头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

2021年中国火锅底料短报告

2021 China Hotpot Seasoning Industry Brief Report

2021年中国の鍋料理の材料の短い報告



概览标签：火锅底料、调味料、火锅餐饮、餐饮服务

报告作者：闵思杰

2021/01

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。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家**B2B模式人工智能技术的互联网商业咨询平台**，已形成集**行业研究**、**政企咨询**、**产业规划**、**会展会议**行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用**大数据**、**区块链**和**人工智能**等技术，围绕**产业焦点**、**热点**问题，基于**丰富案例**和**海量数据**，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

©2021 LeadLeo

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

添加右侧头豹研究院分析师微信，邀您进入行研报告分享交流微信群



图说　表说　专家说　数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生：13611634866
李女士：13061967127

南京

杨先生：13120628075
唐先生：18014813521

深圳

李先生：18916233114
李女士：18049912451

©2021 LeadLeo

短报告摘要

火锅底料是一种中式复合调味料，按照原料划分，可分为动物油型和植物油型；按照口味划分，可分为辣汤型和清汤型；按照价格划分，可分为大众市场产品和中高端产品。2020年餐饮服务火锅底料消费占比已超过**50%**，火锅餐饮市场的蓬勃发展将带动火锅底料消费需求。中国火锅底料市场增长潜力较大，预计到2025年中国火锅底料市场规模将达到**417.5**亿元，5年复合增长率将达到**17.3%**。

◆ **主要原料大豆油价格上涨**

火锅底料以动、植物油脂、辣椒、花椒、食盐、味精、香辛料、豆瓣酱等为主要原料，其中大豆油价格在2020年期间大幅上涨，值得投资者关注。2020年12月，36城大豆油零售价格为5.05元/500g，相比2019年同期增长3.8%。

◆ **销售渠道以经销为主**

火锅底料市场可分为to B的餐饮服务市场和to C的零售市场，在两个细分市场中，经销商网络均为火锅底料最主要的销售渠道。火锅底料生产商对渠道掌控能力较弱，依赖经销商进行产品流通。

◆ **行业竞争格局分散**

中国火锅底料市场竞争格局较分散，2019年行业CR5为41.6%，其他行业参与者市占率均在5%以下。颐海国际、天味食品、红九九是市场份额最大的三家火锅底料生产商，其中颐海国际经销网络覆盖最广，业务已拓展至海外市场。

企业推荐：

颐海国际、天味食品、海天味业

©2021 LeadLeo

目录

- 名词解释 ---------- 07
- 中国火锅底料行业市场综述 ---------- 09
  - 定义及分类 ---------- 09
  - 销售渠道 ---------- 10
  - 市场规模 ---------- 11
- 中国火锅底料行业市场竞争格局 ---------- 13
- 中国火锅底料行业上市公司推荐 ---------- 15
  - 颐海国际 ---------- 15
  - 天味食品 ---------- 17
  - 海天味业 ---------- 19
- 方法论 ---------- 21
- 法律声明 ---------- 22

©2021 LeadLeo

Content

- Terms ---------- 07
- China Hotpot Seasoning Industry Overview ---------- 09
  - Definition and Categories ---------- 09
  - Sales Channel ---------- 10
  - Market Size ---------- 11
- China Hotpot Seasoning Industry Competitive Landscape ---------- 13
- China Hotpot Seasoning Industry Enterprise Recommendation ---------- 15
  - Yihai International ---------- 15
  - Teway ---------- 17
  - Haitian ---------- 19
- Methodology ---------- 21
- Legal Statement ---------- 22

©2021 LeadLeo

名词解释

- **定制餐调：**火锅底料生产商根据连锁餐饮客户需求进行定向开发的产品，产品风味根据客户要求制作。
- **直营商超渠道：**火锅底料生产商不通过经销商、直接向商超企业供货的方式。
- **SKU：**Stock Keeping Unit，库存进出计量的单位，可以是以件、盒、托盘等为单位。

©2021 LeadLeo

行业综述
Industry Overview




innovation map
前哨 2020 科技特训营
掌握创新武器 抓住科技红利
扫码报名
咨询微信：innovationmapSM
电话：157-1284-6605
王煜全
海银资本创始合伙人
Frost&Sullivan，中国区首席顾问

中国火锅底料行业综述 —— 定义及分类

火锅底料是一种中式复合调味料，可按照原料、口味、价格划分品类。2020年主要原料大豆油零售价格呈大幅上涨趋势，或致火锅底料产品毛利率承压

火锅底料定义及分类

定义

火锅底料



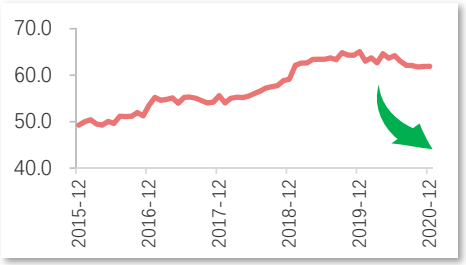
❑ 以动、植物油脂、辣椒、花椒、食盐、味精、香辛料、豆瓣酱等为主要原料，按一定配方和工艺加工制成的，用于调制火锅汤的调味料

分类

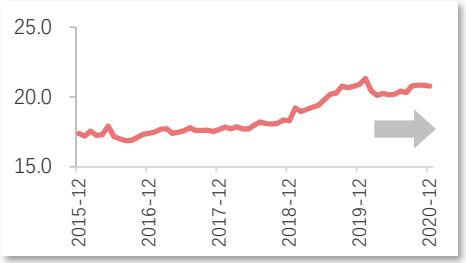
按原料划分	动物油型火锅底料	• 油脂成份主要是牛油，加入后火锅汤成醒目的红色，表面可见少量浮油
	植物油型火锅底料	• 油脂成份主要是植物油，经特殊技术处理，加入后火锅汤清澈透明
按口味划分	辣汤型火锅底料	• 以具有辣椒特征色泽的褐红色为主，风味为香辣的一类火锅总称
	清汤型火锅底料	• 主要指三鲜、番茄类、菌类等火锅底料，颜色呈乳白色或浅黄色
按价格划分	大众市场火锅底料	• 单包价格小于或等于10元（一包底料指净重介于180克至230克的炒制产品或100克至120克的粉装产品）
	中高端火锅底料	• 单包价格大于10元（一包底料指净重介于180克至230克的炒制产品或100克至120克的粉装产品）

主要原料零售价格 [元/500g]

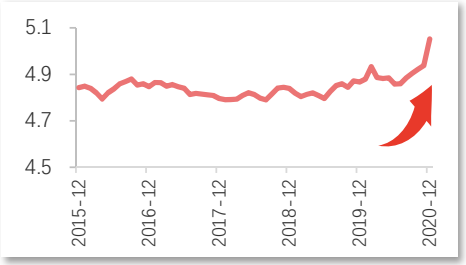
花椒



干辣椒



大豆油



来源：天味食品招股说明书，头豹研究院编辑整理

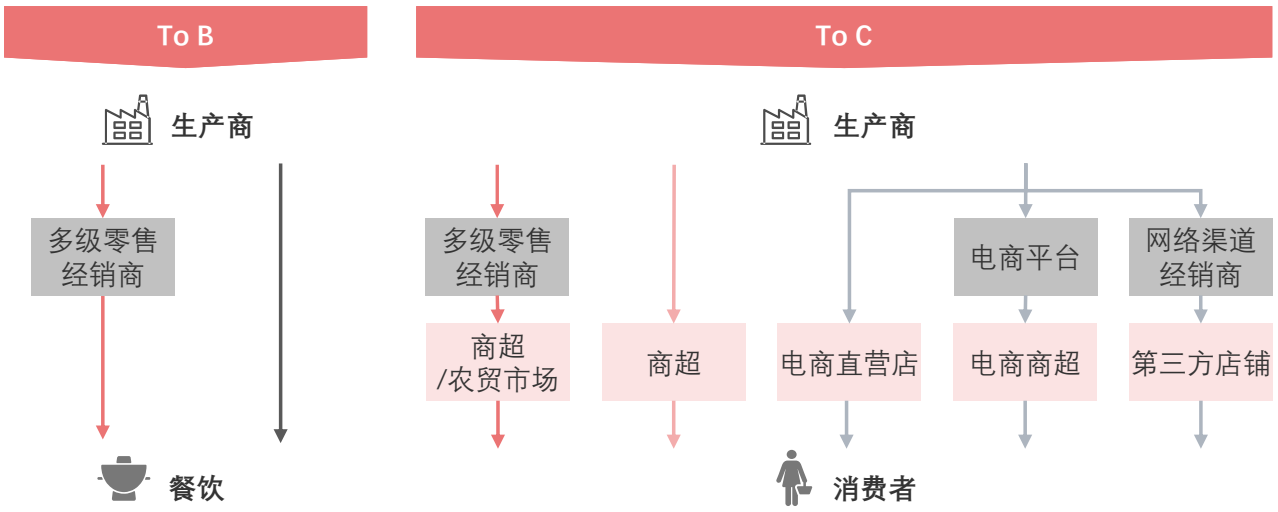
©2021 LeadLeo

中国火锅底料行业综述 —— 销售渠道

火锅底料市场可分为to B的餐饮服务市场和to C的零售市场，经销商网络是火锅底料最主要的销售渠道

中国火锅底料行业渠道分析

火锅底料销售渠道链条分析



运营重点：服务和价格

- B端客户对产品口味稳定性和供应稳定性有较高要求，同时对价格的敏感度较高

运营重点：品牌和渠道

- C端客户价格敏感度较低，购买时更看重品牌声誉，广泛的渠道布局有助于提升品牌知名度，火锅底料企业需重点打造品牌形象、扩大销售网络
- 电商渠道发展迅速，企业可打造电商专属的特色产品吸引客户

* 经销渠道 定制餐调渠道 直营商超渠道 电商渠道

核心渠道对比分析

渠道	渠道占比	毛利率	进入壁垒
经销	83%	38%	• 良好的品牌声誉 • 完善的销售团队 • 与经销商的广泛联系
定制餐调	11%	25%	• 稳定的产品质量 • 优质的用餐体验 • 丰富的行业经验
电商	4%	48%	• 良好的品牌声誉 • 完善的电商销售团队及经销网络

- **经销渠道是最主要的销售渠道：**火锅底料销售对经销网络依赖性较高
- **定制餐调渠道毛利率最低：**定制餐调客户为中大型餐饮连锁企业，客户议价能力相对较高，因此毛利率较低

*以火锅底料行业上市公司天味食品2019年财务数据为例

来源：天味食品2019年年度报告，颐海国际招股说明书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



https://www.leadleo.com/pdfcore/show?id=601d20a120410e2a2f956ade

竞争格局
Competitive Landscape

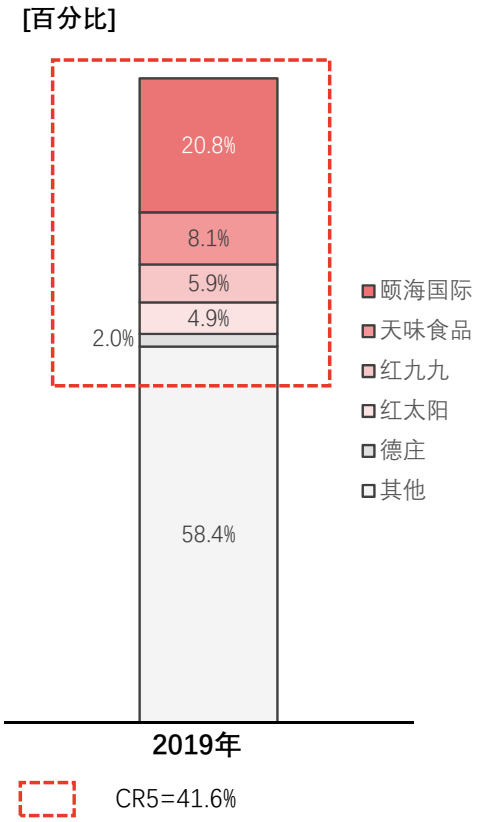


中国火锅底料行业竞争格局

中国火锅底料市场竞争格局较分散，2019年行业CR5为41.6%。头部5家火锅底料生产商中，颐海国际经销网络覆盖范围最广，产品价格最高

中国火锅底料竞争格局分析

中国火锅底料行业集中度分析



- **行业竞争格局较分散：**头部5家生产商市占率为**41.6%**，其他行业参与者市占率均在**5%**以下
- **行业集中度提升：**2015年火锅底料行业CR5为**30.9%**，2019年集中度已有较大提升。2016-2019年行业头部企业颐海国际和天味食品的火锅底料收入CAGR均超过**30%**，高于行业**15.3%**的整体增速，行业集中度显著提升

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国火锅底料行业头部企业对比

企业简称	入行时间	经销网络	SKU数量	产品价格
颐海国际	2006年	覆盖中国31个省级地区与港澳台地区，以及49个海外国家和地区	13件	 海底捞牛油火锅底料 单价：0.072元/克
天味食品	2007年	覆盖中国31个省、自治区及直辖市，与1,221家经销商达成合作	17件	 大红袍牛油火锅底料 单价：0.046元/克
红九九	1993年	未披露	6件	 红九九牛油火锅底料 单价：0.066元/克
红太阳	2000年	覆盖中国31个省、自治区及直辖市	35件	 红太阳牛油火锅底料 单价：0.057元/克
德庄	2003年	未披露	33件	 德庄牛油火锅底料 单价：0.041元/克

*1）SKU数量根据天猫旗舰店内不同产品品种、规格计算，数据统计时间为2021年1月23日；2）经销网络数据截至2019年12月31日；3）粉色表示该企业在对应指标下表现最好/价格最高

企业推荐
Enterprise Recommendation



©2021 LeadLeo

中国火锅底料上市公司推荐 —— 颐海国际[01579.HK]（1/2）

颐海国际是海底捞的核心火锅底料供应商，占中国火锅底料市场份额为20.8%，位列行业第一；现阶段颐海重视第三方业务，积极扩建产能、拓展新市场

颐海国际控股有限公司

企业简介

- **总部地址** 中国 上海（2013年成立）
- **主营业务** 从事复合调味品的研发、制造、分销和销售。产品主要包括火锅底料、火锅蘸料、鸡精和中式复合调味品
- **主要股东** ZYSP YIHAI Ltd **35.6%**，LHY YIHAI Ltd **8.5%**，SYH YIHAI Ltd **8.5%**
- **注册资本** -
- **员工数量** **1,955**人
- **资本市场** 香港联合交易所（2016年上市）

市场表现

占中国火锅底料市场份额



20.8%

火锅调味料业务占总营收比例



65%

- **中国最大的火锅底料生产商**
- **火锅调味料生产及销售是颐海国际最核心主营业务**

发展历程

阶段一：主营对内业务

- 2005：海底捞成立生产火锅底料产品的成都分公司
- 2006：第一条火锅底料生产线在成都投产，主要生产供应海底捞的火锅底料
- 2007：海底捞开始向第三方经销商供应火锅底料

该阶段内，颐海国际前身依托海底捞建立起了完善的火锅底料生产线，且火锅底料的业务规模随着海底捞自1994年成立起的不断扩张而快速增长

阶段二：向外拓展业务

- 2013：颐海国际投资控股公司注册成立
- 2015：颐海国际在香港联交所主板上市
- 2016：河北霸州工厂一期竣工
- 2017：开始向海外市场出口产品，开拓电商渠道并向餐饮服务提供商提供定制服务
- 2019：成都工厂增设生产线；与新派上海成立合资公司，从事自加热小火锅产品的生产销售

该阶段内，颐海国际重视第三方业务、扩建产能、开拓多元销售渠道，并在以火锅底料为核心产品的基础上扩展品类

*1）市场表现数据统计时间为2019年；2）火锅调味料包括火锅底料和火锅蘸料

来源：天眼查，颐海国际官网，颐海国际2019年年度报告，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国火锅底料上市公司推荐 —— 颐海国际[01579.HK]（2/2）

颐海国际采用多品牌策略、持续推出新品，开拓复合调味料、方便速食等新兴市场；近五年关联方收入占比逐渐下降，对海底捞依赖程度降低

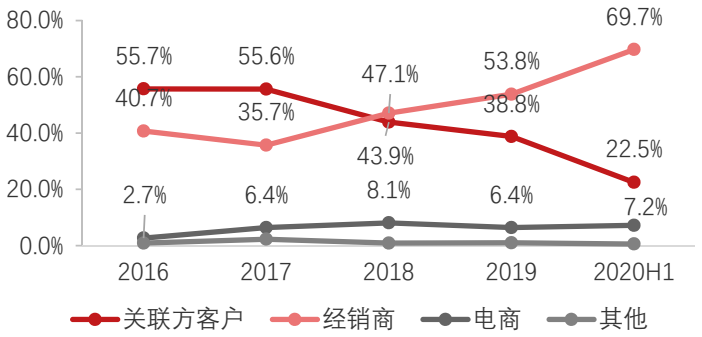
颐海国际控股有限公司

品牌架构



❑ **多品牌策略开拓市场空间：**以火锅底料为基础，逐渐拓展复合调味料、方便速食、休闲食品市场

分渠道主营收入占比



❑ **关联方收入占比逐年下降：**2020年上半年关联方客户交易占总收入**22.5%**，2019年同期为42.8%，同比减少20.3个百分点，对关联方依赖度降低

核心产品矩阵

	火锅底料	火锅蘸料	方便速食	复合调味料
图例				
SKU	• 47个	• 4个	• 22个	• 43个

*数据统计时间截至2020年6月30日

❑ **产品持续创新：**2020年上半年共开发**26**种新品，包含2款复合调味料产品、9款火锅调味料产品、11款方便速食产品、4款休闲食品

产能建设

- *2020*：霸州一期 +7万吨；霸州二期 +6.5万吨；漯河一期 +8-10万吨
- *2021*：漯河二期 +20万吨
- *2022*：马鞍山二期 +8-10万吨

❑ **供应能力不断优化：**新生产基地持续建设，产能补充缓解供应压力。海外产能方面，泰国工厂预计于2021年正式开始建设

来源：颐海国际官网，颐海国际2020年中期报告，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国火锅底料上市公司推荐 —— 天味食品[603317.SH]（1/2）

天味食品专注川味复合调味料的研发、生产和销售，是中国第二大火锅底料生产商，已塑造“好人家”和“大红袍”两大核心品牌

四川天味食品集团股份有限公司 天味食品 TEWAY FOOD

企业简介

- **总部地址** 中国 四川（2013年成立）
- **主营业务** 从事川味复合调味料的研发、生产和销售
- **主要股东** 邓文 64.6%，唐璐 10.4%
- **注册资本** 63,044万元
- **员工数量** 1,868人
- **资本市场** 上海证券交易所（2019年上市）

市场表现

占中国火锅底料市场份额



8.1%

火锅调味料业务占总营收比例



47.5%

- **中国第二大火锅底料生产商**
- **火锅调味料生产及销售是天味食品最核心主营业务**

发展历程

2007
- 四川天味实业有限公司成立

2009
- “好人家”、“大红袍”川味复合调味料被认定为“四川名牌产品”

2010
- 完成股份改制
- 全资子公司四川天味家园食品有限公司成立

2011
- “好人家”被认定为“四川省著名商标”

2013
- 天味实业股份有限公司变更为四川天味食品集团股份有限公司

2015
- 针对餐饮企业推出定制餐调业务

2017
- “有点火”方便火锅上市
- “好人家”手工老火锅底料上市

2019
- 四川天味食品集团股份有限公司在上交所上市

2020
- 启动天味食品品牌“双轮驱动”战略

- 天味食品前期聚焦核心品类，打造“好人家”、“大红袍”两款优质品牌，奠定核心单品基础后拓展业务范围和产品品类

*1）市场表现数据时间为2019年；2）火锅调味料包括火锅底料和火锅蘸料

来源：天眼查，天味食品官网，天味食品2019年年度报告，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

头豹 LeadLeo

FROST & SULLIVAN 沙利文

招聘 行业分析师

我们一起“创业”吧，开启一段独特的旅程!

邮箱：fs.recruitment@frostchina.com

工作地点：北京、上海、深圳、香港、南京、成都

中国火锅底料上市公司推荐 —— 天味食品[603317.SH]（2/2）

“好人家”品牌定位中高端，面向零售渠道；“大红袍”品牌定位中低端，面向餐饮渠道。分渠道来看，天味食品近5年来积极拓展定制餐调味、电商等新渠道

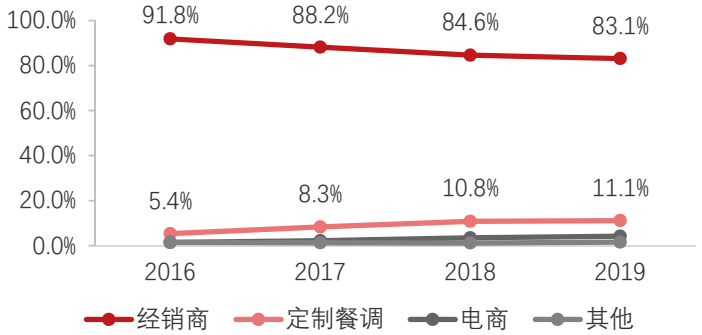
四川天味食品集团股份有限公司 天味食品 TEWAY FOOD

火锅底料品牌矩阵

子品牌	好人家	大红袍
品类	• 火锅底料 • 复合调味料 • 鸡精	• 火锅底料
图例		
定位	• **定位中高端** • 面向家庭消费 • 重点在于树立品牌形象	• **定位中低端** • 面向餐饮渠道 • 重点在于铺开销售渠道

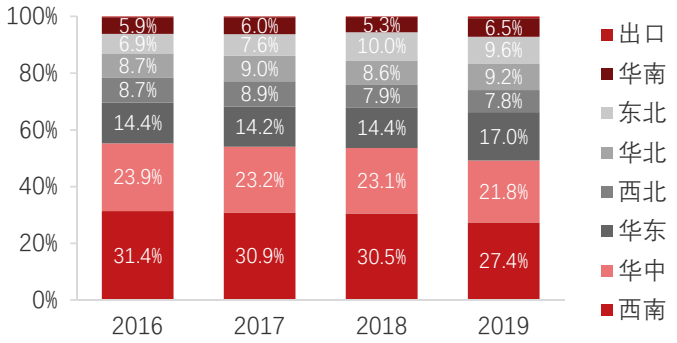
❑ **“双轮驱动”塑造品牌优势：**1）天味食品重点聚焦“好人家”品牌，推动品牌向年轻化转型。截至2020年10月，“好人家”产品累计销售超过13亿袋，产品线覆盖火锅底料、川菜调料、香肠调料等十大产品系列、100余个单品；2）大红袍定位低于好人家，专注火锅底料产品，重点发力餐饮渠道

分渠道主营收入占比



❑ **新兴渠道收入占比提升：**2019年经销商渠道收入占比达**83.1%**，天味食品以经销商渠道为主，同时积极拓展定制餐调和电商渠道

分地区主营收入占比



❑ **华东市场收入占比增加：**西南和华中地区是主要的销售区域，随着华东市场的经销商布局扩大，华东区域收入占比提升

来源：WIND，天味食品官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国火锅底料上市公司推荐 —— 海天味业[603288.SH]（1/2）

海天味业专注调味品的生产和销售，产品品类广泛，渠道建设完善，在酱油、蚝油等多个调味品细分领域品牌影响力领先

佛山市海天调味食品股份有限公司

企业简介

- **总部地址** 中国 广东（2000年成立）
- **主营业务** 从事调味品的生产和销售，产品涵盖酱油、蚝油、醋、调味酱、鸡精、味精、油类、小调味品等八大系列
- **主要股东** 广东海天集团股份有限公司 58.3%，庞康 9.6%
- **注册资本** 324,044万元
- **员工数量** 5,554人
- **资本市场** 上海证券交易所（2014年上市）

市场表现

消费者触及数

5.2亿人次

海天产品中国城市家庭渗透率



73.3%

- **中国产品渗透率TOP4的快消品品牌**
- **中国品牌力指数2020C-BPI酱油、蚝油、酱料、食醋行业第一品牌**

*1）市场表现数据时间为2019年

渠道网络发展历程

1997-2007

- 率先于1997年在非主力市场武汉设立驻外机构，并推广至全中国市场
- 餐饮渠道方面，借鉴李锦记经验与厨师学校合作

2005-2008

- 实行“责任承包制”，将渠道进行划分，并严格规定经销商负责范围，严打跨区销售

2013

- 渠道覆盖中国31个省、自治区、直辖市
- 建成2,110余家经销商、12,000分销商/联盟商的营销网络
- 在中国拥有200余家KA专业经销商

2015

- 渠道覆盖中国320余个地级市、1400余个县级地区
- 经销商数量超2,600家，联盟商数量达16，000家

2018

- 渠道网络100%覆盖中国地级及以上城市
- 在中国内陆省份中，90%省份销售超1亿元

2019

- 中国经销商网络总数超过5,000家，网络数量与销值保持同步增长

- 海天味业从创立初期即重视渠道建设，严格划分经销商负责范围，提高经销商积极性。现阶段海天已具备完善的全国性销售网络，对渠道把控力度较强

来源：天眼查，光大证券，海天味业2019年年度报告，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

中国火锅底料上市公司推荐 —— 海天味业[603288.SH]（2/2）

海天于2020年推出差异化火锅底料新品，争夺火锅底料市场份额。借助海天极强的品牌优势和渠道优势，火锅底料业务发展可期

佛山市海天调味食品股份有限公司

火锅底料品牌矩阵


新疆番茄火锅


韩式部队火锅


云贵酸汤风味火锅

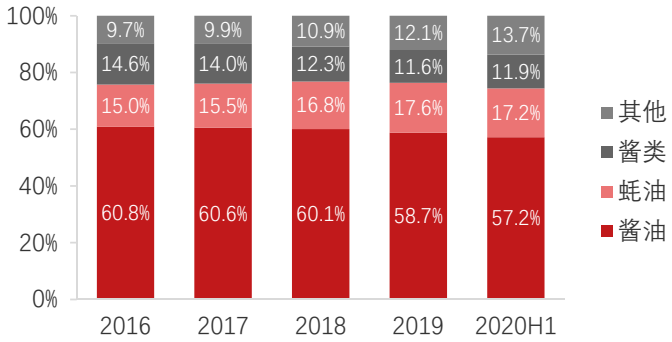

川渝风味牛油火锅（重辣型）


川渝风味牛油火锅（清辣型）


韩式辣牛肉风味火锅

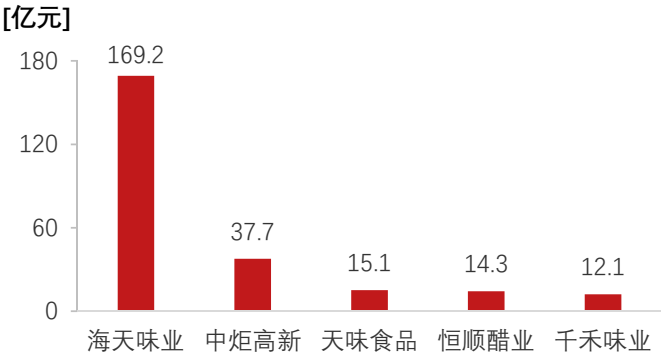
❑ **火锅底料产品差异化、年轻化：** 海天推出6款火锅底料新品进军新市场，产品打造差异化特色口味，使用卡通包装贴近年轻消费者

分产品主营收入占比



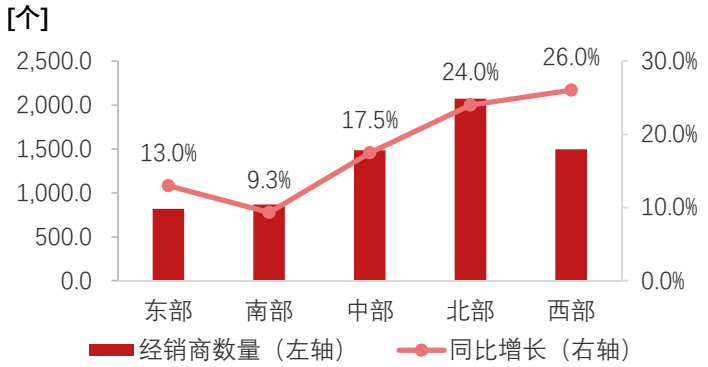
❑ **新兴业务占比提升：** 海天最核心的主营业务为酱油和蚝油，同时积极拓展新兴业务，其他业务收入占比由2016年的9.7%上升至2020H1的**13.7%**

营业总收入行业对比（2020年前三季度）



❑ **海天营收规模领先行业：** 海天在调味品行业构建了较高的品牌壁垒和渠道壁垒，营收大幅超越竞争对手

分地区经销商数量（2020/09/30）



❑ **西部经销网络布局扩大：** 海天味业在中部和北部的经销商数量最多，同时加大西部经销网络布局，2020年Q3西部经销商数量累计同比增长**26.0%**

来源：WIND，海天天猫旗舰店，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

方法论

- 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，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，从调味品、火锅底料、餐饮服务等领域着手，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。

©2021 LeadLeo

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。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。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- 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。本文所载的资料、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，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹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。

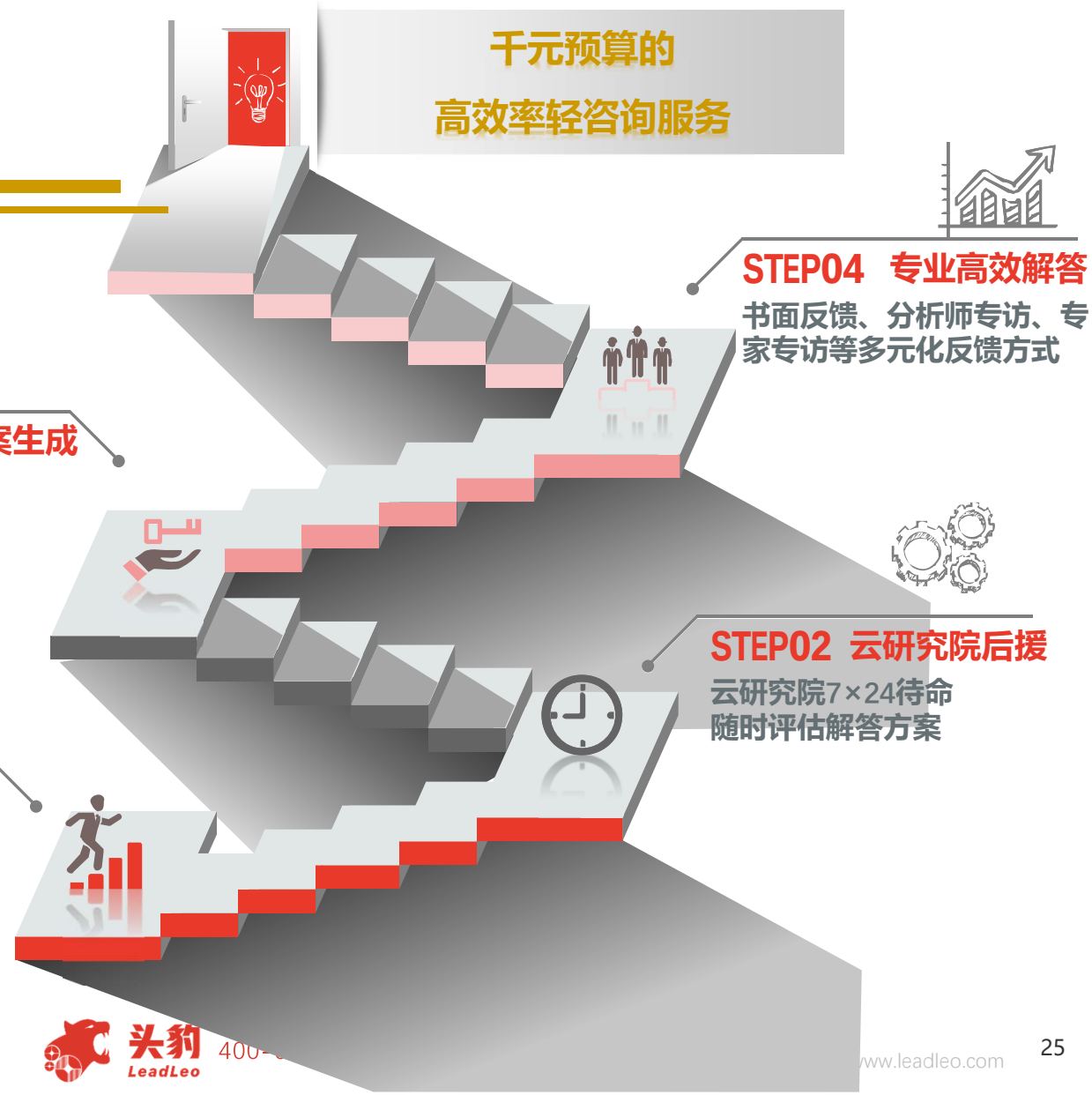
读完报告有问题?

快，问头豹！你的智能随身专家

千元预算的

高效率轻咨询服务

扫码二维码
即刻联系你的智能随身专家



STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术
精准拆解用户提问

STEP02 云研究院后援

云研究院7×24待命
随时评估解答方案

STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研
迅速生成解答方案

STEP04 专业高效解答

书面反馈、分析师专访、专家专访等多元化反馈方式

头豹 LeadLeo 400-

©2021 LeadLeo