



2024 手机消费趋势洞察

艺恩出品 2024年06月



在手机行业，创新已成为引领趋势的关键词。随着5G、AI等技术的深度融合，智能手机正变得更加智能、个性化，折叠屏手机更是凭借其独特设计，引领行业新潮流。手机相关的社媒种草热度与新品上市发布等节点密切相关，今年以来，折叠屏、升级迭代款等手机相机发布，内容量高于去年同期。

消费者趋势也悄然变化，他们不仅追求产品的性能，也看重产品的时尚性和体验感。本篇报告将手机人群划分为颜值拍照党（关注颜值、拍照功能）、性价比人群（关注手机价格）、性能偏好者（关注长续航、大容量等性能）和时尚尝新党（关注折叠屏、AI手机等新）。TA们在品牌偏好和使用场景上各有不同，比如时尚尝新党是一群愿意尝鲜、对潮流、明星等敏感的时尚人群，TA们种草的手机，多以时尚单品的形式出现在种草内容中。

未来的手机行业将充满无限的创新和可能性，品牌需要紧跟行业趋势，深入了解消费者需求，通过明星代言、KOL种草等方式，推出更具吸引力的产品。



目录 CONTENTS

- 01 ● 手机行业现状洞察
- 02 ● 手机消费者趋势洞察
- 03 ● 荣耀社媒营销复盘



01 手机行业现状洞察

手机社媒热度与新品发布密切相关

- 手机相关的社媒种草热度与新品上市发布等节点密切相关，互动高点多出现在手机新品上市期。今年以来，折叠屏、升级迭代款等手机相机发布，内容量高于去年同期。

「手机」相关内容社媒讨论热度趋势

近一年相关作品量：414.5万+，同比：↑142%

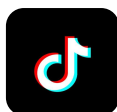
近一年相关作品互动量：25.9亿+，同比：↑90%

手机热门社媒话题



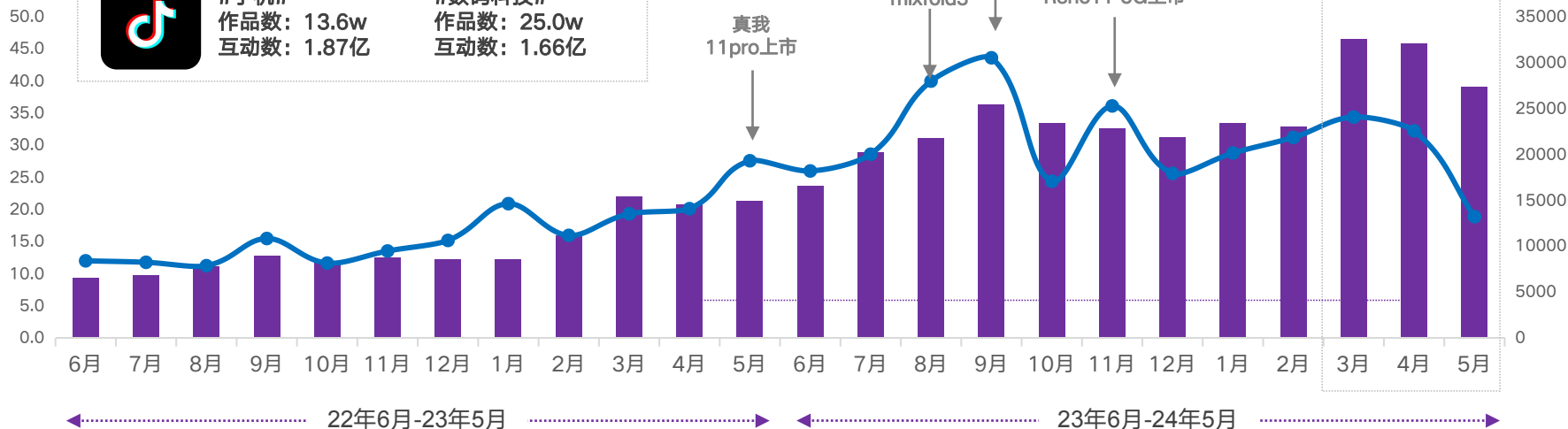
#苹果手机#
作品数：9.5w
互动数：3,598.9w

#数码大玩家#
作品数：2.6w
互动数：2,216.3w



#手机#
作品数：13.6w
互动数：1.87亿

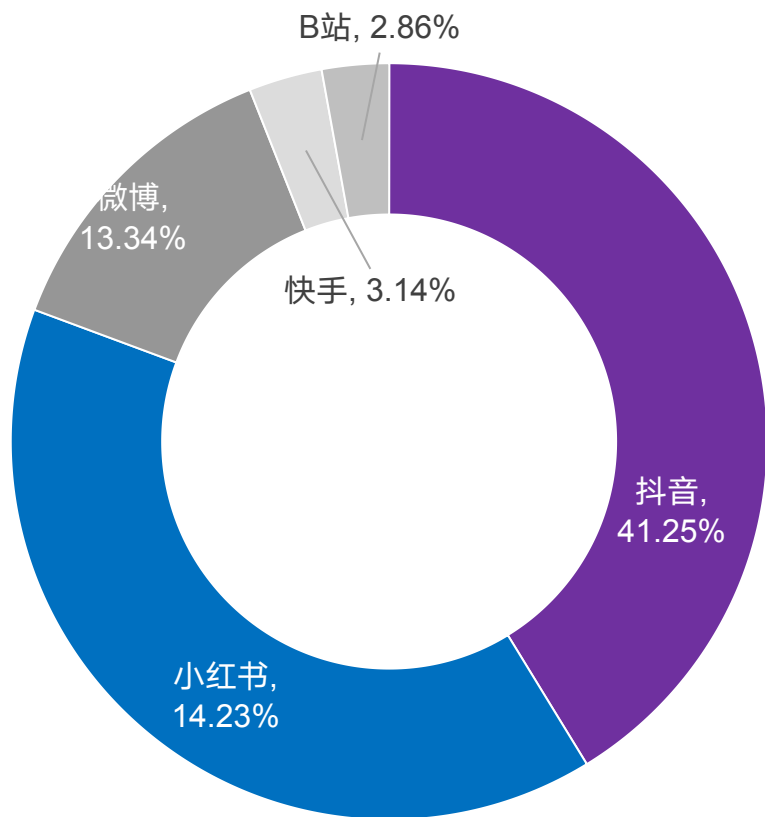
#数码科技#
作品数：25.0w
互动数：1.66亿



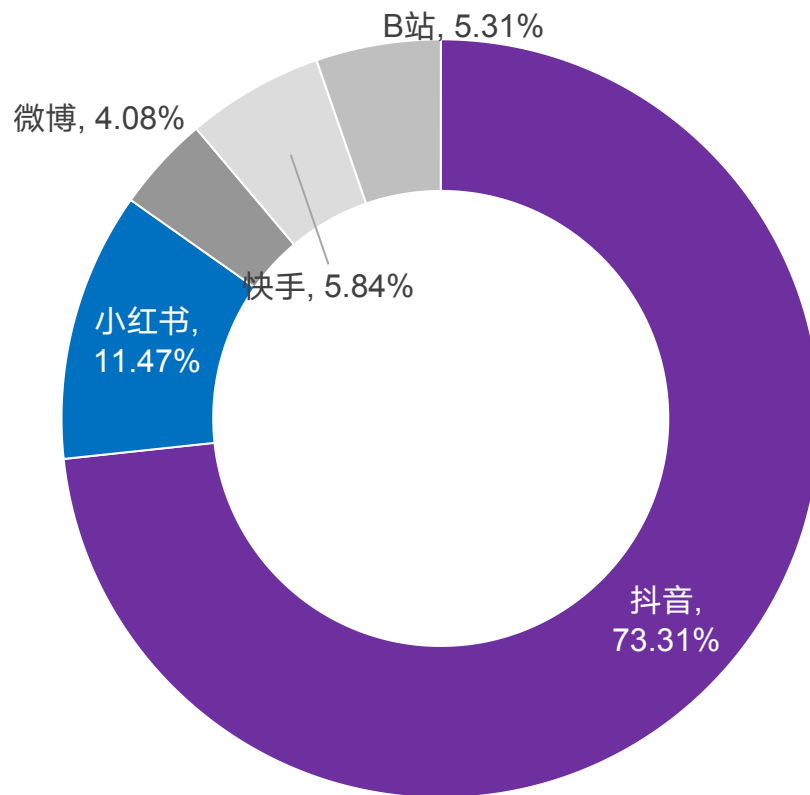
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2022年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

抖音平台成为消费者种草手机的重要渠道

「手机」相关内容量平台构成占比



「手机」相关互动量平台构成占比



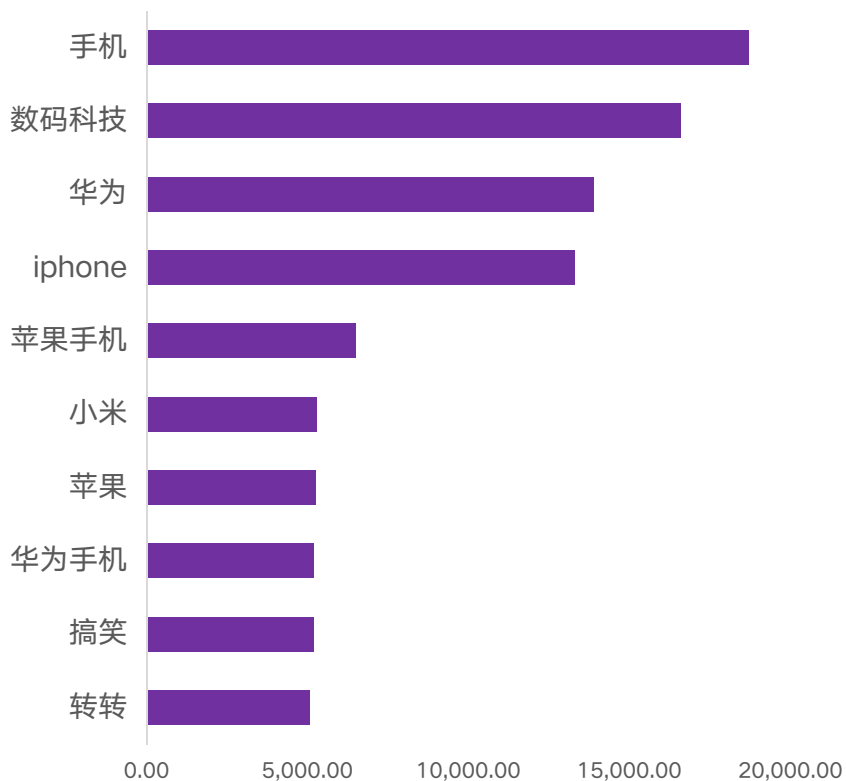
source : 艺恩营销智库, 2023年5月-2024年4月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

抖音以品牌和搞笑话题为主，小红书则重点以品牌和摄影、调色教程为主

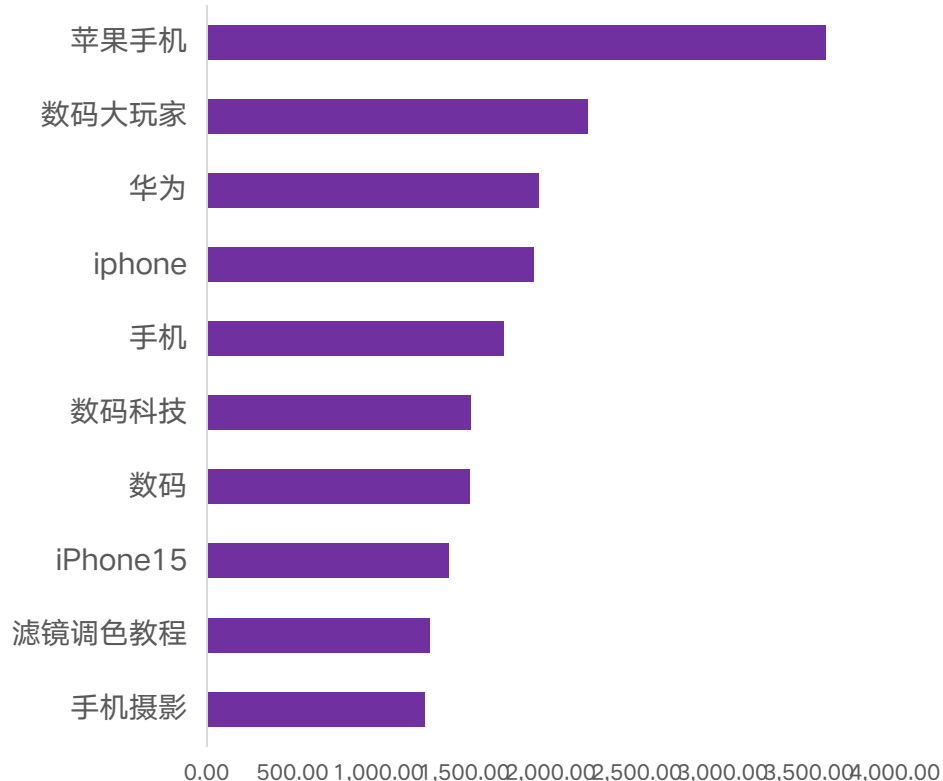


抖音互动量较高的种草内容多以品牌类话题和创意搞笑类话题内容为主；小红书平台除手机品牌话题外，重点以滤镜调色教程、手机摄影教程等类型为主。

抖音手机热门话题互动量TOP10



小红书手机热门话题互动量TOP10

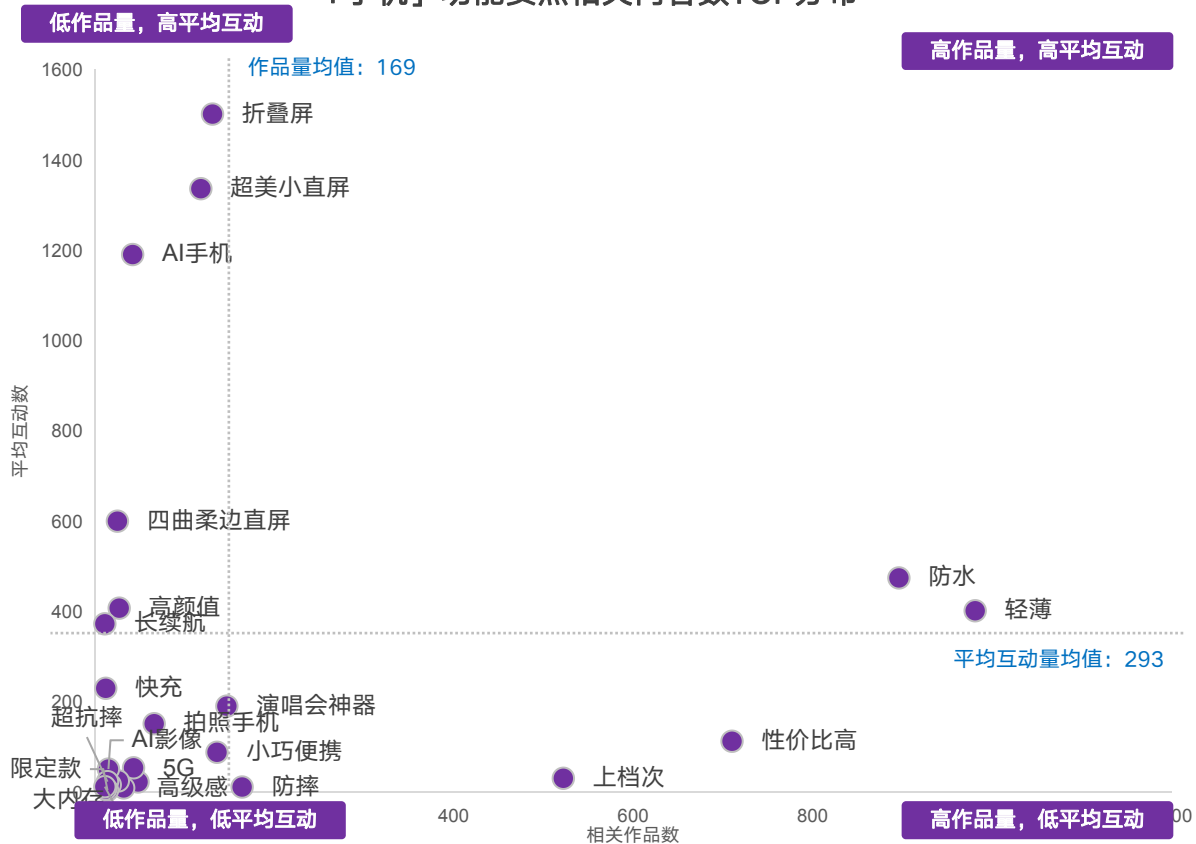


source : 艺恩营销智库, 2023年6月-2024年5月 (抖音, 小红书)

防水、轻薄仍是手机的明星卖点，折叠屏手机作为结构性创新的焦点，展现出强劲的互动性

从手机相关功能卖点社媒内容量和互动量表现来看，防水、超薄、性价比高仍是消费者最为关注的手机卖点，折叠屏、小直屏等屏幕属性成为高互动卖点。

「手机」功能卖点相关内容数TOP分布



高互动爆文示例

折叠屏

主题：
折叠屏+商务+性价比
平均互动：1501



#三星折叠手机
#男士必备 #翻盖手机 #心系天下 #折叠屏
互动量：1,474

超美小直屏

主题：
颜值外观+性能升级
平均互动：1336



让我连续上手了7代的系列到底有何魅力？
#OPPOReno12
#超美小直屏
互动量：5.2w

轻薄

主题：
轻薄性能+测评对比
平均互动：402



红米Turbo3和真我GT Neo6 SE谁更值得买？#红米#真我#数码科技
互动量：2.5w

防水

主题：
功能介绍+拆解测评
平均互动：474



隐藏王炸？华为Pura70标准版拆解测评，这款悄悄上市的旗舰机怎么样？#华为Pura70
互动量：2.5w

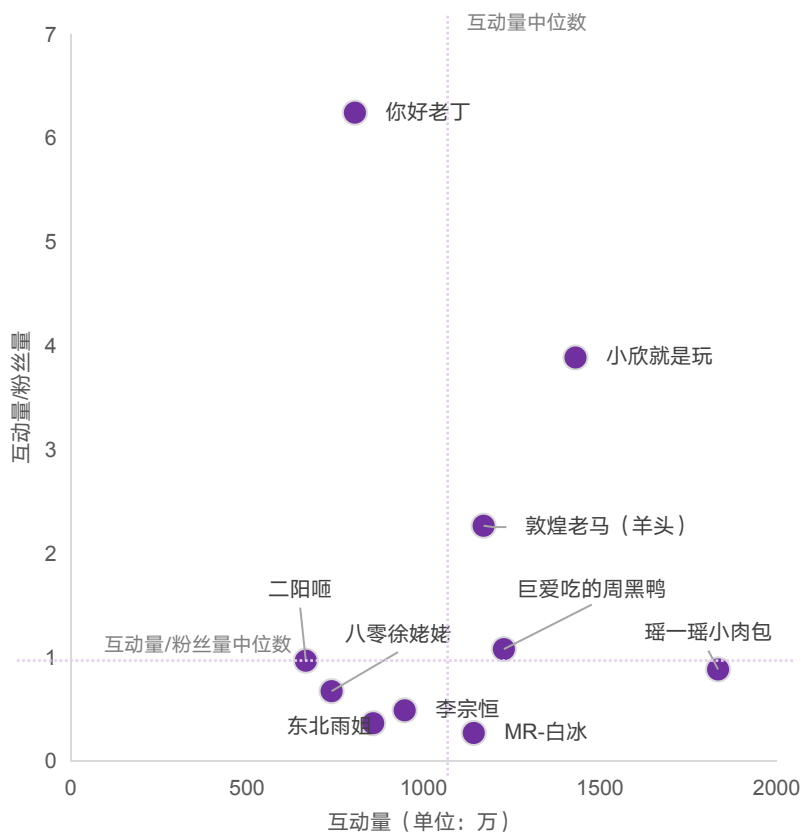
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

抖音平台种草视频以场景化种草和创意剧情为主，将手机拍照清晰、性价比高等卖点融入其中



- 在抖音平台，围绕手机种草内容主要以场景化种草、创意剧情、生活记录、美食展示等内容为主，亲子、生活记录、剧情类KOL互动效果好。

「手机」相关内容抖音平台互动量TO10 KOL表现



「手机」相关内容抖音平台互动量TO10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
瑶一瑶小肉包	亲子日常	2,078.9w	冬天的第一个红薯! #瑶一瑶小肉包 #人类幼崽迷惑行为大赏##opporeno11	2023-12-01	1,267.9w	0.61
建平	生活记录	5.2w	过年回家没有琴...一个人无聊怎么办 #你在玩一种很新的屏 #iphone小技巧 #get新技能	2024-02-10	980.0w	188.46
小欣就是玩	剧情	368.4w	来听“刚满十八岁”说劳资蜀道山#街头采访 #完美身材 #夹子音天花板	2023-11-10	756.9w	2.05
萤火虫娱乐	明星随拍 普通综艺	446.8w	#旅游攻略 #iphone一键生成旅游攻略 这么多年手机算是白玩了!! #虫虫的100个小tips #冷知识 #万万没想到	2023-10-29	734.4w	1.64
李宗恒	明星随拍 剧情	1,939.3w	到底谁技高一筹? #李宗恒	2023-11-08	659.5w	0.34
张百乔	生活记录 明星随拍	2,378.3w	别告诉我媳妇 偷偷进行 (我太饿了)	2024-03-16	482.5w	0.20
敦煌老马 (羊头)	吃播 美食展示	513.4w	简简单单吃肉#灵魂酱汁浇给	2024-02-28	484.1w	0.94
美味姜宝王	美食展示 生活记录	27.5w	自制克苏鲁海鲜粥, san值清0, 长沙这几日天气给我的灵感 请小心观看, 可能引人不适, 自创菜, 海鲜粥,	2024-05-01	403.2w	14.66
MR-白冰	美食探店 生活记录	4,216.8w	受邀参加小米发布会 雷军年度演讲 #小米mixfold3 #一秒进入状态	2023-08-15	343.3w	0.08
这不麦吉克么	护肤 穿搭 人文艺术	21.4w	冷知识 你们这些年苹果手机都bei用了 #苹果手机 #隐藏功能 #冷知识 #苹果手机隐藏小技巧 #安分守己	2023-10-18	340.0w	15.89

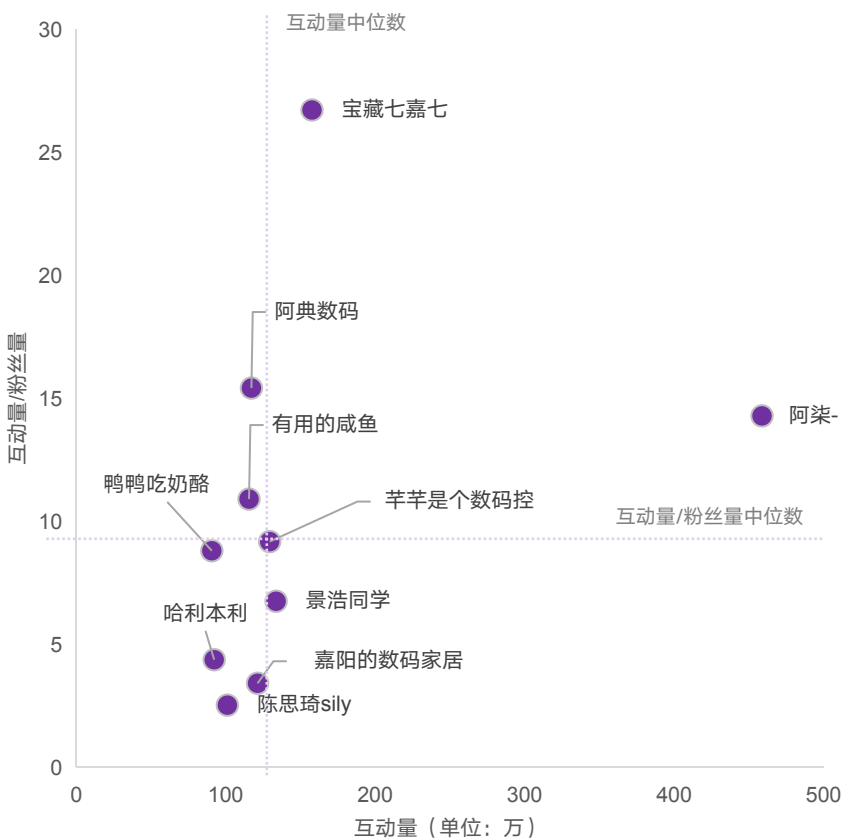
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (抖音)

小红书种草笔记多以场景种草、使用技巧、对比测评类内容为主



- 在小红书平台，围绕手机种草内容主要以场景化种草、手机隐藏使用技巧、对比测评、测评干货等内容为主，生活记录类、科技数码类KOL互动效果较好。

「手机」相关内容小红书平台互动量TO10 KOL表现



「手机」相关内容小红书平台互动量TO10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
阿典数码	科技数码 家居家装 摄影	7.6w	我该不会是最后一个知道的吧!!!	2023-09-08	114.2w	15.03
陈思琦sily	美妆 运动健身 摄影	39.9w	3个眼神管理技巧 姐妹合照怒拍1000张!!	2024-05-12	96.3w	2.41
极星的摄影日记	摄影	6.0w	学了这三种构图但还是拍不好问题出在这!	2024-05-21	48.9w	8.15
一碗吃饱了	出行 兴趣爱好 美食	385.5w	排队7小时见玲娜贝儿, 她反应也太可爱了	2023-06-27	48.4w	0.13
阿柒-	摄影 生活记录 文化	31.8w	啊啊啊! 终于知道这种清透发光滤镜怎么调了	2023-12-12	42.4w	1.33
VikiZengJia	摄影 户外 生活记录	2.4w	当你的朋友想拍很火纸醉金迷, 不会拍的时候	2024-04-05	42.3w	17.63
英语铭铭老师	教育 母婴 影视	7.8w	华为手机如何召唤出Siri 哈哈哈哈哈~	2023-07-07	41.5w	5.32
野生万ONE	美妆 运动健身 服饰穿搭	34.1w	姐妹共享相册 好伟大的隐藏功能! 光速传图!	2024-03-24	38.7w	1.13
娱事大表哥	影视 生活记录 文化	20.6w	华为mate60 到底犯了什么罪, 要受这么多酷刑啊 手机 高科技 国产	2023-09-13	38.0w	1.84
有点东西的姚同学	科技数码 摄影 游戏	5,377	iPhone星空模式, 这也太好看了吧	2023-07-20	37.9w	63.17

source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (小红书)



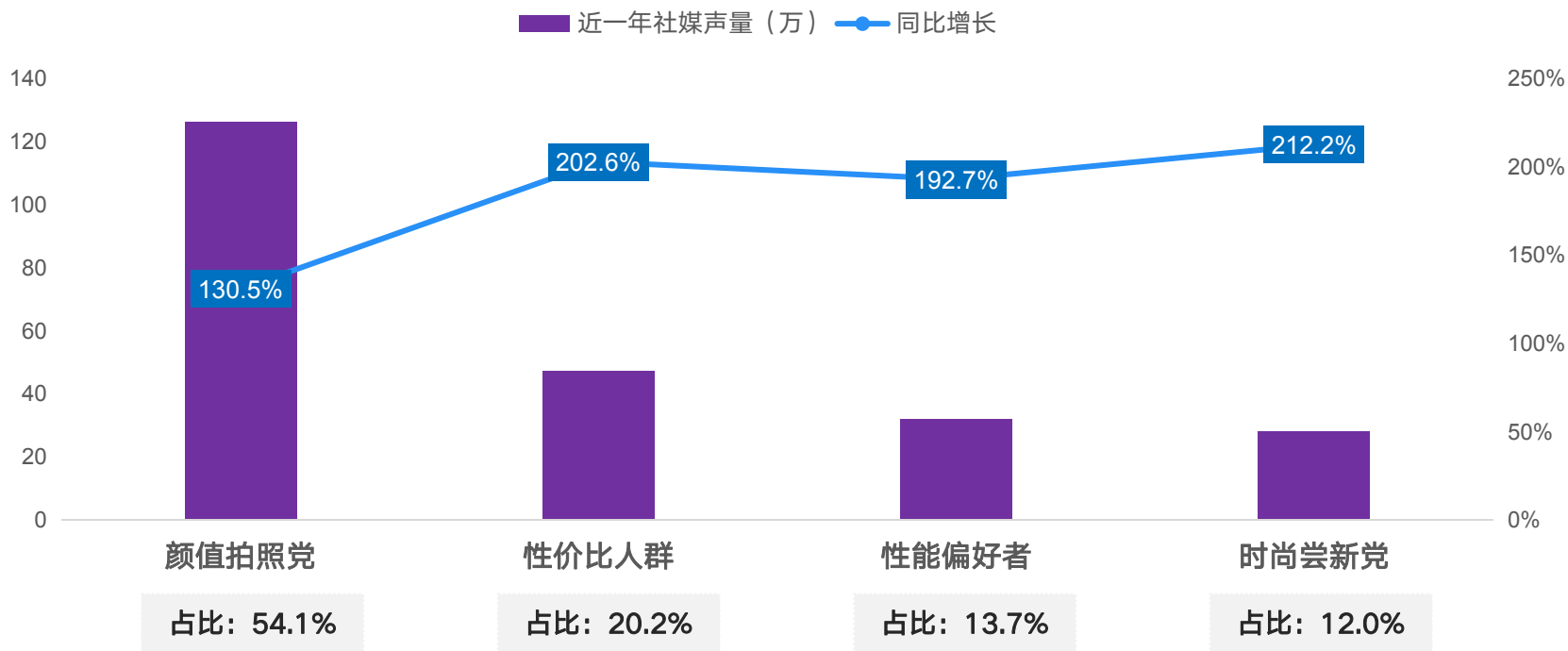
02

手机消费者趋势洞察

手机消费者类型：颜值拍照党占比最高，时尚尝鲜人群与性价比人群增速较高

- 根据手机功能卖点的偏好情况，将手机人群划分为颜值拍照党（关注颜值、拍照功能）、性价比人群（关注手机价格）、性能偏好者（关注长续航、大容量等性能）和时尚尝新党（关注折叠屏、AI手机等新）。

手机细分人群社媒声量规模与同比情况



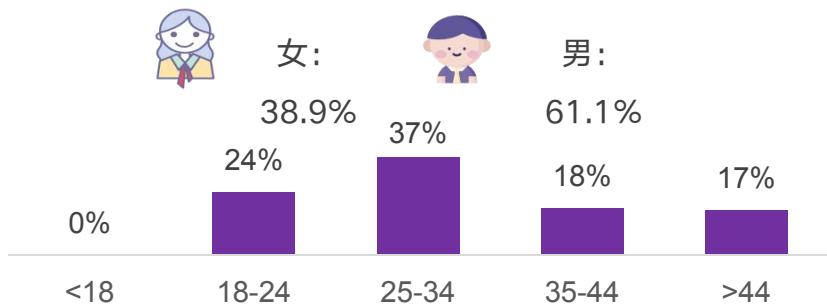
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月 vs 2022年6月-2023年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

画像：18-34岁群体居多，苹果、OPPO手机等人像拍照效果受到关注

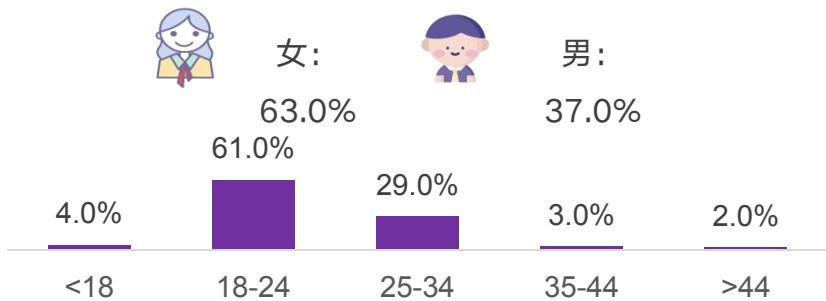


- 手机颜值拍照党们以18-34岁群体居多，抖音以男性人群为主、小红书以女性人群为主，在品牌偏好方面，苹果、OPPO、华为等手机人像拍照效果受到消费者互动关注。

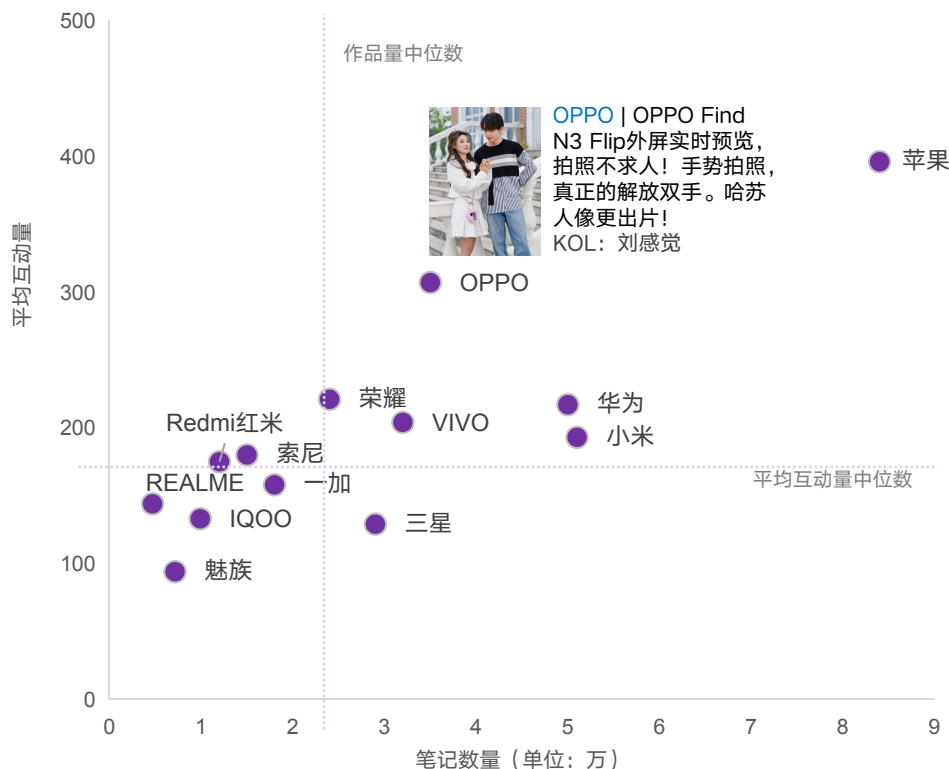
「颜值拍照党」讨论者画像-抖音



「颜值拍照党」讨论者画像-小红书



「颜值拍照党」消费者-偏好品牌

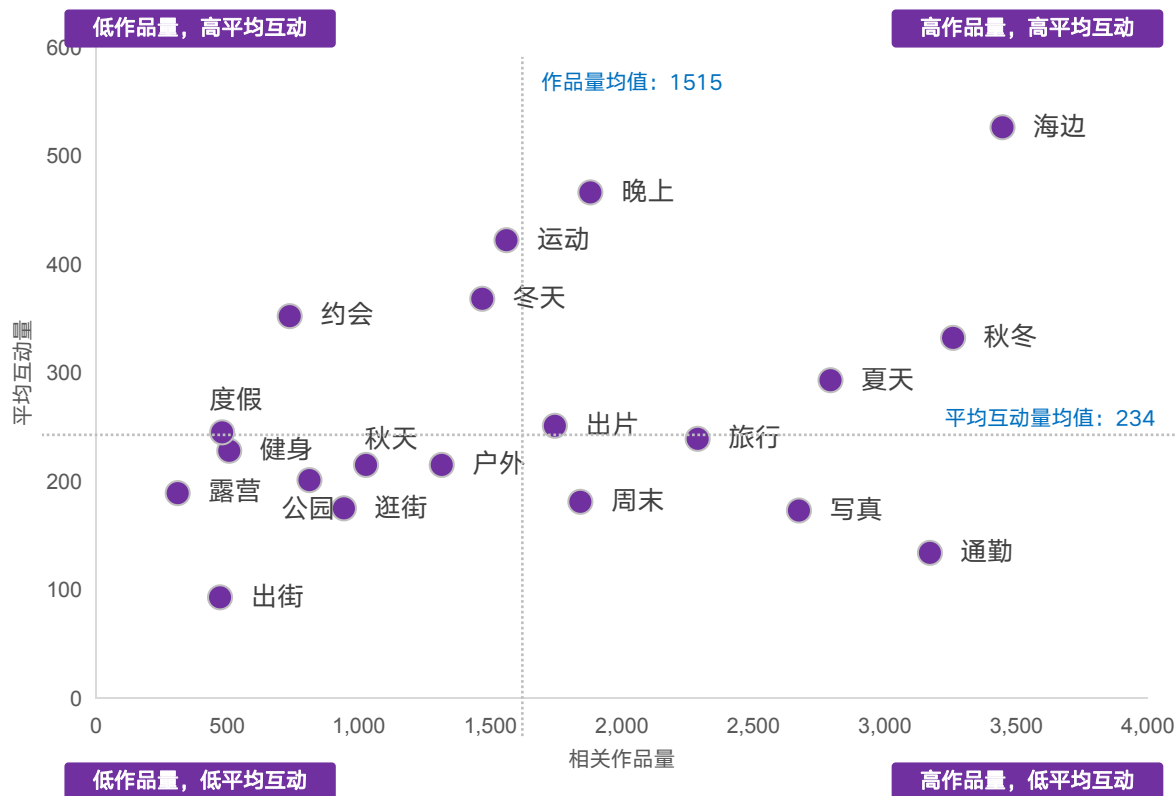


source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (抖音, 小红书)

关键场景：海边、晚上、约会等拍照场景成为手机种草颜值拍照党的关键

- 颜值拍照党主要渗透旅行度假和日常生活等多元化场景，其中，海边、晚上、约会等场景通过拍照影像功能植入+手机颜值外观作为穿搭时尚单品等内容种草，实现高互动。

「颜值拍照党」相关内容数TOP细分场景



高互动爆文示例

海边

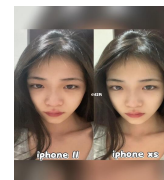
主题：
海边度假+拍照影像
平均互动：526



喜欢海边的城市，带着荣耀Magic6 RSR 保时捷设计，记录这幸福瞬间
互动量：8,091

晚上

主题：
晚间拍照+效果对比
平均互动：466



xs就拍照完全看不到毛孔那种，皮肤超级清透、黑眼圈也没那么明显了
互动量：1,866

约会

主题：
时尚单品+拍照影像
平均互动：352



早秋穿搭 | 简约松弛感单品 & 氛围感配饰，背带都可以让OPPO小折叠变身时尚单品
互动量：966

度假

主题：
度假穿搭+拍照影像
平均互动：245



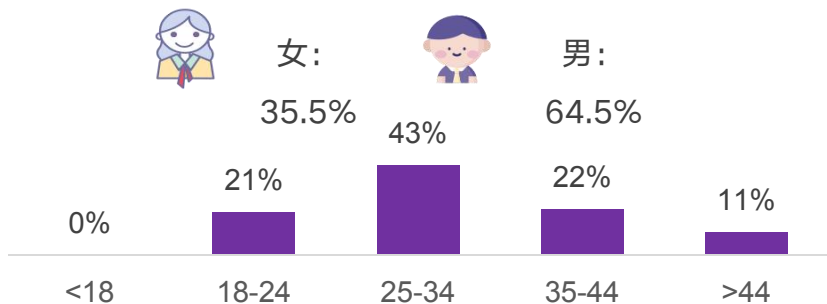
oppo着实会拿捏女孩们的心呀！！
总之和今天的穿搭非常搭哈哈哈哈哈
拿在手上完全就是我的时尚单品
互动量：801

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

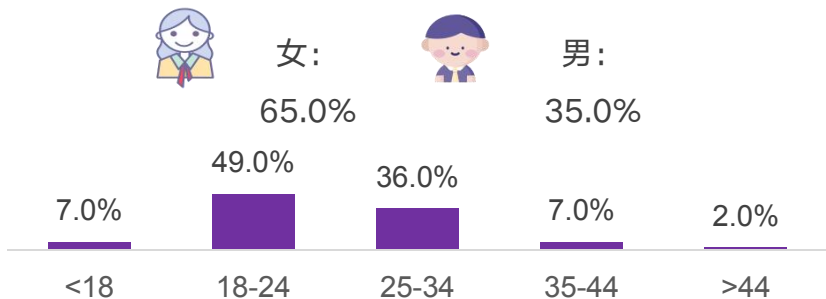
画像：抖音以25-34岁人群为主，小红书主力人群则更为年轻，索尼、REAKME、IQOO等手机收获高互动

- 手机性价比人群，抖音以男性、25-34岁人群为主，作为小镇中青年群体，更关注手机性价比和耐用性；
- 小红书以女性、18-24岁人群为主，作为大学生或初入职场的人群，关注手机性价比和综合性能。

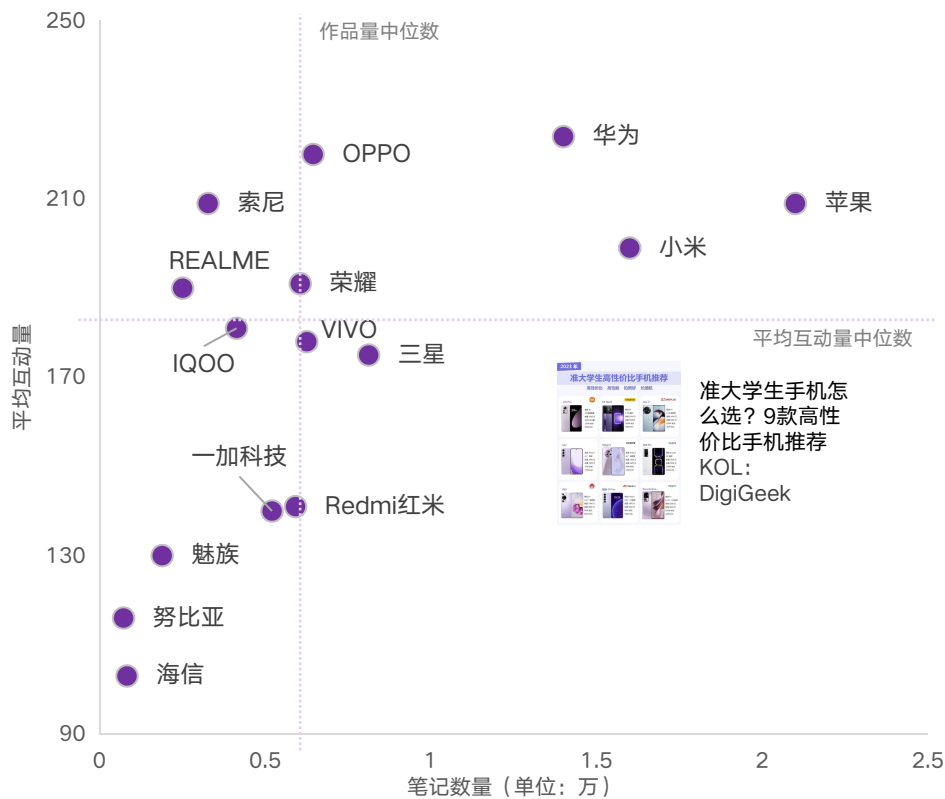
「性价比人群」讨论者画像-抖音



「性价比人群」讨论者画像-小红书



「性价比人群」消费者-偏好品牌



准大学生手机怎么选？9款高性价比手机推荐
KOL: DigiGeek

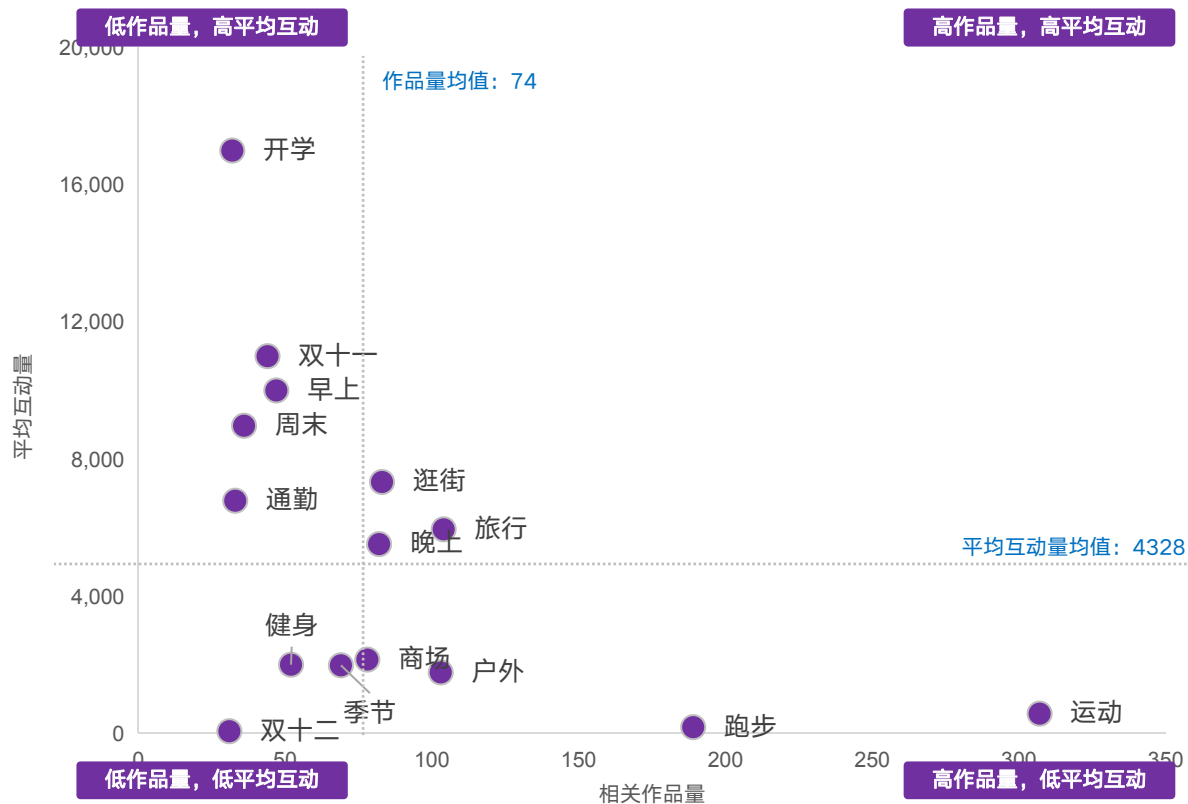
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (抖音, 小红书)

关键场景：开学季、双十一等营销节点类场景成为手机种草性价比人群的关键



- 性价比人群由于以学生群体和小镇中青年为主，加之其关注价格、追求性价比的特征，其主要渗透开学季、双十一等场景，手机主要通过大促选购指南、优惠促销等彰显其性价比特征。

「性价比人群」相关内容数TOP细分场景



高互动爆文示例

开学

主题：
性价比+手机推荐
平均互动：17000



即将迈入校园的同学们，你们中意的数码产品备齐了吗？本期为大家推荐 9 款高颜值、高性价比拍照手机
互动量：4,074

双十一

主题：
选购指南+大促优惠
平均互动：11000



2023!!不同预算华为手机怎么选|虽然说双十一还有一个多月...
互动量：4,965

旅行

主题：
旅行出片+性价比
平均互动：5948



OPPO Find X7 Ultra照片都是用手机拍的，哈苏滤镜的色彩质感，就算是直出都是完全ok
互动量：1.8w

运动

主题：
性价比+辅助功能
平均互动：570



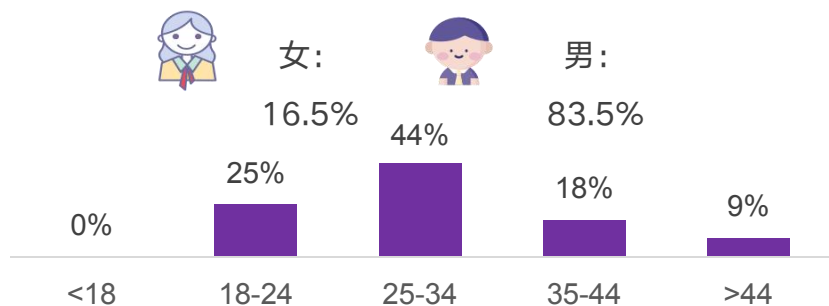
苹果全家桶，搭配手环跑步的时候可以记录非常全面的运动信息还可以不带耳机听歌
互动量：3,451

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

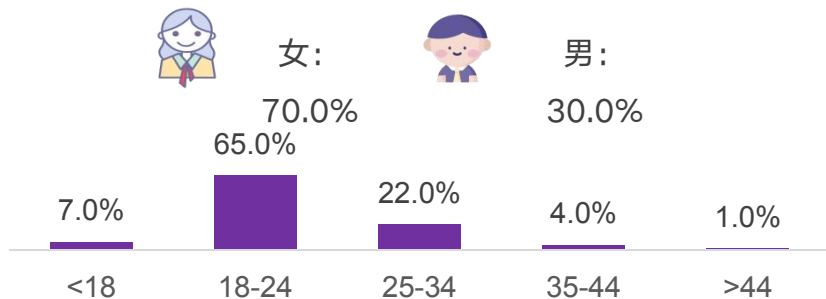
画像：抖音以青年男性为主，小红书主力则以年轻女性为主，苹果、华为、小米成为明星品牌

- 手机性能爱好者人群，抖音以男性、25-34岁人群为主；小红书以女性、18-24岁人群为主，作为高购买力的年轻群体，苹果、华为、小米成为明星品牌，OPPO、索尼等品牌收获高互动。

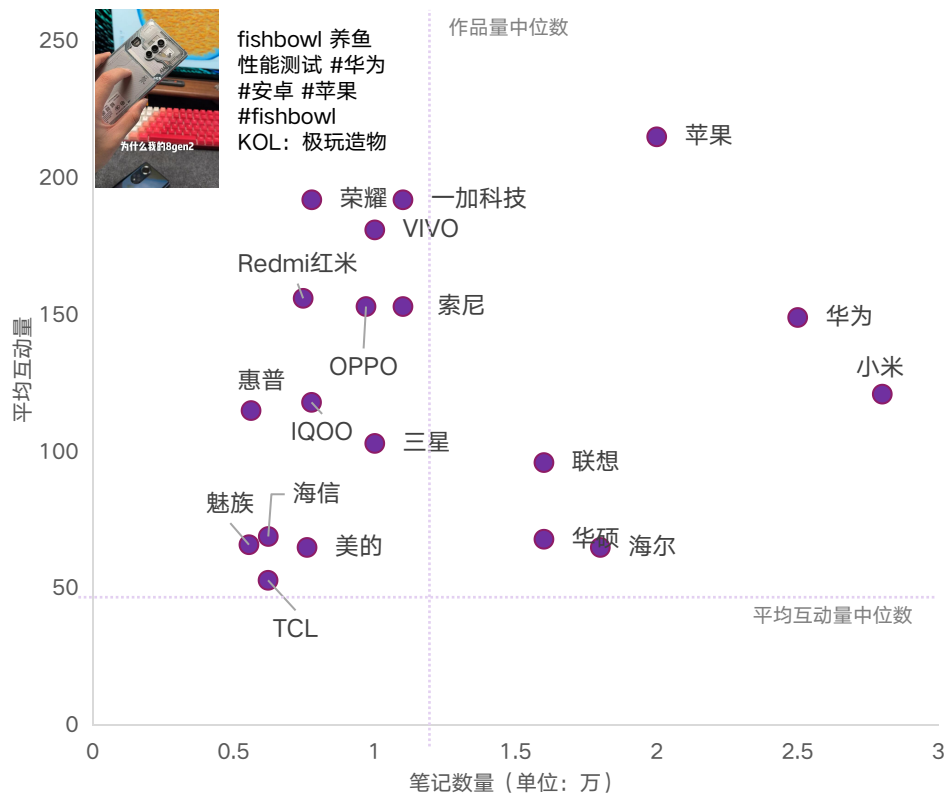
「性能爱好者」讨论者画像-抖音



「性能爱好者」讨论者画像-小红书



「性能爱好者」消费者-偏好品牌



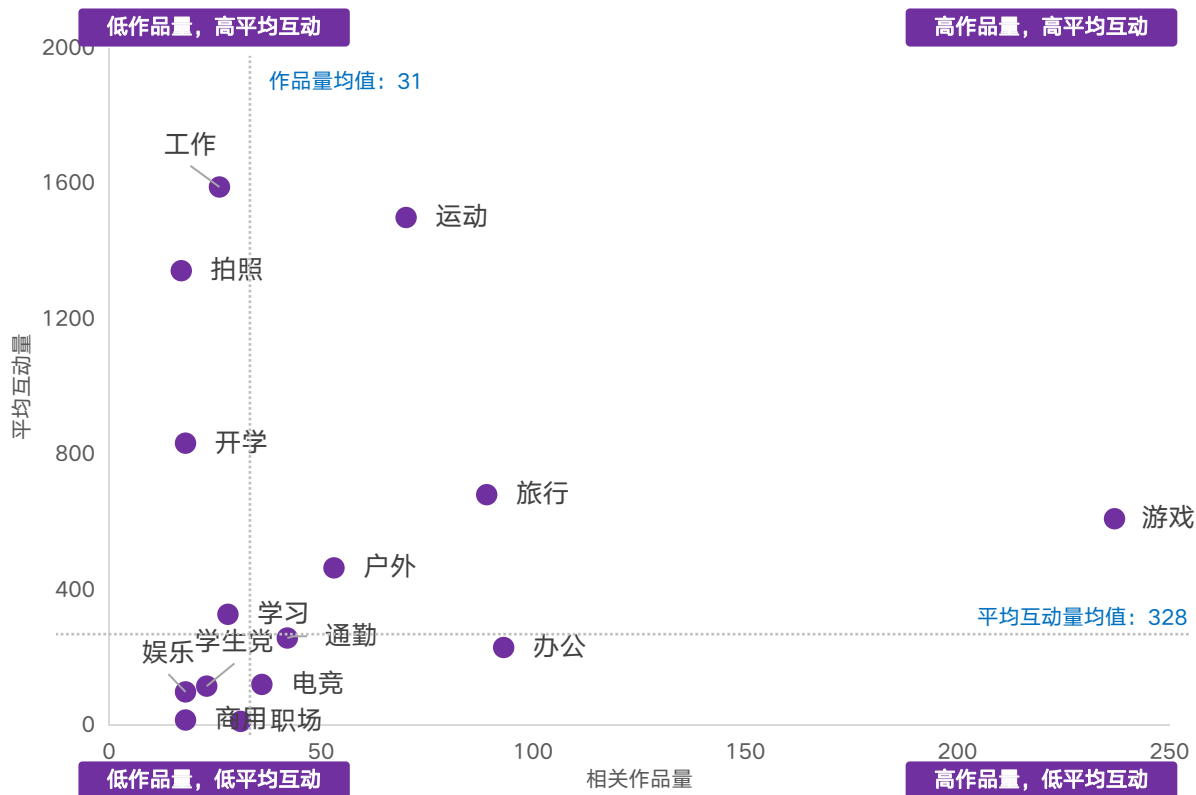
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (抖音, 小红书)

关键场景：游戏、旅行、运动、工作等场景成为手机种草性能爱好者人群的关键



- 性能爱好者人群主要由高购买力的年轻群体为主，其追求长续航、操作丝滑、大容量、耐摔耐造等性能卖点，其主要渗透游戏、工作、运动、旅行等场景。

「性能爱好者」相关内容数TOP细分场景



高互动爆文示例

游戏

主题：
超长续航+操作丝滑
平均互动：610



学会恋爱小连招，天天都是520 #梦泪 #情侣 #真我gtneo6 #真我gtneo6se #真我GT绝杀时刻
互动量：1.9w

运动

主题：
智能穿戴+超长续航
平均互动：1499



想要一个能长续航的智能运动手表么 #智能手表 #智能穿戴 #男士必备 #OPPO #oppowatchx
互动量：43

旅行

主题：
旅行出片+大容量
平均互动：681



新疆Vlog 走进我的阿勒泰~ #我的阿勒泰 #旅行 #一加618燃价到底 #值此一加 #一加手机
互动量：3.6w

工作

主题：
超长续航+耐摔
平均互动：1589



打工打到电量扛不住？别怕，OPPO替你扛！ #OPPOK12x 毫不费力支撑工作一整天
互动量：2,235

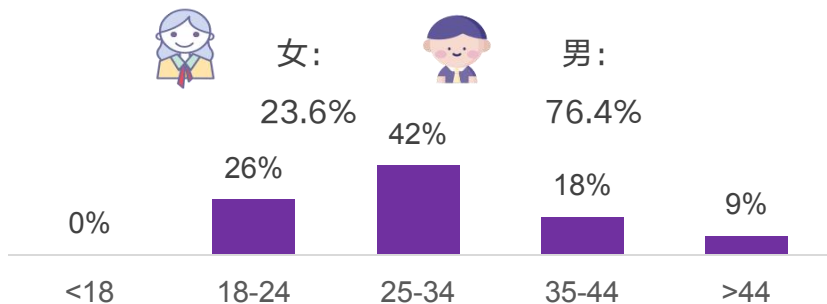
source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

画像：抖音以青年男性为主，小红书主力则以年轻女性为主，苹果、华为、小米成为明星品牌

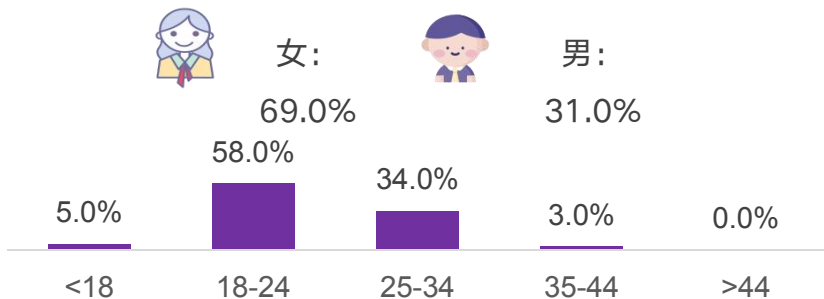


- 手机性能爱好者人群，抖音以男性、25-34岁人群为主；小红书以女性、18-24岁人群为主，荣耀、OPPO、VIVO等国产品牌成为明星品牌。

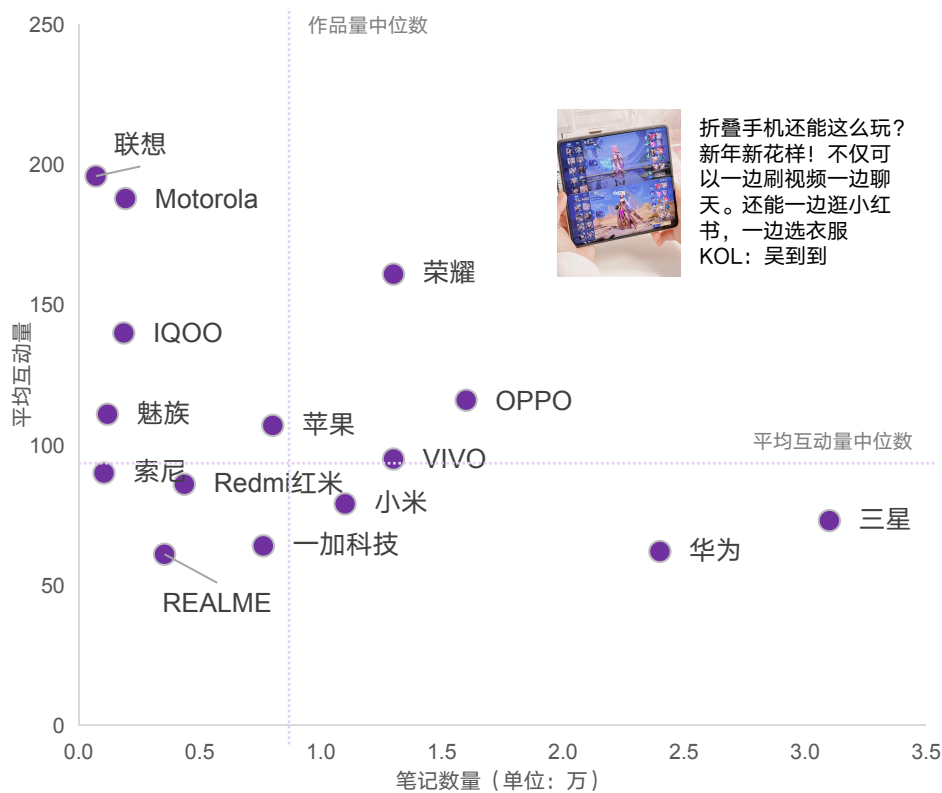
「时尚尝新党」讨论者画像-抖音



「时尚尝新党」讨论者画像-小红书



「时尚尝新党」消费者-偏好品牌



折叠手机还能这么玩？新年新花样！不仅可以一边刷视频一边聊天。还能一边逛小红书，一边洗衣服
KOL: 吴到到

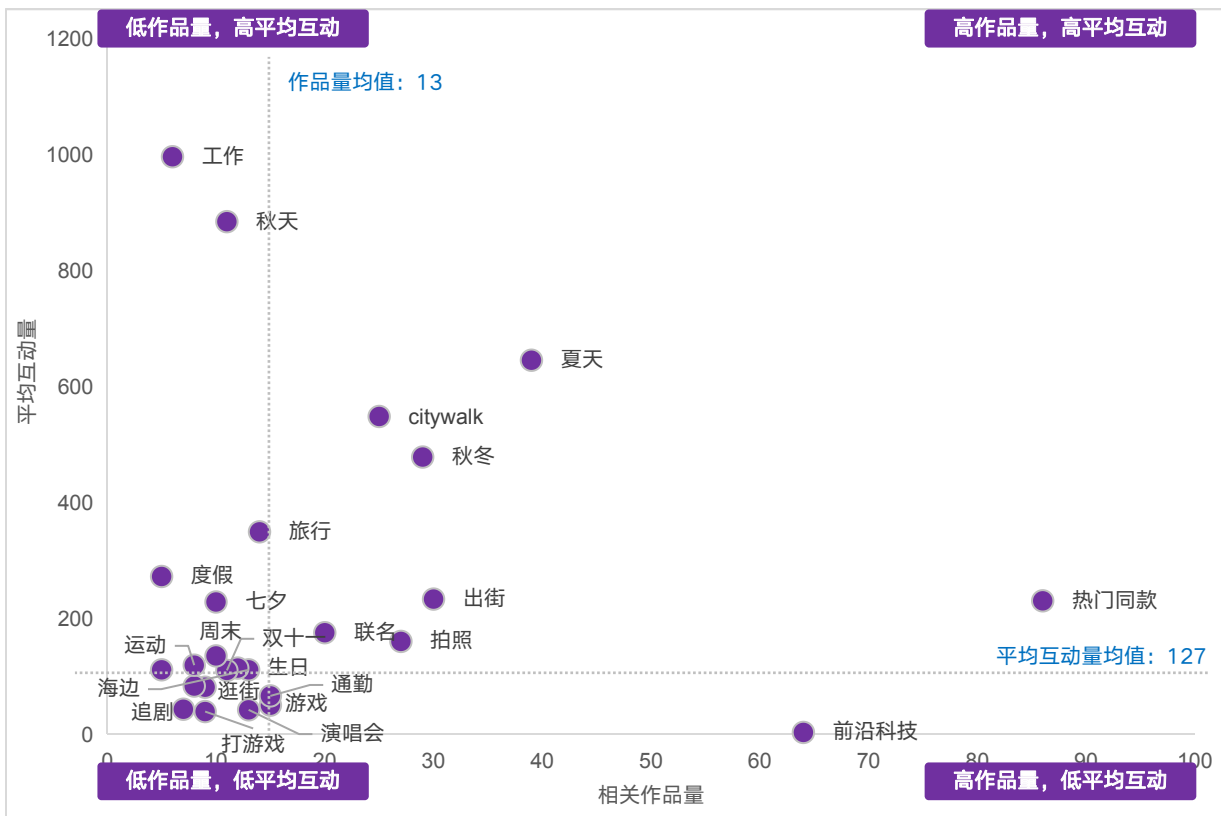
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2023年6月-2024年5月 (抖音, 小红书)

关键场景：热门同款、夏季、citywalk等场景成为种草时尚尝新党的关键，多以时尚单品的形式进行种草



- 时尚尝新党是一群愿意尝鲜、对潮流、明星等敏感的时尚人群，其追求时尚的外观、产品的搭配性等卖点，多以时尚单品的形式出现在种草内容中。

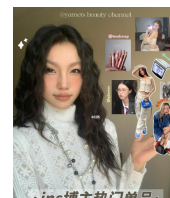
「时尚尝新党」相关内容数TOP细分场景



高互动爆文示例

热门同款

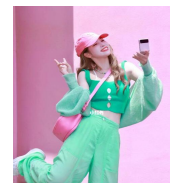
主题：
时尚单品+明星同款
平均互动：230



7个韩系ins热门单品 秒变时髦精致girl 还有这个三星Z Flip5 折叠屏手机 喜得 各大明星们的爱用 互动量：3,247

夏天

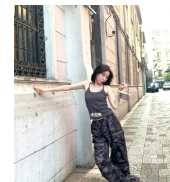
主题：
时尚单品+OOTD
平均互动：645



色彩的碰撞 真的给夏天带来好多惊喜呀,刚好摩托罗拉新出的moto razr 40 互动量：3,015

citywalk

主题：
时尚单品+城市漫游
平均互动：548



当然要记录啦 我每天都不同。带上荣耀V Purse钱包折叠屏轻装上阵,记录自由美好时刻 互动量：778

秋天

主题：
时尚单品+秋季穿搭
平均互动：884



秋天吹来了“美拉德风”像是这种外折屏变成可穿戴的时尚单品 时尚感和科技感无缝融合 互动量：4,292

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2023年6月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）



03

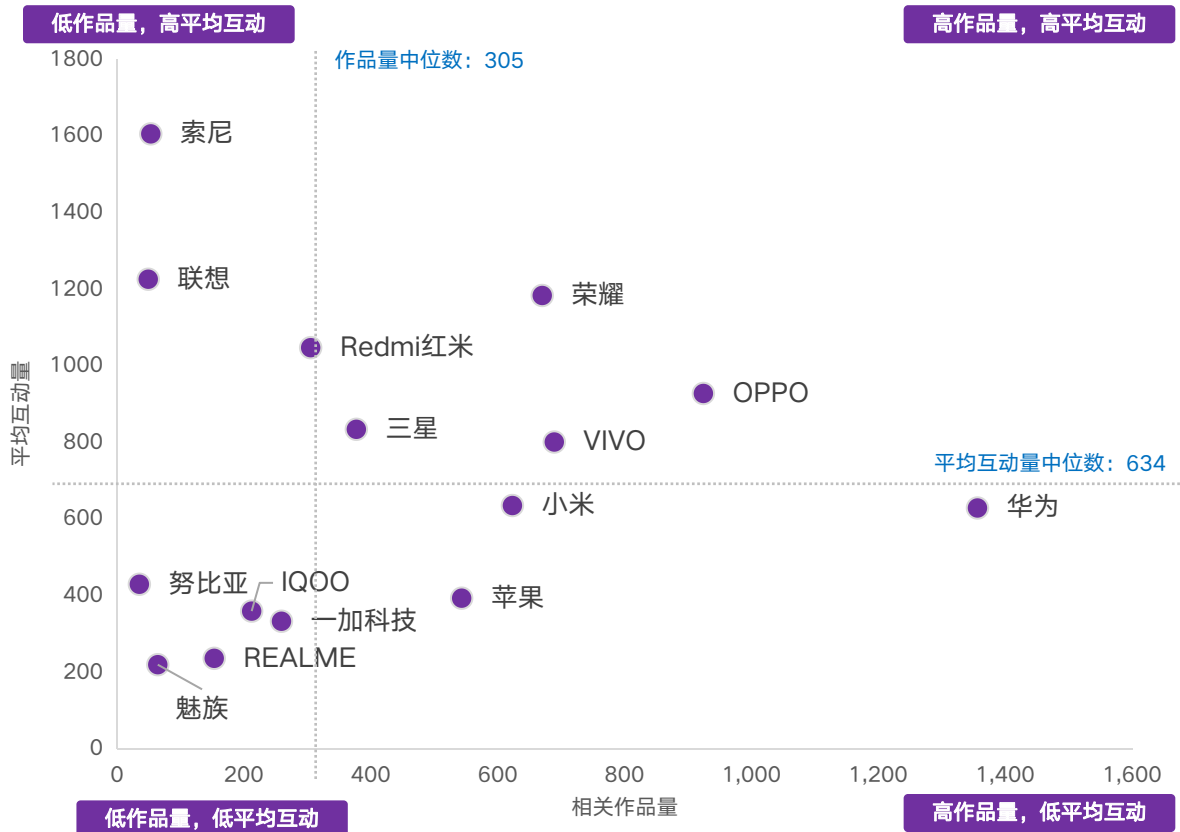
荣耀社媒营销复盘

OPPO、VIVO、荣耀等国产品牌在科技新品推广上处于明星地位，荣耀Magic6系列更是突破以往销售记录



- 根据荣耀手机官方公布的数据显示，在1月18日首销当日，仅用时2分35秒，荣耀Magic6系列的电商全平台的销售额就达到了6.66亿，超过上一代首销日全天全渠道的数据。

「手机」科技新品相关内容数品牌TOP分布



高互动爆文示例

OPPO

主题：
折新品测评+黑科技
平均互动：926



直屏的OPPO Reno12带着一身黑科技回归了！
#opporeno12新品发布
互动量：10.4w

VIVO

主题：
颜值外观+性能升级
平均互动：799



号称vivo最美直屏的Vivo X100s, 你怎么看？
#vivoX100s #数码科技 #手机 #vivo
互动量：1.8w

荣耀

主题：
六大技术+抗摔耐造
平均互动：1182



10倍抗刮耐摔！
#荣耀Magic6家族新成员来了，经典设计和尖端技术的完美结合
互动量：2.8w

三星

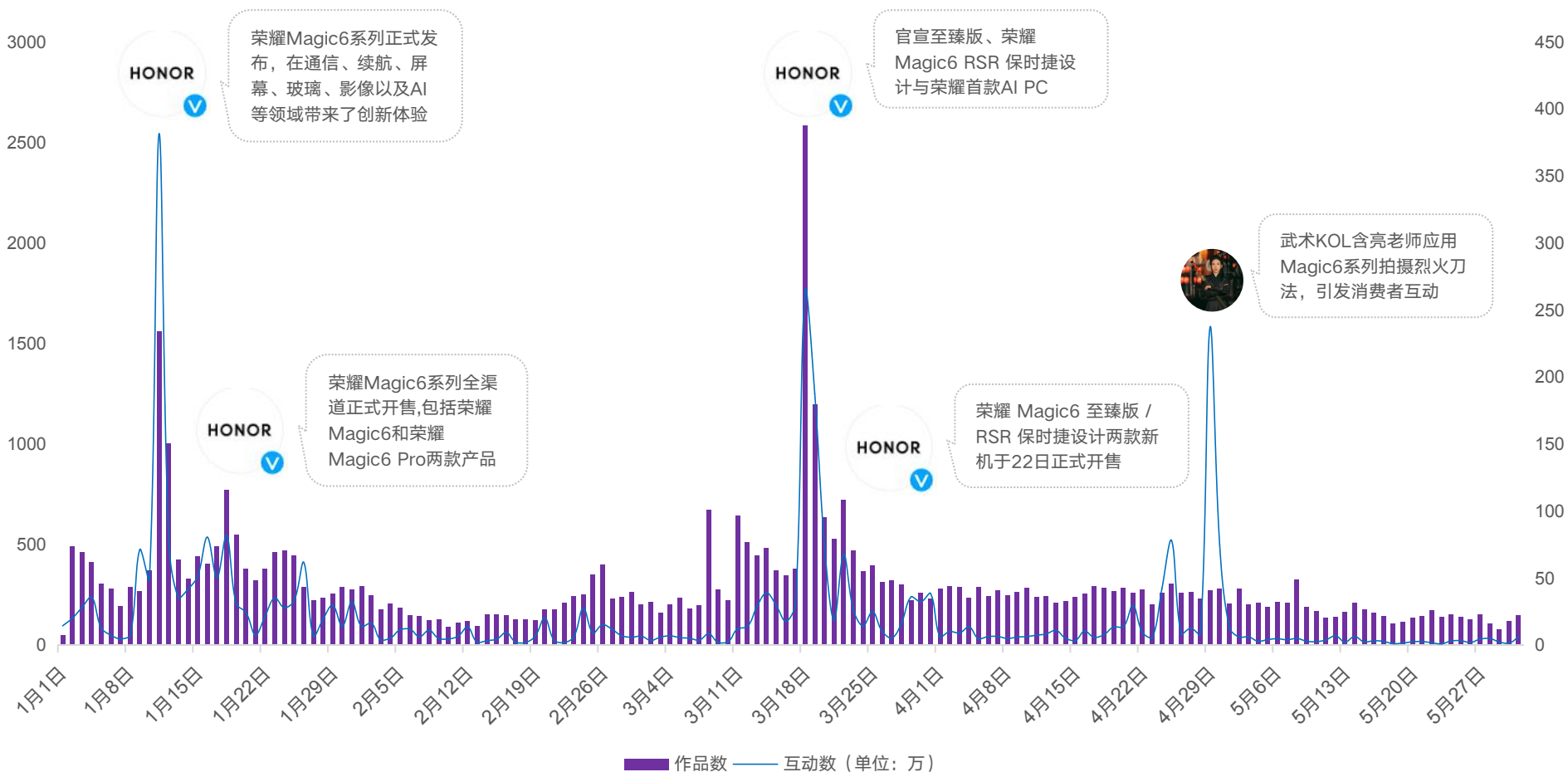
主题：
AI手机+科技评测
平均互动：833



新年第一站，跟我一起来感受三星带来的科技惊喜吧！
#三星 S24新品快闪店 #三星AI手机爱
互动量：2.2w

source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

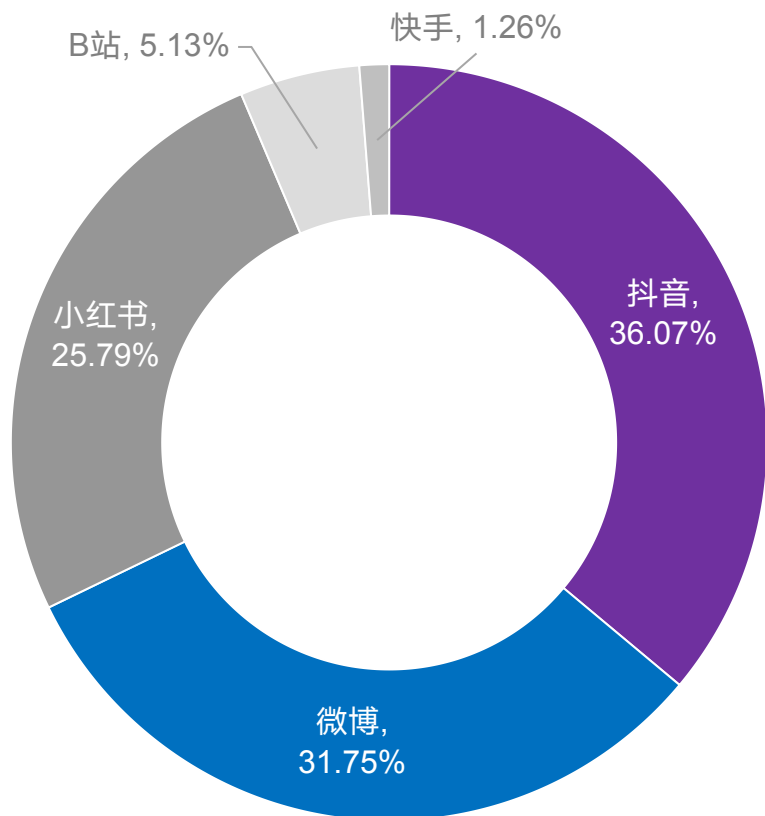
新品上市节奏：上半年1月、3月分别发布Magic6系列新品，推动热度高点形成



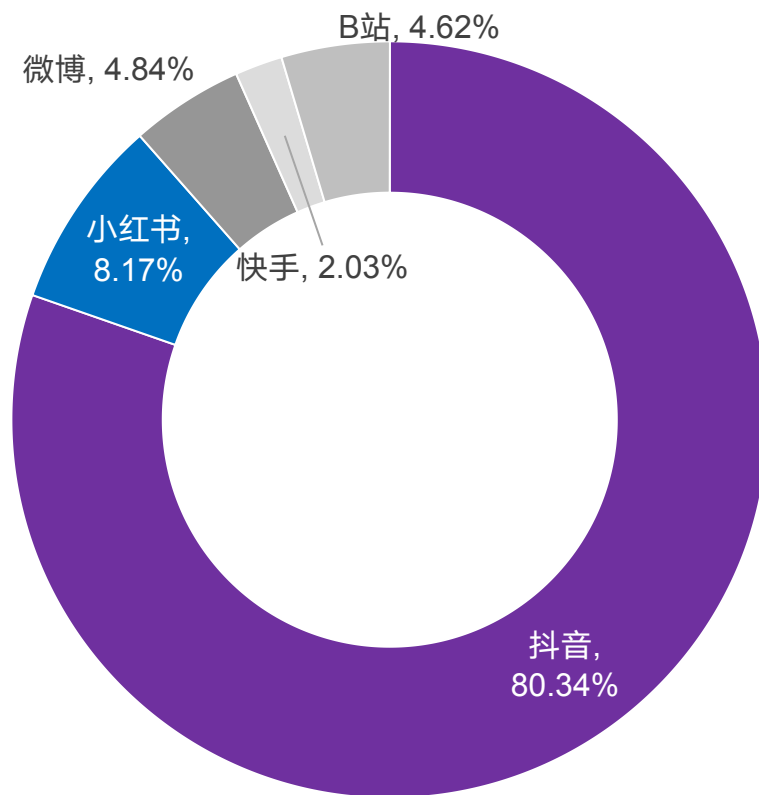
source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年5月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

渠道分布：抖音平台成为Magic6系列种草和互动的主要社媒渠道

「荣耀Magic6」相关内容量平台构成占比



「荣耀Magic6」相关互动量平台构成占比

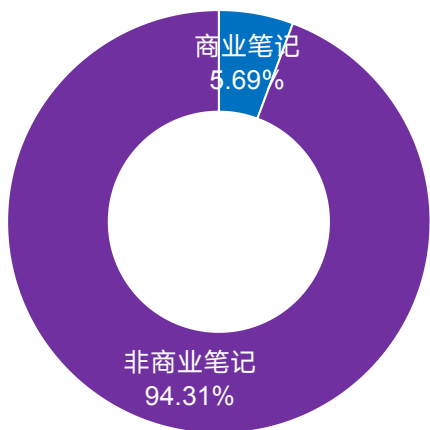


source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年5月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

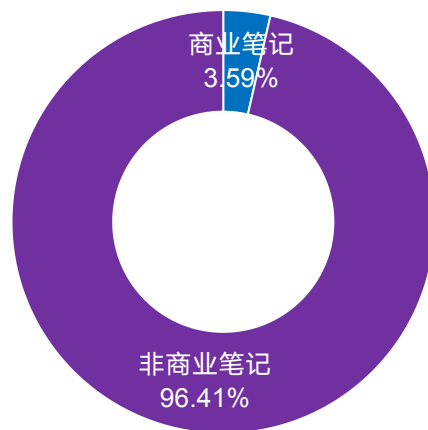
投放策略：抖音商业投放以头部引流、初级垂类达人加深转化为主；小红书则主要以腰部和初级达人为主



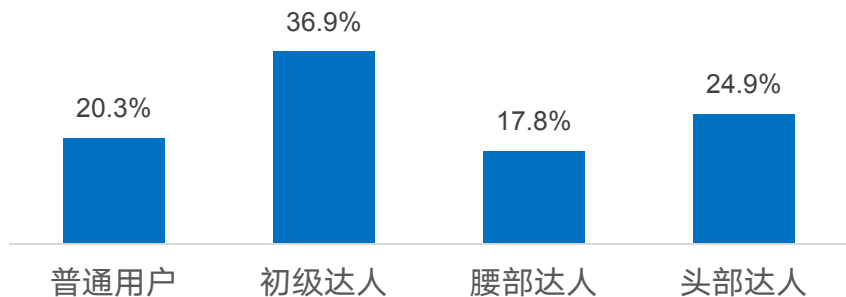
抖音「荣耀Magic6」相关内容种草类型分布



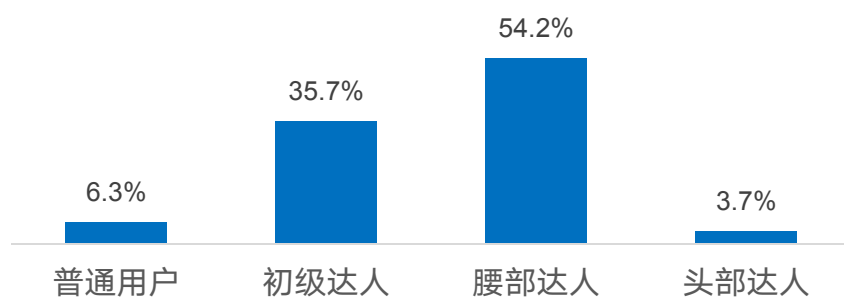
小红书「荣耀Magic6」相关内容种草类型分布



抖音「荣耀Magic6」商业内容KOL达人类型分布情况



小红书「荣耀Magic6」相关内容KOL达人类型分布情况

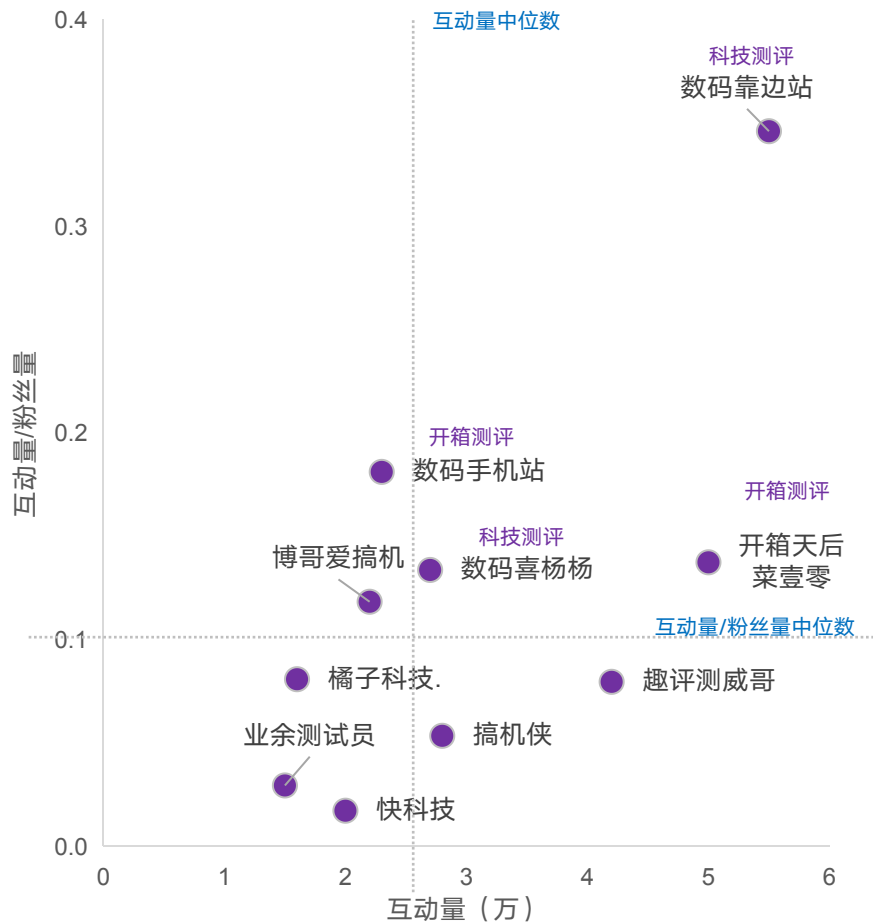


source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年5月（抖音，小红书）

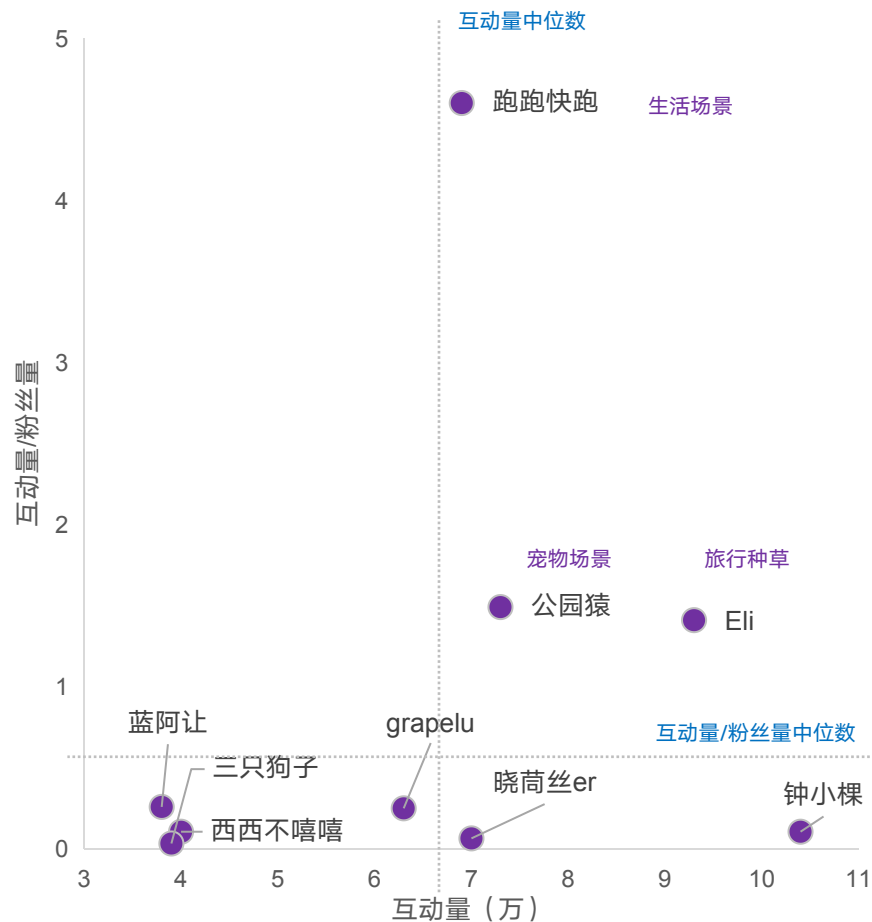
达人策略：抖音测评类KOL内容互动效果突出，小红书场景化种草类内容更为卓越



抖音「荣耀Magic6」商业内容达人表现



小红书「荣耀Magic6」商业内容达人表现

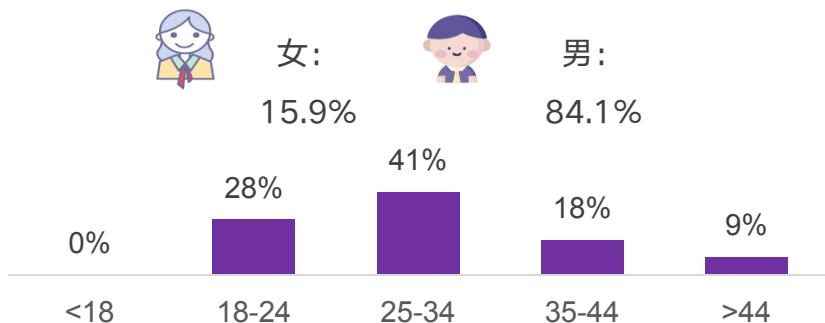


source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年5月 (抖音, 小红书)

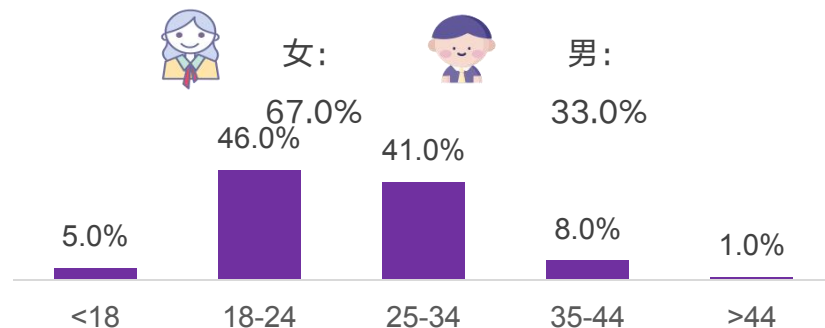
触达人群：抖音青年男性为主，关注新品体验与升级功能；小红书年轻女性为主，关注拍照功能与护眼屏



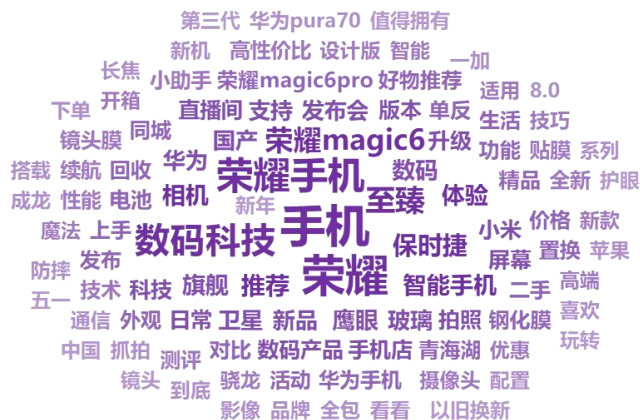
「荣耀Magic6」讨论者画像-抖音



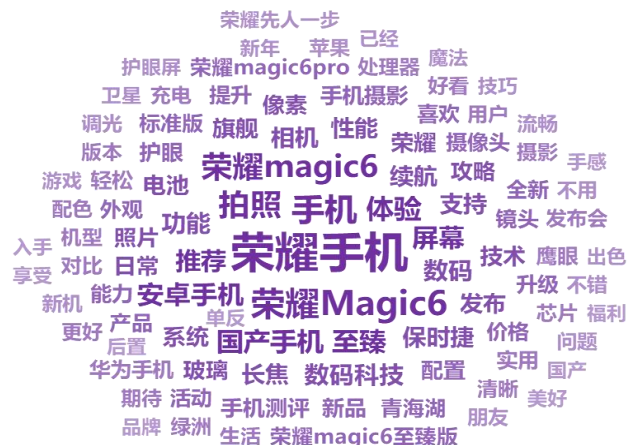
「荣耀Magic6」讨论者画像-小红书



「荣耀Magic6」讨论热词-抖音



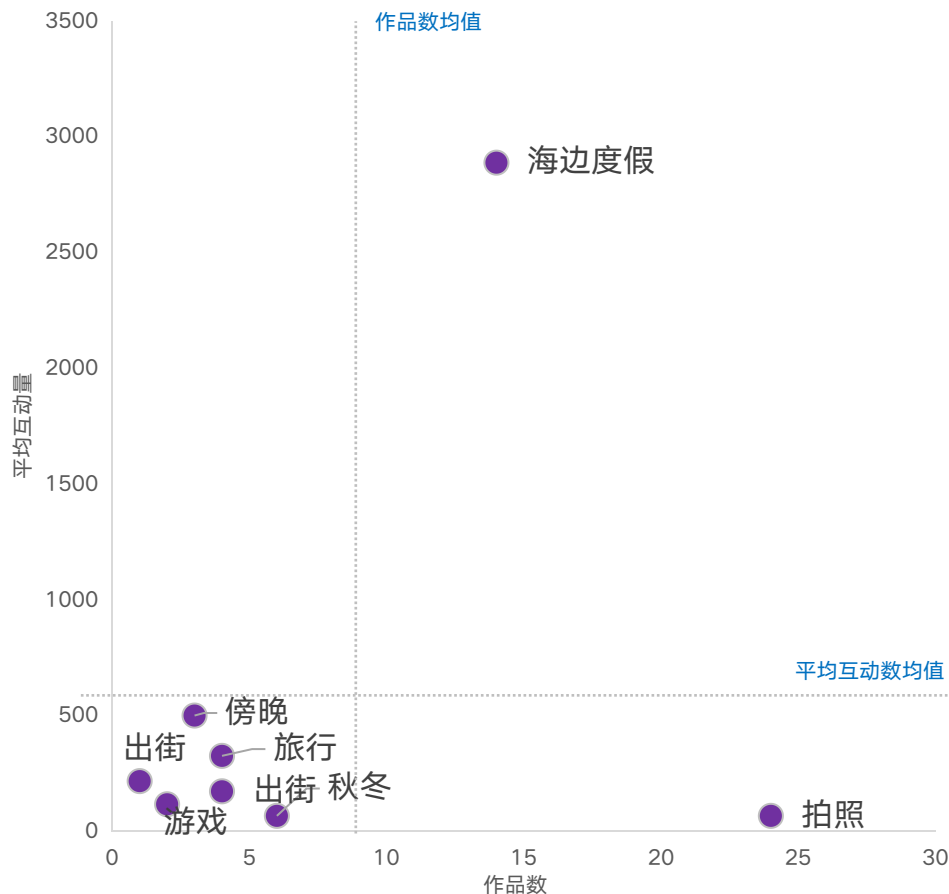
「荣耀Magic6」兴趣爱好-小红书



source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年5月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

场景种草：海边度假场景种草效果最好，将鹰眼抓拍、颜值配色、长续航等功能融合其中

「荣耀Magic6」TOP种草场景互动效果



拍照场景

拍照质感评测

我天！这拍照质感准看不夸
KOL: 小炫然然

写真人像画质对比

可以和单反画质相媲美的手机出现了!!
KOL: 糖哆哆

代际手机功能对比

荣耀Magic5至臻版对比Magic6Pro人像照片
KOL: 我是浪打浪

海边度假场景

鹰眼抓拍功能

“有海的城市，好像会更浪漫些~”
KOL: 克劳德的旅行-

超长续航

福建最美的油菜花海，被我发现了!!
KOL: tzu-hsiao

配色颜值外观

带着荣耀Magic6 RSR 保时捷设计，记录这幸福瞬间
KOL: 王涵大朋友

source : 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2024年1月-2024年5月 (社媒全网, 包括微博, 抖音, 小红书, B站, 快手)

营销效果：拍照功能、护眼屏幕、超长续航等卖点受到消费者认可

「荣耀Magic6」营销效果

39.2%

拍照，续航，耐造……



新年**拍照**技巧，新年拍照姿势，新年拍照角度

13.2%

首发，首销，优惠…



开年旗舰！荣耀Magic6**首发**体验

6.2%

年轻人，学生党，上班族…



简直**学生党**大福利！和我一起囤囤开学好物吧~

29.4%

海边，度假，日常…



福建最美的油菜花海，被我发现了！！
[海边拍照](#)#油菜花拍照#安卓手机推荐#荣耀Magic6

9.2%

线下，官网，专卖店…



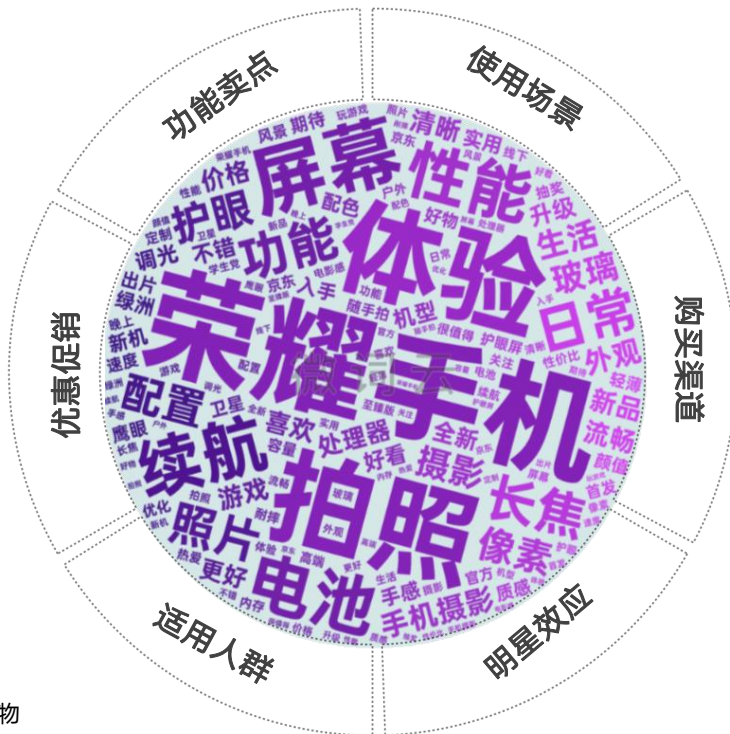
买荣耀手机别忘了领荣耀新年礼盒！
[官网](#)下单入手荣耀手机（京东自营、天猫旗舰、抖音旗舰）

3.5%

成龙，代言…



荣耀Magic6 Pro 真的是能给的都给了，不能给的也去要了（dddd）还有**成龙**大哥代言！



source：艺恩营销智库，数据统计周期：2024年1月-2024年5月（社媒全网，包括微博，抖音，小红书，B站，快手）

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

