

家电系列-集成灶 消费者与市场洞察报告

©2021.11 iResearch Inc.



需求洞察：集成灶正成为我国厨电发展的重要趋势之一

- 集成灶具有一体集成、空间优化的产品特点，可缓解厨房空间制约和厨电多样化需求矛盾。
- 消费者对集成灶具有基本的认知基础，且对集成灶空间优化和油烟吸净的核心优势表示认可。



品类发展：集成灶消费正向生活品质提升的趋势发展

- 品类正处于高速发展的阶段，销售量规模扩张快。
- 品类发展呈产品结构升级和产品高端化两大趋势。



竞争格局：品牌竞争处于发展初期，发展机会多

- 品牌份额集中度低，品牌正逐渐扩大份额，争取品类优势地位。
- 价格带和产品类型的竞争空间广，可抓住空白机会点，建立竞争壁垒。



产品趋势：正朝基础性能更高端，用户体验和环境友好更多元的发展方向

- 核心需求和实用性需求正不断通过技术升级，实现高端化发展。
- 产品附加值不断被丰富，用户体验和环境友好等相关功能将更加多元。

需求洞察

1

品类发展

2

竞争格局

3

产品趋势

4

小结

集成灶正成为我国厨电发展的重要趋势之一

厨电需求多样化与厨房空间制约之间的矛盾

1、烹饪热情高，催生厨电需求多样化趋势

- 超70%的消费者对于烹饪持较高意愿，且在家做饭的频率较高。

2、但空间布局是影响厨电选择的重要因素

- 中小型、封闭式厨房是目前大部分家庭的现状。

集成厨电具有功能集成、空间优化的特点

1、消费者对集成灶具有一定的认知基础

- 未来，可针对消费者的重要信息渠道加强消费者沟通，以提高购买意愿。

2、集成灶油烟少、多产品集成和节约空间的三大优点得到消费者认可

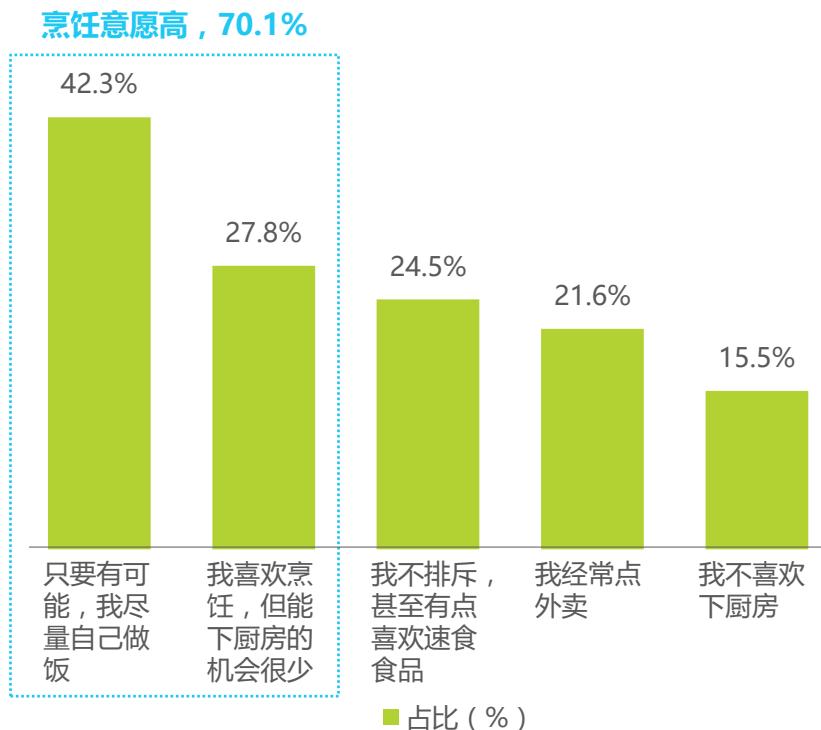


烹饪热情高，催生厨电需求多样化

超70%的消费者烹饪持较高意愿，且在家做饭的频率较高

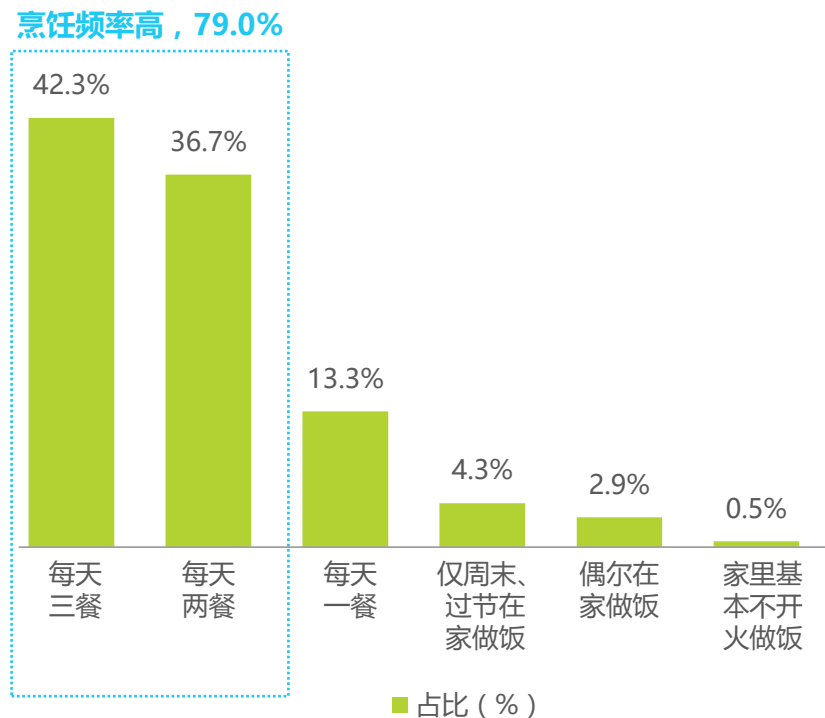
“坚持自己做饭”和“喜欢烹饪”的占比高达70.1%；79.0%的消费者保持每天至少2餐在家烹饪的频率。

消费者对烹饪的态度



来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：以下关于日常的一日三餐的描述，您认为与您相符的有哪些？N=1115。

消费者在家烹饪的频率



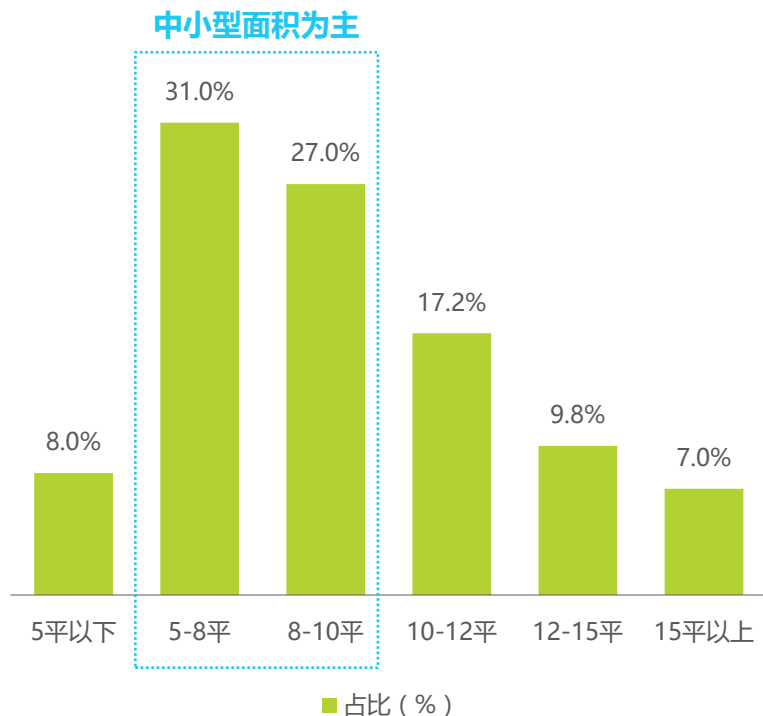
来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您和您的家庭目前平均在家做饭的频率？N=2726。

但空间布局是影响厨电选择的重要因素

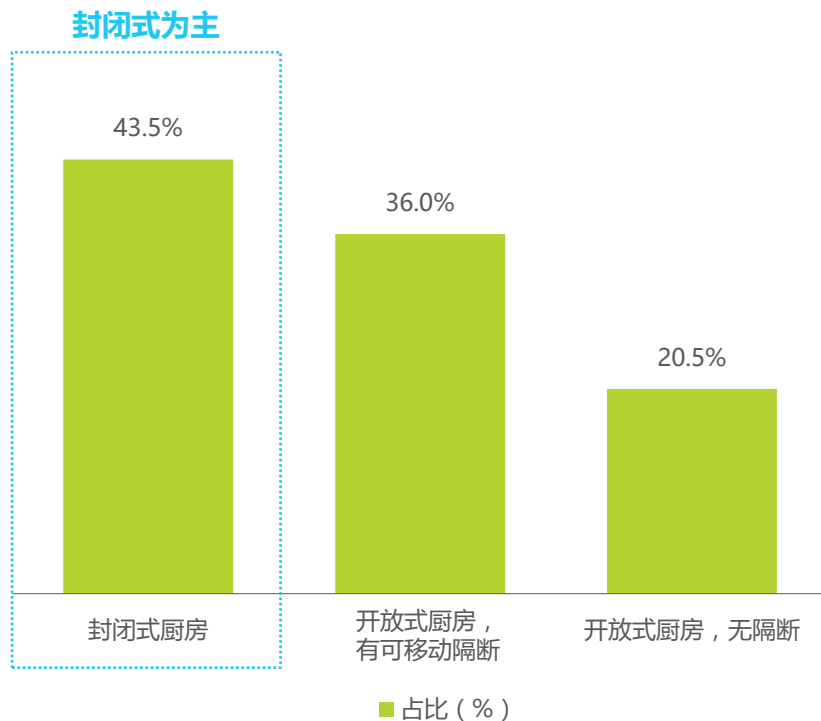
中小型、封闭式厨房是目前大部分家庭的家装现状

超过50%的消费者，其家中厨房的面积在5-10平米的范围内，属中小户型；目前，家庭厨房装修以“封闭式”为主，占比43.5%。

厨房面积占比



厨房装修方式占比



来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您目前居住房子厨房面积？N=2726。

来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您目前居住的房子厨房的装修方式？N=2726。

集成化有效缓解需求和空间之间的矛盾

集成厨电具有功能集成、空间优化的特点，正成为我国厨电发展的重要趋势之一

烹饪集成化

- 产品集吸油烟机、燃气灶、消毒柜、蒸箱、烤箱、蒸烤烹饪机多样选择于一体，致力于满足烹饪中的油烟、火力、煎炒炖蒸烤多样烹饪需求。



洗净集成化

- 产品集成洗菜、洗果蔬、洗碗、净水、餐余处理功能于一体，解决关于餐饮清洗、清洁的难题。

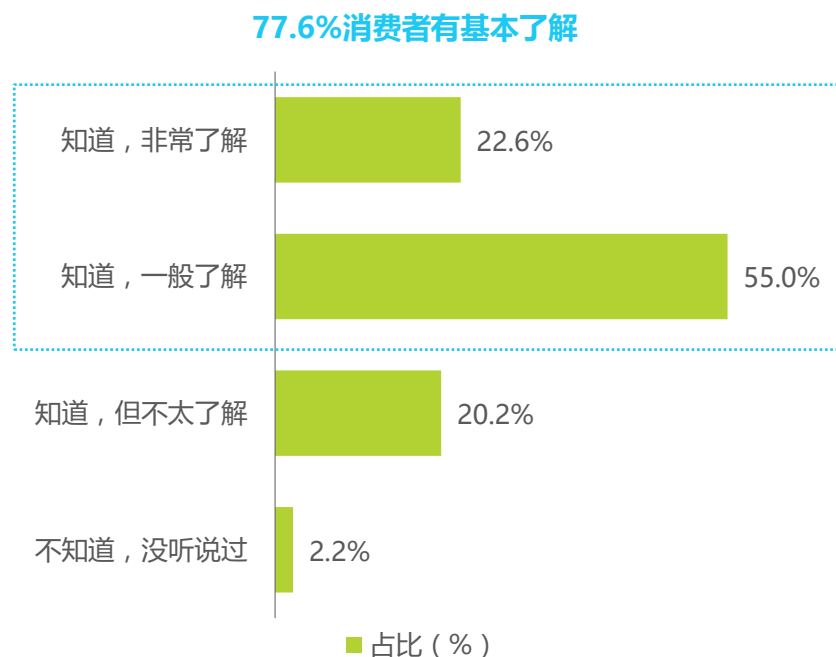


提升认知度有利于促成购买

消费者对集成灶具有基本的认知基础

近80%的消费者集成灶有基本了解。对比不同城市层级，上线城市对集成灶的认知程度较整体更高。

消费者对集成灶的认知程度



来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您知道集成灶吗？N=2467。

消费者对集成灶的认知程度 (分城市层级)

	一线城市	新一线城市	二线城市	三线及以下
知道，非常了解	26.5%	21.6%	21.9%	18.8%
知道，一般了解	55.8%	59.1%	54.1%	51.3%
知道，但不太了解	15.9%	18.4%	20.9%	27.2%
不知道，没听说过	1.8%	0.9%	3.1%	2.7%

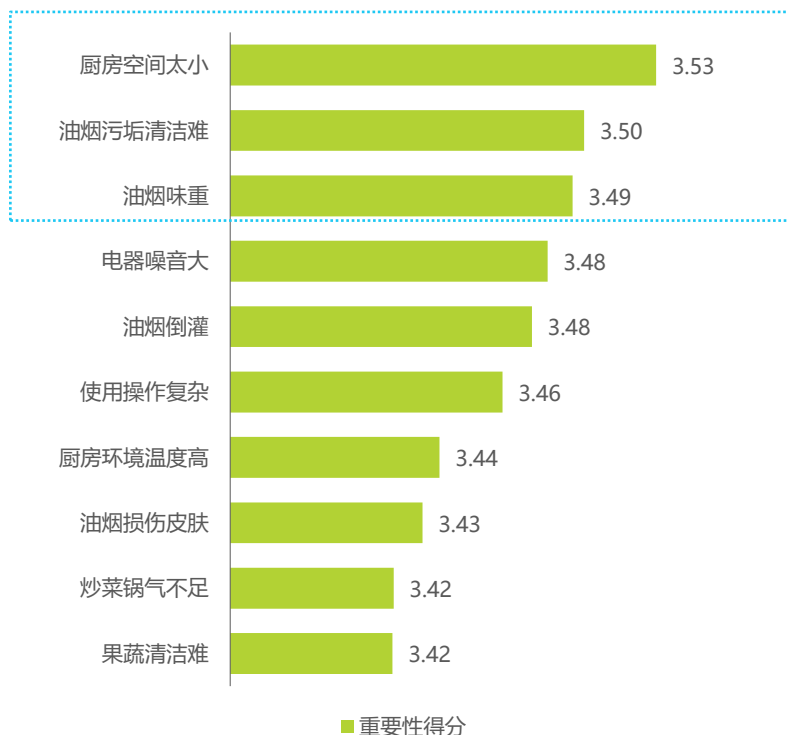
来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您知道集成灶吗？N=2467。

集成灶有效缓解空间制约和油烟痛点

油烟少、多产品集成和节约空间是集成灶被认可的三大优点

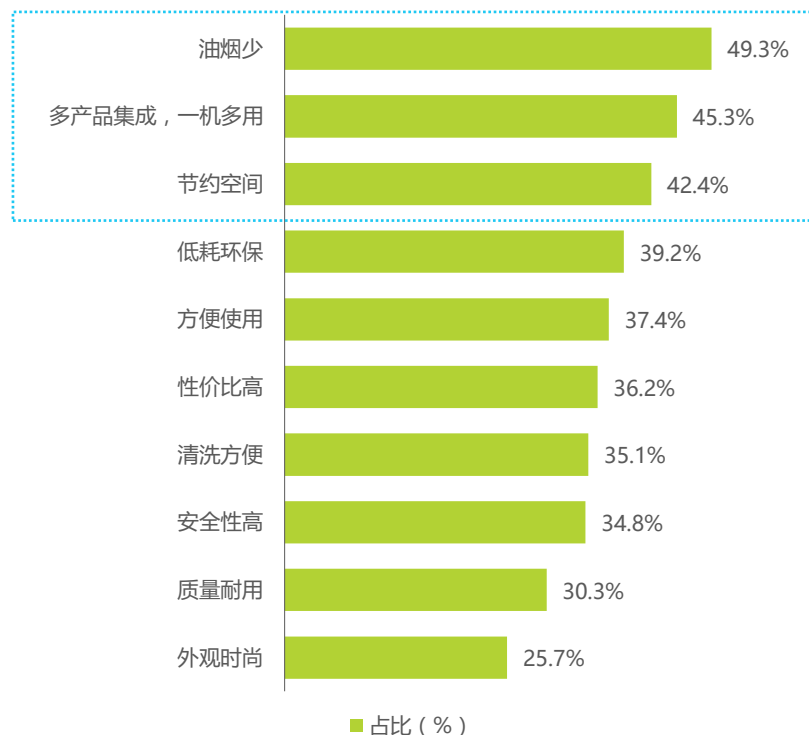
空间和油烟是消费者最突出的厨房使用痛点。集成灶最被认可的核心优势是油烟少、一机多用和节约空间，占比均超过40%。集成灶通过一体化设计和改善排烟系统，有效解决家庭厨房空间和油烟的两大痛点。

厨房痛点重要性排名TOP10



来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您和您的家庭有以下哪些厨房的烦恼？请按重要性排序，从最困扰的烦恼开始选择，选择5项。N=2467。

消费者认可的集成灶优点TOP10



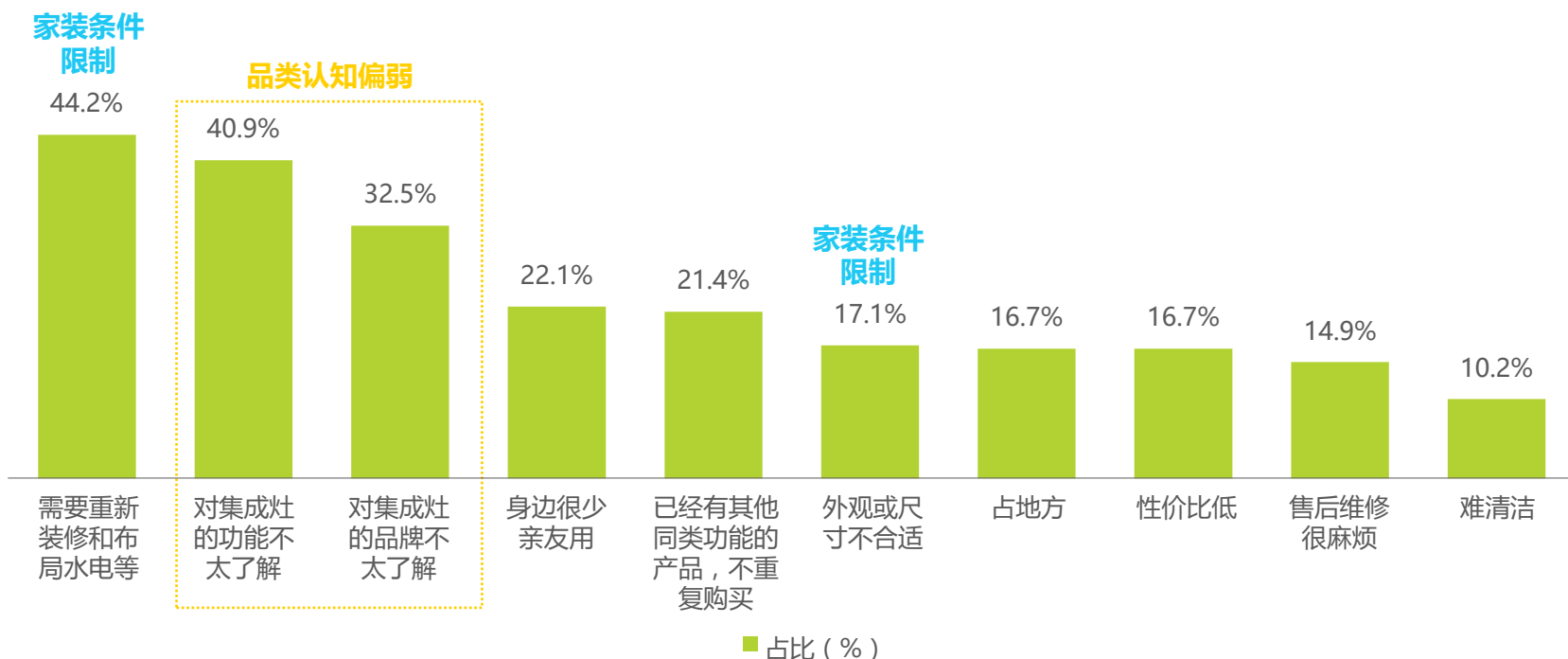
来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：您认为集成灶有以下哪些优点？请选择最突出的5个优点。N=1952。

加强消费者沟通，可改善未来购买意愿

家装条件限制和品类认知偏弱是“不购买”的重要原因

因为集成灶“一体集成”的产品特征，部分消费者受“布局、水电、风格、尺寸”等家装条件限制暂无计划购买。其次，“对品类或品牌不了解”因素占比较大。品牌可持续与消费者保持沟通，进行市场培育，改善消费者未来购买的意愿。

集成灶不购买原因占比TOP10
(针对还未使用且暂无购买计划的消费者)



来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。

样本：您为什么暂时不购买集成灶？请选择最重要的5个原因（针对还未使用且暂无购买计划的消费者）。N=462。

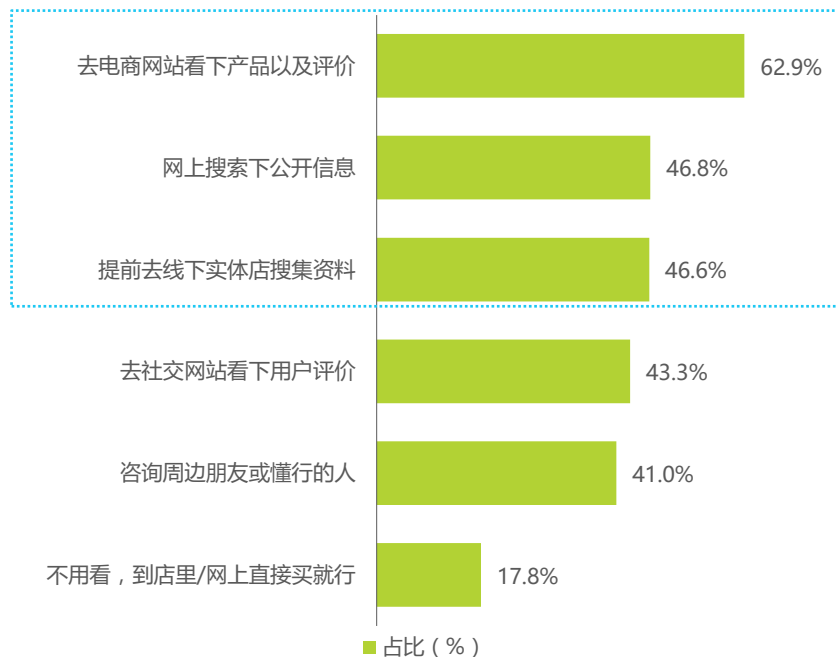
集成灶消费者的信息渠道

电商评论、网络公开信息和线下实体店是TOP3的消息来源

对比总体人群，新一线城市对社交网站的偏好程度和下线城市对口碑推荐的偏好度更高；另外，下线城市消费者的购买决策更快，“直接购买”的比例较整体人群高。

消费者信息渠道
(针对已使用或有购买计划的消费者)

消费者信息渠道
(针对已使用或有购买计划的消费者，分城市层级)



	一线城市	新一线城市	二线城市	三线及以下
去电商网站看下产品以及评价	60.2%	67.2%	67.8%	58.2%
网上搜索下公开信息	49.9%	48.6%	45.5%	41.1%
提前去线下实体店搜集资料	47.6%	44.3%	47.7%	46.4%
去社交网站看下用户评价	45.5%	49.3%	40.3%	36.5%
咨询周边朋友或懂行的人	40.4%	40.4%	37.6%	45.9%
不用看，到店里/网上直接买就行	18.8%	13.1%	16.0%	23.1%

来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：购买厨房电器前，您通常会从以下哪些渠道收集信息？请选择您最经常选择的三项。N=1952。

来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：购买厨房电器前，您通常会从以下哪些渠道收集信息？请选择您最经常选择的三项。N=1952。

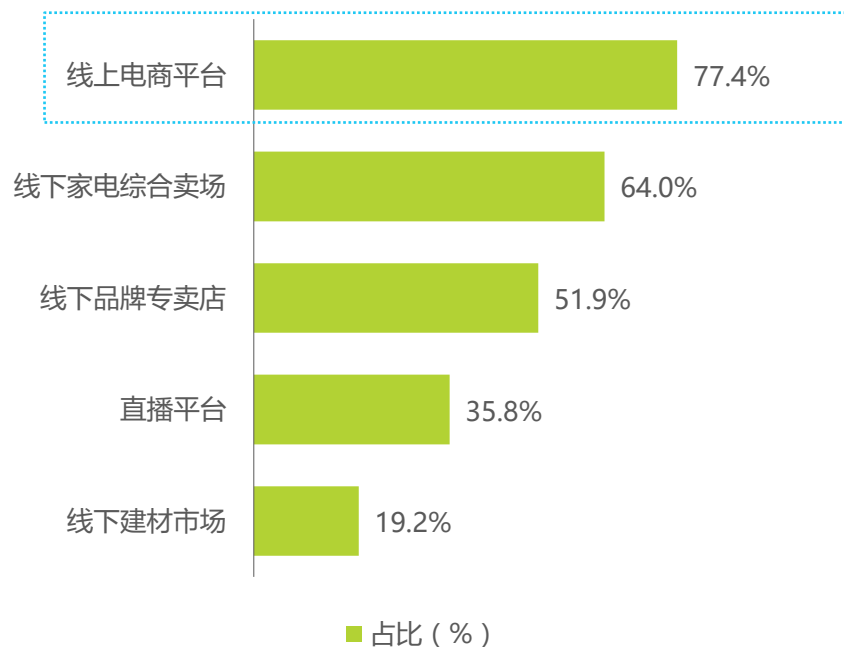
集成灶消费者的购买渠道

电商、线下综合卖场和线下专卖店是TOP3的购买渠道

对比总体人群，一线城市的消费者选择直播平台购买的偏好度更高。

消费者购买渠道
(针对已使用或有购买计划的消费者)

消费者购买渠道
(针对已使用或有购买计划的消费者，分城市层级)



	一线城市	新一线城市	二线城市	三线及以下
线上电商平台	77.5%	81.0%	77.1%	73.6%
线下家电综合卖场	60.3%	70.2%	67.3%	60.6%
线下品牌专卖店	52.8%	52.5%	46.9%	54.8%
直播平台	40.3%	33.7%	33.4%	32.7%
线下建材市场	20.2%	16.1%	19.7%	20.2%

来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：购买厨房电器，您通常会选择去以下哪些地方？请选择您最经常去的三个地方。
N=1952。

来源：艾瑞咨询2021年艾客帮问卷数据。
样本：购买厨房电器，您通常会选择去以下哪些地方？请选择您最经常去的三个地方。
N=1952。

需求洞察

1

品类发展

2

竞争格局

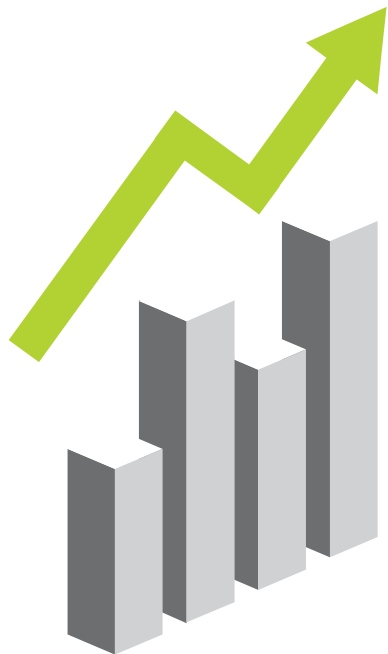
3

产品趋势

4

集成灶消费正向生活品质提升的趋势发展

品类高速发展，销售规模扩张快



产品结构升级



- 产品结构升级，功能更多元的产品逐渐扩大销售占比。
- 多元厨电集成值得关注。

品类内在产品高端化



- 消费升级趋势明显，高端价格带的销售占比扩大。
- 产品性能更高端，推动拓宽品类溢价空间。

集成灶线上市场迎来快速增长期

2021年1-10月线上销售额累计达60.4亿元，同比增长超105%，约为厨电整体线上销售额增速的3.7倍

2021年3月起，集成灶线上销售额同比大幅增长，并在6月迎来销售峰值。

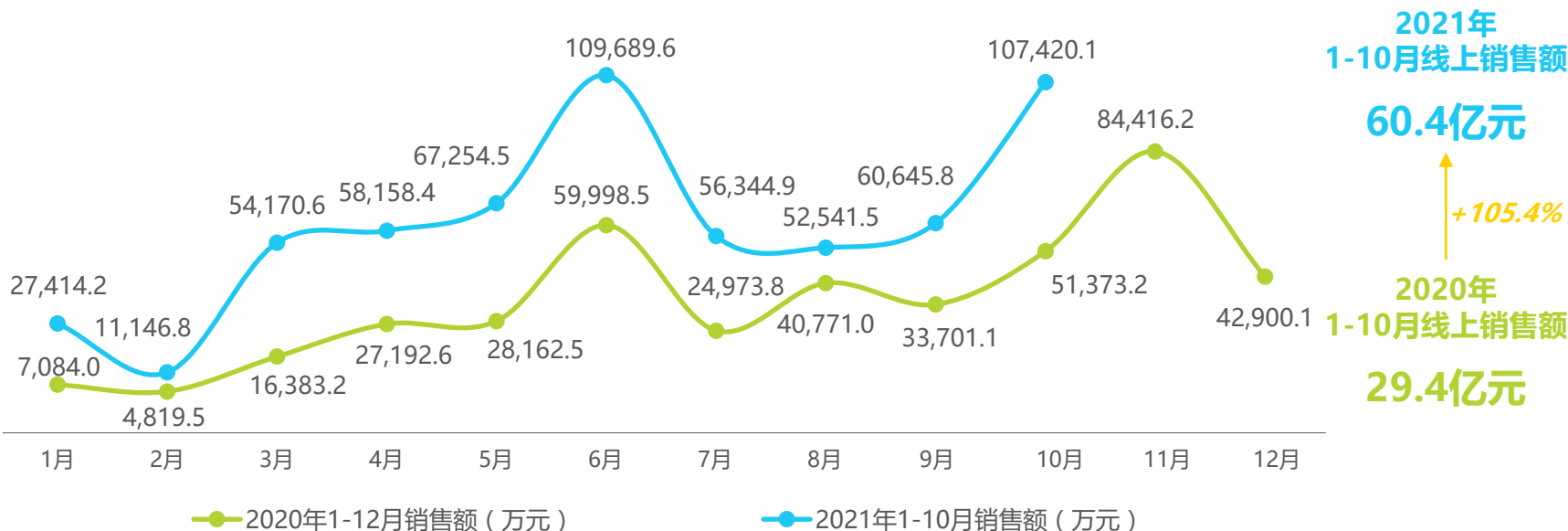
2020-2021年集成灶行业线上销售额趋势

厨电整体
线上销售额同比增速
+28.2%

VS.

集成灶行业
线上销售额同比增速
+105.4%

≈ 3.7 倍



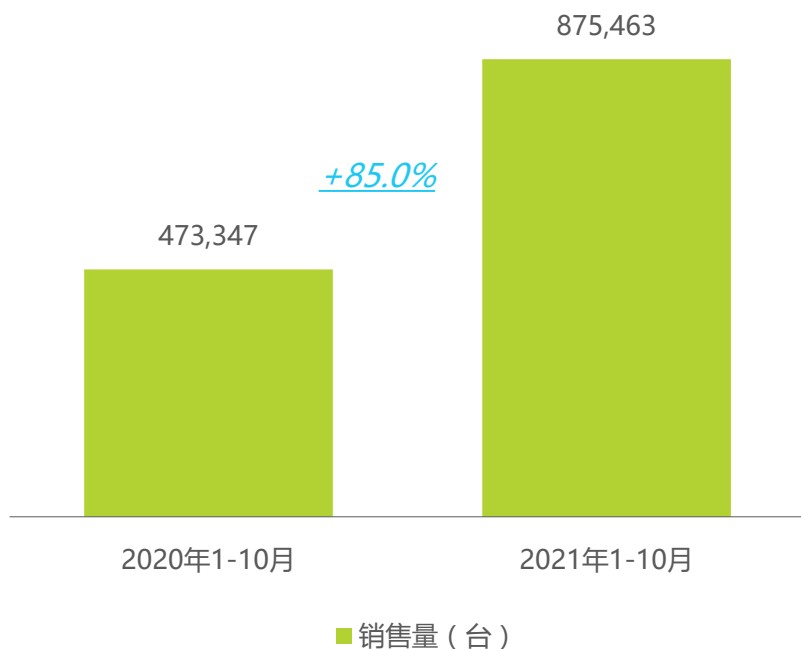
来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

销售量规模扩张快，带动品类规模增长

对比同期，集成灶销售量增速较平均价格增速快

2021年1-10月，集成灶线上销售量超87万台，对比同期增长85.0%，线上平均价格达6,908元，对比同期增长11.0%。

2020-2021年集成灶行业线上销售量趋势



2020-2021年集成灶行业线上平均价格趋势



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

产品结构升级，多元厨电集成值得关注

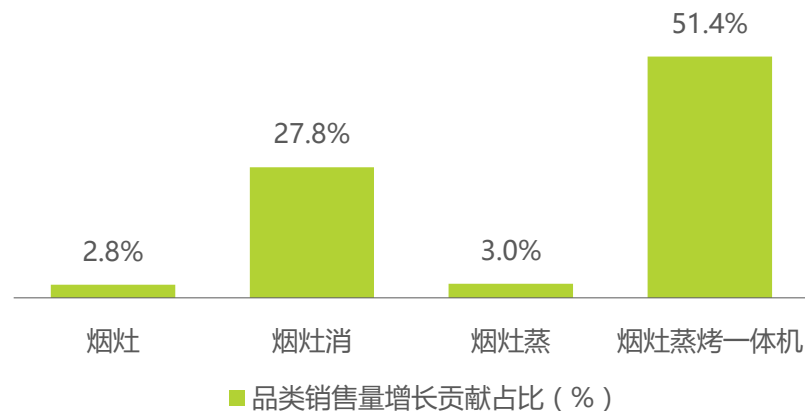
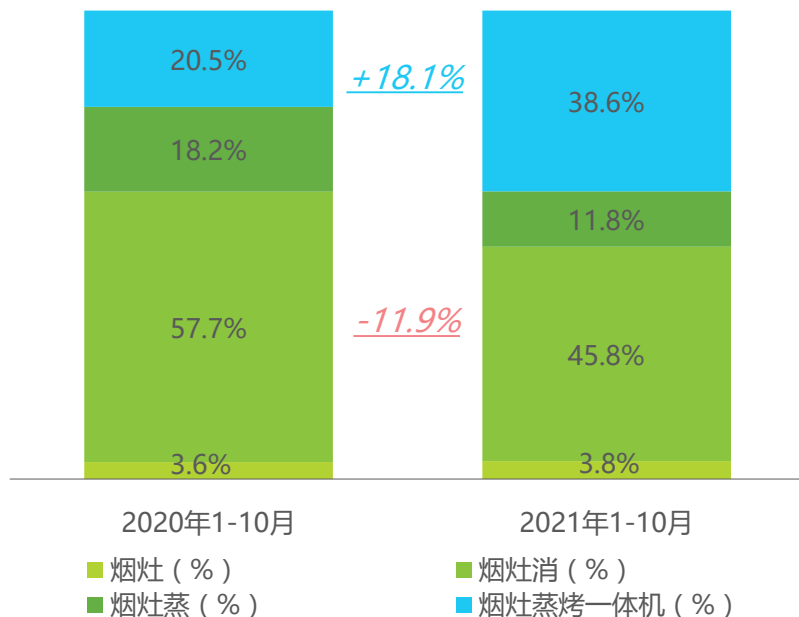
烟灶消仍是主要品类，但烟灶蒸烤销量快速提升，共同拉动品类大幅增长

过去两年，烟灶消仍是主力产品，21年1-10月销售量占比超过45%。但蒸烤一体机占比迅速提升，较同期提升18.1%，达38.6%。2021年1-10月集成灶线上销售量增长达85.0%，主要由烟灶消和烟灶蒸烤一体机拉动。

2020-2021年集成灶行业线上销售量占比（分产品类型）

2021年1-10月集成灶行业线上销售量增长贡献占比（对比去年同期，分产品类型）

四大产品类型销售量增长贡献占比之和等于集成灶线上销售量增幅
(85.0%)



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

消费升级趋势明显

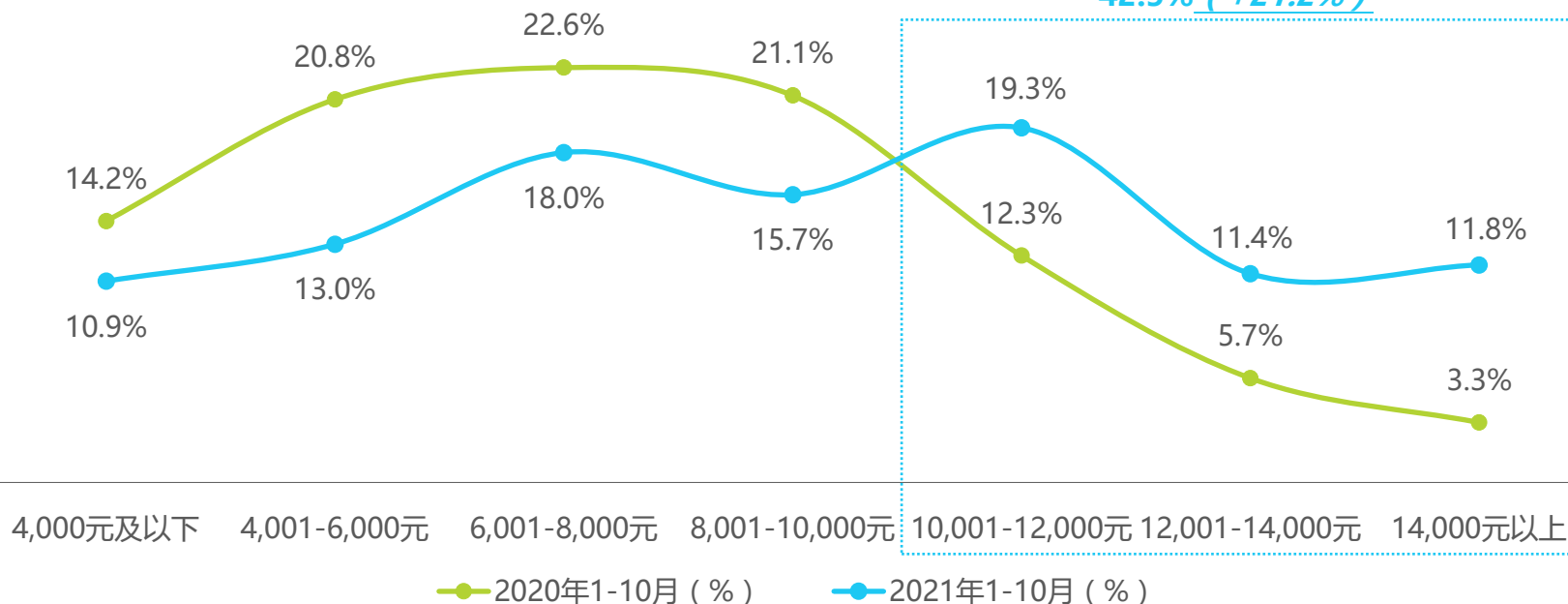
受产品结构升级和厨电原材料上涨压力等多方面因素影响，中高端价格段产品的销售额占比提升

对比同期，“1万元以上”产品的销售额占比增加了21.2%，达42.5%。

2020-2021年集成灶行业线上销售额占比

(分产品价格段)

2021年1-10月
“10,000元以上”销售额占比
42.5% (+21.2%)

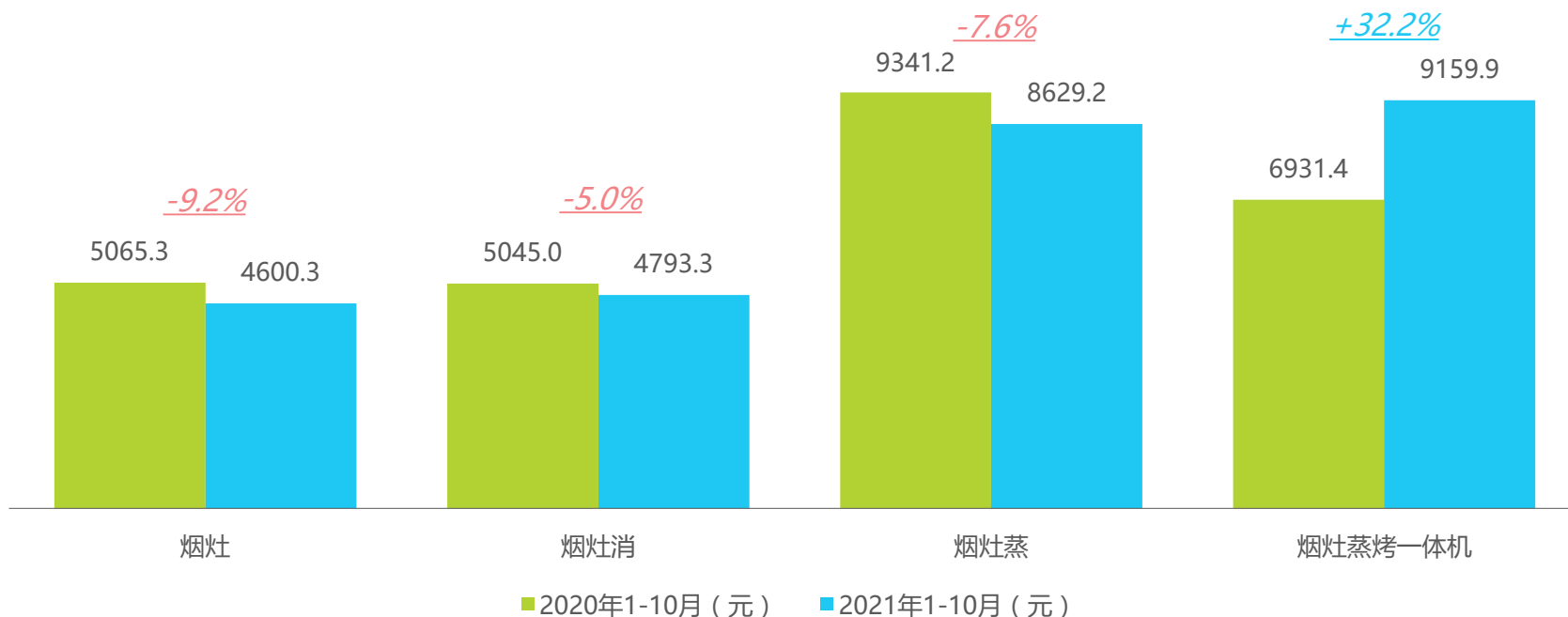


来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

产品高端化升级拓宽品类溢价空间

高端化趋势推动烟灶蒸烤一体机均价大幅提升，增幅达32.2%

2020-2021年集成灶行业线上平均价格
(分产品类型)



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

需求洞察

1

品类发展

2

竞争格局

3

产品趋势

4

小结

品牌竞争处于发展初期，发展机会多



01 • 品牌可加速布局，扩大竞争优势，确立品类领先地位

头部品牌优势明显，各大品牌正逐渐扩大份额

02 • 找准品牌定位，抢先占领空白赛道，建立竞争壁垒

价格带
竞争空间广

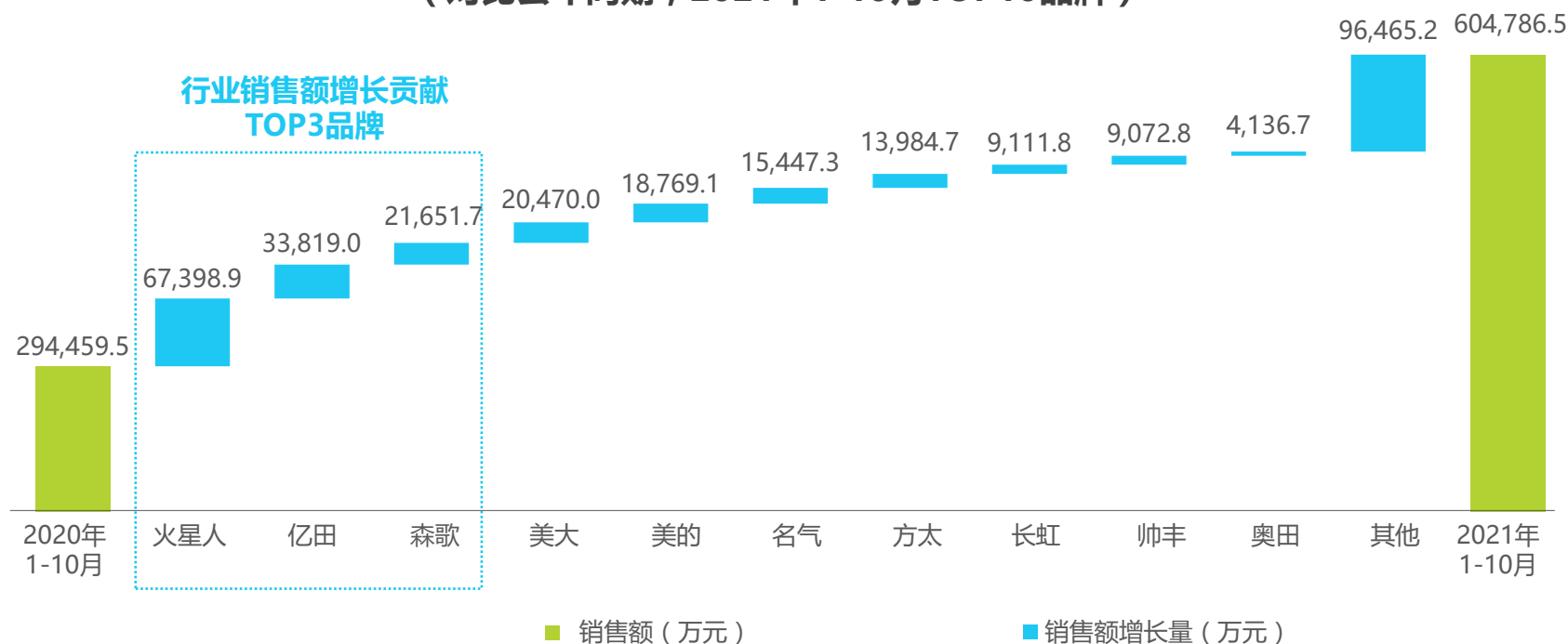
产品类型
竞争空间广

品牌增长拉动行业发展

各品牌均有不同程度的销售额增长，呈百花齐放的竞争格局

火星人、亿田和森歌是对集成灶品类销售额增长贡献的TOP3品牌。

2021年1-10月集成灶行业线上销售额增量拆解
(对比去年同期, 2021年1-10月TOP10品牌)



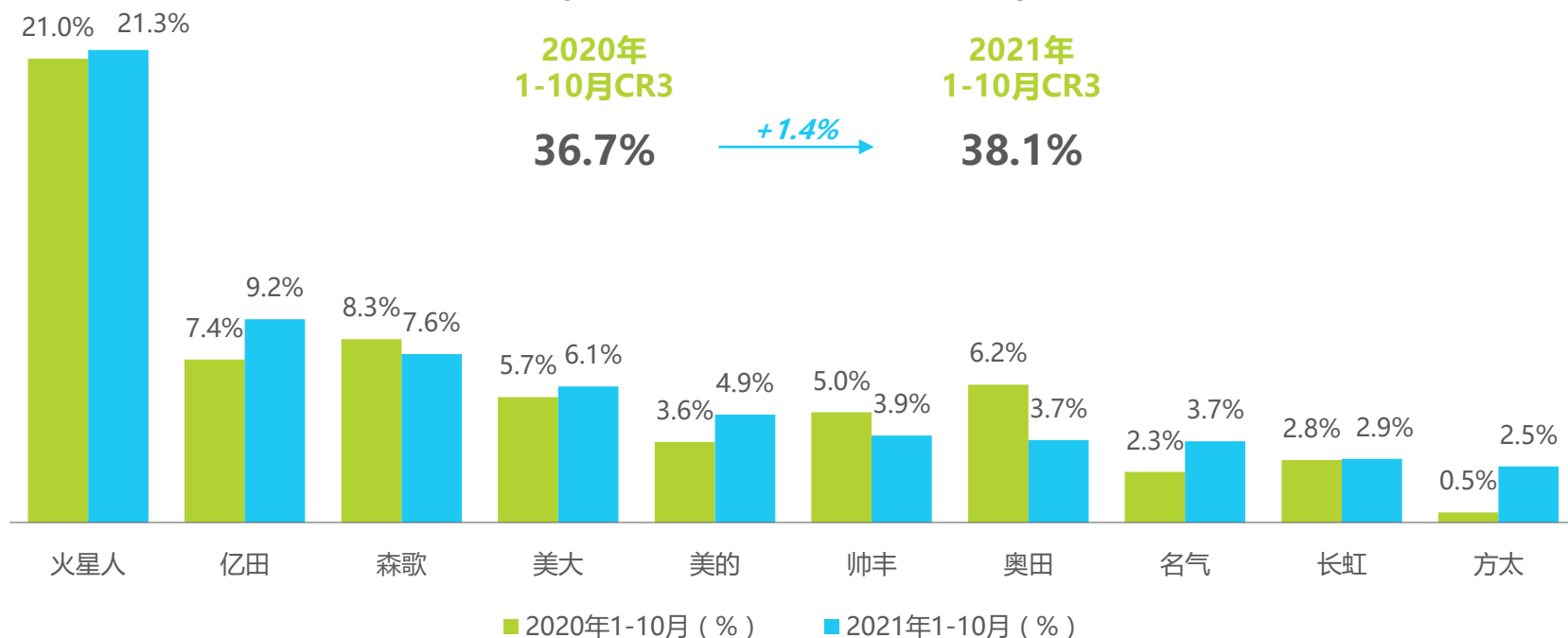
来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

品牌集中度低，发展机会多

头部品牌份额领先优势明显，各大品牌正逐渐扩大份额

2021年截止10月，线上销售额占比紧随火星人是亿田和森歌，销售额占比分别为9.2%和7.6%。TOP10品牌中，亿田、美大、美的、名气、长虹和方太的销售额占比对比同期实现提升，份额逐渐扩大。

2020-2021年集成灶行业线上销售额占比
(2021年1-10月TOP10品牌)



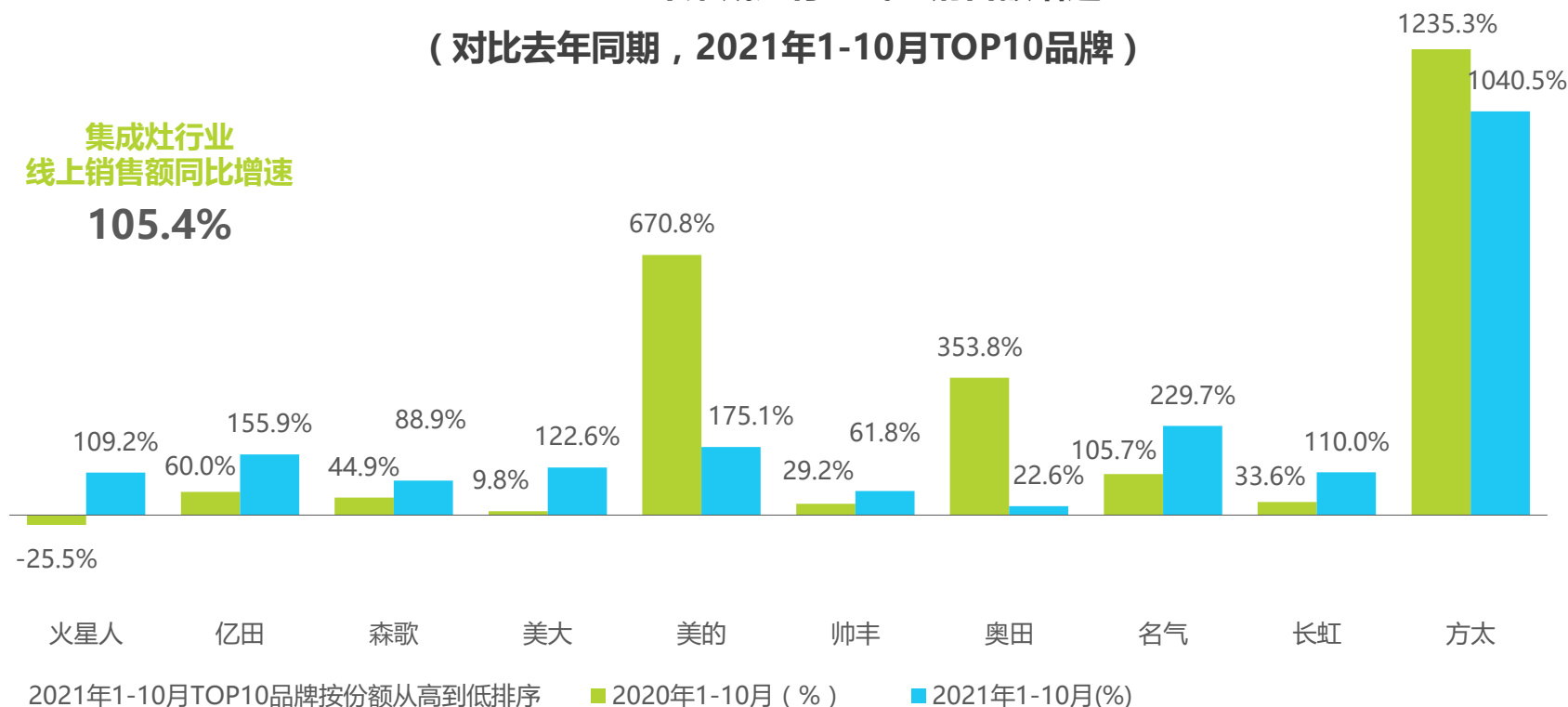
来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

品牌保持高速增长

TOP10品牌中，7个品牌的增速超过品类水平，表现亮眼

火星人、亿田、森歌、美大、帅丰、名气和长虹，增速不断提升，销售规模进一步扩大。其中，火星人经历了去年同期的负增长后，快速反弹，实现超百增长。美的和方太2021年增长率虽较去年稍有回落，但增长率仍超过100%，特别是方太连续两年呈高倍数增长，值得关注。

2020-2021年集成灶行业线上销售额增速
(对比去年同期，2021年1-10月TOP10品牌)



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

重点产品类型的赛道中，品牌集中度较低，竞争机会点多

火星人在重点产品线均展现较强竞争力；亿田、森歌、美大和美的的分别在烟灶蒸烤一体机、烟灶蒸和烟灶消产品类型中，呈现相对竞争优势。

2021年1-10月集成灶行业线上销售额占比
(2021年1-10月TOP10品牌，分产品类型)

2021年1-10月	各产品类型 线上销售额 占比(%)	火星人	亿田	森歌	美大	美的	帅丰	奥田	名气	长虹	方太
烟灶	2.3%	0.6%	0.3%		0.0%	0.0%	0.1%				0.0%
烟灶消	31.8%	6.9%	1.0%	1.7%	2.4%	2.4%	0.9%	0.2%	1.5%	1.6%	0.3%
烟灶蒸	14.7%	4.0%	1.4%	2.0%	1.4%	0.5%	0.1%	0.8%	1.0%		0.5%
烟灶蒸烤一体机	51.2%	9.8%	6.5%	3.9%	2.4%	1.9%	2.7%	2.7%	1.1%	1.3%	1.8%
合计	100.0%	21.3%	9.2%	7.6%	6.1%	4.9%	3.9%	3.7%	3.7%	2.9%	2.5%

2021年1-10月TOP10品牌按份额从高到低排序

来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

各价格段的赛道中，品牌集中度较低，竞争机会点多

火星人、亿田和森歌在6000元以上的各中高价格段均有明显的竞争优势，实力全面；名气和长虹深耕6000元以下的中低价格段，主打性价比；方太聚焦高端价格带，1.2万元以上产品销售额占比1.6%，高于其品牌其他价格段占比。

2021年1-10月集成灶行业线上销售额占比
(2021年1-10月TOP10品牌，分价格段)

2021年1-10月	各价格带线上 销售额占比 (%)	火星人	亿田	森歌	美大	美的	帅丰	奥田	名气	长虹	方太
4000元及以下	10.9%								0.1%	1.5%	
4,001-6,000元	13.0%	0.4%	0.3%	0.2%	0.7%	0.7%	0.2%	0.2%	1.6%	0.8%	
6,001-8,000元	18.0%	3.1%	0.5%	1.1%	1.5%	1.6%	0.6%	0.3%	0.9%	0.5%	0.2%
8,001-10,000元	15.7%	4.7%	1.1%	1.9%	0.7%	0.3%	0.2%	1.2%	0.6%	0.1%	
10,001-12,000元	19.3%	3.8%	4.7%	2.9%	2.3%	1.1%	1.1%	1.2%	0.4%		0.2%
12,001-14,000元	11.4%	4.7%	1.1%	1.0%	0.7%	0.5%	1.0%	0.8%			0.5%
14,000元以上	11.7%	4.6%	1.4%	0.6%	0.2%	0.7%	0.8%	0.1%			1.6%
合计	100.0%	21.3%	9.2%	7.6%	6.1%	4.9%	3.9%	3.7%	3.7%	2.9%	2.5%

2021年1-10月TOP10品牌按份额从高到低排序

来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

需求洞察

1

品类发展

2

竞争格局

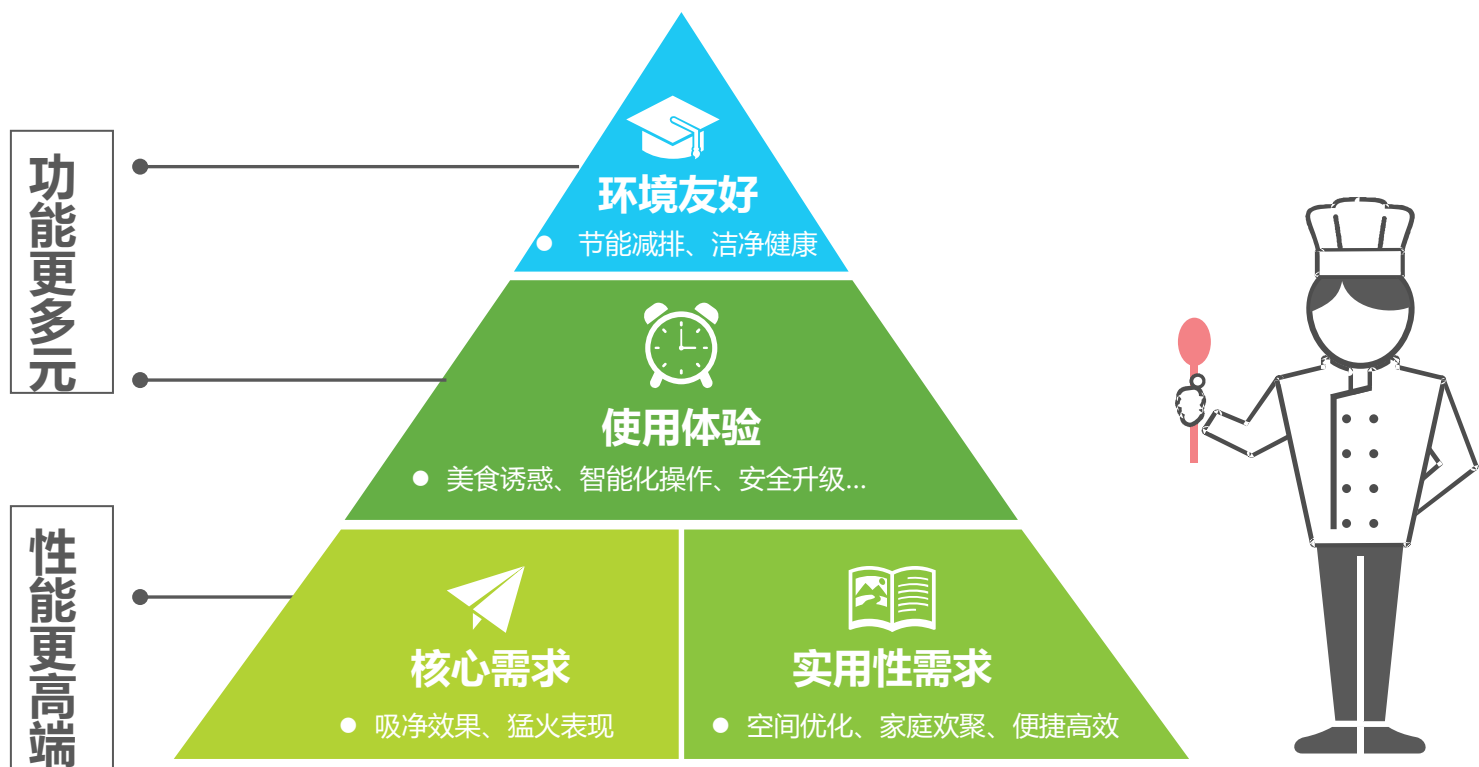
3

产品趋势

4

小结

产品正朝基础性能更高端，使用体验和环境友好更多元的发展方向



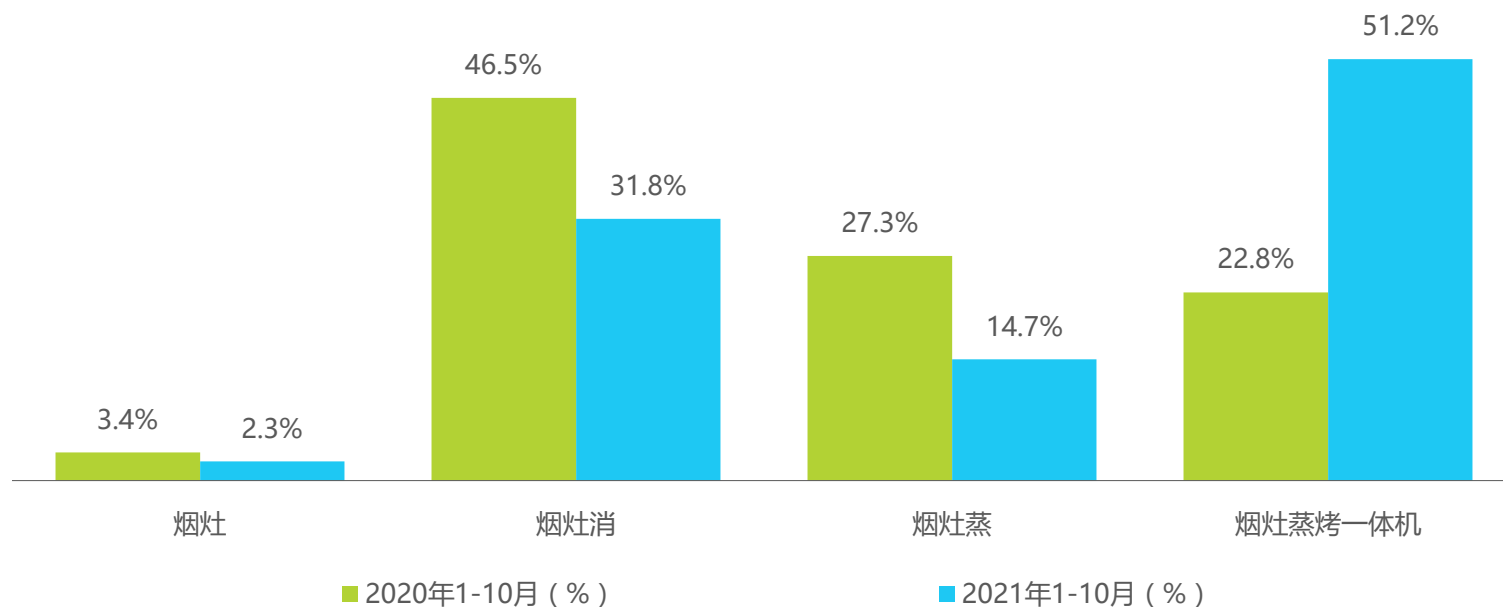
来源：艾瑞咨询自主研究及绘制。

多功能烹饪需求升级趋势明显

传统烟灶消三件套逐渐向烟灶蒸烤一体机拓展，产品功能不断延伸

对比同期，烟灶蒸烤一体机产品的销售额占比增长28.4%，达51.2%。

2020-2021年集成灶行业线上销售额占比
(分产品类型)



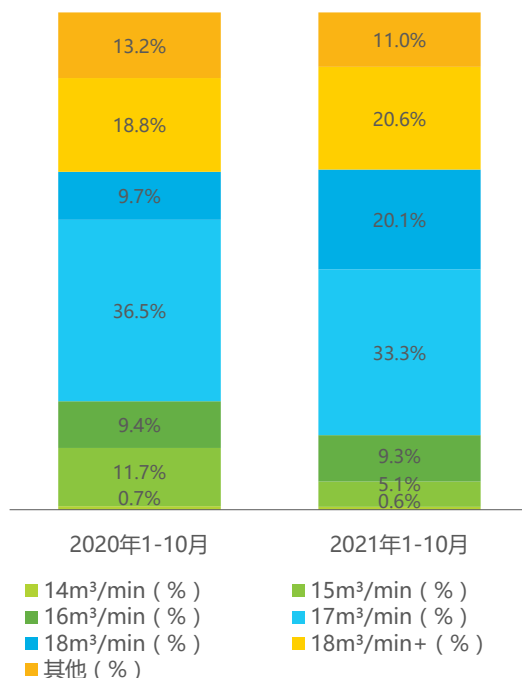
来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

吸净油烟、强劲猛火走向普及化

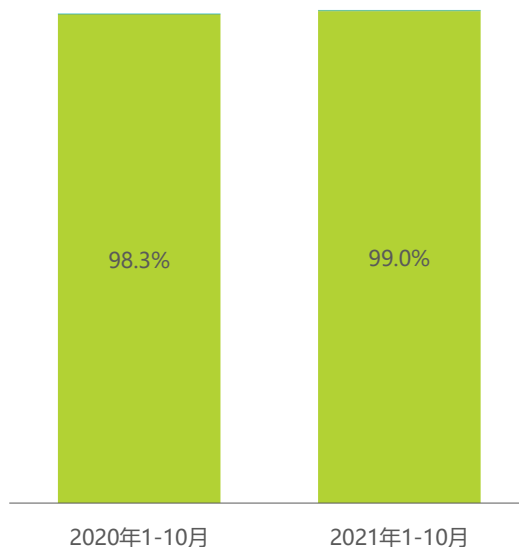
大风量和猛火力的产品占比走高，更贴合中式烹饪的需求

具有烟机排量18m³/min以上和4.5kw以上大火力特征的集成灶产品，其销售额占比不断增加，挤占低排量、小火力的产品市场，成为重要的产品特征趋势；而双眼灶产品仍占据行业的绝对领导地位，销售额占比接近99%。

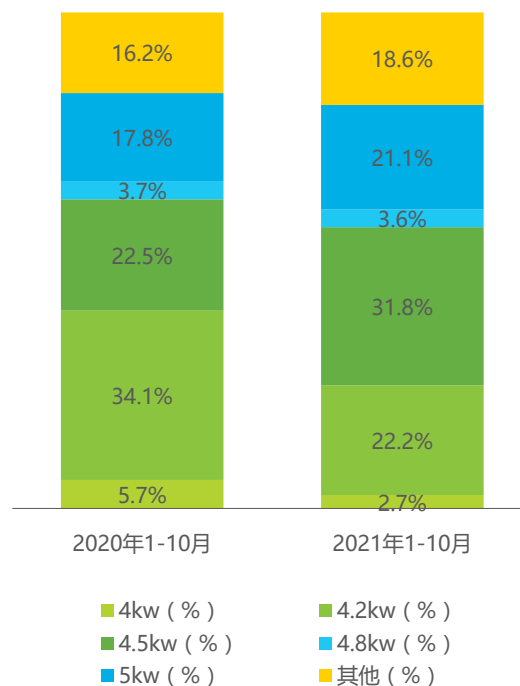
2020-2021年集成灶行业
线上销售额占比（分排风量）



2020-2021年集成灶行业
线上销售额占比（分灶眼数）



2020-2021年集成灶行业
线上销售额占比（分热负荷）



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。

空间优化、家庭欢聚、便捷高效等实用性功能被更好满足

在吸净效果和猛火表现等核心性能不断升级的基础上，2021年畅销的单品更强调置物架、大容量、易清洁、自消毒等主打实用功能升级的产品利益点。

2021年1-10月集成灶行业线上热销产品TOP10&卖点词云图

零售额排名	品牌	型号	平均单价 (元/台)	产品类型	排风量 (m³/min)	热负荷 (kw)
1	亿田	JJZT-D2ZK	11,242.1	烟灶蒸烤一体机	18.0	4.6
2	火星	E5BC01	12,334.1	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.2
3	森歌	D3ZK-E	11,179.3	烟灶蒸烤一体机	16.5	4.5
4	火星	JJZT-F60BC01	16,423.2	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.5
5	火星	E6BC	12,594.4	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.2
6	方太	ZK42-X2.i	14,908.8	烟灶蒸烤一体机	-	4.5
7	火星	T7BC	14,191.5	烟灶蒸烤一体机	18.0	4.5
8	奥田	ZKM5	12,241.8	烟灶蒸烤一体机	20.0	5.0
9	火星	E6B/X	8,172.3	烟灶消	17.0	4.2
10	奥田	M3	9,865.8	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.2



来源：泛博瑞咨询线上零售监测。艾瑞根据行业公开资料整理绘制。

多元用户体验不断优化

产品附加值提高，美食享受、智能化操作、安全升级等产品卖点被不断丰富

2021年新品在强调产品核心性能的基础上，更突出关注通过产品技术突破带来多重美食享受，如：立体热风循环烤、8种蒸烤模式、旋风精烤等；另一方面，新品亦聚焦智能化操作和多重安全保护的升级，如：AI管家智能操作、手感触控和故障实时监测播报、十大安全系统、五重安全保护等。

2021年1-10月集成灶行业线上热销新品TOP10&卖点词云图

零售额排名	品牌	型号	平均单价(元/台)	产品类型	排风量(m ³ /min)	热负荷(kw)
1	森歌	D3ZK-E	11,179.3	烟灶蒸烤一体机	16.5	4.5
2	火星人	JJZT-F60BC01	16,423.2	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.5
3	火星人	T7BC	14,191.5	烟灶蒸烤一体机	18.0	4.5
4	美大	7709ZK	11,999.5	烟灶蒸烤一体机	16.0	4.2
5	火星人	E7BC01	13,141.2	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.5
6	现代	JJZT-T009	3,949.8	烟灶消	18.0	5.0
7	名气	FT12A	10,122.3	烟灶蒸烤一体机	18.0	4.6
8	美大	7709Z	9,745.7	烟灶蒸	16.0	4.2
9	美的	JJZT-90X11	14,780.7	烟灶蒸烤一体机	17.0	4.5
10	帅丰	X1-7B-90S	16,745.6	烟灶蒸烤一体机	16.0	5.2



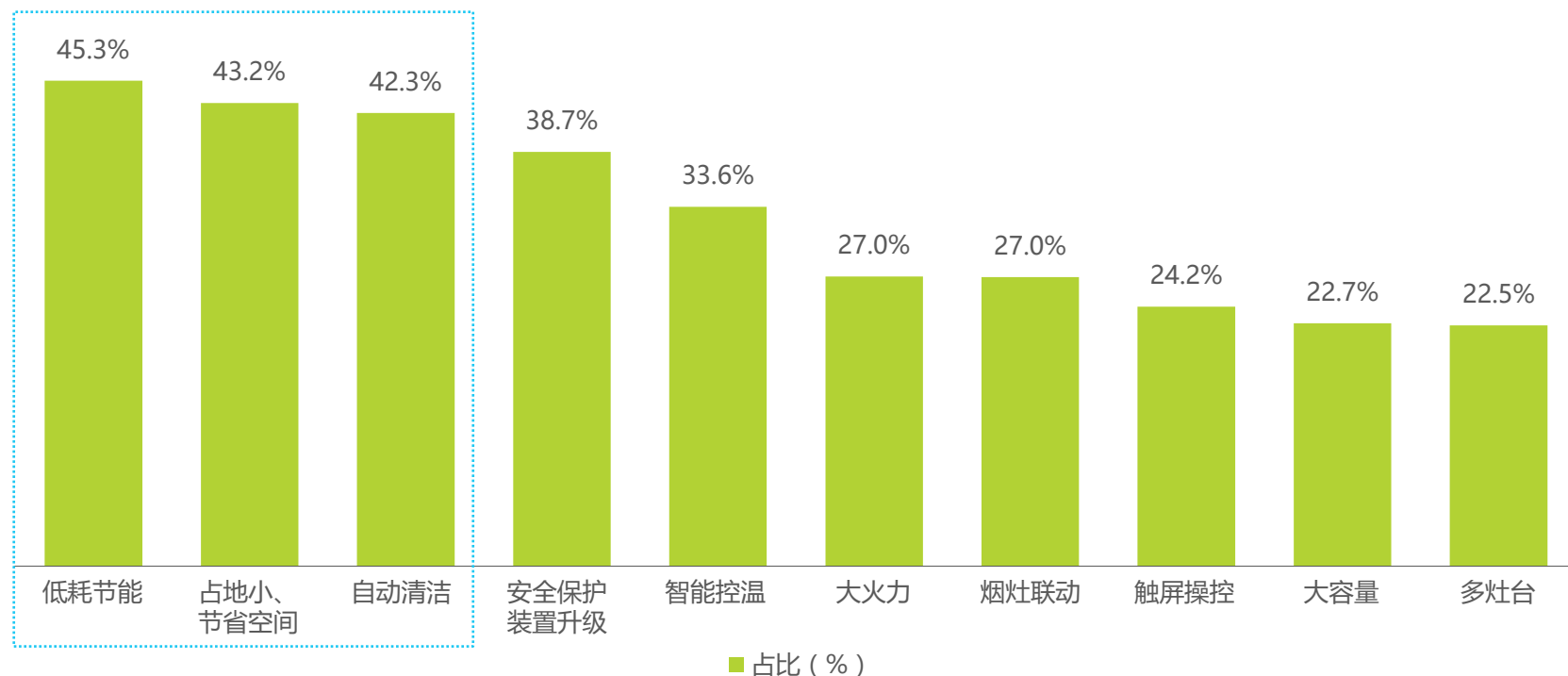
来源：泛博瑞咨询线上零售监测。艾瑞根据行业公开资料整理绘制。

产品创新可关注的方向

节能减排、空间优化和健康洁净将是未来产品创新机会点

在双碳政策和新冠疫情等社会环境推动下，消费者对于节能环保和健康洁净的关注度高。另外，空间优化将是消费者购买集成灶时会继续关注的因素之一。

消费者对集成灶附加功能的关注度



来源：艾瑞2021年艾客帮问卷数据。

样本：您更愿意购买具有以下哪些功能的集成灶？请选择您最愿意为此购买的5项。N=1952。

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



艾 瑞 咨 询