

未来50年系列： 中国消费领域未来五十年展望

The Next 50 Years Series:
China Consumer Sector Prospects for the Next 50 Years

未来50年シリーズ：
中国の消費分野の今後50年の展望

报告标签：消费宏观环境、消费趋势、科技赋能消费、消费市场
机会、中日消费市场

主笔人：史慧伦

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。

研究目的

本报告为未来50年系列：中国消费领域产业全景前瞻，将从宏观环境、技术应用和发展趋势等方面梳理消费领域发展现状，并对此领域的发展趋势做出分析。

研究区域范围：全球

研究周期：2021年

研究对象：消费领域

此研究将会回答的关键问题：

- ① 消费领域未来发展趋势如何？
- ② 未来中国消费领域机会市场在哪？

报告摘要

基于中国过往和现在的消费市场进行分析，通过研究对比日本消费时代发展历程对中国未来消费领域作出相应的趋势分析。目前中国正处于第三消费时代的后半阶段，未来中国将逐渐从第三消费时代向第四消费时代过渡。本文将通过分析中国宏观环境、人口结构、人口流动、家庭结构、收入与消费等方面，探究中国未来消费市场的发展趋势和潜在机会市场。

01 中国消费宏观环境展望

通过对比日本与中国经济市场发现，中国与日本在各阶段的经济增速有着较高的相似之处，对标日本经济发展路径，当前中国整体步入第三消费时代后期。少子老龄化和劳动力下降的人口变化趋势将促使服务类产业的需求升级，如养老产业、医疗服务、创新药和智能服务等行业或将受益。

02 高科技在消费领域的应用

新基建的革新为中国产业经济发展提供了创新转型的机会，升级老产业激发“新消费”将成为未来经济主驱动力。随着人工智能在消费行业生产过程中的运用，高端产品的智能化将是未来消费行业的趋势之一。物联网技术将从智能硬件服务转变为软件体验服务，推动智能设备厂商向数字化程度更高的软件服务商转型。

03 中国消费领域发展趋势展望

随着技术在消费领域零售行业的进一步应用，零售企业通过数字化营销、数字化系统和数字化运营等环节，以精细化运营为策略实现以用户为中心的数字化升级。

新消费人群将是中国消费市场增长的主要驱动力，对于消费品市场而言，收入人群的改变将使得中国消费品市场重塑。

04 中国消费领域市场机会

未来随着中国老年人口和单身人口的规模增长，宠物经济市场仍将持续发展壮大。

在人工智能等新技术的推动下，智能家居产业依托于物联网技术发展为以场景为中心的全套智能家居解决方案，服务商提供的智能家居使得消费者体验感更高。

数字科技推动文化娱乐相关产业升级，数字化、移动化和沉浸式体验将是未来文化娱乐主流趋势。

东方财富

www.leadleo.com

目录

◆ 中国消费领域宏观环境分析	-----	07
• 人口老龄化	-----	08
• 收入与消费	-----	09
• 人口结构与流动	-----	10
• 中日市场对比	-----	11
• 中国消费时代	-----	12
• 潜力消费市场	-----	13
◆ 高科技在消费领域的应用前瞻	-----	14
• 科技赋能消费	-----	15
• 人工智能	-----	16
• 物联网	-----	18
• 区块链	-----	20
◆ 中国消费领域发展趋势展望	-----	21
• 智慧零售	-----	22
• 数智化生态	-----	23
• 新消费人群	-----	24
• 新消费品类	-----	26
◆ 中国消费领域市场机会	-----	27
• 宠物行业	-----	28
• 家居家装行业	-----	29
• 泛娱乐消费行业	-----	30
◆ 名词解释	-----	31
◆ 方法论	-----	33
◆ 法律声明	-----	34

CONTENTS

◆ Macro-environmental Analysis of China Consumption Field	07
• Aging Population	08
• Income and Consumption	09
• Population Structure and Mobility	10
• Comparison of Chinese and Japanese Markets	11
• China Consumption Era	12
• Potential Consumer Market	13
◆ Prospects for the Application of High-tech in Consumer Field	14
• Technology Empowers Consumption	15
• Artificial Intelligence	16
• Internet of Things	18
• Blockchain	20
◆ Prospects for Development Trends in China Consumer Sector	21
• Smart Retail	22
• Digital Ecology	23
• New Consumer	24
• New Consumer Products	26
◆ Opportunity Market in China Consumer Sector	27
• Pet Industry	28
• Home Furnishing Industry	29
• Pan-entertainment Consumer Industry	30
◆ Terms	31
◆ Methodology	33
◆ Legal Statement	34

图表目录

▪ 中国人口出生率及老龄化趋势，2000-2050年	-----	08
▪ 不同年龄消费者生命周期	-----	08
▪ 人口老龄化对经济的影响	-----	08
▪ 中国人均可支配收入与消费支出情况，2013-2020年	-----	09
▪ 中国与全球发达国家消费率情况分布，2020年	-----	09
▪ 中国收入分配结构发展趋势	-----	09
▪ 中国人口年龄结构演变历程，2020&2050年	-----	10
▪ 中国区域间人口流动变化情况	-----	10
▪ 日本与中国消费市场发展对比	-----	11
▪ 中国第三消费时代人、货、场变化格局	-----	12
▪ 中国消费品牌发展方向	-----	12
▪ 中国与日本城镇化率水平对比	-----	13
▪ 中国三大产业对经济的影响	-----	13
▪ 新基建为消费行业转型奠定基础	-----	15
▪ 科技发展对消费市场的变革影响	-----	15
▪ 人工智能赋能消费行业生产智能制造	-----	16
▪ 人工智能赋能消费产品智能化	-----	16
▪ AI算法在消费品牌的应用场景	-----	17
▪ 人工智能改变消费者的消费模式	-----	17
▪ 物联网技术发展趋势曲线图	-----	18
▪ 物联网应用场景	-----	18
▪ 商业物联网零售场景应用	-----	19
▪ 传统支付系统与区块链支付系统区别对比	-----	20
▪ 区块链技术革新支付方式	-----	20
▪ 智慧零售——数字一体化解决方案	-----	22

图表目录

▪ 零售行业数智化转型	-----	23
▪ 中国未来消费增长主要群体	-----	24
▪ 中国消费品类市场份额情况，2020年	-----	26
▪ 主要国家宠物渗透率情况，2020年	-----	28
▪ 95后人群对宠物相关品类消费金额增速，2020年	-----	28
▪ 中国宠物消费驱动因素	-----	28
▪ 中国家装行业数字化整装业务	-----	29
▪ 中国智能家居发展方向	-----	29
▪ 中国娱乐消费媒介演变进程	-----	30

东方财富

www.leadleo.com

Chap 1

中国消费领域宏观环境分析

- 人口老龄化
- 收入与消费
- 人口结构与流动
- 中日市场对比
- 中国消费时代
- 潜力消费市场

东方财富

www.leadao.com

中国消费领域宏观环境分析——人口老龄化

- 中国人口结构老龄化趋势下，消费者消费理念、消费习惯及消费能力将发生改变，从消费结构看，人口老龄化将有望使得老龄相关产业受益

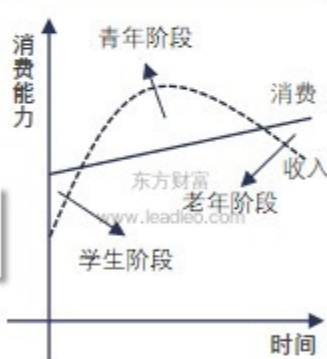
中国人口出生率及老龄化趋势，2000-2050年



注：老龄化率为65岁以上人口占总人口比例

来源：国家统计局，头豹研究院

不同年龄消费者生命周期



- 中国人口出生率下降和人口老龄化进程加快，将为未来消费行业发展带来结构性变化

从消费量层面看，出生率下滑将直接导致人口数量的减少，消费群体的总数降低使得消费需求下降。此外，年轻群体的占比逐渐降低，65岁及以上的人群占比逐渐提高，老年群体的收入方面远低于年轻群体，其低消费能力和低购买力使得整体消费市场逐渐萎缩。从消费结构看，由于人口老龄化加剧，围绕以老龄为特色的产业将有望受益，如老龄文化产业、老龄健康产业、老龄制造产业和老龄服务产业等消费板块将得到进一步发展。

人口老龄化对经济的影响



来源：头豹研究院

- 人口老龄化问题将加剧消费意愿下降和经济增长低迷

从人口老龄化长期影响来看，随着人口老龄化程度加深，经济市场将面临低通胀率、消费下降和经济增长缓慢的问题。纵观日本市场，日本经济在进入90年代后，受到泡沫经济破裂的冲击日本经济市场陷入低迷，除收入增速放缓和消费信心不足原因外，人口结构变化也是日本消费市场陷入萎靡的重要原因。由此可见，通过借鉴日本市场的经验，人口老龄化问题将对中国消费市场带来的弊端显而易见。

中国消费领域宏观环境分析——收入与消费

- 从宏观收入和消费层面看，居民可支配收入和人均消费支出的增长，将促进消费支出结构呈现多元化和个性化方向发展趋势

中国人均可支配收入与消费支出情况，2013-2020年

单位：[元]

单位：[百分比]



来源：国家统计局、头豹研究院

- 居民可支配收入和居民人均消费支出呈现较快增长趋势，促进消费升级，消费方式的改变带动新消费形势

随着中国国民经济稳步发展，人均可支配收入稳定增长，消费需求持续升级。从长期看，中国居民人均可支配收入持续增高，居民的购买力不断增强，恩格尔系数已于2019年降至28.2%，居民消费升级大趋势不变。从消费支出结构来看，消费升级下居民消费重点由衣食类基本需求转向更高层次消费需求。居民在医疗健康、教育文化和娱乐消费等方面的支出呈现明显上升趋势，消费支出结构呈现多元、个性化方向发展。

中国与全球发达国家消费率情况分布，2020年



来源：头豹研究院

中国收入分配结构发展趋势



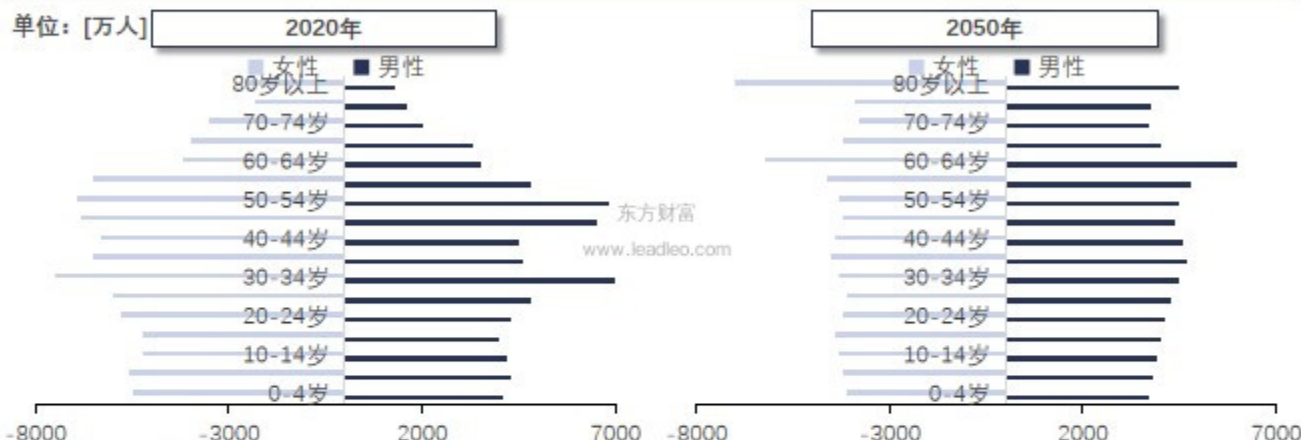
- 中国消费率远低于发达国家，国家政策推动橄榄型收入结构形成

与发达国家相比，中国收入分配差距显著高于其他国家，消费率情况远低于主要发达国家。扩大中等收入群体数量是国家共同富裕政策的首要目标。在共同富裕和远景规划下，预计2035年中产阶级人数有望从4亿提升至8亿，形成橄榄型收入结构，该收入结构的形成将利于中国消费结构的优化和扩容。

中国消费领域宏观环境分析——人口结构与流动

- 从中国人口结构分布看，未来中国人口分布将呈现倒金字塔结构，人口年龄结构正向收缩型方向演变。人口流动方面，人口逐渐向核心城市群转移，城市群的消费潜力将得到释放

中国人口年龄结构演变历程，2020&2050年



□ 从中国人口结构来看，预计未来中国人口结构将转变为倒金字塔型，劳动力规模将出现持续下降

从中国人口年龄结构分布来看，随着出生率逐渐下降和医疗技术和生活质量的不断进步，中国人口平均预期寿命将持续提升，反映出人口年龄结构正向收缩型演变。2020年，中国15-59岁人口总量占总人口的比例为63%，相比较2011年下降6.5%。若出生率仍保持下降趋势，未来劳动力人口数量或将进一步下滑，少子老龄化趋势将导致中国服务型消费需求得到大幅提升。与发达国家相比，中国人口转型时间更短和人口红利期更短，发达国家在人口转型演变上需经历1-200年历程，而中国人口转型的过渡期更短。少子老龄化和劳动力下降的人口变化趋势将促使服务类产业的需求升级，如，养老产业、医疗服务、创新药和智能服务等行业有望受益。

□ 人口流动持续向城市群聚集，带动一线及二线城市消费潜力释放

从中国人口流动看，随着国家经济“调结构转方式”政策实施，第二产业开始向中西部地区转移，使得中国人口出现回流现象。但人口流动总体趋势朝向核心城市群聚集的趋势未变，核心城市以点带面向其他城市辐射，此外人口流动一定程度上促进了出行消费需求。

中国区域间人口流动变化情况



中国消费领域宏观环境分析——中日市场对比

- 日本和中国在宏观经济发展方面存在一定相似性，对标日本市场，中国消费市场正处于第三消费时代的后期阶段，个性化和品质化消费正逐渐成为消费倾向

□ 对标日本，中国经济市场正处于第三消费时代后期

通过对比日本与中国经济市场发现，中国与日本在各阶段的经济增速有着较高的相似之处。纵观日本消费时代的变迁，由于人口老龄化率高目前日本经济市场已迈入第四消费时代。对标日本经济发展路径，当前中国整体步入第三消费时代后期，不同地区或区域由于进度不同而有所差异。从地理分布看，三四线城市由于经济发展较为落后，处于第三消费时代中期，消费市场仍处于升级阶段。一二线城市则由于经济发展态势良好，处于第三消费时代向第四消费时代过渡的阶段。

与日本经济市场相比，中国经济发展增速更趋于平缓，中国在第二消费社会和第三消费社会的经济增速略高于日本同期水平，日本呈现阶梯式降速，中国经济增速放缓过程更趋于平稳状态。此外，与日本经济市场相比，中国自改革开放以来尚未出现大型经济危机，经济增速未出现大幅下滑趋势。

日本与中国消费市场发展对比



来源：头豹研究院

中国消费领域宏观环境分析——中国消费时代

- 中国第三消费时代后阶段发展背景下，中国经济市场的人、货、场三要素已经发生改变，消费市场需求将逐渐趋向于个性化和升级化

中国第三消费时代人、货、场变化格局



来源: Wind, 头豹研究院

□ 人：中国家庭结构趋向于小型化，单身经济开始逐渐兴起

从家庭结构组成看，一人户和二人户占比比例呈现明显上升趋势，反映出社会不婚主义和生育意愿下降的趋势，家庭小型化趋势带动家庭消费支出结构转变。此外，单身人群和独居人口增多，将促使消费市场需求更趋向于健康化和个性化。

□ 货：消费产品升级转型趋势显著，服务类行业增量空间广阔

从消费类型结构看，中国居民基础类消费占比持续下降，服务类相关消费占比仍有一定增长空间。常规消费品则受产品周期影响增量空间有限，在未来发展过程中产品实现二次升级成主流趋势。

□ 场：消费场景朝向多样化和智能化方向发展

得益于物联网与人工智能技术的发展，消费流量入口呈多元化发展，无人零售概念逐渐兴起。随着技术的进步，未来人工智能渗透至线上和线下消费场景，线下消费场景将向无人化发展。此外，伴随着家庭小型化趋势的影响，新零售业态向品质化、便捷化和综合化方向发展。

中国消费品牌发展方向

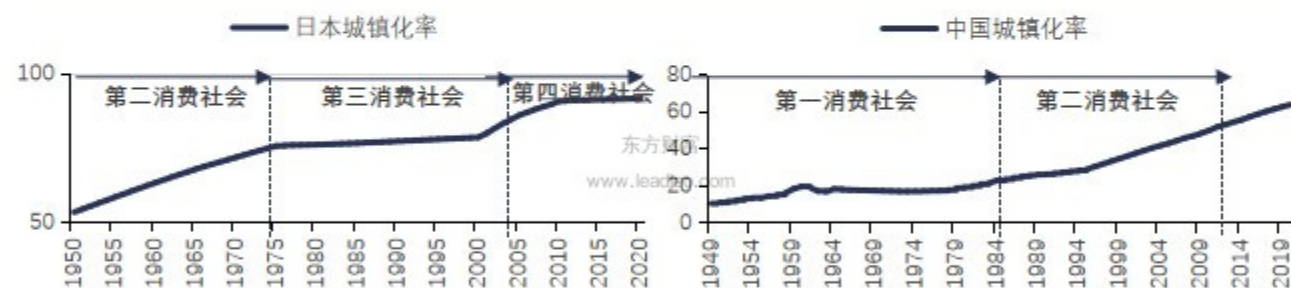


来源: 头豹研究院

中国消费领域宏观环境分析——潜力消费市场

- 产业结构方面，中国第二产业和第三产业比重逐渐上升，发展第三产业将是未来的重点。城镇化率方面，对比日本，由于中国城市化水平较低，下沉市场的消费需得到进一步关注

中国与日本城镇化率水平对比



来源: Wind, 头豹研究院

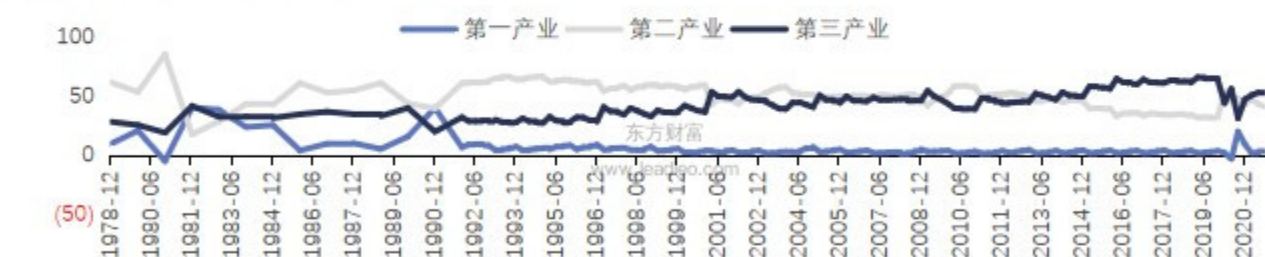
- 中国与日本在宏观经济发展上存在相似之处，中日具有相似的产业结构，第二产业和第三产业比重上升，第三产业仍将是未来重点

从世界经济地位上看，1968年日本经济总量成为世界第二经济体，2010年中国超过日本成为全球第二经济体。从经济结构上看，二战后日本发展重工业，第二产业占比逐渐扩大，中国自改革开放以来，逐渐从第一产业向第二产业和第三产业转移。随着中国经济发展和产业结构优化升级，中国经济结构将逐渐调整以第二、三产业为主。

- 城镇化率方面，中国在各消费社会阶段的城镇化率均低于日本，下沉消费需求值得更多关注 www.leadleo.com

从城镇化率水平看，尽管经过经济高速发展，现今中国城镇化率水平与70年代的日本存在差距，城镇化水平提高对工业和服务业的生产效率起到了良好促进作用。中国和日本在第一消费时代的人口均出现快速增长，在第三消费时代人口增速则趋于缓慢。从人口迁徙看，第一、第二消费时代由于经济处于高速发展期，大众消费从大城市扩展至全国，第三消费时代则由于物质水平提高人口迁移减少。此外，互联网的高速发展将驱动下沉市场将具有更多发展潜力。

中国三大产业对经济的影响



来源: Wind, 头豹研究院

Chap 2

高科技在消费领域的应用前瞻

- ❑ 科技赋能消费
- ❑ 人工智能
- ❑ 物联网
- ❑ 区块链

东方财富

www.leadleo.com

高科技在消费领域的应用前瞻——科技赋能消费

- 从国家科技推进过程看，依托于技术的新基建为中国产业经济发展提供创新转型的机会，消费市场的革新与科学技术的进步密不可分

新基建为消费行业转型奠定基础



来源：头豹研究院

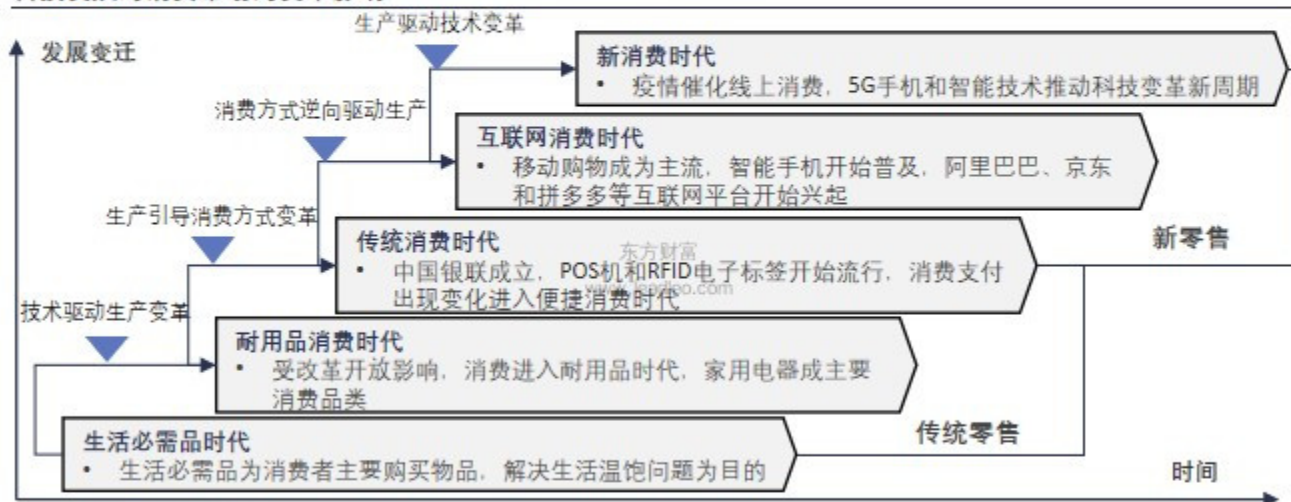
□ 新基建激活消费增长新动力

从宏观政策来看，持续推进5G、物联网、人工智能和工业互联网等新型基建投资为未来重点投资方向。新基建的设立将打造新产业、新业态和新模式的经济形式，新基建的革新为中国产业经济发展提供创新转型的机会，升级老产业激发“新消费”将成为未来经济主驱动力。

□ 技术的落地革新加速了消费品商业模式的创新

从中国消费业态发展历程看，中国消费业态经历了生活必需品时代、耐用品消费时代、传统消费时代、互联网消费时代和新消费时代五个阶段。纵观消费业态的变迁，消费市场的革新与科学技术的进步密不可分，随着科技产业周期的启动和进步，将带来更多消费品与渠道的创新，科技赋能消费新消费的空间广阔。

科技发展对消费市场的变革影响



来源：阿里巴巴，头豹研究院

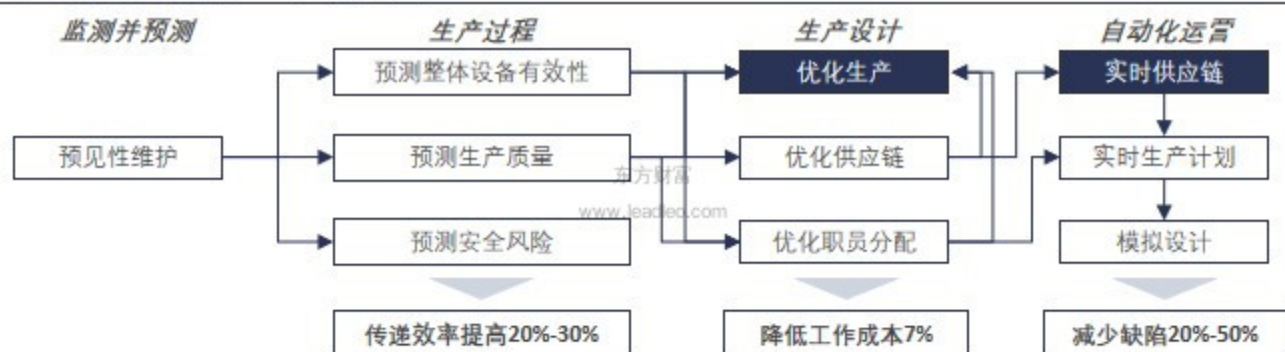
■ 高科技在消费领域的应用前瞻——人工智能（1/2）

- 人工智能技术参与到消费产品的生产和研发等环节，技术的介入提高了生产制造效率和高端产品的性能，推进消费产品朝着智能化方向发展

□ 人工智能赋能消费行业研发生产智能化，提供生产流程解决方案

人工智能参与消费行业研发与生产环节，生产端利用人工智能帮助协调生产全生命周期，目前人工智能在生产环节为企业提供视觉检测、自动化控制、智能化校准以及问题根源的分析等解决方案。在视觉检测环节，借助AI的深度学习进行缺陷产品的检测。在自动化控制环节，AI对生产过程中的机器设备的参数进行自主调节，达到生产柔性化和高效化。智能化校准层面，人工智能的介入提高了新产品制造过程中的设计和生产制造效率。问题根源分析方面，人工智能通过自动识别生产过程中有问题的步骤，对有质量问题的产品进行溯源和记录。

人工智能赋能消费行业生产智能制造



来源：头豹研究院

□ 人工智能提高高端产品性能，赋能消费产品智能化

随着人工智能在消费行业生产过程中的运用，高端产品的智能化将是未来消费行业的趋势之一，高端产品因此则具备更强的感知能力、柔性能力和协作能力。另一方面，随着先进技术应用于关键性元器件和零部件，为消费品的先进产品和智能设备提供基础，产品逐渐朝向智能化、网络化和集成化方向发展。

人工智能赋能消费产品智能化



来源：头豹研究院

高科技在消费领域的应用前瞻——人工智能（2/2）

- 人工智能在商业场景中的应用较为广泛，AI算法为零售企业创新转型提供发展机会；在消费者端，人工智能提供的交互式消费改变了消费模式和消费体验

AI算法在消费品牌的应用场景



来源：头豹研究院

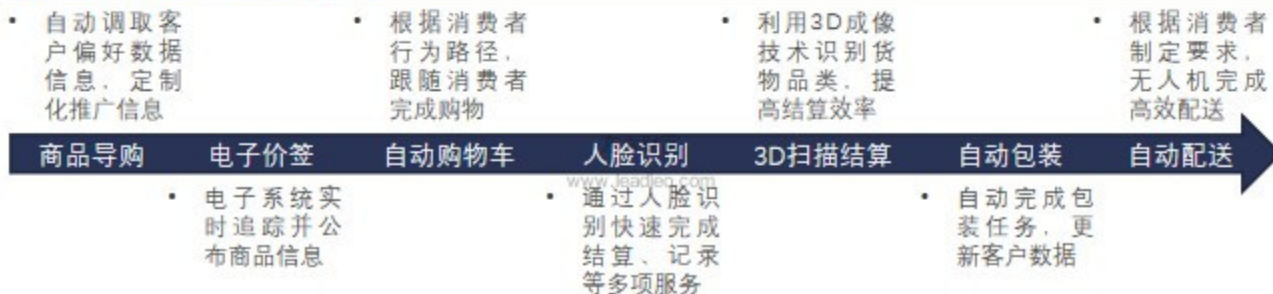
- AI算法在商业场景中应用广泛，由AI引发的创新模式为零售企业提供新机会

从AI在消费品牌的应用场景看，在零售业态中，图像算法负责捕捉线下门店的人货场信息，推荐算法则负责购物流程中个性化推荐，预测算法则应用于门店选址和商品预测。AI算法在零售品牌中的应用除了提供新机会外，还为消费者提供个性化的购物场景和体验。此外，在AI算法的推动下，消费品牌整体迎来数字化趋势，尤其是在私域流量的运营上AI算法的应用地位显得更为突出。对于需要营销投放的客户，品牌需要为消费者提供个性化商品精准触达，以此提升营销转化率。

- 人工智能提供的交互式消费进一步改善了消费者体验

人工智能在人机交互中提取数据，通过对获取的数据进行提取信息，对消费者购买趋势和购买行为数据做出跟踪和预测。人工智能对消费者的体验改善具体体现在驱动消费者进行商品选择、供应链缺货管理和消费者需求方面。人工智能通过监控购买频率和消费者行为，实现管理和监控供应链，以达到保持适当规模库存水平和满足消费者的动态需求。

人工智能改变消费者的消费模式

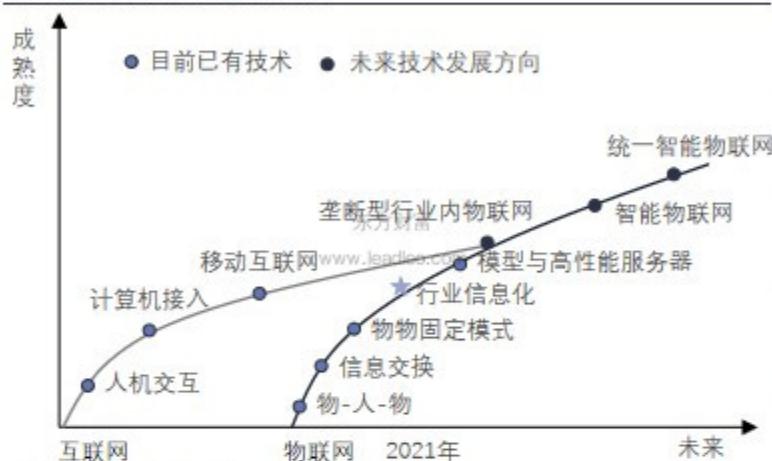


来源：头豹研究院

高科技在消费领域的应用前瞻——物联网（1/2）

- 从物联网的技术演变趋势看，物联网技术将从智能硬件服务转变为软件体验服务，随着物联网技术在各领域的渗透，消费市场有望迎来新应用拓展

物联网技术发展趋势曲线图



物联网应用场景



□ 物联网在消费领域的技术应用将由智能设备向软件服务方向发展

从物联网发展历程看，世界整体物联网技术发展仍处于初期发展阶段，其产业价值将有待进一步释放。从技术演变趋势看，物联网技术将从智能硬件服务转变为软件体验服务，将推动智能设备厂商向数字化程度更高的软件服务商转型。此外，从终端用户需求看，消费者不再满足于单一使用智能设备，而是对设备相关软件服务提出更高的体验和服务要求。

□ 物联网加速向各行业和领域渗透，终端应用场景持续拓展

随着物联网技术的进步与革新，物联网在各领域的渗透和应用得到进一步拓展，在智能产业方面，物联网技术在智能制造、智能交通、智能医疗、能源管理、智能农业和智慧城市等方面提高生产效率与质量。2020年，中国物联网在产业和消费者市场中的应用占比各占50%，预计未来物联网在产业中的占比将得到进一步提升。

□ 物联网技术的突破将有望带动消费市场智能家居产业得到快速发展

物联网领域中无线连接技术和芯片技术逐渐成熟，消费者对于智能家居的购买意愿增强，未来智能家居行业将有望替代传统家居模式，成为消费市场的主流。无论从中国市场还是全球市场看，目前中国智能家居渗透率不到5%，发达国家智能家居渗透率则为20%-30%，智能家居市场仍具较大发展潜力和市场。

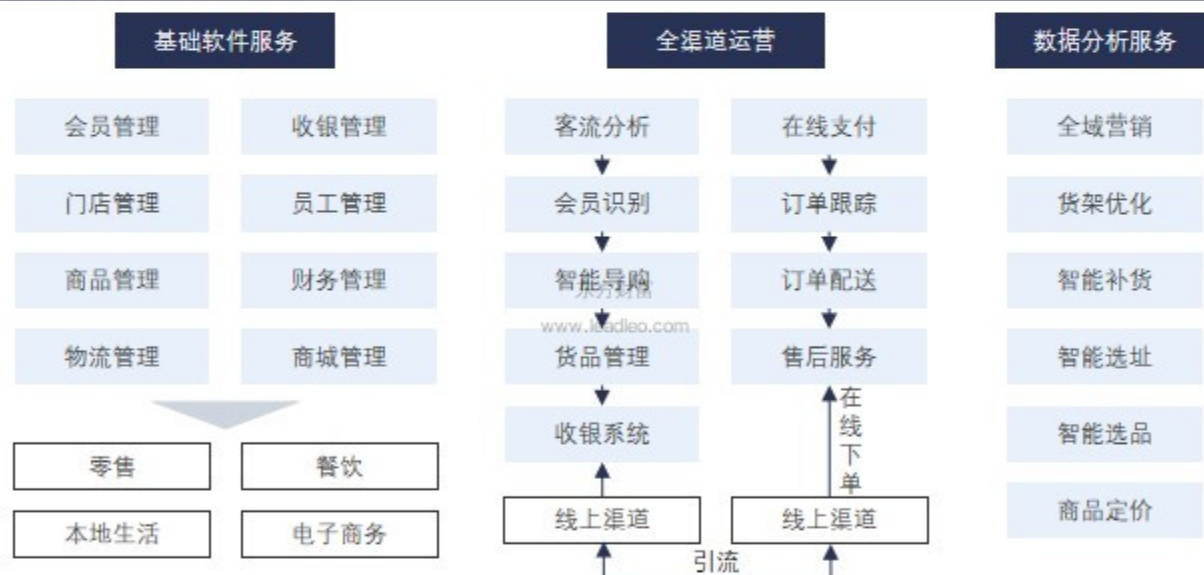
高科技在消费领域的应用前瞻——物联网（2/2）

- 商业物联网的应用仍处于早期发展阶段，数据分析服务领域仍存较大发展空间，利用物联网的数据处理能力作出商业决策将是未来物联网布局的重点

□ 从物联网应用领域看，目前商业物联网应用仍处于早期发展阶段，未来数据分析服务相关应用的渗透率将得到持续提高

无论是应用于零售业态、餐饮业、电子商务还是本地生活等相关场景，交易收银管理体系为物联网的重要环节之一。随着消费领域的企业对客户管理系统、ERP等通用软件的需求得到满足后，衍生出一系列个性化需求，尤其是对运营工作的多维度数据处理分析。现阶段，物联网的基础软件服务在零售业态中的应用发展日渐成熟，商用终端设备已成为商户选择使用的主流。但商户通过使用基础软件而衍生出来的个性化需求尚未得到满足，尤其在数据分析服务领域存在较大的发展空间。商户利用物联网的数据处理能力作出商业决策将是未来物联网布局的重点。

商业物联网零售场景应用



来源：头豹研究院

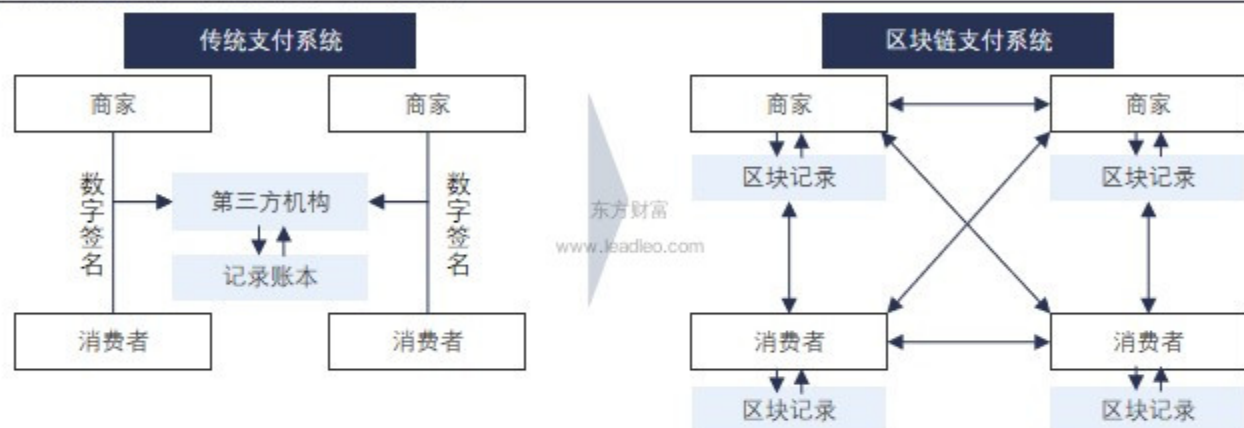
□ 未来物联网将通过多维度数据触点，重构商业人、货、场要素

商业物联网以数据驱动业务，作用于零售业态商业模式的人、货、场重新塑造。在消费者方面，物联网技术通过用户画像实现精准营销，进一步带动消费的高转化和高复购。在商品方面，物联网技术对商品进行优化组合，对供应链各环节实行数字化转型。在场景方面，AR交互等形式进一步加强对环境的感知，为消费者提供更优质的消费体验。

高科技在消费领域的应用前瞻——区块链

- 区块链技术具有去中心化、高效率、高安全和高扩展的特征，是经济市场革新的重要驱动力，未来将进一步提高支付数据的安全性和运营的效率

传统支付系统与区块链支付系统区别对比



来源：爱财经、头豹研究院

- 与传统支付方式相比，区块链支付系统具有高效率性、高安全性、高可用性和高扩展性

传统支付体系需利用第三方机构维持信任，商家与消费者之间缺少信任，双方需要通过第三方获取信息。区块链技术不依赖于第三方，可通过分布式节点进行网络存储、验证和交流，为经济市场革新带来重要驱动力，尤其是支付方式的变革，进一步提高了数据的安全性和运营的效率。

- 区块链技术的发展影响着未来商业领域支付体系的走向

区块链在数字支付领域的应用关系着未来支付方式的变化，目前区块链技术在B端企业方基本可实现移动支付，随着技术应用的进一步拓展，有望实现在C端消费者的应用。与传统电商支付方式不同，区块链技术采用点对点的支付方式，支付即清算，具有解决传统电商支付流程慢的特点，未来在电商领域，区块链技术仍具有一定发展空间。此外，区块链技术将金融机构、第三方平台和跨境电商平台应用在跨境支付流程中，在跨境支付领域应用仍是一大主流趋势。

区块链技术革新支付方式



来源：移动支付网、头豹研究院

Chap 3

中国消费领域发展趋势展望

- ❑ 智慧零售
- ❑ 数智化生态
- ❑ 新消费人群
- ❑ 新消费品类

东方财富

www.leadleo.com

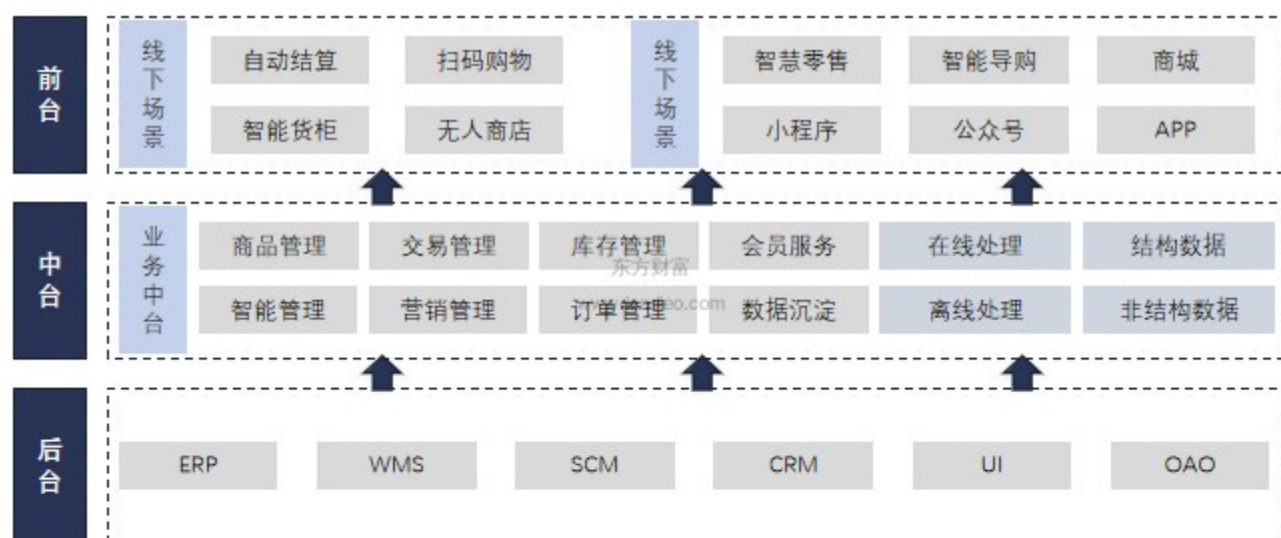
中国消费领域发展趋势展望——智慧零售

- 随着技术在消费领域零售行业的进一步应用，零售企业实现数字化转型的需求显著增多，升级智慧零售将是未来企业的主流趋势之一

□ 零售领域进入全链路数字化阶段，升级智慧零售成未来主流趋势

随着技术在消费领域零售行业的进一步应用，零售企业通过数字化营销、数字化系统和数字化运营等环节，以精细化运营为策略构建以用户为中心的数字化升级。零售企业在实行数字化转型的过程中，对企业的技术水平要求高，传统零售商原有的信息化系统存在不足且存在一定的技术壁垒，因此零售业态完成数字化转型是长期和系统性的工作。此外，零售企业的数字化转型仅凭借单一的企业在技术端无法完成，需要借助行业内提供数字一体化解决方案的服务商企业的支持。未来随着零售企业数字化转型需求增多，提供数字一体化解决方案的供应商有望成为市场新需求空间。

智慧零售——数字一体化解决方案



来源：头豹研究院

□ 智慧零售将线上与线下融合，有望革新消费行业的零售业态和消费者的行为模式

智慧零售运用互联网、物联网等技术，通过引导生产制造，感知消费习惯及趋势，为消费者提供个性化和多元化的产品及服务。智慧零售的发展可帮助线下门店实现数字化和在线化，将线下零售逐渐丰富成可搜索的形态，在线下则是以数字化改造的方式赋能店铺。智慧零售线上与线下相互融合，通过挖掘大数据分析消费者和反馈生产供应环节。

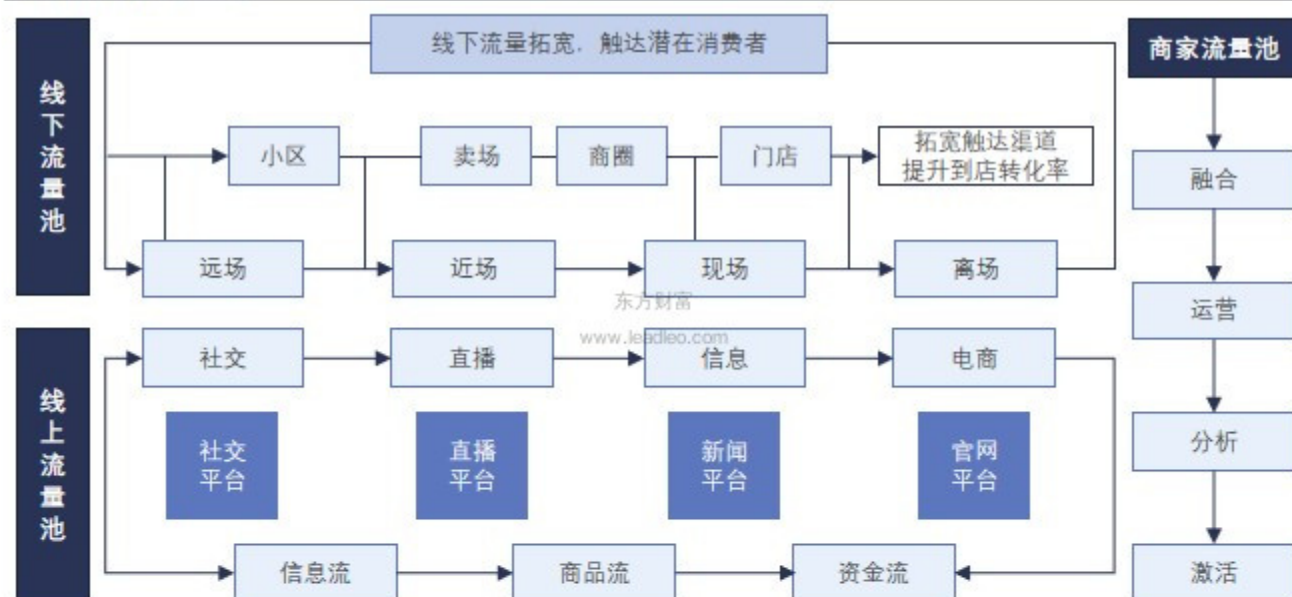
中国消费领域发展趋势展望——数智化生态

- 通过注重大数据和人工智能在消费者端的应用实现新零售运营已较为普遍，未来零售企业将以数智化转型为新机会点

□ 新零售运营模式概念已基本普遍，未来零售行业或将以数智化转型为新机会点

新零售的概念在零售企业运营中已经普遍流行，通过注重大数据和人工智能在消费者端的应用实现新型零售运营模式，新零售数字化运营转型中，虚拟现实技术的应用使得消费者决策体验提升。未来零售行业将以数智化为机会点进行转型升级。数智化的建设分为三个发展路径，数字化、在线化和智能化。供应链端的各个环节被实现数字化，对数据进行存储和运输，并载入在线化，在线化的过程利于零售企业实现管理和运营。最后，数智化系统通过人工智能技术将数据打通，帮助企业做决策的同时达到决策智能化的目的。

零售行业数智化转型



来源：阿里巴巴云栖大会、头豹研究院

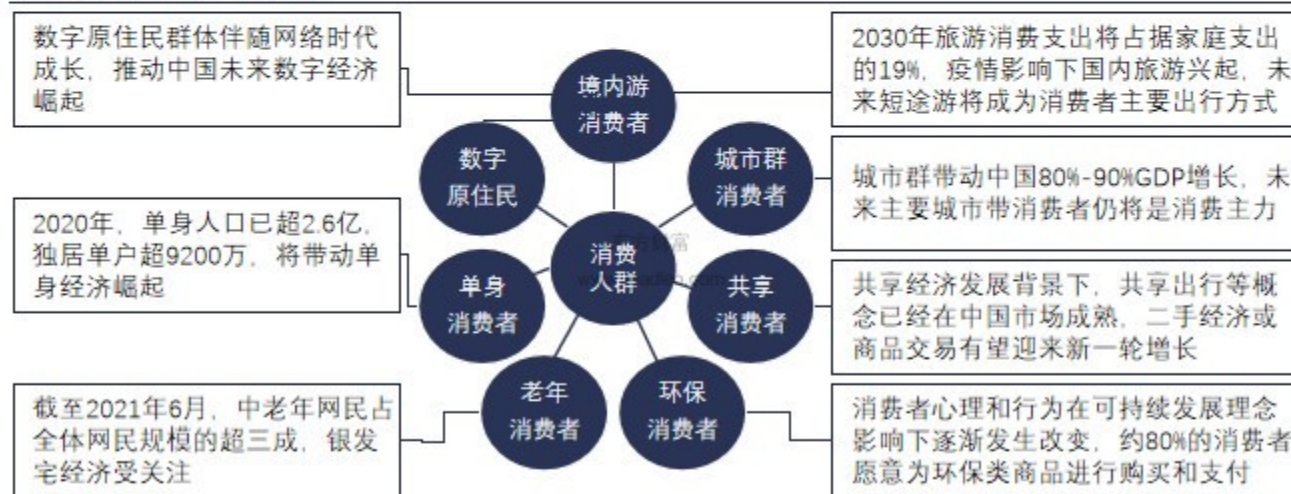
□ 新零售数智化转型在成本和效率方面具备优势，随着新形态零售业被颠覆，供给、服务和消费升级将成为常态趋势

数智化时代是市场化的组织形态，是消费市场发展的变革趋势之一，用户需求的变更将加速数字化进程。同时零售企业实施数智化转型，用数据运营方式解决企业问题，实行降本增效，提高企业精细化运营和智慧化运营程度。

中国消费领域发展趋势展望——新消费人群（1/2）

- 中国未来消费市场的增长离不开新消费人群，境内游消费者、城市群消费者、共享消费者、环保消费者、老年消费者、单身消费者和数字原住民成为驱动经济增长的主要人群

中国未来消费增长主要群体



来源：头豹研究院

□ 境内旅游消费：国内旅游消费者的出行方式改变，未来将带动境内文旅相关产业持续增长

2021年上半年，中国境内旅游游客人数达到23.55亿人次，同比2020年同期增长153%，下半年旅行出游的人次预计可实现25.9亿人次。随着疫情的好转，旅游相关产业逐渐恢复高景气。此外，疫情对出境游业务带来冲击，出境游市场遭受重创，境内游成为消费者的重要选择之一。从消费端看，消费者的旅游行为和方式已由长途游转变为短途游、周边游等。从长期看，在境内旅游消费者的推动下，境内多形式的旅游相关业务仍被看好。

□ 城市群消费者：消费主体向城市群集中，城市群成为消费者、产品和企业三方的空间连接

2020年中国城镇化率已达到63.8%，已步入城镇化发展的中后期，中国城镇化发展将由增量建设向存量结构调整方向发展。从城市人口流动层面看，人口持续向少数城市集聚，一二线城市人口流入增速放缓，三四线城市的人口持续流出，人口逐渐向核心城市群集聚。未来中国的消费增长绝大部分仍将来自于城市，但消费不会局限于大城市，相比较大城市中等城市具有较大的增长潜力和发展空间。根据地理位置和产业发展不同，中国存在不同核心城市群，未来企业可根据不同城市群作出相应的策略调整。

中国消费领域发展趋势展望——新消费人群（2/2）

□ 共享消费者：共享经济潮流下，共享衍生消费领域引发新关注

从国家政策层面看，国家高度重视共享经济的健康发展，“十四五”规划明确指出要将促进平台经济、共享经济健康发展作为发展战略性新兴产业的重要内容。消费者对于共享经济下衍生消费产品的接受程度高，共享经济未来在出行、住房、电子、购物等领域将取得进一步发展。

□ 环保消费者：环保意识和理念流行使得二手经济市场仍具挖掘潜力

2021年超过80%的消费者愿意为环保包装进行付费，85%的消费者因为担心气候变化而调整购买的商品或服务，超过70%的消费者愿意为环保商品进行买单。消费者对于气候和环境问题的关注度越来越高，可持续性理念驱动消费者偏好购买二手商品，二手经济将成为未来具备发展潜力的市场。

□ 老年消费者：中老年群体触网行为拓宽银发经济

根据第七次全国人口普查显示，中国60岁以上的人口数量已达2.6亿，截至2021年6月，50岁及以上网民规模达3亿，占全国网民比例的28%。未来人口老龄化将是中国人口的发展趋势，越来越多的中老年人群体在移动互联网的发展影响下开始尝试使用网络购物新方式，未来银发经济数字化进程将是新趋势。随着中老年人口网民逐渐增多，老年人群的在线化市场逐渐拓宽，有望成为消费型企业未来拓展的重点和核心领域。

□ 单身消费者：单身人口增长推动“单身经济”和“悦己经济”发展

从家庭结构看，2021年预计接近1亿成年人为独居状态，自2015年起中国一人户的占比逐年增加。随着独居人口数量的增加，中国家庭正呈现明显的单身化趋势。单身人群的增多使得相关产业得到进一步发展，以一人为主要消费场景的市场将迎来新的增长，如单身公寓、外卖等领域。此外，42%的单身消费者注重悦己消费，单身消费者将为“单身经济”和“悦己经济”注入新商机和活力。

□ 数字原住民：数字原住民提升网络消费，为发展数字经济奠定基础

数字原住民由80后、90后等人群构成，包括Z世代和千禧一代，该类人群组成社交媒体平台和新数字设备的主要消费者和贡献者。相对于海外发达国家，中国数字原住民的消费频率和消费能力更高，约40%的中国原住民的消费者会发生无计划购买行为。数字原住民作为数字经济核心人群，为中国发展数字经济，推进数字产业化，推动数字经济与实体经济深度融合奠定基础。

中国消费领域发展趋势展望——新消费品类

- 中等及以上的收入群体将是中国消费市场增长的主要驱动力，收入人群结构的改变将使得中国消费品市场重塑，高端产品和高端服务在未来具有高发展潜力

□ 中高收入消费阶层驱动中国消费品类市场向高端化商品和高端服务的方向发展

未来，中等及以上的收入群体将是中国消费市场增长的主要驱动力，预计2030年中国中高收入消费者在中国居民人群中的占比可达60%以上，该类人群将带动城市主要消费。对于高收入人群日渐增长的消费品市场而言，收入人群结构的改变将使得中国消费品市场重塑，大众消费品市场和品质消费品市场将维持较低增长率，相反一些高端商品和高端服务市场，如奢侈品、高端汽车、高端美容护理等品类在未来将迎来发展机遇，而一些服务类属性消费由于目前在消费市场中占比较低，未来仍具待开发的巨大空间。

中国消费品类市场份额情况，2020年



扫码查看高清图片

来源：头豹研究院

□ 消费者认同感和消费理念变化将驱动中国国产品牌成长

从消费者品牌偏好度看，中国消费者已由过往偏爱进口品牌到重视国产品牌，逐渐发展到以国产品牌为主导，在该消费趋势影响下，国产品牌已然崛起，消费者在选择购买消费品类上具有较强的本土情怀，对本土商品和服务的强购买意愿驱动着本土品牌发展和崛起。从本土品牌的市场份额看，大多数消费品类本土品牌占比较高，某些领域已由本土品牌主导，其根本原因在于中国产品和品牌实力增强，未来中国品牌和品牌仍将具备强竞争力和实力。

Chap 4

中国消费领域市场机会

- 宠物行业
- 家居家装行业
- 泛娱乐消费行业

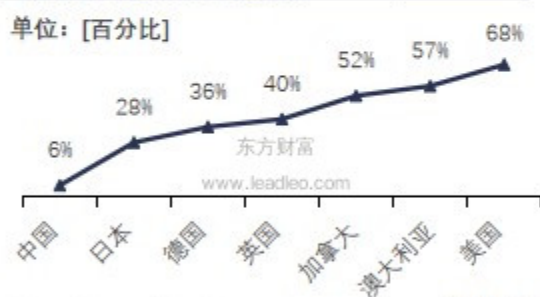
东方财富
www.10000.com

中国消费领域市场机会——宠物行业

- 与发达国家相比，中国宠物相关经济市场的渗透率较低，在供给端和需求端双重推动下，具有满足情感陪伴需求的宠物经济在未来具有可观的发展空间

主要国家宠物渗透率情况，2020年

单位：[百分比]



95后人群对宠物相关品类消费金额增速，2020年

单位：[百分比]



需求供给侧双重发展，中国宠物产业在资本市场推动下备受关注

随着经济高速发展，饲养宠物已成为消费者精神层面的需求，养宠模式的兴起、饲养需求的改变以及饲养专业机构出现，中国宠物交易市场得到不断丰富。此外，2017-2021年中国宠物产业投融资得到持续增长，2021年宠物产业投融资金额有望突破70亿元。宠物行业作为新消费产业，在资本市场的持续加码推动下，中国宠物经济产业及细分领域将得到快速发展。

中国宠物消费驱动因素



来源：头豹研究院

人口老龄化和单身催生情感陪伴需求，宠物市场成为陪伴经济的新增长空间

中国人口老龄化程度逐渐加深，此外单身人口数量增长，独居人口占比逐渐增加，饲养宠物成为空巢老人和独居青年的精神寄托，未来随着中国老年人口和单身人口的规模增长，宠物经济市场仍将持续发展壮大。此外，宠物消费具有较强的刚性特征，宠物主人逐渐将宠物消费作为生活必需品支出，对宠物的支出易增难减，宠物主的高支出意愿驱使宠物经济增速始终保持增长。

中国消费领域市场机会——家居家装行业

- 未来中国智能家居设备仍将以大数据、人工智能和机器学习等技术为基础，理解用户行为和用户需求，达到提升用户智能化体验的目的

中国家装行业数字化整装业务

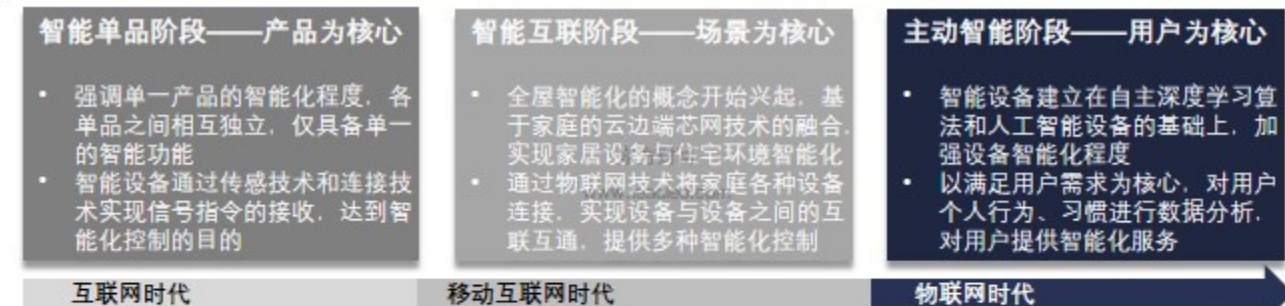


来源：头豹研究院

- 消费者对智能家居的升级需求推动中国家装行业在运营、供应链等环节数字化转型

随着消费者对于智能家居的需求提高，引发消费者在家装领域的智能化和数字化匹配度提升，智能定制家居和整装企业已经将设计环节信息化，在运营系统上则进行数字化管控，以满足家庭对家装领域的升级需求。中国智能家居及其衍生领域均处于市场导入期，中产阶级对于装修需求改变，家居家装消费已从“置家”升级转变为“质家”，同时也为智能家居及相关领域在C端和B端发展拓宽新市场。

中国智能家居发展方向



来源：头豹研究院

- 从远期视角看，物联网技术推动作用下中国智能家居市场规模有望扩容

在人工智能等新技术的推动下，智能家居产业依托于物联网技术发展，为以场景为中心的全套智能家居解决方案。服务商提供的智能家居使得消费者体验感更高。未来中国智能家居设备仍将以大数据、人工智能和机器学习等技术为基础，更加理解用户行为和用户需求，达到提升用户智能化体验的目的。此外，一些创新型家居企业纷纷通过数字化转型，为消费者提供智能家居解决方案，智能硬件生产商，互联网公司以及通信运营商等多方参与者的共同介入，使得智能家居在供给端得到持续丰富，在厂商宣传下消费者市场教育受众范围广泛，将利于市场规模迅速扩容。

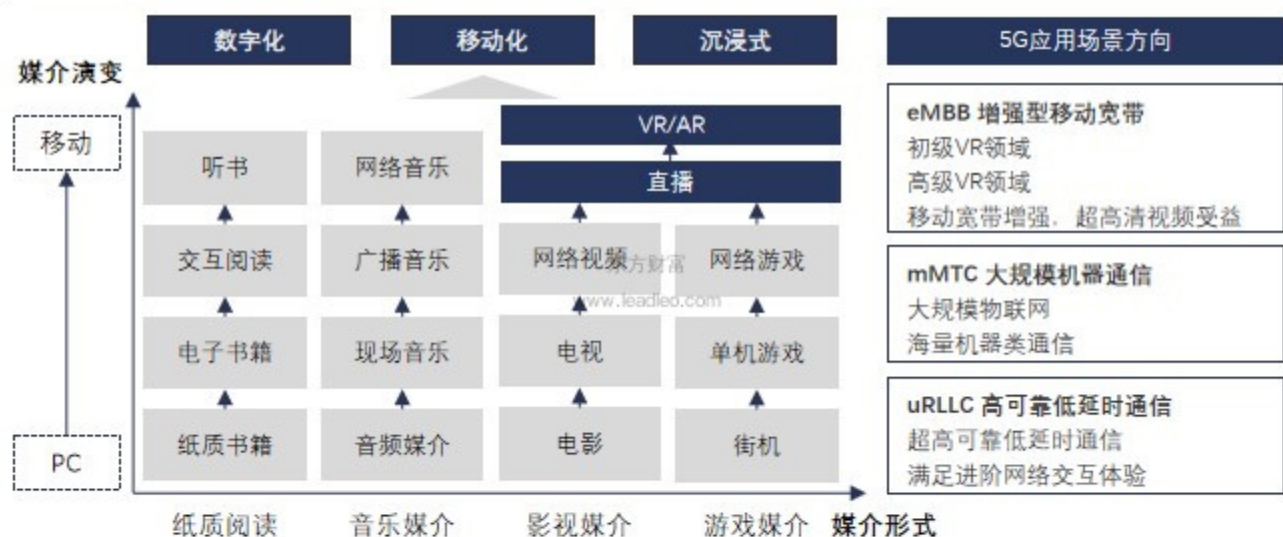
中国消费领域市场机会——泛娱乐消费行业

- 中国娱乐消费媒介逐渐被新兴互联网媒介取代，数字科技的发展带动文娱产业升级，数字化、移动化和沉浸式体验为未来文娱主流趋势

□ 数字化重新塑造媒介市场，消费者的文化娱乐消费方式逐渐被颠覆，效用的提升和技术进步推动媒介对用户的争夺

从媒介演变的历程看，传统媒体已经逐渐被新兴互联网媒介所取代，用户在互联网媒介的使用时长已超过总媒介的一半以上。现如今，互联网媒介也面临着人口红利期见顶和用户使用时长增速趋缓的局面。未来，互联网媒介对用户争夺将取决于媒体平台的效率和技术的革新。在消费者需求多元化发展背景下，媒介活动将成为用户主要娱乐选择，消费者对线上和线下文娱消费将成为新潜在增长市场。

中国娱乐消费媒介演变进程



来源：头豹研究院

□ 数字科技推动文化娱乐相关产业升级，数字化、移动化和沉浸式体验将是未来文化娱乐主流趋势

回顾过往数字科技对文娱产业的演变影响，4G技术培育出了在线视频、在线音乐等新兴产业，对居民文娱消费产生革新影响。目前5G技术已进入基础网络建设阶段，随着5G技术的应用，其在移动宽带、机器通信和通信领域均具备可观的应用前景。5G具有高速率、低时延率和高效率的特征，其特征与文娱相关产业相互贴合，未来娱乐方式将以视频流的方式进一步发展。此外，以VR和AR技术的沉浸式体验将在5G技术下得到广泛应用，VR和AR的发展也将为消费者提供全新的文娱体验。

名词解释

- ◆ **人工智能**：人工智能是计算机科学的一个分支，是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。
- ◆ **数字化**：即是将许多复杂多变的信息转变为可以度量的数字、数据，再以这些数字、数据建立起适当的数字化模型，把它们转变为一系列二进制代码，引入计算机内部，进行统一处理，这就是数字化的基本过程。
- ◆ **数智化**：数字智慧化与智慧数字化的合成，在大数据中加入人的智慧，使数据增值增进，提高大数据的效用，运用数字技术，把人的智慧管理起来，相当于从“人工”到“智能”的提升，把人从繁杂的劳动中解脱出来。
- ◆ **物联网**：指通过各种信息传感器、射频识别技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程，通过各类可能的网络接入，实现物与物、物与人的泛在连接，实现对物品和过程的智能化感知、识别和管理。
- ◆ **5G**：5th Generation Mobile Communication Technology，第五代移动通信技术，是具有高速率、低时延和大连接特点的新一代宽带移动通信技术，是实现人机物互联的网络基础设施。
- ◆ **VR**：Virtual Reality，虚拟现实技术，是20世纪发展起来的一项全新的实用技术。虚拟现实技术包括计算机、电子信息、仿真技术，其基本实现方式是计算机模拟虚拟环境从而给人以环境沉浸感。
- ◆ **AR**：Augmented Reality，增强现实技术是一种将虚拟信息与真实世界巧妙融合的技术，广泛运用了多媒体、三维建模、实时跟踪及注册、智能交互、传感等多种技术手段，将计算机生成的文字、图像、三维模型、音乐、视频等虚拟信息模拟仿真后，应用到真实世界中，两种信息互为补充，从而实现对真实世界的“增强”。
- ◆ **eMBB**：Enhanced Mobile Broadband，指在现有移动宽带业务场景的基础上，对于用户体验等性能的进一步提升。
- ◆ **mMTC**：Massive Machine Type of Communication，是指在现有移动宽带业务场景的基础上，对于用户体验等性能的进一步提升，主要还是追求人与人之间极致的通信体验。
- ◆ **uRLLC**：Ultra Reliable Low Latency Communications，超高可靠超低时延通信，5G三大场景之一，需要支持非常低的延迟和非常高的通信服务可用性和可靠性。
- ◆ **云计算**：Cloud Computing，是分布式计算的一种，指的是通过网络“云”将巨大的数据计算处理程序分解成无数小程序，然后，通过多部服务器组成的系统进行处理和分析这些小程序得到结果并返回给用户。
- ◆ **区块链**：从本质上讲，它是一个共享数据库，存储于其中的数据或信息，具有“不可伪造”“全程留痕”“可以追溯”“公开透明”“集体维护”等特征。

■ 名词解释

- ◆ **数字原住民：**Digital Natives，指伴随着网络 and 手机等数字技术成长起来的人。

东方财富

www.leadleo.com

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，从社会保险、人工智能、大数据等领域着手，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。

东方财富



“不懂就不折腾”

既然不懂投资，我就选择信任。
一觉醒来看到买的基金又赚钱了，
好的，那我继续睡会儿。

东方财富

www.eastmoney.com

—— 中正达广基金

过往业绩不预示未来表现，市场有风险，投资需谨慎



中正达广基金
ZHONGZHENG DAGUANG FUND

价值 | 平衡 | 快乐 | 爱♥

证监会核准的独立基金销售机构（沪证监许可[2015]85号）



详情咨询



头豹报告库账户

东方财富

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

报告找不到，马上上头豹

让专业 更专业

头豹定制报告

东方财富

www.leadlion.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



共建报告——合作招募

头豹诚邀企业参与报告共建

- 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



■ 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

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

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

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

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

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



添加右侧头豹分析师微信，身份认证后邀您进入行研报告分享交流微信群



详情咨询



客服电话

www.leadleo.com

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

头豹 Project Navigator 领航者计划介绍

每个季度，头豹将于网站、公众号、各自媒体公开发布季度招募令，每季公开

125个
招募名额

头豹诚邀各行业
创造者、颠覆者
领航者
知识共享、内容共建

头豹共建报告 2021年度特别策划 Project Navigator 领航者计划

东方财富
www.leadleo.com

头豹诚邀政府及园区、
金融及投资机构、顶
流财经媒体及大V推
荐共建企业

头豹邀请沙利文担任计划首席增长咨询官、江苏中科院智能院担任计划首席科创辅导官、财联社担任计划首席媒体助力官、无锋科技担任计划首席新媒体造势官、iDeals担任计划首席VDR技术支持官、友品荟担任计划首席生态合作官

企业申请共建

头豹审核资质

确定合作细项

报告发布投放

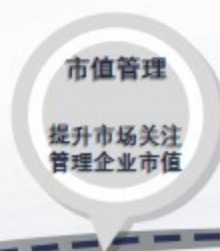
信息共享、内容共建

共建报告流程

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以研报服务为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以传播服务、FA服务、资源对接、IPO服务、市值管理为基础，提供适合的商业管家服务解决方案



扫描上方二维码
联系客服报名加入

备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

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

千元预算的
高效率轻咨询服务

东方财富
www.leadleo.com



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



STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案



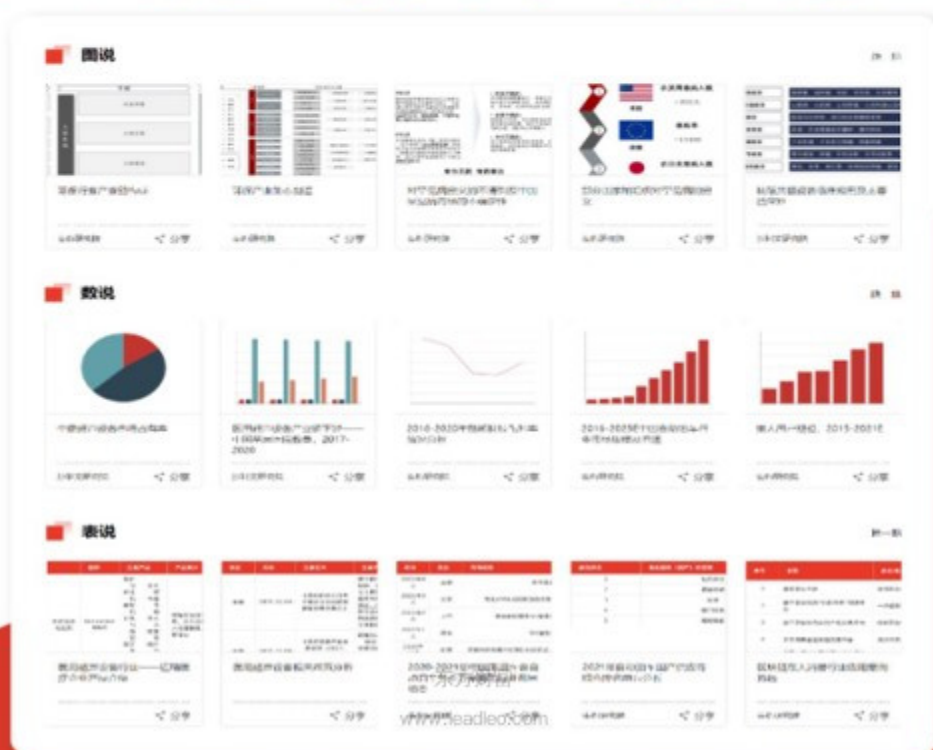
STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问



我不想阅读完整完整的报告，只想引用里面的数据呀，
有没有相关的工具可以推荐？”

头豹给你答案！



头豹目前收录了400,000+行业数据
涵盖各类图片、表格、数据图等

众多数据 如何才能运用到工作文档里面，并且一键导入PPT、WORD、EXCEL？

今天，就安利给你一款解决数据引用难题的“神器”

头豹助手Office插件

头豹助手功能强大，使用便捷
内置头豹官网的最新图、表等数据
并支持一键使用，自动匹配导入文档
再也不用Ctrl C+Ctrl V循环了！



如何“解锁神器”？

只需1分钟 即可上手使用！
扫描左侧二维码 查看教程

