

数码家电行业 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

第

51

周

2025/12.8-12.14

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点：

2025：从杭州六小龙，到深圳硬件great again；
谷歌重启，阿里入局：AI眼镜会沦为神话还是笑话；
机器人泡沫大讨论：揭秘“虚火”下的真实逻辑。

行业环境：

1. 2025：从杭州六小龙，到深圳硬件great again

关键词：创业哲学, 隐形冠军, 独角兽走廊, 营收数据, 技术打磨

概要：2025年，杭州“六小龙”与深圳“隐形冠军”集群形成鲜明对比。杭州企业擅长流量运营和宏大叙事，但部分公司产品与财务表现尚未成熟；而深圳企业如大疆、安克等更注重技术打磨，低调务实，形成以“独角兽走廊”为核心的硬件生态圈。两地创业哲学差异明显：杭州自上而下构建故事，深圳从底层技术出发，依托华强北快速试错与珠三角灵活供应链，实现“猥琐发育”。深圳创业者更关注产品本身，拒绝炒作，形成独特草根创新文化。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7804080.html)：https://www.tmtpost.com/7804080.html

2. 智谱AutoGLM与豆包手机的分歧，是AI时代的安卓苹果之战？

关键词：开源, 自主执行, 跨端协同, 技术垄断, 用户隐私

概要：12月9日，智谱开源AI Agent模型AutoGLM，支持跨端操作手机、电脑等设备，覆盖50多个中文场景，云端运行。2025年8月将推出2.0版本。开源旨在防止AI垄断、保护隐私、共享技术，包含核心模型和App Demo，采用MIT和Apache-2.0许可。AutoGLM定位基础设施，与豆包手机助手的硬件入口策略形成对比，类似安卓与苹果之争，标志通用AI Agent话语权争夺开始。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7803941.html)：https://www.tmtpost.com/7803941.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

3. 谷歌重启，阿里入局：AI眼镜会沦为神话还是笑话

关键词：AI眼镜,生态豪赌,垂直场景,数据掌控,资本狂热

概要：AI眼镜赛道正经历“百镜大战”，巨头如谷歌、阿里、华为等纷纷入局，竞争焦点从硬件转向垂直场景闭环与数据掌控。尽管市场预计2025年规模达42亿美元，但消费者仍持观望态度。当前玩家分为平台型巨头、手机厂商和垂直场景技术派，差异化明显。阿里整合生态压低价格，理想侧重汽车场景。技术突破推动AI眼镜从配件向终端蜕变，但挑战包括续航、舒适度和生态构建。巨头争夺的不仅是市场份额，更是下一代交互入口和物理世界数据，以巩固未来生态护城河。胜负关键在于硬件、生态与数据的平衡，需长期投入与耐心。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7800981.html)

4. 你的下一个玩具，会是AI？

关键词：IoT进化史,孤独经济,情感价值,情绪支持,Z世代

概要：中国IoT发展经历了从技术探索到情感价值阶段的演变。随着2.8亿单身人口推动“孤独经济”崛起，年轻人对情感陪伴的需求催生了AI情感产品市场。华为推出的“智能憨憨”凭借大模型、鸿蒙系统和数据闭环技术，迅速成为爆款，满足用户情绪支持需求。其他科技巨头如京东、阿里也纷纷布局AI陪伴产品，推动“硬件+软件订阅”模式发展。情感消费正从功能需求转向情绪价值，预计2028年市场规模将达595亿元。这一趋势不仅重塑了IoT行业，也为孤独经济提供了新的解决方案。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7797806.html)

5. 机器人泡沫大讨论：揭秘“虚火”下的真实逻辑

关键词：人形机器人,具身智能,泡沫,前夜,远程操控

概要：人形机器人赛道近期因1X公司发布的Neo演示视频引发争议，被质疑依赖远程操控而非自主智能。高盛报告指出，尽管资本市场情绪高涨，但实际订单与产能规划存在巨大落差，预计2035年全球出货量仅138万台。投资人认为当前处于类似“BERT时期”的技术积累阶段，期待“GPT-3时刻”的数据涌现。中美在技术路径上各有侧重：美国偏重软件和基础模型，中国则在硬件迭代和供应链效率上占优。商业化落地需软硬件结合，但短期可能由硬件驱动。具身智能与专用设备（如工业机器人）是不同赛道，前者依赖海量人类数据训练，后者解决特定问题。投资人认为，尽管当前估值偏高，但长期市场潜力巨大，需提前布局。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7789549.html)

6. 医疗行业的AI转型

关键词：急诊科,医疗体系,AI转型,数据治理,慢病管理

概要：本文探讨了现代医疗体系在数字化转型中的困境与出路。作者指出，当前医疗信息化虽普及，但未能缓解医生负担，反而增加了结构化数据录入的压力。真正的AI转型需从数据治理、算力部署到决策逻辑全面重构。医疗AI需基于高质量、多维度的数据，并确保安全性和隐私保护。同时，AI应融入医疗流程，成为医生的“第二大脑”，提升诊断效率和准确性。最终，AI将推动医疗从“按项目付费”转向“按价值付费”，让医院收益与患者健康挂钩，释放医生的人文关怀，实现技术与温情的平衡。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7789032.html)

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

7. 大模型第一股之争：MiniMax、智谱、月之暗面竞相赴港IPO

关键词：AI独角兽,香港IPO,大模型,估值坐标,资本市场

概要：国内AI独角兽MiniMax和智谱AI计划近期在香港IPO，争夺“大模型第一股”头衔，月之暗面也在探索港股借壳上市。MiniMax最快或于明年1月上市，募资数亿美元；智谱AI也瞄准相近时间点。此举不仅是资本竞争，更是行业从技术转向商业化落地的关键。背后巨头阿里和腾讯的战略投资，既为生态布局，也为技术对冲。沙利文报告显示，2025年企业级大模型需求激增，行业进入规模化落地阶段，竞争焦点转向场景契合与商业价值。上市将加速行业分化，成功者或扩大优势，失败者可能陷入恶性循环。未来胜出者需兼具技术创新、商业化能力和生态整合力。这场IPO竞速标志着行业从草莽时代迈向资本化成熟阶段。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7806465.html)：https://www.tmtpost.com/7806465.html

8. 所有人都All in，AI漫剧到底是怎么个事

关键词：漫剧,IP方,平台方,AI工具,流量分发

概要：漫剧是2025年下半年迅速崛起的热门内容形式，将静态漫画或小说转化为动画短剧，以轻量化制作和强剧情节奏为特点，适配短视频平台。其主流形态包括表情包漫剧、传统动态漫和AI漫剧，其中AI技术大幅降低成本至500-1000元/分钟，推动行业爆发。IP方（如阅文、番茄小说）和平台方（如抖音、腾讯）纷纷入局，提供IP、资金和技术支持。产业链涵盖上游IP供给、中游制作发行（如酱油动漫的规模化生产和奇想文化的精品化路线）和下游运营。漫剧目前以男频内容为主，但潜力在于IP孵化和类型拓展。尽管用户规模增长迅速，商业化前景仍需验证。AI技术带来的低成本和高产能使其成为内容行业的新焦点，但能否持续爆发仍待观察。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7800817.html)：https://www.tmtpost.com/7800817.html

9. AI陪伴+潮玩：被高退货率戳破的情绪泡沫

关键词：AI陪伴潮玩,市场爆发,低价同质化,退货率高,情感交互

概要：2025年AI陪伴潮玩市场快速增长，但行业乱象丛生，部分创业者依赖资源整合而非产品创新，导致市场陷入低价同质化竞争。消费者被营销吸引购买，却因产品智能水平低、交互体验差而大量退货，7天无理由退货率高达30%-40%。核心问题在于产品缺乏真实情感连接和场景化设计，仅堆砌技术而忽视用户体验。行业需从技术、场景和人文三方面突破：精准定位垂直场景，提升AI交互的自然性和记忆能力，并融合跨学科设计以增强情感共鸣。未来，AI潮玩需平衡技术与温度，才能避免成为短暂的情绪泡沫。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7800603.html)：https://www.tmtpost.com/7800603.html

10. 小家电行业“冰火交织”：一边调整一边扩产

关键词：小家电行业,企业战略,资源配置,业绩承压,市场竞争

概要：小家电行业告别普涨时代，呈现分化趋势。德尔玛因业绩承压调整苏州研发团队，优化资源配置，但否认解散传闻。其财报显示营收、利润下滑，主因行业增速放缓及研发投入增加。与此同时，比依股份、德昌股份等企业积极扩产，布局海外市场。奥维云网数据显示，环境健康电器逆势增长，清洁电器和厨房小家电虽短期下滑，但行业整体趋于理性回调。行业进入高质量发展阶段，竞争核心转向技术创新、效率提升和全球化布局，企业战略分化明显，综合实力成为关键考验。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2025/1208/651524.shtml)：https://news.cheaa.com/2025/1208/651524.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

11. 三条岔路，一场革命：豆包、DeepSeek、千问的终局博弈

关键词：AI大模型,用户活跃度,技术实力,生态闭环,C端体验

概要：2025年中国AI大模型领域呈现三大阵营分化：字节跳动豆包以用户活跃度领先，依托抖音、今日头条等超级App实现生态渗透，主打C端体验，但面临付费转化和B端拓展挑战；DeepSeek凭借技术开源和国际影响力领跑，其V3系列模型性能比肩GPT-4o，开源策略构建了多元生态并打破西方技术垄断；阿里通义千问通过全栈式布局展现优势，深度融入淘宝、钉钉等阿里生态，以“技术+场景”模式实现实用化突破。当前竞争已从技术参数转向生态构建与商业验证，三大路径各具特色，共同推动AI从“可用”到“好用”的升级。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7795060.html)：https://www.tmtpost.com/7795060.html

12. 赛道分化加剧，2026年人工智能最强风口来袭

关键词：人工智能,AI原生,多模态大模型,世界模型,自然语言交互

概要：2026年将成为人工智能发展的关键分水岭，AI将从“AI+”的修补阶段跃迁至“AI原生”时代，重构系统底层逻辑。AI原生系统具备自然语言交互、自主学习适应和自主完成任务三大特征，推动办公等场景的效率提升。物理AI将连接数字与物理世界，通过世界模型、仿真引擎和具身智能控制器实现感知到行动的跨越。多模态大模型（MLLMs）将深度融合文本、图像、音频等模态，拓展AI应用边界。世界模型让AI从数据驱动转向规律驱动，具备泛化能力和反事实推理，成为自动驾驶、具身智能等领域的核心。这场技术变革将重塑产业竞争逻辑，推动社会智能化进程。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7792882.html)：https://www.tmtpost.com/7792882.html

13. 从赋能到重塑，AI Agent 构建企业智能新引擎

关键词：技术探索,业务实践,智能化升级,多模态能力,数据隐私

概要：《云栖战略参考》探讨了AI Agent的快速发展及其在各行业的应用。据Gartner预测，AI Agent市场规模将从2024年的51亿美元增长至2030年的471亿美元。AI Agent不仅具备自然语言理解和任务规划能力，还能自主决策和执行任务，广泛应用于教育、工业、零售和医疗等领域。例如，好未来和叫叫通过AI Agent优化教学流程，中石油和叮咚买菜则利用其提升生产效率和供应链管理。然而，企业在落地AI Agent时仍面临技术、场景、合规和商业回报等挑战。阿里云建议企业优先选择高价值场景，通过构建自主数字员工推动智能化转型。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7791528.html)：https://www.tmtpost.com/7791528.html

14. 日本重启人形机器人研发 全球赛道竞争升级

关键词：技术研发,跨机构协作,全球竞争,工业应用,医疗救援

概要：日本政府宣布联合企业、高校及科研机构开发AI驱动人形机器人，目标2030年推出原型机，2050年实现多功能机型。日本技术研发持续进行，丰田、川崎重工等企业取得显著进展，如丰田与波士顿动力合作提升任务完成率，川崎重工迭代机器人完成复杂任务。全球竞争格局多极化，韩国、欧洲也在推进相关计划，中美处于领先地位，但日本凭借技术积累和协作模式快速追赶。目前人形机器人尚未量产，技术路线未定，日本的加入将加剧竞争，推动多领域应用，全球市场角逐进入关键阶段。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2025/1202/651401.shtml)：https://news.cheaa.com/2025/1202/651401.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

15. 大厂扎堆入局 AI玩具成陪伴经济新风口

关键词：AI玩具,陪伴经济,情感引擎,语音交互,情绪陪伴

概要：华为、京东等科技巨头近期纷纷进军AI玩具市场，推动陪伴经济热潮。华为推出首款搭载HarmonyOS 6的“智能憨憨”，京东京造也发布AI毛绒玩具，价格亲民且功能升级。AI玩具主要分为成人萌宠型、儿童聊天型和男性表演型，具备语音交互、情绪陪伴等功能。科大讯飞、迪士尼等企业也通过技术或IP合作入局。2024年国内AI玩具市场规模达246亿元，预计2025年增至290亿元，但面临低价体验差、高价难销等挑战，海外市场更受欢迎。欧盟已加强AI玩具的心理健康和隐私监管。未来，行业需平衡情感价值与社交能力培养，突破价格与体验矛盾，以实现持续发展。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2025/1202/651398.shtml)：https://news.cheaa.com/2025/1202/651398.shtml

16. 谁定义未来出行？高德、百度、腾讯的AI地图暗战

关键词：AI战略,智能出行服务,隐私安全,商业化挑战,用户体验

概要：2025年，AI成为地图行业竞争的核心。百度、高德、腾讯相继推出AI战略：百度开放AI平台，高德上线AI原生地图，腾讯发布智能驾驶地图9.0。AI使地图从导航工具演变为“智能出行服务生态”，但用户吐槽AI路线不准、广告过多、隐私问题。高德依托阿里生态，融合通义大模型和云计算，强化“空间智能”能力，并拓展打车、本地生活等服务。百度凭借文心大模型和智驾导航技术领先，但缺乏生态闭环。腾讯通过微信入口提供便捷服务，但品牌认知较弱。行业竞争从导航工具转向智能决策，生态协同成关键。未来，平衡用户体验与商业化，提供精准、无感的AI服务将是胜出关键。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7806499.html)：https://www.tmtpost.com/7806499.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：**17. 月之暗面，不想下牌桌****关键词：**AI创投圈,上市竞速赛,融资,估值,IPO

概要：今年以来，AI创投圈掀起上市竞速赛，月之暗面近期被曝正洽谈数亿美元融资，估值或达40亿美元，并计划明年下半年IPO。作为“AI六小龙”之一，月之暗面因推出国产大模型应用Kimi备受关注，已获超30亿元融资，但近期面临大厂竞争加剧、人才流失等挑战。2025年DeepSeek的崛起冲击了行业投流策略，促使月之暗面转向技术深耕，推出开源模型K2，聚焦专业用户与Agent能力，成本优势显著。然而，开源路线带来高算力成本，用户增长放缓，商业化压力增大。月之暗面调整战略，重启出海计划并探索垂类领域，但仍需在技术理想与商业现实间找到平衡。其IPO前景取决于能否在激烈竞争中持续创新并实现自我突破。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7797329.html>**18. VLA、世界模型与一副AI眼镜：理想在押注怎样的未来？****关键词：**AI眼镜,穿戴机器人,VLA路线,时间线记忆,车控

概要：理想汽车推出AI眼镜Livis，售价1699元起，与蔡司合作光学与镜片生态。Livis不仅是车企跨界产品，更是理想“穿戴机器人”战略的首款量产产品，定位为车外场景的AI交互入口。其核心功能包括空间交互、AI能力及第一视角结构化记忆，通过时间线设计整合多模态数据，强化VLA（视觉+语言+行动）模型的应用。硬件注重轻量化、长续航与AI性能，软件上融入理想同学系统，实现车、手机、眼镜的多端协同。理想将Livis视为AGI终端布局的关键一环，旨在通过物理世界数据提升模型能力，但短期内面临市场验证与财报压力的平衡挑战。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7794584.html>**19. 公开发声、高调挖人、投资150亿，雷军想续上机器人梦****关键词：**人形机器人,灵巧手,具身智能,大模型,AI大脑

概要：小米近期在机器人领域动作频繁，前特斯拉Optimus灵巧手负责人卢泽宇和“天才少女”罗福莉相继加入，分别负责灵巧手和大模型研发，形成“手”与“脑”的完整布局。雷军表示，未来5年人形机器人将广泛应用于小米工厂和家庭。小米早期通过机器狗“铁蛋”试水，但后续产品因技术瓶颈和行业热点转移未能持续引领市场。如今，小米通过投资近50家机器人产业链企业（如宇树科技、法奥机器人等）和自研核心部件，试图在具身智能赛道重新发力。雷军强调将投入20亿元并整合资源，力争缩短与行业头部的差距。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7784434.html>**20. 破局AI出海商业化，Manus们找到了新伙伴****关键词：**AI创业,商业化策略,全球化,支付系统,定价模式

概要：Manus联合创始人季逸超在新加坡Stripe Tour上宣布，公司年化收入达9000万美元，展现了AI创业的迅猛增长。Manus的成功得益于其全球化策略与Stripe的支付合作，解决了跨境支付和税务合规问题，快速实现商业化。然而，多数AI企业面临商业化挑战，需动态调整定价策略。Stripe调研显示，混合定价模式（如Manus的积分制）成为趋势，但自建系统成本高昂。ElevenLabs等企业通过Stripe的支付基建简化了全球化流程。Manus还推出基于Stripe的Agent支付模式，探索AI代理商业化。Stripe凭借全球交易经验，正助力AI创新者突破商业化瓶颈，推动智能体验升级。

原文链接：<https://www.tmtpost.com/7801095.html>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：**21. 失败13年后，谷歌又计划重返战场了****关键词：**智能眼镜,AI眼镜,开发者大会,产品策略,增强现实**概要：**Google Glass是智能眼镜领域的先驱，2012年首次亮相时因高昂价格（1500美元）未能普及。13年后，谷歌宣布重返AI眼镜市场，计划2026年推出首款产品，与Meta等竞争。新产品分为两类：基础款（无屏幕，支持语音交互、拍照等）和增强现实款（单目或双目屏幕）。谷歌将依赖Gemini AI和Android XR系统，利用现有生态降低开发门槛。然而，AI眼镜仍面临续航、重量和缺乏杀手级应用的挑战。目前产品更像手机配件，而非独立终端，市场接受度存疑。谷歌采取分阶段策略，但成功与否取决于能否解决核心问题。**原文链接：**<https://www.tmtpost.com/7804667.html>**22. 豆包手机助手动了谁的蛋糕？****关键词：**移动互联网,隐私保护,风控,AI手机助手,技术进步**概要：**豆包手机助手因权限和隐私问题遭遇多方限制，阿里系App集体“拉黑”其功能。该助手旨在通过AI简化操作，但技术原理涉及高权限屏幕识别，引发隐私争议。字节跳动虽主动下线敏感功能并建立合规体系，仍难阻行业抵制。其与中兴合作的AI手机被视为对手机厂商和应用大厂的双重挑战，触及流量与入口控制的核心矛盾。尽管体验不成熟且面临重重壁垒，此次尝试揭示了AI手机重塑生态的潜力，推动行业思考从“注意力经济”向“需求代理”转型的必要性。字节的激进创新虽引发争议，却为技术突破和商业规则重构迈出关键一步。**原文链接：**<https://www.tmtpost.com/7799737.html>**23. 段永平和门徒们的AI新江湖****关键词：**投资圈,中国巴菲特,AI投资,价值投资,实用主义**概要：**段永平被誉为“中国巴菲特”，近年因AI投资引发关注。他2023年调整持仓，体现“理性参与”哲学，承认AI趋势但避免高估值泡沫，视AI为工具而非神话。其门徒（黄峥、陈明永等）务实落地AI，优化农业、手机系统等，避免概念炒作。段系形成“云端看戏，地面厮杀”格局，以“做对的事”为核心，抢占AI先机，等待泡沫后的价值兑现。**原文链接：**<https://www.tmtpost.com/7806794.html>**24. 巨鲸来袭，苹果进军机器人市场****关键词：**机器人计划,增长引擎,AI时代,技术储备,供应链差异**概要：**摩根士丹利报告显示，苹果正加速布局人形机器人领域，计划将其打造为新的增长引擎。此举源于iPhone增长乏力、AI领域受挫及库克时代即将结束的压力。苹果的优势包括品牌溢价、规模化制造能力、技术储备（如计算机视觉和AI）及垂直生态整合能力。然而，挑战也不小：供应链差异、高层人事变动、保守的公司文化及AI能力相对落后可能拖累进展。苹果计划2027年推出桌面机器人，功能类似“会移动的iPad”，作为AI实体化的初步尝试。未来，苹果可能通过消费产品思维推动机器人普及，并影响行业供应链和商业模式。尽管困难重重，苹果的入场或将为机器人行业带来新的变革。**原文链接：**<https://www.tmtpost.com/7800901.html>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

25. 云深处科技完成超5亿元C轮融资，加速具身智能核心技术攻关与行业落地

关键词：融资,技术研发,市场拓展,具身智能,四足机器人

概要：杭州云深处科技股份有限公司完成超5亿元人民币C轮融资，由招银国际和华夏基金联合领投，多家机构跟投。融资将用于技术研发、扩大产能及市场拓展，推动具身智能机器人在各行业的商业化落地。公司今年推出轮足复合机器人山猫M20和行业级人形机器人DR02，建成具身智能中试基地，并在电力巡检、安防巡逻等领域实现应用。云深处科技聚焦具身智能技术创新，构建“感知-决策-执行”全链路技术体系，产品覆盖国内外多个场景，包括电力、安防、仓储等。未来，公司将继续深化技术研发与产业协同，推动机器人技术与产业需求融合。投资方高度认可云深处科技的技术实力和场景落地能力，期待共同开拓智能机器人市场。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/780333.html)：https://www.tmtpost.com/780333.html

26. 滴滴战投领投，无论科技完成数千万元Pre-A轮融资，加速仿生表情机器人落地

关键词：情感交互模型,仿生表情,多模态情感交互,商业化路径,心理健康

概要：无论科技完成数千万元Pre-A轮融资，由滴滴战略投资部等领投，资金用于表情头产品完善和情感交互模型升级，预计2026年批量出货。公司聚焦人形情感交互机器人，自主研发软硬一体方案，技术国内领先，商业化覆盖B端和C端，未来计划拓展医疗心理健康领域。创始人认为面部表情交互技术将推动机器人大规模普及。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7792602.html)：https://www.tmtpost.com/7792602.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，其版权归艾瑞咨询所有，未经艾瑞咨询书面许可，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。

