

《2021年中国独角兽企业发展研究报告》

独角兽企业：新生代、新动能与新挑战



2021.12

研究方法说明

- 本报告以注册地且实体在中国的独角兽企业为研究对象，基于36氪研究院调研及CB Insights等数据，通过桌面研究、专家访谈、企业调研等形式，剔除具有经营风险、已通过上市聆讯的企业，确定170家企业为2021年中国独角兽（数据截至2021年11月30日）。
- 同时，36氪研究院根据影响独角兽企业发展的因素，遴选出商业、创新、资本、团队和影响5个一级指数和15个二级指标，并依据重要程度赋予不同的权重，旨在客观公正筛选出100家最具发展潜力的独角兽企业，具体名单参见附录。

一级指标	总占比	二级指标	占比
商业指数	35%	企业估值（十亿美元）	40%
		所在行业规模（亿元）	30%
		企业营收规模（亿元）	30%
创新指数	30%	专利数量（个）	40%
		研发费用（亿元）	35%
		外部合作（个）	25%
资本指数	20%	融资总额（亿元）	30%
		融资次数（次）	30%
		注册资本（亿元）	30%
		对外投资总额（亿元）	10%
团队指数	10%	高管人数（人）	30%
		博士人数（人）	30%
		研究生人数（人）	30%
		在缴社保人数（人）	10%
影响指数	5%	所获奖项（个）	100%

目录 CONTENTS

01 独角兽企业概况

- 独角兽企业概念及研究范畴
- 全球独角兽企业发展概况
- 中国独角兽企业发展概况

02 中国独角兽企业发展情况分析

- 行业分析
- 融资情况
- 地域分布
- 估值分析

03 中国独角兽企业典型案例研究

- 字节跳动
- 蚂蚁集团
- SHEIN
- 钉钉
- 菜鸟网络

04 中国独角兽企业发展趋势与发展建议

- 发展趋势
- 发展问题
- 发展建议

05 附录：2021年中国独角兽企业名单

01

独角兽企业概况

- 独角兽企业概念及研究范畴
- 全球独角兽企业发展概况
- 中国独角兽企业发展概况

独角兽指创立不足10年、估值高于10亿美元的未上市公司

- 独角兽企业一般指成立时间小于10年、估值大于10亿美元的未上市高成长性创新企业，是新经济发展的重要推动力。
- “高成长性”是指公司因拥有独创性核心技术、创新性产品或服务、颠覆性商业模式，而成长速度较快、发展潜力较大。
- 按照估值划分，可分为超级独角兽、独角兽、准独角兽。独角兽是指估值超过10亿美元（包括10亿美元）的未上市公司，其中，估值大于100亿美元的企业被称为超级独角兽；准独角兽是指估值在1亿美元到10亿美元之间，目前不属于独角兽，但发展速度较快、未来增长潜力较大，有望在3-5年以内成长为独角兽的企业。
- 本报告的研究范畴限定为，属于新一代信息技术、高端装备制造、新材料、生物、新能源汽车、新能源、数字创意等高新技术产业和战略性新兴产业的独角兽/超级独角兽。

1-10亿美元（不包含10亿美元）

10-100亿美元

大于100亿美元

准独角兽

独角兽

超级独角兽

- 企业发展快速
- 行业领先的创新能力
- 3-5年内估值可能达到10亿美元

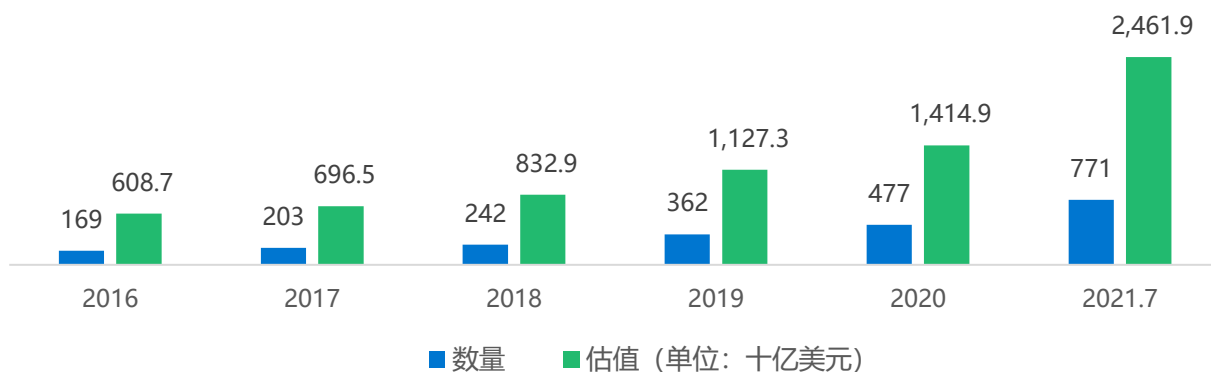
- 成立时间小于10年
- 未上市
- 企业拥有独有技术或创新商业模式

- 拥有最前沿的经营理念或最先进的技术
- 属于行业内龙头

图示：按估值划分公司类型

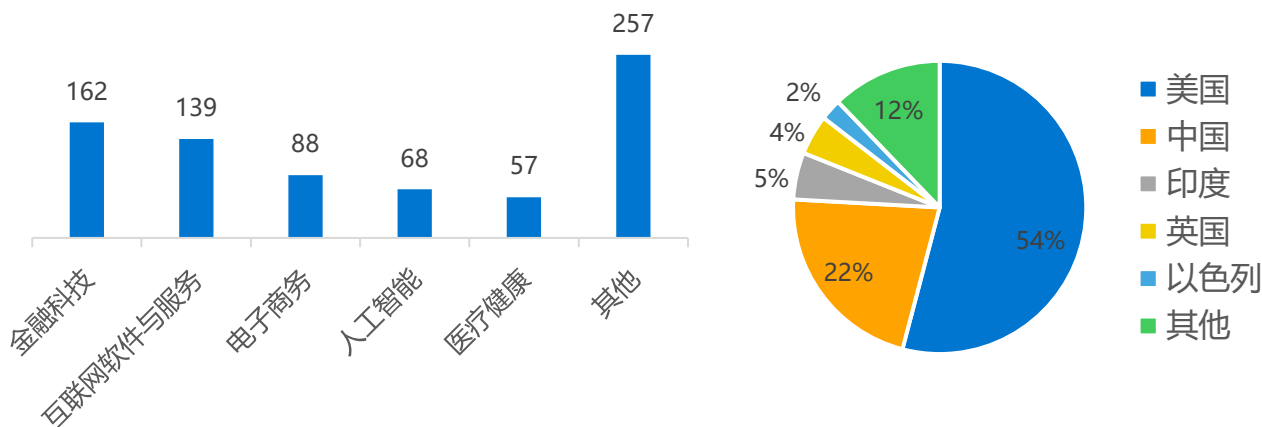
全球独角兽企业发展快速，中美独占鳌头，金融科技为主要分布行业

- 全球独角兽企业数量与估值双增长。**根据CB Insights数据，2016年至2021年7月，全球独角兽企业从169家提升至771家，独角兽企业总估值从0.6万亿美元增长至2.4万亿美元。未来，随着新技术、新商业模式和多层资本市场的成熟，独角兽企业的数量和总估值将持续攀升。



图示：2016至2021年7月，全球独角兽数量与估值情况
数据来源：CB Insights, 36氪研究院

- 全球独角兽企业所属行业分布广泛，中美两国独角兽数量最多。**基于发展前景、竞争壁垒、市场估值等方面的差异，独角兽企业主要分布在金融科技、互联网软件与服务、电子商务、人工智能和医疗健康行业。另外，独角兽企业区域分布范围较为广泛。根据CB Insights报告，截至2021年9月，全球独角兽企业分布在41个国家，其中，美国拥有超一半独角兽企业，在互联网软件与服务和医疗健康行业更具优势。



图示：2021年全球独角兽企业所属行业
数据来源：CB Insights, 36氪研究院

图示：2021年各国家拥有独角兽数量占比
数据来源：CB Insights, 36氪研究院

全球独角兽企业经历了三个发展阶段，分别为起步、成长和快速发展

- 起步阶段。**独角兽概念起源于2013年的硅谷风险投资者Aileen Lee。Aileen Lee将私募市场里估值高于10亿美元、成立时间短于10年的企业，称为独角兽。
- 成长阶段。**2014年，全球独角兽企业数量迎来增长拐点，主要有以下四点原因：1) 一级市场投资热。2014年风险投资规模达1,200亿美元，同比增长约57%*。全球风险投资规模出现大幅增长，为企业融资提供良好环境。2) 经营环境逐渐完善。亚马逊、谷歌和脸书等为初创公司提供渠道和技术等服务，降低初创企业试错成本，并加速其业务的落地应用。3) 互联网的快速发展。随着智能手机的渗透率逐渐提高，全球互联网用户人数从2010年的20亿人增长至2014年的30亿人**。移动互联网的普及为不同商业模式的兴起提供了发展条件。4) 中国经济腾飞。中国在2014年实现独角兽企业零突破***，之后独角兽企业数量飞速增长。
- 快速发展阶段。**2018年后，各国政策支持、全球科技创新投入不断增多等，推动全球独角兽企业进入快速发展阶段。2020年疫情暴发，给全球科技型独角兽企业提供了发展新机遇，部分企业抓住办公、消费等行业的数字化转型需求，实现快速发展的同时，估值得以持续提升。



图示：全球独角兽企业发展历程
数据来源：Dealroom

*数据来源：PitchBook

**数据来源：国际电信联盟

***数据来源：CB Insights

系列政策的加持，为我国独角兽企业发展厚植创新土壤

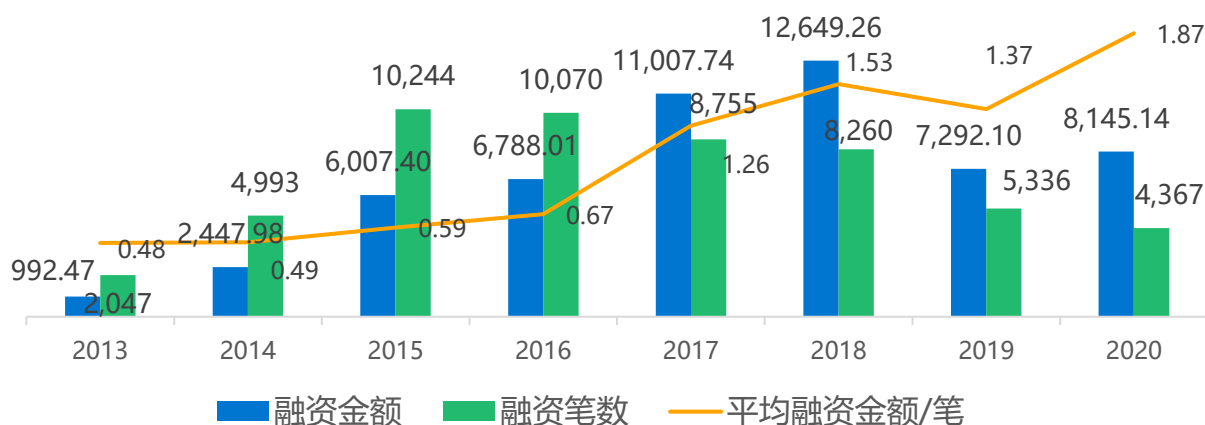
- 近年来，我国独角兽企业凭借高成长性和强带动性，在做好自身快速发展的同时，通过“技术+”等方式赋能其他行业发展，成为推动我国经济高质量发展的重要驱动力。
- 为持续助力独角兽企业发展，国务院、科技部、财政部等部门陆续出台了一系列政策，从发展环境、资本、人才等方面，持续为我国独角兽企业的发展厚植创新且适宜的土壤。

时间	发布主体	政策文件名称	具体内容
2016年	国务院	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》(国发〔2016〕67号)	进一步发展壮大新一代信息技术、高端装备、新材料、生物、新能源汽车、新能源、节能环保、数字创意等战略性新兴产业，推动更广领域新技术、新产品、新业态、新模式蓬勃发展。
2016年	科技部、财政部、税务总局	《高新技术企业认定管理办法》(国科发火〔2016〕32号)	对认定为高新技术企业的科技服务企业，减按15%的税率征收企业所得税。企业研究开发投入可以进行研发费用确认享受所得税加计扣除优惠。
2017年	国务院	《关于强化实施创新驱动发展战略进一步推进大众创业万众创新深入发展的意见》(国发〔2017〕37号)	进一步优化创新创业的生态环境、拓展创新创业的覆盖广度、提升创新创业的科技内涵、增强创新创业的发展实效。
2019年	科技部	《关于新时期支持科技型中小企业加快创新发展的若干政策措施》(国科发区〔2019〕268号)	培育壮大科技型中小企业主体规模、提升科技型中小企业创新能力，完善科技创新政策，加强创新服务供给，激发创新创业活力，引导科技型中小企业加大研发投入
2021年	中央全面深化改革委员会	《关于支持中关村国家自主创新示范区开展高水平科技自立自强先行先试改革的若干措施》	支持中关村国家自主创新示范区开展高水平科技自立自强先行先试改革，推动一批具有国际竞争力的科技创新型企业加速成长

图示：我国独角兽企业相关主要政策汇总

资本环境持续优化，为独角兽企业发展提供资金支持

- 一级市场的快速发展为独角兽企业的发展创造了有利的融资环境。**一方面，企业的融资途径增加，降低了融资难度。随着资本市场基础制度的逐渐完善，IPO不再是公司的主要融资途径，企业还能从主权财富基金、养老基金、私募基金和产业基金等风险投资基金中融资。另一方面，一级市场发展节奏加快，为企业快速发展提供资金支持。根据私募通数据，股权投资市场投资金额从2013年的1,886.78亿元人民币增长至2021年前三季度的10,540.36亿元人民币。多层次资本市场的不断完善，尤其是一级市场的快速发展，为独角兽企业的崛起提供了必要的条件。
- 独角兽获得大额融资的频次增加。**2020年，一级市场投资笔数较2019年下降18%，但投资金额同比上升12%，平均单笔投资额增加*。另外，资本市场二八效应日趋明显，“亿级融资”项目频现，热门赛道的优质、高估值企业受到资本青睐。例如，2021年4月，上轮投后估值达550亿人民币的紫光展锐完成53.5亿元的战略融资**。优质企业获得大额融资后，会全面升级自身技术、产品和服务等，用以抢滩更大市场份额。在资本助力下，这部分优质项目将逐步发展成独角兽企业。例如，2020年，蓝箭航天完成12亿人民币的C+轮融资后，估值达约11亿美元***，跻身独角兽行列。



图示：中国一级市场投融资金额（单位：亿元人民币）

数据来源：IT桔子，36氪研究院

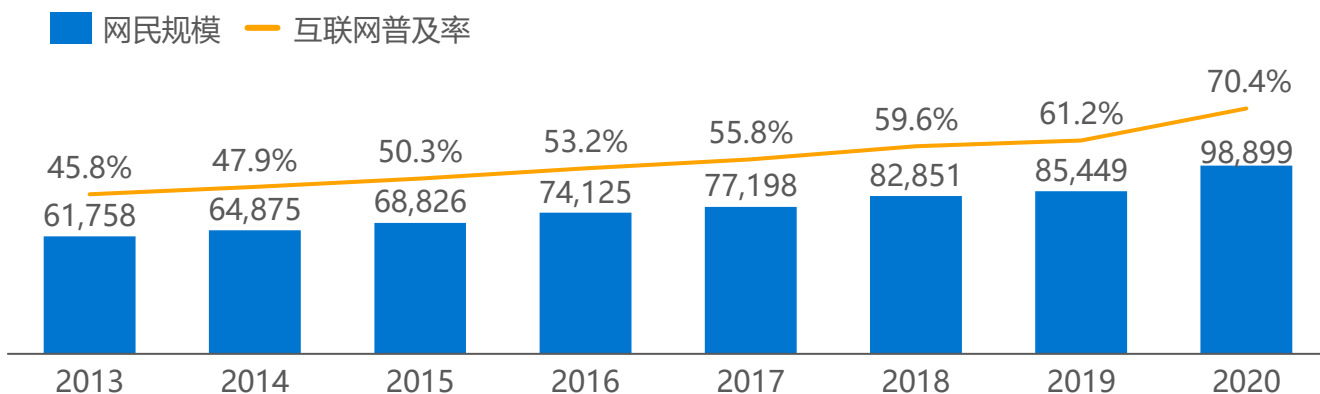
*数据来源：IT桔子

**数据来源：芯智讯

6 ***数据来源：CB Insights

我国互联网普及率的不断提升，为独角兽企业发展提供了市场、产业基础

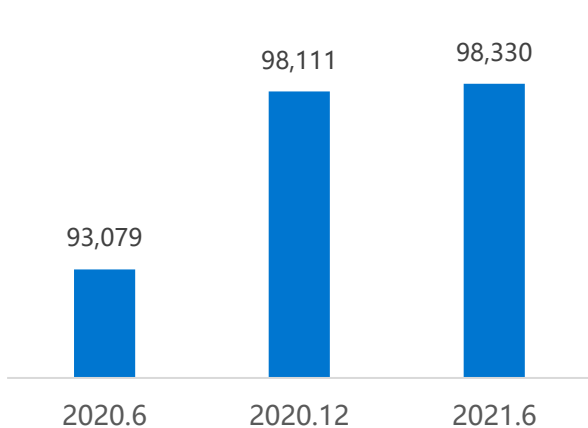
- 随着智能设备、互联网基础设施和移动通信技术日渐完善，我国互联网实现快速发展，中国互联网普及率从2013年的45.8%增长至2020年的70.4%*。



图示：2013-2020年网民规模（万人）和互联网普及率（%）

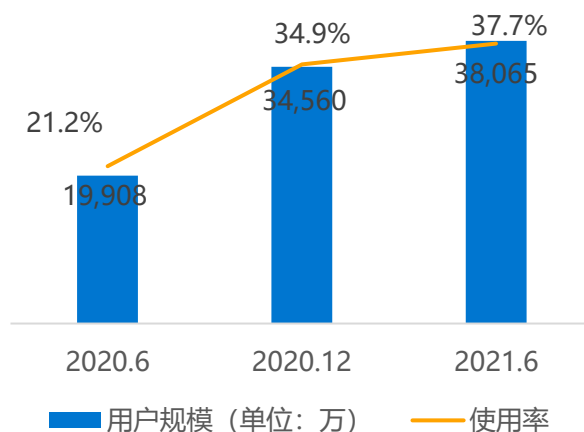
数据来源：CNNIC，36氪研究院整理

- 互联网的普及为中国独角兽的快速发展提供广阔的市场基础和产业基础。**一方面，互联网拓宽了企业产品及服务的客群覆盖面积，为依托互联网发展的独角兽企业提供了拓客基础，如元气森林、小红书等。另一方面，以互联网技术为底层基础，为To B型独角兽企业提供了发展基础。如基于互联网技术发展起来的通讯软件、在线办公服务等，推动客户日常运营管理、产品研发等环节效率的提升。



图示：2020-2021.6中国即时通信规模（万）

数据来源：CNNIC，36氪研究院



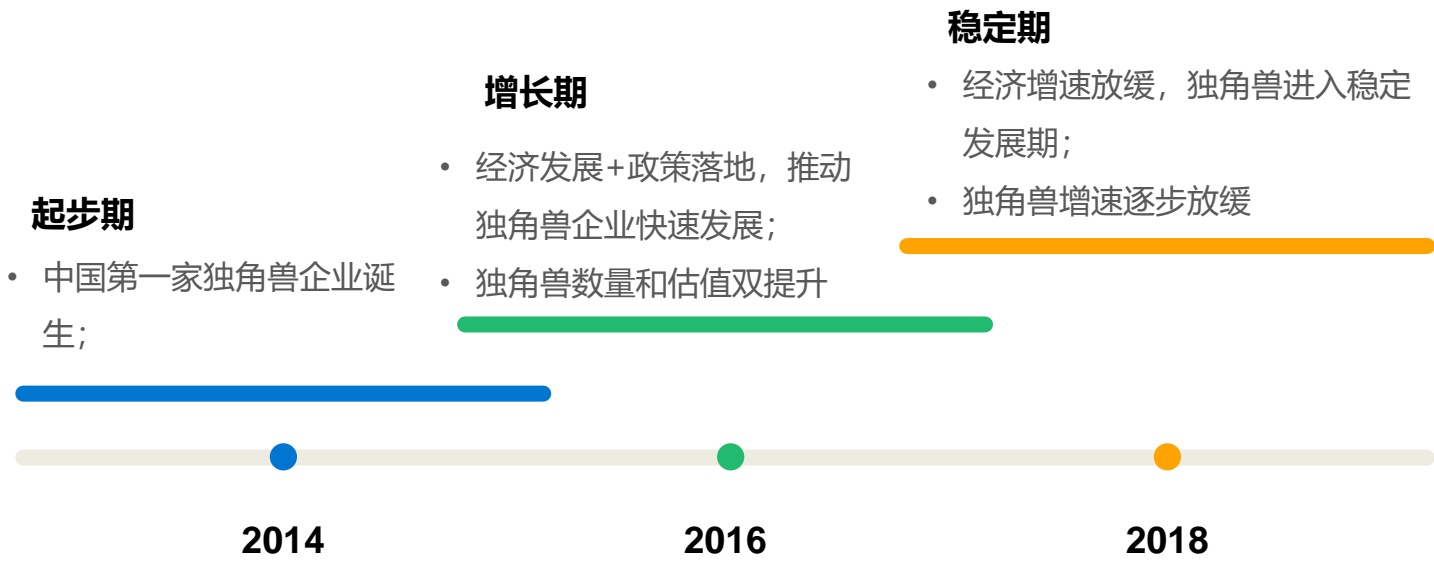
图示：2020-2021.6中国在线办公规模和使用率

数据来源：CNNIC，36氪研究院

*数据来源：CNNIC，36氪研究院

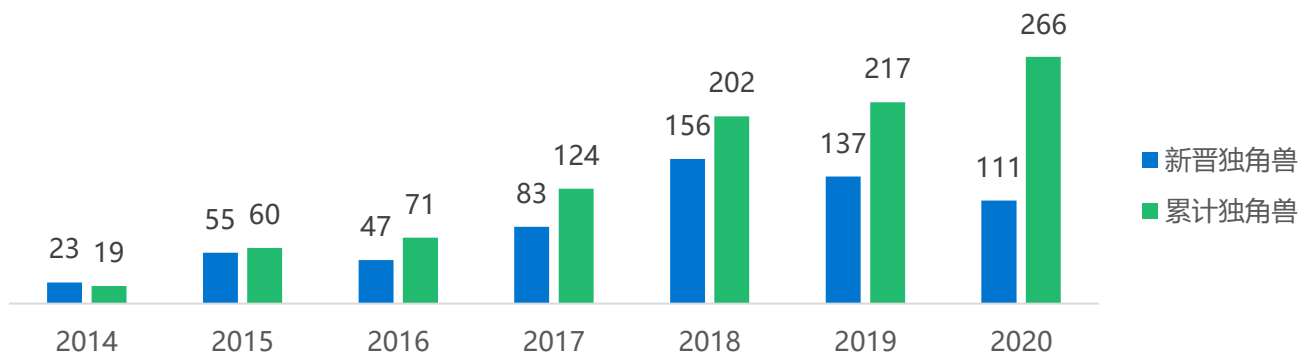
中国独角兽发展迈入稳定发展期，新增独角兽数量开始放缓

受经济和资本市场的影响，我国独角兽企业的发展历程大致可分为三个阶段。



图示：中国独角兽企业发展历程

- 起步期：**2014年起，微博、美团、大众点评等公司开始崛起，标志着中国独角兽进入起步阶段。
- 增长期：**2016年至2018年，根据IT桔子数据，中国独角兽企业数量由71家增长至202家，行业更为多元，涉及共享经济、平台经济、智能经济等领域。
- 稳定期：**2018年以后，中国经济增速放缓，资本市场更趋理性，一级市场融资总额和融资数量双降，中国新晋独角兽数量有所下降。另外，受政府政策影响，汽车交通、人工智能和智能硬件等行业开始升温。

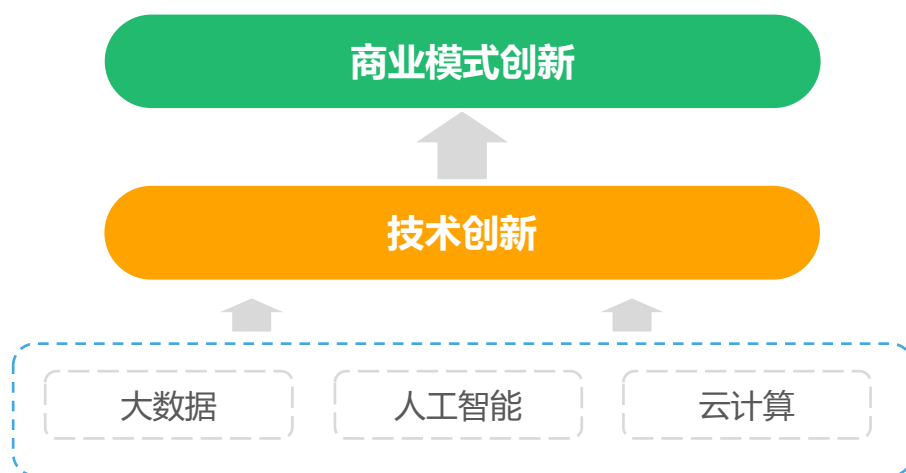


图示：中国新增与累计独角兽企业（单位：个）

数据来源：IT桔子，36氪研究院

技术创新、商业模式创新成为中国独角兽企业的两大发展特征

- **我国独角兽企业技术创新能力不断提高，技术成为驱动企业成长的核心要素。**近年来，数字经济成为驱动我国经济高质量发展的重要引擎，而技术成为构建数字经济的重要底座。截至2020年底，30%的中国独角兽企业拥有光电芯片、区块链、生物科技等新兴技术，较2016年增长2.3倍*。科技创新在增强数字经济发展核心能力的同时，提升企业的竞争优势。根据埃森哲调研，79%的独角兽企业认为其竞争壁垒为自身的技术实力。
- **中国独角兽企业侧重于商业模式创新，颠覆传统行业盈利模式。**一方面，根据CNNIC数据，截至2020年12月底，我国网民数量已达9.89亿，为企业商业模式创新提供了落地条件。在医疗行业，互联网医院提高人们看病、买药效率，让人们足不出户就能收到处方药。在出行行业，大数据、实时定位等技术推动网约车、共享单车的发展，改变人们的出行方式。另一方面，独角兽企业的商业模式得到创新发展，如早期线上与线下商业模式发展较为割裂，到O2O模式、再到OMO商业模式的转变。



图示：中国独角兽企业发展特征

*数据来源：CB Insights，36氪研究院

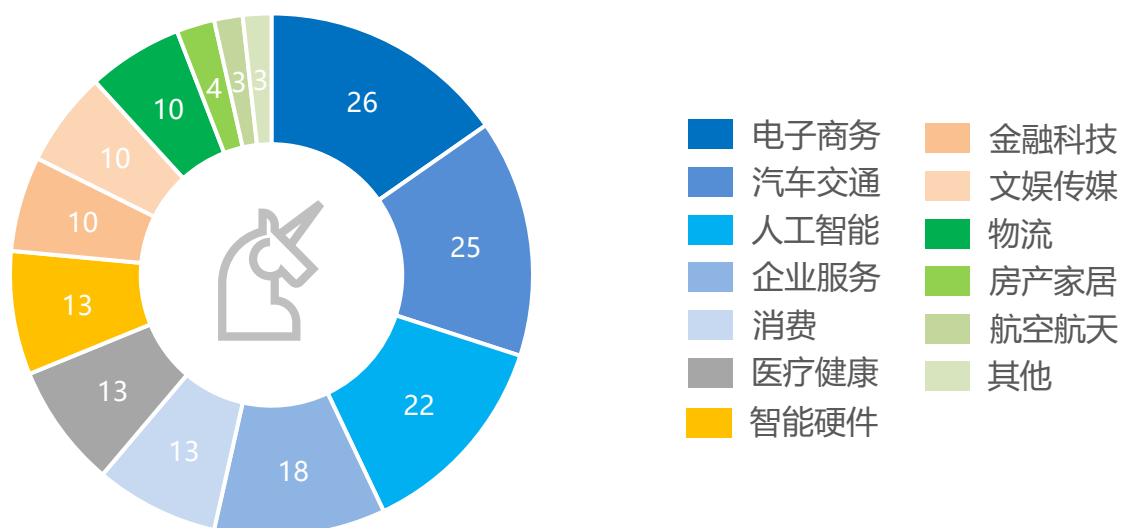
02

中国独角兽企业发展情况分析

- 行业分析
- 融资情况
- 地域分布
- 估值分析

我国独角兽行业分布广泛，以电子商务、汽车交通、人工智能为核心

- 2021年，我国170家独角兽企业分布在电子商务、汽车交通、人工智能*、企业服务、消费、医疗健康、智能硬件、金融科技、文娱传媒、物流、房产家居、航空航天及其他（物联网与职场社交）等13个行业。其中，电子商务、汽车交通、人工智能行业独角兽企业数量位列前三，分别为26、25及22家，合计占比高达42.9%。拥有18家独角兽的企业服务行业紧随其后，占比稍高于分别跑出13家独角兽的消费、医疗健康及智能硬件行业。



图示：2021年我国独角兽企业行业分布

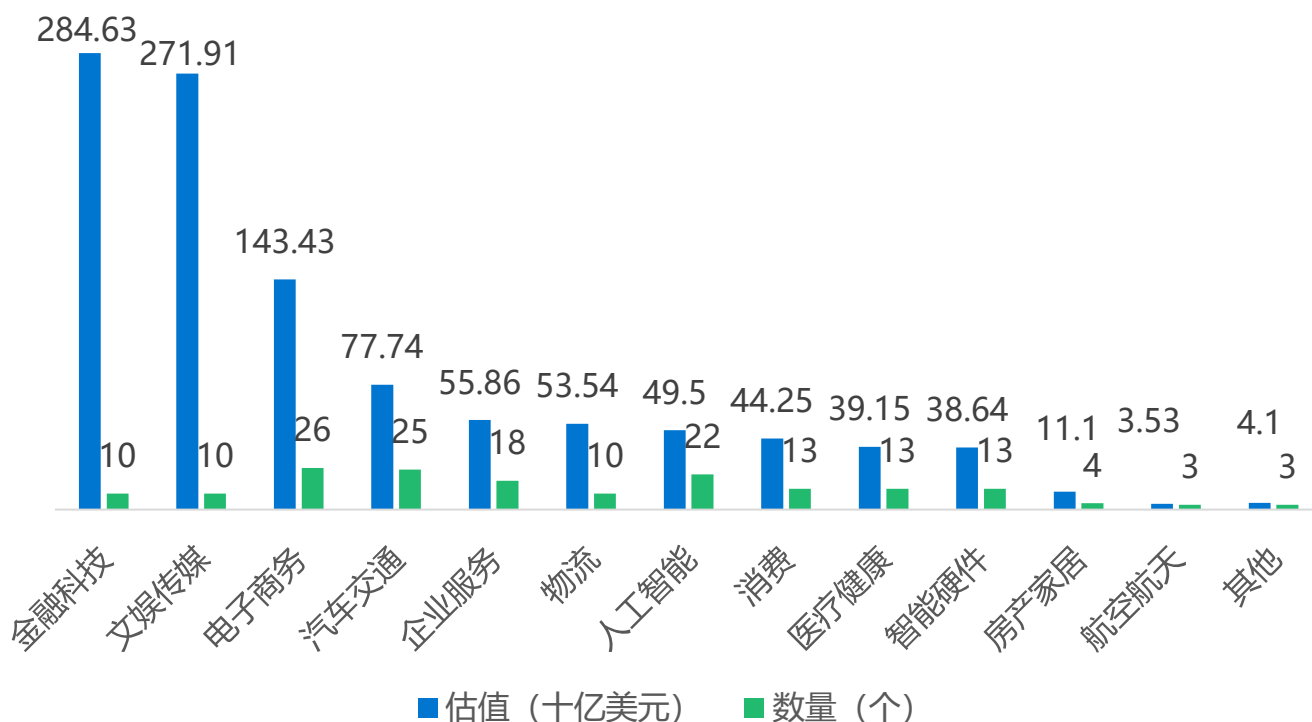
数据来源：36氪研究院

- 整体而言，我国独角兽行业分布呈以下特征：1) **ToC行业主要以消费升级和各类生活场景为业务切入点**，满足用户衣、食、住、行全方位需求的同时，以科技手段实现用户生活智能化，由此带来生鲜电商、运动健身、智慧出行、智慧家居等垂直赛道的蓬勃发展；2) **ToB行业多以数据赋能，加速企业数字化转型进程**，旨在优化生产、供应链、财务、人力、营销等各环节，助力企业降本增效，以智慧物流、数据中台、企服SaaS最为典型；3) **ToG行业聚焦国家战略产业**，为政府提供相关技术解决方案，如航空航天等。

*注：行业划分标准中，人工智能行业仅包含技术层企业，应用层与基础层企业依据其业务类型被归类至其他具体行业

凭借超级独角兽企业，金融科技、文娱传媒行业位列估值前二

- 高估值独角兽主要出现在金融科技和电子商务行业。按照估值排序，位列前10名的独角兽企业中，金融科技和电子商务行业各有3个，其余企业均匀分布在企业服务、文娱传媒、物流和消费行业。
- 从总估值来看，金融科技、文娱传媒、电子商务位列前三。其中，金融科技行业中的蚂蚁集团和文娱传媒行业中的字节跳动，企业估值均超过两千亿美金，拉高行业整体估值水平。近年来，电子商务面对市场的快速变化，创造了丰富多样的商业模式，为行业增长提供巨大的想象空间，估值一路走高。
- 医疗健康、人工智能、智能硬件行业因产品属性、商业化能力、发展前景等因素，尽管独角兽企业数量较多，但行业整体估值不高，平均估值较低（分别为30.1亿美元、22.5亿美元、29.7亿美元）。

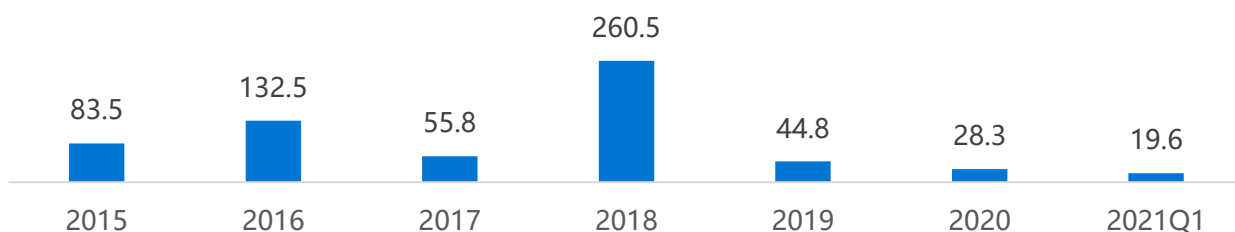


图示：中国各行业独角兽估值情况

数据来源：36氪研究院

中国金融科技业务类型不断丰富，投融资规模逐步回暖

- 根据金融稳定理事会的定义，金融科技（FinTech）是指技术带来的金融创新，能够产生新的商业模式、应用、流程或产品，从而对金融服务的提供方式产生重大影响。
- **监管更审慎、顶层设计更聚焦，金融科技为社会经济的发展夯实基础。**2021年政府工作报告和“十四五”规划纲要明确提出，强化金融科技监管、确保金融业务持牌经营、探索纠错和暂停机制，确保金融科技稳妥发展。另外，“十四五”规划提出金融科技助力绿色金融、乡村振兴和普惠金融等，赋能实体经济发展。
- **数字化技术推动金融科技业务场景不断丰富，盈利能力逐渐提高。**互联网巨头从电商、社交、搜索等大众化场景切入，基于其流量优势，利用数字化技术提升金融服务能力，逐步丰富业务生态，实现金融业务场景化延伸。另外，传统金融机构不断与互联网融合，基于积累的大数据资源，不断探索与传统金融业务相关的互联网场景，为客户提供一揽子金融服务。各类技术推动业务场景的多元化，扩大企业业务范畴，实现收入的提升，为行业发展奠定坚实的基础。
- **金融科技行业投融资规模回升。**根据CB Insights数据，2021年第一季度，中国金融科技行业融资总额达19.6亿美元左右。在经历了2020年资本寒冬后，2021年，随着中国经济的恢复和行业新需求的不断涌现，投融资规模逐步提升。



图示：中国金融科技投融资规模（单位：亿美元）

数据来源：东北证券，CB Insights，36氪研究院

官方微信：zhituquan

中国金融科技行业生态逐步完善，上游以综合金融科技集团和传统金融机构为主

金融机构



产品和技术支持



底层技术



图示：金融科技产业图谱

注：本图谱由36氪研究院梳理，只列出部分企业为代表，未覆盖全产业

数据安全问题、数据质量不高构成金融科技行业仍待解决的痛点

- 随着大数据、人工智能等技术的成熟发展，我国金融科技公司数据获取能力大幅提升，但行业普遍面临数据安全和数据质量两大核心痛点。
 - **数据安全。**近年来，金融机构数据泄漏、倒卖客户信息、过度收集用户数据等现象频发，数据成问题是困扰金融科技行业发展的核心痛点之一。数据泄漏可能导致用户资金损失、公司形象和财产损害等严重后果，阻碍行业可持续发展。根据《金融行业网络安全白皮书（2020）》显示，金融隐私泄露事件大约以每年35%的比例增长。大数据、互联网等技术在推动金融业数字化发展的同时，也增加了数据泄露风险，一旦数据库遭受攻击，大量数据将被曝光。
 - **数据质量。**数据已成为金融机构的重要资产和核心竞争力，其质量决定了公司在顶层战略、产品设计、内部管理等多方面决策的准确性。在业务开展过程中，金融机构积累了大量客户数据、交易数据、外部数据，但其数据还存在准确性、完整性、时效性欠缺等质量问题。金融科技企业产品多、岗位分工复杂，数据在被加工和使用过程中，易存在被篡改、丢失等现象，导致数据质量存在问题，增加企业数据治理成本的同时，降低经营效率。
- 黑客攻击数据库
 - 内部员工贩卖用户信息
 - 用户数据被违规越权使用
 - 违规交易用户隐私数据
 - 数据缺失
 - 数据准确率低
 - 数据不具一致性
 - 数据时效性不足

01

数据安全

02

数据质量

图示：金融科技企业面临的主要痛点

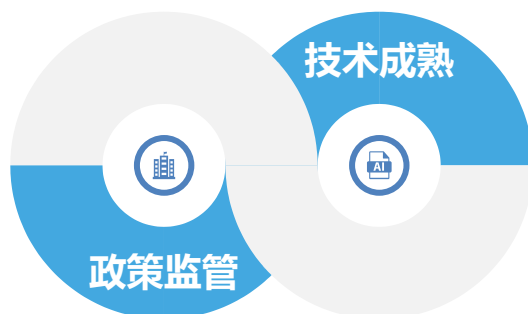
官方微信：zhituquan

36氪研究院
36KR RESEARCH

金融科技行业的发展潜力将随着政府监管趋严、各类技术成熟而逐步释放

- 在中国经济发展不断向好的大背景下，政策监管和个性化服务将释放金融科技行业的发展潜力。
- **政策监管助推金融科技行业向正规化发展。**2021年，政府出台《中华人民共和国数据安全法》、《关于平台经济领域的反垄断》等一系列政策法规，完善针对金融科技企业的监管与审查。金融科技目前正处于快速发展阶段，行业存在垄断风险、信用风险、数据安全风险等问题。随着政策监管的细化与严格，金融科技企业的业务流程、运营资质等将得到监督和控制，市场环境将进一步规范化。
- **随着技术手段的逐渐成熟，金融科技企业将实现千人千面的服务。**一方面，金融企业通过大数据、人工智能等技术将用户画像标签化，高效捕捉存量用户需求，为其提供个性化、全方位的金融服务。另一方面，金融科技企业利用技术手段，分析和明确小微企业、个体工商户等信用风险较高的企业的真实融资目的、资金去向和经营风险，实现穿透式风控，为其提供更精准的产品与服务。

- 2021年政府工作报告提出，强化金融科技监管
- 中央财经委员会第九次会议强调，金融活动全面纳入监管
- 2021年发布《关于进一步规范商业银行互联网贷款业务的通知》、《非银行支付机构客户备付金存管办法》等

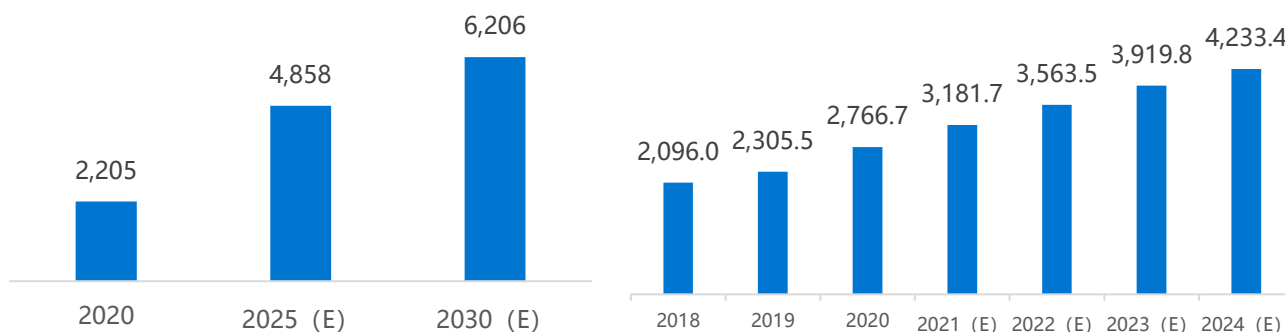


- 5G的物联网技术使金融机构了解更多的客户信息，提升风控模型的精准度
- 数据湖技术打通、储存更多内部数据，为数据分析提供重要支撑
- 图技术提升智能风控能力
- 云边协同提高数据安全性

图示：金融科技行业发展潜力得到释放
官方微信：zhituquan

文娱传媒行业市场规模持续增长，资本关注度逐步提升

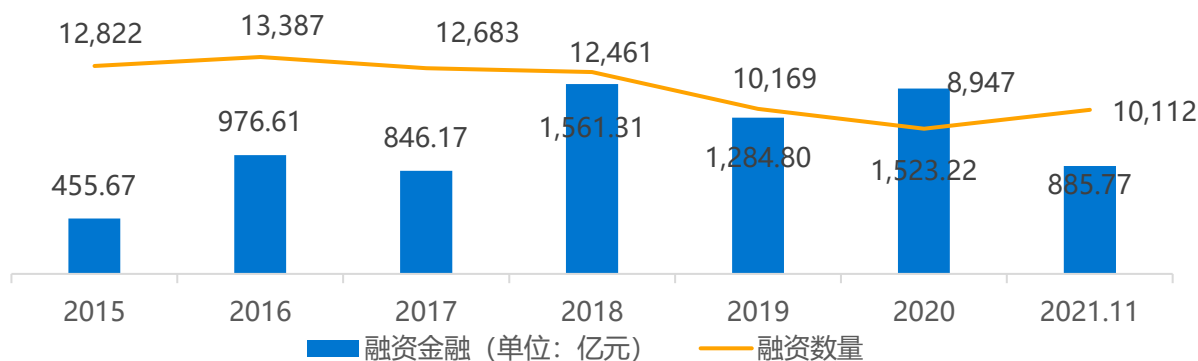
- 我国文娱传媒行业市场规模稳步提升。**一方面，中国中产家庭数量在逐年递增。中产阶级更注重精神文明，愿意为情怀买单，对视频平台会员、知识付费、游戏充值等文娱产品的付费意愿更强。另一方面，Z世代的消费能力逐渐提高。Z世代对文娱内容和服务具有较高的需求度，是文娱传媒行业的主力消费群体之一。根据国金证券数据，2020年，中国文化娱乐市场规模为2,205亿元，预计2030年达到6,206亿元，未来十年复合增速近11%。弗若斯特沙利文数据显示，2020年至2024年，中国媒体行业市场规模预计从2.8万亿增长至4.2万亿元，年复合增速约为11%。



图示：中国文娱行业规模（单位：亿元）
数据来源：国金证券，36氪研究院

图示：中国媒体行业规模（单位：十亿元）
数据来源：弗若斯特沙利文，36氪研究院

- 我国文娱传媒行业投融资逐渐回温。**自2018年文娱传媒行业投资金额达到近几年顶峰后，文娱传媒行业融资金额趋于小幅波动发展。由2016年起，融资数量呈下降趋势，直到2021年被投项目数量才有所回升。



图示：中国文娱传媒投融资规模
数据来源：IT桔子，36氪研究院

文娱传媒行业细分化发展，诞生动漫、体育等内容用以满足多样化消费诉求



图示：文娱传媒产业图谱

注：本图谱由36氪研究院梳理，只列出部分企业为代表，未覆盖全产业

经营效率低、侵权现象频发构成文娱传媒行业的主要痛点

- **经营效率低。**一方面，传媒行业注重内容的时效性，但优质作品较为依赖人工获取、编辑，产出效率较低，且难以满足用户个性化需求。此外，传媒行业涉及大量的高清视频、直播、现场连线等，5G的尚未全面覆盖致使存在信号中断、延迟等问题，传播效率受到影响。另一方面，文娱行业的内容生产周期偏长、成本较高，部分盈利依赖爆款，致使行业经营风险较大。
- **侵权现象愈加严重，维权困难。**优质内容是文娱传媒行业的核心要素。新媒体时代下，全民皆为创作者的趋势使侵权行为事件增多。根据《2020年度内容行业版权报告》数据，2020年图文内容传播量为1,832万次，其中违规转载次数占比达99.3%，视频类侵权内容较2019年环比增加了180%。与此同时，侵权成本低廉、传播方式多样且隐蔽、用户缺乏版权意识、惩罚力度低等，致使企业维权困难。84%的创作者认为维权过程复杂、维权渠道较少，79%的版权方认为维权过程耗费大量时间与精力*。

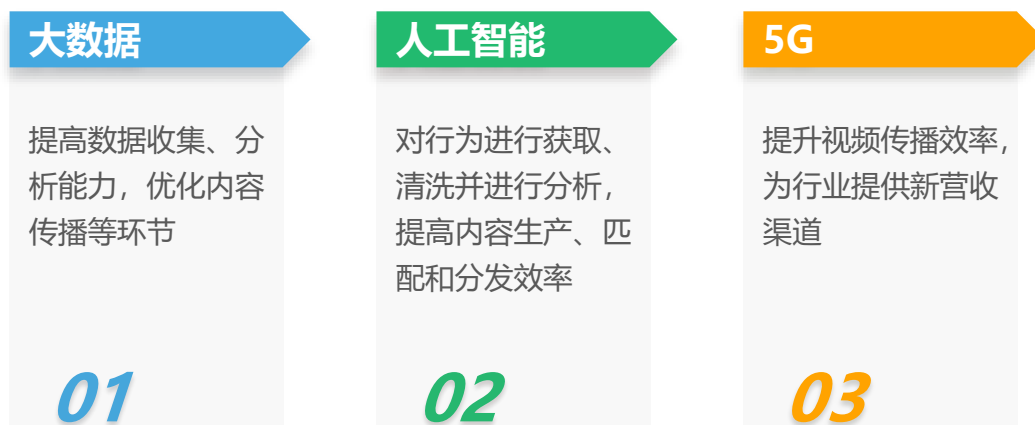


图示：文娱传媒企业面临的主要痛点

*数据来源：光大证券

技术提高内容生产、分发效率，为文娱传媒行业增长注入新动力

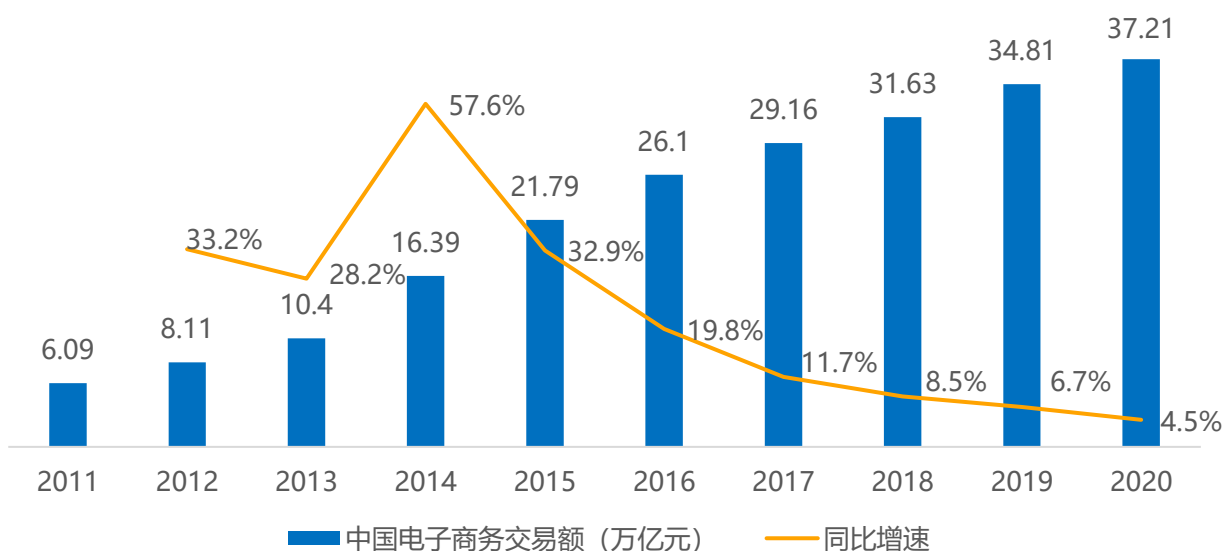
- 数字化技术的成熟发展改变了内容的生产、应用和分发模式，助力文娱传媒企业精准把握用户需求的同时，实现降本增效。
- **大数据**。大数据可根据情节内容、弹幕评论、渠道数据，识别用户兴趣点，为内容的发布、传播等环节提供决策依据和数据支持。
- **人工智能**。在内容生产环节，基于人工智能的语义分析识别、情节和情绪辨别等功能，文娱传媒企业可掌握公众的观点、态度、情绪等内容，并将复杂的、不可量化的行为转化为可理解的数据，辅助内容的产生，提高精准性；NLP自然语言处理能够简化数据型内容的撰写环节，提升内容生产效率。在内容分发环节，算法技术采集并分析用户的点击、评论、转发等行为，使用户画像刻画更为全面和准确，让直播、视频媒体、广告等领域的分发策略更具针对性。
- **5G**。5G具有低时延、广连接、高速率的特征，可用于VR视频、互动视频、直播视频、云游戏等领域，强化提升视频的编码解码能力，提高视频传输效率，为创新内容生产和新消费场景的落地提供可能。根据《5G娱乐经济报告》数据，2022年，5G为传媒产业带来的营收有望增加到4,70亿美元，到2028年，5G为传媒产业新增的营收预计达到3,350亿美元。



图示：技术赋能文娱传媒行业

我国电子商务行业实现稳定发展，电商新业态催生系列独角兽企业

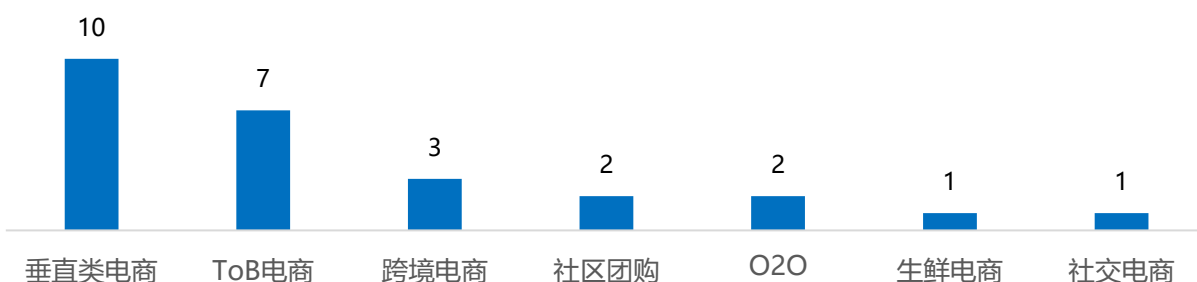
- 自2014年以来，我国电子商务行业实现了长足发展。根据国家统计局数据，2020年我国电子商务交易额高达37.21万亿元，同比增长4.5%，其中ToC交易额9.84万亿元，ToB交易额18.11万亿，分别同比增长16.6%和3.7%。



图示：2011-2020我国电子商务交易额及增速

数据来源：国家统计局，36氪研究院

- 随着数字化加速向各行业渗透，电子商务领域迎来新一轮发展机遇。区别于传统货架式电商的社交电商、直播电商、生鲜电商等新业态层出不穷，吸引大批创业者与投资者纷纷入局。2021年，我国电子商务行业共跑出26家独角兽。从更为细分的领域来看，垂直类电商企业占比最高，达38.46%，分布于汽车、旅游、医药、服饰箱包等垂直领域，其中围绕二手车买卖及车辆维修保养的汽车服务电商与医药零售电商企业数量最多，均为3家。



图示：2021年中国电子商务行业独角兽企业分布

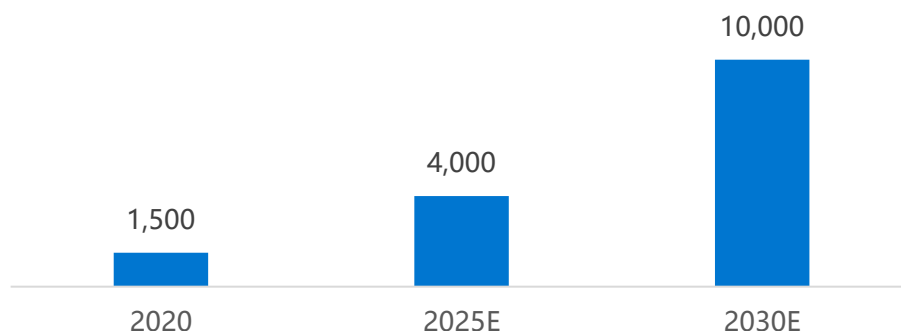
数据来源：36氪研究院

消费者新需求为垂直细分电商赛道带来发展新机遇

- 从电子商务独角兽商业模式来看，暂未有企业选取传统的综合货架式电商模式，而是多通过社交、社区团购、实时配送等方式或聚焦垂直领域等切入ToC电商行业。这主要与传统电商的高集中度和消费市场不断涌现的新需求有关。
- 一方面，我国传统电商已形成以淘宝、天猫及京东为主的行业竞争格局。集中度较高的综合类电商赛道中，留给独角兽企业的行业空间已然不多。另一方面，在消费触点多元化与碎片化的时代，消费者需求也在持续发生变化，各圈层消费者的需求也不尽相同。**对电子商务领域的创业者而言，切入更为垂直细分的电商赛道，满足特定人群的消费需求，更有助于形成企业的差异化竞争优势。**因此，垂直细分电商领域更容易跑出独角兽企业。
- **跨境电商：探索海外蓝海市场。**部分海外国家电商渗透率远低于中国，而受2020年疫情带来的居家隔离影响，海外消费者在线购物的需求持续得到释放，吸引国内大批电商玩家开展出海跨境业务，探索海外蓝海市场。与此同时，全球范围内物流、移动支付等基础设施的完善，为跨境电商的出海业务开展提供必要条件。明星独角兽企业SHEIN便是出海电商的受益者之一。
- **社区团购：熟人社交下的用户裂变。**以社区为单位、“线上付款+线下社区内提货”的模式下，就近自提取代快递物流，大幅降低购买成本，满足消费者对高性价比产品的需求。社区团购多以熟人关系链为基础进行延伸，社交带来的用户裂变，满足企业低成本获客的诉求。深入下沉市场的兴盛优选便是社区团购独角兽企业的典型。
- **社交电商：**内容种草驱动购买行为产生。随着红人文化的持续发展，内容种草已逐渐成为引导用户购买行为产生的主要驱动之一，为具备社交属性的电商平台带来发展新机遇。

政策利好下，数据、算力及算法的不断成熟，推动我国人工智能产业高速发展

- 人工智能即Artificial Intelligence，简称AI，最早于1956年在Dartmouth会议上提出。作为计算机科学的重要分支，人工智能旨在通过机器学习、神经网络、计算机视觉、自然语言处理、人机交互等各类技术，训练与引导机器产生类人的行为与反应，实现机器智能化。
- 政策驱动下，人工智能产业已上升至国家战略高度。**2019年中共中央政治局集体学习期间，人工智能被称作“引导新一轮科技革命和产业变革的战略性技术”。2020年，中央网信办、发改委等5部门联合印发《国家新一代人工智能标准体系建设指南》（国标委联〔2020〕35号），加强人工智能领域标准化顶层设计，推动人工智能产业技术研发和标准制定，促进产业健康可持续发展。我国“十四五规划”同样将“新一代人工智能”作为议题重点提及。从中央到地方，各级政府均出台人工智能发展纲要与规划。
- 数据、算力与算法的不断成熟，推动人工智能技术向各行业加速渗透。**数据、算力与算法是人工智能技术的三大核心要素。近年来，在新基建建设逐步完善背景下，三要素均实现了质的飞跃，为人工智能技术的落地应用夯实基础。
- 政策东风与三要素成熟度的不断提升，推动我国人工智能产业实现高速发展，市场规模不断扩大，为独角兽企业提供了得天独厚的培育环境。**工信部数据显示，2020年，我国人工智能核心产业规模为1,500亿元。未来，人工智能核心产业将保持稳定增长态势，预计到2030年产业规模将突破万亿大关。



图示：2020-2030我国人工智能核心产业规模及预测（亿元）

数据来源：工信部，36氪研究院

基础层、技术层与应用层共同构成人工智能产业生态，各层级均有独角兽企业分布

- 人工智能产业生态主要包括基础层、技术层及应用层。基础层为人工智能技术的应用提供数据、算力及算法支撑，主要包含芯片、传感器等硬件和云计算、数据平台等软件，是人工智能产业的基础；技术层训练机器具备感知及反应的核心技术能力，包括机器学习、计算机视觉、语音识别、自然语言处理、人机交互等，是人工智能产业的核心；而应用层则是人工智能技术在各垂直行业或细分场景的延伸，为人工智能商业化提供解决方案或软硬件产品，如智慧出行、智慧城市、AI安防、AI医疗等。
- 2021年，我国人工智能行业共有22家独角兽企业，根据层级分类，此处仅指技术层企业。若将基础层与应用层的独角兽企业同时纳入广义人工智能行业，则该数字将突破70，体现出我国人工智能生态的繁荣。其中，基础层跑出诸如紫光展锐、奕斯伟、壁仞科技、奥比中光等硬件供应商；而技术层独角兽则纷纷开启上市浪潮，部分2020年技术层明星独角兽企业已通过上市聆讯；应用层独角兽大多选择自动驾驶汽车、智慧城市、智慧医疗等赛道，典型企业包括平安医保科技、文远知行等。



图示：我国人工智能生态

研发能力、技术成熟度与单点技术赋能，是人工智能独角兽未来需重点攻坚的对象

- 我国人工智能生态繁荣的背后，也潜藏困境与痛点。然而痛点意味着新机遇，也是各独角兽企业未来需要重点攻坚与突破的方向。
- 就人工智能技术本身而言，存在研发能力尚待提升、部分技术成熟度较低与单点技术赋能效果弱三大痛点。
- **技术研发能力差距仍存。** 尽管人工智能产业在我国实现了高速发展，但整体而言，我国人工智能技术研发能力相较欧美部分国家仍有一定差距，“卡脖子”关键技术依旧存在，制约人工智能技术从计算智能到感知智能再到认知智能的升级，从而削弱技术的落地应用能力。
- **部分技术成熟度较低。** 根据Gartner发布的2021年人工智能技术成熟度曲线，大部分技术创新，如深度神经网络、知识图谱、决策智能等，仍旧处于从萌芽期到过热期的过渡，对人工智能技术的部署形成一定障碍。
- **单点技术赋能效果弱。** 包括计算机视觉、语音识别、自然语言处理等在内的单点人工智能技术的突破开启了中国人工智能产业第一波红利期，安防、交通、金融等领域在单点技术的应用下能够快速形成场景闭环，一批人工智能独角兽企业通过垂直场景的应用部署成长起来。但就行业需求端而言，随着人工智能场景应用的不断深入，单点的人工智能技术无法充分解决行业痛点，需推动人工智能技术实现系统化与生态化，打通技术、数据与资源间的壁垒，真正实现底层技术的深度融合。
- 在我国社会经济发展新形势下，各行业对人工智能技术的需求度逐渐提升。人工智能技术已被时代赋予了拉动经济增长、推动产业升级的使命。**对独角兽企业而言，深耕技术能力、打破核心技术应用制约、推动技术与垂直行业和细分场景更为有效的结合，是其打造自身竞争壁垒和进一步抢占市场份额的关键。**

企业服务内容多元且复杂，独角兽企业凭借技术能力为B端客户提供通用或垂直类解决方案

- 企业服务面向B端企业级用户，为其提供覆盖经营管理各环节的信息化服务，包括IT系统建设、人力资源管理、协同办公、企业资源管理、客户服务及关系管理等。企业服务区别于ToC端服务，其服务周期长、流程复杂、客单价相对较高、服务内容也更为专业。
- 企业用户在日常生产经营中会遇到多种多样的问题，这也决定了企业服务内容的多元与复杂性。**根据服务内容的不同，企业服务可被分为两大类：通用型与垂直型。**其中，垂直型企业业务范围更为聚焦，旨在为某一垂直行业提供系统性解决方案，如电子商务、金融、医疗等；而通用型企业服务不受B端客户所在行业影响，其产品及服务可实现跨行业复用，如客户关系管理软件（CRM）、人力资源管理系统（HRM）等。
- **在通用型企业服务范围内，又包含提供全面技术解决方案的企业和深耕具体应用场景的企业。**前者服务内容包括但不限于数据中台、数据决策等；后者以企业经营中各具体场景为服务对象，包括协同办公、财税服务、人力资源管理、客户服务等。
- 2021年，我国企业服务赛道共有18家独角兽企业，包括2家垂直型服务独角兽和16家通用型服务独角兽，估值中位数达12.9亿美元。2家垂直型服务独角兽主要为电商与物流行业提供系列服务；16家通用型服务独角兽中，7家以具体场景为服务内容，包括协同办公、财税SaaS、客户服务等，其他9家主要通过数据技术赋能企业级客户，通过打造一体化数据中台，优化企业决策的同时，推动企业数字化转型。

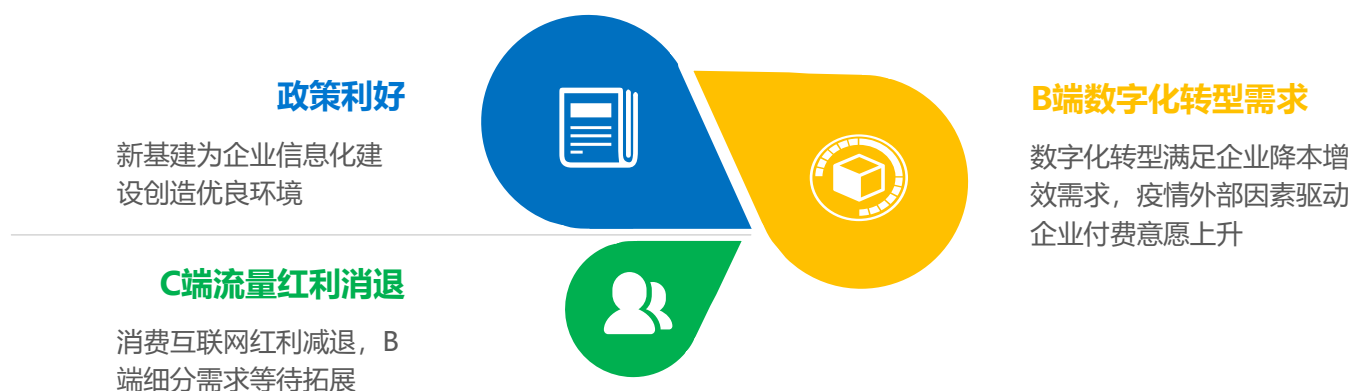
通用型技术服务商 9家	通用型财税SaaS服务商 3家	行业垂直型服务商 2家
	通用型协同办公服务商 2家	通用型客户管理服务商 1家
		通用型人力资源服务商 1家

图示：2021年中国企业服务独角兽垂直领域分布

数据来源：36氪研究院
官方微信：zhituquan

企业服务细分领域成新蓝海，有待独角兽企业进一步探索

- 企业服务细分赛道众多，不乏创业者和投资者的身影。近年来，在政策导向、企业数字化转型需求凸显及C端流量红利逐渐消退的时代背景下，企业服务更是深受创投机构与创业者青睐。

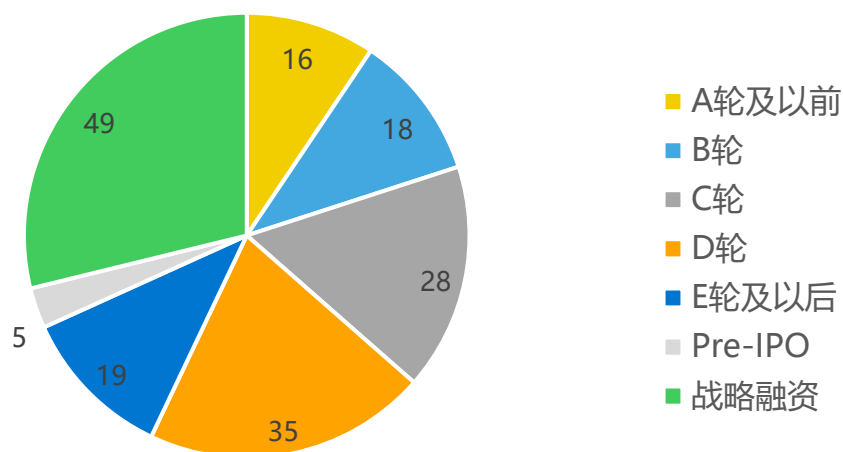


图示：我国企业服务行业发展核心驱动

- 新基建如火如荼，为企业信息化建设提供政策利好。** 2016年以来，中央、国家各部委及地方政府陆续出台系列政策及指导意见，稳步推进以5G、人工智能、工业互联网、物联网等为核心的新型基础设施建设，为企业的信息化建设提供底层技术支撑。特别是在全球经济遭遇新冠重创的背景下，新基建被赋予稳增长、提振经济的使命，有望拉开新一轮信息化建设序幕。
- B端数字化转型需求持续得到释放。** 在我国政治经济新形势下，降本增效逐渐成为企业重要诉求。而2020年的疫情更是加速了企业数字化转型需求的释放，企业为第三方数字化服务的付费意愿也随之上升，为企业服务行业注入更多发展动力。
- C端流量红利逐渐消退，B端新蓝海市场等待探索。** 早前中国互联网高速发展期，人口与技术带来的流量红利催生了ToC商业模式的蓬勃发展，也使得大批ToC企业实现了营收的快速增长。而近年来，随着流量天花板显现，以及“互联网+”趋势的深化发展，消费互联网的红利逐渐减退，互联网企业逐渐向B端客户渗透，企业服务更为细分领域的新蓝海市场，等待进一步探索。

中国独角兽企业多处于中后期融资轮次，VC/PE机构和互联网巨头等为其提供资金支持

- 从融资轮次来看，截至2021年11月30日，36氪研究院数据显示，中国独角兽企业融资轮次多处于中后期。其中，完成战略融资和Pre-IPO的公司数分别为49个、5个，合计约占独角兽企业总数的32%；处于C轮到E轮中期融资阶段的独角兽企业共有82个，约占总数的48%；处于A轮及以前到B轮的早期融资阶段的独角兽企业共有34个。



图示：中国独角兽融资轮次（单位：个）

数据来源：36氪研究院

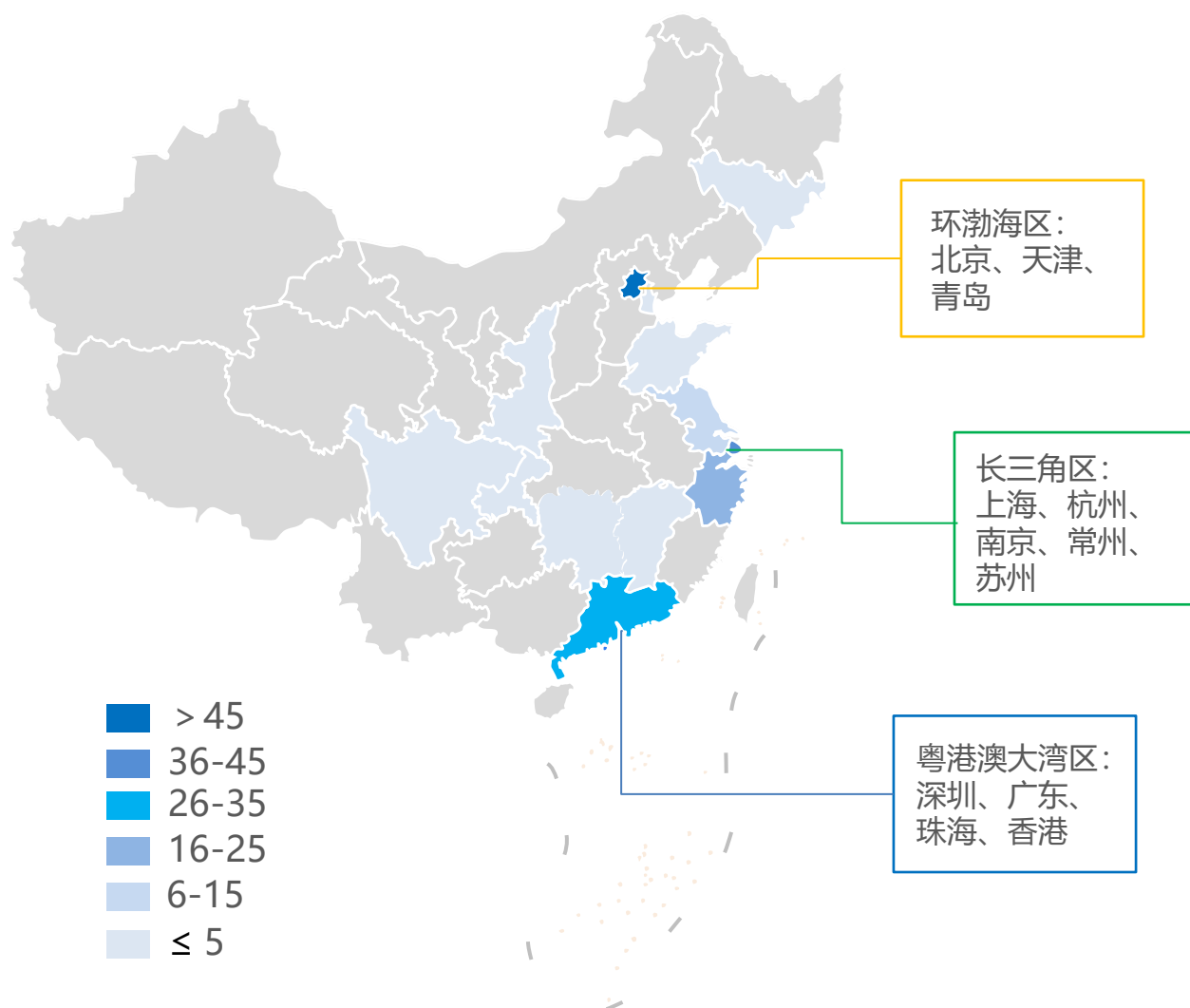
- 从投资方来看，除以红杉资本、IDG等为代表的VC/PE机构外，还包含基于服务或产品快速发展起来的早期独角兽企业，如腾讯、阿里等。两者投资出发点有所不同，VC/PE机构以财务投资为主，以期获得企业高成长性带来的高额回报，而大型企业投资主要围绕自身主营业务而进行，构建完整业务生态的同时，涉猎高成长性新兴行业。



图示：中国部分独角兽活跃投资机构

我国独角兽企业地域分布较为集中，形成环渤海、长三角及粤港澳大湾区三大密集分布区

- 整体而言，我国独角兽企业地域分布呈东部沿海地区多、西部内陆地区少的特征，这主要受资本、人才、技术等要素的综合影响。东部沿海地区因经济发展较为发达、高校院所较为聚集等优势，更易培育出独角兽企业。
- 我国已逐渐形成三大独角兽区域带。1) 环渤海区：以北京、天津、青岛为主；2) 长三角区：以上海、杭州、南京等为核心；3) 粤港澳大湾区，典型城市包括深圳、广州、珠海等。
- 就城市分布而言，北京、上海、深圳及杭州独角兽企业数量最多，分别为49、41、19与18家，合计占比高达74.7%。

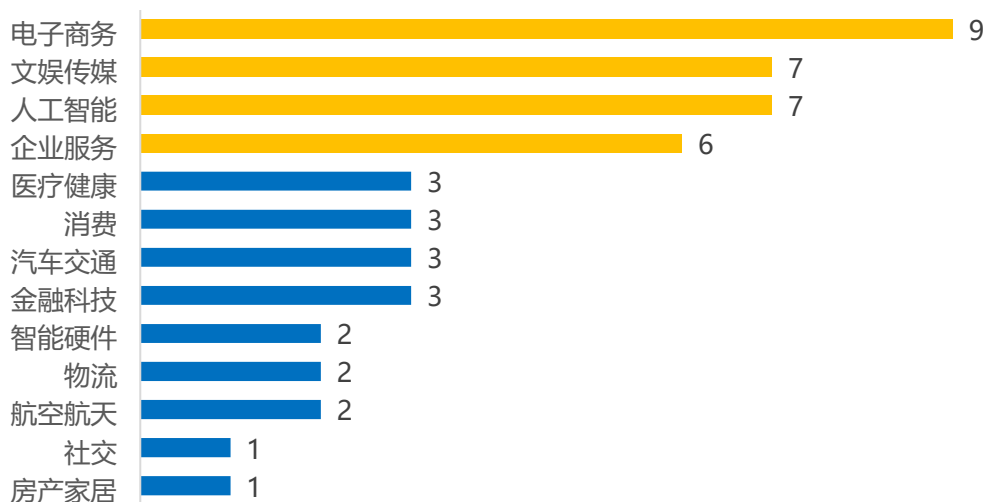


图示：我国独角兽企业地域分布

数据来源：36氪研究院
官方微信：zhituquan

北京：政策、资源与产业集群三要素优势明显，共同打造中国“独角兽之城”

- 2021年，北京市共拥有49家独角兽企业，是当之无愧的中国“独角兽之城”。59.18%的独角兽企业分布于电子商务、文娱传媒、人工智能及企业服务行业。与其他城市相比，**北京市独角兽行业覆盖较为全面，硬科技导向比较明显**，企业致力于通过大数据、人工智能、物联网等技术赋能各类终端客户。



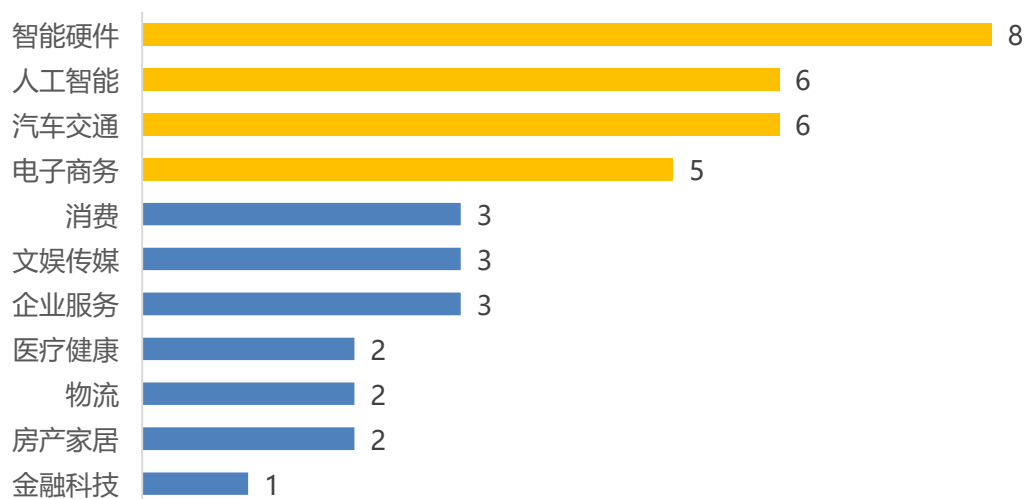
图示：北京市独角兽企业行业分布

数据来源：36氪研究院

- 北京市独角兽企业地区分布呈较强的“二八效应”，77.55%的企业集中在海淀区和朝阳区**，其中27家企业位于海淀区，以人工智能等重科技类企业为主；11家企业坐落在朝阳区，以新消费与电子商务为主。
- 北京市凭借政策利好、高度集中的科创资源及产业集群，吸引了众多优质独角兽企业。** 1) 北京确立了建设国际科技创新中心的战略，提出“加快新型基础设施建设、加快新场景建设培育数字经济新生态、促进新消费引领品质新生活、实施新开放举措、提升新服务进一步优化营商环境”，力图通过政策扶持，支持大批创新型企业的发展，北京市营商环境持续得到提升；2) 北京市汇聚了大批科研场所与高校，特别是海淀区，科创资源高度集中，人才及技术优势明显，产学研合作氛围浓厚，形成孵化独角兽企业的沃土；3) 北京市已形成部分产业集群，如中关村地区，各类资源可在企业间流动与互通，实现企业间强协同与优势互补。

上海：独角兽企业致力于推动科技在多元场景下的应用

- 2021年，上海市拥有41家独角兽企业，数量仅次于北京市。其中，**60.98%独角兽企业分布于智能硬件、人工智能、汽车交通及电子商务领域**。上海市独角兽企业更多地致力于推动科技与具体场景的结合，场景导向特征明显，如以平安医保科技为典型的人工智能应用层独角兽企业，将人工智能科技与生活、出行及医疗健康等细分场景结合，推动人工智能技术更好地实现落地。

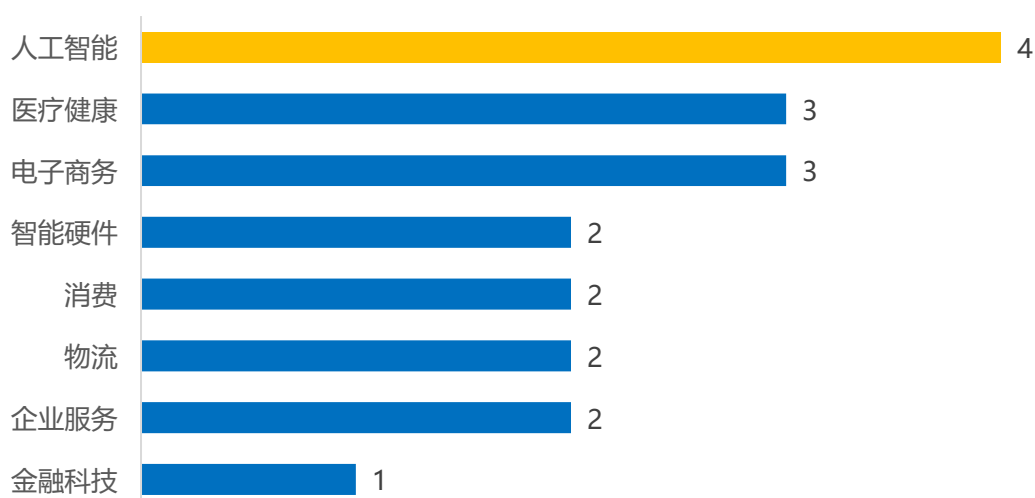


图示：上海市独角兽企业行业分布
数据来源：36氪研究院

- 与北京市类似，**上海市的科研资源与政策同样有利于独角兽企业的培育和孵化**。1) 上海市高校林立，按地域形成9大主要大学城，如汇聚了华东政法、上外等学校的松江大学城和以复旦、上财、同济等为核心的洋浦大学园区，为独角兽企业提供源源不断的优质人才储备；2) 上海市高新技术产业集群效应明显，以张江为例，各大上市企业与外资企业聚集，科研实力雄厚，为独角兽企业的发展提供了有益经验借鉴；3) **上海市明确了以集成电路、生物医药、人工智能为政策重点扶持的三大行业**。以人工智能为例，2020年10月，上海印发了修订后的《中国（上海）自由贸易试验区临港新片区集聚发展人工智能产业若干政策》，通过资金、技术、人才等各项资源，加快人工智能产业的聚集和发展。

深圳：独角兽行业分布均匀，市政府与深创投共同推动资本、人才及技术要素在企业间互通

- CB Insights数据显示，2015年深圳只有一家独角兽，而2021年增长至19家，跻身我国独角兽数量第一梯队。
- 深圳独角兽行业分布较为平均，人工智能、医疗健康、电子商务等领域均有独角兽企业跑出。



图示：深圳市独角兽企业行业分布

数据来源：36氪研究院

- 短短几年内，深圳市独角兽数量的飞速增加，是政府政策引导、人才汇聚、产业集聚等因素综合作用的产物。1) 深圳市发改委制定系列指导意见和独角兽企业遴选发现指标体系，并将生物医药与健康、半导体与集成电路、智能机器人、智能网联汽车、新能源、新材料、量子科技等战略性新兴产业纳入重点扶持的行业范围。2) 深创投为独角兽的发展提供资金支持。深创投是深圳市政府出资并引导社会资本加入而设立的综合性投资集团，目前，管理各类资金总规模近4千亿元，旗下管理 138 只私募股权基金。深创投主要面向中小企业、高新技术企业以及新兴产业企业，为独角兽企业的培育带来强有力的资本支持。3) 深圳南山区汇聚了一批高精尖人才与大型企业。人才、技术等要素在企业间的流动，为独角兽企业创造优质的发展环境。

2家独角兽企业估值占比超四成，84%企业估值占比仅为25%

- 截至2021年11月30日，中国170家独角兽企业总估值超过1万亿美元，平均估值约为63亿美元，估值中位数为20亿美元。其中，估值2,000亿美元以上的独角兽企业有两家：字节跳动和蚂蚁集团。这两家独角兽估值总和占总估值的44%。超八成独角兽企业估值低于50亿美元，估值总和仅占25%。

估值范围	数量 (个)	数量占比	总估值 (十亿美元)	估值占比
2000亿美元以上	2	1%	475.00	44%
100-2000亿美元	12	7%	239.87	22%
50-100亿美元	13	8%	90.68	8%
10-50亿美元	143	84%	271.83	25%

图示：中国独角兽估值分布情况

数据来源：36氪研究院

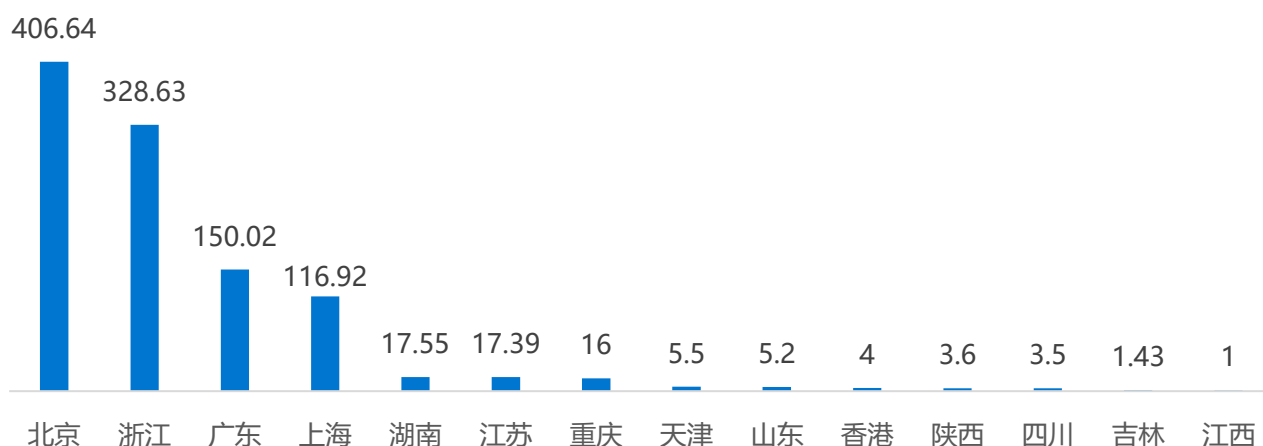
- 独角兽企业估值计算有别于二级市场，主要根据企业所在行业、技术能力、竞争壁垒、财务状况等综合评估。根据公司所处的发展阶段、行业情况及财务数据质量，一级市场一般选取可量化的关键指标构建估值方法。例如，DEVA估值方法适用于处于初创期的以用户作为企业价值驱动因素的互联网企业。



图示：中国独角兽估值主要适用方法

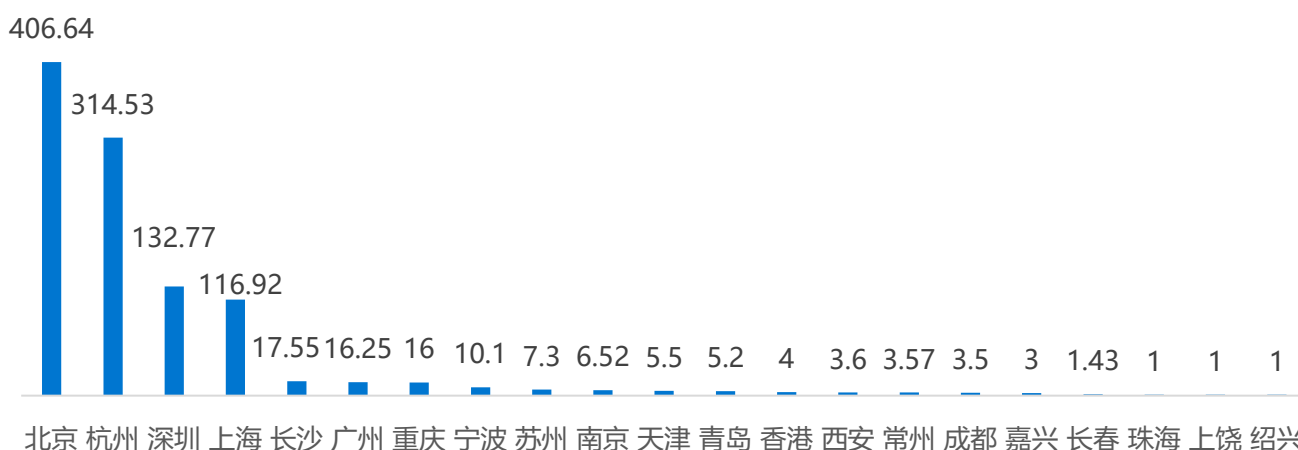
北京独角兽整体估值最高，浙江、广东与上海紧随其后

- 从省份分布情况来看，中国独角兽企业遍布14个省份，整体估值最高的三个省份为北京、浙江、广东，对应的独角兽企业总估值分别为4,066.4亿美元、3,286.3亿美元、1,500.2亿美元。
- 从城市分布情况来看，北京、杭州、深圳、上海为四座独角兽总估值超过千亿的城市，长沙、广州、重庆排名次之。两家超过千亿美元估值的独角兽企业：字节跳动和蚂蚁集团，分别坐落于北京与杭州（浙江），带动了当地独角兽企业整体估值的提升。



图示：按省份划分中国独角兽估值情况（单位：十亿美元）

数据来源：36氪研究院



图示：按城市划分中国独角兽估值情况（单位：十亿美元）

数据来源：36氪研究院

03

中国独角兽企业典型案例研究

- 字节跳动
- 蚂蚁集团
- SHEIN
- 钉钉
- 菜鸟网络

作为我国最早将人工智能技术应用于内容分发的企业，字节跳动已成长为超级独角兽企业

- 字节跳动成立于2012年，是我国文娱传媒领域跑出的超级独角兽，也是我国最早把人工智能技术大规模应用于内容分发的企业之一。发展至今，字节跳动共完成9轮融资，累计融资金额超70亿美元，其股东主要包括红杉中国、软银愿景基金、KKR、云锋基金等。根据CB Insights数据，截至2021年11月30日，字节跳动估值约2,500亿美元，居全球独角兽之首。
- 字节跳动发展历程可分为三个阶段：1) 资讯分发阶段：算法精准匹配需求，吸引规模用户；2) 短视频阶段：差异化定位打通细分市场，推出抖音、西瓜视频等爆款，保障用户留存；3) 全球化阶段，通过“技术出海”切入发达国家的流量市场，探索流量蓝海。



图示：字节跳动主要发展历程

- 作为跨国互联网科技公司，字节跳动业务矩阵覆盖聚合类资讯、短视频、垂直类资讯、内容社区等多个领域，旗下拥有今日头条、抖音、西瓜视频等爆款产品，同时拓展教育、金融、企业服务、电商、游戏、餐饮等新业务，积累了丰富的用户及流量。
- 根据披露，2020年字节跳动收入达343亿美元，同比增长111%，毛利润高达190亿美元，同比增长93%。

互联网商业模式下，字节跳动通过技术赋能，推动各业务矩阵实现流量变现

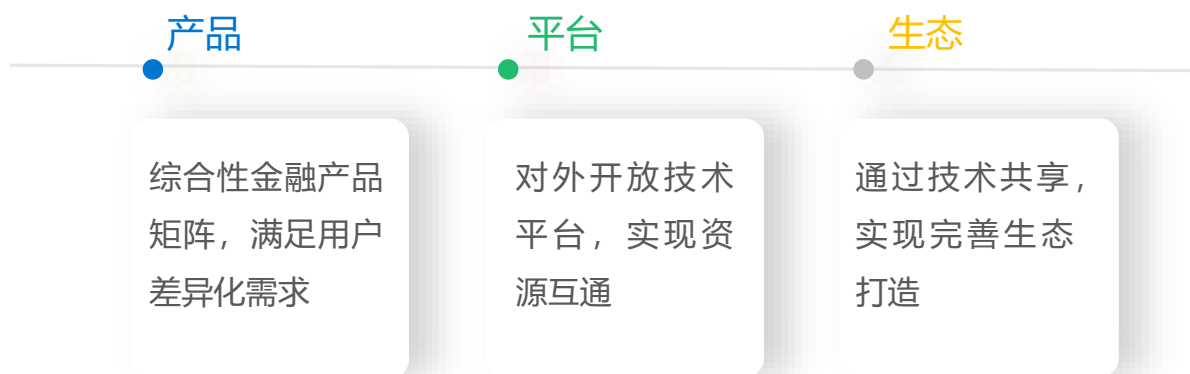
- 字节跳动采用典型的互联网商业模式，以自身品牌整合营销能力，汇聚流量、数据和内容，为商家提供综合数字营销解决方案，旗下抖音、今日头条等产品矩阵组成了优质的流量入口，并通过广告、游戏等方式进行变现。
- **完善的营销生态。** 巨量引擎是字节跳动旗下的营销服务品牌，整合今日头条、抖音、西瓜视频、懂车帝、穿山甲等产品的营销能力，汇聚流量、数据、内容等合作伙伴，为全球广告主提供综合数字营销解决方案。
- **技术赋能，实现精准营销。** 巨量引擎充分发挥字节跳动的AI技术优势，基于海量用户群体画像，对用户行为特征进行动态分析、深度建模，积累丰富的定向体系，帮助用户准确识别目标人群。
- **瞄准差异化定位，字节跳动通过优化算法搭建个性化信息分发平台。** 字节跳动以人工智能技术为支撑，依托“资讯分发+短视频”两大流量入口，通过差异化定位打通细分市场，弥补市场空白，保持竞争优势。
- **AI Lab专注人工智能技术研发。** AI Lab依托字节跳动的庞大用户数据，开发出行业领先的人脸识别、语音识别技术，并将成果应用于内容的创作、分发、互动和管理，实现内容的精准投放和推送。
- **以“算法+内容”打开移动互联网流量新入口。** 今日头条作为国内最早将人工智能应用到移动场景中的产物，自上线后便凭借算法编辑和智能分发，在资讯类APP中异军突起。根据2020年度官方数据报告显示，今日头条用户共点赞430亿次，分享相关内容7.4亿次，总评论数达443亿次。
- **对准短视频细分市场，进行差异化定位。** 字节跳动通过差异化定位+智能算法+精细化运作，相继上线以PGC短视频内容为主的西瓜视频、定位三四线小镇青年的火山小视频、专注于年轻人音乐短视频社区的抖音。

蚂蚁集团聚焦普惠金融，致力于以科技赋能金融服务

- 蚂蚁集团成立于2014年，是我国金融科技领域最大的独角兽企业，致力于以科技推动包括金融服务业在内的全球现代服务业的数字化升级，为消费者和小微企业提供普惠、绿色、可持续的服务。
- 根据阿里巴巴财报数据，蚂蚁集团2020年实现净利润575.3亿元，同比增长239.26%。截至目前，蚂蚁集团共发生11次融资事件，其Pre-IPO轮融资总金额达140亿美元，成为全球最大单笔私募融资。
- 蚂蚁集团发展历程可分为三个阶段：2004-2011年，蚂蚁集团从支付宝起步，建设数字支付体系；2012-2016年，发展数字金融服务，打造阿里系金融版图；2017年至今，强化金融科技平台，加速全球布局。
- 从业务矩阵来看，蚂蚁集团以支付为入口，围绕理财、微贷和保险为消费者和小微企业提供数字金融服务。集团旗下拥有支付宝、余额宝、招财宝、蚂蚁聚宝、网商银行、蚂蚁花呗、芝麻信用等子业务板块，分别涉及支付、理财、微贷和保险等领域。
- **数字支付服务。**蚂蚁集团以支付宝作为海量用户入口，支持各类线上和线下支付场景，涵盖多种数字支付功能，帮助商家与消费者保持联系并加速商家线下业务的数字化转型。
- **数字金融服务。**理财方面，蚂蚁集团与基金管理公司、保险公司等金融机构合作，通过蚂蚁财富平台提供包括货币市场基金、国定收益产品和股票投资产品等综合理财产品；微贷方面，蚂蚁集团与银行和其他贷款机构合作共同提供小额、期限灵活的信贷服务；保险方面，蚂蚁集团与保险公司合作提供全方位的保险产品，帮助保险公司提升传统保险业务的同时，满足数字经济生态下新出现的保险需求。

蚂蚁集团通过打造爆款产品、开放技术平台与拓宽生态，持续巩固金融科技行业龙头地位

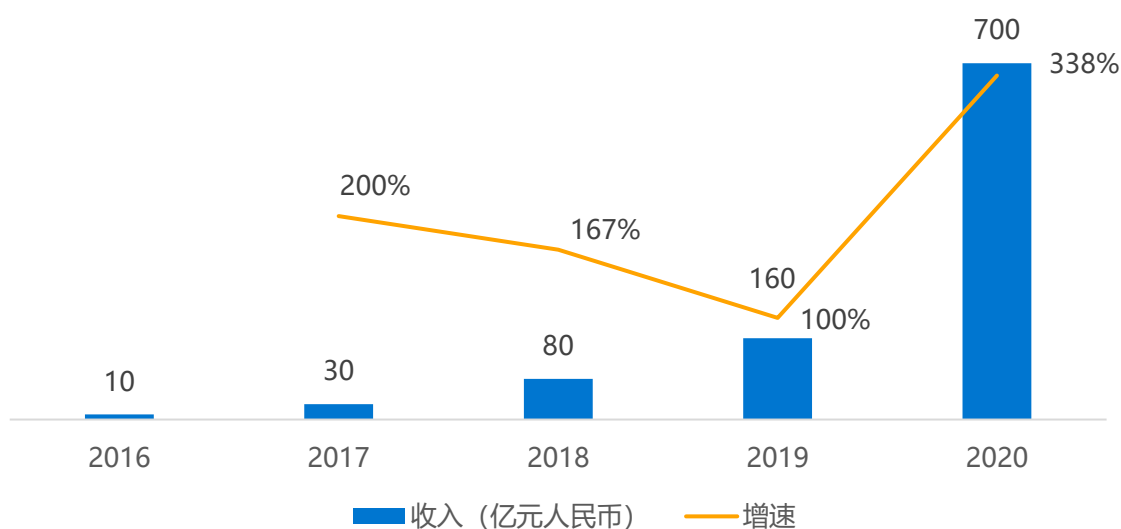
- “爆款产品+开放平台+生态打造”，蚂蚁集团以互联网思维切入金融科技产业链条。蚂蚁集团通过推出爆款产品、构建开放平台、打造独有金融生态，将客户从传统的C端、B端延伸至G端和F端，并将自身积累的技术和数据内化为护城河，建立行业竞争壁垒。
- 爆款产品。**蚂蚁集团从客户需求出发打造爆款产品，最初通过支付宝发挥支付的连接职能和流量优势，解决交易信任问题，随后深耕普惠金融，先后推出余额宝、花呗、借呗、相互宝等爆款，在短期内集聚海量用户，狠抓产品运营和用户体验，同时积累信用、交易等算法和数据，为更多的商家提供服务和解决方案。
- 开放平台。**蚂蚁集团凭借C端和B端庞大的流量和丰富的场景，深挖理财、微贷、保险等数字金融服务需求，通过开放支付、营销、安全能力，向金融机构输送客户流量，同时输出技术服务，帮助F端创建更具竞争力的应用。
- 生态打造。**纵向上，蚂蚁集团深耕区块链、IoT、数据库、人工智能和安全科技五大技术领域，逐渐形成技术壁垒，在蚂蚁链、OceanBase等领域输出底层技术，建立起服务G端的基础设施；横向上，蚂蚁集团加速全球业务布局，在全球范围内与合作伙伴分享技术，共同为用户提供金融服务，提升金融科技应用的深度与广度。



图示：蚂蚁集团竞争壁垒

SHEIN自成立以来实现快速发展，已成长为全球领先的快时尚跨境电商品牌

- SHEIN品牌成立于2012年*，是一家全球快时尚电商平台。2013年，公司获得集富亚洲投资500万美元的A轮融资，根据CB Insights数据，截至2021年11月30日，公司已完成E轮融资，估值约461亿美元。
- 公司集商品设计、供应链、仓储物流、线上运营、互联网研发及数字化建设为一体，通过全生态链、全球运营、全数字化的快时尚新生态，为消费者提供女装、男装、宠物、家居、美妆、鞋包、配饰等高性价比、多SKU的快时尚产品。公司销售渠道主要包括自建独立站和APP，其中，APP下载量过亿，覆盖全球超200个国家或地区，主要包括美国、西班牙、法国、德国、意大利、澳洲和中东地区。年活跃用户数已超过2,000万人，并拥有2个自营国际站点以及16个小语种站点、IOS移动端、andriod移动端**。
- SHEIN成立至今，已实现销售规模的大幅提升。根据中泰证券数据，2019年，公司日均发货量达80万件，营业收入连续5年增速超过100%，从2016年的约10亿元人民币增长至2020年的约700亿元人民币。



图示：2016年-2020年SHEIN营业收入及同比增速
数据来源：中泰证券研究所

*数据来源：公司官网

**数据来源：华创证券

数字化运营和供应链管理共同驱动SHEIN打造行业竞争壁垒

- SHEIN具备全链路数字化运营和“小单快返”供应链管理等竞争优势，使公司估值短时间内实现了大幅增长。
- **数字化能力。** SHEIN实现从产品设计、生产及销售的全链路数字化运营，缩短生产、补货周期的同时，提高产品的销售率。SHEIN在产品的设计前，通过大数据和线下店洞察用户需求、时尚元素及流行趋势，快速设计、上线样衣测款。根据消费者短期内的点击、预览、购买情况，通过算法系统，将消费者需求数字化，明确消费者喜欢的产品，进而快速、大量生产，大幅提高商品销售成功率。在生产端，公司自建信息化生产管理系统，优化产能、实时监控工厂订单量和生产全流程，保障了生产时效性及产品品质，为爆款快速补货夯实基础。
- **供应链优势。** 一方面，SHEIN拥有丰富的上游供应商资源，可采取“小单快返”模式，订单量多为100-500件/单，货期在7-15天内，产品SKU丰富、性价比高。以美国官网在售的T恤为例，SHEIN的SKU数约14,600件，价格在2-30美元之间；ZARA在售数量约为230件，价格为8-50美元*。另一方面，SHEIN缩短物流配送时效，优化消费体验，提高用户粘性。拥有6大物流中心分别设在佛山、南沙、比利时等地，可实现全球主流市场7日必达。同时，公司的三种仓库分工明确，国内仓负责发货，海外运营仓负责配送，海外中转仓负责退货，总仓储面积超过80万平方米**。仓储与物流联动，提高配送速度，降低退换货门槛，拉动客单价提升。



01. 产品设计

- 线上+线下
- 颜色、图案、版型等
- 对收集到的元素组合

02. 生产制作

- 小单快反
- 成本核算

03. 营销投放

- 测款确定实际款式和订货量
- KOL营销、社群、内容运营
- 广告投放

04. 履约配送

- 国内仓+海外仓
- 数字化追踪订单
- 智能集货设备

图示：SHEIN核心运营环节

*数据来源：中泰证券

**数据来源：开源证券

提供系统化的解决方案，钉钉提高企业沟通和协同效率

- 钉钉成立于2014年，是一家智能移动办公平台，系统化帮助企业解决问题，全方位提升企业沟通和协同效率。钉钉目前用户数突破5亿，包括企业、学校在内的各类组织数超过1,900万*。
- **钉钉基于多端平台为企业提供多个领域的数字化解决方案，并在此基础上提供配套硬件等增值产品及服务。**围绕全面的业务场景，结合阿里巴巴集团的创新技术，钉钉打造以软件平台为基础，面向教育、医疗、新零售、金融等多行业大中型商家的数字化解决方案。同时，钉钉从组织数字化和业务数字化两个维度赋能企业。钉钉通过如“钉闪会”、“钉工牌”和“看看”等产品，让每个员工拥有合适的新生产力工具，实现组织数字化。业务数字化，指的是数字技术与产品研发、生产制造、营销销售等业务流程的深度融合，使业务数据为企业的规划发展提供分析决策基础。围绕组织数字化，钉钉推出低代码应用广场“钉钉搭”和人事、业财、营销服一体化连接平台等产品，降低企业数字化成本。



图示：钉钉行业解决方案

*数据来源：2021年钉钉未来组织大会

钉钉借助“云钉一体”战略和低代码平台，助力企业实现业务全链路数字化

- 钉钉深耕智能移动办公服务，以软件平台赋能个人与组织数字化的同时，通过与阿里云、低代码厂商的合作，助力企业实现业务全链路数字化，进而构建行业竞争壁垒。
- **钉钉依托阿里云打破信息孤岛，并数字化企业生产过程。**一方面，基于“云钉一体”，钉钉作为业务数据应用平台，打破各系统壁垒，将人与数据、系统无缝连接，实现各类数据的有效聚合，提高运营效率。以特步为例，通过钉钉，特步的供应链快反能力提升15%*。另一方面，阿里云的物联网（IoT）平台可采集生产机器数据，将通过传感器实时收集机器的生产数据、运行状态并更新到阿里云平台，使企业可通过钉钉平台查看机器和生产环节情况，快速完成维修、排班管理等任务，提升生产效率。
- **围绕低代码应用模板，钉钉助力企业实现供销业务数字化。**钉钉聚合业界领先的低代码厂商，将本地化、行业化的应用模板，如项目轻松管、销售客户池、车辆管理、门店业绩上报等，集合在钉钉搭平台上，降低企业开发门槛。企业可根据低代码应用模板，搭建专属应用，采集人机交互数据，并集成到钉钉端统一操作，满足不同业务的具体需求。

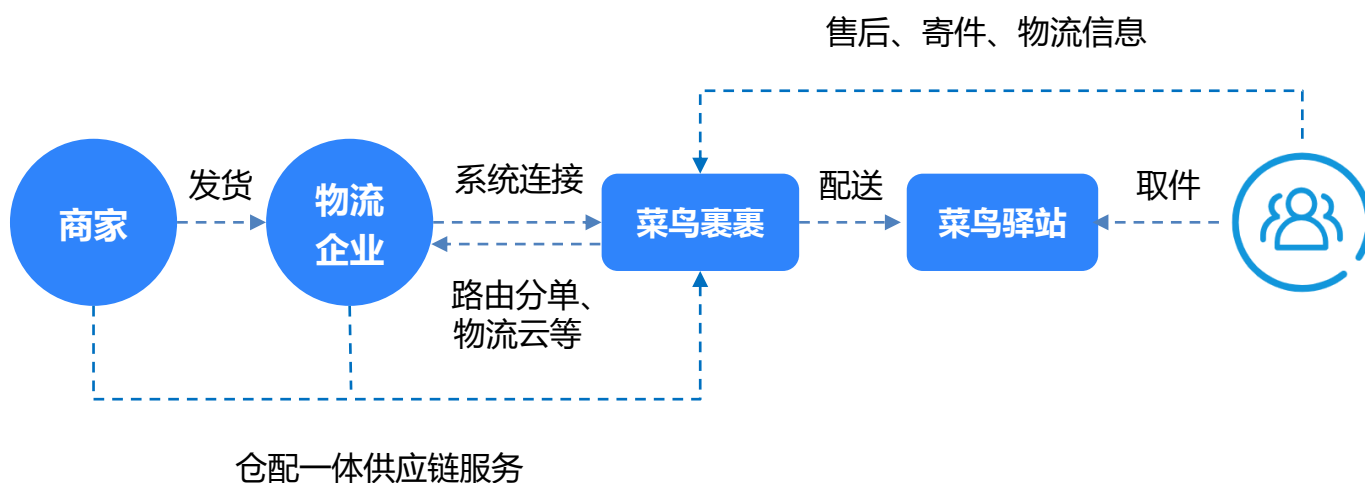


图示：钉钉助力企业业务全链路数字化

*数据来源：华尔街见闻

菜鸟网络为物流企业、商家提供快递平台和供应链两大服务

- 2013年成立之初，菜鸟网络主要为阿里系商家提供更低成本、更高效的物流服务，随着公司的发展，目前菜鸟致力于成为一家客户价值驱动的全球化产业互联网公司。
- 阿里巴巴2021年财报（2020年4月-2021年3月）显示，剔除集团内公司间的交易后，菜鸟网络年收入达到人民币372.58亿元，同比增长68%，增长主要来源于新增的下沉市场和海外市场需求。
- **菜鸟主要面向物流企业，为其提供快递平台和供应链两大服务。**基于大数据、云计算等技术，菜鸟为物流企业提供路由分单、物流云、电子面单等快递平台服务。同时，菜鸟亦会为物流公司提供驿站网点服务，减轻其最后100米派送压力。截至2021年3月，菜鸟全球包裹网络的日均包裹承接量超过500万件，同比增长近两倍*。另外，菜鸟建设、整合仓储资源，为物流企业、阿里零售通等商家提供仓配一体供应链服务，以前置仓提高物流企业运输速度。截至2021年1月，菜鸟拥有5个区域仓、34个城市仓、6,000多个云仓**，为零售通商家提供物流支持。



图示：菜鸟网络主要服务

*数据来源：阿里巴巴公司官网

**数据来源：远联传媒

菜鸟网络叠加技术能力和基础设施优势，为物流企业降本增效提供助力

- 技术能力使菜鸟更加数智化。**随着电商行业的快速发展，物流行业面临较大运营和运输压力的同时，也沉淀了大量数据。菜鸟采用算法技术，基于大量数据积累，对物流车辆、订单分配、库存安排进行智能分析，实现订单配送的降本增效；云计算提高数据搜寻、存储、分析以及计算能力，降低物流企业IT成本；人工智能为物流企业提供语音、营销短信等发送服务，提高信息送达时间和到达率。数智化能力推动菜鸟为物流企业提供数智大脑、数智全案等服务，提高供应链效率并降低配送成本。其中，数智大脑为客户提供分仓、预测和决策服务；数智全案为物流企业日常需求和大促时期的特殊需求提供解决方案。

通信服务

短信服务
语音通知
号码隐私保护
智能语音

数据服务

物流详情订阅服务
物流详情查询服务

地理信息服务

地址质量服务
地理范围管理服务
地理信息查询服务

物流智能算法

车辆路径规划
机器视觉

云产品

云服务器ECS
云数据库RDS MySQL版
Elasticsearch日志服务
LOG

物联网

LEMO PDA
视频接入终端

图示：菜鸟物流科技产品矩阵

- 成熟的基础设施提升菜鸟运营效率。**截至2020年7月，菜鸟供应链智能物流骨干网拥有7个全国仓配枢纽，仓储面积超3千万平米，其中，核心仓储面积超1千万平米*，专业运输路线600余万条，全国配送覆盖超2,700个区县，当/次日达覆盖区县超1,600个**。菜鸟具备广覆盖、全链路的供应链物流网络，为物流企业提供高效的仓配服务。

*数据来源：国信证券

**数据来源：兴业证券

04

中国独角兽企业发展趋势与发展建议

- 发展趋势
- 发展问题
- 发展建议

政策、市场、资本等因素推动，科技型独角兽企业将在中国独角兽版图中占据更为重要位置

- 受政府政策、资本、市场等因素的影响，未来科技型企业将在中国独角兽版图中占据重要位置，独角兽数量和估值将进一步提升。
- 政策端：科技创新成为我国发展的重要战略支撑。一方面，政策推动新型基础设施建设，为新一代信息技术、高端装备、新材料、新能源等新兴产业提供发展支持，促进技术进步的同时，加快产业转型升级。另一方面，政策的推出为科创企业构建良好的生态环境。政府制定关于财政、税收、金融、社保、人事等方面的政策，为企业营造包容性、鼓励性的生态环境，降低企业发展难度。
- 市场端：越来越多的企业认识到技术的重要性，并力求通过技术的方式来提高自身竞争力。例如，物流企业通过自动驾驶，提高配送效率；人工智能、区块链等技术提高了金融企业的安全性等。市场需求的增多，为科技企业提供了广阔市场的同时，加快输出符合市场预期产品，提高商业化能力。
- 资本端：资本顶层架构的逐步完善，为科技型企业的发展提供了良好资本环境。在政策支持和市场需求旺盛的背景下，资本必然会关注高成长性科技企业的发展，尤其是科技型独角兽企业，以资本为纽带推动其健康快速发展。



图示：科技型独角兽发展的主要因素

凭借供应链优势、丰富的运营经验和海外市场红利，中国独角兽出海数量将进一步提升

- 经济全球化与竞争激烈的中国市场共同推动中国企业出海寻找新增量。从最初的服装、家具、电子产品等传统外贸资源型出海，逐渐向电商、社交平台、游戏等互联网出海转变。**海外蓝海市场将吸引更多中国独角兽企业出海。**
- 基于中国供应链优势、互联网领域的成熟经验和海外新兴市场红利等因素，中国出海独角兽将不断增多。

1 供应链优势

- 产业集群将产品生产环节集中，降本增效
- 交通运输、仓储运输、信息通讯等基础设施逐步完善，为供应链发展夯实基础
- 智能化、自动化推动供应链生产效率提升

2 互联网运营经验

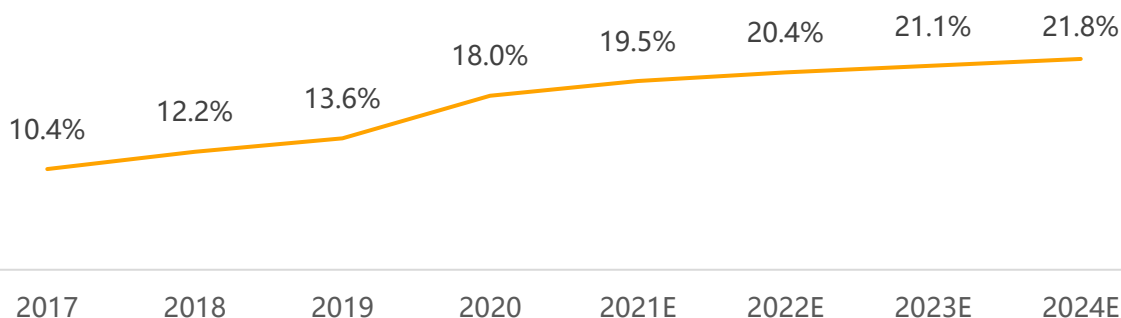
- 直播、短视频等带货方式
- KOL、KOC等种草手段
- 前期种草、中期引爆、后期会员转化的营销链路
- 商业模式创新，如生鲜前置仓、零售OMO等

3 新兴市场红利

- 网络建设逐步完善，智能手机普及
- 东南亚、拉美、中东等地区电商渗透率有待提升
- 海外线上销售格局相对分散

图示：出海独角兽崛起的三大前提

- 2020年，受疫情影响，全球线上化趋势愈加明显、电商渗透率逐步提升，为中国企业出海提供了大量机会。未来，中国独角兽企业可凭借率先恢复的供应链制造能力和互联网运营经验，进行大规模全方位出海。



图示：2017-2024全球电商渗透率及预测

数据来源：华创证券，36氪研究院

官方微信：zhituquan

现存问题：发展不均、科研投入不足、产品服务同质化成独角兽发展三大困境

- 独角兽企业是数字经济的先锋，亦是科技创新型企业的典型代表，为我国新经济的发展注入活力。然而，在经济下行宏观环境下，部分独角兽企业的增长困境也在逐渐凸显。从前几年暴雷的ofo到今年10月破产跑路的云鸟科技，曾经垂直赛道的明星独角兽企业最终黯然退场。
- 纵观目前我国独角兽发展特征、所在行业与商业模式，独角兽企业的现存问题主要有发展不均衡、核心科技投入不足、产品服务同质化严重等，阻碍了独角兽打造自身竞争优势，影响其长远发展。



图示：我国独角兽企业面临主要困境

- **发展不均衡。**从估值来看，我国独角兽企业发展并不均衡，刚刚迈入10亿美元估值大关的企业数量众多，长尾效应明显，而头部独角兽企业，如字节跳动、蚂蚁集团等，估值早已突破千亿美元。长尾效应是企业自身造血能力不足的体现。我国独角兽企业真正实现正向营收的为少数，且部分企业盲目追求扩张和市场占有率，导致现金流紧缺情况频发。
- **科技投入不足。**相比美国，我国独角兽企业在硬科技方面的投入不足。受制于技术较长的落地转化周期，深耕核心技术研发的独角兽企业数量较少，且技术在细分场景的渗透仍有待进一步提升。
- **产品及服务同质化。**在部分领域，如新消费、SaaS软件服务等，创新边界较为模糊，各企业产品及服务同质化严重，使得企业陷入价格战泥潭，削弱独角兽的创新能力。

独角兽企业：从赛道选择、组织文化建设到企业运营等方面，打造高效运营企业主体

- 对独角兽企业自身而言，想要从独角兽发展成超级独角兽，并打造坚实的行业竞争壁垒，需要从赛道选择、组织文化建设到企业运营各环节进行慎重思考与审慎决定。



图示：独角兽企业如何巩固自身竞争优势

- 赛道选择。** 创业者在进行赛道选择时，需对圈选行业进行全面细致的洞察与分析，包括行业发展背景、产业链上下游及竞争格局、潜在竞品经营现状以及行业未来发展趋势等。培育出明星独角兽的行业，均具备赛道宽且长和较高的行业天花板等特征，为独角兽的孵化提供天时地利人和的市场环境。
- 组织文化建设。** 独角兽企业的创立与成长是从0到1的过程，创业者团队、组织人才规划及组织文化对企业的后续经营均会产生重大影响。创业家精神+高效协作的人才团队+符合企业特征的组织结构与企业文化，能够帮助独角兽企业减轻内部阻力对企业未来发展的影响。
- 企业运营。** 独角兽企业需确立符合所在赛道及自身发展特征的商业模式，并通过数字化赋能，打造符合市场诉求的产品及服务。同时，运营过程中的现金流风险也应当成为独角兽企业警惕的对象，防止资金投入过热而引发的流动性危机。

中国独角兽企业名单

电子商务

序号	企业名称	所在省份
1	SHEIN	广东
2	小红书	上海
3	兴盛优选	湖南
4	车好多	北京
5	谊品生鲜	重庆
6	途虎养车	上海
7	大搜车	北京
8	多点Dmall	北京
9	KK集团	广东
10	PatPat	广东
11	转转	北京
12	美菜网	北京
13	Klook客路	北京
14	叮当快药	北京
15	新康众	江苏
16	药师帮	广东
17	巴图鲁	广东

航空航天

序号	企业名称	所在省份
1	长光卫星	吉林
2	蓝箭航天	北京

注：所在省份以企业注册地为准

中国独角兽企业名单

人工智能

序号	企业名称	所在省份
1	平安智慧城市	广东
2	地平线	北京
3	优必选	广东
4	第四范式	北京
5	极智嘉	北京
6	千寻位置	上海
7	依图科技	上海
8	海柔创新	广东
9	创新奇智	山东
10	鲸灵集团	浙江
11	思谋科技	广东

医疗健康

序号	企业名称	所在省份
1	平安医保科技	上海
2	联影医疗	上海
3	新瑞鹏	广东
4	华大智造	广东
5	高济医疗	天津
6	晶泰科技	广东

注：所在省份以企业注册地为准

中国独角兽企业名单

智能硬件

序号	企业名称	所在省份
1	紫光展锐	上海
2	小度科技	上海
3	奕斯伟	北京
4	追觅科技	江苏
5	壁仞科技	上海
6	奥比中光	广东
7	黑芝麻智能	上海
8	天数智芯	上海
9	禾赛科技	上海
10	极飞科技	广东
11	燧原科技	上海
12	智米科技	北京
13	思特威	上海

金融科技

序号	企业名称	所在省份
1	蚂蚁集团	浙江
2	京东科技	北京
3	微众银行	广东
4	空中云汇	香港
5	度小满金融	陕西

注：所在省份以企业注册地为准

中国独角兽企业名单

新消费

序号	企业名称	所在省份
1	元气森林	北京
2	喜茶	广东
3	Manner	上海
4	蕉内	广东
5	江小白	重庆
6	Keep	北京
7	文和友	湖南
8	便利蜂	北京
9	Fiture	四川

物流

序号	企业名称	所在省份
1	菜鸟网络	广东
2	货拉拉	广东
3	智加科技	江苏
4	丰巢	广东
5	福佑卡车	北京
6	滴滴货运	天津

注：所在省份以企业注册地为准

中国独角兽企业名单

汽车交通

序号	企业名称	所在省份
1	极氪智能科技	浙江
2	哈啰出行	上海
3	滴滴沃芽	上海
4	亿咖通科技	浙江
5	文远知行	广东
6	Momenta	北京
7	星星充电	江苏
8	哪吒汽车	浙江
9	斑马智行	上海
10	蜂巢能源	江苏
11	纵目科技	上海

文娱传媒

序号	企业名称	所在省份
1	字节跳动	北京
2	华人文化	北京
3	喜马拉雅	上海
4	快看	北京
5	Soul app	上海

注：所在省份以企业注册地为准

中国独角兽企业名单

企业服务

序号	企业名称	所在省份
1	钉钉	浙江
2	明略科技	北京
3	行云集团	广东
4	七牛云	上海
5	乐言科技	上海
6	蓝湖	北京
7	数梦工场	浙江
8	TalkingData	北京
9	慧算账	北京
10	百望云	北京

房产家居

序号	企业名称	所在省份
1	自如	北京
2	酷家乐	浙江
3	魔方公寓	上海

物联网

序号	企业名称	所在省份
1	特斯联	重庆
2	树根互联	广东

注：所在省份以企业注册地为准

36氪研究院根据行业发展、资本热度、政策导向等定期输出高质量研究报告，研究方向覆盖人工智能、5G、区块链、医疗、金融、物流、文娱、消费、汽车、教育等多个领域，帮助政府、企业、投资机构等快速了解行业动态，把握发展机遇和明确发展方向。同时，研究院致力于为全国各级政府、企业、VC/PE机构、政府引导基金、孵化器/产业园区等提供专业定制化咨询服务，服务内容包括行业研究、产业规划、用户研究、股权投资研究、指数研究、投资配置、基金/企业尽调、战略规划、园区规划等。



01 传播资源

36氪已成为中国流量与影响力较大的互联网新商业媒体，覆盖全球超1.5亿读者，累计发布超过50,000篇文章，拥有行业内较显著的流量和传播优势。



02 核心数据

36氪深耕创投市场超9年，深度服务过数千家客户，累积超80万家企业和投资机构资源，搭建了一级市场数据库。



03 团队优势

研究院现有数十位成员，主要来自国内外知名咨询机构或研究机构，拥有丰富的研究及项目经验。



04 研究领域

36氪研究院主要关注领域包括人工智能、5G、区块链、医疗、金融、物流、文娱、消费、汽车、教育等。



05 品牌影响

36氪研究院发布的常规性研究报告，受业内专业人士一致好评。在政府合作层面，研究院已为国务院、国家发改委、中央网信办、工信部、基金业协会、北京发改委、南京发改委、青岛高新区政府、湖南湘江新区管委会、成都新经济委、杭州西湖区政府等提供过咨询服务；在企业/投资机构合作方面，研究院已与大众中国、苏宁易购、携程、京东、网易、转转、字节跳动、海尔资本、洪泰基金、首钢基金等建立了深度合作关系。

分析师声明

作者具有专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

免责声明

36氪不会因为接收人接受本报告而将其视为客户。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。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。在法律许可的情况下，36氪及其所属关联机构可能会持有报告中提到的公司的股权，也可能为这些公司提供或者争取提供筹资或财务顾问等相关服务。

本报告的信息来源于已公开的资料，36氪对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映36氪于发布本报告当日的判断，本报告所指的公司或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后的表现依据。在不同时期，36氪可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。36氪不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，36氪对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。