iResearch
艾瑞咨询

中国女性敏感肌现状研究白皮书

2020年

报告说明

研究范畴及数据指标说明

研究范畴

本报告研究范畴为具有敏感肌问题，年龄在18-45岁，正在使用抗敏感护肤品或计划使用抗敏感护肤品的女性用户，人群总数为612人。针对性研究其人群特征、护肤认知及行为态度，并针对当前整体护肤环境，探索未来护肤行业对敏感肌这一细分消费人群的发展价值。

数据来源

艾瑞iClick网民调研数据,行业公开资料等。
艾瑞Ectracker电商平台销量监测数据产品。

数据指标解释

TGI：某群体选择某项的比例/其他群体或总体选择该项的比例。
计算公式=目标细分群体(%)/整体受访人群(%) * 100
TGI值越高代表该群体中特征越明显。

来源：艾瑞根据行业公开资料整理所得。
样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

报告摘要

行业概述

- 当前敏感肌话题在护肤领域已具有较高话题热度。
- 敏感肌肤表现特征跨度广泛，从皮肤瘙痒的轻微症状到丘疹发炎等严重症状均属于敏感肌范畴，问题一旦出现就需要用户谨慎对待积极维护避免恶化。

用户特征

- 敏感肌用户中处于轻度敏感（瘙痒，刺痛，泛红）的人数占比最多，有43.0%。
- 26-30岁是敏感肌用户最为集中的年龄段，其中熬夜、压力大、化妆品使用不当是造成肌肤问题的主要因素，南方地区用户敏感肌表现更为突出。
- 弱度敏感用户护肤诉求集中在基础清洁，而重度敏感用户对精细修复需求突出，抗敏护肤花费与敏感肌严重程度呈正相关。

需求特性

- 拥有天然抗炎成分，抗敏功效舒缓并深层保湿，突出抗敏功效的精华产品，与当前敏感肌用户关注点最为匹配。
- 电商网站是承接着信息传递与消费转化的核心渠道。

发展趋势

- 日常护理类抗敏护肤产品成分越趋简单，降低肌肤负担是基础类产品发展趋势。
- 基于敏感肌发作的随机性，易抛行紧急修护类产品需求显现。
- 重度敏感用户对专业级美容服务需求突出。

来源：艾瑞根据行业公开资料整理所得。
样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌基础分析 1

敏感肌人群画像 2

敏感肌人群消费行为态度 3

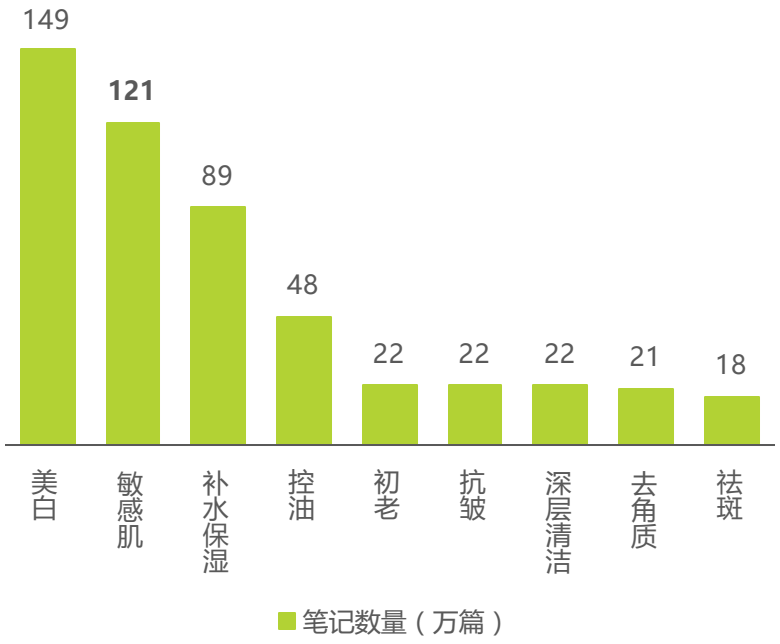
敏感肌护理发展趋势 4

敏感肌护肤话题广受用户关注讨论

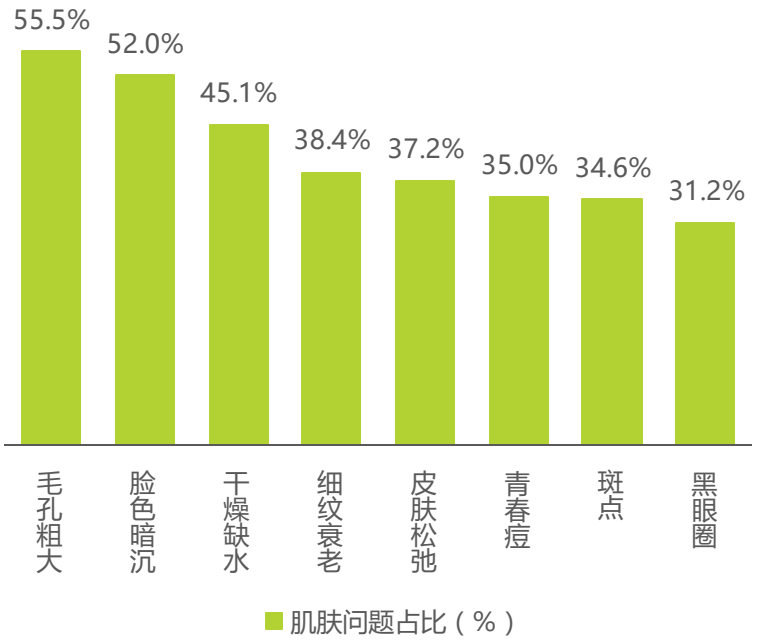
敏感肌人群亦深受毛孔粗大，脸色暗沉类肌肤问题困扰

敏感属于一种皮肤状态，除了生理上面部表现出的皮肤不适症，敏感肌用户亦会在心理上不自觉认为自身皮肤处于敏感状态，小红书平台内相关笔记数量比补水、控油、初老等话题都要高，同时敏感肌往往会伴随毛孔粗大，脸色暗沉等问题。

2020年6月小红书平台护肤话题笔记数量



2020年中国敏感肌女性的其他肌肤问题



来源：艾瑞根据行业公开资料整理绘制。

样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，S6.请问您当前有以下的肌肤问题吗？，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

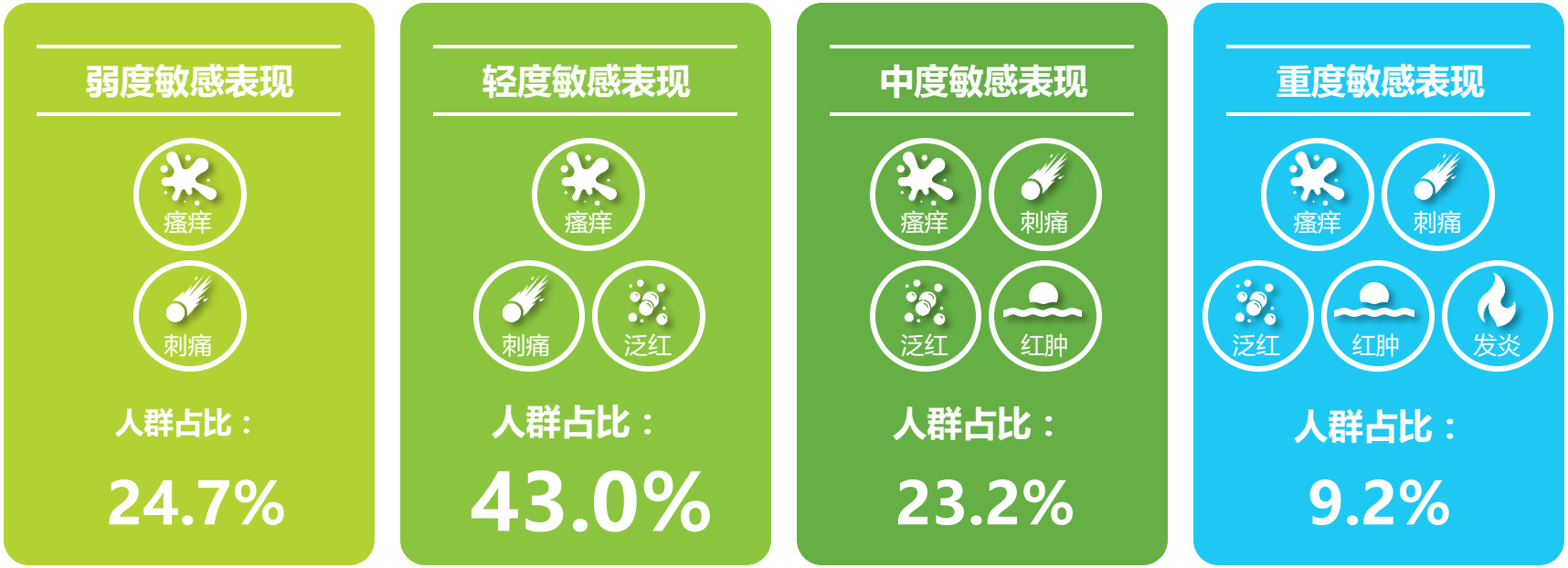
©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌人群中近五成处于轻度敏感

瘙痒、刺痛、泛红是轻度敏感人群的主要症状

整体而言，超过七成的敏感肌女性其肌肤敏感程度处于弱度或轻度，通过日常保养护肤就可以对敏感肌进行改善，另一方面有近三成的敏感肌女性肌肤问题较为严重，已出现红肿/发炎等敏感表现。

2020年中国女性敏感肌各级严重程度人群分布



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2.请问您的敏感肌发作时会有多严重？ ，n=612。

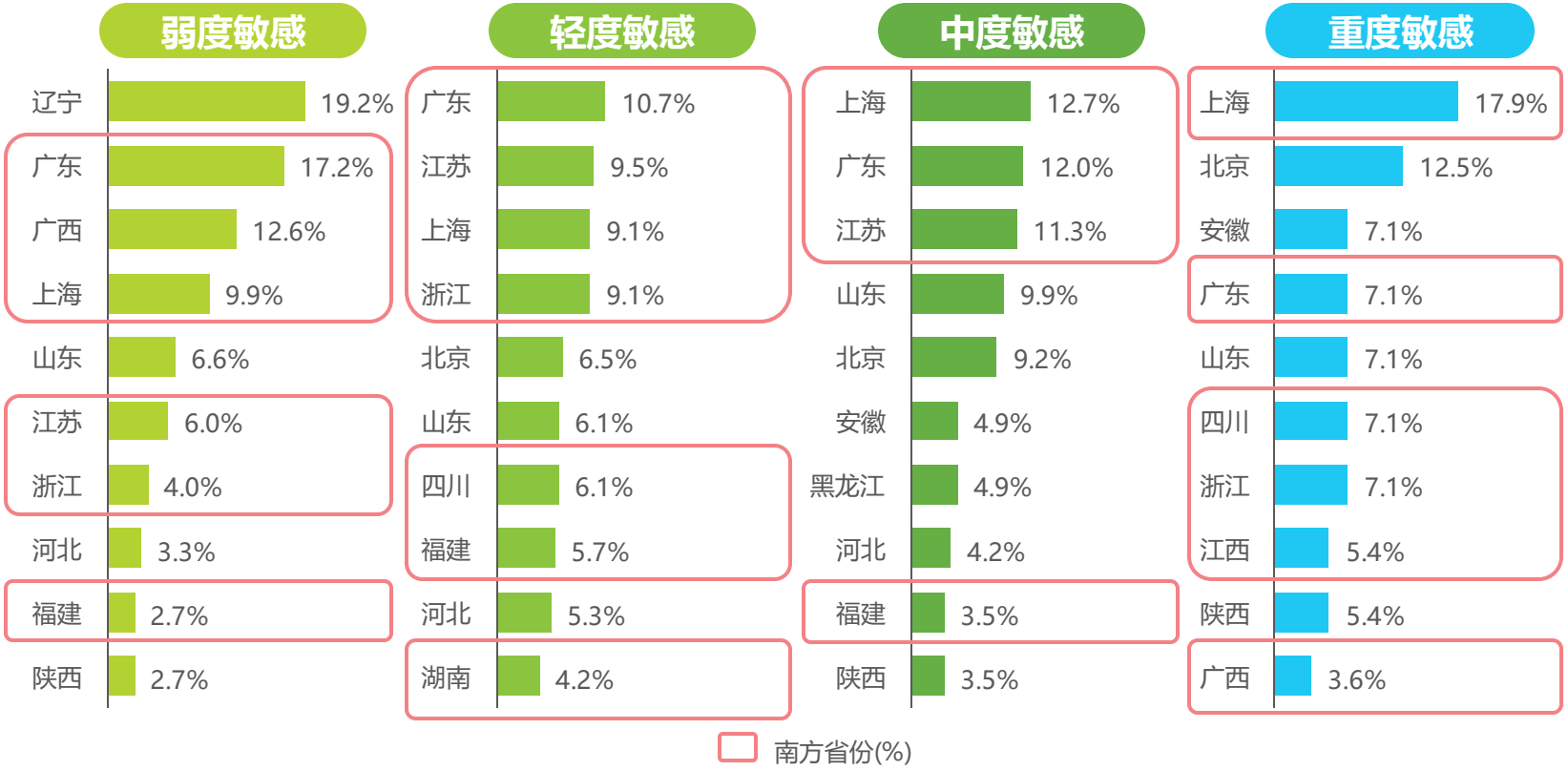
©2020.7 iResearch Inc.

南方女性敏感肌问题更为突出

广东上海敏感肌分布集中，稳定出现在各等级排名前五

整体而言南方地区女性的敏感肌问题较为普遍，尤其广东上海，敏感肌人群占比在四类敏感层级分布均处于TOP5，北方省份则在中度敏感人群中分布较广。

2020年中国各层级敏感肌女性区域分布



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，S8.请问您当前生活的省市？弱度，n=151，轻度，n=263，中度，n=142，重度，n=56。

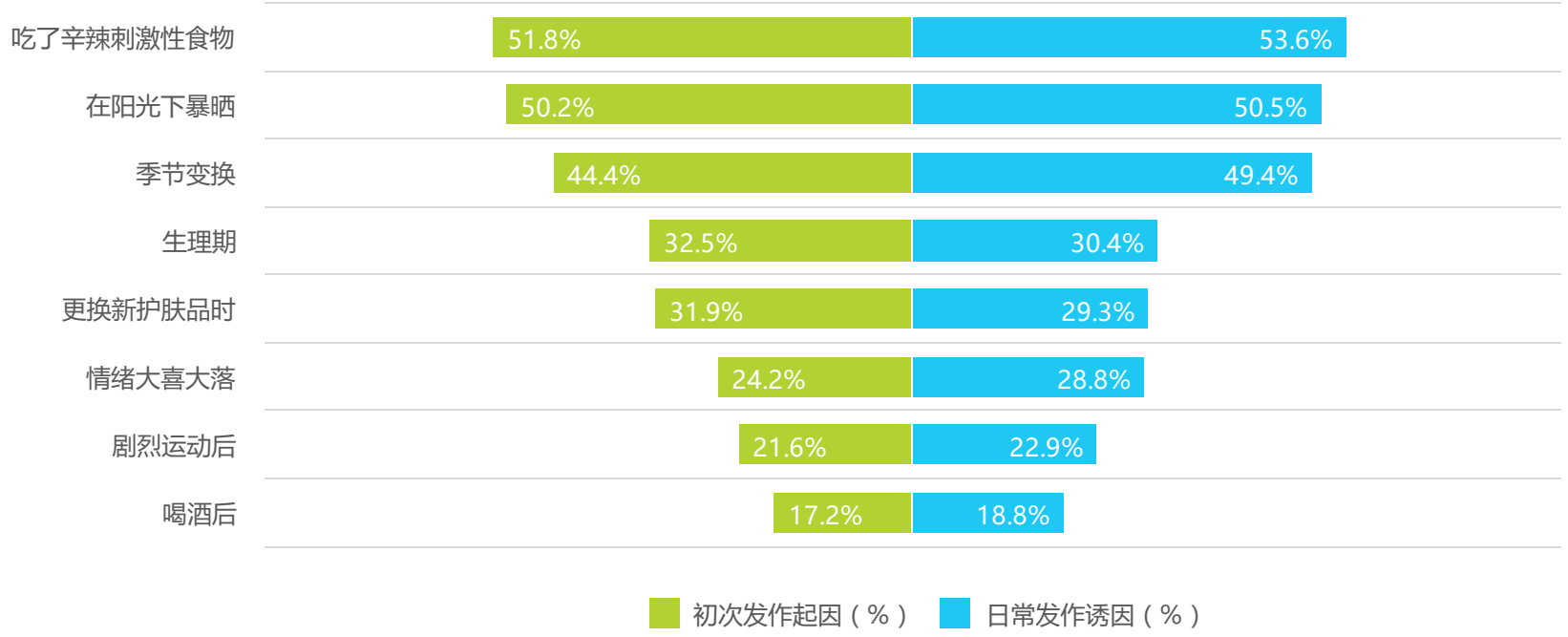
©2020.7 iResearch Inc.

季节变换是敏感肌发作的最不稳定因素

辛辣/换季/紫外线，激活敏感肌的三大主因

刺激性食物，紫外线暴晒，季节变换是导致敏感肌发生的三大原因，均有超过四成的被访者因为这三方面问题，从而激活敏感肌体质。辛辣刺激食物与暴晒，均可通过调整生活习惯减少敏感肌发作，但季节变换诱发的敏感肌，其日常发作原因比例比初次发作起因比例高出5%，季节变换成为敏感肌发作最不可控的因素。

2020年中国女性敏感肌初始发作起因及日常发作诱因



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B14.B3 引起敏感肌初次发作/日常发作的作用因素，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌基础分析 1

敏感肌人群画像 2

敏感肌人群消费行为态度 3

敏感肌护理发展趋势 4

敏感肌女性特征概览

承受都市生活压力，普遍高频化妆的轻熟女性

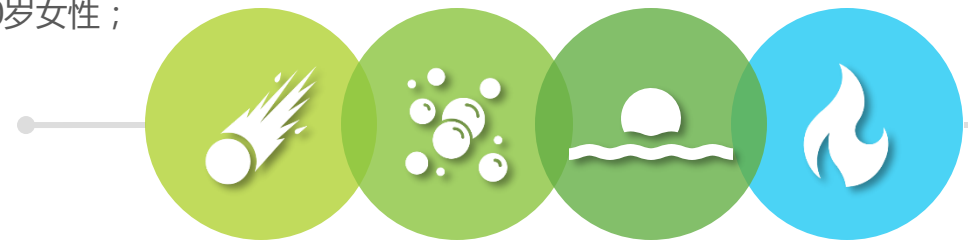
2020年中国各敏感肌层级女性典型特征

弱度敏感人群

突出分布于三四线城市，每天化妆，消费以基础洁面为主，抗敏护肤品月均花费100-299元的18-30岁女性；

重度敏感人群

突出分布于一线城市，主要因熬夜造成皮肤问题，主要表现在丘疹，脱皮，多用精华类产品，月均抗敏护肤消费突出在分布在500-999,2000元以上两个区间的31-35岁女性；



轻度敏感人群

突出分布于新一线/二线城市，坚持工作日化妆，当前面部潮红问题较突出，抗敏护肤品月均花费300-999元的31-40岁女性；

中度敏感人群

突出分布于二线城市，工作日多要化妆，因化妆不当造成粗糙敏感等肌肤问题，月均抗敏护肤花费多在500-1499元的31-35岁女性，当前红斑，脱皮等问题较严重；

来源：艾瑞根据公开资料整理绘制。

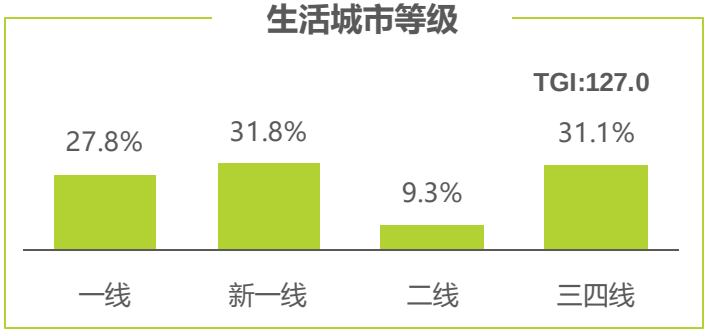
©2020.7 iResearch Inc.

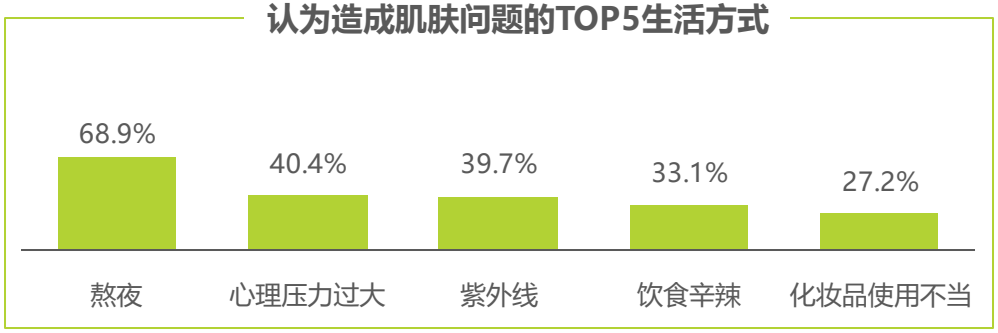
弱度敏感人群画像

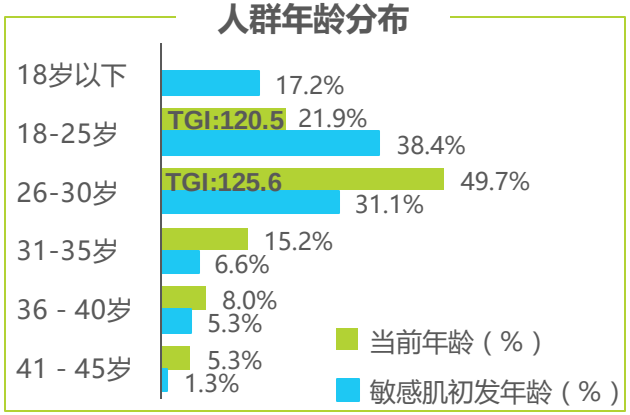
虽知化妆易敏感，但仍坚持每天化妆的低线城市轻熟女性

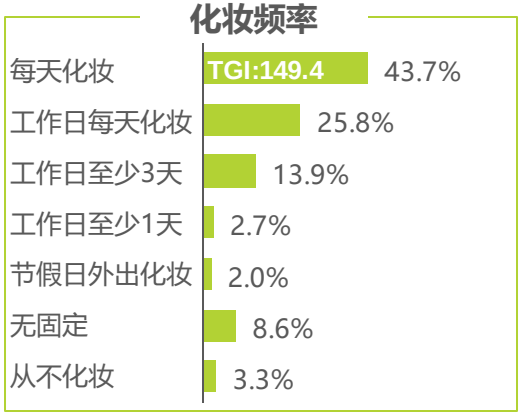
弱敏人群突出分布在三四线城市，其TGI指数高达127.0，有超过六成的被访者认为熬夜是造成肌肤问题的首要因素。用户在26-30岁的轻熟年龄段分布最为集中，同时有超过40%的弱敏人群会坚持每天化妆，近七成用户认为化妆是导致肌肤容易敏感的原因。

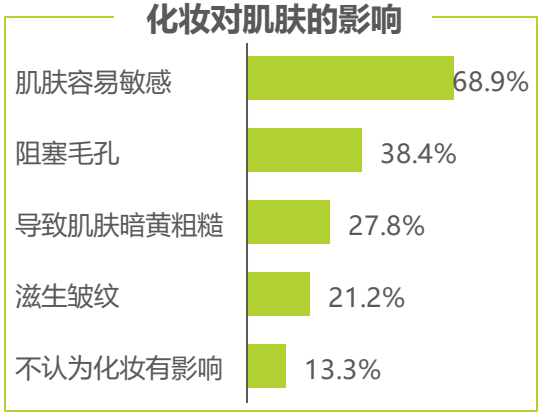
2020年中国弱度敏感女性人群画像-人群特征及生活方式











样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛”的消费者，n=151；城市等级划分引用第一财经《2020城市商业魅力排行榜》。

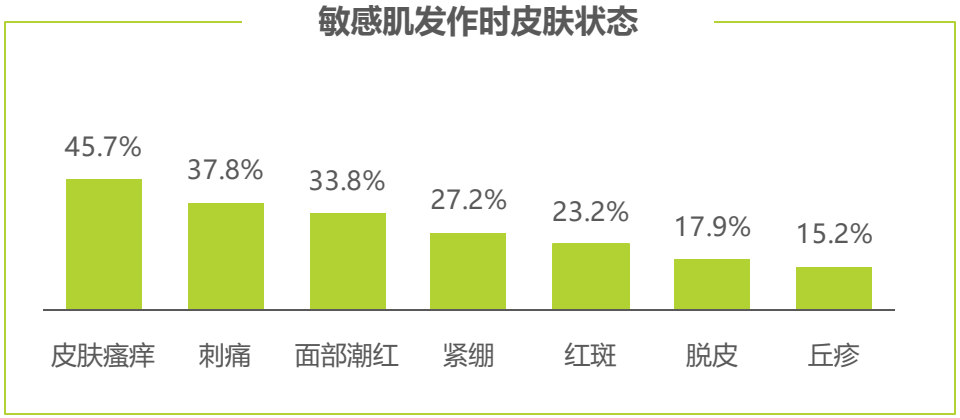
©2020.7 iResearch Inc.

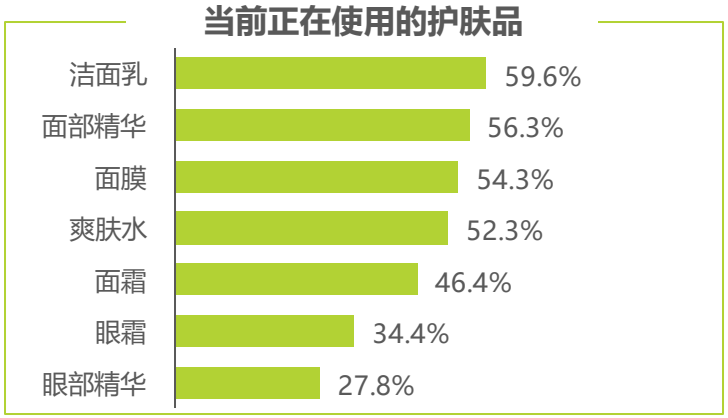
弱度敏感人群护肤状态

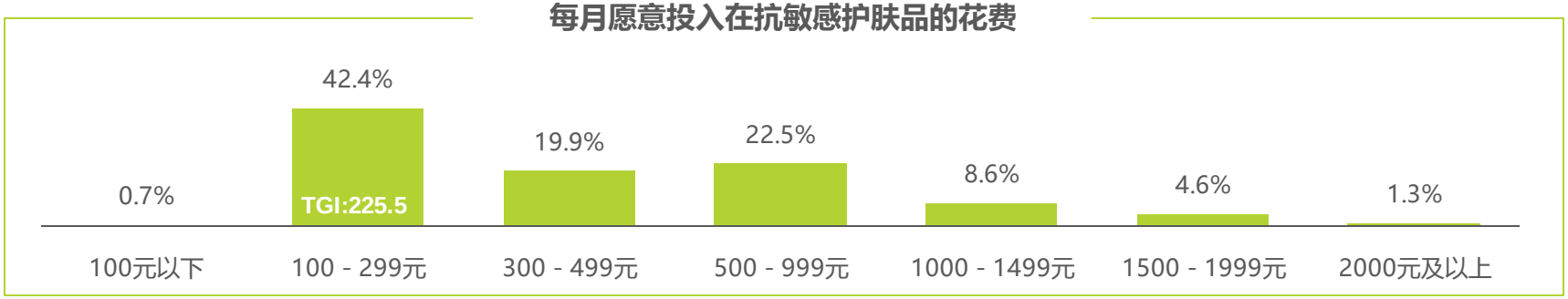
弱敏人群护肤需求以基础清洁为主

弱敏人群肌肤问题相对缓和，最突出的皮肤问题也仅表现于瘙痒/刺痛，对应其护肤需求也体现在以基础清洁为主，敏感肌护理花费月均在100-299元的区间。

2020年中国弱度敏感女性人群画像-护肤需求







样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛”的消费者，n=151。

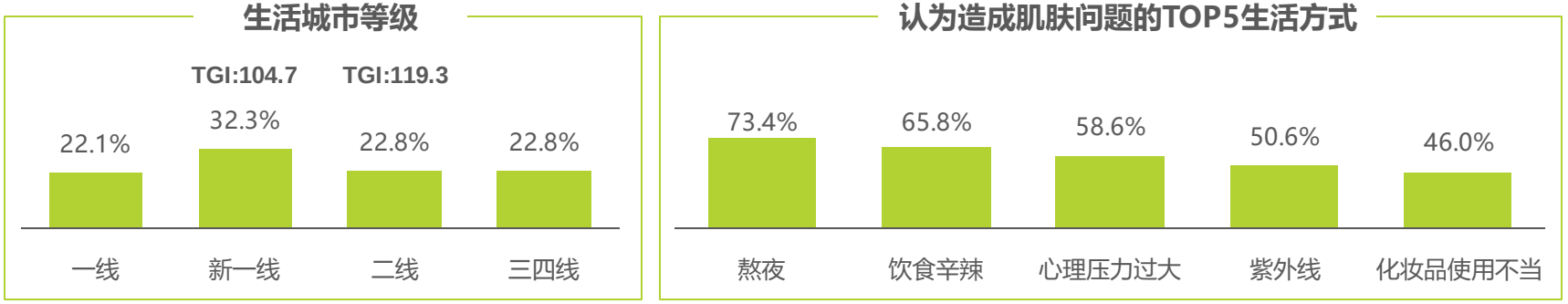
©2020.7 iResearch Inc.

轻度敏感人群画像

26-30岁，工作日坚持每天化妆的新兴城市年轻女性

肌肤处于轻度敏感状态的女性，其敏感肌大部分初发于18-25岁，当前年龄突出分布在26-30岁的新一线/二线城市女性。偏好在工作日每天化妆，同时有近八成的被访者认为化妆会造成毛孔阻塞。

2020年中国轻度敏感女性人群画像-人群特征及生活方式



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛+泛红”的消费者，n=263；城市等级划分引用第一财经《2020城市商业魅力排行榜》。

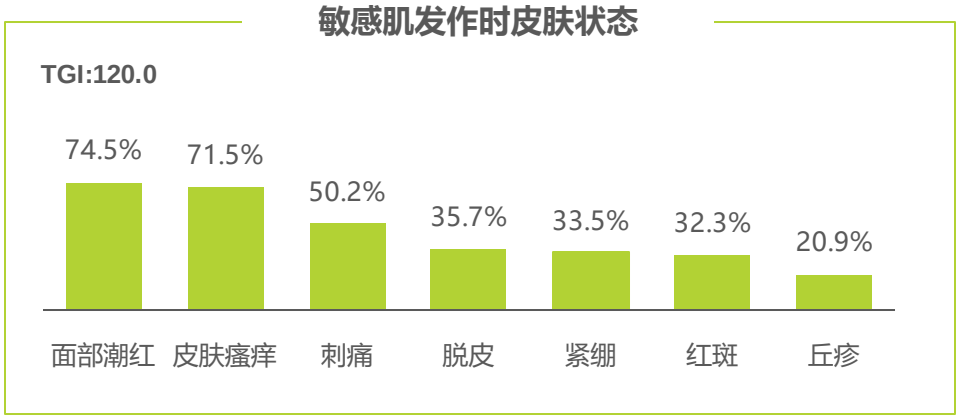
©2020.7 iResearch Inc.

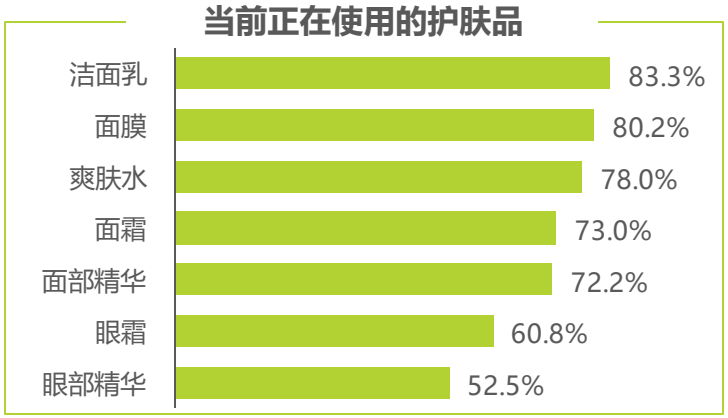
轻度敏感人群护肤状态

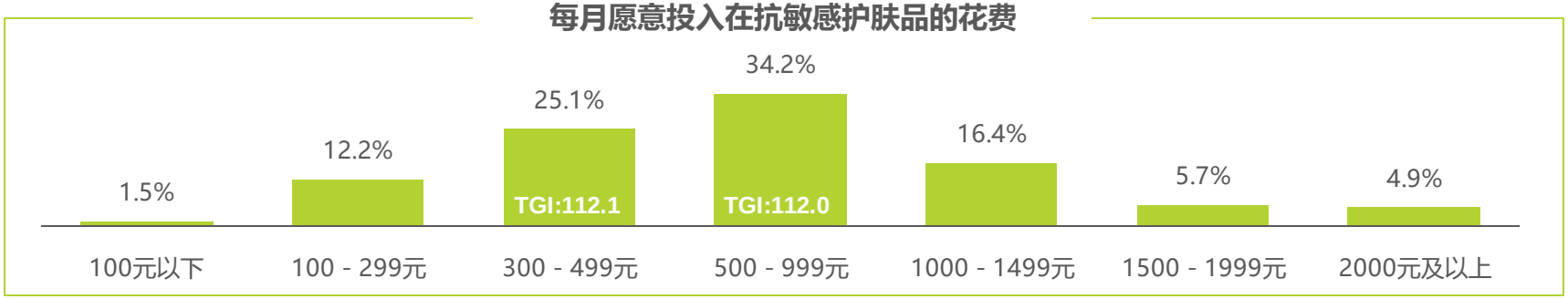
面部潮红瘙痒问题突出，保湿产品进入日常护理

轻度敏感女性相比弱敏人群，其肌肤问题更为突出，超过七成被访者敏感肌发作时会出现面部潮红，皮肤瘙痒等症状。爽肤水进入本类人群正在使用的护肤品TOP3，保湿护肤需求相对弱敏用户更为突出。

2020年中国轻度敏感女性人群画像-护肤需求







样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛”的消费者，n=151。

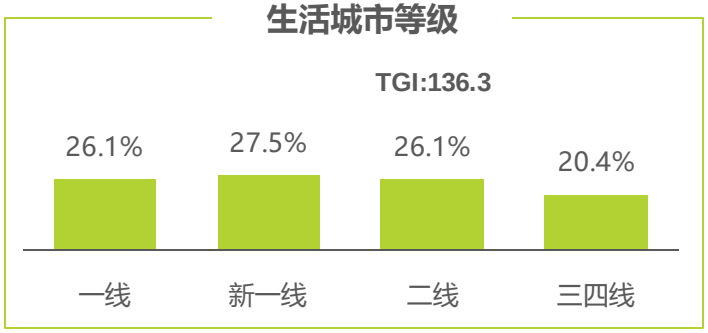
©2020.7 iResearch Inc.

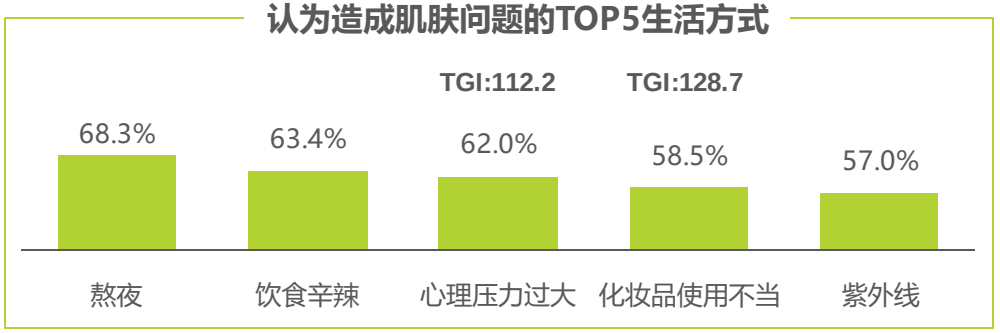
中度敏感人群画像

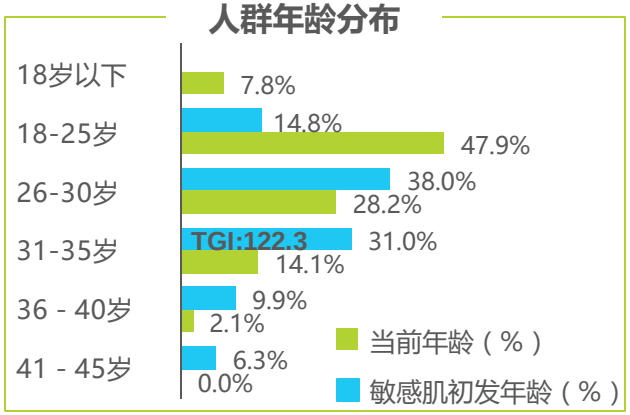
二线城市工作日坚持化妆的靓丽女性

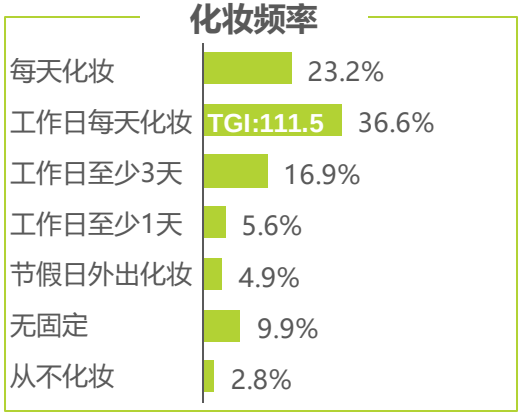
中度敏感人群集中分布在二线城市，偏好在工作日坚持化妆，但近六成被访者突出认为化妆品使用不当，是造成肌肤易敏感和暗黄粗糙的原因。

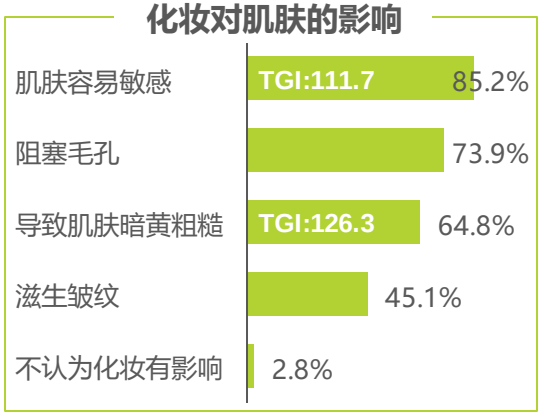
2020年中国中度敏感女性人群画像-人群特征及生活方式











样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛+泛红+红肿”的消费者，n=142；城市等级划分引用第一财经《2020城市商业魅力排行榜》。

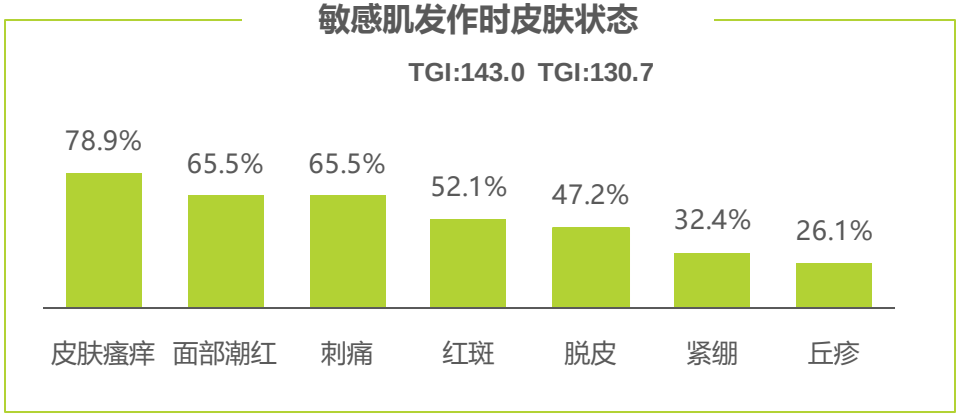
©2020.7 iResearch Inc.

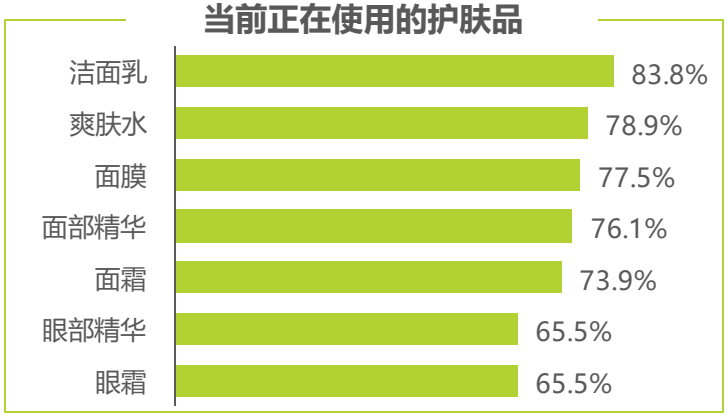
中度敏感人群护肤状态

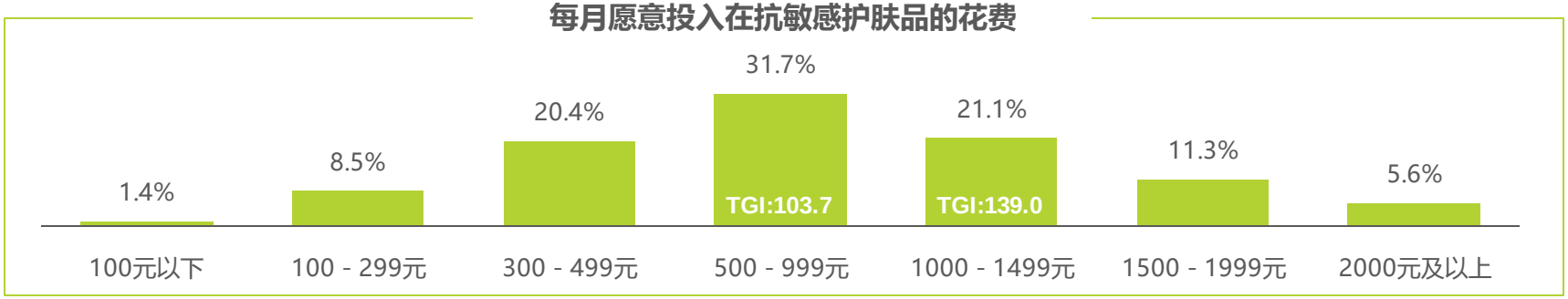
红斑/脱皮等肌肤问题在本类群体表现突出

中度敏感人群敏感肌发作时，红斑/脱皮状态表现较为突出，两类肌肤问题的TGI指数分别为143.0与130.7，大幅高于整体人群水平。同时本类人群月均敏感肌护肤花费，在1000-1499元的区间表现突出，花费与肌肤问题严重程度呈正相关。

2020年中国中度敏感女性人群画像-护肤需求







样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛+泛红+红肿”的消费者，n=142。

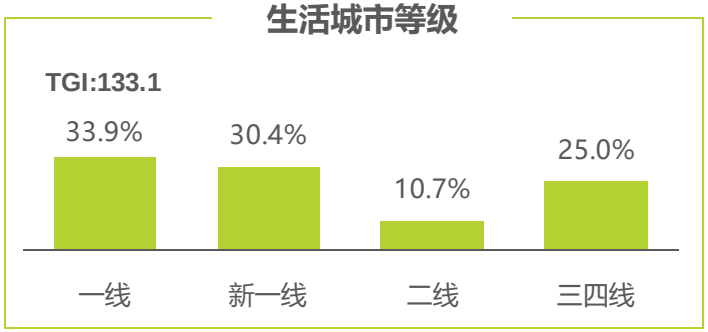
©2020.7 iResearch Inc.

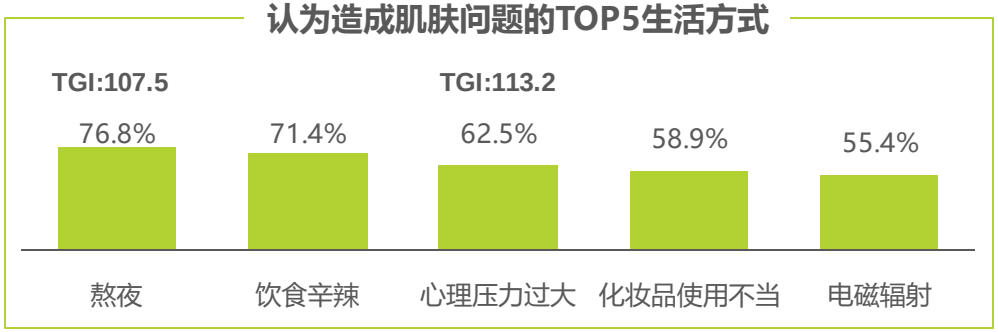
重度敏感人群画像

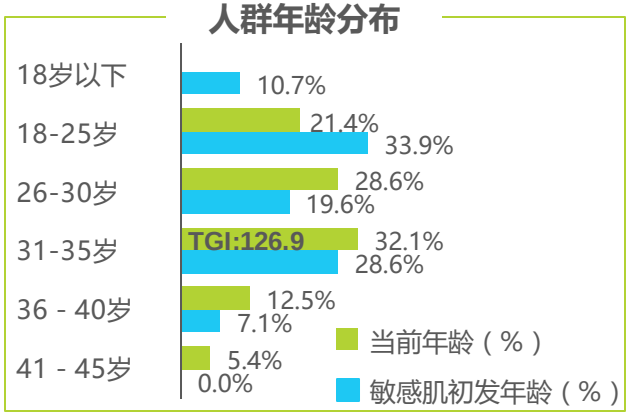
在一线城市高承压的成熟女性

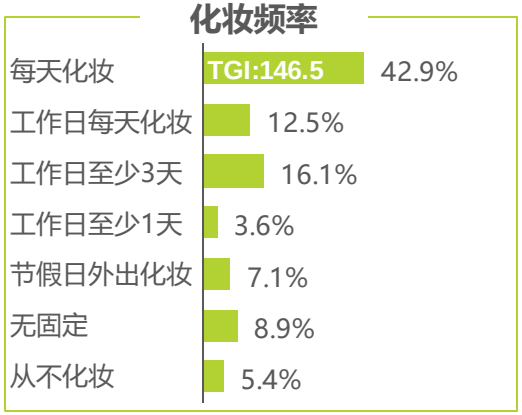
有重度敏感肌肤问题的女性，突出分布在31-35岁年龄段，有超过33%的人群生活在一线城市，在四类群体中最为突出。熬夜，心理压力过大是他们认为造成肌肤问题的主因。尽管他们认为化妆会导致肌肤暗黄粗糙和滋生皱纹，但仍有高达42.9%的被访者会每天化妆。

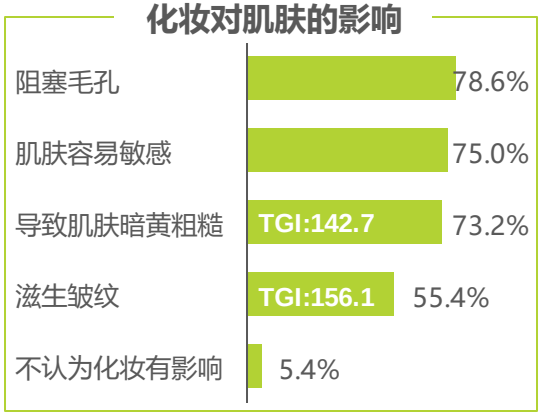
2020年中国重度敏感女性人群画像-人群特征及生活方式











样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛+泛红+红肿+发炎”的消费者，n=56；城市等级划分引用第一财经《2020城市商业魅力排行榜》。

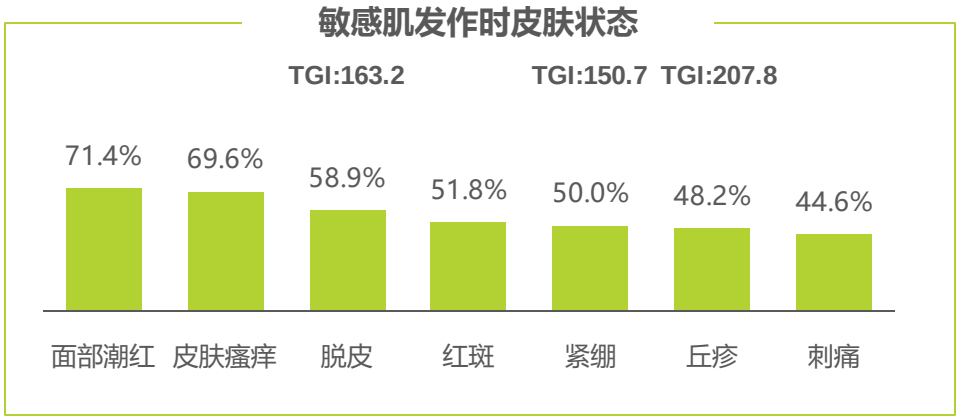
©2020.7 iResearch Inc.

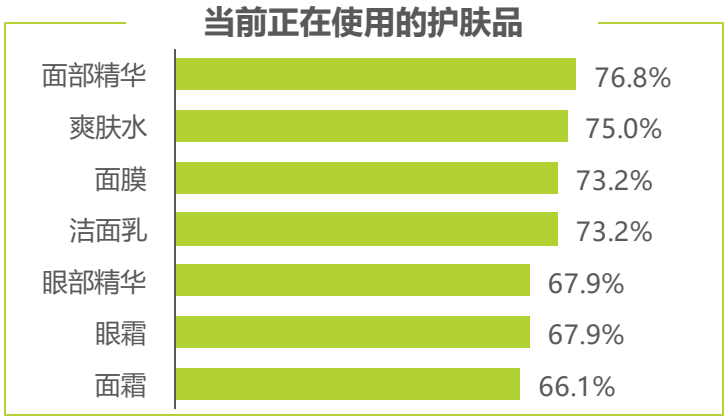
重度敏感人群护肤状态

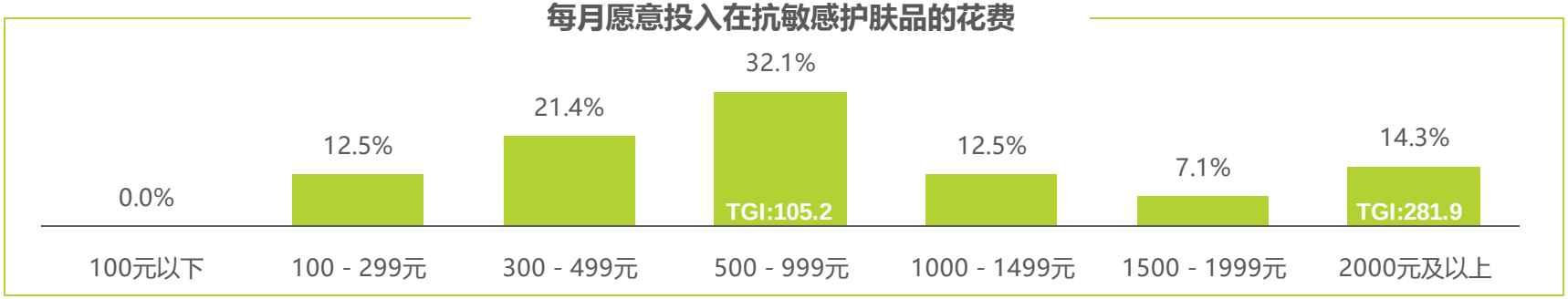
更敏感的肌肤状态伴随着更精细的护理需求

重度敏感女性皮肤问题表现在四类人群中最为突出，尤其表现在脱皮、紧绷、丘疹三方面。同时面部精华类产品的使用行为，在本人群中表现最为突出，月均抗敏护肤品花费在2000元以上的比例在四类人群中同样最高。

2020年中国重度敏感女性人群画像-护肤需求







样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B2. 敏感肌发作时严重程度为“瘙痒+刺痛+泛红+红肿+发炎”的消费者，n=56。

©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌基础分析 1

敏感肌人群画像 2

敏感肌人群消费行为态度 3

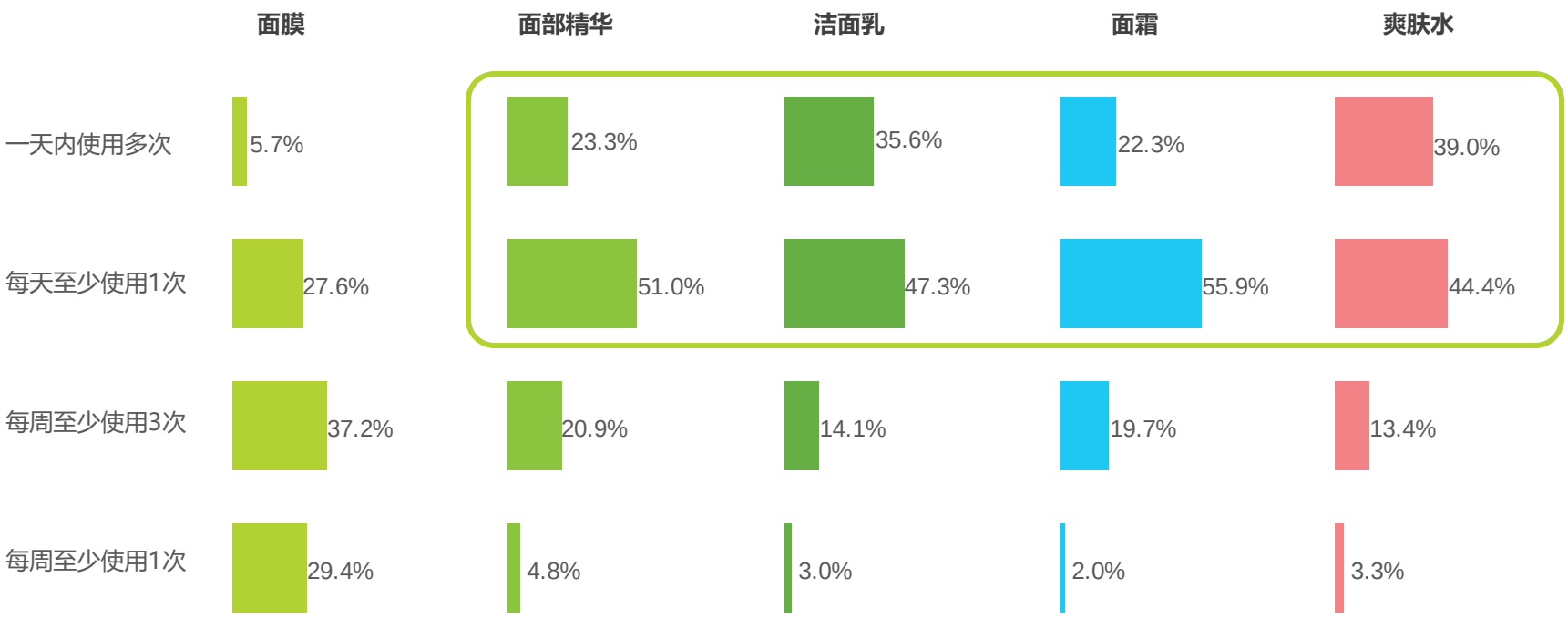
敏感肌护理发展趋势 4

每天坚持护肤好习惯

超五成用户每天坚持使用面部精华、洁面乳、面霜、爽肤水

敏感肌用户在护肤问题上极为勤快，超五成用户每天坚持使用面部精华、洁面乳、面霜、爽肤水，有超过30%的被访者甚至会在一天内多次使用洁面乳及爽肤水。

2020年中国女性使用率TOP5护肤品使用频率



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，D1.您对这些抗过敏护肤产品的使用频率是？，n=533。

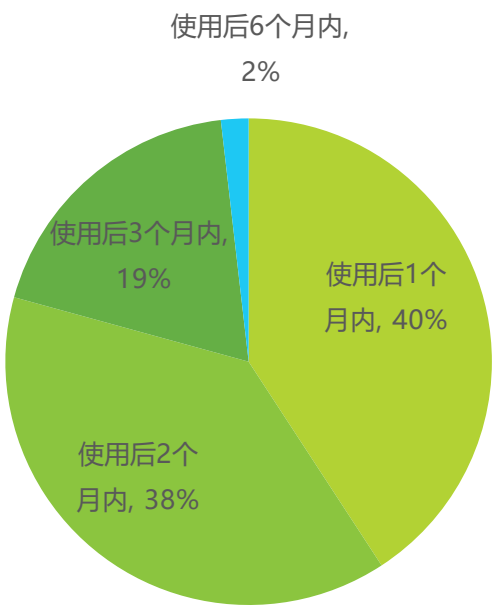
©2020.7 iResearch Inc.

行动积极勤快，心态热切期待

持续稳定使用抗敏护肤品，且期待使用后短期内能看到效果

有40%的被访者希望使用抗敏护肤品后，能在1个月内看见效果，而且超过60%的被访者在周期内会坚持使用，甚至有22%的被访者会以疗程式增加抗敏护肤品的用量。

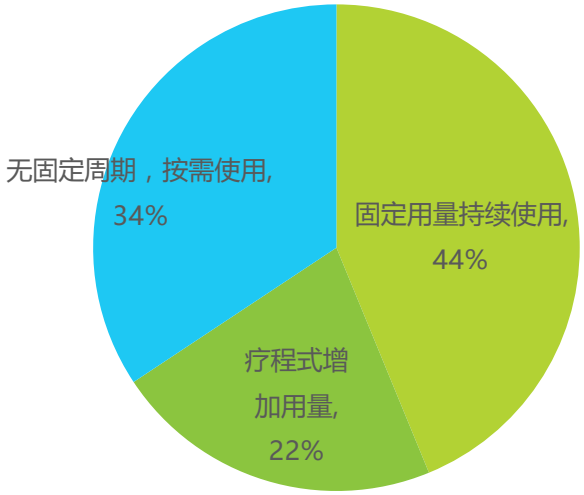
2020年中国敏感肌女性对产品起效时间期望



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B5.因敏感肌问题，选择化妆品的考虑因素，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

2020年中国敏感肌女性抗敏护肤品使用周期



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B15.对宣称“天然”概念的抗敏护肤品态度，n=612。

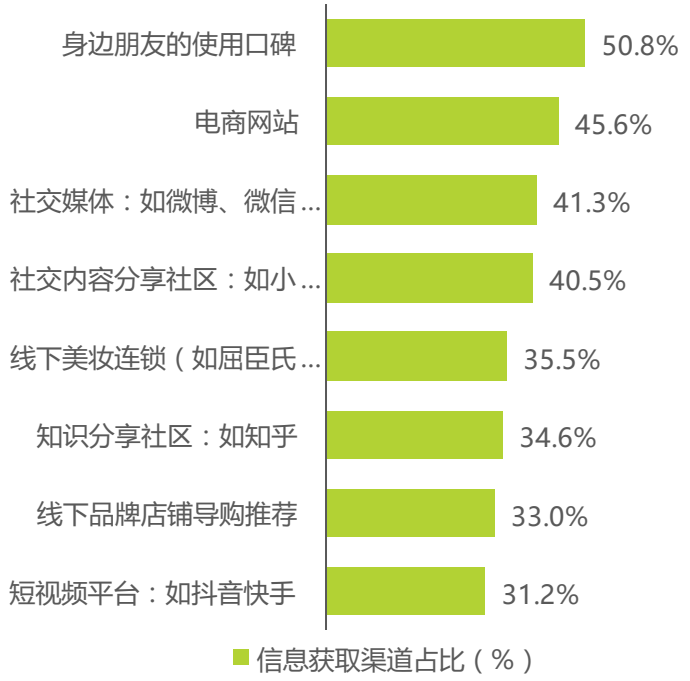
©2020.7 iResearch Inc.

偏好通过电商网站完成种草拔草

可借力朋友口碑，社交账号媒体等信息渠道助力电商转化

朋友口碑、电商网站、社交媒体，被访者获取产品信息的三大渠道。电商网站一方面有45.6%的用户会从中获取产品信息，同时有65.7%的被访者选择在电商网站购买抗敏护肤品，电商网站正承接着信息获取+购买转化的双重功能。

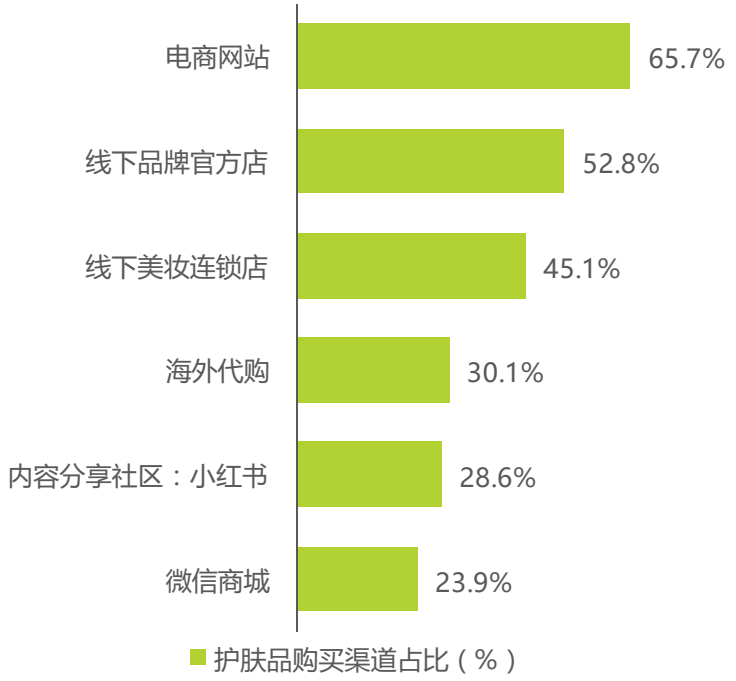
2020年中国女性抗敏护肤品信息获取渠道



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，D6.抗敏护肤品信息获取渠道，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

2020年中国女性抗敏护肤品购买渠道



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，D7.抗敏护肤品购买渠道，n=612。

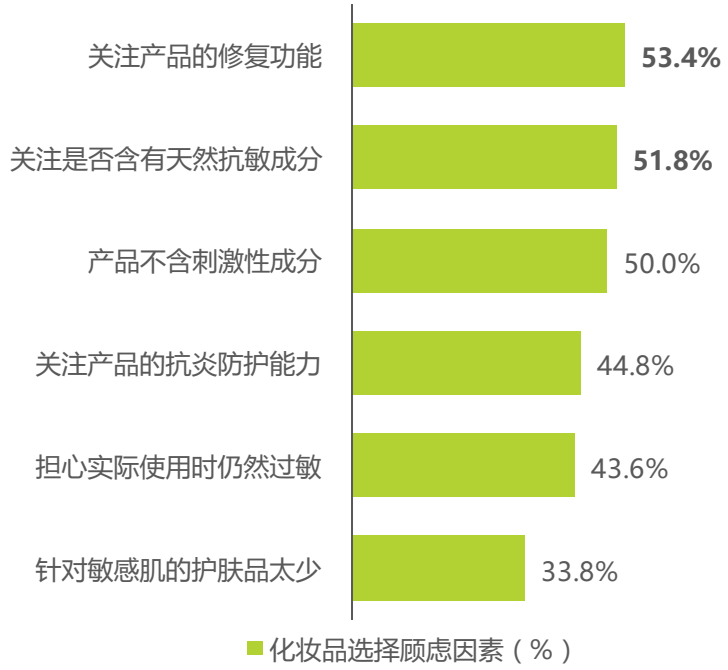
©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌用户对产品天然成分关注度高

过五成被访者认为抗敏类护肤品中天然成分占比不低于60%

敏感肌女性选择化妆品时最在意产品对肌肤的修复功能，以及成分是否天然无刺激。同时，有53%的被访者认为抗敏类护肤品中天然成分至少要占六成。

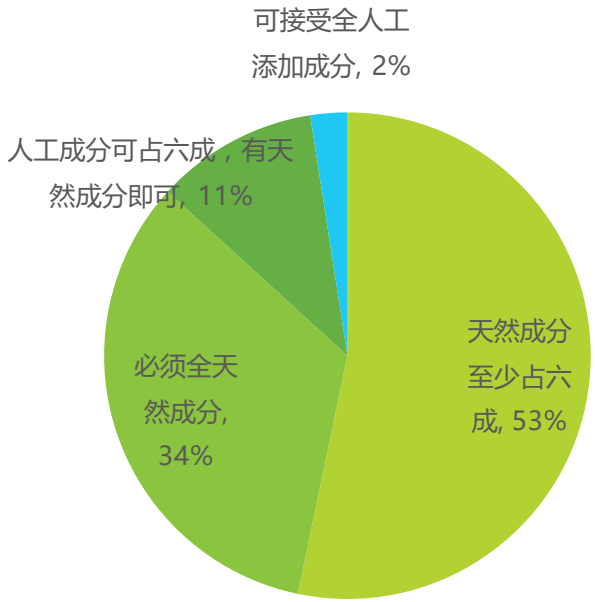
2020年中国敏感肌女性化妆品选择顾虑



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B5.因敏感肌问题，选择化妆品的考虑因素，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

2020年中国敏感肌女性对抗敏护肤品选择偏好



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B15.对宣称“天然”概念的抗敏护肤品态度，n=612。

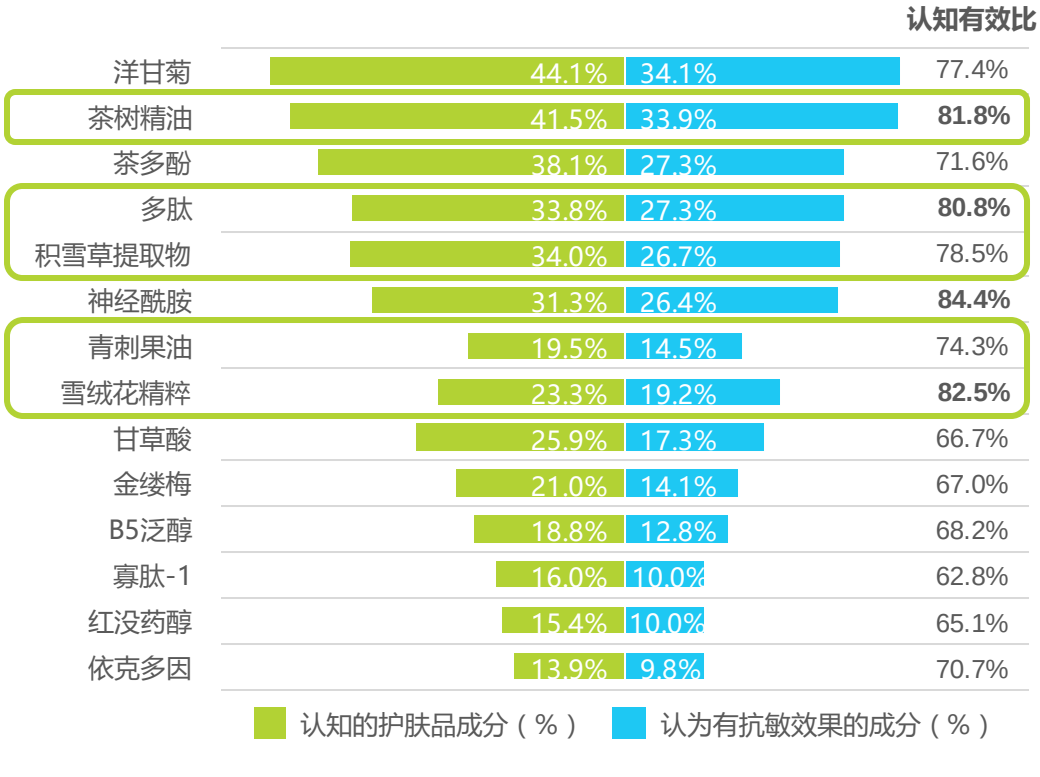
©2020.7 iResearch Inc.

消费群体对产品认知存在一定滞后

青刺果油近期增长迅速，但市场认知程度偏低

青刺果油，积雪草提取物，雪绒花精华是近半年产品数增长最为迅速的抗敏护肤成分，但敏感肌用户对其认知程度仍相对偏低，但信任程度较高，超过七成被访者认为对应成分具有抗敏护肤效果。

抗敏护肤品成分受认知度及热门成分产品增幅





TOP1：青刺果油

2020年1-5月京东天猫产品数同比

366.7%



TOP2：积雪草提取物

2020年1-5月京东天猫产品数同比

169.4%



TOP3：雪绒花精华

2020年1-5月京东天猫产品数同比

15.2%

样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B7.认知哪些护肤品成分，n=533；B8.认为哪些护肤品成分可改善敏感肌问题，n=469；认知有效比：认为有效%/认知成分%*100%。
来源：艾瑞Ectracker电商平台销量监测数据产品。

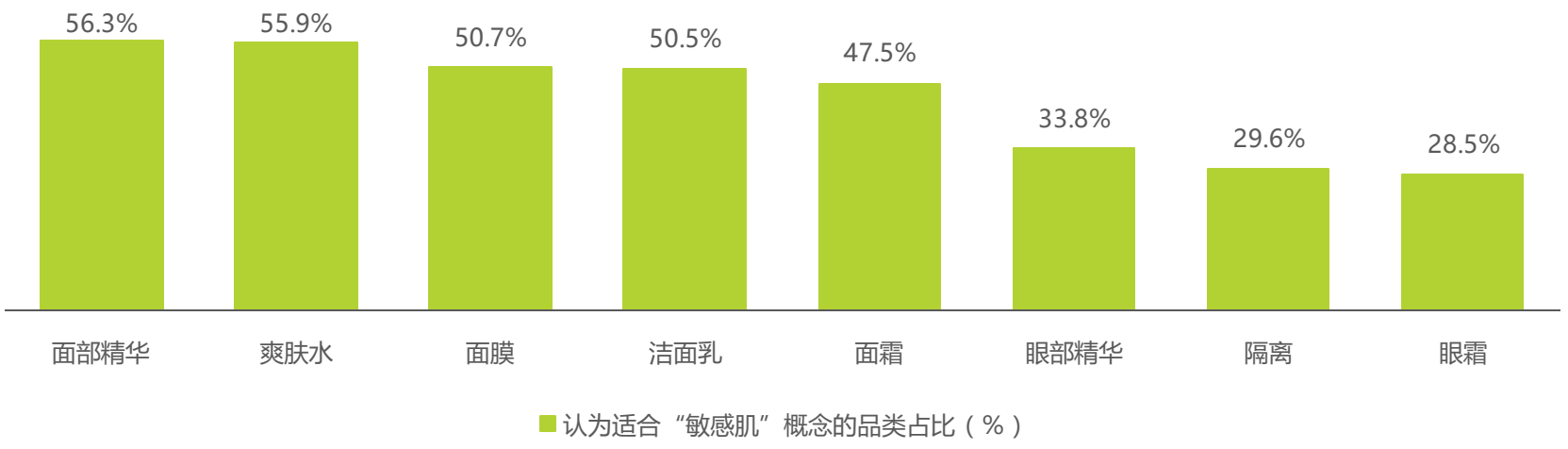
©2020.7 iResearch Inc.

精华类产品抗敏概念受敏感肌用户重视

浓度高，效用强的精华类产品，在护理敏感肌方面挑战更大

擅长修复深层肌肤问题的精华类产品，因为其浓度高，效用强的产品特性，其刺激程度一般比其他护肤品更强，敏感肌用户对待精华类产品亦表现得更为谨慎，用户亦更为在意精华类产品是否“适合敏感肌”

2020年中国女性看重“适合敏感肌”概念的护肤品类



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B9.您认为“适合敏感肌”的产品概念对哪些护肤品更重要，n=533。

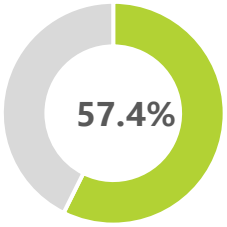
©2020.7 iResearch Inc.

舒敏温和是敏感肌用户的核心诉求

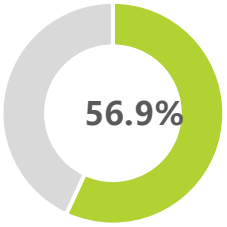
实用至上，舒缓肌肤敏感是抗敏护肤品首要特性

敏感肌用户首要关注护肤品功效，最为关注用后对敏感肌肤的舒缓情况，其次有56.9%用户认为使用过程中，温和不刺激的体验同样是必备因素。此外，修复肌肤屏障，深层保湿，提升耐受力等均是敏感肌用户认为抗敏护肤品需要具备的头部特性。

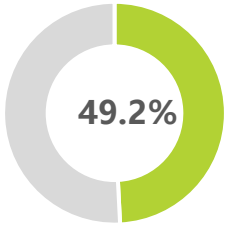
2020年中国女性认为抗敏护肤产品需要具备的特性



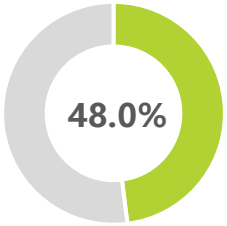
舒缓皮肤敏感状况
重要性得分：4.58



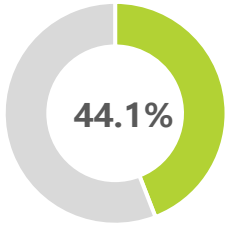
使用温和不刺激
重要性得分：4.64



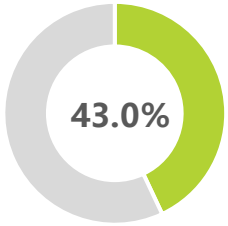
能修复肌肤屏障
重要性得分：4.56



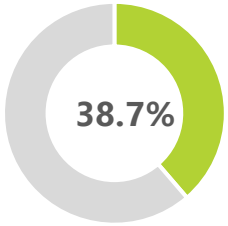
深层水润保湿
重要性得分：4.57



提升皮肤耐受力
重要性得分：4.35



肤感好，易吸收不黏腻
重要性得分：4.45



快速补水减少脱皮
重要性得分：4.55

样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B10.您认为抗敏护肤产品应该具备什么特性，n=612； B11.您认为这些特性的重要程度得分应该是多少？，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

国潮产品正努力与国际品牌同台竞争

欧日韩抗敏护肤品牌认知程度接近

雅漾、理肤泉、薇姿等欧洲品牌，及芙丽芳丝，珂润等日韩品牌占据着敏感肌用户的品牌认知心智，而果本，玉泽等国潮品牌，在一众国外品牌的围堵下，亦努力在抗敏护肤市场中参与竞争。

2020年中国敏感肌女性对抗敏护肤品牌认知程度



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B12.您了解以下哪些抗敏类护肤品牌？，n=612。

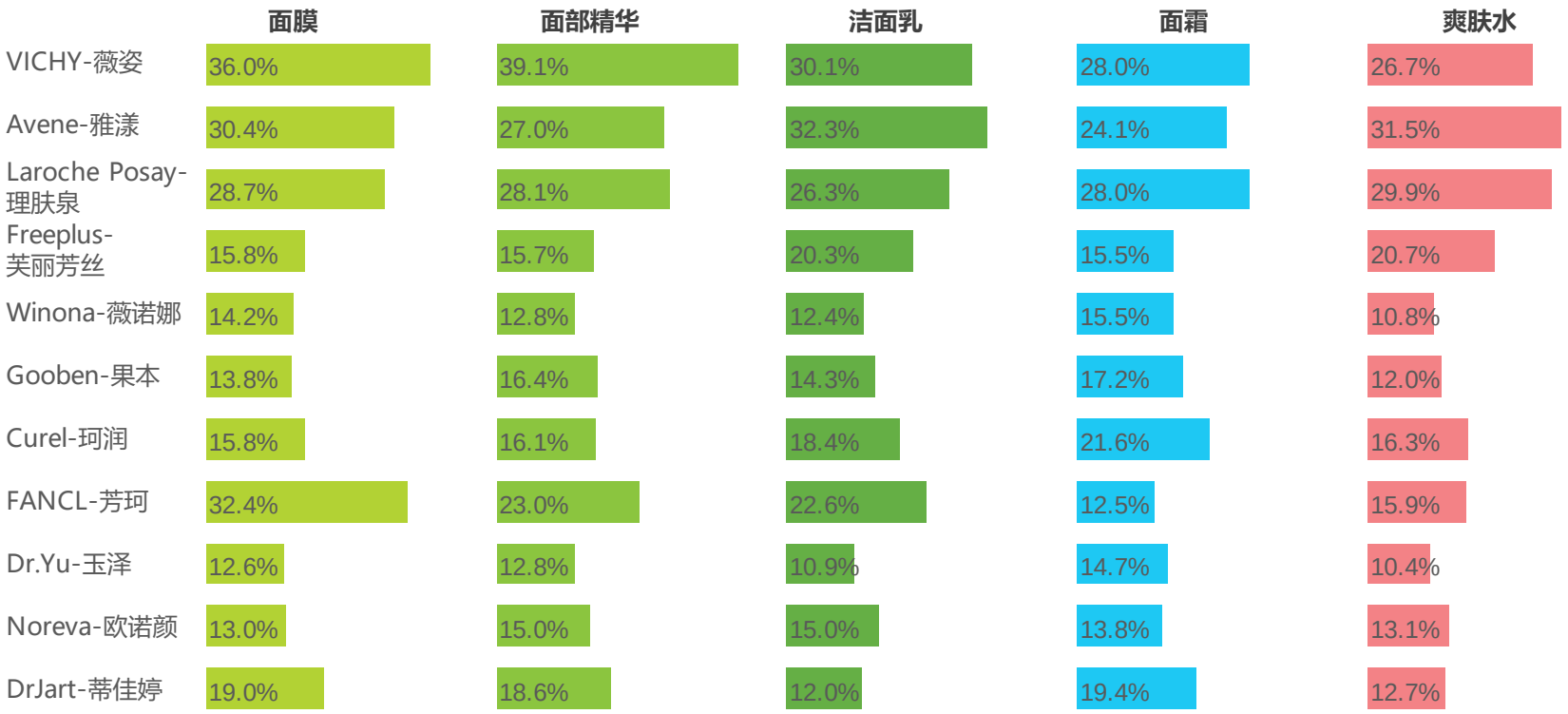
©2020.7 iResearch Inc.

头部品牌拥有较高的用户复购意愿

薇姿雅漾均有3项产品复购率高于30%

薇姿的面膜、面部精华、洁面乳的复购意愿均在30%以上，而雅漾则在面膜、洁面乳、爽肤水品类更能赢得消费忠诚。

2020年中国敏感肌女性未来仍会购买的抗敏护肤品品牌



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，D4.您未来还会继续购买以下哪些抗敏护肤产品/品牌？，n=356。

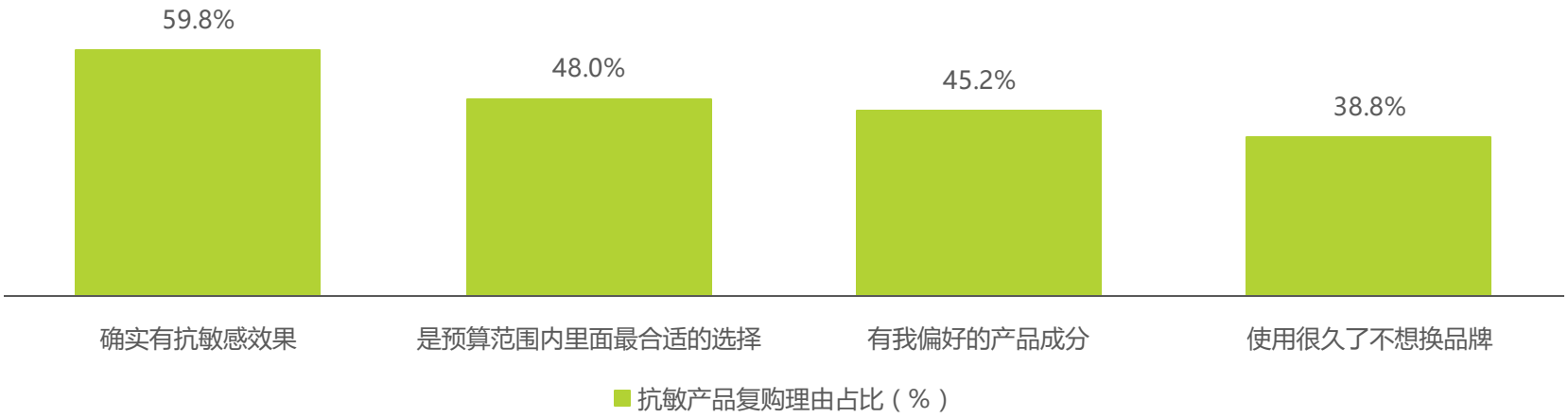
©2020.7 iResearch Inc.

品牌粘性大多来自良好的使用体验

近六成用户认为产品有抗敏效果所以复购

59.8%的被访者认为在用产品有抗敏感效果因此复购，其次就是“预算范围内最合适选择”和产品“有偏好的成分”，占比分别为48.0%与45.2%。

2020年中国敏感肌女性对抗敏品牌复购的理由



样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，D5.您对这些品牌产品忠诚复购的理由是？，n=356。

©2020.7 iResearch Inc.

敏感肌基础分析 1

敏感肌人群画像 2

敏感肌人群消费行为态度 3

敏感肌护理发展趋势 4

敏感肌护理三大场景趋势

日常护理、危机应急、深层修复是敏感肌精细管理场景趋势

弱轻中重的四个敏感肌等级状态，结合敏感肌人群不合理化妆，环境突变不适应，生活作息不规律等多方面生活习惯造成的致敏原因，预期未来敏感肌人群的肌肤护理，将会发展出三大趋势：日常自我维护，特定状况应急处理，严重敏感专业修复。

敏感肌护理发展趋势



—01— 日常护理

肌础维护（弱/轻/中度敏感适用）

- 以简单无添加的产品成分，精准满足敏感脆弱肌肤日常护理需求，维持肌础健康；



—02— 危机应急

急救处理（弱/轻/中度敏感适用）

- 针对气候变化，阳光暴晒，差旅熬夜等敏感肌突发情况，提供及时有效的急救方式；



—03— 深层修复

重构屏障（中/重度敏感适用）

- 使用专业美容服务搭配天然抗敏护肤产品，为不健康的肌肤状态重构屏障；

来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制。

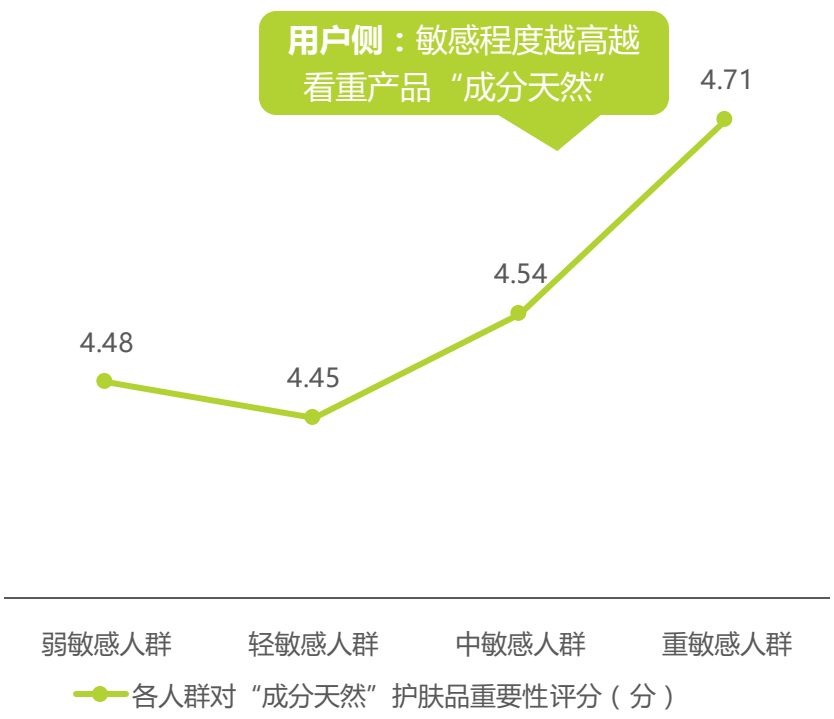
©2020.7 iResearch Inc.

趋势一：讲究成分天然降低肌肤负担

对产品天然成分的重视程度，与肌肤敏感程度呈正相关

肌肤的敏感程度越高，对护肤品要求亦越发要高，用户侧表现在敏感肌问题越严重的女性，其对“天然成分”的护肤品重要性评分越高，而在产品侧，抗敏类护肤产品成分比普通产品成分数更少，对肌肤负担更低。

2020年中国各敏感肌层级女性对抗敏护肤品重要程度评分







产品侧：抗敏护肤品成分数普遍在20种以内

抗敏感洁面产品具有成分少，安全等级高，致癌风险低等产品特征

样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，B11.您认为抗敏护肤产品“成分天然”特性的重要程度有多高（1分最不重要，5分最重要）？，n=612。

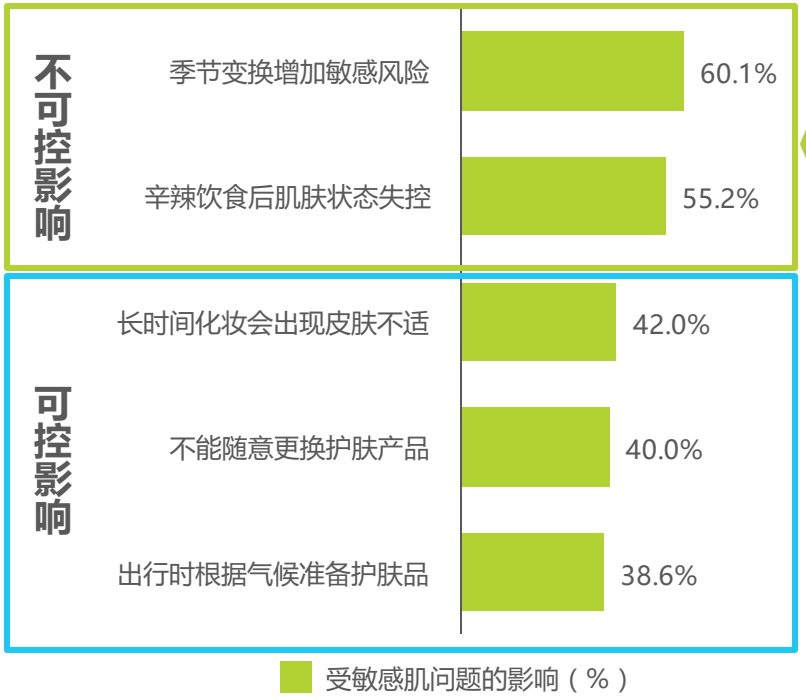
©2020.7 iResearch Inc.

趋势二：不可控肌肤问题隐含急救需求

敏感肌问题造成的主要影响具有不可控的随机性

敏感肌人群中有超过五成认为，敏感肌受季节变换与辛辣饮食等不稳定因素影响，敏感肌问题出现具有较不可控的随机性。一旦敏感肌出现在关键的人生场合，具有急救功效的抗敏护肤品则会应对未来的潜在需求

2020年中国女性受敏感肌问题造成生活影响



随机问题影响

- **敏感突发**：因换季气候突变，差旅出外饮食无法选择，造成的敏感肌突然发作；
- **关键场合**：当毕业、婚礼、面试等关键人生节点遭遇敏感肌，但肌肤不在状态...

潜在产品需求

高浓度：需要营养程度比普通精华高出数倍，对皮肤进行有效的密集式护理的产品；

易携易抛：易抛便携为的产品设计思路，针对性急救随机出现的敏感肌问题；

快见效：高度丰富的营养，必须伴随快速见效的使用效果；

来源：艾瑞根据企业访谈及行业公开资料整理绘制，图示产品实际功能与示例功能特点不完全对应。

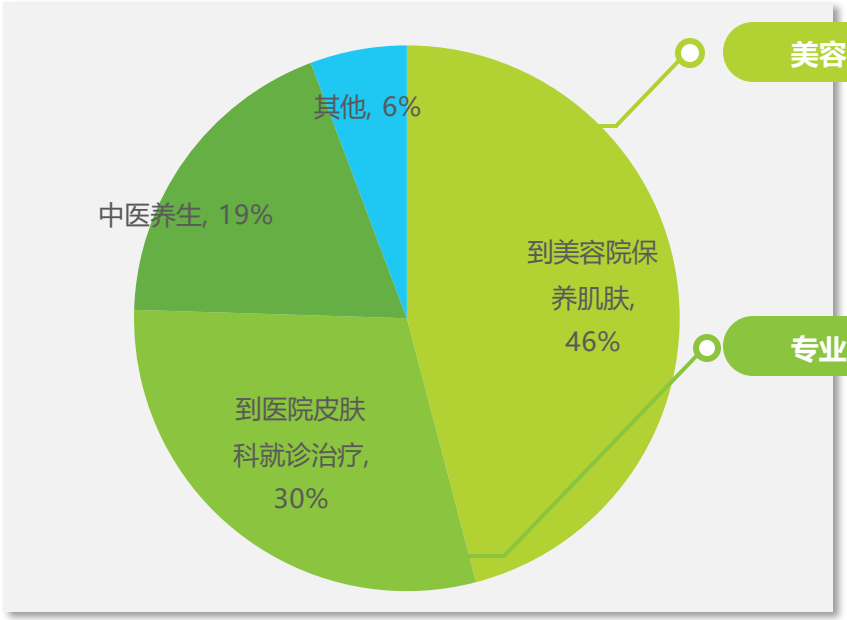
©2020.7 iResearch Inc.

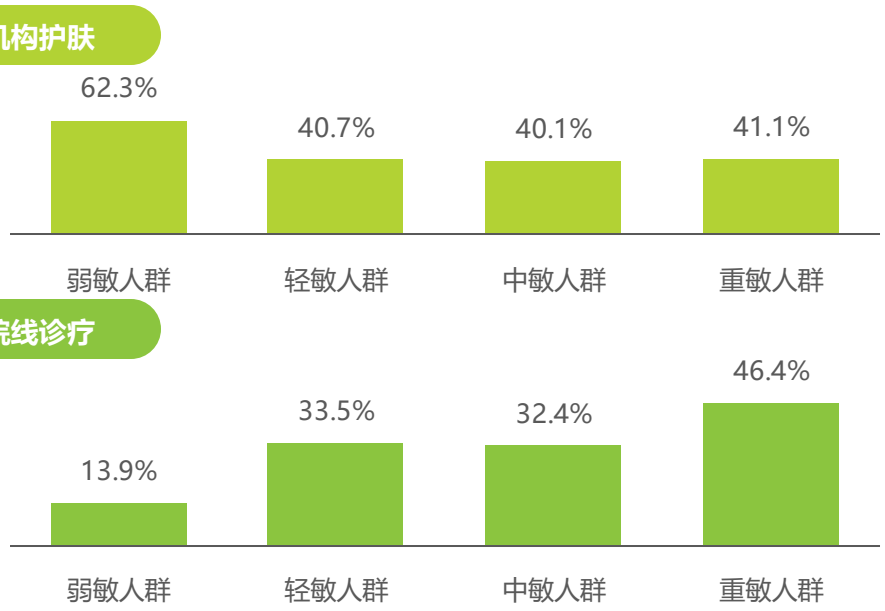
趋势三：专业机构服务修复敏感肌肤

除护肤品外，通过专业机构解决敏感肌问题

当肌肤出现严重敏感问题，通过敏感肌用户的个人护理行为很可能已无法解决肌肤异常状态。美容院保养，专科医院诊疗服务是主要方式，并且伴随着敏感程度的提升，专业级院线修复需求在对应人群中越发突出。

2020年中国女性除护肤品外敏感肌保养方式





样本：艾瑞2020年iClick问卷数据，S10.除护肤品外，其他处理敏感肌的选择方式，n=612。

©2020.7 iResearch Inc.

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，才能更好地为您服务。

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。

扫描二维码
读懂全行业

海量的数据　专业的报告

400-026-2099　ask@iresearch.com.cn

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。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询