

2023年中国折叠屏手机用户 洞察报告

©2023.2 iResearch Inc.

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机用户洞察

3

折叠屏手机未来发展趋势

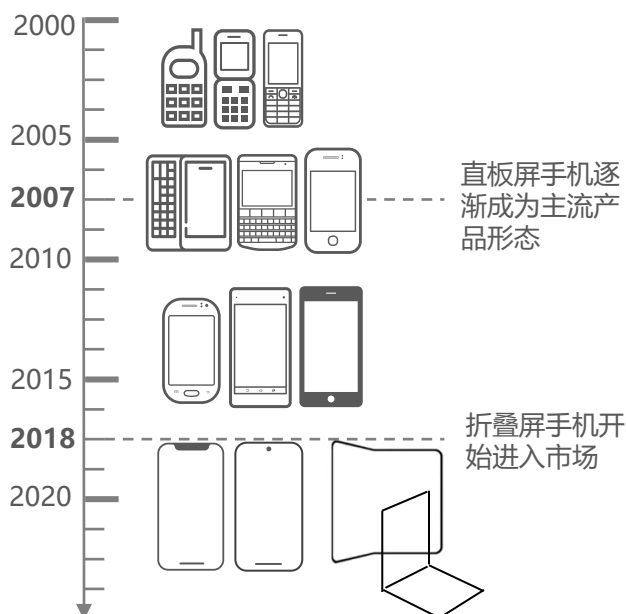
4

折叠屏手机发展背景

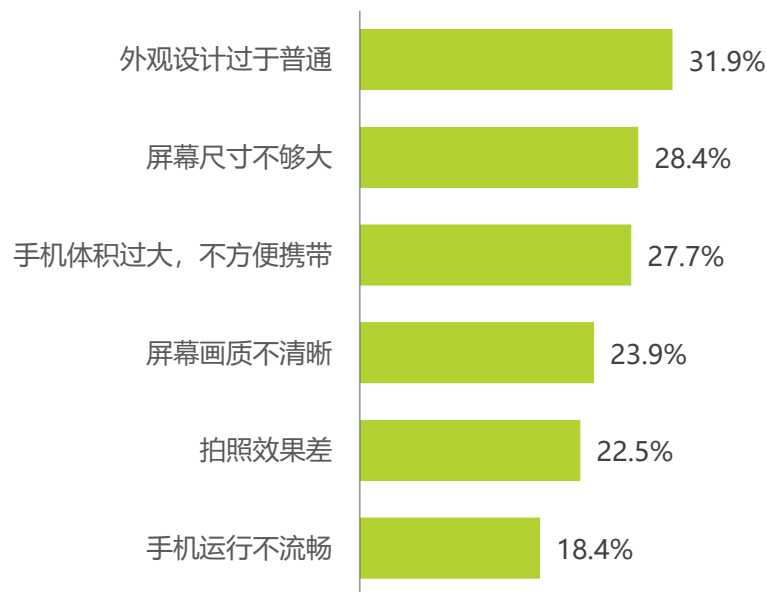
直板屏手机迭代发展迎来瓶颈，折叠屏成为行业发展新趋势

自2007年开始，直板屏智能手机凭借着全新的工业设计，在兼顾携带性和使用便捷性的同时，为用户带来革新性的人机交互体验，逐渐成为智能手机设计的主流产品形态。伴随着手机行业的发展和智能手机使用的普及，用户在使用体验上逐渐提出了更高的要求。调研发现，直板屏手机用户目前最大的使用痛点为千篇一律的手机外形，同时也对手机便携性及屏幕规格提出更高要求。而折叠屏手机通过创新性的产品设计，利用折叠、展开的产品形态，在兼顾便携性的同时，更大程度上满足了用户的体验需求，促使折叠屏成为手机行业发展的新趋势。

手机产品形态演进历史



直板手机使用痛点



来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

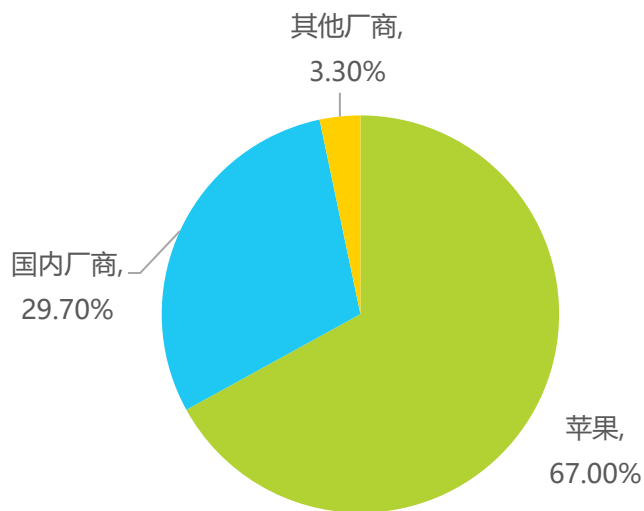
样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得

折叠屏手机发展背景

折叠屏手机也是国内手机厂商冲击高端市场的利器

在传统直板屏手机产品迭代发展陷入瓶颈的同时，受市场饱和、用户换机周期长等行业现状影响，国内智能手机出货量市场持续低迷，因此各大厂商纷纷将目光转移到更具溢价能力的高端智能手机领域。而折叠屏手机因其极具差异化的外形、强大的功能优势等天然自带的高端属性，逐渐从这场“高端”角逐中脱颖而出，成为近几年高端智能手机市场的热门产品，助力了品牌厂商抢占高端市场份额。

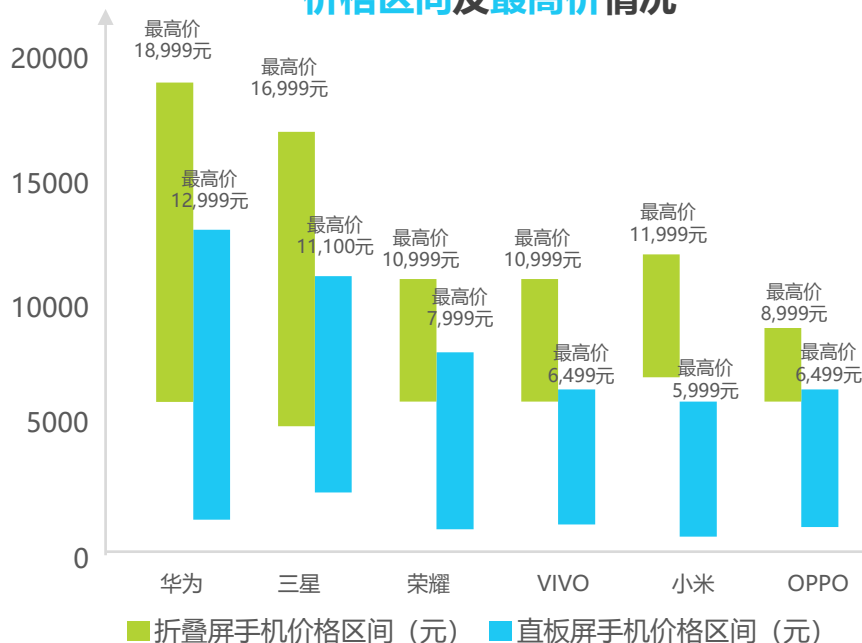
2023年H1中国**高端**智能手机
品牌市场份额



来源：艾瑞消费研究院根据公开资料自主研究建模绘制
注：高端智能手机指售价高于4250元智能手机

©2023.2 iResearch Inc.

国内主要手机品牌厂商（在售）产品
价格区间及**最高价**情况



来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。
注：截止2023年9月30日，各品牌在售产品均取各机型最低配置售价。

折叠屏手机发展背景

折叠屏手机硬件设备的迭代优化，推动产品快速走向成熟

折叠屏手机成熟的关键在于硬件设备能否为手机的功能性、耐用性、便携性等方面提供有效支撑，尤其离不开折叠屏手机的两大组成部分——即屏幕与铰链。在屏幕的关键技术上，伴随着材料、技术的进步，现已形成多层薄膜封装的成熟应用方案，既有效保障了屏幕的视感和灵敏度，又显著增强了手机动态折叠的耐用性。在铰链的关键技术上，历经数次迭代优化，目前已形成折叠无缝的水滴型铰链设计方案。各品牌在此基础上不断迭代优化结构的设计和精进高强度材料的应用，如荣耀采用榫卯结构优化铰链结构并结合强度重量比更高的钛合金材料等，进一步保障了折叠屏铰链的稳固性、轻盈性。

双层CPI堆叠面板



屏幕盖板

UTG+PET堆叠面板



OLED面板



— 双层CPI堆叠面板
— UTG+PET面板

铰链形态设计方案发展情况



各品牌最新折叠屏机型铰链

品牌	铰链名称	材料应用情况
华为	双旋水滴铰链	纤维复合性材料+高强度钢
荣耀	鲁班钛金铰链	盾构钢+钛合金
OPPO	超韧精工拟锥铰链	纤维复合性材料+超韧合金
VIVO	超耐久轻量铰链	纤维复合性材料+航空钢
小米	龙骨连杆转轴	高耐磨陶瓷钢材料+超级钢

来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询根据公开资料整理并绘制。
注：报告选取截止2022年8月各品牌的横向折叠屏手机产品样本。

折叠屏手机发展背景

国家政策推动智能移动终端产业的关键核心技术创新发展

国家为推动消费升级，培育并壮大新增长点，提升产业链、供应链韧性和安全水平，为电子信息制造业经济稳增长提供强有力的支撑，近年来围绕着智能移动终端及其供应链产业颁发了多项指导性、激励性的政策。随着技术发展，政策从鼓励智能移动终端性能发展，逐渐扩展到优化产业生态上，进一步加快智能移动终端产业在折叠屏、芯片等关键核心技术上的创新和迭代应用，为智能移动终端产业的消费升级和创新发展提供优异的政策环境。

“十四五”规划期间网络通信产业发展相关政策及部分内容一览

类别	颁布时间	政策内容
智能移动终端	2023.08	《电子信息制造业2023—2024年稳增长行动方案》——推动手机品牌高端化升级，培育壮大 折叠屏手机产业生态 ，从 优化成本、改善技术、加大适配 等角度促进折叠屏手机生态成熟。
	2023.07	《关于促进电子产品消费的若干措施》——加快 电子产品技术创新 。顺应新一轮科技革命和产业变革趋势，推动供给端 技术创新 和 产业升级 ，促进电子产品消费升级。
	2021.03	《“双千兆”网络协同发展行动计划(2021-2023年)》——鼓励终端企业加快 智能手机 等5G终端研发，进一步 降低终端成本 ， 提升终端性能 。鼓励芯片器件、网络设备等企业持续提升产业基础高级化水平，着力提升核心芯片、模块、器件等研发制作水平，推进我国通信产业链自立自强。
供应链端	2022.09	《新时代工业和信息化发展”系列主题新闻发布会第九场》——在移动操作系统方面， 支持骨干企业开展核心技术攻关，加快移动操作系统应用推广和生态建设 。如，鸿蒙操作系统装机量已超3亿台。
	2021.11	《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》—— 支持成立国内首家开源基金会 ，开放原子开源基金会， 加速孵化开放鸿蒙、欧拉等一批开源项目 ，推动开源代码托管平台发展，优化壮大开源社区
	2021.03	《关于2021-2030年支持新型显示产业发展进口税收政策的通知》——对 新型显示器件生产企业 进口国内不能生产或性能不能满足需求的自用生产性原材料、消耗品， 免征进口关税 。

来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机用户洞察

3

折叠屏手机发展趋势

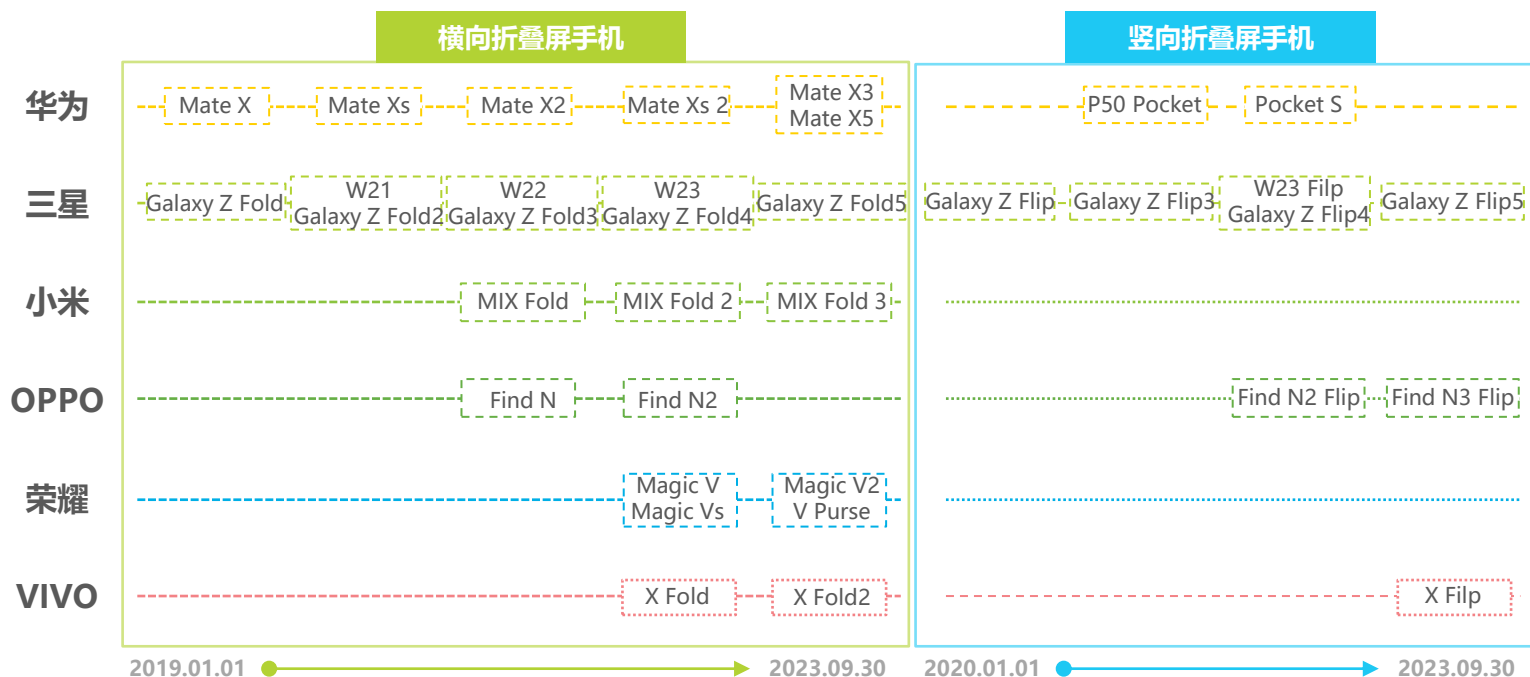
4

折叠屏手机中国存量市场现状

横折屏机型赛道千帆竞发，竖折屏机型赛道厉兵秣马

自首款折叠屏手机问世以来，各大厂商争相涌入折叠屏手机赛道。相比精致小巧的竖向折叠屏机型，横向折叠屏机型的高价值和高端性更加契合厂商对高端机型赛道的探索需求，因此各大厂商在横折机型与竖折机型的赛道布局上，倾向“首当其冲发展横折机型、待势乘时跟进竖折机型”的策略。目前各品牌在折叠屏手机细分赛道的竞争上呈现出横折赛道“千帆竞发”、竖折赛道“厉兵秣马”的态势。

2019年-2023年Q3中国主要品牌折叠屏手机基础款发售进度



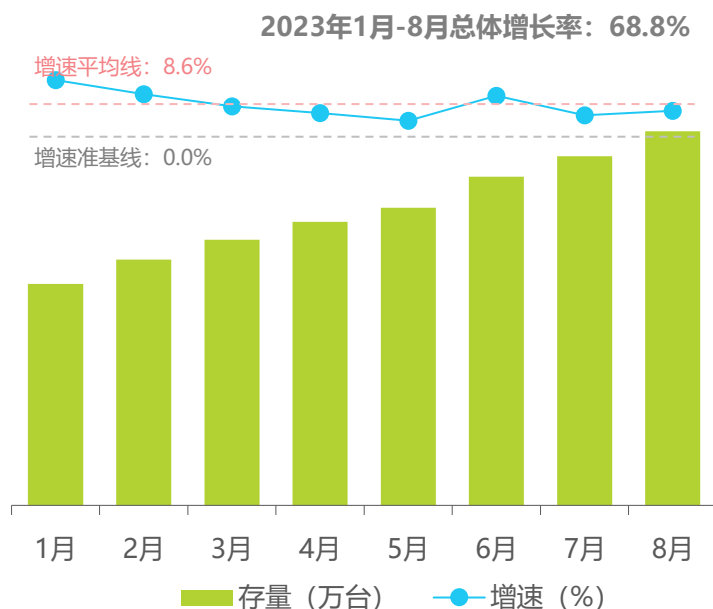
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

折叠屏手机中国存量市场现状

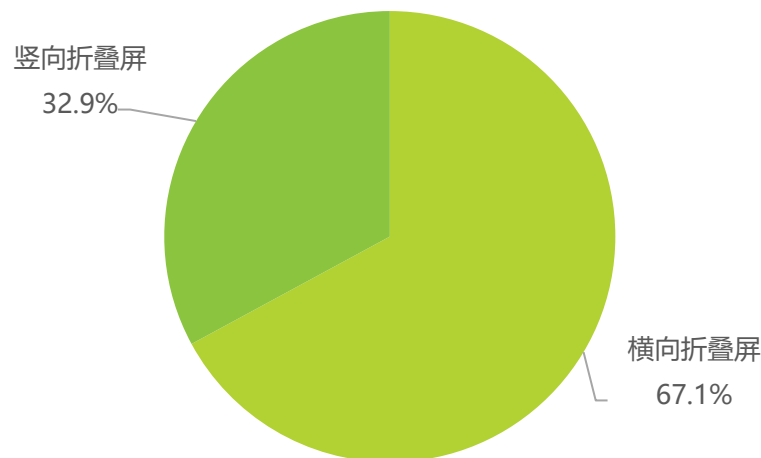
折叠屏手机存量用户持续增长，横折机型存量市场初现规模

随着各大厂商的折叠屏手机产品迭代发展，折叠屏手机用户日益增多，存量用户2023年1月-8月累计增长了68.8%。在折叠屏手机用户的机型使用上，发展时间较早的横向折叠屏机型凭借先发优势和创新性的大屏视觉体验，已占据较高的市场份额，用户量占整体折叠屏手机用户的67.1%，市场初现规模。

2023年1月-8月中国折叠屏手机 主要存量市场增长情况



2023年8月中国折叠屏手机 不同折叠形态主要存量市场表现

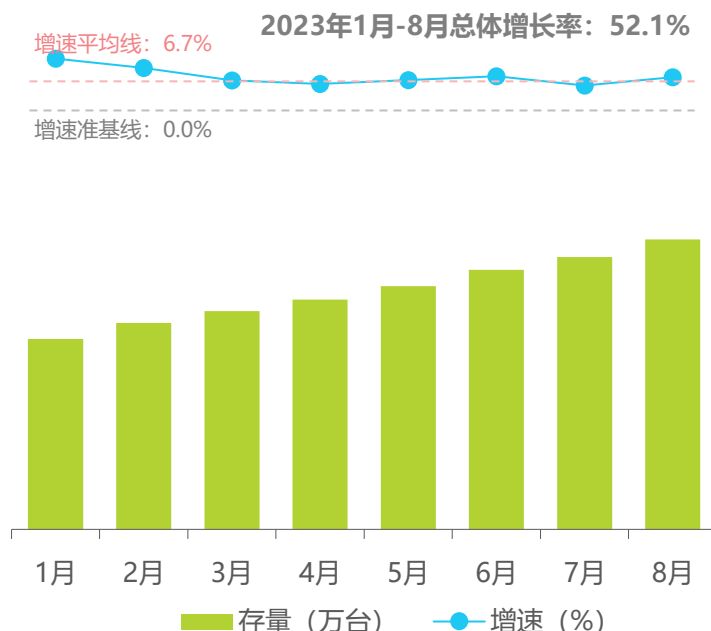


折叠屏手机中国存量市场现状

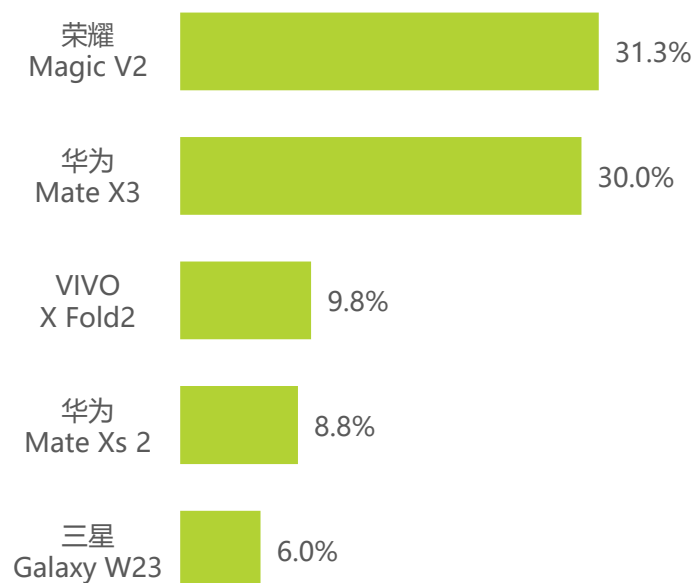
横向折叠屏存量市场稳定增长，荣耀、华为表现亮眼

2023年1月-8月的横向折叠屏手机存量市场以6.7%的月平均增速持续稳定增长，2023年前8月共计增长52.1%的用户。其中2023年7月-8月的增量市场中，荣耀的夏季新机Magic V2、华为的春季新机Mate X3的存量用户增长领先，位居市场TOP 2，分别占横向折叠屏手机增量市场的31.3%和30.0%。值得一提的是，荣耀Magic V2为7月上市，截至数据统计时，仅上市2个月，可谓表现十分亮眼。

2023年1月-8月中国**横向**折叠屏手机
主要**存量**市场增长情况



2023年7月-8月中国**横向**折叠屏手机
主要**存量**用户增长表现TOP5



来源:艾瑞消费研究院根据艾瑞数智行业数据库-智能手机行业数据建模绘制

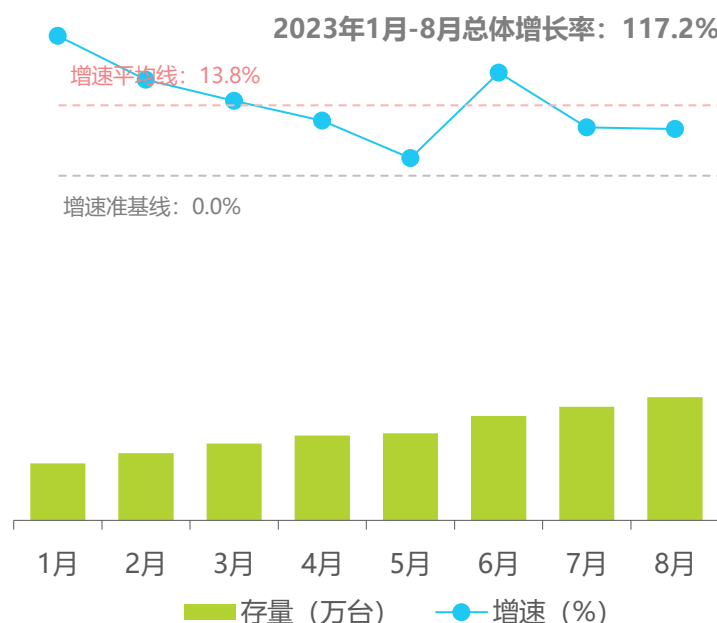
来源:艾瑞消费研究院根据艾瑞数智行业数据库-智能手机行业数据建模绘制

折叠屏手机中国存量市场现状

竖向折叠屏存量市场高速增长, 华为主力机型持续畅销

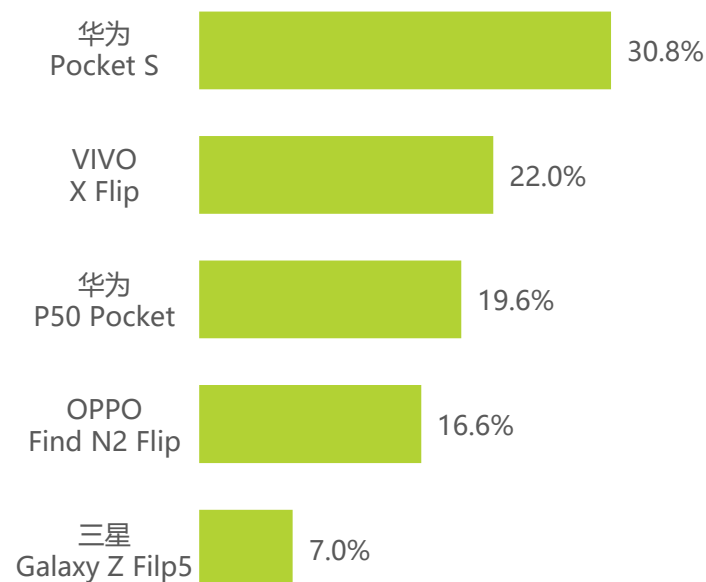
相较于横向折叠屏, 竖向折叠屏手机存量用户体量较小, 整体增速更为可观, 2023年前8月共计增长117.2%的用户。虽然竖向折叠屏存量市场在3月-5月受到春季直板屏新机发布会的影响, 增速略有下滑, 但今年1月-8月的月均增速仍然达到了13.8%。其中在2023年7月-8月的夏季增量市场中, 华为的主力机型Pocket S、P50 Pocket和VIVO春季新机X Flip持续畅销, 分别占7月-8月竖向折叠屏手机增量市场的30.8%、19.6%和22.0%。

2023年1月-8月中国竖向折叠屏手机 主要存量市场增长情况



来源: 艾瑞消费研究院根据艾瑞数智行业数据库-智能手机行业数据建模绘制

2023年7月-8月中国竖向折叠屏手机 主要存量用户增长表现TOP5



来源: 艾瑞消费研究院根据艾瑞数智行业数据库-智能手机行业数据建模绘制

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机用户洞察

3

折叠屏手机发展趋势

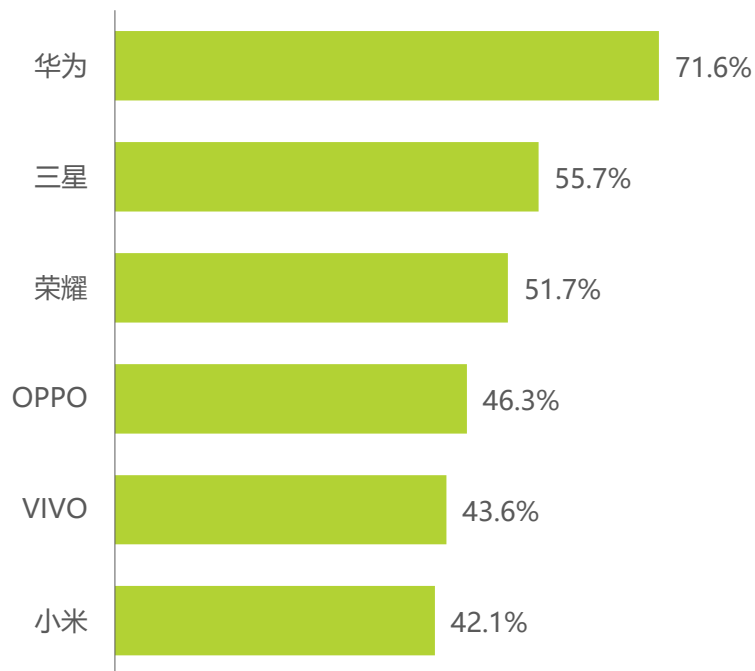
4

折叠屏手机品牌认知及关注情况

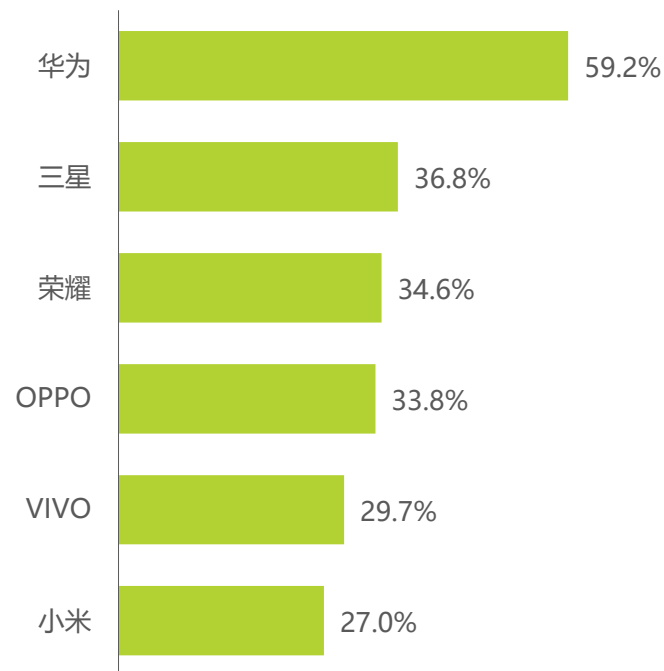
消费者对各品牌均有耳闻，在品牌关注上呈现一超多强态势

消费者对各折叠屏手机品牌均有较高的认知度，其中分别有超半数的用户对华为、三星和荣耀的折叠屏手机有所耳闻。但对于折叠屏手机产品的关注上，受各品牌赛道入局时间和折叠机型布局情况等因素的影响，目前呈现一超多强的关注态势，其中超半数的用户曾关注过华为折叠屏手机，另分别有超三成的用户曾关注过三星、荣耀或OPPO的折叠屏手机。

折叠屏手机品牌整体认知度



折叠屏手机品牌整体关注度



样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年2月通过艾瑞iClick社区调研获得。

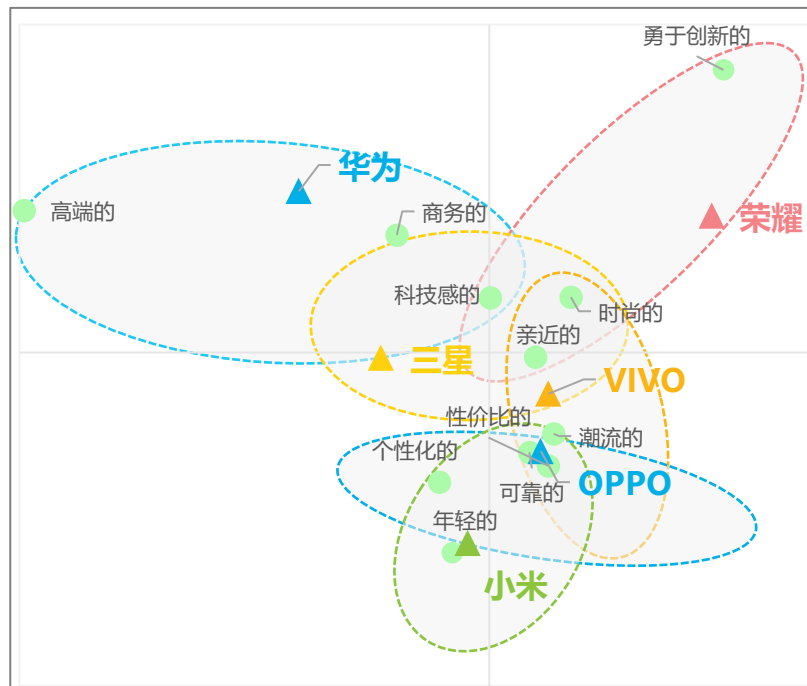
样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年2月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机现有用户品牌印象情况

现有用户对不同品牌已形成相对清晰的印象标签

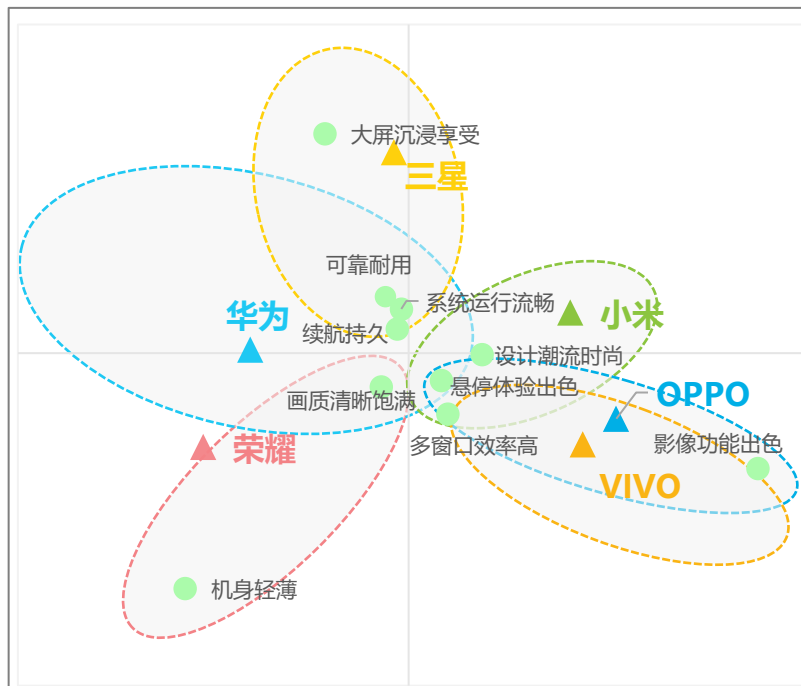
对于市场上不同品牌的折叠屏手机产品，用户已形成了相对清晰的品牌形象标签：如华为、三星偏向高端商务，拥有可靠耐用且运行流畅的系统；荣耀偏向科技创新，配备有突破科技壁垒的轻薄机身；而VIVO、OPPO和小米则更加年轻化、具有性价比优势，在影像功能和外观设计上更为出色。

现有用户对折叠屏手机品牌情感印象的感知情况



● 印象标签 ▲ 华为 ▲ 三星 ▲ 荣耀 ▲ OPPO ▲ VIVO ▲ 小米

现有用户对折叠屏手机品牌产品印象的感知情况



● 印象标签 ▲ 华为 ▲ 三星 ▲ 荣耀 ▲ OPPO ▲ VIVO ▲ 小米

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

注释：品牌与印象标签在图表中离得越近，表明用户认为该品牌与该印象标签的联系更紧密。

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

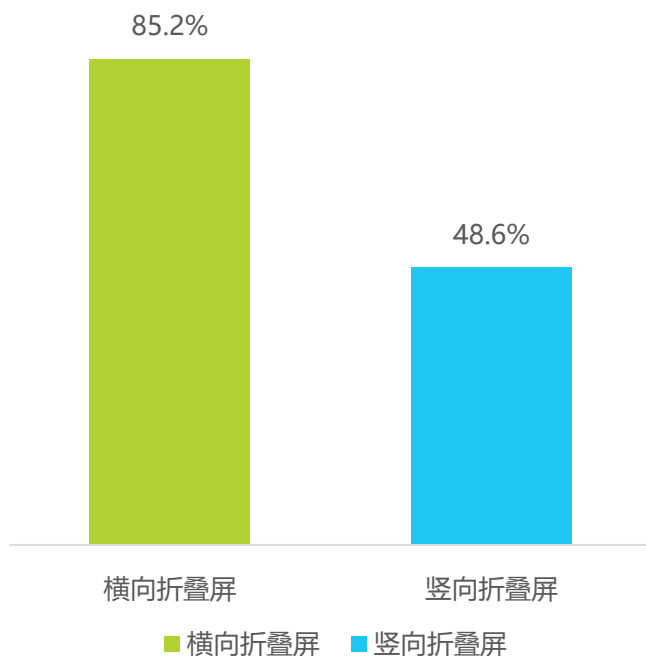
注释：品牌与印象标签在图表中离得越近，表明用户认为该品牌与该印象标签的联系更紧密。

折叠屏手机现有用户机型关注情况

更多折叠屏用户关注具有更佳大屏观感的横折机型

从折叠屏手机机型的关注度上来看，折叠屏手机现有用户对两种折叠方式的手机均有较高的关注度，而横向折叠屏手机的关注用户更是高达85.2%；从关注原因上看，大屏带来的观感体验和操作效率是横折用户关注该类机型的重要原因，而小巧形态带来的时尚感和折叠后的携带便利性是竖折用户关注的重要原因。

折叠屏手机机型关注情况



横向折叠屏手机关注原因TOP3



竖向折叠屏手机关注原因TOP3

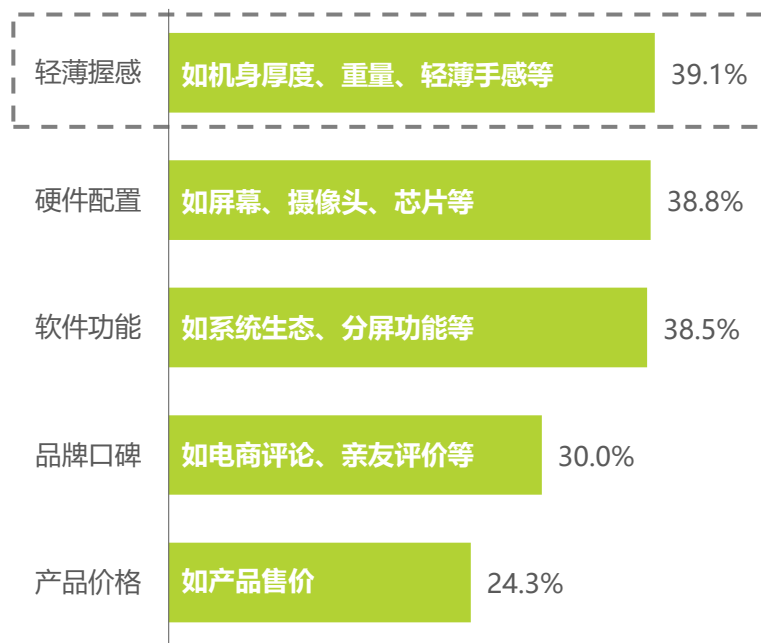


折叠屏手机现有用户购机关注因素

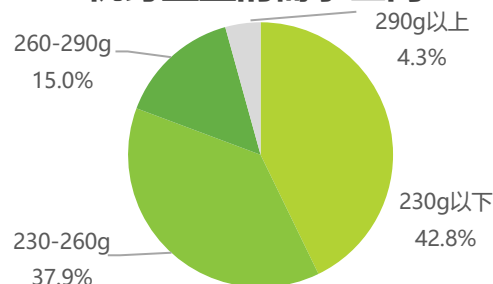
现有用户相对偏好230g以下和10.0mm以下的机身规格

折叠屏手机用户在购机时，超3成以上的用户关注折叠屏手机的轻薄握感、硬件配置和软件功能，说明用户购机时除关注硬件配置与软件功能的使用体验外，也格外追求适宜自身需求的轻薄握持体验。在折叠屏手机的裸机重量和折叠态厚度需求上，42.8%的用户偏好230g以下的机身重量，52.7%的用户偏好10.0mm以下的折叠态厚度。

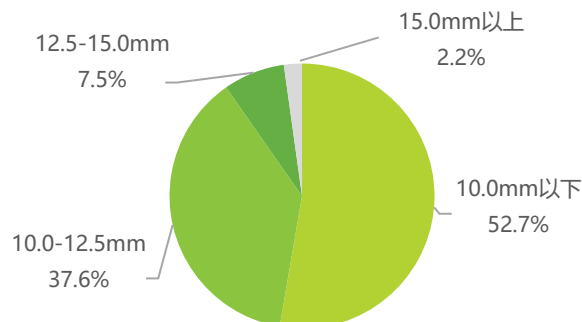
现有用户购机关注因素TOP5



机身重量的需求区间



机身厚度（折叠态）的需求区间



样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机现有用户满意度情况

华为、荣耀与VIVO用户满意度高于整体均值

在折叠屏现有用户中，表示未来将继续使用折叠屏手机的用户比例高达98.3%，用户粘性较高，未来增长空间可期。在品牌满意度上，华为、荣耀与VIVO的用户满意度远高于整体均值。在用户满意原因上，华为主要为配置了优秀且运行流畅的系统，荣耀主要为其轻薄的持握体验，VIVO则为独特新颖的外观设计。

折叠屏手机现有用户
未来折叠屏使用意愿占比情况



折叠屏手机现有用户满意度品牌TOP3



满意度TOP3品牌的主要满意原因

华为	系统运行流畅，内外屏适配优秀	39.1%
荣耀	机身轻薄，握持手感好	37.2%
VIVO	外观设计新颖独特	37.9%

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机现有用户使用爽点与痛点

用户的爽点与痛点主要聚焦于屏幕和折叠

对于折叠屏现有用户而言，画质清晰的大屏幕体验、运行流畅的高效分屏系统和独特新颖的折叠体验是当下的主要爽点，用户对各种大屏的使用、分屏的切换和运行等都表达了正向的评价。但也提到了针对产品折叠效果和握持体验感受等方面的痛点，如折叠态较厚且机身较沉、折叠不够紧闭等情况。

折叠屏手机现有用户主要使用爽点

NO.1 画质清晰的大屏幕沉浸式体验感强



NO.2 系统运行流程的高效分屏操作体验



NO.3 独特新颖的折叠体验



折叠屏手机现有用户主要使用痛点

NO.1 折叠体验问题



NO.2 屏幕体验问题



样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机现有用户未来期待

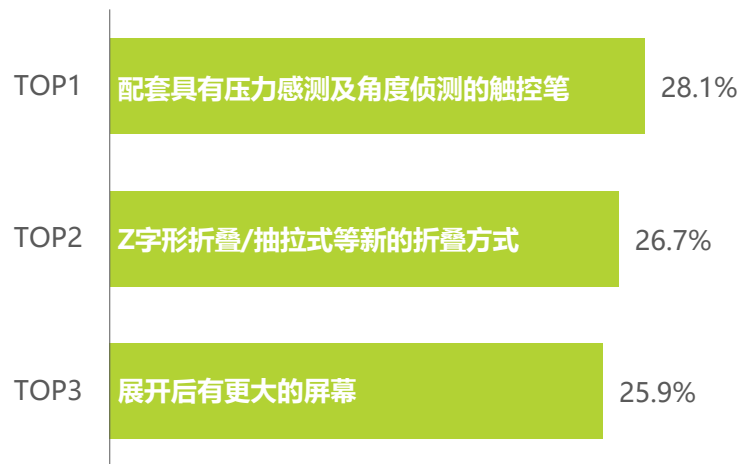
折叠屏手机现有用户对硬件配套和软件自定义更期待

折叠屏手机现有用户相对更期待软件方面的创新，对于手机界面APP的灵活调控，如APP窗口大小的自由缩放、APP内各功能区域大小的自由调整和APP之间图片、视频拖拽共享等操作仍抱有更高的期待；在硬件方面则更希望实现触控笔的配套，折叠方式上也提出更多创新折叠方式的想法等。

62.6% 的用户期待硬件设备创新



现有用户期待的硬件创新TOP3



97.6% 的用户期待软件功能创新



现有用户期待的软件创新TOP3



样本：艾瑞咨询调研数据，N=2000，于2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机横折用户画像

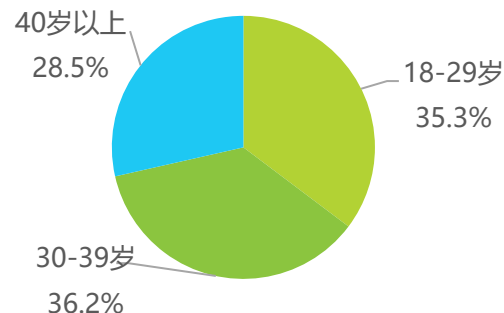
横向折叠屏现有用户多为新一线城市高收入男性群体

从横向折叠屏手机用户画像来看，男性用户占比偏多，在年龄分布上相对均衡，热爱尝鲜的18-29岁年轻群体和经济收入稳定的30-39岁群体占比较高；在城市和收入分布上，横向折叠屏手机的大部分消费者居住于经济条件较为优越的一线及新一线城市，并且超半数用户的收入水平在10000元以上。

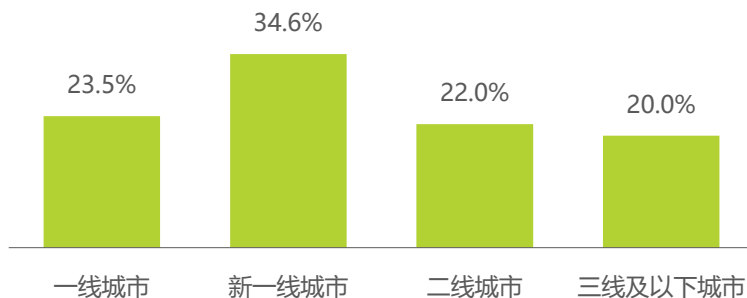
横折用户性别比例



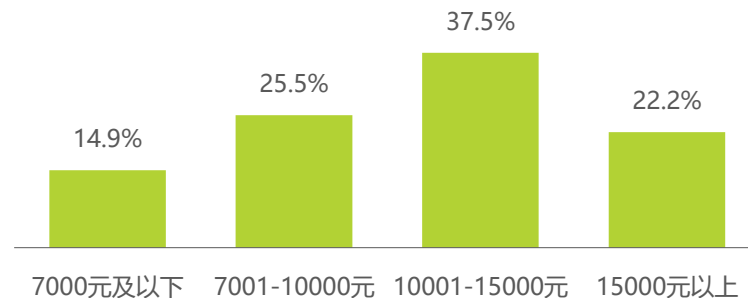
横折用户年龄比例



横折用户城市分布



横折用户收入分布



样本：艾瑞咨询调研数据，N=1100，分别于2023年2月和2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机竖折用户画像

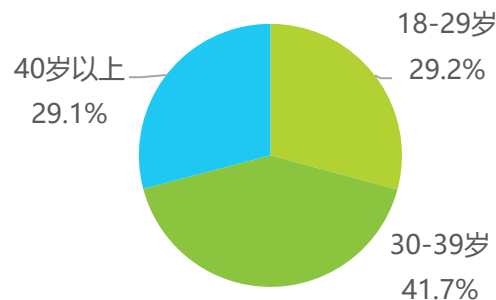
竖向折叠屏现有用户多为一线及下沉市场的中青年群体

相比横向折叠屏手机，竖折手机具备传统高端直屏手机相近的产品价格和软件适配生态，也受到下沉市场用户欢迎。从用户年龄分布来看，30-39岁群体是竖向折叠屏手机的主要用户，占比41.7%；从收入分布来看，整体竖折用户收入水平分布较为均匀。

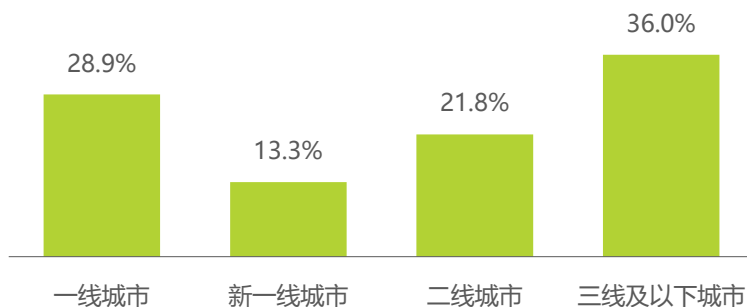
竖折用户性别比例



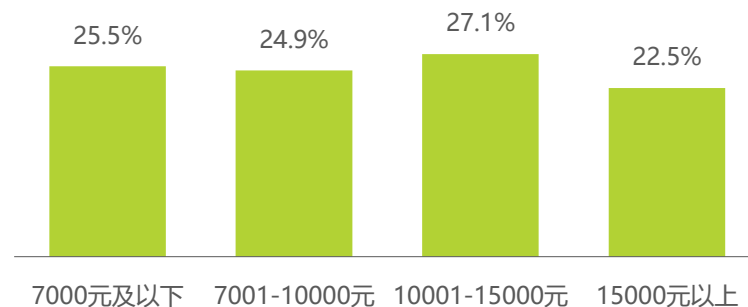
竖折用户年龄比例



竖折用户城市分布



竖折用户收入分布



样本：艾瑞咨询调研数据，N=900，分别于2023年2月和2023年9月通过艾瑞iClick社区调研获得。

折叠屏手机发展背景

1

折叠屏手机市场现状

2

折叠屏手机用户洞察

3

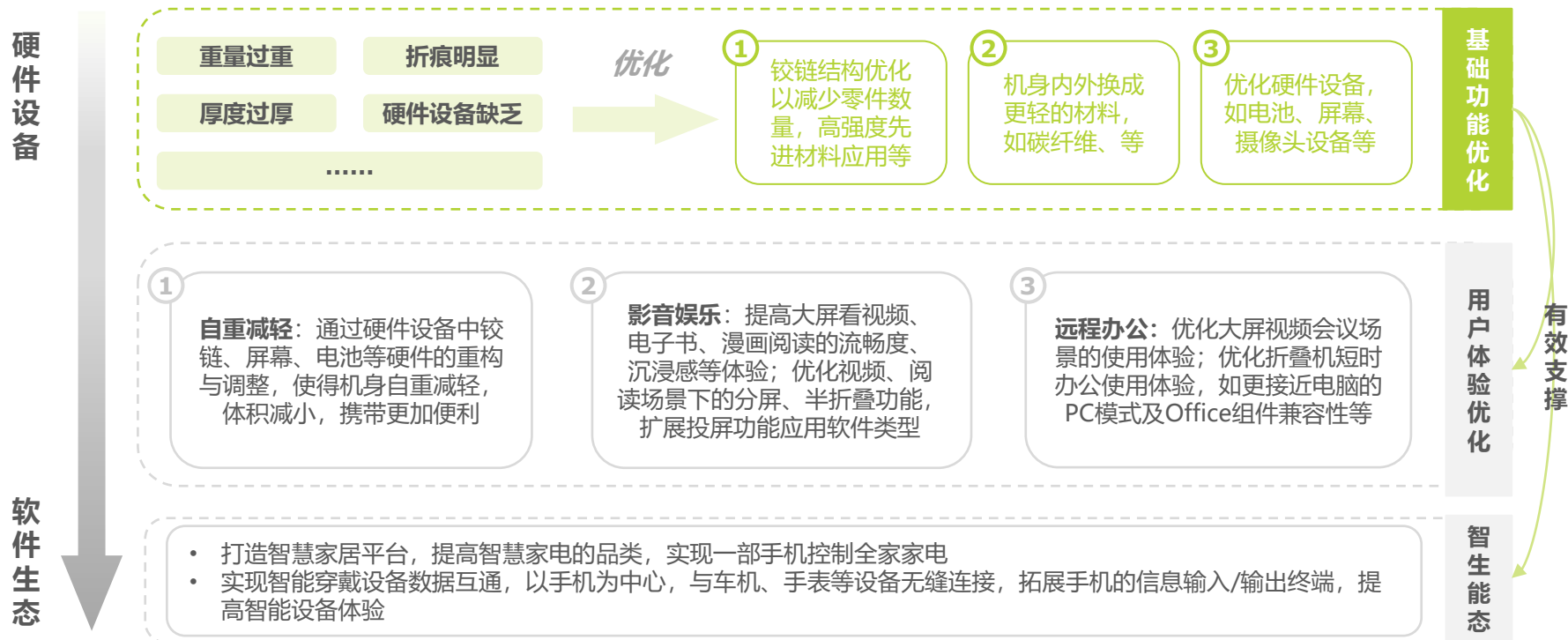
折叠屏手机发展趋势

4

折叠屏手机发展趋势

基础性功能的持续优化是折叠屏手机赛道未来发展的根基

折叠屏手机硬件设备的基础性功能优化，是现阶段各折叠屏手机品牌厂商发展的重中之重。如荣耀、华为、OPPO等厂商通过前沿技术不断调整和研发铰链结构、电池材料、屏幕材质，进一步优化折叠屏手机在机身厚度、重量和折痕上的基础配置，为折叠屏手机的发展奠定根基，为未来折叠屏手机用户的体验持续优化和智能生态的完善提供有效支撑。



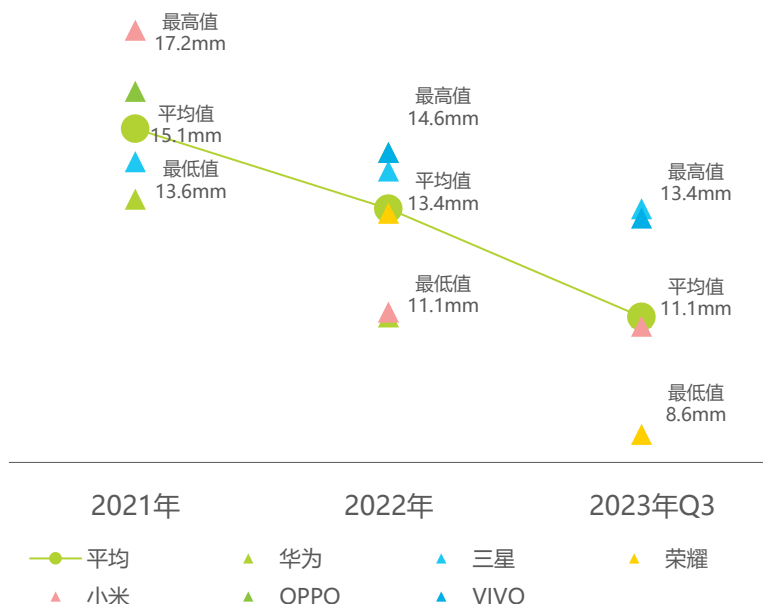
来源: 艾瑞咨询根据公开资料自主研究及绘制。

折叠屏手机发展趋势

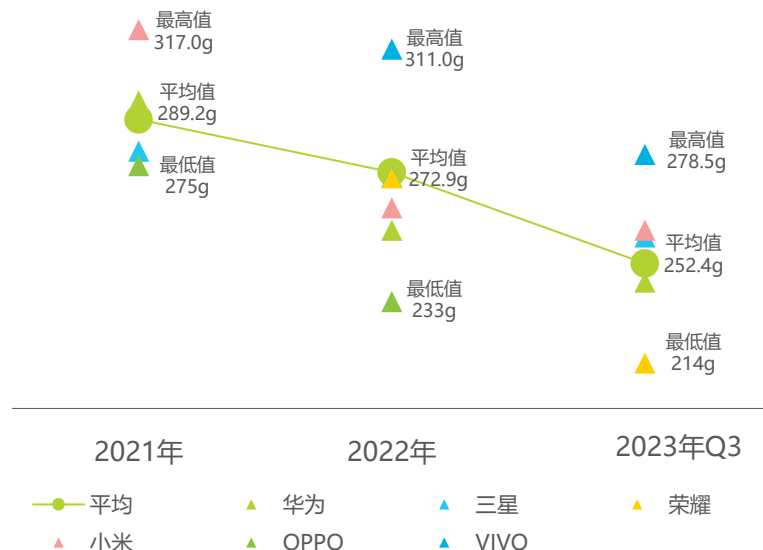
折叠屏产品科技发展推动横向折叠屏手机日益轻薄化

随着科技的进步与应用，各大厂商在轻量化复合碳纤维材料的应用方面日益成熟，并通过如荣耀V Purse的蝶翼铰链、荣耀Magic V2的鲁班钛金铰链和华为Mate X3的双旋水滴铰链等日益精简化的折叠屏铰链设计，以及如荣耀青海湖电池技术等硅碳负极电池新技术的应用，带动折叠屏手机在各方面性能提升，同时不断朝着轻薄化方向发展。从近年发布的横向折叠屏手机参数上来看，横向折叠屏手机的平均厚度和平均重量呈现明显下降的趋势，各大厂商不断突破横向折叠屏手机机身规格的极限，其中荣耀率先将横向折叠屏手机机身厚度降低至8.6mm，推动横向折叠屏手机迈入“毫米时代”。

2021年-2023年Q3中国市场主要横向折叠屏手机 机身厚度区间对比



2021年-2023年Q3中国市场主要横向折叠屏手机 机身平均重量对比



来源：艾瑞咨询根据公开资料整理并绘制。
注：报告选取截止2023年9月主要品牌的横向折叠屏手机产品为样本

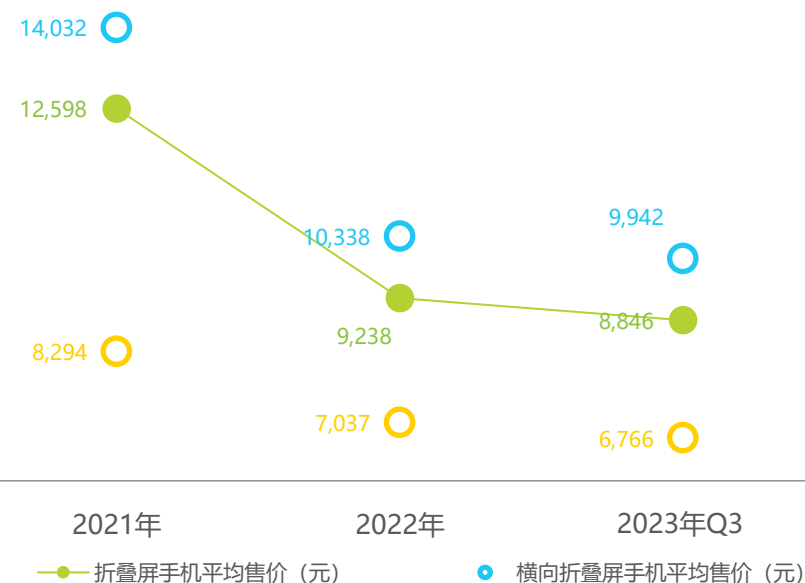
来源：艾瑞咨询根据公开资料整理并绘制。
注：报告选取截止2023年9月主要品牌的横向折叠屏手机产品为样本

折叠屏手机发展趋势

折叠机价格逐步亲民化，其与品牌旗舰机间的价差逐渐缩小

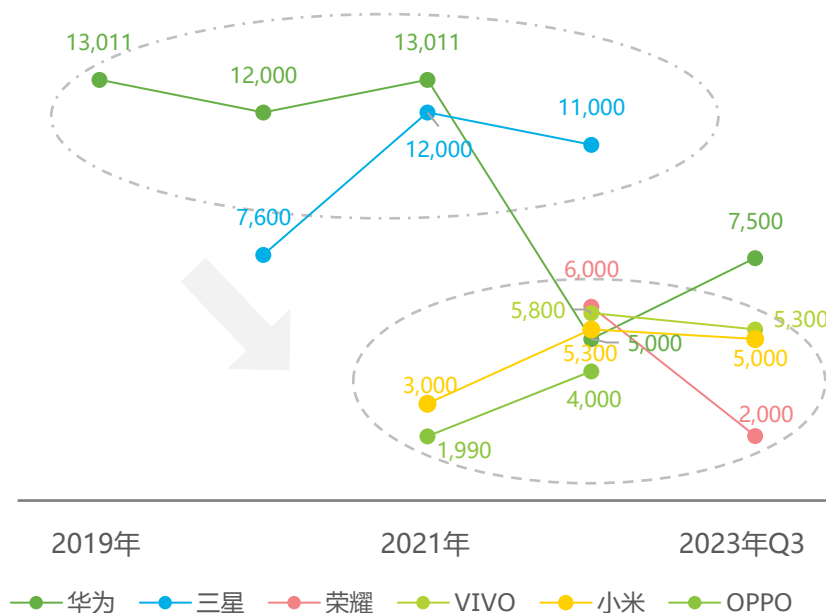
伴随着各大手机品牌厂商的入局和持续发力，新兴产品的溢价空间逐渐下降，同时折叠屏手机成本结构不断优化。自2021年起，中国市场的折叠屏手机价格呈现明显的下降趋势，平均价格累计下降29.8%，尤其在价格相对较高的横向折叠屏手机上，其新品上市期间的价格已逐步贴近各品牌传统直板机的高端旗舰款价格区间。同时各厂商在折叠屏手机的价格上也在向更宽泛的价格区间探索，如荣耀9月新机V Purse首次将横向折叠屏手机的价格下探至5999元，进一步推动横向折叠屏手机价格上的亲民化，减少直板屏手机用户使用折叠屏手机的经济迁移成本，进而带动折叠屏手机市场的发展。

2020年-2023年Q3中国市场折叠屏发布产品 平均售价对比



来源：艾瑞咨询根据品牌官网及公开资料研究并绘制。
注：折叠机价格均选择该型号的最低起售价格

各品牌横向折叠屏手机与同期旗舰手机 价差变化情况



来源：艾瑞咨询根据品牌官网及公开资料研究并绘制。
注：折叠机和旗舰机价格均选择该型号的最低起售价格

艾瑞定制化解决方案



品类拓展

多种方式帮助企业圈定未来业务中可拓展的高潜能产品品类，挖掘产品机会点，触达目标人群，实现品类拓展和业绩增长。



产品创新

为企业在产品机会点挖掘和产品创新可行性验证上提供数据分析，并通过可行性验证为企业新产品创新。



品牌定位与追踪

助力企业建立全新子品牌或品牌升级/再定位，并以品牌为抓手实现业务增长。并对企业品牌进行长期监测，提出品牌建设运营建议。



TMIC isv服务

依托TMIC阿里天猫创新中心的isv认证以其数据资源和艾瑞的专家资源，为品牌的新品创新全流程提供服务。包括寻找新品机会方向、产品创意、新品概念测试优化与上市市场模拟。



人群洞察

为企业提供360度全景用户画像，亦可通过定制化研究分析用户的购买动机、场景、需求等U&A和人群细分研究，助力企业理解用户。



CEM-客户体验

顾客体验管理系统开发与洞察。通过多元数据（大小数据结合）为企业定制顾客体验管理体系与系统开发，定期监测顾客体验的变化并提供顾客体验优化洞察。



社群洞察运营

依托大数据源（如TMIC等）搭建真实的品牌目标人群社群。持续运营公有社群为特定品牌提供快速真实的调研洞察服务，也可为品牌提供私有社群搭建和持续运营洞察服务。



营销策略及效果

覆盖广告投放前中后全链路，为企业提供投前策略分析、投中KPI监测及投后效果分析。为企业持续提高广告投放ROI、降低获客成本及提升品牌资产提供数据依据。

关于艾瑞



艾瑞咨询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。

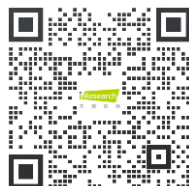
如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

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。

联系我们 Contact Us

 400 - 026 - 2099

 ask@iresearch.com.cn



企 业 微 信



微 信 公 众 号

法律声明

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

