

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託的弗若斯特沙利文編製的報告，及來自多份官方政府刊物和其他公開可得的刊物。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製弗若斯特沙利文報告，一份獨立行業報告。來自官方政府來源的資料並未經我們或任何其他參與[編纂]的各方，或我們或他們各自的董事、高級管理層代表、顧問或任何其他參與[編纂]的人士獨立核實，亦無就其準確性作出任何聲明。

電動出行產品概覽

電動出行產品是指以車載蓄電池或其他儲能裝置為動力來源，主要用於短途個人或少量人員通勤的交通工具。電動出行產品主要包含兩大品類，一是電動低速車，這類車型通常設計有封閉或半封閉座艙，最高車速較低且續航較短，滿足多人短途代步需求；二是電動兩輪車，涵蓋電動滑板車、電動平衡車、電動自行車等，以靈活輕便為主要特點，適合單人或雙人短途出行。

在應用場景上，兩類工具各有側重。電動低速車主要用於城市郊區、鄉鎮社區的日常代步，如家庭購物、接送孩子、短途出行等場景，也可作為景區、產業園區內的接駁工具；電動兩輪車則更適配城市核心區的通勤需求，能靈活穿梭於擁堵路段，同時也適用於校園、大型廠區內的短途移動。

電動出行工具憑藉低碳環保、使用成本低、停放便捷等優勢，已成為越來越多人的出行新選擇。隨著城市短途出行需求的持續增長和綠色交通政策的推進，其市場需求將進一步釋放，未來擁有廣闊的發展空間。

行業概覽

全球電動低速車行業概覽

電動低速車的定義及分類

電動低速車(LSEV)是一種可合法上路的四輪電動車，最高車速為25英里／小時，總車輛重量評級低於3,000磅。在美國的道路法規下，通常最高可行駛於限速35英里／小時及以下的道路。廣泛應用於居民區通勤、景區遊覽、校園或社區內的短途出行等場景，具備經濟節能、操作簡便的特點，既滿足了低速短途代步的需求，又能在保障安全的前提下為用戶提供便捷的出行體驗。

支撐電動低速車行業高增長潛力的因素

電動低速車的未來增長空間主要在於對萬億級家用汽車市場的替代和補充。基於其成本端、場景端、消費者端的替代和補充優勢，使其市場未來增量空間巨大。當前城市短途出行中，通勤、購物、社區內週轉等高頻場景，普遍單程距離短、耗時多在30分鐘內、對續航需求低，傳統汽車雖能全場景通行，卻面臨停車難、使用成本高、靈活性不足等痛點。且電動低速車最主要的市場美國，超一半道路限速低於35英里／小時，為電動低速車提供了大量適配場景，進一步提升替代或補充汽車日常高頻出行場景的可能性。

總擁有成本優勢

成本優勢是電動低速車撬動市場的核心支點，其在初期投入與長期運維的雙重成本優勢顯著優於傳統汽車。初期投入方面，電動低速車的售價門檻極低，以美國市場為例，一輛電動低速車價格為一萬美元左右，遠低於小型燃油車售價。與此同時，美國傳統燃油車價格持續快速上漲，進一步擴大了可負擔性差距，並強化了電動低速車的價值主張。

在全生命週期運維成本上，差距更為明顯，電動低速車百公里耗電費用遠低於等距離燃油車油費。此外，其簡單的機械結構導致維護及維修成本低廉，同時避免了許

行業概覽

多與傳統車輛相關的經常性支出，例如高額保險保費與複雜的服務需求。部分地區還能享受免年檢、購車補貼等政策優惠，進一步降低了使用門檻。

短途出行剛需與多元化場景的高度適配

電動低速車的場景適配能力精準契合當下短途出行主導的交通需求，成為其快速普及的關鍵推手。從應用場景來看，電動低速車既適合城市短途通勤、社區內代步，也能適應鄉鎮狹窄道路。其中，短途出行場景最具發展潛力日益嚴重的交通擁堵、上升的出行成本、不斷演變的消費者態度以及對可持續出行日益增長的需求，共同加速了短途出行的擴張。美國60%以上的出行需求集中在5英里及以下的短途範圍。而電動低速車以25英里／小時的最高時速、約80公里的續航能力精準適配這類需求，且具備停車便利、門到門直達的優勢，與短途出行模式高度適配。

目標群體規模、需求、消費力共同形成增長合力

中產階級與老年人群體的規模、需求強度與消費能力，共同構成了電動低速車的關鍵增長驅動力。從群體規模來看，美國中產階級是消費市場的中堅力量，而老年人群體持續擴大，兩大群體疊加形成了龐大的潛在用戶基數。在需求層面，兩類群體均以短途出行為主，中產階級日常通勤、週末「微度假」等需求頻繁，老年人則需要便捷的社區代步、就醫購物工具，電動低速車的小巧靈活與安全屬性精準匹配了這些需求。消費能力上，中產階級注重性價比與實用性，老年人具備穩定的養老收入，二者均願意為提升出行品質的工具買單，具有較高消費力，驅動電動低速車的需求增長。

行業概覽

電動低速車用戶畫像分析

電動低速車的典型用戶群體呈現出清晰的分層特徵，核心群體為年收入 ≥ 10 萬美元且擁有獨棟或聯排自有住房的家庭，這一群體構成了電動低速車消費的主力陣營。以美國市場為代表的廣大西方中產階級家庭，作為電動低速車的主流用戶群體，其產品需求與電動低速車的產品特性在多個方面形成高度匹配：

- 從需求端看，短途出行需求的增加，促使高收入自有住房家庭選擇電動低速車作為汽車的平價替代方案，滿足日常短途通勤、社區出行等場景需求，其經濟實用性與場景適配性契合該群體對便捷出行工具的補充需求；
- 從供給端看，國產電動低速車品牌憑藉價格優勢推動市場單價下行，降低了用戶的購買門檻，既鞏固了核心用戶群體的消費意願，也進一步吸引了價格敏感型的年輕新增用戶，助力用戶規模的擴張。
- 從產品端看，電動低速車的使用週期短於汽車5-10年的使用週期，更快的需求迭代週期加速了存量用戶的更換頻率，持續支撐用戶需求。

全球主要市場的可服務目標市場規模

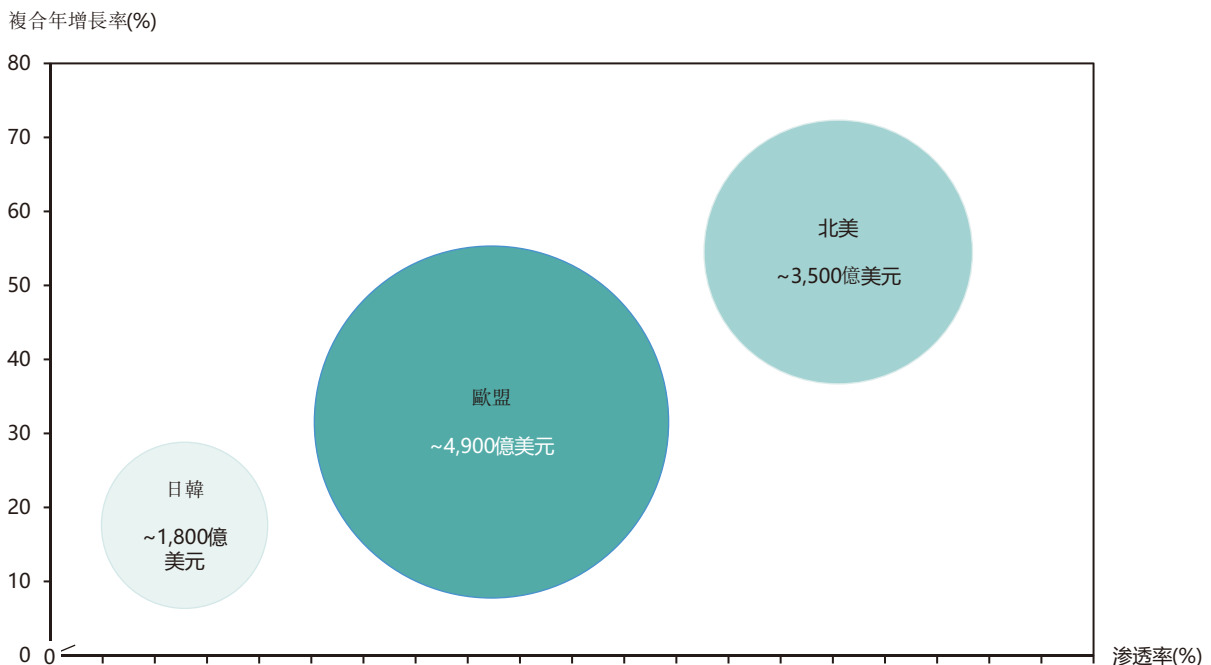
可服務目標市場（「SAM」）代表特定產品或服務實際上可以覆蓋或服務的細分市場。全球電動低速車可服務目標市場（SAM）可達萬億級別。從各地區市場成熟度來看，北美市場發展最為成熟，歐盟次之，日韓市場還處於早期發展階段；從各地區市場規模體量來看，北美遙居位於首位，其次依次為歐盟、日韓；從增長潛力未來五年複合年增長率來看，北美同樣領先，其次為歐洲與日韓。這種格局的形成，源於各區域短途出行需求強度、政策友好度、消費能力及交通場景差異。綜合來看，全球電動低速車SAM規模可突破萬億美元級別，未來隨著短途出行需求深化、政策支持加碼及技術迭代，市場將進入穩步擴容期。

行業概覽

北美市場憑藉超60%出行集中於短途場景的特點、中產階級與老年人群旺盛的代步需求，疊加封閉社區等高頻使用場景，具備更高的市場成熟度。預計北美電動低速車SAM已達約3,500億元，增長動能強勁穩健。

歐盟市場SAM規模全球領先，約為4,900億美元。憑藉對環保出行的重視及商業場景的持續拓展，疊加未來區域內對低成本代步工具的接受度提升，該市場具備廣闊增長空間。日韓市場SAM規模相對最小，約為1,800億美元。受密集的公共交通網絡、狹窄的道路條件，以及消費者對傳統交通工具的使用習慣影響，其電動低速車市場需求相對有限。

電動低速車SAM規模，全球主要市場



註：「複合年增長率」指各地區預計2025-2029年期間的電動低速車市場年均複合增長率

資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

電動低速車行業產業鏈

電動低速車產業鏈可分為上游核心零部件供應、中游整車製造與系統集成，以及下游多樣化應用場景三大環節。

上游主要包括電池、電機、電控系統等核心零部件的供應商，以及車身件、輪胎、內飾等傳統零部件廠商。中游的整車製造商具備整車的設計、生產、技術集成和品牌運營能力，負責將上游的零部件整合為最終產品，並針對不同應用場景開發定製化的系統解決方案。因電動低速車的經濟性、靈活性與智能性，被廣泛應用於下游眾多場景，包括個人代步、城市配送、市政環衛、旅遊觀光、高爾夫球場、地產樓盤、廠區貨運等多個領域。

中游的系統集成、品牌運營和下游的服務生態正成為高附加值領域。強大的車企不再僅僅是製造商，而是移動服務的提供商，通過「硬件+軟件+服務」的模式構建長期競爭優勢。

電動低速車產業鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

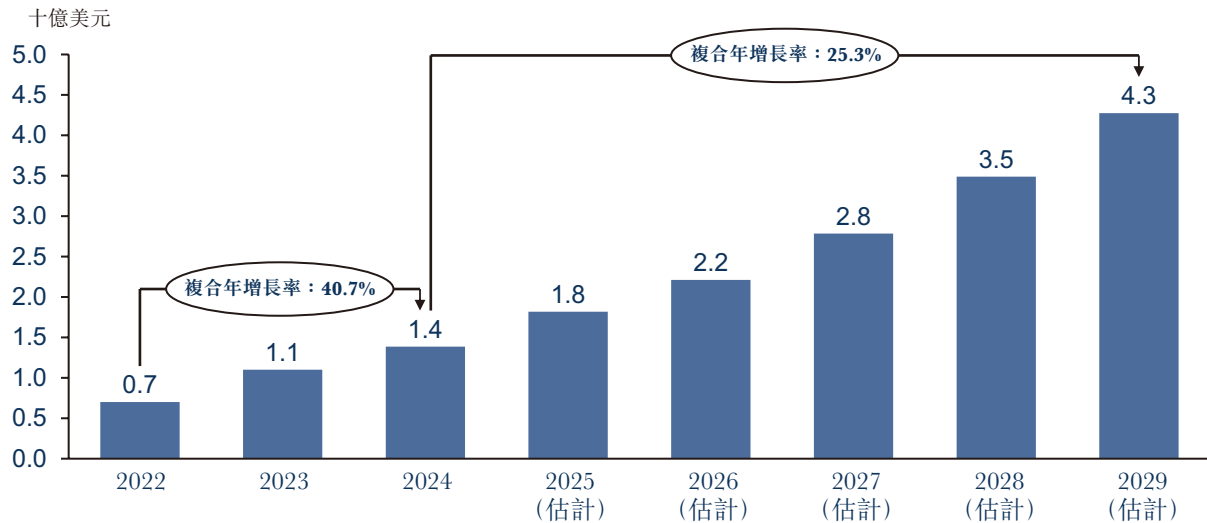
行業概覽

全球電動低速車的市場規模

全球電動低速車市場規模

全球電動低速車市場正在快速增長，市場規模從2022年的7.0億美元增長至2029年的42.7億美元。2022年到2024年，由於疫情後全球尤其是美國對電動低速車的需求爆發，年複合增長率達到40.7%。2024年到2029年，市場規模穩步增長，年複合增長率達到25.3%，這一增長主要得益於電動化與智能化技術的快速迭代以及多場景出行需求的持續擴張。

電動低速車市場規模，全球，2022–2029（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

電動低速車企業成功因素分析

產能的全球化佈局。領先企業以美國為核心主力市場。一方面，其在東南亞等供應鏈樞紐區域設立生產基地，依託當地勞動力和原材料資源控制基礎成本；另一方面，在美國關鍵區域佈局整車及核心部件製造工廠，形成雙軌產能體系。這種佈局既借助東南亞基地的成本優勢補充產能，更通過美國本土製造深度匹配市場需求。美國作為電動低速車主要消費市場，擁有龐大的城市人口與短途出行需求，為產品提供堅實需

行業概覽

求基礎；本土生產不僅能直接規避高額關稅成本，還可享受當地製造業相關政策扶持紅利。此外，企業可根據美國市場需求波動及貿易政策調整，靈活調配海內外產能，既實現生產成本的精準控制，又強化對主力市場的快速響應能力，成本優勢與因地制宜的適配性尤為突出。

成熟的海外市場銷售網絡。經銷商壁壘的打造與優質經銷商培養是頭部廠商構建競爭壁壘的核心支撐。頭部廠商一方面聚焦經銷商體系建設，重點篩選並培養資金實力強、年輕化且能與公司深度捆綁的合作夥伴，通過利益共享與長期協作強化渠道粘性，築牢市場滲透根基；另一方面構建以海外本土銷售人員為核心的細分隊伍，直連終端快速響應市場需求。在企業本土化佈局與優質經銷商體系雙重加持下，售前團隊可精準提供定製方案，售後團隊依託本地配件倉庫快速響應需求，全方位提升企業議價能力、品牌影響力與用戶體驗，進一步鞏固核心競爭優勢。

持續迭代的產品力。企業圍繞用戶核心需求與場景痛點，從硬件、功能、體驗三大維度推進產品升級：硬件端提升電池密度、優化車身設計，保障續航的同時降低能耗；功能端集成智能中控、倒車影像等配置，部分車型增加遠程控車等智能功能；體驗端優化駕乘舒適度，並推出多座版、貨運版等細分車型。這種用戶導向的迭代，能精準匹配市場變化，通過差異化功能積累口碑，為銷量與品牌溢價提供支撐。

品牌的先發優勢。部分頭部企業憑藉前瞻佈局，成為較早進入美國等海外核心市場的品牌。早於行業同行3-5年啟動美國市場的渠道建設與品牌推廣，不僅快速完成了區域銷售網絡的搭建，更在當地消費者心中積累了深厚的用戶口碑，後續進入的競品難以在短時間內突破其已形成的市場壁壘。

電動低速車市場的驅動因素和發展趨勢

社區場景需求多元化，加速市場滲透。隨著城市化進程加快及人口結構變化，居民對社區內「最後一公里」便捷出行需求日益增長，推動電動低速車在社區代步場景爆發

行業概覽

式增長。老年人對平穩代步、短途購物的需求，年輕人對靈活通勤、便捷停放的追求，以及社區日常運營對智能調度、設備運輸的需求，共同擴大了市場需求；同時，車輛輕量化、折疊化設計及長效續航能力，進一步契合了社區代步的實際使用場景。

戶外休閒消費升級，推動市場拓展。當下戶外休閒經濟蓬勃發展，消費者對景區遊覽、露營等場景的出行工具需求從「能用」向「好用、智能」轉變，拉動電動低速車市場增長。一方面，景區、露營地等場景對出行工具的「低噪音、零排放」要求日益嚴格，電動低速車無尾氣、運行安靜的特性，能更好適配生態景區的環保標準，避免傳統燃油代步車對自然環境的干擾；另一方面，消費者在戶外場景中不僅追求基礎代步功能，還期待導航、藍牙連接、智能鎖等附加功能，而電動低速車可通過加裝智能模塊滿足這些需求，提升戶外出行的便捷性與體驗感，契合戶外休閒多元化需求，推動行業從功能性向體驗性升級。

無人駕駛發展驅動產業升級。隨著L2/L3級自動駕駛快速普及、L4/L5級技術持續突破，全球自動駕駛市場的巨大增長空間，倒逼電動低速車廠商加速迭代感知算法、決策規劃與安全設計。無論是自主行駛優化，還是智能避障技術升級，都在封閉、低速場景完成商業化閉環與數據積累，進而推動整個電動低速車產業實現技術躍升。

全球電動低速車行業競爭格局

電動低速車行業競爭格局概覽

全球電動低速車市場的中國企業正在依靠技術創新與模式變革，在短途接駁、社區休閒等新場景以及智能化、網聯化應用中，逐漸佔據全球市場前列，並依託本土產業鏈的協同優勢和對新興需求的敏銳捕捉，打造出更具創新性與性價比、適配多元場景的解決方案，不斷拓展市場空間。

行業概覽

全球電動低速車市場排名

在2024年全球電動低速車企業的市場競爭中，公司以116.0百萬美元的收入排名全球第二。

電動低速車企業排名及市場份額(按收入)，全球，2024年

排名	公司	收入(百萬美元)	市場份額(%)
1	公司A	480.0	34.6%
2	本公司	116.0	8.4%
3	公司B	102.9	7.4%
4	公司C	75.7	5.5%
5	公司D	60.0	4.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

1. 公司A是一家成立於2007的非上市公司，公司專注於電動低速車的研發、生產與銷售；
2. 公司B是一家成立於1954年的企業，屬於非獨立上市主體。公司核心業務為電動低速車的研發與製造；
3. 公司C是一家成立於1958年的企業，1993年曾在納斯達克上市，目前為非獨立上市主體。公司專注於電動低速車的研發、生產與全球銷售；
4. 公司D是一家成立於2017年的非上市公司，其核心業務為電動低速車的研發與生產。

行業進入壁壘

- **技術壁壘**

電動低速車行業對技術有著較高要求。企業必須在三電系統、無人駕駛技術等關鍵領域具備深厚的技術沉澱。如電動低速車，其底盤結構的優化工作以及智能網聯技術的應用實踐，都離不開大量的研發投入與專業技術支持。並且該行業產品迭代速度

行業概覽

較快，新進入者很難在短時間內達到相應的技術水準，需要耗費大量時間與資金用於研發，這些因素共同構成了較高的技術壁壘。

- **供應鏈壁壘**

完善的供應鏈體系對於保障產品質量以及供應的穩定性起著至關重要的作用。頭部企業憑藉長期發展，已與眾多優質供應商構建起緊密的合作關係，由此能夠確保原材料的穩定供應，同時實現成本的有效控制。而且，全球化的產能佈局還能進一步壓低生產成本。然而，對於新進入的企業而言，要打造出這樣高效且穩定的供應鏈體系頗具難度，需要花費諸多時間和精力去尋覓合適的供應商，還要協調好供應鏈各環節之間的關係，所以供應鏈成為了行業內不容忽視的重要競爭壁壘。

- **政策法規壁壘**

美國針對電動低速車有著嚴格的法規要求。車輛必須通過DOT安全認證和EPA環保認證等相關認證，這些認證要求車輛配備特定的安全設備，對尾氣排放等方面也制定了嚴格的標準。此外，不同州之間的法規還存在差異，這無疑增加了企業的合規難度以及成本。同時，關稅政策也會給企業帶來影響，比如對部分國家的產品加征關稅等情況，這些都給新進入該行業的企業設置了較高的政策法規壁壘。

全球智能電動兩輪車行業概覽

電動兩輪車的定義及分類

電動兩輪車是融合現代電子信息技術、智能控制技術與電動驅動系統的兩輪代步工具，廣泛應用於短途通勤、休閒娛樂等場景。從產品形態與功能定位來看，電動兩輪車主要可分電動平衡車、電動自行車、電動滑板車。電動平衡車依賴陀螺儀與加速度傳感器實現自動平衡，無需手動操控方向，多為站立式騎行，常見於短途代步或休閒場景；電動自行車保留傳統自行車的腳踏騎行功能，同時配備電機輔助驅動，擁有車把、

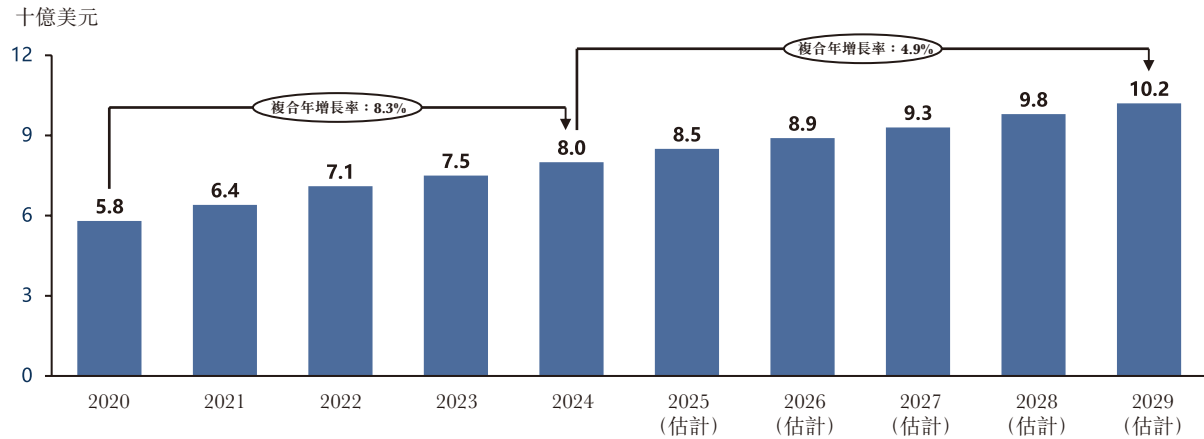
行業概覽

座椅等完整騎行結構，多應用於日常通勤、購物等場景；電動滑板車以滑板為基礎框架，搭配電機、車把與小型車輪，車身輕便易折疊，解決「最後一公里」通勤問題。

電動兩輪車的市場規模

全球電動兩輪車市場正在穩健增長，市場規模從2020年的58.1億美元增長至2024年的79.9億美元，年複合增長率為8.3%，到2029年市場規模有望擴大至101.6億美元，2024年至2029年的年複合增長率為4.9%。未來隨著全球環保政策的持續加碼、鋰電池技術迭代帶來的成本下降與性能升級，以及城市短途通勤、即時配送等場景的剛性需求釋放，市場仍具有潛在增量空間。

電動兩輪車市場規模，全球，2020–2029（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

全球戶外特種車行業分析

戶外特種車的定義及分類

戶外特種車是一類專門針對戶外複雜場景打造的車輛，核心在於其具備強大的環境適應能力，能夠在各種嚴苛、複雜的戶外條件下正常行駛，發揮相應功能。

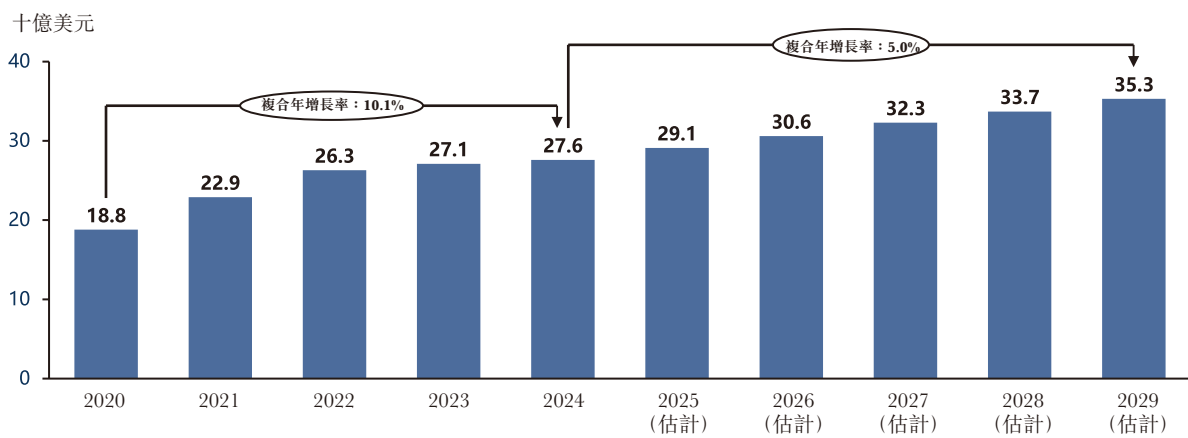
行業概覽

戶外特種車主要分為全地形車和越野摩托車兩大類。全地形車有著出色的通過性，無論是崎嶇的山地、泥濘的沼澤，還是佈滿沙石的荒野等各類地形，它都能順利通行，常被應用於戶外探險、越野賽事以及一些戶外作業場景中。越野摩托車則憑藉其靈活輕便的特點，在一些相對路況稍好但需要快速穿梭的戶外區域，比如鄉村道路、景區周邊道路等發揮優勢，同樣也在戶外休閒娛樂、短途代步等方面有著廣泛應用。

全球戶外特種車市場規模

全球戶外特種車市場正穩步增長，市場規模從2020年的188.0億美元增長至2024年的275.8億美元，年複合增長率為10.1%，到2029年市場規模有望擴大至353.4億美元，2024年至2029年的年複合增長率為5.0%。在全球戶外特種車穩步增長的市場格局中，電動化的趨勢逐步凸顯，電動化的戶外特種車市場佔比有望逐漸提升。

戶外特種車市場規模，全球，按收入計，2020–2029（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

全球戶外特種車行業驅動因素和發展趨勢

政策驅動綠色化智能化發展。各國政策大力推動戶外特種車行業向綠色、智能方向發展，如中國的新能源補貼政策、歐盟的零排放要求以及美國的電動化改造資金支持等，都促使企業加大技術研發投入，提升車輛的環保性能和電動化、智能化水平。

行業概覽

技術創新提升產品性能功能。 新能源技術、自動駕駛技術等不斷突破，固態電池、氫燃料電池技術的發展，讓戶外特種車的性能得到提升，功能更加豐富，同時也提高了操作的便捷性與安全性。

市場需求推動多元化發展。 戶外作業、休閒娛樂等場景的多樣化，使得市場對特種車的功能性、定製化要求不斷提高，不僅促使企業研發更多類型的產品，也推動了小排量戶外特種車和家用戶外特種車的發展，以滿足不同場景和用戶的需求。

全球具身智能行業概覽

具身智能的定義及特性分析

具身智能是通過身體與環境的動態交互，實現對世界的感知、認知和行為控制的智能系統。具身智能的科學理論是：真正的理解源自行為實踐，通過實際行動和交互，機器或個體能夠深刻理解並具身於場景和概念。具身智能因其多模態感知、即時響應、自主行動的性能，能夠精準捕捉環境變化，快速分析並執行最優策略；具備動態適應性、場景理解力和交互自主性的特性，可根據不同場景靈活調整行為邏輯，實現與人類及環境的自然協同。因此正在推動機器人從「可編程工具」向「具備理解與適應能力的智能體」演進，構成下一代機器人能力框架的核心支撐，為智能製造、智慧服務等領域帶來顛覆性變革。

具身智能核心價值及發展前景展望

具身智能作為下一代機器人的關鍵技術範式，正為人型機器人開闢全新增長空間。二者在感知全面性、交互適配性上深度契合——人型機器人憑藉類人仿生結構，無需改造現有場景即可無縫落地，這是其核心優勢。具身智能融合高精度傳感器、仿生算法

行業概覽

與大模型能力，推動其從「機械執行」邁向「智能決策+精準執行」：軟件層，大模型賦予意圖理解與多模態信息處理能力；硬件層，柔性驅動手部與仿生運動系統集成，實現精細操作與複雜地形適配的統一。

在此技術演進下，人型機器人升級為具備「理解場景—自主執行—持續學習」的智能體，適配工業、家庭、公共服務等多場景。這使其形成「感知-規劃-執行」閉環能力，解決精細操作、動態決策等痛點，更成為具身智能落地的最優載體。最終，人型機器人將憑獨特優勢引領智能硬件革命，成為前景廣闊的核心賽道。

具身智能技術與電動低速車及戶外特種車的融合分析

具身智能技術與電動低速車的融合分析

具身智能以多模態感知融合、語義交互算法、實時決策系統為核心，可實現環境識別、指令響應、安全管控功能—通過多傳感器協同捕捉環境，大模型解析指令，邊緣計算快速避障。與電動低速車融合後，電動低速車能借視覺識別實現智能跟隨與障礙規避；電動滑板車、電動平衡車可感知路面狀態觸發防滑制動與語音控速；電動自行車則依託SLAM技術完成半封閉場景自主路徑規劃，使其從代步工具升級為智能移動終端，提升安全與便捷性。

具身智能技術與戶外特種車的融合分析

具身智能憑藉仿生控制算法、多維度感知系統、端雲協同框架，具備地形適配、姿態平衡、極端環境決策能力—通過多傳感器解析地形，仿生算法協調動力與懸掛，端雲協同優化策略。與戶外特種車融合後，全地形車借仿生驅動邏輯與主動懸掛適配複雜地貌，生成地形預警；越野摩托車融入重心感應與數據融合技術，陡坡時毫秒級調節扭矩維持平衡，突破傳統車型地形局限，強化野外作業、救援場景的自主運行與安全管控能力。

行業概覽

資料來源

本節載有我們委託編製的弗若斯特沙利文報告中的資料，我們相信該等資料有助於更好地理解全球電動低速車及戶外特種車輛行業。我們相信，弗若斯特沙利文在中國擁有該行業的專業研究能力及經驗。弗若斯特沙利文是一家獨立的市場情報提供商，為各行各業的公司提供市場研究、資料及建議，包括全球電動低速車及戶外特種車輛行業。我們已同意就弗若斯特沙利文報告支付佣金人民幣477,000元。我們認為，該等費用的支付並未損害弗若斯特沙利文報告所得結論的公正性。本文件所提供及歸屬於弗若斯特沙利文或弗若斯特沙利文報告的數字及統計數據乃摘錄自弗若斯特沙利文報告，並經弗若斯特沙利文同意後刊發。

在編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文進行了詳細研究，其中涉及關於專家訪談及公司訪談的一手研究，以及對政府部門、行業協會發佈的資料及統計數據、行業專家發表的刊物及研究、上市公司年報及季報、弗若斯特沙利文的其他研究報告、網絡資源及弗若斯特沙利文研究數據庫數據進行分析的次級研究。弗若斯特沙利文亦假設(1)中國、美國及全球的社會、經濟及政治環境將在預測期內保持穩定、(2)引自權威機構的數據保持不變、(3)預計相關市場驅動因素將繼續推動相關市場於預測期內的增長及(4)並無極端不可抗力事件或新的行業法規將對相關市場產生重大或根本性的影響。

董事確認

經作出合理查詢後，董事確認，據彼等所知，自報告日期以來，弗若斯特沙利文報告所述的市場資料並無發生任何不利變動，可能限制、違背或影響本文件所載資料。