

# 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 3 周

2026/1.5-1.11

# 01

## 行业趋势

Industry Trends

### 本周看点:

2026年, 品牌该认真对待AI GEO了;  
ChatGPT跟进阿福, AI健康按下快进键;  
当咖啡机器人席卷CES: 一场商用具身智能的消费革命。

### 行业环境:

#### 1. 2026年, 品牌该认真对待AI GEO了

关键词: AI聊天助手,生活必备工具,信息获取方式,消费决策,品牌故事

概要: AI聊天助手正迅速普及, 青年群体中96.8%将其视为生活必备工具。信息获取方式从“搜索”转向“对话”, 引发消费决策变革。AI成为消费者“第一顾问”, 通过深度对话提供精准建议, 压缩决策过程并转移信任。品牌需适应“意图经济”, 从争夺注意力转向精准匹配需求, 用具体、可验证的信息提升AI推荐概率。品牌与AI的关系分三层: 被“看见”(基础信息收录)、被“认可”(信息可信相关)、被“推荐”(场景化匹配)。AI时代营销核心是减少选择负担, 通过“反向精准营销”在碎片化场景中实现“一眼万年”的即时转化, 最终在AI生态中建立竞争优势。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7832895.html): <https://www.tmtpost.com/7832895.html>

#### 2. 现阶段的AI伴侣, 没有商业“神话”

关键词: 人工智能伴侣,情绪价值,商业模式,技术门槛,同质化内卷

概要: AI伴侣应用虽填补了现代人的情感缺口, 但商业前景堪忧。尽管需求旺盛, 技术门槛降低导致同质化严重, 用户迁移成本低, 流量变现困难。高昂的算力成本与低付费意愿形成矛盾, 如InflectionAI烧钱后被迫被微软收购。商业模式上, 订阅制天花板明显, 而广告+抽卡模式(如Talkie)稍显成功。此外, 技术瓶颈(如记忆连贯性)、监管风险及巨头竞争进一步挤压独立开发者空间。未来胜出者需平衡情感价值与商业变现, 而非单纯依赖技术参数。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7838038.html): <https://www.tmtpost.com/7838038.html>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 3. ChatGPT跟进阿福，AI健康按下快进键

关键词：AI浪潮,医疗健康领域,生成式AI,市场规模,健康咨询

概要：AI浪潮正深刻改变医疗健康领域。OpenAI于2026年推出ChatGPT Health，结合电子病历提供个性化健康建议，而美国Tempus AI、谷歌MedGemma等也在布局。国内蚂蚁阿福表现突出，整合硬件数据、多模态识别及在线问诊服务，MAU一个月内翻倍至3000万。全球AI医疗市场规模预计2032年达5041.7亿美元，年复合增长率44%。AI医疗通过优化成本、提升效率，助力“健康中国”战略，推动预防为主模式。蚂蚁阿福与多地卫健委合作，成为家庭医生签约平台，并获国家信通院认证，展现中国在AI医疗领域的领先实践。未来，AI将继续深化在慢病管理等场景的应用。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7837935.html)：https://www.tmtpost.com/7837935.html

## 4. 从CES 2026看AI落地：消费级硬件成巨头必争“敲门砖”

关键词：AI落地,消费级硬件,AI伴侣,机器人,智能家居

概要：CES 2026展会上，全球科技巨头聚焦消费级AI硬件，如三星推出“AI生活伴侣”计划，覆盖家电、移动设备等场景。机器人领域表现亮眼，中国企业主导智能家居赛道。AI眼镜成为竞争热点，字节、百度等企业加速布局，价格下探至2000元以内。消费级硬件被视为AI普及的关键入口，但面临用户认知偏差和同质化竞争挑战。行业认为，协作是未来发展方向，消费级AI硬件将催生千亿级市场，推动AI大众化。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7837252.html)：https://www.tmtpost.com/7837252.html

## 5. 当咖啡机器人席卷CES：一场商用具身智能的消费革命

关键词：具身智能,商业闭环,数字人交互,机械臂,精品咖啡

概要：2026年CES展会上，中国影智科技的XBOT咖啡机器人成为焦点，凭借双灵巧机械臂和数字人交互技术，实现了具身智能在消费场景的突破。该机器人由腾讯、小米早期成员唐沐创立，已部署600台，售出400万杯咖啡，展示了标准化商业产品的落地能力。XBOT通过好莱坞级视觉实验室捕捉咖啡师动作，实现±0.02毫米精度的拉花复刻，并搭载自研“咖啡大模型”支持个性化定制。唐沐的产品哲学融合科技与美学，强调情绪价值，赋予机器人社交属性。XBOT还拓展至冰淇淋等品类，未来目标是通过高密度部署构建消费数据入口，推动线下生态智能化。这一案例被视为具身智能商业化的里程碑，开启了万亿级消费场景升级的序幕。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7834136.html)：https://www.tmtpost.com/7834136.html

## 6. 理想、小鹏造“未来”，蔚来、零跑抢“明天”

关键词：新能源汽车,市场渗透率,智能化竞争,销量,盈利

概要：2025年，中国新能源汽车市场渗透率首次超过燃油车，造车新势力经历十年洗牌后，“蔚小理零”成为幸存者。零跑凭借“半价理想”策略逆袭，销量居首并实现盈利；蔚来和小鹏通过低价高配策略接近盈利，但蔚来面临品牌定位模糊问题；理想因增程车市场萎缩和召回事件陷入亏损，正战略调整。四家车企未来分为两派：理想和小鹏布局具身智能，探索汽车机器人；零跑和蔚来专注汽车制造，零跑扩展产品矩阵，蔚来优先实现盈利。短期务实策略更稳，长期技术布局或成关键，车企选择反映其发展阶段与市场判断，行业竞争将随L3智能驾驶推进进一步加剧。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7825921.html)：https://www.tmtpost.com/7825921.html

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 7. CES 2026观察: AI眼镜并没有迎来iPhone时刻

关键词: AI眼镜,消费电子,技术突破,市场教育,生态碎片化

概要: 2026年CES展上, AI眼镜未能成为爆款, 行业仍面临技术瓶颈、场景模糊和生态碎片化问题。尽管厂商如Meta、雷鸟创新、XREAL等展示了技术探索, 但产品多在功能迭代, 缺乏颠覆性突破。技术上的“不可能三角”(轻量化、长续航、高性能)尚未解决, 应用场景模糊导致用户需求不足, 生态碎片化也阻碍了发展。短期来看, AI眼镜难以普及, 但长期有望通过技术突破和价格下探成为新一代智能终端。行业需耐心等待“iPhone时刻”的到来, 当前应聚焦核心技术打磨和用户体验提升。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7836799.html): <https://www.tmtpost.com/7836799.html>

## 8. AI眼镜大战结局前瞻: 阿里与百度的超级终端争夺战

关键词: 消费电子, AI眼镜, 轻量化, 体验感, AI能力

概要: 2025年, AI眼镜成为消费电子赛道的焦点, 百度、阿里、字节、华为等国内外巨头纷纷入局, 展开“百镜大战”。竞争核心围绕三大焦点: 轻量化与体验感的平衡、AI能力的场景化落地及生态协同。百度小度AI眼镜Pro强调全场景陪伴, 阿里夸克AI眼镜则聚焦本地生活服务。跨界玩家如理想、蔚来瞄准车载场景, 但功能有限。尽管市场火热, 高退货率暴露了续航不足、功能适配性差及价格虚高等问题。2026年行业将加速洗牌, 政策支持和技术突破推动产品向大众化发展。未来竞争格局将趋向“头部集中+细分共存”, 商业模式或转向“硬件+服务”订阅制。AI眼镜正从概念产品迈向超级终端, 但其“iPhone时刻”尚未到来。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7835740.html): <https://www.tmtpost.com/7835740.html>

## 9. 2025年营销热点盘点: “情绪”成为核心生产力, IP营销频出爆点, AI营销革命大幕拉开

关键词: 情绪营销, IP营销, 联名营销, AI营销, 圈层营销

概要: 2025年营销以“情绪”为核心驱动力, 构建了品牌心智占领、爆点营销与产品销售闭环。情绪营销推动IP联名、圈层营销升级, 如瑞幸咖啡与线条小狗的“治愈”主题, 餐饮和服饰行业联名占比达18.5%和12.1%。AI技术助力营销革新, 虚拟偶像(如初音未来)和智能营销体系提升用户情绪捕捉效率。营销节奏与节日同步, 形成三大高峰: 元旦春节IP营销、劳动节618新品营销、中秋国庆双11多元营销。代言人营销、AI营销和圈层营销成为主流, 品牌更注重用户情感链接与内容共创。线上渠道流量集中, 电商平台拓展线下场景, 营销模式向智能化、个性化转型。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7832610.html): <https://www.tmtpost.com/7832610.html>

## 10. AI芯片2025: 巨头血拼, 权力鼎革

关键词: AI芯片, 主权与霸权, 货币替代品, 科技发展, 精英引领

概要: 2025年, AI芯片领域迎来权力鼎革, 英伟达虽仍占据半壁江山, 但面临谷歌、亚马逊等云厂商自研ASIC芯片的激烈竞争。中国市场的国产替代加速, 本土AI芯片渗透率显著提升。技术路线分化加剧, 从架构之争升级为系统之战, 英伟达的CUDA生态与谷歌TPU的ASIC路线展开对决。地缘政治影响加深, 中美博弈推动国产芯片崛起, 华为、寒武纪等企业表现亮眼。2026年, AI芯片市场将持续增长, 竞争重心转向生态构建与成本效率, GPU与ASIC的生态大战将成为焦点, 供应链争夺与国产化进程也将进一步加速。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7827014.html): <https://www.tmtpost.com/7827014.html>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 11. 机器人租赁火了，但这真的是一门好生意吗？

关键词：机器人租赁,具身智能,RaaS,服务体验,内容驱动

概要：智元机器人推出“擎天租”，国内首个开放式机器人租赁平台，主打轻资产运营，计划2026年前部署2000台机器人至200座城市。提供8款产品，日租200-4899元，覆盖文娱、导览等场景。平台依赖预置脚本和人工操作，标准化服务流程，但暴露机器人智能不足、依赖人工的问题。专家认为该模式缓解落地难题，但可能延缓技术突破，且用户新鲜感易流失，长期面临运营挑战。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7823909.html)：https://www.tmtpost.com/7823909.html

## 12. 2025手机市场高开低走：苹果逆势创新高，豆包捅破AI Phone窗户纸

关键词：智能手机市场,高端市场,国补政策,供应链危机,内存上涨

概要：2025年智能手机市场充满变数。上半年中国因国补政策出货增长，但下半年红利消退致市场下滑。苹果凭借iPhone17系列在中国高端市场表现强劲，而豆包手机引发AI Phone定义争夺战。内存价格上涨导致厂商面临涨价或减配的困境，中低端机型受影响最大，高端市场则保持抗周期增长。小米等国产品牌通过国补政策短期受益，但后续增长乏力。全球新兴市场如拉美成为国产品牌重点布局区域。AI技术成为行业新焦点，豆包AI手机虽短暂火爆但因应用兼容问题遇冷，揭示了AI Phone发展中的隐私与商业利益挑战。2026年市场将面临成本上升与AI技术落地的双重考验，高端化与AI创新成为厂商突围关键。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7827002.html)：https://www.tmtpost.com/7827002.html

## 13. AI玩具站上新风口，大模型撬动传统产业升级

关键词：AI玩具,大模型,产业升级,数据隐私安全,儿童陪伴

概要：2025年被视为“AI玩具元年”，AI玩具如能对话的奥特曼、智能毛绒公仔等迅速流行。大模型技术推动产业升级，成本降低，华为、京东京造等企业纷纷推出新品，市场反响热烈。然而，行业仍面临用户需求理解不足、产品同质化及数据安全等挑战。部分产品因内容不当下架，凸显合规重要性。工信部呼吁加强技术合作与标准制定，以保障质量与隐私安全。AI玩具潜力巨大，但需持续探索以真正普及。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7827094.html)：https://www.tmtpost.com/7827094.html

## 14. 广告业的2025：AI在狂欢，大厂在加税

关键词：广告业,萧条,广告平台,AI,广告预算

概要：2025年广告行业持续分化：科技巨头（如亚马逊、Meta、谷歌）凭借AI工具垄断71.9%美国数字广告市场，中国前十大平台占91.6%份额。AI提升效率但加剧马太效应，大厂通过“围墙花园”策略锁定流量并提高“平台税”，挤压中小商家利润。行业结构向哑铃型转变，中端岗位被AI取代。全球广告市场增速6%-7%，大厂却实现20%以上增长，形成“存量竞争、巨头通吃”格局，AI重塑行业权力与利润分配。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7827819.html)：https://www.tmtpost.com/7827819.html

# 02

## 头部品牌动态 Top Brand News

### 头部品牌动态：

#### 15. 黄仁勋定调，“物理AI”吹响号角

关键词：AI发展,物理AI,人机分工,人工智能,机器人

概要：英伟达CEO黄仁勋在CES 2026演讲中提出，AI正进入“物理AI”新阶段，即从理解语言转向理解物理世界，具备与物理环境交互的能力。他预测2026年将出现人类级别机器人，并强调AI需理解重力、摩擦等自然定律，通过虚拟训练实现现实部署。黄仁勋认为，AI发展依赖工业化能力，而非单点突破。尽管前景广阔，但“物理AI”面临数据质量、模拟与现实鸿沟、技术整合等挑战。业内认为，企业需在差异化能力和场景落地中寻找平衡，以应对这场AI革命。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7834282.html)：https://www.tmtpost.com/7834282.html

#### 16. 从清洁家电到储能机器人 富佳股份募资7亿布局新赛道

关键词：可转换公司债券,募集资金,综合授信额度,越南生产基地,储能系统

概要：富佳股份计划发行不超过7亿元可转债，用于越南生产基地二期建设、工商业及户用储能系统产业化、智能粮仓机器人产业化三个项目，建设周期较长。同时，公司拟申请不超过30亿元综合授信额度以满足资金需求。富佳股份主营智能清洁家电及无刷电机，近年布局储能和机器人领域，通过收购和投资拓展业务。公司为国内领先清洁家电ODM供应商，产品出口全球，客户包括Shark等国际品牌。2025年前三季度营收22.91亿元，同比增长23.3%。此次募资和授信旨在增强竞争力，支持长期发展。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0108/652168.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0108/652168.shtml

#### 17. 编程表现超越Claude和GPT? DeepSeek准备第二次震惊全世界

关键词：模型发布,代码生成,技术难题,数据模式,性能衰减

概要：DeepSeek计划2026年春节发布DeepSeek-V4，重点提升代码生成能力，测试表现优于Claude和GPT系列。新模型解决“灾难性遗忘”问题，采用mHC架构确保训练稳定性，可能推动编程革新。团队此前因低成本研发和学术成果受认可，面对字节、阿里等竞争，有望引领行业。中国AI市场向头部集中，V4发布或成新里程碑。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7837718.html)：https://www.tmtpost.com/7837718.html

#### 18. 推出“ChatGPT健康”，OpenAI被蚂蚁刺激了？

关键词：AI医疗健康,健康咨询,健康规划,隐私保护,信息隔离

概要：OpenAI近日推出ChatGPT健康功能，进军AI医疗健康领域。该功能可解答健康问题、关联智能设备并提供饮食运动规划，目前仅限美国部分用户使用。用户可绑定第三方平台（如Apple健康、MyFitnessPal等）同步健康数据，并整合电子病历（通过合作方b.well）。OpenAI强调该功能旨在辅助而非替代医疗护理，并特别注重隐私保护，健康数据与其他聊天内容隔离存储。尽管功能与国内AI健康应用（如蚂蚁阿福）类似，但ChatGPT健康更侧重健康规划而非直接挂号等线下服务。OpenAI的谨慎态度反映了其对隐私和安全问题的重视，未来能否在竞争激烈的AI健康领域脱颖而出尚待观察。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7835546.html)：https://www.tmtpost.com/7835546.html

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 19. 首个「AI六小虎」上市，海淀收获「全球大模型第一股」

关键词：香港证券交易所,大模型技术,资本市场,海淀科创生态,硬科技企业

概要：2026年1月8日，北京智谱华章科技股份有限公司（智谱AI）在香港证券交易所上市，成为全球首个大模型IPO企业，市值达550亿港元。智谱AI源自清华KEG实验室，经过二十余年技术积累，从学术数据挖掘系统AMiner发展为拥有自主知识产权的大模型企业，年收入连续翻倍。其成功得益于海淀区“高校+生态+资本”的科创生态，该生态还培育了月之暗面

（MoonshotAI）、摩尔线程等硬科技企业。海淀凭借顶尖高校资源、全产业链闭环和丰富应用场景，形成“人才+资金+政策”三位一体的创新体系，成为国内AI独角兽聚集地（占全国七成），推动中国硬科技从实验室走向产业化。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7835384.html)：https://www.tmtpost.com/7835384.html

## 20. 以“正向设计”蓄势品质突围 美的威灵机器人部件领创核心部件国产化突破

关键词：机器人领域,技术优势,正向设计,精密减速机,国产替代

概要：2025年末，美的集团旗下威灵机器人部件获高工机器人金球奖·年度技术奖。依托30余年机电技术积累，威灵通过“正向设计”突破谐波减速机、RV减速机等核心部件性能，达到国际前沿水平。中国机器人产业正转向质量跃升，威灵创新技术如MRV减速机寿命超8000小时，比肩国际标杆。威灵还布局伺服电机和关节模组，未来将持续推动国产核心部件自主可控，助力中国智造全球化。

[原文链接](https://news.cheaa.com/2026/0106/652138.shtml)：https://news.cheaa.com/2026/0106/652138.shtml

## 21. 全球AI资本盛宴下的坚守：“工业版Manus” 炽橙科技，获三家国资世界五百强B轮融资

关键词：工业智能,AI资本,并购退出,产业资本,国产自主可控

概要：2025年末，杭实集团、杭钢集团、中国船舶集团共同投资工业智能公司炽橙科技，引发关注。与Metal以20亿美元收购新加坡Manus（专注通用AI办公场景）的资本快速变现逻辑不同，炽橙科技选择深耕工业场景，依托国产自主技术，赋能核电、钢铁等领域，获国资“数据+算力+场景”的生态支持。美国AI资本偏好“组件式”并购退出，2025年全球AI并购激增35%，但此类模式依赖巨头且易被复制；中国则聚焦垂直行业，六成AI投资流向工业等领域，追求长期产业升级。两者折射出“快资本”与“慢技术”、“通用”与“垂直”的路径分歧，最终将影响全球科技竞争格局。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7832636.html)：https://www.tmtpost.com/7832636.html

## 22. xAI 200亿美元之后：大模型竞赛开始拼交付

关键词：算力基础设施,模型竞争,交付能力,成本曲线,扩散速度

概要：xAI在2026年1月完成200亿美元E轮融资，重点用于扩张数据中心和算力基础设施，并推进Grok模型。此次融资标志着大模型竞争从以模型为中心转向以交付为中心，强调底座与入口的重要性。模型决定能力上限，但交付能力决定规模化与商业化。行业面临三大约束：成本曲线上升、能力扩散加速、商业化闭环更硬。竞争分为三层：模型与训练方法、底座与供应链、入口与分发。Google、OpenAI、Meta等玩家在不同层面各具优势，但全栈能力成为关键。未来胜负取决于单位推理成本、入口渗透率和交付能力，而非单纯模型性能。xAI的融资正是为了补齐交付短板，推动行业从研究竞赛转向平台竞赛。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7834601.html)：https://www.tmtpost.com/7834601.html

## 02

## 头部品牌动态

## Top Brand News

## 头部品牌动态：

**23. 史上最大规模Tech World，联想开启“混合式AI新纪元”**

关键词：全球科技春晚,混合式AI,AI基础设施,AI云服务,企业AI落地

概要：2026年CES展会上，联想举办最大规模Tech World科技盛会，联合NVIDIA等巨头探讨AI趋势，提出混合式AI（个人+企业）为未来方向。宣布与英伟达共建“AI云超级工厂”，目标3-4年业务翻四番。展示多款AI终端，如AI PC、折叠手机Razr Fold及概念设备ThinkPad Rollable XD、AI眼镜。发布个人智能体Lenovo Qira（天禧AI）和企业智能体“联想乐享”，构建混合式AI生态。2026年FIFA世界杯将应用其AI技术优化赛事体验。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7836883.html)：https://www.tmtpost.com/7836883.html

**24. 雷鸟创新完成超10亿融资，预计今年海外收入超中国**

关键词：XR行业,AI+AR,消费电子,融资,运营商

概要：在AI推动下，XR行业快速发展，雷鸟创新完成超10亿元融资，由中国移动等领投，运营商首次共同投资AR赛道。雷鸟计划加速全球品牌建设，预计2026年海外收入超中国。其产品包括全彩Micro LED AR眼镜，并推出首款eSIM AR眼镜X3 Pro。CEO李宏伟认为AR眼镜将成为新一代核心入口，中国企业有望主导行业标准。2025年Q3雷鸟全球市场份额达24%，出货量第一，行业竞争加剧但市场将向头部集中。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7830290.html)：https://www.tmtpost.com/7830290.html

**25. 还是王慧文有眼光，Kimi又融了35亿**

关键词：AI创业公司,IPO,融资,商业化,大模型

概要：2025年底，AI“六小龙”中的智谱与MiniMax计划港股上市，但月之暗面创始人杨植麟通过内部信表示公司短期内不急于IPO。月之暗面刚完成5亿美元C轮融资，阿里、腾讯、王慧文等超额认购，投后估值43亿美元，账面现金超100亿元。2025年，其Agent模式推动付费用户月增170%，海外API收入增长4倍，商业化进展显著。月之暗面坚持长线技术路线，专注模型底层能力，K2系列在开源模型中表现优异。杨植麟认为一级市场融资已足够支持业务发展，资金将用于K3研发和员工激励。与OpenAI类似，月之暗面选择保持私有化，聚焦技术迭代而非短期上市。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7828798.html)：https://www.tmtpost.com/7828798.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。