



2025年 酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行 业词条报告

头豹分类/制造业/食品制造业/方便食品制造

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴：食材标准化的供应链竞争，酒店冷链精细化运营推动牛肉类調理菜爆发 头豹词条报告系列

付淑芳 · 头豹分析师

2025-07-11  未经平台授权，禁止转载

行业分类：

制造业/方便食品制造

摘要 牛肉类速冻调制菜肴行业以精心配方和严格工艺确保食品安全与营养。酒店渠道需求强劲，受消费者健康饮食追求和酒店高效运作需求驱动。产品结构多元化，向高端化、功能化拓展，中式产品仍主流，西式产品增长迅速。行业发展规范化，国家加强监管并鼓励技术升级。市场规模增长源于餐饮连锁化率提升和酒店食材稳定性需求，以及成本控制压力。未来，海外对比显示B端需求未完全释放，快节奏生活催化便捷需求，推动速冻牛肉产品需求进一步提升。

行业定义

速冻调制菜肴指的是经过精心的配方设计和严格的生产工艺，确保食品的安全性和营养价值的速冻食材。牛肉类速冻调制菜肴是指以牛肉为原材料，通过专业的调味和速冻技术，保留牛肉的新鲜口感和丰富营养的速冻牛肉产品。酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴则是指专为酒店、宾馆、度假村、农家乐、社会餐饮业态等餐饮场所（不包括团餐）设计的牛肉类速冻调制菜肴。

行业分类

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴可根据餐饮要求分类。

按餐饮要求分类

可分为速冻牛肉单品、速冻火锅料、速冻调理肉。

速冻牛肉单品

包括即食或预处理过的速冻单一牛肉产品，如速冻牛排、速冻牛肉片等。

速冻火锅料

针对火锅等涮煮类餐饮环境设计的速冻牛肉制品，特点是快速解冻后即可食用。产品类型多元，包括牛肉丸、牛肉卷等，以便捷性和满足特定烹饪方式为主要优势。

速冻调理肉

通过事先加工调味的速冻牛肉产品，适用于快速炒制等需加工烹饪的场景。它们将烹饪过程简化，有助于餐饮业者降低食材处理成本，提高后厨效率。

行业特征

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴的行业特征包括需求驱动增长、产品结构多元化与高端化并行、行业发展走向规范化。

1 需求驱动增长

消费者生活节奏加快及健康饮食需求提升，推动牛肉速冻产品需求增长（中国速冻食品行业规模从2018年的1,100+亿元增至2023年的2,000+亿元）。酒店行业对牛肉类速冻调制菜肴的需求强劲增长，尤其在节假日和旅游旺季，其便捷性与标准化可满足酒店高效运作的需求。消费者对健康、营养均衡及地方特色美食的追求促使企业不断丰富产品线，推出低脂、素食及具文化特色的菜肴，以覆盖更广泛的市场细分。

2 产品结构多元化与高端化并行

（1）从传统的肉丸、肉串向高端化、功能化方向拓展。例如，有机牛肉、低盐低脂产品及预制菜（如酸菜牛肉）成为新增长点；（2）中式速冻产品（如牛肉水饺、馄饨）仍占主流，但西式产品（如牛排、汉堡肉饼）因餐饮连锁化需求增长迅速。

3 行业发展走向规范化

国家加强食品安全监管（如《食品安全法》修订），同时通过税收优惠鼓励企业技术升级，推动行业标准化发展。

发展历程

行业的发展经历了从基础保质储存需求满足到产品多元化和市场细分的发展，从单纯的技术初创阶段发展到标准化、规范化，乃至高度市场化的阶段。政策引导、市场需求变化、技术创新和冷链物流体系的建立与完善是推动该行业连续性发展的重要动力。当前，中国酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业正处于高速增长期，预示着行业未来仍有广阔的发展空间及潜力，特别是在技术创新、渠道扩展、产品标准化等方面。随着行业集中度提升、产品结构的不断优化和市场细分的深化，行业内部竞争格局也将进一步演化。

萌芽期 · 1970-01-01~1990-01-01

中国速冻食品行业在此阶段开始萌芽，伴随着平板冻结技术的初期发展，速冻食品市场主要由基础的速冻果蔬、水产品、畜禽食品构成，旨在解决食品保质和供应的问题。此时，冷冻调理食品尚处探索阶段，市场需求以解决“吃得上”的基本需求为主。

技术革新初露端倪，行业以满足基本食品冷冻保存需求为核心，市场产品单一，消费者对于速冻食品的认知和接受度有限，行业处于缓慢的初创阶段。

启动期 · 1990-01-01~2005-01-01

1990年，三全公司推出第一颗速冻汤圆，为行业打开市场大门。速冻食品种类开始细化，行业逐步扩张，速冻汤圆、水饺等产品成为市场热点。政策环境逐步完善，相关食品安全和食品冷冻技术的标准制定开始受到关注。

技术突破带动市场需求的快速扩大，速冻食品从单一的冷冻保存技术向食品多元化发展。行业标准逐步确立，市场需求推动行业进入快速成长的启动阶段。

高速发展期 · 2005-01-01~至今

家庭端消费频次增加，餐饮连锁化率提升，促使食材标准化需求激增，带动速冻食品行业的高速增长。2005年后，速冻调理肉制品市场细分领域发展迅速，牛肉类速冻菜肴开始涌现。政策层面，如《“十四五”冷链物流发展规划》推动行业规范化、标准化。速冻龙头企业加速产能布局，安井食品速冻菜肴制品成为主要收入来源，标志着行业内部竞争格局的成熟化和细分市场的发展。新兴渠道变革，如电商、餐饮供应链渠道的兴起，为速冻食品行业开辟新的市场空间。产品不断创新与细分，从传统冷冻点心扩展到速冻菜肴、预制菜等领域，适应不同消费场景需求。

市场空间迅速扩张，产品多样化和市场细分成为显著特征。技术迭代、政策支持和市场需求共同促进行业的高速增长。供应链体系的成熟与渠道变革进一步推动了行业的发展，消费者对速冻食品的认知和接受度大幅提升，行业内部竞争格局加剧。

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴产业链的发展现状

牛肉类速冻调制菜肴上游为原材料，主要是牛肉；中游为牛肉类速冻调制菜肴制造商，包括传统肉制品/速冻米面厂商和新兴速冻牛肉厂商；下游为酒店、宾馆、度假村、农家乐、社会餐饮业态等B端消费场所。

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业产业链主要有以下核心研究观点：

易太、惠康等头部竞争者牛肉以进口为主。

中国牛肉消费市场长期处于供不应求状态，2020-2024年供需缺口分别为276万吨、301万吨、296万吨、274万吨和291万吨，国内牛肉进口需求大，尤其是冻牛肉产品，导致易太、惠康、如意三宝等主要牛肉类速冻调制菜肴制造商原材料均以进口为主。而为应对供应链风险，部分厂商正尝试从国内获取差异化原料支持。例如：2023年，得利斯战略投资牛肉新零售品牌“今日牧场”，旨在通过合作获取更优质的国内牛肉资源，强化上游供应链（今日牧场的鲁蒙黑牛具有自主知识产权，可为得利斯提供差异化原料支持）。

餐饮为主要消费渠道。

餐饮企业需标准化食材以提升出餐效率，是牛肉速冻产品的最大需求方。例如：中国最大的酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴制造商——易太，也是中国餐饮渠道牛肉类速冻调制菜肴制造商。未来，随着中国餐饮连锁化率持续提升（由2019年的13%提升至2023年的21%，有望在2024年达到22%），有望进一步带动行业需求。

产业链上游环节分析

生产制造端

上游原材料

上游厂商

内蒙古科尔沁牛业股份有限公司

陕西秦宝牧业股份有限公司

重庆恒都农业集团有限公司

银之蕨食品（上海）有限公司

大庄园肉业集团股份有限公司

荷威（广东）生鲜食品有限公司

福建圣农食品有限公司

河南伊赛牛肉股份有限公司

吉林省长春皓月清真肉业股份有限公司

卫辉市世魁清真肉制品有限责任公司

上游分析

中国牛肉整体处在供不应求状态，依赖进口。

从供给端看，根据国家统计局数据，中国牛肉产业在科技赋能与养殖技术革新驱动下，生产效能显著提升。2013年至2024年间，全国牛肉总产量呈现持续增长态势，由613万吨稳步增至779万吨，11年间累计增加166万吨，增幅为27.1%，期间年均复合增长率稳定在2.4%。从消费端看，2024年中国牛肉消费量再创新高，达到1,070万吨，较上年增加43万吨，同比增长4.1%。自2020年起，全国牛肉消费量已实现连续四年稳步增长，近三年更是连续突破1,000万吨大关，持续刷新历史纪录。结合供需情况看，中国牛肉行业整体处于供不应求状态，2020-2024年供需缺口分别为276万吨、301万吨、296万吨、274万吨和291万吨。

进口冲击等造成牛肉价格下降，利好中游成本端。

自2023年6月起，牛肉价格连续下跌近20个月，累计跌幅达25%，活牛价格甚至跌至近10年最低水平，至2024年12月，牛肉批发均价为60元/公斤，同比下跌16.2%。2024年全年牛肉均价约为64元/公斤，同比跌幅13.7%，其中11月均价60元/公斤，同比下降14.8%。活牛养殖亏损严重，单头出栏亏损高达1,600元。此外，2024年进口牛肉量同比增长4%，前10个月已达260万吨，低价进口冻肉（均价

4,700-4,900美元/吨，部分进口冻牛肉价格跌破20元/斤）对国内市场形成压力，造成牛肉价格下跌，降低速冻牛肉产品的原料采购成本。

中 产业链中游环节分析

品牌端

牛肉类速冻调制菜肴制造商

中游厂商

福建易太食品发展有限公司	石家庄市惠康食品有限公司	厦门如意三煲食品有限公司	厦门绿进食品有限公司	上海味知香食品科技有限公司
福建省亚明食品有限公司	山东得利斯食品股份有限公司	三全食品股份有限公司	河南双汇投资发展股份有限公司	安井食品集团股份有限公司
山东龙大美食股份有限公司	苏州市好得睐食品科技有限责任公司	安徽悦道食品有限公司	河北福成五丰食品股份有限公司	

中游分析

市场参与者多元化，原材料供应及销售渠道等存在较大差异。

【1】易太、惠康、如意三宝等通过渠道和定位差异化布局迅速占领市场。例如：（1）易太以B端为主导，专注厨师需求工程化，通过智能化工厂和CNAS实验室支撑研发，建有年产8万吨、30亿产值的生产基地，耗油牛柳等产品年销量超1亿包，原材料以阿根廷进口牛肉为主。（2）惠康从出口转内销，BC端局有布局，其高档牛肉产品线对标国际标准，旨在吸引高端餐饮客户，原材料为进口高档牛肉，通过冷链直达。（3）如意三宝：通过“立体营销网络”快速铺货，新品全国同步上市，清洁配方，如酱香牛腱，银河家庭消费者健康需求。【2】传统肉制品厂商/速冻米面厂商通过品类延伸生产牛肉类速冻产品。例如：得利斯自1986年成立，在2010年前聚焦传统生猪屠宰、肉制品加工行业，2015年起，考虑牛肉与现有业务协同及高成长空间，开始计划布局牛肉系列产品精细化加工、速冻调理产品加工等，2017年，公司投资建设肉牛加工项目，实现猪牛并举。目前主要牛肉速冻产品包括牛肉速冻丸子、牛尾块、牛排等，主要原材料为进口牛肉，销售渠道实现BC端同步覆盖。2023年，公司战略投资牛肉新零售品牌“今日牧场”，旨在通过合作获取更优质的国内牛肉资源，强化上游供应链。今日牧场的鲁蒙黑牛具有自主知识产权，可为得利斯提供差异化原料支持。（2）龙大美食：依托屠宰主业延伸至速冻牛肉产品，主要依靠通过B端大客户，如餐饮连锁，快速放量。（3）三全、安井、思念等以速冻米面制品起家，近年拓展至牛肉类速冻产品，主要专注C端市场。

下 产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

酒店、宾馆、度假村、农家乐、社会餐饮业态等消费场所

渠道端

四川海底捞餐饮股份有限公司	维也纳酒店有限公司	北京永和大王餐饮有限公司	广州真功夫快餐连锁管理有限公司
北京汉拿山餐饮管理有限公司	同庆楼餐饮股份有限公司	北京鱼你在一起品牌管理有限公司	

下游分析

餐饮需求量最大，连锁化率提升将进一步带动需求。

快节奏生活推动家庭和餐饮业对速冻牛肉制品的依赖，家庭消费者偏好短时间烹饪产品（如即食牛排、牛肉馅饼），餐饮企业则需标准化食材以提升出餐效率。**具体来看，牛肉速冻调制菜肴需求以餐饮业为主，尤其是连锁餐饮依赖速冻牛肉制品降低成本并保障供应稳定性。**例如，2025年食博会筹备过程中，某超5,000家餐饮品牌供应链服务商发布冻肉、预制菜、调味品采购需求，年采购额将超10亿元，并强调冻品需-18℃以下全程冷链运输，配送需GPS跟踪，误差率≤8%。未来，随着餐饮连锁化率持续提升（餐饮业连锁化率从2019年的13%提升至2023年的21%，并预计在2024年达到22%，未来甚至实现翻番），将推动标准化牛肉速冻产品（如蚝油牛柳、黑椒牛仔骨）需求进一步上涨。

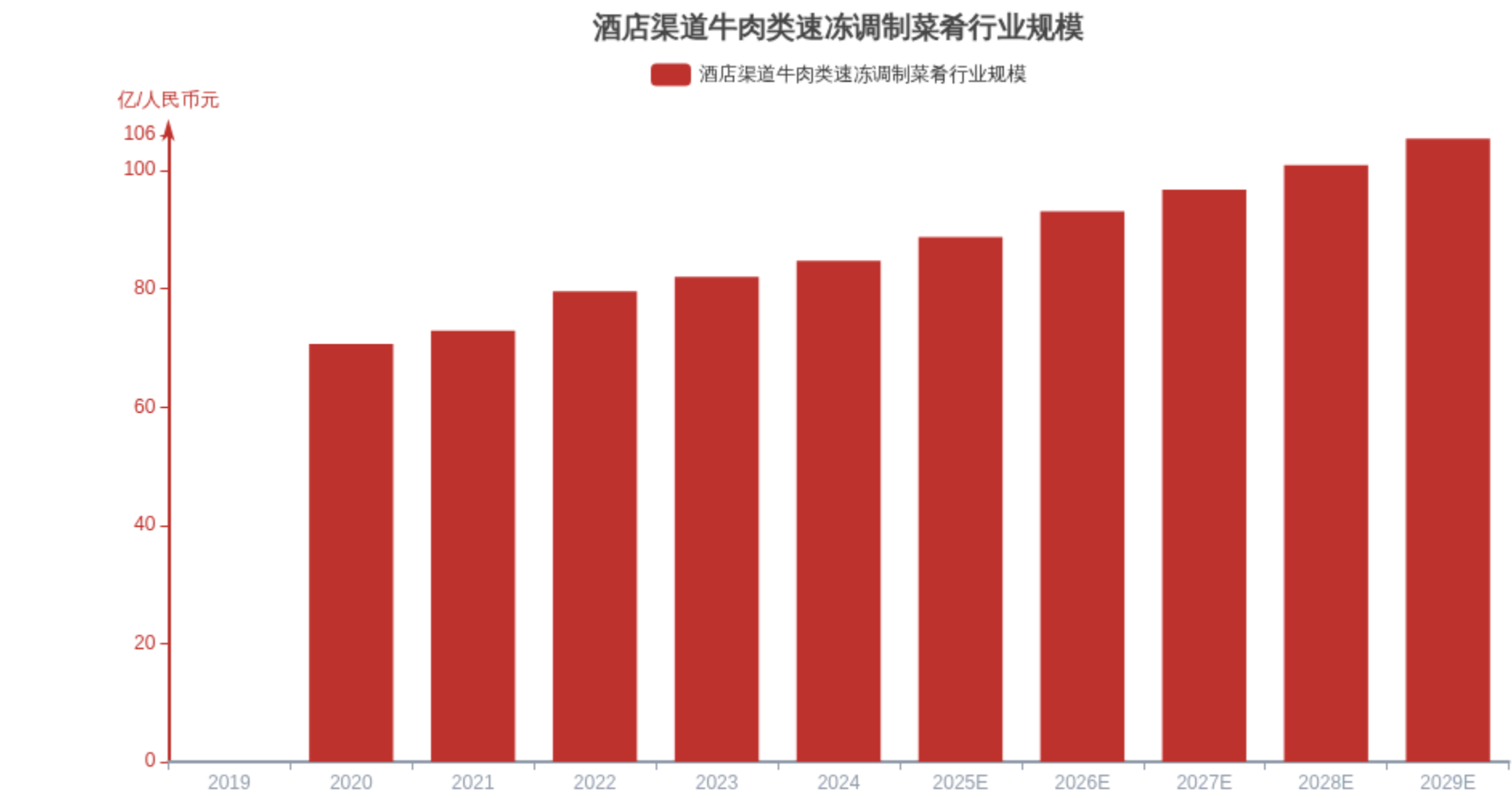
行业规模

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业规模的概况

2020年—2024年，酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业市场规模由70.67亿人民币元增长至84.76亿人民币元，期间年复合增长率4.65%。预计2025年—2029年，酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业市场规模由88.71亿人民币元增长至105.38亿人民币元，期间年复合增长率4.40%。

规模预测

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业规模



数据来源: 专家访谈

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业市场规模历史变化的原因如下：

标准化食材需求增长与供应链效率提升。

【1】餐饮连锁化率提升带动标准化食材需求：近年来，受运营成本高、资金压力大、前店规模瓶颈限制供应链效能发挥等因素影响，头部餐饮品牌纷纷选择协作面积大、资金成本压力更小、发展速度更快的加盟模式，导致中国餐饮连锁化率稳步提升，从2019年的13%提升至2023年的21%，进而带动餐饮行业对标准化食材的需求激增，速冻牛肉凭借出餐效率高（如预切片牛肉卷直接涮煮）、口味稳定性强（工业化配方）的优势，成为后厨核心材料。例如易太的蚝油牛柳适用于酒店、快餐店等多种场合迅速出餐，年销量达1亿包。【2】酒店行业（尤其是婚宴、寿宴

等）对食材批量供应稳定性要求极高。速冻牛肉可通过冷链提前储备，避免鲜肉采购波动。例如，得利斯通过冷却肉直供预制菜加工，可满足酒店后厨大规模备餐需求。2025年广州餐饮食材展会上，冷冻牛肉制品被列为酒店采购重点。

成本控制与经营压力倒逼。

餐饮行业人力成本和租金成本高，迫使商家通过减少后厨加工环节降低成本。速冻牛肉（如预腌制的黑椒牛仔骨）可节省切配、腌制时间，降低人工依赖。例如，易太食品的蚝油牛柳通过“厨艺工程化”设计，直接替代现制菜品。

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业市场规模未来变化的原因主要包括：

对标海外，B端需求尚未完全释放。

与日本49%的餐饮连锁化率相比，中国餐饮连锁化率还有较大上升空间，据中国连锁经营协会估计，未来整个餐饮业的连锁化率将实现翻番（小型业态门店数量占比为62%，火锅和烧烤占比13%，两者占餐饮市场的75%，且这两类餐饮可复制性强，目前连锁化率为约30%，若能提升至50%，将带动整个餐饮业连锁化率实现翻番）。而且，相较于日本60%以上的速冻食品消化在餐饮渠道，中国仅不到30%的占比较低，意味着冻品B端需求仍未得到充分释放，作为标准化食材的速冻牛肉产品需求将进一步提升。

快节奏生活催化便捷需求。

现代生活节奏加快促使消费者对即烹即食食品需求激增。速冻牛肉凭借无需预处理、烹饪时间短的优势，成为家庭和餐饮场景的核心选择。数据显示，2025年中国速冻食品市场规模预计达2,131亿元。此外，牛排、牛肉汉堡等西式饮食的普及推动速冻牛肉需求。消费者对高蛋白、低脂肪的偏好使牛肉成为“肉中骄子”，速冻牛排、牛肉丸等产品通过标准化生产降低烹饪门槛，适配家庭及快餐场景。

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	GB 31646-2018《速冻食品生产和经营卫生规范》	国家市场监督管理总局	2019-06-21	6
政策内容	主要规定了速冻食品从原料采购到销售的全流程卫生要求。			
政策解读	通过规范速冻食品的生产、储存、运输等环节，显著提升了行业准入门槛和食品安全水平。短期来看，企业需承担合规成本压力，但长期将推动行业向高质量、标准化方向发展，促进行业集中度提升和消费者信任度增强。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于践行大食物观构建多元化食物供给体系的意见》	国务院办公厅	2024-09-01	5
政策内容	政策提到要有效促进食物新品种、新领域、新技术开发，加快构建多元化食物供给体系，实现各类食物供求平衡。			
政策解读	为速冻食品行业指明了原料创新、技术升级、产业链延伸、健康化转型四大方向，同时提供了政策、资金、技术等支持。企业需抓住政策红利，通过多元化原料开发、健康化产品设计、全链条协同优化，在保障食品安全的前提下，抢占市场先机，实现高质量发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》	商务部等9部门	2024-03-01	5
政策内容	落实食品安全“四个最严”要求，推广“互联网+明厨亮灶”、餐饮外卖封签制度，严控食品添加剂使用，禁止非法添加非食用物质。			
政策解读	一方面，政策鼓励“种养殖基地+中央厨房+餐饮门店”模式，速冻食品企业可借助中央厨房集中生产、标准化加工的优势，为餐饮企业提供预制食材或半成品，降低餐饮企业成本。另一方面，严格的食品安全监管（如原料准入、添加剂管理）将推动速冻食品企业加强原料溯源和质量控制，提升产品合规性。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品安全工作评议考核办法》	国务院办公厅	2023-03-01	5
政策内容	针对速冻食品等高风险品类，加强生产、流通环节的监督，打击非法添加、虚假标注等行为。			
政策解读	（1）监管升级：通过考核机制倒逼地方政府落实食品安全责任，推动速冻食品行业规范化。（2）企业责任：倒逼企业完善质量管理体系，确保产品符合国家卫生标准。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”冷链物流发展规划》	国务院办公厅	2021-11-01	4
政策内容	该政策旨在构建“四横四纵”国家冷链物流骨干通道网络，强化国家骨干冷链物流基地与产销冷链集配中心的基础作用，从而提升专业化冷链物流服务能力，间接支持速冻食品产业的发展，强调了加强食品安全管理，对冷链物流服务流程提出规范要求。			
政策解读	促进速冻食品产业规模化、集约化发展，降低物流成本，提升供应链效率，尤其对河南、山东等速冻食品生产大省形成直接支持。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴竞争格局概况

第一梯队为易太，第二梯队为惠康、如意三宝、绿进和味知香等，未来，随着高端需求增长，头部企业将凭借规模、渠道和品牌优势，进一步整合市场，行业集中度有望提升。

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业竞争格局的历史原因

易太凭借智能化生产体系和超级单品战略迅速占领市场高位。

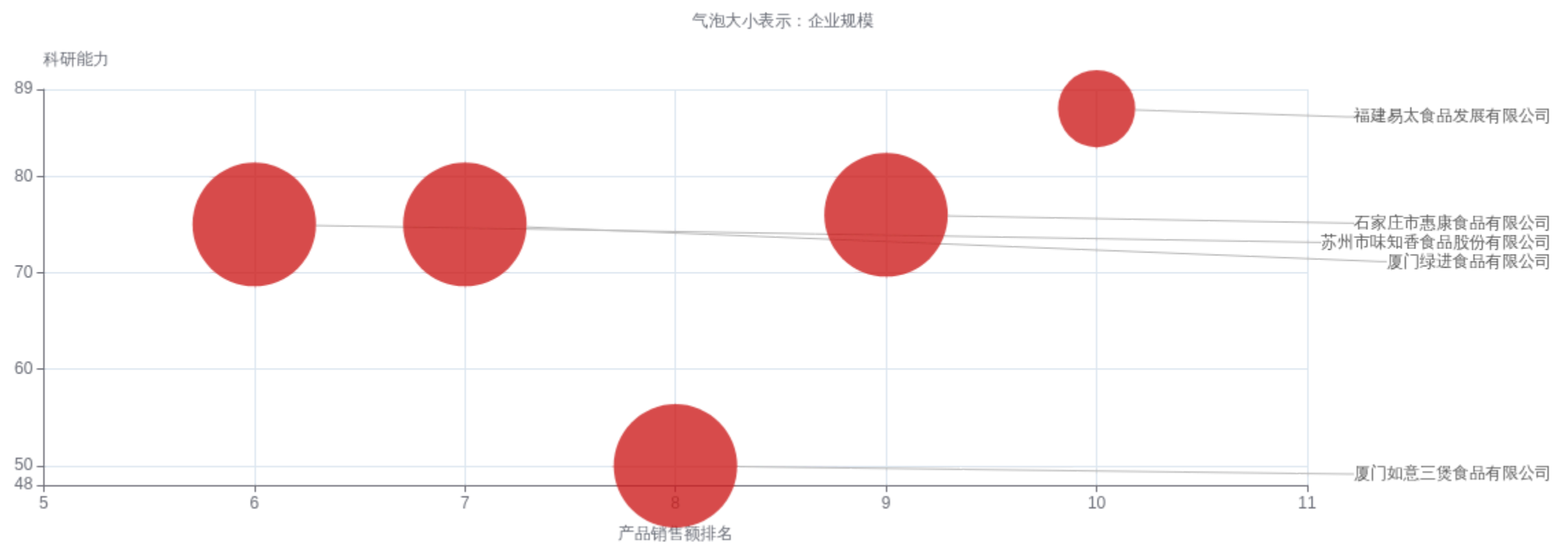
福建易太食品发展有限公司创始于2006年，是一家以牛肉、猪肉、羊肉、禽肉、水产等为主材，集研发、生产、销售为一体的现代化速冻食品企业。经过多年发展，公司建成全新4.0自有生产基地，具备年100W吨、30亿产值生产能力，产品涵盖冷冻预制肉制品、酱卤肉制品、熏烧烤肉制品、速冻水产品等数十种品类。相较于其他品牌，易太的优势主要在于：【1】生产方面，易太仅选用“优产地、优品种、优部位”的进口原料（如牛霖、西施骨精选带肉多的扇形部分），采用高湿低温解冻、全自动配料混合、双螺旋速冻等先进技术生产出适合连锁餐饮/酒店的标准化的牛肉速冻食材。且为满足市场需求，公司研发以“三精原则”（精原料、精预制、精技术）为指导，持续推出健康化、低添加产品（如低脂、低盐、高纤维系列），建有“CNAS国家认可实验室”，通过不断资金投入，引入智能仓储系统（3万吨零下23摄氏度的深冷高架库）和数字管理系统，实现全流程智能化，年产值远超其他品牌。【2】产品方面，易太通过打造多个“超级单品”形成产品组合壁垒，例如蚝油牛柳、酱香脆口条、首抓扇子骨等。上述单品凭借高销量（①蚝油牛柳累计销量超1亿包，成为行业标杆产品；②首抓扇子骨16个月销售额破亿元，成为公司战略大单品；③酱香脆口条与蚝油牛柳同为公司核心产品线）和差异化优势（如带肉率高、品相整齐），占据市场主导地位。其选品逻辑主要是基于“看需求、看频次、看竞争、看资源”四原则，结合市场调研，精准锁定高频、刚需且竞争空隙明显的品类，然后通过“产品力+表现力+传播力”三阶段策划，例如

“11cm以下不叫扇子骨”等语言钉和视觉符号，强化产品辨识度。渠道方面，深度覆盖酒店、餐饮连锁及多年老店（如火锅、快餐品牌），形成稳定的B端客户群，同时借助电商平台和子公司（如莆田市易太食品贸易公司）触达C端消费者，实现多渠道组合销售。

酒店渠道牛肉类速冻调制菜肴行业竞争格局未来变化原因

随着消费升级，市场集中度有望进一步提升。

随着消费者对高品质、低脂牛肉需求增长，头部品牌通过研发和供应链整合推出高端产品，挤压中小企业的生存空间。例如：易太超级单品（如蚝油牛肉、首抓扇子骨）凭借高性价比和差异化定位，契合中高端市场需求；惠康通过对标国际产品，强化高端产品线（如谷饲牛排、有机牛肉），可替代部分进口份额。



上市公司速览

山东得利斯食品股份有限公司（ 002330 ）				山东龙大美食股份有限公司（ 002726 ）			
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(%)
-	20.8亿元 >	-10.0	9.0	-	80.1亿元 >	-20.7	4.8

企业分析

- 1 福建易太食品发展有限公司

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	10000万人民币
企业总部	莆田市	行业	农副食品加工业
法人	徐智勇	统一社会信用代码	91350300MA2YBLG789
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	1497974400000
品牌名称	福建易太食品发展有限公司	经营范围	许可项目：食品生产；食品销售；餐饮服务；农产品质量安全检测；检验检测服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；国内货物运输代理；餐饮管理；货物进出口；技术进出口；食品进出口；水产品批发；水产品零售；水产品冷冻加工；非居住房地产租赁；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；机械设备租赁；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）。（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、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。

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

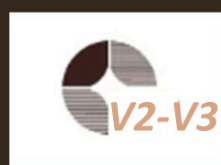
企业标准版



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