


短报告：快手，值得下手吗？

Brief Report: Is it Worth to Invest in Kuaishou Technology?

短いレポート：快手テクノロジー，投資する価値はありますか？

报告标签：快手、短视频、直播、电商、广告

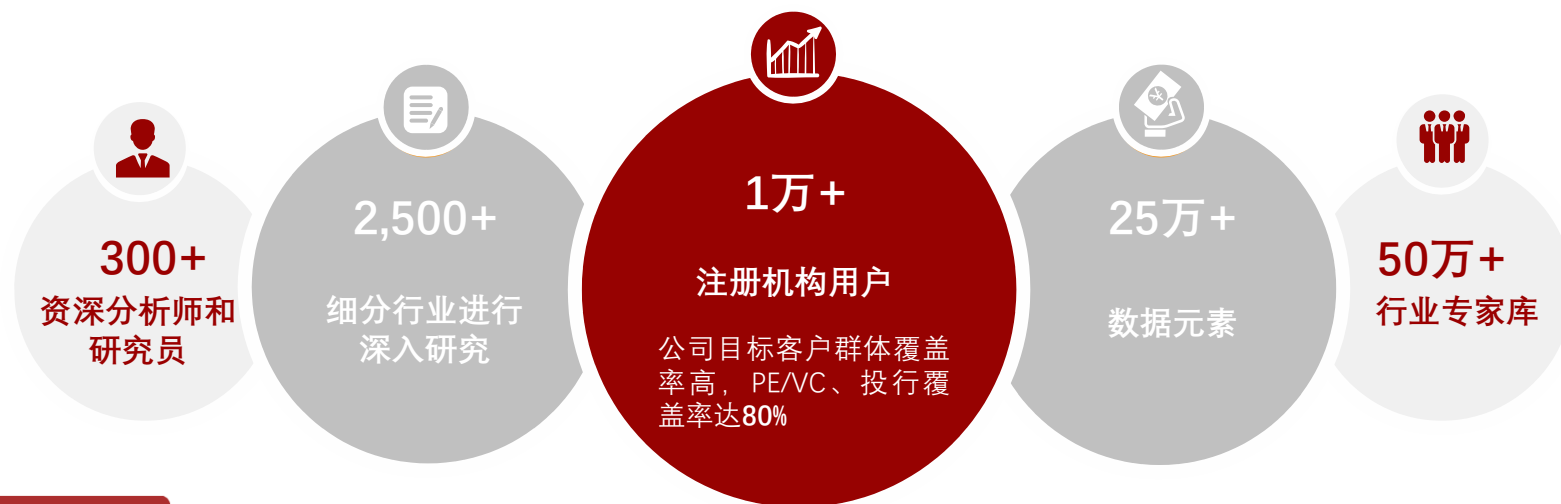
报告主要作者：梁秋兰
2021/02



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。

头豹研究院简介

- ◆ 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- ◆ 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供**技术支持服务**

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选**、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，**园区企业孵化服务**

报告阅读渠道

头豹科技新闻网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说



表说



专家说



数说



详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李女士：18049912451

李先生：18916233114

概要

中国“短视频第一股”——快手，值得下手吗？

快手科技（以下简称“快手”），是全球领先的内容社区与社交平台，于2021年2月在香港联交所挂牌上市，成为中国“短视频第一股”，股票代码1024.HK。快手主营业务包括直播、在线营销服务以及电商、网络游戏等其他服务。随着在线营销服务与电商等服务收入持续增加，快手的直播收入占总营收比例逐年下降，意味着快手的业务商业化逐步向多元化发展，未来其盈利能力将更加稳健。受益于中国短视频、直播、广告、电商等行业市场规模持续提升，用户付费习惯逐渐养成，大数据与算法能力等技术的持续进步，快手将保持稳定增长态势。综合而言，头豹认为快手具有较高的投资价值。

1. 快手已进入快速商业化阶段

- 快手科技自2011年成立以来，已经历未商业化阶段（尚无商业化探索）与商业化初始阶段（开始搭建商业化基础设施），现进入商业化加速阶段（用户规模扩大，营收快速增加），其中，广告和电商收入快速增长，逐步成为快手的重要营收来源。

2. 快手处于短视频行业第一梯队

- 中国短视频用户逐年增加，2020年6月用户规模达8.18亿，约87%的网民使用短视频。在中国，短视频已成为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐步成为中国互联网的底层应用。该行业呈现三梯队竞争格局，其中快手和抖音为第一梯队，用户合计占比为56.7%，形成两强争霸局面。

3. 快手具有较高的投资价值

- 就盈利能力、内容吸引力、产品丰富度、技术能力、市场潜力而言，快手的综合表现较为优异，具有较高的投资价值：（1）盈利能力：快手业务向多元化发展，其盈利能力更加稳健；（2）内容吸引力：快手内容质量提升，吸引更多用户；（3）产品丰富度：快手持续推出新产品，满足用户多元需求，扩大用户群；（4）技术能力：快手具备计算机视觉与机器学习端、视频编解码算法等行业领先技术，提升用户体验感；（5）市场潜力：快手主营业务所属行业均处于增长阶段，快手将迎来良好的发展机遇。

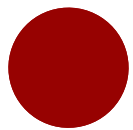
目录

CONTENTS

□ 名词解释	-----	06
□ 快手企业介绍	-----	07
• 公司概况	-----	08
• 发展历程	-----	09
□ 行业综述	-----	10
• 短视频行业概况	-----	11
• 快手主营业务相关行业概况	-----	12
□ 快手财务分析	-----	13
• 盈利能力与费用率分析	-----	14
□ 快手盈利模式	-----	15
• 直播	-----	16
• 在线营销服务	-----	17
• 其他服务	-----	19
□ 快手综合评价	-----	20
□ 方法论	-----	23
□ 法律声明	-----	24

名词解释

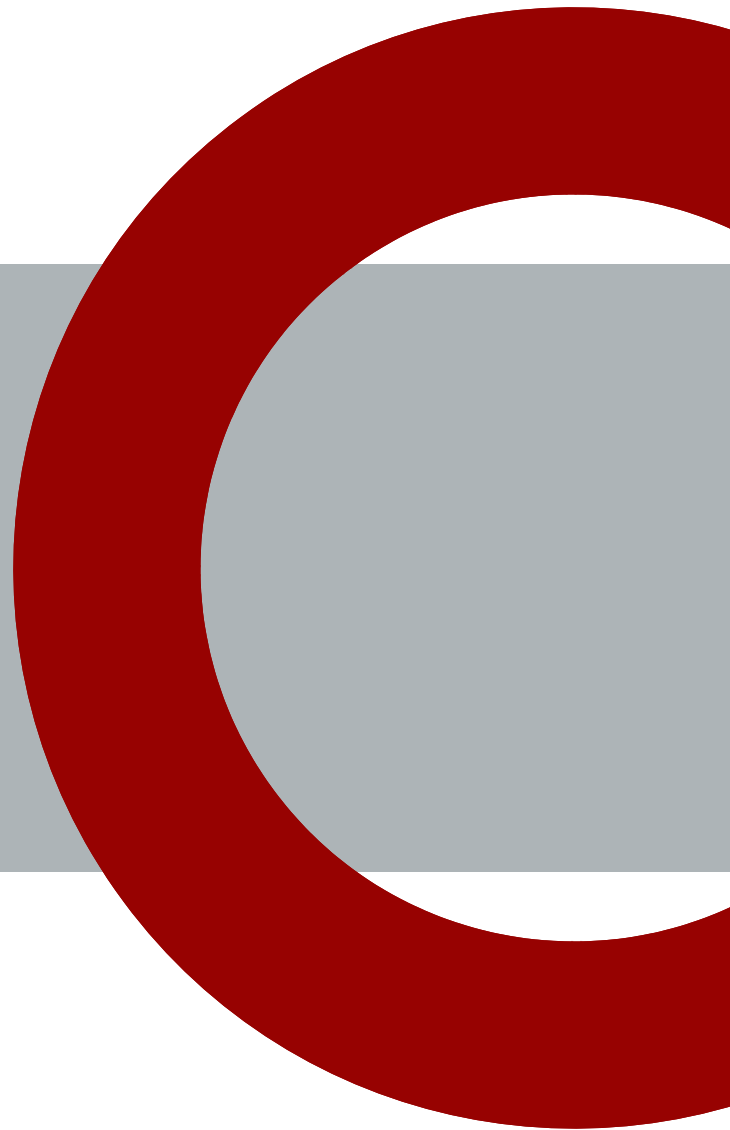
- ❑ **ARPPU:** Average Revenue Per Paying User, 每付费用户平均收益, 即在统计周期内, 付费用户对产品产生的平均收入。
- ❑ **CPM:** Cost Per Mille, 千人成本, 网络广告业术语, 指由某一媒介或媒介广告排期表所送达1,000人所需的成本。
- ❑ **oCPM:** Optimized Cost Per Mille, 优化千次展现出价, 与CPM类似。
- ❑ **CPC:** Cost Per Click, 点击成本, 每产生一次点击广告方所花费的成本。
- ❑ **CPA:** Cost Per Action, 每次行动成本, 指根据目标客户每次做出指定行为(如点击链接、下载游戏等)所需的成本。
- ❑ **CPT:** Cost Per Time, 按时长付费, 是一种以时间来计费的广告, 按照固定时长收费的固定收费模式。
- ❑ **eCPM:** Effective Cost Per Mile, 每一千次展示可以获得的广告收入。
- ❑ **eCVR:** Estimated Conversion Rate, 预估转化率, 即预判广告素材转化的概率。
- ❑ **GMV:** Gross Merchandise Volume, 成交总额, 多用于电商行业, 一般包含拍下未支付订单金额。



01

企业介绍

- 公司概况
- 发展历程



快手科技背景综述——公司概况

快手科技是一家运营内容社区和社交平台的企业，主营业务包括线上营销服务、直播、电商、网络游戏和知识共享等，其于2021年2月在港交所上市，成为中国“短视频第一股”

企业简介

企业名称	快手科技（简称“快手”） 
成立日期	2011年
法人代表	银鑫
总部地点	中国 北京市
具体地址	海淀区上地西路6号1号楼
主要股东	Tencent Mobility Limited (12.32%)， Morningside China TMT Fund II,L.P. (12.07%)， Reach Best (11.79%)， Ke Yong (9.36%)
人数规模	约2万人
上市信息	香港联交所（2021年上市）-1024.HK
主要产品	快手广告，快手粉条，磁力聚星，快手联盟等
业务范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；产品设计；设计、制作、代理、发布广告；电影制作；从事互联网文化活动；出版物零售；演出经纪等
营收来源	直播、在线营销服务、电商等

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

企业生态系统与现状



3.05亿

快手中国应用程序及小程序的平均日活跃用户

2.34万亿

短视频和直播点赞、转发及评论

7.69亿

快手中国应用程序及小程序的平均月活跃用户

≈26%

平均月活跃用户为内容创作者

86+分钟

每位日活跃用户日均使用时长

2,041亿人民币

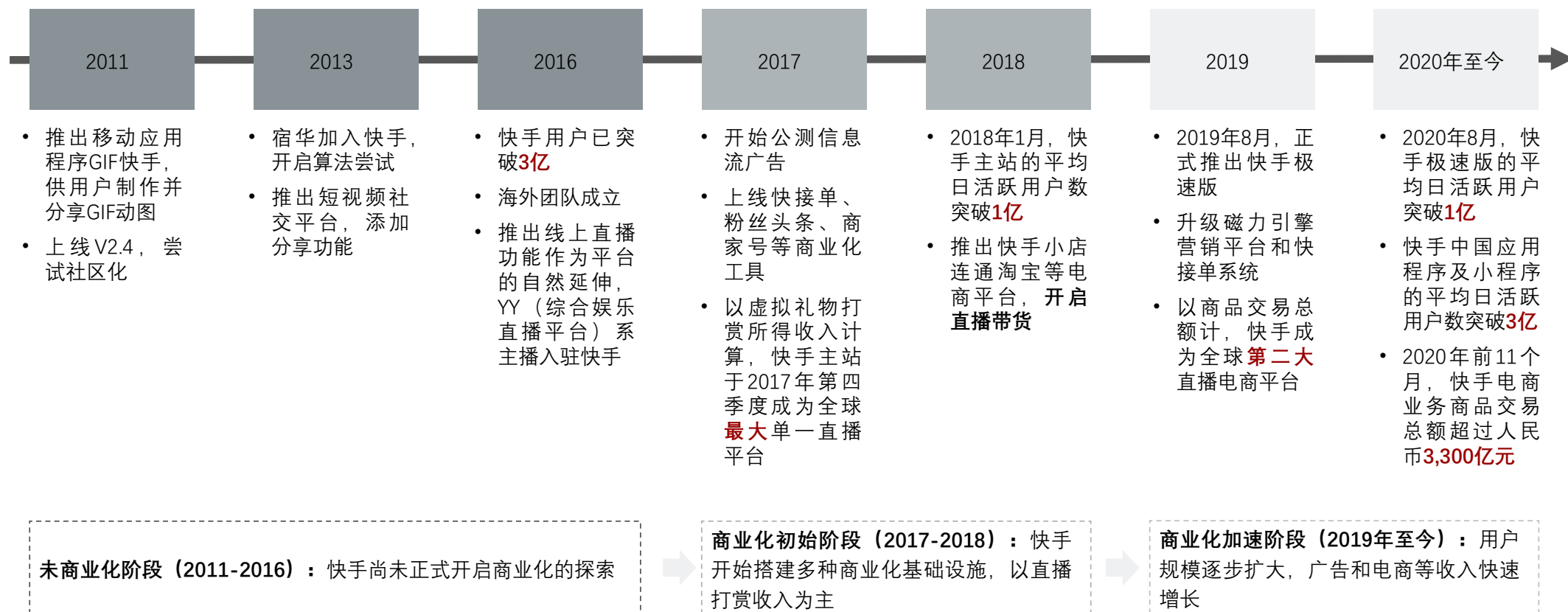
电商交易总额

*截至2020年9月

快手科技背景综述——发展历程

快手科技已经历未商业化阶段与商业化初始阶段，现进入商业化加速阶段，其中广告和电商收入是快手营收的主要增长来源

快手科技发展历程



来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

前哨 2020 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利



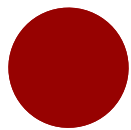
扫码报名

咨询微信: innovationmapSM
电话: 157-1284-6605



王煜全

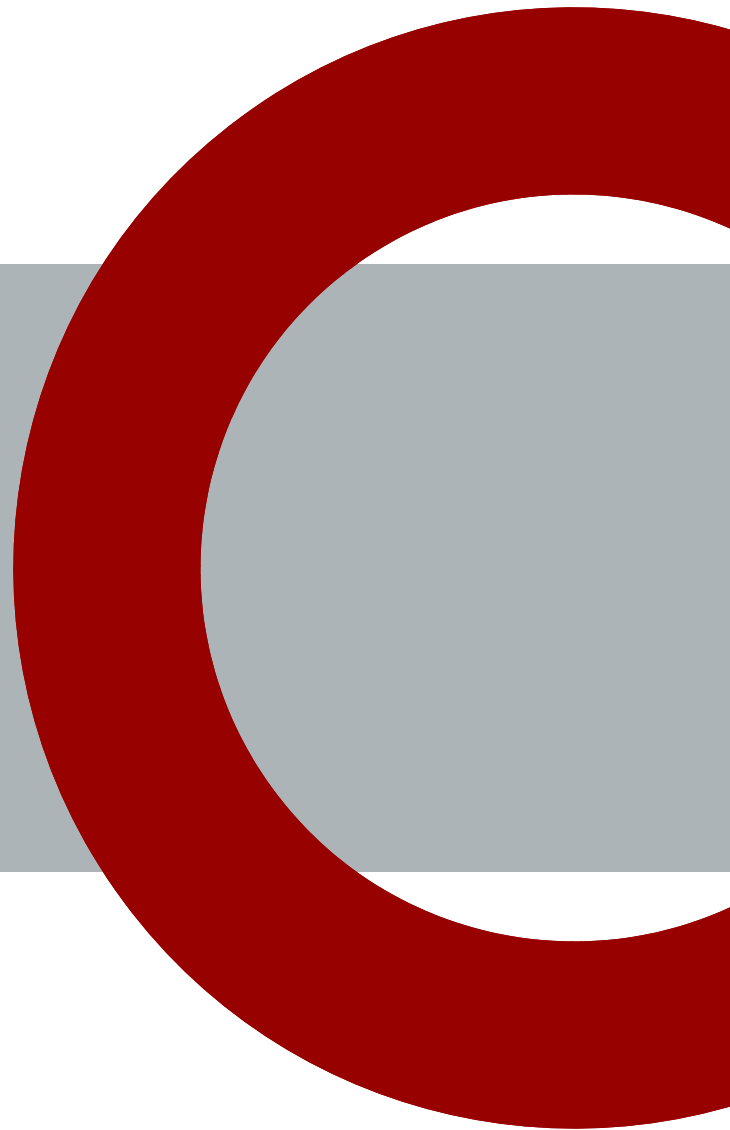
海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan, 中国区首席顾问



02

行业综述

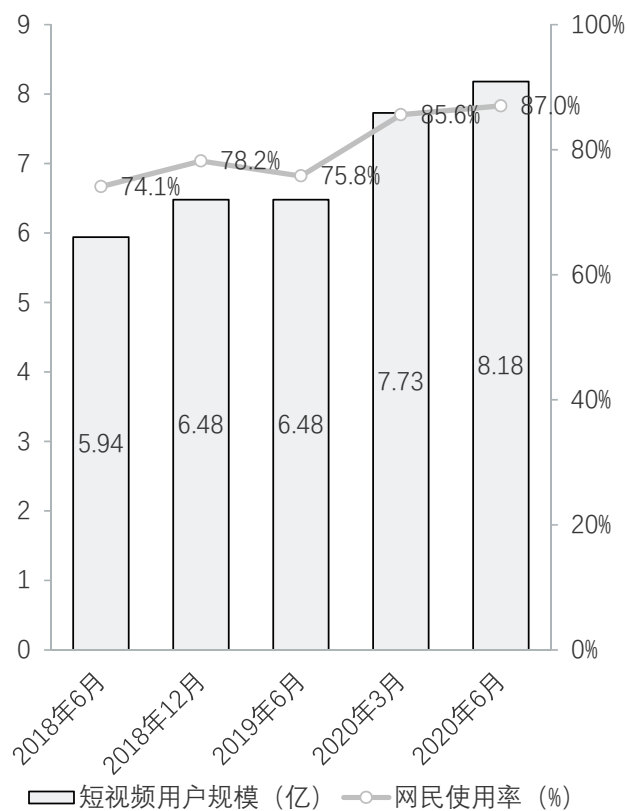
- 短视频行业概况
- 快手主营业务相关行业概况



中国短视频行业综述

在中国，短视频已成为仅次于即时通信的第二大网络应用，随着短视频内容质量持续提升、大数据与算法技术逐渐进步，未来短视频行业仍将保持稳定增长态势，其中快手、抖音处于行业第一梯队

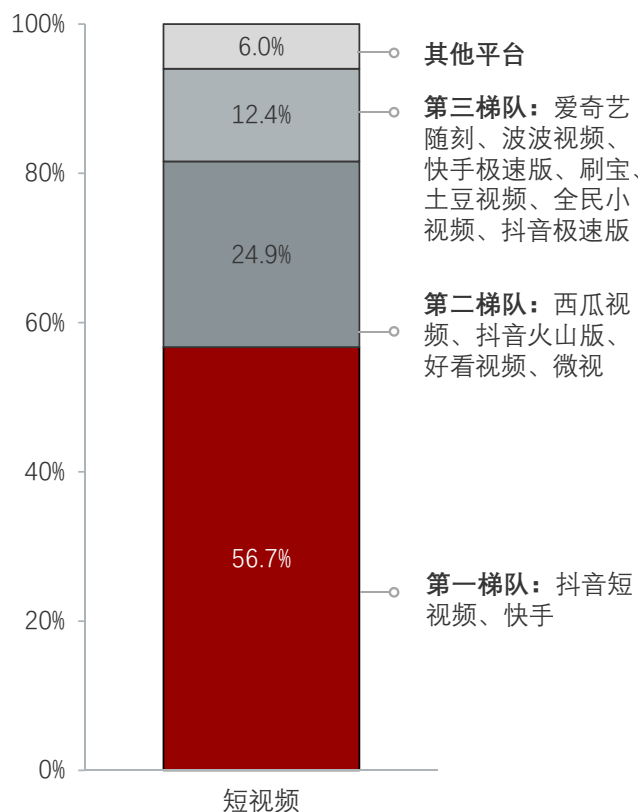
中国短视频用户规模与网民使用率，2018-2020年6月



中国短视频行业仍将持续增长：中国短视频行业用户逐年增加，2020年6月用户规模已达8.18亿，约87%的网民使用短视频。在中国，短视频已成为仅次于即时通信的第二大网络应用，逐步成为中国互联网的底层应用。受短视频内容质量持续提升、大数据与算法技术逐渐进步等因素驱动，未来短视频行业仍将保持稳定增长态势

来源：中国网络视听节目服务协会，头豹研究院编辑整理

中国短视频行业用户占比，2020年



中国短视频行业双寡头竞争格局已形成：中国短视频行业呈现三梯队竞争格局，其中快手和抖音为第一梯队，用户合计占比为56.7%，形成两强争霸局面。同时，截至2020年9月，快手内容创作者占平均月活跃用户数的比例约26%，位居行业第一位，内容创作者将为快手内容的丰富度带来动力，进而吸引更多用户

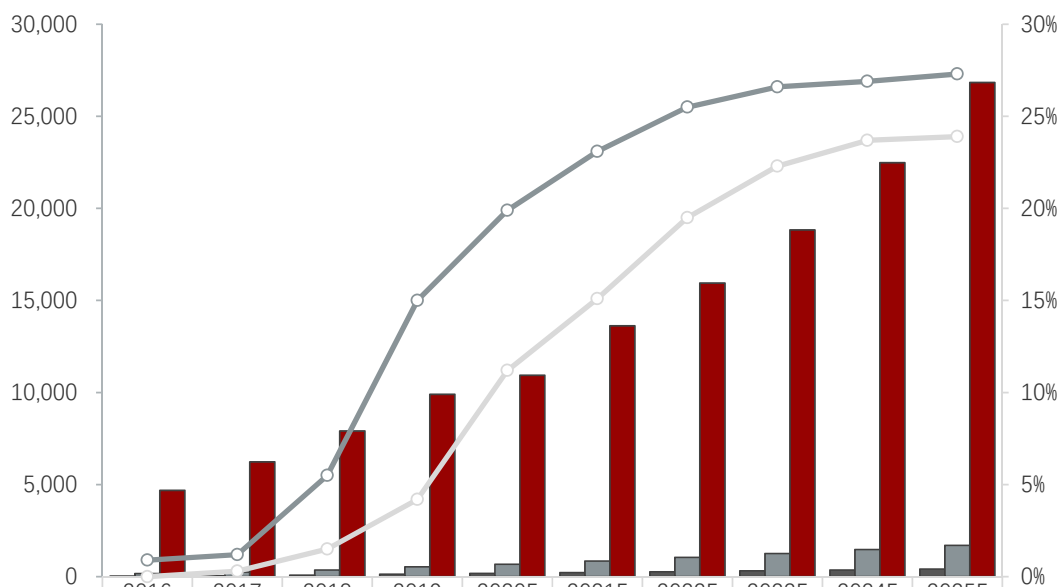
行业集中度持续提升：2020年9月，短视频行业的CR5（抖音、快手、快手极速版、西瓜视频、抖音极速版）月活跃用户已约达8亿，其他短视频平台的不足3亿

快手主营业务相关行业概况

快手主营业务（直播打赏、广告、电商等）所属行业均处于增长阶段，在行业规模持续增长的积极影响下，快手也将保持稳定增长态势

快手主营业务相关行业市场规模（按收入计），2016-2025年预测

单位：[人民币十亿元]



直播打赏市场规模	24.5	52.9	86.6	140.0	182.6	223.9	269.2	317.7	367.2	416.6
移动广告市场规模	175.0	255.0	366.3	541.5	678.7	853.2	1,051.3	1,261.0	1,478.6	1,706.1
零售电商市场规模	4,681.6	6,232.4	7,907.8	9,904.3	10,936.1	13,624.9	15,939.3	18,828.8	22,476.8	26,832.0
短视频和直播平台的移动广告占比	0.9%	1.2%	5.5%	15.0%	19.9%	23.1%	25.5%	26.6%	26.9%	27.3%
直播电商占比	0.0%	0.3%	1.5%	4.2%	11.2%	15.1%	19.5%	22.3%	23.7%	23.9%

头豹洞察

快手主营业务相关行业仍处于增长阶段：

(1) 直播：中国引领全球直播的快速商业化，当前中国拥有全球**最多**的直播用户，约占全球直播平台用户数的**50%**。基于直播高度的社交属性、互动性、沉浸式体验，中国直播用户规模将持续增长，但增速有所减缓

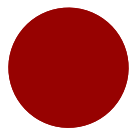
(2) 直播打赏：受持续增长的直播用户规模和使用时长、不断提升的直播内容供应与质量、逐渐增加的用户付费意愿等因素驱动，中国直播打赏行业将保持增长态势，有望于2025年达到4,166亿元

(3) 移动广告：由于短视频与直播可触达更广泛的用户，并在这些平台上，用户可自主产生多元化的内容，进而吸引更多用户关注，因此广告是基于短视频和直播的社交平台变现的天然方式。在广告效率提升与新颖的广告形式出现等因素驱动下，短视频与直播逐步受到更多广告商的重视。短视频和直播平台的移动广告占总移动市场规模的比例有望于2025年达到27.3%

(4) 电商：短视频与直播平台具有丰富的内容与社交互动属性，有效提升产品知名度与销售量。同时，这些平台的电商基础设施逐步完善，可提高商家销售与推销产品的便利性，提升电商商户的销量。预计直播电商市场规模占零售电商的比例将于2025年达到23.9%

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

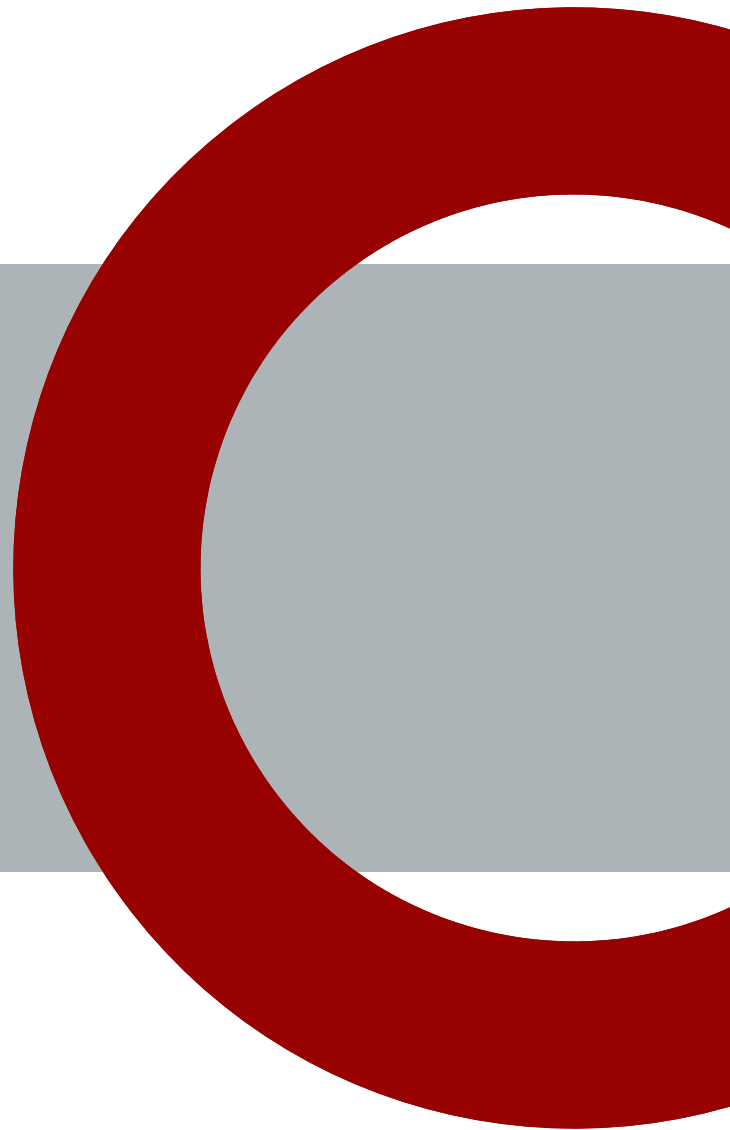
©2021 LeadLeo



03

财务表现

□ 盈利能力与费用率



快手科技财务分析——盈利能力与费用率

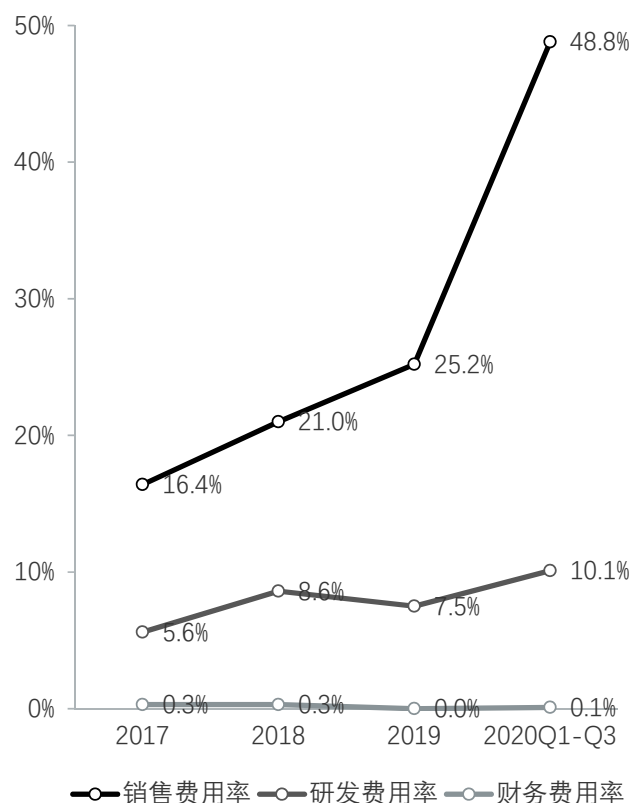
2020年快手推广与广告开支大幅提升，导致其出现亏损，但巨量的投入使快手活跃用户规模提升，为其业务盈利能力的提升奠定良好的用户基础，预计快手未来盈利能力将稳步增强

快手毛利、毛利率及归母净利润概况，2017-2020Q3



- 快手毛利率有望进一步提升：**近三年，快手毛利、毛利率总体处于上升趋势，主要得益于毛利率较高的线上营销服务（包括广告服务与快手粉条，其中广告服务毛利可约达**60%**）大幅增长。随着线上营销服务逐步增加，快手毛利率将随之提升
- 预计快手未来盈利能力持续增强：**快手2020Q1-Q3出现亏损，主要原因是其为推广快手极速版等应用加大市场投入。2020Q1-Q3快手的推广及广告开支约为**191亿元**，同比上升**261%**。巨量的投入使快手活跃用户大幅提升（2020年Q1-Q3同比增长**58.8%**），进而为其未来业务盈利能力的提升奠定用户基础

快手费用率情况，2017-2020Q3



快手运营费用率整体呈现上行趋势：

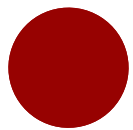
(1) 销售费用率：快手2020Q1-Q3达到**48.8%**，主要是推广快手极速版与其他应用程序的营销开支与品牌营销活动开支大幅提升所致（如2020年6月快手联合京东共同发起百亿补贴计划推动直播带货业务等）

(2) 研发费用率：快手持续加大在人工智能、大数据及其他先进技术领域的研发投入，2020Q1-Q3研发费用同比上升**101%**

(3) 财务费用率：快手账面现金充足，因而该费用率处于较低水平

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

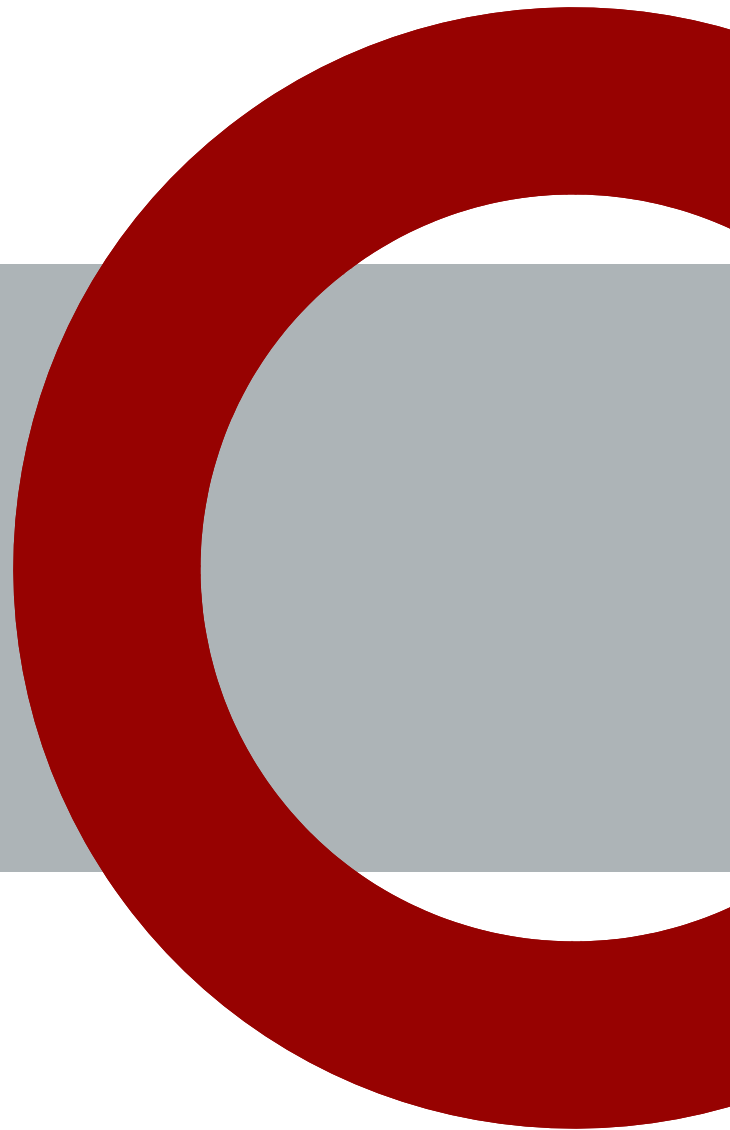
©2021 LeadLeo



04

盈利模式

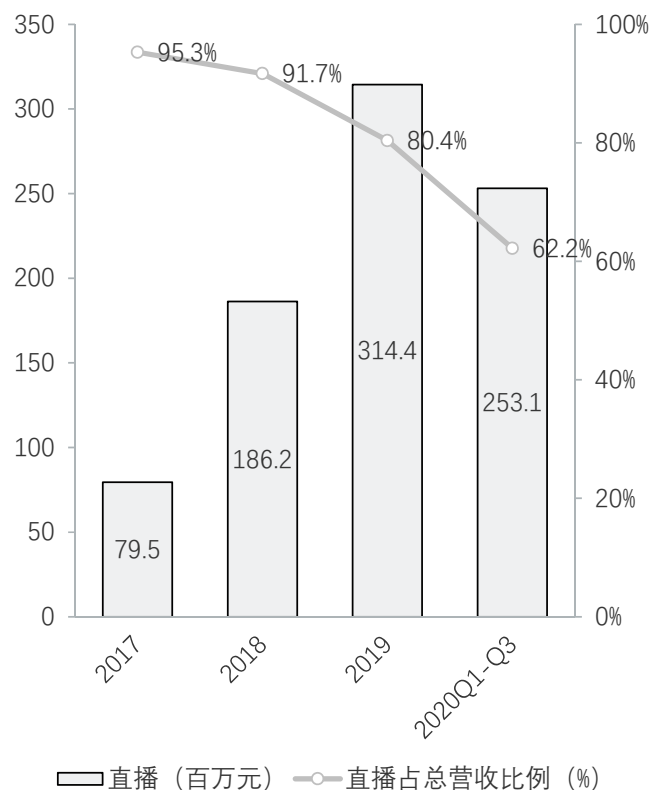
- 直播
- 线上营销服务
- 电商



快手科技盈利模式——直播

受益于付费用户数量持续增加，快手的直播收入逐年增加，其仍是快手的主要营收来源，但由于快手的营收来源逐步多元化，其占总营收比例逐年下降，单一业务风险降低，未来其盈利能力将更加稳健

快手直播收入及其占总营收比例，2017-2020Q3

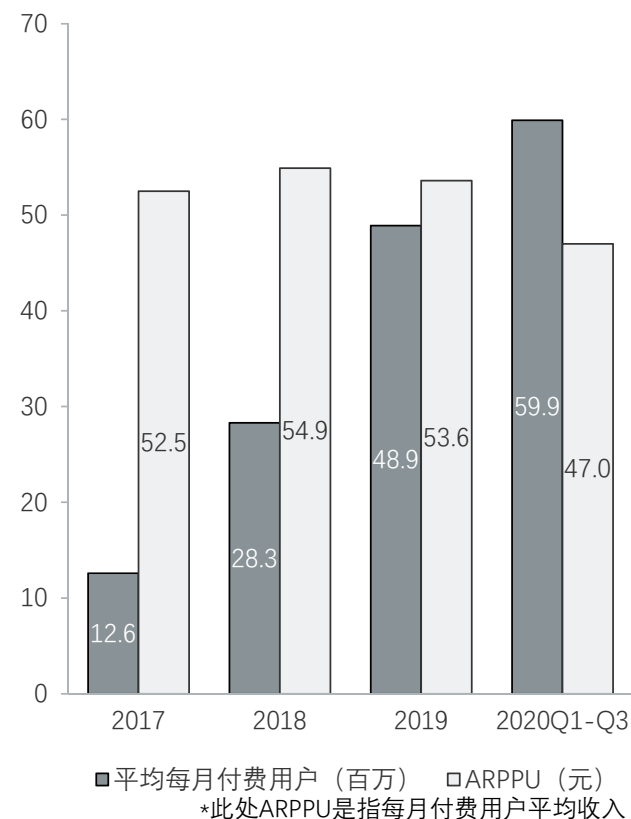


□ 快手直播收入持续增加，但占总营收比例逐年下降：

(1) 直播仍是快手的主要营收来源：快手的直播业务主要通过向直播观众销售虚拟物品获得收入，观众购买后向主播打赏。近三年，快手直播收入比例逐年增加，主要原因在于中国用户付费习惯逐步养成，而快手的用户规模逐年增加（2020年平均日活跃用户超3亿），快手现已成为全球虚拟礼物打赏流水及直播平均月付费用户计最大的直播平台

(2) 直播收入占总营收比例逐年下降：快手的直播收入占总营收比例已从2017年的95.3%下降至2020年9月的62.2%，主要原因在于快手其他业务的商业化加快，营收来源多元化，单一业务风险降低，未来盈利能力将更加稳健

快手直播付费用户数量、ARPPU，2017-2020Q3



□ 预计快手未来直播付费用户数量与平均收入均增加：

(1) 付费用户：快手直播付费用户数量持续增加，且付费率处于较高水平，当前已超过10%（游戏直播斗鱼与虎牙的付费率仅在5%上下）。随着快手持续丰富其平台内容（如2019年上线新功能“智能宠物小快”），且用户付费习惯逐步养成，预计快手直播付费用户数量持续增长

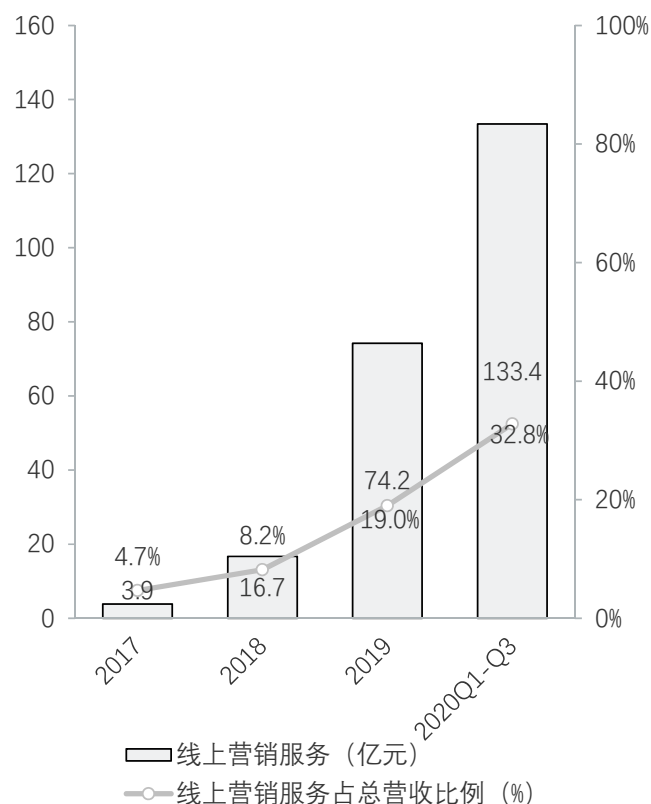
(2) ARPPU：快手用户规模持续增加，但ARPPU处于较稳定水平，主要因为新用户付费习惯养成需一定时间。此外，快手着力发展电商业务，电商直播分流部分用户，主播的打赏收入转变为带货收入，因而2020年Q1-Q3直播用户付费收入下降。随着快手持续培养用户付费习惯，预计直播ARPPU将持续提升

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理
©2021 LeadLeo

快手科技盈利模式——线上营销服务（1/2）

线上营销服务收入是快手的第二大盈利来源，且其占总营收比例逐年上升，但该部分的收入相较抖音而言仍处于较低水平。若快手的广告收入可接近抖音的水平，则其线上营销服务仍有约10倍的增长空间

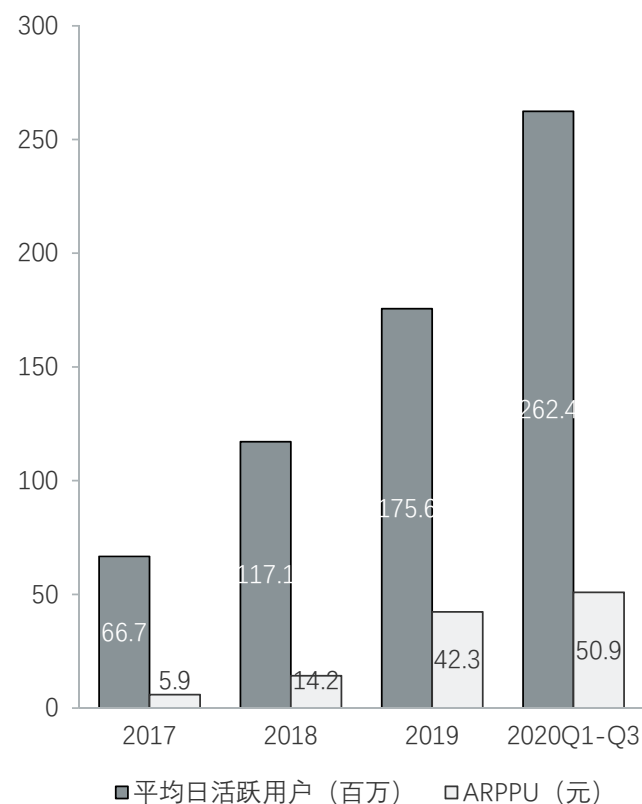
快手线上营销服务收入及其占总营收比例，2017-2020Q3



快手的线上营销服务逐年增加，未来仍有较大增长潜力：线上营销服务（主要包括广告服务和快手粉条）收入是快手的第二大盈利来源，且占总营收比例逐年上升。随着快手用户规模持续扩大，以及人工智能与大数据提升线上营销服务的有效性，快手对客户的吸引力增强，该部分收入将逐渐增加

广告收入的变现能力尚待提升，未来仍有较大增长空间：快手2020年的广告收入超过100亿元，但远低于抖音的营收金额（2020年，抖音广告收入约达1,000亿元）

快手平均日活跃用户、ARPPU，2017-2020Q3



快手平均日活跃用户规模及其线上营销收入持续增加：快手产品丰富度的持续增加（如2020年推出流量投放工具“小店通”），吸引更大的用户群，使快手的平均日活跃用户逐渐增加。用户规模的扩大，有助于吸引线上营销客户。此外，快手算法的升级及大数据的应用，使广告更精准触达目标用户，效率提升，进而促进其线上营销的ARPPU。活跃用户与ARPPU均提升，是快手线上营销服务收入快速提升的主要原因

*此处ARPPU是指每位日活跃用户的平均线上营销收入

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

18

快手科技盈利模式——线上营销服务（2/2）

快手可提供单列与双列广告服务，但由于单列广告转化效果优，未来单列广告消耗量将上升。此外，快手广告的ARPPU值较抖音等平台的更低，假设其可接近抖音水平，则其ARPPU值仍有超过5倍的增长空间

快手广告服务形式概况



免费扫码查看高清图片

<https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=60223f8d20410e32d9956d2d>

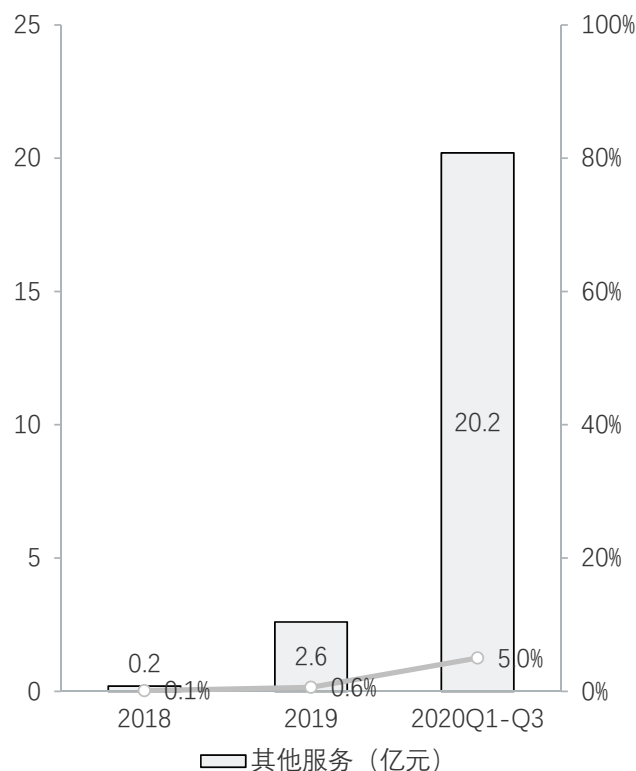
头豹洞察

- **未来快手单列广告消耗量将上升：**当前快手的广告收入主要来源于快手广告与快手粉条两部分。快手此前主要采用双列信息流广告的形式，在2019年下半年推出单列沉浸式上下滑快手极速版。由于单列模式下，用户无法选择是否观看广告、主动权由平台掌握，在相等曝光次数下，单列广告转化效果优于双列，尽管其价格更高，但广告主愿意为更佳广告转化效果付费，因而单列广告消耗量逐步提升（快手SMB客户的单列广告消耗占比由2020年7月的57%上升至11月的83%）。此外，当前快手信息流广告的Ad load约5%，而抖音的大于12%，随着快手加大单列广告的应用，Ad load也将随之提升
- **未来快手广告的ARPPU将增加：**快手广告当前的ARPPU不足20元，而Facebook（社交平台）、抖音信息流广告ARPPU均超过100元，快手广告ARPPU总体仍处于较低水平。随着快手逐步推出新的广告产品，加之其持续提升的广告效率，将吸引更多广告主，预计广告ARPPU值将显著提升

快手科技盈利模式——其他服务

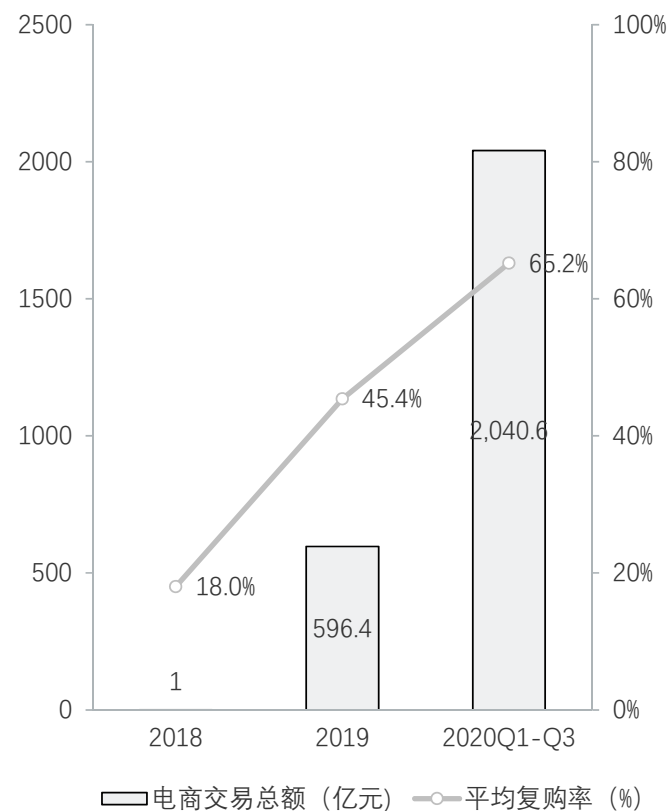
受益于电商业务的快速发展，快手其他服务收入逐年上升，占总营收比例随之提升。由于快手电商货币化率较淘宝、拼多多等平台仍较低，加之快手逐步完善自有电商基础设施，其电商业务未来可期

快手其他服务收入及其占总营收比例，2018-2020Q3



□ **快手其他服务收入逐年增加**：快手其他服务包括电商业务、网络游戏及其他增值服务，该部分收入从2019年的2.6亿元大幅上升至2020年9月的20.2亿元，主要原因在于**电商业务的快速发展**。2020年年初新冠疫情爆发，为响应疫情防控，居民外出频率锐减，电商成为居民购物的主要渠道，促使该业务高速增长，快手现已成为全球第二大直播电商平台

快手达成的电商交易总额及其复购率，2018-2020Q3



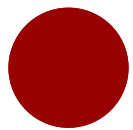
□ **快手电商业务未来可期**：

(1) **货币化率低**：快手电商GMV于2020年9月达到2,040.6亿元，而电商等其他收入合计为20.2亿元，推测快手电商业务货币化率仅约**1%**，相较淘宝、拼多多电商约**3%**的货币化率而言，处于较低水平

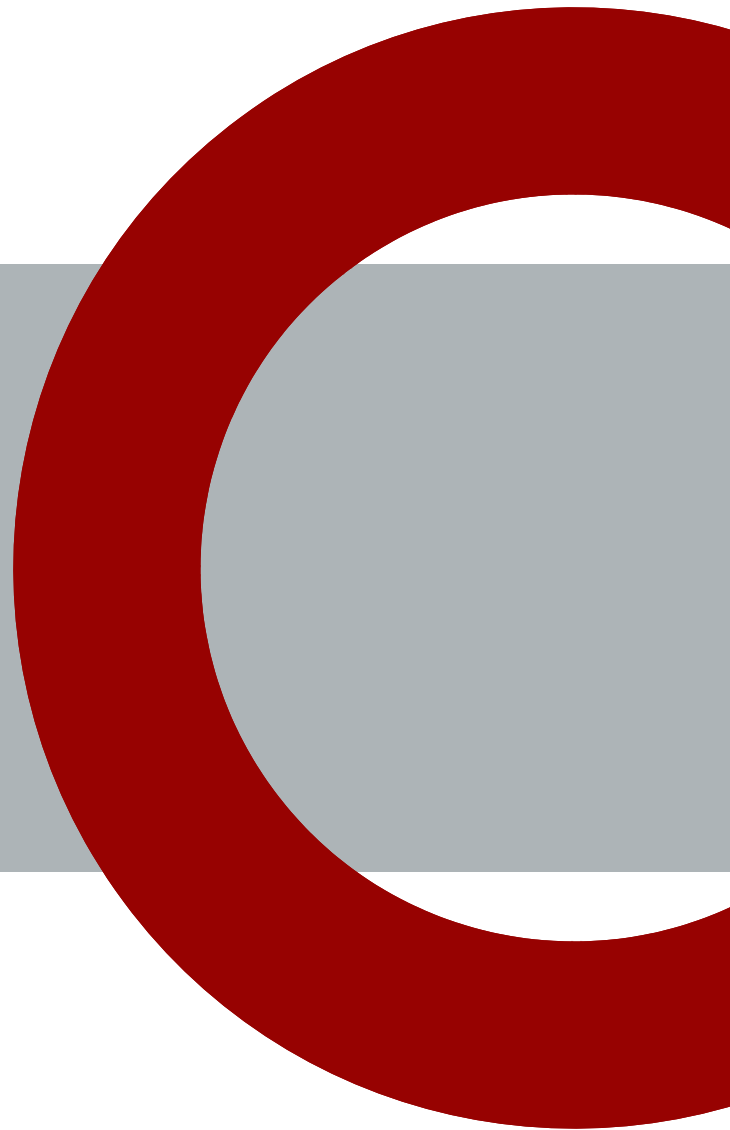
(2) **电商设施逐步完善**：2020年以前，快手电商业务收入主要来自外部渠道佣金分成，其电商带货约**60%**的业务为向其他平台引流。随着快手逐步完善自有电商基础设施（如自建“快手小店”、“快手生意通”等），加之其积累近十年的私域流量，电商业务可形成闭环。**在此背景下，快手电商业务未来将具有较大的想象空间**

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



05 综合评价





FROST & SULLIVAN

沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程！

✉ 邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

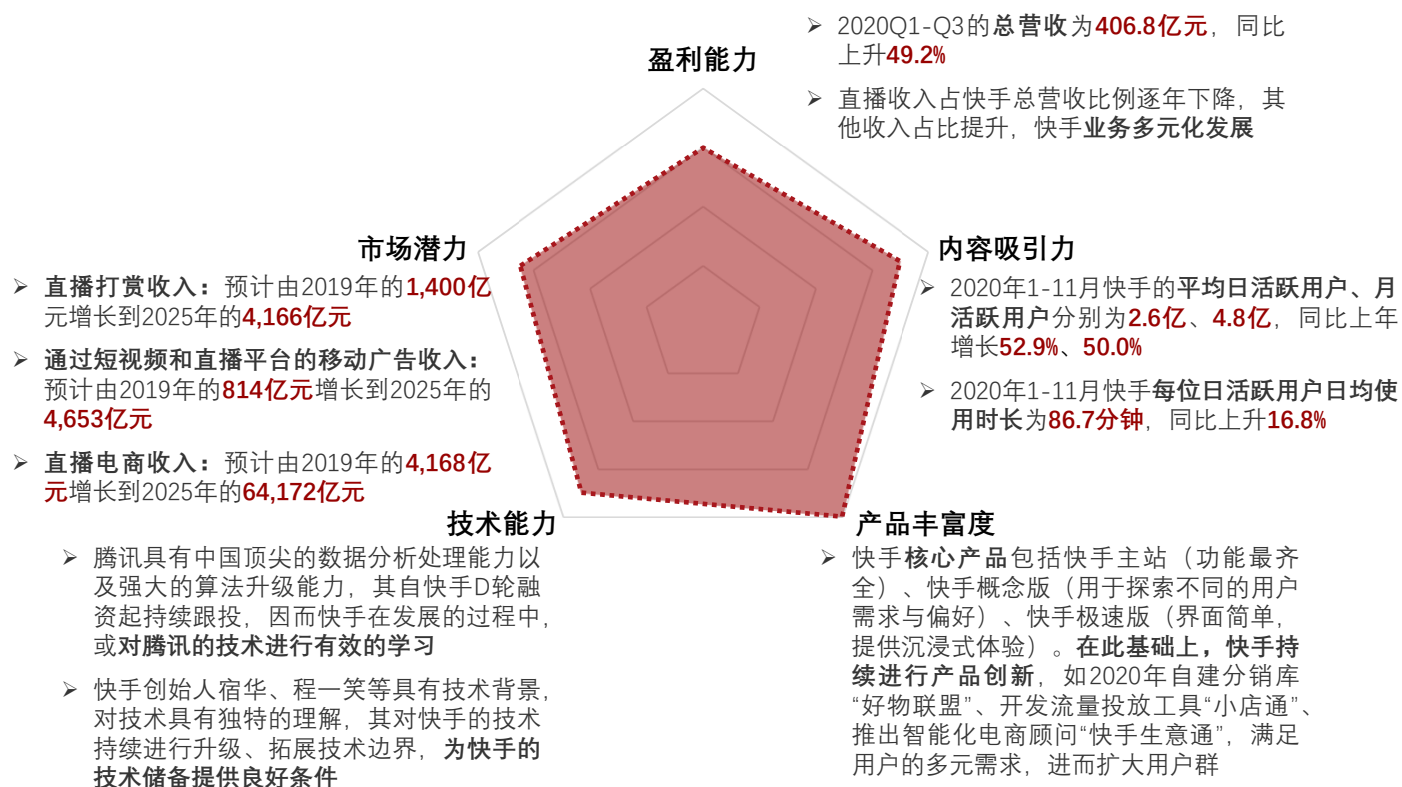
📍 工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都



快手科技综合评价

从盈利能力、内容吸引力、产品丰富度、技术能力、市场潜力五个维度分析，头豹认为快手的综合表现较为优异，具有较高的投资价值

快手综合评价



*本报告不构成任何投资建议

来源：快手招股书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

头豹洞察

快手具有较高的投资价值：

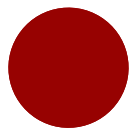
(1) **盈利能力**：快手总营收逐年提升，且其主要盈利来源——直播打赏收入，占总营收比例逐年下降，线上营销服务与其他服务的占比逐年提升，快手业务向多元化发展，其盈利能力更加稳健

(2) **内容吸引力**：随着快手平台的内容质量逐渐提升，将吸引更多用户，其活跃用户规模随之扩大。活跃用户数量的增加，将利好快手的盈利（如吸引更多广告主在快手投放广告，其营收将随之提升）

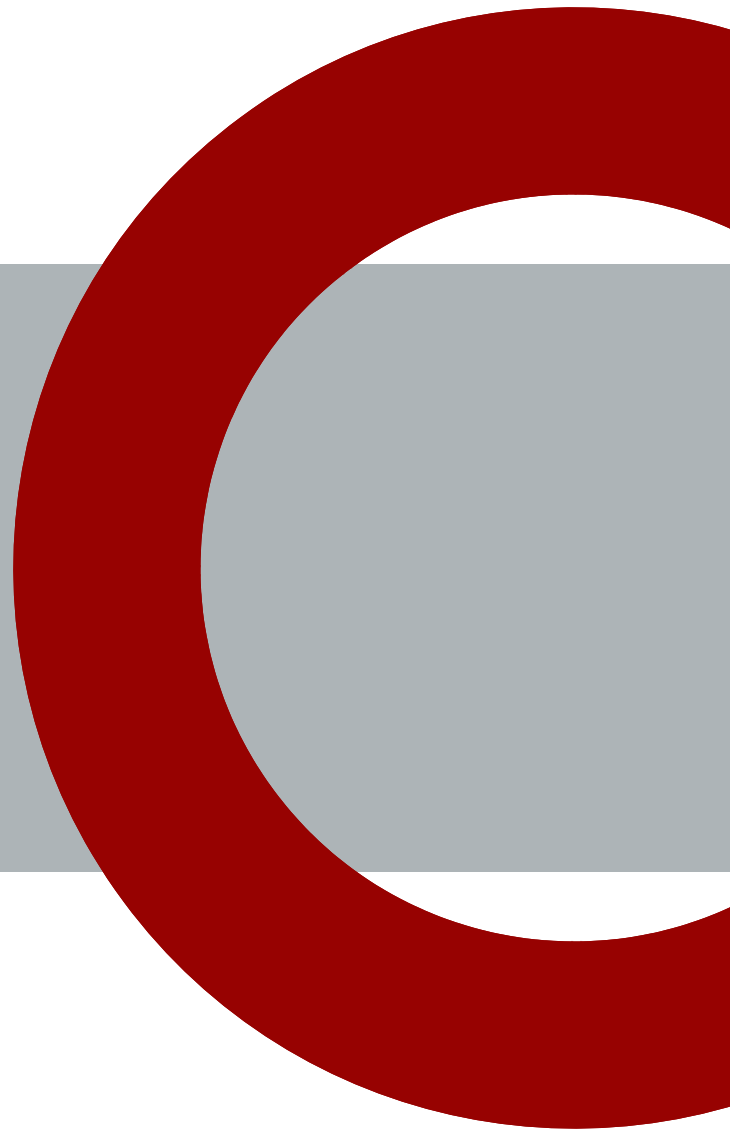
(3) **产品丰富度**：快手在已有产品的基础上持续进行创新，其产品丰富度不断提升，将有利于吸引更大的用户群

(4) **技术能力**：数据分析、算法等技术是短视频平台的核心技术，快手具备行业内领先的技术（包括计算机视觉与机器学习端、视频编解码算法等），可为用户更佳体验感，同时也为其未来新交互模式的产生提供技术基础

(5) **市场潜力**：快手主营业务（直播、广告、电商）所属行业，在中国均处于增长阶段，在此背景下，快手将迎来良好的发展机遇



06 方法论与法律声明



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，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，从快手、短视频、直播、电商等领域着手，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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

读完报告有问题？

快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码
即刻联系你的智能随身专家



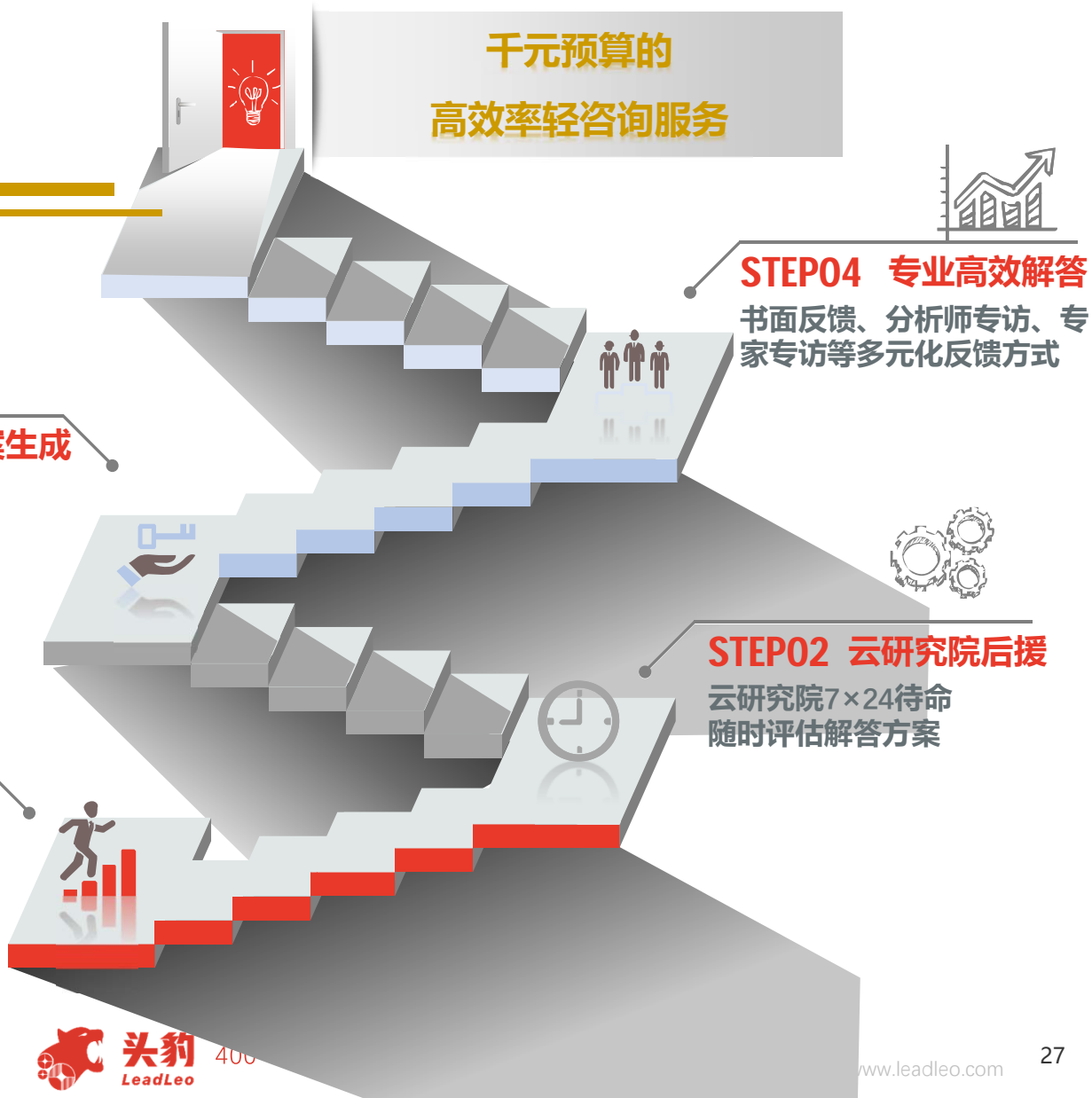
STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问



千元预算的
高效率轻咨询服务

STEP04 专业高效解答
书面反馈、分析师专访、专家专访等多元化反馈方式

STEP02 云研究院后援
云研究院7×24待命
随时评估解答方案

STEP01 智能拆解提问
人工智能NLP技术
精准拆解用户提问

STEP03 解答方案生成
大数据×定制调研
迅速生成解答方案