

艺恩出品 2023年9月



前言



- □ 史上最热夏天的到来,似乎让年轻人的防晒意识达到前所未有的高涨,"武装到指尖"的防晒理念似乎成了今年夏天每个怕晒星人的标配,防晒衣分享和穿搭类话题成为社媒平台常客,小红书分享话题以穿搭分享为主,抖音则以功能概念和电商节日等话题为主。防晒衣赛道的热度也引了众多品牌入局,除蕉下等专业防晒品牌外,骆驼、北面等户外运动品牌也纷纷加入战局。
- □ 科技感新品、明星营销、多场景测评渗透多元圈层等营销玩法,加速社媒平台种草转化,其中防晒衣凉感科技不闷热和高效防紫外的科技功能属性和百搭时尚的颜值属性是消费者最为关注的卖点,防晒衣渗透覆盖了日常生活、休闲运动、周边游和旅游等多元场景,不同圈层场景对于防晒衣的关注点也有所不同。
- □ 在营销策略上,品牌以明星为突破口,携手户外多圈层KOL等进行防晒衣场景种草,通过代言人宣传、粉丝福利以及真实测评分享等方式宣传防晒衣科技属性和穿着舒适度等,引发消费者的购买欲望。

目录 CONTENTS



01

防晒衣消费趋势洞察

- 季节属性强,穿搭是社媒平台重点分享内容
- 科技功能是重要营销卖点,旅游度假是核心消费场景
- ▶ 18-34岁是核心用户,正面口碑占比超8成

02



蕉下防晒衣品牌社媒聆听

- · 蕉下、茉寻社交资产位居第一梯队
- > 蕉下微博社交资产指数最高,抖音活跃资产表现最好
- ▶ 蕉下品牌偏好度达36%,购买转化率21%
- *薰下产品质量好评度最高*

03



蕉下防晒衣品牌营销分析

- ▶ 明星营销极大助推蕉下全网互动量增长
- ▶ 抖音平台与粉丝共创爆发二次热度
- ▶ 微博成蕉下社交话题营销主阵地





01 防晒衣消费趋势洞察

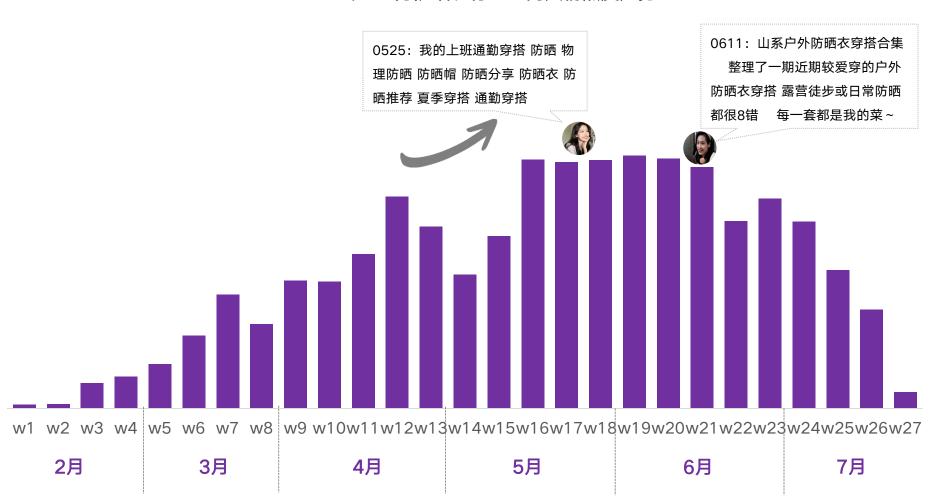
- 社交热度
- 卖点
- 消费场景
- 用户
- 口碑
- 品牌

防晒衣全网社交热度走势



5月起防晒衣热度伴随高温来袭持续走俏,季节性显著

2023年2-7月防晒衣行业全网舆情热度走势



source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年2月-2023年7月, 监测范围: 全网

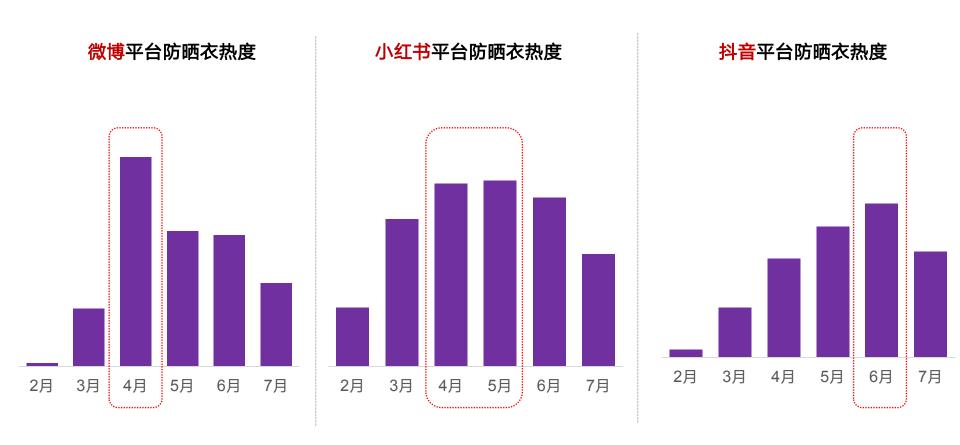
©2023.09 艺恩 ENDATA Inc.

防晒衣重点渠道社交热度走势



微博预热,红书种草,抖音拔草

微博平台防晒衣热度前置,4月热度最高,多为品牌营销预热;小红书平台热度4-6月分布均衡,用户分享 热度高;抖音平台防晒衣热度集中在6月,配合618大促种收一体。



source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年2月-2023年7月, 监测范围: 全网

6

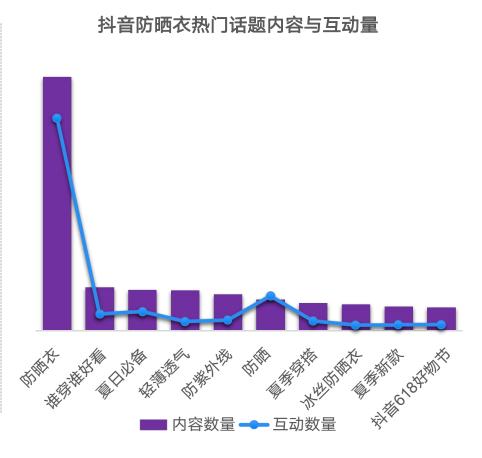
防晒衣热度话题分析



防晒衣穿搭是社媒平台重点分享内容,但平台各有侧重

防晒衣分享和穿搭类话题成为社媒平台常客,小红书分享话题以穿搭分享为主,抖音则以功能概念和电商节日等话题为主。

小红书防晒衣热门话题内容与互动量 内容数量 —— 互动数量



source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年2月-2023年7月, 监测范围: 抖音, 小红书

/

防晒衣产品卖点分析



科技功能成防晒衣重要营销卖点

凉感科技、不闷热和高效防紫外的科技功能属性,以及百搭时尚的颜值属性是消费者最为关注的卖点。

防晒衣卖点关注情况



防晒衣科技感认知分析



原纱防晒面料和功能认知度最高

防晒衣背后的硬核黑科技最终均指向防晒强度、舒适度以及功效持久。

防晒衣科技功能认知度情况



茉寻原纱防晒衣女冰感 透气防晒服夏季防紫外 线>=95%, 高倍防晒



蕉下透气防晒服户外运动 外套防紫外线凉感防晒衣, 蕉下披肩防晒衣, 双肌理面料不闷热



湿态防晒科技,, 汗湿防晒力不减



骆驼防晒衣冰丝 防晒,凉感持久



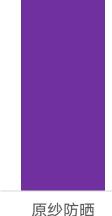
伯希和防晒服户 外皮肤衣,纳米级 防晒纤维更持久



骆驼玻尿酸面膜防晒衣, 保湿亲肤, 水润直达肌 底,全方位防晒设计



SUPIELD素湃全波 段钛驱蚊防晒衣, 更多升级功能



凉感科技

湿态防晒科技

冰肤科技

纳米级防晒纤维

玻尿酸保湿

驱蚊功能

备注: 认知度按照各功能互动总量进行排名计算

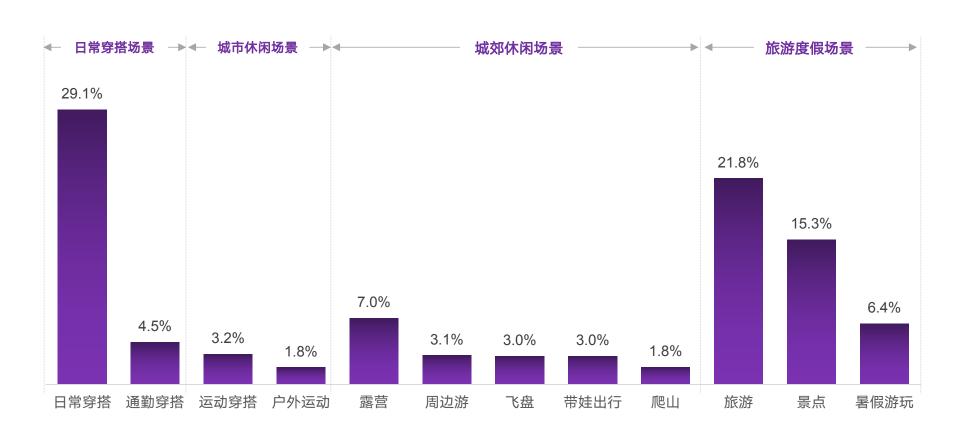
source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年2月-2023年7月, 监测范围: 微博, 抖音、B站等短视频平台、长视频平台, 小红书等

防晒衣产品消费场景分析



日常穿搭和旅游度假是防晒衣核心消费场景

防晒衣消费场景渗透情况



防晒衣消费场景功能诉求



旅游度假 感受自然



声量占比: 43.5%

关注功能

防晒



但像我这种一晒就 长斑的肤质,春夏 还是会做好硬防晒

舒适



波司登不仅颜色多 款式丰富, 上身完 全不闷热, 冰冰凉 凉的很舒服

不沉闷



不沉闷! 这个防晒 衣的版型是显瘦的

工作出行 普及率高



声量占比: 33.6%

关注功能

防晒



原纱防晒它还能够 反射吸收阳光中的 紫外线

轻薄好看



天颜值也是没得说

修身显瘦



允许还有人不知道

踏青远足 户外生活



声量占比: 17.9%

关注功能

舒适透气



便携



防风

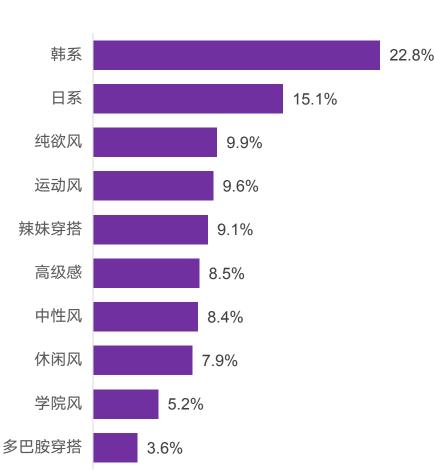


防晒衣日常穿搭风格分析

艺思 endata

韩日系和纯欲风是防晒衣穿搭热度最高三大风格

防晒衣穿搭风格TOP10





夏日穿搭,除了防晒霜,当然少不了防晒衬衫呀~出游必备单品,颜值防晒两不误哦。上身妥妥的**韩系ins风**,没有那位仙女不爱





日系女孩踏青氧气感防晒穿搭~夏快到了防晒工作我已经准备好了~蕉下防晒衣不仅防晒力在线,有upf50+





出门被问了N+1次的防晒穿搭~白色 很百搭 ,随便搭配这种小短裙,配上奶 呼呼的空顶防晒帽一整个温柔 **纯欲住!**





防晒衣也可以这么酷 | 夏日辣妹出门必备,时髦精快看这里 ,辣妹防晒套装 短款的设计 超显下半身比例



source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年2月-2023年7月,监测范围: 微博,抖音、B站等短视频平台、长视频平台,小红书等

防晒衣用户分析

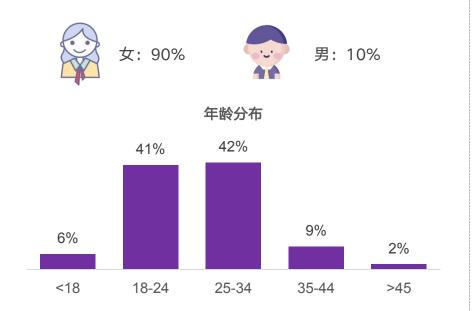


小红书用户以18-34岁女性为主,抖音用户男女比例较为均衡

小红书防晒衣社媒内容概览

19.01万	2992万	1996万	724万	5.4亿
相关笔记	相关互动量	相关点赞	相关收藏	预估阅读量

小红书防晒衣用户画像



抖音防晒衣社媒内容概览

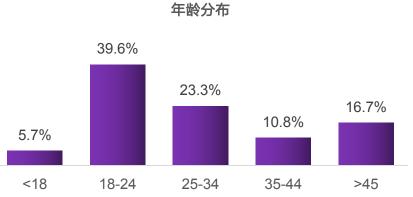
36.88万	1.89亿	1.55亿	572.4万	1400万
相关视频	相关互动量	相关点赞	相关评论	相关分享

抖音防晒衣用户画像





男: 45.3%



source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年2月-2023年7月,监测范围: 抖音,小红书

©2023.09 艺恩 ENDATA Inc.

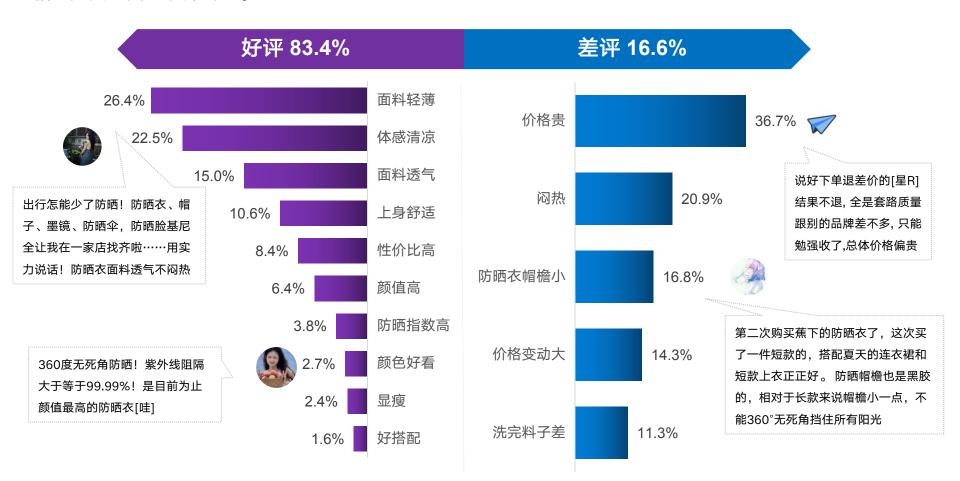
www.endata.com.cn

防晒衣品牌口碑分析



防晒衣整体好评度较高占比超8成

防晒衣好评度主要集中在面料轻薄透气和体感清凉舒服方面:差评主要集中在价格贵、料子闷热、防晒衣帽 檐小无法全面遮紫外线上。



14

防晒衣品牌销售表现分析



品牌茉寻在抖音表现突出

防晒衣赛道热度吸引众多品牌入局,除专业防晒品牌外,户外运动品牌也加入战局。

抖音防晒衣TOP10品牌

品类排名	品类名称	预估GMV金额	预估销量	商品数量
1	Moxun/茉寻	1亿+	100w+	5,151
2	KAZUKOIN/小野和子	1亿+	100w+	1,936
3	蕉下	1亿+	50w~75w	2,758
4	蕉下森林	1亿+	100w+	2,515
5	CAMEL/骆驼	1亿+	50w~75w	7,314
6	MOLYVIVI	1亿+	100w+	3,008
7	MIE JUA/觅橘	7,500w~1亿	25w~50w	3,228
8	蕉下柠檬	5,000w~7,500w	50w~75w	1,439
9	SUPIELD	2,500w~5,000w	100w+	645
10	THE NORTH FACE/北 面	1,000w~2,500w	2.5w~5w	1,480

热销top商品



小野和子修身防晒衣送面罩女夏户 外运动防紫外线冰丝透气薄外套 单价: ¥167



【小冰盾】骆驼防晒衣黑胶帽檐冰感冰丝遮阳面料防紫外线防晒服单价: ¥199



【张嘉倪同款】MOLYVIVI防晒衣运动户外防紫外线女士宽松薄款外套单价: ¥169



upf600+ 素湃全波段高倍数户外凉 感薄款防紫外线原纱型防晒衣 单价: ¥119



XDLONG/喜得龙防紫外线防晒衣女 款外穿透气衫夏日户外遮阳防晒服 单价: ¥59.9

source: 艺恩电商智库, 监测时间: 2023年2月-2023年7月, 监测范围: 抖音

©2023.09 艺恩 ENDATA Inc.

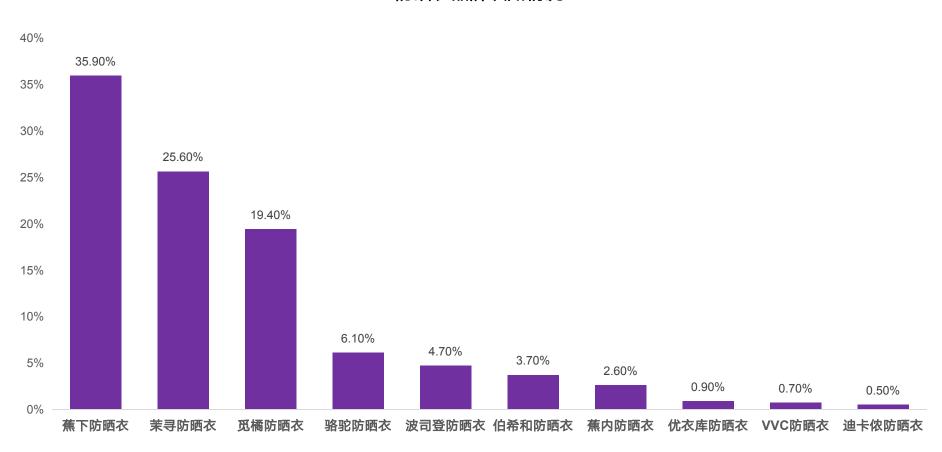
www.endata.com.cn

防晒衣品牌认知度洞察



蕉下防晒衣是消费者认知最高的防晒衣品牌

防晒衣品牌认知情况







02 蕉下防晒衣品牌社媒聆听

- 社交资产
- 内容资产
- 品牌健康度
- 品牌口碑

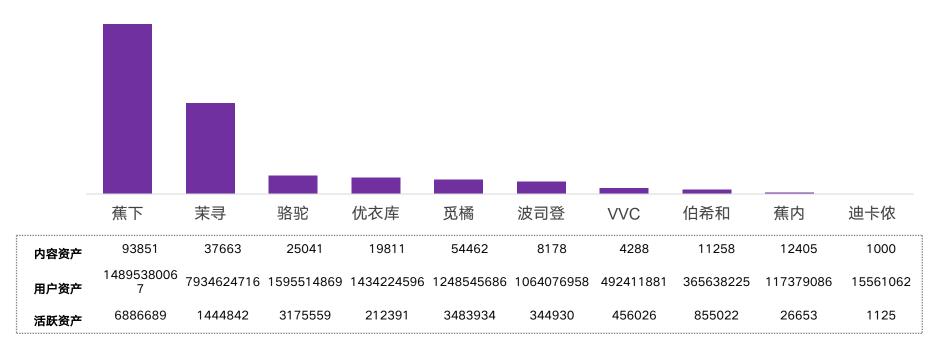
防晒衣品牌社交资产分析



蕉下、茉寻社交资产位居第一梯队

在防晒衣热度最高的5-7月,蕉下凭借较高的内容数量、粉丝积累以及活跃用户表现,在社交资产指数上 远优于其他竞品。

防晒衣品牌社交资产情况



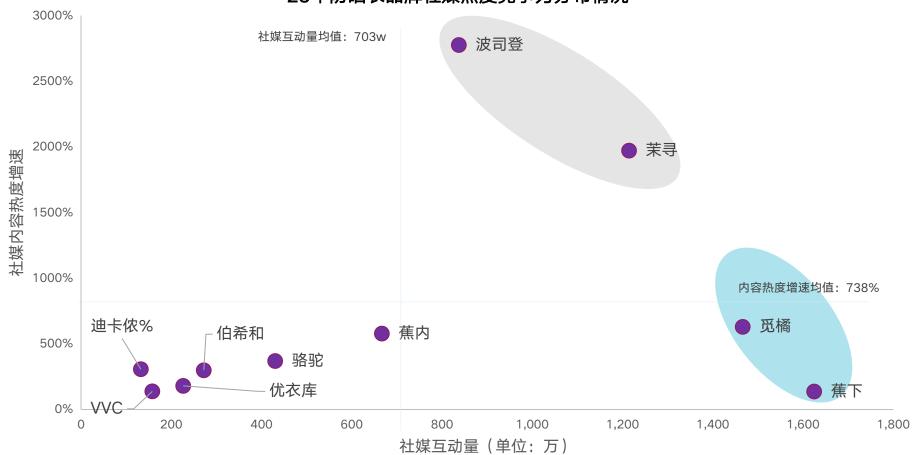
备注:内容资产:各平台发布作品数量、或其他指标:用户资产:各渠道用户粉丝量;活跃资产:各平台用户互动表现 社交资产指数=品牌资产指数=内容资产指数*权重+用户资产*权重+活跃资产*权重(权重按照30%、30%、40%进行分配)

防晒衣品牌内容资产竞争力分析



蕉下和觅橘互动量较高, 茉寻和波司登热度增速远超其他品牌

23年防晒衣品牌社媒热度竞争力分布情况



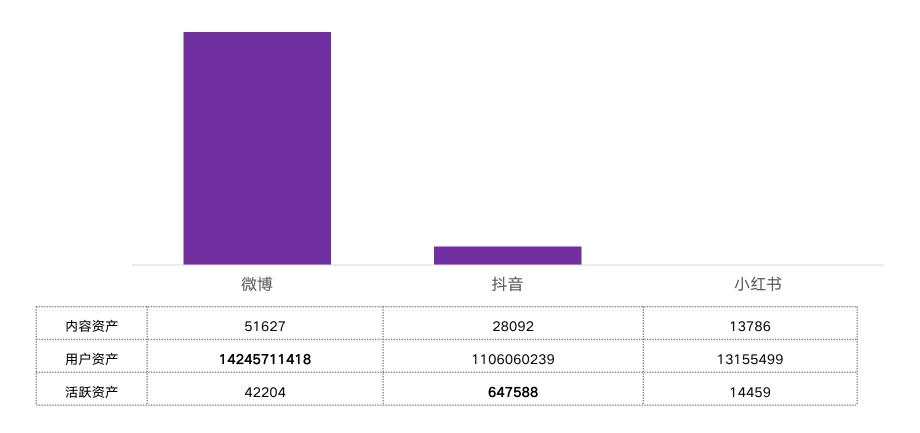
备注: 社媒内容热度增速-23年2-7月社交媒体作品数量同比22年1-6月增速; 社媒互动量-23年2-7月互动量

蕉下品牌社交资产-渠道分析



蕉下微博社交资产指数最高, 抖音活跃资产表现最好

蕉下防晒衣社交资产渠道分布情况



蕉下品牌社交资产-人群结构分析



抖音用户集中在25-34岁,小红书和微博用户相对更年轻

抖音蕉下用户画像



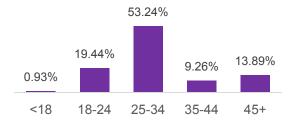
女:



男: 12.2%

87.8%

年龄分布



用户评论

好像 为什么 謝謝 现在 那么 价格 我们 感觉 夏天 时候 不能 夏天 叶红 姐姐 推荐 知道不错 这个 看到 个 这么 可爱 墨镜 需要 怎么 喜欢 真的 哈哈哈 自己 一下 漂亮 妈妈 觉得 好好 但是 一件 你们 作者

小红书蕉下用户画像

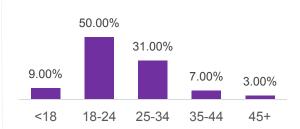


女: 86%



男: 14%

年龄分布



用户评论

微博蕉下用户画像

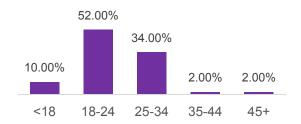


女:



75.4%

年龄分布



用户评论

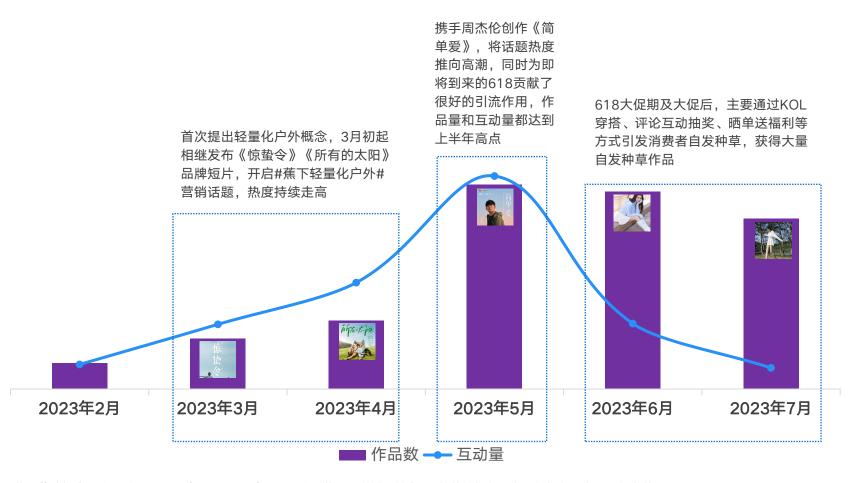
同款 代言 洗脸 简单 品牌 没有 代言人 舒服 经量化 开心 举手 朋友 出发 牛奶 收到 感觉 开学 好看 灰色 憧憬 声欢 英雄 群花 不错 下方印西 喜欢 冲冲 评论 内衣 必备 转发 花花 需要 墨镜 紫色可爱 帽子 口罩 关注 想要 期待 买买 出去 兔子 面膜 看看 好好看

蕉下品牌社交资产-营销价值分析



明星营销拉高蕉下5月声量走势

蕉下2023年2-7月品牌声量走势

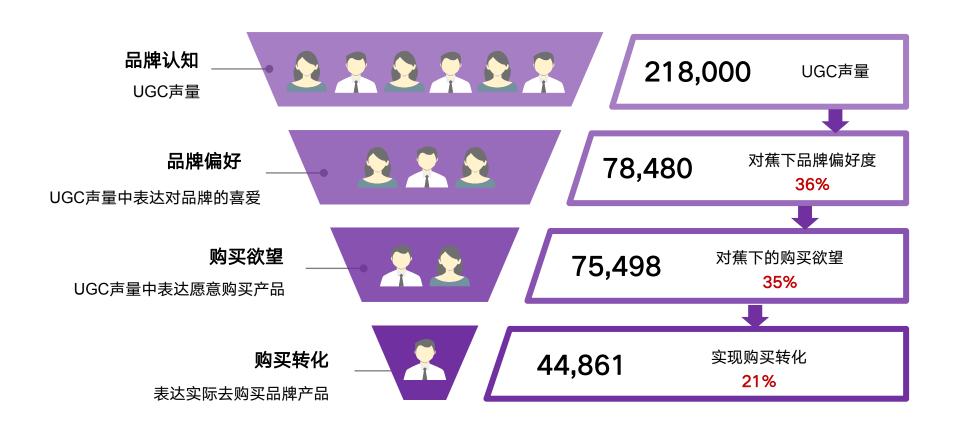


source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年2月-2023年7月,监测范围: 微博,抖音、B站等短视频平台、长视频平台,小红书等

蕉下品牌健康度分析



蕉下品牌偏好度达36%,购买转化21%

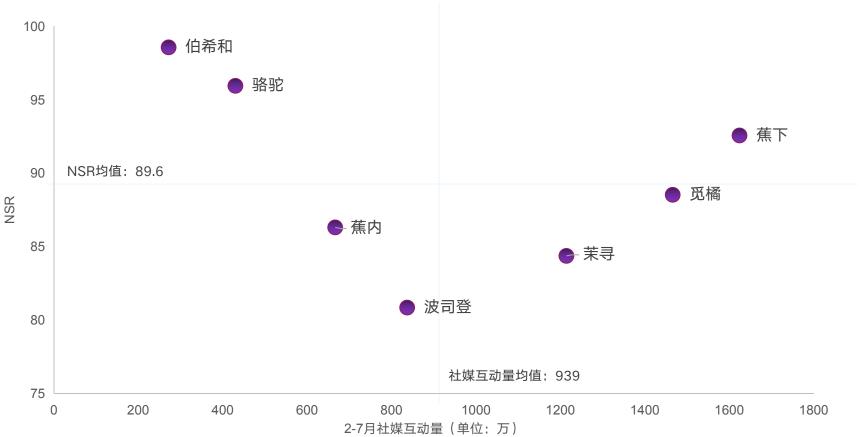


蕉下品牌情感健康度



蕉下防晒衣在声量和口碑综合表现上优于竞品

蕉下及主要竞品品牌社媒声量 X 品牌口碑交叉分析



备注: NSR指数为反应品牌口碑的指数, NSR=(用户正面情感占比-用户负面情感占比)/(用户正面情感占比+用户负面情感占比)*100

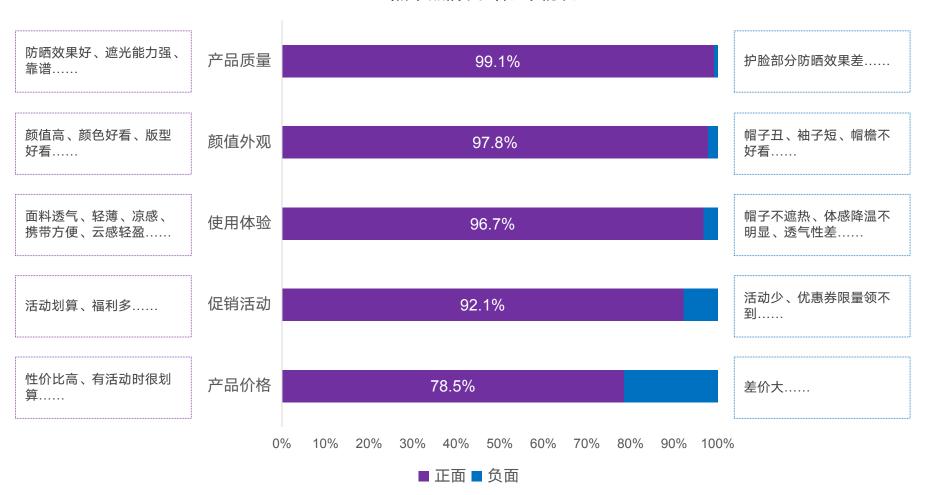
24

蕉下品牌口碑分析



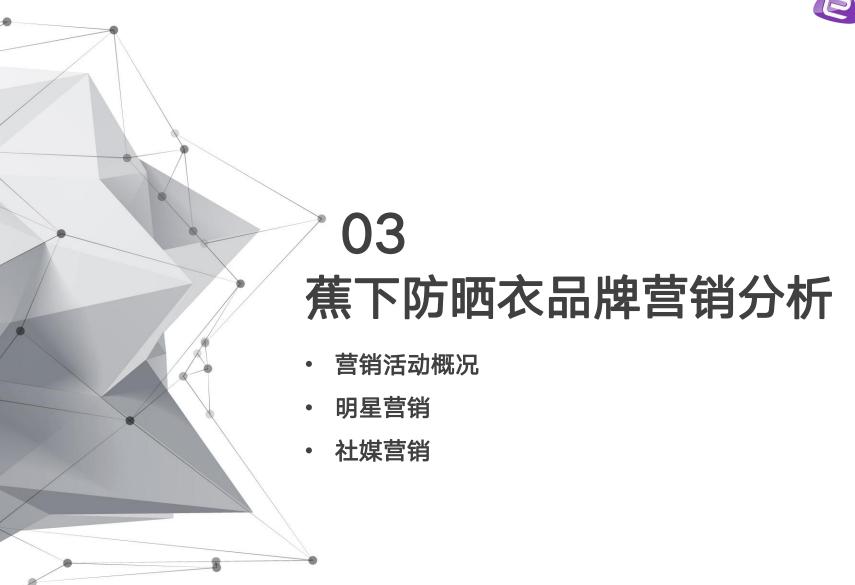
蕉下正面评价主要集中在产品质量、颜值外观与使用体验上

蕉下品牌口碑分布情况



source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年2月-2023年7月,监测范围: 微博,抖音、B站等短视频平台、长视频平台,小红书等





蕉下主要营销活动类型



蕉下营销方式概览						
营销方式	明星 微博	KOL 矩阵	热搜话题	线下活动	线上直播	周边福利
明星营销	√	√	√ #周杰伦代言蕉下# #蕉下品牌代言人周杰伦#	√ (线下门店/大屏打卡)	√	√ (明星同款/演 唱会门票/海报 /明信片)
话题营销	√	√	√ #蕉下轻量化户外#	√ (大屏打卡、城野派 对、日落营地体验活 动)	√	√ (福利新品/演 唱会门票/海报 /明信片)
新品营销 (蕉下暴晒级防晒衣)	√	√	√ #蕉下暴晒级防晒衣#		√	√ (发表影评抽 奖送新品)
节气营销	√	√	√ #惊蛰令#	√ (大屏打卡、城野派 对、日落营地体验活 动)	√	√ (明星同款/海 报/明信片)

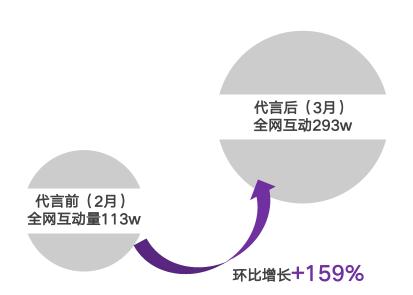
source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年2月-2023年7月,监测范围: 微博,抖音、B站等短视频平台、长视频平台,小红书等

明星营销 | 明星营销效果



明星营销极大助推了蕉下全网互动量的增长

蕉下全网互动实现近200%增长



#蕉下品牌代言人周杰伦#热门词云

• 蕉下通过官宣代言人,与周杰伦形成强绑定,在UGC自发内容中,蕉下的品牌认知得到强化,"户外""轻量化""防晒"的品牌特性深人心



source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日,监测范围: 全网

明星营销 | 代言人物料全网传播



防晒衣产品片《所有的太阳》 唱响炙热阳光下的防晒故事



携手房东的猫演唱防晒衣产品宣传微 电影, 讲述自2017年第一款防晒衣上 线后的品牌故事, 强调我们穿上防晒 衣,不是因为害怕太阳,而是为了拥 抱太阳的主张。

品牌蕉下X代言人周杰伦 《简单爱》展示户外群像



蕉下通过《简单爱》向观众呈现了 精彩的户外群像, 蕉下的科技性能 与极致产品让消费者拉近与自然的 距离, 让享受户外变得触手可得。

携手天猫超级品牌日 get周杰伦同款衣橱



蕉下联合天猫服饰发布春夏流行趋势 「城市户外」, 引领轻量化户外新风 潮、同时参与店铺活动有机会获得周 杰伦亲笔签名照等周边。

明星营销 | 抖音平台共创爆发二次热度



蕉下主要通过自身账号矩阵进行营销宣传,通过对明星物料的二次创作等引发粉丝群体共同创作传播

蕉下抖音投放达人TOP10

• 蕉下投放以自身账号矩阵和周杰伦粉丝相关账号为主

相关视频	粉丝量
25	166.1w
10	85.0w
9	3.6w
8	95.1w
7	2.4w
5	1.6w
4	6.8w
3	9.0w
3	2.9w
3	61.7w
	25 10 9 8 7 5 4 3

热门种草视频类型

明星代言



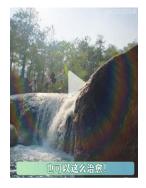
#蕉下 伫立于 山水之间感受 音乐与蕉下带 给我们的轻松 时刻 #周杰伦 #轻量化户外 #周杰伦代言 蕉下

卖点: 明星代言、轻量化户外

产品测评



周杰伦同款 蕉下黑科技 冰皮 凉感休 闲男士 户外露营



看着好治愈, 立马决定和闺 蜜轻装出发去 户外露营#蕉 下#周杰伦# 轻量化户外#

卖点: 户外、露营、治愈感

大促优惠

Beneunder

如荫防晒衣 真的太香了



周杰伦推荐! 蕉下你也太划 算了! #蕉下 防晒衣 #蕉下 #防晒

卖点:黑科技、凉感、冰皮

卖点: 大促优惠、明星同款

source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日, 监测范围: 微博

©2023.09 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

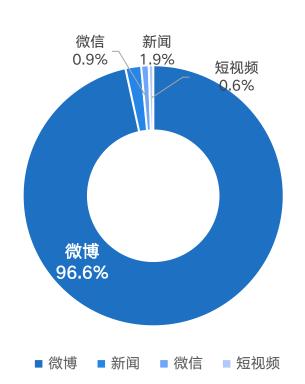
话题营销 | 平台分布情况



#蕉下轻量化户外#话题营销以微博平台为主

#蕉下轻量化户外#微博发帖互动TOP10

#蕉下轻量化户外#活动声量平台分布



用户名	内容梗概	*互动量
蕉下Beneunder	关注@蕉下Beneunder, 转发并艾特两位你最想一起轻装出行的家人或朋友。 我们将抽取3位蕉下伙伴每人赠送周杰伦演唱会海口场门票2张。#周杰伦代言 蕉下##简单爱##蕉下##蕉下轻量化户外##轻量化户外#······	48,567
小羊爱吃酱肘子	开不开心都不妨出门走走,看更好的风景,感受每时每刻的心境,毕竟,能让我们停下脚步的,只有自己。#蕉下轻量化户外# #惊蛰#	37,113
蕉下Beneunder	关注@蕉下Beneunder 转发+评论 你此刻最想拥抱的人事物,或是艾特你最想一起出行的TA在这个盛夏去哪? 我们将从中抽取5位蕉下伙伴,每个人送上「蕉下暴晒级防晒衣」一件#蕉下# #轻量化户外# #蕉下轻量化户外#	32,085
Selena妈妈	#蕉下轻量化户外# 惊蛰,万物复苏,带宝宝去户外的最好时节这就开启了。 以往觉得带娃去外头玩,装备不少带,还没出门已经有点精神疲惫之感了。但 看完蕉下这支片子却让人觉得去户外有说不出的轻快之感······	29.492
感动	#蕉下轻量化户外#有人说,中国人骨子里面就透着一股浪漫,洒脱随心,自在由人······	18,111
蕉下Beneunder	蕉下品牌代言人官宣"哎哟,轻量化户外"猜到是谁了么	24,166
乐宇略	今天蕉下的惊蛰令视频大家看了吗?这是我近来最喜欢的品牌视频之一·····想带上河豚宝,继续浪起来~#蕉下轻量化户外#	20,247
知惠说	"中国式浪漫",这是我看完蕉下《惊蛰令》之后的第一印象·····,想和我的老公跟娃,来一场这样的中国式浪漫。#蕉下轻量化户外#	17,284
饭圈少女日记	没想到22年后周杰伦又重新演绎经典曲目啦~ 我也要像视频里的大家一样轻 装出发啦~大家快一起行动起来吧! #蕉下轻量化户外#	15,737
蕉下Beneunder	我们邀请了好朋友@谭维维 作为本次「惊蛰令」的演唱者,希望带给大家一场视觉听觉盛宴······#蕉下轻量化户外# #惊蛰令# #轻量化户外#	15,088

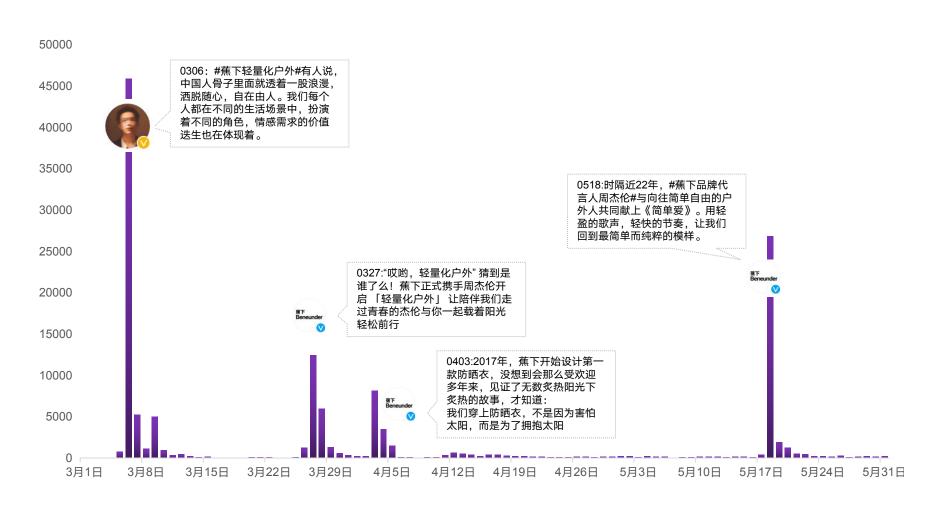
注: 互动量=转发+评论+点赞

source: 艺恩营销智库,监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日,监测范围: 微博

话题营销 | 微博平台传播节奏



微博话题---阅读量: 1.4亿, 互动量: 47.0万



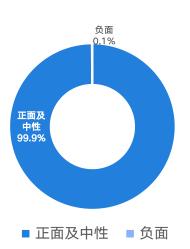
source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日, 监测范围: 微博

话题营销 | 营销活动口碑分析



由于代言人、线下活动及产品本身优质等原因,消费者情感反馈积极

#蕉下轻量化户外#活动UGC情感分布



口碑反馈

正面

表白蕉下 X 代言人周杰伦TVC

- #蕉下轻量化户外#太喜欢这个片子了。和喜欢的人必须得来场这样的 户外之行。天地间,手拉手,天下无路不可走!
- #蕉下有颗树# 开唠前先放杰伦镇楼一些下午茶时刻 评论区分享#一 人一句周杰伦歌词# 小蕉打算加入必听歌单中。

参与蕉下同步线下露营活动

- 露营的季节到了!国内首个运动露营新型公园综合体「蕉下日落营地」 今天正式开营。
- · 最近的天气太适合露营了,享受轻松自然户外生活,让我们在日落相见!

称赞产品性能/颜值

- 蕉下的帽型还是好看的#蕉下轻量化户外##ohsunny防晒衣##蕉下防晒帽#
- · 嘻嘻我已经提前预备到了OhSunny的云朵防晒衣和蛋糕帽!
- ohsunny防晒衣白色的超级百搭好看,蕉下柔软亲肤,还很透气,白乎的颜色穿着很夏天!

活动亮点



线下开启「蕉下日落营地」活动,让消 费者可以在户外活动中直接感受蕉下产 品的特性

话题营销 | 传播效果



深化蕉下户外生活方式品牌的认知,防晒衣的专业科技属性和防 紫线外、轻盈舒适等功能得到认可

42.6%

户外、春天、露营

看看窗外的蓝天白云 思绪已经放飞到了海边 你上次看海是什么时候呢? #BU-look# 云薄系列长氢女 士海边防晒服

5.6%

蕉下防晒衣、蕉下披肩防晒衣

#本周仅上4天班#[单身狗]四 舍五入又凑出一天时间出去玩 了 小蕉的起跑倒计时开始 #BU-look# 冰沿系列朔凛男士 户外防晒服

22.1%

喜欢、轻盈、舒适



UPF50+全脸防晒,可阻隔99%以上 的紫外线,加大贝壳帽檐可收卷成 双色发箍, 灵活两用, 云感轻盈不 闷热!

17.8% 品提及

防晒服、套装、贝壳帽

说到户外徒步, 防晒是必不可少的, 尤其是一款好的防晒衣, 穿蕉下的 防晒衣, 保证让太阳抓不到你, 让 肌肤安全享受春游的舒爽



专业、科技、中长款、经典款

#蕉下轻量化户外#传承昨日经典. 体会时光沉潜, 手淘搜「打卡世界 Eneuroder 华流」,传统丝织技术创新,原纱 防晒科技升级, 领略蕉下轻量化户 外新潮流。

3.9%



防紫外线、诱气、遮脸

出门防紫外线还是很重要的,愿你 爱山野的浪漫, 也爱保护自己。# 惊蛰##蕉下轻量化户外#

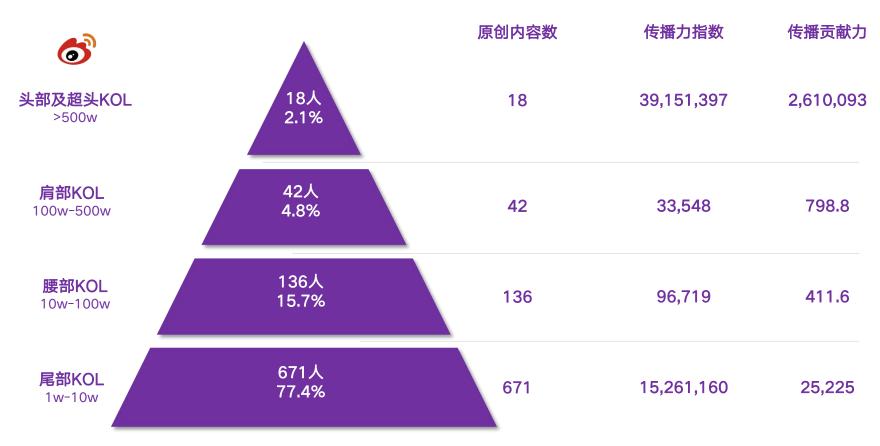
source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日, 监测范围: 微博

©2023.08 艺恩 ENDATA Inc.

话题营销 | KOL传播矩阵



借助头部及超头部明星KOL进行传播



注: 传播力指数=点赞数+评论数+转发数+阅读数+分享数+收藏数+投币数+弹幕数 传播贡献力=传播力指数/原创内容数

source: 艺恩营销智库, 监测时间: 2023年3月1日-2023年5月31日, 监测范围: 微博

©2023.08 艺恩 ENDATA Inc.

报告说明与免责声明



本次报告研究说明:

□数据来源: 艺恩营销智库, 艺恩电商智库

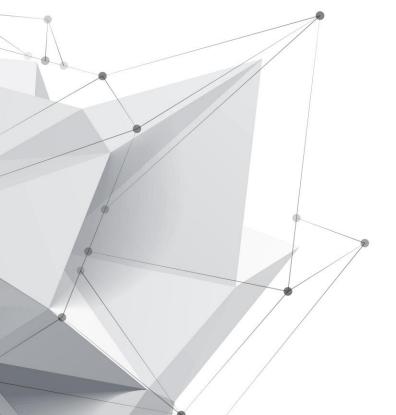
□数据选取周期: 见每页报告source

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

