

非手术类减脂 头豹词条报告系列



钟琪 · 头豹分析师

2024-01-03 未经平台授权, 禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业:

综合及概念/医疗美容

综合性企业/综合企业

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>按照是否进行开刀手术, 能实现减脂功效的医美服务...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>非手术类减脂的细分项目以冷冻、超声、激光与射频...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>行业特征具体表现为服务周期短、价格区间宽和需求...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>非手术类减脂行业目前已达到 2个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>非手术类减脂行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>非手术类减脂行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国非手术类减脂是光电类医美的细分赛道, 行业集...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 非手术类减脂属于光电类医美服务的范畴, 从脂肪减少的效果看, 它是传统整形手术吸脂术的良好替代。目前非手术类减脂主要使用冷冻、激光、射频和高强度聚焦超声等技术, 消费者无需承担手术相关的风险, 对脂肪组织产生的损伤相对较小。行业发展时间短, 属于新兴赛道, 未来随着经济环境不断向好, 消费意愿逐渐增强, 预计中国非手术类减脂的行业规模增长将持续至2027年。

非手术类减脂行业定义^[1]

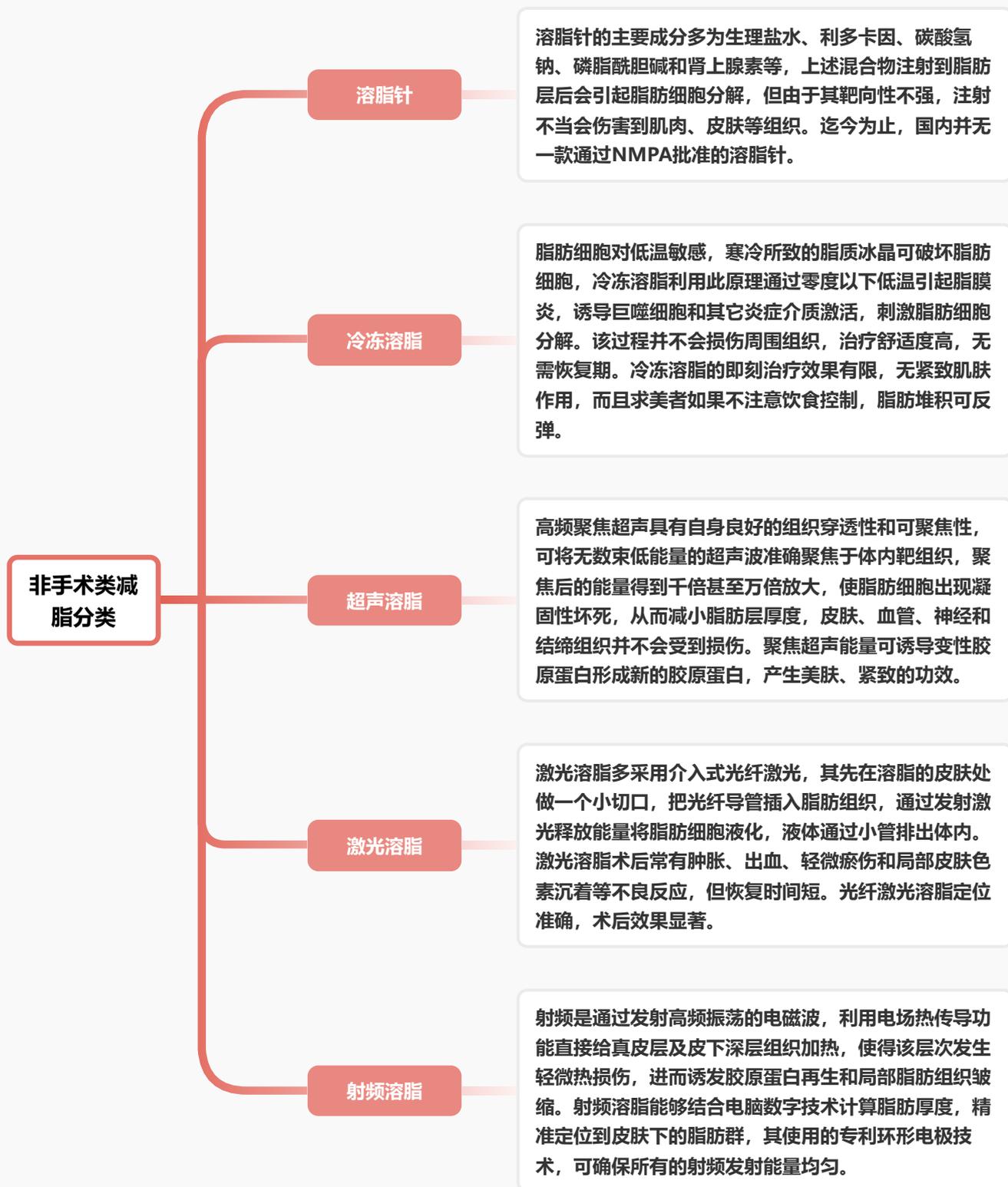
按照是否进行开刀手术, 能实现减脂功效的医美服务分为吸脂手术与非手术类减脂 (Non-Surgical Fat Reduction) 两类。现阶段, 临床上开展的非手术类减脂以冷冻、激光、射频和高强度聚焦超声等技术应用最为广泛。非手术类减脂主要使用医美光电设备, 消费者无需承担手术相关的风险, 对脂肪组织产生的损伤相对较小。

[1] 1: <https://kns.cnki.net> | 2: 知网

非手术类减脂行业分类^[2]

非手术类减脂的细分项目以冷冻、超声、激光与射频溶脂为代表，其中冷冻溶脂在国内市场的普及度最高。

根据减脂技术的不同，非手术类减脂可分为溶脂针、冷冻溶脂、超声溶脂、激光溶脂和射频溶脂。



非手术类减脂行业特征^[3]

行业特征具体表现为服务周期短、价格区间宽和需求渐增，前两项特征与非手术类减脂的无创治疗有关。

1 服务周期相对短

在术前准备与术后恢复阶段，非手术类减脂的护理事项比吸脂手术更简单，用户所需经历的周期性阶段更短

从术前准备与术后恢复看，吸脂术与非手术类减脂的操作复杂度与潜在风险性存在较大的差异。吸脂手术涉及到进入人体组织，需要做好充分的术前准备与经历漫长的恢复周期。在术前准备阶段，用户需完成常规吸脂术前检查与饮食控制，非手术类项目的注意事项相对少。**在术后恢复阶段，由于开刀涉及的伤口大，吸脂术会经历严重肿胀期，而非手术类项目由于创伤小，术后红肿周期相对短，恢复快。**

2 需求逐渐增加

尽管非手术类的疗效不及吸脂手术，但由于后者潜在风险大，非手术类项目的需求渐增

随着居民生活水平的日益提高，肥胖人群的比例在不断上升。人体脂肪细胞的数量在成年后基本稳定，变化的主要部分是脂肪细胞的体积，成年人能够通过减少脂肪细胞的数量达到减脂塑形的目的。**目前临床疗效最显著的是脂肪抽吸术，但其存在麻醉风险和手术并发症，这使得非手术类无创治疗的需求日益增加。**

3 服务价格区间宽泛

非手术类减脂可提供的服务项目灵活，价格带宽

根据平台公开数据，参考中国八座医美发达城市的减脂服务量价信息，销量领先的吸脂术服务价格区间是3,400元至9,800元，非手术类减脂的价格区间是890元至9,900元。**对比吸脂术，非手术类减脂无需耗费人力成本以聘任具有一定专业资质的整形外科医师，亦无需考虑相关手术风险，并且可供选择的减脂器械丰富，可提供的减脂服务灵活，价格带宽。**

非手术类减脂发展历程^[4]

消费者对美体塑形的需求方兴未艾，传统吸脂手术因其操作难度与风险程度未能完全填补市场空白，光电类医美新的分支——非手术类减脂由此延伸发展。行业属于新兴的医美服务细分赛道，发展历史短，射频溶脂技术的应用较早开始，冷冻溶脂的普及度最高。

启动期 · 2005~2010

2009年，中国批准无创接触式射频 Accen用于皮肤收紧和脂肪消减的非介入式治疗；2010年，首款冷冻溶脂仪酷塑被FDA批准用于人体腰部脂肪堆积治疗。

受消费者美体塑形的需求驱动，非手术类减脂作为光电类医美的细分赛道开始发展。**在中国，射频溶脂最先起步，行业标识性变化是普及度最高的冷冻溶脂诞生。**

高速发展期 · 2011~2023

2013年，中国批准有创射频BodyTite用于射频辅助吸脂；2016年，冷冻溶脂仪酷塑、用于单纯性局部肥胖且腹部皮下脂肪堆积者减脂的聚焦超声减脂仪器获批进入中国市场；2019年，INMODE负压温控双极射频溶脂正式进入中国市场。

这一阶段射频溶脂继续向前发展，中游医美服务可供选择的光电器械产品增多。并且，冷冻溶脂与超声溶脂进一步开拓中国市场。

[4] 1: <https://kns.cnki.net/> | 2: <https://samr.cnbz.gov.cn/> | 3: 知网；国家药监局

非手术类减脂产业链分析^[5]

中国非手术类减脂行业的上游厂商主要提供减脂技术应用的相关设备，以赛诺秀和飞顿激光为代表；中游的主要参与商是私立医美机构，以美莱和艺星为代表；下游参与者是医美获客平台和终端消费者，医美获客平台以新氧为代表。

产业链分析的核心观点如下：1.从上游的角度看，**中国减脂设备主要由进口厂商供应，本土厂商在减脂的核心技术方面尚未取得突破，国产减脂设备在技术研发与创新方面与国际先进水平还存在一定的差距。**2.从中游的角度看，机构医师方面供给不足的现象凸显；**从满足用户的脂肪减少需求来看，吸脂术与非手术类减脂具有一定的替代性，而吸脂手术的发展时间相对长，机构所提供的服务机制更为完善，因此非手术类减脂为机构创造收入的能力有限。**3.从下游的角度看，非手术类减脂的增长顺应轻医美兴起的发展趋势，预计未来行业需求增速更快。

产业链上游

生产制造端

减脂光电器械供应商

上游厂商

北京安和加利尔科技有限公司 >

苏州赛诺秀医疗器械有限公司 >

赛诺龙（北京）医疗科技有限公司 >

查看全部 ▾

产业链上游说明

上游厂商主要提供减脂技术应用的相关设备，多为医疗光电器械的制造商。

1.进口减脂设备占据中国市场的主导，核心减脂技术尚未掌握。根据国家药监局，在截至2023年1月已获批注册的减脂设备名单中，国产品牌占25%，使用超声溶脂技术；进口品牌占75%，主要使用技术有冷冻、超声和激光溶脂。目前最受欢迎的中游服务冷冻溶脂，上游设备仍需依赖进口。

2.海外品牌技术撬动市场的作用显著，本土品牌的科技创新能力仍需提升。根据国家药监局，在截至2023年1月已获批注册的减脂设备名单中，国产聚焦超声减脂机适用人群应满足 $BMI \leq 28kg/m^2$ ，计划减脂区域的皮下脂肪厚度 $\geq 2cm$ ；进口聚焦超声减脂机适用人群应满足 $BMI \leq 30kg/m^2$ ，计划减脂区域的皮下脂肪厚度，如果使用VDF治疗头应 $\geq 24.5mm$ ，如果使用U-Scuplt治疗头应 $\geq 22mm$ 。对比海内外品牌的同款设备，进口品牌适用客群更广，减脂精度更高，本土品牌的技术实力与其仍存在一定的差距。

中 产业链中游

品牌端

医美服务机构

中游厂商

艺星医疗美容集团股份有限公司 >

北京美莱医疗美容医院有限公司 >

北京伊美尔医疗科技集团股份公司 >

查看全部 ▾

产业链中游说明

中游厂商是提供医美服务的机构，包括公立医院的整形外科、皮肤科和非公立医疗机构。

1.从机构自身看，中国整形外科医师供给不足。根据国际美容整形外科学会，2022年中国内地拥有的整形外科医师数量为3,000人，次于美国7,461人、巴西6,200人、日本3,050人，位居世界前列，但对于本国万人口的比例0.02低于大部分国家。中国内地整形医师的数量位居世界前列，但与医美市

场成熟国家美国相比仍存在一定的差距，并且从人口规模的相对比例看，中国整形医生的供给处于世界低位。

2. 细分类别看，冷冻溶脂服务的创收能力最强。参考中国八座医美发达城市的最优销量非手术类减脂服务，冷冻减脂占50%，服务价格介于1,800元至9,900元之间；超声占12.5%，服务价格为560元；射频占37.5%，服务价格介于890元至7,400元之间。从细分行业来看，冷冻溶脂的服务价格居于高位并且销售表现优异，说明消费者对冷冻溶脂的接受度与认可度最高，为机构带来更多的收入。

3. 非手术类减脂服务成本主要源于器械，毛利水平高。以行业知名上市公司瑞丽医美为例，2022年公司含非手术类减脂在内的光电类医美业务毛利率52.3%，注射类44.6%，手术类46.6%。光电类医美服务成本的主要来源是相关器械，器械可使用的年限长，经折旧摊销后的成本相对低，毛利空间大。

产业链下游

渠道端及终端客户

医美获客平台及终端消费者

渠道端

[北京新氧科技有限公司 >](#)

[北京维康恒美信息技术有限公司 >](#)

[北京完美创意科技有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链下游说明

下游医美获客平台包括线上与线下两类。线下主要包括户外、电梯等广告渠道，线上主要包括以新氧、京东健康为代表的互联网医疗平台。

1. 对比吸脂术，非手术类减脂的需求数量表现弱，为机构创造收入的能力有限。参考中国八座医美发达城市的最优销量吸脂术与非手术类减脂服务，前者的销售量介于600件至2,400件之间，后者介于20件至600件之间。从减脂效果看，吸脂术与非手术类减脂具有一定的替代性。吸脂术发展时间长，机构可提供的相关服务更为成熟完善，消费者信任度更高，创收能力更强。

2. 顺应轻医美发展趋势，非手术类减脂需求增长加快。数据显示，2021、2022年线上医美平台交易的订单量统计里非手术类分别占比79%、84%，手术类分别占比21%、16%。吸脂术与非手术类减脂均能满足消费者对美体塑形的需求，尽管当前传统吸脂术更受消费者青睐，但非手术类减脂的增长顺应轻医美兴起的发展趋势，预计未来行业需求增速更快。

[5] 1: <https://samr.cnbz...> | 2: <https://data.stats...> | 3: 国家药监局; 国家统计...

非手术类减脂行业规模^[6]

非手术类减脂属于光电类医美的范畴，市场规模按项目收入计，经测算，2018-2022年中国非手术类减脂的行业规模实现从16.1亿元到17.6亿元的增长，预计2023-2027年中国非手术类减脂行业的规模将从26.6亿元增至53.7亿元。

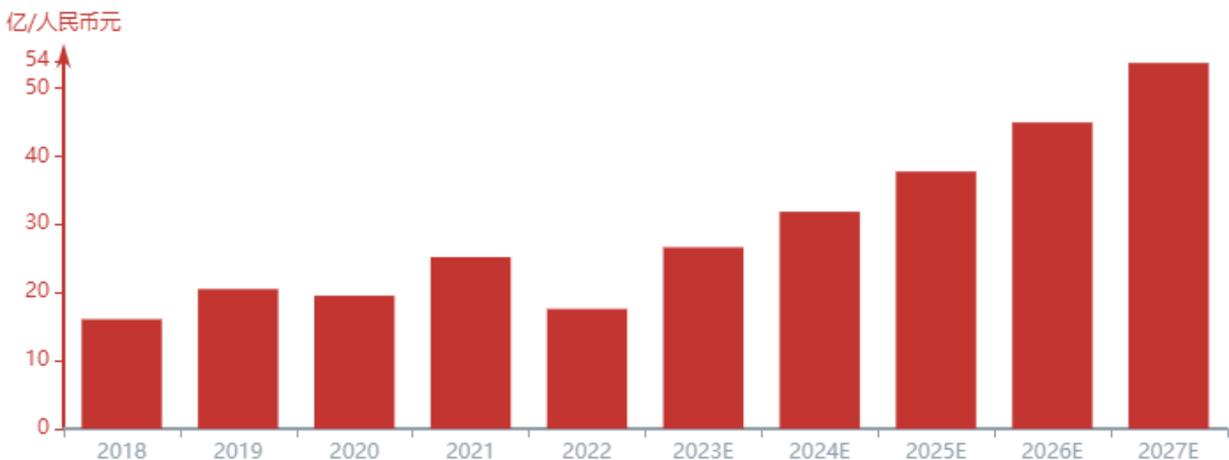
历史规模形成的原因：
1.早期行业尚处于发展初期，积累的客户资源量不足，诊疗数量增长乏力。数据显示，2018-2019年全球由整形医师主刀的非手术类减脂诊疗量从47.3万减至46.3万人次，同比减少2.23%。其中，2019年女性非手术类减脂诊疗量为39.2万人次，男性8.1万人次。在消费转型时期行业刚刚起步，缺乏客户资源沉淀，出现诊疗数量增长不稳定的现象，并且女性是主要客群。
2.受经济环境影响，非手术类减脂成为吸脂术的良好替代，诊疗量继续攀升，但消费信心不足致使规模表现起伏较大。数据显示，2020-2022年全球由整形医师主刀的非手术类减脂诊疗量从56.0万增至77.7万人次，CAGR为17.87%，其中女性非手术类减脂诊疗量从44.0万增至64.2万人次，男性从12.1万增至13.7万人次。在全球公共卫生危机期间，行业作为吸脂术的替代对医师的专业技能要求相对宽松，机构提供服务的场所人员密度低，能较好满足消费者减脂的需求，整体诊疗量保持增长的趋势。但由于经济环境对消费习惯产生了更为显著的负面影响，中国市场的规模波动较大。

未来规模的发展趋势：
1.随着经济环境不断向好与整体轻医美市场持续扩张，行业的需求量复苏将持续推进。数据显示，2018-2021年中国非手术类减脂诊疗量从25.2万增至36.8万人次，2022年锐减至25.2万人次。非手术类减脂兼具医疗与消费属性，受经济环境的影响较大，预计未来随着外界环境的不断改善，用户对其的消费意愿有所提升，叠加行业属于更受消费者青睐的轻医美范畴因素，诊疗量将继续快速攀升。
2.医美消费持续回暖，预计市场价格稳定增长。数据显示，2018-2022年中国非手术类减脂项目均价从6,389元增至6,970元。非手术类减脂项目的偏好与消费结构相关，预计市场价格的涨幅与CPI指数接近，呈现温和增长的趋势。

非手术类减脂行业规模

非手术类减脂行业规模

非手术类减脂行业规模



[6] 1: 国际美容整形外科学会

非手术类减脂政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强医疗美容综合监管执法工作的通知》	国家卫健委、公安部和国家市监局等八部门	2020-04-03	9
政策内容	医疗美容服务应当在依法设置医疗美容相关科目的医疗机构内，按照备案的医疗美容服务项目，由主诊医生或者在主诊医生指导下的执业医师负责实施。任何单位和个人，不具备法定条件，不得开展医疗美容服务。医疗美容广告属于医疗广告，非医疗机构不得发布医疗广告。			
政策解读	近期监管中发现医疗美容乱象有所抬头，为进一步净化医疗美容市场，保护人民群众身体健康和生命安全，现要求加强医疗美容综合监管执法工作，具体包括：强化自我管理主体责任；积极发挥行业组织自律作用；着力加大政府监管力度；强化社会监督推进社会共治。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于印发打击非法医疗美容服务专项整治工作方案的通知》	国家卫健委、中央网信办和国家市监局等八部门	2021-05-28	9
政策内容	关于在全国范围内开展打击非法医疗美容服务专项整治工作的任务包括：严厉打击非法开展医疗美容相关活动的行为；严格规范医疗美容服务行为；严厉打击非法制售药品医疗器械行为；严肃查处违法广告和互联网信息。			
政策解读	通过开展多部门联合专项整治，进一步提高美容医疗机构的依法执业意识，强化医疗服务质量和安全管理，防范医疗纠纷和安全风险。完善系统治理、依法治理、综合治理、源头治理的工作机制，切实维护消费者合法权益。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《医疗美容广告执法指南》	国家市监局	2021-11-02	8
政策内容	《指南》包括六方面内容：一是明确医疗美容广告相关概念；二是明确医疗美容广告监管重点；三是强化行政机关协同监管；四是加强广告代言监管；五是加强行刑衔接；六是强调平台经营者责任。			
政策解读	《指南》旨在为地方各级市场监管部门加强医疗美容广告监管工作提供指引，切实规范和加强医疗美容广告监管，有效维护医疗美容广告市场秩序，保护消费者合法权益。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于调整《医疗器械分类目录》部分内容的公告》	国家药监局	2022-03-30	9
政策内容	对于公告涉及的射频治疗（非消融）设备中射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品，自本公告发布之日起，可按《医疗器械注册与备案管理办法》的规定申请注册。			
政策解读	为进一步深化医疗器械审评审批制度改革，依据医疗器械产业发展和监管工作实际，按照《医疗器械监督管理条例》《医疗器械分类目录动态调整工作程序》有关要求，国家药监局对《医疗器械分类目录》部分内容进行调整。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步加强医疗美容行业监管工作的指导意见》	国家市监局、公安部、商务部和国家卫健委等十一部门	2023-05-04	9
政策内容	《指导意见》为规范和促进医疗美容行业发展提出一系列针对性举措：一是明确规定医疗美容服务属于医疗活动，必须遵守卫生健康有关行业准入的法律法规。二是着重强调跨部门综合监管，构建贯通协同、高效联动的行业监管体系。			
政策解读	《指导意见》的出台将有效推动医疗美容行业常态化、综合性监管，有力推动解决群众反映集中的医疗美容行业突出问题，形成以有效监管促进有序发展的良好态势，为持续激发医疗美容行业发展内生动力、推动医疗美容行业高质量发展提供新的制度支撑。			

- [7] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.nmpa...> | 5: <https://www.samr...> | 6: 中国政府网; 国家药监...

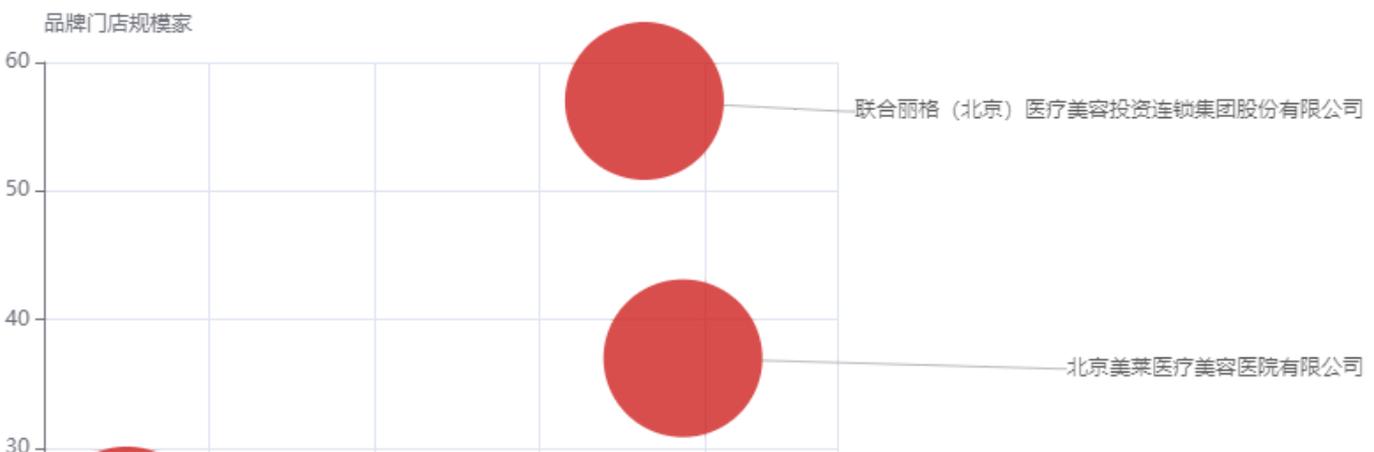
非手术类减脂竞争格局^[8]

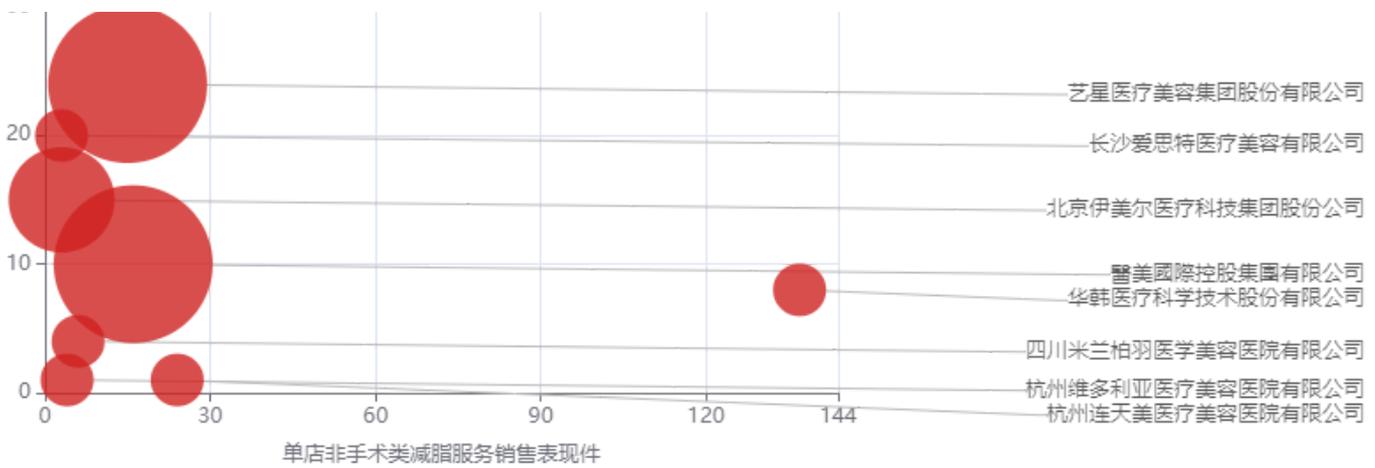
中国非手术类减脂是光电类医美的细分赛道，行业集中度低，综合医美品牌的布局数量与增长潜力来看，中国非手术类减脂的竞争格局可分为三大梯队：**第一梯队以美莱和联合丽格为代表，第二梯队以艺星为代表，第三梯队以爱思特为代表。**

竞争格局分化的原因：1.单店非手术类减脂服务项目的销售表现是划分梯队的核心指标。根据品牌公开数据，第一梯队华韩、美莱与联合丽格单店的行业相关项目最优销售量超过100项，第二梯队连天美、艺星与鹏爱超过10项。行业集中度低，客户流量较分散，不同梯队的机构销售表现差距悬殊。非手术类减脂具备医美的典型属性复购率高，项目销量越高，越能驱动机构在行业实现的收入增长，对应的竞争力越强。**2.品牌门店规模与单店行业相关项目数量是梯队内竞争力分化的重要参考。**根据品牌官网，以第一梯队为例，美莱与联合丽格分别拥有门店数量37、57家，单店行业相关的项目覆盖数量均为3项，而华韩拥有8家，单店项目量为1项。品牌拥有的门店数量越多，单店拥有的项目数量越多，对客户的分流效应会越显著。在分流效应凸显的背景下，单店服务的销量表现仍能保持较高水平，说明企业在行业的增长具备更为强劲的支撑。因此，华韩的竞争力不及美莱与联合丽格。

未来竞争格局或将出现较大的调整，原因在于：1.机构运营成本或将提升，行业准入门槛小幅提高。数据显示，在2023M1-M5医美主要项目的舆情统计中，非手术类医美所占比重为57.2%，手术类医美占比42.8%。在非手术类医美市场持续拓展的背景下，服务项目的舆情问题将受到更为广泛的关注，机构与用户之间的沟通成本将提升。**2.行业的消费预期尚可，预计需求进一步扩张吸引更多机构进入。**数据显示，在2023M1-M5轻医美主要项目的舆情统计中，光电类医美所占比重为17.4%，注射类医美占比39.8%。从非手术类医美的细分市场看，光电类的舆情问题并非显著，服务能较好满足消费者的期望。

气泡大小表示：单店非手术类减脂服务覆盖广度(件)





上市公司速览

朗姿股份有限公司 (002612)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	36.9亿元	22.06	57.58

奥园美谷科技股份有限公司 (000615)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.4亿元	-4.49	28.66

瑞丽医美国际控股有限公司 (02135)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
8.2亿	9758.0万	3.3700	-

美丽田园医疗健康产业有限公司 (02373)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
44.5亿	10.4亿	--	-

医美国际控股集团有限公司 (AIH.O)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

[8] 1: 消费者网

[9] 1: 企业公开数据

[10] 1: 企业公开数据

[11] 1: <https://www.mylik...> | 2: <http://www.everca...> | 3: <https://www.sec.g...> | 4: <http://www.beauc...>

5: <https://aist.cn/hos...> | 6: <http://www.arsmo...> | 7: 公司官网; 公司公告

非手术类减脂代表企业分析

1 联合丽格 (北京) 医疗美容投资连锁集团股份有限公司

• 公司信息

企业状态	存续	注册资本	31560万人民币
企业总部	市辖区	行业	资本市场服务
法人	李斌	统一社会信用代码	91110105057398590E
企业类型	其他股份有限公司(非上市)	成立时间	2012-11-01
品牌名称	联合丽格（北京）医疗美容投资连锁集团股份有限公司		
经营范围	一般项目：以自有资金从事投资活动；创业投资（限投资未上市企业）；第一类医疗器械销... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2021-10-27	胡杨林资本	未披露	D+轮	-	-
-	2021-05-10	新氧万维，厚为资本，大一资本	未披露	战略融资	-	-
-	2021-03-31	达晨财智，达晨创投	数亿人民币	D轮	-	-
-	2018-08-24	远洋资本，远捷投资	4亿人民币	C轮	-	-
-	2017-06-15	金浦投资，远洋资本	2亿人民币	B轮	-	-
-	2016-01-01	方正和生投资，信中利资本	2亿人民币	A轮	-	-
-	2015-10-12	信德金石	未披露	天使轮	-	-
-	2014-06-20	景鸿投资	未披露	种子轮	-	-

种子轮

未披露
2014-06-20

A轮

2亿人民币
2016-01-01

C轮

4亿人民币
2018-08-24

天使轮

未披露
2015-10-12

B轮

2亿人民币
2017-06-15

D轮

数亿人民币
2021-03-31

D+轮

未披露
2021-10-27

战略融资

未披露
2021-05-10

· 竞争优势

联合丽格是消费医疗的医生自主创业平台，也是医生创业的系统集成服务提供商，推行医生责任制，为消费医疗就医者提供安全、合规、诚实、恰当的医疗服务。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。