



2024年 头豹行业词条报告

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。

二叉眉笔：精准描绘，塑造时尚眉形新潮流 头豹词条报告系列



林若薇

2024-12-17 未经平台授权，禁止转载

摘要 二叉眉笔设计独特，方便描画与整理眉毛，还可用于眼妆和下睫毛，市场潜力巨大。近年来，市场规模持续增长，年复合增长率较高。增长原因包括颜值经济兴起推动美妆产品需求增长，互联网与移动支付技术发展拓宽销售渠道。未来，技术进步和社交平台营销策略将继续推动眉笔行业增长，新材料应用提升产品品质，社交平台推广提升品牌影响力，为眉笔行业注入强劲动力。

行业定义

二叉眉笔指笔头设计为两个独立笔尖的眉笔产品，这种设计的好处在于用户可以方便地完成眉毛的描画与整理工作。二叉眉笔采用超细笔芯设计，能够轻松勾勒出细致的眉毛线条，让眉毛看起来更加自然、浓密。同时，这种设计也使得画眉过程更加流畅、轻松。二叉眉笔还可以作为眼线笔使用，轻松打造迷人眼妆。同时，它还可以用来画下睫毛，为眼部妆容增添更多层次感和立体感。

行业分类

按照用途和设计的分类方式，二叉眉笔行业可以分为如下类别：

二叉眉笔行业基于用途和设计的分类

笔尖+螺旋刷型

这种类型的二叉眉笔一边是细小的笔尖，适合精细地勾勒眉形和填补眉毛空隙；另一边则是螺旋刷，可以帮助将眉毛梳理得更加自然，也可以用来混合颜色，使眉毛看起来更加均匀。

笔尖+眉梳型

与螺旋刷类似，眉梳也是用来梳理眉毛的，但是它的设计可能更适合于特定方向的梳理，帮助眉毛更好地定型。

双色笔尖型

有些二叉眉笔的一端是深色的眉笔，另一端是浅色的眉笔，这样可以根据个人的需要选择合适颜色进行描画，或者通过混合两种颜色来获得更自然的效果。

多功能型

除了基本的眉笔和梳理工具外，一些高级的二叉眉笔可能会包含更多功能，例如一端可以是眉笔，另一端则是一个小小的遮瑕棒或者是固定眉毛形状的小刷子等。

行业特征

二叉眉笔行业特征包括多样化与创新性；社交营销驱动；市场潜力巨大。

1 多样化与创新性

二叉眉笔行业呈现出多样化与创新性的显著特征。品牌方不断推出新颖独特的设计，以满足消费者对个性化和时尚化的需求。例如，各种颜色、质地和形状的笔头设计，为消费者提供了更多选择。

2 社交营销驱动

社交平台营销策略在二叉眉笔行业中发挥着至关重要的作用。品牌通过与头部KOL合作、发布种草内容等方式，积极在社交媒体平台上推广产品，有效提升了品牌影响力和销量。

3 市场潜力巨大

随着消费者对美妆产品需求的不断增长，二叉眉笔市场展现出巨大的发展潜力。尤其是在年轻消费者群体中，二叉眉笔已成为必备的美妆工具之一，市场前景广阔。

发展历程

二叉眉笔在中国市场的发展历经萌芽、发展与成熟三阶段。2000年前后，随经济繁荣与消费提升，国际品牌携二叉眉笔等美妆新品涌入，国内品牌亦初步尝试，市场认知渐增。2006年后，互联网普及加速美妆知识传播，品牌加大研发投入，推出更多符合亚洲人特征的产品，电商平台兴起拓宽销售渠道，销量大增。2016年以来，市场快速发展，消费者对品质要求提高，二叉眉笔设计更人性化，功能全面创新，社交媒体助力流行，国货品牌崛起，推出竞争力产品，赢得消费者喜爱，行业进入成熟期。

萌芽期 · 2000-01-01~2005-01-01

大约在2000年前后，随着中国经济的快速发展和个人消费水平的提高，人们开始更加注重个人形象和美容保养，化妆品市场逐渐兴起。国际知名化妆品品牌开始进入中国市场，带来了包括二叉眉笔在内的多种新型美妆产品。国内的一些化妆品品牌也开始尝试生产和销售类似的高端产品，但整体上市场渗透率较低，消费者对这类产品的认知度和接受度也在逐步提升。

二叉眉笔伴随化妆品市场兴起，国际品牌引领潮流，国内品牌初步尝试，市场认知度低，但潜力初现。

启动期 · 2006-01-01~2015-01-01

2006年左右，随着互联网的普及和社会媒体的影响，美容化妆知识迅速传播，消费者对个性化、专业化的美妆产品需求增加。这一时期，国内外多个品牌加大了对二叉眉笔等美妆产品的研发投入，推出了更多符合亚洲人面部特征的产品。同时，随着电子商务平台的兴起，消费者购买美妆产品的渠道变得更加多样化，二叉眉笔的销量显著增长。

互联网助力美妆知识传播，二叉眉笔产品多样，国内外品牌竞争加剧，电商平台推动销量大增。

高速发展期 · 2016-01-01~2024-01-01

从2016年开始，中国化妆品市场进入了快速发展的新阶段，消费者对产品质量和服务的要求越来越高，市场竞争也日益激烈。二叉眉笔的设计更加人性化，功能更加全面，不仅限于传统的一笔一梳的形式，还出现了更多创新的设计。此外，社交媒体上的美妆博主和网红的推荐极大地促进了产品的流行。与此同时，国货品牌崛起，推出了一系列具有竞争力的二叉眉笔产品，赢得了广大消费者的喜爱。

美妆市场快速发展，二叉眉笔设计创新，国货品牌崛起，社交媒体助力产品流行，市场竞争激烈。

产业链分析

二叉眉笔发展现状

二叉眉笔行业产业链上游为原材料环节；产业链中游为二叉眉笔生产环节；产业链下游为销售环节。

二叉眉笔行业产业链主要有以下核心研究观点：

二叉眉笔生产成本受原材料涨价影响，但零售价格受克数变化影响小，更多受品牌价值等因素综合影响。

二叉眉笔的原材料成本构成中，蜡质和色素分别占30%和20%，主要来自德国巴斯夫和日本花王等国际大厂，确保高品质。然而，受环保政策和供应链紧张影响，蜡质成本上升10%，色素成本攀升15%。尽管如此，眉笔零售价格受克数变化影响不显著，1.8克与3.4克眉笔成本差异不大。这表明，眉笔零售价格构成中，品牌价值、市场策略等因素可能起更重要作用，而非单纯依赖原材料成本或产品克数。

二叉眉笔受市场热捧，尤其受年轻女性喜爱，线上销售为主，应用场景广泛。

二叉眉笔消费者主要为20至35岁年轻女性，占比超70%，且00后职场女性尤为重视。销售渠道方面，线上平台占比约60%，线下渠道占比40%。眉笔应用场景多样，日常化妆最为普遍，进一步凸显其在日常生活中的重要性。这些数据充分证明了三资堂二叉眉笔的市场影响力和消费者的高度认可。

上 二叉眉笔产业链上游分析

生产制造端

二叉眉笔原材料供应

上游厂商

股 巴斯夫(中国)有限公司

股 花王(中国)投资有限公司

产业链上游分析

二叉眉笔生产成本受原材料涨价影响，但零售价格受克数变化影响小，更多受品牌价值、市场策略等因素综合影响。

二叉眉笔的原材料供应体系主要由蜡质、色素及保湿剂等构成，其中蜡质与色素的成本占据显著位置，分别大约占总成本的30%和20%，核心供应来源依赖于国际知名厂商如德国巴斯夫与日本花王，确保原料的高品质。然而，近年来全球环保政策的强化与供应链环节的紧张局势，引发了原材料市场价格的波动，具体表现为蜡质成本上升了10%，色素成本更是攀升了15%，这无疑增加了眉笔的生产成本。尽管成本有所上升，但值得注意的是，眉笔最终产品的零售价格受克数变化的影响并不显著，举例来说，无论是1.8克还是3.4克的眉笔，其成本差异并不如预期中那样巨大，这表明在零售层面，眉笔的价格构成可能更多地受到品牌价值、市场策略等因素的综合影响。

中 二叉眉笔产业链中游分析

品牌端

二叉眉笔生产

中游厂商

股 福建三资堂化妆品有限公司

股 湖南力冶贸易有限公司

股 美尚(广州)化妆品股份有限公司

股 广州滋色化妆品有限公司

产业链中游分析

二叉眉笔受新手欢迎，凭借独特设计和性能热销。

2023年8月，三资堂创新推出了二叉眉笔，专为新手设计，旨在轻松打造自然“野生眉”效果。这款眉笔凭借其独特的二叉笔头构造以及出色的防水防汗性能，赢得了广大用户的青睐，众多使用者反馈其使用体验佳，色彩持久且不脱色。进入2024年，市场反响持续热烈，据抖音“热门商品榜”数据显示，二叉眉笔在2024年2月表现出色，与玉米棒、抽纸一同跻身前三甲，且连续两个月稳居销量榜第二位，其销售额预估在5,000万至7,500万元之间。尤为值得一提的是，在2月11日的直播活动中，三资堂二叉眉笔更是实现了单日销售额突破750万元的佳绩，进一步验证了其市场影响力和消费者的高度认可。

下 二叉眉笔产业链下游分析

渠道端及终端客户

二叉眉笔销售

渠道端

股 屈臣氏集团(香港)有限公司

股 广东万宁连锁商业有限公司

股 上海大润发有限公司

股 永辉超市股份有限公司

股 家乐福(中国)超市投资有限公司

股 京东集团股份有限公司

股 淘宝(中国)软件有限公司

股 拼多多(上海)网络科技有限公司

股 抖音有限公司

股 小红书科技有限公司

产业链下游分析

眉笔消费主力为年轻女性，职场新人尤重，线上销售为主，应用广泛，日常化妆最常用。

眉笔的消费市场主要聚焦于20至35岁的年轻女性群体，该年龄段消费者占比超过70%，构成了眉笔消费的主力军。同时，职场女性，特别是新兴的00后职场人群，对眉毛的修饰尤为重视，使得眉笔成为了她们日常上班不可或缺的美容单品之一。在销售渠道方面，线上平台以其便捷性和丰富性，占据了约60%的市场份额，而线下渠道则保持着约40%的占比，共同构建了多元化的购买网络。眉笔的应用场景广泛，涵盖了从日常化妆到职业妆容，再到特殊场合妆容的全方位需求，其中，日常化妆作为最为普遍的使用场景，进一步凸显了眉笔在日常生活中的重要性。

行业规模

二叉眉笔行业规模的概况

2019年—2023年，二叉眉笔行业市场规模由126.11百万件增长至165.3百万件，期间年复合增长率7.00%。预计2024年—2028年，二叉眉笔行业市场规模由173.57百万件增长至203.01百万件，期间年复合增长率3.99%。

眉笔行业市场规模历史变化的原因如下：

颜值经济兴起推动美妆产品需求增长，化妆品市场规模扩大，为眉笔行业提供了广阔的发展空间，促进了其市场规模扩大。

颜值经济的兴起，这一趋势极大地推动了化妆品和美容产品的热销，使得消费者对美妆产品的需求持续增长。作为化妆品的重要组成部分，眉笔的市场需求也随之水涨船高。数据显示，2023年中国化妆品行业市场规模已达约5,169亿元，同比增长6.4%，并预测至2025年将增至5,791亿元。在此背景下，中国美妆行业的企业数量亦呈现显著增长，截至2023年，化妆品相关企业数量已超过12万家，且2023年新创美妆企业数量同比增长4.3%。这一系列积极的市场动态，为眉笔行业提供了广阔的发展空间，促进了其市场规模的不断扩大。

眉笔行业增长的一个重要原因是互联网技术与移动支付技术的飞速发展。

随着新零售模式的兴起，在线购物平台和社交媒体成为了眉笔品牌的重要营销渠道，这不仅显著降低了企业的运营成本，还极大地拓宽了销售渠道。根据中国支付清算协会的数据，截至2023年，我国移动支付普及率高达86%，位居全球之首，这一数据充分说明了移动支付在中国已经得到了广泛普及，成为了消费者日常生活中不可或缺的一部分。这一趋势为眉笔行业提供了更为便捷和高效的支付方式，进一步促进了眉笔市场的繁荣与发展，推动了眉笔行业的持续增长。

眉笔行业市场规模未来变化的原因主要包括：

技术进步是推动眉笔行业持续增长的关键因素之一。

例如，新材料的应用使得眉笔更加安全、健康；智能生产技术提高了产品的质量和生产效率。如纳米材料和生物可降解材料的引入，不仅提升了眉笔的耐用性和安全性，更在环保和健康方面迈出了坚实步伐，满足了现代消费者对产品品质和环保性能的双重追求。含有抗氧化成分的眉笔可以帮助改善眉毛周围皮肤状态；采用生物可降解材料制成的环保包装也将成为一种潮流。

社交平台营销策略推动彩妆品牌发展，特别是眉笔产品，提升了品牌影响力，为眉笔行业增长注入强劲动力。

通过大量的种草内容与头部KOL合作，品牌在如小红书等社交媒体平台上积极推广，不仅教育了消费者，还激发了彩妆品类的多样化发展，特别是眉笔产品的丰富与创新。例如，珀莱雅旗下的彩棠眉笔就通过这一方式，在小红书平台投放了大量种草贴，有效提升了品牌影响力和销量。珀莱雅在小红书的相关笔记数量超过2万条，账号粉丝数高达54.7万，位居国产品牌前列，充分显示了其在社交平台营销上的显著成效和高关注度，为眉笔行业的增长注入了强劲动力。

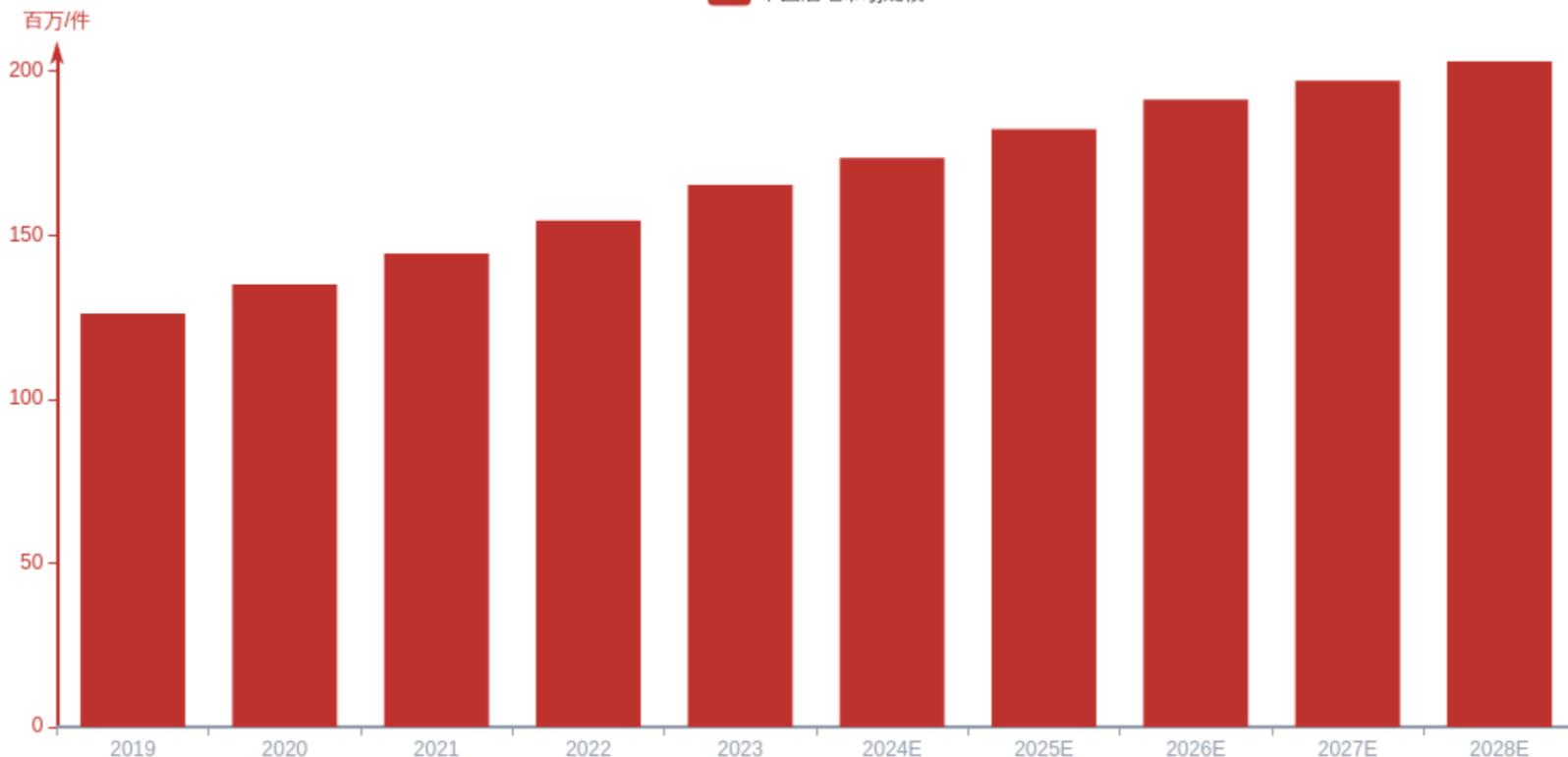
二叉眉笔规模预测

仅提供预测模型的PPTx格式文件下载

规模预测SIZE模型

二叉眉笔行业规模

中国眉笔行业规模 (单位: 百万件)



计算规则: 中国眉笔市场规模=眉笔销量

数据来源: 美妆网

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动实体零售创新转型的意见》	中华人民共和国国务院	2016-11-11	8
政策内容	2016年11月2日, 国务院《关于推动实体零售创新转型的意见》, 对实体零售企业加快结构调整、创新发展方式、实现跨界融合、不断提升商品和服务的供给能力及效率作出部署。鼓励企业创新经营机制、创新组织形式、创新服务体验, 推动实体零售补短板、增优势, 提高核心竞争力。			
政策解读	零售美妆行业作为实体零售的一部分, 面临着结构调整和创新发展的双重任务。该政策鼓励零售美妆企业加快结构调整, 通过创新发展方式、实现跨界融合, 提升商品和服务的供给能力及效率。该政策指导美妆行业更加注重消费者体验, 利用数字化手段提升服务质量, 同时, 政策也鼓励零售美妆企业与其他行业进行跨界合作, 如与时尚、健康等产业进行融合, 创造更多元化的消费场景。促进跨界融合方面, 促进线上线下融合, 促进多领域协同, 促进内外贸一体化, 通过融合协同构建零售新格局。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于调整化妆品消费税政策的通知》	中华人民共和国财政部以及国家税务总局	2016-10-01	3
政策内容	为了引导合理消费, 《关于调整化妆品消费税政策的通知》取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税, 将“化妆品”税目名称更名为“高档化妆品”。			
政策解读	消费税政策调整主要涉及到化妆品的税率和征收范围, 目的在于规范市场秩序, 促进化妆品行业的健康发展, 同时平衡税收负担。调整化妆品消费税政策对于零售美妆行业具有直接影响。降低高档化妆品的消费税税率, 有助于降低企业成本, 提高市场竞争力。对于消费者, 购买高档化妆品的成本降低, 可能会刺激消费需求, 进一步推动美妆市场的发展。但同时, 政策也明确了对高档化妆品的定义, 企业需根据政策要求调整产品定位和市场策略。零售美妆行业则需要根据消费税政策进行调整, 其可以调整产品结构和价格策略, 优化产品组合, 以满足市场需求。例如, 针对税率较高的产品, 可以适当降低价格或推出替代品; 对于税率较低或免税的产品, 可以加大推广力度, 提高市场占有率。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见》	中华人民共和国国家发展改革委、商务部	2023-12-01	3
政策内容	《关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见》鼓励境内外知名医疗美容机构落户合作区。			

政策解读	《关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见》鼓励境内外知名医疗美容机构落户合作区，此政策对眉笔等美容相关行业具有积极影响，有望带动相关产业链发展，提供更多商业机会，促进琴澳一体化发展。
政策性质	鼓励性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于开展化妆品“线上净网线下清源”专项行动的通知》	中华人民共和国国家药品监督管理局	2021-10-09	5
政策内容	2021年，国家药品监督管理局《关于开展化妆品“线上净网线下清源”专项行动的通知》全面自查、集中整治网络销售化妆品存在的突出问题，强化化妆品电子经营者主体责任，规范网络销售化妆品市场秩序，保障公众用妆安全。			
政策解读	该政策要求全面自查、集中整治网络销售化妆品的突出问题，强化电商主体责任，规范市场秩序，保障公众用妆安全。对眉笔等化妆品行业而言，这有助于净化网络环境，打击假冒伪劣产品，保护消费者权益，促进眉笔行业的健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品生产质量管理规范》	中华人民共和国国家药品监督管理局	2022-07-01	7
政策内容	《化妆品生产质量管理规范》规定化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当按照要求组织生产化妆品。该政策对化妆品生产过程进行全面监管，强化美妆行业生产经营监督工作。			
政策解读	《化妆品生产质量管理规范》要求化妆品注册人、备案人及受托生产企业按规范生产，全面监管化妆品生产过程，强化美妆行业监督。对眉笔行业而言，这有助于提升产品质量，保障消费者权益，推动行业健康发展。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

二叉眉笔概况

眉笔市场竞争激烈，市场参与者众多。

二叉眉笔行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有三资堂等；第二梯队公司为珂拉琪、蒙丽丝等；第三梯队有欧伶莱、滋色等。

二叉眉笔行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

头部企业二叉眉笔以创新设计赢得市场，销量惊人，成为美妆市场强劲新势力，彰显其卓越竞争力。

2023年8月，三资堂凭借创新理念，专为化妆新手推出了二叉眉笔，旨在助力用户轻松塑造自然“野生眉”妆效。进入2024年，该品牌二叉眉笔的市场表现尤为亮眼，尤其在2月11日的直播活动中，单日销售额一举突破750万元大关。短短不到四个月的时间里，该眉笔在抖音平台上的销量已超160万支，全平台总销量更是惊人地达到了460万支。此外，三资堂二叉眉笔还凭借卓越品质与口碑，成功超越花西子眉笔，荣登天猫眉笔热销榜榜首，彰显了其在美妆市场的强劲竞争力与广泛影响力。

其余品牌在美妆行业中具备较强的竞争优势。

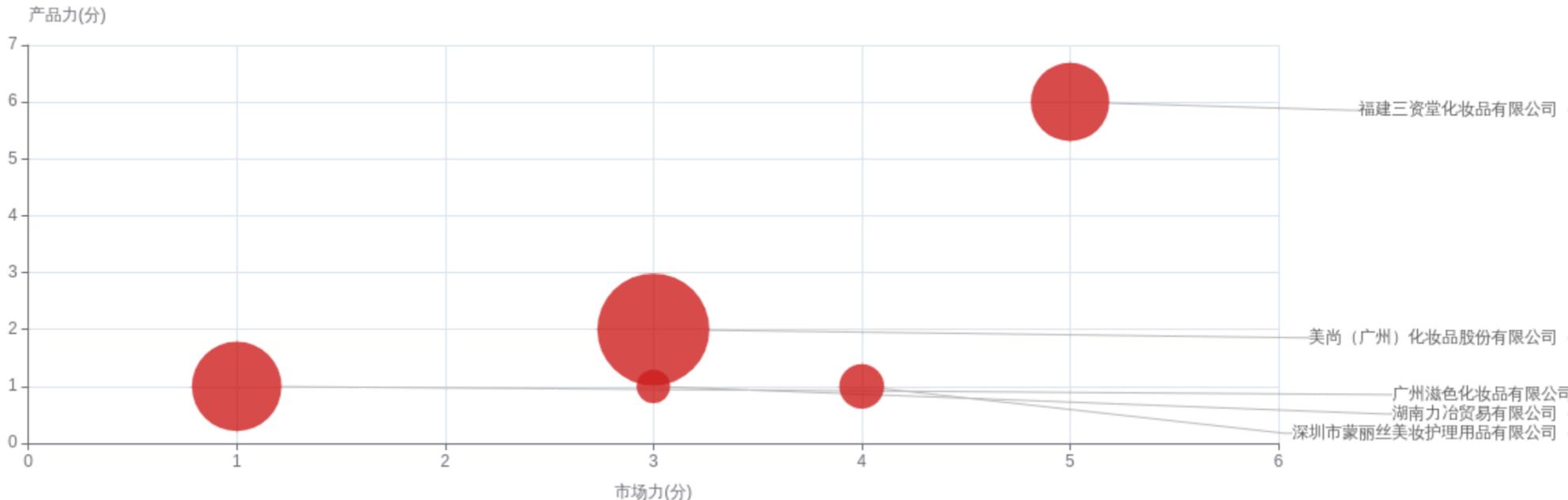
二叉眉笔市场的热烈反响吸引了众多美妆品牌如珂拉琪（Colorkey）、滋色、蒙丽丝等的跟进，纷纷推出类似产品。其中的珂拉琪早先凭借创新推出的空气唇釉新品类在市场上站稳脚跟。此外，通过巧妙的社交媒体营销策略与精准的代言人选择，珂拉琪在短时间内实现了销售量的飞速增长，成功跻身亿量级销售阵营。不仅在国内市场表现抢眼，珂拉琪在国际市场同样展现出了非凡实力，特别是在越南市场，仅用时5个月便成功登顶全品类榜首，在美妆行业具备强劲的市场竞争力和品牌影响力。

二叉眉笔行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

头部企业第三代二叉眉笔pro以弯头设计革新市场，备受消费者喜爱，巩固品牌领先地位，引领眉笔创新潮流。

三资堂推出的二叉眉笔在市场上反响热烈，品牌持续创新，不断推出升级版产品以贴合消费者需求。2024年4月3日，三资堂正式发布了第三代二叉眉笔pro，该产品在设计上实现了全面革新，特别是引入了弯头设计，极大地提升了用户绘制完美眼妆的便捷性。这一新品在抖音平台上同样备受瞩目，2024年3月29日的发布会便迅速吸引了551.7万用户的点赞，充分展现了消费者对这款升级版二叉眉笔pro的高度关注与喜爱，进一步巩固了三资堂在美妆市场的领先地位，并持续引领着眉笔产品的创新潮流。

气泡大小表示：品牌力(分)



上市公司速览

珀莱雅化妆品股份有限公司 (603605)

总市值 - 营收规模 52.5亿元 > 同比增长(%) 32.5 毛利率(%) 71.2

华熙生物科技股份有限公司 (688363)

总市值 - 营收规模 42.2亿元 > 同比增长(%) -2.3 毛利率(%) 73.1

企业分析

1 福建三资堂化妆品有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000万人民币
企业总部	泉州市	行业	批发业
法人	丁然	统一社会信用代码	91350582MADBNU7TXQ
企业类型	有限责任公司(自然人独资)	成立时间	2024-01-26
品牌名称	福建三资堂化妆品有限公司	经营范围	一般项目：化妆品批发；化妆品零售；日用百货销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；特种劳动防护用品销售；个人卫生用品销售；美发饰品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

福建三资堂化妆品有限公司竞争优势

竞争优势

三资堂推出的二叉眉笔以其独特的设计而著称，其刷头设计为两个平行且极细的笔尖，非常适合新手画“野生眉”，解决了消费者上妆难的痛点。此外，眉笔外壳采用了“专利滑梯笔触”，进一步提升了使用体验。

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极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，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，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。
- ◆ 头豹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。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

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。

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

