男性古装赛道

历史、权谋、悬疑小说改编剧增
多，内容偏严肃

预期男频剧的市场竞争加剧



2025上半年

男频赛道头部剧集成功出圈打开男频剧
新局面，观众及品牌方的关注度增加：

- 2025年上半年，《藏海传》剧集成为男频标杆，台网两端获得高热度
- 《长安的荔枝》则在商业化上打开新局面，带动文旅、应季产品营销

累计播放量5亿+
植入30多家品牌广告



累计播放量18亿+
6月大屏观众3亿人+

趋势四： AI 技术助力内容创新，未来科幻、严肃文学与主旋律剧预期增多

科幻IP内容的改编加速，各平台储备剧集：

腾讯视频《三体·黑暗森林》
芒果TV《火星孤儿》《天才玩家》
优酷《泰坦无人声》《梦之海》
爱奇艺《间客》《球状闪电》
.....



特殊年份，抗战、军旅增多：

2025是纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年，多部主旋律和抗战剧集待播



AI/AR/XR等技术便利性驱动下的内容创新：
现代背景下的奇幻、志怪、科幻元素增加，融入都市爱情、人物传奇、群像探险等内容



IP改编
类型更广

严肃文学改编增多
爱奇艺的大家剧场，剧集选题向边地民族、农村乡土下沉；腾讯视频将严肃文学作为重点推介板块之一，梁晓声、贾平凹等文学名家的作品改编增多



1. 数据来源

1) 月狐iAPP (MoonFox iApp)，基于极光云服务平台的行业数据及月狐iAPP平台针对各类移动应用大数据的挖掘，并结合大样本算法开展的数据统计与分析； 2) 月狐iBrand (MoonFox iBrand)，基于全面品牌洞察方案，对门店客流、店铺数、销量、用户画像等多维度数据进行统计与分析； 3) 月狐iMarketing (MoonFox iMarketing)，基于自有移动端大数据和用户画像标签，对人群社会属性、地理位置、轨迹特征、线上行为偏好等多维度数据进行统计与分析； 4) 月狐调研数据，通过月狐调研平台进行网络调研； 5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期及数据指标请参考各页标注。

3. 免责声明

月狐数据MoonFox Data所提供的数据信息系依据大样本数据抽样统计、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，月狐数据MoonFox Data也不例外。月狐数据MoonFox Data依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，月狐数据MoonFox Data不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与月狐数据MoonFox Data无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

4. 报告其他说明

月狐数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待。

5. 版权声明

本报告为月狐数据MoonFox Data所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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》和其他法律法规的规定。

THINK BIG 数据洞见未来 WITH DATA

Website

www.moonfox.cn

Email

data@moonfox.cn