

2024年

# 中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，全球化多平台化成为发展重点

2024 China Cross-border e-commerce ERP Industry Research Report

2024 中国越境電子商取引ERP業界の概要

报告标签：跨境电商ERP、全球化、多平台化

2024/08

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。

## ■ 关于头豹 About Us

- ◆ 头豹深耕行企研究6年，凭借丰富的内容生产、平台运营和知识管理经验，基于人工智能、大模型、云计算等先进数字技术，构建了业内领先的全产业覆盖、百万级原创研究内容数据库，首创全开源、多方协同、可拓展的 智慧行研平台——“脑力擎 KnowlengineTM”知识管理与研究辅助KaaS系统，并通过“AI推理+AI搜索”双引擎辅助分析师提升工作效能，加深行研 精度，助力行业实现数字化转型升级，赋能数字中国建设。
- ◆ 头豹科创网(www.leadleo.com) 拥有**20万+专业用户**，全行业赛道覆盖及相关研究报告产出数百万原创数据元素，每年数千场直播及视频内容，**用户覆盖了超过70%的投融资机构、金融机构和资本市场服务机构**。近年来，头豹研报在资本市场的影响力逐年提升。据不完全统计，已有上百家拟上市及上市公司在其信披材料中大量引用**头豹数据及观点**。头豹精选报告被全球著名的财经资讯平台路孚特(Refinitiv)广泛收录，帮助中国企业获得国内外投资机构重点关注，吸引投资，赋能企业发展。

## ■ 报告作者 Report Author

姓名：付淑芳

职位：TMT行业分析师

Email: shufang.fu@leadleo.com

## ■ 业务合作 Business Cooperation



### 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据



### 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR等咨询服务



### 白皮书

助力企业改善市值管理, 增强知名度与认可度



### 资本市场数据引用

内容授权商用、上市/二级市场数据引用。高效赋能企业上市进程



### 市场地位确认

助力企业价值提升及品牌影响力宣传



### 词条报告

数字行研助力“产投研学”, 提升决策效率

网址: [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话: 李先生 130-8019-7867

郑女士 189-9886-1893

地址: 深圳市南山区华润置地大厦E座4105

# 报告摘要

■ 跨境电商进入人工智能阶段，跨境电商ERP将提升产品和服务整合度以适应市场需求。跨境电商ERP是管理企业内部资源、整合外部资源的系统，可帮助卖家实现跨部门联系和信息同步。2022年以来，生成式AI等新技术在跨境电商领域应用、Temu和TikTok等新兴电商平台的崛起，驱动跨境电商ERP系统提升产品和服务整合度，实现多平台全渠道布局。

■ 政策及下游全球化多平台化需求将带动跨境电商ERP市场规模持续增长。2023年跨境电商ERP市场规模达12亿元，预计2028年将达到18.9亿元，2024-2028年CAGR为9.37%。一方面，政策支持跨境电商行业海外仓建设以及开展海外营销推广，推动ERP厂商不断完善供应链和运营功能；另一方面，拉美等新兴市场以及TikTok等新兴平台崛起驱动跨境电商ERP不断拓展服务范围和服务能力，实现全球化多平台化布局。

■ 跨境电商ERP行业集中度较高，未来短时间内竞争格局变化不大。跨境电商ERP市场以店小秘、领星、易仓等厂商为主，各厂商发展模式有较大差异；由于头部厂商具备先发优势，均拥有符合公司产品定位的忠实客户，且会根据客户反馈定期优化产品功能保持竞争力，因此未来短时间内，行业仍将处于多足鼎立状态。

# *Chapter 1*

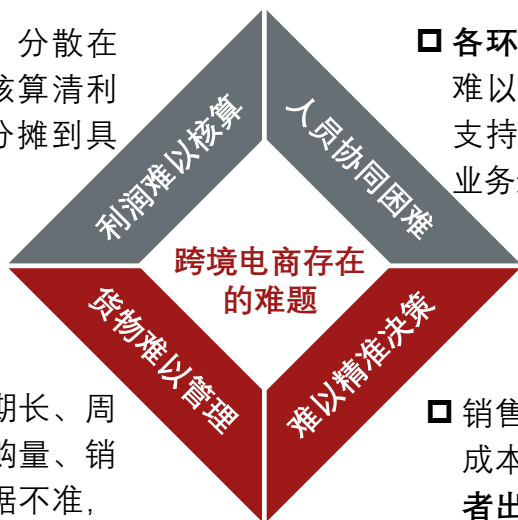
## 行业综述

# 中国跨境电商ERP定义及其特点

跨境电商ERP是指专注于服务于跨境电商领域的ERP系统，由于跨境电商存在利润核算、货物管理、人员协同和精准决策等问题，因此跨境电商ERP系统需具备全球化覆盖、实时性触达以及可视化分析的特点

## 跨境电商需要ERP系统的理由

□ 涉及费用多且杂，分散在各个报表，难以核算清利润和将各项成本分摊到具体产品上



□ 各环节人员负责不同板块，难以统一标准或缺乏数据支持，导致人员协同困难，业务运作效率低

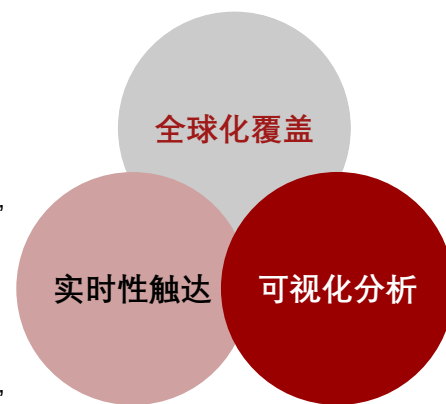
□ 货物运输存在周期长、周转慢等难题，采购量、销量、在库量等数据不准，容易造成货物积压或断货

□ 销售额、采购成本、库存成本等数据统计不及时或者出现纰漏，导致决策失误，无法及时调整业务

## 跨境电商ERP系统的特点

➤ **全球化覆盖**：为企业提供全球化支持，支持多国语言、多国货币、多国税收制度等全球化需求，可帮助企业扩大海外市场，提高企业运营效率和管理水平

➤ **实时性触达**：实现多地点业务集成，不同地区的数据可以共享，可实时跟踪订单、库存和交付状态，帮助企业快速响应市场需求和解决消费者问题，从而提高品牌影响力



➤ **可视化分析**：通过分析大量业务数据，助力企业优化运营模式，并提供可视化报表功能，帮助企业了解其业务表现并识别有问题的业务流程，进而优化流程

□ 跨境ERP是指具备跨国功能的企业资源计划（ERP）系统，它将企业的各个部门、业务流程、财务数据等集成起来，帮助企业实现全球化的业务管理和运营。**跨境电商ERP**则是指专注于服务于跨境电商领域的ERP管理系统，是管理企业内部资源（人员等）、整合外部资源（对接跨境平台、物流、海外仓等）的系统，并通过系统标准化的数据分析来规范业务操作流程，实现跨部门紧密联系和信息同步。对于跨境电商企业来说，ERP系统可以提供从订单管理到库存管理等多个方面的支持，帮助企业提高效率和管理水平。

□ 跨境电商涉及的周期、环节、链条等远比国内电商复杂，存在**利润难以核算、货物难以管理、人员协同困难以及难以精准决策**等问题，因此要求跨境电商ERP系统实现多区域覆盖，具备数据资产整合、管货流程闭环、信息实时同步等功能。

□ **跨境电商ERP系统一般具备全球化覆盖、实时性触达以及可视化分析**等特点，即可为跨境电商企业提供全球化支持，帮助企业扩大海外市场，实现多地点业务集成，并通过分析大量业务数据，为企业决策提供强有力支撑。

# 中国跨境电商ERP发展历程

中国跨境电商自90年代开始发展，目前已经进入人工智能阶段，生成式AI开始在跨境电商领域应用，相应地，跨境电商ERP系统将进一步提升产品和服务整合度以适应市场需求，多平台化、全球化成为主流

中国跨境电商发展历程，1995-2024

1995-2012年：萌芽阶段	2013-2017年：加速发展阶段	2018-2021年：规范发展阶段	2022-至今：人工智能阶段
<p><b>标志性事件：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ PC端亚马逊、eBay先后上线</li><li>□ 2004年敦煌网成立</li><li>□ 2010年阿里速卖通成立</li><li>□ 2012年亚马逊开始招募中国卖家</li></ul> <p><b>特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 基于平台自身的商品选择和推荐的货架电商阶段</li><li>□ 电商平台较为单一，跨境卖家种类少</li></ul> <p><b>ERP系统特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 主要功能为刊登产品上架，包括订单管理等</li></ul>	<p><b>标志性事件：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 2014年，Wish在中国开始招商；明确行业监管框架；出台跨境支付指导文件</li><li>□ 2015年Shopee成立，2016年阿里收购Lazada</li></ul> <p><b>特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 多个电商平台向中国开放，铺货规模大</li><li>□ 通过分发技术把内容化的商品和潜在兴趣客户链接起来</li></ul> <p><b>ERP系统特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 在现有基础上，增加供应链管理、物流管理、仓储管理等功能</li></ul>	<p><b>标志性事件：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 2018年，明确跨境出口无票免征政策</li><li>□ 2019年电子商务法正式实施</li><li>□ 2021年TikTok上线，亚马逊大规模封号潮；2021年发文支持跨境电商和海外仓发展</li></ul> <p><b>特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 亚马逊成为中国卖家主要阵地</li><li>□ 行业迈向规范化发展</li></ul> <p><b>ERP系统特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 在现有基础上，增加数据整合和分析、财务核算、广告投放、客户管理等功能</li></ul>	<p><b>标志性事件：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 2022年ChatGPT开始在跨境电商平台应用</li><li>□ 2022年TEMU上线</li><li>□ 2022年RCEP生效</li></ul> <p><b>特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 跨境卖家向多平台全渠道发展</li><li>□ 以交互为媒介，生成式人工智能技术在跨境电商领域应用</li></ul> <p><b>ERP系统特点：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>□ 进一步提升产品和服务的整合度和灵活性，实现多元化的商业场景覆盖和应用拓展</li><li>□ 多平台化、全球化成为主流</li></ul>



# *Chapter 2*

## 产业链分析



# 中国跨境电商ERP产业链图谱

跨境电商ERP产业链上游为硬件提供商和软件服务商，中游为跨境电商ERP SaaS服务商，按照侧重点不同可分为运营型和供应链型两类，下游为在Amazon、Shopee等全球电商平台经营业务的各类卖家

## 中国跨境电商ERP产业链图谱



# 中国跨境电商ERP产业链中游分析——运营型与供应链型功能对比

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP产业链中游分析——典型厂商发展模式对比

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP产业链中游分析——企业商业模式对比 (2/3)

企业	产品定位	主要功能	收费模式	服务能力及客户情况
马帮	专注提供全流程跨境电商ERP管理软件解决方案	分为亚马逊ERP、专业版ERP和东南亚海外版ERP： ①选品开发；②订单管理；③供应链管理；④商品管理；⑤库存规划；⑥财务报表；⑦海外仓；⑧客服管理；⑨物流管理	分为免费版、标准版和高级版，价格从几千元到几十万元不等，对于中小型企业来说，一个较为全面的套餐在 <b>10万元</b> 左右	<ul style="list-style-type: none"> <li>对接<b>100+</b>主流电商平台</li> <li>客户数量<b>200,000+</b></li> <li><b>5+</b>跨境收款工具</li> </ul>
吉客云	为企业提供安全稳定、高可用性和高扩展性的一站式数字化解决方案	①订单管理；②仓储管理；③采购管理；④分销管理；⑤财务管理；⑥ <b>客户关系管理</b> ；⑦数据分析；⑧ <b>办公管理</b>	按单收费，单量在400万以下，单价在 <b>0.07元-0.15元</b> 之间；按年收费（中大型企业专享），单价在 <b>0.028元-0.06元</b> 之间	<ul style="list-style-type: none"> <li>对接<b>426</b>家电商平台，其中<b>83</b>家为跨境出口电商平台</li> </ul>
网店管家	实现跨平台、多店铺订单/库存/货品/售后/财务和办公的一站式管理	①自动订单处理；②多语言多币种切换；③进销存管理；④物流管理；⑤供应链管理；⑥商品管理；⑦财务管理	按单付费，起步价较低，适合中小型企业使用	<ul style="list-style-type: none"> <li>对接<b>100+</b>跨境电商和国际物流平台</li> <li>客户数量<b>100,000+</b></li> </ul>
赛狐（店小秘旗下品牌）	亚马逊精细化管理系统	① <b>全局看板</b> ；②广告管理；③补货建议；④进销存管理；⑤客服系统；⑥ <b>运营工具</b> ；⑦财务核算	分为免费版和付费版，付费版单价在 <b>0.02元-0.06元</b> 之间	——
光云	为大卖家提供一体化的电商ERP解决方案	<b>快麦ERP</b> ：①订单管理；②仓储管理；③智能数据化；④分销管理；⑤采购管理；⑥财务管理；⑦商品管理	可按年收费不限单量	有效付费客户数 <b>1,200,000+</b> 合作平台数80+ 日均处理包裹数3,000万+
通途	为跨境电商而生，全面解决效率难题	①订单管理；②采购管理；③商品管理；④发货管理；⑤仓储管理；⑥ <b>质检管理</b> ；⑦客服管理；⑧财务管理；⑨权限管理	在线版（适合日订单量在百余票的小团队），基本使用费 <b>299元/月</b> ；云部署版（适合日订单量在千余票的中等企业），基本使用费为“ <b>2,000元</b> 部署费（仅首年）+ <b>20,000元/年</b> ”	<ul style="list-style-type: none"> <li>对接<b>70+</b>主流跨境电商平台</li> <li>客户数量<b>90,000+</b></li> </ul>
鲸汇	跨境大件电商多平台ERP	①多平台对接；②自动化处理；③尾程优算；④多维度运营报表；⑤权限和审批管理	主要为中大件卖家，只收取软件使用费，订单费用 <b>0.3元/单</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>超200,000+跨境卖家使用</li> </ul>
赛盒	全方位赋能跨境电商运营与管理全流程	分为亚马逊ERP和多平台ERP：①产品管理；②订单管理；③采购管控；④ <b>刊登管理</b> ；⑤广告管理；⑥ <b>邮件管理</b> ；⑦自发货与FBA备货；⑧报表管理	每月费 <b>8,000元</b> ，获得全面的系统使用权，并享受系统提供的各项功能和服务	<ul style="list-style-type: none"> <li>对接<b>50+</b>跨境平台和自建站</li> <li>客户数量<b>260,000+</b></li> </ul>

来源：各公司官网、畅捷通、简道云、云道云、AMZ123、专家访谈、头豹研究院



# 中国跨境电商ERP产业链中游分析——企业商业模式总结（3/3）

不同平台不同规模的卖家可根据自身需求选择合适的厂商，如店小秘适合多平台中小卖家，旗下产品赛狐适合亚马逊平台中小卖家；领星适合亚马逊大、中、小卖家；易仓和鲸汇适合多平台大卖家

## 亚马逊卖家和其他跨境卖家对ERP需求的差异

	亚马逊卖家	多平台跨境卖家
痛点或者需求	主要为精品型卖家，核心痛点在前端运营：销售额无法增长、广告成本上涨及表现不稳定等	主要为铺货型卖家，核心需求在于实现多平台数据互通以及供应链管理
代表厂商	领星、赛狐、积加、易仓、赛盒、马帮	店小秘、易仓、通途、鲸汇、马帮、聚水潭
特色功能	<p><b>领星：</b>业财一体化管理、提供专门广告精细化智能管理服务</p> <p><b>赛狐：</b>广告投放精细化</p> <p><b>积加：</b>提供广告优化、精品全渠道运营管理</p> <p><b>易仓：</b>2021年收购亿数通，专为亚马逊卖家提供广告管理服务</p> <p><b>赛盒：</b>一站式智能调控广告</p> <p><b>马帮：</b>广告定时投放、运营分析报表</p>	<p><b>店小秘：</b>数据搬家、物流追踪、海外仓</p> <p><b>易仓：</b>货代系统、海外仓系统</p> <p><b>通途：</b>供应链分销、物流平台</p> <p><b>鲸汇：</b>快递自动比价、数据权限和审批管理</p> <p><b>马帮：</b>智能选品、多平台刊登、物流管理</p> <p><b>聚水潭：</b>全渠道分销、三方云仓</p>

## 大卖家和中小卖家对ERP需求的差异

	大型卖家	中小型卖家
需求	通常在多个平台运营多个店铺多个账号，需要ERP提供全面的供应链管理能力和强大的数据分析和安全保障能力，甚至需要定制化	(1) 可满足基本业务流程管理需求 (2) 简单易上手，学习成本低，高性价比 (3) 快速响应市场变化，包括listing优化、广告管理等
代表ERP厂商	积加、鲸汇、易仓、马帮	店小秘（包括赛狐）、领星、易仓
厂商差异	<p><b>积加：</b>为精品大卖群体提供流量+供应链+品牌的一站式解决方案</p> <p><b>鲸汇：</b>聚焦解决“业务流程长、资金占用重”两大难题（可提供供应链金融服务）</p> <p><b>易仓：</b>可满足精品型、精铺型和品牌型卖家</p> <p><b>马帮：</b>提供智能选品、大数据爆款推荐</p>	<p><b>店小秘（赛狐）：</b>成本低，性价比高，可轻松实现多平台化，但功能相对少</p> <p><b>领星：</b>功能全面，价格相对较高，多平台化能力相对不足，更适合亚马逊平台中小卖家</p> <p><b>易仓：</b>基于TikTok和Temu两大流量平台去拓展，当两大平台有三方应用入驻时，可快速实现对接</p>

□ 由于厂商产品定位的平台和卖家规模有较大差异，不同平台不同规模的卖家可根据自身需求选择合适的厂商。（1）亚马逊大型卖家：领星、积加；（2）亚马逊中小型卖家：赛狐、领星、赛盒、马帮等；（3）多平台大型卖家：鲸汇、易仓、马帮；（4）多平台中小型卖家：店小秘、易仓、通途。

# 中国跨境电商ERP产业链下游分析

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP产业链下游分析

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》



# *Chapter 3*

## 市场分析

# 中国跨境电商ERP市场分析——市场规模

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP市场分析——驱动因素（政策）

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP市场分析——发展趋势

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# *Chapter 4*

## 企业分析

# 中国跨境电商ERP市场竞争格局

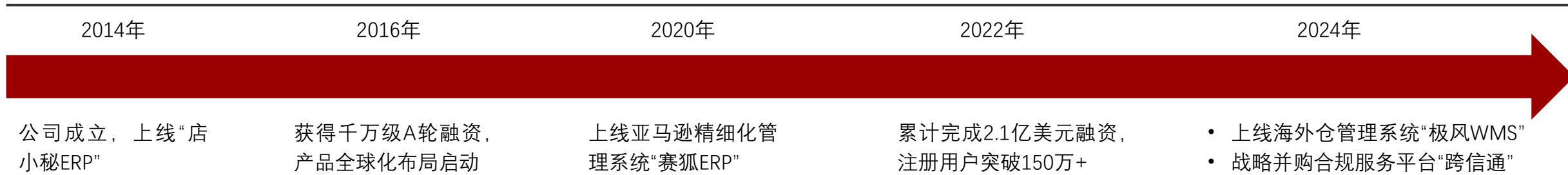
完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国跨境电商ERP行业研究报告：供应链及营销能力有待提升，  
全球化多平台化成为发展重点》

# 中国跨境电商ERP企业分析——店小秘

店小秘成立之初已完成各个平台对接，2019年后陆续上线针对各地区的ERP产品以及针对亚马逊精细化运营的赛狐ERP，目前公司正在拓展海外仓管理、合规服务管理等衍生功能

## 店小秘发展历程，2014-2024



## 店小秘旗下主要产品

产品	上线时间	功能
店小秘	2014年	多平台ERP系统
BigSeller	2019年	东南亚本土电商ERP
赛狐ERP	2020年	亚马逊精细化管理系统
小秘云仓	2020年	一件代打包发货服务
UpSeller	2021年	拉美本土电商ERP
多客	2021年	智能客服系统
17TRACK	2021年	全球物流查询平台
4Seller	2023年	欧美本土电商ERP
极风WMS	2024年	海外仓管理系统
跨信通	2024年	一站式合规服务平台

## 店小秘产品主要功能

特色功能			
• 数据采集	• 权限管理	• FBA发货	• 催付提醒
• 数据搬家	• 操作日志	• 智能采购	• 发货提醒
• 复制产品	• 利润统计	• 定时跟卖	• 延期提醒
• 仿品检测	• 评价管理	• Feedback	• 缺货提醒
• 一键翻译	• 纠纷管理	• 自动评价	• 库存预警
• 物流服务	• 议价管理	• 智能配对	• 滞销提醒
• 云黑名单	• 自动补货	• 物流追踪	• 违规提醒
• 1688采购	• 自动刊登	• 延长收货	• 安全提醒
• 海外仓管理	• Paypal管理	• 定时发布	• 自动审核



# 中国跨境电商ERP企业分析——领星ERP

领星ERP自2017年上线，产品除了亚马逊平台ERP和多平台ERP，还向智能物流、海外仓管理等方面拓展，旨在提供精细化运营和供应链解决方案；收费以按单包年收费模式为主，单价随单量增加而下降

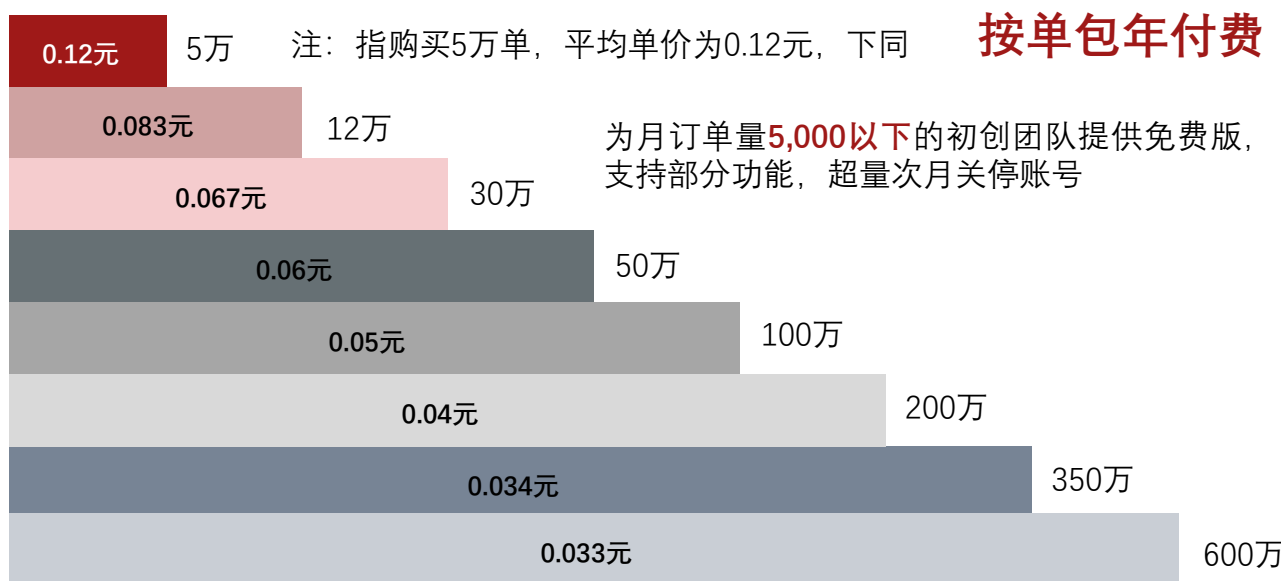
## 领星ERP发展历程，2017-2024



## 领星ERP主要产品

产品	功能
亚马逊ERP (主要产品)	<ul style="list-style-type: none"><li>财务：深度整合跨境电商各个关键环节的多维数据</li><li>供应链：集采购、出入库、发货、物流等关键环节于一体</li><li>运营：统一管理广告，以多维工具助力高效运营</li></ul>
多平台ERP	<ul style="list-style-type: none"><li>打通多平台之间的数据壁垒，统一集成管理多个平台的业务，轻松管理货物、订单、利润等</li></ul>
中大型企业海外仓管理系统	<ul style="list-style-type: none"><li>全面覆盖海外仓业务场景，支持对接ERP管理系统、物流系统、仓储系统等，打通仓储前后端流程</li></ul>
智能物流查询平台	<ul style="list-style-type: none"><li>覆盖全球800+物流商，为跨境电商业务提供物流信息查询、物流异常提醒、物流数据分析等一站式服务。</li></ul>

## 领星ERP产品价格



## ■ 方法论 Methodology

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- 头豹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。
- 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

## ■ 法律声明 Legal Statement

- 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。

