

2024年中国风干牛肉行业概览：传承古 老工艺，品味舌尖之旅

China Style Dried Beef Industry
中国风干燥牛肉产业

概览标签：牛肉、牛肉干、风干牛肉

报告主要作者：莫舒棋

2024/06

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

摘要

01

风干牛肉指以牛后腿部位肉为原料原切制作，经修整和腌制后，模拟自然风低温风干去除肉中的部分水分，再经熟制、包装杀菌等工艺制成的风干牛肉制品。

- 风干牛肉的生产从精选优质牛肉开始，经过解冻、修整及切割成适宜大小。随后，牛肉在特制调料中腌制数小时至整夜，以深度渗透风味。腌制完成后，牛肉移至通风环境自然风干或采用风干机加速进程，冷却摊凉后，牛肉经真空密封包装，并可能接受杀菌处理如高温杀菌或辐射杀菌，以确保食品安全与长期保鲜，最终成为风味独特、便于储存的成品。

02

风干牛肉的产业链上游为肉牛养殖和肉牛屠宰等原材料供应商，中游则是风干牛肉生产包装厂商，下游则为购买风干牛肉的经销点以及终端消费者。

- 风干牛肉的发展历程从传统手工制作的初始阶段，经历行业标准化、快速增长、市场整合，直至目前注重产品创新和市场细分的深度发展阶段，展现了从简单加工到高质量多元化发展的行业演变。

03

风干牛肉市场分化为专注线下、重资产的单一品类企业和主打线上、代工模式的综合平台企业，两者分别依托线下深度与线上广度，共同推进产业升级与市场扩展。

- 风干牛肉市场通过多元化销售渠道实现品牌曝光和购物体验的全面覆盖，线上销售占比20%，线下销售以大卖场、零食店和便利店为主，形成了线上线下双结合的高流量高体验模式。

产品高端化，基础营养升级 成为新趋势

风干牛肉的市场规模在过去几年间展现出了稳健的增长态势。从2018年至2023年，销售收入从13.1亿元增长至16.8亿元，年均复合增长率约为4.3%。这一增长趋势表明消费者对风干牛肉这类即食、高蛋白、便于携带的健康零食需求持续上升，市场接受度和认知度不断提高。

从消费渠道来看，线下销售占主导。从儿童饮用儿童牛奶的频率分布来看，约半数消费者每月购买7次或以上，显示出较高频次的消费习惯，而22.4%的消费者每月购买4-6次，表明休闲食品在多数人的生活中扮演着常规角色。目前中国风干牛肉竞争市场以蒙都、科尔沁和达尔沁为龙头企业。



目录

CONTENTS

◆ 名词解释	-----	5
◆ 中国风干牛肉行业综述	-----	6
• 定义	-----	7
• 生产流程	-----	8
• 发展历程	-----	9
• 中国风干牛肉行业市场规模	-----	10
◆ 中国风干牛肉行业产业链分析	-----	11
• 产业链图谱	-----	12
• 上游分析：牛肉分析	-----	13
• 中游分析：各大品牌对比	-----	15
• 中游分析：销售渠道	-----	16
• 中游分析：线上销售情况	-----	17
• 中游分析：线下销售情况	-----	19
• 下游分析：消费场景	-----	21
• 下游分析：消费人群	-----	22
◆ 中国风干牛肉行业分析	-----	23
• 政策分析	-----	24
• 发展驱动力	-----	25
• 发展趋势	-----	26
• 行业竞争格局	-----	27



目录

CONTENTS

◆ 中国风干牛肉行业企业分析	-----	28
• 蒙都	-----	29
• 科尔沁	-----	30
• 达尔沁	-----	31
• 良品铺子	-----	32
◆ 方法论	-----	33
◆ 法律声明	-----	34



名词解释

- ◆ **膨化食品：**膨化食品是指通过加热、挤压、微波或油炸等工艺，使原料食品体积膨胀、口感松脆的食品。这种加工方式通常会使食品中的水分减少，同时形成多孔结构，改善食品的口感和风味。膨化食品的种类繁多，包括但不限于膨化谷物、膨化玉米、薯片、膨化豆制品等。它们可以是甜味的，也可以是咸味的，常作为休闲食品或早餐食品。由于膨化过程有助于改善食品的消化性和吸收性，一些膨化食品也被认为具有一定的健康益处。然而，由于可能含有较高的脂肪和热量，消费者应适量食用。
- ◆ **代工模式：**称为原始设计制造商（Original Design Manufacturing，简称ODM）或原始设备制造商（Original Equipment Manufacturing，简称OEM），是一种生产合作方式，其中一家企业（委托方或品牌方）根据市场需求设计产品，然后委托另一家具备生产能力的企业（代工厂或制造商）按照设计要求进行生产。
- ◆ **代餐：**也称为替代餐或膳食替代品，是指可以代替传统正餐的食物产品，旨在提供一餐所需的营养和能量。代餐产品通常被设计来满足特定的营养标准，包括蛋白质、脂肪、碳水化合物、维生素和矿物质等，以确保消费者即使不食用传统餐食也能获得均衡的营养摄入。
- ◆ **大肠杆菌：**是一类属于肠杆菌科的革兰氏阴性、无芽孢、杆状细菌。它们普遍存在于人类和温血动物的肠道中，大多数大肠杆菌菌株是无害的，甚至是肠道正常菌群的一部分，对宿主有益。然而，某些特定的血清型或菌株可以产生毒素或具有致病性，这些被称为致病性大肠杆菌（pathogenic E. coli），它们能够引起食物中毒和其他肠道疾病。



第一部分：行业综述

主要观点：

- 定义：风干牛肉指以牛后腿部位肉为原料原切制作，经修整和腌制后，模拟自然风低温风干去除肉中的部分水分，再经熟制、包装杀菌等工艺制成的风干牛肉制品。
- 生产流程：整个生产流程结束后，风干牛肉便成为了成品，可以进行销售。这一流程不仅体现了风干牛肉的传统制作工艺，也融合了现代食品加工技术，确保了产品的质量和消费者的食用安全。
- 特点：中国儿童原装进口牛奶在优质奶源、专业配方和安全可靠等方面表现出色，为儿童的健康成长提供了有力支持。
- 发展历程：儿童原装进口牛奶的发展历程经历了从起步阶段到品牌巩固阶段的演变，始终以优质奶源、专业配方和安全可靠为核心特点，满足了消费者对高品质、营养丰富的牛奶产品的需求。
- 市场规模：中国风干牛肉市场近年来呈现稳健增长，销售收入和消费量均持续上升，预计未来几年将维持4%-5%的年均复合增长率，反映出消费者对健康、便携高蛋白零食的持续需求和市场的良好发展前景。



中国风干牛肉行业综述——定义

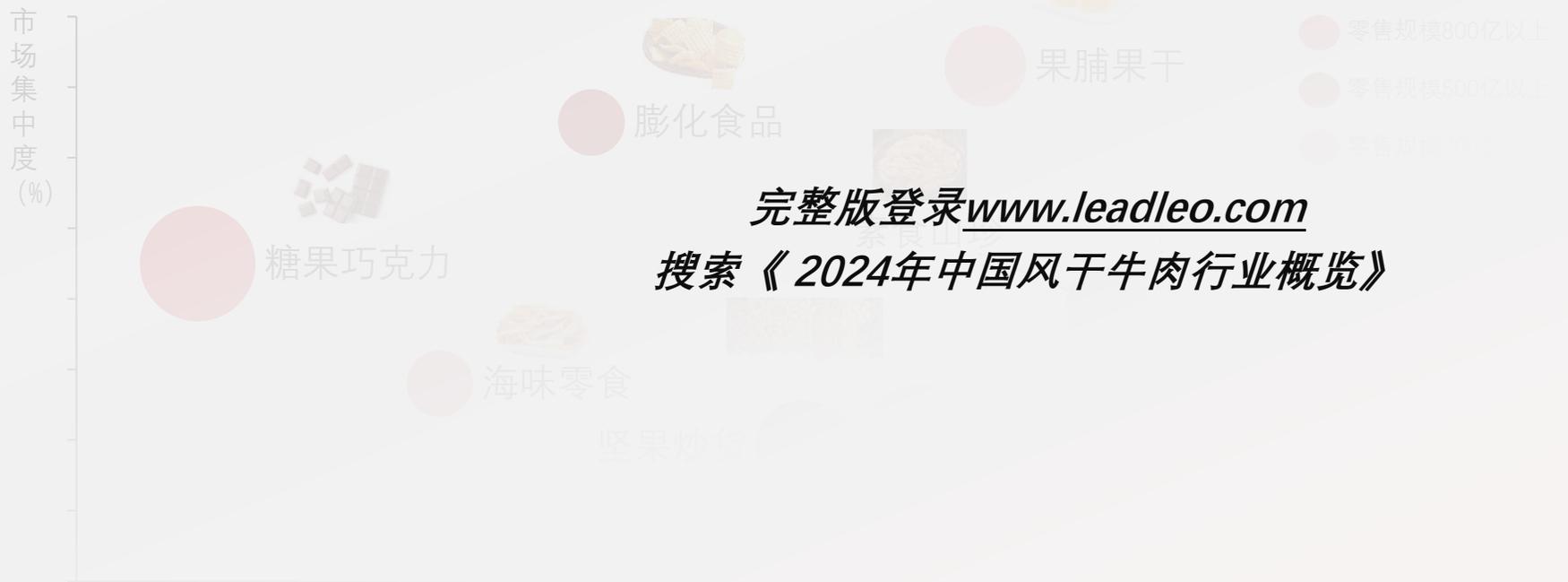
风干牛肉的定义不仅涵盖了其原料的选择和预处理，还包括了整个生产过程中的工艺流程和质量控制，确保了风干牛肉作为一种安全、美味且具有特色的食品，满足消费者的需求

中国风干牛肉定义

头豹洞察

风干牛肉指以牛后腿部位肉为原料原切制作，经修整和腌制后，模拟自然风低温风干去除肉中的部分水分，再经熟制、包装杀菌等工艺制成的风干牛肉制品。

风干牛肉主要是指以鲜（冻）牛肉的胴体或其分割体作为核心原料，辅以调味料，经具体配方腌制、风干、熟制、包装杀菌等工艺制成的牛肉制品。



完整版登录 www.leadleo.com
搜索 《2024年中国风干牛肉行业概览》

中国风干牛肉行业综述——发展历程

风干牛肉的发展历程从传统手工制作的初始阶段，经历行业标准化、快速增长、市场整合，直至目前注重产品创新和市场细分的深度发展阶段，展现了从简单加工到高质量多元化发展的行业演变

中国风干牛肉发展历程



手工制造



机器制造

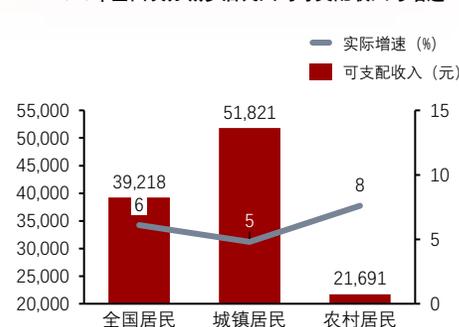


在GB 2726限量指标基础上增加了控制产品质量的理化指标限量，为特定工艺下该类产品生产过程中的质量控制提出了明确要求



每100克牛肉干中有能量500~550千卡，还含有蛋白质、脂肪、碳水化合物、胆固醇、硫胺素、核黄素、烟酸、钙、磷等多种微量元素

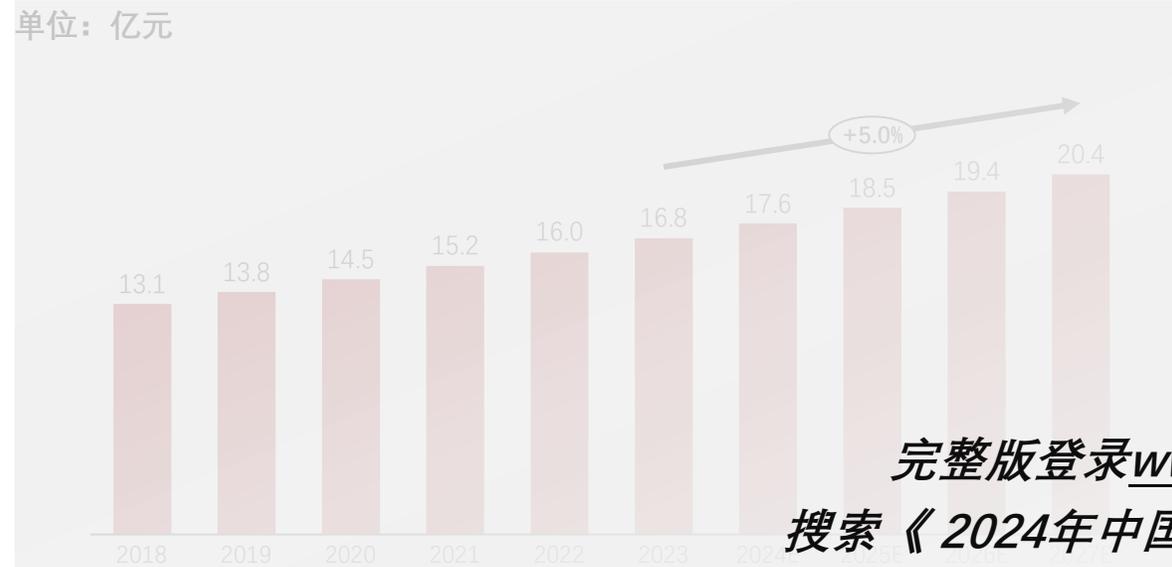
2023年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速



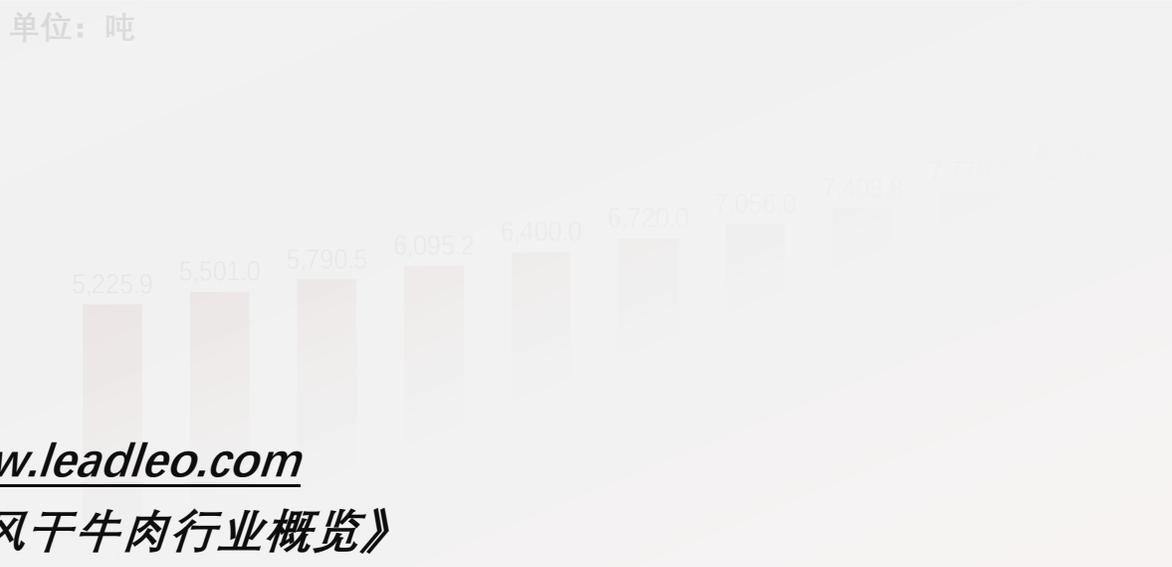
中国风干牛肉行业综述——市场规模

中国风干牛肉市场近年来呈现稳健增长，销售收入和消费量均持续上升，预计未来几年将维持4%-5%的年均复合增长率，反映出消费者对健康、便携高蛋白零食的持续需求和市场的良好发展前景

2018-2027年中国风干牛肉销售收入规模



2018-2027年中国风干牛肉消费量规模



- 风干牛肉的市场规模在过去几年间展现出了稳健的增长态势。从2018年到2023年，销售收入从13.1亿元增长至16.8亿元，年均复合增长率约为4.5%。这一增长趋势表明消费者对风干牛肉这类即食、高蛋白、低脂肪零食的需求持续上升，市场接受度和认知度不断提高。
- 进一步看，根据预测数据，从2024年起，中国风干牛肉市场将以类似的增速持续增长。预计到2027年，销售收入将达到20.4亿元，消费量将达到7,773.0吨。这意味着未来几年，中国风干牛肉市场将继续保持强劲的发展势头，显示出广阔的市场前景。

第二部分：产业链分析

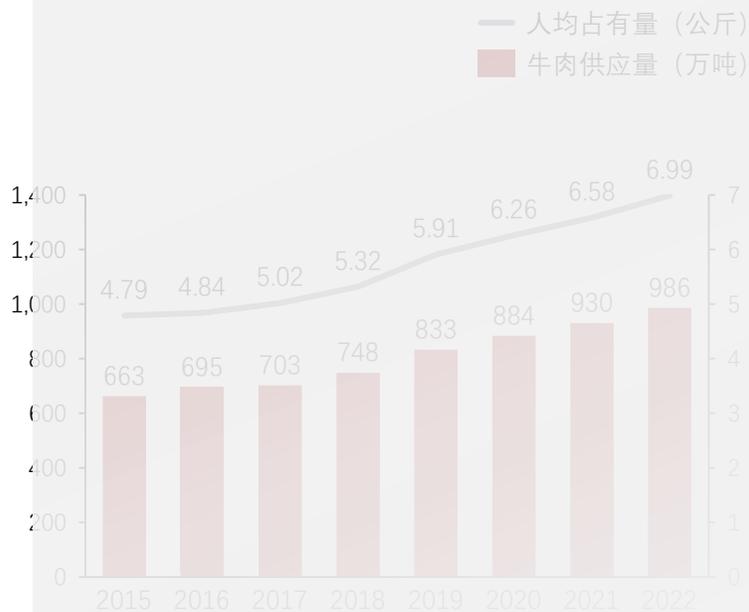
主要观点：

- 产业链图谱：风干牛肉的产业链上游为肉牛养殖和肉牛屠宰等原材料供应商，中游则是风干牛肉生产包装厂商，下游则为购买风干牛肉的经销点以及终端消费者。
- 上游原材料：牛肉行业的上游成本主要由奶牛养殖和饲料组成，其中饲料成本占比最高，约占原奶生产成本的68%。未来，饲料成本可能受到市场2015至2022年间，中国牛肉市场经历了显著的增长，供应量和人均占有量均有所提升，产量稳步增长，表明产业适应市场需求和技术进步。在进出口方面，中国在全球牛肉贸易中的进口依赖性不断增强。
- 中游各大品牌产品对比：风干牛肉市场分化为专注线下、重资产的单一品类企业和主打线上、代工模式的综合平台企业，两者分别依托线下深度与线上广度，共同推进产业升级与市场扩展。
- 销售渠道：风干牛肉市场通过多元化销售渠道实现品牌曝光和购物体验的全面覆盖，线上销售占比20%，线下销售以大卖场、零食店和便利店为主，形成了线上线下双结合的高流量高体验模式。
- 线上销售情况：风干牛肉线上销售情况良好，预计未来几年将继续保持增长态势，这不仅反映了消费者对风干牛肉这类健康零食的偏好，也体现了线上购物渠道在现代消费模式中的重要性和便利性。
- 线下销售情况：中国风干牛肉的线下销售量自2018年以来呈现稳步增长的趋势，风干牛肉线下销售量情况良好，预计未来几年将继续保持增长态势。
- 消费场景：2023年风干牛肉以其便捷性、营养价值等优点成功融入快节奏生活方式，成为旅行、工作和学习场景中受欢迎的休闲食品，展现出其在现代生活中跨越多种消费场景的适应性和魅力。

中国风干牛肉行业产业链分析——上游分析（1/2）

2015至2022年间，中国牛肉市场经历了显著的增长，供应量和人均占有量均有所提升，产量稳步增长，表明产业适应市场需求和技术进步。在进出口方面，中国在全球牛肉贸易中的进口依赖性不断增强

中国牛肉供应量，2015-2022年



中国牛肉产量情况，2015-2022年



中国牛肉进出口量，2018-2022年



完整版登录 www.leadleo.com
搜索 《2024年中国风干牛肉行业概览》

从2015年至2022年，中国牛肉供应量显著增长，从663万吨增至986万吨，人均占有量也从4.79公斤上升至6.99公斤，年均增长率约为5.5%。产量的稳步增长趋势反映了中国居民对牛肉需求量的持续上升，尽管年度增长率有所波动，但整体来看，中国牛肉市场正经历着强劲的发展。

来源：专家访谈，中国畜牧种业，头豹研究院

中国风干牛肉行业产业链分析——各大品牌产品对比

风干牛肉市场分化为专注线下、重资产的单一品类企业和主打线上、代工模式的综合平台企业，两者分别依托线下深度与线上广度，共同推进产业升级与市场扩展

中国风干牛肉品牌对比

头豹洞察

经营单一品类企业：较传统品牌

综合平台企业：多具有互联网基因



特点一：以线下模式为主

特点一：产品更新迭代迅速



单一产品企业：
聚焦某一类或某一种单一产品，只售卖此类产品

卤制品：
以线下品牌为主
品牌直营+加盟

代表企业：
三只松鼠
良品铺子

综合平台类企业：
经营多种休闲食品的企业

完整版登录 www.leadleo.com

搜索 《2024年中国风干牛肉行业概览》



地方特产：
以线下旅游景点为主

特点二：重资产模式为主

自建生产线；
供应链能力较强

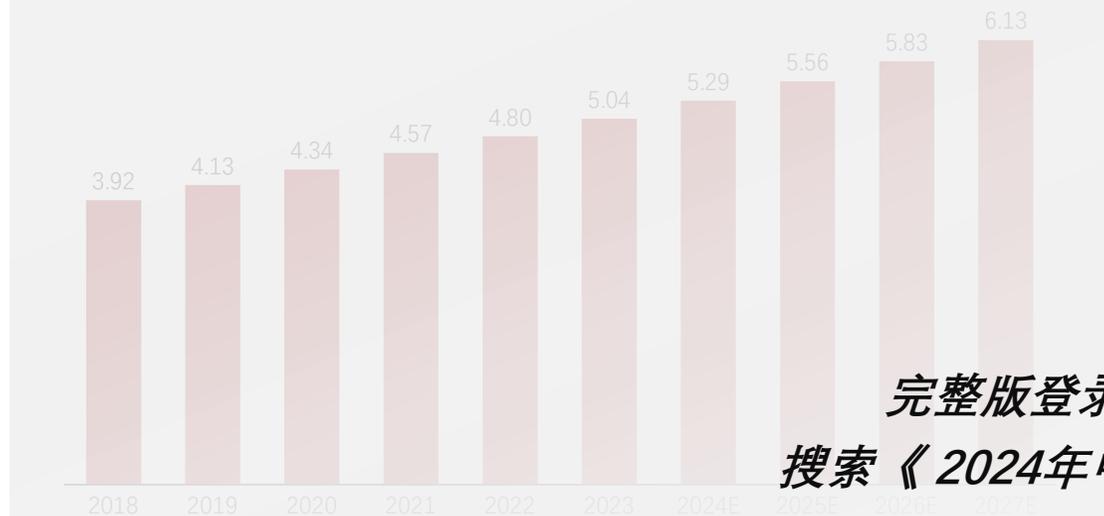
特点三：逐步加码线上

中国风干牛肉行业产业链分析——线上销售情况

中国风干牛肉线上销售情况良好，预计未来几年将继续保持增长态势，这不仅反映了消费者对风干牛肉这类健康零食的偏好，也体现了线上购物渠道在现代消费模式中的重要性和便利性

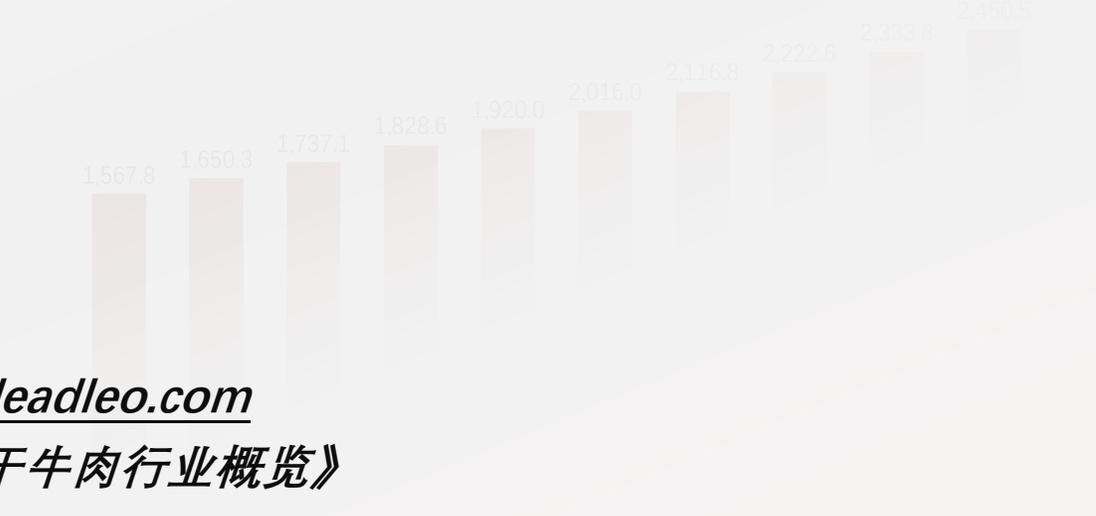
中国风干牛肉的整体线上销售额规模

单位：亿元



中国风干牛肉的整体线上销售量规模

单位：吨



完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国风干牛肉行业概览》

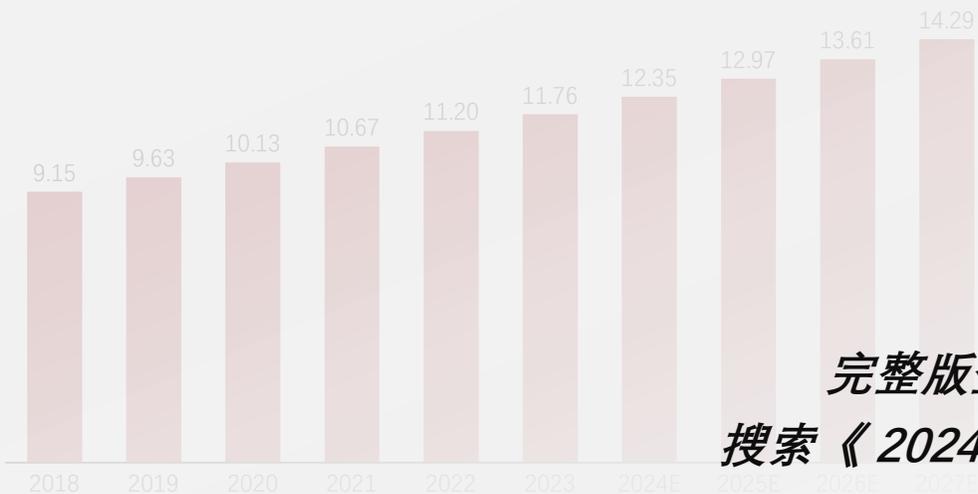
- 中国风干牛肉的线上销售额从2018年的3.92亿元逐年增长至2023年的5.04亿元，显示出稳定上升的趋势。这一增长反映了消费者对健康零食的偏好以及风干牛肉作为零食品类在电商平台上的受欢迎程度。
- 根据预测数据，从2024年到2027年，中国风干牛肉的线上销售额将继续保持增长，分别达到5.29亿元、5.56亿元、5.83亿元和6.13亿元。这反映出线上市场对风干牛肉的需求预计将持续扩大。

中国风干牛肉行业产业链分析——线下销售情况

中国风干牛肉的线下销售量自2018年以来呈现稳步增长的趋势，风干牛肉线下销售量情况良好，预计未来几年将继续保持增长态势

中国风干牛肉的整体线下销售额规模

单位：亿元



中国风干牛肉的整体线下销售量规模

单位：吨



完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国风干牛肉行业概览》

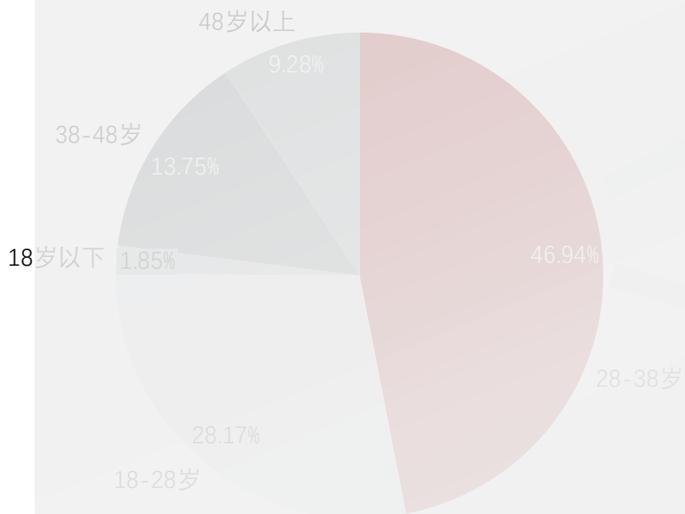
中国风干牛肉线下销售额从2018年的9.15亿元逐年增长至2027年的14.29亿元，呈现出稳定的增长态势。这一趋势反映了线下市场对风干牛肉的需求持续增长，以及消费者对传统购物方式的偏好。根据预测，2027年，风干牛肉的线下销售额预计将进一步增长至14.29亿元，同比增长6.8%。未来几年，风干牛肉行业将继续保持增长势头，年均增长率将保持在6%左右。随着消费者对健康食品的关注度提高，以及线下渠道的强劲市场表现，风干牛肉的线下销售将继续保持增长态势。

中国风干牛肉行业产业链分析——下游消费人群

中国休闲食品网购市场以年轻消费者为主导，他们追求个性化且具有独立消费观念，尤其注重健康与产品安全，而不同国家的消费者在购买风干牛肉时则表现出对价格和质量口味的不同偏好

休闲食品网购消费者年龄结构

单位：万人



影响消费人群结构偏年轻化的两个因素

- 1、消费观念：18-28岁的消费人群，零食为消费者带来的不只是生理上的消费满足，更适其生活方式和消费管的价值表达
- 2、经济实力：28-38岁的消费人群，因较强的经济实力而追求更高层次的消费满足感

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国风干牛肉行业概览》

- 休闲食品网购消费者中，38岁以下的年轻人群占比超过75%，其中28-38岁消费者以46.94%的高比例成为主要消费群体，而18-28岁消费者占比28.17%也显示出年轻化的消费人群结构。这一年轻群体不仅追求个性化消费，且在消费决策中展现出独立性和主观化的特点。他们大多在更加开放的社会环境中成长，形成了更加开放、多元的消费观念。他们的消费行为不仅是为了满足生理需求，更是为了追求更高层次的精神满足和生活品质。而28-38岁消费者则因较强的经济实力而追求更高层次的消费满足感。

购买风干牛肉时的关键购买因素

单位：百分比



第三部分：行业分析

主要观点：

- 相关政策分析：中国风干牛肉的政策分析表明政府致力于提升畜牧业产品质量，加强食品生产安全风险排查防控，支持实施肉牛羊产量提质行动。
- 行业发展驱动力：中国风干牛肉行业的发展受到社会消费品零售总额增长、牛肉人均消费量提升、牛出栏量增加、电商平台发展等多重驱动力的推动，展现出积极的发展态势和广阔的市场前景。
- 发展趋势：在中国风干牛肉市场，行业升级带来了产品向高端化发展的趋势，同时，产品追求富含维生素、矿物质等营养升级，注重食品的健康和营养价值。
- 品牌竞争格局：中国风干牛肉市场的竞争格局呈现出明显的分层化特点，形成了三个主要的竞争梯队，各梯队企业根据自身优势和市场定位，展现出差异化的竞争策略。



中国风干牛肉行业分析——政策分析

中国风干牛肉的政策分析表明政府致力于提升畜牧业产品质量，加强食品安全风险排查防控，支持实时肉牛羊产量提质行动

中国风干牛肉行业发展相关政策分析，2021年至今

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点	政策性质
《农业农村部办公厅关于印发2024年畜禽屠宰质量安全风险监测计划的通知》	2024-02	农业农村部	重点针对省内流通产品的猪、牛、羊屠宰企业开展水分监测、违法添加物和药物残留监测。其中水分监测包括对猪肉（2号或4号肉）、牛肉（黄瓜条或外脊）、羊肉（后腿或里脊）开展水分监测。	规范类
《国务院关于确保国家粮食安全工作情况的报告》	2023-08	国务院规范性文件	利用非耕地发展设施种植业，发展畜禽立体养殖，建设肉牛肉羊集约化养殖设施。发展生物科技生物产业，培育壮大食用菌产业，大力发展新型饲用微生物蛋白。增加水产品供给，建设现代海洋牧场，加强远洋渔业资源开发。	规范类
《中国绿色食品发展中心关于执行《绿色食品产品适用标准目录》（2023版）》	2023-04	国务院	绿色食品，畜禽肉制NY/T 843-2015，主要制定相关执行标准，为了风干牛肉的质量、口感、风味的保证	规范类
《第十四届全国人民代表大会第一次会议关于2022年中央和地方预算执行情况与2023年中央和地方预算的决议》	2023-03	全国人民代表大会	有序推进大豆玉米带状复合种植，支持实施肉牛肉羊增量提质行动和奶业振兴行动，落实好渔业发展支持政策，推动加快油茶产业发展，支持重要农产品稳产保供。	规范类
《国务院关于印发“十四五”推进农业农村现代化规划的通知》	2021-11	国务院	实施基础母畜扩群提质和南方草食畜牧业增量提质行动，引导一批肉牛肉羊规模养殖场实施畜禽圈舍标准化、集约化、智能化改造。	规范类
《国务院关于印发北京、湖南、安徽自由贸易试验区总体方案及浙江自由贸易试验区扩展区域方案的通知》	2020-08	国务院	积极拓展与其他国家的农产品贸易合作，大力发展进境牛肉等高端动物蛋白加工贸易产业。建设进口粮食保税储存中转基地，支持以大豆为突破口，创新粮食进口检疫审批制度，允许对非关税配额粮食以港口存放方式办理检验检疫审批，进口后再确定加工场所（具有活性的转基因农产品除外）	规范类
《国务院关于印发6个新设自由贸易试验区总体方案的通知》	2019-12	国务院	建设沿边资源储备基地。支持建设成品油与天然气储备库。试点牛肉、天然橡胶等产品储备制度改革，支持红河片区、德宏片区建立大宗产品储备基地。推动碳排放权交易资源储备。	规范类

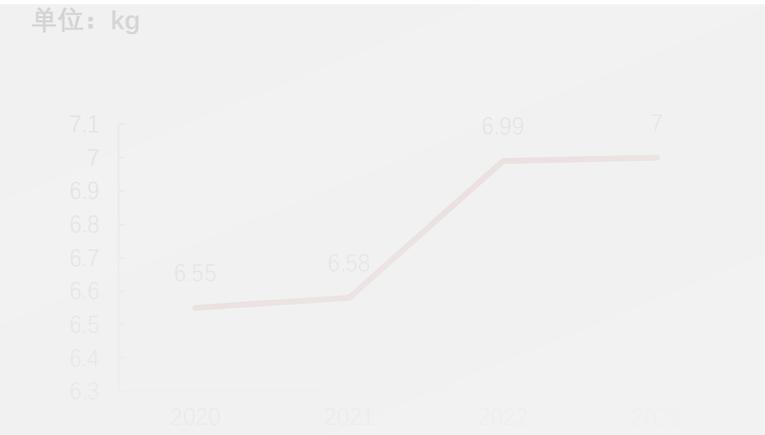
中国风干牛肉行业分析——行业发展驱动力

中国风干牛肉行业的发展受到社会消费品零售总额增长、牛肉人均消费量提升、牛出栏量增加、电商平台发展等多重驱动力的推动，展现出积极的发展态势和广阔的市场前景

中国社会消费品零售额和同比变化率，2017-2022年



全国牛肉类人均消费量，2020-2023年



头豹洞察

- 社会消费品零售总额的提升：随着中国经济的持续增长，居民收入水平提高，社会消费品零售总额逐年增加，为风干牛肉行业提供了广阔的市场空间。
- 牛肉人均消费量的提升：随着消费者对高品质休闲食品的需求增加，牛肉行业持续发展。

完整版登录 www.leadleo.com

搜索 《2024年中国风干牛肉行业概览》

中国牛存栏量和出栏量情况，2018-2023年



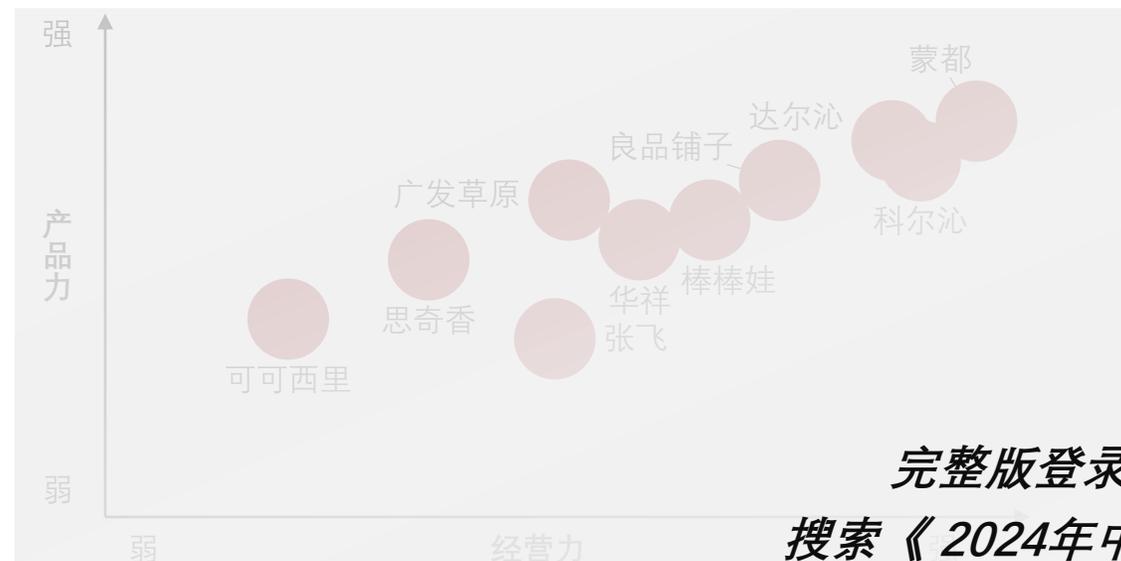
来源：大畜牧，头豹研究院



中国风干牛肉行业分析——品牌竞争格局

中国风干牛肉市场的竞争格局呈现出明显的分层化特点，形成了三个主要的竞争梯队，各梯队企业根据自身优势和市场定位，展现出差异化的竞争策略

中国风干牛肉行业竞争格局



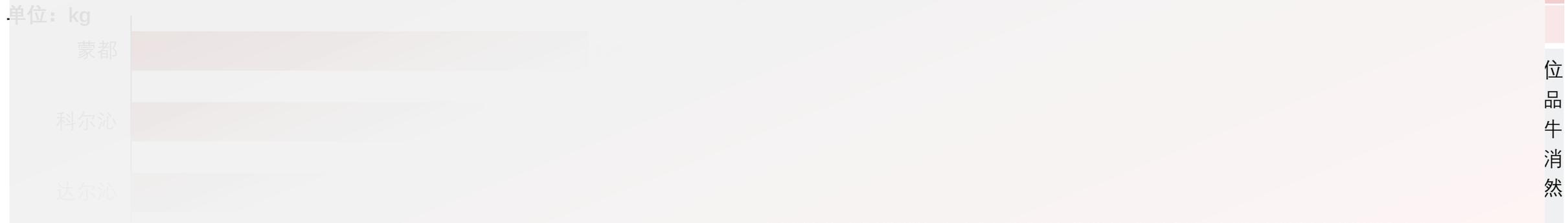
中国Top 10风干牛肉企业竞争情况，2023年

品牌	成立时间(年)	淘宝旗舰店粉丝量(万个)	京东旗舰店粉丝量(万个)	整体销量(kg)
蒙都	1998	35	31.9	超1000
科尔沁	2002	66.4	44.9	
达尔沁	2012	22.2	11.6	
良品铺子	2006	3,383		
棒棒娃	2000	20.5		
华祥	1999			
张飞				
广发草原				
思奇香				

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2024年中国风干牛肉行业概览》

中国风干牛肉领域前三企业销售量，2023年5月-2024年4月



来源：专家访谈，各大品牌淘宝官方旗舰店，京东自营旗舰店，头豹研究院



第四部分：企业分析

主要观点：

- 内蒙古蒙都羊业股份有限公司自1998年成立以来，凭借其行业经验和战略位置，专注于高品质草原牛羊肉产品的研发与生产，拥有年产14000吨的生产能力，确保了其在行业内的领先地位和市场竞争能力。
- 蒙古科尔沁牛业股份有限公司是一家资本雄厚、设施现代化的股份制企业，位于科尔沁草原的通辽市，专注于肉牛饲养、屠宰加工及牛肉制品制造，拥有完整的产业链和强大的生产能力。
- 草原达尔沁专注于风干牛肉等产品的生产与销售，通过电商平台尤其是天猫旗舰店的运营，迅速增长，成为牛肉干行业的领先品牌，拥有21.7万粉丝和452万余件热销产品的卓越销售业绩。
- 良品铺子自2006年成立以来，秉承“良心的品质、大家的铺子”理念，专注于休闲食品的研发与零售，以其强大的线下运营能力和成熟的管理体系，于2020年成功上市，成为高端零食领域的领先品牌。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

联系我们



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历

