



头豹
LeadLeo

2026年 蚊帐行业词条报告

头豹分类/综合及概念/新能源汽车/电驱动&电控/散热器

蚊帐：技术创新与环保升级双轮驱动，行业迈向百亿市场新纪元 头豹 词条报告系列



付淑芳 · 头豹分析师

2026-03-16

未经平台授权，禁止转载

行业分类：综合及概念/散热器

摘要

行业定义

蚊帐是一种避免蚊子叮咬的帐幕，通常由网状材质制成，通过物理隔绝的方式阻挡蚊虫进入睡眠区域，为使用者提供安全、舒适的睡眠环境。

行业分类

蚊帐的结构多样，可按照产品结构进行分类。

按产品结构分

可分为：方顶蚊帐、蒙古包蚊帐、吊顶蚊帐、折叠蚊帐。

方顶蚊帐

主要特点：【1】结构相对稳固，不易倒塌，支架多为烤漆金属或玻璃纤维；【2】空间较大，适合多人使用；【3】包括三开门设计（宫廷式）或简易折叠式两种。适用场景：【1】适合家庭使用（如卧室、儿童房）；【2】需要大面积防蚊。

蒙古包蚊帐

主要特点：【1】顶部呈圆拱形，类似蒙古包设计；【2】免安装或简易安装，支架多为玻璃纤维或碳纤维；【3】空间较小，进出方便。适用场景：【1】适合单人使用（如学生宿舍、租房）；【2】临时防蚊需求，追求便捷安装的用户。

吊顶蚊帐

主要特点：【1】固定在天花板或者支架上，形成独立封闭空间；【2】节省地面空间，安装后不易移动，需专业安装；【3】透气性一般，白天可收纳（部分设计支持）。适用场景：【1】空间有限的卧室（如小户型、婴儿床）；【2】长期固定使用需求。

折叠蚊帐

主要特点：【1】可折叠收纳，轻便易携带，适合户外活动；【2】无支架设计，对不平整地面适应性差；【3】多为化纤或尼龙，防蚊与耐用性兼顾。适用场景：【1】适合露营、野营等户外场景；【2】临时应急使用（如旅行）；【3】适合儿童推车。

行业特征

蚊帐的行业特征包括（1）具备环保性和便捷性、（2）应用场景广泛、（3）供应链成熟度高。

（1）具备环保性和便捷性

市场上主流的驱蚊工具有蚊帐、蚊香、电蚊液、电蚊拍四种，分别以隔离、燃烧、电热和电击为原理驱赶/击杀蚊虫，适用于不同场景与需求。但相对于其他三者，蚊帐更具备环保性（蚊香和电蚊液均采用化学原理驱蚊，易产生有毒物质）和便捷性（电蚊拍依靠高压电击灭

蚊，即时高效但需手动操作）。

(2) 应用场景广泛

蚊帐作为防蚊利器，其应用场景广泛且多样化，不同场景对蚊帐的功能需求和设计要求各不相同，如家庭场景要求防蚊面积大、宿舍场景要求安装简单、户外露营场景要求轻便易携带。

(3) 供应链成熟度高

蚊帐行业展现出供应链的高成熟度，其生产和分销渠道显现出良好的系统性和稳定性。行业内主要品牌和制造商已经建立起稳定的供应商网络，涵盖了从原材料购置到成品销售的全方位链条。产品种类繁多，包括棉布、聚乙烯、聚酯纤维等，预示着原料采购环节有多个选择，能够较为有效地适应市场需求的变化。而对于物流体系而言，竞争激烈下的供应链反应机制必须灵活高效，尽管缺少具体数据，但不难推断，有效的供应链管理正是支撑行业发展的关键因素。

发展历程

蚊帐起源于古代，行业历经材质革新（蚕丝→麻葛→棉纱→化纤）、功能迭代（防蚊→装饰→智能集成）及文化意义变迁（奢侈品→民生品→科技产品）。未来，智能化/轻量化/环保化将继续引领行业发展。

萌芽期 · 1980-01-01

竹编、草编、棉纱等材质的蚊帐成为主流，因成本低廉成为民间实用工具。
手工编织，款式单一，吸水性强，易变形；民间生活实用工具，普及率低。

启动期 · 1980-01-01~2000-01-01

随着化纤材料（涤纶、尼龙）与加密网纱的普及，蚊帐实现机械化生产，轻便耐用且透气性提升，防蚊效果显著，成为家庭必备用品。
网眼密度提升；机械化生产，轻便易清洗；成为家庭必需品。

高速发展期 · 2000-01-01~至今

功能性材料与环保设计兴起，防蚊、抗菌、防坠床等功能叠加，智能化设计（LED灯带、自动开合）进一步拓展蚊帐使用场景。
多元化设计（蒙古包式、折叠式）；防蚊涂层主动驱蚊；环保与智能化结合；融入时尚与科技，成为家居美学符号。

产业链分析

蚊帐产业链的发展现状

蚊帐行业产业链上游为原材料和设备供应环节,主要作用为中游厂商提供纤维等原材料及织机等设备；产业链中游为蚊帐生产环节,主要生产蚊帐产品；产业链下游为消费环节,主要作用购买蚊帐产品。

蚊帐行业产业链主要有以下核心研究观点：

综合家纺企业、专业蚊帐厂商、贴牌及零售店三大阵营形成差异化竞争。

水星/富安娜等大型家纺企业凭借品牌背书与渠道优势覆盖基础需求，新品开始注重材质升级（如A类母婴标准、高透气面料）、功能创新（如防摔）和场景细分（婴儿/儿童防护）；美朵嘉/半弦月等自主创新品牌通过场景化设计、技术参数升级和精准市场定位，在细分领域建立竞争壁垒；南极人/无印良品等贴牌/零售店则依靠供应链优势推出多款基础产品，以性价比覆盖大众市场。

上 产业链上游环节分析

生产制造端

原材料和设备供应

上游厂商

- 江苏联发纺织股份有限公司
- 华纺股份有限公司
- 达利丝绸（浙江）有限公司
- 新疆新赛棉业有限公司
- 桐昆控股集团有限公司
- 吉林化纤股份有限公司
- 华峰集团有限公司
- 浙江伟星实业发展股份有限公司

上游分析

纤维产量持续增长确保蚊帐所需原料供应充足；棉花价格下降及涤纶价格剧烈振荡或将影响蚊帐生产商成本波动。

1.蚊帐的原材料以棉等天然纤维和涤纶等化学纤维为主；近年来，中国纤维产量持续增长，确保蚊帐生产所需原料的充足供应，同时再生纤维的快速发展也推动行业向绿色转型。

中国是纤维生产大国，纤维产量占全球纤维总产量的70%以上。按来源不同，纤维可以分为天然纤维和化学纤维两种，前者以棉为主，后者以涤纶（聚酯纤维）、锦纶（尼龙）等合成纤维和再生纤维（人造纤维）为主。2020-2024年，中国棉花产量从591万吨增至616万吨，CAGR为1.1%，整体维持稳定；中国化学纤维产量从6,025万吨增至7,475万吨，CAGR为5.5%，保持增长，其中涤纶产量从4,923万吨增至6,226万吨、锦纶产量从384万吨增至459万吨、再生纤维产量从395万吨增至516万吨，CAGR分别为6.0%、4.5%和6.9%。纤维产量的持续增长不仅确保了蚊帐生产所需原材料的充足供应与供应链的稳定性，同时再生纤维技术的快速发展也有力推动了该行业向可持续发展方向转型。

2. 2024年以来，棉花价格持续下跌或将推动棉质蚊帐成本下降，涤纶价格剧烈振荡或将造成涤纶蚊帐生产成本显著波动；此外，棉花和涤纶价差扩大可能促使蚊帐行业加速向高性能化纤蚊帐转型。

2024年以来，棉花价格呈现显著下跌趋势，棉花现货均价由2024年5月的16,264元/吨下降至2025年5月的14,466元/吨，主要受供需宽松、库存高位及中美贸易摩擦等因素压制；涤纶价格波动显著，涤纶长丝POY（涤纶预取向丝）价格由2024年5月的7,350元/吨上升至2024年7月的8,000元/吨后一路下滑至2024年11月的6,600元/吨，2025年以来，涤纶长丝POY价格在6,200元/吨-7,300元/吨之间波动，主要受PTA（精对苯二甲酸）成本波动影响。由于蚊帐多采用涤纶长丝（轻便、耐用），涤纶价格剧烈振荡将对其生产成本造成不利影响，而棉花价格下跌可能推动棉质蚊帐（如传统纱制产品）成本下降，间接增强价格竞争力。此外，棉花与涤纶价差扩大，可能促使企业更倾向于使用涤纶材料，加速行业向高性能化纤蚊帐转型。同时，原材料价格下行有助于企业优化利润空间，但需警惕中美贸易政策变化对出口型蚊帐企业的冲击。

中 产业链中游环节分析

品牌端

中游厂商

上海水星家用纺织品股份有限公司

深圳市富安娜家居用品股份有限公司

湖南梦洁家纺股份有限公司

罗莱生活科技股份有限公司

远梦家居用品股份有限公司

宁波博洋家纺集团有限公司

多喜爱家居用品有限公司

苏州美朵嘉家用纺织品有限公司

半弦月（深圳）生活科技有限公司

江苏夏维怡纺织科技有限公司

上海金娇电子商务有限公司

厦门优优公主贸易有限公司

湖州卡尔马亚纺织有限公司

湖州高睿经编实业有限公司

南通官旗名品纺织品有限公司

广州懒人家居用品有限公司

南极人（上海）电子商务有限公司

中游分析

市场参与者众多，可分为综合型家纺企业、专业蚊帐厂商及贴牌厂商。

1. 综合型家纺企业凭借自身品牌影响力、成熟的供应链和广而深的渠道占据市场重要地位。

蚊帐行业参与者众多，其中综合型家纺企业凭借自身品牌影响力、成熟的供应链和广而深的渠道占据市场重要地位。从产品丰富度看，水星家纺、富安娜、博洋家纺和多喜爱蚊帐款式丰富，共有10+款。从应用场景看，水星家纺蚊帐产品覆盖家庭卧室、宿舍、儿童/婴儿防摔等多场景；富安娜、罗莱生活和远梦家居蚊帐产品以家庭卧室、宿舍场景为主；梦洁家纺以宿舍场景为主；博洋家纺和多喜爱则主打儿童/婴儿防摔场景。从2025年上新情况看，博洋家纺和多喜爱均推出多款新品，两者新品多强调A类母婴级标准、免安装、防摔、360°全罩式设计；富安娜新品注重面料的高透气性；水星家纺部分新品采用100%新疆长绒棉以达到更透气、更柔软的效果。

2. 专业蚊帐厂商通过垂直领域深耕形成差异化竞争。

与水星家纺等大型家纺企业不同，美朵嘉、半弦月等专业蚊帐厂商通过垂直领域深耕，即针对母婴、学生、户外等细分人群，强调功能性设计（如防摔、抗菌），形成差异化竞争。例如：美朵嘉热销产品强调床单蚊帐2合1设计（国家专利），以确保更舒适的睡眠；半弦月、九洲鹿、丸丫等强调帐纱承重能力以适配婴儿/儿童防摔场景；夏维怡采用可折叠式设计提高便捷度。从品牌定位看，美朵嘉、半弦月、丸丫及雅鹿均定位中端市场；夏维怡、九洲鹿、高睿、艾薇等则主打低端市场，强调基础功能和性价比。此外，南极人、猫人、北极绒等贴牌厂商和无印良品等零售店依托供应链优势，推出多款基础款蚊帐，以性价比覆盖大众市场，但缺乏核心技术突破。

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

消费环节

渠道端

消费者

下游分析

女性为主要消费群体，消费价格集中在300以内，且对防摔防掉床的功能关注度显著提升。

1. 24-40岁的女性群体是蚊帐的消费主力，100-300元的产品最受欢迎。

从年龄看，购买蚊帐的多为24-40岁的女性群体（女性消费占比达68%）。一方面，该年龄段是生育高峰期，婴幼儿体质较弱，对防蚊、防虫、防摔需求迫切；另一方面，该年龄段普遍具备健康防护意识，更关注蚊帐的防蚊密度、环保材质及抗菌性能。从价格看，100-300元的蚊帐产品除了具备基础防蚊功能，又可以满足消费者对安全性、设计感和场景适配性的要求。从渠道看，消费者倾向于通过品牌旗舰店购买蚊帐，以确保品质与售后；而抖音平台的蚊帐销售则高度依赖直播带货，通过实时互动与限时优惠吸引冲动消费。

2. 消费者对于蚊帐的防摔防掉床功能关注度显著提升。

消费者对蚊帐的防摔、防掉床功能关注度显著提升，这主要源于对婴幼儿安全防护的迫切需求。随着育儿观念的升级，家长普遍意识到传统蚊帐仅具备防蚊功能已无法满足实际场景需求，尤其在婴幼儿学爬、学走阶段，跌落风险成为核心痛点，促使家长优先选择加高围栏、全包围的防摔蚊帐（如防摔蚊帐/一体式蚊帐）。这类产品通过高强度支架（如铁艺或铝合金）、加密网纱（如六棱蜂巢网纱）及底部防滑加固，有效提升帐纱顶破力和稳定性，确保婴儿/儿童在活动时不易移动或跌落。例如：抖音蚊帐热销卖点中，多次出现“儿童”、“防摔”、“防掉床”等关键词。此外，折叠蚊帐因其轻量化和易收纳特性、免安装蚊帐因其便携性，能很好地契合户外（对轻量化、便携性需求高）、租房（空间小，对收纳要求高）等场景需求，销售额实现剧增。例如：2025年3月，快手平台折叠蚊帐GMV同比增长166%。

行业规模

蚊帐行业规模的概况

2020年—2024年，蚊帐行业市场规模由59.93亿人民币元增长至80.29亿人民币元，期间年复合增长率7.59%。预计2025年—2029年，蚊帐行业市场规模由85.17亿人民币元增长至105.93亿人民币元，期间年复合增长率5.60%。

蚊帐行业市场规模历史变化的原因如下：

租房市场带来稳定增量。

1. 租房市场需求为蚊帐行业提供稳定增量。

中国租房群体庞大，约有2.6亿人次，其中四个一线城市租房人数近4,000万，租房比例接近50%，且随着90后、00后新生代购房理念转变推动个人选择租房生活（超50%的租客接受5年以上的租房生活，近20%的租客接受10年以上租房生活）、保租房的普及释放家庭型租赁需求（例如：2024年全国筹建配售型保障性住房/保租房/公租房172万套），将有效带动功能性、便捷性家居用品市场增长。在这一趋势下，蚊帐作为提升生活品质的重要组件，也将迎来结构性增长机遇，尤其是华南地区，由于天气潮湿、多蚊虫等，成为蚊帐消费的第一大主力。例如：2024年5月20日至2025年5月20日，抖音平台购买蚊帐的群体中，位于广东的人群销售额占比达10.3%，位居第一。

蚊帐行业市场规模未来变化的原因主要包括：

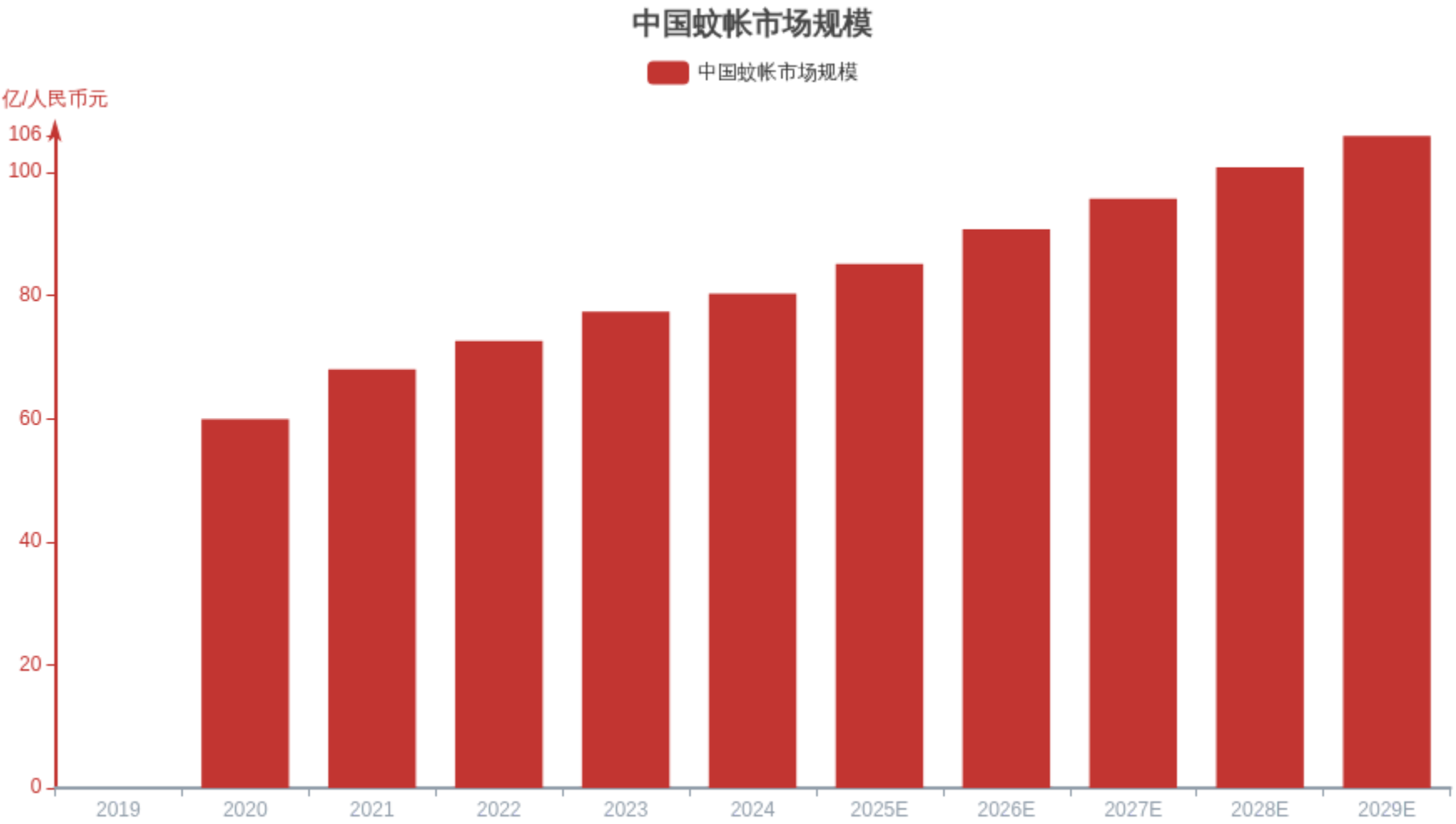
睡眠经济崛起。

1.睡眠经济崛起推动蚊帐使用助眠“黑科技”。

睡眠经济市场规模呈现持续增长态势，带动个性化智能助眠产品逐渐走俏。2016-2023年，中国睡眠健康产业市场规模由2,616亿元增至4,956亿元，期间年复合增长率约9.6%，预计到2027年，该市场规模将进一步扩大至6,587亿元。此外，企查查数据显示，中国现存睡眠经济相关企业达2万家。上述数据均说明年轻人“花钱买觉”成为新趋势（中国睡眠大数据中心调查显示，超48%的成年人存在睡眠困扰）。而睡眠经济对高品质、个性化睡眠环境的追求，也将直接带动蚊帐行业从传统家居用品向高附加值健康管理产品转型（例如，部分厂商推出的U型导轨蚊帐带有智能电动静音功能）。

规模预测

蚊帐行业规模



政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025年）》	工信部等四部门	2023-11-01	6
政策内容	到2025年，70%的规模以上纺织企业基本实现数字化网络化，研发经费投入强度达1.3%。			
政策解读	①推动蚊帐企业引入自动化设备（如智能缝纫机），提升生产效率；②鼓励使用环保材料（如再生纤维），减少生产污染。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022-2035年）》	中国纺织工业联合会	2023-08-01	6
政策内容	推动行业向高端化、智能化、绿色化、融合化发展，构建具有完整性、先进性、安全性的现代化产业体系。			
政策解读	为蚊帐行业指明智能化、绿色化、数字化的发展路径，推动其从传统劳动密集型产业向高附加值、可持续方向转型。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》	工信部、发改委	2022-04-01	6
政策内容	①强化科技创新，推动纳米、微米纤维非织造布技术产业化；②通过技术创新提升产品附加值，推动产业高端化；③推进数字化智能化制造；④支持环保、可降解材料在纺织品行业推广应用，提高天然纤维、再生纤维素纤维等应用比例。			
政策解读	①促进蚊帐布加工行业向高附加值领域转型（如智能温控、抗菌功能）；②推动企业加大研发投入，提升市场竞争力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《蚊帐》（FZ/T 62014-2015）	全国标准信息公共服务平台	2016-01-01	7
政策内容	明确蚊帐产品质量、安全性能等要求（如网眼密度、甲醛含量、色牢度等）。			
政策解读	为促进行业健康可持续发展，需协同各方力量推动蚊帐行业标准化建设，完善质量管控体系，强化市场监管力度，规范市场竞争秩序，坚决淘汰劣质产品，全面提升产品品质与行业整体竞争力。			
政策性质	规范类政策			

| 竞争格局

蚊帐竞争格局概况

蚊帐行业呈现以下梯队情况: 第一梯队公司有苏州美朵嘉家用纺织品有限公司等; 第二梯队公司有上海水星家用纺织品股份有限公司、半弦月（深圳）生活科技有限公司、广州懒人家居用品有限公司等; 第三梯队公司有湖州卡尔马亚纺织有限公司、南极电商（上海）有限公司、南通翟鹏纺织品有限公司、无印良品（上海）商业有限公司等。

蚊帐行业竞争格局形成的历史原因如下:

美朵嘉凭借创新功能持续迭代实现高溢价，在行业占据领先地位并引领行业发展。

1. 美朵嘉功能持续迭代，溢价高。

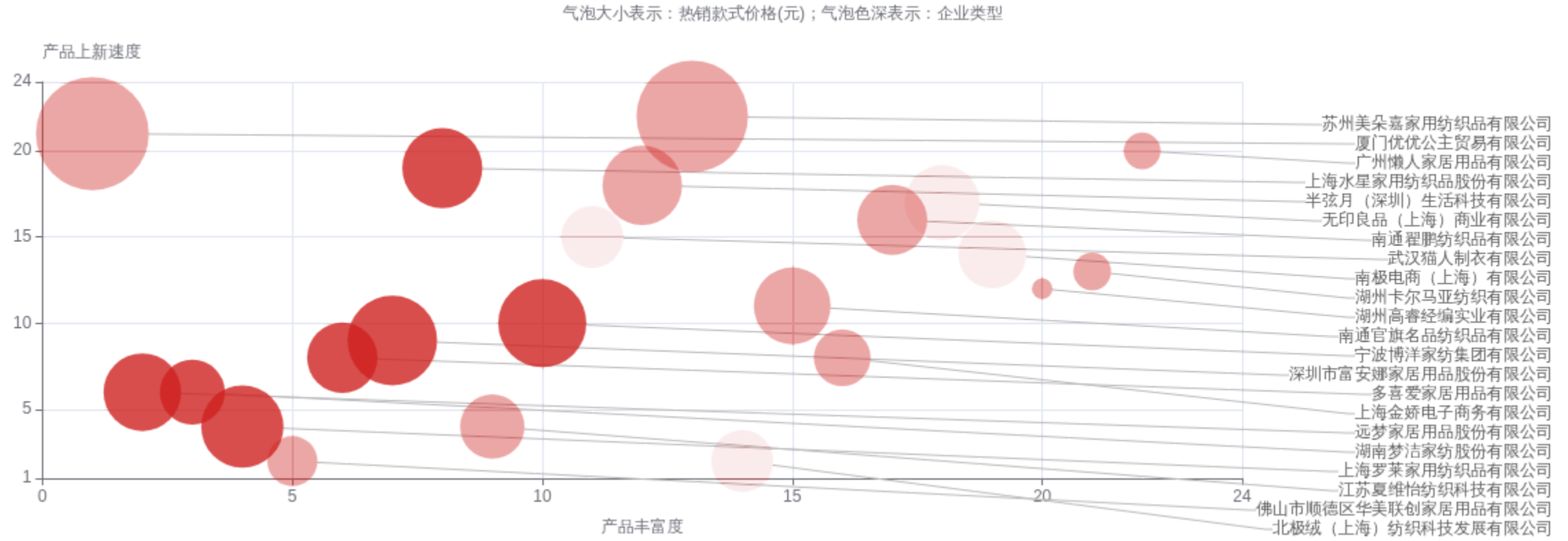
相比于CottonFaith、艳阳天、高睿家纺等品牌具备丰富的蚊帐款式，美朵嘉蚊帐凭借高安全标准和不断迭代的创新功能设计，实现显著高溢价，在行业占据领先地位并引领行业发展。具体来看，从产品丰富度看，CottonFaith、艳阳天、高睿家纺、南极人等品牌蚊帐的款式均超100种，尤其是CottonFaith，蚊帐款式多达500种，但从产品的实用性、功能性、设计感等方面看，上述品牌蚊帐款式多为基础款，产品附加值低。例如：CottonFaith热销款式均价仅为30+元；高睿家纺热销款式价格不超10元（只有纱帐）。其它品牌如美朵嘉、半弦月等的蚊帐款式虽不及上述品牌，但却凭借功能拓展（防摔、抗菌防螨等）、个性化设计等在行业获得高溢价。从产品上新速度看，美朵嘉凭借强大的研发能力实现迅速推新以及产品迭代。在淘天平台以“蚊帐”和“2025”为关键词搜索，与美朵嘉品牌相关的链接超260条，同期CottonFaith为190+条、艳阳天和高睿家纺均不足50条。

蚊帐行业竞争格局未来变化的趋势如下:

随着功能和场景不断细化，行业竞争将愈发激烈。

1. 功能化及场景化将成为竞争新焦点。

行业竞争将从同质化向细分化转变。水星、远梦等综合型家纺企业将凭借技术创新和渠道优势实现高溢价，抢占市场；美朵嘉、半弦月等专业品牌通过防摔专利、高强度支架等创新建立壁垒；南极电商等则依托供应链优势覆盖大众市场。智能化、环保材质（如竹纤维、有机棉）和场景化设计（婴儿防摔蚊帐、户外露营蚊帐）成为竞争新焦点，推动行业从基础防蚊工具向健康睡眠管理产品升级，使蚊帐从传统家居用品转型为高附加值的健康管理产品，行业竞争将更加注重技术含量、安全性能和用户体验。



上市公司速览

上海水星家用纺织品股份有限公司（ 603365 ）				湖南梦洁家纺股份有限公司（ 002397 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	18.0亿元 >	9.4	39.9	-	14.6亿元 >	4.8	43.0

深圳市富安娜家居用品股份有限公司（ 002327 ）				罗莱生活科技股份有限公司（ 002293 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	19.2亿元 >	-2.9	54.6	-	37.5亿元 >	-	44.7

企业分析

- 1 苏州美朵嘉家用纺织品有限公司

■ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	500万人民币
企业总部	苏州市	行业	纺织业
法人	叶朋	统一社会信用代码	91320506072706870D
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1372694400000
品牌名称	苏州美朵嘉家用纺织品有限公司	经营范围	销售：家用纺织品、母婴用品、服装鞋帽、地毯、卫生洁具、护肤用品、五金、交电、仪器仪表、电子产品、工艺品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：针纺织品及原料销售；日用化学产品销售；日用杂品销售；日用百货销售；家用电器销售；塑料制品销售；家居用品销售；办公用品销售；金属制品销售；专业设计服务；图文设计制作；平面设计；企业管理咨询；企业形象策划；咨询策划服务；市场营销策划；会议及展览服务；技术推广服务；面料纺织加工；家用纺织制成品制造；纺织、服装及家庭用品批发；针纺织品销售；服装辅料制造；汽车装饰用品制造；绣花加工；皮革制品制造；服饰制造；服装辅料销售；窗帘布艺制品制造；新材料技术研发；日用杂品制造；纺织专用设备制造；纺织专用设备销售；棉花加工；厨具卫具及日用杂品研发；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；劳动保护用品生产；特种劳动防护用品生产；缝制机械制造；服装制造；羽毛(绒)及制品制造；塑料制品制造；服饰研发；组织文化艺术交流活动；母婴用品制造；纺纱加工；毛皮制品加工；针织或钩针编织物及其制品制造；日用口罩（非医用）生产；货物进出口；技术进出口；食品进出口；进出口代理（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）

公司竞争优势

■ 竞争优势

附录

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、提起诉讼、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。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

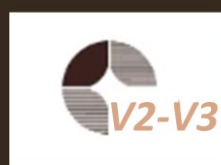
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588