

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:

2026年海外仓智造出海新方式：聚焦美国海外仓市场新版匹配推荐；
2025出海盘点：下一片出海热土，为什么还是中东？
出海2026：决定营销成败的是什么？

行业环境:

1. 2026年海外仓智造出海新方式：聚焦美国海外仓市场新版匹配推荐

关键词：电商出海,本地化运营,技术驱动,精细化运营,海外仓

概要：全球电商发展推动品牌从依赖平台转向本地化运营和技术驱动的海外仓体系。2026年企业将更注重本地团队和服务闭环，实现从跨境到本地化的转型。美国海外仓通过“微型总部”整合营销、客服和供应链提升体验。推荐五家主流美国海外仓：海云汇（全链路服务）、万邑通（高效仓储）、艾凡达（智能分仓）、星奕（灵活对接）、轶仓（数据管理）。跨境电商进入“效率时代”，海外仓成为提升运营效率的关键。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/tjhz/2026-01-09/doc-inhfssrr3001471.shtml)：http://finance.sina.com.cn/tjhz/2026-01-09/doc-inhfssrr3001471.shtml

2. 2025出海盘点：下一片出海热土，为什么还是中东？

关键词：中企出海,中东市场,本土化运营,增长曲线,数字经济

概要：2025年中东市场进入“静默增长期”，中企从蜂拥转向精耕细作。普华永道数据显示，44%中企已制定详细中东计划，40%实现盈利，业务收入占比显著提升。中企布局呈现三大趋势：1) 从沙特、阿联酋向GCC国家下沉，如Keeta覆盖沙特20城后拓展至卡塔尔等国；2) 合作模式升级为产业链协同，如金蝶在卡塔尔设立区域总部输出数字化能力；3) 利用各国优势构建枢纽网络，如顺丰与阿曼物流集团合作。中东资本也转向理性投资，收缩体育等长周期项目，聚焦AI、游戏等高潜力领域，如沙特打造低成本AI数据中心，PIF收购艺电。市场整体从风口驱动转向务实运营，强调合规、本地化与可持续盈利。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2026-01-05/doc-inhffwpt6624450.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2026-01-05/doc-inhffwpt6624450.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 出海2026: 决定营销成败的是什么?

关键词: AI,大模型,出海营销,红人营销,精准投放

概要: CES 2026聚焦AI, 其在2025年已重塑商业, 尤其在内容生产和网红营销领域。AI大模型助力品牌精准营销, 如扫地机品牌获3亿+曝光, 汽配品牌通过AI视频实现1290万播放量和20万美元成交额。AI在市场洞察、策略规划等方面提效, 成为出海营销核心。红人营销、精准投放等场景AI渗透率超70%。AI驱动的Agent升级为价值交付者, 未来将改变营销规则。科大讯飞将举办峰会探讨AI营销趋势。案例显示AI显著提效, 未来将推动营销转向“用户价值思维”, SuperAgent或成行业标配。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7502149876/1bf29b8f400101cla6): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7502149876/1bf29b8f400101cla6>

4. 中国“机器人天团”集体亮相CES: 从产品出口向品牌出海的战略转型

关键词: 国际消费电子展,人工智能,具身智能,人形机器人,技术演示

概要: 2026年CES在拉斯维加斯举行, 聚焦AI应用转型, 主题转向“AI能解决什么问题”。中国企业集体亮相, 超过10家展示具身智能技术, 如人形机器人和行业解决方案。中国机器人出口增长迅速, 前三季度工业机器人出口增54.9%。中国企业从整机到核心部件全链条参展, 展现技术实力。消费级智能产品如脑机接口睡眠仪和陪伴机器人受关注。中国企业出海策略转向核心技术驱动, 瞄准全球市场差异化需求。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_5952915705_162d248f906702cgmi.html): http://k.sina.com.cn/article_5952915705_162d248f906702cgmi.html

5. 90%的AI出海企业,都忽略了订阅支付的这些“坑”

关键词: 人工智能,技术创新,海外市场,支付环节,订阅模式

概要: 人工智能(AI)正快速改变全球产业格局, 中国AI企业如DeepSeek等积极拓展海外市场, 但支付环节的复杂性成为主要挑战。本文探讨AI工具出海订阅支付的优势与解决方案。订阅模式相比传统支付, 能降低用户决策成本、提供灵活定价、确保持续收入、增强用户粘性, 并支持快速迭代。然而, AI订阅模式面临跨市场定价难、拒付风险、全球支付成功率低、支付方式多样性及合规要求等挑战。UsePay作为全球支付服务商, 提供智能订阅方案、本地化支付支持、反欺诈系统等解决方案, 帮助AI企业提升转化率、降低支付损耗, 并确保合规性。UsePay成立于2019年, 拥有多国支付牌照, 致力于为出海企业提供安全高效的支付服务。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068201/1d5b04c6901901onpe): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068201/1d5b04c6901901onpe>

6. 从卖货到定规则:2025, 中国品牌出海的质变元年

关键词: 纯电动车,中国汽车出口,品牌出海,技术突破,本土化策略

概要: 2025年, 中国品牌出海进入“价值驱动的质变元年”, 从规模扩张转向技术、品牌和本土化突破。比亚迪在欧洲超越特斯拉, 花西子入驻巴黎百货, 中国品牌在发达市场摆脱低价低质标签。技术领域如新能源、消费电子成为规则制定者; 品牌通过文化赋能提升溢价; 本土化策略深化至供应链和文化融合。挑战包括地缘政治、合规成本和文化差异。未来趋势为技术驱动、品牌高端化和深度本土化, 中国品牌迈向“全球化2.0”。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068201/1d5b04c6901901ocqo): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068201/1d5b04c6901901ocqo>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 盘点了100个中国出海品牌，哪些赛道在“闷声发大财”？

关键词：出海,全球化,品牌增长,社交媒体,3C品类

概要：2023年中国品牌全球化加速，跨境电商Temu、SHEIN、TikTok Shop等表现突出，TikTok Shop美国单日交易额破千万美元。茶饮品牌蜜雪冰城海外门店达4000家，新能源汽车比亚迪、蔚来等海外市场亮眼。CBNData出海声量榜显示3C、服饰鞋包、汽车出行占比超60%。细分品类如储能设备、假发品牌UNice等通过众筹和社媒营销崛起。食品饮料、家电品牌如茅台、海尔等通过本地化和多元化布局实现全球增长。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_7880068201_1d5b04c6901901oz5e.html)：http://k.sina.com.cn/article_7880068201_1d5b04c6901901oz5e.html

8. 这16个字，将决定比亚迪、吉利、长城、问界与“蔚小理”们的2026

关键词：新能源车,需求侧,内需市场,外需市场,供需匹配

概要：2026年中国新能源车行业将面临内需放缓与出海加速的双重趋势。内需方面，补贴退坡、人均汽车保有量接近理论峰值（400-450辆/千人）及新能源渗透率超50%，导致增速降至个位数。外需市场则因电池成本逼近100美元/kWh的油电平衡点，叠加全球基建投资周期（如港口扩建），为出海创造机遇。产品层面，A00级低价车受补贴退坡和购置税影响，市场可能萎缩，主流价格带将回归17-18万元。渠道竞争加剧，车企通过下沉拓店和重建经销体系争夺份额，库存压力或推动灵活定价。总体来看，行业将呈现“内需放缓，出海加速，车价回锚，渠道定局”的格局。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7830796.html)：https://www.tmtpost.com/7830796.html

9. 千亿出海潮：中国创新药企驶入全球深水区

关键词：生物医药产业,全球化进程,创新药出海,授权交易,里程碑付款

概要：2025年中国生物医药产业全球化取得重大突破，创新药出海授权交易总额达1356.55亿美元，进入多元化合作的“出海2.0”阶段。多笔里程碑款项到账，如百利天恒与BMS合作获2.5亿美元付款，国际信任增强。合作模式转向深度协同，中国药企成为全球研发重要力量。全球医药供需变化推动趋势，中国凭借成本优势和高效研发提供高潜力资产。长三角地区成为出海核心引擎。未来，中国药企将向“全球型药企”进化，推动多领域出海。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-06/doc-inhfikqz5928986.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-06/doc-inhfikqz5928986.shtml

10. 出海、上市，中国第一批大模型熬出头了

关键词：AI创业,技术底座,消费应用,C端出名,B端挣钱

概要：中国AI企业智谱AI和MiniMax在2025年末通过港交所上市聆讯，标志着大模型创业公司开始“上岸”。智谱AI侧重B端技术底座，以MaaS模式为主，服务8000多家机构客户，但面临客户集中度高和海外拓展初期的挑战。MiniMax则聚焦C端消费应用，产品如星野和海螺AI用户增长迅速，海外收入占比超70%，但面临版权纠纷风险。两者分别代表技术赋能和产品体验两条路径，OpenAI的“C端出名，B端挣钱”模式成为参照。长远看，两家公司可能向彼此领域延伸，但出海仍面临区域市场差异和监管等挑战。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/13838084.html)：https://www.jiemian.com/article/13838084.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境：

11. 拉美本地化元年：中国企业的新生

关键词：巴西圣保罗,跨年之夜,热带哲学,拉美新大陆,跨境电商

概要：2026年元旦，巴西圣保罗的节日氛围与中国外派员工Lydia的体验形成鲜明对比。2025年成为中企大规模进入拉美的拐点，电商、互联网企业纷纷布局。拉美电商市场增速达12.2%，是全球平均的1.5倍，巴西、墨西哥、阿根廷为主要增长点。中国商家从观望转向实质性落地，但面临物流慢、价格战等挑战。长期看，工厂直供和D2C品牌更具潜力。拉美互联网渗透率高，巴西成为试验田，滴滴、美团等企业通过本地化策略深耕市场。中国企业需适应拉美文化，注重社交属性和本地化运营，以实现长期发展。拉美正从蓝海变为必须行动的新高地。

[原文链接](https://www.tmtpost.com/7832792.html)：https://www.tmtpost.com/7832792.html

12. 《2025中国品牌出海十大行业研究报告》：谁在领跑出海大军？

关键词：品牌出海,行业格局,发展路径,全球化进程,产业链调整

概要：中新经纬研究院与国家广告研究院联合发布的《2025中国品牌出海十大行业研究报告》指出，中国品牌出海已从“规模扩张”转向“结构优化与价值建设并行推进”的新阶段。报告梳理了十大亮点行业，包括新能源汽车、智能家电、人工智能、智能手机、医药创新、旅游、原创IP、新茶饮、自研游戏和AI短剧，显示中国品牌在全球化进程中呈现多元化、高质量发展趋势。出海方式更加丰富，涵盖直连用户、渠道合作、内容驱动等路径，市场覆盖欧美、东南亚、中东等地区。企业注重本地化运营与数字化赋能，但面临合规、品牌认知等挑战。报告建议企业加强能力建设，注重长期经营与风险控制，以稳健方式推进全球化布局。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_7880068201_1d5b04c6901901oxc8.html)：http://k.sina.com.cn/article_7880068201_1d5b04c6901901oxc8.html

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

13. 速卖通推动中国品牌全面出海

关键词：品牌出海,海外托管,招商峰会,本地化布局,欧洲市场

概要：2026年初，阿里速卖通启动全国核心产业带招商，计划在杭州、深圳等地举办“品牌出海千人峰会”，重点招募具备品牌力或本地化布局能力的商家。其核心策略为“品牌出海+海外托管”，通过海外仓服务帮助商家实现GMV十倍增长，尤其在大件商品领域效果显著。速卖通将欧洲划分为三大运营区，优化物流效率，并提供“Local+”标识提升曝光。2025年“黑五”期间，速卖通欧洲表现亮眼，小米等品牌借助其托管服务取得佳绩。深圳场峰会将于1月22日举行，聚焦品牌出海生态建设，邀请服务商共同参与。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7742309858/1cd7a45e20010186t6)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7742309858/1cd7a45e20010186t6

14. 泡泡玛特出海：四年近 40 倍增长背后的底层重构

关键词：海外营收,数字化基建,直营模式,财务合规,云ERP系统

概要：泡泡玛特通过数字化基建实现海外业务快速增长，四年间海外营收从1.37亿元飙升至55.93亿元（半年）。其成功关键在于将经销商模式转为直营，并引入Oracle NetSuite云ERP系统，解决多语言、多币种、多会计准则等挑战。系统支持全球库存动态调配，避免时空错配，提升供应链效率。同时，泡泡玛特注重数据合规，隔离敏感数据以满足欧盟GDPR要求。内部IT团队与外部顾问合作，快速响应业务变化。SaaS模式虽成本较高，但提供了灵活性和确定性，适应快速扩张需求。这一案例表明，中国品牌出海需优先构建数字化系统，以支持全球化运营。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-01-08/doc-inhfqikv6769274.shtml)：http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-01-08/doc-inhfqikv6769274.shtml

15. 传音控股获财联社“出海杰出品牌奖” 全球化实力再获权威认可

关键词：全球化布局,海外市场影响力,科技创新,专利技术,新兴市场

概要：传音控股凭借全球化布局和海外市场影响力，入选财联社“出海杰出品牌奖”和第一财经研究院“2025中国企业全球化十佳企业”，成为高质量“走出去”的代表。其非洲智能机市占率超40%，全球排名第三，拥有大量专利覆盖新兴市场。传音坚持本地化创新，产品进入70多个国家，新兴市场份额达24.1%，位居第一。近年来，传音加速AI技术融入产品生态，聚焦语音、视觉、翻译等领域，打造实用型AI，并整合多设备构建智能生态。未来，传音将继续以技术创新驱动全球化发展，提升产品竞争力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2026-01-06/doc-inhfkfun5956025.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2026-01-06/doc-inhfkfun5956025.shtml

16. Meta数十亿美元收购Manus，AI竞争走到哪个阶段了？

关键词：全球科技圈,Meta收购,AI竞赛,应用落地,执行型智能体

概要：2025年被视为“AI Agent元年”，Meta收购中国AI初创公司Manus，强化其AI战略。Manus曾因通用智能体技术引发热议与争议，最终以数十亿美元被收购，创始人肖弘将任Meta副总裁。此次收购弥补Meta应用层短板，推动AI从模型竞赛转向实际应用。Manus估值百倍增长，早期投资者获利。标志AI行业进入“落地能力”竞争阶段，巨头并购或成趋势。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/294846)：https://www.cbndata.com/information/294846

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

17. 四川老板督战出海，1000亿极兔撒腿狂奔

关键词：创始人,出海,包裹量,东南亚,新兴市场

概要：极兔速递在创始人李杰的带领下，海外业务成为增长核心，2025年包裹量突破300亿件，东南亚和新兴市场分别增长67.8%和43.6%，海外业务占比近三成。公司通过收购和融资加速扩张，重点布局拉美、中东，并关注欧美市场。极兔凭借成本优势在东南亚市占率达32.8%，新兴市场包裹量超4亿件。海外高利润支撑业绩，2025年上半年净利润同比增长147.1%。李杰强调成为市场标杆，通过规模化和精细化运营降本，同时开拓非电商件业务以应对价格竞争。尽管墨西哥关税政策带来短期挑战，极兔仍看好长期增长，目标构建全球高效物流网络。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2026-01-10/doc-inhfvsun0231357.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2026-01-10/doc-inhfvsun0231357.shtml

18. 下载量一度超亚马逊后，速卖通宣布与小米国际达成出海战略合作

关键词：战略合作,跨境电商,品牌出海,本地化运营,海外市场

概要：1月5日，小米国际与阿里旗下跨境电商平台速卖通达成战略合作，加入其“超级品牌出海计划”，双方将围绕手机、电视等核心品类在海外市场深化本地化运营。速卖通作为中国电商“出海四小龙”之一，近年聚焦品牌出海，2025年推出“超级品牌计划”，以低成本助力品牌增长。小米2025年黑五期间表现亮眼，POCO F8系列销售额达200万美元，成为速卖通TOP1新品，电视类目欧洲第一。数据显示，2025年海外大促期间，超300个品牌在速卖通单日销售额达亚马逊两倍。分析认为，此次合作标志着中国出海模式从“卖货”转向平台与品牌共建生态的“深耕模式”，速卖通正挑战亚马逊的海外市场地位。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-05/doc-inhfhpmf1927723.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-05/doc-inhfhpmf1927723.shtml

19. 出海狂揽2个亿！上海宠物品牌靠‘颜值经济’征服北美铲屎官

关键词：宠物经济,市场规模,时尚养宠,精准定位,本地化营销

概要：近年来，全球宠物经济快速增长，预计2030年市场规模将达3631.9亿美元。中国品牌Vetreska（未卡）以“时尚养宠”理念成功打入海外市场，两年销售额突破3000万美元。其成功策略包括：1. 精准定位——瞄准北美中产阶级和独居青年，设计兼具颜值与性价比的宠物用品；2. 本地化营销——通过宠物KOL在TikTok、YouTube等平台展示产品，贴近用户生活场景；3. 渠道布局——采用“独立站+电商平台”双轨模式，降低依赖风险并增强品牌粘性。Vetreska的经验表明，差异化产品、本地化运营和灵活渠道是国内企业出海的关键。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068208/1d5b04c70019019z0i)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7880068208/1d5b04c70019019z0i

20. 袁记云饺出海，走“平价鼎泰丰”路线

关键词：手工现包,生鲜水饺,海外首店,本土化调整,供应链稳定性

概要：袁记云饺在新加坡成为网红店，工作日需排队，中国游客称其在国内常见但在新加坡需排队两小时。作为出海首站，袁记云饺在新加坡已开10家店，计划再开5家。品牌定位“平价鼎泰丰”，主打饺子和云吞，初期因本地消费习惯差异遇冷，日均营业额低于预期。通过本土化调整（如增加姜丝、调整辣度、更换冷饮）和性价比策略（定价7.8新币），业绩好转，翻台率达11-12次，高峰日均营业额1.2万新币。供应链采用“本土合作+国内支持”模式，确保食材新鲜与合规。人工成本高，需培训本地员工包饺子。未来计划覆盖更多商圈，并拓展泰国、马来西亚等市场，面临供应链和模仿者挑战。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-08/doc-inhfqjkv6819167.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2026-01-08/doc-inhfqjkv6819167.shtml

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

21. 中国无人车出海新里程碑！萝卜快跑拿下迪拜首个全无人测试许可，并启用首个海外基地

关键词：无人驾驶,全无人测试,商业化运营,智慧中枢,智慧城市战略

概要：中国无人驾驶企业“萝卜快跑”在迪拜取得重大突破，成为首个获迪拜全无人驾驶测试许可的企业，并启用中东首个无人驾驶运营基地。该基地将支持1000辆以上全无人车队运营，助力迪拜实现“2030智能城市战略”目标。迪拜官员高度评价此举为智慧出行里程碑，百度高管表示迪拜的政策与基础设施为无人驾驶提供了理想条件。萝卜快跑自2025年与迪拜合作以来，已实现多项“首个”突破，计划2026年启动商业化运营。中国科技企业正通过无人驾驶、智能网联等技术参与全球交通生态重构，提供“中国方案”。

[原文链接](http://auto.sina.com.cn/news/hy/2026-01-07/detail-inhfnemr6313817.shtml)：http://auto.sina.com.cn/news/hy/2026-01-07/detail-inhfnemr6313817.shtml

22. 上线小程序，推出海外版「红果」，TikTok决定all in短剧

关键词：短剧,海外市场,内容分发,付费模式,本土化

概要：2025年12月，TikTok推出独立短剧应用PineDrama，主打免费无广告的竖屏短剧，同时上线站内小程序TikTok Minis，提供付费解锁剧集功能，形成站内外结合的短剧分发体系。海外短剧市场增长迅速，2025年前8个月收入达15.25亿美元，中国团队占据主导，但本土平台如印度Kuku TV等加速崛起。TikTok的布局从内容补充转向系统性生态建设，PineDrama采用完全本土化内容和社交功能，试图复制国内“红果”模式，而Minis则吸引中小平台入驻。未来，TikTok的短剧战略将影响海外市场格局，但其模式能否成功仍需观察。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7374688025/1b790cf1900101a3e6)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7374688025/1b790cf1900101a3e6

23. 优理奇机器人出海，把现实交到世界手里

关键词：机器人产业,供应链,智能硬件,感知技术,控制技术

概要：过去十年，中国机器人产业从供应链完善到技术成熟，2025年已转向工程交付和商业场景能力竞争。优理奇机器人（UniX AI）将CES 2026视为出海关键，展示稳定运行的任务而非技术炫技，如泡茶、调酒和清洁，体现商业适配性。展会期间，优理奇成为全球媒体焦点，获CES官方及主流财经媒体广泛报道，凸显其工程交付和场景复用能力。其技术底气来自国内市场的长期打磨，如八自由度机械臂和单月百台交付能力，并获政府认可。CES 2026上，优理奇寻求全球渠道合作，目标是将机器人带入真实商业场景，实现国际市场的实际需求。2026年，中国机器人企业出海重点转向可交付系统和全球协同能力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-01-08/doc-inhfqikt3932297.shtml)：http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2026-01-08/doc-inhfqikt3932297.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