



2024 冲锋衣消费者洞察

艺恩出品 2024年08月



目录 CONTENTS

- 01 ● 乘风：户外风助推冲锋衣增长
- 02 ● 追风：冲锋衣消费者趋势洞察
- 03 ● 造势：冲锋衣品牌趋势洞察



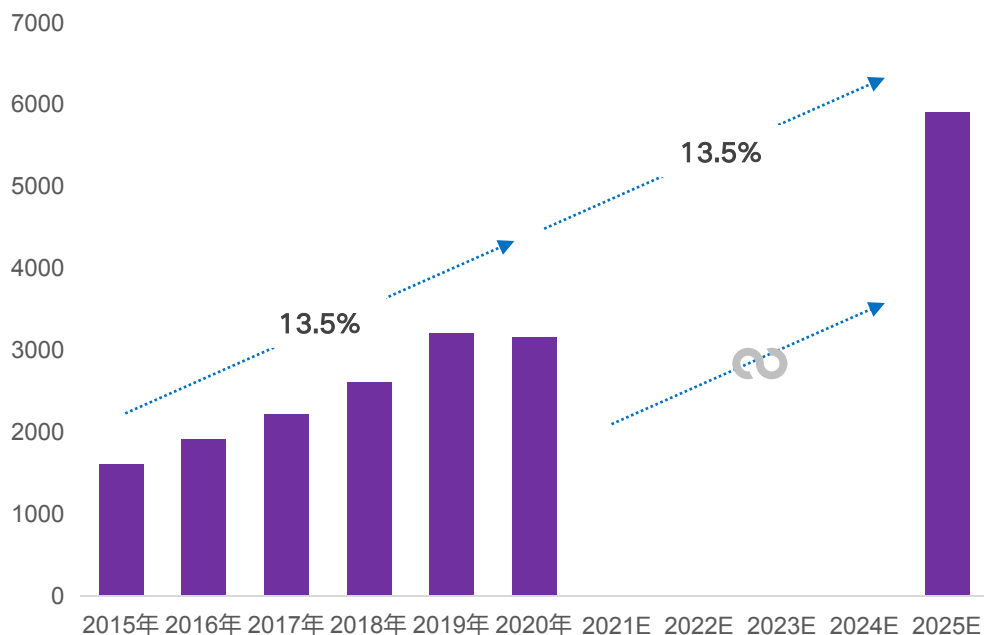
01 乘风

户外风助推冲锋衣增长

运动户外市场活力迸发，冲锋衣迎来黄金增长

- 预期到2025年，运动户外用品市场规模将增长至接近6000亿元；从消费者声量讨论热度来看，防晒衣、冲锋衣成为户外场景下的核心讨论品类，其中冲锋衣声量同比增长最高，成长态势良好。

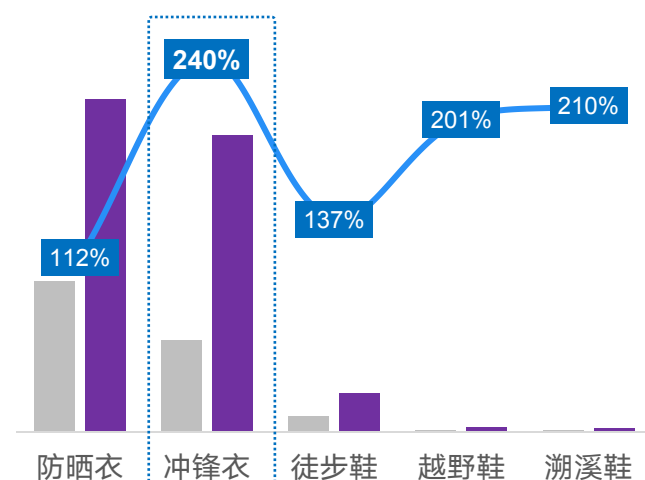
中国运动户外用品市场规模 (2015-2025年, 亿人民币)



冲锋衣成为户外用品中声量增速最高的品类

主要户外品类社媒声量表现

■ 22年声量 ■ 23年声量 — YOY%



source : EUROMONTIOR、科尔尼《运动户外消费者运营白皮书》，网络公开资料，艺恩营销智库，艺恩收集整理

冲锋衣热度趋势：23年以来热度激增，从24年热度表现看，冲锋衣大有打破秋冬季壁垒的趋势

- 从社媒热度趋势来看，自23年7月以来，冲锋衣热度伴随户外运动的火热水涨船高，且由于季节影响，秋冬季冲锋衣热度表现更好；但从24年趋势表现来看，冲锋衣大有“四季皆可穿”的趋势。

「冲锋衣」相关内容社媒讨论热度趋势

近一年相关作品量：131.3万+，同比：↑266%

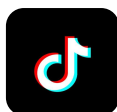
近一年相关作品互动量：4.1亿+，同比：↑128%

冲锋衣热门社媒话题



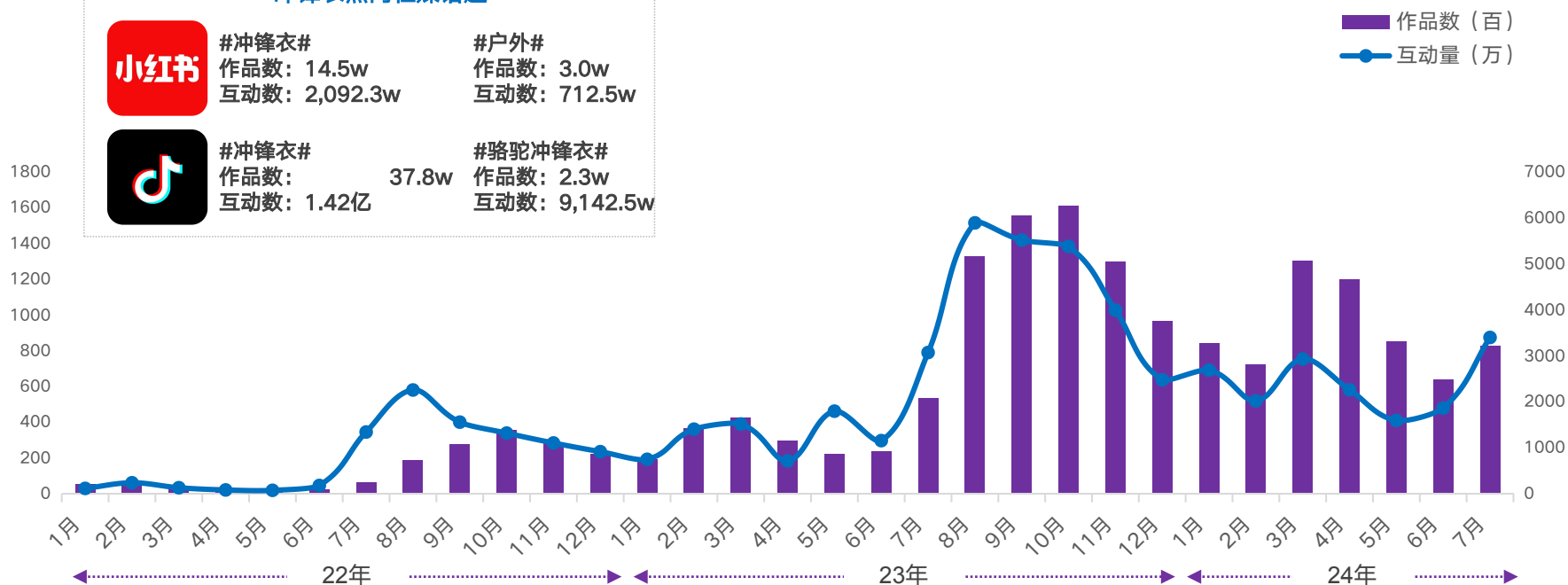
#冲锋衣#
作品数：14.5w
互动数：2,092.3w

#户外#
作品数：3.0w
互动数：712.5w



#冲锋衣#
作品数：37.8w
互动数：1.42亿

#骆驼冲锋衣#
作品数：2.3w
互动数：9,142.5w

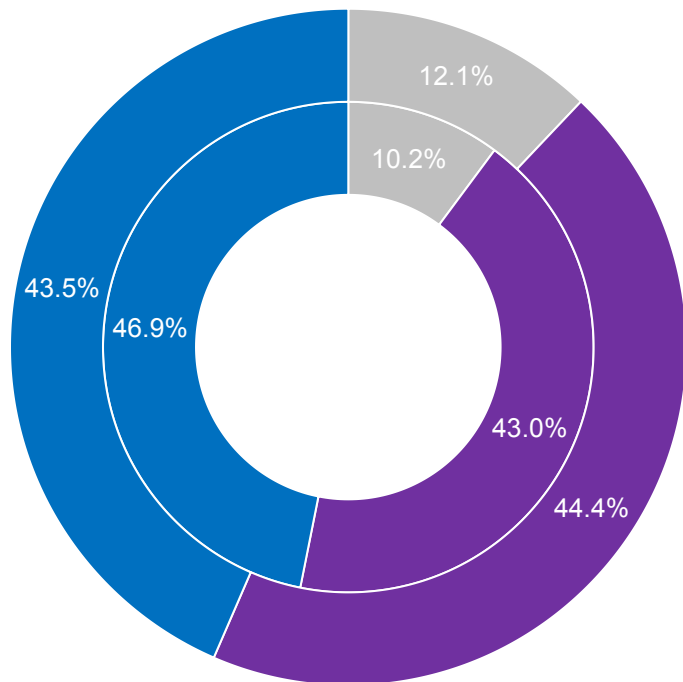


source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、红书、微博及其他社媒渠道）

冲锋衣种草渠道：抖音和小红书成为消费者种草冲锋衣的主要渠道，抖音平台互动效果更好

「冲锋衣」社媒平台作品量占比

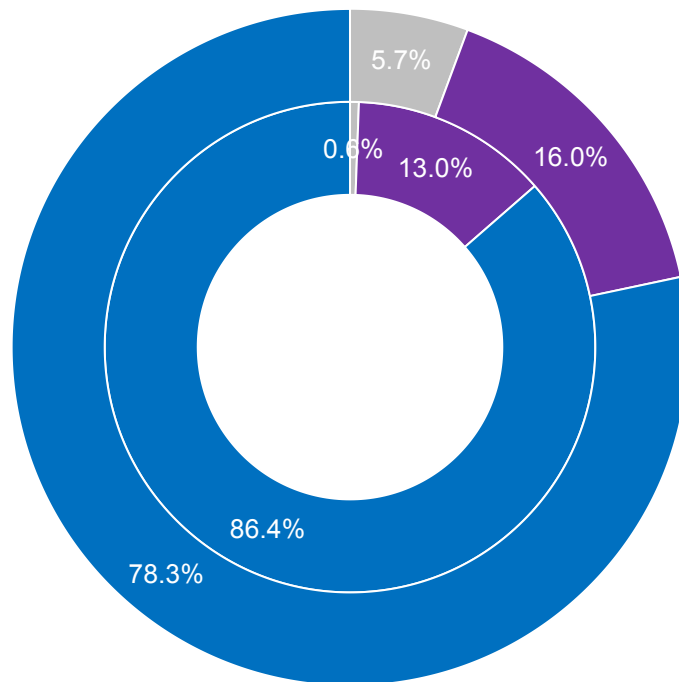
■ 微博 ■ 小红书 ■ 抖音



内圈统计周期：23年1-7月
外圈统计周期：24年1-7月

「冲锋衣」社媒平台互动量占比

■ 微博 ■ 小红书 ■ 抖音



内圈统计周期：23年1-7月
外圈统计周期：24年1-7月

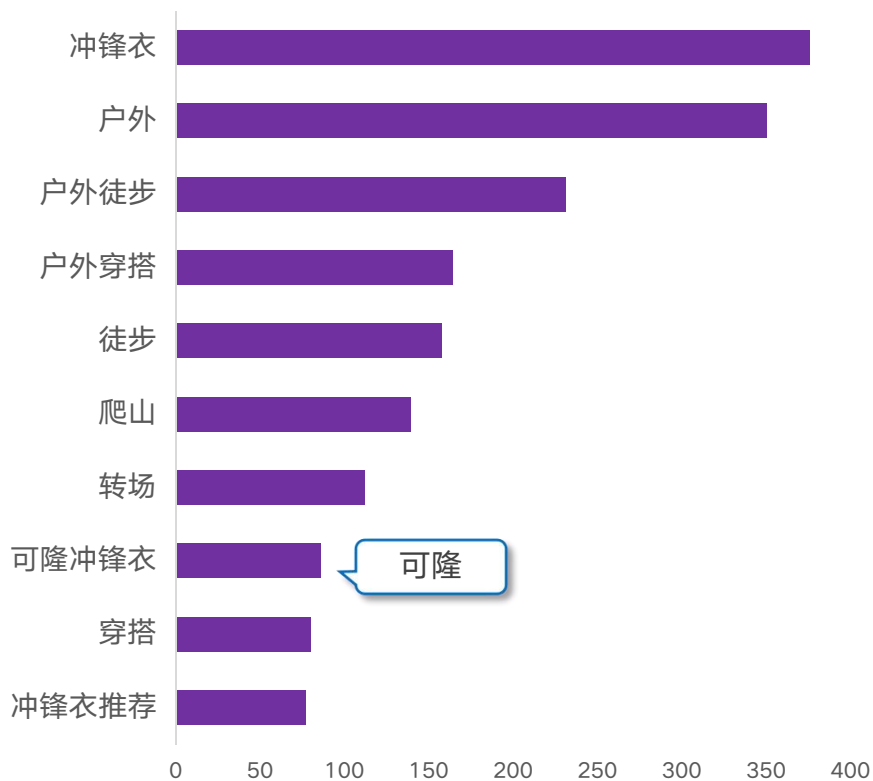
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、红书、微博及其他社媒渠道）

冲锋衣热门话题：小红书以户外场景类话题为主，品牌类话题是推动抖音互动增长的关键

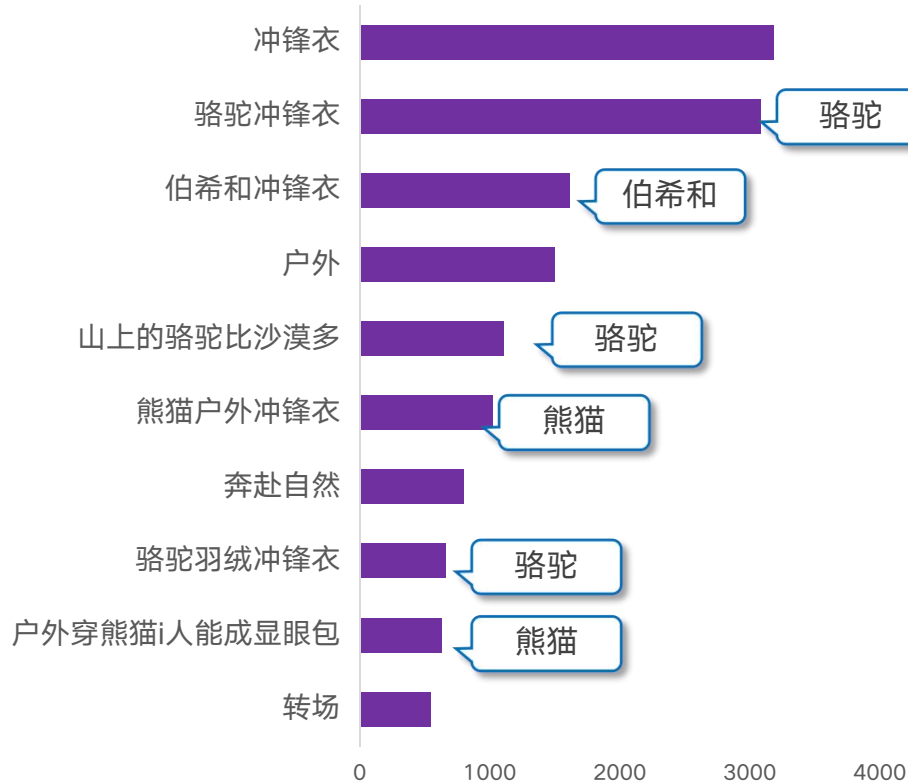


- 小红书平台中，互动量较高的种草内容多与徒步、爬山等户外场景相关；抖音平台互动量较高的话题中，品牌发起的话题占据多数，骆驼、熊猫、伯希和等品牌出圈。

小红书冲锋衣热门话题互动量TOP10



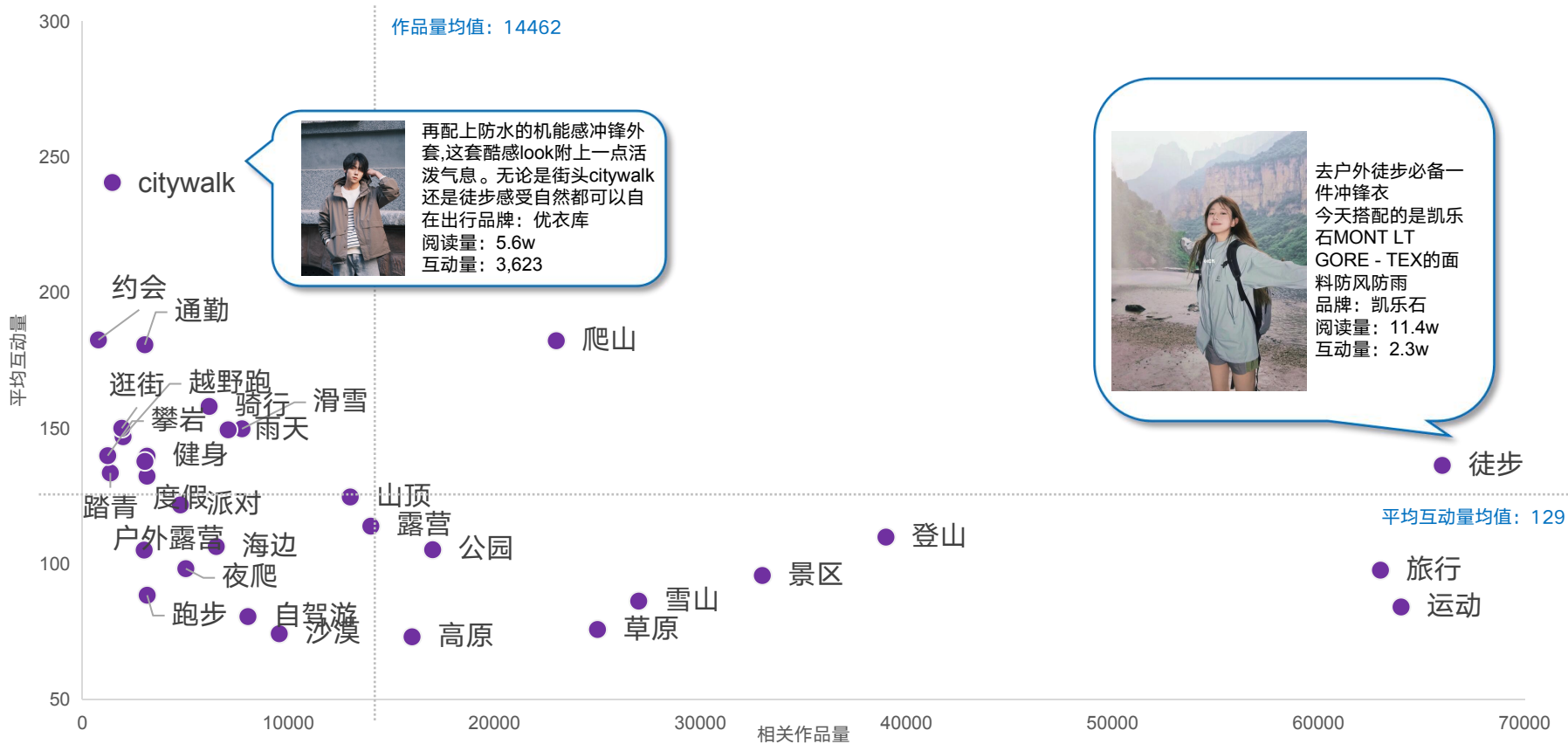
抖音冲锋衣热门话题互动量TOP10



source : 艺恩营销智库, 2024年1月-2024年7月 (抖音, 小红书)

冲锋衣渗透场景：徒步、登山等轻户外场景仍占据主流，citywalk、通勤等日常场景互动表现更好

「冲锋衣-场景」相关内容数TOP场景词分布



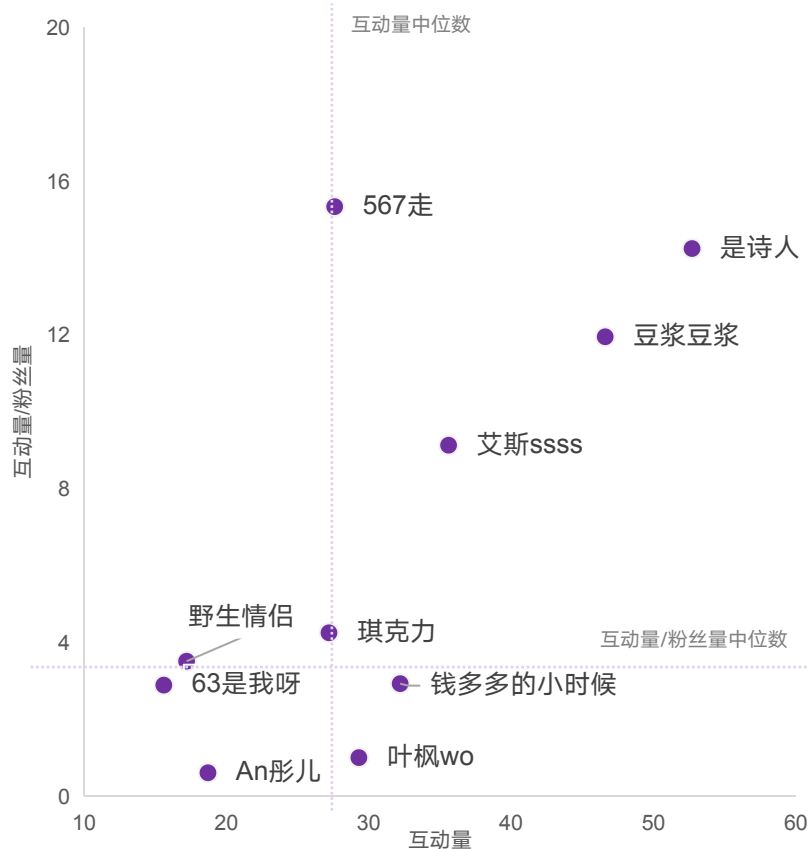
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书、微博及其他社媒渠道)

冲锋衣热门内容-小红书：围绕冲锋衣的种草内容以转场变装、户外穿搭、潮流穿搭等为主



- 在小红书平台，围绕冲锋衣的种草内容以转场变装、户外穿搭、潮流穿搭等内容为主，生活记录类、户外类、服饰穿搭类KOL互动表现较好。

「冲锋衣」相关内容小红书平台互动量TOP 10 KOL表现



「冲锋衣」相关内容小红书平台互动量TOP 10内容

达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	发布时间	互动量	互动量/粉丝量
豆浆豆浆	生活记录 户外 服饰穿搭	3.9w	一键由夏入冬,这个转场夏天就拍了#骆驼冲锋衣	2024-01-18	46.1w	11.8
是诗人	生活记录 户外 服饰穿搭	3.7w	转场是吧 我只教一遍 #熊猫云川冲锋衣	2024-07-14	36.0w	9.7
钱多多的小时候	宠物 影视	11.0w	我的改变只需要一件冲锋衣	2024-07-05	31.5w	2.9
艾斯ssss	户外 出行 生活记录	3.9w	当我把曾经觉得很土的防晒衣混搭之后	2024-05-11	27.6w	7.1
567走	服饰穿搭 生活记录 时尚潮流	1.8w	出门这样穿,大叔都是小鲜肉	2024-01-29	27.5w	15.3
叶枫wo	户外 生活记录	29.2w	音乐一响 自由登场#户外[话题]##爬山[话题]###企鹅风盾冲锋衣[话题]#	2024-07-13	26.9w	0.9
An彤儿	服饰穿搭 生活记录 时尚潮流	30.7w	女生才不会嫉妒我 她们只会爱上我	2024-07-29	18.3w	0.6
野生情侣	摄影 情感	4.9w	情侣旅行超自由拍照pose~	2024-07-13	15.5w	3.2
63是我呀	生活记录 户外 服饰穿搭	5.4w	她好鬼马呀#伯希和冲锋衣	2024-06-09	15.2w	2.8
是诗人	生活记录 户外 服饰穿搭	3.7w	倘若我开始耍帅呢#爬山要这样拍才够酷	2024-05-25	14.8w	4.0

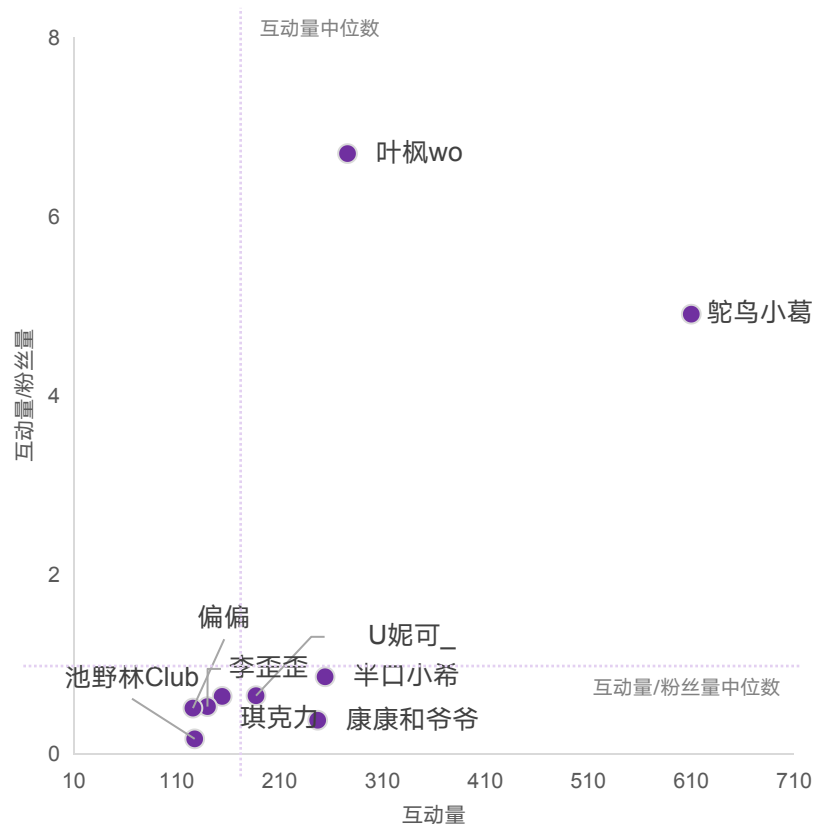
source : 艺恩营销智库, 2024年1月-2024年7月 (小红书)

冲锋衣热门内容-抖音：围绕冲锋衣的内容以转场、潮流穿搭为主，达人鸵鸟小葛野生冲锋衣测评内容出圈



- 在抖音平台，围绕冲锋衣的种草内容以户外登山、转场、潮流穿搭等为主，其中达人鸵鸟小葛凭借趣味化的野生冲锋衣测试类内容，受到消费者喜爱。

「冲锋衣」相关内容抖音平台互动量TOP 10 KOL表现



「冲锋衣」相关内容抖音平台互动量TOP 10内容

达人昵称	达人类型	粉丝量	内容摘要	发布时间	互动量	互动量/粉丝量
鸵鸟小葛	生活记录	124.3w	#神奇动物在抖音 #我的乡村生活 #冲锋衣 还想看什么衣服	2024-04-20	538.4w	15.1
叶枫wo	生活记录 极限运动	17.6w	音乐一响 自由登场#户外#爬山#白石山#企鹅风盾冲锋衣	2024-07-13	266.0w	0.5
康康和爷爷	穿搭 生活记录 时尚资讯	659.9w	听说这套公式是男人的医美? 86岁爷爷也想试试#狩猎焰色系 #2024狩猎焰 #狩猎焰穿搭	2024-01-03	247.0w	0.3
李歪歪	生活记录 球类项目	265.7w	四宝勇闯老君山 #星巴克表情杯 #拿捏夏日笑脸	2024-05-20	139.9w	0.3
鸵鸟小葛	生活记录	124.3w	野生冲锋衣测试, 第二天 #神奇动物在抖音 #我的乡村生活 #冲锋衣	2024-04-27	87.6w	0.1
U妮可_	专业舞蹈	288.6w	太洗脑了, 再跳一遍 #浅跳一下 #甜妹 #一学就会系列#骆驼冲锋衣	2024-02-15	81.1w	0.2
偏偏	人物随拍 美女	246.8w	定格在这瞬间~ #熊猫户外冲锋衣 #户外穿熊猫人能成显眼包	2024-03-07	79.5w	0.3
真子日记	生活记录 专业健身 剧情	916.6w	纯爱狂战士 #迪卡依冲锋衣三合一 @DECATHLON迪卡依	2024-01-09	77.4w	15.1
池野林Club	剧情 生活记录	765.9w	老灯 还敢让我表演吗#真实还原 #KW	2024-02-12	127.5w	0.5
琪克力	人物随拍 美女 专业舞蹈	240.8w	可惜你不跟我爬山 没法给你拍这么帅的视频 #武功山 #冲锋衣	2024-05-02	76.1w	0.3

source : 艺恩营销智库, 2024年1月-2024年7月 (抖音)



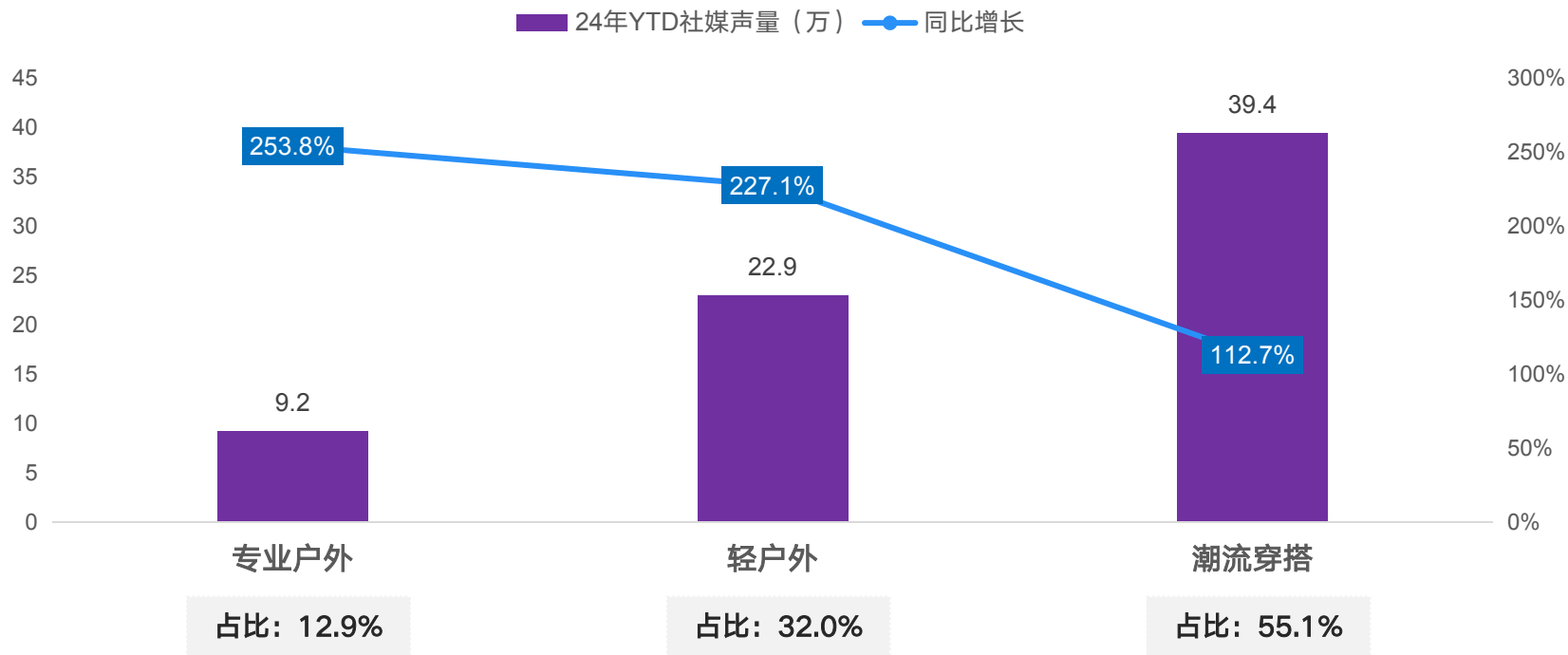
02 追风

冲锋衣消费者趋势洞察

冲锋衣消费者分布：潮流穿搭人群占比最高，专业户外与轻户外人群最具成长性

- 根据冲锋衣穿着场景的专业性，我们将冲锋衣人群划分为专业户外人群（攀岩,攀冰,雪山等专业场景）、轻户外人群（露营,骑行,垂钓等轻户外场景）和潮流穿搭人群（以上班通勤、搭配等场景为主）。

冲锋衣细分人群社媒声量规模与同比情况

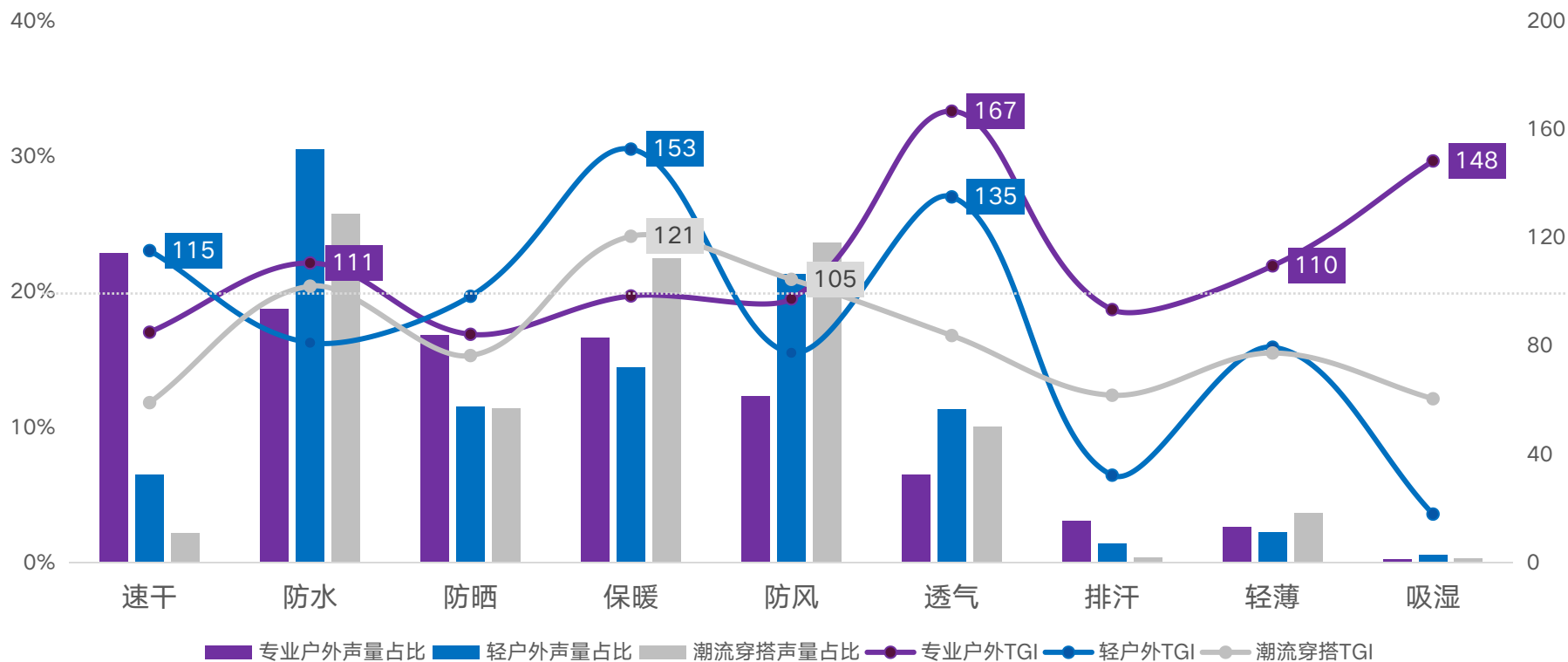


source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 vs 2023年1月-2023年7月 (抖音、红书、微博及其他社媒渠道)

各人群功能偏好：专业户外更在意透气和吸湿性能，轻户外人群更在意保暖和透气性能

- 从不同人群对冲锋衣的功能属性偏好来看，专业户外人群关注速干、防水功能，相较于其他人群更在意透气和吸湿性能；轻户外和潮流穿搭人群关注防水防风，其中轻户外人群更在意保暖和透气性能。

「冲锋衣-差异化人群」功能偏好



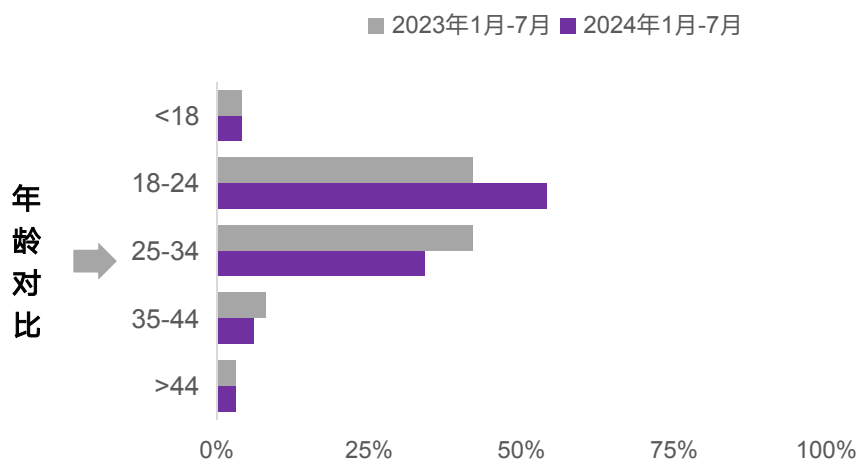
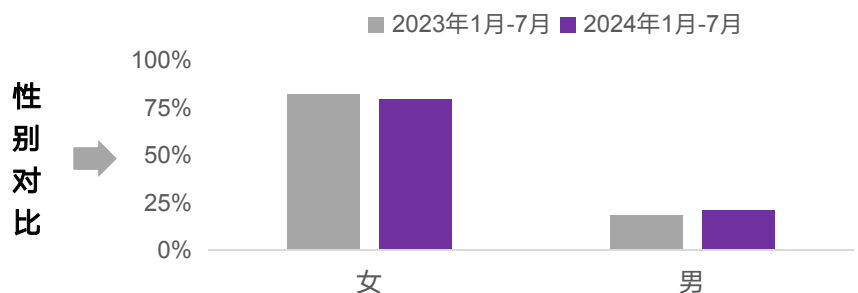
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书、微博及其他社媒渠道)

画像：18-34岁人群居多，男性占比有所提升

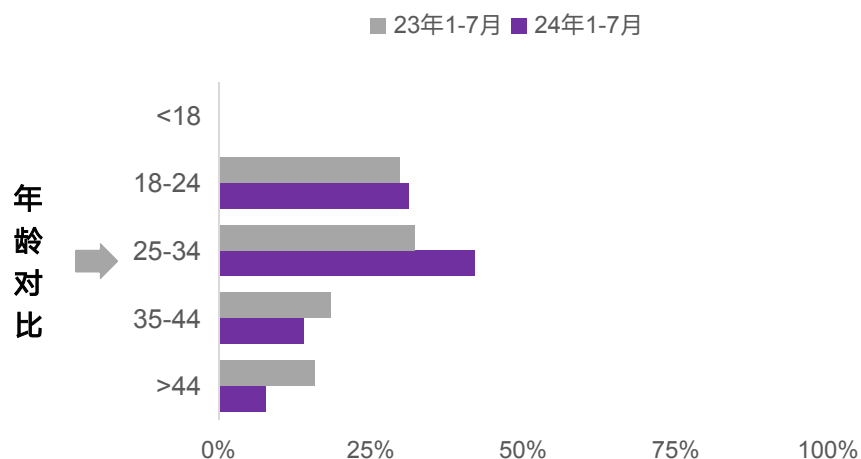
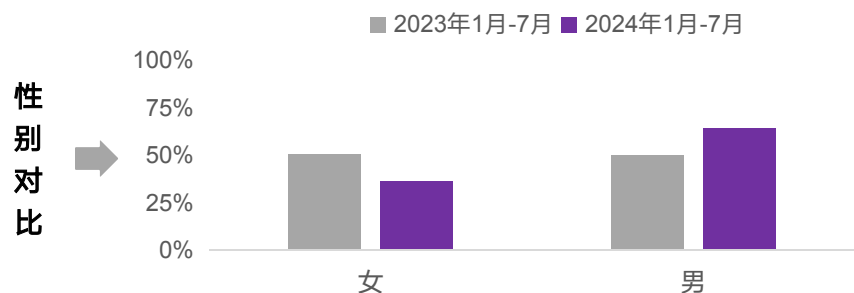


- 小红书平台：女性占据主导，男性占比有所提升；18-34岁人群是主力群体且有年轻化趋势；
- 抖音平台：男性占据主导，且占比有所提升；18-34岁人群是主力兴趣群体且占比有所提升。

小红书-「冲锋衣-专业户外」兴趣人群画像



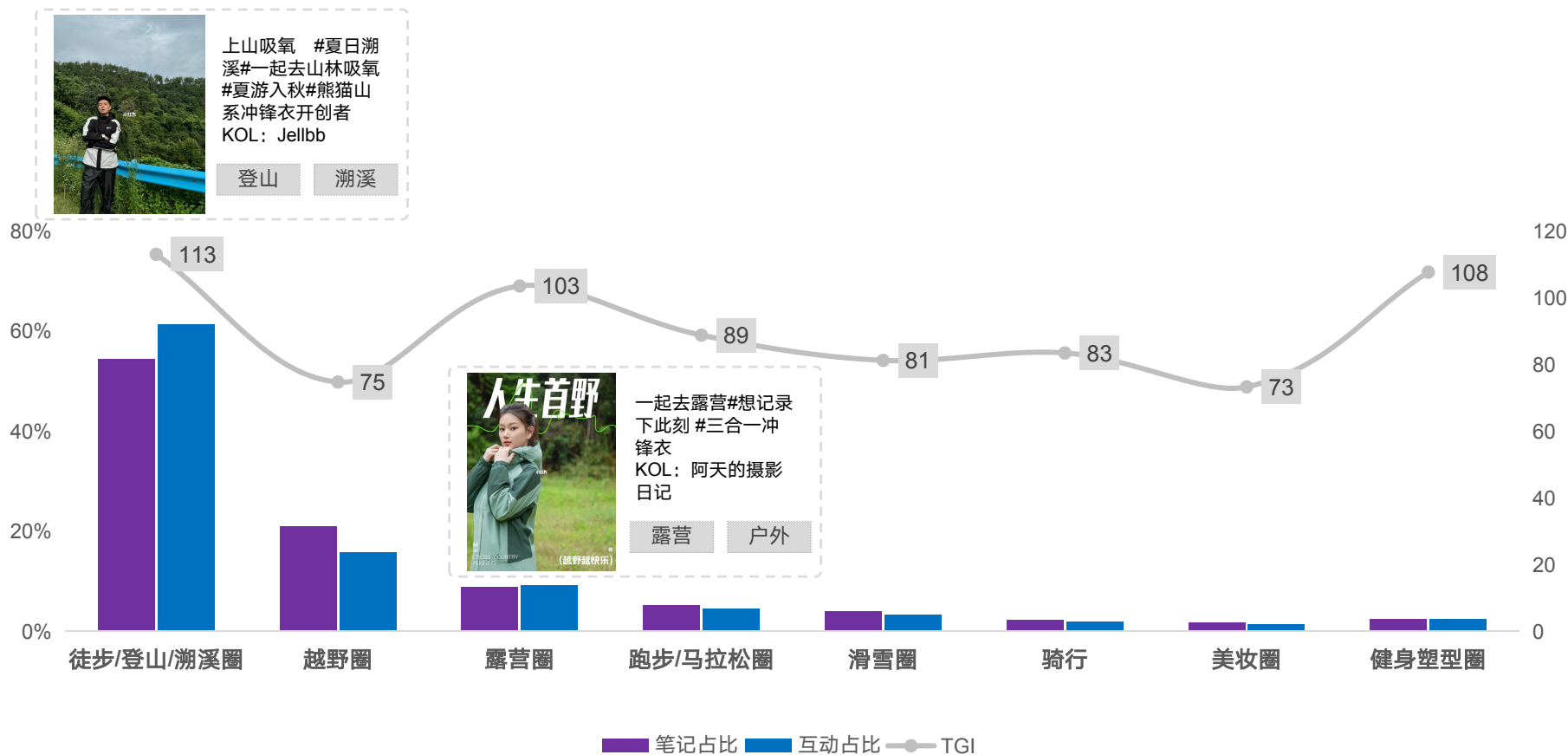
抖音-「冲锋衣-专业户外」兴趣人群画像



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书）

圈层渗透：主要渗透溯溪、越野等专业圈层人群，并有向露营、跑步、健身等户外运动圈层渗透的趋势

「冲锋衣-专业户外」圈层渗透情况



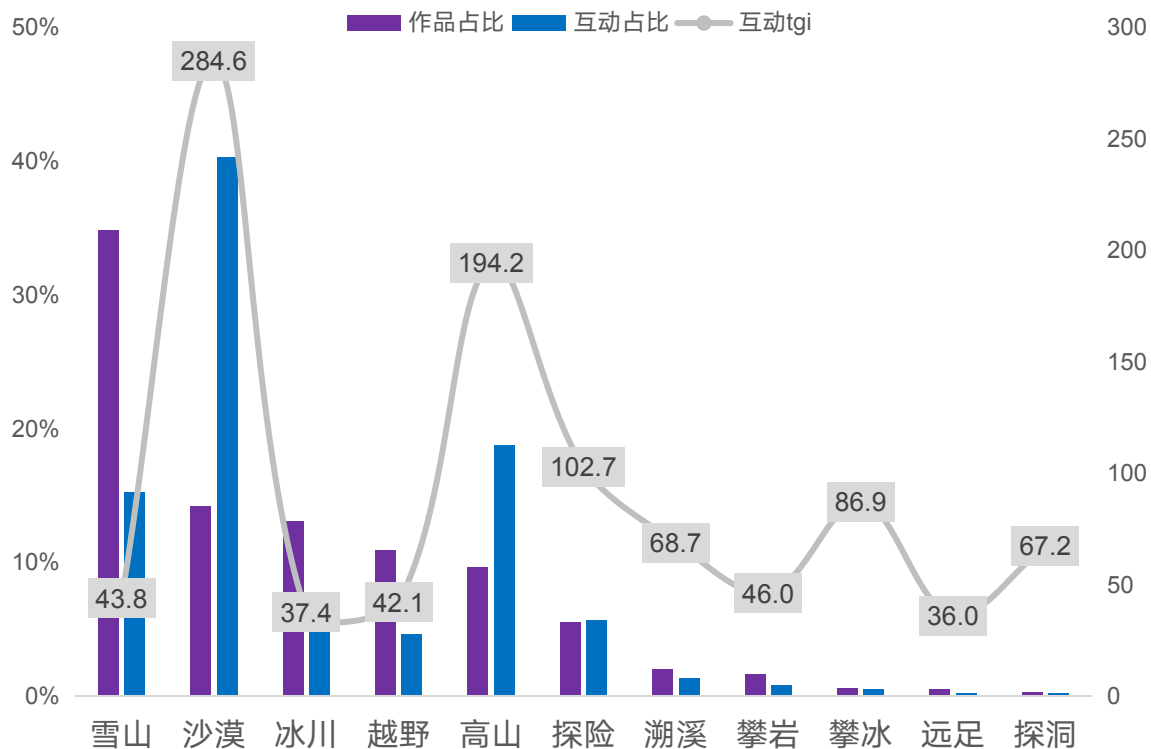
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书)

关键场景：雪山、沙漠、冰川等专业户外场景是主流，沙漠、高山场景下冲锋衣种草互动表现更好



- 专业户外人群穿着冲锋衣主要渗透雪山、沙漠、冰川、越野、高山等硬核专业场景，在这些场景下，品牌主要以展示冲锋衣的专业性能和科技面料进行种草，实现高互动。

「冲锋衣-专业户外」TOP场景互动表现



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

高互动爆文示例

雪山

主题：
专业性能+极端场景
平均互动：145



背负自身体重50%的包独穿雪山算勇敢吗？可隆全新推出的GAIA韧力冲锋衣，就引入了“韧”的概念

沙漠

主题：
专业性能+科技面料
平均互动：943



乌鲁木齐-S21沙漠高速-五彩滩-布尔津。即使是夏天来也需要带冲锋衣，景区内变天比变脸还快

高山

主题：
专业性能+科技面料
平均互动：643



青春没有售价 小小武功山拿下，这次出行我就穿的熊猫云川冲锋衣 科技防水 同时又做到高度透气

越野

主题：
专业性能+科技面料
平均互动：139



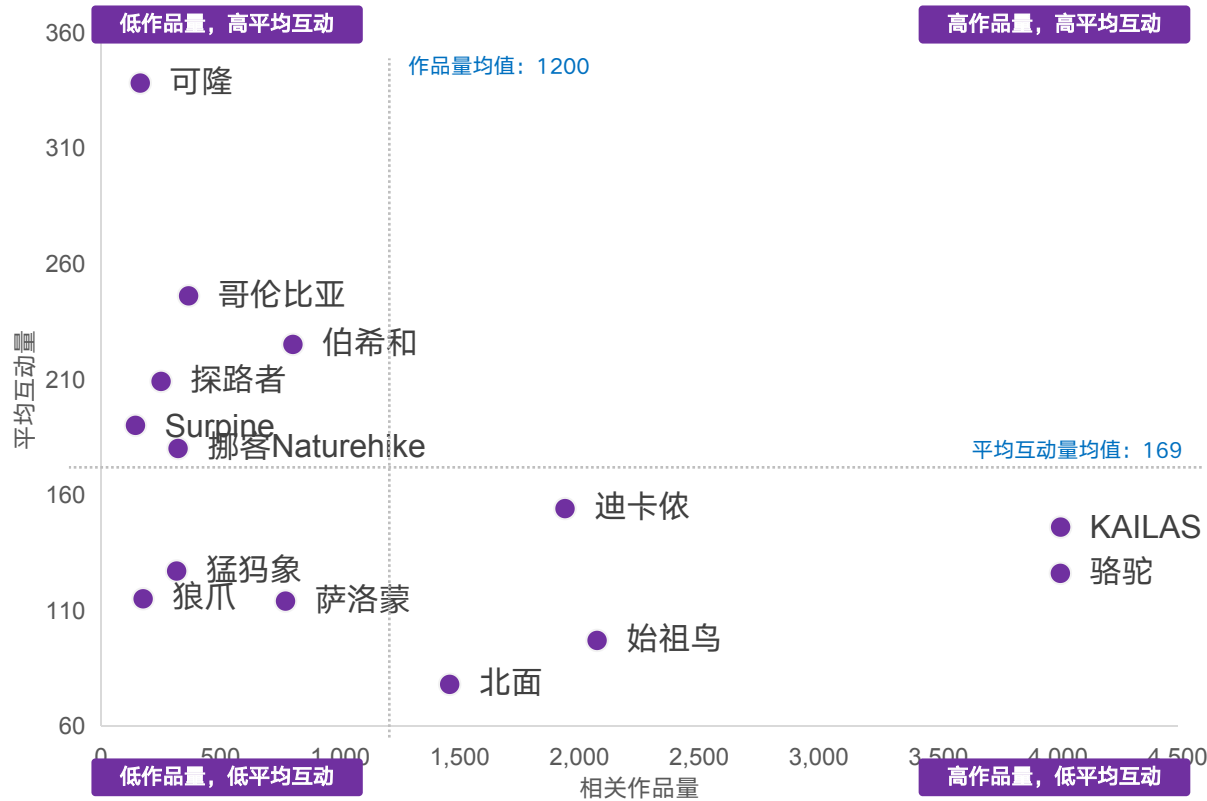
轻若皮肤衣！冲锋衣啥时候进化成这样了？最近去户外徒步越野跑、雨天通勤它都是我常揣在包里的神器！

偏好品牌：以国际品牌为主，国产品牌骆驼和Surpaine 凭借专业性能与科技面料跻身TOP15



- 专业户外人群偏好的冲锋衣品牌以始祖鸟、迪卡侬等国际品牌为主，国产品牌骆驼于24年6月推出了新品牌——喜马拉雅，定位专业户外，覆盖越野跑、高海拔攀登等专业户外场景，逐渐比肩国际品牌。

「冲锋衣-专业户外」相关互动数TOP15品牌



偏好冲锋衣产品特征

科技面料

内容特征:
科技面料+防护性能
品牌示例: 凯乐石



GORE-TEX PRO面料带来更强劲的防护性, 更轻更透气, 适配各种高海拔作业, 尤其是攀登, 滑雪, 速攀, 高海拔徒步等等, 别管! 很爱!

防水防雨防风

主题:
防水防雨
品牌示例: 骆驼



瀑布淋浴 自由即永生

轻便透气

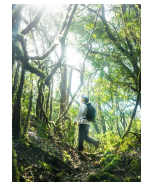
主题:
透气+轻量化
品牌示例: 可隆



进山带了可隆1922 C-KNIT冲锋衣, 可以有效防雨, 上身更轻便透气, 哪怕去走较寒冷的高原线也没有问题

吸湿耐磨舒适

主题:
吸湿排汗+舒适耐磨
品牌示例: 始祖鸟



GORE-TEX INFINIUM™ 面料防风耐用。长距离徒步出汗严重也不用担心闷热, 透气的梭织内衬不仅穿着舒适, 吸湿排汗性也很不错

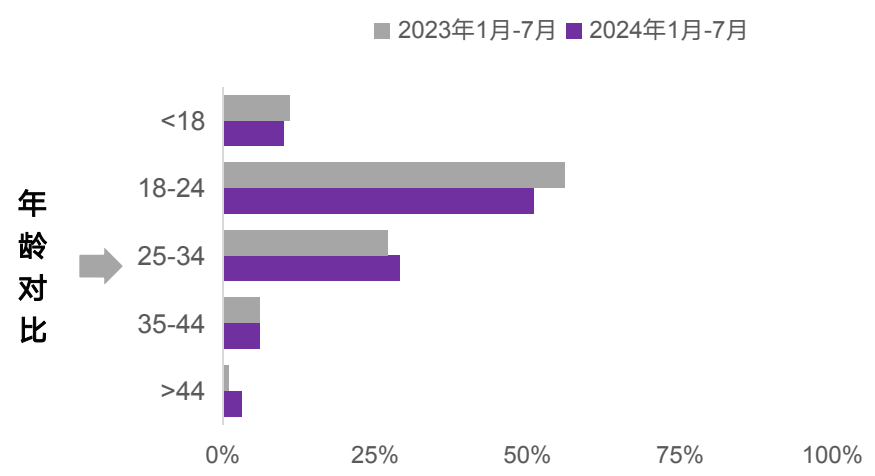
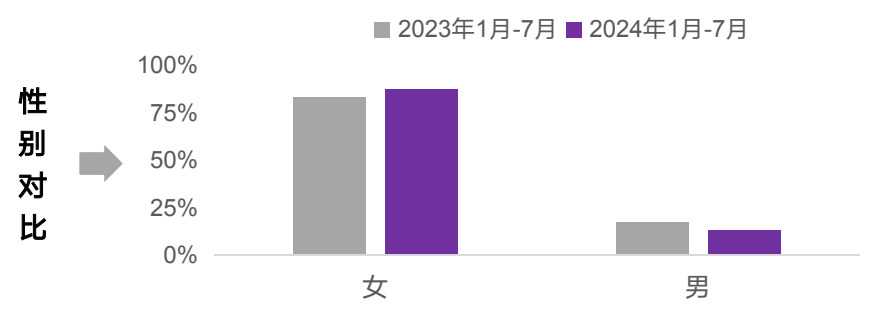
source: 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书、微博及其他社媒渠道)



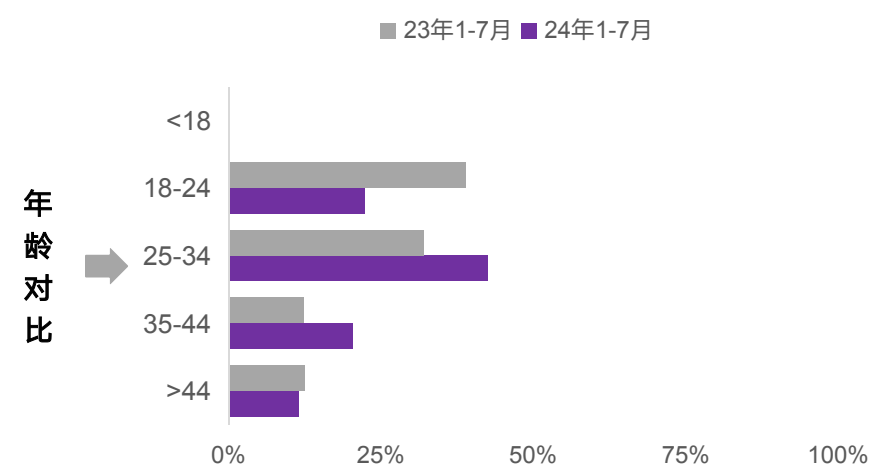
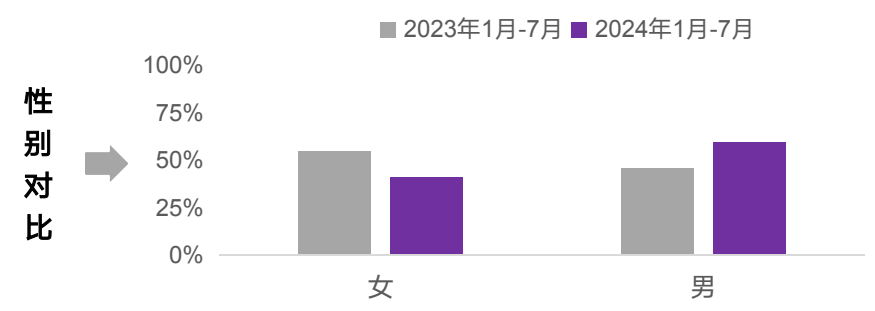
画像：小红书年轻女性为主，抖音男性、熟龄渐成主流

- 小红书平台：女性占据主导，且占比有所提升；18-24岁人群是主力群体但有熟龄化趋势；
- 抖音平台：男女比例相对均衡，男性占比有所提升；25-34岁人群是主力兴趣群体且占比有所提升。

小红书-「冲锋衣-轻户外」兴趣人群画像



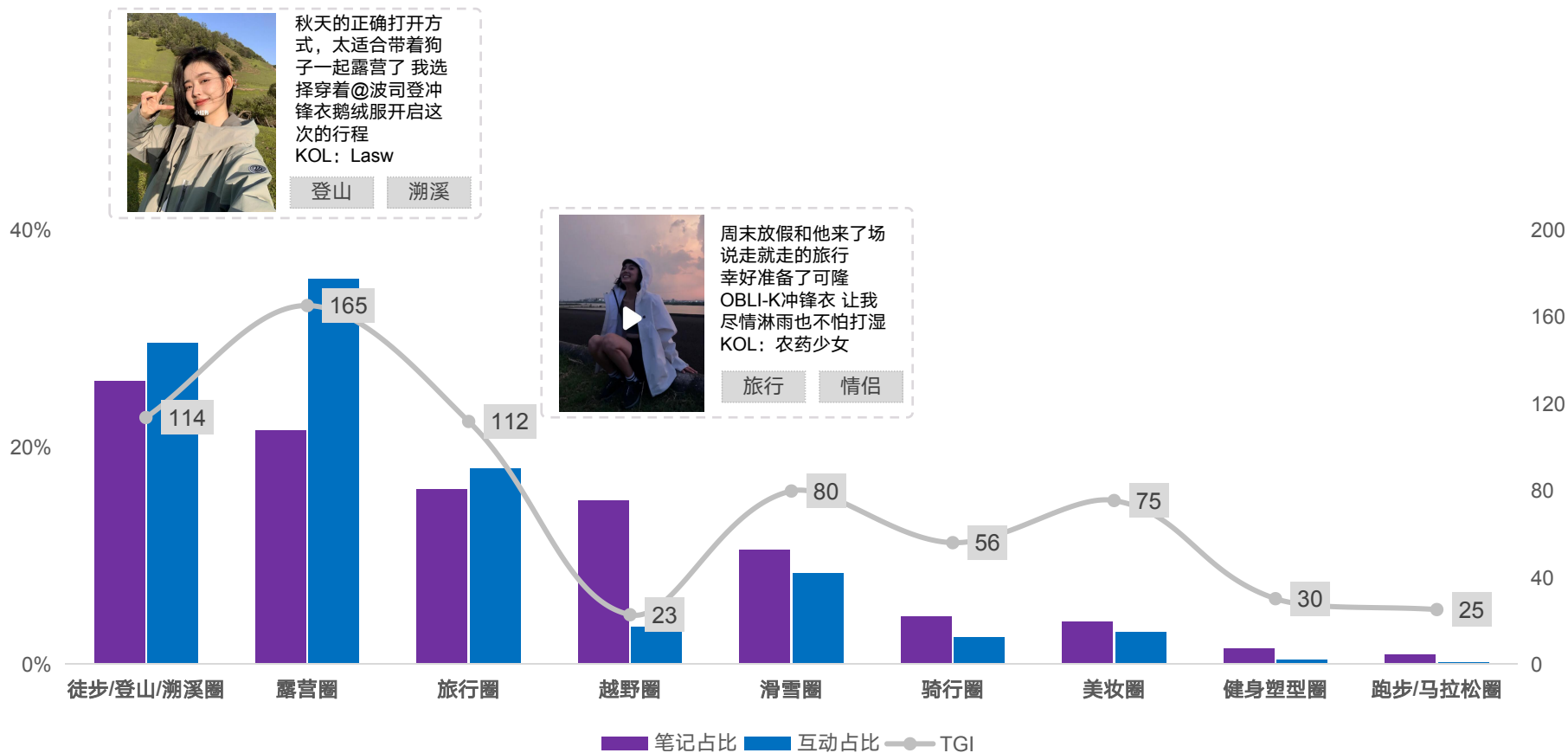
抖音-「冲锋衣-轻户外」兴趣人群画像



source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书)

圈层渗透：主要渗透徒步、露营等户外圈层人群，并向旅游、骑行、美妆等兴趣人群渗透

「冲锋衣-轻户外」圈层渗透情况

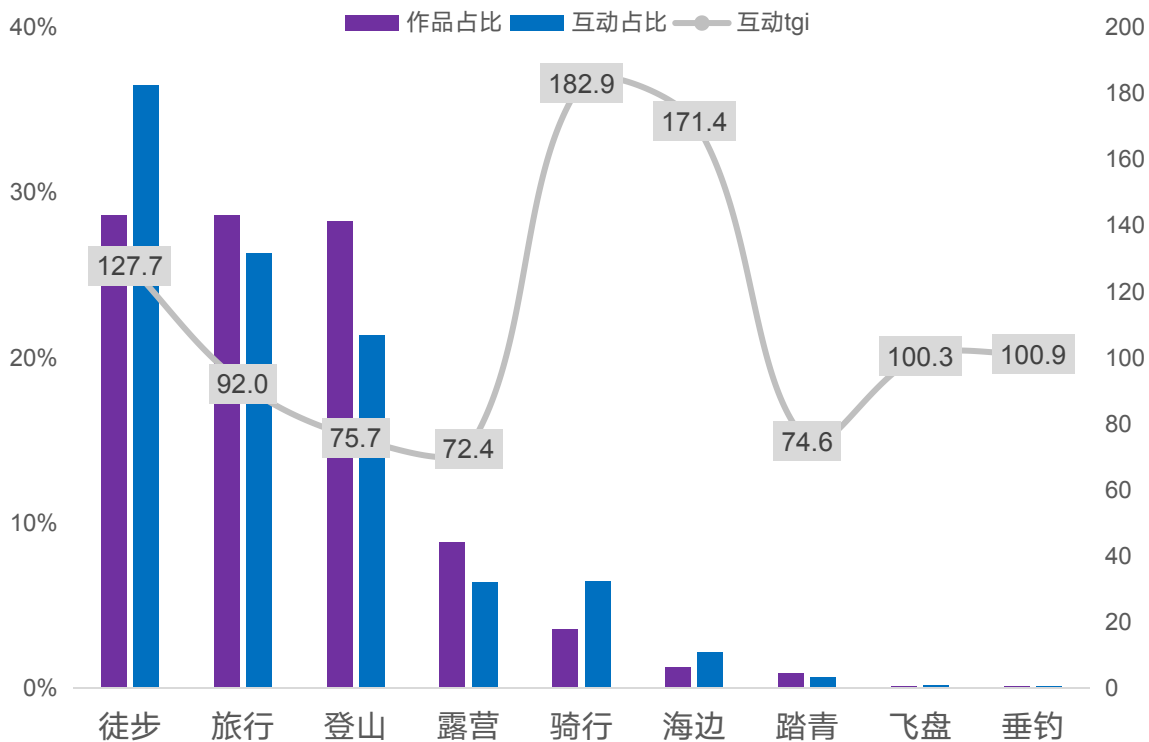


关键场景：徒步、旅行、登山等轻户外场景是主流，除功能外，轻户外人群开始注重颜值与穿搭



- 轻户外人群穿着冲锋衣主要渗透徒步、旅行、登山、露营等门槛较低的户外场景，在这些场景下，品牌主要以展示冲锋衣的专业性能和户外穿搭进行种草，与专业人群相比，轻户外人群开始注重颜值与穿搭。

「冲锋衣-轻户外」TOP场景互动表现



高互动爆文示例

徒步

主题：
徒步穿搭+防风性能
平均互动：231



户外徒步怎么拍 6
个动作学会必出
片#骆驼冲锋衣

旅行

主题：
旅行穿搭+保暖透气
平均互动：167



情侣旅行超自由拍
照pose~#熊猫户
外冲锋衣

登山

主题：
配色面料+穿搭
平均互动：137



今天穿了可隆
GAIA韧力冲锋衣，
亮眼的配色拍照好
好看[偷笑R]立体
剪裁和弹力面料，
透气性也比较好的

骑行

主题：
骑行穿搭+配色
平均互动：331



户外骑行穿的正
红色李宁万龙甲
冲锋衣，体验感
很不错哦~

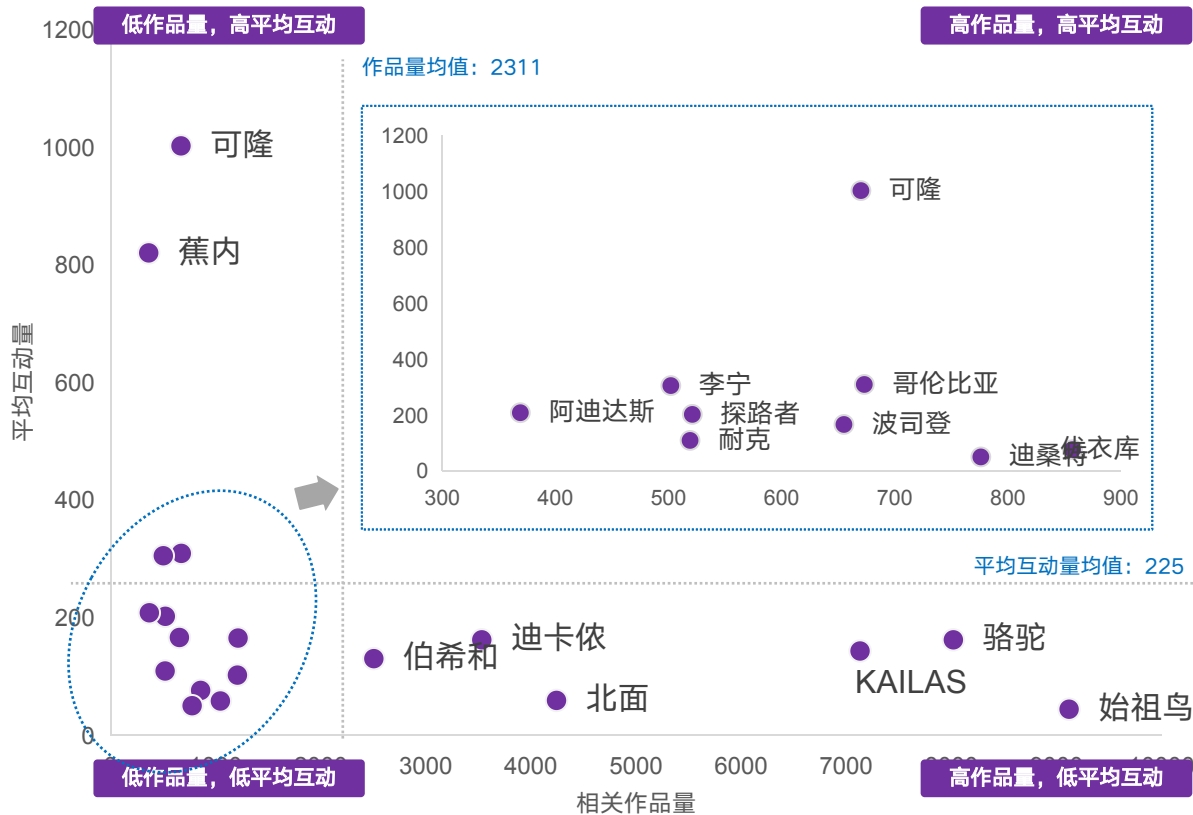
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

偏好品牌：以专业户外品牌和运动品牌为主，基础功能和百搭属性兼顾



- 轻户外人群偏好的冲锋衣品牌以专业户外品牌和运动品牌为主，安踏、李宁等运动品牌相继入局冲锋衣赛道，23年新锐品牌蕉内推出全新品类单品「氧气冲锋衣」，种草互动表现较好。

「冲锋衣-轻户外」相关互动数TOP品牌



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

偏好冲锋衣产品特征

配色颜值

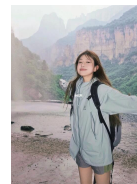
内容特征：
颜值+出片
品牌示例：骆驼



周末爬山这样穿着拍照也太出片了吧！！

轻量百搭

主题：
轻量化+穿着百搭
品牌示例：凯乐石



GORE-TEX的面料防风防雨，最重要的是这个颜色太清新了

防水透气

主题：
防水透湿+浅色出片
品牌示例：安踏



浅色系会更出片一些，衣服的指数上防水来到10000+以及6000+性能透湿，基础户外都够用了

多功能+版型潮流

主题：
多功能+亚洲版型
品牌示例：李宁



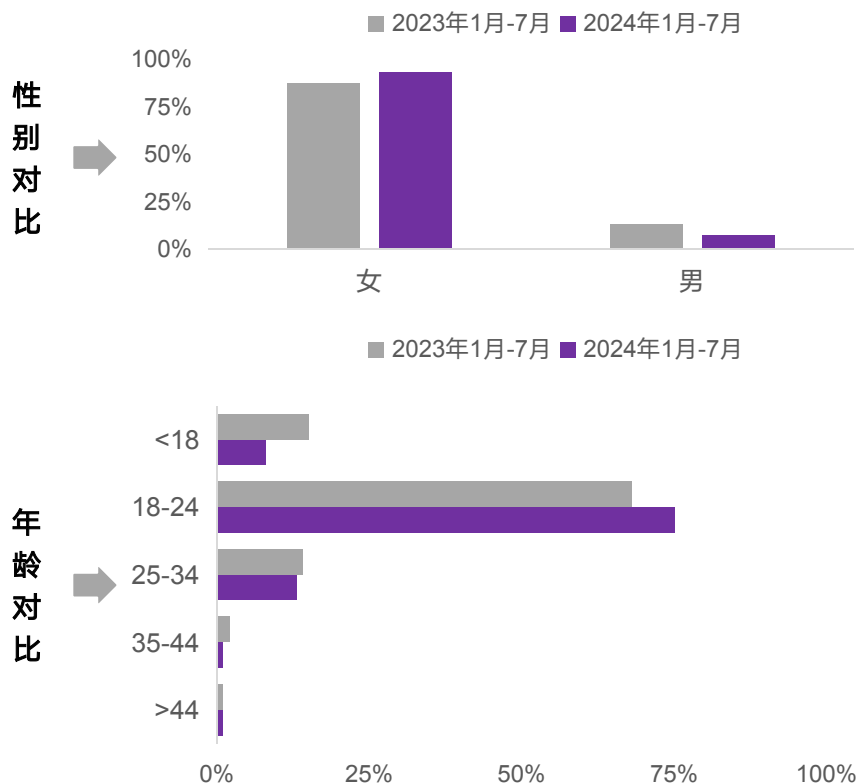
作为一件防暴雨级别的冲锋衣，15000+耐静水压面对日常雨天也是洒洒水啦；宽松的亚洲版型，不仅功能强且潮流百搭

画像：小红书年轻女性为主，抖音男性人群为主

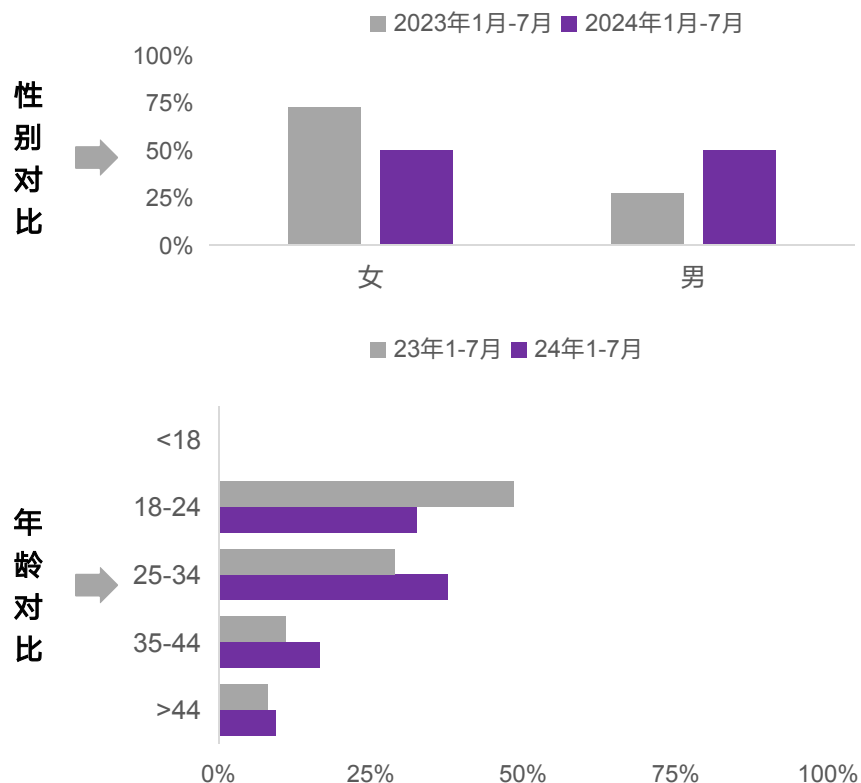


- 小红书平台：女性占据主导，且占比有所提升；18-24岁人群是主力群体为主且占比有所提升；
- 抖音平台：男性占比增加明显；18-34岁人群是主力兴趣群体且有熟龄化趋势。

小红书-「冲锋衣-潮流穿搭」兴趣人群画像



抖音-「冲锋衣-潮流穿搭」兴趣人群画像



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书）

圈层渗透：渗透圈层更加多元化，主要渗透露营、健身、美妆人群，并向骑行、滑雪等轻户外人群渗透

「冲锋衣-潮流穿搭」圈层渗透情况



不如去山里健身！今天穿的可隆GAIA韧力冲锋衣是目前穿过体感很神奇的冲锋衣之一，因为非常地“韧”，更软的面料和适合亚洲人的剪裁穿上都很舒服
KOL：国产收音机X

健身

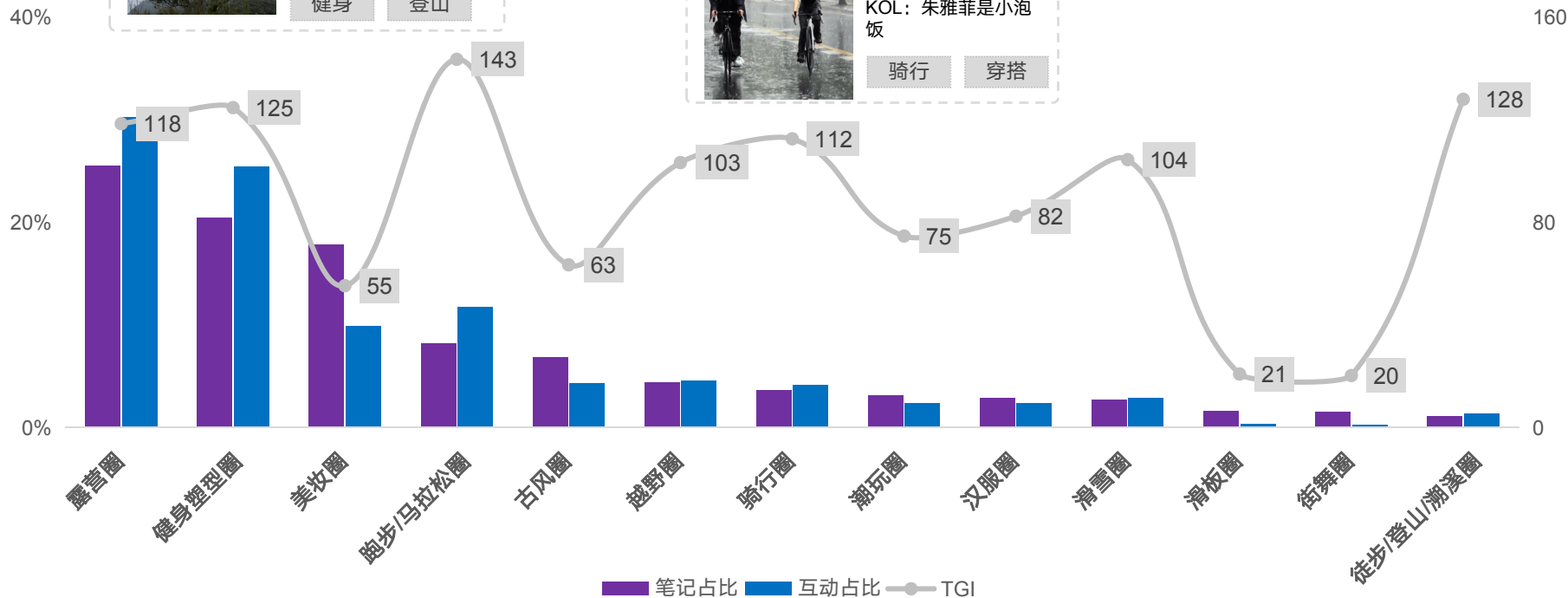
登山



这一刻“灵魂自由”到不行 穿上帅气的伯希和冲锋衣 在雨中肆意洒脱也不怕!!
KOL：朱雅菲是小泡饭

骑行

穿搭



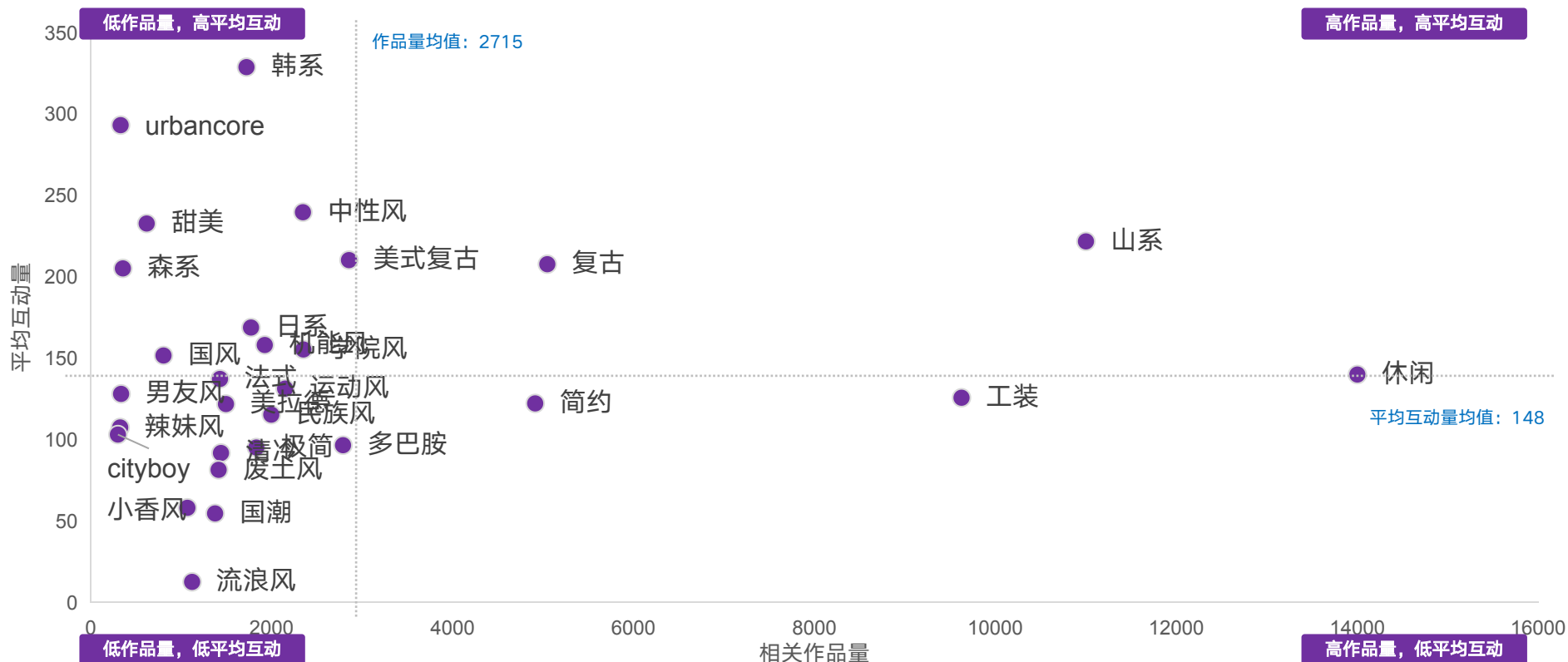
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书）

关键风格：休闲、山系、工装风等成为潮流穿搭人群的最爱，此外urbancore、韩系等风格具备成长性



- 潮流穿搭人群将冲锋衣作为时尚单品，通过穿搭展示多元风格，在众多风格中，休闲、山系、工装风等成为潮流穿搭人群的最爱，从各风格的互动表现来看，urbancore、韩系、中性风等风格具备成长性。

「冲锋衣-潮流穿搭」相关内容数top风格

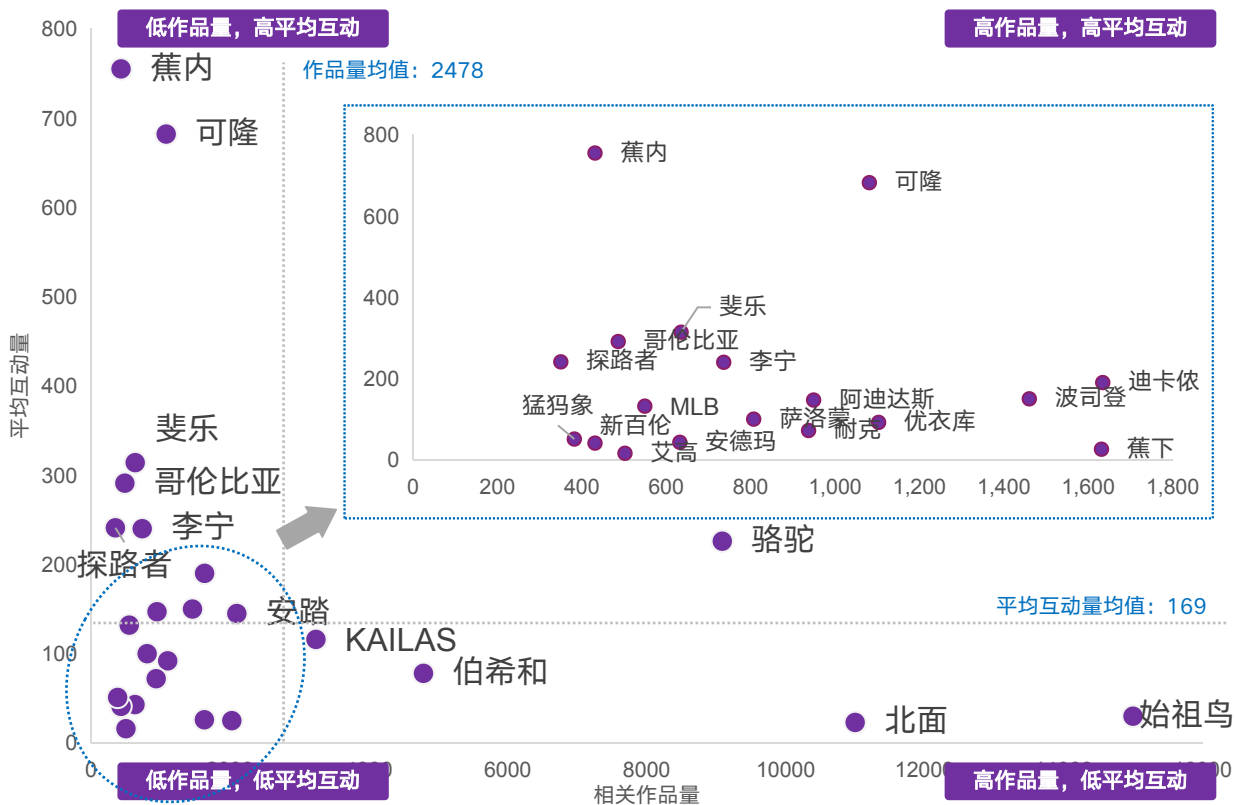


source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书、微博及其他社媒渠道)

偏好品牌：注重产品的穿搭属性与舒适度，以户外品牌和运动品牌为主

- 潮流穿搭人群偏好的冲锋衣品牌户外品牌和运动品牌为主，TA们更关注冲锋衣单品的时尚属性与百搭风格，同时兼顾穿着的舒适性。

「冲锋衣-潮流穿搭」相关互动数TOP品牌



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年7月（抖音、小红书、微博及其他社媒渠道）

偏好冲锋衣产品特征

颜值配色

内容特征：
颜色甜美+质量好
品牌示例：骆驼



这次这个颜色真的绝了太适合我了！好喜欢甜甜的粉色！而且他们质量一直特别好！

山系穿搭

主题：
山系+防水透湿
品牌示例：北面



只有山味儿，没有班味儿。今天穿的是北面Sangro防水硬壳表面防泼水，面料防水透湿让我能轻松应对川西多变的天气~

舒适好看

主题：
颜色出片+舒适好看
品牌示例：波司登



穿上我新入的波司登冲锋衣，粉色超出片！自带“热湿力平衡系统”黑科技，保暖又透气，舒适度

韩系穿搭

主题：
颜色版型+韩系穿搭
品牌示例：安踏



救命！！这件安踏水壳LT冲锋衣也太太嫩了吧！！



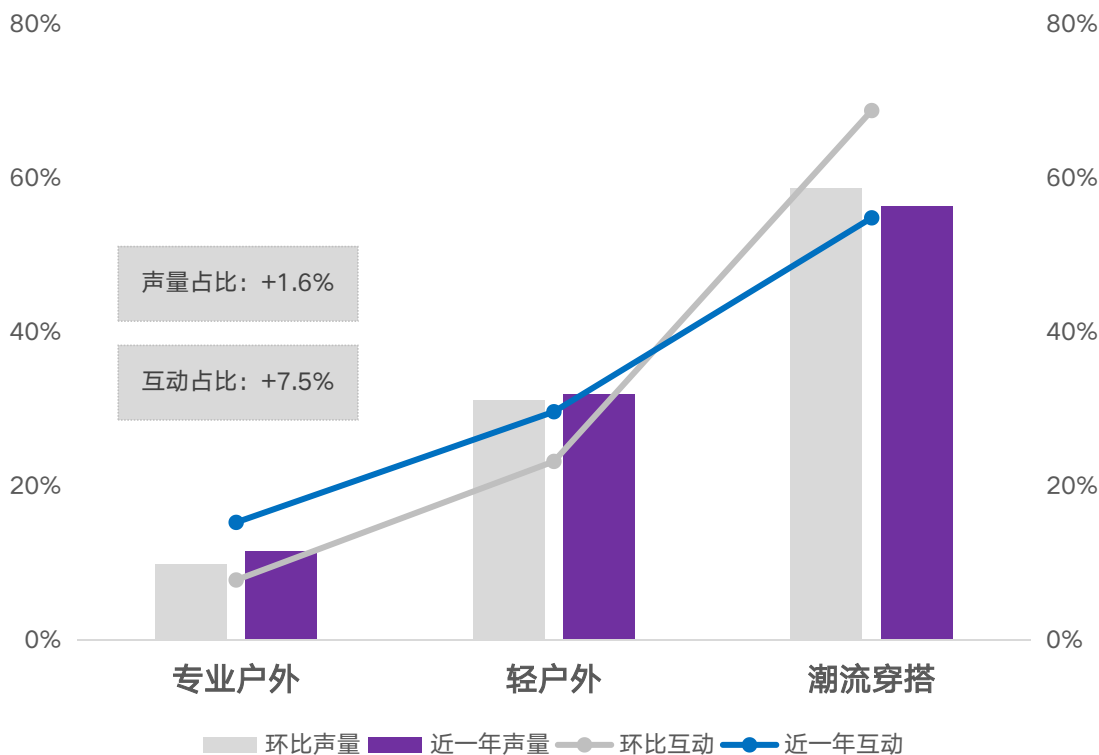
03 造势

冲锋衣品牌趋势洞察

趋势一：户外人群存在升级趋势，消费者期待差异性功能的冲锋衣产品

- 从专业户外、轻户外和潮流穿搭场景下冲锋衣近两年社媒声量表现来看，存在潮流穿搭向轻户外和专业户外场景迁移的趋势，尤其是专业户外场景下，互动占比提升7.5%，仍然存在品牌机会。

「冲锋衣-不同人群」社媒声量与互动表现环比变化情况



不同场景下冲锋衣核心功能诉求



核心诉求声量占比

科技面料：51%

防水透湿：43%

防风防寒：19%



核心诉求声量占比

防水透湿：42%

防风防寒：35%

轻量耐磨：15%



核心诉求声量占比

颜值配色：83%

透气：45%

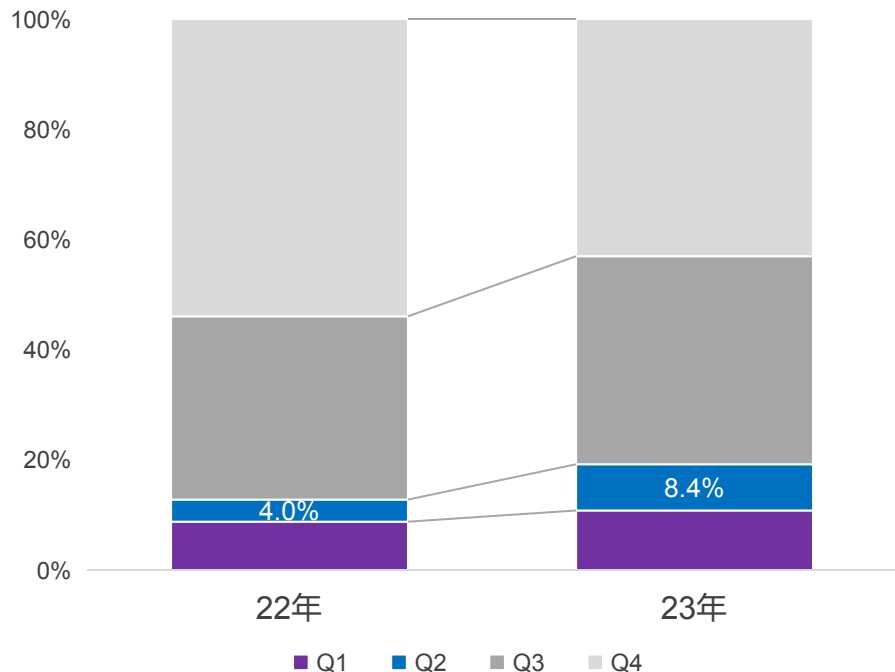
防风保暖：23%

source：艺恩营销智库，2023年8月-2024年7月 vs 2022年8月-2023年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

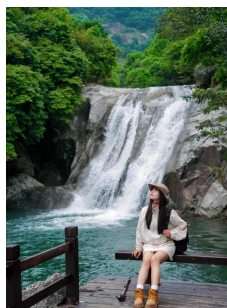
趋势二：冲锋衣打破季节限制，实现四季可穿，可与其他单品联合形成百搭组合，渗透多元场景

- 从冲锋衣BY季度的声量表现看，Q2虽为冲锋衣淡季但声量贡献却明显提升，冲锋衣逐渐打破季节壁垒，实现了四季可穿；从穿着场景看，春夏季可与溯溪鞋、越野跑鞋等户外趋势单品进行联合种草。

「冲锋衣-不同季节」社媒声量全年占比贡献情况



春夏场景冲锋衣穿着场景与搭配单品



广州1.5h | 我找到最舒服的森林溯溪路线鞋子可以带溯溪鞋，带件防水的冲锋衣，姐妹们里面可以穿件小吊带，炒鸡出片
阅读量：1.2w
互动量：952

冲锋衣+溯溪鞋

春夏溯溪场景



春天就该穿allblack去徒步 | 小小石头山拿捏。帽子、冲锋衣、裤子、背包，全身黑再来搭配这双黑灰配色的凯乐石FUGA大坡王「黑山」整个外观利落有型，散发着低调的高级感
阅读量：5.2w
互动量：4,653

冲锋衣+越野跑鞋

越野/徒步场景

source：艺恩营销智库，2022年1月-2024年7月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

案例-骆驼：针对不同的户外场景，布局产品矩阵

骆驼品牌-冲锋衣产品矩阵

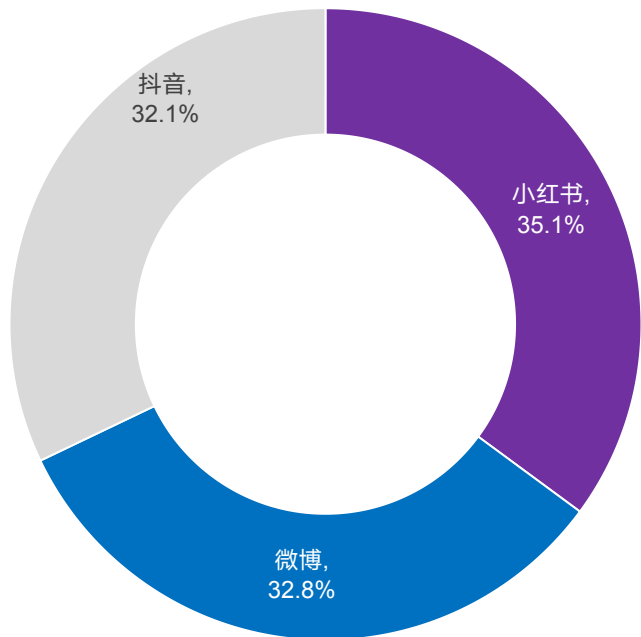


source : 网络公开资料, 艺恩整理

案例-骆驼：小红书以初级和普通用户的分享强化种草；抖音以头部引流为主，通过初级达人强化圈层渗透

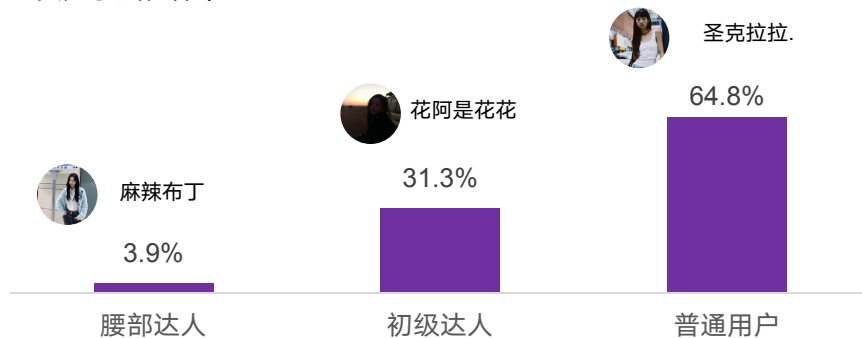
「冲锋衣-骆驼」平台声量占比

- 各平台分布较为均衡，微博以品牌官宣和活动预告为主；小红书则主要通过穿搭笔记等渗透年轻用户；抖音则通过转场、变装等热门视频强化转化。



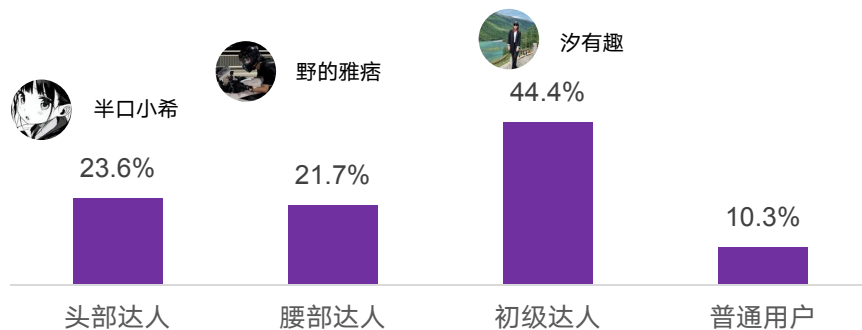
小红书平台「冲锋衣-骆驼」商业笔记涉及KOL分布情况

- 小红书商业笔记以初级达人和普通用户发布内容为主，通过穿搭展示和真实分享强化种草



抖音平台「冲锋衣-骆驼」商业笔记涉及KOL分布情况

- 抖音星图商业笔记以初级达人和头部达人发布内容为主，头部强引流、初级则更好渗透垂类圈层，加深转化。



source : 艺恩营销智库, 2024年1月-2024年7月 (抖音、小红书、微博及其他社媒渠道)

本次报告研究说明：

□数据来源：艺恩营销智库

□数据选取周期：见每页报告source

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。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》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。



www.endata.com.cn

