

取暖电器

行业简析报告

2026

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON SPACE HEATERS

MICR



报告摘要

Report Summary

本报告为 2026 年中国取暖电器行业专业简析，系统梳理了行业发展脉络、市场格局与未来趋势。取暖电器按能源类型与产品形态可分为电取暖、燃气取暖、辅助集成类三大核心品类，行业发展历经萌芽起步、快速成长、加速升级、高质量发展四大阶段，完成了从单一功能向智能化、节能化、场景化的全面演进。2021-2025 年行业市场规模保持稳健增长，品类结构持续分化，踢脚线 / 对流式取暖器、PTC 暖风机、空气源热泵采暖机市场占比显著提升，传统电热油汀、红外辐射式产品份额持续收缩。

行业增长由政策与消费双轮驱动，政策端清洁取暖、能效标准升级与消费刺激政策持续加码，消费端南方非集中供暖区域需求全面觉醒，产品需求从“基础制热”向舒适、智能、安全、健康升级，2025 年智能取暖器产品销量占比已达 47.6%。行业产业链完整，利润向中游品牌端与下游渠道端倾斜，市场集中度持续提升，行业 CR5 从 2021 年的 58% 升至 2025 年的 76%，线上渠道占比 2025 年达 68.3%，成为行业核心销售载体。

行业未来发展机遇与挑战并存，政策红利释放、出海市场扩容、场景化创新突破、产业链协同升级构成核心增长机遇；同时面临原材料价格波动、海外贸易壁垒加剧、中低端产品同质化竞争、高端核心部件进口依赖等核心挑战。整体来看，智能化、绿色化、场景化、全球化将成为行业高质量发展的核心方向。

01. 品类全景：取暖电器定义及核心产品分类

- 取暖电器是指通过电能、燃气等能源转化为热能，用于提升室内或特定空间温度、改善取暖环境的电气设备及器具，涵盖家用、商用等多场景应用，是居民生活与公共设施保障的重要组成部分。
- 按能源类型及产品形态，可分为三大核心品类，各细分产品特征及应用场景如下：
 1. 电取暖电器（市场主导品类）：包括PTC暖风机、电热油汀、踢脚线/对流式取暖器、红外/辐射式取暖器、电热毯/地暖垫、欧式快热炉、空气源热泵采暖机、电壁炉等。
 2. 燃气取暖电器：包括燃气壁挂炉、燃气暖风机/伞式燃气取暖器，核心应用于无集中供暖区域及商用场景。
 3. 辅助与集成类取暖设备：包括热泵空调/电辅助空调、集中式电地暖/水地暖、太阳能+热泵复合采暖系统等。

市场主流的取暖电器

PTC暖风机



电热油汀



踢脚线取暖器



红外辐射取暖器



电热毯



02. 发展脉络：中国取暖电器行业迭代四阶段

- 中国取暖电器行业发展历经四大阶段，从单一功能向智能化、节能化、场景化全面演进，行业成熟度持续提升。

取暖电器在中国的迭代的四个阶段



萌芽起步阶段

1980年-1999年

行业从零起步，产品形态单一，以简易电暖器、电热毯为主，技术含量低，核心满足北方地区基础取暖需求。1988年中国家用电器协会成立后，行业管理逐步步入正轨，电暖器等产品开始逐步进入千家万户。此阶段市场规模小，消费渗透率不足5%，生产企业以小型作坊式为主。



快速成长阶段

2000年-2010年

随着居民收入提升与城镇化推进，北方“煤改电”政策初步试点，油汀、暖风机等产品快速普及，美的、格力、艾美特等企业逐步崛起，形成规模化生产能力。产品开始注重安全性与基础功能优化，线下家电连锁渠道成为核心销售载体，市场规模从数十亿元增长至百亿级。



加速升级阶段

2010年末-2022年

消费升级驱动产品迭代，智能温控、静音设计、节能高效成为核心卖点，踢脚线取暖器、空气源热泵等新品类快速崛起。2022年欧洲能源危机爆发，中国取暖电器出口迎来爆发式增长，同时长江流域等南方非集中供暖区域需求觉醒，市场规模持续扩容。



高质量发展阶段

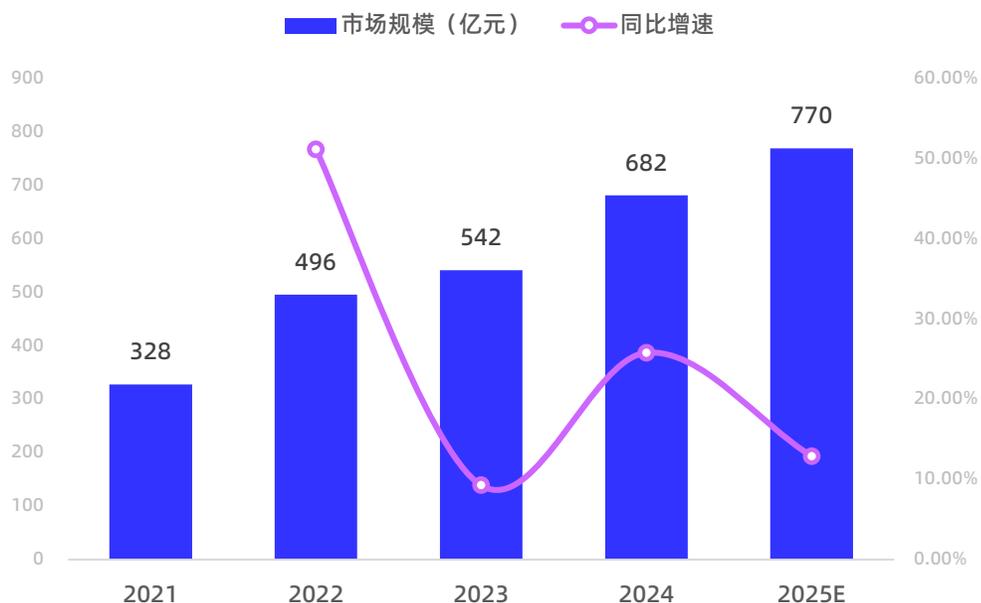
2023年至今

行业进入“技术创新+品牌升级+全球化”新阶段，智能化（AI自适应、远程控制）、绿色化（高能效、低碳排放）、场景化（细分人群、细分场景定制）成为核心发展方向。政策聚焦清洁取暖与能效升级，行业集中度提升，龙头企业加速全球化布局与产业链整合。

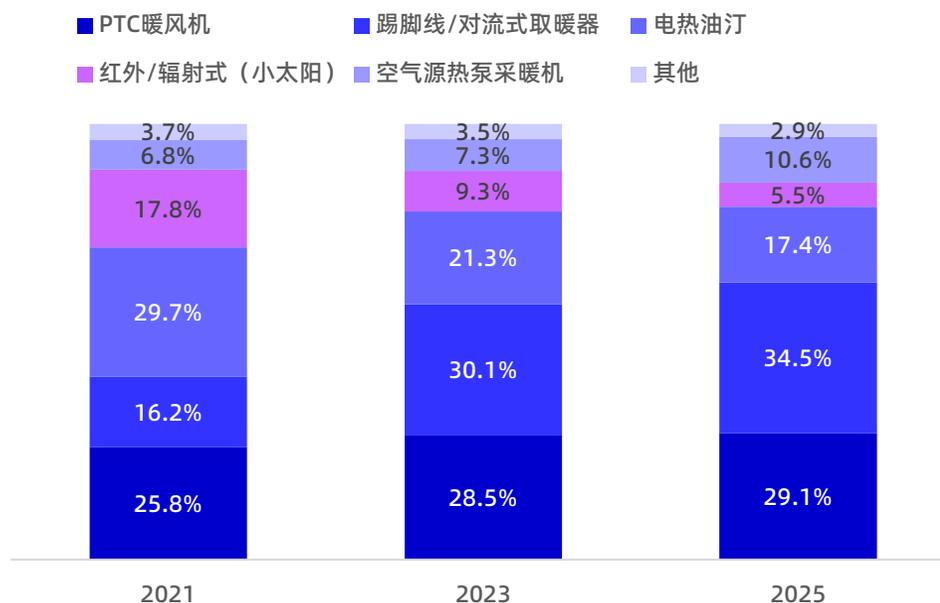
03. 行业规模与结构：近五年市场增长及品类占比变迁

- 近五年中国取暖电器行业市场规模保持稳健增长，受政策驱动、消费觉醒及出口拉动影响。2021-2022年，北方煤改电政策持续落地，叠加南方寒潮刺激内需，基础取暖需求释放，推动取暖电器市场快速扩张。2022年后，受欧洲能源危机影响取暖电器出口维持高位，国内市场受“以旧换新补贴”政策刺激，进入平稳增长通道。
- 产品结构方面，踢脚线/对流式取暖器呈快速增长状态，石墨烯涂层、智能控温款成主流产品；PTC暖风机的市场占有率稳步增长，小型化、防水化产品逐步进入市场；受政策补贴及节能需求双重驱动，空气源热泵采暖机逐渐被市场接受，增长迅速；而传统电热油汀、红外辐射式取暖受能耗、安全隐患等因素影响市场占比持续收缩。

2021-2025年中国取暖电器市场规模（亿元）及增速（%）



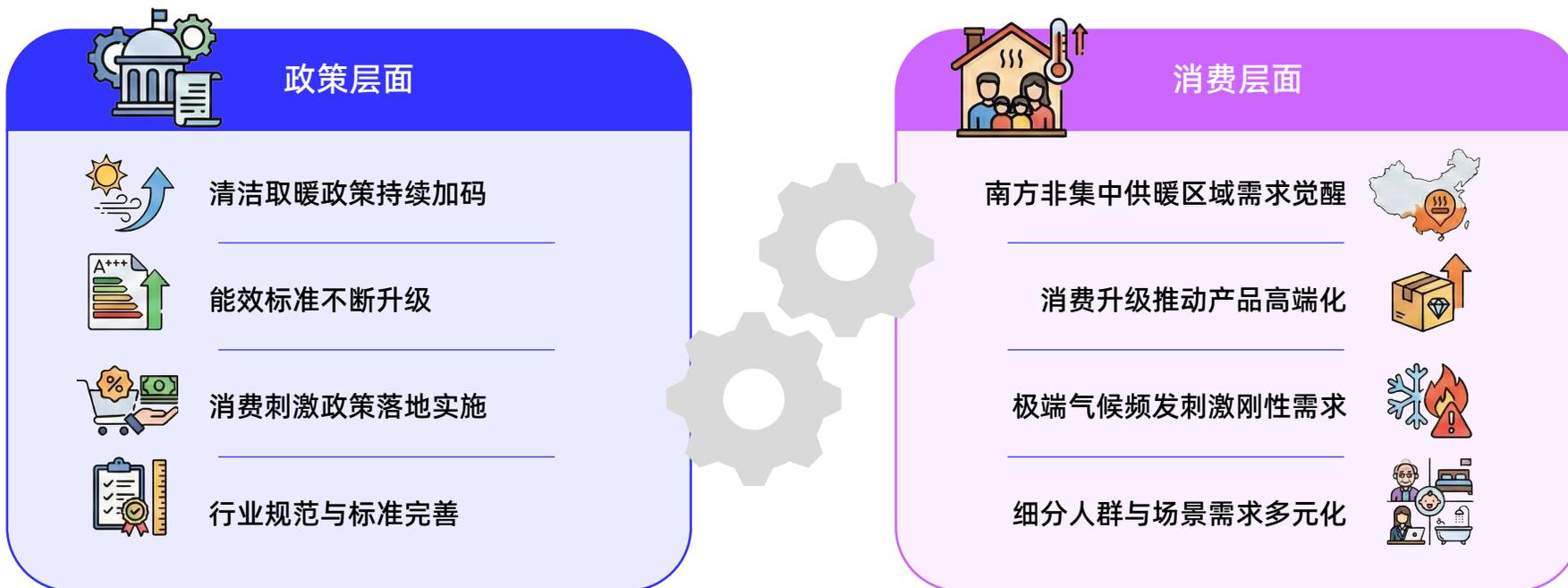
2021-2025年主要取暖电器市场占比



04. 双轮驱动：政策与消费赋能行业持续增长

- 政策层面，清洁取暖政策持续加码，能效标准不断升级，消费刺激政策落地实施，行业规范与标准完善这些因素叠加，推动了取暖电器行业的稳定发展。
- 消费层面，近年长江流域及南方地区冬季湿冷气候显著，南方市场对供暖需求的觉醒，推动了取暖电器设备需求的爆发式增长。消费者对取暖电器的需求也从“基础制热”向“舒适、智能、安全、健康”转变，2025年智能取暖器产品销量占比已达47.6%。细分人群与场景需求多元化也成为行业发展的新增长点，针对老年人群、儿童、宠物主、户外露营人群等细分市场的产品创新，推动市场进一步扩容。

政策与消费层面驱动市场的主要因素



05. 技术革新：从基础制热到智能绿色的进阶之路

- 中国取暖电器行业技术迭代经历三个阶段：第一阶段（2000年前）：基础制热技术，以电阻丝、电热管发热为主，核心满足制热需求，安全性与能效性较差；第二阶段（2000-2020年）：节能与安全技术升级，PTC陶瓷发热、导热油散热、防烫外壳、倾倒断电等技术普及，能效水平逐步提升；第三阶段（2020年至今）：智能化与绿色化技术融合，AI控制、物联网、新材料、储能技术与传统制热技术深度融合，产品向高效、智能、低碳、场景化方向发展。

取暖电器最新技术核心特点

智能化技术普及应用

AI自适应控温技术成为主流，搭载红外人体感应、环境温湿度监测的AI机型占比超75%，可根据人体位置、活动状态自动调节功率与出风方向，温度控制精度提升至 $\pm 1^{\circ}\text{C}$ 以内。同时，WiFi连接、语音控制、手机APP远程操控成为中高端产品标配，支持与智能家居平台深度融合，2025年支持WiFi连接的产品销量占比达48.7%，预计2026年将达到55.3%。

绿色节能技术突破

储能技术规模化应用，“谷电储能+峰时放热”机型渗透率较2025年提升65%，部分机型可储存8-12小时热量，节能率达50%。空气源热泵技术持续优化，制热能效比（COP）保持在3:1以上，在北方清洁取暖项目中广泛应用，2025年国内销量突破500万台。石墨烯、碳纤维等新型发热材料应用扩大，电热转化率提升至99%以上，同时降低产品重量与体积。

安全与健康技术升级

安全配置全面升级，防烫外壳、倾倒断电、过热保护、童锁功能成为标配，部分产品新增宠物防误触模式，检测到宠物靠近时自动降低表面温度。健康功能融合，部分高端产品集成PM2.5过滤、甲醛净化、恒湿制热功能，制热同时改善室内空气质量，颗粒物去除率达99.7%。

多技术融合与场景化创新

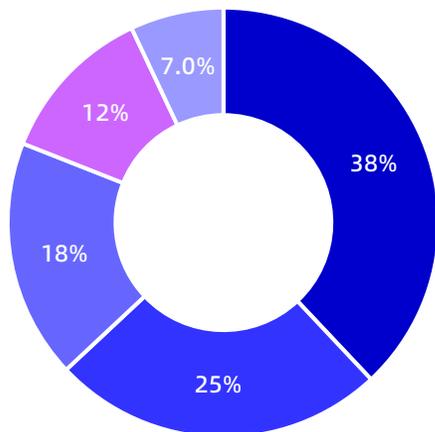
“太阳能+热泵”复合系统成为主流技术路线，市场占比预计突破55%，兼顾冬季采暖与夏季制冷，实现能源梯级利用。移动智能采暖技术兴起，搭载SLAM导航的移动采暖机器人可自主规划路线，根据人体位置移动制热，颠覆传统固定采暖模式。模块化设计普及，核心部件可单独更换，维修成本降低40%，同时适配欧盟《家电可持续性指令》对可回收材质的要求（占比 $\geq 60\%$ ）。

06. 出海图景：中国取暖电器出口现状与核心优势

- 中国是全球取暖电器第一大出口国，出口产品以电取暖电器为主，品类结构与国内市场略有差异，聚焦高性价比与适配海外市场需求的产品。2025年1-11月，电暖器、电热毯等电气空间加热器出口量达10615万台，同比增长6.18%。核心出口产品包括：PTC暖风机、电热毯、踢脚线/对流式取暖器、油汀取暖器、地暖垫，其中具备节能、便携、多功能的产品出口增速最快，石墨烯电暖器出口增速超40%。
- 中国取暖电器出口市场集中度较高，欧盟、日韩、东盟、北美为核心消费地，新兴市场增速显著。欧盟是第一大出口市场，2025年1-11月慈溪（出口量占全国近1/3）对欧出口取暖器12.8亿元，同比增长8.4%。德、法、英、东欧为核心进口国，受能源结构转型与冬季严寒影响，对节能型取暖电器需求持续旺盛，欧盟市场占全国取暖电器出口总额的38.6%。日韩为第二大出口市场，偏好多功能、智能、小型化产品，多面发热、可热茶、静音款产品热销，对产品颜值与安全性要求较高，占全国出口总额的19.2%。

2025年1-11月中国出口取暖电器核心产品占比

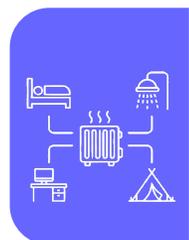
■ PTC暖风机 ■ 电热毯 ■ 踢脚线/对流式取暖器 ■ 油汀取暖器 ■ 地暖垫



中国出口电器产品的主要特征



能效适配性强



功能场景化定制



智能化与本土化结合



产业集群优势显著

07. 产业链透视：上中下游协同与价值分配格局

- 中国取暖电器行业产业链完整，上中下游协同发展，产业集群效应显著。产业链利润分配呈现“中游品牌端+下游渠道端占优”的格局，头部品牌企业凭借技术与品牌溢价获得较高利润率（15%-25%），代工企业利润率较低（5%-10%），上游原材料企业利润受价格波动影响较大（3%-18%）。

取暖电器产业链

上游：原材料与核心零部件

核心原材料
(铜、铝、钢材、塑料、石墨烯、碳纤维等)

核心零部件
(PTC发热体、电热管、压缩机、温控芯片、风机、储能电池、智能模块等)

中游：产品研发、生产制造、运营

整机制造商
(如美的、格力、艾美特、先锋等)

代工企业
(主要集中在慈溪、宁波等产业集群)

下游：销售渠道与终端消费

线上渠道
(京东、天猫、抖音、拼多多等电商平台，直播电商、社交种草等新模式)

线下渠道
(家电连锁卖场、综合商超、建材市场、区域经销商)



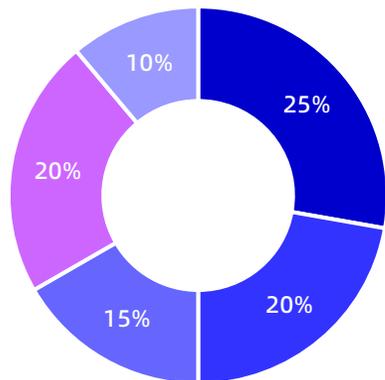
终端消费

08. 上游环节：原材料价格波动与供应链支撑力

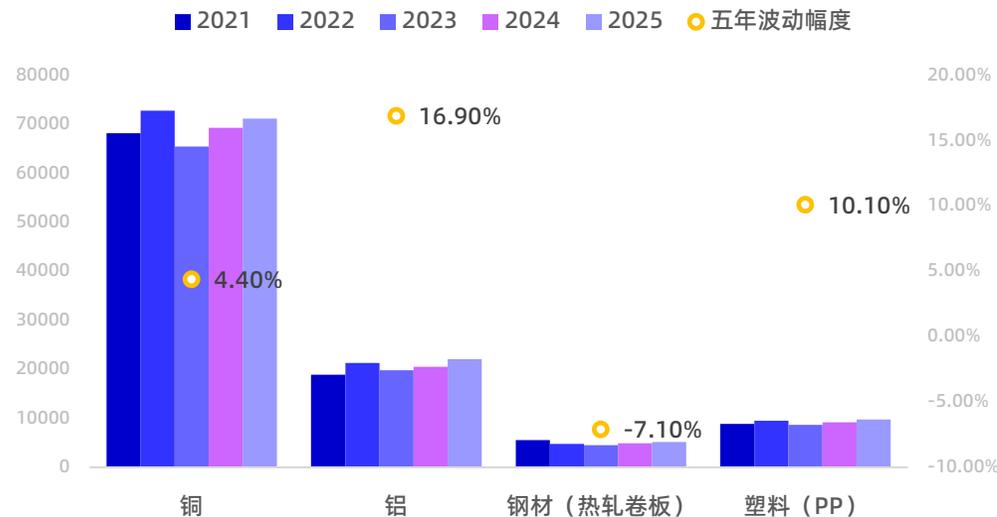
- 上游原材料与零部件占取暖电器生产成本的60%-75%，其中核心原材料占比约45%，核心零部件占比约30%。核心原材料包括铜（用于发热管、导线）、铝（用于散热片、外壳）、钢材（用于机身结构）、塑料（用于外壳、配件）、石墨烯/碳纤维（用于新型发热材料）等；核心零部件包括PTC发热体（占零部件成本的35%）、温控芯片（占比15%）、压缩机（空气源热泵核心，占比25%）、风机（占比10%）等。
- 铜、铝等大宗商品价格波动直接影响中游企业生产成本，2022年铝价同比上涨12.4%，导致部分中小型代工企业利润率下降3-5个百分点。头部企业通过规模化采购、长期协议锁定原材料价格，成本控制能力更强。核心零部件（如PTC发热体、温控芯片）国产化率虽持续提升，但高端芯片仍依赖进口，受国际供应链波动影响较大。2023年全球芯片短缺导致部分高端智能取暖器产能利用率下降至75%左右。新材料（如石墨烯导热膜）的规模化应用使生产成本下降15%-20%，推动终端产品价格下探，同时倒逼中游企业加大新技术产品研发投入，加速产品结构升级。由于原材料企业集中度较高，议价能力较强；核心零部件企业议价能力中等，部分具备技术优势的企业可获得较高溢价；中游头部品牌企业凭借规模化采购优势，可向上游争取更优惠的采购价格与付款条件。

取暖电器核心原材料成本占比（原材料总成本）

■ 铜 ■ 铝 ■ 钢材 ■ 塑料 ■ 石墨烯/碳纤维



2021-2025年原材料成本变动



09. 中游环节：格局分化与高质量发展路径

- 中国取暖电器行业中游市场竞争呈现“龙头主导、中小企业补充、跨界者入局”的格局，市场集中度持续提升，CR5（前五大品牌）占比从2021年的58%提升至2025年的76%。
- 2021-2025年，行业产能从12000万台增长至14000万台，产量从9800万台增长至11900万台，产能利用率从81.7%提升至85.0%，行业整体产能过剩风险较低，产能布局向产业集群集中，慈溪、宁波等地区产能占全国65%以上。
- 高效能、智能化产品占比显著提升，一级能效产品占比从2023年的38%提升至2025年的56%，智能取暖器产品销量占比达47.6%。传统低能效产品（如普通小太阳、老式油汀）份额持续收缩，逐步退出市场。
- 国内市场需求稳步增长，南方市场成为核心增量；出口市场保持稳健增长，2025年1-11月出口量同比增长6.18%，欧盟、新兴市场成为主要增长来源。

取暖电器中游市场竞争格局



跨界者

凭借自身技术优势（如机器人导航、工业级控温）聚焦细分场景产品，跨界切入取暖电器赛道。如西门子、科沃斯等。



第一梯队：全国性龙头品牌（合计占比50.4%）

美的、格力、海尔为核心，凭借全产业链优势、品牌影响力与渠道覆盖能力，占据主导地位。

格力,
12.3%
海尔,
13.4%



美的,
24.7%



第二梯队：专业品牌（合计占比34.5%）

艾美特、先锋等专业取暖电器制造商，聚焦细分品类，具备深厚的技术积累与生产优势。

先锋,
15.1%



艾美特,
19.4%



第三梯队：中小企业与代工企业（合计占比15.1%）

业数量众多，主要集中在慈溪、宁波等产业集群，以代工为主，聚焦中低端市场及海外代工。竞争力弱，受原料市场波动影响大，面临淘汰转型。

10. 下游环节：渠道迭代与消费需求升级浪潮

- 近十年中国取暖电器行业销售渠道经历“线下主导→线上崛起→全渠道融合”的变迁过程，渠道结构持续优化，线上渠道成为核心销售载体，线下渠道聚焦体验与下沉市场。
- 渠道变迁的核心驱动因素主要是以下几方面：一是消费习惯数字化迁移，年轻消费者偏好线上购物，便捷性与价格优势显著；二是电商平台与品牌企业加大线上投入，完善物流配送与售后服务体系；三是疫情后线下渠道转型，通过全渠道融合提升竞争力；四是下沉市场电商渗透率提升，带动线上渠道进一步扩容。

中国取暖电器行业销售渠道变迁的三个阶段

STEP 1 线下主导阶段

线下渠道占比超70%，核心包括苏宁易购、国美电器等家电连锁卖场，以及区域经销商、建材市场。该阶段消费者偏好线下体验后购买，线下渠道凭借终端覆盖与体验优势，占据主导地位。



STEP 2 线上崛起阶段

电商平台快速发展，线上渠道占比从2019年的35%提升至2022年的62%，京东、天猫成为核心线上渠道。2022年疫情期间，线下渠道受阻，线上渠道（含直播电商）爆发式增长，成为销量增长核心驱动力。



STEP 3 全渠道融合阶段

线上渠道占比持续提升，2025年达到68.3%，较2024年提升4.1个百分点，其中京东、天猫、抖音电商三大平台合计贡献线上销量的76.8%。线下渠道占比27.6%，聚焦三四线城市及乡镇下沉市场，同时通过“线上引流+线下体验+上门安装”的模式，实现全渠道融合。直播电商、社交种草成为关键决策触点，推动产品销量增长。

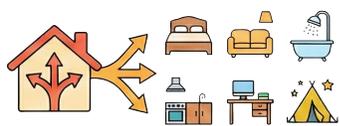


11. 下游环节：消费需求从“基础制热”向多元需求转变

- 近十年消费者对取暖电器的使用习惯发生显著变化，从单一追求“基础制热”向舒适、智能、安全、多元的综合体验全面升级。
- 舒适层面，用户不再满足于简单升温，更看重制热均匀性、静音运行、恒温控温与低噪无风感，浴室防水、全屋对流等适配不同空间的舒适属性成为选购关键。
- 智能层面，远程 APP 操控、语音联动、AI 自适应调温快速普及，设备可接入智能家居生态实现场景联动，操作便捷性大幅提升，年轻群体成为智能功能核心受众。
- 安全层面，倾倒断电、过热保护、防烫外壳、童锁等配置从选配变标配，适老、宠物友好等安全设计更受重视。
- 多元层面，使用场景从卧室、客厅延伸至办公、露营、卫浴等细分领域，便携款、桌面款、商用款等细分产品走俏，消费需求呈现场景化、个性化、品质化特征，推动产品结构持续迭代。

消费者对取暖电器需求的主要变化

需求场景多元化



从传统卧室、客厅取暖，向浴室、厨房、阳台、办公场所、露营地等多场景延伸，便携式、防水型、移动型产品需求增长显著。
北方用户：补充采暖。
南方用户：以主力采暖。

产品偏好高端化



能制热 快热、静音、节能、智能

从基础制热向高性能、智能转变。中高端(300-800元)占比2016比2025年提升35.7%。800元+高端占22.2%。青睐智能控温、远程控制、空气净化。

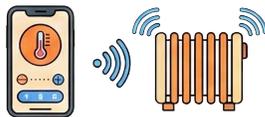
购买决策理性化



能效等级 安全性能 品牌口碑

关注能效、安全、品牌与服务，价格敏感度下降。
2025年数据显示：
42.6%首选能效等级，
31.8%优先考虑安全性能。

使用行为智能化



习手机APP、语音校制、远程启停、定时预约。年轻群体(25-35岁)偏好智能(占比42.6%，客单价458元)；中老年注重实用与安全(复购率78.3%)。

环保意识提升



偏好低碳、节能产品。空气源热泵、储能型取暖器销量增速高。2025年节能产品占比预计超60%。

区域使用习惯差异



大功率节能型

便携、静音、多功能

北方：关注效率与成本，偏好大功率节能产品(如空气源热泵)。
南方：偏好便携、静音、多功能小型设备(如PTC暖风机、电热毯)。

12. 企业案例：中国家电龙头企业-美的集团

- 美的集团（股票代码：000333）是中国家电行业龙头企业，也是全球领先的科技集团，成立于1968年，总部位于广东佛山，2013年在深交所上市。美的集团业务涵盖家电、暖通空调、机器人与自动化系统、数字化业务等多个领域，其中取暖电器业务是暖通空调与家电板块的核心组成部分，产品覆盖暖风机、踢脚线取暖器、电热油汀、空气源热泵采暖机等全品类，具备研发、生产、销售、服务一体化能力。2025年，美的取暖电器国内市场份额达24.7%，全球市场份额超15%，连续多年位居行业第一，是中国取暖电器行业的标杆企业，其经营现状与竞争优势对行业发展具有重要引领作用。

美的品牌各类取暖电器



踢脚线取暖器



油汀取暖器



油汀取暖器



欧式快热炉取暖器

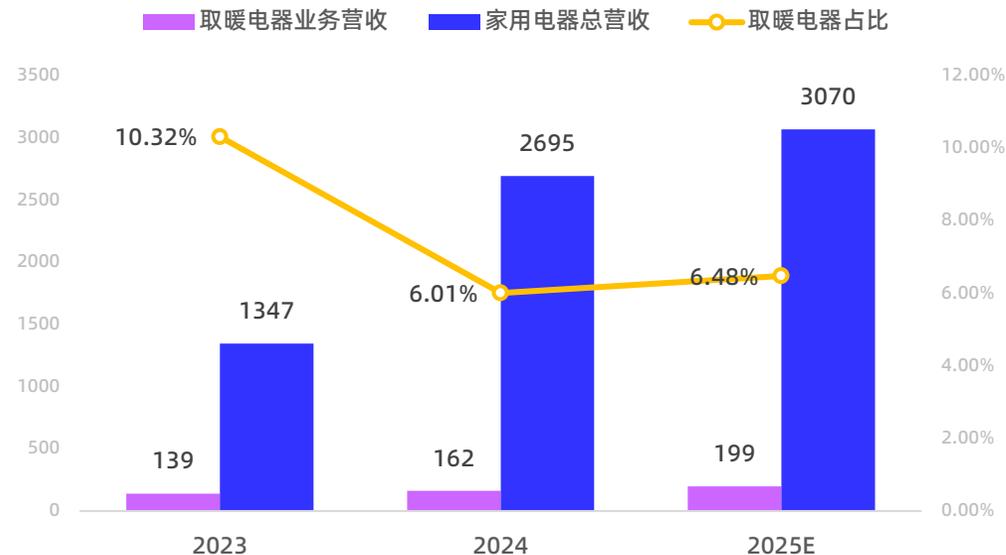


居浴壁挂暖风机



小太阳取暖器

2023-2025E美的家用电器总营收与取暖电器营收（亿元）



注：2024年起美的将暖通空调与原消费电器合并为“智能家居（To C）”板块，统一作为家用电器业务披露；2025年为机构一致预估数据，正式年报数据待发布。

13. 取暖电器行业未来发展的机遇

政策红利叠加，节能转型赛道扩容

“双碳”战略深入推进与清洁取暖政策持续加码形成共振，北方“煤改电”存量替换与南方非集中供暖区域普及需求双向发力，2025年南方市场占比已突破35%，未来仍有较大提升空间。同时，国家以旧换新政策、能效标准升级（一级能效产品占比持续提升）及地方专项补贴（空气源热泵、储能型取暖器），将直接拉动节能型、低碳化产品需求，预计2026-2030年节能取暖电器市场增速将维持在20%以上，成为行业核心增长引擎。

01

场景需求多元，智能创新激活消费潜力

消费升级驱动取暖需求从“基础制热”向“场景化、智能化、个性化”延伸，老年护理型（静音、易操作）、露营便携型、宠物友好型、大平层全域型等细分场景产品增速已超30%。AI自适应控温、WiFi远程操控、语音交互等智能技术渗透率持续提升，2025年智能取暖器销量占比达47.6%，预计2026年突破55%，与智能家居生态的深度融合（如联动空调、加湿器、净化器），将进一步挖掘消费潜力，形成差异化竞争优势，推动行业产品结构持续优化。

03

出海市场拓宽，全球化增长空间打开

欧盟能源结构转型、冬季严寒气候及新兴市场（东盟、中亚）取暖渗透率不足10%的现状，为中国取暖电器出口提供了广阔市场空间。2025年宁波对东盟出口增速达310%，欧盟市场需求稳步增长，国内企业在产能规模、成本控制、产品适配性等方面具备核心竞争力，随着自主品牌出海推进、海外合规能力提升及本地化运营深化，石墨烯电暖器、智能控温产品等高端品类出口增速将超40%，全球化布局将持续突破行业增长边界。

02

产业链协同升级，降本增效提升竞争力

上游石墨烯、碳纤维等新型发热材料规模化应用使生产成本下降15%-20%，高端温控芯片、压缩机等核心部件国产化率持续提升，逐步缓解进口依赖风险。中游龙头企业通过规模化采购、产业链整合与模块化设计（维修成本降低40%），强化成本控制能力与产品迭代效率，同时适配欧盟可持续性指令，提升产品海外合规性，产业链整体竞争力提升将为行业盈利空间优化与高质量发展奠定坚实基础。

04

14. 取暖电器行业未来发展的主要挑战

原材料价格波动，成本传导压力持续

铜、铝、塑料等核心原材料占取暖电器生产成本的45%，近五年铜价波动幅度达4.4%、铝价达16.9%，2022年铝价上涨直接导致中小型代工企业利润率下降3-5个百分点。大宗商品价格受国际地缘政治、供需关系、汇率波动等因素影响，波动频繁且难以预测，中小企业缺乏规模化采购与价格锁定能力，成本管控难度大，盈利稳定性面临严峻挑战，部分抗风险能力较弱的企业可能被市场淘汰。

01

贸易壁垒加剧，合规成本不断上升

欧盟碳关税（CBAM）、反倾销调查及技术标准（能效、安全、环保、碳足迹）持续加严，出口企业需额外投入资金用于产品合规检测、碳足迹核算、技术升级等，导致合规成本较2023年上升12%-18%。部分中小企业因无法承担高额合规成本、难以满足海外技术标准，被迫退出欧盟、北美等核心海外市场，行业出口门槛持续提高，全球化布局面临较大阻力。

02

同质化竞争突出，高端创新瓶颈显现

中低端取暖电器市场技术门槛相对较低，中小企业依赖模仿创新，导致暖风机、普通油汀等产品同质化严重，价格战激烈，行业整体利润率被压低。而高端技术（如AI自适应控温、高端储能技术、低温热泵技术）研发投入大、周期长，研发费用率需维持在3%以上，多数中小企业缺乏核心技术储备与研发能力，难以突破龙头企业技术壁垒，行业创新呈现“头部集中、尾部滞后”的不均衡格局，制约行业整体升级步伐。

03

核心部件依赖进口，供应链稳定性存疑

高端温控芯片、部分热泵压缩机核心部件仍依赖进口，2023年全球芯片短缺导致高端智能取暖器产能利用率下降至75%，国际供应链受技术封锁、地缘冲突、物流中断等因素影响，存在断供风险。同时，东南亚等地区凭借低成本劳动力优势，逐步布局中低端取暖电器代工产能，分流国内中小企业订单，国内企业面临“高端核心部件受限、低端产能被挤压”的双重竞争压力，供应链稳定性与市场竞争力面临考验。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com或021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

