

儿童推车 头豹词条报告系列



郑紫炯 等 2 人

2024-03-14 未经平台授权，禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: [制造业/文教、工美、体育和娱乐用品制造业/玩具制造](#) [消费品制造/家电家用](#)

词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>儿童推车是设计用于载运一名或多名儿童，由人工推...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>儿童推车分为卧式推车、坐式推车、坐卧两用推车以...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>近年来，在新经济环境和消费者需求影响下，儿童推...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>儿童推车行业目前已达到 4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>儿童推车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>儿童推车行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>儿童推车行业集中度较低，现有品牌行业之间竞争激...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 儿童推车在中国市场起步较晚，当前发展迅猛，品类繁多，大多企业同时推进线上线下的销售渠道来扩大市场份额，关于儿童推车国家标准也在不断完善。受到全球宏观环境变动的影响，儿童推车行业市场规模于2018-2022年间在135亿元上下浮动，但预计2027年市场规模将达到153.10亿元。当前行业准入门槛低，竞争格局分散，但龙头企业仍有竞争优势。随着电商产业和科技水平的迅猛发展，龙头企业及中小企业都面临着智能化、个性化、品质化的更高挑战，行业竞争进一步加剧。(该词条由新乡学院国际经济与贸易智小丫于2023年8月编写完成)

儿童推车行业定义^[1]

儿童推车是设计用于载运一名或多名儿童，由人工推行的车辆。儿童推车由座兜或卧兜、制动装置、折叠机构锁定装置、束缚系统、腰带、胯带、肩带、安全带、顶篷、衬垫、置物篮、脚踏板组成，使用期限一般为三到五年。各国对儿童推车施行不同国家标准，随着经济发展，家长对孩子关注和投资增加，为儿童推车的发展带来良好机遇。

[1] 1: <https://mag.ctoy.c...> 2: 国家标准信息公共服务...

儿童推车行业分类^[2]

儿童推车分为卧式推车、坐式推车、坐卧两用推车以及多用途推车。

按产品使用方式分类



[2] 1: 国家标准信息公共服务...

儿童推车行业特征^[3]

近年来，在新经济环境和消费者需求影响下，儿童推车行业特征呈现出**竞争格局分散、行业政策标准化、规范化以及供给需求、出口增加**等一系列特征。

1 竞争格局分散

行业竞争度低，行业竞争加剧

中国婴童零售行业进入门槛低，企业数量多且规模小，人口出生率下降，国际形势愈加复杂，以上因素使得行业竞争加剧，婴童用品有望以产业化、智能化、集群化为特征稳定发展。

2 行业政策标准化、规范化

中国高度重视儿童用品标准化建设

儿童用车方面现行4项强制性国家标准，其中针对儿童推车的《GB 14748-2006》标准于2017年开始实施，政策中修改安全要求和测试方法，规范了企业生产，推动行业生产质量大幅度上升，促进儿童推车行业健康、向上的发展。

3 供给需求、出口增加

国际市场有活力

根据《2022中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》数据，2021年，中国儿童推车出口额为14.9亿美元，比上年增长17.0%，中国市场儿童推车零售总额为145.0亿元，比上年增长2.1%，出口额高速增长，中国市场销售额平稳增长，整体呈现增长趋势。随着国家二孩三孩政策逐步落实，新生儿人口数量有望增加，供给需求呈上涨趋势。

- [3] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://www.sac.g...> | 4: 《孩子王向不特定对象...
- [4] 1: <https://www.sac.g...> | 2: 国家标准化管理委员会

儿童推车发展历程^[5]

儿童推车自诞生以来，分别经历萌芽期、启动期、高速发展期以及成熟期，目前正处于成熟期。中国儿童推车起步较晚，在乐美达、好孩子等集团成立以后开始缓慢发展，1991年后由龙头企业带领儿童推车多元化、规范化发展，在2006年《儿童推车安全标准》发布后，中国儿童推车逐渐形成规模化产业。儿童推车至今仍在不断完善安全标准，健康发展。

萌芽期 · 1875~1990

广东乐美达集团有限公司于1988年成立；好孩子集团公司于1989年成立。
此阶段的中国儿童推车以OEM生产为主，出口为主要的营收来源，

启动期 · 1991~2004

1991年为抵制市场仿冒，好孩子企业组建产品研发部，相继推出儿童推车、儿童三轮车等一系列产品。1999年好孩子进军美国市场。
此阶段中国儿童推车开始缓慢发展，开始出现自主研发的儿童推车，母婴品牌开始进入市场，儿童推车需求开始增加。

高速发展期 · 2005~2010

2006年，中国强制实行《儿童推车安全标准》，国家证认可监督管理委员会发布《童车类产品强制性认证实施规则》。
高速发展期逐渐形成规模化产业，中国儿童推车的性能、安全问题、规格开始有严格标准。

成熟期 · 2011~2025

2016年《关于推动电子商务发展有关工作的通知》发布，随着儿童推车网络销售不断发展，2020年发布《童车产品质量国家监督抽查实施细则》。
儿童推车多元化发展，线上销售高速发展，国家质量监督检验检疫总局对儿童推车安全问题更加重视，促进儿童推车规范化发展。

[5] 1: <https://www.cqn.c...> | 2: 国家市场监督管理总局

儿童推车产业链分析^[6]

儿童推车产业链上游供应商主要包括提供原材料（主要为铝合金、棉花）的供应商，代表企业有广东兴发铝业有限公司、上海纺织（集团）有限公司等；产业链中游主要包括儿童推车制造商和品牌方，代表企业有巧儿宜

(中国)有限公司、好孩子(中国)商贸有限公司等;产业链下游为销售渠道和终端消费者,以提供物流服务和销售服务以及最终高消费为主,代表企业有京东、沃尔玛超市等。

儿童推车产业链较为清晰,1.上游环节原材料较为复杂,价格受多方面影响,儿童推车对金属材料及布料需求大、要求高,中游品牌商保持对供应商采购额占总采购额的30%左右,来保证对原材料的价格、质量控制。2.中游环节由于受到全球供应链紊乱和宏观环境变动的影响,利润率相较于2021年度减少,好孩子企业净利润率由1.3%下降至0.5%。3.下游方面注重渠道开拓和网络建设,根据好孩子2022年年报,好孩子将加大投资B2C,持续整合一条龙平台资源,线上线下同时发展以扩大市场份额。中游企业向上下游进行业务拓展是为了更好地服务中游产品生产,达到减少成本,增加利润的目标。^[7]

上 产业链上游

生产制造端

铝合金供应商

上游厂商

[广东兴发铝业有限公司 >](#)

[广东坚美铝型材厂\(集团\)有限公司 >](#)

[广东伟业铝厂集团有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链上游说明

儿童推车主要原材料之一为铝合金,供应商企业例如广东兴发铝业有限公司、广东坚美铝型材厂(集团)有限公司、广东凤铝铝业有限公司等。从产量数据方面进行分析,铝合金作为儿童推车主要原材料,产量对儿童推车生产产生直接影响。根据国家统计局数据,2022年铝土矿总储量达67,552.6万吨,原铝产量4,021万吨,同比增长4.5%,铝价格同比涨幅5.6%。铝价受国际形势、技术、资源等多方面影响,行业高度分散,竞争激烈,2022年立中集团营业收入213.71亿元,明泰铝业营业收入277亿元,规模增长迅速,但企业市场占有率低,中游对铝价议价能力不大。

生产制造端

棉花供应商

上游厂商

[上海纺织\(集团\)有限公司 >](#)

[魏桥纺织股份有限公司 >](#)

[天虹纺织\(中国\)有限公司 >](#)

[查看全部](#)

产业链上游说明

儿童推车主要原材料之一为棉花，供应商企业例如上海纺织（集团）有限公司、新疆生产建设兵团建设工程（集团）有限公司、魏桥纺织股份有限公司。**从产量数据分析，棉花作为中国农产品中最大经济作物，总产量稳中有升**，根据国家统计局数据，2022年中国棉花播种面积同比2021年下降0.9%，单位面积产量同比2021年增长5.3%，总产量为597.7万吨，比2021年增加24.6万吨，同比增长4.3%。

中 产业链中游

品牌端

儿童推车制造商、品牌商

中游厂商

[巧儿宜（中国）有限公司 >](#)

[好孩子（中国）商贸有限公司 >](#)

[可优比母婴用品有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

儿童推车中游生产商主要包括各类儿童推车产品生产商和品牌商。如巧儿宜（中国）有限公司，好孩子（中国）商贸有限公司、可优比母婴用品有限公司等。**1.销售额方面分析，儿童推车企业销售额出现下降趋势**，根据中国玩具和婴童用品协会，2022年儿童推车在天猫销售额同比下降8.7%，其核心是受访客数下滑的影响2022年天猫访客数同比下滑12.1%，而价格调增减缓了销售额下降幅度，根据天猫平台婴童用品主要品类销售均价来看，儿童四轮手推车均价702.1元/辆，比上年增长21.0%，增幅最大。**2.出口成为儿童推车企业主要的增收来源**，根据中国玩具和婴童用品协会2022年，中国儿童推车出口额为16.7亿美元，比上年增长12.5%；中国儿童推车对RCEP成员国出口额为2.7亿美元，比上年增长37.2%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

物流服务商、线上/线下批发商与零售商以及终端消费者

渠道端

好孩子（中国）零售服务有限公司 >

巧儿宜（中国）有限公司 >

京东物流供应链有限公司 >

查看全部

产业链下游说明

儿童推车下游环节主要包括物流服务商，如京东物流供应链有限公司、顺丰控股股份有限公司等；批发商和零售商如淘宝（中国）软件有限公司、巧儿宜（中国）有限公司等；以及终端消费者。**1.从销售渠道来分析，儿童推车下游销售渠道分为线上及线下，以线上销售渠道（主要有淘宝、京东、品牌官网等）为辅，线下销售渠道（沃尔玛等商超）为主，D2C是儿童推车品牌方主要盈利手段之一**，根据中国玩具协会数据显示，线上渠道占比38.1%，线下占比61.9%。**2.从消费者对儿童推车的要求看，儿童推车的舒适性是用户考虑的重点**，根据中国玩具和婴童用品发布数据，除产品安全性和价格两个重要因素外，受访消费者购买儿童推车考虑的其他因素中，舒适性是首要因素，占比为65.8%，表明中游制造商应重点关注儿童推车的舒适度。

[6] 1: 好孩子国际控股有限公...

[7] 1: 好孩子国际控股有限公...

[8] 1: <http://www.stats.g...>

2: <https://wap.miit.g...>

3: <https://mp.weixin...>

4: <https://mp.weixin...>

5: <https://mp.weixin...>

6: 中国棉花协会、国家统...

儿童推车行业规模

中国儿童推车行业目前属于缓慢下降阶段，2018年-2022年市场规模由141.79亿元下降至136.05亿元，但未来5年中国儿童推车市场将会保持缓慢增长，预计2027年市场规模将达到153.1亿元。

中国儿童推车行业规模5年来小幅度波动，2018年-2022年CAGR保持在-1.03%，原因为：**1.受全球宏观环境变动的影**响，儿童推车需求量和新生儿数量出现下降，导致2020年儿童推车行业规模出现大幅度下降。从2,783.5万辆下降到2,280万辆。**2.2022年后，儿童推车市场规模下降速度减缓，行业有回暖的趋势，其核心在于客单价的上涨**，2022年儿童推车均价客单价上涨21.0%，其中百货渠道儿童推车价格区间在900-1499元的产品销售额占比最高，为36.1%。

中国儿童推车行业规模未来5年保持稳定增长，预计2023年-2027年CAGR为2.96%。原因为：**1.当前科技水平迅猛发展，儿童推车朝着智能化、高端化、场景化发展，将有更多的细分场景被挖掘从而开发新的消费需求**，如2023年3月份，“Westfield我飞”某款外形像小推车的户外儿童折叠车单月销量就超6,000辆，其设计满足新时代宝爸宝妈对带娃露营的需求，便能获得消费者的青睐。**2.儿童推车的销售均价将随着家长对高端儿童推**

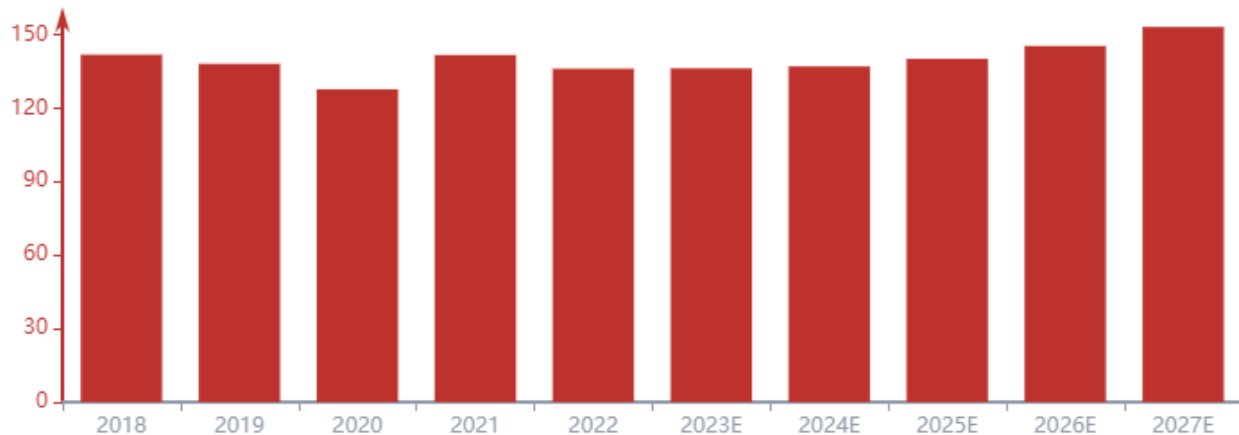
车需求增加而增长，2023年7月，四轮手推车在天猫平台上的销售均价同比增长18.4%，分价格区间销售额占比方面，3000元以上价格区间产品销售额占比为14.7%，比上年同期增加4.3个百分点，增幅最大。^[9]

儿童推车行业规模

儿童推车行业规模

儿童推车行业规模

亿/人民币元



数据来源：国家统计局、中国玩具和婴童用品协会

- [9] 1: <http://www.stats.g...> 2: <http://www.stats.g...> 3: <https://mp.weixin...> 4: <http://www.wjyt-c...>
- 5: <http://www.china-...> 6: <https://mp.weixin...> 7: <http://www.wjyt-c...> 8: <https://baijiahao.b...>
- 9: <http://www.stats.g...> 10: <http://www.stats....> 11: 中国玩具和婴童用品协...

儿童推车政策梳理^[10]

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《全面三孩生育政策》	国务院	2021-05	5
政策内容	该政策鼓励一对夫妇可以生育三个孩子，努力提供“孕得优、生得安、育得好”的健康服务；取消社会抚养费等制约措施。			
政策解读	该政策鼓励完善生育配套设施，对婴童产品的发展具有重要作用。生育率的提高有利于儿童推车中游产业的稳定发展。			

政策性质	鼓励性政策
-------------	-------

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《童车产品质量国家监督抽查实施细则（2022年版）》	市场监管总局	2023-06	4
政策内容	该政策规范了儿童推车26项检验依据，相关安全法规更加健全。			
政策解读	该政策对中游产业提出了更高安全要求，着力加强安全监督，认真推进儿童推车安全治理，减少儿童意外伤害，确保儿童消费安全。			
政策性质	规范类政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《商品市场优化升级专项行动计划（2021-2015）》	商务部 发展改革委 工业和信息化部 农业部 农业农村部 海关总署 市场监管总局 中国贸促会	2021	3
政策内容	培育一批商品经营特色突出、产业链供应链服务功能强大、线上线下融合发展的全国商品市场示范基地。			
政策解读	该计划推动儿童推车数字化转型、外贸一体化、促进市场协同流动、引导市场创新。优化市场环境，提升服务能力。			
政策性质	规范类政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《童车类产品强制性认证实施规则》	国家质检总局	2011-01	6
政策内容	该规则对认证模式、认证基本环节、认证要求、收费等做出了规定。			
政策解读	该标准提高了中游儿童推车产品制造商的规范性，对儿童推车的标准细则进行规范，对产品认证实施法规式目录管理。			
政策性质	规范类政策			

[11]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、中央网信办、发展改革委	2021-10-26	6
政策内容	该规划以电子商务引领消费升级，推进商产融合推动5G、大数据、区块链、物联网等先进技术的集成创新和融合应用。			
政策解读	大力发展电子商务减少了全产业链的线上交易成本，线上线下共同发展，加快了儿童推车行业转型升级，同时为下沉用户市场创造了条件。			
政策性质	指导性政策			

[10] 1: <https://www.gov.c...> 2: <http://www.mofco...> 3: 国家市场监督管理总局...

[11] 1: <http://www.mofco...> 2: <https://www.gov.c...> 3: 中华人民共和国商务部...

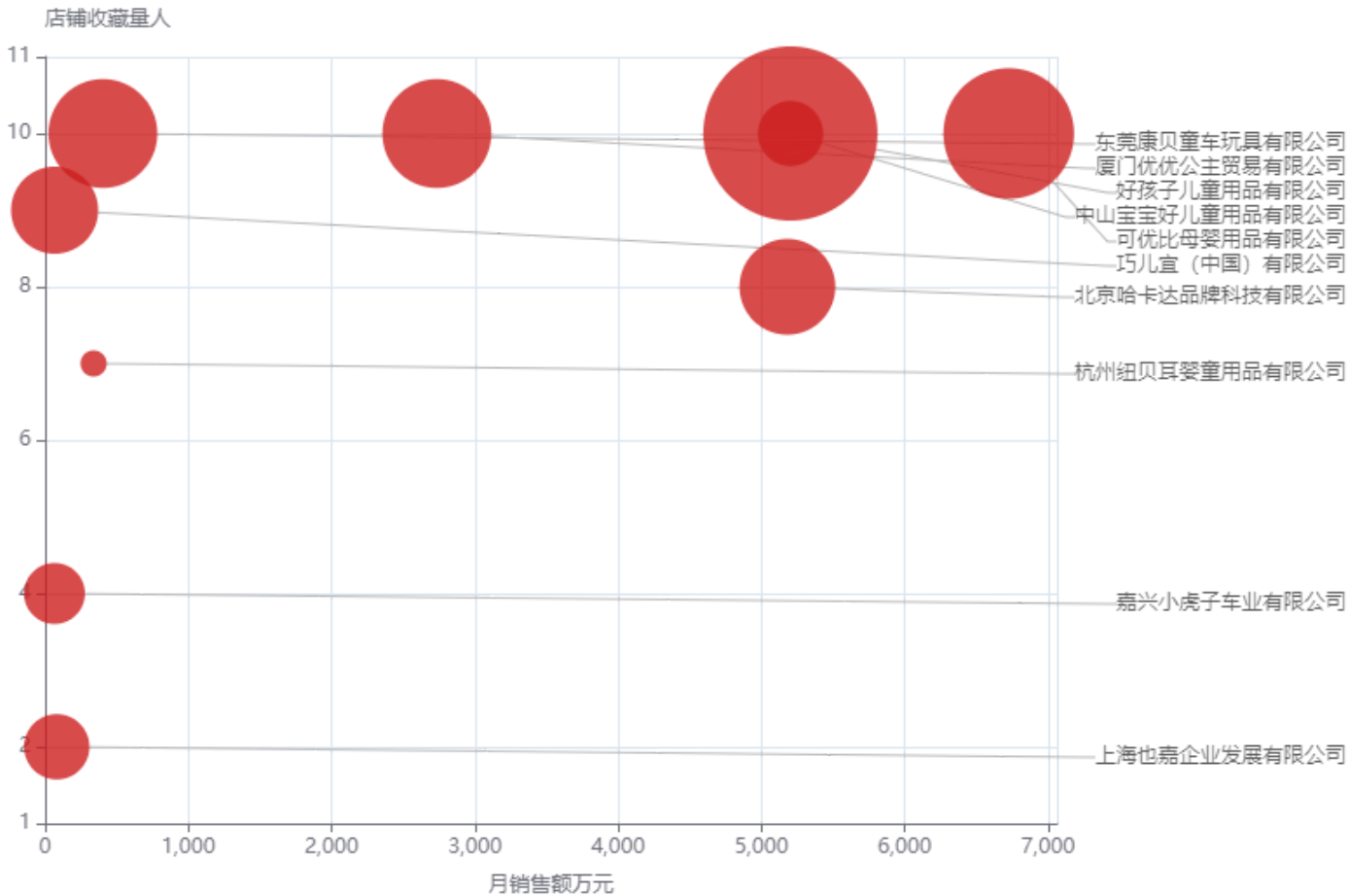
儿童推车竞争格局

儿童推车行业集中度较低，现有品牌行业之间竞争激烈。中国儿童推车市场相较于欧美起步较晚，且知名品牌和企业较多，整体市场为**垄断竞争市场**，第一梯队企业例如好孩子儿童用品有限公司、思童嘉商贸(上海)有限公司、博格步(厦门)轻工制品有限公司等，主要生产高端儿童推车。第二梯队如厦门优优公主贸易有限公司、杭州纽贝耳婴童用品有限公司等，主要生产中低端儿童推车。儿童推车行业除寡头企业以外，其他企业具有规模小、产品种类单一、利润空间小的特点。

儿童推车行业集中度低，但龙头企业仍能占据优势主要原因为：**1.行业起步时间较晚，龙头企业优势明显。**例如好孩子集团自1989年创立以来累计专利数达9,646项，旗下拥有小龙哈彼、gb、Geoby等品牌，技术优势明显、市场规模大。对比可优比累计专利数221件项，旗下没有品牌。**2.消费者消费结构升级，对产品有更高的品质需求，使得儿童推车销售均价不断走高。**根据中国玩具和婴童用品协会数据，2023年618大促儿童推车销售均价增长2.5%，1,500-3,000元价格区间产品销售额增幅最大，消费者趋向选择中高端价位。

未来儿童推车行业竞争会愈加激烈，线下销售转变为线上销售。主要原因为：**1.2021年和2022年新生儿人口**分别为1,062万、956万人，2021年颁布三孩生育政策使**新生儿数量下降趋势减缓，但行业竞争压力仍然过大**，儿童推车产品的创新升级成为企业目标，应用新材质、新技术，满足用户对高品质的需求成为企业竞争优势。**2.消费者消费方式的改变。**《“十四五”电子商务发展规划》等政策的出台，使网络销售已成儿童推车行业重要销售手段之一，预计在2025年电子商务交易额将达46万亿元。网络销售意味着地理市场的拓宽和竞争对手数量的增加，使网络销售竞争程度高于传统销售方式，对儿童推车品牌方的价格、品质等有着更严苛的要求。^[12]

气泡大小表示：市场力(分)



上市公司速览

好孩子国际控股有限公司 (01086)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
49.3亿	82.9亿	-14.4400	-

星辉互动娱乐股份有限公司 (300043)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.2亿元	-12.95	23.71

广东群兴玩具股份有限公司 (002575)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	873.7万元	44.35	56.05

[12] 1: <https://mp.weixin...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://mp.weixin...> | 4: 中国玩具与婴童用品协会

[13] 1: 店查查

[14] 1: 企查查、店查查

[15] 1: 店查查

[16] 1: 店查查

儿童推车企业分析

1 中山宝宝好儿童用品有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	7950万人民币
企业总部	中山市	行业	纺织服装、服饰业
法人	陈明泽	统一社会信用代码	91442000592106107Q
企业类型	有限责任公司（港澳台投资、非独资）	成立时间	2012-03-05
品牌名称	中山宝宝好儿童用品有限公司		
经营范围	一般项目：母婴用品销售；家具销售；玩具销售；五金产品批发；塑料制品销售；针纺织品... 查看更多		

· 竞争优势

(1) 技术竞争优势：从事婴儿车生产19年，生产设备先进，技术力量雄厚，拥有先进的自动生产流水线，形成从设计开发—制造—销售一条龙配套的产业链企业；**(2) 质量管理优势：**2003年通过B/T19001/2000idt ISO9001:2000国际认证，2004年通过了国际SGS,CE,EN1888系列认证，2006年通过国家“CCC”认证，2008年荣获“中国名企”“中国信用企业认证体系示范单位”“广东省著名商标”“广东省名牌产品”，2010年荣获“中国驰名商标”。**(3) 人才技术优势：**宝宝好一贯倡导创新理念，产品自主研发，研发团队由几十位专业设计师、工程师组成，每年投资数十万美元，用于产品的研究开发，并拥有200多项产品相关专利。

2 中山市乐美达婴童用品有限公司

· 公司信息

企业状态	开业	注册资本	33000万人民币
企业总部	中山市	行业	家具制造业
法人	何云峰	统一社会信用代码	91442000618122712Y
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	成立时间	1988-08-02
品牌名称	中山市乐美达婴童用品有限公司		
经营范围	一般项目：母婴用品制造；家具制造；玩具制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依... 查看更多		

· 竞争优势

(1) 产品质量管理优势：乐美达采用先进的质量管理制度，成立ISO领导小组。1996年通过ISO9002国际质量体系的认证,2002年通过ISO9001:2000国际质量体系的认证。乐美达工厂内设有独立的产品测试室，引进先进的检验设备，其产品

出厂前均需经过严格的检验及测试，以确保产品质量满足客户需求。乐美达对产品质量的严格要求，不断巩固其在儿童推车行业的地位，促使乐美达成为《国家儿童推车安全标准》、《汽车儿童安全座椅标准》起草单位之一及《汽车儿童乘员约束系统》标准的研究起草单位之一。**(2) 人才技术优势：**乐美达设有独立的产品研发部门，配备先进高科技设备，其工程技术人员在婴儿用品专业制造方面积累了丰富的经验。乐美达产品通过人才、技术、科技的叠加，在美国、欧洲、澳洲、南美洲等国家及地区拥有广阔市场。

3 好孩子儿童用品有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	6666万美元
企业总部	苏州市	行业	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
法人	宋郑还	统一社会信用代码	91320583608277235J
企业类型	有限责任公司(港澳台法人独资)	成立时间	1994-11-18
品牌名称	好孩子儿童用品有限公司		
经营范围	生产婴儿推车、自行车、学步车、三轮车、电瓶车、汽车座、童床、餐椅、洁具、便具等儿... 查看更多		

· 竞争优势

好孩子作为中国儿童推车龙头企业，其品牌在各个方面有巨大优势。**在品质水准方面：**好孩子实验室是国际权威检测机构SGS、TUV Nord Group等的合作实验室及美国消费品安全委员会（“CPSC”）官方认可实验室，在好孩子进行过测试认证的产品，可以在欧洲等国家和地区直接申请证书。**产品方面：**旗下产品丰富，拥有齐全的产品线，包括婴儿推车、儿童汽车安全座椅等，产品适用对象涵盖新生儿到14岁儿童，能够全程帮助妈妈，满足孩子从护理到衣着、从居家到出行、从游戏到睡眠等的一切所需。**研发能力方面：**好孩子的全球化研发体系集市场调查、产品设计、工艺技术、标准研究于一体，以融合科技创新与艺术时尚的方式，开发每一款产品。好孩子不断推出源发性、颠覆性、前瞻性的设计概念与产品，屡屡成为行业标杆和市场潮流。**服务体系方面：**好孩子全力打造四网融合的市场营销管理体系，引领新的商业文明。

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，在未仔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。