

2025年中国美白护肤品发展洞察： 成分迭代、科技革命与市场新范式

China Whitening skincare products Industry

中国美白スキンケア製品産業

概览标签：美白护肤品、美白精华、美白面膜

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&摘要

研究目的

本报告为对中国美白护肤品行业进行研究。将通过探究对中国美白护肤品行业的市场现状以及产业链关键环节，以了解中国美白护肤品行业的发展现状和市场规模。

研究区域范围：全球和中国地区

研究对象：美白护肤品

本报告的关键问题：

- 1) 中国美白护肤品的市场规模如何，未来发展的空间有多大？
- 2) 中国美白护肤品的新兴和热门成分有哪些？

摘要

- **美白护肤品供给与需求共振，市场迈入高增长周期。**

2025年中国美白护肤品行业呈现供需两旺。需求端，全年声量规模高达1327.6万，同比增长15.74%，线上销售额达226.41亿元，其中淘宝天猫（170.50亿元）、京东（55.91亿元）是主力渠道。供给端扩容加速，含“祛斑美白”宣称的商品、品牌、生产商数量同比分别激增134.06%、87.11%和62.75%。这表明市场需求旺盛，消费者关注度持续攀升，同时行业参与者和产品供给能力显著增强，共同推动市场步入高增长阶段。未来竞争将从规模扩张转向产品创新与精细化运营。

- **美白成分体系从“单一抑制”向“多机制协同的系统调控”演进。**

美白成分格局正发生深刻变革，呈现出“经典成分+植物舒缓+抗氧化”并行的多元化特征。应用热度榜显示，烟酰胺、377、维生素C等经典成分仍主流，但积雪草、母菊花等植物提取物及泛醇、依克多因等修护成分占比显著提升。其转变特征是从过去依赖单一明星成分抑制酪氨酸酶，转向覆盖源头抑制、抗氧化、转运抑制、促进代谢等多通路的协同配方。品牌更强调“美白+修护+抗老”的复合功效，通过整合抗氧化、抗炎与屏障修护，构建起“系统调控、温和维稳”的色沉管理方案。



目录

CONTENTS

◆ 中国美白护肤品行业综述	4
• 美白护肤品发展背景	5
• 皮肤黑色素形成途径及美白路径	6
• 美白护肤品发展现状	7
◆ 中国美白护肤品产业链分析	8
• 美白成分	9
• 关联功效	10
• 热销卖点及消费者评价	11
• 销售渠道及价格带	12
• 消费人群	13
• 消费地域	14
◆ 中国美白护肤品发展趋势	15
• 发展趋势（1/3）	16
• 发展趋势（2/3）	17
• 发展趋势（3/3）	18
◆ 头豹业务合作	19
◆ 方法论与法律说明	20

第一部分：行业综述

主要观点：

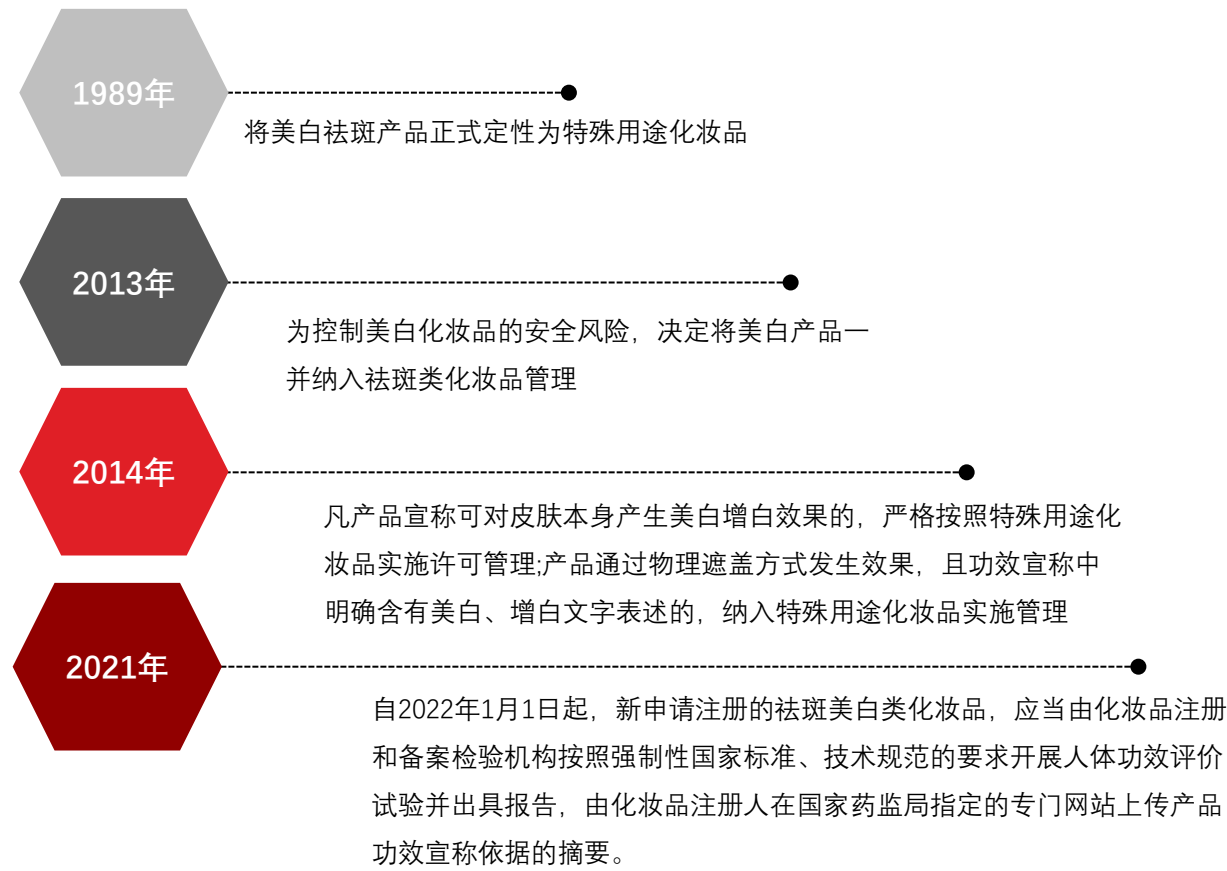
- 在政策层面，中国美白护肤品自1980年代逐步严格管理。由于其涉及黑色素生成等生理机制调控，干预皮肤代谢过程，且部分活性成分存在一定安全风险，因此被界定为特殊化妆品实施备案与审批管理
- 皮肤美白路径涵盖源头抑制、酪氨酸酶抑制、抗氧化还原、抑制黑素体转运、促进代谢五阶段，各阶段对应不同护肤成分，通过阻断黑色素生成、转运、代谢环节实现美白，形成多维度美白机制
- 2025年美白护肤市场在需求高热度与供给加速扩容的共振下迈入高增长阶段，线上渠道主导格局稳固，品牌与产品数量快速提升，行业竞争重心正由规模扩张转向创新能力与精细化运营能力的综合比拼

中国美白护肤品行业综述——发展背景

在政策层面，中国美白护肤品自1980年代逐步严格管理。由于其涉及黑色素生成等生理机制调控，干预皮肤代谢过程，且部分活性成分存在一定安全风险，因此被界定为特殊化妆品实施备案与审批管理

中国美白护肤品的发展背景

祛斑美白国家政策历史发展



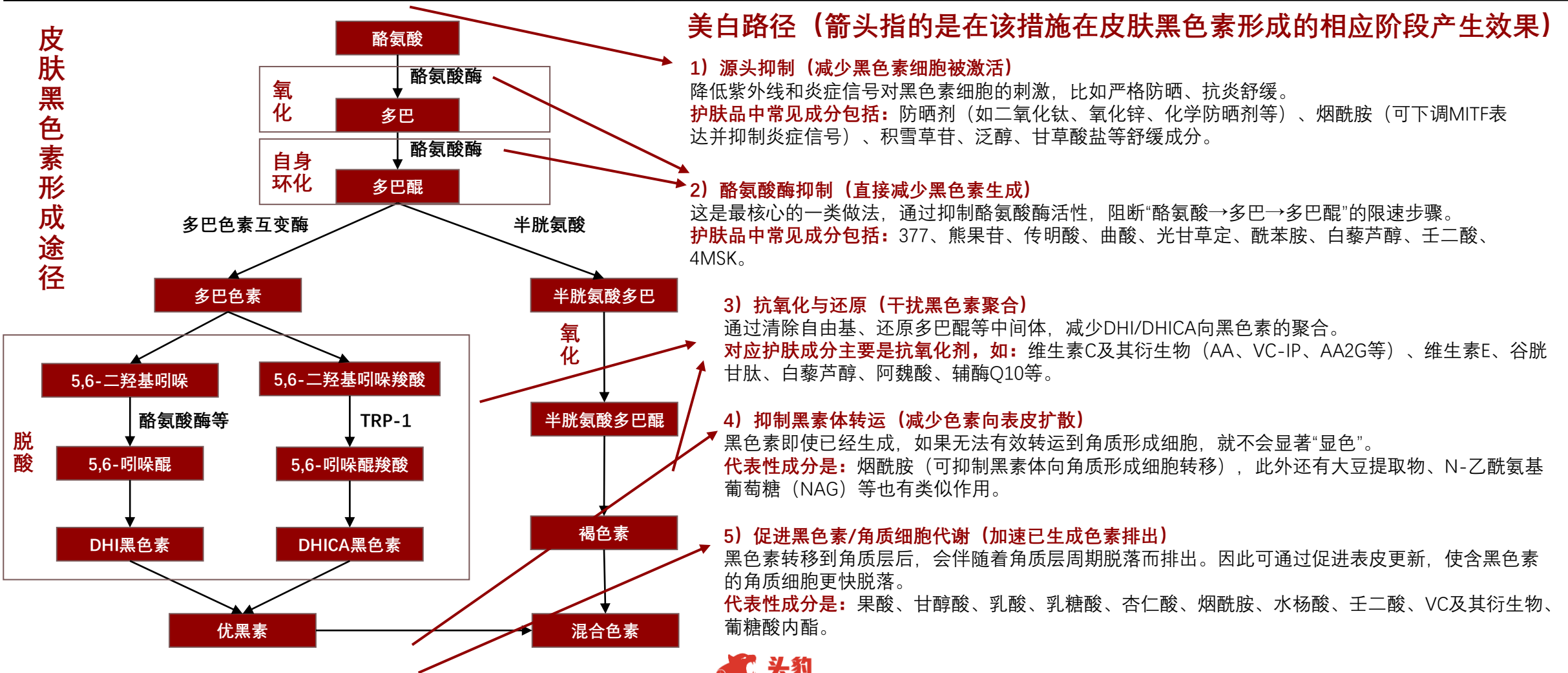
美白护肤品为什么是特殊化妆品



中国美白护肤品行业综述——皮肤黑色素形成途径及美白路径

皮肤美白路径涵盖源头抑制、酪氨酸酶抑制、抗氧化还原、抑制黑素体转运、促进代谢五阶段，各阶段对应不同护肤成分，通过阻断黑色素生成、转运、代谢环节实现美白，形成多维度美白机制

皮肤黑色素形成途径及美白路径



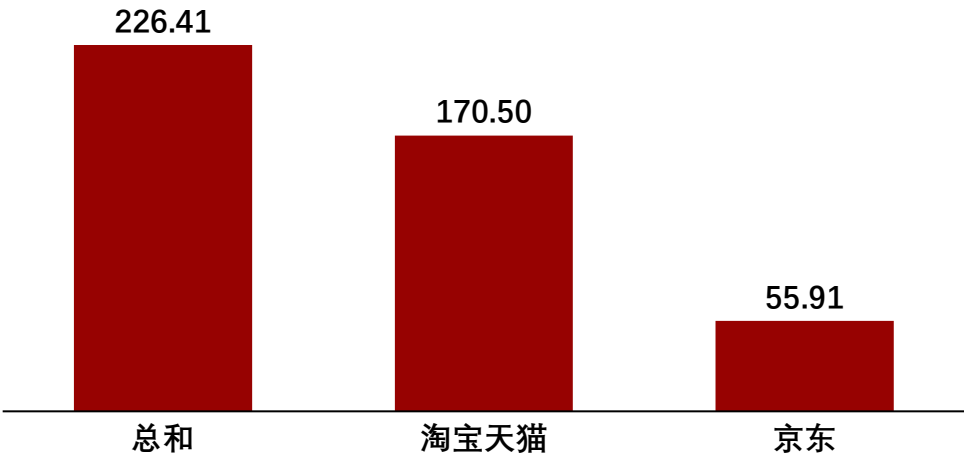
中国美白护肤品行业综述——美白护肤品发展现状

2025年美白护肤市场在需求高热度与供给加速扩容的共振下迈入高增长阶段，线上渠道主导格局稳固，品牌与产品数量快速提升，行业竞争重心正由规模扩张转向创新能力与精细化运营能力的综合比拼

中国美白护肤品的发展现状，2025年

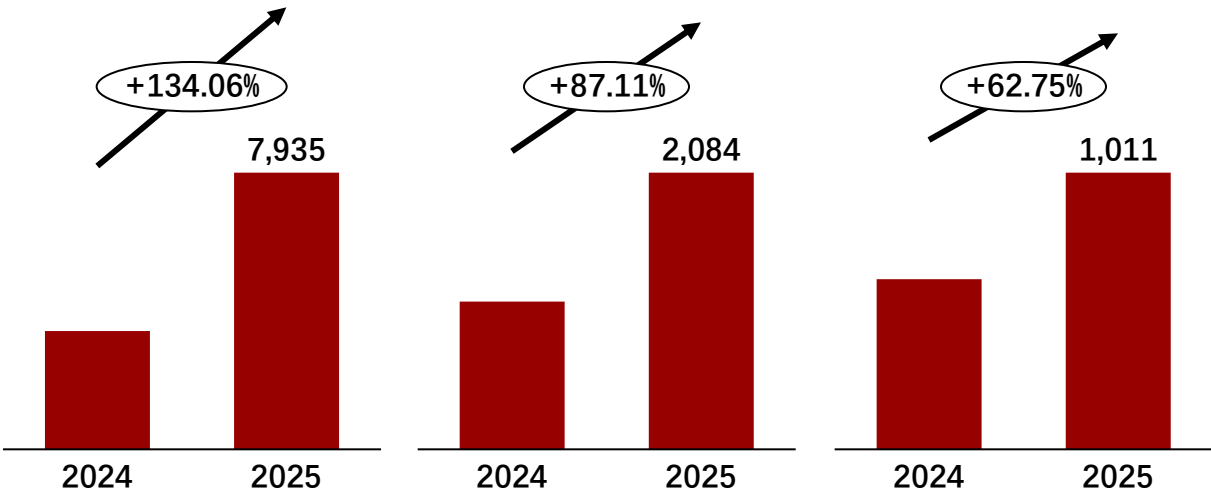
2025年，美白护肤品声量规模高达1,327.6万，同比增长15.74%

2025年美白护肤品线上销售额规模（单位：亿元）



□ 2025年美白护肤全网线上销售额达226.41亿元，京东以11.3%的同比增幅成为增长核心。同时，声量规模高达1,327.6万。一方面，声量的显著增长反映市场需求热度攀升，消费者关注度持续提升；另一方面，线上销售规模可观且电商平台贡献突出，淘宝天猫仍作为主力渠道占比约75%，京东增速快，目前线上渠道是美白护肤品的核心销售阵地。整体来看，行业受市场青睐，渠道布局上头部电商平台主导销售，未来随着消费需求的进一步释放，美白护肤品市场有望在规模扩张、品牌竞争及渠道优化等方面持续演进。

含有“祛斑美白”宣称的商品、美白产品品牌、美白产品生产商数量及环比增长率（单位：个，%）



□ 截至2025年，当前带有“祛斑美白”功效宣称的商品数量已达7,935个，同比增幅高达134.06%；与此同时，涉及美白产品布局的品牌数量与生产企业数量分别为2,084个和1,011家，近一年分别实现87.11%与62.75%的增长。相关数据表明，美白护肤品市场主体规模与产品供给能力显著提升，行业参与度持续走高，企业加速切入美白赛道的意愿明显增强。从整体格局来看，供给端扩容与需求端活跃形成共振，在产品结构升级、消费认知深化与渠道体系优化的多重驱动下，美白护肤品市场已步入高增长周期。

第二部分：产业链分析

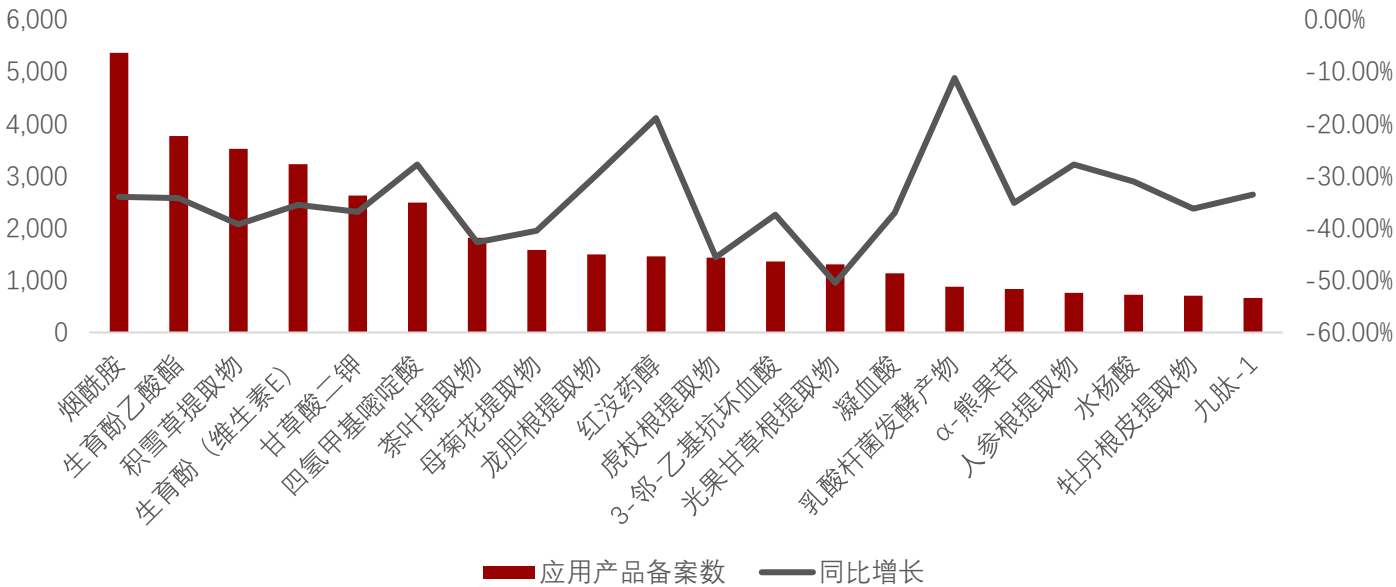
主要观点：

- 中国美白护肤品成分正从单一的“高效美白”向温和、安全、维稳的复合型配方演进，强调抗氧化、抗炎、屏障修护与多通路协同，实现机制复合化和系统化的色沉管理升级
- 美白消费需求正由单一提亮转向多功效叠加与屏障管理并重，轻医美与功效护肤融合趋势增强，行业加速迈向多机制协同、分层改善的综合解决方案阶段
- 中国美白赛道呈现功效高度集中、修护协同支撑与性价比驱动并行的格局，竞争焦点由概念传播转向成分组合创新与临床验证强化，品牌力构建更依赖真实口碑与科研背书
- 抖音美白护肤消费呈现“女性主导、男性增长”与“中段年龄集中”并行特征，需求向成熟高价值人群聚焦，品牌需深耕核心客群并细分男士市场，以差异化产品与内容策略驱动结构性增量

中国美白护肤品产业链分析——美白成分

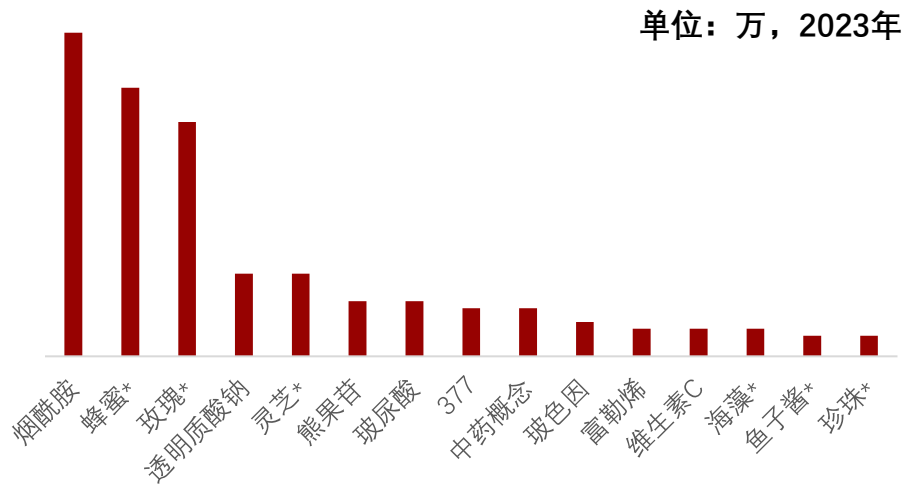
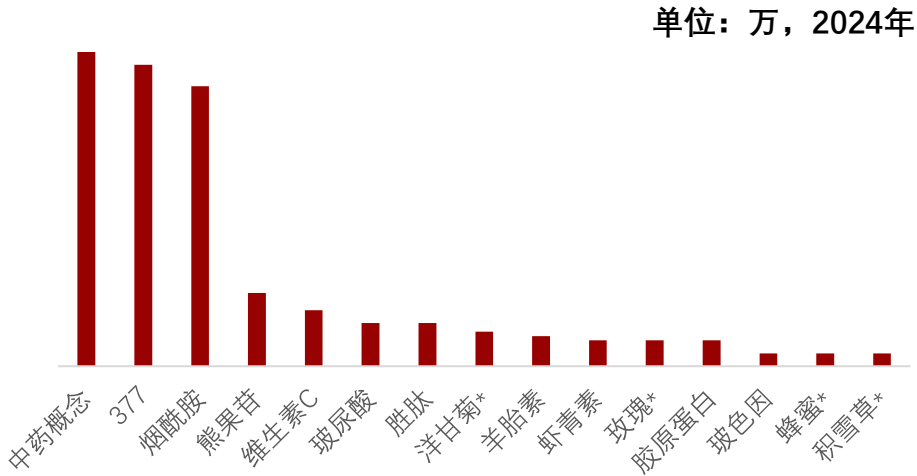
中国美白护肤品成分正从单一的“高效美白”向温和、安全、维稳的复合型配方演进，强调抗氧化、抗炎、屏障修护与多通路协同，实现机制复合化和系统化的色沉管理升级

“祛斑美白”成分应用热度榜TOP20，2025年4月



从当前祛斑美白成分应用热度榜来看，烟酰胺、生育酚乙酸酯、积雪草提取物、生育酚（维生素E）、甘草酸二钾、母菊花提取物、光果甘草根提取物等仍为主流应用成分，呈现出“经典美白成分+植物舒缓修护+抗氧化衍生物”并行的格局；而对比此前的美白护肤成分，可以看到烟酰胺、透明质酸、维生素C等持续保持高认知度，而当下榜单中植物提取物与发酵类成分占比明显提升，同时抗氧化、抗炎舒缓与屏障修护相关成分热度上升。整体转变特征表现为：一是从单一抑酪氨酸酶路径向多通路协同拓展；二是从单纯“高效美白”向“温和安全、长期维稳”升级；三是成分结构由明星单一原料驱动，转向复配体系与功能组合导向，强调抗氧化、抗炎与屏障修护对色沉管理的基础支撑作用，中国美白护肤品正在向机制复合化与配方系统化方向演进。

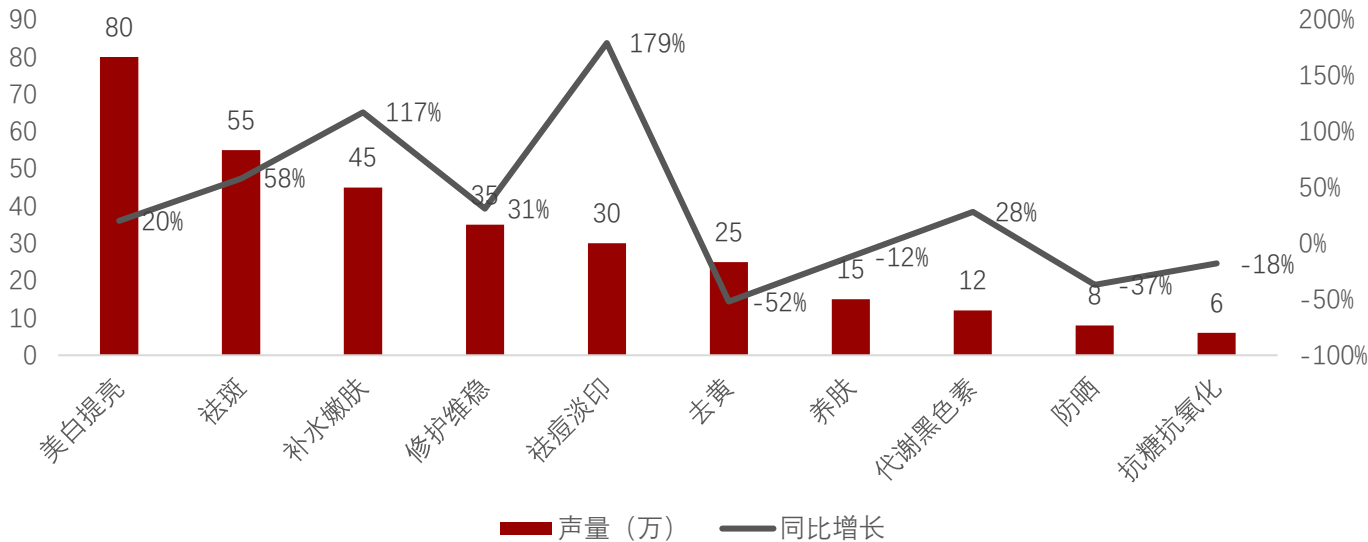
美白淡斑人群成分概念 Top15（按声量排序）



中国美白护肤品产业链分析——关联功效

美白消费需求正由单一提亮转向多功效叠加与屏障管理并重，轻医美与功效护肤融合趋势增强，行业加速迈向多机制协同、分层改善的综合解决方案阶段

美白淡斑人群具体的功效需求 Top10，2024年

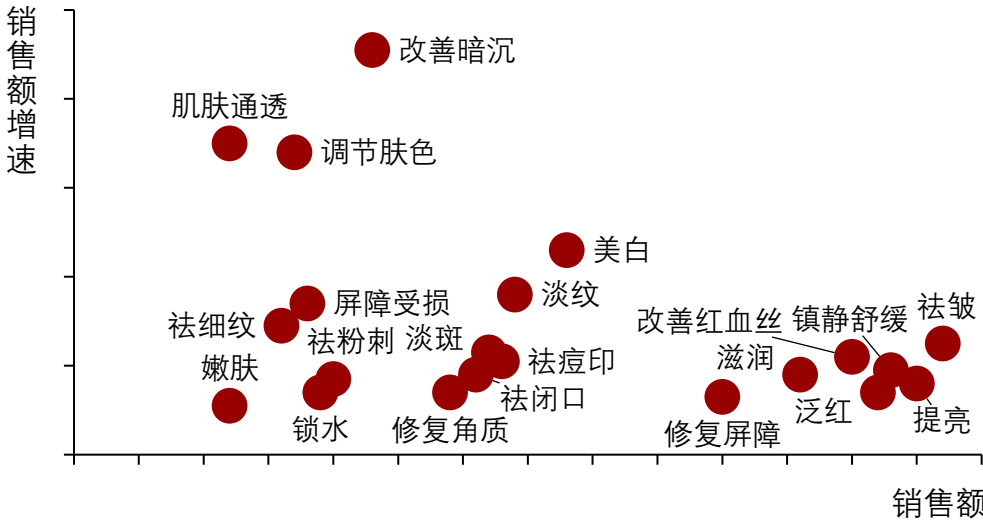


从美白淡斑人群功效需求Top10来看，美白提亮声量达80万（同比+20%），仍为核心诉求，但祛斑（+58%）、补水嫩肤（+117%）、修护维稳（+31%）、祛痘淡印（+179%）等多元功效实现更高增速，去黄虽同比下滑52%，声量仍达25万，显示用户关注点并未消退。整体趋势表明，消费者已从单一提亮逻辑转向“美白+修护+保湿+祛痘”等复合型功效组合。在成分认知层面，美白淡斑人群成分概念Top15中，修护/修复（+2.6%）、提拉/紧致（+28.5%）、舒缓/镇定（+24.1%）等非纯美白相关概念声量提升，反映功效叠加与屏障管理意识增强。与此同时，轻医美需求持续升温，围绕改善暗沉、提升通透感等美白相关目标，叠加祛细纹、淡斑与屏障修复等多重功效成为主流选择，医美与功效护肤之间的边界逐渐模糊，市场正向“多机制协同、分层改善”的综合解决方案演进。

美白淡斑人群成分概念 Top15（按声量排序）



医美同源市场的热门功效，2025年



中国美白护肤品产业链分析——热销卖点及消费者评价

中国美白赛道呈现功效高度集中、修护协同支撑与性价比驱动并行的格局，竞争焦点由概念传播转向成分组合创新与临床验证强化，品牌力构建更依赖真实口碑与科研背书

美白护肤品热销卖点及消费者评价，2025/03-2026/03



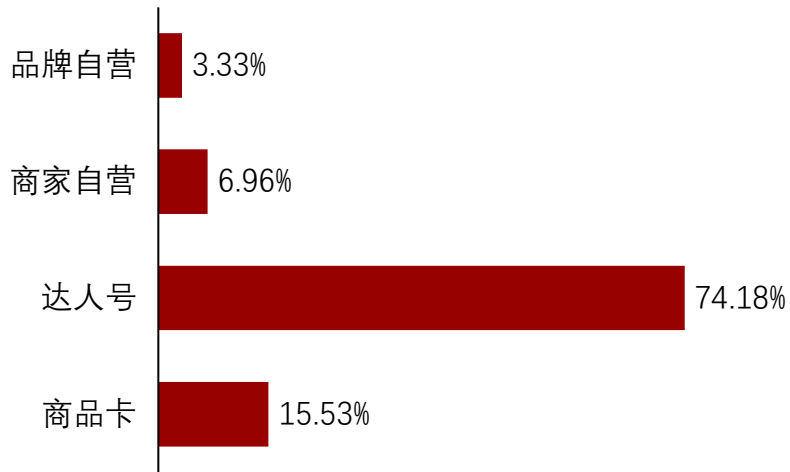
□ 2025年，美白护肤品的核心卖点高度集中于“美白”本身（96.57%），其次为“护肤”（90.40%）以及“淡斑”“改善暗沉”“提亮”等功能性表述，说明当前市场已从单一淡斑逻辑升级为复合功效叠加的系统化方案。在细分功效中，“高保湿”“保湿”“补水”等相关功效关键词占比较小，但仍说明多元功效为品牌的美白护肤品重要卖点之一，与美白核心功效共同构成功能支撑体系。从人群指向看，“女性”提及率高于“男士”，但整体占比不足2%，说明当前传播仍以功效为核心，而非人群细分驱动。从消费者评价词云来看，进一步印证产品口碑整体偏正向，“好用”“很好”“不错”“回购”“正品”“物超所值”等高频词凸显满意度与复购意愿较强，价格与性价比成为重要决策因素；同时“差评”“过敏”“不好用”等负面词占比相对较小，但提示功效稳定性与敏感肌适配仍是潜在风险点。整体来看，美白赛道呈现“强功效主张+修护打底+性价比强化”的结构特征，市场竞争重心已从概念教育转向功效验证与口碑沉淀。在此背景下，品牌将愈发重视成分组合创新与临床数据支撑，通过强化科研背书与真实测评内容，提升消费者信任度与长期品牌黏性。

中国美白护肤品产业链分析——销售渠道及价格带

抖音美白护肤品销售呈现“达人主导+中高端集中”双重特征，渠道端高度依赖达人种草与分销生态，价格端则聚焦300-500元核心区间，品牌自营与高低价位市场仍具结构性提升空间

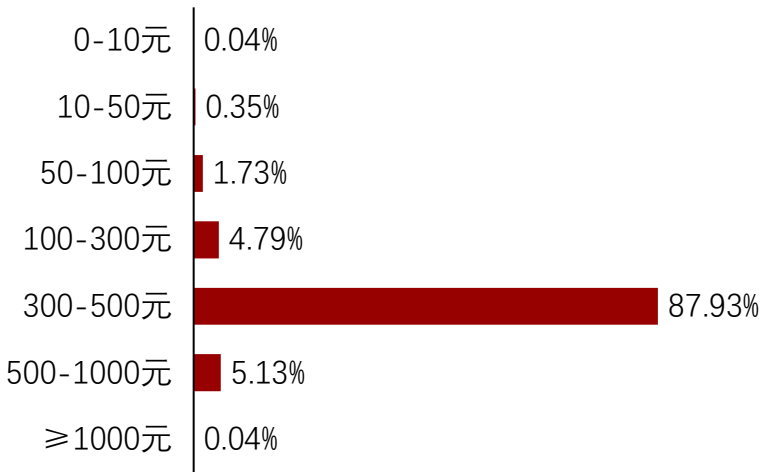
美白护肤品销售渠道（抖音），2025/03-2026/03 美白护肤品价格带的销售额分布

单位：[百分比]



美白护肤品在抖音的销售渠道以“达人号”为主，占比达74.18%，远超其他渠道，说明达人的内容种草和直播带货在美白护肤品销售中起到核心推动作用。其次是“商品卡”，占比15.53%，反映用户通过搜索或直接浏览商品链接完成购买的行为也较为普遍。“商家自营”占比6.96%，“品牌自营”仅占3.33%，说明品牌方在抖音的直接运营力度相对较弱，更多依赖达人或第三方商家进行分销。整体来看，抖音美白护肤品销售高度依赖达人生态，品牌自播与自营仍有较大增长空间。

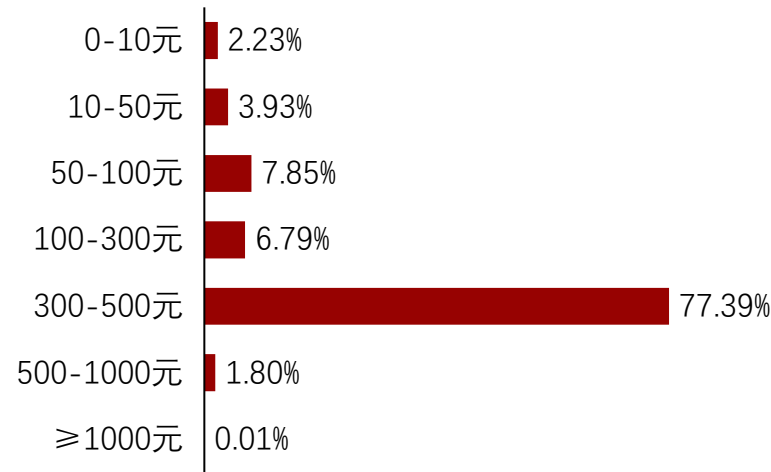
单位：[百分比]



300-500元价格带以87.93%的占比成为主力销售区间，说明消费者对美白护肤品的价格接受度高度集中于中高端价位，该区间产品在功效及价格更具竞争力。100-300元（4.79%）和500-1000元（5.13%）价格带占比相对较低，而0-10元（0.04%）、10-50元（0.35%）、50-100元（1.73%）及≥1000元（0.04%）等极低或极高价位段占比均不足2%，几乎可忽略，说明低价位产品难以满足美白功效需求，超高价位也非主流消费选择。

美白护肤品价格带的销量分布

单位：[百分比]

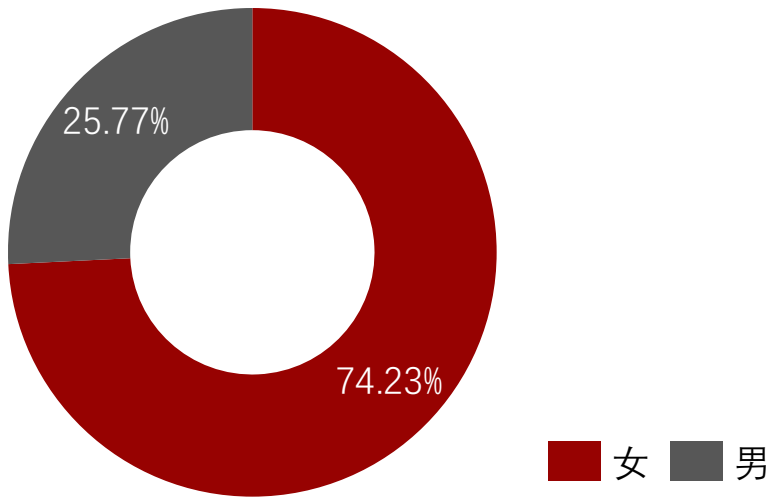


从价格带销量分布来看，美白护肤品销售高度集中于300-500元区间，占比达77.39%，呈现明显的“中高端主导”结构，说明消费者对美白产品具备较强的品质与功效预期，愿意为成分、科技与品牌背书支付溢价。相比之下，100-300元（6.79%）与50-100元（7.85%）占比较为有限，500元以上产品占比不足2%，显示高端及超高端市场仍属小众。整体来看，美白赛道价格重心上移，中高端区间成为品牌竞争与价值塑造的核心阵地。

中国美白护肤品产业链分析——消费人群

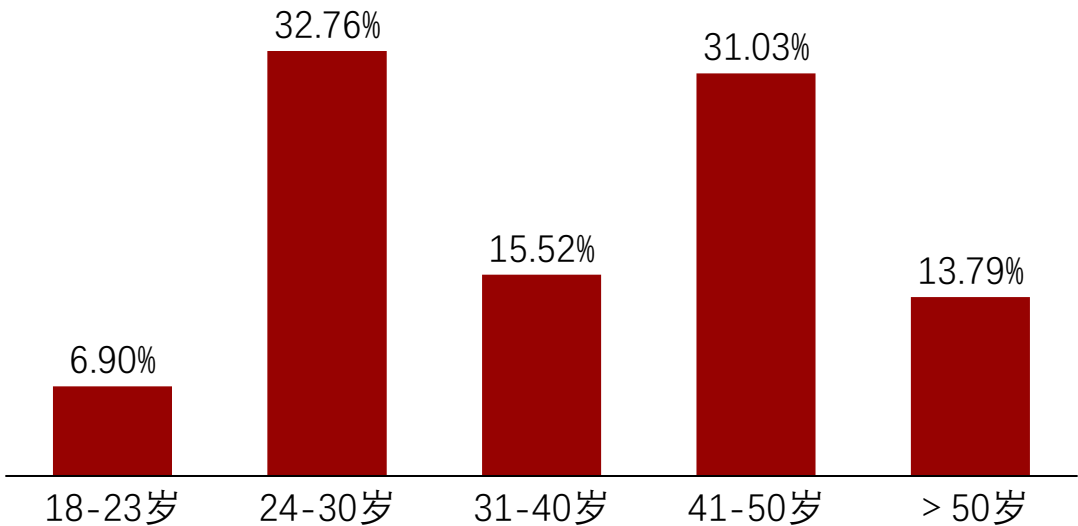
抖音美白护肤消费呈现“女性主导、男性增长”与“中段年龄集中”并行特征，需求向成熟高价值人群聚焦，品牌需深耕核心客群并细分男士市场，以差异化产品与内容策略驱动结构性增量

美白护肤品消费人群（按性别划分）



从抖音平台的美白护肤品消费人群性别分布来看，女性消费者占比高达74.23%，男性消费者占比为25.77%，说明美白护肤品的消费群体仍以女性为主导，但男性市场也具备一定规模。这种性别差异一方面源于传统护肤观念中女性对美白、护肤的需求更突出，另一方面也反映出男性护肤意识正在逐步觉醒，美白不再是女性的专属需求。未来来看，男性美白护肤市场具备进一步细分与培育空间。一方面，男性消费者更关注肤色均匀、控油清爽与痘印淡化等实际改善效果，对产品功效表达偏理性与结果导向；另一方面，在内容消费层面，男性更易受测评类、功效对比类内容影响，决策路径相对直接。因此，品牌在维持女性核心客群的同时，可通过推出更具针对性的男士专研系列，提升男性用户渗透率。

美白护肤品消费人群（按年龄划分）

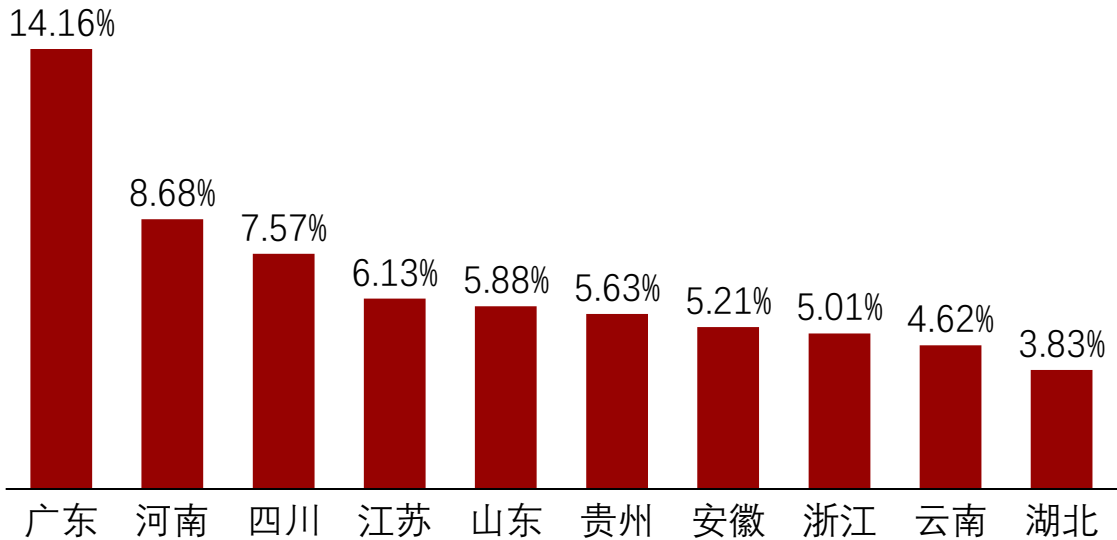


从年龄结构看，24-30岁（32.76%）与41-50岁（31.03%）构成抖音平台美白护肤品的双核心消费群体，两者占比合计超过60%，显示需求呈现明显的阶段性特征。前者多处于职场起步与形象塑造关键期，对肤色管理与外在精致度关注度较高；后者则叠加抗衰与提亮双重诉求，更强调肤质改善与年龄管理协同。31-40岁（15.52%）为承接型人群，需求相对均衡；18-23岁（6.90%）及50岁以上（13.79%）占比偏低，分别受消费能力、护肤认知成熟度及需求重心转移等因素影响。整体而言，美白消费呈现“中段集中、两端相对收缩”的格局，消费重心向成熟与高价值人群倾斜。品牌可围绕核心年龄层构建差异化产品矩阵与内容策略，同时通过教育与场景渗透布局潜力人群。

中国美白护肤品产业链分析——消费地域

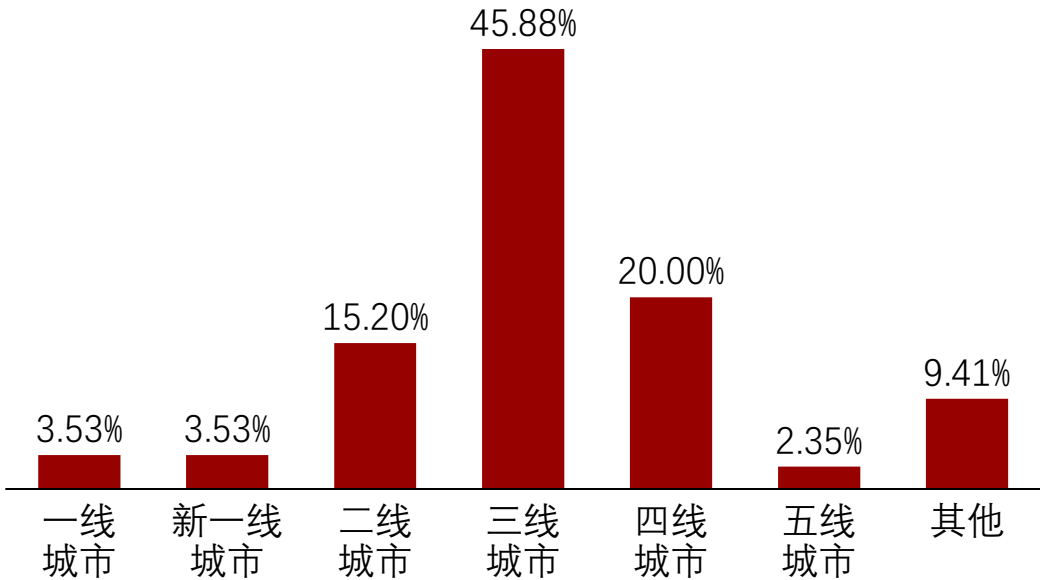
整体来看， 抖音美白护肤品消费呈现“区域头部集中、城市结构下沉”的双重特征， 需求由沿海强省向人口大省扩散， 并以三四线城市为核心增长引擎， 品牌需实施分层市场与渠道差异化运营策略

美白护肤品消费地域（按省份划分）



在抖音的美白护肤品消费人群中，来自广东省的人群占比最高，达14.16%，远高于其他省份，体现出广东地区消费者对美白护肤品的需求旺盛，这与当地紫外线强、气候湿热导致色沉问题突出，以及较高消费能力和精细化护肤意识密切相关；河南（8.68%）、四川（7.57%）紧随其后，构成第二梯队；江苏（6.13%）、山东（5.88%）、贵州（5.63%）、安徽（5.21%）、浙江（5.01%）、云南（4.62%）、湖北（3.83%）占比依次递减，整体呈现“头部集中、梯度下沉”的区域分布特征。该结构表明美白消费需求已由一线及沿海发达地区向人口大省及新兴消费市场扩散，下沉市场与高人口基数省份正成为重要增量来源。

美白护肤品消费地域（按城市等级划分）



从城市等级来看，在抖音的美白护肤品消费人群中，三线城市占比最高，达45.88%，成为核心消费主体，显示下沉市场美白需求显著释放；四线城市占比20.00%，二线城市15.20%，“其他”类别9.41%；一线与新一线城市均为3.53%，五线城市最低为2.35%。整体呈现“下沉主导、高线偏低”的结构特征，反映抖音渠道对三四线城市渗透度更高，内容种草与高性价比产品更易触达该类人群。同时，高线城市消费者可能更多通过线下专柜及综合电商平台购买。未来品牌应强化下沉市场的达人合作与价格带布局，同时在高线城市提升品牌溢价与专业背书，实现分层运营与渠道协同。

第三部分：发展趋势

主要观点：

- 中国美白护肤品赛道升级，品牌构建多功效系统化方案，通过多环节调控黑色素并结合抗氧化、抗糖化、屏障修护，实现从“单点抑制”到“系统调控”的转变
- 整体来看，美妆行业正加速向科技化与皮肤科学方向升级，资本与需求双重驱动下，具备医研实力、明确作用机理与专业背书的产品将成为市场竞争核心与增长主线
- 家用医美护肤品已由日常护理品类转向问题修复型解决方案，市场增长高度集中于舒缓与屏障修复赛道，品牌需围绕术后稳定与恢复效率构建核心竞争力

中国美白护肤品发展趋势（1/3）

中国美白护肤品赛道升级，品牌构建多功效系统化方案，通过多环节调控黑色素并结合抗氧化、抗糖化、屏障修护，实现从“单点抑制”到“系统调控”的转变

多渠道协同下的多功效系统化美白

➤ 当前美白赛道已由单一“淡斑”逻辑，升级为系统化、机制导向的综合解决方案。品牌侧重构建多维协同的功效框架，通过对黑色素生成信号的前端调控、合成过程的关键酶干预以及代谢与转运环节的优化管理，实现更为完整的作用链路闭环。在此基础上，抗氧化防御、抗糖化干预与屏障修护机制被纳入同一配方体系，以降低炎症刺激与环境压力对色沉的放大效应，增强肌肤稳态维持能力。整体来看，美白产品正从“单点抑制”转向“系统调控”，强调机制协同与长期安全性的平衡。



谷雨：光感美白淡斑匀净精华液

- 抑制黑色素生成：利用高纯度光甘草定抑制酪氨酸酶活性
- 改善肌肤红印：吴茱萸提取物+VB5
- 淡化斑点：极光甘草+3重御黑因子（淡化表面斑），极光甘草+牡丹提取物（预防潜在斑）
- 提升屏障耐受：角鲨烷+β-葡聚糖



欧诗漫：光耀钻白精华液

- 抑制黑色素生成：珍白因+377
- 去黄：烟酰胺（阻止黑色素向上传输）+光甘草定（减少氧化自由基）
- 不刺激：搭配温和舒缓体系，保湿维稳（鼠李糖+海藻糖）

珀莱雅：双抗焕亮精华液

- 阻截黑色素：烟酰胺+传明酸
- 抗氧通路：通过麦角硫因、虾青素、EUK-134等成分，清除自由基
- 抗糖通路：通过脱羧肌肽、Collrepair等成分，抑制糖化反应
- 舒缓维稳：添加依克多因、油橄榄叶提取物等成分



OLA：淡斑小白瓶

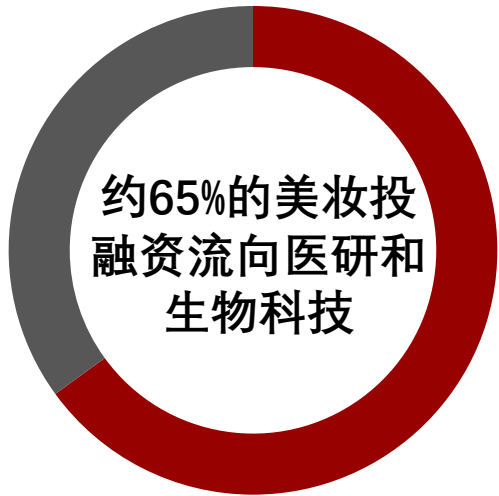
- 源头抑制：色淡林，抑制黑色素母体（黑素细胞）的树突生成
- 中途阻断：烟酰胺，通过抑制黑色素小体向角质层的转运
- 舒缓维稳：通过红没药醇、泛醇和甘草酸二钾的协同作用，舒缓肌肤刺激



中国美白护肤品发展趋势（2/3）

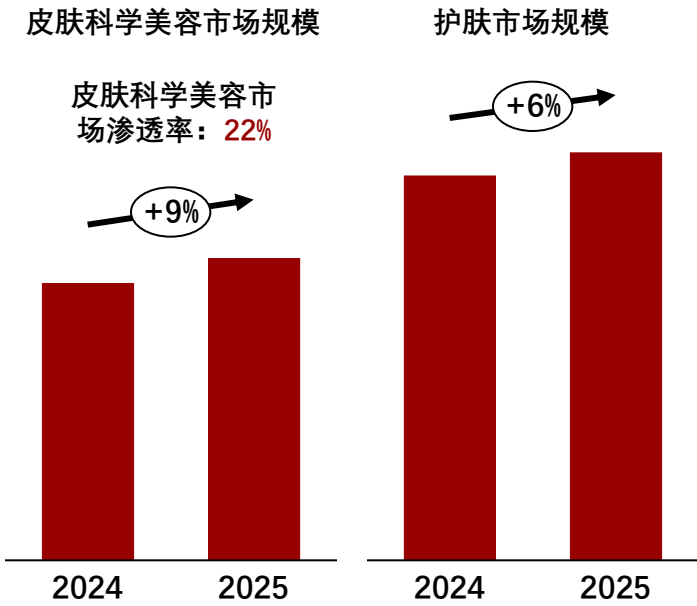
整体来看，美妆行业正加速向科技化与皮肤科学方向升级，资本与需求双重驱动下，具备医研实力、明确作用机理与专业背书的产品将成为市场竞争核心与增长主线

美妆融资情况，2024年



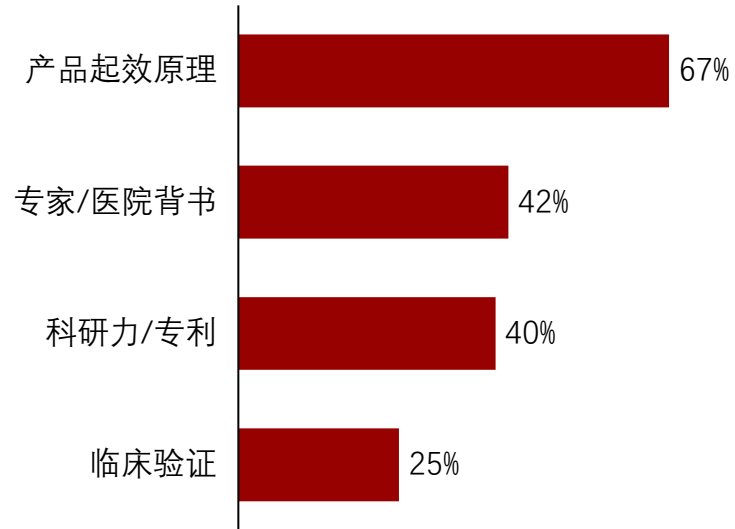
2024年中国美妆行业约65%的投融资资金流向医研与生物科技赛道，显示资本布局明显向技术研发与生物应用能力倾斜，凸显“科技驱动型美妆”成为行业主线。投资重心聚焦医研级活性成分开发、生物发酵技术及功效验证体系建设，强调以科研实力提升产品安全性与功效确定性。在此背景下，美妆产业正加速向专业化、精细化与科技化方向升级，企业通过强化研发壁垒与成分创新构建差异化优势。

护肤与皮肤科学美容市场规模及增速



2024-2025年，护肤市场规模增速为6%，皮肤科学美容市场渗透率达22%且增速9%。可见护肤市场增长稳健，皮肤科学美容虽渗透率低但增速更快，反映消费者对专业皮肤美容的需求加速释放。行业在大众护肤与专业美容领域均有发展动力，品牌可侧重皮肤科学美容的技术研发（如医研成分、生物科技应用），同时夯实护肤产品矩阵，满足多元护肤需求，把握市场增长机遇。

消费者皮肤科学美容产品讨论点，2025年

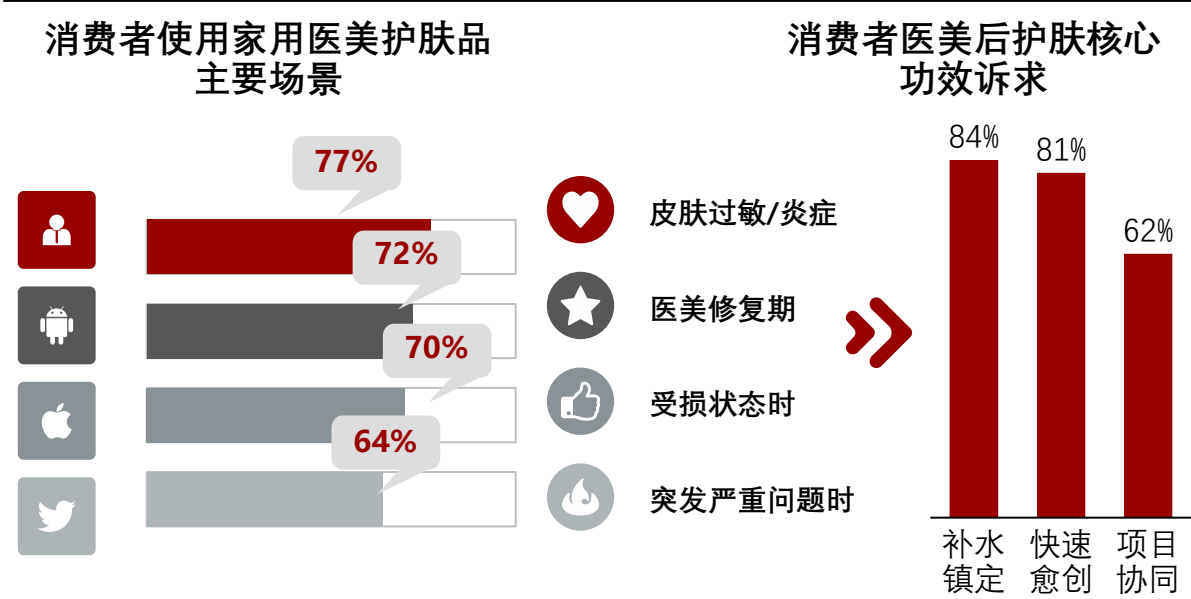


2025年消费者对皮肤科学美容产品的讨论点分布中，“产品起效原理”讨论占比最高，达67%，反映消费者最关注产品的作用机制；“专家/医院背书”占42%，“科研力/专利”占40%，体现消费者对产品专业性的重视；“临床验证”占25%，相对低。整体来看，消费者对皮肤科学美容产品的讨论聚焦于科学属性（起效原理、科研、背书、验证），说明市场偏好具备医学逻辑、专业支撑产品。

中国美白护肤品发展趋势（3/3）

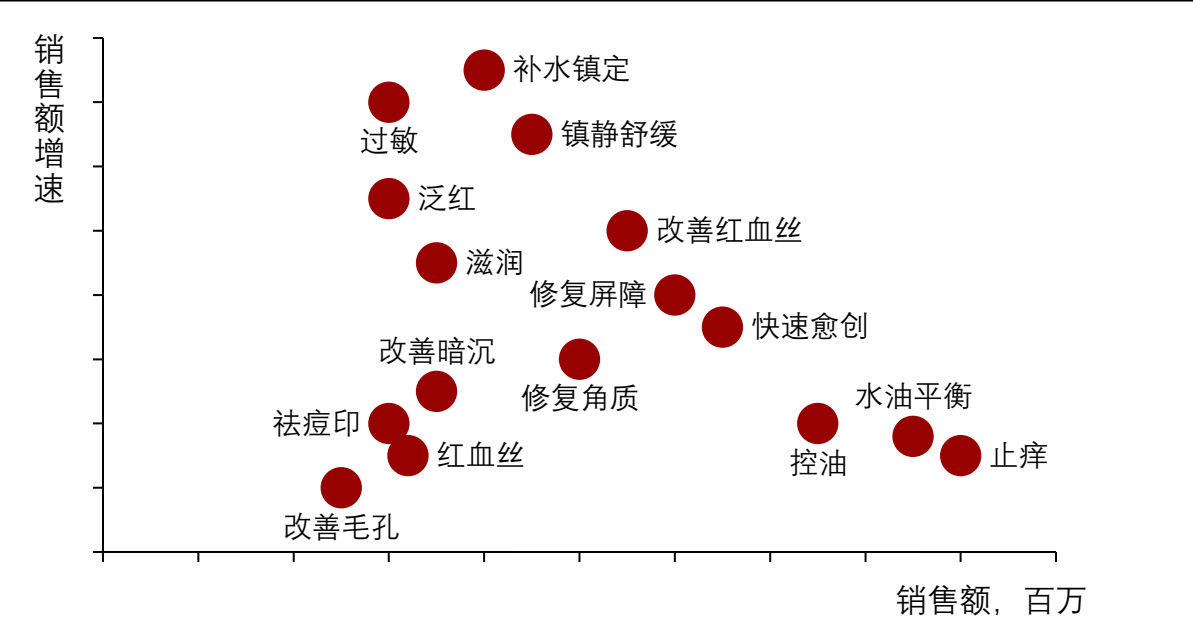
家用医美护肤品已由日常护理品类转向问题修复型解决方案，市场增长高度集中于舒缓与屏障修复赛道，品牌需围绕术后稳定与恢复效率构建核心竞争力

家用医美护肤品的需求，2025年



在2025年家用医美护肤品的使用场景中，77%的消费者在皮肤过敏或炎症期使用，72%用于医美修复阶段，70%针对皮肤受损状态，64%在突发严重问题时介入，说明消费者将其视为“问题发生后的修复工具”，强调应急修护与屏障重建能力。在此基础上，医美后护肤功效诉求进一步聚焦：84%追求补水镇定，81%关注快速愈创，62%期待与医美项目形成协同效果，体现出对舒缓稳定、加速恢复及疗程配套管理的系统性需求。整体来看，家用医美护肤品的消费逻辑由日常护理转向问题导向型使用，其核心价值在于提升修复效率与恢复确定性，满足消费者对安全性与功效可预期性的双重期待。

医美后场景市场高增细分品类与功效机会分布，2025年



从2025年医美后场景市场的高增细分品类与功效结构来看，“补水镇定”“镇静舒缓”在销售规模与增速双维度表现突出，属于高增长且体量可观的核心赛道；“改善红血丝”“修复屏障”“快速愈创”等亦呈现较快增长，规模处于中高区间，具备良好的扩张潜力；“控油”“水油平衡”“止痒”虽基数较大，但增速相对平稳；而“祛痘印”“改善暗沉”“改善毛孔”等规模与增速均偏低，处于边缘细分。整体而言，医美后市场增长动能主要集中于舒缓与修复类功效，反映消费者对术后稳定性与恢复效率的高度关注；未来品牌应强化屏障重建与炎症调控技术，同时通过场景教育提升规模型功效的价值认知，实现结构优化与持续增长。

头豹业务合作

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

报告作者



袁栩聪
首席分析师



林若薇
行业分析师

• service@leadleo.com

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

行研训练营

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

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道
华润置地大厦E座4105室
邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室
邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发
区兴智科技园B栋401
邮编：210046



方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，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。

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。

