



www.leadleo.com

2021年中国便利店数字化趋势观察：打造数字化都市圈新生活

Observation on the Digital Trend of 2021 China's Convenience Stores: Creating a New Life in the Digital Metropolis

2021年の中国のコンビニエンスストアのデジタルトレンドに関する観察：デジタルメトロポリスでの新しい生活の創造

概览标签：便利店、数字化、零售行业、供应链、无人零售

报告主要作者：程颢

2021/11

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。

01

在便利店行业数字化转型的趋势下，越来越多便利店品牌开始利用线上业务、会员体系等数字化手段提升运营与管理效率

- 自2015年以来中国连锁品牌便利店总营业收入持续平稳增长，2020年接近3,000亿元。数字化已成为便利店行业发展的一大趋势，众多连锁品牌名优企业纷纷加入数字化的阵营，其中销售渠道数字化是便利店数字化的重要环节之一，各品牌便利店陆续开展线上业务。此外依托数字化技术的会员体系有助于便利店品牌提升用户忠诚度、提高服务质量、收集用户消费信息及反馈等

02

便利店行业数字化转型主要集中于供应链及用户端，这两大数字化环节可提升运营效率，降低运营成本，增加用户满意度

- 便利店数字化转型主要分为六大环节，从供应链、门店、用户管理、商品、销售渠道、增值服务等全面优化运营与管理效率，降低各类运营成本。由于便利店选址多位于都市社区，用户较为注重购物体验，数字化转型有助于缩短收银等待时间、提升用户满意度、扩大门店覆盖范围，而用户管理数字化可有效提升便利店会员用户单次消费金额

03

深耕线上渠道与无人零售化是便利店数字化转型的两大主流发展趋势，各品牌便利店相继开通线上渠道与无人零售业务

- 传统便利店行业痛点集中在引流获客、门店坪效、盈利空间、商品库存四方面，极大地限制了便利店行业的发展，而线上销售渠道可有效解决传统便利店的这类痛点。2020年中国便利店线上销售占比为20%，未来在便利店数字化趋势下，线上渠道销售占比将进一步增加。在人工成本逐渐上涨的大环境下，便利店行业需通过数字化降低人工成本开支，而无人零售化是较适用的解决方案

在数字化转型的驱动下，便利店行业将稳步发展

在人工智能和大数据分析的发展趋势下，传统便利店行业面临数字化转型的机遇与挑战。便利店行业数字化转型主要集中于供应链及用户端，这两大环节的数字化可最大程度提升运营效率，降低运营成本，增加用户满意度。此外深耕线上渠道与无人零售化是便利店数字化转型的两大发展趋势，未来将有更多便利店开通线上销售渠道与无人零售业务。在7-Eleven、美宜佳、便利蜂等数字化转型领军者的带领下，便利店行业将在数字化技术的加持下稳步发展

目录

CONTENTS

◆ 名词解释	7
◆ 中国便利店行业综述	8
• 市场规模	9
• 行业现状	10
◆ 中国便利店数字化发展现状	11
• 数字化环节概述	12
• 供应链数字化	13
• 用户管理数字化	14
◆ 中国便利店数字化发展趋势	15
• 深耕线上渠道	16
• 无人零售化	17
◆ 中国便利店数字化案例分析	18
• 7-Eleven	19
• 美宜佳	20
• 便利蜂	21
◆ 方法论	22
◆ 法律声明	23

东方财富
www.leadleo.com

目录

CONTENTS

◆ Terms	7
◆ China's Convenience Store Industry Overview	
• Market Size	9
• Industry Current Status	10
◆ Status of Digital Development of China's Convenience Store	
• Overview of Digitization	12
• Digitalization of Supply Chain	13
• Digitalization of User Management	14
◆ China's Convenience Store Digital Development Trend	
• Cultivate Online Channels	16
• Unmanned Retail	17
◆ Case Study of China's Convenience Store Digitalization	
• 7-Eleven	19
• Meiyijia	20
• Bianlifeng	21
◆ Methodology	22
◆ Legal Statement	23

图表目录

List of Figures and Tables

图表1: 中国连锁品牌便利店总营业收入, 2015-2022E	9
图表2: 中国连锁品牌便利店门店数, 2016-2020年	9
图表3: 连锁品牌便利店单门店日营业额, 2016-2020年	9
图表4: 中国便利店品牌门店数TOP10, 2020年	10
图表5: 便利店品牌开放线上业务比例, 2016-2020年	10
图表6: 便利店品牌开通会员体系比例, 2017-2020年	10
图表7: 便利店数字化六大环节概述	12
图表8: 便利店行业供应链数字化概览	13
图表9: 便利店会员体系助力用户管理数字化	14
图表10: 开通会员体系便利店品牌会员销售占比, 2017-2020年	14
图表11: 便利店品牌会员与非会员客单价, 2019-2020年	14
图表12: 传统便利店行业的四大痛点	16
图表13: 中国便利店行业线上销售占比, 2020年	16
图表14: 便利店主流线上销售渠道平台	16
图表15: 便利店行业各类费用支出占比, 2020年	17
图表16: 无人零售需求场景分布, 2020年	17
图表17: 无人零售化主流类型对比	17
图表18: 7-Eleven供应链数字化方案	19
图表19: 7-Eleven数字化转型合作项目	19
图表20: 7-Eleven数字化转型部分成果概览	19
图表21: 美宜佳数字化转型提升运营效率	20
图表22: 美宜佳自建数字化产业园区	20
图表23: 美宜佳营业收入与市场份额, 2019-2020年	20

图表目录

List of Figures and Tables

图表24：便利蜂数字化核心竞争力	-----	21
图表25：近年来便利蜂品牌融资情况	-----	21
图表26：中国无人零售行业市场规模，2015-2022E	-----	21

东方财富

www.leadleo.com





中正达广基金
ZHONGZHENG DAGUANG FUND

中正达广基金机构通

让机构投资者像个人买基金一样简单

中正达广基金是证监会核准的独立基金销售机构（沪证监许可[2015]85号）

过往业绩不预示未来表现，市场有风险，投资需谨慎

名词解释

- ◆ **ERP:** Enterprise Resource Planning, 指建立在信息技术基础上, 为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。
- ◆ **SKU:** Stock Keeping Unit, 库存字母数字代码, 用于帮助企业跟踪库存。

东方财富

www.leadleo.com



第一章：中国便利店行业综述

China's Convenience Store Industry Overview



东方财富

中国便利店行业综述 中国便利店数字化发展现状 中国便利店数字化发展趋势 中国便利店数字化案例分析

- 市场规模
- 行业现状

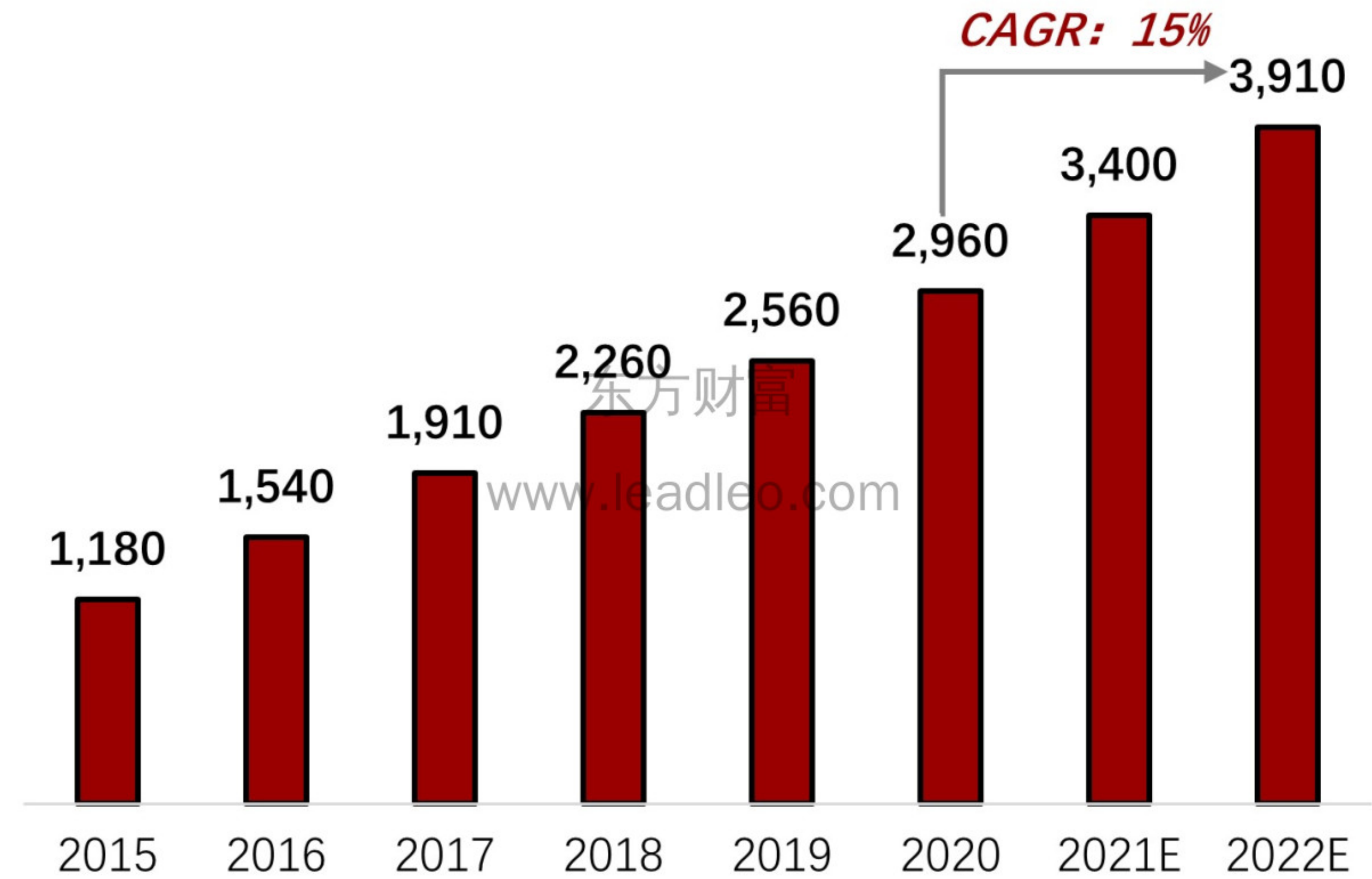


中国便利店行业综述 —— 市场规模

中国便利店行业呈现稳步发展的趋势，其中连锁品牌便利店依托标准化、模式化等优势，未来有较好的发展前景

中国连锁品牌便利店总营业收入，2015-2022E

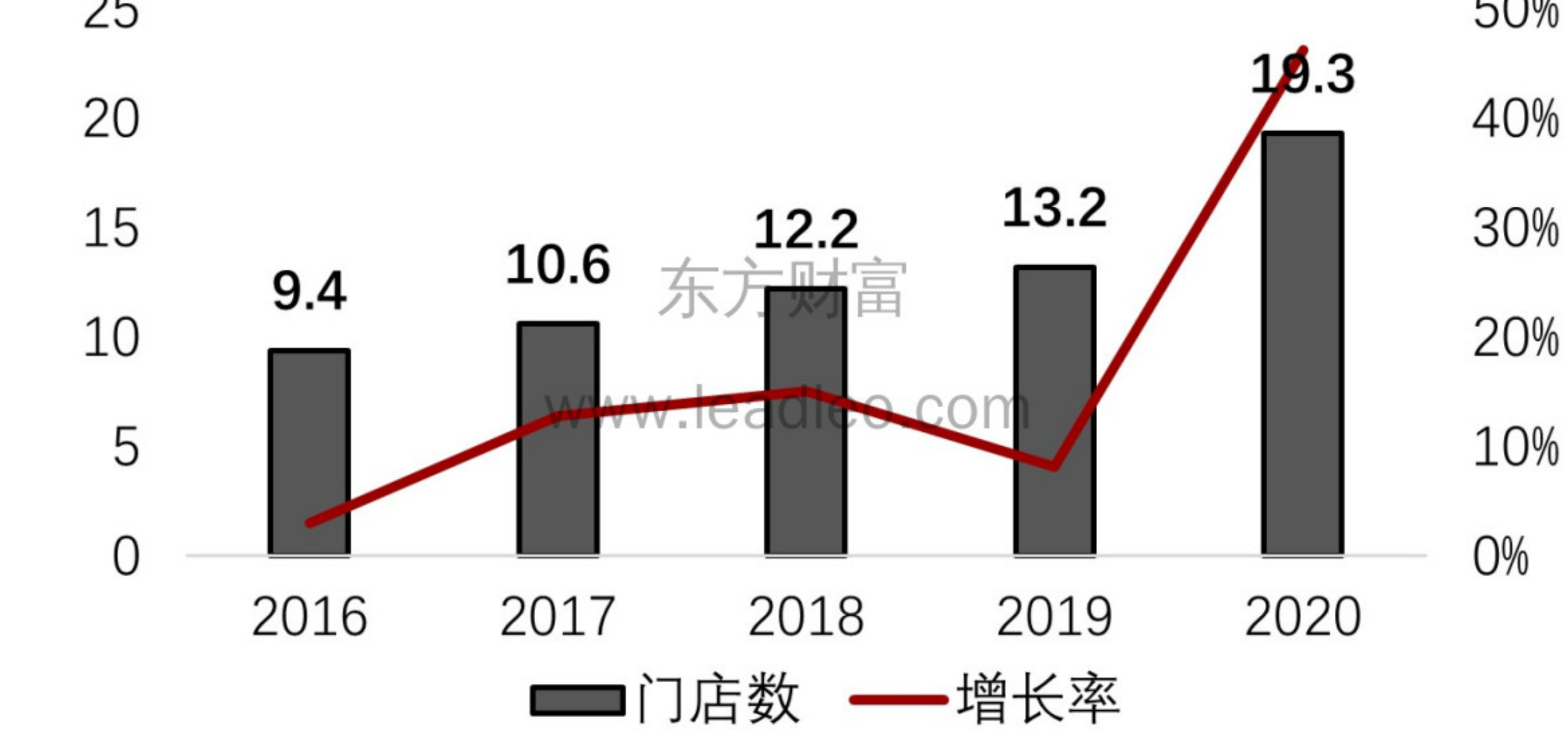
单位：[人民币亿元]



- 自2015年以来中国连锁品牌便利店总营业收入持续平稳增长，2020年接近**3,000亿元**。新冠疫情对连锁品牌便利店影响较小，2020年连锁品牌便利店总营业收入增幅为**15.6%**
- 在中国政府倡导开展城市一刻钟便民生活圈建设的背景下，主打都市圈生活的便利店行业将持续稳步发展

中国连锁品牌便利店门店数，2016-2020年

单位：[万间]



连锁品牌便利店单门店日营业额，2016-2020年

单位：[人民币元]



分析师观点

- 中国连锁品牌便利店门店数自2016年来持续增长，2020年呈爆发式上涨，增长率超过**40%**，其原因或为疫情期间连锁品牌大量收购受疫情影响的个体便利店
- 在中国城镇化大环境下，消费者对靠近生活社区的便利店的需求必然增加，预计未来连锁品牌便利店门店数仍将继续增长
- 自2016年来，连锁品牌便利店单门店日营业额持续增长，但**增长率逐步放缓**，2020年受新冠疫情影响，单门店日营业额出现负增长。随着中国进入疫情常态化防控阶段，2021年连锁品牌便利店单门店日营业额将恢复增长趋势

中国便利店行业综述 —— 行业现状

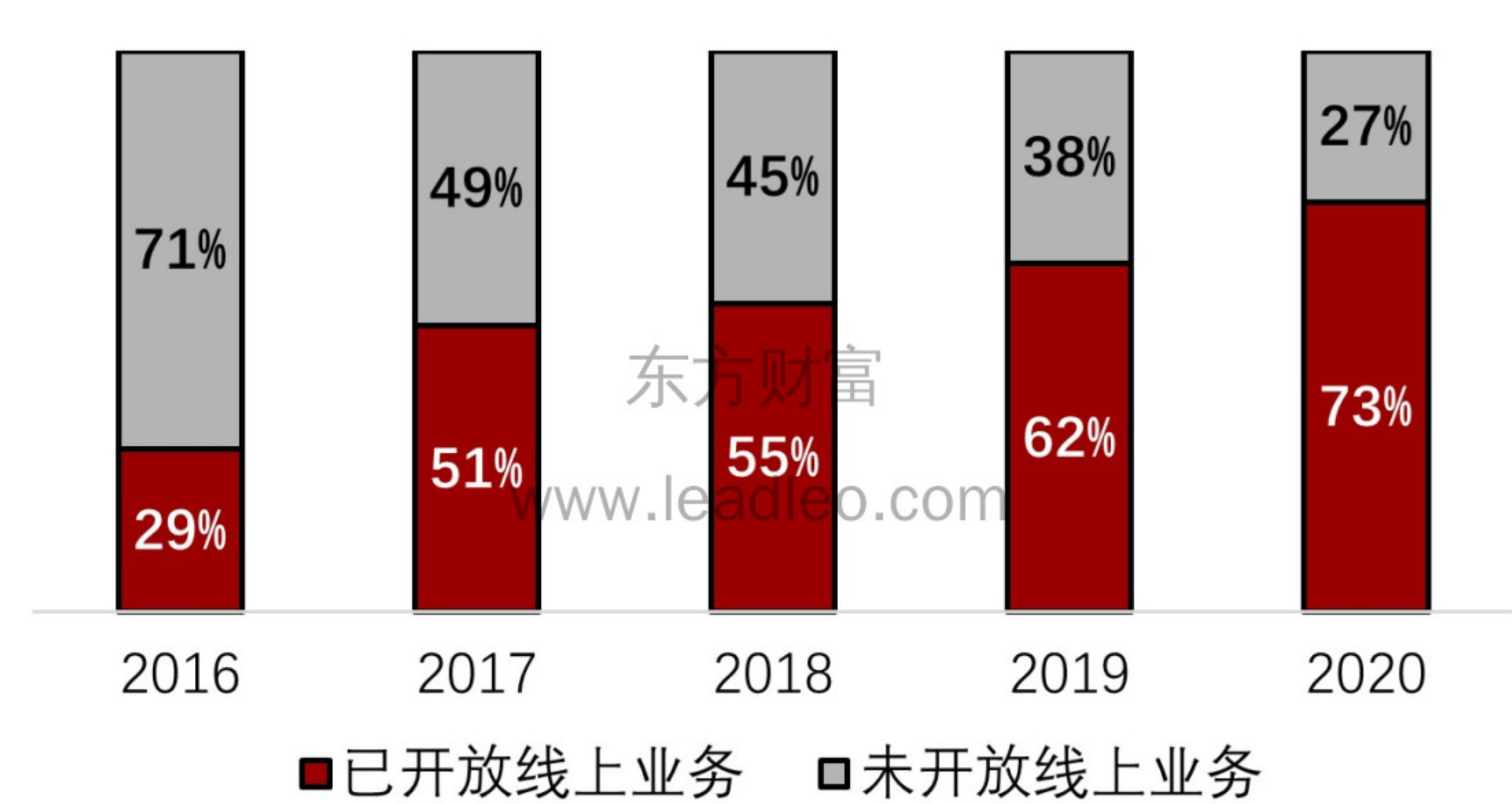
在便利店行业数字化转型的趋势下，便利店品牌开始利用线上业务、会员体系等数字化手段提升运营与管理效率

中国便利店品牌门店数TOP10，2020年

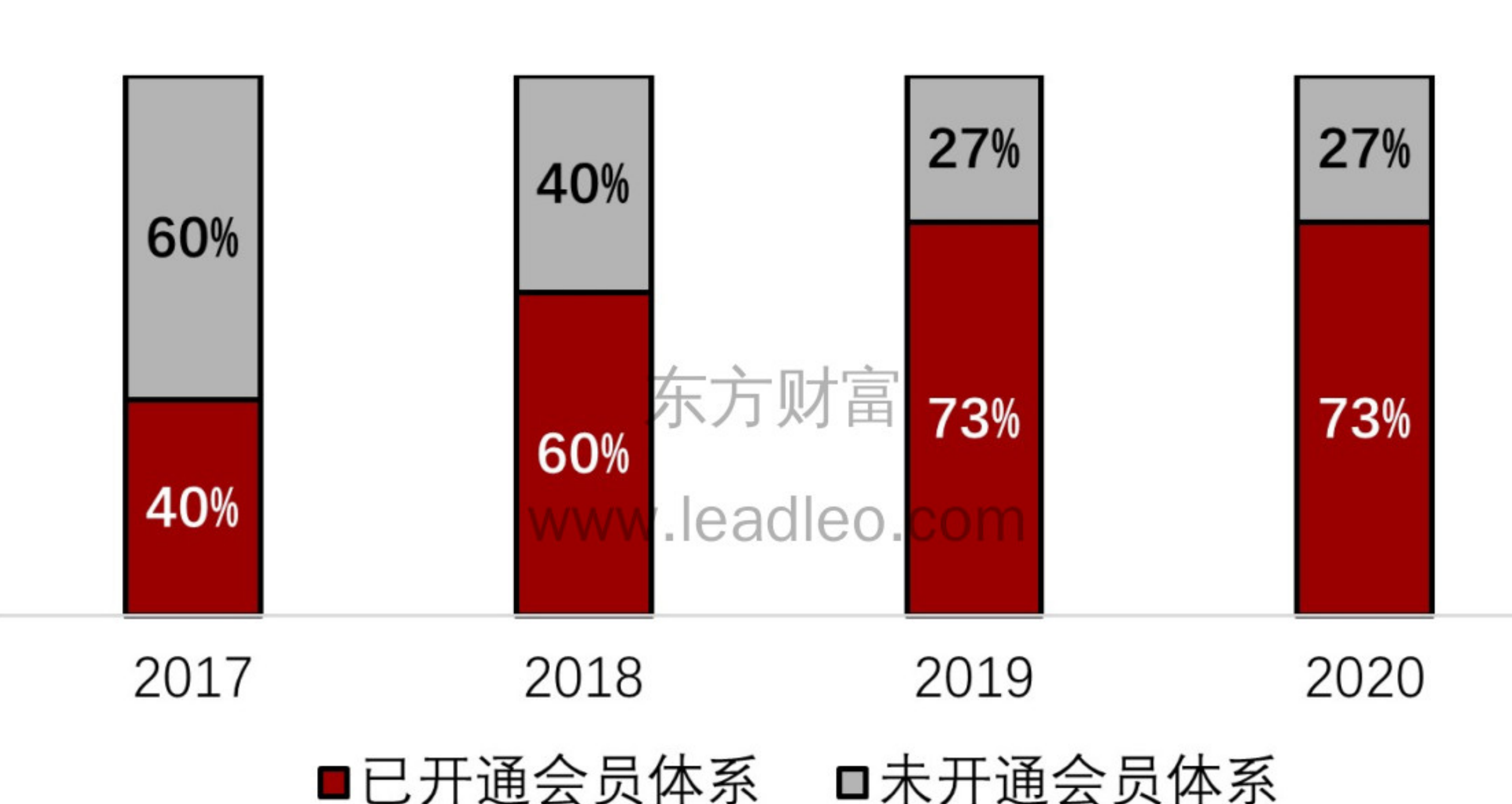


- 中国便利店品牌门店数最多的为中石化旗下的易捷，其依托中石化加油站迅速扩店。而传统便利店品牌美宜佳排名第二，在数字化转型上颇有建树的全家排名第五
- 主打数字化的便利蜂以1,585间门店数量排名第十二，未来其拓店前景较好，门店数有望高速增长

便利店品牌开放线上业务比例，2016-2020年



便利店品牌开通会员体系比例，2017-2020年



分析师观点

- 数字化已成为便利店行业发展的一大趋势，众多便利店连锁品牌及名优企业纷纷加入数字化的阵营
- 销售渠道数字化是便利店数字化的重要环节之一，各品牌便利店近年来陆续向线上转型，2020年已有73%的便利店品牌开放线上业务
- 会员体系有助于便利店品牌提升用户忠诚度、提高服务质量、收集用户消费信息及反馈等，利用独立APP或微信公众号的会员体系是便利店数字化的重要步骤，截至2020年，73%的便利店品牌已引进会员体系

第二章：中国便利店数字化发展现状

Status of Digital Development of China's Convenience Store



东方财富



中国便利店行业综述 中国便利店数字化发展现状 中国便利店数字化发展趋势 中国便利店数字化案例分析

- 数字化环节概述
- 供应链数字化
- 用户管理数字化



中国便利店数字化发展现状 —— 数字化环节概述

目前便利店行业数字化转型主要集中于供应链及用户端，这两大环节的数字化可最大程度地提升运营效率，降低运营成本，增加用户满意度

便利店数字化六大环节概述

分析师观点



便利店数字化转型主要分为六大环节，从供应链、门店、用户管理、商品、销售渠道、增值服务等全面优化运营与管理效率，降低各类运营成本；未来便利店品牌在数字化上的投入将逐渐加大

由于便利店选址多位于都市社区，用户排队等待时间普遍较长，数字化转型有助于提升收银效率、提升用户消费体验。数字化的供应链与门店管理有助于连锁品牌便利店模式化快速拓店，取得竞争先机

中国便利店数字化发展现状 —— 供应链数字化

便利店行业供应链数字化有助于降低存货量、增加运营效率、控制采购及物流运输成本、提升盈利空间等，供应链数字化是众多连锁品牌便利店争相施行的转型方案

便利店行业供应链数字化概览



分析师观点

- 中国便利店行业供应链数字化转型涉及众多环节，数字化设备及技术供应商是其中一大环节，该环节提供数字化基础服务与设备，是便利店供应链不可或缺的组成部分
- 供应链数字化转型第二大环节包括为便利店提供采购与物流运输的企业，这类企业支撑着便利店的商品供货渠道，此环节具有较大的数字化潜力。便利店通过数据和物流中心与供应商同步共享数据，实现采购与物流运输效率的提升
- 为便利店品牌提供综合服务方案的企业极其重要，数据系统平台是便利店数字化的神经中枢，其利用数字化技术协同控制着便利店产业链的各细分组成部分。该类供应商包括阿里云、京东云、网易数帆等行业内巨头

中国便利店数字化发展现状 —— 用户管理数字化

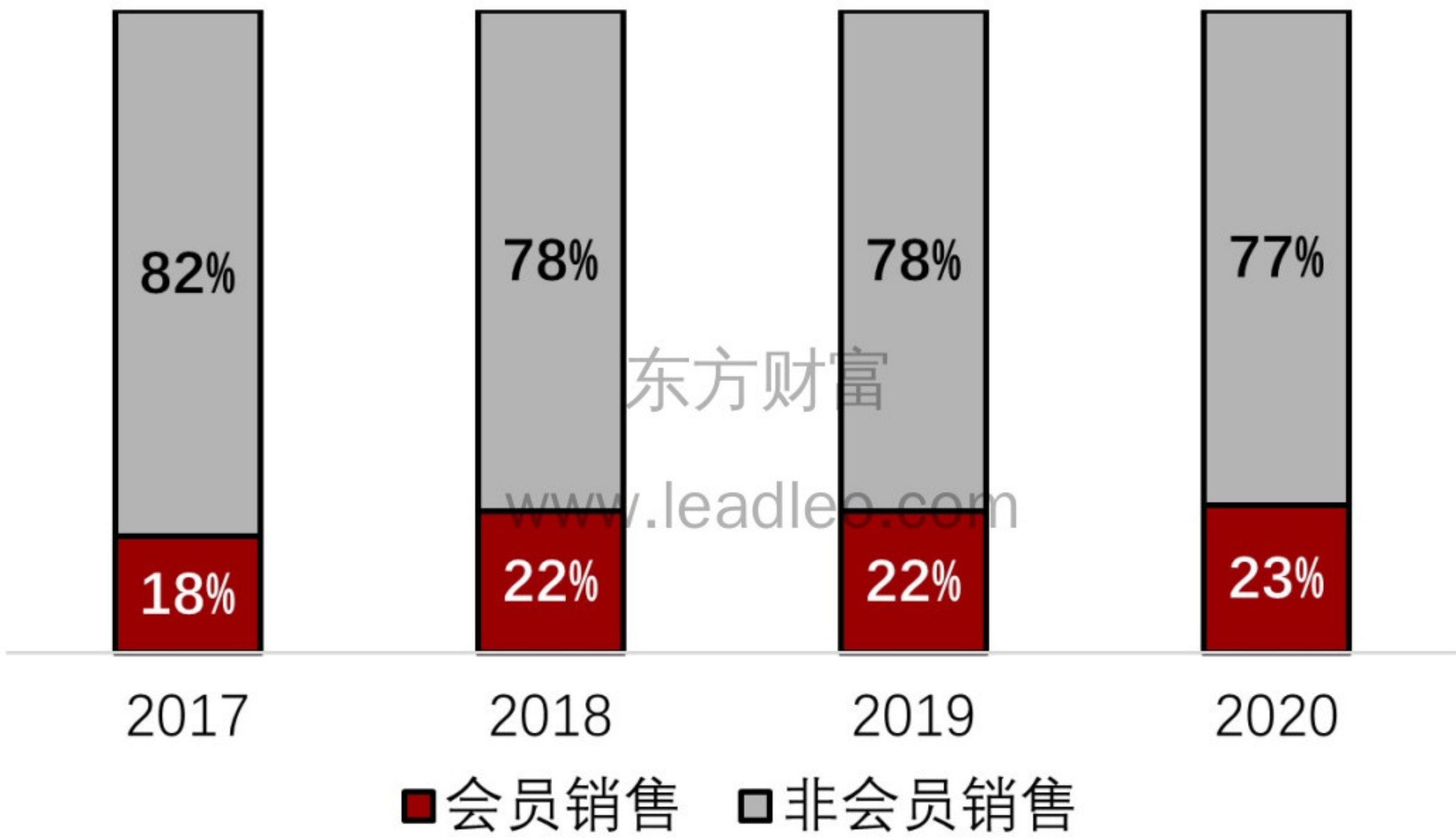
用户管理数字化是便利店行业数字化转型中最重要的一环之一，依靠数字化技术可有效提升便利店会员用户单次消费金额

便利店会员体系助力用户管理数字化



- 依托独立APP或微信公众号的会员体系可获取海量的用户消费信息，这类信息为便利店数字化转型提供关键数据信息
- 便利店品牌将用户消费信息通过数据分析技术，描绘出准确的消费者画像，助力定制产品开发与精准营销

开通会员体系便利店品牌会员销售占比，2017-2020年



便利店品牌会员与非会员客单价，2019-2020年
单位：[人民币元]



分析师观点

- 自2017年起，开通会员体系的便利店品牌会员销售占比逐年上升，会员用户的重要性逐步增加
- 值得关注的是便利店品牌会员客单价远高于非会员客单价，2020年会员客单价比非会员客单价高出50%，可见数字化的会员体系能有效提升用户单次消费金额
- 在数字化会员体系的推动下，用户管理数字化将更为便利店品牌重视，今后各便利店品牌在这方面的投入也将加大

第三章：中国便利店数字化发展趋势

China's Convenience Store Digital Development Trend



东方财富



中国便利店行业综述 中国便利店数字化发展现状 **中国便利店数字化发展趋势** 中国便利店数字化案例分析

- 深耕线上渠道
- 无人零售化



中国便利店数字化发展趋势 —— 深耕线上渠道

线上销售渠道可有效解决传统便利店行业的各类痛点，预测未来主流便利店品牌将深耕线上销售渠道，并逐步扩大线上销售占比

传统便利店行业的四大痛点

引流获客难

便利店线下实体门店受地域限制，门店覆盖范围较小，获客较难。门店客流下滑，到店成本持续增长

门店坪效低

传统便利店线下实体门店运营效率较低，而品牌总部难以赋能各门店，导致门店坪效较低

盈利空间低

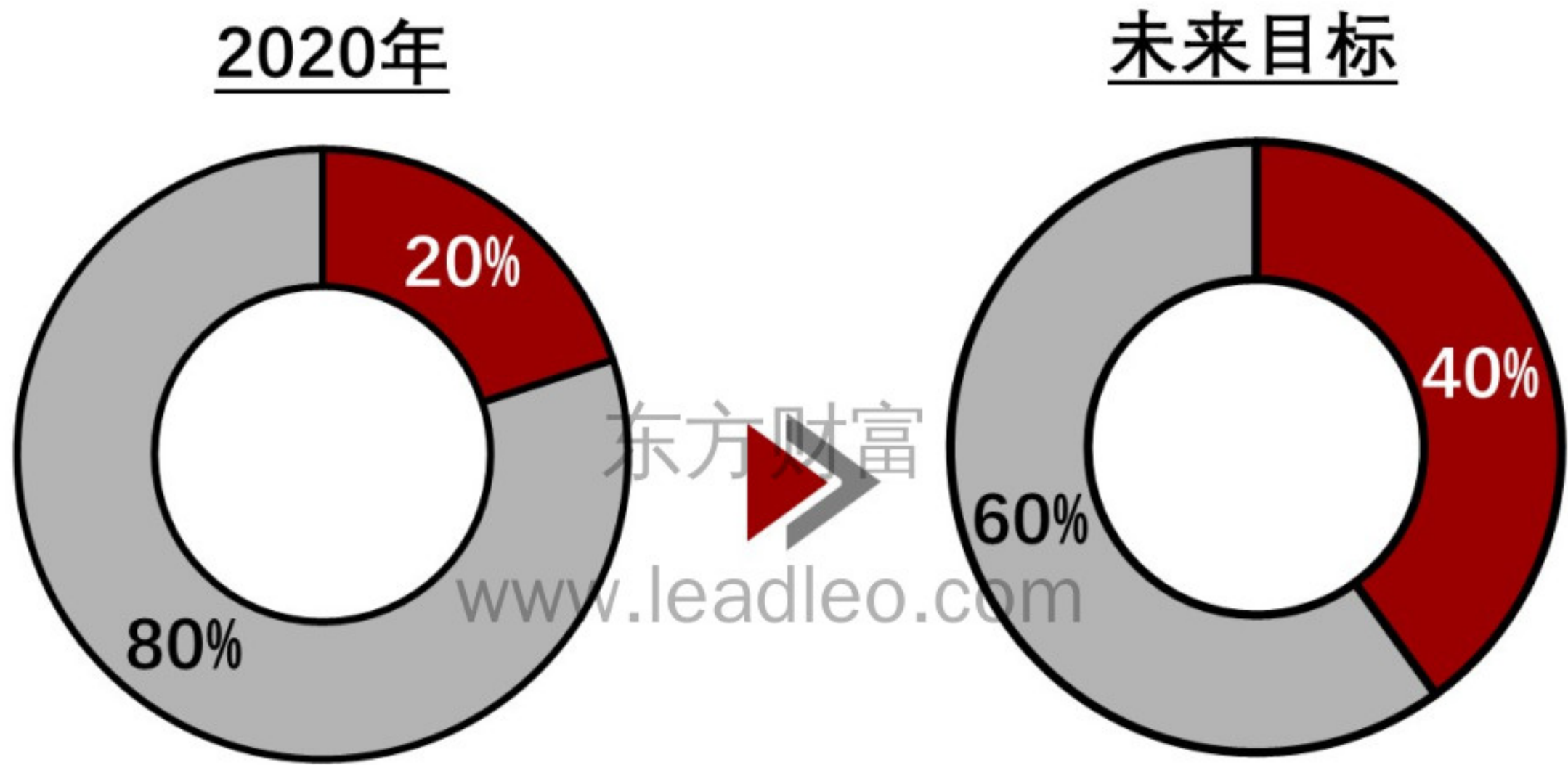
传统便利店经营模式较为固定单一，门店同质化严重且竞争激烈，“薄利多销”的套路难以为继

商品库存多

由于渠道单一的原因，传统便利店通常积压大量库存并占用较多的资金，导致资金利用效率低下

- 针对便利店引流获客难的痛点，线上渠道可提升门店覆盖范围，增加获客量，并进一步提高门店坪效
- 针对便利店商品库存多的痛点，线上渠道有益于调动各门店库存，从而优化连锁品牌库存与资源分配，并降低存储成本，提高利润率

中国便利店行业线上销售占比，2020年



便利店主流线上销售渠道平台



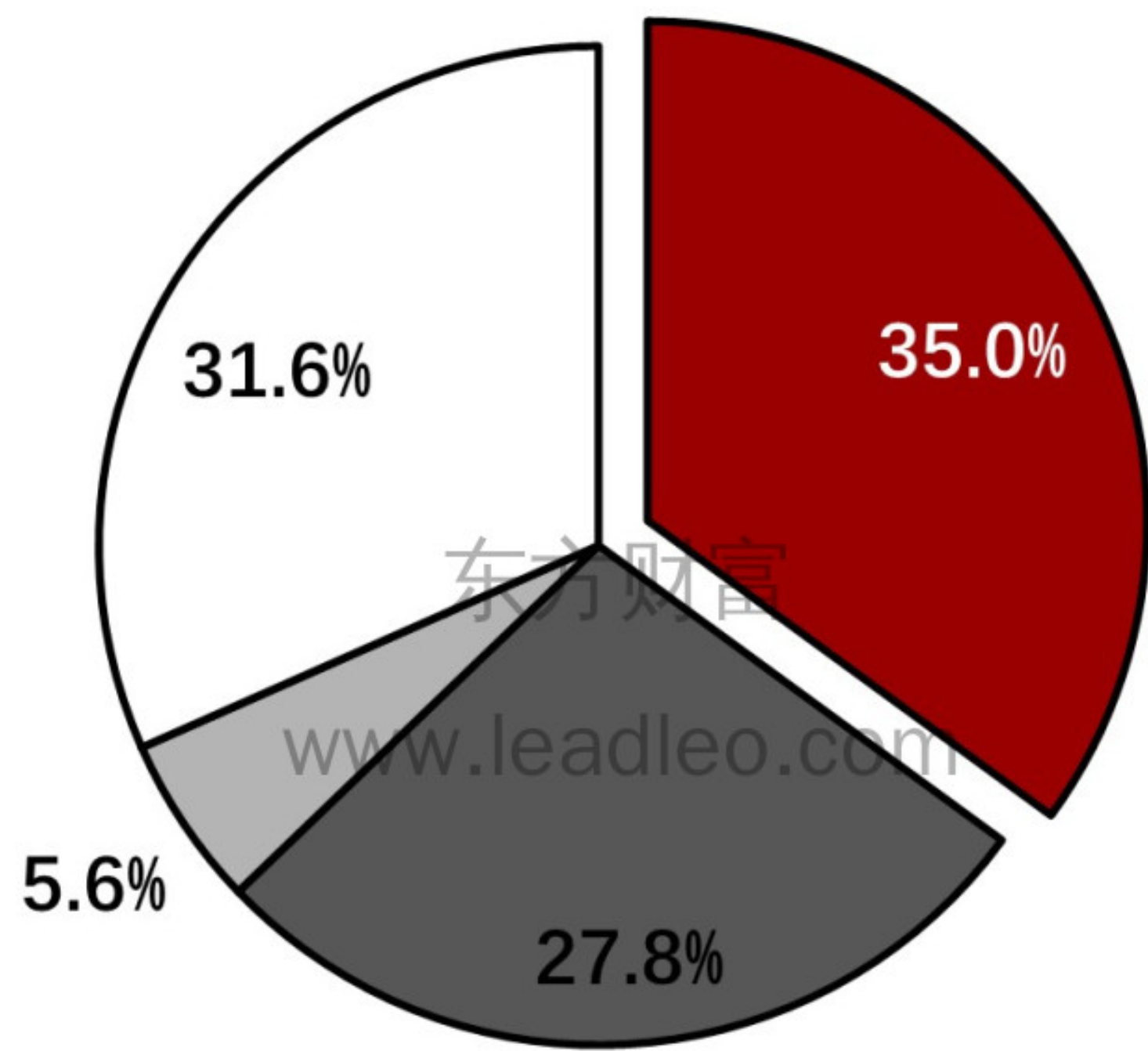
分析师观点

- 2020年中国便利店行业线上渠道销售占比为20%，新冠疫情导致线上渠道渗透率增加。未来在便利店数字化转型的趋势下，线上渠道销售占比将进一步增加
- 便利店品牌自有APP是线上销售渠道的平台之一，7-11、全家、美宜佳、便利蜂等数字化转型的先驱品牌都拥有独立的APP
- 此外便利店品牌可更好地利用美团、饿了么、京东到家、微信小程序等第三方平台，增加门店曝光率与用户流量

中国便利店数字化发展趋势——无人零售化

未来在人工成本逐渐上涨的大环境下，便利店行业需通过数字化降低人工成本开支，而无人零售化是较适用的解决方案

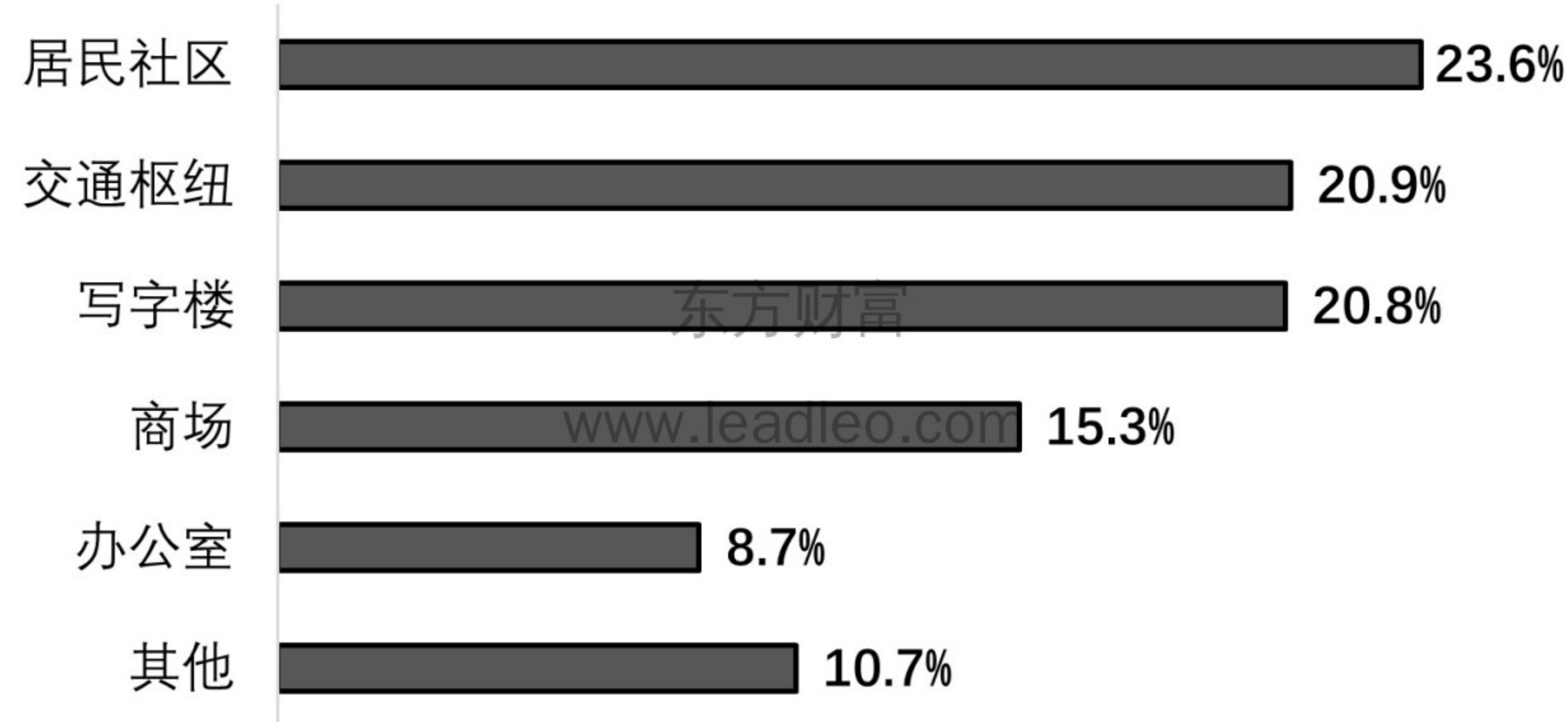
便利店行业各类费用支出占比，2020年



■ 员工薪酬 ■ 门店租金 ■ 电费 ■ 其他费用

- 通过数字化技术减少对人工的依赖，无人零售对人工的需求大幅降低。用户通过扫描二维码识别商品自助支付，全程无需店员帮助，降低了用户对便利店人工服务的依赖
- 传统配备3名店员的便利店门店在数字化技术的辅助下，仅需保留1名店员，从而压缩大量人工成本，同时无人零售还拥有24H全时段营业的优点

无人零售需求场景分布，2020年



无人零售化主流类型对比

无人零售类型	技术核心	优/缺点	代表品牌
移动设备扫描型	条码识别、移动设备交互	货品种类丰富/货品防盗难	便利蜂
机器自动化型	智能机械手臂、二维码识别	出货效率高/货品种类少、机器故障	F5未来商店

分析师观点

- 在客流量较大的居民社区、交通枢纽、写字楼等地段，无人零售有着较大的需求。同时无人零售拥有24H全时段营业的能力，在夜间经济迅速发展的大潮下可最大程度满足夜间消费者的需求
- 此外无人零售化拥有较高的运营效率，在都市CBD等人流密集地段可最大化地提升便利店出货、收银效率，减少消费者排队等待时间
- 目前无人零售化有两大主流类型，这两类技术各有优缺点，其中以便利蜂为代表的移动设备扫描型摆脱了对机器臂的依赖，更适用于模式化拓店

第四章：中国便利店数字化案例分析

Case Study of China's Convenience Store Digitalization



中国便利店行业综述



中国便利店数字化发展现状

东方财富



中国便利店数字化发展趋势



中国便利店数字化案例分析

- 7-Eleven
- 美宜佳
- 便利蜂



中国便利店数字化案例分析 —— 7-Eleven

作为全球便利店行业的领军者，7-Eleven在数字化转型方面已迈出关键的步伐，通过与数字化服务商的深度合作，7-Eleven数字化发展前景良好

7-Eleven供应链数字化方案



7-Eleven将物流配送路径集中转化为物流统一配送系统，依照不同的区域和商品群划分，组成共同配送中心，由中心统一集货，再向配送范围内各门店配送

配送范围：配送中心辐射35公里内的所有门店

配送特点：高频次、多类品种、小单位配送

信息化特色：信息中心数据囊括订单、入库检品、库存管理、出货指示、在售品管理、票据管理、交易信息共享等，实时更新并集中分析，再反馈给不同供应商

同步共享：配送中心与7-Eleven总部信息中心同步共享数据，再反馈给上游供应商

数字化优势：通过配送中心、7-Eleven总部信息中心、上游供应商同步共享数据，极大地提升了供应链运营效率，合理分配供货资源



7-Eleven数字化转型合作项目

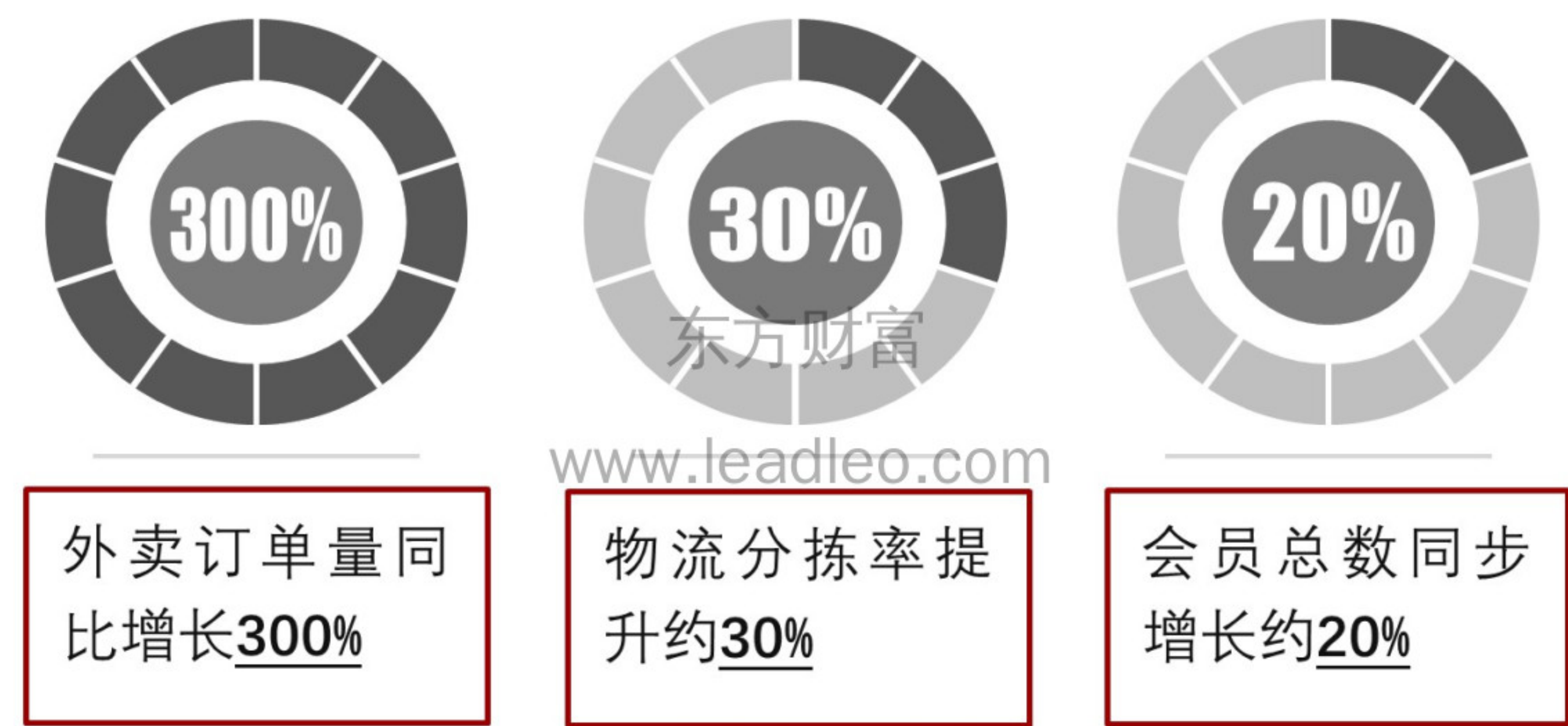
数字零售服务商多点 Dmall 合作项目

7-Eleven在广东约1,500家门店和3个配送中心上线运用多点零售联合云，形成从用户、门店、供应链、加盟商、仓储物流到总部管理的全流程、全要素数字化

支付宝蜻蜓刷脸支付系统

支付宝蜻蜓刷脸支付系统仅需0.01秒完成人脸识别，瞬间并无感完成支付全过程。该系统为便利店用户节省50%的收银等待时间

7-Eleven数字化转型部分成果概览



分析师观点

- 7-Eleven 通过与 Dmall 的强强联合，建立完善的全方位数字化运营体系，该体系是未来7-Eleven数字化发展的核心平台。同时与支付宝的合作提升了门店收银效率，有效地缩短消费者等待时间，增强用户消费体验
- 通过各数字化环节助力，7-Eleven已取得较多数字化转型成果，其线上渠道外卖订单量呈爆发式增长趋势，物流分拣率与会员用户数量同步上升。未来预测7-Eleven在数字化的驱动下，将迎来新一轮快速增长

数字化转型赋予美宜佳品牌核心竞争优势，并助力品牌稳步增长，扩大品牌市场份额，同时美宜佳自建的数字化产业园可给予企业对供应链的强把控

美宜佳



沟通提效

- 逐步整合线下与线上资源，建立数据库同步共享机制
- 积极关注用户消费反馈，并收集消费需求信息，依照消费者需求准确铺货
- 会员体系精准服务平台，精准推送产品营销内容



用户提效

- 建立完善的数字化会员体系，开发独立会员APP及公众号
- 定期策划会员优惠折扣活动，提升会员用户活跃度与消费频率
- 分析会员用户消费数据与反馈信息，绘制消费者画像



物流配送提效

- 与美团、饿了么等第三方平台合作，开展线上业务，提高门店覆盖范围
- 利用信息系统优化供应链物流与配送效率，缩短配送时间
- 搭建供应链数字化平台，合理优化整合资源

美宜佳自建数字化产业园区

美宜佳湖
南宁乡产
业园

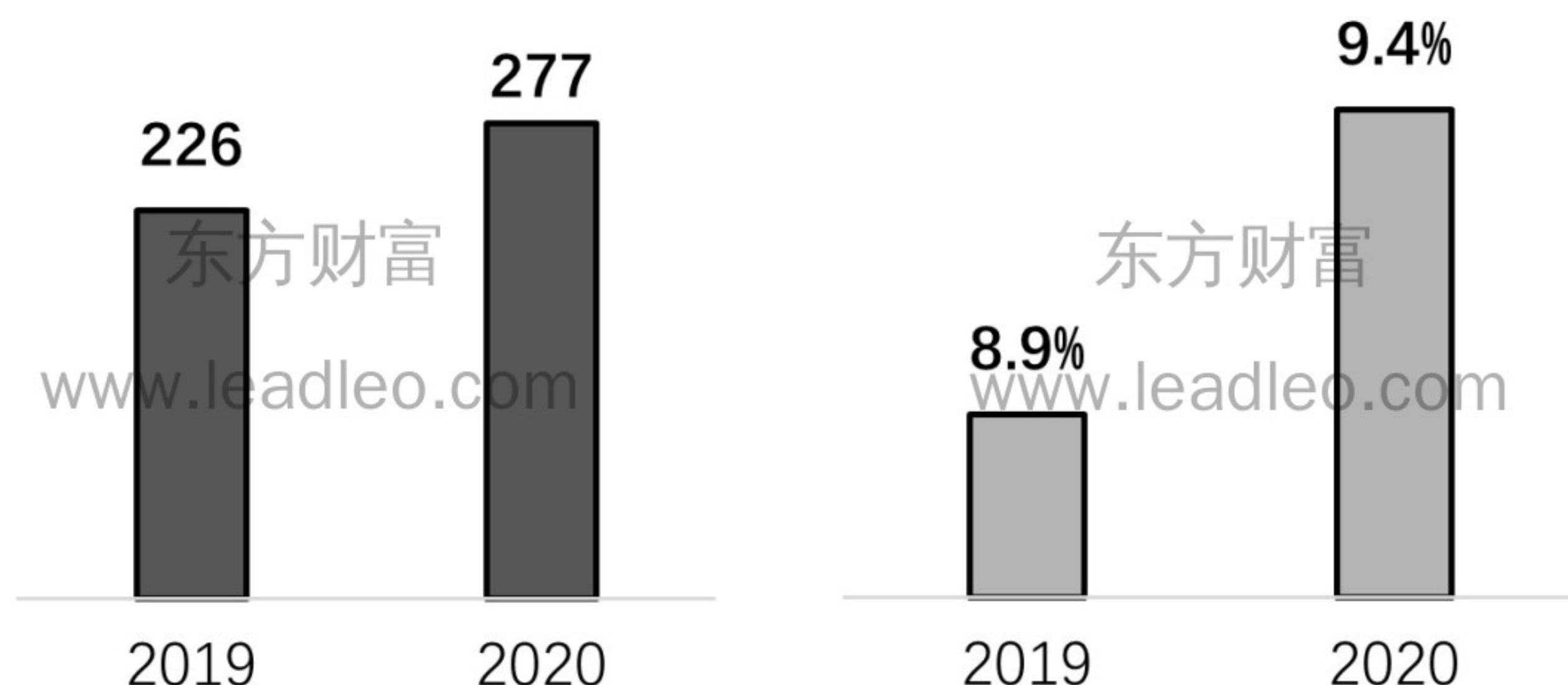
2021年3月，湖南美宜佳完成产业园搬迁投产，该数字化产业园规划商品SKU数达到**5,500个**，可满足华南地区**5,000+**门店同时配货

美宜佳
(湖北)
产业园

2020年10月，美宜佳湖北数字化产业园正式奠基，该产业园是美宜佳在湖北省的物流总部，是全省数字化的采销中心、配送中心、生产中心。

美宜佳营业收入与市场份额，2019-2020年

单位：[人民币亿元]



单位：「百分比」

分析师观点

- ❑ 美宜佳通过**数字化转型迅速提升运营效率**，通过数据同步共享优化企业供应链、用户端、线上销售渠道，同时通过完善的数字化会员体系提升用户活跃度与消费频率，优化用户体验
- ❑ 此外美宜佳**自建数字化产业园区**有助于统筹供应链、数字化统一管理采销、配送、生产等流程，**达到压缩成本并提升供应链效率的效果**
- ❑ 在数字化转型的过程中，美宜佳营业收入稳步上升，市场份额逐步增长，未来发展前景较好

中国便利店数字化案例分析——便利蜂

主打数字化与人工智能算法的便利蜂品牌在竞争激烈的中国便利店行业开拓出独特的发展道路，在数据分析技术的加持下便利蜂将高速发展

便利蜂数字化核心竞争力



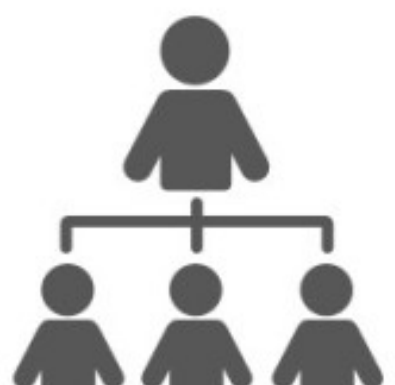
人工智能算法

- 便利蜂通过人工智能算法的技术，有效地降低对人工的依赖
- 全产业链数字化，人工智能算法进入信息系统，形成决策基础
- 利用人工智能算法实现高效供应链管理和对用户的极致理解



数据分析

- 便利蜂通过数据分析能力洞察消费者，提升生产管理效率、加速门店扩张、把控供应链管理
- 便利蜂的数据来源于各类渠道，包括用户消费数据、电商平台数据、供应链环节数据等，各类数据被集中分析



核心技术团队

- 便利蜂拥有1,500-2,000人的核心技术团队，团队内强调数学逻辑能力的培养，每天完成较多基于数学逻辑评估的决策
- 便利蜂吸纳了来自百度的算法团队、来自7-11的运营团队、来自去哪儿的团队

近年来便利蜂品牌融资情况

融资时间	融资轮数	融资金额	投资机构
2017.02	A轮	3亿美元	斑马投资
2018.10	B轮	2.56亿美元	腾讯投资，高瓴资本
2020.05	C轮	超过9亿美元	未披露

中国无人零售行业市场规模，2015-2022E



分析师观点

- 便利蜂管理团队注重人工智能及数据分析，并优先建立数字化平台，依托数据分析平台打造品牌核心竞争力
- 截至目前便利蜂已完成三轮融资，总募集金额超过15亿美元，充足的资金是便利蜂数字化大规模拓店的根基
- 在人工成本上涨的背景下，中国无人零售行业未来将稳步增长。预测以便利蜂为代表的无人零售便利店将乘着数字化无人零售的浪潮迅速拓店，便利蜂大步迈向开店1万家的目标

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，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。

东方财富
www.leadleo.com

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。



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，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，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，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

研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

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



研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 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

东方财富

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生： 13611634866

李女士： 13061967127



深圳

李先生： 18916233114

李女士： 18049912451



南京

杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521



报告找不到，马上上头豹

头豹报告库账户

www.leadleo.com

- 全行业覆盖、近5000本报告展现、支持100万+数据搜索、每年持续更新1000+行企研究报告
- 解决细分行业知识空白
- 价值研究体系助力投资决策
- 月卡、季卡、年卡灵活订阅

详情咨询



让专业 更专业

头豹定制报告

东方财富

www.leadleo.com

- 轻量化咨询：低价（5万起） 高质（深度） 高效（2周起）
- 对口行业资深分析师执笔
- 满足企业及机构：品宣、业务发展、信息获取等诉求

详情咨询



助力企业价值最大化

共建报告——合作招募

头豹诚邀企业参与报告共建——领航者计划

- 传播企业品牌价值、共塑行业标杆
- 全网渠道发布、多方触达
- 高效 高品质 打造精品报告

详情咨询

