

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:

中国与中东加速“双向奔赴”，迪拜自贸区紧盯中企出海新机遇；
国产手游出海市场大“洗牌”：巨人网络下滑，米哈游、沐瞳科技排名飙升；
中国商业航天加速出海，力箭一号第三次完成国际发射订单。

行业环境:

1. 中国与中东加速“双向奔赴”，迪拜自贸区紧盯中企出海新机遇

关键词：双边贸易额,中企出海,经贸合作,经济转型,外商直接投资

概要：中国与阿联酋双边贸易额突破千亿美元，超1.5万家中企在阿经营，90%计划拓展中东市场。迪拜IFZA自由区近日在上海设立中国首个办公室，旨在成为中企“出海阿联酋—辐射中东”的桥梁，减少出海壁垒。2024年IFZA服务的中企数量同比增长30%。中阿经贸合作密切，阿联酋是中国在中东第一大出口市场，2024年双边贸易额达1018亿美元。中企在阿投资从传统能源、基建扩展至高科技、数字经济等领域。IFZA自由区以高效注册、低税（企业所得税9%）等优势吸引企业，助力迪拜绿地FDI全球领先。专家提醒中企出海需重视法律、财税等风险，IFZA提供一站式服务，帮助中企顺利进入中东市场。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-17/doc-infufcyi6092275.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-17/doc-infufcyi6092275.shtml>

2. 出海GEO优化：跨境电商与医疗平台的全球化新引擎

关键词：全球化,市场拓展,文化差异,跨境电商,医疗健康

概要：在全球化的背景下，企业拓展海外市场面临文化、消费习惯和法规差异等挑战。生成式引擎优化（GEO）通过深度本土化策略帮助企业突破障碍。例如，佛山某家具企业通过海鹦云控股的GEO优化，针对美、法、德市场定制营销策略，转化率提升45%-60%。医疗健康领域则需建立信任，某专科平台通过展示专业资质、本土化科普内容和合规管理，用户留存率提高25%。海鹦云控股的GEO服务结合AI与市场洞察，强调文化融合与合规性，成为跨境电商和医疗行业出海的关键工具，助力企业实现可持续增长。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6342715155/17a0e271300101dzx8): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6342715155/17a0e271300101dzx8>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 9月国产手游出海市场大“洗牌”：巨人网络下滑，米哈游、沐瞳科技排名飙升

关键词：手游出海,排名洗牌,收入增长,头部厂商,中坚力量

概要：10月11日，Sensor Tower数据显示，9月中国手游出海市场排名激烈洗牌。腾讯稳居榜首但增速放缓，点点互动凭借《Whiteout Survival》和《Kingshot》双爆款巩固第二，网易位列第三。米哈游因《原神》5周年庆收入增长33%跃升至第五，沐瞳科技新游《ACECRAFT》飙升7位至第十一名。头部厂商通过双爆款和持续运营巩固优势，中坚厂商依赖版本更新实现突破，新贵则靠差异化产品快速崛起。品类深耕、精准运营和全球化布局成为竞争关键，中国厂商在全球TOP100收入占比升至36.1%，行业持续活跃。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-13/doc-infmsmew8776282.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-13/doc-infmsmew8776282.shtml

4. 短剧出海在AI时代等风来？

关键词：AI短剧,短视频平台,市场规模,海外市场,用户需求

概要：2025年AI短剧爆发式增长，中国短剧出海市场规模预计达634.3亿元，美国为主要收入来源，东南亚和中东偏好“甜宠”“悬疑”题材。技术如Sora 2提升视频质量，降低成本，AI短剧效率高，成本仅为传统十分之一。中国团队转向本土化生产，利用AI优化运营。虚拟演员兴起，行业进入数据驱动时代，当前为出海黄金期，未来竞争将加剧。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7721033.html)：https://www.tmtpost.com/7721033.html

5. 中国商业航天加速出海，力箭一号第三次完成国际发射订单

关键词：商业航天,国际合作,卫星发射,运载火箭,太阳同步轨道

概要：中国商业航天企业正加速国际合作。2025年10月，中科宇航力箭一号火箭成功发射巴基斯坦遥感卫星02星等三颗卫星，完成第九次飞行任务，累计送入轨道卫星73颗。力箭一号已三次履约国际订单，包括为墨西哥、阿曼等国提供发射服务，技术成熟且成本降至1万美元/公斤。中科宇航计划科创板上市，并拓展亚轨道科学试验等业务。此外，银河航天、垣信卫星等中国企业也与泰国、巴西等国达成合作，推动低轨卫星互联网出海。航天宏图获海外9.9亿元订单，星河动力、蓝箭航天也与德、马、新等国签署协议，显示中国商业航天国际化进程加快。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-19/doc-infumfqq4936385.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-19/doc-infumfqq4936385.shtml

6. 品牌出海第一课：先学会避坑再考虑赚钱

关键词：跨境出海,品牌建设,社交媒体策略,本土化运营,内容营销

概要：中国企业出海经历了从代工到品牌建设的四个阶段：萌芽期（1978-1999年）、探索期（2000-2007年）、成长期（2008-2019年）和创新期（2020年至今）。当前，企业更注重品牌建设和新兴营销方式。然而，出海过程中存在六大核心陷阱：1) 重运营模式导致高投入和长回报周期；2) 生搬硬套国内模式，忽视市场差异；3) 品牌文化难以引发海外共鸣；4) 本土化管理流于表面；5) 产品力不足，陷入低价竞争；6) 忽视知识产权保护。这些陷阱警示企业需避免简单复制国内经验，重视本土化和长期战略规划。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-10-13/doc-infmysym2969143.shtml)：http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-10-13/doc-infmysym2969143.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 新能源出海下半场：“中国造”充电桩正在打通全球“毛细血管”

关键词：新能源汽车,充电桩出口,全球能源转型,市场竞争,海外需求

概要：中国充电桩企业正加速出海，主要受国内市场竞争激烈和海外需求爆发的驱动。国内充电网络已全球领先，但市场饱和导致价格战，而海外市场毛利率更高。欧美充电设施建设滞后于电动车普及，为中国企业提供机会。出海策略包括分层突破（如欧美高端市场、东南亚性价比市场）和商业模式创新（设备+服务+运营）。企业通过合作、本土化生产等方式拓展市场，但面临认证、贸易保护等挑战。典型案例包括星星充电、道通科技等企业在欧洲、非洲、东南亚的布局，推动中国新能源产业链全球化。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1461887147/5722a0ab001010d9y)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1461887147/5722a0ab001010d9y

8. 本土酒店出海，为何热衷“首攻”东南亚？

关键词：出海战略,东南亚市场,商务需求,东方美学,人口红利

概要：华住集团亚太区在新加坡举行签约仪式，旗下全季品牌在马来西亚吉隆坡和柬埔寨金边新增三家酒店，进一步深化东南亚市场布局。吉隆坡和金边的项目分别瞄准商务和文旅需求，计划于2026年开业。全季通过轻资产输出和本土化合作，将东方美学与当地文化融合。此前，全季新加坡首店运营六年表现优异，平均房价超千元，出租率达90%以上，验证了海外模式的可复制性。东南亚成为华住出海首选，原因包括中国游客基础、政策便利、商务需求增长及人口红利优势。本土酒店集团出海东南亚经历两阶段：早期依赖代理商，现阶段通过品牌矩阵、会员体系和数智化改造提升竞争力。面对文化差异和市场竞争，体系化能力和产品价值是关键。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-15/doc-infxtuqs2166837.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-15/doc-infxtuqs2166837.shtml

9. 中国家用机器人“出海”忙

关键词：智能家电,家用机器人,全球市场,市场份额,产业链供应链

概要：中国制造的家用机器人在全球市场表现强劲。今年上半年，全球扫地机器人出货量达1126.3万台，同比增长16.5%，中国品牌占据全球市场份额TOP5中的4席，合计份额达57%。除扫地机器人外，割草机器人、泳池清洁机器人等也迅速崛起，中国品牌在欧美市场占有率显著提升。成功因素包括：强大的产业链供应链、不断增长的科技实力（专利申请量占全球三分之二）以及超高性价比。中国品牌通过跨境电商直接触达用户，推动全球产业格局重构。尽管面临贸易壁垒和文化差异等挑战，但随着技术进步，家用机器人正从“奢侈品”变为全球家庭“必需品”，中国品牌出海前景广阔。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/3037284894/b5094a1e02001ns8i)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/3037284894/b5094a1e02001ns8i

10. 数量质量双突破！工业化革新助力国产影片出海

关键词：中国电影,海外票房,题材创新,共情传播,工业化革新

概要：今年中国电影海外票房持续刷新纪录，春节档、暑期档和国庆档多部影片在海外热映，出海数量和质量均有突破。数据显示，2025年国产电影票房前20名中有15部实现海外上映，如《哪吒之魔童闹海》《唐探1900》等覆盖全球多地，并进入拉美等新市场。题材创新和共情传播拉近了与全球观众的距离，如《捕风追影》探讨AI诈骗问题，《南京照相馆》通过二战题材引发共鸣。工业化革新助力影片质量提升，《哪吒之魔童闹海》和《封神第二部》展示了中国电影的尖端技术和协同生产能力。国产电影从“作品出海”转向“产业出海”，通过精准投放、IP衍生开发和电影节活动提升国际影响力，展现了中国文化自信和工业化水平的快速进步。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-16/doc-infuacvu9826856.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-16/doc-infuacvu9826856.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

11. 商标争夺战背后的出海较量

关键词: 凉茶品牌, 海外市场, 商标问题, 植物饮料, 增长趋势

概要: 海外市场正成为国内凉茶品牌竞争的新焦点, 王老吉与加多宝在海外商标问题上互不相让。全球植物饮料行业快速增长, 2019-2024年复合增长率近10%, 东南亚、中东等新兴市场表现突出。王老吉过去10年海外市场规模增长6.5倍, 年复合增长率超25%, 并加速布局海外供应链。2025年上半年, 王老吉母公司白云山业绩向好, 营收64.99亿元(同比增8.38%), 净利润12.95亿元(同比增15.87%)。加多宝也积极拓展东南亚等市场, 并在马来西亚建厂投产。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/7517400647/1c0126e4705907my7y): <http://cj.sina.com.cn/articles/view/7517400647/1c0126e4705907my7y>

12. 自动驾驶出海: 欧洲“插旗”新战场

关键词: 自动驾驶, 欧洲市场, 技术竞争, 监管框架, 数据合作

概要: 在被美国市场封锁后, 中国自动驾驶企业加速转向欧洲, 将其视为全球化的重要突破口。欧洲监管环境相对宽松, 且市场存在空白, 吸引了轻舟智航、元戎启行、Momenta等公司设立总部、开展路测并合作本地车企。中国企业在国内积累了算法、数据规模和量产经验, 具备技术优势, 但欧洲的隐私法规、道路复杂性及潜在保护主义情绪带来挑战。欧洲本土企业担忧竞争失衡, 呼吁统一监管框架。中国企业的出海既是技术自信的体现, 也是应对国内激烈竞争的必然选择。未来几年, 欧洲将成为中国自动驾驶全球化成败的关键战场。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1726918143_66eedff02001qyj8.html): http://k.sina.com.cn/article_1726918143_66eedff02001qyj8.html

13. 智研咨询发布: 体育用品出海行业市场运行态势、进出口贸易及发展趋势预测报告

关键词: 体育用品, 出海, 出口金额, 供应链效率, 性价比

概要: 中国体育用品出海表现强劲, 主要得益于品牌建设、供应链效率和性价比优势。2024年出口额达283.96亿美元(同比+6.77%), 2025年上半年增至149.01亿美元(同比+1.56%)。健身器材(如跑步机出口+12.75%)逆势增长, 受益于家庭健身需求延续和智能化创新。国际品牌(如耐克、阿迪)主导高端市场, 而李宁、安踏等中国品牌通过研发和设计提升竞争力, 加速拓展海外市场。未来趋势包括: OEM向ODM/OBM转型、开拓新兴市场、发展智能体育产品。智研咨询报告基于权威数据, 为企业出海提供战略支持。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-10-15/doc-infxtxuqs2148433.shtml): <http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-10-15/doc-infxtxuqs2148433.shtml>

14. 1杯奶茶卖60元? 中国茶饮出海收割老外

关键词: 茶饮出海, 东南亚市场, 欧美市场, 本地化调整, 定价策略

概要: 中国茶饮品牌正加速出海, 蜜雪冰城和喜茶成为两大代表。蜜雪冰城以东南亚为主战场, 通过低价策略和本地化创新(如肉骨茶味冰淇淋)迅速扩张, 海外门店超4700家, 全球总门店数超5万家, 超越麦当劳和星巴克。喜茶则转向欧美高端市场, 定价高达50-60元/杯, 选址核心商圈, 1/3海外门店位于美国, 通过供应链本地化维持品质。两种模式形成鲜明对比: 蜜雪冰城依靠规模效应和供应链优势下沉大众市场, 喜茶通过品牌溢价进军精英消费。茶饮出海不仅输出产品, 更传递文化符号和商业模式, 展现中国品牌的全球化潜力。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6724296984/190cca11801901aa7g): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6724296984/190cca11801901aa7g>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

15. 从几经折戟到扬帆出海，这家“没少折腾”的科技公司做对了什么？

关键词：智能短交通,家庭机器人,技术创新,市场导向,用户需求

概要：九号公司从排爆机器人遇冷到成为全球智能短交通领军企业，历经多次转型。初期因排爆机器人市场有限，团队转向平衡车研发，通过收购Segway和与小米合作，成功打开大众市场。随后虽在服务机器人项目上受挫，但及时调整战略，聚焦电动两轮车和海外电动滑板车、E-bike市场，实现爆发式增长。其割草机器人凭借创新技术成为欧洲家庭热门产品。公司强调洞察用户需求，通过技术创新解决痛点，目标是在全球四大产业实现领先。九号的成长体现了中国民企的韧性与适应力，展现了“中国智造”的国际竞争力。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6115560351/16c840b9f027017ikk)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6115560351/16c840b9f027017ikk

16. 长城汽车如何淬炼出中国汽车出海的“高阶方法论”？

关键词：新能源矩阵,全场景技术布局,越野分级体系,全球技术体验,新能源越野

概要：2025年10月，长城汽车在澳大利亚举办“GWM TECH DAY”全球技术生态活动，发布Hi4家族新能源矩阵及全场景技术布局，并推出新能源越野分级体系，展示五大品牌核心车型。长城汽车在澳洲市场表现优异，2025年1-9月销量达39343台，同比增长23.7%，市占率4.3%，位居中国品牌第一。其全场景热销验证了产品全球普适性，并通过Hi4-T等技术实现从“技术跟随”到“标准定义”的跨越。长城汽车坚持“在澳洲，为澳洲”理念，完成研发、测试、服务本地化，融入澳洲市场文化，构建品牌生态系统。此次活动标志着中国汽车从“产品出海”升级为“生态与标准出海”，为行业提供可借鉴的高阶出海范式。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1934060814_73476d0e027018412.html)：http://k.sina.com.cn/article_1934060814_73476d0e027018412.html

17. Colorkey 珂拉琪荣获健观奖“年度健康出海品牌”，健康彩妆定义全球化新范式

关键词：健康配方创新,精细化出海策略,健康出海品牌,彩妆安全,全球市场需求

概要：国产彩妆品牌Colorkey珂拉琪凭借“健康配方创新+精细化出海策略”荣获健观奖「年度健康出海品牌」。该品牌以健康彩妆为核心定位，研发投入超8%，产品通过国际认证，并针对不同区域市场推出差异化产品，如东南亚的高防晒唇釉、欧美的低负担彩妆等。2024年海外营收达15亿元，占总营收32%，成为国货彩妆出海标杆。健观奖认为其将健康属性转化为核心竞争力，结合本地化策略，为品牌出海提供了可复制的成功模式。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-16/doc-infuacvq1232751.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-16/doc-infuacvq1232751.shtml

18. SHEIN奔跑，产业出海“狂飙”

关键词：供应链,数字化转型,跨境电商,柔性供应链,绿色可持续

概要：SHEIN正从超级零售体向超级生态体转型，通过“自主品牌+平台”双引擎模式推动中国制造升级。其柔性供应链模式（小单快反）和数字化工具赋能传统工厂，如石鹏飞的毛衣厂和王宁远的服装厂，实现全年满产和高速增长。SHEIN投资智慧产业园和绿色供应链（如屋顶光伏、节水工艺），带动就业和减碳。平台化策略助力电竞设备、派对用品等卖家爆单，提供全球流量和趋势洞察。SHEIN的智能、绿色供应链和数字化平台正重构中国制造出海范式，推动产业带升级。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/cj/2025-10-17/doc-infufcyi6110113.shtml)：http://finance.sina.com.cn/cj/2025-10-17/doc-infufcyi6110113.shtml

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

19. 韩束官宣王嘉尔：一次“高端化+出海”宣言

关键词：国际巨星,品牌代言人,科学抗衰,国际化战略,跨文化

概要：10月13日，韩束官宣国际巨星王嘉尔为全球代言人，标志着国货品牌与国际顶流的双向奔赴。韩束近年来定位“科学抗衰”，通过自主研发成分（如环六肽-9）和科研布局，逐步摆脱传统国货标签。王嘉尔凭借国际影响力（如科切拉音乐节亮相、全球粉丝基础）和文化归属感，成为韩束高端化与全球化战略的关键桥梁。此次合作旨在重塑品牌调性，推动国际化进程，并借助王嘉尔的跨区域影响力拓展海外市场。韩束近年业绩亮眼，蝉联抖音美妆榜单冠军，用户复购率高，科研实力（如多肽技术）和国际学术参与（IFSCC、EADV）进一步巩固其竞争力。此次代言是韩束从“国货”向“全球科研美妆品牌”跃迁的重要一步。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7746407306/1cdb8cb8a00102rmaa)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7746407306/1cdb8cb8a00102rmaa

20. 半年爆卖47万辆，比亚迪出海杀疯了

关键词：新能源汽车,海外销量,全球市场,欧洲市场,巴西

概要：比亚迪今年海外销量表现亮眼，连续3个月销量超8万台，全年或破百万，欧洲市场超越特斯拉。覆盖110国，海外售价普遍高于国内（如ATTO 3达国内2倍）。巴西占当地新能源车80%份额，泰国和欧洲增长显著（欧洲混动策略促销量翻倍）。上半年全球销量214万辆，海外占比升至20%，单车均价17.6万元。王传福计划2025年超丰田，但面临市场教育、产能投入、售后等挑战，营销费增56.7%，海外扩张仍处初期。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-11/doc-inftrkn5509160.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-10-11/doc-inftrkn5509160.shtml

21. 海尔生物出海战略升维：从“产品输出”到“生态共建”的全球竞合格局

关键词：全球经贸秩序,医疗健康产业,技术创新,本土化运营,生态共赢

概要：10月14日，海尔生物2025全球合作伙伴大会在青岛举行，主题为“共生廿载·锚定新局”，汇聚40余国200多名合作伙伴。大会宣布海尔生物以“技术+本土化+生态”三位一体战略重构全球竞争逻辑，推动从“单品出海”到“生态共建”的转型。海尔生物聚焦实验室解决方案、智慧用药等四大产业，通过数智化方案实现全场景升级，构建全球核心竞争力。其“一国一策”本土化策略深入全球市场，定制化方案赢得用户信任，海外市场2019-2024年增长超200%，产品覆盖160多国。海尔生物通过零边界生态协同，与1100多伙伴共享创新成果，从“中国智造”转型为“全球医疗基建赋能者”，为中国企业高质量出海提供示范。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1850649324/6e4eaec020021tqm)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/1850649324/6e4eaec020021tqm

22. 芜湖起飞，奇瑞：以“全球速度”重塑出海格局

关键词：海外出口,全球市场,中国品牌,新能源车型,技术积淀

概要：奇瑞汽车全球表现亮眼，2025年9月出口13.76万辆，同比增长26.2%，前三季度累计93.6万辆，稳居中国乘用车出口第一。产品覆盖全矩阵车型，获51款全球五星安全认证，采用“由易到难”市场策略，实现多地本地化生产。新能源与智能化转型加速，推出高端车型并布局人工智能。2025年在港上市募资91.4亿港元，推动全球新能源发展，从“中国制造”迈向“全球创新引领者”。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_7020188106_1a26f91ca00101drdw.html)：http://k.sina.com.cn/article_7020188106_1a26f91ca00101drdw.html

02

头部品牌动态 Top Brand News

头部品牌动态：

23. “浙江老板在美国卖走步机、年入400万美金”，现在的国货出海堪比爽文

关键词：精英女性,居家健身,走步机,自律生活,TikTok

概要：国产健身品牌Umay（佑美）通过TikTok Shop成功出海，从国内电商转向海外市场。2023年，Umay在TikTok上凭借走步机视频走红，销量暴涨，随后普拉提板也成爆款。尽管2024年因供应链问题错过黑五，但2025年抓住TikTok Shop欧洲扩张机遇，通过直播和达人合作迅速打开市场，跑步机登上法国健身类目第一。Umay的案例展示了内容电商的爆发力，中国健身品牌正通过TikTok以生活化内容赢得海外消费者，实现快速增长。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6724296984/190cca11801901a9wq)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6724296984/190cca11801901a9wq

24. 从“产品出海”到“智造出海” 宇通客车全球化布局再进阶

关键词：整车性能,安全,环保,全球化,新能源技术

概要：宇通客车在全球市场表现卓越，凭借整车性能、安全与环保优势，在比利时世界客车博览会上斩获7项大奖，并成功向沙特、非洲、挪威等地交付大量定制化车辆。公司通过严苛测试（如40.3度倾斜弯道）和投资近亿元EMC试验室确保产品安全，其新能源技术（如YEA睿控平台）达行业领先水平。截至10月，累计出口超11万辆，覆盖60多国，并在卡塔尔建立首个海外新能源工厂。上市28年来，宇通累计分红271.3亿元，股息回报突出，展现财务稳健与股东责任。从“产品出海”到“智造出海”，宇通以技术和品质赢得全球市场，推动中国制造国际化。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-10-17/doc-infueany7454162.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-10-17/doc-infueany7454162.shtml

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。

艾瑞出海研究中心

✉ ken@iresearch.com.cn