

# 中国在线教育平台用户大数据报告

## ——腾讯课堂数据篇

2018年



# 核心结论



用户基本属性

- **地域属性：**山东省用户付费意愿最高，且付费用户的人均年累计学习时间最长，是一个学霸省份。北京市的用户人均年累计付费金额最高，为772元。浙江省的直播课年累计上课人数占比最高。
- **年龄属性：**85后整体为腾讯课堂的中坚用户。43岁及以上的付费用户人均年累计想学习时长最长，为74小时。互联网营销、平面设计及职业技能等课程最受用户欢迎，且多以直播课的方式学习。各年龄段用户中，28-42岁的用户付费意愿高，28-32岁的用户人均年累计付费金额最高，为628元。18-22岁的用户学习广泛度最高。
- **性别属性：**腾讯课堂男性用户数是女性用户数的1.6倍左右。男性用户偏爱编程语言，女性用户偏爱平面设计。女性用户付费意愿高，但人均年累计付费金额与男性用户差别不大。
- **学历属性：**初高中及本科/大专学历人群是主要学习人群。在学习广泛度方面，超过50%的本科、大专以下学历用户倾向于学习多类课程，高于高学历用户学习多类课程的比例。硕士学历用户的付费意愿最强，本科/大专学历用户人均年累计付费金额最高，达643元。



用户学习习惯

- 腾讯课堂用户偏爱在移动端设备登录获取信息和寻找课程，在电脑端学习。
- 2017年腾讯课堂整体在线学习用户搜索最多的词是PS，紧随其后的是英语和Java，用户整体学习内容多集中在实用性、技能性较强的课程。
- 腾讯课堂用户学习时间集中在晚上20:00-22:00，其次是白天的10:00-11:00和14:00-16:00，并且工作日和休息日的学习时间段趋于一致。

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

学生端用户生态——基本属性

1

学生端用户生态——学习习惯

2

# 研究背景

## B2B2C在线教育平台发展处于天时地利人和的状态

现阶段中国在线教育的宏观发展环境一片利好，移动化和网络化的生活习惯养成、教育需求的上升以及技术的更新迭代为中国在线教育的发展注入源源不断的动力。从需求端角度来讲，用户对线上教育的认可度不断提升，对线上教育的种类和深度提出了更高的要求，同时随着知识扁平化的出现，用户对教学有效性和教学体验的要求也将进一步推动在线教育发展。从供给端角度来看，大部分教师、教育机构及知识IP等都承担着教育盈余输出的角色，线上教育平台能够从技术、运营、推广、生源等方面提供辅助，而教师或机构的入驻能够进一步吸引生源从而带动平台收入，形成共赢局面。

### 研究背景



#### 宏观环境利好

- ◇ 互联网+教育、教育信息化及AI+教育等利好政策频出
- ◇ 网络经济上行，网络化和移动化生活习惯养成
- ◇ 社会供需失衡，随着中产阶级崛起，人们付费意识觉醒，教育需求和教育消费迎来升级
- ◇ 互动直播、大数据、人工智能等技术提升线上教育教学体验



#### 需求端市场旺盛

- ◇ 在线教育用户规模持续扩张，在线教育的市场认可度逐渐提升，对线上课程的广度和内容深度要求提升
- ◇ 终身学习和对交叉领域知识的需求增加促使用户需要学习的阶段不断延长
- ◇ 用户重视学习的有效性，并对线上学习体验不断提出新的要求



#### 供给端输出盈余



传统教师或中小型教育机构转型线上教育成本高且经验缺乏



独立知识分享者可提供短平快的知识输出，但是在生源和推广方面有待加强

来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

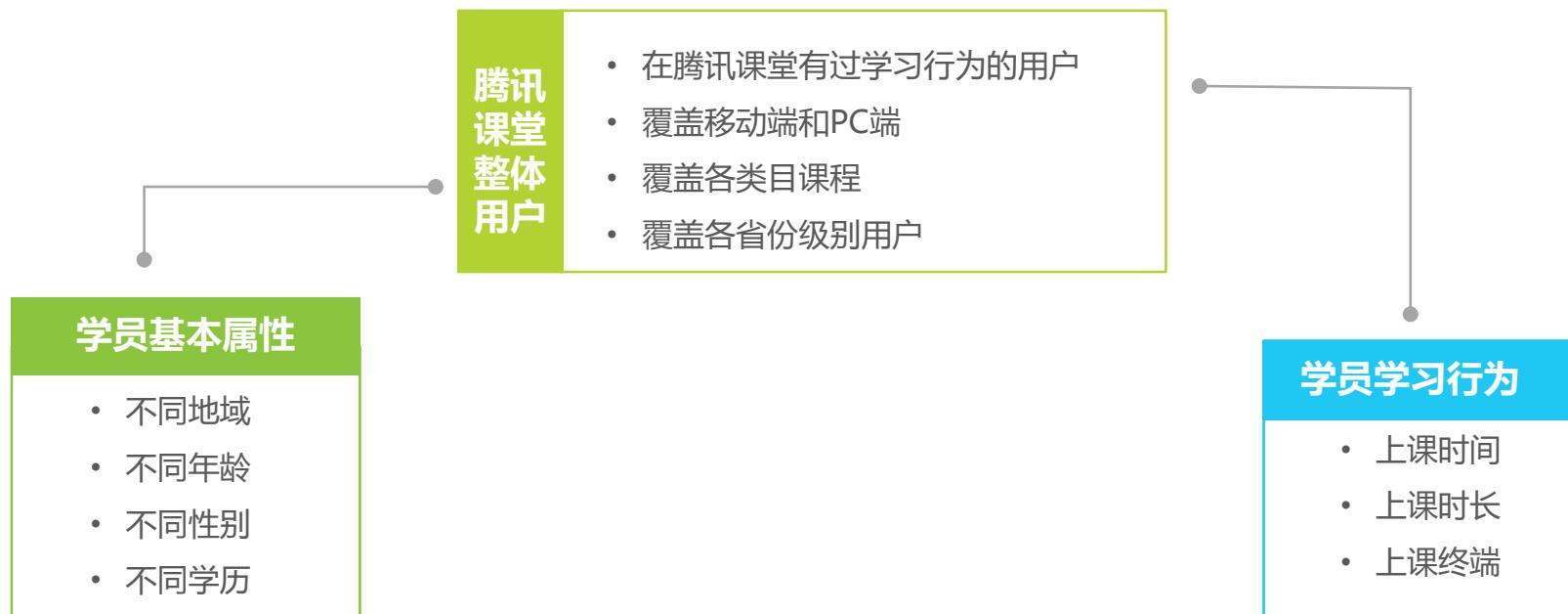
# 腾讯课堂年度数据研究目的

iResearch  
艾瑞咨询

## 了解腾讯课堂进一年的学员生态及机构生态

为了进一步了解腾讯课堂过去一年学员的学习兴趣及行为属性，腾讯课堂与艾瑞在数据合作的基础上，以腾讯课堂的整体用户为研究对象（覆盖PC端和移动端用户），针对平台用户的基本属性、学习习惯等方面进行深度挖掘，探究用户的付费行为，分析用户的学习兴趣偏好，了解用户在平台的学习习惯。

### 调研样本与样本结构说明



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

## 学生端用户生态——基本属性

1

### ➔ 不同地域学员生态状况

不同年龄段学员生态状况

不同性别学员生态状况

不同学历学员生态状况

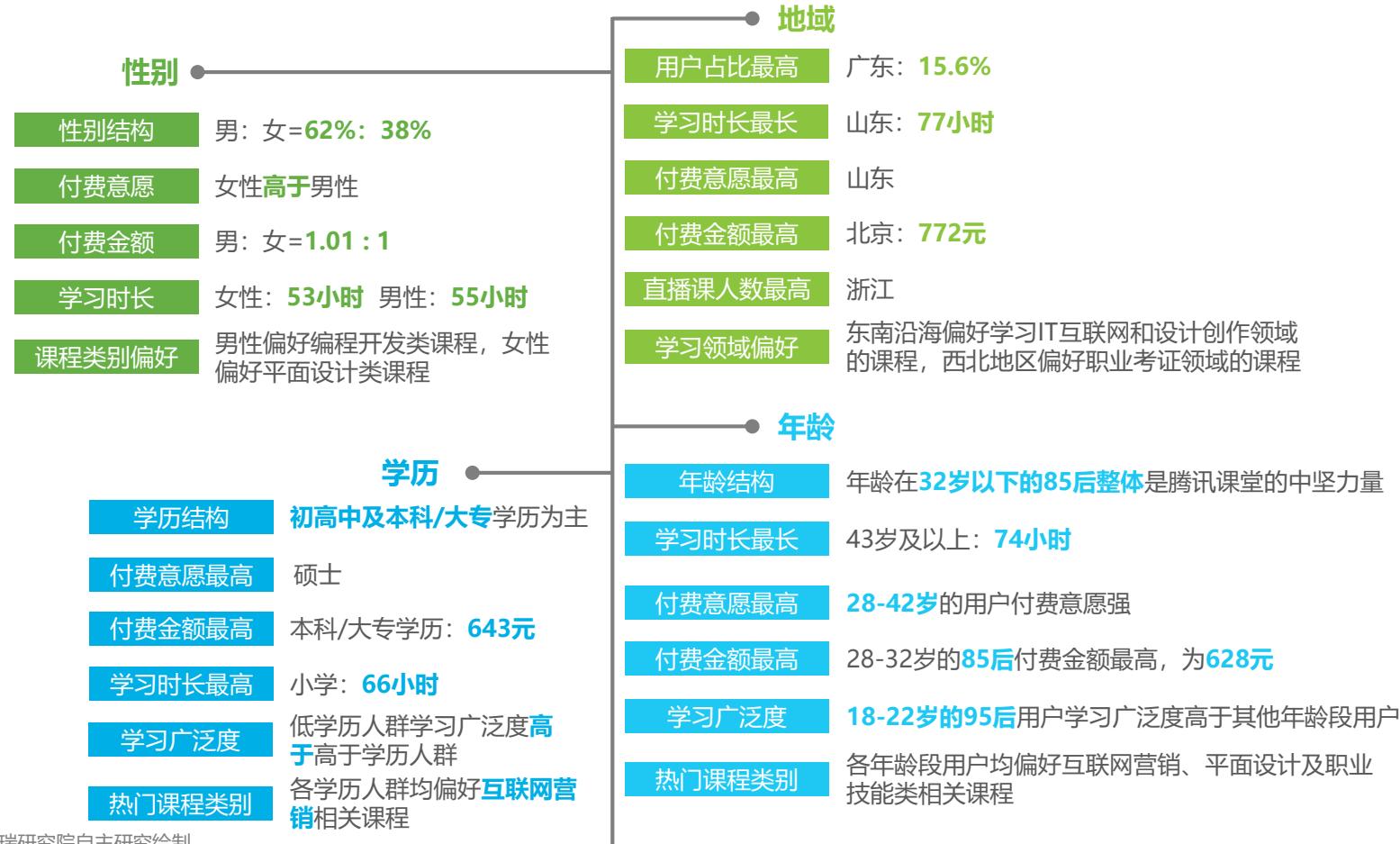
## 学生端用户生态——学习习惯

2

# 用户基本属性小结

以男性年轻用户为主，多具有初、高中及本科/大专学历，更倾向于以直播方式学习IT·互联网和设计·创作等领域的课程

## 2017年腾讯课堂用户画像



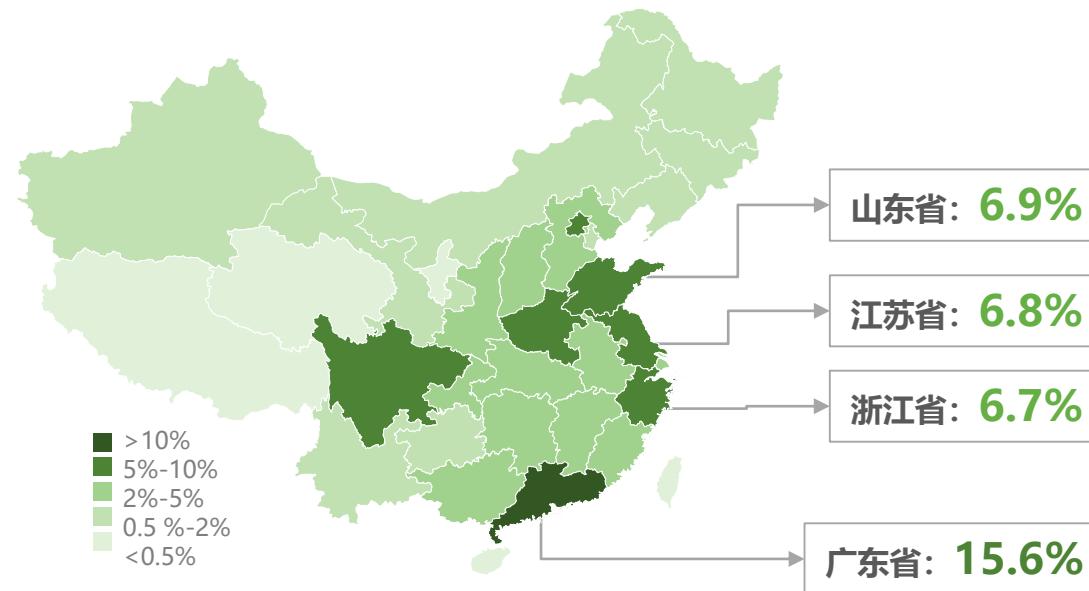
来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 地域分布—用户所占比重

## 广东省的用户数占腾讯课堂在线学习整体用户数的比重最大

从各省份用户所占腾讯课堂在线学习用户的比重来看，广东省的用户占平台在线学习整体用户数的比重最高，为15.6%，紧随其后的就是山东省、江苏省和浙江省，占比分别为6.9%、6.8%和6.7%。

2017年腾讯课堂各省份在线学习用户数占腾讯课堂在线学习整体用户数的比例



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

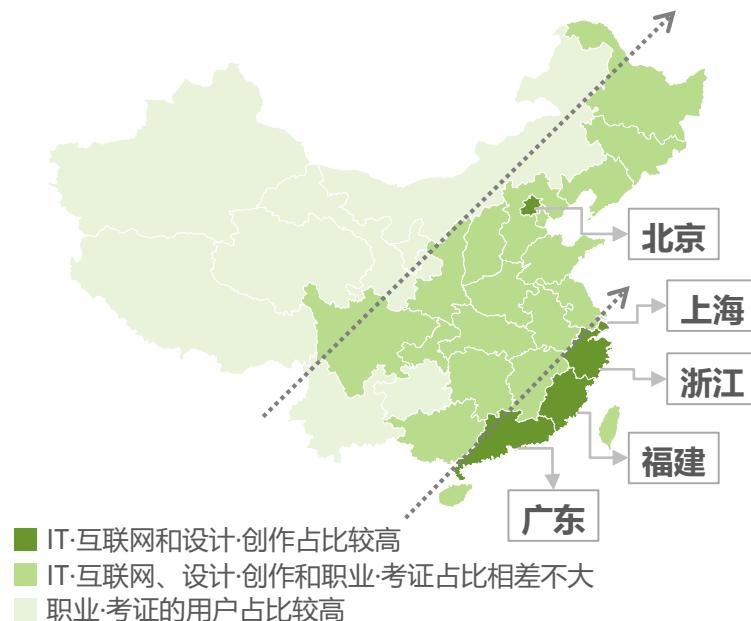
注释：群体在线学习用户数占比=该群体在2017年报名过课程的用户数/所有群体中在2017年报名过课程的用户数之和。

# 地域分布—学习兴趣

## 经济环境是影响学员学习兴趣的主要原因

- 东南沿海省份学习IT·互联网和设计·创作领域课程的用户占比较高。北上广浙等互联网行业发达省市对IT互联网人才的需求较高，因此学习该领域课程的用户占比远高于其他地区；
- 中东部地区学习IT·互联网、设计·创作、职业·考证等领域的课程的占比相差不大；
- 西部省份用户学习职业·考证领域课程的占比较高。

2017年腾讯课堂各省份用户偏好的学习领域



2017年腾讯课堂各学习领域最受欢迎的省份TOP5

	IT·互联网	北京	上海	浙江	广东	福建
	设计·创作	43%	38%	35%	35%	35%
	升学·考研	26%	25%	25%	24%	22%
	职业·考证	19%	16%	16%	16%	15%
	IT·互联网	33%	31%	29%	26%	26%

注释：“北京：43%”表示2017年有43%的北京用户选择在腾讯课堂学习IT·互联网领域的课程。

来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体某学习领域用户数占比=该群体在2017年报名过该学习领域的用户数/该群体在2017年报名过课程的用户数。

IT·互联网：包含网络营销、编程语言、游戏开发、互联网产品等课程。设计·创作：包含平面设计软件、游戏动画设计、绘画创作等方向的课程。升学·考研：包含K12及考研类课程。

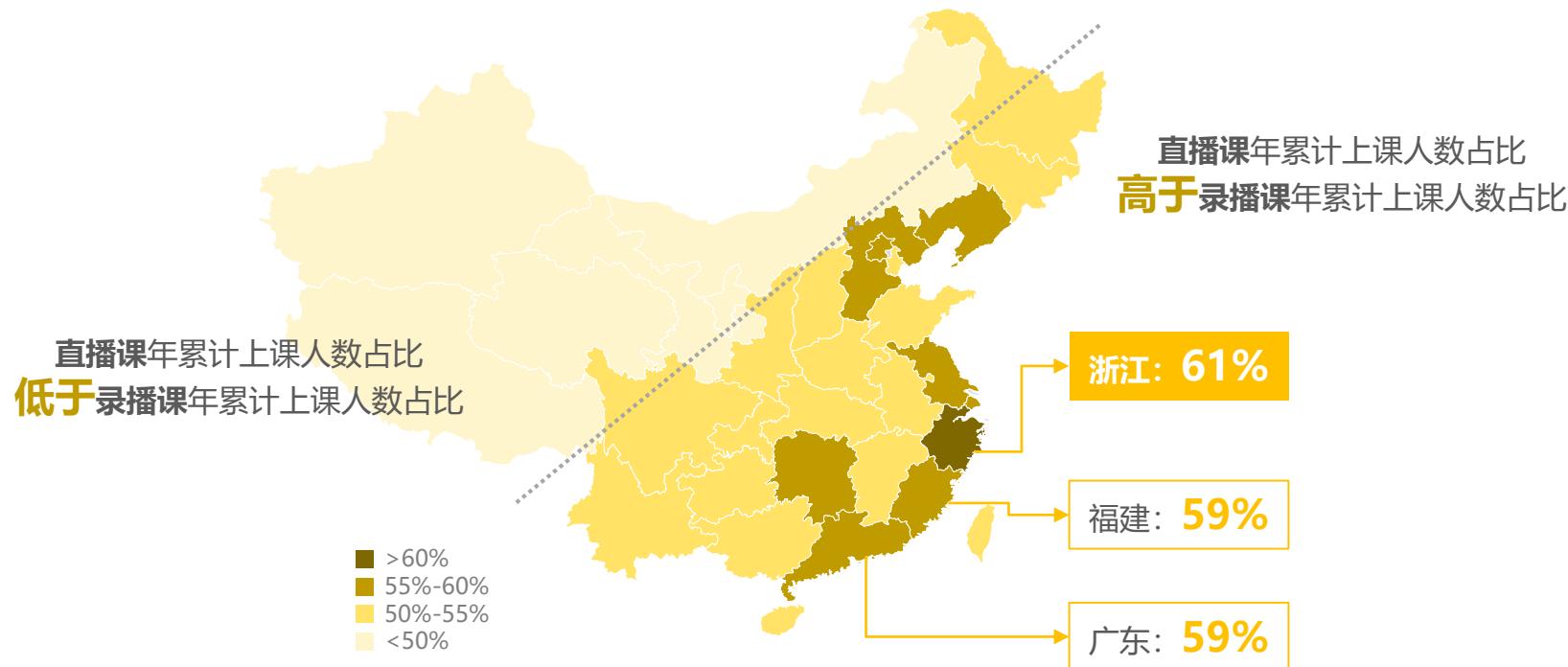
职业·考证：包含公务员、教师资格、建工、医疗等职业考试方面的培训课程。

# 地域分布—学习方式偏好

## 浙江省的直播课年累计上课人数占比最高

从各省市用户直播课上课人数占整体学习方式的比重来看，沿海省份及部分中东部内陆省份的用户多以直播课的形式参与学习，其中浙江省的直播课上课人数占比最高，为61%。西部地区录播课年累计上课人数的占比较高。

2017年腾讯课堂不同省份直播课年累计上课人数占比TOP3的省份



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

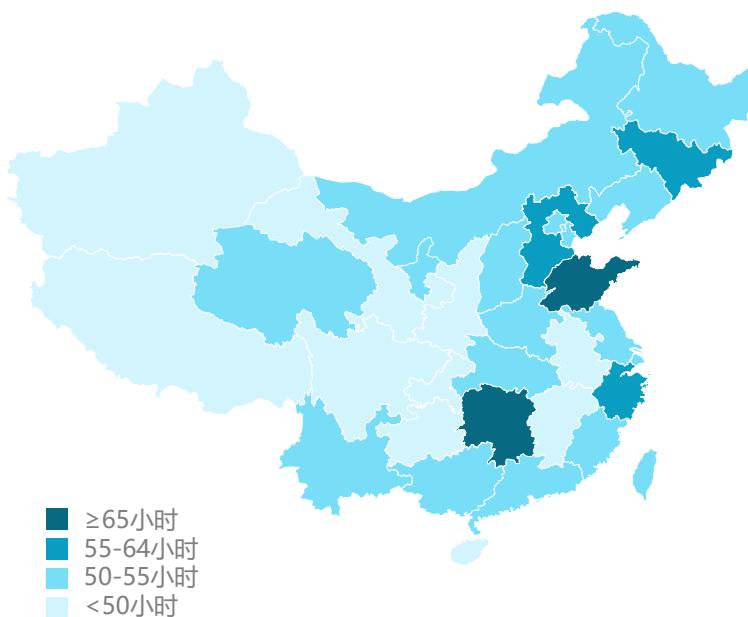
注释：群体直播课年累计上课人数占比=该群体直播课年累计上课人数/（该群体直播课年累计上课人数+该群体录播课年累计上课人数）。

# 地域分布—人均年累计学习时长

华东地区人均年累计学习时长最长，山东省的用户最爱学习

从不同地域付费用户的人均年累计上课时长来看，华东地区的人均年累计学习时长最长，为59小时。各省份中人均年累计学习时长最长的是山东省，人均年累计学习时长达77小时，是一个学霸省份。

2017年腾讯课堂  
各省份付费用户人均年累计学习时长分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体付费用户的人均年累计学习时长=该群体付费用户的年累计上课总时长/该群体付费用户的年上课总人数。

2017年腾讯课堂  
不同地区付费用户人均年累计学习时长

地区	地区付费用户人均年累计学习时长(时)	该地区付费用户人均年累计学习时长最长的省份	该省付费用户人均年累计学习时长(时)
华东地区	59	山东	77
华中地区	56	湖南	65
东北地区	55	吉林	57
华北地区	53	河北	56
华南地区	53	广西	54
西北地区	48	宁夏	52
西南地区	47	云南	52

最爱学习的省份

来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

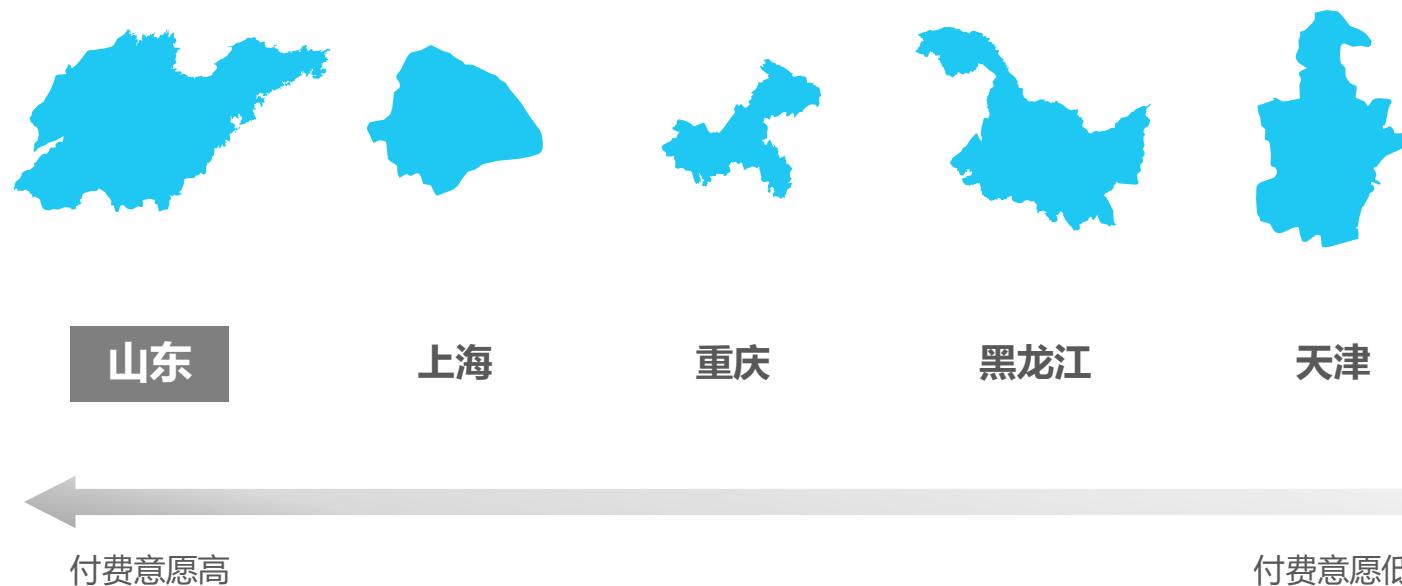
注释：群体付费用户的人均年累计学习时长=该群体付费用户的年累计上课总时长/该群体付费用户的年上课总人数。

# 地域分布—付费意愿

## 山东省学员对付费学习的接受度最高

从各省市学员的付费学习占比来看，山东省用户整体对线上课程的付费意愿较高，相对更愿意为知识买单。上海、重庆、黑龙江、天津学员的付费学习意愿紧随其后。

2017年腾讯课堂不同省份学员的付费学习占比最高的省份TOP5



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

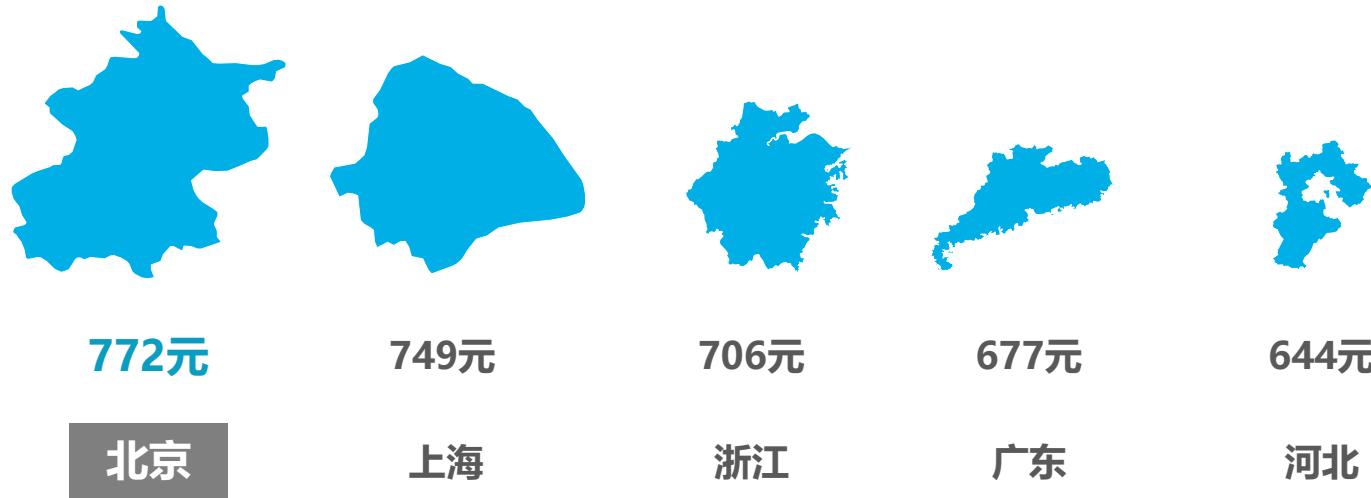
注释：群体付费学习占比=该群体年累计付费10元以上的总用户数/该群体在2017年报名过课程的总用户数。

# 地域分布—付费金额

## 北京和上海的人均年累计付费金额最高

从各省市用户的人均年累计付费金额来看，用户付费金额的高低与当地的经济发展程度呈正相关关系，北京和上海的人均年累计付费金额最高，分别为772元和749元。

2017年腾讯课堂不同地域用户人均年累计付费金额TOP5省份



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体人均年累计付费金额=该群体年付费总金额/该付费课报名总人数。地区面积为用户人均年累计付费金额的示意图，并非地区实际面积。

## 学生端用户生态——基本属性

1

不同地域学员生态状况

### ➡ 不同年龄段学员生态状况

不同性别学员生态状况

不同学历学员生态状况

## 学生端用户生态——学习习惯

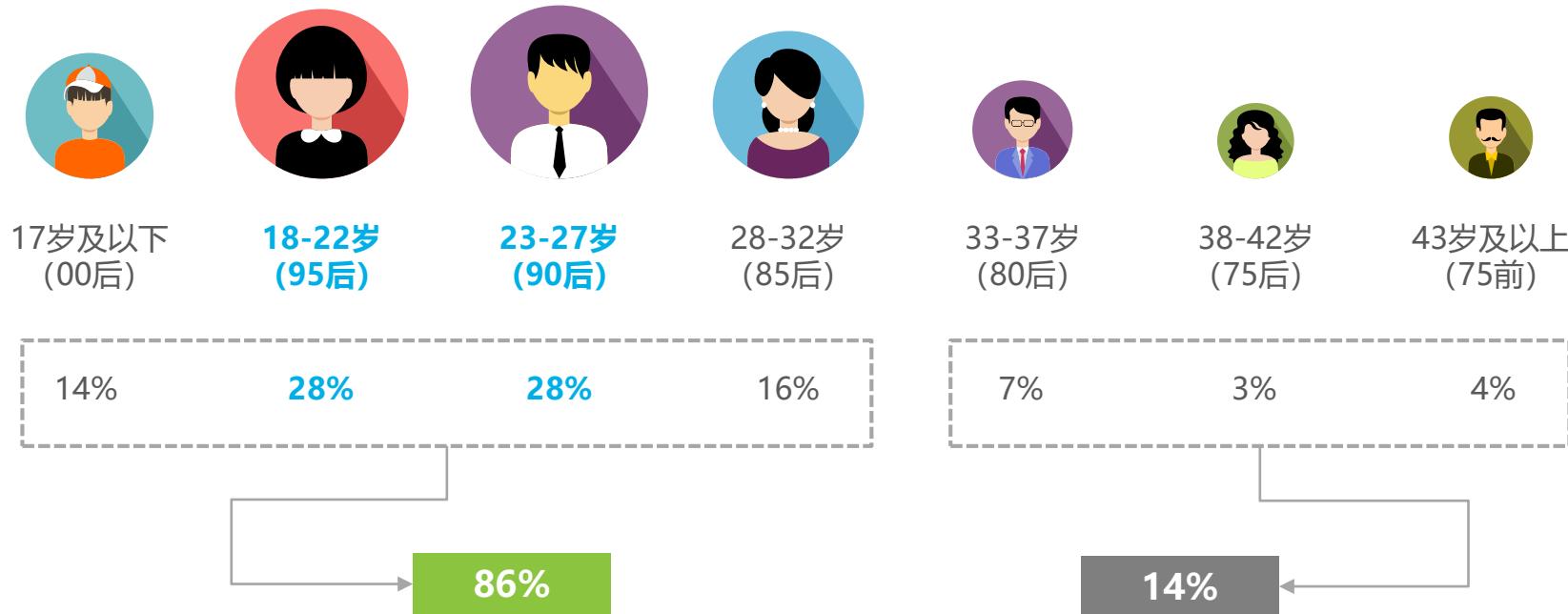
2

# 年龄分布—用户年龄结构

## 85后整体是腾讯课堂用户的中坚力量

从整体用户的年龄结构分布来看，85后用户占比为86%，其中以90后和95后为主要用户群，两者加总占比超过一半。

2017年腾讯课堂用户年龄分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

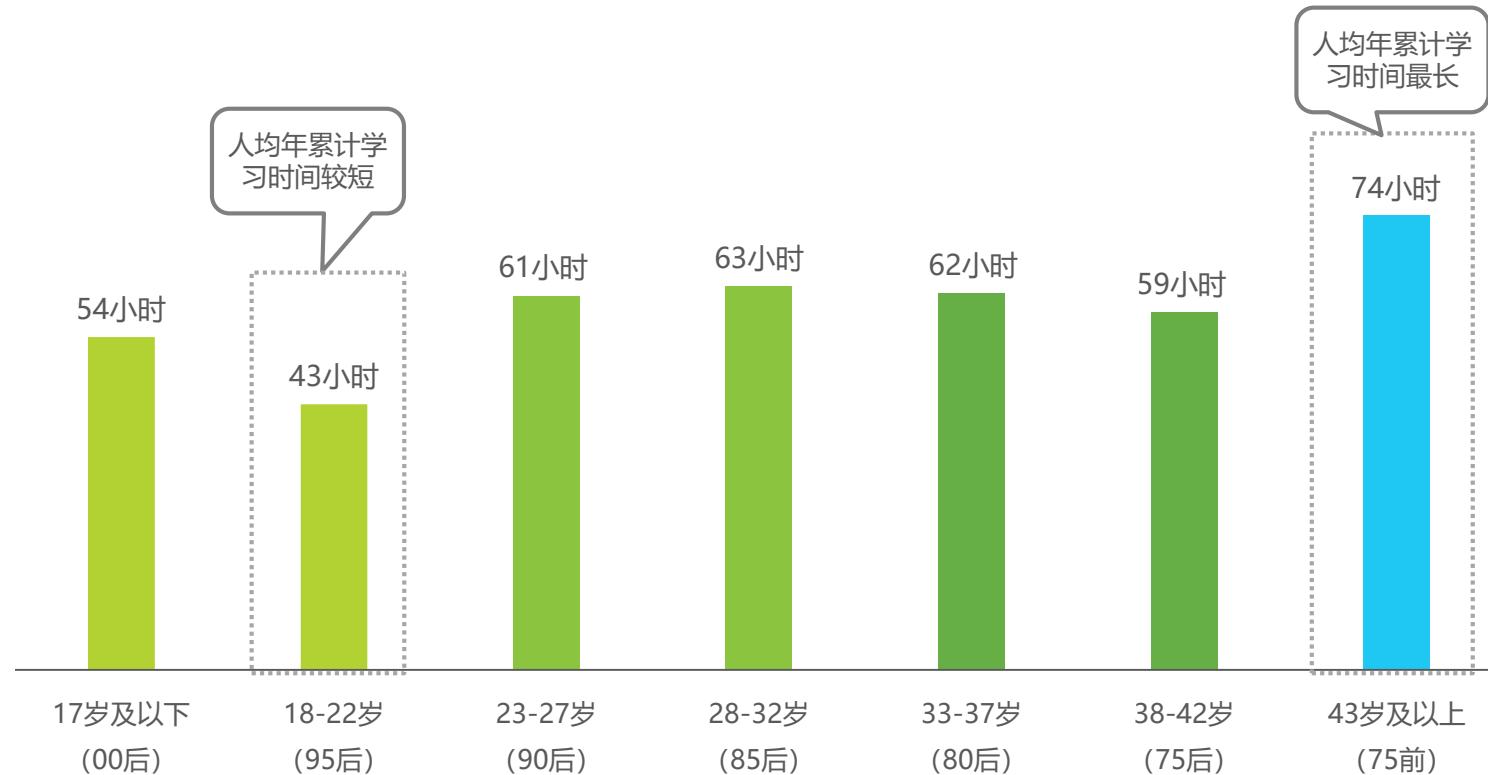
注释：群体在线学习用户数占比=该群体在2017年报名过课程的用户数/所有群体中在2017年报名过课程的用户数之和。

# 年龄分布—人均年累计学习时长

人均年累计学习时长大致上随着用户年龄段的上升而增加

从付费用户人均年累计学习时长角度来看，75前用户人均年累计学习时长最长，为74小时，紧随其后的是75后到90后，均在60小时左右。

2017年腾讯课堂不同年龄段付费用户的人均年累计学习时长分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

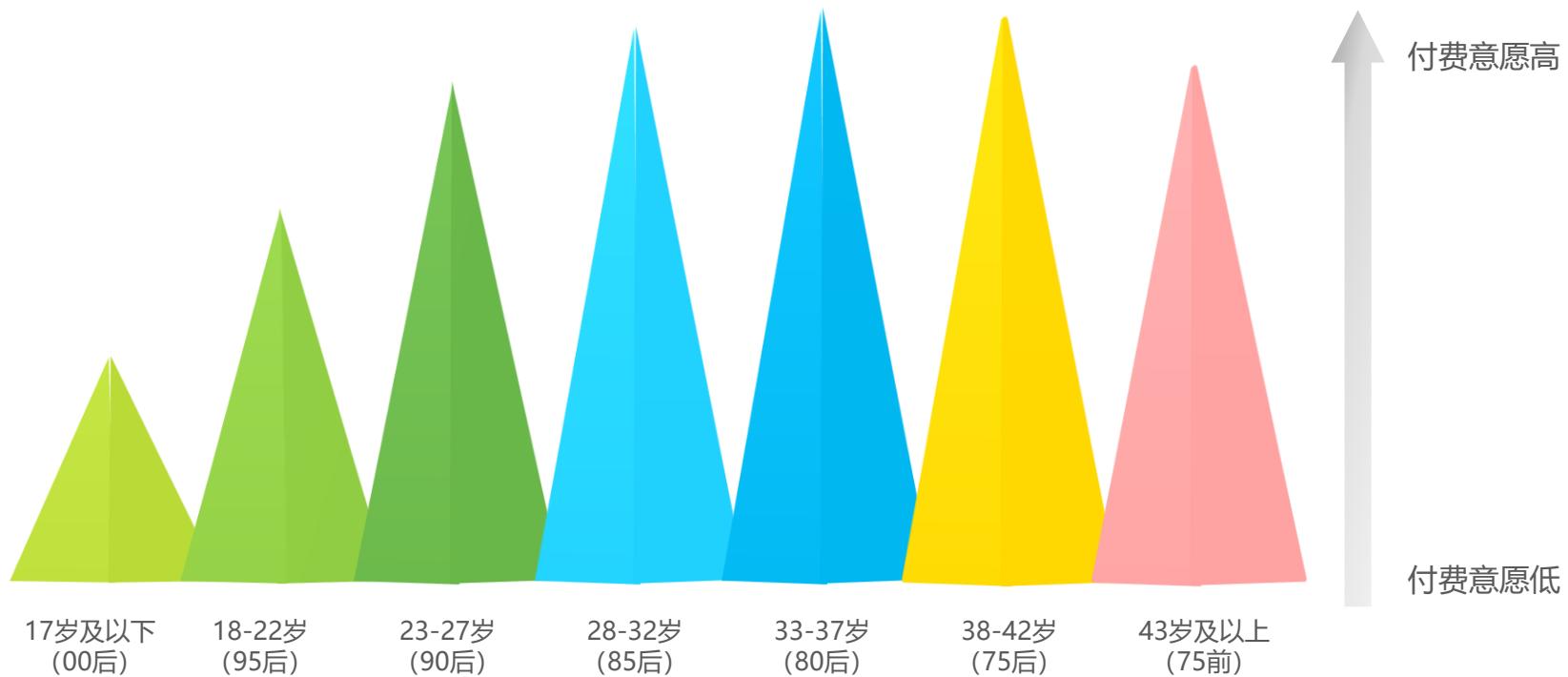
注释：群体付费用户的平均年累计学习时长=该群体付费用户的年累计上课总时长/该群体付费用户的年上课总人数。

# 年龄分布—付费意愿

付费意愿强的年龄段集中在28-42岁之间

目前平台付费意愿较强的用户群体是75后、80后和85后，这部分群体大多已就业，因此对知识的有效性获得较为看重，愿意为知识付费。

2017年腾讯课堂各年龄段付费学习占比



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

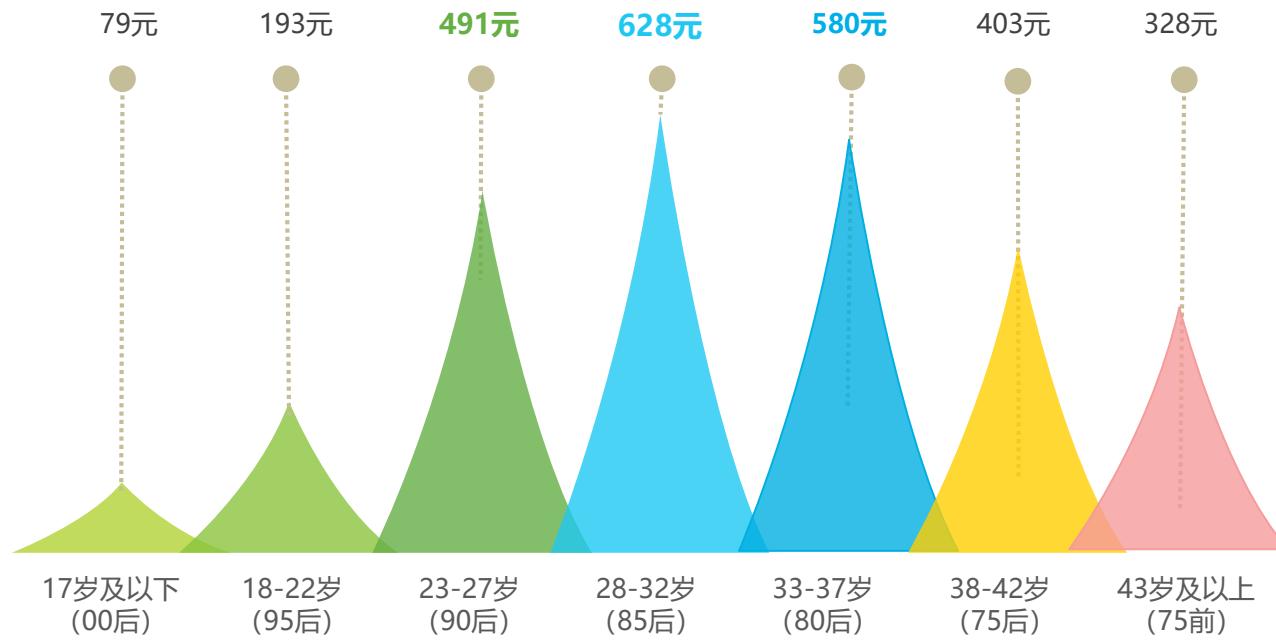
注释：群体付费学习占比=该群体年累计付费10元以上的总用户数/该群体在2017年报名过课程的总用户数。

# 年龄分布—付费金额

85后人均付费金额最高，00后人均付费金额最低

从各年龄段用户人均年累计付费金额角度来看，85后和80后用户群体人均年累计付费额高，分别为628元和580元。85后和80后作为社会中坚力量，已具备一定消费能力，面对职场压力，有提高自身竞争力的需求，因此愿意花费更多钱学习。

2017年腾讯课堂各年龄段用户人均年累计付费金额



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

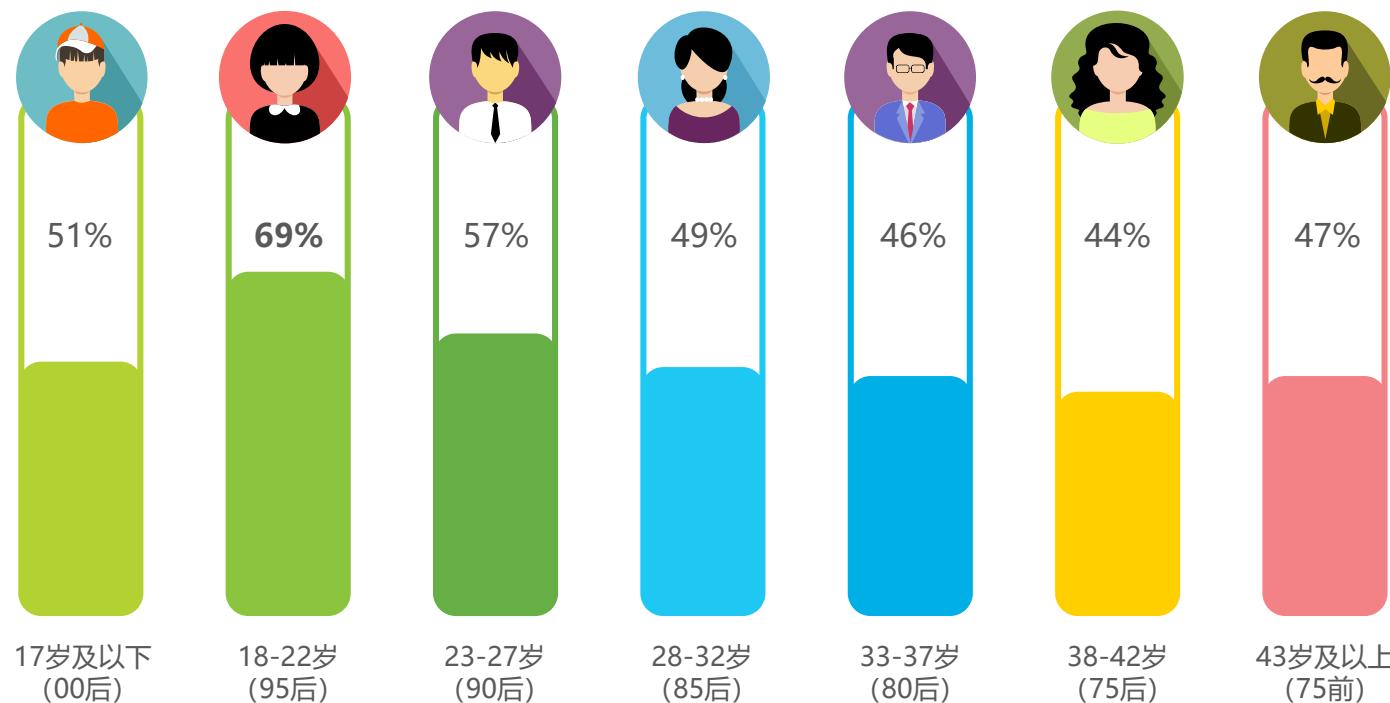
注释：群体人均年累计付费金额=该群体年付费总金额/该付费课报名总人数。

# 年龄分布—学习广泛度

## 95后的学习广泛度最高，75后的学习广泛度相对最低

从各年龄段的学习广泛度来看，以95后、90后为代表的新生代群体的学习广泛度普遍较高，超过60%的用户学习的课程涉及多个学习领域。95后的用户群体较为年轻，对未来规划的选择空间较大，因此其学习广泛度最高，而00后及其他群体的目标性比较强，学习涉猎的广度会有所下降。

2017年腾讯课堂各年龄段用户的学习广泛度情况



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

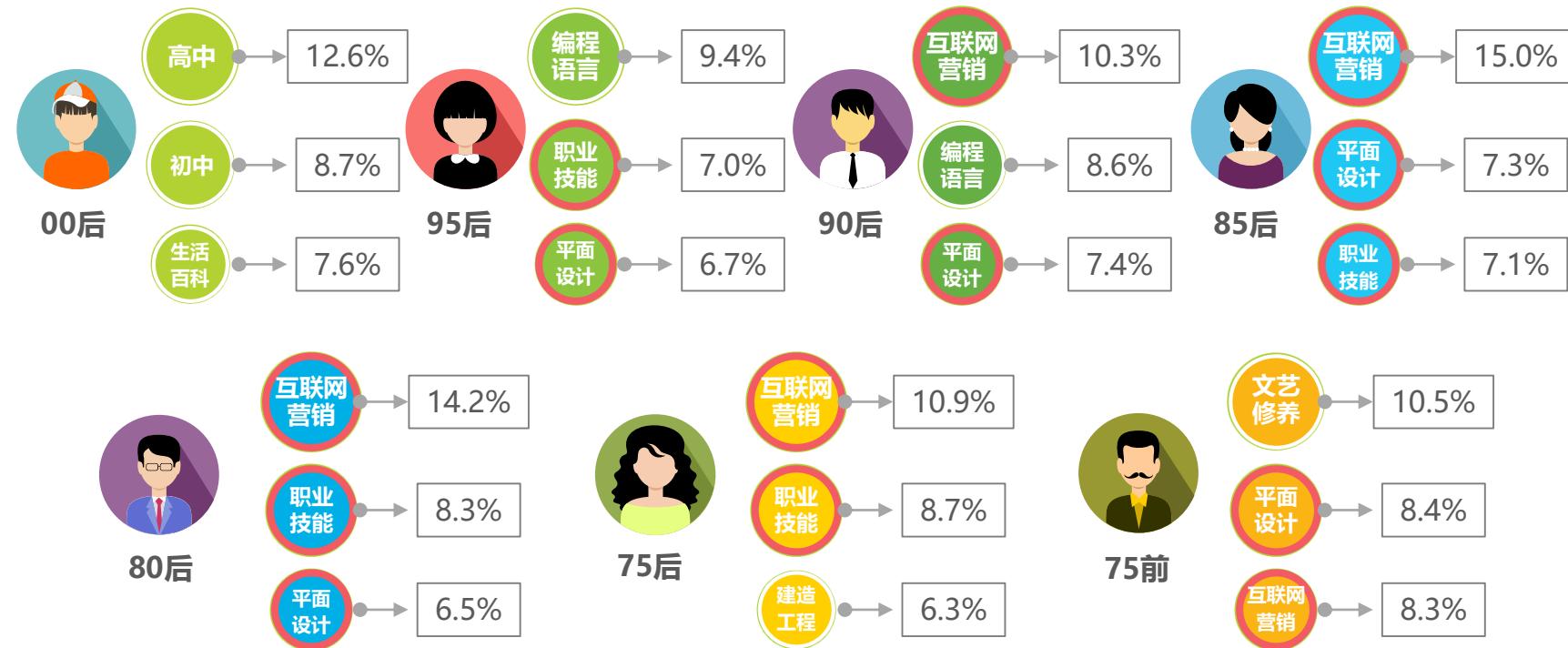
注释：广泛度指，69%的95后、57%的90后用户选择了超过1个领域的课程。领域指IT·互联网、设计·创作、语言·留学、职业·考证、兴趣·生活和升学·考研六大领域。

# 年龄分布—热门课程类别

## 互联网营销、平面设计以及职业技能类课程最受欢迎

从各年龄段用户所报名学习的课程类别TOP3来看，互联网营销、平面设计以及职业技能等课程是最受欢迎的课程，覆盖大部分年龄段用户。00后正处于升学阶段，更关注初中高方面的课程。

2017年腾讯课堂各年龄段用户学习的热门课程



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

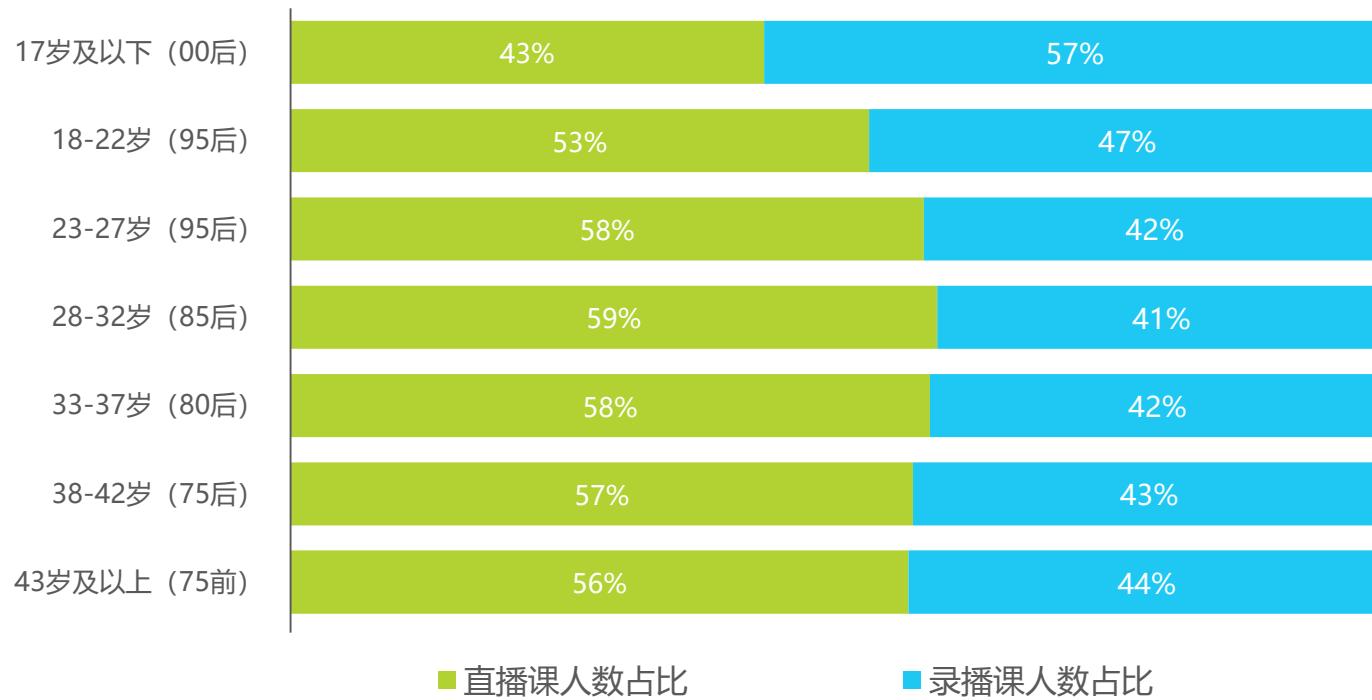
注释：群体某类课程用户数占比=该群体在2017年报名过该类课程的用户数/该群体在2017年报名过课程的用户数。

# 年龄分布—学习方式偏好

## 直播课在各年龄段中均受到追捧

从各年龄段用户选择的学习方式角度来看，直播课更受欢迎。相较于录播课而言，直播课的学习方式使得学生可以与老师之间、同学之间产生一定的互动，增加了学习的社交属性，降低了学习的孤独感，利于营造良好的学习场景，因此用户更加喜欢直播课的学习方式。

**2017年腾讯课堂各年龄段用户上课方式偏好**



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：某个群体直播课人数占比=某个群体的直播课累计上课人数/该群体的上课总人数。

## 学生端用户生态——基本属性

1

不同地域学员生态状况

不同年龄段学员生态状况

### ➔ 不同性别学员生态状况

不同学历学员生态状况

## 学生端用户生态——学习习惯

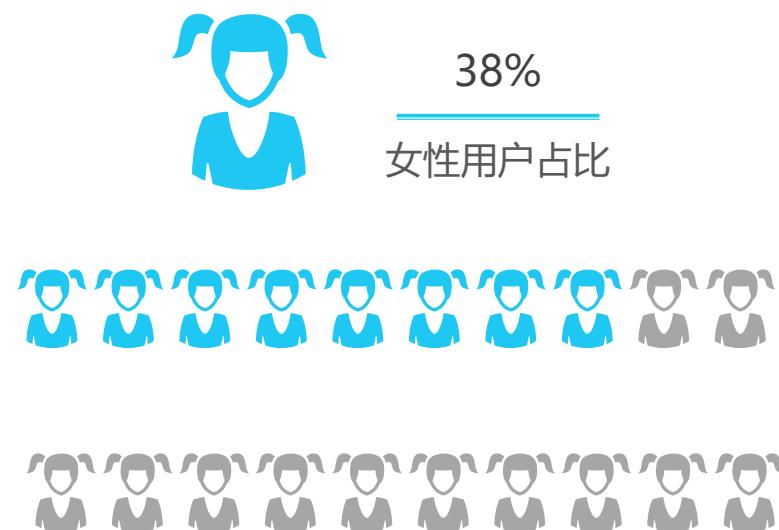
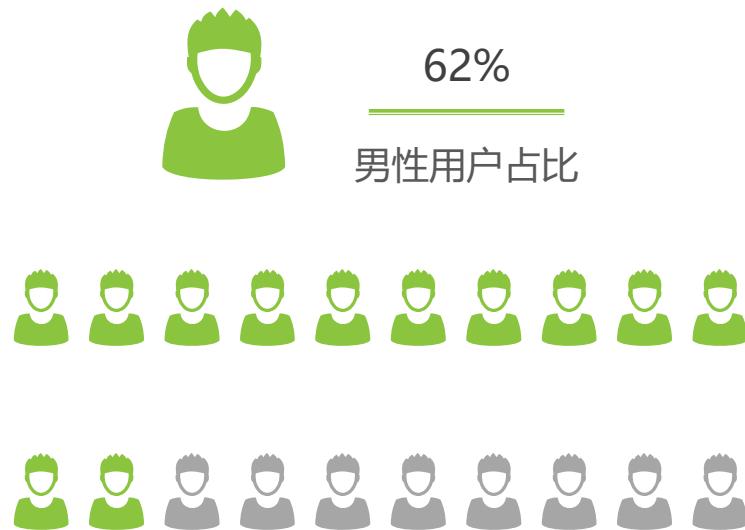
2

# 性别分布—性别结构

男性用户数量是女性用户数量的1.6倍

从整体来看，腾讯课堂男性用户多于女性用户，男性用户数是女性用户数的约1.6倍，性别差异化比较明显。

2017年腾讯课堂用户性别分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体在线学习用户数占比=该群体在2017年报名过课程的用户数/所有群体中在2017年报名过课程的用户数之和。

# 性别分布—人均年累计学习时长

男性的人均年累计学习时长要高于女性

从付费用户的人均年累计学习时长来看，男性的人均年累计学习时长要略高于女性的人均年累计学习时长。

2017年腾讯课堂不同性别付费用户的人均年累计学习时长



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体付费用户的人均年累计学习时长=该群体付费用户的年累计上课总时长/该群体付费用户的年上课总人数。

# 性别分布—付费行为

## 男性用户的付费意愿低于女性用户

男性用户和女性用户的人均年累计付费金额差别不大；但从付费意愿来看，女性用户的付费学习占比略高于男性用户。

2017年腾讯课堂不同性别用户的人均年累计付费金额比及付费学习占比



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

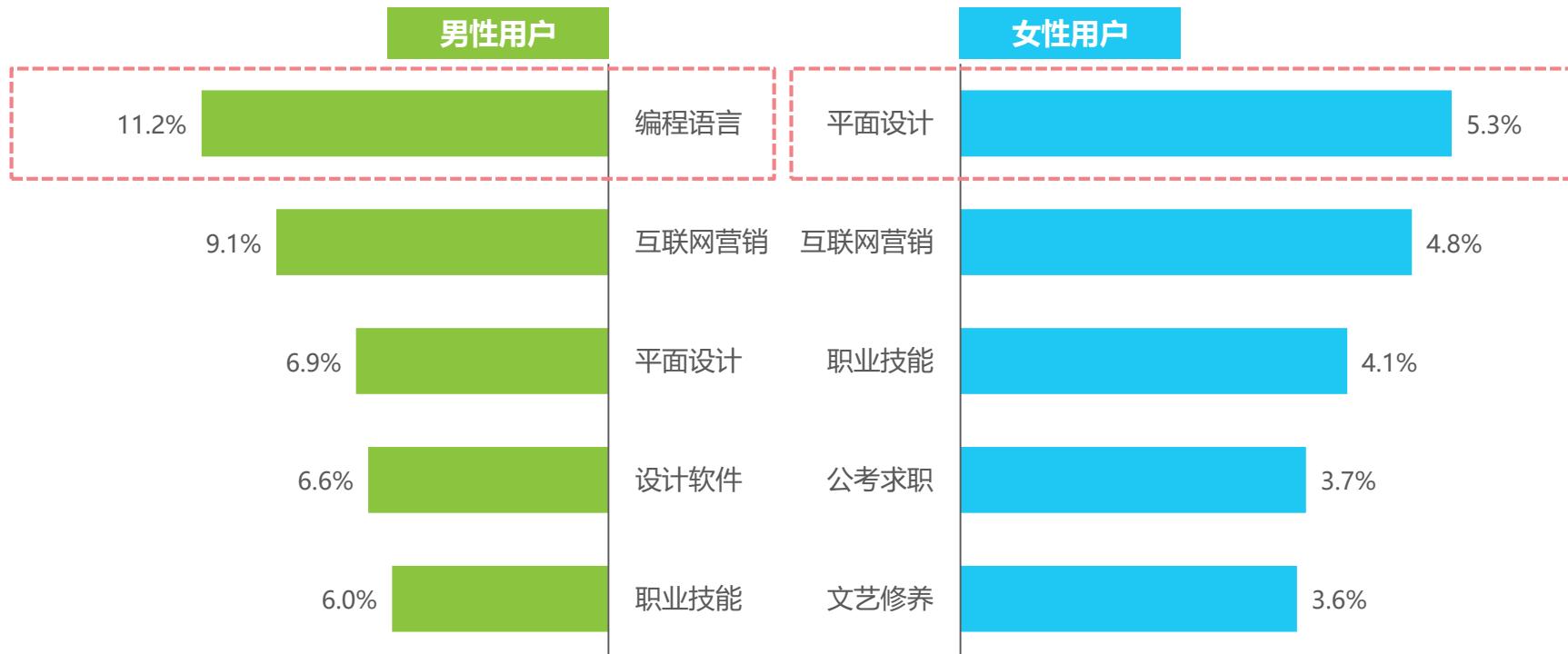
注释：男女用户人均年累计付费金额比=男性用户人均年累计付费金额:女性用户人均年累计付费金额。群体付费学习占比=该群体年累计付费10元以上的总用户数/该群体在2017年报名过课程的总用户数。

# 性别分布—热门课程类别

男性用户偏爱编程语言，女性用户偏爱平面设计

互联网营销、平面设计、职业技能课程受到男女性用户的共同追捧。男性用户对编程语言类课程的兴趣明显高于女性。女性用户对公考求职、文艺修养亦有较强的学习需求。

2017年腾讯课堂不同性别用户最喜爱的课程类别TOP5



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体某类课程用户数占比=该群体在2017年报名过该类课程的用户数/该群体在2017年报名过课程的用户数。

# 性别分布—热门课程类别

网络与运维、平面设计是男女性用户花费时间较长的课程

从用户在课程子类别上的人均年累计学习时长来看，男女性用户均在网络与运维、平面设计这两个课程类别上花费较长的学习时间，但男性用户的人均年累计学习时长要高于女性用户。

2017年腾讯课堂不同性别付费用户学习时长最长的课程类别TOP5



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：群体付费用户学习某类课程的人均年累计学习时长=该群体付费用户学习该类课程的年累计上课总时长/该群体付费用户学习该类课程的年上课总人数。

## 学生端用户生态——基本属性

1

不同地域学员生态状况

不同年龄段学员生态状况

不同性别学员生态状况

➔ 不同学历学员生态状况

## 学生端用户生态——学习习惯

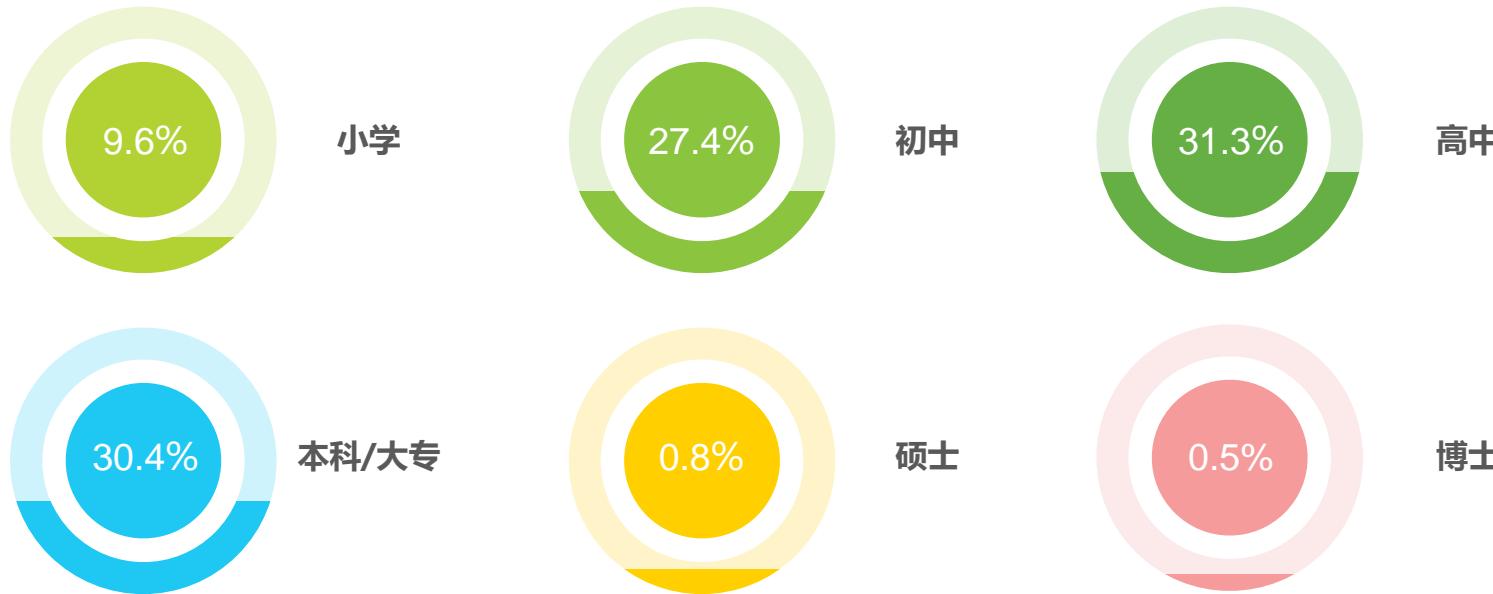
2

# 学历分布—学历结构

初高中及本科/大专学历人群是主要学习人群

从用户整体学历来看，初高中学历占比接近60%，本科/大专学历占比为30%。初高中及本科/大专学历人群是腾讯课堂的主要学习人群。

2017年腾讯课堂不同学历用户的占比情况



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

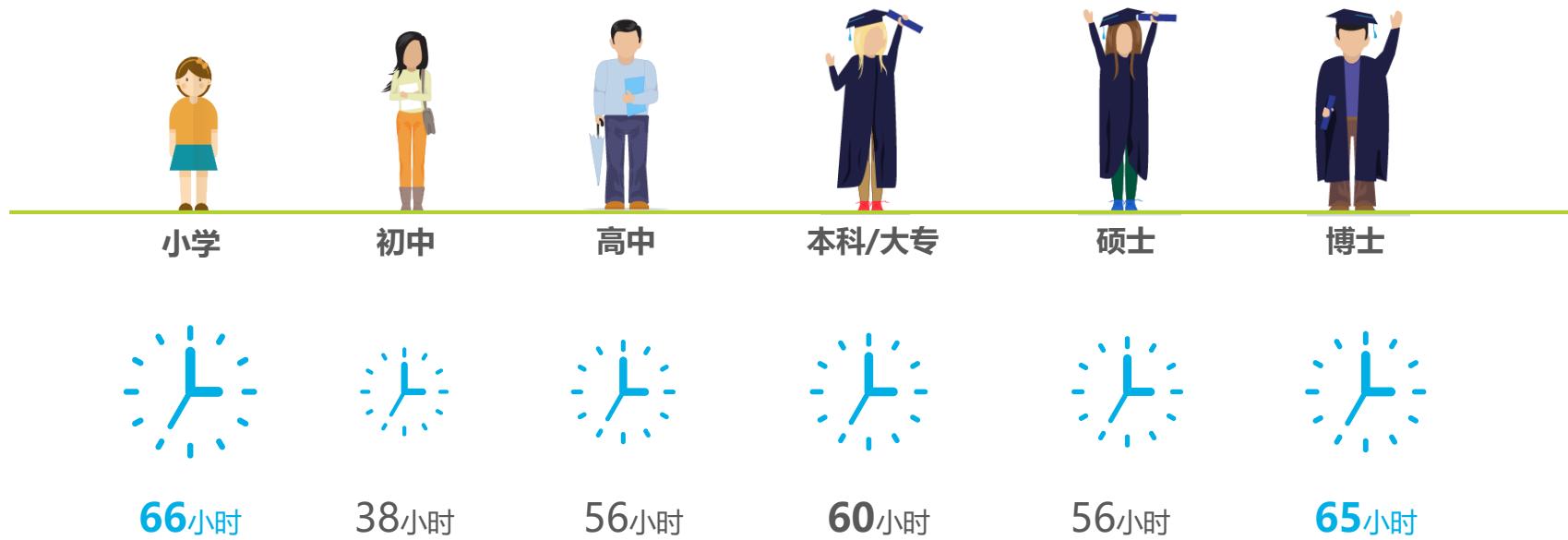
注释：群体在线学习用户数占比=该群体在2017年报名过课程的用户数/所有群体中在2017年报名过课程的用户数之和。

# 学历分布—人均年累计学习时长

## 小学学历的付费用户人均年累计学习时长最长

从不同学历付费用户的人均年累计学习时长来看，小学学历用户人均年累计学习时长最长，为66小时，紧随其后的则是博士学历用户，为65小时。总体上，高学历用户的人均年累计学习时长较高，高学历用户有较为明确的学习目标，往往会专门投入资金以及时间进行再教育学习。

2017年腾讯课堂不同学历付费用户的人均年累计学习时长情况



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

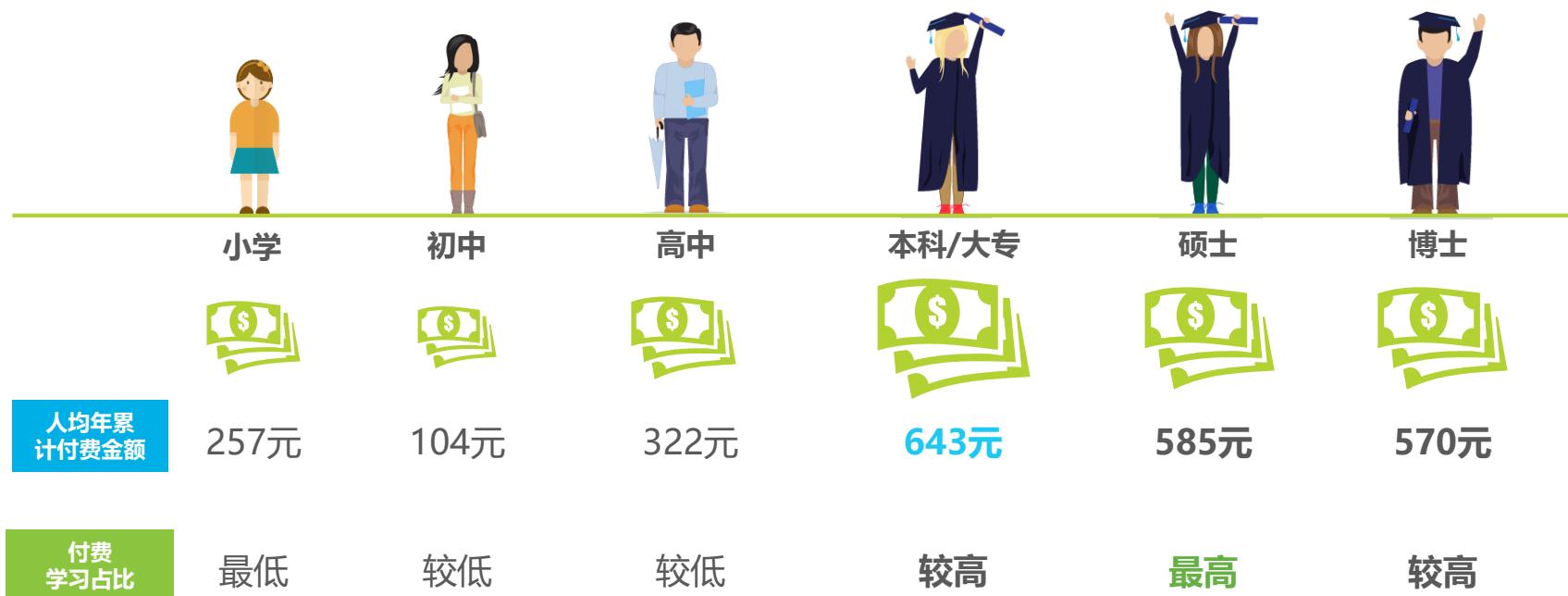
注释：群体付费用户的人均年累计学习时长=该群体付费用户的年累计上课总时长/该群体付费用户的年上课总人数。

# 年龄分布—付费行为

高学历用户群体付费意愿强，人均付费额高

从各学历用户人均年累计付费角度来看，拥有本科/大专及以上学历的用户群体不仅付费意愿强，而且人均年累计付费高。

2017年腾讯课堂不同学历用户人均年累计付费金额和付费学习占比



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

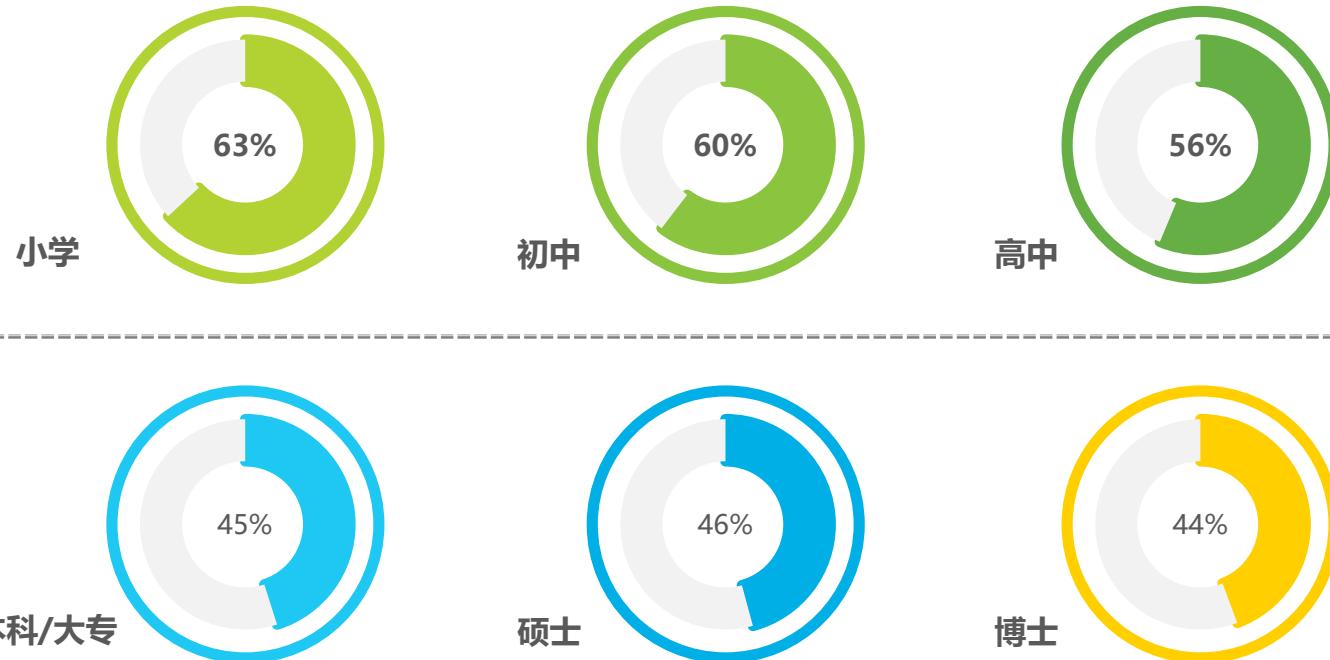
注释：人均年累计付费金额=付费总金额/付费课报名人数。群体付费学习占比=该群体年累计付费10元以上的总用户数/该群体在2017年报名过课程的总用户数。

# 学历分布—学习广泛度

学历较低的用户有超50%的用户会学习多类学习领域

从各学历用户学习的广泛度角度来看，高中及以下学历的用户学习广泛度普遍比较高，他们中有超过50%的用户学习多领域课程；高学历用户更倾向于专业领域的知识补充和技能加强，因此学习广泛度相对较低。

2017年腾讯课堂各学历用户的学习广泛度情况



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

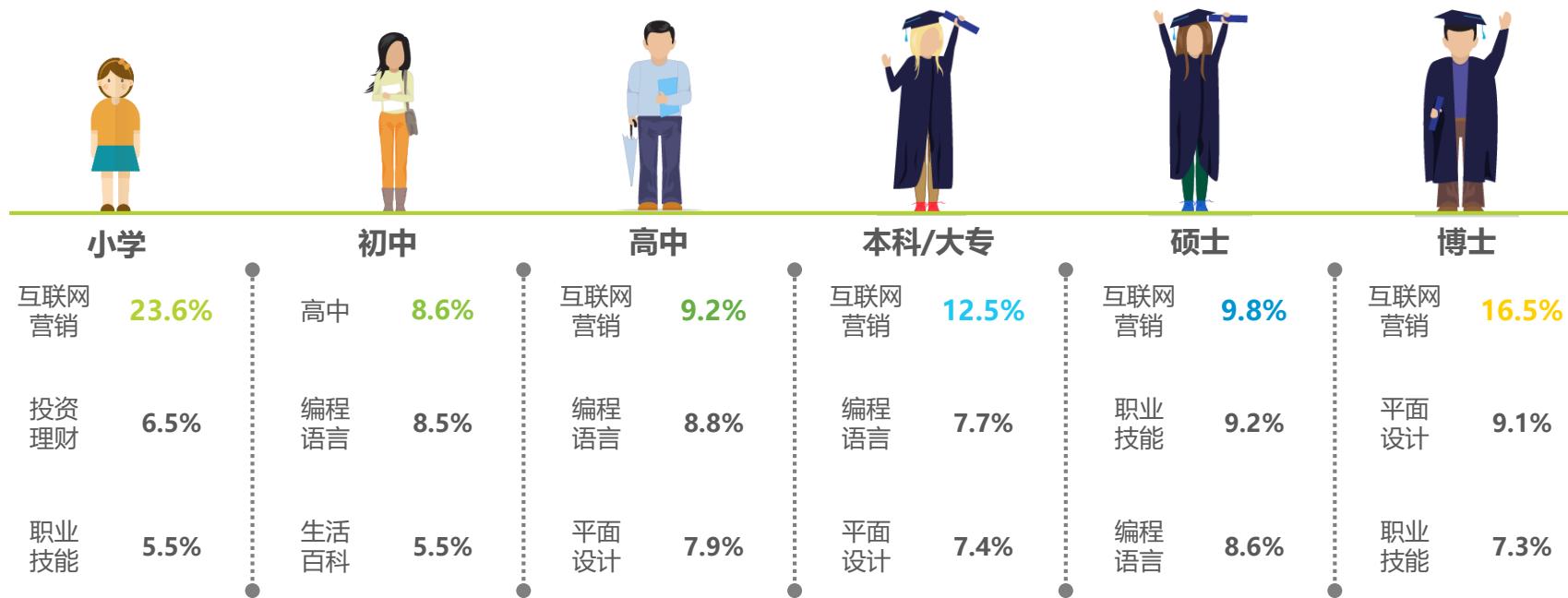
注释：广泛度指，63%的小学、60%的初中、56%的高中学历用户选择了超过1个领域的课程。领域指IT·互联网、设计·创作、语言·留学、职业·考证、兴趣·生活和升学·考研六大领域。

# 学历分布—热门课程类别

## 互联网营销受到各学历类型用户的追捧

从各学历用户偏好的课程类别来看，2017年互联网营销是各学历人群中受到追捧的课程类别，编程语言、职业技能以及平面设计等方向的课程也很受欢迎。不同学历用户群体中的热门课程差异不大，说明用户学习的热门课程受学历影响较小，主要与社会对人才的需求度相关。

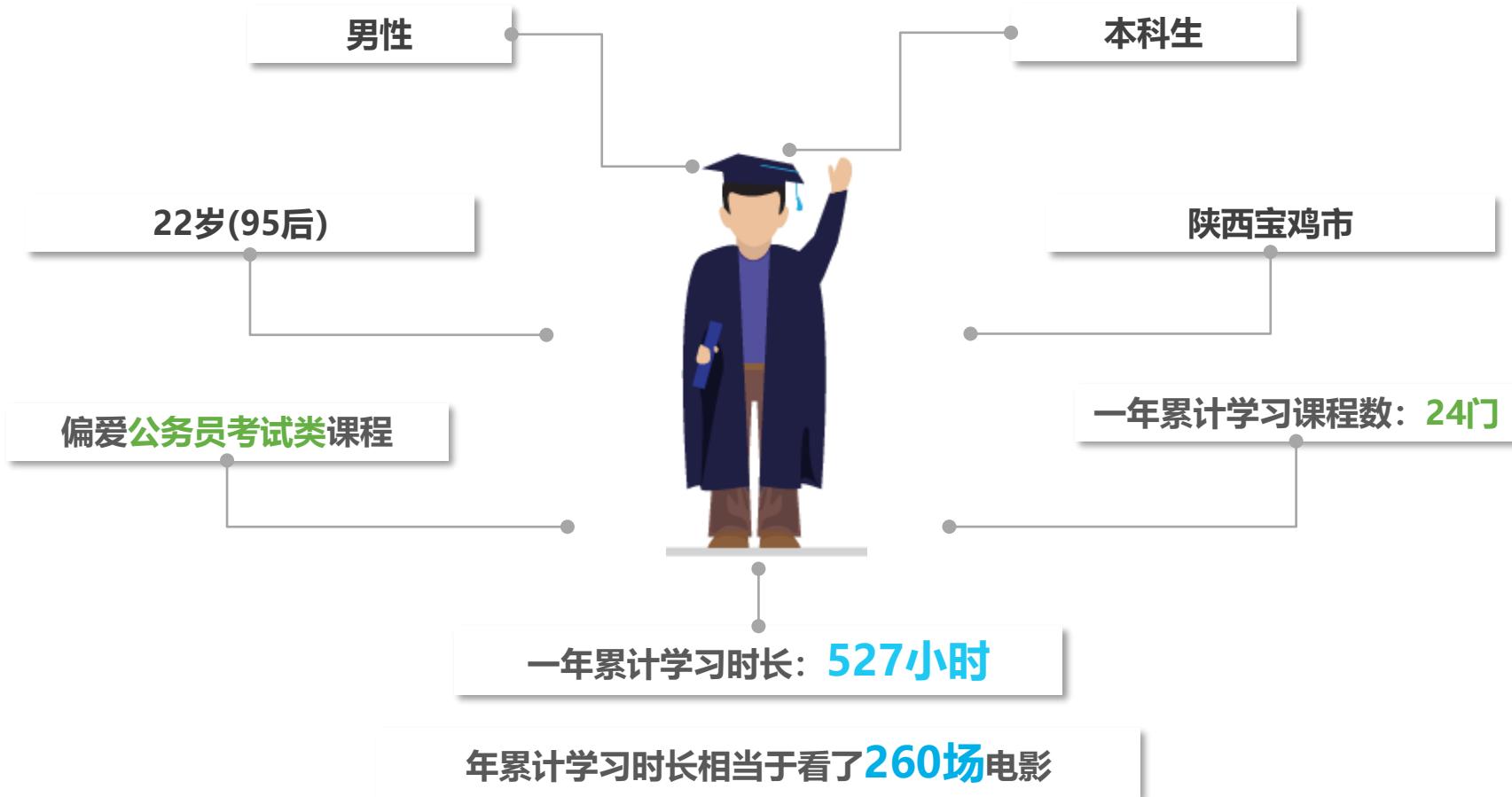
2017年腾讯课堂不同学历用户群体中的热门课程



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：课程类别下热门课程占比=课程类别下某群体学习该课程的人数/课程类别下该群体的总人数。

# 2017腾讯课堂年度学霸画像



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

学生端用户生态——基本属性

1

学生端用户生态——学习习惯

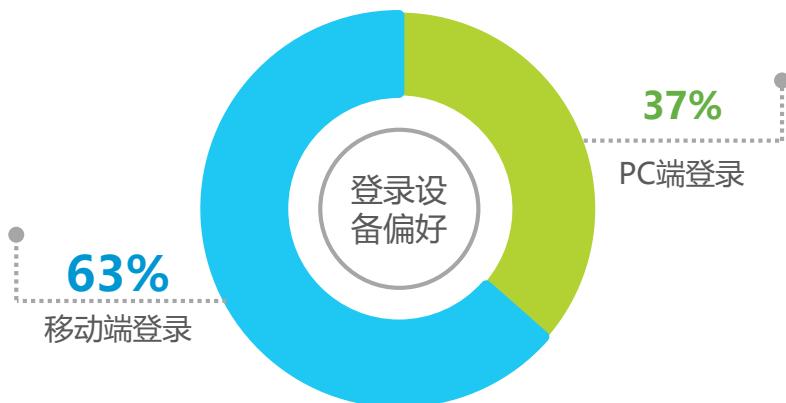
2

# 学习习惯—登录设备&学习设备偏好

用户多爱从移动端获取信息、寻找课程，而更爱在PC端学习

从用户登录的设备偏好角度来看，移动端登录平台已经成为主流（占比63%）；但从用户在线学习时长在各端的分布来看，用户多集中在PC端学习。说明用户多爱从移动端获取信息、寻找课程，而更爱在PC端学习。

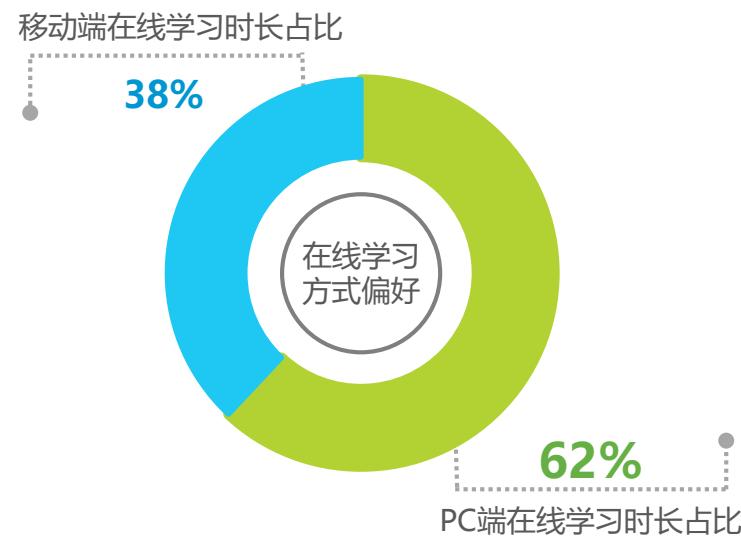
2017年腾讯课堂用户各端登录人数占比



来源：腾讯课堂整体用户在各端的登陆人数占比。

来源：腾讯课堂整体用户在各端的累计学习时长数据。

2017年腾讯课堂用户在各端学习时长占比

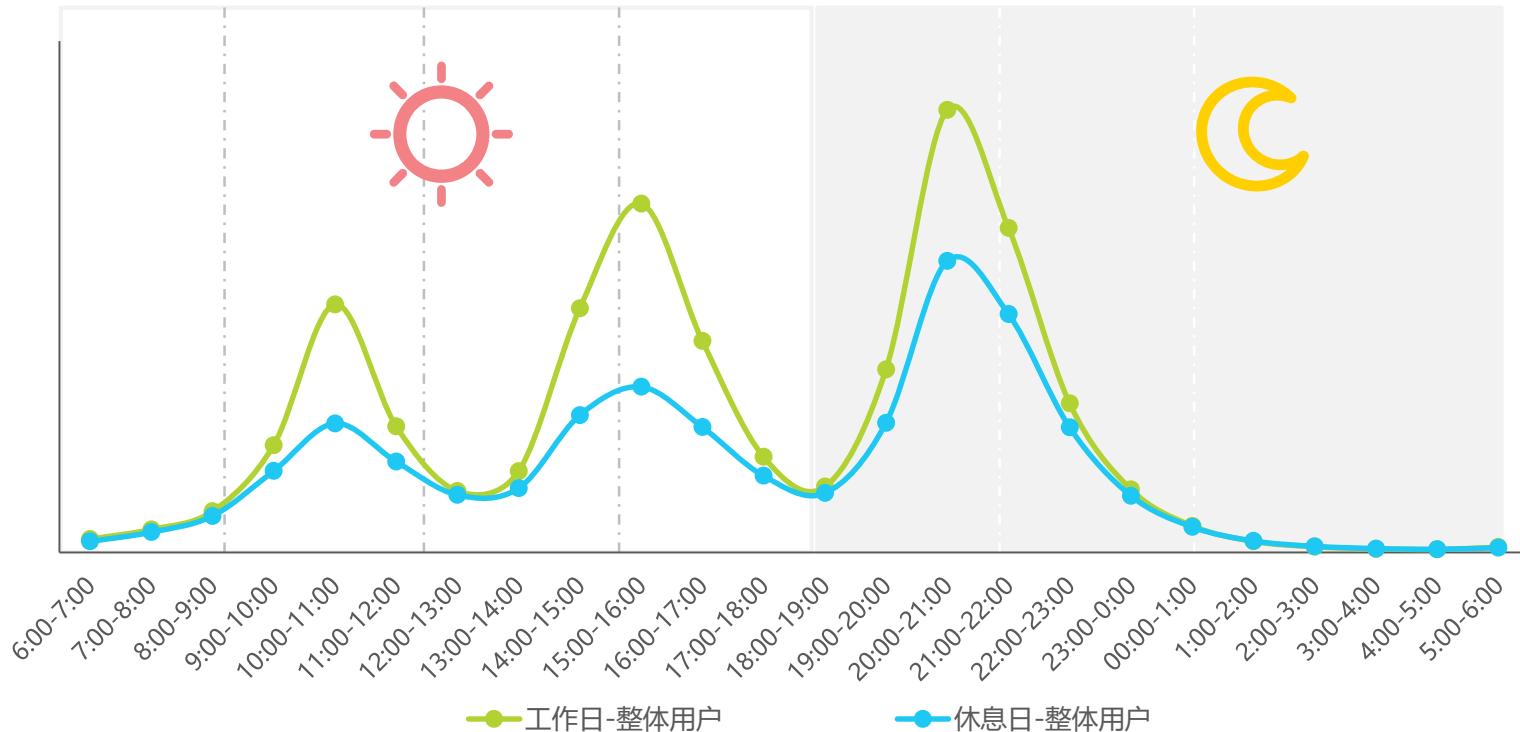


# 上课时间偏好—整体用户

20:00-22:00是上课人数最多的时间段

用户在工作日和休息日的在线学习习惯相对较为一致，每天上课人数最多的时间集中在20:00-22:00；白天的高峰是14:00-16:00和10:00-11:00。

2017年腾讯课堂用户整体单日学习时间段分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

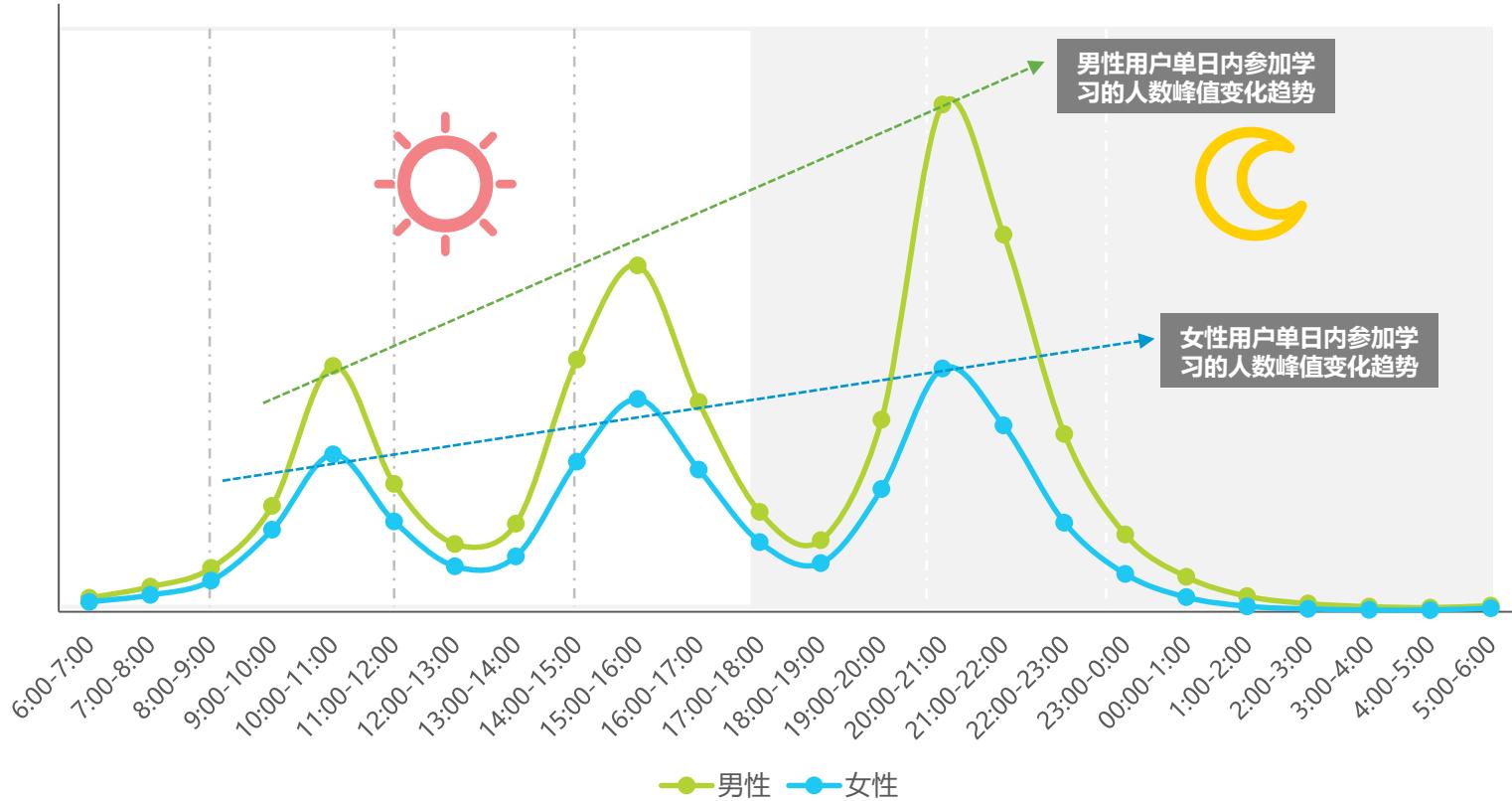
注释：纵坐标表示一天中某时间段内该群体的上课人数。

# 上课时间偏好—性别

## 男性用户较女性用户的学习时间段更加集中

不同性别用户的学习习惯与平台整体用户的学习习惯一致。但男性用户更加倾向于在晚上学习，学习时间段的集中度相对更高，而女性用户则分散性更强，没有较为明显的集中学习的时间段。

2017年腾讯课堂不同性别用户单日学习时间段分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

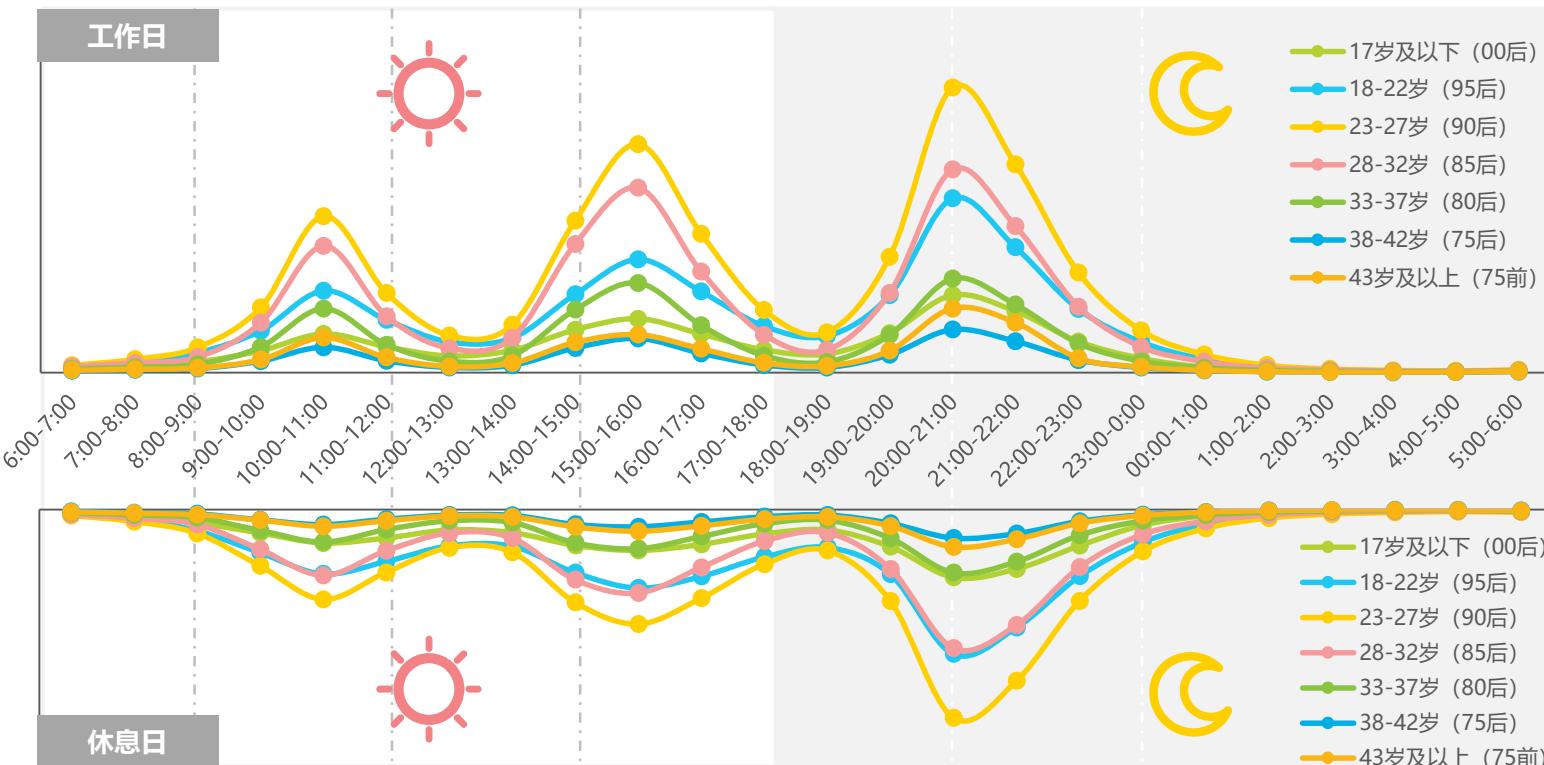
注释：纵坐标表示一天中某时间段内该群体的上课人数。

# 上课时间偏好—年龄

## 各年龄段用户学习时间的集中度与平台整体用户保持一致

从不同年龄段用户单日学习的时间段分布来看，无论是工作日还是休息日，20:00-21:00是各年龄段用户学习最为集中的时间段，与平台整体用户学习习惯保持一致。但在休息日，用户在20:00-21:00学习的集中度较工作日要高。

2017年腾讯课堂不同年龄段用户单日学习时间段分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

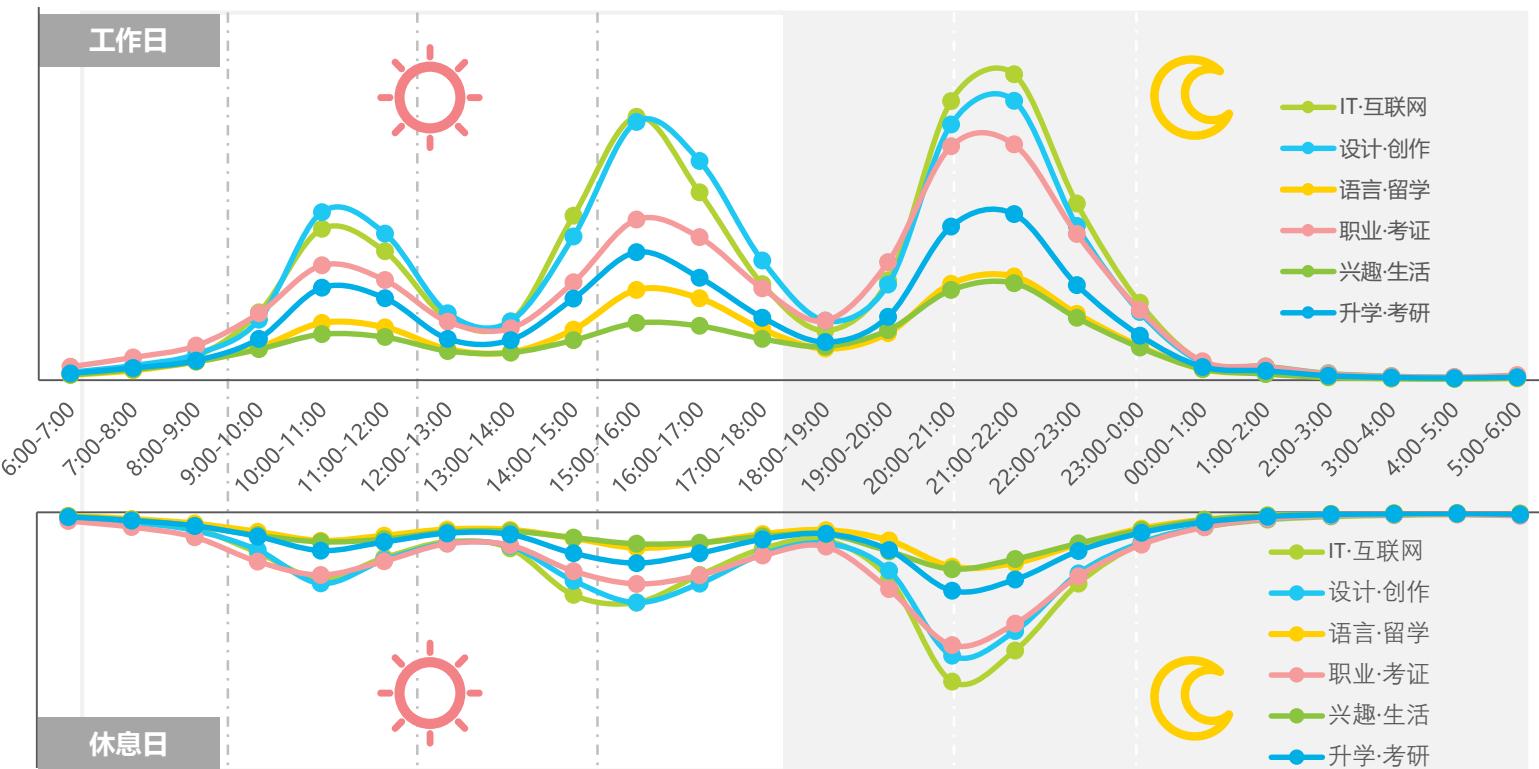
注释：纵坐标表示一天中某时间段内该群体的上课人数。

# 上课时间偏好—学习领域

对于不同学习领域的课程，用户有不同的学习时间倾向

用户学习语言留学类、兴趣生活类课程的时间分布较为均衡，IT互联网类、设计创作类、职业考证类的学习时间较为集中。

2017年腾讯课堂用户在不同领域的单日学习时间段分布



来源：腾讯课堂整体在线学习用户。

注释：纵坐标表示一天中某时间段内学习某类课程的上课人数。

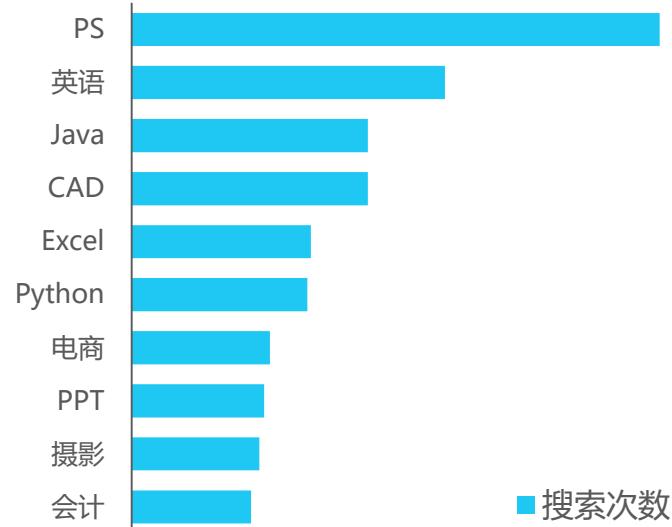
# 学习习惯—平台搜索热词

从用户在平台搜索热词的情况来看，设计软件名、办公软件名、编程语言名以及英语的搜索量较高，说明提升实用技能类课程的需求量很大，用户学习目的性很明确。

2017年腾讯课堂平台搜索热词分布



平台搜索热词TOP10



来源：腾讯课堂整体在线学习用户搜索词汇的次数。

# 关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

- 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



海 量 的 数 据 专 业 的 报 告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

扫 描 二 维 码  
读 懂 全 行 业

# 法律声明



## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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，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，仅供参考。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。

生活梦想 科技承载  
TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾瑞咨询